

Demode na mode

# googlači, agregatori, skrotničari

Biznis je kao bicikl – ako ne vrtiš, padaš... i ne možeš ići unazad. A u oba slučaja najvažnija je ravnoteža, jer ako je nema – boli. U ovom verbalno-slikovnom intervjuu, ekskluzivnom i njegovom prvom, štoviše i jedinom dosad u životu – barem koliko se sjeća, kako sam kaže – predstavljamo **Tomislava Wrusa**, predsjednika uprave EPH medija, graditelja i donedavnog urednika Jutarnjeg lista. Ovo je pravi intervju i nismo koristili gmail.

Razgovarala: **Stela Jelinčić**

Fotografirao: **Kristijan Topolovec, Gerila**



– **Gospodine Wruss, vi ste neobična osoba. Vjerujte mi na riječ, bar za početak. Ja nikad za intervju ne odabirem ljude o kojima se to ne bi moglo reći. Malo sam se o vama raspitala... I iznenadila koliko ste zapravo omiljeni. Kažu da ste predani, dosljedni, kompetentni, da ste osoba za teške zadatke, dugoprugaš. Za početak par laganih pitanja: Zašto vas ljudi vole? Jeste li sretni u poslu koji radite i što se to može voljeti u novinarstvu?**

**A onda dva teška: Kad vam je bilo najteže, pa zbog svog posla niste spavali, i kad vam je bilo najljepše, pa ste žalili što je tako kratko trajalo?**

– Nisam se nikad smatrao novinarom. Ne zapravo... Kao klinac sam pisao u *Poletu* i bavio se nekim marginalnim stvarima. Oduvijek me zanimala priča, žanr, koncept, zanimalo me kako se formatiraju neke stvari te kome se one obraćaju. Više sam neka vrsta *brand managera* nego novinar. Uvijek sam gledao kojim pristupom, načinom govora i kojim jezikom ići prema određenoj publici. Tako da ja, iako je to malo paradoksalno za reći, nisam *pravi* novinar.

– **Kad ste onda napisali zadnji autorski tekst?**

– Nikad. Ha-ha-ha. Nikad. Kažete da sam omiljen među novinarima, ali ljudi koji me znaju reći će vam da sam u svakodnevnoj komunikaciji dosta neartikuliran. Govorim u nedovršenim rečenicama i jezikom gesti, očekujući da će to biti dovoljno da me shvate. A mislim da nemam baš ni talenta za pisanje. Tako da je bolje da to rade drugi... Dobiješ tekst, imaš puno primjedaba, ti bi to nekako drugačije, ali za to je potrebno znati pisati, a ja ne znam, pa se onda ne mogu ni buniti ako su mi ponekad iznevjerena očekivanja. Osim toga, strahovito loše pamtim. Neki moji kolege znaju reći: "Aha, to je bilo u travnju 2004.". Ja se ne sjećam ni jučerašnjeg dana... A ne mogu se sjetiti ni da mi je ikad bilo previše teško... Kad sam se kao okrivljenik po službenoj dužnosti morao braniti na sudu, sudac me gledao s nevjericom: "Pa kako je moguće toga se ne sjećati?".

– **Zar je bilo toliko tužbi protiv vas?**

– Pa kako da se sjetim? Sad sam vam rekao da se ničega ne sjećam. Ne?

– **Do kada mislite biti tako nabrijani? Misлите li da ćete skončati onako kako je to običaj u novinarstvu - na poslu?**

– Aha, misлите kao Ćiro na klupi? Da, da, da... Pa, ne znam. Ne volim pomišljati na te godine, na smrt i te stvari. Jedino me strah da mi odjednom ponestane *edgēa* pa da budem dosadan i sebi i drugima.

– **Drugim riječima, živ si dok si živahan... Meni su o vama neke stvari rekli, ali imam ja i svoje dojmove: odijevate se *casual*, imate šarmerski stil... i frizuru... Mislim da ste i zbog toga neobični... Je li važno biti neobičan? Recimo, neobično je da se ljudi vole šaliti na svoj račun. Volite li vi šale na svoj račun?**

– Ma nisam ja neobičan. Iako, recimo, bilo je možda neobično to kako sam se ja kao glavni urednik ponašao prema institucijama. Nisam odlazio na ručkove s političarima, nikad nisam pohodio nijednu instituciju. Ne kažem da to nužno nije dobro, samo ja to nisam želio raditi. Nikad nisam išao na koktele, primao delegacije, i tako dalje, i tako dalje... Izuzetak su ambasadori koji se najavljuju i nepristojno je ne primiti ih. A otišao sam – istinabog, jer sam smatrao da bi bilo krajnje nepristojno da ne odem – na Tuđmanov sprovod. Mislim da sam bio ispred Joze Ćurića... Kod lijesa. Eto, to je jedino mjesto na

kojem sam bio. Možda je to kod mene malo neobično. Nije recept koji bih preporučio drugima, ali za mene je to bilo dosta zdravo. Naime, ja se lako dam impresionirati od svakog, a ovako nisu imali šansu. Meni svatko bude super. Ono, s nekim razgovaram i mislim si: Pa gle, taj čovjek ima par dasaka u glavi... Gle, pa nije to baš totalno bez veze... I tako dalje, i tako dalje.

Recimo, išao sam na ručak, valjda smo nešto bitno zgriješili pa me grizla savjest, sa Gucićem iz *Getroa*. I kaj? Čovjek mi se iznimno sviđio. I sad, kad bih ja išao tako po tom svidanju, bio bih, ono, PR magazin za sve... Bolje da nikog ne znam. Zaljubljen sam u ljude. I volim šale na svoj račun, to nije problem. Ne?

– **Ako sad, nakon petnaestak godina rada, napravite kratku retrospektivu, ima li više umrlih ili preživjelih izdanja u EPH? Zašto umiru pojedini listovi i časopisi? A kakvi su oni koji prežive? Smatraju li se umrli samo kolateralnom štetom? Ili...? Jesu li nekad promašaji zapravo projektirani?**

– Ma nikad nije promašaj projektiran! Ne! To nikako! Uvijek želiš uspjeh u svakoj sekundi. Kad bismo napravili jedan dobar broj, išlo bi se preko kod Pajičke, u gostionicu, bacali bismo broj na pod i ponosno stajali oko njega, za šankom. Nikad, ni u jednoj sekundi ne želim napraviti promašaj ni u čemu. To ne! Nikako! S druge strane, nažalost, mislim da nismo neka izdanja dovoljno brzo gasili i palili. Svako izdanje ima neki vijek, ali je problem ako nedovoljno brzo otvaraš nova. To je problem. Žao mi je *Poslovnog dnevnika*, recimo. To sam ja radio, ali koncipirao sam ga u krivom tajmingu. Sad na tržištu više nema dovoljno kapaciteta da stvaramo nove poslovne dnevne novine, imaš *Poslovni dnevnik*, imaš *Business.hr*, zato sad dižemo *Forbes*... Teške su – kaže mi Wruss dok ja petljam nešto oko fotelje, dižem je ne bih li se malo primaknula stolu – jer kratka mi je žica od slušalica diktafona, sjedim predaleko, ali nekako ne bih htjela da on to primijeti, da ga ne prekidam.

– **Molim? Misлите, nemaju tržište u Hrvatskoj? – pitam.**

– Ma ne... Ne znam. Donijeli su ih tu... Nisam ih ni vidio prije... To su mi nove.

– **Što?**

– Molim?

– **Kako to misлите? – čudim se. – O čemu vi pričate?**

– O fotelji. A vi?

– **Ah... Da. Jako su lijepe i velike i daleko od stola... Ali ja sam bila u *Forbesu*.**

– Ali nastavimo mi o preživjelim izdanjima u EPH... Ima ih koliko hoćeš i svako od njih ima razloga da bude živo. Samo, pitanje je ima li dovoljno energije, koncentracije i fokusa da se sve to vodi. Ne? Jučer smo baš nešto raspravljali pa sam rekao: Gledajte... Ajmo mi sad, dolazi jesen, pa ajmo sjest, ne kao vlasnici ove firme nego kao neprijateljski preuzimači, uživjeti se u stvar i pogledati je izvana, vidjeti što bismo mi sad napravili da sad uđemo kao novi u EPH, na šta bi se fokusirali, šta bi novo radili, a šta bi prestali, recimo, raditi s takvom pažnjom. Ne? Eto, vidite što sam mislio kad sam rekao da se komplicirano izražavam. Nadam se da ste shvatili.

– **I koji je to dobitni plan?**





– E, pa neću ti to reći. Ne?

– Ok. Razumijem. Ali može li bar koji detalj?

– Pa, ne mogu baš izvan konteksta pričati, a opet, kako da izbjegnem da ne bude baš previše konkretno. Ne? Mislim da je za EPH presudno... – krene Wruss, ali razmišlja da se opet predomisli – ... a, osim toga, to bi ti bilo malo dosadno... Možda? Ne? Uglavnom, mislim da je za EPH presudno da svoje temeljne *brandove* konsolidira i da ih nedvosmisleno pozicionira tamo gdje im je mjesto. *Jutarnji* i *Globus* bi trebali biti *premium* segment. Jer svi mi znamo da na tržištu imamo dvije suprotstavljene sile koje vuku jedna prema gore, jedna prema dolje. I onda centristički, opći listovi propadaju. Ne? I opće aviokompanije propadaju i hoteli srednjeg ranga i butici srednjeg ranga, i tako dalje, i tako dalje. Nije to pojava, dakle, samo u medijima. Tendencija je da se pozicioniraš ili kao luksuzan, *affordable luxury*, *mass prestige*, ili kao masovan. Uspijeva, recimo, *Ryan Air*, ali uspijevaju i *carrieri* koji daju više... Ali oni opći i srednji propadaju. Ne? Ono što raste je *premium* segment...

EPH je rastao na *Globusu*, kasnije na *Gloriji*, kasnije na pokretanju *Jutarnjeg*, na proizvodima koji su bili nastavak *VUS-a*, *Starta*, ženskog *Svijeta*, *Danasa*... I tako dalje, i tako dalje. Mi smo nastavak te tradicije, škole aspirativnog novinarstva i mislim da mi zapravo ne znamo drugo ni raditi.

– Dakle, recept za dobro kuhanje na tržištu je uska specijalizacija, točnost adrese i škola aspirativnog novinarstva. Sve ono srednje, neizdiferencirano otpada. Okej, ali samom količinom nečega može se sugerirati njegovu važnost. Jer ono čega je puno postaje važno, a ono čega je malo nevažno. Na primjer, ako postoji petnaest stranica sporta a pola stranice kulture – treba li se to shvatiti kao davanje prednosti? I kad bih vas pitala zašto je to tako, možda biste odgovorili da je to dobro odmjereni količina jer čitatelji žele čitati baš novine s takvim omjerom te da vi zadovoljavate njihov interes. Naravno, sam interes ne govori odmah i o ukusu. Ali davanje prednosti nečemu može lako širiti prostor za plasman sadržaja niskog ukusa i niskih ovisnosti kao što su: bizarni i indiskretni elementi crne kronike, trivijalne dimenzije sporta, tračeraž svake vrste, tabloidnost općenito. Uglavnom, i vi, tiskani mediji, formirate i usmjeravate javno mnijenje, interes i ukus svojih čitatelja, a onda se branite da ih samo zadovoljavate – iako ste ih vi kao takve formirali?

– Omjer vam je kriv! Nije točno da ima petnaest stranica sporta, a pola stranice kulture. U *Jutarnjem* imamo nekih deset stranica sporta i nekih dvije i pol stranice kulture. I to u rubrikama, onda plus *Magazin*, plus *Nedjeljni*... Omjer nije točan. To je jedno. A drugo, kad govorite o zadovoljavanju interesa čitatelja, učinilo mi se da hoćete reći kako mi radimo nešto loše ako zadovoljavamo interese čitatelja? Mi objavljujemo dosta sporta jer sport ljude zanima. I mene sport zanima. Ali tu postoji ta predrasuda o udovoljavanju niskim strastima, ili tako nešto. *Jutarnji* nikada nije zadovoljavao niske strasti, nego je uvijek nastojao prepoznavati i artikulirati nove potrebe, nešto što postoji u zraku, a što još nije dobilo neki konkretan oblik. I kad je *Jutarnji* to uspijevao – bio je najbolji. Isto kao što je *Glorija*, kad je nastala i razvila se, artikulirala neku novu potrebu u javnosti. Međutim, to se radi iz nečega što već postoji, samo što još možda nije bilo prepoznato ili je bilo nedovoljno artikulirano. Ja se slažem da vjerojatno postoje listovi koji su više usmjereni na učvr-

šćivanje predrasuda i listovi koji su usmjereni na propitkivanje predrasuda. Vi ne možete doći u laboratorij i reći: Ja sad želim da ljudi imaju te i te interese. Uvijek se radi na bazi nečeg što već postoji. I tako novine artikuliraju javno mnijenje. Ne?

A što se tiče odnosa tabloida i ozbiljnih novina, nekad vam je ta podjela bila razmjerno jasna. Već i na formalnoj razini – tabloid je naprosto dimenzija novina manjeg formata. Bavili su se, u principu, crnom i roza kronikom, bizarnostima, sportom i tako dalje, a *broadsheeti*, velike novine, bavile su se unutrašnjom i vanjskom politikom, ekonomijom i komentarima. A vi ste pod tabloidizacijom vjerojatno mislili na novu pojavu u *celebrity* kulturi, na listove koji žive od B ili C *celebrityja*. Oni služe baš za najgore i najprljavije stvari. Međutim, to je samo jedan žanr u novinama. Evo, na stolu imam jedan... Od Čobana...

– Čobana?

– Čoban je prezime... Izdavač u Srbiji... Novine su *Svet*. Ono, fenomen Gotovčevih, i tako dalje, i tako dalje. Svako ljeto se pojavi netko. Prošlo ljeto je to bila Mehun... To je jedna industrija, mašinerija koja sve to generira. Taj trend nije povijesno nepoznat. Tako su se pedesetih, u Americi, tabloidi bavili zvijezdama C ranga koje su koristili za skandale najniže vrste (tu je bilo i Hoovera i FBI-a). Već šezdesetih su se izvještaji o američkoj predsjedničkoj kampanji reformatirali s *issueja* na *soundbite*, i od programa na osobu... Tako se stvorila situacija u kojoj se i sad nalazimo. Sve je personalizirano i spektakularizirano. Dakle, s jedne strane su se interesi ljudi raspršili, ali s druge refokusirali, pa je sve, ajde, kako biste vi rekli, tabloidizirano. Osim toga, razlika između *broadsheeta* i tabloida se zamaglila. Stvarnost je takva. Naravno, neki mediji su prema tome distanciraniji, a neki to u većoj mjeri pothranjuju. Ali nisu to više dvije strane barikade, nego je tu puno nijansa.

– Znači, realno je da nam bude zanimljiv i predsjednik u kupaćim gaćama ili predsjednik kako njupa brudet? Pa, dobro. I to zaista može biti zanimljivo. Kao, on je čovjek poput nas i to je sve u duhu demokracije i demistifikacije institucija. Ali, hoćemo li za koju godinu smatrati normalnim i vidjeti predsjednika bez kupaćih gaća? Ili kako papa brudet iz kazančeta? Jer ako smo se refokusirali i ako pristajemo na suživot s lošim ukusima, kad ćemo više reći: ova doslovnost stvarnosti je stvarno kič. Jer kič jest doslovnost stvarnosti. A stvarnost se zaista želi *skinuti do kraja*. Evo, mi, *Plan B*, još ne hrlimo tome u susret. Nas ne zanimaju tračevi o vama, iako smo ih čuli nekoliko... Ja neću čeprkati po vašoj prošlosti, neću vas provocirati, neću vas fotografirati u nezdognim pozama... Iako bi i naše čitatelje to zanimalo, s obzirom da su već u dobroj kondiciji. Dakle, ne mislim vas pitati: jeste li strejt ili ste gej, imate li izvanbračno dijete, tko vas šiša, što ste po horoskopu... Kad bih vas ipak to pitala, možda bi ljudi mislili da su mi pitanja hrabra... Novinari često kažu da oni tako moraju, iako ne žele; da urednici tako od njih očekuju. Jesu li to laži? Alibiji? Je li to igra skrivača? Dakle, koje su to kvalitete dobrog novinara? Kakav je prije bio cijenjeni novinar? A kakav je danas? I najvažnije pitanje – kakav će cijenjeni novinar biti za pet ili deset godina?

– Da – kaže Wruss, pogladi frizuru i onda šuti trideset sekundi. – Kao što sam rekao na početku, ja žalost nisam pripadao školi novinara koji su prošli tradicionalni razvoj: omladinska štampa, pa vanjsko-politička rubrika *Vjesnika*, pa *Danas*... i tako dalje, i tako





dalje. Tako da ja o tome znam samo preko usmene predaje. Meni je žao što novinari danas dolaze kroz gradske rubrike listova jer ne mogu doći nikako drugačije. To je svakako potrebna i nužna škola, ali na neki način mi se čini da se tu potkrešuju rubovi i da se dobije za-pakiran, unificiran, ukalupljen novinar. Dakle, onako kako ti je netko našnitao ljudske interese prije pedeset godina, tako ti voziš po tim šinama i nikako se izmaknuti iz toga. Glavna frustracija mi je kad se svi mi koji radimo novine bavimo tek vjerojatnim, umjesto da se bavimo stvarno mogućim. I to bi bio moj savjet... Da bi netko bio do-bar novinar, mora imati možda i desetak određenih karakteristika – koje ja ne znam jer nisam o tome razmišljao... A može imati i samo jednu, ako je ima u pretjeranoj dozi. Bitno je da ima neku energiju. A kakav će biti novinar u budućnosti? Pa, mislim da će trebati znati pisati priču i imati širok krug interesa. Bit će otvoren, služiti se izvo-rima, biti informirani posrednik. Bit će agregator i skretničar. Uočav-at će zanimljive stvari i povezivati ih. Bit će to čovjek-google.

**– Ja dolazim iz nezavisnog medija... Čini mi se da mislite kako je to jedna predivna oaza kreativnosti i slobode. Radi li se tu, možda, o idealizaciji? I vi imate iskustvo manjih i off medija, radili ste u *Poletu*, bili ste rock-kritičar, urednik kulture... Tada sam ja bila otprilike u vrtiću, pa recite mi kako je tada bilo? Jeste li redovito dobivali honorare? Jesu li bili veliki? Ili to samo znači da je uvijek tuđa trava zelenija? Ili je to pak nešto peto?**

– Honorare smo dobivali vrlo redovito. I nisu bili mali. Koliko se ja sjećam, živjeli smo dosta dobro. Svaki dan sam jeo vani, svaku večer bio vani... Mislim da je moj honorar bio otprilike kao i plaća moje majke, koja je bila gimnazijska profesorica. S tog aspekta je to bilo sasvim dobro – imao si besplatan upad u sve klubove, i tako dalje, i tako dalje. Organizirali smo čak i te neke pizdarije kao što je JURM, to je godinama trajalo, ti demo-bendovi, bilo je nekog života... Bio je to početak osamdesetih i bilo je zabavno živjeti u Zagrebu. Moguće da je i sad. Ne? Ali ja to ne znam.

A što se tiče nezavisnih medija, to vam je drugi kanal. Nisu nacionalne novine i blog isto. Kad radite u velikim medijima, onda morate usvojiti određeni jezik, kojim nećete povrijediti široku masu ljudi. Ponekad je ljude znalo frustrirati kad bih im to govorio. Nije to pitanje autocenzure, to je pitanje poštovanja žanra u kojem se krećete. Nije to ni pitanje kompanije, nego je to naprosto razina komunikacije na kojoj vi ne možete sve što biste htjeli. Na nacionalnoj TV ne možete podrignivati, pretpostavljam. Ne? A negdje drugdje možete.

Vi kažete da me novinari vole, ali na ovoj zemlji nema urednika koji je izbacivao više tekstova od mene. Pa je, opet, i pored toga prošlo milijardu stvari koje nikad nisam smio pustiti...

I da, to je puno restriktivnije jer morate se držati pravila i jezika koji je najšire razumljiv. To nije podilaženje, to je naprosto konvencija za masovno tržište. Mislim da se kroz novine ne smiju vrijeđati osjećaji ljudi... To kažem kao čovjek koji je imao sto i nešto prijava za klevetu. Ne? Vidite, sad sam se sjetio... Ne znam da li sam ijednu parnicu izgubio. Dobro, imao sam ih zbog tada važećeg zakona, naprosto se po *defaultu* tužilo glavnog urednika. Ali kad dođete na sud i kad sve to vidite, čak ako ste i bili u pravu, pitate se jeste li mogli to napisati i drugačije. A kad radite masovni proizvod, konvencija vam nalaže da ne možete biti nametljivi ni u svom stavu. I tako dalje, i tako dalje. I to bez obzira što se svaki proizvod *brandira* na svoj način.

A osim toga, to vam je i finansijski vrlo napeto. Print je skup. Print je skup. Print je skup.

**– Sloboda je skupa.**

– Ustvari, print je skup za niše, bile one dobne, interesne, teritori-jalne i tako dalje. Za to treba koristiti druge kanale... Tako, recimo, mislim da bi se jedan dio našeg rada, fotografije koje snimimo, mno-gi tekstovi koje objavljujemo, trebao odvijati na webu. To bi sve tre-balo biti dostupno. Kao u anatomskom atlasu, gdje vidite čovjeku sve žile... Mislim da moramo proširiti smisao jednog ili dva print-iz-danja za koje sve to radimo, tako da proizvodnja sadržaja postane preko weba javno dostupna, dostupna komentaru, promjeni, da tekst više ne bude zadata, gotova činjenica, dovršeno djelo, nego da živi. Tada bi novine bile samo vršni proizvod u tom procesu. Mi-slim da je to neki smjer u kojem ćemo se razvijati.

**– Što će se, onda, nositi u sezoni jesen-zima?**

– Web, video i jedan ozbiljan, čvrst *Jutarnji* i *Globus*. Svakako puno weba.

**– Neugodno mi je, ali moram vam postaviti i ovo pitanje. Kako vam se dogodila ona epizoda sa ST-om Marinka Božića? I što danas mislite o tome?**

– Pa, meni je isto neugodno. Istinabog, ja sam tamo došao u trenutku kad je Božić, iz ne znam točno kojih razloga, prešao u opoziciju. Tako da to nije bilo ono razdoblje kad su se radi fotkanja rušili srpski tornjevi... Ja sam došao kad je ST objavio vrpce Velikog jastreba Dedakovića, razgovore s Tuđmanom. Taj broj je bio zabranjen... Ali svejedno, to je dosta sramotno. S druge strane, on je bio jako zanimljiva osoba i naučio me nekim forama i trikovima, a kako sam već rekao, mene se može lako fascinirati.

Recimo, anegdota. Imao je ST informaciju da Slaven Letica ne želi HTV-u vratiti šest odijela koja je bio zadužio za vođenje emisija. Božiću je urednik pokazao naslov: *Letica ukrao šest odijela*. A Božić mu je rekao: "Napiši dvanaest." "Zašto dvanaest?" – pitao je urednik. "Pa zato jer ako napišeš šest, onda će demantirati da ih je ukrao. A ako napišeš dvanaest, onda će demantirati i reći da ih je bilo šest." Upravo to se i dogodilo. Letica je poslao demanti da se ne radi o dvanaest odijela, nego o šest.

I kad bi se moglo maknuti ono loše, nije bilo nezanimljivo upoznati tog čovjeka. Na sreću, nisam sudjelovao u onom prvom dijelu njegove karijere.

**– Koliko ste intervjuja do sada dali u životu? Što mislite o toj novinarskoj disciplini? Smatrate li da je bilo boljih vremena za intervjue kao formu? Vraća li se intervju u modu? Volite li vi čitati intervjue? Smatrate li da novinar u toj formi mora biti samozatajan ili on slobodno može pokazati svoje mišljenje?**

– Ja nikad nisam bio pobornik intervjua. Uvijek su mi išli na živce. Ja, naravno, ne volim ni davati intervjue. Ne volim ih ni čitati. To mi je dosadno.

**– Zašto ste onda pristali na ovaj?**

– Ma zato što volim vaš magazin. Mislim da prije ovoga nikad nisam ni dao intervju. Ako jesam, onda se ne sjećam. Osim toga, nisam li vam već rekao da se ne sjećam ni što je jučer bilo...