ZAČARANI
KROG
MEDIJEV
F.D.V
Zbirka
Javnost

ZAČARANI KROG MEDIJEV

MEDIJSKA PLURALNOST, PISMENOST IN REGULACIJA V SLOVENIJI

Urednik: Igor Vobič

Založba FDV
Zbirka Javnost

Ljubljana, 2026

ZAČARANI KROG MEDIJEV: MEDIJSKA PLURALNOST, PISMENOST IN REGULACIJA V SLOVENIJI

Igor Vobič (urednik)
Knjižna zbirka: Javnost
Uredniki knjižne zbirke: Jernej Amon Prodnik, Sašo Slaček Brlek, Ilija Tomanić Trivundža, Igor Vobič

Izdajatelj in založnik: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV
Za založbo: Samo Uhan, dekan
Copyright © po delih in v celoti FDV 2026, Ljubljana
Fotokopiranje in razmnoževanje po delih in v celoti je prepovedano.
Vse pravice pridržane.

Recenzenta: Tomaž Deželan, Monika Kalin Golob
Jezikovni pregled: Megamoment, d. o. o.

Fotografiji na platnicah: Ilija Tomanić Trivundža
Naslovnica: Vasja Ris Lebarič
Prelom: Enooki Kraft

Prva elektronska izdaja.

Dostopno prek: https://ebooks.uni-lj.si/ZalozbaUL/index

Ljubljana, 2026

Financiranje: ARIS – Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost (V5–2297 in P5–0051)

Kataložni zapis o publikaciji (CIP) pripravili v Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani
COBISS.SI-ID 276261891
ISBN 978-961-295-151-1 (PDF)

KAZALO VSEBINE

Predgovor 5

UVOD 9

Slavko Splichal:
Medijska pluralnost in pismenost kot infrastruktura delujoče javnosti 11

RAZISKOVALNE ŠTUDIJE 35

Igor Vobič, Marko Robnik Šikonja, Aleš Žagar, Boris Mance:
Med pluralizacijo in homogenizacijo: raznolikost novic v slovenski medijski krajini v dobi digitalizacije 37

Tanja Kerševan, Sašo Slaček Brlek, Ilija Tomanić Trivundža, Melita Poler:
Pismenost za demokracijo v digitalnem okolju: generacijske ranljivosti in strukturne pomanjkljivosti v Sloveniji 69

Jernej Kaluža, Jernej Amon Prodnik, Nana Čemas, Nina Žnidaršič, Slavko Splichal, Jan Kostanjevec:
Medijski pluralizem kot prostor političnega boja: akterji na področju medijske zakonodaje med strukturnimi spremembami družbenega komuniciranja 95

ZAKLJUČNI PREMISLEKI IN PRIPOROČILA 125

Igor Vobič, Sašo Slaček Brlek, Jernej Kaluža, Boris Mance, Slavko Splichal:
Kako izstopiti iz začaranega kroga? Priporočila za medijsko pluralnost, pismenost in regulacijo 127

PRILOGE 139

Metodološka pojasnila 141

Avtorice in avtorji 164

Pojasnila in izjave avtoric in avtorjev 167

PREDGOVOR

> *In vse skupaj je bil en sam začaran krog. Sanjal je. Potem se je spomnil ene stvari, ki je mašine ne znajo. Potem je sanjal o neki mašini in videl, da dejansko zna tisto, kar se je njemu zdelo nemogoče. In tako naprej, dokler ni nasanjal cele mašine, ki je strigla lase kot navita.*
>
> Vonnegut, Kurt (1952/2014): *Klavirski avtomat*. Ljubljana: Založba Sanje, str. 242.

Razdelek o brivcu, ki ga je skrbelo, da bi nekdo izumil mašino za striženje, ki ga bo spravila ob službo, nato pa jo je v začaranem krogu »nasanjal« sam in obogatel, lahko razumemo kot metaforo širših družbenih odnosov in tehnoloških sprememb. Vonnegutov prvi roman *Klavirski avtomat*, ki je ob svojem izidu skozi kritiko tehnologije opozarjal na dehumanizacijo povojne družbe, sodobnosti nastavlja ogledalo: v njem se zrcalijo tehnološke spremembe ter začarani krog družbenih pričakovanj, strahov, hajpa, mnogoterih interesov in njihovih posledic. Take povratne zanke so značilne tudi za razvoj medijev, v katerem se razmerja med tehnološkimi spremembami, javnimi zavezami, političnimi interesi, ekonomskimi strukturami in državljanskimi kompetencami oblikujejo v kompleksno in pogosto protislovno konfiguracijo. Zato je metafora začaranega kroga učinkovita prizma za analitično obravnavo medijske pluralnosti, pismenosti in regulacije kot ključnih pogojev demokratičnega komuniciranja – in hkrati njegovih osrednjih problemov.

Monografija *Začarani krog medijev: Medijska pluralnost, pismenost in regulacija*, ki je nastala na podlagi zaključnega poročila ciljnega raziskovalnega projekta Medijska krajina v Sloveniji med pluralizacijo in homogenizacijo (V5–2297; 1. 10. 2022–30. 9. 2025), ponuja celovit vpogled v stanje slovenskega medijskega okolja v obdobju intenzivnih družbenih in tehnoloških sprememb ter opozarja na ključne razvojne probleme, s katerimi se sooča demokratična javnost. Triletni raziskovalni projekt, ki sta ga sofinancirala Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije ter Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije (ARIS), je v središče postavil razumevanje medijske pluralnosti in medijske pismenosti kot dvojne infrastrukture demokratičnega komuniciranja. Medijska pluralnost zagotavlja raznolikost virov, glasov in vsebin, ki je predpogoj za uresničevanje medijskega pluralizma kot demokratične vrednote, medijska pismenost pa označuje kognitivne in družbene zmožnosti državljanov, da informacije kritično presojajo, uporabljajo in

razumejo. Ti vzajemni in notranje odvisni infrastrukturi demokratičnega komuniciranja ni mogoče ohranjati brez medijske regulacije, usmerjene v zagotavljanje strukturnih pogojev pluralnosti medijske krajine in medijske pismenosti državljanov.

V uvodnem delu Slavko Splichal razčleni temeljne konceptualne razlike med medijskim pluralizmom kot normativnim idealom demokratičnega komuniciranja in pluralnostjo kot empirično raznolikostjo medijske krajine ter ju umesti v širši okvir medijske pismenosti in regulacije kot medsebojno povezanih pogojev delujoče demokratične javnosti. V osrednjem delu monografije sledijo tri raziskovalne študije, ki obravnavajo: raznolikost novic v slovenski medijski krajini (Igor Vobič, Marko Robnik Šikonja, Aleš Žagar, Boris Mance), stanje medijske pismenosti v Sloveniji v digitalni dobi in njegove probleme (Tanja Kerševan, Sašo Slaček Brlek, Ilija Tomanić Trivundža, Melita Poler) ter medijske politike in regulacijo kot prostor političnega boja (Jernej Kaluža, Jernej Amon Prodnik, Nana Čemas, Nina Žnidaršič, Slavko Splichal, Jan Kostanjevec). Analize združujejo kvalitativne in kvantitativne raziskovalne pristope ter temeljijo na sodelovanju raziskovalcev in raziskovalk Centra za raziskovanje družbenega komuniciranja (FDV UL) ter Laboratorija za strojno učenje in jezikovne vire (FRI UL). Vsaka raziskovalna študija ima metodologijo opredeljeno v ustreznem poglavju, medtem ko so podrobnejša metodološka pojasnila zbrana v posebni prilogi na koncu monografije. Na podlagi teoretskega okvira, kontekstualnega ozadja in izvirnih empiričnih podatkov raziskava opozarja na sistemska tveganja, ki oblikujejo slovensko medijsko krajino.

Osrednja ugotovitev monografije je, da so pluralnost, pismenost in regulacija medsebojno soodvisni pogoji za delovanje demokratične javnosti. Oslabitev enega elementa vedno ogrozi tudi druga dva: zmanjšuje odpornost medijskega sistema, krepi ranljivost državljanov v družbenem komuniciranju in otežuje vzpostavljanje kritične javne razprave. Ugotovitve kažejo, da je pluralnost okrnjena zaradi homogenizacije novic, pismenost ostaja šibka, zlasti pri ranljivih skupinah, regulacija pa orodje političnega boja, s katerim se problemi koncentracije medijskega lastništva in fragmentacije občinstev zgolj poglabljajo in krnijo demokratičnost medijske krajine v državi. To pomeni, da empirična raznolikost medijske krajine in številčnost medijev v njej sama po sebi ne pomeni uresničevanja pluralizma kot normativnega demokratičnega ideala, ki zadeva vidnost in slišnost različnih glasov, kritiko oblasti in informirano javno razpravo.

Monografija ne prinaša zgolj analitičnih spoznanj, temveč v zaključku tudi usmerjena priporočila za odločevalce. Izpostavlja potrebo po dolgoročnem in usklajenem delovanju na področjih medijske pluralnosti, pismenosti, regulacije in raziskovanja. Ključna priporočila med drugim

vključujejo krepitev institucionalne avtonomije in stabilnega financiranja javnega zavoda RTV Slovenija ter Slovenske tiskovne agencije (STA). Pomembna je tudi celovita prenova tretjega medijskega sektorja. Nadalje priporočila zajemajo zaostritev regulacije kot odziv na problem koncentracije medijskega lastništva ter krepitev varovalk uredniške avtonomije. Predlagana je reforma javnega financiranja medijev z vzpostavitvijo neodvisne agencije za razvoj novinarstva in javnega sklada za novinarstvo. Poseben poudarek je namenjen nacionalnemu strateškemu okviru medijske pismenosti, ki naj bo vključen v izobraževanje, temelji na kritični refleksiji in vključuje ciljne programe za starejše. Priporočila vključujejo tudi krepitev regulatorjev, ustanovitev posebnega medijskega observatorija ter izboljšanje zakonodajnih procesov z več transparentnosti in boljšo koordinacijo med resorji.

Knjiga vsega naštetega ne bi združevala brez pomoči in podpore Založbe FDV, predvsem Hermine Kranjc, ki je s svojo zavzetostjo pomembno prispevala k nastanku monografije. Zahvala je namenjena tudi Nani Čemas za natančen tehnični pregled besedila, Iliji Tomaniću Trivundži za fotografiji na platnicah ter Vasji Risu Lebariču za oblikovanje platnic. Posebej je treba izpostaviti znanstvenoraziskovalno delo avtoric in avtorjev poglavij, ki so s teoretskimi uvidi, premišljeno metodologijo in z analitično natančnostjo omogočili prikaz ključnih procesov sodobne medijske krajine v Sloveniji ter tako nadalje odprli prostor za razmislek o pogojih demokratične javnosti. Pri tem sta jim bili v pomoč dragoceni recenziji Tomaža Deželana in Monike Kalin Golob. H knjigi je odločilno prispeval ARIS, saj je sofinanciral njen nastanek tudi skozi raziskovalni program Množični mediji, javna sfera in družbene spremembe (P5–0051; 1. 1. 2022–31. 12. 2027).

Homogenizacija novic, nekritične uporabe medijev in informacij na medmrežju ter neučinkovitosti regulacije tvorijo začarani krog, v katerem posledice rojevajo nove vzroke. Problemi medijev v Sloveniji se v njem zgolj poglabljajo. Začarani krog je mogoče prekiniti le s celovitimi strukturnimi spremembami medijske krajine in medijskih politik, s katerimi bi mediji v prihodnje lahko izpolnjevali svoje demokratične funkcije. Če si sposodimo Vonnegutovo metaforo: demokratična medijska krajina se ne bo spontano vzpostavila kot rezultat trga in tehnologije, zato jo je treba »nasanjati«, vendar ne kot iluzijo, temveč kot konkretno politično intervencijo, utemeljeno na idealu demokratične javnosti, s katero bi lahko kot družba presegli obstoječa politična, ekonomska, kulturna in tehnološka razmerja ter prekinili začarani krog medijev.

Ljubljana, 8. februar 2026
Igor Vobič

UVOD

MEDIJSKA PLURALNOST IN PISMENOST KOT INFRASTRUKTURA DELUJOČE JAVNOSTI

Slavko Splichal

1 UVOD

Problemi medijske pluralnosti in pismenosti spadajo med osrednja vprašanja sodobnih razprav o demokraciji. Pluralnost je bila sprva razumljena kot spontana posledica svobode izražanja in tržne tekmovalnosti. Sčasoma se je izkazalo, da trg sam po sebi ne zagotavlja raznolikosti, zato je pluralnost začela veljati za javno dobrino, ki zahteva aktivno institucionalno zaščito. Vzporedno se je razvijalo razumevanje pomena medijske pismenosti – od funkcionalnega znanja branja in pisanja do kompleksnih kompetenc kritične interpretacije informacij in refleksivne participacije v javnem življenju.

Čeprav se pluralnost in pismenost pogosto obravnavata v različnih okoljih – pluralnost kot raznolikost struktur in virov v okviru medijske politike in regulacije, pismenost kot kompetenca posameznikov za kritično uporabo informacij v okviru izobraževanja in kulturnih praks –, je prav njuna povezanost ključna za razumevanje pogojev demokratične javnosti. Demokracija ne more obstajati zgolj ob formalni raznolikosti medijev, če državljani niso sposobni prepoznati, razumeti in ovrednotiti raznolikih glasov. Prav tako ne more uspevati tam, kjer obstajajo pismeni in kritični posamezniki, a jim okolje ponuja le homogenizirane, komercializirane ali algoritemsko filtrirane vsebine: visoka raven pismenosti brez ustrezno pluralnega okolja vodi v navidezno kritičnost, ki je v resnici omejena na ozko paleto enoglasnih sporočil.

Digitalne platforme, algoritmi in umetna inteligenca v sodobnosti postavljajo probleme pluralnosti in pismenosti v novo perspektivo: ustvarjajo vtis skoraj neomejene pluralnosti, a hkrati uvajajo nove oblike nevidne regulacije, ki odločajo o tem, kaj je vidno in kaj ne. Prav tako so pismenostne vrzeli vse očitnejše: digitalne veščine še ne pomenijo kritične zmožnosti razlikovanja med verodostojnimi in manipulativnimi viri. Zato je nujno pluralnost in pismenost obravnavati kot soodvisni kategoriji, ki skupaj tvorita »infrastrukturo« demokratičnega komuniciranja – strukturno raznolikost virov in vsebin ter kognitivno zmožnost državljanov, da to raznolikost uporabljajo pri oblikovanju mnenj in odločitev.

Empirični vpogledi tudi v Sloveniji razkrivajo, da formalno pluralno okolje še ne zagotavlja kakovostne javne razprave, če je hkrati raven zaupanja v verodostojnost medijev nizka in so sposobnosti kritične interpretacije omejene. Majhni trgi, politični pritiski in vpliv globalnih platform še dodatno zaostrujejo ta problem. Slovenija je tako med državami, ki na mednarodnih lestvicah pluralnosti in pismenosti dosegajo povprečne rezultate – ne kaže drastičnih pomanjkljivosti, a tudi ne dosega visoke ravni državljanske opolnomočenosti.

Kot rečeno, sta pluralnost in pismenost pogosto obravnavani kot ločeni kategoriji: prva se nanaša na strukturo in raznolikost medijskih virov, druga na kompetence državljanov pri kritični uporabi in interpretaciji medijskih vsebin. Toda že bežen vpogled v zgodovino demokratičnih teorij pokaže, da sta dimenziji tesno povezani. Demokracija ne more obstajati zgolj ob formalno zagotovljeni pluralnosti medijskih vsebin, če občinstva niso sposobna raznolikost prepoznati, razumeti in ovrednotiti. V tem smislu pluralnost deluje kot *strukturni pogoj* javnega komuniciranja: zagotavlja dostop do različnih glasov, perspektiv in interpretacij. Pismenost pa predstavlja *subjektivni pogoj*: pomeni sposobnost posameznikov, da razlike med temi glasovi prepoznajo, jih povežejo s širšim družbenim kontekstom in jih uporabijo za orientacijo v javnem življenju.

Raziskovanje obeh kategorij razkriva njuno soodvisnost. Brez pluralnih virov pismenost nima pomena, saj nima podlage, na kateri bi se lahko udejanjala. Brez pismenosti pa pluralnost izgubi demokratični potencial, saj raznolike vsebine ostanejo neprepoznane, nerazumljene ali pa jih posamezniki zaradi kognitivnih bližnjic obravnavajo kot šum. Zato je o pluralnosti in pismenosti smiselno govoriti kot o *dvojni infrastrukturi demokratičnega komuniciranja*: o institucionalni (pluralnost) in kognitivno-kulturni (pismenost). Delujoča javnost nastaja šele v njunem preseku, v katerem se strukturni pogoji srečajo s sposobnostjo državljanov, da jih uporabijo za oblikovanje mnenj in stališč o skupnih zadevah.

Ta perspektiva odpira tudi pomembno *normativno vprašanje*: Ali je mogoče medijsko politiko oblikovati tako, da hkrati spodbuja pluralnost in pismenost? Zgodovinsko gledano so bile regulativne politike pogosto osredinjene na en vidik – na primer na omejevanje koncentracije lastništva ali na spodbujanje izobraževalnih vsebin –, redko pa na njuno povezovanje. V zadnjem desetletju se je ta vrzel začela zmanjševati z evropskimi in mednarodnimi pobudami, ki medijsko pismenost razumejo kot *integralni element pluralnosti*. Raznolikost medijskih virov je smiselna le, če jo državljani znajo uporabljati; hkrati pa razvoj pismenosti predpostavlja okolje, ki ponuja dovolj raznolike in dostopne vsebine.

2 MEDIJSKA PLURALNOST, RAZNOVRSTNOST IN PLURALIZEM

Pojem medijske pluralnosti se je začel uveljavljati vzporedno z razvojem modernih demokracij in javnosti. Že klasične liberalne teorije svobode tiska so pluralnost implicitno vključevale kot naravno posledico odprave cenzure in oblikovanja svobodnega trga idej. V tej perspektivi je bila naloga države predvsem *negativna*: odstraniti ovire za svobodno izražanje, pluralnost pa naj bi nato spontano izhajala iz konkurence različnih glasov. Kot je pisal že Kant, je treba samo omogočiti svobodo izražanja, pa bo zacvetela javna raba razuma. Tako liberalno razumevanje je dolgo prevladovalo, še posebej v angloameriškem prostoru, kjer je bila svoboda izražanja razumljena skoraj izključno kot individualna svoboščina, ne pa tudi kot kolektivna dobrina.

Vendar pa so že zgodnji kritiki opozorili, da *trg sam po sebi ne zagotavlja pluralnosti*. Procesi koncentracije lastništva in komercialne logike lahko, nasprotno, vodijo v homogenizacijo vsebin, prevlado dominantnih glasov in marginalizacijo manjšinskih perspektiv. Evropske tradicije – denimo socialno-liberalne in demokratično-korporativne – so zato bolj poudarjale *pozitivne obveznosti države*: ne zgolj varovati svobodo izražanja, temveč tudi aktivno zagotavljati raznolikost medijev, javno radiotelevizijo in podporo manjšinskim glasovom.

V drugi polovici preteklega stoletja je predvsem hiter razvoj televizije z naraščajočo količino zabavnih vsebin spodbudil razprave o vplivu medijev na kognitivne in afektivne procese ter kompetence ljudi. Vprašanja, povezana z raznolikostjo medijskih vsebin ter z zmožnostjo njihovega razumevanja, vrednotenja in kritične uporabe, so vse bolj prihajala v ospredje raziskovalnega, regulativnega in pedagoškega zanimanja. Na to usmeritev je pomembno vplival George Gerbner, ki je v šestdesetih letih 20. stoletja v okviru projekta Cultural Indicators predstavil teorijo kultivacije (*cultivation theory*; Gerbner, 1969), ki preučuje vpliv televizije na gledalce in izhaja iz hipotez, da dolgotrajna izpostavljenost medijem, zlasti televizijskim vsebinam, oblikuje način dojemanja sveta in vedenja, in da čim bolj ljudje gledajo televizijo, tem bolj se njihova predstava o resničnosti približuje reprezentacijam na televizijskem zaslonu in odstopa od »zunajmedijske« dejanskosti. Podobno je koncentracija medijskega lastništva v Italiji v 80. letih 20. stoletja, ko je Silvio Berlusconi nadzoroval več ključnih televizijskih kanalov, sprožila razpravo o tem, kako monopolno lastništvo vpliva na pluralnost in možnosti za demokratično razpravo.

Razvoj medijev in njihovo raziskovanje sta v središče razprav postavila medijsko *pluralnost* (*raznovrstnost*) in *medijsko pismenost* kot ključna teoretska pojma. Pomena obeh pojmov sta se pomembno spreminjala, postajala vse kompleksnejša in pogosto specifično zrcalila čas, prostor, politični kontekst in prevladujoče normativne okvire medijskega sistema. Čeprav sta se pojma (oziroma področji) pogosto obravnavala ločeno – pluralnost in pluralizem predvsem na področju medijske politike in regulacije, pismenost pa v okviru izobraževalnih in kulturnih politik –, pa zlasti v dobi digitalnih platform, algoritemskega usmerjanja in informacijskih kriz postaja vse jasneje, da sta globoko soodvisna in komplementarna. Razumevanje njune soodvisnosti je ključno za razmislek, kako lahko medijski sistemi podpirajo demokratično kulturo v obdobju digitalnih transformacij, informacijskih kriz, družbene polarizacije ter globalnega širjenja dezinformacij in algoritemsko posredovanih vsebin.

Tabela 1: Tipologija medijske pluralnosti/pluralizma

Tip	Cilj	Vir
Strukturna pluralnost	Raznolikost lastnikov, kanalov, virov; zagotavljanje dostopa; preprečevanje koncentracije	»Pluralizem je lahko notranji (znotraj enega medija) ali zunanji (med več mediji) in se nanaša na raznolikost v lastništvu in nadzoru medijev« (Evropska komisija, 2009).
Vsebinska pluralnost	Raznolikost idej, glasov, perspektiv; reprezentacija različnih družbenih skupin in stališč	»Pluralizem vsebin pomeni raznolikost stališč in informacij v medijih ter dostop do različnih medijskih vsebin« (Svet Evrope, 2007).
Normativni pluralizem	Podpora deliberaciji, vključenosti, kritiki moči; pluralnost kot demokratična vrednota	»Medijske pluralnosti ne gre razumeti zgolj kot raznolikost vsebin ali lastništva, temveč kot niz pogojev za demokratični javni diskurz« (Karppinen, 2007).
Algoritemska/ platformska pluralnost	Pluralnost na digitalnih platformah; razkrivanje algoritmov, preprečevanje filtrirnih mehurčkov	»Spletna medijska okolja pomenijo novo tveganje za pluralizem, kot so nepregledni algoritmi in personalizirani nabori novic« (CMPF, 2022).

Pojem *medijske pluralnosti* se začne sistematičneje uporabljati v drugi polovici 20. stoletja, zlasti v evropskem prostoru, v povezavi z razpravami o zakonski regulaciji, ki bi preprečevala koncentracijo lastništva medijev in spodbujala raznolikost medijskih vsebin (McQuail, 1992; van Cuilenburg, 2007; Doyle, 1997). V teh okvirih je bila pluralnost razumljena predvsem kot zagotovilo za raznolikost mnenj, informacij in virov v javni sferi, čeprav so medijski lastniki pogosto izpodbijali dokaze o negativnem vplivu koncentracije medijev na medijsko pluralnost in raznolikost, češ da takega vpliva ni mogoče dokazati, in kritizirali oblikovalce medijskih

politik, da se nanje sklicujejo le zato, da bi odložili sprejemanje odločitev, ki bi omogočile tržni razvoj v medijskem sektorju. Denis McQuail (1992) je pluralnost razumel kot ključni normativni kriterij za ocenjevanje delovanja medijskih sistemov, medtem ko je Gillian Doyle (2002) poudarjala povezavo med lastništvom in dostopom do raznolikih vsebin. Evropska komisija (2009) medijsko pluralnost definira kot »zagotavljanje raznolikosti virov informacij, stališč in kulturnih izrazov, ki so dostopni javnosti«, Svet Evrope (2007) pa jo opredeljuje širše – kot strukturno, notranjo in vsebinsko raznolikost.

Medtem ko je bil pojem medijske pluralnosti sprva omejen na ekonomsko in politično razsežnost, zlasti na vprašanja lastništva, dostopa in distribucije, se je pozneje razširil na kulturne, vsebinske in jezikovne vidike raznolikosti, pri čemer so raziskovalci začeli opozarjati na pomen identitetne in kulturne raznolikosti. V tem obdobju se je pomen pojma medijska pluralnost zelo razširil, tako da odtlej vključuje: a) pluralnost in raznolikost medijskih ponudnikov; b) svobodo in dostopnost medijev; c) vsebinski pluralizem, raznolikost idej in kakovost vsebin (v javnem interesu); d) raznolikost novičarskih virov; e) neodvisno in dekoncentrirano uredniško prakso pri oblikovanju novic; f) raznolikost in preglednost lastništva medijev; g) kulturno in družbeno raznolikost v medijskih programih ter reprezentacijo različnih idej v medijih (van Cuilenburg, 2007; Karppinen, 2007). Digitalizacija in platformizacija sta prinesli dodatno dimenzijo platformne in algoritemske pluralnosti, saj transparentnost algoritmov in raznolikost priporočilnih sistemov odločilno vplivata na to, kateri glasovi so v javni sferi slišani (Helberger, 2015; Napoli, 2019).

2.1 Pluralnost in pluralizem

Pojem raznolikosti delno razrešuje terminološko zadrego, ki jo prinaša raba izrazov medijska pluralnost in medijski pluralizem kot sopomenk, kar povzroča pojmovne nejasnosti. V angleščini sicer obstaja jasna pomenska razlika med *plurality* kot empiričnim opisom stanja (npr. število virov, raznolikost vsebin) in *pluralism* kot normativnim idealom raznolikosti in vključevanja različnih glasov (Karppinen, 2007). V slovenščini razlika med pluralnostjo in pluralizmom ni standardizirana, vendar jo lahko uporabimo podobno: pluralnost kot dejansko stanje v medijskem sistemu, pluralizem kot vrednoto oziroma politični cilj. Podobna terminološka nedoslednost obstaja tudi v francoščini, nemščini in španščini, kar nakazuje zahtevo po večji pojmovni natančnosti v mednarodnih primerjavah, predvsem zato, ker ta distinkcija ni le terminološka, ampak ima *normativne posledice*: razprava o pluralnosti se lahko ustavi pri empiričnem štetju medijev in vsebin, medtem ko razprava o pluralizmu zahteva vrednotenje, ali ta raznolikost

na primer dejansko omogoča demokratično razpravo in vključevanje marginaliziranih glasov.

V teoretskem smislu je torej pomembno razlikovati med *pluralnostjo kot empiričnim stanjem* (merljiva raznolikost akterjev, medijskih virov, lastništva, vsebin) in *pluralizmom kot normativnim idealom* (vrednota demokratične družbe, ki zahteva aktivno skrb za raznolikost glasov). Pluralnost je mogoče meriti s kazalniki na treh, med seboj povezanih ravneh: strukturni (lastništvo, trgi, platforme), vsebinsko-žanrski (teme, pogledi, viri) in izpostavljenostni (dejanska vidnost/doseg vsebin v publikah in na platformah), medtem ko pluralizem označuje presojo, zakaj je raznolikost pomembna in kako naj jo zaščitimo. Brez tega razlikovanja pogosto prihaja do nesporazumov – denimo, ko visoko število virov napačno razumemo kot dokaz pluralizma, četudi so vsi podrejeni isti logiki komercializacije ali algoritmičnega profiliranja.

Medijska pluralnost se danes kaže v več razsežnostih. *Strukturna pluralnost* vključuje številčnost in raznolikost medijskih lastnikov in platform, kar naj preprečuje koncentracijo moči in omogoča svoboden trg idej. *Vsebinska pluralnost* poudarja raznolikost mnenj, tem in glasov v medijskih vsebinah, s čimer prispeva k reprezentativnosti družbe. *Demokratično-normativni pluralizem* pa pluralnost razume kot temeljno vrednoto demokratične družbe, v kateri je javna razprava temelj odločanja.

Pomemben razvoj v konceptualizaciji pluralnosti sta spodbudila digitalizacija komunikacijskih tehnologij in pojav novih medijev v 21. stoletju. Tradicionalna regulacija, ki je bila usmerjena predvsem v preprečevanje koncentracije lastništva, ni več zadostovala za obvladovanje novih izzivov. Z razvojem integriranih javno-zasebnih digitalnih komunikacijskih omrežij in s prevlado globalnih platform se je razprava o pluralnosti razširila na vprašanja o »interaktivni pluralnosti« – transparentnosti delovanja platform, algoritemski raznolikosti ter vplivu priporočilnih sistemov in personalizacije, ki opozarja na vpliv priporočilnih sistemov in personalizacije vsebin na (zmanjševanje) pluralnosti uporabnikom dostopnih virov ter pomembnost preglednosti delovanja algoritmov in nadzorovanja digitalnih okolij (Helberger, 2015; Napoli, 2019). Tako se je tipologiji medijske pluralnosti pridružila še kategorija platformne in algoritemske pluralnosti, s čimer pluralnost postaja čedalje kompleksnejši in dinamičnejši pojem: ne pomeni le mnoštva virov, ampak vključuje tudi pogoje njihove dostopnosti, neodvisnosti in vidnosti v (digitalnem) okolju, v katerem algoritmi močno vplivajo na to, kateri glasovi so slišani in kateri potisnjeni na rob.

Po drugi svetovni vojni se je pluralnost uveljavila kot *osrednje merilo demokratične kakovosti medijskega sistema*. Mednarodne organizacije (npr. Svet Evrope, UNESCO) so jo začele umeščati v svoje dokumente,

pogosto skupaj z načelom dostopnosti in participacije. V tem obdobju se pluralnost ni nanašala samo na število in raznolikost medijskih organizacij, ampak tudi na *notranjo pluralnost* – torej raznolikost znotraj posameznih medijev, zlasti javnih servisov.

Z digitalizacijo in internetom je koncept pluralnosti dobil nove razsežnosti. Povečana dostopnost in množica novih akterjev sta ustvarili vtis, da je pluralnost skoraj samoumevna. A hkrati so se pojavile nove oblike koncentracije – algoritmične in podatkovne – ki niso vezane le na lastništvo, temveč na *nevidno regulacijo dostopa in vidnosti*. Zato danes govorimo o pluralnosti, ki je odvisna ne samo od institucionalnih struktur in zakonodaje, temveč tudi od tehnoloških in podatkovnih režimov.

Pluralnost danes tako ni več le *statistična kategorija*, ampak *strukturna lastnost demokratičnega komuniciranja*. Zgodovina razprav o pluralnosti medijev kaže, da so se predstave o tem, kaj pluralnost pomeni, ves čas spreminjale – od tržne tekmovalnosti, prek institucionalnih obveznosti, do digitalno-algoritemskih pogojev komuniciranja. To pa odpira vprašanje, ali je mogoče pluralnost v digitalni dobi še vedno razumeti kot samoumevno posledico svobode izražanja ali pa jo moramo dojemati kot krhko in nenehno ogroženo dobrino, ki zahteva regulativno intervencijo države.

2.2 Medijska raznolikost

Pomen pojma pluralnost se je izostril s konceptualizacijo medijske raznolikosti, ki postavlja raznovrstnost medijskih vsebin pred številčnost medijskih ponudnikov, ter z razlikovanjem med *odprto medijsko* raznolikostjo (*open media diversity*) in *zrcalno medijsko raznolikostjo* (*reflective media diversity*) kot komplementarnima normativnima meriloma za empirično merjenje stopnje medijske raznolikosti v družbi. Čeprav se merili dopolnjujeta, izhajata iz različnih poudarkov in predstavljata različna pristopa k vprašanju, kako zagotoviti medijsko pluralnost.

Odprta medijska raznolikost izhaja iz ideje medijev kot »trga idej« in temelji na načelu diverzifikacije ponudbe. Njen primarni cilj je zagotoviti dostop do medijskega prostora čim širšemu spektru akterjev, in to ne glede na njihovo ozadje, prepričanje ali politično pripadnost. Ključna zahteva je, da medijski sistem zagotavlja širok nabor vsebin, žanrov, tem in perspektiv, ki so državljanom na voljo. V tem pogledu pluralnost pomeni predvsem svobodno izbiro – ljudem je omogočen dostop do različnih glasov in lahko sami presojajo, katere vire bodo uporabili. V praksi to pomeni analizo, ali imajo različne politične stranke, civilne družbe, manjšinske skupine in marginalizirani interesi enake možnosti, da svoja stališča predstavijo v javnosti. Ta pristop odraža liberalno tradicijo, po kateri se resnica in kakovostna javna razprava oblikujeta s konkurenco

idej na odprtem trgu informacij. Slabost takega razumevanja je, da zgolj široka ponudba še ne zagotavlja dejanske prisotnosti vseh pomembnih glasov, saj nekatere družbene skupine ostajajo marginalizirane.

Normativ *zrcalne medijske raznolikosti* izhaja iz načela reprezentativnosti oz. iz razumevanja medijev kot »zrcala družbe«. Ta norma ne meri le dostopa in pestrosti ponudbe, ampak tudi to, kako dobro so različne družbene skupine dejansko zastopane v medijskih vsebinah, torej ali medijska vsebina *odraža* dejansko socialno, kulturno in politično raznolikost družbe. Pri tem je poudarek na reprezentaciji, na primer, ali so različne demografske skupine (npr. etnične, spolne, regionalne) predstavljene sorazmerno in avtentično, brez stereotipov. Zrcalna raznolikost torej meri, v kolikšni meri mediji »zrcalijo« ključne razsežnosti družbe kot celote. Slabost tega pristopa je nevarnost, da pretirano osredinjanje na proporcionalnost zanemari kakovost in raznolikost znotraj posameznih skupin. Tabela 2 prikazuje ključne razlike med obema normativoma.

Tabela 2: Odprta in zrcalna medijska raznolikost

Merilo	Odprta medijska raznolikost	Zrcalna medijska raznolikost
Normativni cilj	Dostop državljanov do širokega nabora različnih vsebin in glasov	Odsev družbene strukture v medijskih vsebinah; vidnost vseh družbenih skupin
Temeljno načelo	Obstajati mora čim več različnih medijskih vsebin (ponudbeno načelo).	Družbene skupine morajo biti v medijih proporcionalno zastopane (odsevno načelo).
Glavni kriterij	Širina in pestrost ponudbe (tem, žanrov, perspektiv)	Zastopanost različnih družbenih, političnih, kulturnih, etničnih skupin
Možna enostranskost	Raznolikost ponudbe še ne zagotavlja, da so vse skupine dejansko prisotne ali slišane.	Prevelik poudarek na proporcionalnosti lahko zanemari kakovost in raznovrstnost vsebin.

Oba normativa se v praksi (lahko) dopolnjujeta. Odprta raznolikost zagotavlja širino možnosti in pestrost vsebin, zrcalna raznolikost pa, da so vsi družbeni segmenti dejansko zastopani. V slovenskem kontekstu to lahko ponazorimo z razmerjem med javnim servisom RTV Slovenija, katerega zakonska naloga je zagotavljati zrcalno raznolikost, ter komercialnimi mediji, ki utelešajo odprto raznolikost. Kombinacija obeh pristopov naj bi omogočala celovito pluralnost, vendar že primer Slovenije kaže, da zagotavljanje formalnega dostopa (odprte raznolikosti) še ne pomeni nujno kakovostnega odražanja družbene raznolikosti; zaradi komercialnim ponudnikom vsebin skupne težnje po dobičkonosnosti pogosto prihaja do homogenizacije programske ponudbe.

2.3 Razsežnosti pluralnosti

Pluralnost se v raziskovalni in politični praksi najpogosteje operacionalizira s tipologijami, ki poskušajo razmejiti različne ravni ali dimenzije, v katerih se lahko raznolikost medijev in vsebin uresničuje. Najpogosteje se razlikuje med *eksterno* in *interno pluralnostjo*. Eksterna pluralnost se nanaša na raznolikost medijskih organizacij – lastniške strukture, tipologijo akterjev (komercialni, javni, neprofitni), pa tudi na raznolikost političnih ali ideoloških usmeritev, ki jih mediji predstavljajo. Interna pluralnost pa pomeni raznolikost znotraj posameznega medija – uravnoteženost poročanja, zastopanost različnih perspektiv, žanrsko raznolikost in odprtost za marginalizirane glasove.

Ta razmejitev je analitično koristna, a pogosto preveč poenostavljena. V praksi se eksterni in interni vidiki prepletajo. Javni servis, denimo, lahko zagotavlja interno pluralnost tudi v okolju, v katerem je eksterna pluralnost omejena zaradi visoke koncentracije lastništva. Nasprotno pa lahko formalno raznolika medijska krajina ne zagotavlja dejanske raznolikosti, če vsi akterji sledijo istim komercialnim ali senzacionalističnim logikam.

V literaturi se pojavljajo še druge tipologije. Pogosta je razmejitev na *politično pluralnost* (zastopanost različnih ideoloških in interesnih skupin), *kulturno pluralnost* (raznolikost jezikov, manjšinskih in etničnih glasov, kulturnih izrazov) ter *ekonomsko pluralnost* (raznolikost lastniških in finančnih modelov, ki omogočajo neodvisno delovanje). Nekateri avtorji dodajajo še *geografsko pluralnost* (uravnoteženost med centri in periferijami) ter *tehnološko pluralnost* (dostopnost različnih komunikacijskih kanalov, od tiska do digitalnih platform).

V digitalni dobi so se pojavile nove dimenzije, ki jih klasične tipologije niso predvidevale. Ena najpomembnejših je *algoritemska pluralnost* – raznolikost, ki jo posredujejo ali omejujejo algoritmične odločitve platform, od personalizacije vsebin do moderiranja. Druga je *podatkovna pluralnost*, ki se nanaša na raznolikost virov podatkov, ki oblikujejo javno vidnost in posledično strukturo javne razprave.

Ključno je razumevanje, da pluralnost ni le opisno dejstvo, temveč tudi *normativno merilo*. Zato raziskovalci pogosto razlikujejo med:

- *deskriptivno pluralnostjo* – dejansko raznolikostjo, ki jo je mogoče empirično izmeriti;
- *normativno pluralnostjo* – pričakovano ravnjo raznolikosti, ki je skladna z demokratičnimi standardi;
- *funkcionalno pluralnostjo* – raznolikostjo z dejanskim učinkom na oblikovanje javnega mnenja, s politično participacijo in kulturno živostjo.

Ta »triangulacija« omogoča razumeti pluralnost ne le kot kvantitativno kategorijo (številčnost virov ali vsebin), ampak tudi kot *kvalitativno lastnost komunikacijskega prostora*. Vprašanje torej ni zgolj, koliko različnih glasov obstaja, temveč tudi, ali ti glasovi resnično pridejo do občinstev, ali omogočajo vpliv na javno razpravo in ali jih državljani prepoznajo kot legitimne prispevke k skupnemu dialogu.

Pluralnost je torej *večdimenzionalni pojem*, ki presega klasične opredelitve in se razteza od lastništva in vsebin do algoritmov, podatkovnih tokov in kulturnih praks. Ta širina pa odpira tudi metodološke izzive: kako pluralnost meriti, kako njene različne dimenzije povezati v celovito sliko in kako preprečiti, da bi se normativna pričakovanja razblinila v zgolj formalistične kazalnike.

Pluralnost zagotavlja *infrastrukturo raznolikosti*. Pomeni, da obstajajo številni viri informacij, različne perspektive, kontrastni ideološki in kulturni okviri, dostopni širši javnosti. Toda raznolikost še ne pomeni demokratične javnosti. Če ljudje niso sposobni razlikovati med zanesljivimi in zavajajočimi informacijami, če ne prepoznajo interesov, ki stojijo za posameznimi diskurzi, ali če ne znajo vzpostaviti povezav med partikularnimi zgodbami in širšim družbenim kontekstom, pluralnost ne prispeva k refleksivni javni razpravi, ampak lahko celo krepi fragmentacijo in polarizacijo.

3 MEDIJSKA (KOMUNIKACIJSKA) PISMENOST

Hkrati z raziskovanjem in razvojem tipologij medijske pluralnosti so se oblikovale tudi različne konceptualizacije medijske pismenosti. Zgodnji pristopi v okviru izobraževalnih in kulturnih politik, ki so odgovarjale na vse večji vpliv množičnih medijev – zlasti televizije in nato digitalnih medijev – so bili paternalistični: opozarjali so na potencialno škodljiv vpliv medijev, zlasti na mlade, in poudarjali nujnost zaščite otrok in mladih pred njimi. Medijska pismenost je bila razumljena predvsem kot sposobnost branja in razumevanja medijskih vsebin; poudarek je bil na zaščiti pred domnevno škodljivimi vplivi medijev, predvsem na mlade (Masterman, 1985).

Sčasoma se je poudarek v konceptualizacijah medijske pismenosti premaknil na razvoj kognitivno-analitičnih sposobnosti, ki posamezniku omogočajo dekodiranje medijskih sporočil in prepoznavanje latentnih vsebin, na primer odnosa do marginaliziranih in hendikepiranih družbenih skupin. Z medijskim opismenjevanjem v šolah naj bi na primer učence naučili kritično vrednotiti televizijske oglase in propagandne vsebine. Medijska pismenost poleg razumevanja medijskih vsebin vključuje tudi

sposobnost njihove kritične analize, ustvarjanja lastnih medijskih prispevkov in aktivnega sodelovanja v javnem prostoru (Livingstone, 2004). Danes se uveljavlja pojem digitalno-državljanske pismenosti, ki združuje kritično razumevanje digitalnih okolij z etično in odgovorno participacijo v javnosti. Sodobna medijska pismenost je tesno povezana z digitalno, informacijsko, vizualno in s podatkovno pismenostjo (Ashley, Maksl in Craft, 2013; Considine, Horton in Moorman, 2009) ter vključuje širok nabor znanja, veščin in državljanskih kompetenc, pomembnih za zavestno, etično in učinkovito vključevanje v čedalje kompleksnejše digitalno posredovane komunikacijske tokove (Frau-Meigs, Velez in Flores Michel, 2017).

Tabela 3: Tipologija medijske pismenosti

Tip	Cilj	Vir
(Samo)zaščitna pismenost	Zaščita uporabnika kot ranljivega gledalca pred škodljivimi vsebinami	Medijska vzgoja je obrambni ukrep, način, kako se zaščitimo pred manipulacijo (Masterman, 1985).
Analitično-interpretativna pismenost	Kritična analiza pomenov in struktur; razumevanje diskurza, reprezentacij	Medijska pismenost je sposobnost dostopa, analize, vrednotenja in ustvarjanja sporočil v različnih kontekstih (Aufderheide, 1993).
Participativna/ ustvarjalna pismenost	Aktivno sodelovanje in ustvarjanje vsebin	Današnja pismenost se nanaša na veščine ustvarjanja vsebin in sodelovanja v digitalnih omrežjih (Jenkins in dr., 2006).
Državljansko-digitalna pismenost	Digitalna državljanska opolnomočenost; sodelovanje v javni sferi	Medijska in informacijska pismenost ljudem omogoča učinkovito sodelovanje z mediji in s ponudniki informacij ter razvoj kritičnega mišljenja in vseživljenjskih učnih veščin (UNESCO, 2011).

Tako na primer v Svetu Evrope (2020) poudarjajo, da

> *biti medijsko pismen pomeni biti sposoben kritično razumeti in ocenjevati medijske vsebine ter odgovorno in varno uporabljati digitalne medijske storitve. Medijska pismenost prispeva k sodelovanju z drugimi v javni sferi, pri čemer uporabljamo ustvarjalni in participativni potencial, ki ga ponujajo nove tehnologije in storitve. Dandanes vključuje tudi razumevanje, kako se podatki uporabljajo ter kako lahko algoritmi in umetna inteligenca vplivajo na medijsko produkcijo in izbire.*

Podobno tudi Evropska komisija (2007) opredeljuje medijsko pismenost kot zmožnost dostopa do medijev, njihovega kritičnega razumevanja in ustvarjalne uporabe v vseh oblikah, medtem ko UNESCO (2011) njen pomen v projektu Media and Information Literacy (MIL) povezuje z

aktivnim državljanstvom, družbeno kohezijo in demokracijo. Praktičen primer izvajanja teh načel so delavnice NAMLE »Media Literacy for All!«, ki promovirajo usposabljanje za aktivno raziskovanje, refleksijo in kritično mišljenje zlasti učencev, razvoj participativne medijske kulture: odgovorno uporabo medijev in konstruktivno sodelovanje z mediji, še zlasti pa vključevanje pismenosti na področju umetne inteligence, ki vključuje usposabljanje državljanov za razumevanje in etično uporabo umetne inteligence in novih tehnologij ter poudarja nujnost zagotavljanja enakosti pri njihovi uporabi. Sestavni del medijske pismenosti postaja tudi »deljena odgovornost« za »ustvarjanje zdrave medijske krajine, ki služi javnemu dobremu« med mediji, tehnološkimi podjetji, vladami in državljani, vključno z zasebnim sektorjem.

Medijska pismenost je tesno povezana z zasebnostno pismenostjo, saj množična obdelava osebnih podatkov odpira vprašanja varstva zasebnosti in digitalnih pravic. Uporabniki družbenih omrežij pogosto razkrivajo osebne podatke za povezovanje v omrežjih, te pa tehnološka podjetja monetizirajo s ciljnim oglaševanjem, kar ni vedno skladno z varstvom zasebnosti (Fuchs, 2012; Tandoc in dr., 2021). Masur (2020) zato predlaga štirirazsežnostni model analize zasebnostne pismenosti, ki razkriva faktično znanje, refleksivne zmožnosti, praktične zaščitne veščine in kritično pismenost o zasebnosti.

V sodobnosti je medijska ali komunikacijska pismenost postala *kognitivno-kulturni pogoj demokratičnega komuniciranja***.** Medijska pismenost, informacijska pismenost, digitalna pismenost so pojmi, ki označujejo sposobnost državljanov, da raznolikost virov kritično ocenjujejo in smiselno uporabljajo. Toda pismenost ne obstaja v kulturnem in socialnem vakuumu; njen pomen ali »uporabna vrednost« prihaja do izraza le v okoljih, ki omogočajo razvoj *avtonomnih* in *neodvisnih* medijev. V prevladujočem pogledu na svobodo medijev kot podjetniško svobodo šteje samo interes za neodvisnost (zasebnih) medijev od »zunanjega« (družbenega in političnega) vmešavanja, ne pa tudi za njihovo avtonomnost. Dejansko je neodvisnost trhlejši temelj svobode medijev v primerjavi z avtonomnostjo. Z neodvisnostjo medijev je določen negativni vidik svobode, »*svoboda od*«, torej odsotnost ovir, omejitev, prisile ali vmešavanja zunanjih dejavnikov, ki bi lahko vplivali na posameznikove ali institucionalne izbire in dejanja za življenje in delovanje. Avtonomnost pa opredeljuje pozitivni vidik svobode, »*svobodo za*«, torej pogoje, sposobnosti, vire in priložnosti za uresničevanje ciljev v skladu z lastnimi (moralnimi) načeli, vrednotami in prepričanjem. Da je svoboda skupni imenovalec avtonomije in neodvisnosti, ne pomeni, da smemo eno nadomestiti z drugo.

4 ODNOS MED PLURALNOSTJO IN PISMENOSTJO

Čeprav sta medijska pluralnost in pismenost pogosto obravnavani ločeno – prva kot strukturna lastnost medijskega sistema in druga kot kognitivna kompetenca posameznika –, je med njima kompleksna in večplastna soodvisnost, ki se je intenzivirala z digitalizacijo in s platformizacijo medijev. Medijska pluralnost in medijska pismenost sta danes sokonstitutivni: pluralnost omogoča raznolike interpretacije sveta, pismenost pa sposobnost orientacije znotraj te raznolikosti. Kot opozarjajo Mihailidis in Thevenin (2013) ter Livingstone (2021), je pluralnost brez pismenosti neučinkovita, saj raznolikost glasov ne doseže demokratičnega učinka, če jih državljani ne znajo kritično obravnavati. Obenem pa pismenost zahteva pluralno okolje, saj kritičnega razumevanja ni mogoče razvijati v enoglasnem, monopoliziranem sistemu. V digitalni dobi sta z vprašanji netransparentnosti in pristranskosti algoritmov, varstva podatkov in boja proti dezinformacijam pojma pluralnosti in pismenosti še tesneje povezana. Medtem ko je v preteklosti veljalo, da je pluralnost nujni pogoj za medijsko opismenjevanje, postaja v obdobju umetne inteligence komunikacijska pismenost v najširšem pomenu pogoj za razvijanje pluralnosti.

Povezovanje medijske pluralnosti in medijske pismenosti je videti nujno iz več razlogov:

(1) Pluralnost medijev brez medijske pismenosti, ki državljanom posreduje znanje in orodja za razpoznavanje, razumevanje in kritično vrednotenje medijev, ne more učinkovati demokratično, saj raznolikost glasov ostaja neizkoriščena možnost, če je državljani ne znajo kritično obravnavati.

(2) Medijska pismenost zahteva pluralno okolje, v katerem so alternativni glasovi sploh dostopni in primerljivi. Brez medijske pluralnosti je pismenost prazna »spretnost«, saj ni mogoče razvijati kritičnega odnosa do medijev v enoglasnem, monopoliziranem okolju.

(3) Medijska pluralnost danes ne zadeva več le raznolikosti lastništva in vsebin, ampak tudi preglednost algoritmov, ki odločajo, katere informacije bodo uporabniki sploh lahko videli. Brez transparentnosti algoritmov in raznolikosti informacijskih tokov je pismenost vredna malo, brez pismenosti pa je pluralnost neizkoriščen potencial. Zato je nujno razumeti vzajemno odvisnost med platformno pluralnostjo in digitalno-državljansko pismenostjo.

Pluralnost in pismenost torej skupaj tvorita *dvojno infrastrukturo demokratičnega komuniciranja*:

- *Medijska pluralnost* kot *objektivna dimenzija* zagotavlja, da obstaja raznolikost ponudbe informacijskih virov in perspektiv.
- *Medijska pismenost* kot *subjektivna dimenzija* posameznikom omogoča, da državljani raznolikost uporabljajo, vrednotijo in vključujejo v oblikovanje svojih stališč.

Njuna soodvisnost je vidna tudi v nasprotni smeri. Brez pluralnosti je pismenost oropana raznolikih gradiv, na katerih bi se lahko udejanjala. Posledica je »pismenost brez vsebine«: državljani so sposobni, a jim okolje ponuja le ozke, homogenizirane informacije. Brez pismenosti pa pluralnost izgubi normativni pomen: obstaja sicer bogata ponudba glasov, a večina ostaja neslišna, neprepoznana ali napačno interpretirana.

To razmerje odpira pomembno *politično vprašanje*, kako oblikovati medijsko politiko, ki bi hkrati spodbujala pluralnost in pismenost. Zgodovinsko so bile politike pogosto parcialne – osredinjene bodisi na regulacijo lastništva in medijskega trga (s ciljem povečati pluralnost) bodisi na izobraževalne programe (s ciljem povečati pismenost). Šele v zadnjem desetletju opažamo več poskusov integracije obeh dimenzij, predvsem na ravni EU, kjer se medijska pismenost prepoznava kot *sestavni del medijske pluralnosti*. To pomeni, da je raznolikost virov smiselna le, če so državljani usposobljeni, da jo kritično uporabljajo, in da razvoj pismenosti predpostavlja raznoliko in dostopno medijsko okolje.

Teoretsko lahko razmerje med pluralnostjo in pismenostjo razumemo tudi kot *dinamičen odnos med strukturo in delovanjem*: struktura (pluralnost) omogoča, da posameznik dostopa do različnih diskurzov, delovanje (pismenost) pa določa, kako se ta dostop preoblikuje v aktivno državljanstvo. Demokracija se uresničuje šele v *presečišču obeh pogojev* – ko je javni prostor hkrati raznolik in refleksivno uporaben.

V obdobju digitalnih platform in umetne inteligence se pomen te soodvisnosti še krepi. Algoritmi lahko umetno ustvarijo videz pluralnosti (veliko različnih virov), ki pa je v resnici lahko navidezna in površinska, če uporabniki niso dovolj pismeni, da bi prepoznali njene omejitve. Po drugi strani lahko visoka raven individualne pismenosti vodi v cinizem ali apatijo, če posamezniki občutijo, da jim je omogočen dostop le do filtriranih, manipulativnih ali enostranskih vsebin. V tem smislu pluralnost in pismenost nista zgolj komplementarna pogoja, temveč *soustvarjalna dejavnika javnosti*. Medijska pismenost se širi v smer digitalnih kompetenc: vključuje kritično presojo algoritmično posredovanih vsebin, razumevanje komercialnih modelov platform ter zavestno upravljanje z

Tabela 4: Povezanost medijske pluralnosti in medijske pismenosti

Pismenost	Pluralnost			
	strukturna	**vsebinska**	**normativna**	**platformna**
Pokroviteljska – (samo)zaščitna	○ (posredna povezava)	● (dostop do raznolikih vsebin)	○	○
Interpretativna – analitična	● (možnost primerjav med mediji)	●● (razumevanje reprezentacije)	● (razumevanje ideologij)	● (kritika algoritmov)
Participativna – ustvarjalna	○	●	●● (opolnomočanje za izražanje)	●● (aktivnost na platformah)
Digitalna – državljanska	●	●● (pluralni diskurz kot državljanska pravica)	●●● (deliberativna demokracija)	●●● (preseganje platformnih omejitev)

Legenda:
●●● = močna povezava
●● = srednja povezava
● = šibka povezava
○ = posredna ali kontekstualna povezava

lastnimi podatki in zasebnostjo (Livingstone in Bulger, 2014). Vključuje tudi sposobnost prepoznavanja dezinformacij in manipulacij, kar je posebej aktualno v kontekstu družbenih omrežij in umetne inteligence. Dezinformacije, polarizacija in erozija zaupanja zahtevajo ne le regulacijo ponudbe na medijskem trgu, temveč tudi krepitev državljanskih kompetenc za uporabo raznolikega medijskega okolja. Le povezovanje obeh pristopov omogoča celovito obravnavo demokratičnih izzivov digitalne dobe. Na ravni politik EU se to povezovanje že odraža. Programi za spodbujanje medijske pismenosti (npr. European Media Literacy Week) se vse bolj povezujejo z regulativnimi pobudami za krepitev pluralnosti, kot sta Evropski akt o svobodi medijev (EUR-Lex, 2024) in Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah (EUR-Lex 2010). UNESCO (2011) prav tako zagovarja sinergijo med pluralnostjo in pismenostjo kot temeljem za demokratično participacijo.

5 REGULACIJA MEDIJSKE PLURALNOSTI IN PISMENOSTI

Institucionalna regulacija neposredno povezuje pluralnost in pismenost kot ključna infrastrukturna segmenta demokratičnega komuniciranja. Tako kot mora država zagotavljati pogoje za pluralno in kakovostno medijsko ponudbo medijskih vsebin, mora zagotavljati pogoje za aktivno vključevanje državljanov v njihovo recepcijo in produkcijo. To postaja posebej očitno z vse bolj prisotno uporabo umetne inteligence v upravljanju javnega komuniciranja.

Zakonodajni posegi so ključnega pomena ne samo za zagotavljanje pluralnosti medijev, ampak tudi za socializacijo algoritmov digitalnih platform, ki usmerjajo komuniciranje. Za boj proti monopolizaciji javnega diskurza s strani platformnih velikanov je pomembna večplastna strategija: preusmeritev priporočilnih algoritmov k javnemu dobremu, in ne k dobičku, vlaganje v neodvisne javne medije, ki so zavezani poglobljenemu poročanju in pluralnosti perspektiv, ter spodbujanje regulativnih pobud, kot je Akt o digitalnih storitvah Evropske unije (DSA; EUR-Lex, 2022), ki nalaga večjo preglednost pri moderiranju vsebin, oglaševanju in sistemih algoritmičnih priporočil.

Čeprav je medijska ali komunikacijska pismenost prvenstveno individualna usposobljenost za kritično recepcijo medijskih vsebin, pa je hkrati tudi rezultat strukturnih pogojev, ki po eni strani določajo, katere vsebine so dostopne in v kakšni obliki, po drugi strani pa postavljajo okvire medijskega opismenjevanja ali vzgoje za medije. Poleg tega je treba pismenost razumeti ne le kot individualno usposobljenost, ampak tudi kot družbeno dobro – primerljivo z zdravstveno ali s finančno pismenostjo –, saj brez komunikacijske pismenosti državljani ne morejo učinkovito sodelovati v demokratičnih procesih. Zato je institucionalna podpora medijski pismenosti enako pomembna kot institucionalna regulacija medijske pluralnosti. Čeprav posamezniki lahko razvijajo svoje kompetence, je za dejanski učinek pomembna sistemska podpora – v obliki izobraževalnih programov, dostopa do kakovostnih medijskih vsebin in omogočanja vključevanja v produkcijo vsebin.

5.1 Pluralnost, avtonomija in neodvisnost medijev

Institucionalno avtonomijo zagotavljajo institucionalni mehanizmi samoregulacije, s katerimi institucije lahko določijo cilje svojega delovanja in jih uresničujejo skladno z etičnimi načeli ter zakoni in običaji delovanja na določenem področju. Avtonomija je konstitutivna lastnost vsakega

področja s samosvojimi zakonitostmi delovanja, na primer medijev, ki mu daje pravico, da zase definira načela svoje legitimnosti. To pomeni, da oblikuje lastna merila vrednotenja, ki so nadrejena ali nasprotna vrednotenjem drugih področij delovanja, s katerimi je v interakciji. Podobno kot avtonomija znanosti temelji na načelu znanstvene izvirnosti nasproti komercialnim dobičkom in politični korektnosti, avtonomija novinarstva in javnostnih medijev temelji na načelu javnosti in iz njega izhajajočih kriterijih vrednotenja kakovosti novinarstva in medijev. Novinarska avtonomija kot rezultat institucionaliziranih mehanizmov samoregulacije (npr. etičnih kodeksov in novinarskih združenj) je tudi ključni element novinarske profesionalizacije.

Institucionalna avtonomija lahko izvira samo iz temeljnega poslanstva in vrednotno določenih ciljev dejavnosti. Če zakon medije zvaja na »ponudnike /…/ programov ali tiskovnih publikacij splošni javnosti na kakršen koli način z namenom obveščanja, zabave ali izobraževanja«, kakor to počne Evropski zakon o svobodi medijev (EMFA, EUR-Lex 2024), iz takega instrumentalnega razumevanja ni mogoče izpeljati normativnih temeljev medijske (in posebej novinarske) avtonomije in samoregulacije kot njenega normativnega temelja. O pomenu samoregulacije je sicer veliko govora v preambuli EMFA, ki poudarja, da je »zanesljiva, vključujoča in splošno sprejeta medijska samoregulacija učinkovito jamstvo kakovosti in strokovnosti medijskih storitev ter je ključnega pomena za zaščito uredniške integritete« (EUR-Lex, 2024). Žal pa v njej ni konkretne usmeritve ali pobude za krepitev profesionalne samoregulacije na področju medijev vsaj na nacionalni ravni, kar bi postavilo trdnejše temelje avtonomiji. Ta primanjkljaj je sicer razumljiv, saj se EMFA posveča zgolj (zaščiti) neodvisnosti »ponudnikov medijskih storitev na notranjem trgu« (prav tam), ne pa normativnim temeljem medijske in novinarske avtonomije. Ne glede na to pa odsotnost instrumentov za zagotavljanje avtonomije medijem ne omogoča razvoja, ki bi povečeval medijsko pluralnost.

Spodbujanje in varovanje avtonomije – in ne le neodvisnosti – medijev je za Slovenijo še posebej pomembno zaradi njene majhnosti. Po eni strani gre za majhen medijski trg, kar pomeni omejene vire, visoko stopnjo koncentracije lastništva in relativno ranljivost pred zunanjimi vplivi. Po drugi strani pa je Slovenija del Evropske unije (EU) in s tem vključena v regulativne in raziskovalne okvire, ki kot ključna merila demokratičnega delovanja medijev obravnavajo medijsko neodvisnost, pluralnost in pismenost, ne pa tudi avtonomije.

Raziskave kažejo, da je slovenski medijski prostor na ravni *eksterne pluralnosti* formalno raznolik – obstajajo različni tiskani in spletni mediji, javni servis RTV, zasebni televizijski kanali, radijske postaje ter številni

digitalni portali. Vendar se ob natančnejšem pogledu pokažejo strukturni problemi. Visoka koncentracija lastništva v rokah nekaj največjih igralcev, odvisnost od oglaševalskih prihodkov in politični vplivi zmanjšujejo dejanski razpon raznolikosti. Tako se pogosto zgodi, da navidezno različni viri reproducirajo podobne agende, kar omejuje raznolikost perspektiv v javni razpravi.

Na ravni *interne pluralnosti* so težave še izrazitejše. Analize poročanja kažejo, da so politične in ideološke delitve pogosto reproducirane na način, ki polarizira javnost, namesto da bi omogočal razumevanje različnih perspektiv. Včasih je pluralnost razumljena predvsem kot izmenjava nasprotujočih si stališč, pri čemer manjka prostor za mediacijo, kontekstualizacijo in razlago. To pomeni, da pluralnost obstaja v kvantitativnem, ne pa nujno v *kvalitativnem smislu*.

5.2 Slovenska medijska pluralnost in pismenost v primerjalni perspektivi

Dozdajšnje raziskave kažejo tesno povezanost med (razmeroma nizko) medijsko pluralnostjo in pismenostjo v Sloveniji. Mednarodne primerjave, kot sta *Media Pluralism Monitor* in *European Media Literacy Index* (Lessenski, 2023), Slovenijo redno uvrščajo med »povprečne« države, saj ne kaže drastičnih pomanjkljivosti, a tudi ne dosega visoke ravni zagotavljanja medijske pluralnosti in pismenosti. Ta »povprečni položaj« je značilen za številne manjše postsocialistične države EU, v katerih so se sicer izoblikovala pravna in institucionalna zagotovila za svobodo medijev, a ostajajo krhka pod pritiskom komercialnih logik, političnih vplivov in digitalnih preobrazb.

Slovenija je v letošnjem poročilu evropskega longitudinalnega raziskovalnega programa Media Pluralism Monitor (Milosavljević in Biljak Gerjevič, 2025) ocenjena kot država s srednjo do višjo stopnjo tveganja za medijsko pluralnost. Čeprav sta temeljna zaščita pravice do izražanja in novinarskih delovnih pogojev na razmeroma visoki ravni, je uveljavljanje normativne ureditve v praksi ocenjeno kot pogosto neučinkovito, počasno, z netransparentnimi odločitvami in odsotnostjo učinkovitega sankcioniranja kršiteljev. Problem so spremljajoče prakse, kot so tožbe SLAPP, nejasne regulacije medijske vsebine, pomanjkljiva zaščita novinarjev pred nadlegovanjem, zlasti na spletu. Poleg tega so delovni pogoji novinarjev v mnogih primerih negotovi, kar vpliva na stabilnost in kakovost medijskih vsebin. S tem je povezana tudi ugotovljena nizka raven zaupanja v medije (in politične institucije), kar je pogosto posledica zaznavanja politične pristranskosti in ekonomske odvisnosti medijev. V primerjavi s povprečjem držav EU sta za Slovenijo

kritični predvsem tržna pluralnost in politična neodvisnost uredništev.

V povprečje med razvitimi in nerazvitimi evropskimi državami Slovenija spada tudi glede medijske pismenosti. Po podatkih Evropskega indeksa medijske pismenosti (Lessenski, 2023), ki ga je pripravil sofijski Open Society Institute, se Slovenija z indeksom 55 uvršča na 19. mesto med 41 evropskimi državami, vendar močno zaostaja za vodilnimi državami, kot so Finska (74), Danska (73) in Norveška (72). Slovenskim državljanom je omogočen razmeroma dober dostop do digitalnih tehnologij in medijev, vendar raziskave kažejo na nizko raven zaupanja v medije ter na omejene sposobnosti kritične interpretacije vsebin. Mlajše generacije so sicer vešče uporabe digitalnih orodij, a to še ne pomeni visoke pismenosti – pogosto se soočajo s težavami pri razlikovanju med verodostojnimi in manipulativnimi viri, še posebej na družbenih omrežjih. Starejše generacije pa so bolj odvisne od tradicionalnih virov, kar ustvarja medgeneracijski razkorak v informacijskih praksah.

6 PLURALNOST IN PISMENOST ZA PRIHODNOST DEMOKRATIČNE JAVNOSTI

Teoretska spoznanja in nekatere – sicer dokaj splošne – primerjalne empirične ugotovitve opozarjajo, da demokratična javnost ne nastane samodejno na temelju formalnih pogojev, ampak zahteva *dinamično ravnovesje med strukturnimi in kognitivnimi dejavniki*. Pluralnost mora biti varovana in spodbujana kot javna dobrina, pismenost pa razvijana kot državljansko opolnomočenje. Teoretske perspektive, ki obravnavajo pluralnost in homogenizacijo, se povezujejo z vprašanjem, komu je omogočen dostop do medijskega prostora, kako so akterji predstavljeni in kako javnosti kritično sprejemajo informacije.

Zapisani razmisleki o medijski pluralnosti in pismenosti niso zgolj ozadje za razumevanje sodobnega medijskega prostora, temveč neposredno usmerjajo tudi zasnovo in analitični načrt empirične raziskave, katere rezultate predstavljamo v nadaljevanju. Vodilo raziskovalnega projekta je vprašanje, *kako zagotoviti pogoje za delovanje demokratične javnosti v obdobju, ko so struktura medijskega sistema in vsakodnevne prakse državljanov podvržene globokim sociotehničnim preobrazbam*. Raziskava torej ni namenjena le ugotavljanju stanja, ampak poskuša pojasniti strukturne omejitve in potenciale za demokratizacijo komunikacijskega prostora v Sloveniji.

Zgodovinski razvoj kaže, da pluralnost nikoli ni bila samoumevna. Sprva razumljena kot spontana posledica svobode izražanja in tržne

konkurence, se je sčasoma pokazala kot dobrina, ki zahteva *aktivno institucionalno zaščito in spodbudo*. Podobno velja za pismenost: čeprav jo pogosto pojmujemo kot individualno kompetenco, gre dejansko za *družbeni proces*, ki je odvisen od izobraževalnih sistemov, kulturnih politik in kakovosti javne sfere. Povezovanje obeh vidikov razkriva, da demokratična javnost potrebuje *dvojno infrastrukturo*: strukturno raznolikost medijskih virov in kognitivno zmožnost državljanov, da to raznolikost uporabljajo pri oblikovanju stališč o skupnih zadevah. Če ena od teh dimenzij oslabi, celoten proces demokratične komunikacije izgubi ravnotežje.

Za prihodnost demokratične javnosti je torej ključno vprašanje, ali bomo pluralnost in pismenost razumeli kot *dopolnjujoča se pogoja* ali pa bomo še naprej obravnavali vsakega posebej. Če bo obveljal drugi pristop, bo nevarnost fragmentacije, apatije in digitalne manipulacije samo naraščala. Če pa nam uspe razviti politike, ki obe dimenziji obravnavajo v medsebojni povezanosti, lahko ustvarimo temelje za *refleksivno javnost* – tako, ki presega golo mnoštvo glasov in golo tehnično pismenost ter omogoča resnično deliberacijo o skupnih zadevah.

Pluralnost in pismenost torej nista le kompleksna kazalnika razvitosti medijskega sistema, temveč *nosilna stebra demokratične kulture*. Razmerje med njima je posebej krhko v digitalni dobi, v kateri algoritemska logika po eni strani obljublja večjo pluralnost (neomejen dostop do številnih virov), po drugi pa nastajajo nove oblike zaprtosti (filtrirni mehurčki, personalizacija, odmevne komore). V obdobju, ko digitalne platforme preoblikujejo pogoje komuniciranja, ko umetna inteligenca posega v produkcijo in distribucijo vseh vsebin in ko globalne korporacije prevladujejo nad nacionalnimi politikami, je še toliko pomembnejše, da ju razumemo kot povezani kategoriji. Zagotavljanje pluralnosti in spodbujanje pismenosti ni le tehnično vprašanje regulacije ali izobraževanja, temveč zahteva tudi *normativno odločitev* o tem, kakšno javnost želimo – fragmentirano, nadzorovano in pasivno ali pa pluralno, pismeno in sposobno kritičnega sooblikovanja demokratičnega življenja.

Obe perspektivi ter povezava med pluralnostjo in demokracijo so v jedru raziskave, ki smo jo izvedli. Kot kažejo primerjalne raziskave, ki vključujejo Slovenijo, se niti pluralnost niti pismenost ne razvijata samodejno. Formalna raznolikost virov ne zagotavlja dejanske raznolikosti perspektiv, prav tako kot razmeroma visoka stopnja dostopa do digitalnih tehnologij ne zagotavlja kritičnega in odgovornega državljanstva. Manjši nacionalni trgi so še posebej ranljivi za koncentracijo lastništva, politične pritiske in globalne platforme, ki s svojo podatkovno močjo preoblikujejo pogoje vidnosti. To pa pomeni, da nacionalne politike ne morejo ostati

pri klasičnih regulacijskih pristopih (npr. omejevanju lastniške koncentracije), temveč morajo na temelju spoznanj, kako lastništvo, politični vplivi, tehnologija in rutinizacija vplivajo na uredniške izbire, razvijati *integrirane strategije*, ki povezujejo spodbujanje medijske pluralnosti z razvojem komunikacijske pismenosti.

Temu pogledu sledijo tudi naslednja tri poglavja, ki so usmerjena v tri med seboj povezana temeljna vprašanja: Kakšna je raznolikost novic v slovenski medijski krajini in kako nanjo vplivajo strukturni, zlasti lastniški pogoji? Kako se oblikujejo medijska pismenost, kompetence za prepoznavanje dezinformacij in zasebnostna pismenost ter kako razvite so v Sloveniji? Kako normo medijske pluralnosti interpretirajo in operacionalizirajo različni družbeni akterji v zakonodajnem postopku?

7 VIRI IN LITERATURA

Ashley, Seth, Robert Maksl in Stephanie Craft (2013): Developing a News Media Literacy Scale. Journal of Media Literacy Education 5 (1): 1–17.

Aufderheide, Patricia (ur.) (1993): Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Aspen, Kolorado: Aspen Institute.

CMPF (Centre for Media Pluralism and Media Freedom) (2022): Media Pluralism Monitor 2022: Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia, and Turkey. Firence: European University Institute.

Considine, David, Julie Horton in Gary Moorman (2009): Teaching and Reaching the Millennial Generation Through Media Literacy. Journal of Adolescent & Adult Literacy, 52(6): 471–481.

Doyle, Gillian (1997): From ‚Pluralism' to ‚Ownership': Europe's Emergent Policy on Media Concentrations Navigates the Doldrums. The Journal of Information, Law and Technology (JILT) 3 (3).

Doyle, Gillian (2002): Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media. London: Sage.

EUR-Lex (2010): Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah (direktiva o AVMS). Dostopno prek https://eur-lex.europa.eu/SL/legal-content/summary/audiovisual-media-services-directive-avmsd.html

EUR-Lex (2024): Uredba (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in o spremembi Direktive 2010/13/EU (European Media Freedom Act – EMFA). Dostopno prek https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj (20.11.2025).

Evropska komisija (2007): Sporočilo Komisije Evropskemu parlamentu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij o evropskem pristopu k medijski pismenosti v digitalnem okolju (COM(2007) 833 končno).

Evropska komisija (2009): Commission Recommendation of 20 August 2009 on Media Literacy in the Digital Environment for a More Competitive Audiovisual and Content Industry and an Inclusive Knowledge Society (2009/625/EC). Official Journal of the European Union L 227/9.

Evropska komisija (2022): Akt o digitalnih storitvah. Dostopno prek https://eur-lex.europa.eu/SL/legal-content/summary/digital-services-act.html

Frau-Meigs, Divina, Inés Velez in Julieta Flores Michel (2017): Public Policies in Media and Information Literacy in Europe: Cross-Country Comparisons. London in New York: Routledge.

Fuchs, Christian (2012): The Political Economy of Privacy on Facebook. Television & New Media 13 (2): 139–159.

Gerbner, George (1969): Toward 'Cultural Indicators': The Analysis of Mass Mediated Public Message Systems. AV Communication Review 17 (2): 137–148.

Helberger, Natali (2015): Merely Facilitating or Actively Stimulating Diverse Media Choices? Public Service Media at the Crossroads. International Journal of Communication 9: 1324–1340.

Jenkins, Henry, Ravi Purushotma, Margaret Weigel, Katie Clinton in Alice J. Robison (2006): Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. Chicago: MacArthur Foundation.

Karppinen, Kari (2007): Against Naïve Pluralism in Media Politics: On the Implications of the Radical-Pluralist Approach to the Public Sphere. Media, Culture & Society 29 (3): 495–508.

Lessenski, Martin (2023): The Media Literacy Index 2023: Measuring Vulnerability of Societies to Disinformation: Policy Brief. Observatory on Information and Democracy. Dostopno prek https://observatory.informationdemocracy.org/resources/the-media-literacy-index-2023-measuring-vulnerability-of-societies-to-disinformation-policy-brief/ (20.11.2025).

Livingstone, Sonia (2004): What Is Media Literacy? Intermedia 32 (3): 18–20.

Livingstone, Sonia (2021): Media Literacy and the Challenge of Misinformation. Nordicom Review 42 (S1): 17–33.

Livingstone, Sonia in Monica Bulger (2014): A Global Research Agenda for Children's Rights in the Digital Age. Journal of Children and Media 8 (4): 317–335.

Masterman, Len (1985): Teaching the Media. London: Comedia Publishing Group/Routledge.

Masur, Philipp K. (2020): How Online Privacy Literacy Supports Self-Data Protection and Self-Determination in the Age of Information. Media and Communication 8 (2): 258–269.

McQuail, Denis (1992): Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. London: Sage Publications.

Mihailidis, Paul in Benjamin Thevenin (2013): Media Literacy as a Core Competency for Engaged Citizenship in Participatory Democracy. American Behavioral Scientist 57 (11): 1611–1622.

Milosavljević, Marko in Romana Biljak Gerjevič (2025): Monitoring Media Pluralism in the European Union: Results of the MPM2025. Country Report: Slovenia (Spremljanje medijskega pluralizma v Evropski uniji: rezultati MPM2025. Poročilo o državi: Slovenija). EUI, RSC, Research Project Report, Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF). Dostopno prek https://hdl.handle.net/1814/92908 (20.11.2025).

Napoli, Philip (2019): Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age. New York: Columbia University Press.

Svet Evrope (2007): CM/Rec(2007)2 - Recommendation of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content. Dostopno prek https://search.coe.int/cm?i=09000016805d6be3.

Svet Evrope (2020): Recommendation CM/Rec(2020)1 of the Committee of Ministers to member States on the human rights impacts of algorithmic systems. Dostopno prek https://search.coe.int/cm?i=09000016809e1154.

Tandoc, Edson, Andrew Z. H. Yee, Jeremy Ong, James Chong Boi Lee, Duan Xu, Zheng Han, Chew Chee Han Matthew in dr. (2021): Developing a Perceived Social Media Literacy Scale: Evidence from Singapore. International Journal of Communication 15: 2484–2505.

UNESCO (2011): Učni načrt za učitelje s področja medijske in informacijske pismenosti (Media and Information Literacy Curriculum for Teachers). Pariz: Organizacija Združenih narodov za izobraževanje, znanost in kulturo (UNESCO).

van Cuilenburg, Jan (2007): Media Diversity, Competition and Concentration: Concepts and Models. V E. De Bens (ur.), Media Between Culture and Commerce, 25–50. Bristol: Intellect Books.

RAZISKOVALNE ŠTUDIJE

MED PLURALIZACIJO IN HOMOGENIZACIJO: RAZNOLIKOST NOVIC V SLOVENSKI MEDIJSKI KRAJINI V DOBI DIGITALIZACIJE[1]

Igor Vobič, Marko Robnik Šikonja, Aleš Žagar, Boris Mance

1 TEORETSKO-KONTEKSTUALNI UVOD

1.1 Raznolikost novic v sodobnem raziskovanju medijev

Raziskovanje raznolikosti novic se je v zadnjih treh desetletjih uveljavilo kot eno ključnih področij proučevanja medijev in novinarstva. Raziskovanje raznolikosti novic spada v okvir proučevanja tako eksterne kot interne vsebinske pluralnosti medijev, pri čemer študije proučujejo tri razsežnosti: strukturo, ki vključuje lastništvo medijev, njihovo organizacijo in poslovne modele; vsebino, ki zajema raznolikost žanrov, tem, virov in pogledov; ter izpostavljenost, ki meri dostop občinstev do heterogenih vsebin v tradicionalnih in digitalnih medijih (Karppinen, 2018; Hendrickx, Ballon in Ranaivoson, 2020; Loecherbach in dr., 2020; Joris in dr., 2020).

Raznolikost novic vselej odraža delovanje dveh hkratnih procesov, in sicer pluralizacije in homogenizacije, ki sta ključna za oblikovanje demokratične javne sfere. Pluralizacija normativno predstavlja medijsko artikulacijo idej in interesov posameznikov in različnih družbenih skupin, tudi marginaliziranih, v razvejano, racionalno in argumentirano javno razpravo. Za integracijo v javnem diskurzu, oblikovanje javnega mnenja in vključevanja v politično življenje je nujna homogenizacija okoli skupnih vprašanj in problemov.

V različnih družbenih kontekstih se procesa preobražata pogosto tako, da zavirata in omejujeta demokratično javno razpravo. Po eni stani se pluralizacija preobraža v fragmentacijo, ki temelji na logiki

1 Poglavje temelji na razširjeni različici študije, ki je bila v angleškem jeziku objavljena v mednarodni znanstveni reviji *Medijska istraživanja*: Vobič, Igor, Marko Robnik Šikonja, Aleš Žagar in Boris Mance (2025): Watchdog or Copycat? Examining News Diversity in Slovenian Journalism System. Medijska istraživanja 30 (2): 5–34.

individualizacije in prilagajanja informacij specifičnim skupinam (segmentacija) ali posameznikom (personalizacija) ter se odraža v razdrobljenosti občinstev in vsebin. S tem se medijski prostor deli v niše, kar na prvi pogled povečuje raznolikost, v praksi pa lahko vodi v rahljanje skupne komunikacijske osnove in s tem slabljenje javne razprave. Po drugi strani koncentracija medijskega lastništva spodbuja homogenizacijo, ki odraža procese racionalizacije poslovanja in iskanja upravljavskih sinergij, kar lastniško povezane medije vodi v uporabo skupnih virov informacij, strategij poslovanja in sorodnih produkcijskih praks (Beckers in dr., 2017; Hendrickx in Ranaivoson, 2019; Hendrickx in Van Remoortere, 2024). Skrajni rezultat homogenizacije je »ekscesna podobnost« (van Cuilenburg, 1999: 195), ki odseva novinarsko prakso, znano kot »pinjarstvo« (*churnalism*), s katero novinarji praviloma brez preverjanja in nadaljnje analize »stepajo« že objavljene vsebine drugih medijev, sporočila za javnost in agencijske novice, torej hitro pripravljeno, reciklirano informacijsko »maslo« (Vobič, 2025: 68). V tem smislu homogenizacija zmanjšuje raznolikost medijske krajine in vodi v osiromašenje javne sfere, saj se pluralnost perspektiv nadomešča s poudarjanjem istih tem ter ponavljanjem istih glasov in pogledov.

Ena ključnih ugotovitev sodobnih raziskav raznolikosti novic je, da procesi pluralizacije in homogenizacije niso zgolj sočasni, temveč pogosto delujejo protislovno in hkrati. V tem okviru Karppinen (2019: 501–503) prepoznava protislovno razmerje med (pre)obiljem izbire in omejenostjo perspektiv, v katerem se zrcali temeljna napetost sodobnega družbenega komuniciranja: medtem ko imajo državljani dostop do obilice informacij, se ta raznolikost ne odraža nujno v stabilnih pogojih za demokratično razpravljanje. To protislovje ustvarja stanje, v katerem ima javnost občutek izbire med različnimi mediji in platformami, v resnici pa se sooča s ponavljanjem prevladujočih tem, glasov in pogledov. Obilje novic in kanalov samo po sebi tako ne zagotavlja večje raznolikosti, temveč lahko vodi v ožji nabor tem, glasov in pogledov, ki odražajo asimetrije moči v družbi. Pluralizacija in homogenizacija se tako ne izključujeta, temveč skupaj oblikujeta kompleksno okolje, v katerem je raznolikost novic nenehno pod vprašajem.

1.2 Kritični pristop k raznolikosti novic

Raznolikost novic je več desetletij pomemben problem v raziskovanju medijev in novinarstva, predvsem v povezavi z vprašanji koncentracije lastništva na medijskih trgih ter dominantnosti določenih glasov in pogledov v novicah (glejte npr. Brown, Collins in Duguid, 1987; McQuail, 1992; Voakes in dr., 1996; Napoli, 1999; van Cuilenburg, 1999). V zadnjem

desetletju je raziskovanje raznolikosti novic dobilo zagon z vztrajnim procesom digitalizacije, s katerim so se zgodili nesluteni premiki v produkciji, diseminaciji in potrošnji novic v pospešenem in omreženem družbenem komuniciranju, medtem ko se je koncentracija na vse bolj prepletenih medijskih trgih okrepila, relevanca medijev in zaupanje vanje pa oslabela s platformizacijo javnega življenja in z algoritmizacijo komuniciranja (glejte npr. Powers in Benson, 2014; Sjøvaag, 2014; Beckers in dr., 2017; Humprecht in Esser, 2017; Heim in dr., 2018; Hendrickx, 2019; Hendrickx in Van Remoortere, 2024). Kljub bogati produkciji študij raznolikosti novic pregledne analize dozdajšnjega znanstvenega raziskovanja (glejte Karppinen, 2018; Hendrickx, Ballon in Ranaivoson, 2020; Loecherbach in dr., 2020; Joris in dr., 2020) kažejo na konceptualno razdrobljenost in pomanjkanje analitične jasnosti v študijah raznolikosti novic in z njo povezanih problemov.

V svojem pregledu Hendrickx, Ballon in Ranaivoson (2020: 1752) podobno ugotavljajo, da se izraz raznolikost novic (*news diversity*) pojavlja v številnih oblikah in različnih pomenih, zato je podvržen različnim interpretacijam.

> *Zaradi množtva podobnih, a ne povsem enakih izrazov ter pomanjkanja soglasja – tako znotraj akademskih krogov kot tudi širše – o tem, kaj izraz pomeni, kaj predstavlja in kakšen naj bi bil njegov namen, je raznolikost novic postala nejasen in problematičen pojem, ki ga je težko kvalitativno opredeliti in kvantitativno izmeriti, kaj šele temeljito analizirati ali ovrednotiti. (prav tam)*

V kontekstu, v katerem se ga zamenjuje z »medijsko raznolikostjo« (*media diversity*) in »vsebinsko raznolikostjo« (*content diversity*), tudi Joris in dr. (2020: 1893) poudarjajo, da je raznolikost novic konceptualno »težko ulovljiva«, zato je pomemben del literature med seboj težko primerljiv. Literaturo zaznamuje »prikrivanje« normativnih predstav o raznolikosti novic, »zato ostaja nejasno, kako rezultate sploh interpretirati in katera normativna predpostavka prevladuje v raziskovanju teh problemov« (prav tam: 1907). Ta »izmuzljivost« je problematična, saj ima prav teoretsko utemeljena normativnost ključno vrednost za razumevanje demokratičnega pomena raznolikosti novic (prav tam). V tem kontekstu Loecherbach in dr. (2020: 608) prepoznavajo »protislovno situacijo«. Po eni strani gre za eno najplodovitejših raziskovalnih polj, ki je pridobilo pozornost ne le raziskovalcev komuniciranja, medijev in novinarstva, temveč tudi drugih disciplin – vse od prava do računalništva in informatike. Po drugi strani pa prav ta priljubljenost zavira nadaljnji napredek: »razlike na pojmovni in empirični ravni so postale

tako izrazite, da medsebojno oblikovanje vednosti postaja vse težje« (prav tam). V svoji analizi Karppinen (2019: 493) poudarja, da o normativnem in analitičnem pojmu raznolikosti ni soglasja v znanstvenih in strokovnih krogih. Čeprav se zdi, da gre za pojem, »ki ga lahko vsakdo sprejme«, kot poudarja Karppinen (prav tam: 494), natančna analiza kaže, da »ne gre za nevtralen ali neproblematičen ideal« v novinarstvu in medijih. V tem smislu so različne interpretacije raznolikosti novic in tudi sorodnih pojmov, kot je medijski pluralizem, neločljivo povezane z različnimi normativnimi idejami o vlogi medijev in novinarstva v družbi. Četudi so normativne predpostavke v študijah medijskega pluralizma in raznolikosti novic pogosto tihe, presek literature razkriva glavne pristope h konceptualizaciji raziskovanja raznolikosti novic (glejte Raeijmaekers in Maeseele, 2015; Karppinen, 2018; Hendrickx, Ballon in Ranaivoson, 2020).

Liberalni pristop k raznolikosti novic, ki ga Raeijmaekers in Maeseele (2015: 1052) imenujeta tudi »afirmativna raznolikost«, medije razume kot »zrcalo družbe« oziroma »trg idej«, saj naj bi z vsebinami verodostojno odražali obstoječo družbeno heterogenost. Normativno bi v tem okviru morali mediji obveščati državljane o družbeno relevantnih problemih in rešitvah, ki jih predlagajo politični predstavniki, nadzorovati elite, zagotavljati preglednost političnih procesov ter omogočati oblikovanje javnega mnenja s predstavljanjem različnih stališč in artikulirati različne interese, vključno s političnimi zahtevami državljanov (Magin in dr., 2023: 672). Ta pristop poudarja prost pretok informacij, pri čemer mora raznolikost idej, glasov in virov v novicah odsevati raznolikost družbe, kar sama po sebi zagotavlja konkurenca med mediji, ki sledijo načelom objektivnosti, uravnoteženosti in nepristranskosti (Raeijmaekers in Maeseele, 2015: 1052). Kritiki liberalnega pristopa poudarjajo, da zanemarja strukturne pogoje produkcije in distribucije medijskih vsebin ter da se ne ukvarja z delovanjem medijskih trgov, ki v obstoječih razmerjih družbene moči privilegirajo določene akterje in glasove, določene pa marginalizirajo (glejte Karppinen, 2019: 495).

Deliberativni pristop k pristranosti novic, ki ga Raeijmaekers in Maeseele (2015: 1053) prepoznavata kot »afirmativni pluralizem«, medije razume kot javne forume, ki ne odražajo zgolj družbene raznolikosti, temveč oblikujejo identitete in vzpostavljajo skupna družbena vprašanja (glejte tudi Calhoun, 1992). Deliberativni pristop raznolikost novic razume kot temeljni pogoj za obstoj in delovanje javne sfere kot prostora racionalne, vključujoče in informirane javne razprave, v kateri se oblikujeta kohezija o skupnih problemih in konsenz okoli njihovih rešitev (glejte Loecherbach in dr., 2020: 616; Hendrickx, Ballon in Ranaivoson,

2020). Namesto proporcionalnosti in uravnoteženosti, ki prevladuje v liberalnem pristopu, znotraj deliberativnega pristopa prevladuje »odprta raznolikost«, s katero se poudarja enakovredna participacija vseh relevantnih akterjev v političnem diskurzu kot normativna zahteva javnega komuniciranja (Magin in dr., 2023: 676). Z drugimi besedami, v okvirih deliberativnega pristopa je raznolikost novic eden od ključnih pogojev, da so različni družbeni glasovi in perspektive vključeni v javni diskurz. To je pogoj oblikovanja skupnega razumevanja družbenih vprašanj skozi vključujočo razpravo, iz katere nobena skupina ne sme biti izključena ali v njej marginalizirana ne glede na družbeni položaj in razmerja moči. Deliberativni pristop je deležen kritik, da ignorira neenaka razmerja moči in z njimi povezane kompleksnosti družbene pluralnosti (Karppinen, 2019: 499).

Kritični pristopi k razumevanju raznolikosti novic medije po eni strani razumejo kot kulturne industrije in poudarjajo, da raznolikost ne more obstajati neodvisno od neenakosti v družbenih odnosih (politična ekonomija komuniciranja), po drugi strani pa medije predstavljajo kot polja spopadov, na katerih se diskurzivno soočajo različni ideološki pogledi, raznolikost pa odraža stopnjo napetosti med različnimi temami, idejami in glasovi (kritične kulturne študije) (Raeijmaekers in Maeseele, 2015: 1053–1055). Kritični pristopi tako ne idealizirajo uravnoteženosti in reprezentiranosti v novicah, temveč probleme raznolikosti novic razumejo po eni strani kot odraz partikularnih interesov medijskih lastnikov in instrumentalnosti delovnega procesa v uredništvih (prav tam: 1054), po drugi strani pa prevprašujejo načine vzpostavljanja družbenega konsenza skozi novice in poudarjajo, da so kritični glasovi in pogledi, ki so pogosto utišani v javnih razpravah, ključni za njihov demokratični značaj (Karppinen, 2019: 500). Raznolikost novic tako odraža dinamični proces, pogojen z družbenimi napetostmi in usmerjen v redistribucijo simbolne moči kot pogoja bolj pravičnega in vključujočega javnega prostora. Institucionalna razmerja v medijski krajini, uredniško delovanje in novinarske prakse tako določajo, katere teme, pogledi in glasovi so legitimni in dominantni v javnem diskurzu, kateri pa so nelegitimni in marginalizirani, pri čemer je raznolikost novic rezultat redistribucije simbolne moči znotraj vzpostavljenih materialnih družbenih odnosov.

V tej študiji kritično pristopamo k raznolikosti novic, saj jo razumemo kot zgodovinsko in strukturno pogojen proces, v katerem se skozi medijske prakse in institucionalna razmerja vzpostavljajo, reproducirajo ali prelamljajo razmerja moči. Raznolikost novic zato ni zgolj vprašanje formalne kvantitativne zastopanosti, temveč predvsem vprašanje vidnosti različnih pogledov skozi novice in dostopa različnih glasov do javnega diskurza.

V tem smislu je študija raznolikosti novic kontekstualno pogojena s posebnostmi slovenskih medijev, pri čemer kritični pristop omogoča proučevanje novic in njihove raznolikosti v medijski krajini, ki jo pomembno določajo koncentracija medijskega lastništva, poskusi politične instrumentalizacije medijev, različni pritiski na poklicne novinarje in krizo javne radiotelevizije.

1.3 Strukturni pogoji medijev v Sloveniji in raznolikost novic

Medijska krajina v Sloveniji je podvržena »dolgi dvojni revoluciji« (Vobič, 2023), s katero se preobražajo razmerja moči v slovenski medijski krajini v zadnjih treh desetletjih. Po eni strani jo tvori »posnemovalna revolucija« (Splichal, 2001), ki je od začetka devetdesetih let združevala dve skupini teženj – tistih, ki posnemajo zahodne tradicije, ideje in institucije, kar so odražali procesi privatizacije, komercializacije in internacionalizacije, ter tistih, ki posnemajo oblastna razmerja iz preteklosti, predvsem iz obdobja socializma, kar se je kazalo z renacionalizacijo in s poskusi politične instrumentalizacije javne radiotelevizije ter z ideološkim ekskluzivizmom. Vzpostavilo se je namreč posebno paternalistično-komercialno medijsko okolje, v katerem so zabrisane meje med političnimi in ekonomskimi interesi, hkrati je izrazit problem izključevanja državljanskih interesov (glejte tudi Bašić Hrvatin in Kučić, 2004; Bašić Hrvatin in Petković, 2007; Bašić Hrvatin in Milosavljević, 2010).

Družbene spremembe, ki jih prinaša posnemovalna revolucija, po drugi strani napaja »digitalna revolucija« (Vobič, 2023: 162), ki kljub demokratičnim potencialom poglablja probleme medijev in novinarstva v Sloveniji (glejte tudi Vobič, 2025). Digitalizacija kot vztrajen in vseobsegajoč proces, ki vpliva na vse vidike človeškega življenja v globaliziranem svetu, ni omejena zgolj na tehnološki razvoj, temveč je v veliki meri določena s prevladujočimi družbenimi odnosi in konteksti (Splichal in Dahlgren, 2016). V medijih in novinarstvu se je okrepila strategija zniževanja stroškov dela in fleksibilizacije delovne sile, ki se je kazala predvsem s skrajno rutinizacijo in hkratno prekvalifikacijo novinarskega dela za hitro in stalno dejavno komuniciranje na družbenih omrežjih, z novimi načini standardizacije novic v večplatformni produkciji in zanašanjem na tvegane oblike zaposlovanja (Vobič in Bembič, 2021; Kaluža in Slaček Brlek, 2020; Sekloča in Slaček Brlek, 2024).

Dolga dvojna revolucija medijskega okolja v Sloveniji izpostavlja ključne politične, ekonomske, kulturne in tehnološke dejavnike, ki oblikujejo strukturne pogoje medijev s pomembnimi posledicami za raznolikost novic v državi (glejte tabelo 1).

Tabela 1: Strukturni pogoji medijev in posledice za raznolikost novic

Strukturni pogoji	Opis	Posledice za raznolikost novic
Koncentracija lastništva in omrežni nadzor	S kompleksnim omrežjem podjetij, povezanih na podlagi skupnega lastništva, upravljavskih položajev in družinskih vezi, en akter (Martin Odlazek) obvladuje medijski konglomerat, ki zajema več sektorjev (Media24) (radio, dnevni tisk, revije, televizijo in digitalne medije), pri čemer se hkrati izogiba formalni regulaciji (Kučić, 2020; Pirc, 2023; Milosavljević in Biljak Gerjevič, 2024).	Težnje k homogenizaciji vsebin med mediji, polavtomatizirano reproduciranje vsebin in zmanjšana uredniška neodvisnost.
Monopolizacijske težnje na oglaševalskem trgu	Na podlagi visoke gledanosti televizije in dosega na spletu Pro Plus utrjuje prevladujoč položaj na trgu, kar vpliva na razdelitev oglaševalskega kolača in ovira razvoj manjših medijev (Kučić, 2015; Vobič, 2023).	Centralizacija moči na trgu zmanjšuje pluralizem; manjši mediji težko poslujejo.
Kriza časopisne industrije	Upad naklad, oglaševalskih prihodkov in zaposlitvenih pogojev; vse večja odvisnost od prikritega oglaševanja (*native advertising*) ter diverzifikacija prihodkovnih modelov v nemedijske sektorje (Vobič, 2020; Bembič in Vobič, 2021; Sekloča in Slaček Brlek, 2024).	Manj prostora za poglobljeno in kritično novinarstvo; porast hibridnih formatov, spornih z vidika novinarske etike.
Politična instrumentalizacija javnih medijev	Različni mehanizmi političnega vpliva na upravljavsko strukturo in financiranje RTV Slovenija in STA, kar je v zadnjem desetletju vodilo v obdobja izrazite uredniške podrejenosti in politizacije (Splichal, 2020; Vobič, 2023).	Tveganje erozije profesionalne avtonomije; zmanjševanje zaupanja javnosti v medije.
Strankarska medijska infrastruktura	Politično povezani mediji (Nova24TV, tednik *Demokracija* in več deset spletnih portalov) z lastniki, direktorji ali uredniki, ki imajo (ne)posredne povezave s stranko SDS in služijo interesom strankarske propagande (Kučić, 2019; Vezjak, 2021; Splichal, 2020).	Fragmentacija in polarizacija; izkrivljanje javnih razprav; padec uredniških standardov.
Strukturna marginalizacija tretjega medijskega sektorja	Zaradi kratkoročnega, nestabilnega in projektnega javnega financiranja se tretji medijski sektor sooča s finančno negotovostjo in simbolno marginalizacijo v novinarskem sistemu (Bašič Hrvatin, 2004; Radio Študent, 2024).	Omejene zmožnosti za produkcijo raznolike, lokalno relevantne vsebine; zmanjšana avtonomija zaradi odvisnosti od javnega financiranja.

1.4 Problemska sidrišča študije in raziskovalna vprašanja

Ti strukturni pogoji so bili v zadnjih dveh desetletjih sistematično raziskani z vidika medijskega pluralizma (npr. Bašič Hrvatin in Kučić, 2004; Bašič Hrvatin in Petković, 2007; Bašič Hrvatin in Milosavljević, 2010), še posebej v zadnjih letih v okviru Media Pluralism Monitor (npr. Milosavljević in Biljak Gerjevič, 2024). Manj raziskav se je osredinilo posebej na raznolikost vsebin (Adam in dr., 2008; Tomšič in dr., 2020), a k vsebinski pluralnosti oziroma raznolikosti novic pristopajo na redukcionističen način, saj pluralizem oziroma raznolikost operacionalizirajo predvsem na podlagi ideološke, vrednotne ali politične usmeritve medijev in novinarjev, kar pogosto zožijo na preprosto delitev na levo in desno ali na provladni in protivladni sentiment. V nadaljevanju si prizadevamo dopolniti preteklo raziskovanje, s preseganjem poenostavljene binarne logike dozdajšnjih raziskav o vsebinski pluralnosti medijev (npr. levo/desno, liberalno/konservativno ali provladno/nevtralno/protivladno), prepoznati vzorce pluralizacije in homogenizacije novic ter raznolikost novic pojasniti skozi temeljna razmerja moči v medijski krajini v Sloveniji. V nadaljevanju se tako lotevamo štirih ključnih problemskih vozlišč raznolikosti novic: (1) institucionalne centralizacije virov, (2) koncentracije lastništva in strukturne raznolikosti, (3) selektivnosti virov ter (4) zastopanosti družbenih akterjev (glejte tabelo 2).

Ta problemska vozlišča razumemo kot medsebojno povezano zaporedje vplivov v produkciji novic, v kateri struktura medijske krajine pomembno določa novinarske rutine in vidnost družbenih akterjev v novicah. Institucionalna centralizacija informacijskih virov in lastniška koncentracija povečujeta tveganje odvisnosti medijev od glavnih informacijskih tokov, kar lahko spodbuja rutinsko zanašanje novinarjev na dominantne institucionalne vire ter krepi zastopanost nosilcev družbene moči v novicah. Da bi podrobneje raziskali to verigo vplivov, tvorimo štiri raziskovalna vprašanja:

1. Kako se institucionalna centralizacija virov odraža v heterogenosti oz. homogenosti novic?
2. Kako se v strukturni raznolikosti medijske krajine kažejo vzorci homogenizacije novic?
3. Kako se različne strukturne skupine novičarskih medijev razlikujejo v porazdelitvi kategorij virov v svojem poročanju?
4. Kateri akterji zavzemajo najvidnejše mesto v novicah?

Tabela 2: Problemska vozlišča raznolikosti novic v Sloveniji in raziskovalni problemi

Problemsko vozlišče	Opis	Tveganje za raznolikost novic
Institucionalna centralizacija informacijskih virov	Nacionalna tiskovna agencija (STA) kot osrednji kanal za posredovanje javno relevantnih informacij; mediji pogosto reproducirajo agencijske vesti brez dodatne uredniške in novinarske obdelave.	Manjše tveganje pri zanesljivosti in točnosti novic, a hkrati zmanjšana heterogenost vsebin; krepitev homogenizacije v javni sferi.
Strukturna raznolikost in lastniška koncentracija	Medijska krajina združuje javne medije, zasebne komercialne medije in programe s posebnim pomenom z različno geografsko pokritostjo; hkrati obstajajo močna koncentracija lastništva, politična instrumentalizacija, strankarska medijska infrastruktura ter uporaba sinergij znotraj lastniško povezanih skupin.	Navidezna institucionalna pestrost se ne odraža v vsebinski raznolikosti; racionalizacija poslovanja in upravljavske sinergije krepijo homogenizacijske vzorce novic.
Selektivnost virov informacij	Novinarji se pogosto zanašajo na dominantne akterje (tj. nosilce politične in ekonomske moči), medtem ko so glasovi državljanov, civilne družbe in marginaliziranih skupin spregledani ali odsotni.	Reprodukcija obstoječih razmerij družbene moči; simbolna neenakost dostopa do medijskega prostora.
Zastopanost družbenih akterjev	V ospredju so politične in ekonomske elite; državljani, civilna družba in manjšine so šibko zastopani.	Fragmentacija javne razprave, omejena pluralnost pogledov, zmanjšana vloga medijev kot povezovalnega kanala med vladajočimi in vladanimi.

2 KAKO SMO MERILI?

2.1 Vzorčenje

Zaradi zahtevnosti kontinuiranega spremljanja vseh novinarskih prispevkov v Sloveniji je bil naš cilj oblikovati vzorec, ki najbolje zajame rutinski tok družbenopolitičnih novic v različnih tipih medijev.

Da bi to dosegli, smo pasovno časovno zasnovo vzorčenja kombinirali s širokim naborom medijev, ki odražajo glavne lastniške konstelacije, formate (TV, radio, splet), geografske ravni (nacionalni, regionalni, lokalni) ter uredniške profile v slovenskem novinarskem sistemu. V teh okvirih vzorec sicer ni statistično reprezentativen na ravni vseh posameznih objavljenih prispevkov v državi, vendar zagotavlja strukturno uravnotežen prerez osrednje produkcije novic.

V raziskavo raznolikosti novic smo vključili 141 medijev – od nacionalnih dnevnih časopisov, televizij in radijskih postaj do medijev z regionalno in lokalno pokritostjo ter spletnih medijev, ki objavljajo splošnoinformativne vsebine. Glavni namen analiziranih medijev je produkcija novic – dejstvenih informacij o aktualnih dogodkih, njihova analiza ali kombinacijo obojega. Da bi zajeli čim običajnejši ritem poročanja, smo analizo opravili na sedem različnih dni v oktobru in novembru 2023, pri čemer je bil izbran po en dan za vsak dan v tednu (ponedeljek, 2. oktobra; torek, 10. oktobra; sreda, 18. oktobra; četrtek, 26. oktobra; petek, 3. novembra; sobota, 11. novembra, in nedelja, 19. novembra). Tako smo se izognili vplivu enkratnih dogodkov ali kriz in dobili bolj uravnotežen vpogled v vsakdanjo produkcijo novic. Skupno smo analizirali 13.207 novinarskih prispevkov. Postopki vzorčenja so natančneje opisani v prilogi (glejte Priloge: metodološka pojasnila).

Podatke smo zbrali iz več podatkovnih virov. Spletne vsebine smo večinoma pridobili iz zbirke podatkov Trendi, z dodatnim lastnim zajemom pa smo vključili tudi manjše lokalne medije in tiste medije, do novic katerih lahko dostopajo le naročniki, in sicer STA, Slovenske novice, Delo, Dnevnik, Večer, Mladina, Primorske novice, Družina in Požareport. Tako smo zajeli še dodatnih 78 odstotkov prispevkov (10.339 enot) celotnega vzorca. Radijske in televizijske prispevke smo zajeli v sodelovanju s podjetjem Kliping, d. o. o., in jih za omogočanje primerljivosti analize pretvorili v besedilo. Poseben poudarek smo namenili portalu MMC RTV Slovenija, s katerega smo poleg spletnih prispevkov vključili tudi tiste iz radijskega in televizijskega arhiva – skupaj 1535, kar je približno dvanajstina celotnega vzorca.

2.2 Institucionalna centralizacija informacijskih virov

Da bi preučili, kako se homogenizacija novic vzpostavlja iz strukturne raznolikosti slovenskega medijskega sistema, smo kvantificirali dobesedno ponovno uporabo besedil in preslikali prekrivanje med posameznimi mediji. V tem koraku smo najprej primerjali prispevke Slovenske tiskovne agencije (STA) (1398) s prispevki drugi medijev, kar nam je omogočilo jasnejši vpogled v tokove agencijskih vsebin. V primerjavi smo označili vsak par novičarskih prispevkov, med katerima smo zaznali vsaj deset enakih zaporednih besed (10 n-gramov). Prag desetih besed smo izbrali, ker je dovolj visok, da izloči naključno prekrivanje in generične fraze ter v večini primerov tudi kratke navedke s tiskovnih konferenc ali iz javnih izjav, tako da zaznano ujemanje kaže obsežnejšo ponovno uporabo istega besedila, in ne zgolj na posamezne identične fragmente (glejte Priloge: metodološka pojasnila).

2.3 Strukturna raznolikost in lastniška koncentracija

Za namen proučevanja, kako se v strukturni raznolikosti medijske krajine kažejo vzorci homogenizacije novic, smo v nadaljevanju z enakim postopkom izračunali podobnosti med prispevki brez vključitve STA. Tako smo odkrili, kje prihaja do podobnosti zaradi drugih strukturnih dejavnikov, kot so koncentracija medijskega lastništva, politična instrumentalizacija medijev in strankarska medijska infrastruktura, ter z njimi povezanih prevladujočih teženj v delovanju medijev, kot so racionalizacija poslovanja, upravljavske sinergije in optimizacija uredniških procesov. Na podlagi teh primerjav smo ustvarili omrežje, ki prikazuje, kateri mediji so si med seboj najbolj podobni in kje nastajajo bolj povezane skupine oziroma vzorci novičarske homogenizacije (glejte Priloge: metodološka pojasnila).

2.4 Selektivnost virov informacij

Ker raznolikost novic ni odvisna le od tem, ampak tudi od tega, kdo v njih dobi besedo, smo v novicah podrobno analizirali kategorije virov informacij. S kombinacijo računalniške obdelave in ročnega preverjanja smo prepoznali več kot 20.000 citiranih virov v prispevkih. Vključili smo tako politike, predstavnike javnih institucij in gospodarstva kot tudi civilnodružbene akterje, strokovnjake, novinarje, državljane in druge akterje.

Vire smo razvrstili v 13 kategorij, kar omogoča natančnejši vpogled v porazdelitev vidnosti akterjev – kdo v novicah prevladuje in kdo ostaja na obrobju (glejte Priloge: metodološka pojasnila). Za analizo smo najprej oblikovali pregledno tabelo, v kateri smo posamezne strukturne skupine medijev postavili v vrstice, kategorije virov pa v stolpce. Tako smo ugotovili, kateri viri prevladujejo znotraj posamezne skupine. Da bi bile razlike med skupinami primerljive, smo števila pojavitev pretvorili v odstotke znotraj vsake skupine. Za merjenje širine oziroma razpršenosti virov smo uporabili Shannonovo entropijo, ki meri, kako enakomerno so viri razporejeni med kategorijami. Zaradi lažje interpretacije entropijo izražamo tudi kot efektivno število virov (ENS). ENS lahko razumemo kot »število enako velikih kategorij«, ki bi dale enako stopnjo razpršenosti. Če ima na primer neka skupina ENS vrednost 5, to pomeni, da se struktura virov v tej skupini vsebinsko obnaša, kot da bi bilo prisotnih pet enako zastopanih kategorij. Glede na to, da je entropija logaritemska mera, ni linearno občutljiva in majhne razlike, npr. 0,2, pomenijo opazne spremembe v strukturi; če je npr. vrednost entropije 3,1, to pomeni ≈ 8,5 enako obtežene kategorije; če je vrednost entropije 3,3, pa ≈ 9,9 kategorije. Razlika 0,2 torej pomeni, da se razpršenost virov poveča za več kot eno »enakovredno« kategorijo.

Ker nas je zanimalo tudi, kako se v selektivnosti virov informacij v medijih odražajo razmerja družbene moči, smo za vsako skupino posebej izračunali delež institucionalnih političnih akterjev, v katero smo združili politike in javno upravo. Tako smo lahko ugotovili, katere skupine medijev namenjajo več prostora tem institucionalnim političnim glasovom in kje se pojavlja prostor za druge akterje z manj družbene moči. V preglednicah se na ta skupni delež zaradi jedrnatosti sklicujemo kot na »elito«, vendar ga analitično razumemo kot ozek približek centralnosti institucionalnih političnih virov v novinarski agendi, in ne kot celovito mero družbene elitnosti.

2.5 Identifikacija in kategorizacija virov

Za dodatni vpogled v poročanje posameznih strukturnih skupin smo pripravili profile virov. V tej analizi smo za vsako skupino medijev identificirali pet najpogosteje uporabljenih virov (posameznikov, institucij in organizacij), ki so največkrat uporabljeni v poročanju, ter jih umestili v prej opredeljene kategorije, da bi lahko primerjali zastopanost institucionalnih političnih akterjev med skupinami (glejte Priloge: metodološka pojasnila).

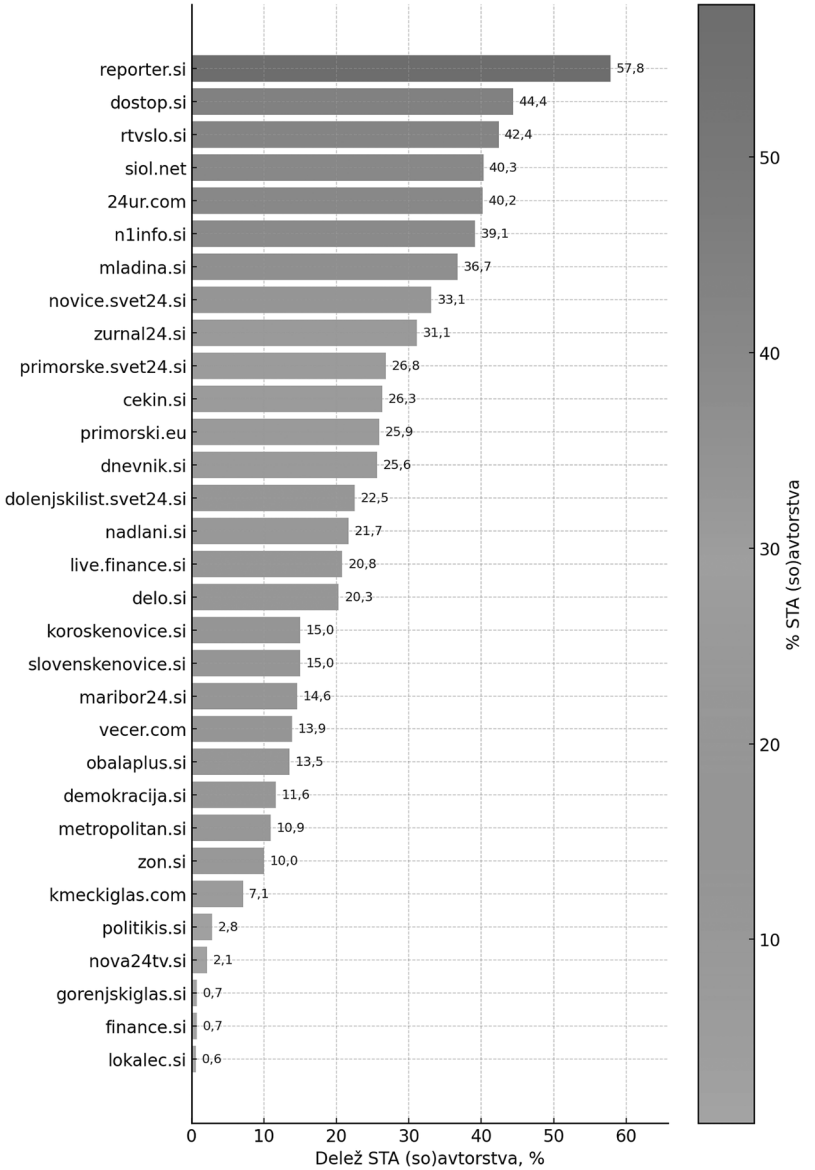
3 REZULTATI

3.1 Institucionalna centralizacija informacijskih virov – vloga STA

Slovenska medijska krajina je pomembno pogojena s procesi institucionalne centralizacije informacijskih virov; osrednji akter je STA. Kot nacionalna tiskovna agencija ima STA zakonsko in infrastrukturno vlogo zagotavljanja pravočasnih, preverjenih in javno relevantnih informacij, kar ji omogoča, da deluje kot temeljni informacijski vir za medije in druge informacijske tokove v državi. Zaradi ekonomskih in kadrovskih omejitev uredništev, da bi lahko samostojno in celovito spremljali politično, gospodarsko, kulturno in drugo javno relevantno dogajanje, se predvsem pri nekaterih medijih krepi tveganje informacijske odvisnosti od agencijskih novic. Digitalizacija družbenega komuniciranja krepi težnje po hitrosti in nenehni produkciji novic kot pomembnih pogojih generiranja spletnega prometa, javnega pomena medija in s tem povezanega poslovanja. V praksi to pomeni, da uredništva tekmujejo v hitrosti objavljanja novic, pri čemer majhna uredništva težko sledijo ritmu neprestanega posodabljanja, zato je njihova informacijska odvisnost od agencijskih vsebin znatna.

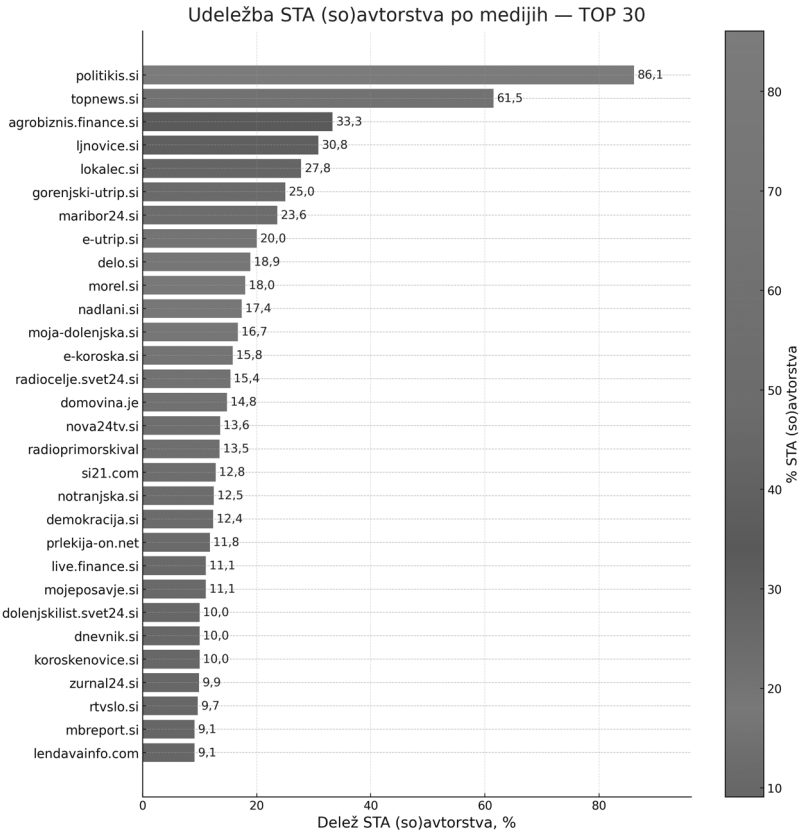
V prvem koraku smo identificirali avtorje vseh prispevkov, objavljenih na spletnih portalih (11.809), in identificirali tiste, pri katerih je STA naveden kot izvirni avtor ali soavtor prispevka. Takih prispevkov je v celotnem korpusu 13,3 odstotka (n = 1575).

Slika 1: Mediji z deleži objavljenih prispevkov v (so)avtorstvu s STA



Dodatno smo identificirali poobjavljanje vsebin STA brez eksplicitne atribucije avtorstva. Prepoznali smo 1471 prispevkov (12,4 % celotnega vzorca), ki vsebinsko ustrezajo STA, vendar avtorska oznaka STA v prispevku ni označena.

Slika 2: Zgornjih 30 medijev, ki objavljajo vsebine STA brez eksplicitne atribucije avtorstva



Približno četrtina prispevkov v vzorcu je povezana s STA. Ta kot informacijska infrastruktura omogoča medijem, da ob minimalnem vložku novinarskega dela zagotavljajo redno in aktualno poročanje.

Tendenca k pogostemu prevzemanju vsebin STA, brez navedbe avtorstva, je izrazita predvsem pri desno politično usmerjenih portalih, kot so politikis.si, gorenjski-utrip.si, e-utrip.si in moja-dolenjska.si. Na portalu politikis.si je, denimo, približno 86 odstotkov analiziranih prispevkov v osnovi povzeto po STA, pri čemer izvirno avtorstvo praviloma

ni eksplicitno navedeno. Vzorci poobjavljanja tako kažejo na izrazit pragmatizem v produkciji novic, saj so politični akterji iz vrst SDS, s katerimi so ti mediji ideološko povezani, v obdobju svojega mandata izvajali pritiske in poskuse finančne destabilizacije STA. Tudi politično in ideološko usmerjeni mediji se namreč soočajo z zahtevami kontinuirane produkcije, kar v digitalnem okolju, zaznamovanem s hitrostjo objave, z algoritmično logiko vidnosti ter s kadrovskimi omejitvami uredništev, pomeni stalno potrebo po cenovno dostopnih in ažurnih informacijskih virih.

Za politično usmerjene digitalne medije z majhnimi uredništvi to predstavlja funkcionalno informacijsko subvencijo, ki omogoča redno zapolnjevanje novičarskega cikla z majhnim vložkom lastnih virov. Ta strategija ni le izraz ekonomizacije produkcije novic, temveč tudi prilagoditev logiki digitalnih medijev, pri čemer sta kvantiteta vsebin in frekvenca objav ključna dejavnika ohranjanja vidnosti in tudi poslovanja medija.

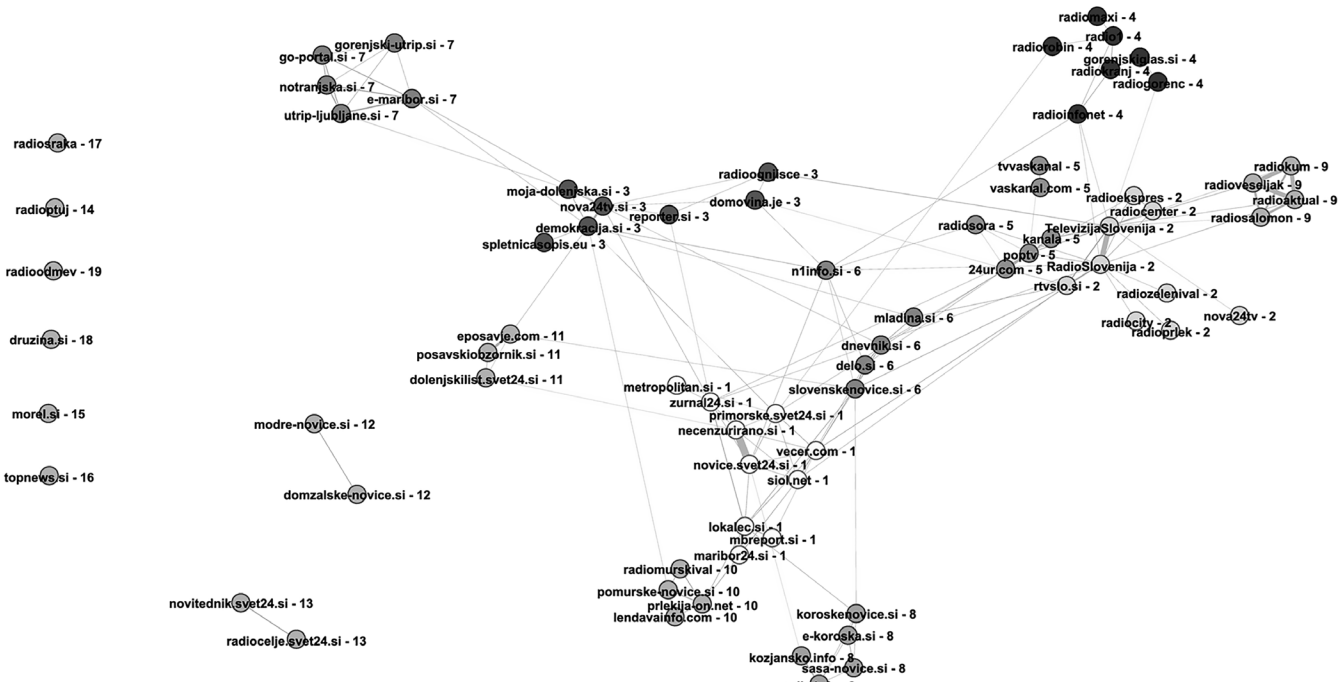
Homogenizacijski vzorec, ki se vzpostavlja s centralizirano produkcijo STA, ima dvojni učinek. Po eni strani krepi točnost novic v medijski krajini, saj agencija deluje v skladu z visokimi novinarskimi standardi in ima zanesljiv dostop do javno relevantnega dogajanja. Po drugi strani pa (pre)velika odvisnost medijev v krajini od enega vira prispeva k njeni homogenizaciji, ki zmanjšuje raznolikost novic ter s ponavljanjem in poudarjanjem istih tem, glasov in pogledov siromaši javno razpravo.

3.2 Vzorci homogenizacije – lastništvo, geografska bližina in ideološka podobnost

Analiza kaže, da se homogenizacija novic ne oblikuje zgolj z institucionalno centralizacijo informacijskih virov, temveč je pogojena tudi z lastniškimi povezavami, geografsko bližino in ideološko usmerjenostjo posameznih medijev. Ti trije dejavniki so se v empiričnih podatkih jasno izrisali kot najmočnejši mehanizmi, ki zmanjšujejo raznolikost novic in oblikujejo specifične medijske podskupine oziroma podomrežja.

Lastništvo se je izkazalo kot najmočnejši dejavnik homogenizacije. Velika medijska omrežja, kot je Media24, ki je lastniško povezano z Martinom Odlazkom in obsega široko mrežo radijskih programov ter tiskanih in spletnih medijev, reproducirajo iste vsebine v različnih medijih. To omrežje se deli v več sklopov. Prvi je severovzhodno regionalno vozlišče, kjer so med najbolj centralnimi časopisi iz skupine Media24 (skupina 1; št. vozlišč = 10/povprečno št. povezav vozlišča = 6,2/gostota podomrežja = 64,8) portali novice.svet24.si, necenzurirano.si, vecer.com, primorske24.si in zurnal24.si. V to vozlišče spadajo tudi lokalni štajerski spletni portali, kot so mbreport.si, maribor24.si in lokalec.si, kar

SLIKA 3: REDUCIRANO HOMOGENIZACIJSKO OMREŽJE NOVIC V SLOVENSKEM MEDIJSKEM PROSTORU



kaže pogosto poobjavljanje vsebin na območju severovzhodne Slovenije. Drugi sklop je tesno povezana radijska mreža (nekdanji RGL; skupina 3; 4/4,25/121,0), ki jo sestavljajo Radio Veseljak, Radio Aktual, Radio Kum in Radio Salomon. Tretji pa je ohlapnejše lastniško povezano radijsko omrežje (skupina 4; 7/2,71/17,4), v katero spadajo Radio Kranj, Radio 1, Radio Infonet, Radio Maxi in Gorenjski glas. Tudi manjše lokalno celjsko omrežje skupine Svet24 (skupina 13; 2/1,0/14,5: novitednik.svet24.si, radiocelje.svet24.si) jasno kaže skupne produkcijske prakse in tokove novic.

Lastniške strukture, povezane z Martinom Odlazkom, ne tvorijo enotnega omrežja, temveč več ločenih in zgoščenih sklopov. Kljub skupnemu lastništvu ti mediji oblikujejo kompaktne, a med seboj različne skupine, kar poudarja heterogen značaj homogenizacije novic tudi znotraj istega konglomerata. Podobne skupne produkcijske tokove je mogoče opaziti tudi pri drugih lastniško povezanih skupinah. Skupina okoli javnega zavoda RTV Slovenija (skupina 2; 9/5,22/51,9) se vzpostavlja okoli portala rtvslo.si ter vključuje Radio Slovenija in Televizijo Slovenija. Položaj komercialnih radiev (Radia Ekspres, Radia Center, Radia City in Radia Zeleni val) v isti skupini pa kaže prekrivanje novičarskih agend, in ne skupnega lastništva.

Skupina, povezana s Pro Plus (skupina 5; 6/4,33/37,7 %) odraža lastniške vezi med POP TV (dnevnoinformativnimi oddajami 24 ur popoldne, 24 ur, 24 ur zvečer in 24ur.com) in Kanalom A (dnevnoinformativna oddaja Svet na Kanalu A), hkrati pa vključuje tudi regionalne medije, ki podobno kot v prejšnji skupini s Pro Plus niso lastniško povezani (npr. Radio Sora, TV Vaš kanal). Umeščenost slednjih v isto skupino kaže reprodukcijo nacionalnih vsebin in interpretativnih okvirjev na lokalni ravni, tj. vertikalno homogenizacijo novičarskega poročanja, v kateri se lokalne novičarske agende hierarhično usklajujejo z nacionalnimi.

Skupina tiskanih medijev, ki jo tvorita Delo in Slovenske novice (skupno lastništvo), ter Dnevnik, Mladina in N1info (United Group) predstavljajo profesionalizirano, nacionalno usmerjeno jedro, ki deluje kot most do televizijsko-digitalnega ekosistema. Skupaj ti mediji predstavljajo tradicionalne medije z razmeroma velikimi redakcijami ter izrazitim poudarkom na politiki, javnih zadevah in socioekonomskih temah. V omrežju se kaže kot kompaktna centralna skupina; obrobne povezave z RTV Slovenija in s Pro Plus odražajo predvsem prekrivanje agend, in ne lastniških razmerij. Geografsko vsi akterji pokrivajo dogodke na nacionalni ravni; povezave z regionalnimi skupinami so šibkejše in nastajajo predvsem na podlagi tematskih področij, na primer nacionalne politike, gospodarstva in sodstva.

Radio Odmev, Radio Sraka in Radio Ptuj se v omrežju pojavljajo izolirano. V primerjavi z radii, vključenimi v radijske mreže, ti mediji niso

del večjih lastniških skupin, temveč delujejo kot samostojni lokalni radii. Njihova izoliranost v omrežju nakazuje izrazitejše, lokalno specifične repertoarje novičarskih vsebin, ki sistematično ne reproducirajo skupnih produkcijskih tokov večjih mrež.

Regionalna bližina se kaže kot drugi pomemben dejavnik homogenizacije, ki se v nekaterih primerih prepleta tudi z lastniškimi strukturami. Prav bližina spodbuja rutinsko pokrivanje istih občinskih, servisnih in regionalnih novic, kar povezuje več medijskih skupnosti. Med njimi izstopata skupina koroško-savinjskih regionalnih portalov (skupina 8; 5/3,4/25,8: celje.info, koroskenovice.si, e-koroska.si, kozjansko.info, sasa-novice.si) ter štajersko-severovzhodna regionalna skupina (Štajerska in Pomurje) (skupina 10; 4/3,5/28,0: prlekija-on.net, pomurske-novice.si, Radio Murski val, lendavainfo.com). Poleg teh se oblikujejo še posavske regionalne novice (skupina 11; 3/3,0/36,7) ter osrednjeslovenski dvojec (skupina 12; 2/1,0/10,5).

Nekateri radijski programi, kot so Radio Odmev, Radio Sraka in Radio Ptuj, se zaradi posebnih profilov svojih virov pojavljajo izolirano. To kaže odsotnost močnejših homogenizacijskih povezav z drugimi mediji, kar potrjuje, da regionalna bližina sicer spodbuja podobnost novic, a ne povsod in ne enako močno.

Ideološka podobnost deluje kot tretji dejavnik homogenizacije. Uredniška usmeritev oblikuje vzorce poročanja, saj se mediji s podobno politično orientacijo pogosto opirajo na iste teme in interpretacije. V skupini desno politično usmerjenih medijev (skupina 3; 7/4,57/42,0), v katero sodijo tako tisti mediji, ki so lastniško ali interesno povezani s Slovensko demokratsko stranko, kot tisti, ki so svetovnonazorsko konservativni in niso strankarsko opredeljeni. Gre za demokracija.si, nova24tv.si, Radio Ognjišče, reporter.si in moja-dolenjska.si, pri katerih je vsebinska homogenost izrazito povezana z ideološko bližino. Podobne vzorce zasledimo tudi pri desno politično usmerjenih portalih, ki ob nacionalnih temah pokrivajo tudi lokalne: utrip-ljubljane.si, e-maribor.si, notranjska.si, go-portal.si in gorenjski-utrip.si (skupina 7; 5/4,6/44,4).

Struktura skupine politično usmerjenih portalov je v skladu s kritičnimi opažanji o strankarskem zaledju določenih lokalnih medijev v Sloveniji, ki (po)objavljajo podobne narative in interpretativne okvire (Vezjak, 2021). Položaj portala druzina.si (1/0,0/12,0) zunaj skupine desno politično usmerjenih medijev pa je raje kot odraz ideološke distance odraz specifične tematske usmeritve: medij v večji meri poroča o verskih, etičnih in skupnostnih vprašanjih ter v manjši meri o vsakodnevni strankarski politiki.

Ob tem pa nekateri mediji ohranjajo izrazito lastne uredniške perspektive in ostajajo ločeni od večjih homogenizacijskih skupin. Poleg portala druzina.si sta taka tudi topnews.si (1/0,0/15,0) in morel.si (1/0,0/8,0).

Homogenizacija novic, pogojena z lastniškimi povezavami, geografsko bližino in s sorodno ideološko usmerjenostjo medijev, odpira vprašanje, kako se razmerja moči odražajo v selektivnosti virov in zastopanosti akterjev v novicah slovenskih medijev.

3.3 Vzorci pluralizacije, razkriti na podlagi izbire virov informacij

V zbranih prispevkih smo identificirali 14.645 citiranih virov, tj. oseb ali organizacij, ki jim novinar(-ka) v prispevku pripiše določeno informacijo, ki je citirana ali parafrazirana z jasno navedbo, komu je izjava pripisana. Analiza je pokazala, da se raven pluralizacije med različnimi medijskimi skupinami bistveno razlikuje. Za merjenje pluralnosti smo uporabili kazalnike entropije, efektivnega števila kategorij (ENS) ter deleža uradnih in političnih virov. Indikatorji kažejo, kako široko je zastopana kategorija akterjev in v kolikšni meri prevladujejo določene kategorije, predvsem politični viri. Rezultati kažejo izrazite razlike med posameznimi skupinami medijev, kar potrjuje, da je slovenski medijski prostor sestavljen iz različnih informacijskih logik, ki določajo, kako mediji strukturno oblikujejo izbor in razporeditev med posamezne tipe virov.

V celotnem vzorcu sta opazni strukturna prednost uradnih in političnih glasov ter manjša zastopanost civilne družbe in stroke. Največ virov predstavljajo politični akterji (3328; 22,8 %) in javna uprava/agencije (2155; 14,7 %); skupaj tvorijo 37,5 odstotka vseh navedb, kar razkriva izrazito naklonjenost institucionalnim elitam. Med tematsko širšimi kategorijami izstopata kultura in šport (1605; 11,0 %) ter mediji/novinarji (1461; 10,0 %), ki širita spekter tem, ne pa nujno tudi razmerij moči. Kategoriji civilna družba/NVO/sindikati (1063; 7,3 %) in strokovnjaki/znanstveniki (875; 6,0 %) sta opazno nižje zastopani; skupaj dosegata le 13,2 odstotka, približno tretjino elitnega deleža. Varnostni akterji (886; 6,1 %) in gospodarstvo (802; 5,5 %) se pojavljajo srednje pogosto, državljani/člani skupnosti (639; 4,4 %) pa razmeroma redko. Diplomatski/mednarodni funkcionarji prispevajo 4,1 odstotka (595), pravosodje tri odstotke (435), verske organizacije 1,1 odstotka (163), kategorija drugo/neznano pa 4,3 odstotka (623). Skupna slika potrjuje sistemski primat uradnih in političnih glasov ter podzastopanost civilne in strokovne sfere. Petnajst virov predstavlja manjkajoče vrednosti (nepopolni ali neklasificirani zapisi); označili smo jih kot manjkajoče in jih v porazdelitve po kategorijah nismo vključili, zato ne vplivajo bistveno na ugotovitve.

Tabela 3: Entropija, učinkovito število kategorij novic in delež elit po skupinah

Strukturna skupina	Entropija	ENS	Delež elit
Skupina tiskanih medijev	3,4	10,4	34,0
SV regionalne novice (Štajerska – Žurnal)	3,4	10,2	32,5
Javni servis (RTV)	3,3	10,0	40,4
Skupina Pro Plus	3,3	9,8	36,4
Odlazkova radijska mreža (bivši RGL)	3,1	8,8	44,6
Desno politično usmerjeni mediji	3,1	8,7	45,0
Radio Odmev, Radio Sraka in Radio Ptuj	3,0	8,2	50,0
Odlazkova radijska mreža (Infonet)	3,0	8,2	52,0
Koroško-savinjski regionalni portali	3,0	8,1	43,1
morel.si	3,0	8,1	37,5
SV regionalne novice (Štajerska in Pomurje)	3,0	8,0	44,3
druzina.si	3,0	7,8	19,6
topnews.si	3,0	7,8	50,0
Posavske regionalne novice	2,9	7,6	39,1
Politično usmerjeni portali	2,9	7,3	41,5
Lokalno celjsko omrežje skupine Svet24	2,4	5,1	65,4
Osrednjeslovenske lokalne novice	1,2	2,2	15,4

Najvišjo stopnjo raznolikosti kaže skupina tiskanih medijev, pri katerih entropija znaša 3,4, ENS 10,4 odstotka, delež elitnih virov pa 34 odstotkov. To pomeni, da vključujejo širši nabor akterjev, med njimi tudi strokovnjake, predstavnike civilne družbe in državljane. Čeprav so politični viri in viri iz javne uprave še vedno prevladujoči, prisotnost akterjev iz drugih družbenih sfer krepi pluralizacijo medijskega poročanja. Podobno visoko stopnjo raznolikosti smo zaznali pri regionalnih medijih severovzhodne Slovenije (Štajerska – Žurnal), pri katerih je entropija znašala 3,4 in ENS 10,2 odstotka, kar kaže sposobnost lokalnih medijev, da kot vire novic vključujejo različne družbene akterje.

Med najvišje uvrščene po indikatorjih pluralizacije spada tudi javna radiotelevizija, pri kateri je entropija znašala 3,3, ENS 10,0, delež uradnih in političnih virov pa 40,4 odstotka. Čeprav je ta delež pri RTV Slovenija nekoliko višji kot pri tisku, obenem pa nižji kot pri radijskih mrežah ali desno politično usmerjenih in svetovnonazorsko koservativnih medijih (pri katerih ta delež presega 45 %), širši nabor kaže zavezanost javne radiotelevizije vključevanju virov iz različnih družbenih sfer. Tudi medije iz

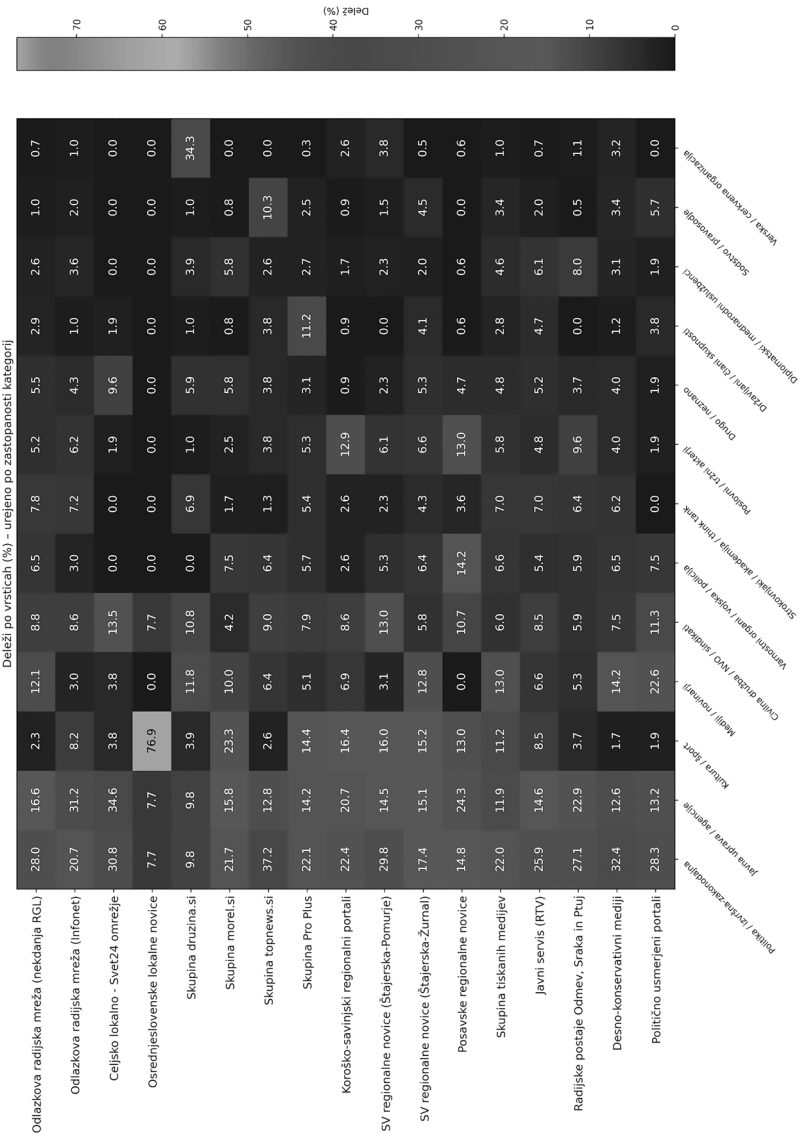
skupine Pro Plus po analiziranih indikatorjih uvrščamo med bolj pluralne segmente medijske krajine. Z entropijo 3,3 in efektivnim številom kategorij virov (ENS) 9,8 se približuje tiskanim medijem in javnemu servisu, kar pomeni, da v produkciji novic uporablja razmeroma širok spekter virov. Delež elitnih virov (36,4 %) kaže, da imajo v njihovem poročanju viri iz politike in javne uprave manjšo vlogo, medtem ko je med viri delež državljanov (11,2 %, tabela 4) eden najvišjih med identificiranimi skupinami in kaže prisotnost državljanskega glasu v njihovem poročanju.

Radijske mreže se v rezultatih kažejo kot segment z izrazito višjim deležem uradnih in političnih virov ter nižjo razpršenostjo tipov virov v primerjavi s tiskanimi in televizijskimi mediji. Nekdanja RGL-mreža, ki zdaj spada v Odlazkovo medijsko omrežje, ima entropijo 3,1 in ENS 8,8 odstotka, pri čemer uradni in politični viri predstavljajo skoraj polovico vseh (44,6 %), medtem ko Infonetova mreža dosega podobne vrednosti (entropija 3,0; ENS 8,2), a je tam ta delež še višji (52,0 %). To pomeni, da radijske postaje v povprečju precej močno reproducirajo glasove političnih in institucionalnih akterjev, medtem ko je prostor za vire, kot so civilna družba, državljani in strokovnjaki, precej ožji. Z entropijo okrog 3,0 ter ENS med 8,0 in 8,8 so radijske mreže manj raznolike kot tiskani mediji, RTV Slovenija ali Pro Plus, kar nakazuje bolj standardizirano in vsebinsko zoženo produkcijo. Radijske mreže k pluralizaciji torej prispevajo omejeno, saj njihove vsebine večinoma utrjujejo prevladujoče institucionalne glasove.

Desno politično usmerjeni mediji in portali sta segmenta, pri katerih je raznolikost virov relativno omejena, delež elitnih glasov pa izrazito visok. Skupina desno politično usmerjenih medijev (entropija 3,1; ENS 8,7) v novicah vključuje predvsem politične in institucionalne akterje, ki skupaj predstavljajo skoraj polovico vseh (45,0 %). Visok delež odraža intenzivno in pogosto konfliktno usmerjenost v dnevno politiko namesto v širši nabor družbenih vprašanj in akterjev, kar pomeni, da je v njihovem poročanju prostor za civilno družbo, manjšine ali strokovnjake precej ožji, vsebinska homogenizacija pa pogosto sledi jasno ideološki liniji. Podobno velja za politično usmerjene portale (entropija 2,9; ENS 7,3), pri katerih so elitni viri zastopani v več kot 41 odstotkov primerov. Čeprav ta skupina vključuje portale, ki pokrivajo tudi lokalne teme, ostajajo njihovi repertoarji virov precej ozki, z močno prisotnostjo političnih interpretacij in manj prostora za pluralnost glasov. To kaže, da je prispevek teh medijev k pluralizaciji omejen, saj bolj utrjujejo zdajšnje ideološke narative, kot pa ustvarjajo prostor za širšo družbeno raznolikost.

Struktura virov medijev jasno odraža razmerja družbene politične moči, saj so med vsemi kategorijami virov politični akterji daleč najpogosteje citirani in predstavljajo povprečno 23,4 odstotka vseh navedb, pri

Tabela 4: Deleži kategorij virov po medijskih skupinah



čemer v posameznih primerih njihov delež presega 37 odstotkov. Najvišji delež uradnih in političnih virov, torej skupaj politika in javna uprava, smo zabeležili v skupini Celjsko lokalno – Svet24 – 65,4 odstotka in v z Odlazkom povezanem radijskem omrežju Infonet (51,9 %). Tako močna

prisotnost političnih glasov kaže, da imajo stranke, vlada in drugi nosilci formalne oblasti še vedno izrazito privilegiran dostop do javnosti prek medijev.

Predstavniki javne uprave so v povprečju predstavljali 17,2 odstotka vseh citatov. Skupaj s političnimi akterji tvorijo skoraj polovico vseh objavljenih citiranih virov, kar jasno kaže prevlado institucionalnih elit v javni razpravi. Po drugi strani pa je delež virov, ki prihajajo iz civilne družbe, od strokovnjakov in iz akademskih krogov, bistveno nižji in se giblje med petimi in desetimi odstotki. Še manj zastopani so bili državljani, katerih glasovi so se v analiziranem obdobju pojavili le v 3,6 odstotka primerov.

Državljani predstavljajo kategorijo, ki je v strukturi virov precej skromno zastopana – v celotnem vzorcu le okoli štirje *odstotki vseh*. Državljanski glasovi, ki se redko prebijejo v novice, se najpogosteje pojavljajo v anketnih izjavah, odzivih na krizne dogodke, kot so nesreče in vremenske ujme, ali v kontekstu lokalnih tem. V nacionalnih medijih in tistih, ki so politično usmerjeni, je ta delež še nižji, kar kaže, da je glas državljanov v nacionalni razpravi pogosto prezrt. S tem se potrjuje opažanje, da so posamezniki kot akterji v javni sferi marginalizirani, medtem ko so uradniki in politiki privilegirana elita.

Združene kategorije *državljani (4,3 %), civilna družba (7,2 %) in strokovnjaki (5,9 %)* v celotnem vzorcu predstavljajo približno *17 odstotkov vseh virov*. Ker so segment akterjev zunaj institucionalne politične in upravne sfere, bi bilo pričakovati, da bodo v večji meri prispevali k raznolikosti novic in s tem k pluralizaciji. Čeprav ta delež ni zanemarljiv, je vseeno bistveno nižji od deleža političnih virov in tistih iz javne uprave, ki skupaj *presegajo 37 odstotkov*. To pomeni, da je v slovenskih novicah prevlada institucionalnih političnih in upravnih virov, medtem ko so glasovi civilne družbe, državljanov in strokovnjakov prisotni, a očitno drugotnega pomena. V pluralni medijski krajini bi bilo pričakovati večjo zastopanost, ker prinašajo alternativne perspektive, kritičnost in strokovne interpretacije.

Obstajajo pa tudi izjeme. Tiskani mediji, javna radiotelevizija in komercialna skupina Pro Plus izkazujejo nekoliko širše repertoarje virov, z višjimi deleži strokovnjakov in predstavnikov civilne družbe kot večina drugih skupin. To je verjetno povezano z večjimi redakcijami, daljšimi in zahtevnejšimi novinarskimi prispevki ter s širšimi uredniškimi agendami, ki omogočajo več priložnosti za občasno vključevanje širšega nabora glasov, čeprav institucionalni politični akterji v njihovem poročanju ostajajo osrednji.

3.4 Vzorci zastopanosti družbenih akterjev v strukturnih skupinah

Zastopanost različnih akterjev v novicah omogoča vpogled v to, kako novinarski sistem razporeja simbolno vidnost med posameznike in institucije. Stopnja, do katere je medijski prostor odprt za raznolike glasove in perspektive, je odvisna ne le od števila medijev in obravnavanih tem, temveč tudi od tega, kateri akterji se znova in znova pojavljajo kot osrednja žarišča poročanja.

Da bi zajeli te vzorce, smo za vsako strukturno skupino analizirali pet najpogosteje citiranih virov in preučili, v kolikšni meri je pozornost skoncentrirana na ožji nabor akterjev.

Agencijska odvisnost in institucionalna centralizacija. Največje skupine: javni servis RTV, severovzhodne regionalne novice (Štajerska – Žurnal) in tiskani mediji temeljijo na agencijskih (STA, AFP in dpa) in uradnih virih (Policija). Odstotki so nizki in enakomerno razporejeni, kar kaže razpršenost in relativno raznolikost. Ti mediji so hrbtenica informacijskega sistema, a hkrati reproducirajo homogeniziran tok, saj večina virov prihaja iz istih institucij.

Politična polarizacija in koncentracija v nekaj akterjih. V desno politično usmerjenih medijih, na politično usmerjenih portalih in na topnews.si se pojavlja močna koncentracija, saj nekaj akterjev, kot so Janez Janša, Tatjana Bobnar, Robert Golob in posamezne opozicijske figure, zavzema nesorazmerno velik delež prostora. Njihovi deleži so nekolikokrat višji (3–4 % in tudi več), kar kaže, da se profil skupine gradi na ozkem naboru politično polarizirajočih virov.

Pomembno je poudariti, da visoka izpostavljenost akterja v medijih sama po sebi še ne pomeni naklonjenosti ali vpliva na posamezni medij. Akter ima v posameznem mediju lahko visoko vidnost, ker je objekt kritike. Podatki kažejo, da se voditelji aktualne vlade pogosto pojavljajo v desno politično usmerjenih medijih in portalih. V obeh primerih visoka izpostavljenost ne odraža njihovega vpliva ali nadzora nad temi mediji.

Naši rezultati tako zajemajo simbolno centralnost v novičarski agendi, ne pa smeri ali tona poročanja.

Lokalna personalizacija. Osredinjenost na manjše število lokalnih akterjev v regionalnih strukturnih skupinah, in sicer na lokalno celjsko omrežje skupine Svet24, osrednjeslovenske portale in posavske medije kaže, da se lokalno novinarstvo v teh skupinah v manjši meri opira na nacionalne dogodke in agencijske novice.

Ideološko specifična niša. Verski mediji, kot je druzina.si, ki se sama umešča v prostor verskega tiska z izrecnim poudarkom na krščanskih (katoliških) vrednotah in pogledih na družbo ter lastniško navezavo

Tabela 5: Profili strukturnih skupin

Strukturna skupina	Pet najpogosteje citiranih virov (delež med viri v skupini)
Javni servis (RTV), skupina	Joe Biden: 1 %; Robert Golob: 1 %; Benjamin Netanjahu: 1 %; Nataša Pirc Musar: 1 %; Josep Borrell: 1 %
SV regionalne novice (Štajerska – Žurnal)	STA: 2 %; AFP: 1 %; Policija: 1 %; dpa: 1 %; Robert Golob: 1 %
Tiskani mediji	AFP: 2 %; STA: 1 %; dpa: 1 %; Robert Golob: 1 %; Joe Biden: 1 %
Skupina Pro Plus	Robert Golob: 1 %; Janez Janša: 1 %; Srečko Šestan: 1 %; Joe Biden: 1 %; Marjan Šarec: 1 %
Desno politično usmerjeni mediji	Janez Janša: 2 %; STA: 2 %; Robert Golob: 2 %; Tatjana Bobnar: 1 %; Nataša Pirc Musar: 1 %
Odlazkova radijska mreža	Robert Golob: 2 %; Občina Medvode: 2 %; Mestna občina Kranj: 1 %; Tanja Fajon: 1 %; Zoran Jankovič: 1 %
Odlazkova radijska mreža (bivši RGL)	Robert Golob: 4 %; Policija: 4 %; Nataša Pirc Musar: 3 %; Srečko Šestan: 3 %; Klavdij Strmčnik: 3 %
Politično usmerjeni portali	Radio Ognjišče: 4 %; Tatjana Bobnar: 4 %; Robert Golob: 4 %; MMC: 4 %; Tina Heferle: 2 %
Koroško-savinjski regionalni portali	STA: 4 %; Vlada RS: 3 %; Milan Zver: 2 %; Alenka Bratušek: 2 %; Alenka Helbl: 2 %
Severovzhodne regionalne novice (Štajerska – Pomurje)	Damjan Anželj: 3 %; Boštjan Poklukar: 2 %; Milan Zver: 2 %; Rafael Kant: 2 %; Urška Mavko Tuš: 2 %
Posavske regionalne novice	Policijska uprava Novo mesto: 4 %; Ivan Molan: 4 %; Distribucijska enota Krško: 4 %; Srečko Ocvirk: 3 %; Občina Sevnica: 2 %
Lokalno celjsko omrežje skupine Svet24	Lojze Posedel: 10 %; Branko Kidrič: 6 %; Zavod za gozdove: 4 %; Suzi Kvas: 4 %; Miran Jurkošek: 4 %
Osrednjeslovenske lokalne novice	Bruno Najdič: 12 %; Blaž Peterka: 8 %; Dominik Kozjek: 8 %; Mladen Kašič: 8 %; Draga Jeretina Anžin: 4 %
druzina.si	Vatican News: 5 %; Brane Gregorčič: 2 %; papež Frančišek: 2 %; Andrej Saje: 2 %; Johan Verschueren: 2 %
morel.si	Bruno Najdič: 3 %; Mladen Kašič: 3 %; Miha Štamcar: 3 %; ARSO: 3 %; Associated Press: 2 %
topnews.si	Janez Janša: 4 %; Palestinski Rdeči polmesec: 3 %; Josep Borrell: 3 %; Tatjana Bobnar: 3 %; Tanja Fajon: 3 %

(izdajatelj je v solastništvu Nadškofije Ljubljana in drugih štirih slovenskih škofij), imajo homogeno strukturo, pri čemer glavnino virov tvorijo cerkvene institucije in njihovi predstavniki (npr. katoliški medij *Vatican News*, papež Frančišek in generalni tajnik in tiskovni predstavnik Slovenske škofovske konference Andrej Saje). Specifičen homogenizacijski profil tvorijo politični portali (e-maribor.si, utrip-ljubljane.si, notranjska.si,

go-portal.si in gorenjski-utrip.si), ki v poročanju izkazujejo visok delež (predvsem) elitnih virov in v primerjavi z drugimi strukturnimi skupinami največjo koncentracijo medijskih virov, kar kaže izrazito zanašanje na povzemanje drugih medijev.

4 RAZPRAVA

Rezultati analize raznolikosti novic v Sloveniji potrjujejo, da pluralizacija in homogenizacija delujeta sočasno in protislovno ter strukturirata medijski prostor na način, ki hkrati širi in oži pogoje za demokratično razpravo. Analiza kaže, da institucionalna centralizacija informacijskih virov v medijski krajini v Sloveniji skupaj z lastniškimi strukturami, regionalno bližino in ideološko orientacijo medijev tvori ključne dejavnike homogenizacije, medtem ko selektivnost virov in asimetrična zastopanost družbenih akterjev potrjujeta sistemske neenakosti v simbolnem prostoru, ki ga z novicami tvorijo mediji. Ti problemi raznolikosti novic odražajo širše posledice dolge »dvojne revolucije«, v okviru katere se je v Sloveniji vzpostavilo paternalistično-komercialno medijsko okolje, z zabrisanimi mejami med političnimi in ekonomskimi interesi, medtem ko so državljanski interesi potisnjeni na obrobje. Digitalizacija je ta razmerja okrepila, saj medijsko produkcijo novic vse bolj določajo težnje po racionalizaciji na podlagi zniževanja stroškov dela in standardizacije, iskanja upravljavskih sinergij ter prilagajanja logikam internetnih družbenih omrežij in drugih digitalnih platform. V taki medijski krajini se ob sočasnih procesih homogenizacije in pluralizacije v novicah krepijo škodljivi vzorci, kar kažejo tudi naše ugotovitve.

Prvi sklop ugotovitev se nanaša na STA in njen pomen kot osrednje informacijske infrastrukture medijske krajine. Približno četrtina analiziranih prispevkov temelji neposredno na vsebinah STA, bodisi z eksplicitno atribucijo avtorstva bodisi s posrednim poobjavljanjem. Ta vzorec potrjuje, da STA deluje kot ključen mehanizem homogenizacije, ki medijem omogoča hitro in poceni zapolnjevanje produkcijskega cikla novic z verodostojnimi in s točnimi informacijami, toda hkrati povečuje tveganje za zmanjševanje raznolikosti glasov in pogledov ter oženje javne razprave. Te ugotovitve kažejo, da je STA hkrati nepogrešljiv garant profesionalnih standardov in sistemski informacijski vir homogenizacije, medtem ko medijska krajina odraža pomembno stopnjo odvisnosti od nacionalne tiskovne agencije. Posledično se raznolikost novic v pomembni meri oblikuje v okvirih, ki jih postavlja STA, kar vpliva na možnosti kritičnega spremljanja javnega dogajanja in krepi vlogo agencije v medijski krajini v Sloveniji.

Drugi sklop ugotovitev opozarja na vlogo lastništva kot enega glavnih dejavnikov homogenizacije novic. Medijsko omrežje Media24, povezano z Martinom Odlazkom, reproducira vsebine v več sklopih – od regionalnih časopisov in spletnih portalov do radijskih mrež – kar jasno kaže racionalizacijo produkcije in strukturno pogojeno homogenizacijo. Vendar pa analiza razkriva tudi razlike med posameznimi skupinami. Medtem ko radijske mreže delujejo kot kompaktne skupine z visoko stopnjo vsebinske podobnosti, se v regionalnih spletnih in tiskanih medijih pojavljajo večja odstopanja, ki nakazujejo določeno mero diferenciacije. Znotraj Odlazkovega medijskega konglomerata homogenizacija ni enovita, temveč razpršena v več zgoščenih, a med seboj ločenih podomrežij z regionalnim oziroma lokalnim značajem. S tem Media24 ne ustvarja ene homogenizirane mreže novic, temveč več vozlišč. Taka struktura kaže, da lastniške povezave vodijo v segmentirano homogenizacijo, ki različno vpliva na raznolikost novic in pluralnost znotraj posameznih delov medijske krajine. Podobne vzorce, čeprav z različnimi intenzitetami, prepoznamo tudi pri drugih omrežjih. Skupina okoli RTV Slovenija tvori homogeno vozlišče z močnim osrednjim portalom ter s povezanimi radijskimi in televizijskimi programi, medtem ko omrežje Pro Plus kaže kombinacijo lastniških povezav in vzporednih vzorcev homogenizacije z nekaterimi regionalnimi mediji. Desno politično usmerjeni mediji tvorijo lastno vozlišče z močnim vzorcem homogenizacije, pri čemer se vsebine in interpretacije pogosto prekrivajo, kar notranje utrjuje potenciale za ideološko enotnost znotraj omrežja.

Tretji in četrti sklop ugotovitev kažeta, da selektivnost virov in zastopanost kategorij družbenih akterjev v analiziranih medijih prispevata k reprodukciji obstoječih razmerij družbene moči v slovenski medijski krajini. Politični in uradni glasovi imajo izrazito prevlado, saj tvorijo več kot tretjino vseh navedenih virov. Ta simbolna asimetrija dostopa do medijev hkrati razkriva, da so glasovi civilne družbe, strokovnjakov in državljanov sistemsko manj zastopani. Slika sicer ni enovita. Medtem ko nekateri mediji, predvsem tiskani mediji, javna RTV Slovenija in komercialna skupina Pro Plus, kažejo večjo raznolikost pri vključevanju širšega nabora virov, zlasti radijske mreže in desno politično usmerjeni mediji, kažejo izrazitejše stopnje elitizacije virov. Rezultati potrjujejo ugotovitve dozdajšnjih študij, da je raznolikost virov manj vprašanje kvantitete ter bolj odraz in reprodukcija obstoječih razmerij moči. Raznolikost virov in družbenih akterjev v novicah ni le problem števila glasov in pogledov, temveč vprašanje, kdo skozi novice krepi simbolno moč in kdo ostaja na obrobju.

Raznolikost novic je v slovenski medijski krajini določena s širšimi strukturnimi pogoji, ki se odražajo v racionalizaciji produkcije

novic, koncentraciji lastništva na prepletenih medijskih trgih, politični usmerjenosti medijev in medijskem prilagajanju zahtevnim razmeram na prepletenih medijskih trgih. V pomembni meri je rezultat razmerij moči, na podlagi katerih se tudi določa, kdo in kako dobi glas v medijskem simbolnem prostoru in kateri pogledi so prevladujoči. To potrjuje pomen raznolikosti novic kot pogoja za demokratizacijo družbenega komuniciranja in nalaga razmislek o nujnosti strukturnih sprememb, ki bi omogočile bolj vključujočo medijsko krajino.

5 OMEJITVE RAZISKAVE

Pluralizacija in homogenizacija sta sočasni in prepleteni dinamiki znotraj širših generativnih procesov novičarske produkcije, njun empirični izraz pa je v veliki meri odvisen od izbrane enote analize. V tej študiji smo homogenizacijo operacionalizirali na ravni besedila tako, da smo identificirali dobesedne sočasne pojavitve vsebin v različnih medijih in rekonstruirali omrežja ponovne uporabe vsebin. Tak pristop izolira primere, v katerih različni mediji objavijo identična ali vsebinsko enakovredna besedila, ter s tem razkriva skupne produkcijske vzorce, ki strukturirajo novičarstvo v slovenskem medijskem sistemu.

Alternativne operacionalizacije bi lahko osvetlile druge ravni konvergence in raznolikosti, vključno s prekrivanjem agend in okvirjev, z reprezentacijo družbenih akterjev ali vrednotenjskimi asimetrijami v njihovem poročanju. Proučevanje teh dimenzij bi zahtevalo premik enote analize na raven virov.

Zaradi osredinjenosti analize na izključno novičarske vsebine so rezultati omejeni na področje novic. Nenovičarski žanri in formati – zlasti na radiu in televiziji (npr. oddaje z vključevanjem poslušalcev/gledalcev, pogovorne oddaje, magazinski formati) – omogočajo specifične interakcije, ki lahko krepijo glasove državljanov in preoblikujejo porazdelitev virov. Ker ti formati niso bili vključeni v analizo, je treba ocenjene ravni pluralizacije in udeležbe državljanov razumeti kot konservativne spodnje ocene.

Čeprav je bilo v raziskavo vključenih 141 medijev, kar je razmeroma obsežen vzorec, še zdaleč ne zajame celotne medijske krajine. Manjši lokalni portali, ki objavljajo le občasno, ter vsebine, ki nastajajo in krožijo na družbenih omrežjih, so v veliki meri ostali zunaj analize. Poleg tega je v podatkih prisotna določena pristranskost virov, saj večji delež vsebin izhaja iz Slovenske tiskovne agencije in RTV Slovenija, kar krepi učinek institucionalne centralizacije.

Dodatna omejitev raziskave se nanaša na koncept pluralnosti, ki smo ga operacionalizirali na podlagi kazalnikov entropije, efektivnega

števila virov (ENS) in deleža elitnih oziroma neelitnih akterjev. Čeprav gre za robustne in uveljavljene kvantitativne mere, te ne zajamejo vsebinske kakovosti novinarskih prispevkov, npr. tega, ali je glas državljana predstavljen površno ali poglobljeno. Raznolikost je bila obravnavana v smislu razpršenosti virov, ne pa nujno v smislu dejanskega uravnoteženja različnih perspektiv, kar pomeni, da rezultati ne morejo v celoti zajeti simbolne in diskurzivne dimenzije medijske pluralnosti.

Pri merjenju procesov homogenizacije in pluralizacije medijskega poročanja smo se osredinili predvsem na raznolikost in porazdelitev virov ter na prekrivanje besedil med različnimi mediji. Tak pristop omogoča natančen vpogled v strukturne vzorce produkcije novic, a hkrati odpira vprašanje, katere dimenzije bi bilo smiselno vključiti za še celovitejše razumevanje. Ena od ključnih je lastništvo medijev: denimo, kako zadružne oblike, neodvisni portali ali skupnostni mediji prispevajo k raznolikosti v primerjavi z velikimi komercialnimi sistemi ali s politično povezanimi lastniki. Nadalje, glas državljanov v poročanju razumemo kot širok razpon praks – od bežnih uličnih anket, prek spontanih odzivov prebivalcev ob vremenskih ujmah in kratkih pričevanj s terena, do vključevanja državljanov v debate o ključnih družbenih vprašanjih. Za boljše razumevanje državljanskega glasu v medijskem poročanju bi bilo treba natančneje analizirati poročanje, tako da sistematično ločimo formate vključevanja državljanov.

Taki formati strukturno privilegirajo uradne vire in puščajo le omejen prostor za širši nabor akterjev, zato je ocene raznolikosti virov v teh medijih treba interpretirati ob upoštevanju teh strukturnih omejitev. To pa ne pomeni, da formati v načelnem smislu vzpostavljajo eksplicitne ovire za vključevanje državljanov, strokovnjakov in civilnodružbenih organizacij – njihova izključenost je predvsem posledica uredniških praks.

Nadalje bi bilo za podrobnejšo analizo vredno upoštevati tudi podobnost oziroma raznolikost uokvirjanja določenih družbenih problemov, saj se lahko iste teme pojavljajo v različnih medijih in različnih interpretacijah. Poleg tega bi raziskava lahko zajela še stopnjo prekrivanja tem, torej v kolikšni meri mediji sledijo podobni agendi ali pa odpirajo povsem različne vsebinske sklope. Taka razširitev bi omogočila premik k širšemu, vsebinsko bogatejšemu razumevanju pluralnosti, ki vključuje lastniške strukture, uredniške prakse in diskurzivne okvire, v katerih mediji oblikujejo javno razpravo.

6 VIRI IN LITERATURA

Adam, Frane, Peter Sekloča, Primož Kristan, Darka Podmenik in Matevž Tomšič (2008): Vrednotna in nazorska usmerjenost slovenskih tiskanih medijev: Zaključno poročilo o rezultatih raziskovalnega dela na projektu v okviru Ciljnega raziskovalnega programa (CRP) »Konkurenčnost Slovenije 2006–2013«. Ljubljana: Ministrstvo za kulturo RS.

Bašić Hrvatin, Sandra (2004): Zmeda zaradi Zmed-a. Medijska preža 20/21: 20–21.

Bašić Hrvatin, Sandra in Lenart J. Kučić (2004): Slovenija. V Brankica Petković (ur.), Medijsko lastništvo: Vpliv lastništva na neodvisnost in pluralizem medijev v Sloveniji in drugih post-socialističnih državah, 49–90. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Bašić Hrvatin, Sandra in Brankica Petković (2007): In temu pravite medijski trg? Vloga države v medijskem sektorju v Sloveniji. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Bašić Hrvatin, Sandra in Marko Milosavljević (2010): Slovenskih medijskih 20 let: quid pro quo. Medijska preža 37: 4–7.

Beckers, Kathleen, Andrea Masini, Julie Sevenans, Miriam van der Burg, Julie De Smedt, Hilde Van den Bulck in Stefaan Walgrave (2017): Are Newspapers' News Stories Becoming More Alike? Media Content Diversity in Belgium, 1983–2013. Journalism 20 (12): 1665–1683.

Bembič, Branko in Igor Vobič (2021): Koalicije preživetja v obdobju zatona časopisne industrije: študija primera. Javnost – The Public 28 (S1): S81–S102.

Brown, Roger, Allan Collins in Paul Duguid (1987): Situated Cognition and the Culture of Learning. Educational Researcher 18 (1): 32–42.

Calhoun, Craig (1992): Habermas and the Public Sphere. Cambridge, MA: MIT Press.

Heim, Kelly, Emily J. West, Michael L. Anderson in Philip M. Napoli (2018): Valuing Media Diversity. International Journal of Communication 12: 2949–2972.

Hendrickx, Jonathan (2019): Measuring Media Concentration and Diversity. Journalism Studies 20 (13): 1819–1837.

Hendrickx, Jonathan in Heritiana Ranaivoson (2019): Why and How Higher Media Concentration Equals Lower News Diversity – The Mediahuis Case. Journalism 22 (11): 2800–2815.

Hendrickx, Jonathan, Pieter Ballon in Heritiana Ranaivoson (2020): Dissecting News Diversity: An Integrated Conceptual Framework. Journalism 23 (8): 1751–1769.

Hendrickx, Jonathan in Annelien Van Remoortere (2024): Exploring the Link Between Media Concentration and News Content Diversity Using Automated Text Analysis. Journalism 25 (2): 353–371.

Humprecht, Edda in Frank Esser (2017): A Glass Ceiling in the Online Age? Journalism Studies 19 (6): 807–824.

Joris, Glen, Frederik De Grove, Kristin Van Damme in Lieven De Marez (2020): News Diversity Reconsidered. Journalism Studies 21 (13): 1893–1912.

Kaluža, Jernej in Sašo Slaček Brlek (ur.) (2020): V senci digitalnih velikanov: sodobni trendi v slovenskem digitalnem novinarstvu. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.

Karppinen, Kari (2018): Journalism, Pluralism, and Diversity. V Tim P. Vos (ur.), Journalism, 493–510. Berlin: De Gruyter Mouton.

Kučić, Lenart J. (2015): Kako sta Pop TV in Kanal A dolga leta nepošteno izkoriščala prevlado na televizijskem trgu. Pod črto, 6. januar. Dostopno prek https://podcrto.si/kako-sta-pop-tv-in-kanal-a-dolga-leta-neposteno-izkoriscala-monopol-na-televizijskem-trgu/ (1. 2. 2026).

Kučić, Lenart J. (2019): Infografika: internetni mediji SDS. Pod črto, 10. december. Dostopno prek https://podcrto.si/author/lenartkucic/ (1. 2. 2026).

Kučić, Lenart J. (2020): Mediji Martina Odlazka (2. del). Pod črto, 23. november. Dostopno prek https://podcrto.si/mediji-martina-odlazka-2-del-ni-varovalk-pred-zlorabo-kopicenja-medijev/ (1. 2. 2026).

Loecherbach, Felicia, Judith Moeller, Damian Trilling in Wouter van Atteveldt (2020): The Unified Framework of Media Diversity. Digital Journalism 8 (5): 605–642.

Magin, Melanie, Birgit Stark, Olaf Jandura, Linards Udris, Andreas Riedl, Miriam Klein, Mark Eisenegger, Raphael Kösters in Brigitte Hofstetter Furrer (2023): Towards a Multi-Perspective Approach to News Content Diversity Based on Liberal and Deliberative Models of Democracy. Journalism Studies 24 (5): 669–696.

McQuail, Denis (1992): Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. London: Sage Publications.

Milosavljević, Marko in Romana Biljak Gerjevič (2024): Monitoring Media Pluralism in the Digital Era: Slovenia 2023. San Domenico di Fiesole: European University Institute.

Napoli, Philip (1999): Deconstructing the Diversity Principle. Journal of Communication 49 (4): 7–34.

Pirc, Tatjana (2023): Pritisk na tisk – lastniki in vodstva. Radio Slovenija, 1. februar.

Powers, Matthew in Rodney Benson (2014): Is the Internet Homogenizing or Diversifying the News? International Journal of Press/Politics 19 (3): 246–265.

Radio Študent (2024): Neuvrščeni mediji ostajajo neuvrščeni. Radio Študent, 29. januar. Dostopno prek https://radiostudent.si/politika/odprti-politicni-termin/neuvrsceni-mediji-ostajajo-neuvrsceni (1. 2. 2026)

Raeijmaekers, Danielle in Pieter Maeseele (2015): Media, Pluralism and Democracy. Media, Culture & Society 37 (7): 1042–1059.

Sekloča, Peter in Sašo Slaček Brlek (2024): Struktura slovenskega medijskega trga v ekonomiji pozornosti. Javnost – The Public 31 (S): S101–S121.

Sjøvaag, Helle (2014): Media Diversity and the Political Economy of the Media. Göteborg: Nordicom.

Splichal, Slavko (2001): Imitative Revolutions. Javnost – The Public 8 (4): 31–58.

Splichal, Slavko (ur.) (2020): Premisleki o prihodnosti javnih medijev. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.

Splichal, Slavko in Peter Dahlgren (2016): Journalism Between De-Professionalisation and Democratisation. European Journal of Communication 31 (1): 5–18.

Tomšič, Matevž, Borut Rončević, Nuša Erman in Tamara Besednjak Valič (2020): Raziskava medijske krajine. Ljubljana: Fakulteta za medije (FAM).

van Cuilenburg, Jan (1999): On Competition, Access and Diversity in Media, Old and New. New Media & Society 1 (2): 183–207.

Vezjak, Boris (2021): Osemnajst portalov blizu SDS. In Media Res, 23. februar. Dostopno prek https://vezjak.com/2021/02/23/osemnajst-portalov-stranka-sds/ (1. 2. 2026).

Voakes, Paul S., Jack Kapfer, David Kurpius in David Shano-Yeon Chern (1996) Diversity in the News. Journalism and Mass Communication Quarterly 73 (3): 582–593.

Vobič, Igor (2020): Novinarstvo onkraj zidu. V Jernej Kaluža in Sašo Slaček Brlek (ur.), V senci digitalnih velikanov, 201–212. Ljubljana: Založba FDV.

Vobič, Igor (2023): Slovenia: A Paternal-Commercial Media Environment amid the Digital Transformation of Social Communication. V Bogusława Dobek-Ostrowska in Jelena Kleut (ur.), Media Systems in Balkan Countries, 149–166. Berlin: Peter Lang.

Vobič, Igor (2025): Zaton novinarske avtoritete. V Igor Vobič in Jernej Amon Prodnik (ur.), Novinarstvo na prelomnicah, 53–84. Ljubljana: Založba FDV.

Vobič, Igor in Branko Bembič (2021): Interrogating the Inverse. Journalism Studies 22 (10): 1239–1258.

PISMENOST ZA DEMOKRACIJO V DIGITALNEM OKOLJU: GENERACIJSKE RANLJIVOSTI IN STRUKTURNE POMANJKLJIVOSTI V SLOVENIJI

Tanja Kerševan, Sašo Slaček Brlek, Ilija Tomanić Trivundža, Melita Poler

1 TEORETSKO-KONTEKSTUALNI UVOD

Zgodovinsko se je pojem medijske pismenosti razvijal od paternalističnih pristopov, ki so medijsko opismenjevanje pojmovali predvsem kot zaščito otrok pred škodljivimi vplivi medijev, do analitično-kritičnih konceptualizacij, usmerjenih v prepoznavanje reprezentacij in ideologij, ter participativnih pristopov, ki poudarjajo aktivno ustvarjanje vsebin in državljansko sodelovanje v javni sferi. Kot opozarja Buckingham (2017), se pri razpravah o medijski pismenosti pogosto pojavlja nekakšna rešilna logika. Kadar je učinkovita regulacija videti nedosegljiva, se medijska pismenost predstavi kot sprejemljiva (skoraj čarobna) rešitev za vse družbene in psihološke težave, povezane z mediji. Tako razumevanje medijsko pismenost oži na zaščitniški projekt, nekakšen profilaktični ukrep, ki poenostavlja probleme, precenjuje vpliv medijev na mlade in podcenjuje kompleksnost izobraževanja (prav tam).

Danes se vse bolj uveljavlja pojem digitalno-državljanske pismenosti, ki povezuje kritično razumevanje digitalnih okolij z etično in odgovorno udeležbo v javnosti. V tem okviru medijska pismenost ni zgolj nabor individualnih spretnosti, temveč družbeni pogoj demokratičnega komuniciranja, ki ga je mogoče uresničevati le v pluralnem in raznolikem medijskem okolju (Svet Evrope, 2018). Pluralnost brez pismenosti tako ostaja neizkoriščen potencial, pismenost brez pluralnosti pa prazna spretnost brez vsebine. Kot v uvodnem poglavju te monografije pojasnjuje Slavko Splichal, oba pojma skupaj tvorita dvojno infrastrukturo demokracije: pluralnost kot struktura zagotavlja raznolikost virov, pismenost pa kot družbeno udejstvovanje omogoča njihovo kritično uporabo in vključevanje v javno razpravo.

Raznolikost novic sama po sebi namreč še ne zagotavlja kakovostne javne razprave, če državljani informacij iz različnih virov ne znajo smiselno uporabljati. Medijska pismenost v tem smislu vključuje subjektivno

dimenzijo kritične presoje, vendar je ta umeščena v širši družbeni in demokratični kontekst, ki posameznikom omogoča, da raznolikost informacij presojajo in povezujejo v oblikovanje utemeljenih stališč. Na to opozarjajo tako znanstveniki (npr. Buckingham, 2019) kot mednarodni standardi in priporočila (npr. Svet Evrope, 2018; 2020; UNESCO, 2011). Hkrati se v sodobnih medijskih politikah medijska pismenost vse pogosteje obravnava kot povezovalni element med medijskim pluralizmom in izzivi dezinformacij, saj naj bi prispevala k odpornejšemu in bolj informiranemu javnemu prostoru (npr. EUR-Lex, 2024; Evropska komisija, 2020).

V obdobju digitalnih platform in umetne inteligence je pomen te soodvisnosti še izrazitejši. Algoritmi in podatkovni tokovi lahko ustvarijo videz raznolikosti, ki pa je brez ustreznega znanja uporabnikov zgolj površinska. Prav zato se medijska pismenost vedno bolj povezuje z vprašanji zasebnosti, varstva podatkov in digitalnih pravic (Fuchs, 2012; Masur, 2020).

Do ciljnega raziskovalnega projekta, na podlagi katerega je nastala ta monografija, ki je en delovni sveženj posvetil medijski pismenosti, kompetencam za prepoznavanje dezinformacij in zasebnostni pismenosti, v Sloveniji nismo razpolagali s tako obsežnimi raziskavami o stanju medijske pismenosti na reprezentativnih vzorcih.

Predhodne raziskave, npr. v okviru infrastrukturnega programa Medijska pismenost (FUDŠ, n.d.), se prevladujoče posvečajo posameznim demografskim in družbenim skupinam, zlasti mladim. Te raziskave se med drugim ukvarjajo z medijsko uporabo otrok (Rek, Ljubotina in Bašin, 2024) in vpletenostjo staršev v medijsko vzgojo (Rek, 2023) Razkrile so tudi pozitivno vlogo »metarefleksivnosti« – kritičnega, samozavednega mišljenja – pri spodbujanju preverjanja dejstev (Golob, Makarovič in Rek, 2021). V študiji o stališčih, navadah in ocenah odrasle populacije o lastni medijski pismenosti, medijskih navadah in odnosu do digitalnega okolja, ki je temeljila na vzorcu 735 oseb – sicer ne reprezentativnem; v njem je bilo skoraj 70 odstotkov respondentk žensk, so ugotovili, da večina sodelujočih sicer obvlada osnovne digitalne veščine, vendar se kažejo omejitve pri kritični in ustvarjalni uporabi medijev (Rek, Ljubotina in Šilak 2025). Raziskave opozarjajo tudi na izzive na področju zasebnostne pismenosti. Čeprav udeleženci izražajo previdnost pri uporabi medijev, še vedno izvajajo le osnovne samozaščitne ukrepe (Rek, Ljubotina in Bratoš 2024), kar lahko tehnološka podjetja uporabijo za profiliranje in ciljno oglaševanje. Kot posebej relevantne skupine za nadaljnje raziskovanje so se pokazale starejše generacije, ki so slabše usposobljene za prepoznavanje manipulativnih in lažnih vsebin, saj večinoma ne preverjajo informacij in

novicam tudi razmeroma zaupajo (Rek, Kovačič in Brumat 2018). Tudi nekatere druge raziskave v okviru infrastrukturnega programa Medijska pismenost kažejo vrzeli in omejitve pri kritični in ustvarjalni uporabi medijev in komunikacijskih tehnologij (kljub dobrim samoocenam kompetenc), npr. raziskava, izvedena leta 2020 na vzorcu 482 oseb (Kovačič in Kovačič, 2024).

Pri mednarodnem indeksu medijske pismenosti za leto 2023 se je Slovenija uvrstila na devetnajsto mesto med enainštiridesetimi državami (Lessenski, 2023). Tudi druge mednarodne primerjave kažejo, da se Slovenija glede medijske pismenosti in digitalnih veščin umešča približno na evropsko sredino, pri nekaterih kazalnikih je nekoliko nad, pri drugih pa pod povprečjem (npr. Evropska komisija, 2023; 2025a). Na te izzive opozarja tudi krovna strategija digitalne preobrazbe Slovenije do leta 2030, ki kot eno ključnih razvojnih področij izpostavlja pomanjkljivo digitalno pismenost prebivalstva in jo v več točkah povezuje z medijsko pismenostjo (Vlada Republike Slovenije, 2023). Podobno sliko potrjujejo podatki Statističnega urada RS: med letoma 2021 in 2023 se je zmanjšal delež prebivalcev, ki so ob zaznavi neresnične ali dvomljive informacije poskusili preveriti njeno resničnost (SURS, 2023).

V poglavju predstavljamo rezultate dela projektne raziskave, posvečenega medijski pismenosti, ki ponuja poglobljen vpogled v razlike in vrzeli v kompetencah pripadnikov različnih generacij. S celovitim pristopom, ki vključuje oceno vloge medijske pismenosti pri soočanju z dezinformacijami ter analizo povezav z vprašanji zasebnosti in digitalnih pravic na podlagi podatkov, pridobljenih z anketo na statistično reprezentativnem vzorcu v Sloveniji (1133 respondentov) ter s šestimi fokusnimi skupinami, raziskava omogoča celostno razumevanje dejavnikov ranljivosti različnih družbenih skupin v digitalnem okolju. Obenem ponuja analitični okvir za razmislek o učinkovitosti obstoječih pristopov k spodbujanju pismenosti v Sloveniji, konkretno na podlagi rezultatov kartiranja obstoječih medijskopismenostnih aktivnosti, in odpira možnosti za oblikovanje ciljno zasnovanih programov ter ukrepov za posamezne starostne skupine.

1.1 Prepoznavanje dezinformacij

Evropska unija je dezinformacije prepoznala kot resno grožnjo demokraciji in je v zadnjih letih prešla od prostovoljnih kodeksov ravnanja (Evropska komisija, 2022) k pravno zavezujočim aktom. Ključni preboj predstavlja Akt o digitalnih storitvah (DSA; EUR-Lex, 2022), ki je največje spletne platforme zavezal rednim analizam sistemskih tveganj, vključno s širjenjem dezinformacij. DSA ne prepoveduje dezinformacij, ampak platformam nalaga odgovornost, da sprejmejo ukrepe za zmanjševanje

tveganja. To je pomemben premik od zgolj izobraževanja uporabnikov k sistemskemu reguliranju delovanja platform. Poleg tega DSA določa večjo preglednost algoritmov in omogoča sodelovanje s preverjevalci dejstev in raziskovalci, kar krepi odpornost digitalnega okolja.

Slovenija nima specifičnega zakona, ki bi celovito urejal področje dezinformacij. Te se posredno obravnavajo na podlagi zakonov, kot sta Kazenski zakonik (2012; s poznejšimi spremembami) in Obligacijski zakonik (2007; prav tako s spremembami), ki omogočajo ukrepanje v primeru razžalitve, obrekovanja ali povzročitve škode. Z izzivi v digitalnem okolju, čeprav ne neposredno in celovito z dezinformacijami, se skuša spoprijemati novi Zakon o medijih (2025), in sicer vzpostavlja določeno regulacijo vsebin, ustvarjenih z umetno inteligenco, in dejavnosti vplivnežev, predvsem v smeri večje transparentnosti ter zavez glede zaščite otrok in omejevanja netolerantnosti. Na strateški ravni so dezinformacije umeščene v okvir nacionalne varnosti in hibridnih groženj (Državni zbor Republike Slovenije, 2019). Na tej ravni je poudarjena potreba po krepitvi odpornosti družbe in institucij proti dezinformacijskim vplivom. Pomanjkanje specifične zakonodaje in pozna prenova medijskega zakona razkrivata dolgotrajni politični in zakonodajni vakuum, ki je onemogočal učinkovito obravnavo izzivov v digitalnem okolju.

Medijska pismenost je v političnem in medijskem diskurzu pogosto predstavljana kot osrednje orodje za soočanje z dezinformacijami in naraščajočo družbeno polarizacijo. V tem okviru je povezana s sposobnostjo razumevanja in presojanja kompleksnih informacijskih okolij (McDougall, 2019), pri čemer prevladuje prepričanje, da ustrezno razvite kompetence krepijo odpornost posameznikov proti manipulativnim vsebinam ter spodbujajo njihovo aktivno državljansko udeležbo. Empirične raziskave ta pričakovanja deloma potrjujejo: mladi z višjo stopnjo medijskih in digitalnih kompetenc pogosteje sodelujejo v javnih razpravah ter redkeje podležejo zavajajočim informacijam (Hobbs in dr., 2013; Mihailidis in Viotty, 2017; Kahne in Bowyer, 2017).

Hkrati pa taka instrumentalna uporaba medijske pismenosti kot prednostnega ukrepa proti dezinformacijam sproža pomembne metodološke in konceptualne pomisleke. Kot opozarja Buckingham (2017), tovrstni pristopi pogosto poenostavljajo razsežnosti problema, saj precenjujejo neposreden vpliv medijev na mlade in podcenjujejo kompleksnost vzgojno-izobraževalnih procesov. Dezinformacije namreč niso zgolj posledica nezadostnega preverjanja dejstev, temveč simptom širših političnih, ekonomskih in medijskih razmerij moči. Napačnih prepričanj zato ni mogoče odpraviti zgolj z racionalnimi apeli ali uvajanjem tehničnih postopkov preverjanja informacij, temveč zahtevajo

širše razumevanje družbenih kontekstov, v katerih nastajajo (prav tam).

Za celovitejše razumevanje pojava je ključno tudi preseganje terminoloških in konceptualnih nejasnosti, ki so razširjene v političnih, strokovnih in znanstvenih razpravah o dezinformacijah. V raziskavi izhajamo iz opredelitve Evropske komisije v Akcijskem načrtu za evropsko demokracijo (Evropska komisija, 2020), ki dezinformacije definira kot namerno in zavestno širjenje napačnih informacij z ekonomskimi ali s političnimi cilji. Ta opredelitev jasno razlikuje med dezinformacijami in nenamernimi napačnimi informacijami ter poudarja škodo, ki jo lahko take vsebine povzročijo javnosti, kar je dodatno obravnavano v prenovljenem kodeksu ravnanja glede dezinformacij iz leta 2022 (kasneje vključenem v okvir DSA (Eur-Lex, 2022).

Razumevanje pojava dopolnjujemo še s tipologijo Wardle in Derakhshan (2017), ki razlikuje med dezinformacijami, napačnimi informacijami in zlonamernimi informacijami. Dezinformacije označujejo namerno ustvarjene in razširjene vsebine z jasnim škodnim učinkom. Napačne informacije se širijo nenamerno, ker jih posamezniki zmotno prepoznajo kot verodostojne. Zlonamerne informacije pa temeljijo na resničnih podatkih, ki se selektivno uporabijo za povzročanje škode, npr. z razkrivanjem zasebnih podatkov. Ta konceptualni okvir omogoča natančnejše razlikovanje med oblikami problematičnih vsebin in je zato bistven za analizo pismenosti ter ranljivosti v sodobnem digitalnem okolju.

1.2 Zasebnostna pismenost

Vprašanja dezinformacij so tesno povezana z razvojem in ravnjo zasebnostne pismenosti. Digitalna okolja temeljijo na obsežnem zbiranju in obdelavi osebnih podatkov, kar omogoča njihovo sistematično izkoriščanje s strani tretjih oseb ter povečuje izpostavljenost uporabnikov spletnemu nadlegovanju in ustrahovanju (Boyd in Ellison, 2007). Uporabniki družbenih medijev pogosto objavljajo osebne podatke, da bi potrjevali socialne vezi ali se povezovali z obstoječimi mrežami, kar pa hkrati ustvarja pogoje za intenzivnejše profiliranje in targetiranje (Tandoc in dr., 2021). Dobičkonosna usmerjenost tehnoloških podjetij, ki pridobljene podatke monetizirajo s ciljnim oglaševanjem, pogosto ni skladna z zaščito pravice posameznika do zasebnosti (Fuchs, 2012; Tandoc in dr., 2021) in povzroča izrazite politične in kulturne posledice.

V tem kontekstu pomanjkljiva zasebnostna pismenost neposredno povečuje ranljivost posameznikov za dezinformacije: uporabniki, ki ne razumejo delovanja podatkovnih tokov in algoritmov, so lažje tarča manipulativnih in personaliziranih vsebin. Masur (2020) zato predlaga štirirazsežnostni model zasebnostne pismenosti, ki obsega: (1) faktično

znanje o zasebnosti, (2) refleksivne zmožnosti, (3) praktične zaščitne veščine ter (4) kritično pismenost o zasebnosti. Ta kombinacija posameznikom omogoča, da se zaščitijo pred horizontalnimi (medosebnimi) in vertikalnimi (institucionalnimi) vdori v zasebnost ter da hkrati kritično izzivajo družbene strukture in razmerja moči, ki generirajo sistematično potrebo po zaščiti.

Raziskovanje zasebnostne pismenosti je zato nujno za razumevanje odpornosti javnosti v digitalni dobi. Kritična zasebnostna pismenost posameznikom omogoča ne le zaščito pred zlorabo osebnih podatkov, temveč tudi boljše razumevanje logike platform, ki oblikuje informacijske tokove. Brez tega razumevanja je tudi medijska pismenost omejena: posamezniki sicer znajo kritično analizirati vsebino, vendar ne prepoznajo, da je njihov dostop do informacij že v izhodišču filtriran, personaliziran in komercialno pogojen.

1.3 Medijska pismenost

Medijsko pismenost je mogoče razlagati kot krovni izraz, ki zajema specifične vrste pismenosti, med drugim informacijsko, digitalno, vizualno in novičarsko pismenost (Ashley, Maksl in Craft, 2013; Considine, Horton in Moorman, 2009). Hkrati jo je mogoče obravnavati tudi kot eno od vrst pismenosti, zato lahko koncepte, kot so informacijska, novičarska in digitalna pismenost, postavimo na isto raven kot medijsko pismenost (Jones-Jang, Mortensen in Liu, 2019). Ker se medijska pismenost v posameznih razlagah prekriva z drugimi vrstami pismenosti, to otežuje prizadevanje za razmejitev njenih pojmovnih meja. Zaradi tega prekrivanja sledimo Tyner (1998: 60), ki navaja, da ločevanje posameznih pismenosti ne prispeva k jasnosti ali uporabnosti navedenih konceptov, in medijsko pismenost uporabljamo v najširšem smislu. Široko razumevanje medijske pismenosti omogoča celovit vpogled v sposobnosti posameznikov za učinkovito, kritično in ustvarjalno uporabo medijev.

Za merjenje medijske pismenosti smo v raziskavi uporabili štiridimenzionalni model »nove medijske pismenosti«, ki so ga razvili Chen, Wu in Wang (2011) ter sta ga Koç in Barut (2016) prilagodila za sodobno digitalno okolje (gl. Tabela 1). Model celovito zajema medijsko pismenost in jo prilagaja sodobnemu interaktivnemu prostoru, tako da zajema tako zmožnosti razumevanja in kritičnega vrednotenja vsebin kot tudi zmožnosti aktivnega sodelovanja v digitalnih okoljih.

Model razume pismenost kot preplet funkcionalnih, kritičnih, potrošniških in ustvarjalnih zmožnosti. Kritična medijska pismenost zajema sposobnost analiziranja in vrednotenja medijskih vsebin na družbeni ravni, razumevanje njihovega pomena in učinkov ter zmožnost sintetiziranja

informacij v lastna stališča. Sem spada tudi sposobnost ustvarjanja vsebin z razumevanjem njihovih družbenih, etičnih in pravnih posledic. Funkcionalna dimenzija medijske pismenosti se nanaša na dostop do medijskih vsebin in njihovo razumevanje na osnovni, tekstualni ravni ter na tehnične spretnosti, pomembne za produkcijo vsebin, npr. uporabo kamere ali pisanje elektronskih sporočil. Na tej podlagi model vzpostavlja tipologijo štirih oblik medijske pismenosti: funkcionalno potrošnjo, ki zajema osnovno razumevanje medijskih vsebin; kritično potrošnjo, ki vključuje analizo in vrednotenje vsebin; funkcionalno ustvarjanje, ki temelji na tehničnih zmožnostih produkcije; ter kritično ustvarjanje, ki povezuje produkcijo z razumevanjem širših družbenih, etičnih in pravnih implikacij.

Tabela 1: Dimenzije medijske pismenosti (Chen in dr. 2011)

Kritična medijska pismenost	Sposobnost na družbeni ravni analizirati in ocenjevati medijsko vsebino za kritično razumevanje;	Sposobnost ustvarjanja medijskih vsebin in razumevanja njihovih družbenih učinkov
	Sposobnost kritizirati in sintetizirati medijsko vsebino, njen vpisan družben pomen in učinke ter konstruirati lastno razumevanje	Sposobnost sodelovanja v medijsko bogatih okoljih
Funkcionalna medijska pismenost	Sposobnost dostopa do in razumevanja medijskih vsebin na tekstualni ravni	Sposobnost uporabe tehnologije za ustvarjanje medijskih vsebin (npr. uporaba kamere ali pisanje e-pošte)
	Potrošniška medijska pismenost	Ustvarjalna medijska pismenost

2 MERJENJE NOVE MEDIJSKE PISMENOSTI

Raziskava izhaja iz predpostavke, da posamezniki oblikujejo svoje temeljne medijske navade v okoliščinah, ki so določene z dominantnimi komunikacijskimi tehnologijami njihove primarne in sekundarne socializacij, zato smo vanjo vključili štiri generacije, kot jih opredeljuje mednarodna literatura (Vogels 2019; Nielsen 2018; Howe in Strauss 1991): generacijo baby-boom (roj. 1946–1964), ki jo zaznamuje televizija kot osrednji medij; digitalne priseljence (roj. 1965–1980), povezane s pojavom osebnih računalnikov; milenijce (roj. 1981–1996), ki so odraščali ob prenosnih računalnikih in mobilnih telefonih; ter digitalne domorodce (roj. po letu 1997), ki jih najbolj določa uporaba pametnih telefonov. Tonam je omogočilo preverjanje pogoste predpostavke, da so starejši zaradi slabše razvitih digitalnih kompetenc ranljivejši za manipulativne vsebine, hkrati pa pomagalo razkrivati tudi širše vzorce, ki presegajo preprosto generacijsko delitev.

Tabela 2: Tehnološke generacije glede na prevladujočo tehnologijo za sprejemanje medijev

Generacija	Letnice rojstva	Tehnološka opredelitev	Medijske prakse	Sistemski kontekst
Baby Boom	1946–1964	TV generacija	Linearna raba (radio, TV, tisk)	Nacionalni medijski sistemi, močna regulacija
Generacija X	1965–1980	Digitalni priseljenci (osebni računalniki)	Kombinacija analognega in digitalnega	Liberalizacija, začetki komercializacije
Milenijci	1981–1996	Mobilni telefoni in prenosniki	Spletna raba, participativni mediji	Platformizacija, šibkejša regulacija platform
Generacija Z	1997–	Digitalni domorodci (pametni telefoni)	Vedno povezana, družbena omrežja, video	Platformna dominacija, regulativni odzivi (npr. EU)

Raziskava je temeljila na pristopu mešanih metod, ki je združeval kvantitativno anketo, kvalitativne fokusne skupine in kartiranje relevantnih aktivnosti na področju medijske pismenosti. Ta kombinacija nam je omogočila, da smo rezultate preverjali in dopolnjevali iz različnih analitičnih zornih kotov. V anketi smo uporabili vprašanja, ki preverjajo dejansko znanje o dezinformacijah, kot predlagajo Maksl, Ashley in Craft (2015), ter vprašanja za samooceno sposobnosti prepoznavanja in ustreznega ravnanja, skladno z uveljavljenimi pristopi (Tandoc in dr., 2021; Ofcom, 2021). To je bilo posebej pomembno zaradi ugotovitev predhodnih slovenskih raziskav, ki so opozorile na izrazit Dunning-Krugerjev učinek: posamezniki z nižjo stopnjo znanja pogosto precenijo svoje sposobnosti, medtem ko jih bolje podkovani posamezniki podcenjujejo (Dolenc in Šorgo, 2020).

Anketa je bila izvedena na statistično reprezentativnem vzorcu prebivalcev Slovenije, rojenih med letoma 1948 in 2006. Med 18. in 24. marcem 2024 je bilo s kvotnim vzorčenjem in z uteževanjem po statističnih regijah, spolu, starosti in izobrazbi uspešno zbranih 1133 intervjujev, kar predstavlja 27-odstotno stopnjo sodelovanja. Poleg preverjanja znanja o medijskih in zasebnostnih vprašanjih so bila vključena tudi vprašanja, ki merijo razumevanje in samooceno kompetenc. Tako smo zmanjšali tveganje napačne samopresoje. Eksploratorna faktorska analiza, ki smo jo izvedli na tem vzorcu, je razkrila, da se v Sloveniji dimenziji funkcionalne in kritične potrošnje vsebin združujeta v eno dimenzijo, ki smo jo poimenovali preprosto »potrošnja«. To dognanje nakazuje, da v slovenskem kontekstu morda ne obstaja jasna razlika med osnovnim in kritičnim

razumevanjem medijskih vsebin; posamezniki bodisi obvladajo celoten sklop veščin potrošnje bodisi ne.

Kvalitativni del raziskave je obsegal šest fokusnih skupin, izvedenih maja 2024 s petinštiridesetimi udeleženci, izbranimi med anketnimi respondenti. Štiri skupine so sledile generacijski razdelitvi, dve pa sta vključevali udeležence z nizko oziroma visoko izmerjeno stopnjo medijske pismenosti. Proces rekrutiranja je razkril, da so bili posamezniki z nižjo stopnjo pismenosti bistveno manj pripravljeni sodelovati, kar smo interpretirali kot izraz širšega družbenega nezaupanja in umika od javnih oblik komunikacije. Fokusne skupine so omogočile dragocen vpogled v prakse informiranja, stopnjo zaupanja v medijske vire ter načine presojanja verodostojnosti informacij.

Rezultate ankete in fokusnih skupin smo dopolnili s pregledom in primerjavo z aktivnostmi za spodbujanje medijske pismenosti v Sloveniji, ki so se izvajale v obdobju med letoma 2020 in 2024.

3 REZULTATI

3.1 Demografski dejavniki medijske pismenosti

Analiza demografskih dejavnikov razkriva, da stopnja medijske pismenosti v Sloveniji ni homogena, temveč se sistematično razlikuje glede na starost, spol in izobrazbo posameznikov. V nadaljevanju so podrobneje predstavljeni vzorci teh razlik, ki kažejo tako strukturne neenakosti v dostopu do veščin kot tudi različno zmožnost posameznih demografskih skupin za učinkovito in kritično delovanje v digitalnem okolju.

Starost. Medijska pismenost s starostjo statistično značilno, a šibko upada. Podrobnejša analiza po dimenzijah razkrije, da upad ni enakomeren. Povezava je najmočnejša pri funkcionalnem ustvarjanju vsebin, kar pomeni, da s starostjo najbolj upada obvladovanje tehničnih veščin in orodij za ustvarjanje in interakcijo z vsebinami v digitalnem okolju. Korelacijski koeficient za funkcionalno ustvarjanje znaša –0,293, kar je bistveno več kot za kritično ustvarjanje (–0,177) ali potrošnjo (–0,108). Ti rezultati so pričakovani, saj se tovrstno znanje hitro spreminja in posledično zastara. V nasprotju s tem se sposobnost kritične uporabe in razumevanja vsebin zmanjšuje počasneje. Ta ugotovitev spodbija poenostavljeno pojmovanje digitalnega razkoraka kot binarne delitve med digitalno pismenimi in nepismenimi. Namesto tega kaže, da je razkorak večplasten in da so starejše generacije še posebej ranljive na področju hitro spreminjajočih se tehničnih veščin.

Spol. Analiza podatkov razkriva statistično značilne razlike med

spoloma pri vseh treh dimenzijah medijske pismenosti, pri čemer moški dosegajo nekoliko višje stopnje kot ženske. Pri kritičnem ustvarjanju so moški dosegli aritmetično sredino 0,09, ženske pa –0,10. Pri potrošnji so moški dosegli 0,14, ženske pa –0,15. Pri funkcionalnem ustvarjanju so moški dosegli 0,12, ženske pa –0,13. Razlike so največje pri dimenziji potrošnje in najmanjše pri kritičnem ustvarjanju. To dognanje nakazuje latentno neenakost v dostopu do veščin medijske pismenosti, ki se ne kažejo le v splošnem doseganju nižjih stopenj, ampak tudi v različnih pristopih k medijski potrošnji in ustvarjanju. Spolno občutljive politike in programi so zato ključni za odpravljanje teh razlik in spodbujanje medijske pismenosti pri ženskah.

Izobrazba. Analiza je potrdila, da so bolje izobraženi anketiranci v povprečju dosegli statistično značilno višje stopnje medijske pismenosti pri vseh treh dimenzijah. Vse razlike so bile statistično značilne, kar potrjuje pričakovanja. Ta korelacija, čeprav v skladu z mednarodnimi raziskavami, dobi globlji pomen v luči ugotovitev o prepoznavanju dezinformacij, pri čemer je vloga izobrazbe, skupaj s spolom, pomembnejša kot medijska pismenost. To pomeni, da izobrazba verjetno nudi širši nabor kognitivnih in analitičnih orodij, ki posameznike usposobijo za učinkovito navigacijo v kompleksnem informacijskem okolju.

3.2 Kritične družbene dimenzije pismenosti

Vpliv medijske pismenosti se najjasneje izrazi v dveh kritičnih družbenih dimenzijah: prepoznavanju dezinformacij in politični participaciji. Ugotovitve v tem segmentu prinašajo nekatera najpomembnejša spoznanja za strateško oblikovanje politik na področju medijev in digitalnih komunikacijskih storitev.

3.3 Dezinformacije in vpliv predhodnih stališč

Eden izmed osrednjih ciljev raziskave je bil ugotoviti, kateri dejavniki vplivajo na zmožnost prepoznavanja dezinformacij. Analiza je vključevala test, v katerem so anketiranci ocenjevali verodostojnost besedila z dezinformacijami o podnebnih spremembah.

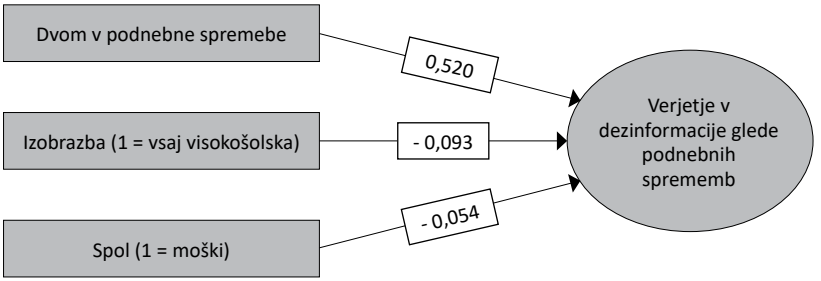
Respondente smo prosili, naj preberejo besedilo, ki promovira teorije zarot na področju podnebnih sprememb (glejte Priloge: metodološka pojasnila), ki smo ga pridobili s spletnega mesta Misteriji.si. Respondente smo tudi prosili, da ocenijo, kolikšen delež informacij v besedilu je resničen, kar meri njihovo zmožnost prepoznati dezinformacije.

Z regresijsko analizo smo nato preverjali, ali na zmožnost prepoznavanja dezinformacij vplivajo medijska pismenost, dvom o podnebnih

spremembah in kontrolne spremenljivke: spol, velikost naselja in izobrazba. V model smo vključili verjetje v teorije zarot na področju podnebnih sprememb, saj smo želeli preveriti ali skladnost prispevka s stališči respondentov zmanjšuje njihovo zmožnost prepoznati dezinformacije.

Regresijska analiza je pokazala, da nobena izmed dimenzij medijske pismenosti nima statistično značilnega vpliva na zmožnost prepoznavanja dezinformacij. To je v nasprotju z nekaterimi mednarodnimi raziskavami, ki medijsko pismenost prepoznavajo kot pomemben dejavnik pri omejevanju dezinformacij (npr. McDougall, 2019).

Slika 1: Vpliv dejavnikov na zmožnost prepoznavanja dezinformacij (prikazane so samo povezave, ki so statistično značilne pri stopnji tveganja 5%)



Prilagojen R kvadrat=0,306

Namesto tega je analiza potrdila, da je daleč najpomembnejši dejavnik skladnost vsebine s predhodnimi stališči posameznika. Dejavnik dvom o podnebnih spremembah kaže izstopajoče najmočnejši standardizirani koeficient (beta = 0,520), kar potrjuje, da so ljudje bistveno manj sposobni prepoznati napačne informacije, če te potrjujejo njihovo že oblikovano prepričanje. Pomemben, a šibkejši vpliv na zmožnost prepoznavanja dezinformacij izkazujeta tudi spol (moški so besedilo ocenili kot manj resnično) in izobrazba (bolje izobraženi so bili kritičnejši), vendar so ti vplivi bistveno šibkejši od vpliva predhodnih stališč.

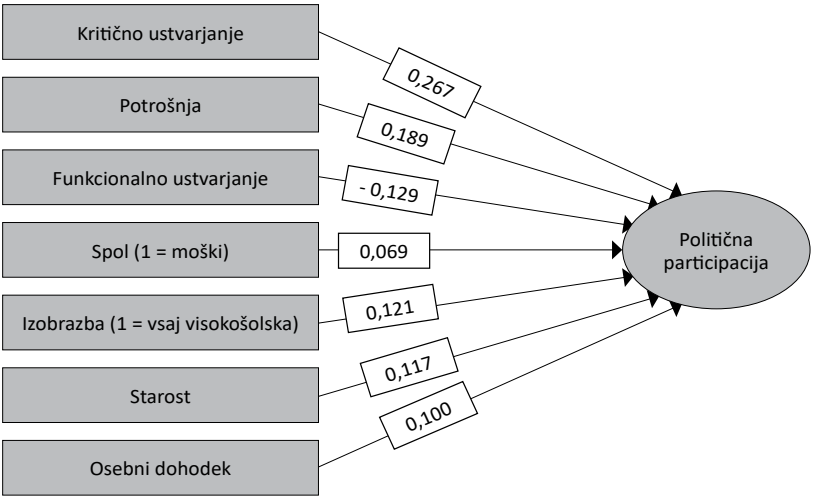
Analiza je nadalje potrdila, da verjetje v dezinformacije statistično značilno in močno vpliva na pripravljenost za interakcijo z vsebino. Posamezniki, ki ocenijo vsebino kot verodostojno, so se nanjo veliko bolj pripravljeni pozitivno odzvati (z všečkanjem, deljenjem, s komentiranjem) (korelacijski koeficient znaša 0,544). Verjetje v dezinformacije tudi zmanjšuje pripravljenost na negativne odzive, kot so prijava neželene vsebine ali blokiranje pošiljatelja (korelacijski koeficient –0,395), prav tako pa verjetje v dezinformacije zmanjšuje verjetnost, da respondenti ob stiku z vsebino ne bi storili ničesar (korelacijski koeficient –0,109).

To dejstvo povzroča škodljiv povratni krog, saj algoritemsko delovanje družbenih omrežij nagrajuje angažiranost, kar pospešuje širjenje dezinformacij. To dognanje poudarja, da izobraževanje uporabnikov ni zadosten ukrep. Ukrepi morajo biti nujno dopolnjeni z regulativnimi rešitvami za sistemsko delovanje spletnih platform in njihovih algoritmov, kot jih zahteva DSA.

3.4 Zapletena vez s politično participacijo

Proučevali smo tudi vpliv medijske pismenosti na politično participacijo, ki vključuje tako institucionalne (udeležba na volitvah) kot neinstitucionalne oblike (razpravljanje, bojkotiranje izdelkov). Regresijska analiza je potrdila, da medijska pismenost statistično značilno vpliva na politično participacijo.

Slika 2: Vpliv dejavnikov na politično participacijo (prikazane so samo povezave, ki so statistično značilne pri stopnji tveganja 5%)



Prilagojen R kvadrat=0,159

Vendar pa je ta povezava niansirana in daleč od preproste. Model pojasni 15,9 odstotka variabilnosti politične participacije. Najmočneje pozitivno vplivata na participacijo dimenziji kritično ustvarjanje (beta = 0,267) in potrošnja (beta = 0,189). To pomeni, da je zmožnost analize in vrednotenja vsebin ter razumevanja etičnih in družbenih vidikov medijskega ustvarjanja ključna za spodbujanje angažiranega državljana. Presenetljivo pa je, da je vpliv dimenzije funkcionalno ustvarjanje na politično participacijo statistično značilen, a negativen (beta = –0,129).

Ta ugotovitev je ključna, saj razkriva, da medijska pismenost ni le tehnična veščina, ampak temeljna državljanska kompetenca, ki spodbuja vključenost v javno življenje. Zmožnost ustvarjanja vsebine s tehničnimi orodji, brez kritične refleksije, je povezana z manjšo politično participacijo. To implicira, da bi se morale politike in izobraževalni programi preusmeriti od učenja zgolj digitalnih veščin k spodbujanju kritične, etične in refleksivne uporabe medijev. Drugi dejavniki, kot so spol, izobrazba, starost in dohodek, prav tako pozitivno vplivajo na participacijo, kar poudarja kompleksnost in večplastnost tega pojava.

3.5 Zasebnostna pismenost in varovanje osebnih podatkov

Zasebnostna pismenost je ključna poddimenzija medijske pismenosti, ki se nanaša na zmožnost posameznika, da razume in zaščiti svoje osebne podatke v digitalnem okolju. Ker so spletne platforme zasnovane za pridobivanje podatkov za ekonomske in politične namene, je poznavanje teh praks in veščin zaščite zasebnosti nujno za delovanje v sodobni družbi.

Merjenje zasebnostne pismenosti je potekalo v obliki testa znanja. Povprečni delež pravilnih odgovorov je znašal 56 odstotkov. Najranljivejše področje je bilo poznavanje zakonodaje o varstvu podatkov, saj je bil delež pravilnih odgovorov le 44-odstotni. To nakazuje sistemsko vrzel pri ozaveščanju o pravnih vidikih zasebnosti. Po drugi strani pa je bilo poznavanje tehničnih vidikov varstva podatkov (npr. piškotkov, požarnega zidu) višje, saj je bilo pravilnih odgovorov 70 odstotkov.

Podobno kot pri medijski pismenosti so tudi pri zasebnostni pismenosti ugotovljene statistično značilne razlike glede na demografske dejavnike. Razlike smo ugotavljali s pomočjo korelacij v primeru starosti in t-testa v primeru spola in izobrazbe. Izobrazbo smo v tem primeru rekodirali v dve vrednosti (vsaj visokošolska in manj kot visokošolska). Zasebnostna pismenost s starostjo statistično značilno upada, pri čemer je padec najmočnejši pri poznavanju tehničnih vidikov varstva podatkov (npr. piškotkov, požarnega zidu), ki se hitro spreminjajo. Tudi tukaj se moški in bolje izobraženi izkažejo z višjimi stopnjami pismenosti. Moški so v povprečju pravilno odgovorili na 59,1 odstotka vprašanj, medtem ko so ženske pravilno odgovorile na 51,8 odstotka vprašanj. Pri izobrazbi je bila razlika še izrazitejša: anketiranci z vsaj višješolsko izobrazbo so dosegli 61 odstotkov pravilnih odgovorov, tisti z nižjo izobrazbo pa 53 odstotkov.

Tabela 3: Delež pravilnih odgovorov na vprašanja, ki merijo zasebnostno pismenost

Vprašanja	%
Zasebnostna pismenost (povprečje celotne lestvice)	56
Poznavanje institucionalnih praks (povprečje dimenzije)	**55**
Varnostne službe lahko dostopajo samo do javnih uporabniških podatkov, ki so vidni vsakomur.	57
Podjetja združujejo sledi podatkov uporabnikov, zbrane z različnih spletnih mest, da ustvarijo uporabniške profile.	69
E-poštna sporočila se običajno prenašajo po več računalnikih, preden dosežejo dejanskega prejemnika.	38
Poznavanje tehničnih vidikov varstva podatkov (povprečje dimenzije)	**70**
Prosimo, izberite pravilni odgovor. Kaj je piškotek?	61
Kaj pomeni izraz zgodovina brskanja? V zgodovini brskanja ...	75
Kaj je požarni zid?	74
Poznavanje zakonodaje o varstvu podatkov (povprečje dimenzije)	**44**
Posredovanje anonimnih podatkov uporabnikov za namen tržnih raziskav je zakonito v Evropski uniji.	34
Varstvo osebnih podatkov spada med temeljne človekove pravice in je varovano z Ustavo Republike Slovenije.	89
Če oseba zahteva, da se iz spleta umaknejo vsebine, ki vsebujejo njene osebne podatke, je treba te vsebine brezpogojno umakniti.	10
Če ob registraciji v spletno trgovino vnesete svoj elektronski naslov, ga sme spletni trgovec uporabiti, da vam pošilja oglase	44
Poznavanje strategij za varstvo podatkov (povprečje dimenzije)	**57**
Sledenje vaši uporabi interneta je težje, če redno brišete informacije v brskalniku (npr. piškotke, predpomnilnik).	52
Brskanje v zasebnem načinu lahko prepreči rekonstrukcijo vaše uporabe spleta, saj se informacije brskalnika ne shranjujejo.	39
Da bi preprečili dostop do osebnih podatkov, bi morali uporabljati različna gesla in uporabniška imena za različne spletne strani.	80
Število veljavnih odgovorov	**1133**

3.6 Varovanje zasebnosti na spletu in družbenih omrežjih

Raziskava je primerjala tudi dejavnike, ki vplivajo na prakse varovanja zasebnosti na spletu (npr. brskanje po spletnih straneh) in na družbenih omrežjih. V obeh primerih je na varovanje zasebnosti najmočneje vplivalo poznavanje strategij za varstvo podatkov. Vendar pa je ključna ugotovitev drastična razlika v pojasnjevalni moči regresijskih modelov. Model, ki razlaga varovanje zasebnosti na spletu, pojasni

14,6 odstotka variabilnosti, medtem ko model za družbena omrežja pojasni le 3,9 odstotka.

Tabela 3: primerjava regresijskih modelov, ki pojasnjujta varovanje zasednosti na spletu in na socialnih omrežjih

		Varovanje zasebnosti na spletu	Varovanje zasebnosti na socialnih omrežjih
Neodvisne spremenljivke	poznavanje institucionalnih praks	,159**	,079*
	poznavanje tehničnih vidikov varstva podatkov	,076*	,032
	poznavanje zakonodaje o varstvu podatkov	,008	,070*
	poznavanje strategij za varstvo podatkov	,220**	,116**
Kontrolne spremenljivke	Izobrazba	,088**	,042
	Spol	,103**	-,093**
	Velikost naselja	,044	,025
Prilagojen R kvadrat		,146	,039

*povezava je značilna pri stopnji tveganja 5%

**povezava je značilna pri stopnji tveganja 1%

Ta velika razlika pomeni, da so družbena omrežja ustvarila okolje, v katerem individualno znanje in veščine niso dovolj za učinkovito zaščito zasebnosti. Te platforme so namreč zasnovane tako, da namerno in sistemsko zmanjšujejo nadzor uporabnika in spodbujajo deljenje podatkov, pri čemer so strategije zbiranja podatkov pogosto nepregledne. Posledično znanje o tehničnih vidikih varovanja zasebnosti na družbenih omrežjih ne izkazuje statistično značilnega vpliva, kar potrjuje dejstvo, da se uporabnik v tem okolju počuti nemočnega. To dognanje utemeljuje argument, da politike za varovanje zasebnosti ne morejo biti usmerjene zgolj v izobraževanje uporabnikov, ampak morajo nujno posegati v sistemsko delovanje platform ter z zakonodajo zagotavljati transparentnost in odgovornost, kar že deloma regulira digitalni pravni okvir EU.

3.7 Praktične navade in sistemske pomanjkljivosti

Za pridobitev poglobljenih vpogledov v prakse informiranja, zaupanje medijem in pristope k preverjanju verodostojnosti vsebin smo kvantitativni del raziskave dopolnili s šestimi fokusnimi skupinami. Te so razkrile izrazite razlike med generacijami ter pomembne sistemske in kompetenčne vrzeli pri orientaciji v digitalnem informacijskem okolju.

Prakse informiranja. Med tehnološkimi generacijami obstajajo izrazite razlike v praksah informiranja. Digitalni domorodci (generacija Z), ki so rojeni po letu 1997, se informirajo pretežno pasivno, z algoritemsko kuriranimi vsebinami na družbenih omrežjih, kot sta Instagram in TikTok. K aktivnemu iskanju podrobnejših informacij se zatečejo le, če jim vsebina vzbudi močno zanimanje ali ko jih k temu spodbudi pogovor s starejšimi.

V nasprotju z njimi starejše generacije uporabljajo bolj raznolik spekter medijev, od tradicionalnih (TV, radio, tisk) do digitalnih (novičarski portali) in družbenih omrežij, ter so izoblikovali redne, rutinske vzorce informiranja.

Pomembne razlike so opazne tudi glede na raven pismenosti: udeleženci z nizko medijsko pismenostjo se želijo predvsem informirati o novicah, relevantnih za vsakdanje življenje, medtem ko tiste z visoko pismenostjo zanimajo širši kontekst, ozadje novic, mednarodna politika in družbeno-sistemska vprašanja.

To se odraža tudi v preferenci po vsebini; medijsko bolj pismeni raje posegajo po daljših, poglobljenih in analitičnih prispevkih, medtem ko tisti z nižjo pismenostjo preferirajo krajše, hitre novice.

Zaupanje medijem. V vseh skupinah prevladuje splošno nezaupanje v medije, ki ga poganjajo politični in komercialni interesi, a se manifestira na različne načine. Pri posameznikih z nizko stopnjo medijske pismenosti je to nezaupanje del splošne družbene resignacije in cinizma, ki izvira iz splošnega nezaupanja v institucije in sisteme moči. V tem primeru nezaupanje ni posledica lastne analize medijskega poročanja, ampak je bolj intuitivno in neartikulirano.

Nasprotno je pri tistih z visoko medijsko pismenostjo skepsa bolj specifična in utemeljena na analizi, na primer s preverjanjem lastniške strukture medija, uredniške politike ali sloga poročanja. Skupine z visoko pismenostjo tudi pogosteje izražajo večje zaupanje v tuje medije, medtem ko jih tisti z nižjo pismenostjo praviloma ne spremljajo. Kljub splošni skepsi v vseh skupinah prepoznajo nekatere vire, kot sta RTV Slovenija in Radio Slovenija, kot najbolj kredibilne zaradi njihovega profesionalizma in neodvisnosti.

Preverjanje verodostojnosti. Večina respondentov se zaveda potrebe po preverjanju informacij, vendar je ta proces praviloma intuitiven in neformalen. Najpogosteje uporabljena tehnika verifikacije je primerjava medijskega poročanja iz več virov. Udeleženci primerjajo novice med različnimi, tudi politično ali lastniško različno usmerjenimi mediji, ter med komercialnimi, javnimi in tujimi viri.

Ključna in zaskrbljujoča ugotovitev je, da nihče od sodelujočih v fokusnih skupinah ne uporablja specializiranih platform ali orodij za preverjanje dejstev (*factchecking*) ali odprtokodnih virov za preiskovanje informacij (OSINT). Skepticizem brez ustreznih orodij tako pogosto ne vodi v učinkovito preverjanje, ampak zgolj v splošen cinizem in resignacijo.

Pri respondentih z visoko pismenostjo preverjanje informacij dopolnjujejo analiza konteksta novice in poskusi detekcije manipulativnih tehnik, kot so umetno ustvarjene vsebine ali algoritemska pristranskost, kar je pri tistih z nižjo pismenostjo redko.

3.8 Medijskopismenostne aktivnosti v Sloveniji

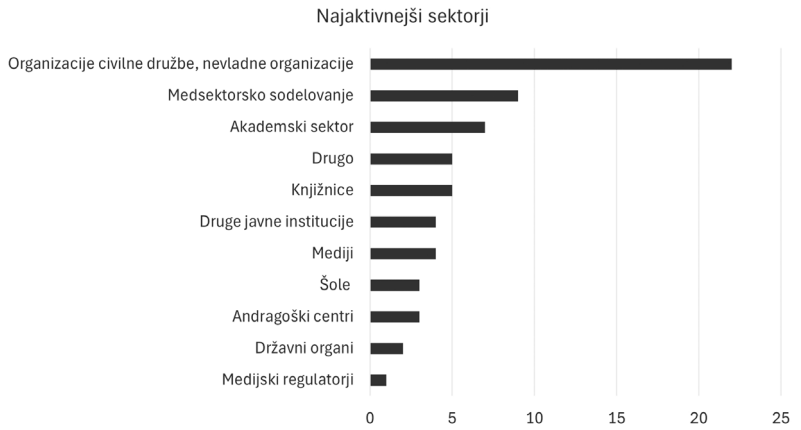
Kartiranje medijskopismenostnih aktivnosti, ki so potekale med letoma 2020 in 2024 v okviru 65 projektov, razkriva pomembne strukturne pomanjkljivosti slovenskega ekosistema medijske pismenosti. Kartiranje je temeljilo na strukturiranem popisu projektov in vprašalniku, s katerima smo identificirali akterje, pobude in aktivnosti na področju medijske pismenosti ter jih analizirali glede na nosilce, ciljne skupine, vsebine in metodološke pristope.

Rezultati kažejo, da je področje izrazito razdrobljeno. Glavni nosilci aktivnosti so neinstitucionalni akterji, zlasti organizacije civilne družbe in nevladne organizacije, kot so Časoris, IPM Inštitut in ISA Inštitut. Državne ustanove, medijski regulatorji in javne izobraževalne institucije se v popisanih projektih pojavljajo le redko kot nosilci, pogosteje kot partnerji ali posredni akterji. Ta prevlada nevladnega sektorja na področju medijske pismenosti nakazuje pomanjkanje stabilne institucionalne opore in sistemske koordinacije na nacionalni ravni.

Najpogostejša vsebina projektov so pobude za razvoj didaktičnih gradiv in orodij, kot so spletne vsebine, videi, učni moduli in aplikacije, kar poudarja usmerjenost v izobraževanje in neposredno uporabo. Vendar je samo neposredno delo z uporabniki, kot so delavnice ali svetovanja, zastopano v manjšem obsegu. To dodatno poudarja razdrobljenost in nepovezanost akterjev. Raziskovalni projekti so redki, kar kaže nezadostno povezavo med praktičnimi pobudami in akademsko sfero.

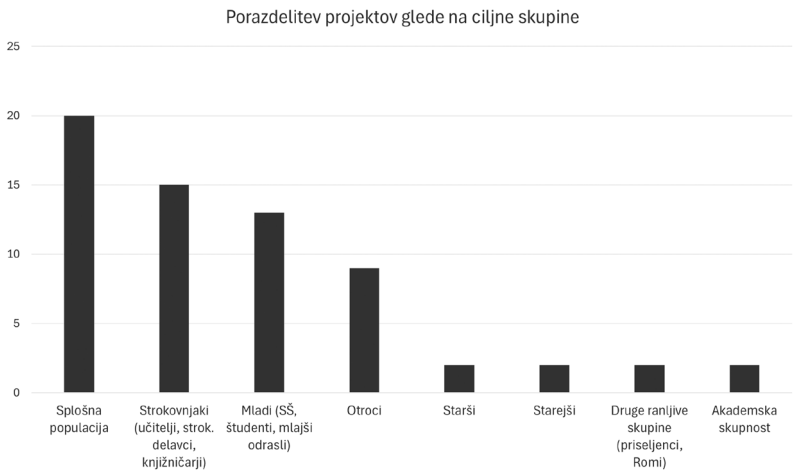
Največja neskladnost, ki jo je raziskava odkrila, je med ciljnimi skupinami teh dejavnosti in dejanskimi potrebami. Izrazito najpogostejša

Slika 3: Akterji, ki izvajajo aktivnosti na področju medijske pismenosti



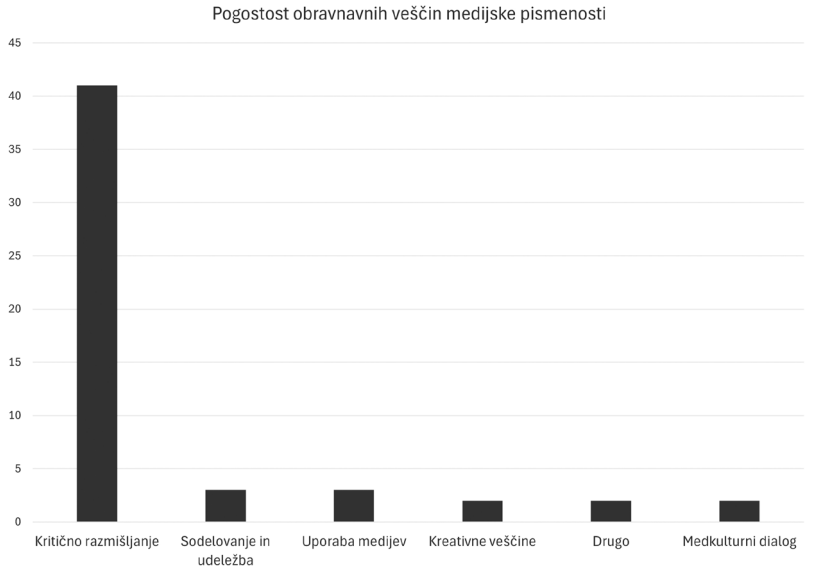
generacijska ciljna skupina so, gledano skupaj, otroci, mladostniki in mlajši odrasli, ki so po ugotovitvah ankete z vidika medijske pismenosti najmanj ranljiva skupina. Starejše generacije, pri katerih so največje vrzeli v pismenosti, so razmeroma redko ciljne skupine aktivnosti, kljub temu da so pogosto prepoznane kot še posebej ranljive za digitalne manipulacije.

Slika 4: Ciljne skupine medijskopismenostnih aktivnosti v Sloveniji



Prav tako so projekti pretežno usmerjeni v kritično mišljenje, ne pa v tehnične veščine (funkcionalno ustvarjanje), ki so bile v anketi prepoznane kot največja pomanjkljivost pri starejših generacijah.

Slika 5: Veščine, ki jih spodbujajo medijskopismenostni projekti



Neskladnost med empiričnimi potrebami in vsebinsko usmerjenostjo aktivnosti razkriva, da sistem deluje na podlagi predpostavk, in ne na podlagi podatkovno podprte analize. To vodi v neučinkovito uporabo virov in nezadostno podpiranje najranljivejših družbenih segmentov.

4 RAZPRAVA

Raziskava nakazuje, da medijska pismenost ni zgolj individualna kompetenca, ampak se njena učinkovitost močno prepleta s širšim družbenim in strukturnim okoljem, zlasti z medijsko pluralnostjo. Namesto da bi delovala kot samostojen obrambni mehanizem, pismenost odraža sistemske pomanjkljivosti in je lahko celo podvržena vplivom, ki ogrožajo njene demokratične potenciale.

Ob upoštevanju kognitivne pristranosti pri razumevanju medijskih vsebin, medijska pismenost statistično značilno ne vpliva na zmožnost posameznikov, da prepoznajo dezinformacije. Regresijska analiza je potrdila, da nobena izmed izmerjenih dimenzij medijske pismenosti ne vpliva pomembno na zmožnost prepoznavanja lažnih informacij, vsebovanih v besedilu o podnebnih spremembah. Rezultati nakazujejo, da je v boju z dezinformacijami potencial medijske pismenosti omejen.

Namesto tega je analiza potrdila, da je izstopajoče najpomembnejši dejavnik, ki napoveduje verjetje v dezinformacije, skladnost vsebine z že oblikovanimi stališči posameznika. Posamezniki so bistveno manj sposobni prepoznati napačne informacije, če te potrjujejo njihovo že oblikovano prepričanje. Ta ugotovitev razkriva, da medijska pismenost sama po sebi ne more preglasiti moči kognitivnih pristranskosti in potrditvene pristranskosti. To postavlja pod vprašaj učinkovitost strategij, ki se zanašajo zgolj na splošno izobraževanje o kritičnem mišljenju. Namesto tega bi morale biti politike za boj proti dezinformacijam integrirane v obravnavo konkretnih, družbeno pomembnih tem, kot so podnebne spremembe, javno zdravje in migracije.

Znatnejši, a šibkejši vpliv na zmožnost prepoznavanja dezinformacij sta izkazala tudi spol in izobrazba, vendar so ti vplivi bistveno šibkejši od vpliva predhodnih stališč. Ta ugotovitev razkriva, da medijska pismenost ne more preglasiti moči kognitivnih pristranskosti, zlasti potrditvene pristranskosti, saj posamezniki aktivno iščejo in sprejemajo informacije, ki so v skladu z njihovim prepričanjem ne glede na njihovo objektivno verodostojnost. Analiza je tudi potrdila, da verjetje v dezinformacije statistično značilno in močno vpliva na pripravljenost za interakcijo z vsebino. Posamezniki, ki ocenijo vsebino kot verodostojno, so se nanjo veliko bolj pripravljeni pozitivno odzvati (z všečkanjem, deljenjem, s komentiranjem) in manj pripravljeni odzvati negativno (prijaviti neželeno vsebino, blokirati uporabnika). Ta dinamika lahko ustvarja nevarno ojačevalno dinamiko, saj algoritemsko delovanje družbenih omrežij nagrajuje angažiranost in s tem pospešuje širjenje dezinformacij.

Podobno protislovje se je pokazalo tudi pri analizi zasebnostne pismenosti, ki je ključna poddimenzija medijske pismenosti in se nanaša na zmožnost posameznika, da razume in zaščiti svoje osebne podatke v digitalnem okolju. Empirični podatki so razkrili, da zasebnostna pismenost (tj. posameznikovo znanje in veščine za zaščito lastnih podatkov) deluje na dveh bistveno različnih ravneh.

Model, ki razlaga varovanje zasebnosti na splošnem spletu (npr. pri brskanju po spletu), pojasni manj kot 15 odstotkov variabilnosti, kar nakazuje oprijemljiv vpliv individualnega znanja na tem področju. Vendar se učinek dramatično zmanjša, ko se proučuje varovanje zasebnosti na družbenih omrežjih, saj regresijski model pojasni le manj kot štiri odstotke variabilnosti. To razhajanje razkriva globlji, sistemski problem. Družbena omrežja namreč sistemsko zmanjšujejo nadzor uporabnika nad lastnimi podatki ne glede na njegovo pismenost. Ugotovitve nakazujejo, da je za zaščito zasebnosti na socialnih omrežjih potreben sistemski pristop, ki presega le izobraževanje posameznikov, in od platform zahteva

večjo transparentnost delovanja algoritmov in večjo odgovornost za sistemska tveganja.

Regresijska analiza je potrdila, da medijska pismenost statistično značilno vpliva na politično participacijo, vendar pa ta vez ni preprosta. Najmočnejši pozitivni vpliv na udeležbo izkazujeta dimenziji kritičnega ustvarjanja in potrošnje. To pomeni, da je zmožnost analize, vrednotenja in razumevanja etičnih vidikov medijskega ustvarjanja ključna za spodbujanje angažiranega državljana.

Obenem pa dimenzija funkcionalnega ustvarjanja (tj. tehnične veščine, kot sta ustvarjanje medijskih vsebin in uporaba orodij) statistično značilno, a negativno vpliva na politično participacijo. Tako »prazno pismenost« je mogoče razumeti kot sposobnost tehnične uporabe orodij, ločene od kritične, etične in refleksivne uporabe. Ta ugotovitev nakazuje, da lahko fokusiranje na predvsem učenje digitalnih veščin povzroči neželene družbene učinke, saj gola tehnična pismenost brez kritične refleksije ne prispeva k aktivnemu državljanstvu.

Raziskava je razkrila, da je stopnja medijske pismenosti v Sloveniji neenakomerno porazdeljena med različnimi družbenimi skupinami. Medijska pismenost s starostjo statistično značilno upada, pri čemer je padec najizrazitejši na področju funkcionalnega ustvarjanja (tehničnih veščin). To potrjuje, da so starejše generacije še posebej ranljive na področju hitro spreminjajočih se digitalnih orodij.

Ta ugotovitev pridobi na pomenu v luči kartiranja medijskopismenostnih aktivnosti v Sloveniji. Kartiranje je namreč razkrilo, da večina programov cilja na otroke in mladostnike, ki so se v raziskavi izkazali za najmanj ranljivo skupino, medtem ko so starejše generacije, pri katerih je vrzel v znanju največja, pokrite le redko.

Razkorak med empiričnimi potrebami in usmerjenostjo aktivnosti izpostavlja temeljno institucionalno vrzel. Pomanjkanje celovitega, podatkovno podprtega strateškega okvira in sistematičnega spremljanja stanja medijske pismenosti v Sloveniji vodi v neučinkovito uporabo virov in nezadostno ukvarjanje z najranljivejšimi družbenimi segmenti, kar dodatno zmanjšuje splošno odpornost družbe proti dezinformacijam in digitalni manipulaciji.

Rezultati raziskave dopolnjujejo jedro razprave v uvodnem poglavju te monografije, ki temelji na sintetičnem argumentu o vzajemni šibkosti obeh stebrov demokracije: pluralnosti (strukture) in pismenosti (subjekta). Ta povezava ustvarja začarani krog neučinkovitosti, ki ogroža demokratično javnost. Strukturna homogenost, ki jo poganjajo lastniški grozdi, in ideološka polarizacija ustvarjata informacijske mehurčke, ki ponujajo vsebine, potrjujoče že oblikovane poglede.

Posamezniki so bistveno verjetneje pripravljeni verjeti v dezinformacije, če te krepijo njihovo že oblikovano prepričanje. Ustvarja se kumulativni učinek. Strukturna homogenizacija medijske krajine spodbuja ideološke odmevne komore, ki krepijo predhodno prepričanje posameznikov, zaradi česar so ti kljub osnovnim pismenostnim veščinam manj odporni proti dezinformacijam. Posledica je populacija, ki je tehnično vešča, a politično apatična in ranljiva za manipulacijo. Pluralnost, ki bi morala omogočati kritično analizo, se v takem okolju razblini v navidezno »pluralnost« odmevnih komor.

Predlogi sprememb evropske zakonodaje glede varstva osebnih podatkov in uporabe umetne inteligence v okviru tako imenovanega Digitalnega omnibusa (Evropska komisija, 2025b) dodatno zaostrujejo razkorak med subjektivnim znanjem in sistemskimi omejitvami platform. Predlagane spremembe, ki uvajajo ožjo opredelitev osebnih podatkov ter širše možnosti obdelave podatkov na podlagi »legitimnega interesa«, skupaj z omilitvijo in odlogom obveznosti za visoko tvegane sisteme umetne inteligence, krepijo arhitekture, v katerih imajo uporabniki še manj nadzora nad lastnimi podatki in nad algoritmi, ki oblikujejo njihovo informacijsko okolje. Taka regulativna dinamika dodatno zmanjšuje potencial krepitve individualnih kompetenc in potrjuje osrednjo ugotovitev raziskave, da posameznikova pismenost, četudi visoka, ne more nadomestiti strukturne neenakosti moči med platformami in uporabniki.

5 OMEJITVE RAZISKAVE

Raziskava kljub celovitosti in inovativnemu pristopu ni brez omejitev. Najpomembnejša izhaja iz osrednje ugotovitve, da anketni podatki sami po sebi ne morejo pojasniti, zakaj medijska pismenost ne vpliva na prepoznavanje dezinformacij. Čeprav rezultati nakazujejo, da je ključen dejavnik vnaprejšnje stališče posameznika, bi bilo treba za razumevanje teh vzorcev izvesti poglobljeno raziskavo kognitivnih pristranskosti in psiholoških mehanizmov, ki presegajo okvir te študije. Dodatna omejitev je povezana s tveganjem samoocenjevalne pristranskosti, ki smo jo sicer skušali zmanjšati s kombiniranim metodološkim pristopom. Omejitve izhajajo tudi iz rekrutacije udeležencev fokusnih skupin. Najtežje je bilo pridobiti posameznike z nizko stopnjo medijske pismenosti, kar pomeni, da ta segment populacije verjetno ni v celoti reprezentiran in se pogosto izmika raziskovalnim procesom. To potrjuje ugotovitve o širšem občutku družbene resignacije.

Na tej podlagi se odpirajo tri ključne usmeritve za nadaljnje raziskovanje: (1) poglobljene študije vzročno-posledičnih povezav med psihološkimi dejavniki, kot sta splošno nezaupanje in resignacija, ter pripravljenostjo za širjenje dezinformacij; (2) longitudinalne raziskave in evalvacije medijsko-pismenostnih intervencij, ki bi omogočile spremljanje dolgoročnih učinkov in identificirale najučinkovitejše pristope; ter (3) analize strukturnih dejavnikov, kot sta medijska lastniška koncentracija in homogenost vsebin, ki pomembno oblikujeta percepcijo javnosti in informacijske prakse.

6 VIRI IN LITERATURA

Ashley, Seth, Robert Maksl in Stephanie Craft (2013): Developing a News Media Literacy Scale. Journal of Media Literacy Education 5 (1): 1–17.

Boyd, D., in N. Ellison (2007): Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication 13 (1): 210–230.

Boyd, Danah M., in Nicole B. Ellison (2008): Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication 13 (1): 210–230.

Buckingham, David. (2017): Fake News: Is Media Literacy the Answer? David Buckingham. Dostopno prek https://davidbuckingham.net/2017/01/12/fake-news-is-media-literacy-the-answer/ (1. 2. 2026).

Buckingham, David. (2019): The Media Education Manifesto. Cambridge: Polity Press.

Chen, Der-Thang »Victor«, Jing Wu in Yu-Mei, Wang (2011): Unpacking New Media Literacy. Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics 9 (2): 84–88.

Considine, David, Gary Moorman in Daniel Penrod (2009): Media Literacy: Classroom Practices and Pedagogical Challenges. Oxford University Press.

Dolenc, Kosta in Andrej Šorgo (2020): Information Literacy Capabilities of Lower Secondary School Students in Slovenia. The Journal of Educational Research 113 (5): 335–342. Dostopno prek DOI: 10.1080/00220671.2020.1825209 (1. 2. 2026).

Državni zbor Republike Slovenije (2019): Resolucija o strategiji nacionalne varnosti Republike Slovenije (ReSNV-2). Uradni list Republike Slovenije, št. 68/2019.

EUR-Lex (2022): Uredba (EU) 2022/2065 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 19. oktobra 2022 o enotnem trgu digitalnih storitev in spremembi Direktive 2000/31/ES (Akt o digitalnih storitvah, DSA). Dostopno prek https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj (1. 2. 2026).

EUR-Lex (2024): Uredba (EU) 2024/1083 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. aprila 2024 o vzpostavitvi skupnega okvira za medijske storitve na notranjem trgu in o spremembi Direktive 2010/13/EU (European Media Freedom Act – EMFA). Dostopno prek https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj (1. 2. 2026).

Evropska komisija (2007): Sporočilo Komisije Evropskemu parlamentu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij o evropskem pristopu k medijski pismenosti v digitalnem okolju (COM(2007) 833 končno). Bruselj: Evropska komisija.

Evropska komisija (2009): Commission Recommendation of 20 August 2009 on Media Literacy in the Digital Environment for a More Competitive Audiovisual and Content Industry and an Inclusive Knowledge Society (2009/625/EC). Official Journal of the European Union L 227/9.

Evropska komisija (2020): Akcijski načrt za evropsko demokracijo: okrepimo demokracije EU. Bruselj: Evropska komisija. Dostopno prek https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/sl/ip_20_2250 (1. 2. 2026).

Evropska komisija (2022): Okrepljeni kodeks ravnanja glede dezinformacij (Strengthened Code of Practice on Disinformation). Bruselj: Evropska komisija. Dostopno prek https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation (1. 2. 2026).

Evropska komisija (2023): Digital Economy and Society Index (DESI) – Slovenia. Bruselj: Evropska komisija. Dostopno prek https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-slovenia (1. 2. 2026).

Evropska komisija (2025a): Digitalno desetletje – poročila za posamezne države: Slovenija 2025. Bruselj: Evropska komisija. Dostopno prek https://digital-strategy.ec.europa.eu/sl/library/digital-decade-2025-country-reports (1. 2. 2026).

Evropska komisija (2025b): Digital Omnibus Regulation Proposal. Bruselj: Evropska komisija. Dostopno prek https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-omnibus-regulation-proposal (1. 2. 2026).

Fuchs, Christian (2012): The Political Economy of Privacy on Facebook. Television & New Media 13 (2): 139–159.

Golob, Tea, Matej Makarovič in Mateja Rek (2021): Meta-Reflexivity for Resilience Against Disinformation. Comunicar 29 (66): 107–118.

Hobbs, Renee, Katie Donnelly, Jonathan Friesem in Mary Moen (2013): Learning to Engage: How Positive Attitudes About the News, Media Literacy, and Video Production Contribute to Adolescent Civic Engagement. Educational Media International 50 (4): 231–246.

Jones-Jang, S. Mo, Tara Mortensen in Jingjing Liu (2019): Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don’t. American Behavioral Scientist 65 (2): 371–388.

Kahne, Joseph, in Benjamin Bowyer (2017): Educating for democracy in a partisan age: Confronting the challenges of motivated reasoning and misinformation. American Educational Research Journal 54 (1): 3–34.

Kazenski zakonik (KZ-1) (2012): Uradni list Republike Slovenije, št. 50/2012 s spremembami.

Koç, Mustafa in Emine Barut (2016): Development and Validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for University Students. Computers in Human Behavior 63: 834–843.

Kovačič, Andrej in Tanja Kovačič (2024): Medijska pismenost 2020 [Datoteka kodirne knjige]. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Arhiv družboslovnih podatkov. ADP – IDNo: MP20. Dostopno prek https://doi.org/10.17898/ADP_MP20_V1 (1. 2. 2026).

Lessenski, Martin (2023): The Media Literacy Index 2023: Measuring Vulnerability of Societies to Disinformation: Policy Brief. Observatory on Information and Democracy. Dostopno prek https://observatory.informationdemocracy.org/resources/the-media-literacy-index-2023-measuring-vulnerability-of-societies-to-disinformation-policy-brief/ (1. 2. 2026).

Maksl, A., S. Ashley in S. Craft (2015): Measuring News Media Literacy. Journal of Media Literacy Educatio*n* 6 (3): 29–45. Dostopno prek https://doi.org/10.23860/jmle-6-3-3 (1. 2. 2026).

Masur, Philipp K. (2020): How Online Privacy Literacy Supports Self-Data Protection and Self-Determination in the Age of Information. Media and Communication 8 (2): 258–269.

McDougall, Julian (2019): Media Literacy Versus Fake News: Critical Thinking, Resilience and Civic Engagement. Medijske studije/Media Studies 10 (19): 29–45.

Mihailidis, Paul in Samantha Viotty (2017): Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, and the Role of Media Literacies in "Post-Fact" Society. American Behavioral Scientist 61 (4): 441–454.

Obligacijski zakonik (OZ) (2007): Uradni list Republike Slovenije, št. 97/07 s spremembami.

Ofcom (2021): Adult Media Literacy Tracker 2021 – Core Survey. Adults' Media Literacy Core Survey 2021 Questionnaire. Dostopno prek https://www.ofcom.org.uk (1. 2. 2026).

Rek, Mateja (2023): Parent Empowerment Can Change Media Education. Politics in Central Europe 19 (1S): 441–453.

Rek, Mateja, Predrag Ljubotina in Anja Bašin. 2024. »Trends in Media Education of Children in Slovenia.« RSC 16 (1): 1–11.

Rek, Mateja (2023): Parent Empowerment Can Change Media Education. Politics in Central Europe 19 (1S): 441–453.

Rek, Mateja, Andrej Kovačič in Kristina Brumat. 2018. Medijske navade starejših (65 let in več). Raziskovalno poročilo. Nova Gorica: Fakulteta za uporabne družbene študije (FUDŠ). Infrastrukturni program - Medijska pismenost.

Rek, Mateja, Predrag Ljubotina in Jernej Šilak (2025): *Medijska pismenost 2025*. Raziskovalno poročilo. Nova Gorica: Fakulteta za uporabne družbene študije (FUDŠ), Infrastrukturni program – Medijska pismenost.

SURS (2023): Število posameznikov po preverjanju resničnosti informacij ali vsebin na novičarskih spletnih straneh ali družbenih medijih, izobrazbi in spolu, Slovenija, večletno [podatkovni portal SI-STAT].

Svet Evrope (2018): Priporočilo CM/Rec(2018)1 Odbora ministrov držav članicam o pluralnosti medijev in preglednosti lastništva medijev. Strasbourg: Svet Evrope.

Svet Evrope (2020): Priporočilo CM/Rec(2020)1 Odbora ministrov državam članicam o vplivih algoritmičnih sistemov na človekove pravice. Strasbourg: Svet Evrope.

Tandoc, Edson, Andrew Z. H. Yee, Jeremy Ong, James Chong Boi Lee, Duan Xu, Zheng Han, Chew Chee Han Matthew in dr. (2021): Developing a Perceived Social Media Literacy Scale: Evidence from Singapore. International Journal of Communication 15: 2484–2505.

Tyner, Kathleen (1998): Literacy in a Digital World: Teaching and Learning in the Age of Information. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

UNESCO (2011): *Učni načrt za učitelje s področja medijske in informacijske pismenosti (Media and Information Literacy Curriculum for Teachers).* Pariz: Organizacija Združenih narodov za izobraževanje, znanost in kulturo (UNESCO).

Vlada Republike Slovenije (2023): Digitalna Slovenija 2030. Krovna strategija digitalne preobrazbe Slovenije do leta 2030. Dostopno prek https://www.gov.si/assets/ministrstva/MDP/Dokumenti/DSI2030-potrjena-na-Vladi-RS_marec-2023.pdf (1. 2. 2026).

Wardle, Claire in Hossein Derakhshan (2017): Information Disinformation: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Council of Europe. Dostopno prek https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666 (1. 2. 2026).

Zakon o medijih (ZMed-1) (2025): Uradni list Republike Slovenije, št. 69/2025.

MEDIJSKI PLURALIZEM KOT PROSTOR POLITIČNEGA BOJA: AKTERJI NA PODROČJU MEDIJSKE ZAKONODAJE MED STRUKTURNIMI SPREMEMBAMI DRUŽBENEGA KOMUNICIRANJA

Jernej Kaluža, Jernej Amon Prodnik, Nana Čemas, Nina Žnidaršič, Slavko Splichal, Jan Kostanjevec

1 TEORETSKO-KONTEKSTUALNI UVOD

Slovenski mediji se umeščajo v presečišče raznolikih procesov, ki močno vplivajo na prakse medijskega delovanja in njihova normativna načela. Podobno kot globalno medijsko krajino je tudi slovenski medijski prostor v preteklih letih zaznamovala kriza novinarstva in tradicionalnih medijev, ki jo med drugim določajo ekonomski, tehnološki in politični dejavniki (glejte Kaluža in Slaček Brlek, 2020; Vobič, 2023; Pickard, 2020; Reese, 2021; Pajnik in Ribać, 2021).

Zaradi pospešene digitalizacije se morajo mediji podrejati logiki ekonomije pozornosti, ki jo narekujejo globalne digitalne platforme, ki so z mediji v kompleksnem, obenem konkurenčnem in sožitnem odnosu (Kaluža in Slaček Brlek, 2021). Z vzpostavitvijo in naraščajočo prevlado korporativnih družbenih omrežij in algoritmične kuracije se ti odnosi spreminjajo tudi na druge, prej nikoli videne načine. Vedno pogostejši trendi v medijskih uredništvih so prevlada empiričnih poizvedb in metrik za merjenje priljubljenosti vsebin (Petre, 2021), avtomatizirana produkcija novic (Milosavljević in Vobič, 2019) ter vse večji pomen tehničnega (nenovinarskega) znanja pri novinarskem delu (Kaluža in Slaček Brlek, 2020). Največje digitalne platforme so si ob tem na globalni ravni prisvojile večinski delež oglaševalskih sredstev, ki so bila osrednjega pomena za poslovne modele novičarskih medijev (Pickard, 2020). V novinarstvu zato prihaja do prekarizacije, odpuščanja novinarjev, preprečevanja sindikalnega organiziranja in manj kakovostnega novinarskega poročanja.

Rezultat vseh teh sprememb je poglabljajoča se kriza tradicionalnih medijev in novinarstva, pri čemer številni avtorji kot posebej problematično izpostavljajo dejstvo, da je novinarstvo med osrednjimi demokratičnimi institucijami (Pickard, 2020; Reese, 2021). Politolog Jan-Werner

Müller (2021: 3. pogl.) na primer izpostavlja, da je kriza političnih ureditev odvisna predvsem od zatona posredniških institucij, med katerimi so prav mediji in profesionalno novinarstvo. Ta ključna infrastruktura je bila več kot stoletje podlaga za strukturiranje političnih konfliktov, odpiranje možnosti pluralnega dialoga in vzpostavljanje skupnih referenčnih točk, a danes ni več zmožna opravljati teh funkcij (prim. Reese, 2021).

Strukturne spremembe na področju medijev in javnega komuniciranja torej pospešeno spreminjajo medijske krajine in prakse na področju javnega komuniciranja. Kljub temu pa krovni ZMed v Sloveniji od začetka leta 2000 (pa do nedavnega sprejetja novega zakona) ni bil podvržen večjim posegom, čeprav bi te narekovale že širše kontekstualne spremembe, predvsem pa tehnološki razvoj in kriza novinarstva, ki potrebuje nove in proaktivne načine naslavljanja.

Procesi tehnološko pogojene medijske krize zmanjšujejo tudi raznolikost medijskih vsebin ter otežujejo razmere za vznik pluralnega informacijskega okolja, ki zavzema osrednje mesto v evropskih strategijah regulacije medijev (Nieminen, 2010; Brogi in Parcu, 2014). S prenašanjem evropskih usmeritev, strategij in konkretnih direktiv v nacionalno zakonodajo, povezano z mediji, ima medijski pluralizem poseben pomen tudi v nacionalnem kontekstu, opredeliti pa ga je torej mogoče za enega izmed osrednjih konceptov in ciljev na področju medijske zakonodaje (Karppinen, 2013).

Tu medijski pluralizem razumemo širše kot zgolj tehnicistični koncept medijske regulacije, in sicer kot normativni koncept in tudi kot politično dilemo. Normativni koncept medijskega pluralizma tako apliciramo na proces sprejemanja medijske zakonodaje. Slednja je namreč specifična po tem, da uokvirja družbeno komuniciranje v celotni javni sferi. Iz tega sledi, da bi kot normativni ideal morala biti prepoznana (ne)posredna vključenost vseh akterjev na področju družbenega komuniciranja v njeno oblikovanje. Tako raziskovanje medijskega pluralnosti kot odraza politične volje lahko razkrije vpogled v strukturne razmere in različne interese, ki krojijo medijsko področje (Braman, 2004; Freedman, 2008). Razumevanje sprejetih političnih odločitev pa tako pomeni razumevanje tega, ali zakonodajalec upošteva neenakost v družbi, asimetrijo v dostopu in informiranosti, ali pa jo jemlje za neproblematično, samoumevno ali skorajda naravno.

Glavni medijski zakon v Sloveniji je bil ob pripravi tega poglavja star čez dvajset let, dvomi o njegovi učinkovitosti in zmožnosti naslavljanja težav slovenske medijske krajine pa ga spremljajo že od njegovega nastanka, saj je pogosto služil le kot *post festum* legalizacija že obstoječega stanja (Petković in Bašić Hrvatin, 2019: 174; prim. Bašić Hrvatin in Kučić, 2005: 181).

Zato nas je zanimalo, zakaj predhodni poskusi sprememb ZMed niso bili uspešni in kako je med izvajanjem raziskave potekal takrat aktualni poskus uvedbe novega ZMed. Ta je bil sprejet po skoraj 25 letih prav med zaključevanjem raziskovalnega projekta (3. septembra 2025). Naša analiza, ki se osredinja na 1. diahrono (analizo preteklih poskusov sprememb ZMed) in 2. sinhrono (analizo akterjev na področju medijske zakonodaje v primeru novega ZMed) perspektivo (glejte Priloge: metodološka pojasnila), je zaradi tega še aktualnejša. Analizirali smo namreč edini zakonodajni postopek (in javno razpravo znotraj njega), vezan na ZMed, ki je v zadnjih dvajsetih letih dejansko pripeljal do temeljnih zakonodajnih sprememb. Na podlagi analize, ki smo jo izvedli, bo tako mogoče retroaktivno rekonstruirati, kateri interesi in argumenti so bili upoštevani v novem zakonu in kateri ostajajo nenaslovljeni.

1.2 Dileme in vprašanja medijske regulacije

Ko govorimo o medijski regulaciji v Sloveniji, se takoj odpre več pomembnih vprašanj. Najprej, kdo vse sodeluje pri oblikovanju pravil, ki določajo delovanje medijev: je proces sprejemanja zakonodaje dovolj odprt, da zajame pester krog akterjev – od medijskih hiš, novinarjev in njihovih združenj, do nevladnih organizacij, gospodarskih akterjev, politike, predstavnikov državljanov, manjšin,akademske in lokalne skupnosti? In če so vsi ti prisotni, kako se njihovi pogosto nasprotujoči interesi odražajo v končnih rešitvah? Ali ni tudi tovrstno vključevanje najširše zainteresirane javnosti odraz normativnega ideala medijskega pluralizma?

V teoriji se pojem medijskega pluralizma pogosto povezuje bodisi z raznolikostjo (s pluralnostjo) vsebin bodisi s strukturno raznolikostjo medijskih lastnikov in formatov. A ko pogledamo proces sprejemanja zakonodaje, postane jasno, da je pluralizem kot normativno načelo pomemben tudi pri oblikovanju zakonodajnih okvirov in pravil, kajti če zakonodajo pripravi le ozka interesna skupina, ta ne more zagotoviti resnično pluralnega prostora, v katerem imajo možnost izražanja vsi relevantni družbeni glasovi. Po drugi strani pa tudi številčnost izraženih mnenj ne pomeni nujno tudi pluralnosti pri oblikovanju medijske zakonodaje (glejte Freedman, 2008).

Poleg tega se zastavlja vprašanje, kako zgodovina neuspelih reform vpliva na današnje stanje. Zakaj je bilo v preteklosti tako težko doseči konsenz med akterji o spremembah medijske zakonodaje? Katere skupine so najbolj vplivale in katere so bile potisnjene na rob? Tovrstna analiza omogoča boljši vpogled v to, kako se v praksi oblikujejo pogoji za delovanje medijev in kako se ob tem prepletajo različni interesi in razmerja moči.

2 KAKO SMO MERILI?

Naše raziskovanje medijske zakonodaje v Sloveniji temelji na kombinaciji več metod (glejte Priloge: metodološka pojasnila), ki so omogočile vpogled tako v zgodovinske procese kot tudi v javno razpravo ob predlogu novega ZMed. Uporabili smo tri glavne pristope: najprej smo izvedli polstrukturirane intervjuje z osebami (uradniki, ministri za kulturo, s poznavalci medijske zakonodaje itd.), ki so bile vpletene v pretekle poskuse sprememb medijske zakonodaje (ali pa so bile s temi poskusi dobro seznanjene). Skupaj smo izvedli osemnajst tovrstnih intervjujev, pri čemer so naši sogovorci delili osebne spomine, interpretacije ter ocene neuspehov in delnih uspehov teh procesov. Tak pristop je omogočil, da smo rekonstruirali dogajanje onkraj uradnih dokumentov, pogosto z vpogledi, ki jih pisni viri ne razkrivajo.

Drugi sklop metod je temeljil na strukturiranih intervjujih z akterji, dejavnimi na področju medijske zakonodaje (in so se odzvali v procesu javne razprave ob novem predlogu ZMed, glejte nadaljevanje). Vključili smo sedemintrideset sogovorcev iz vrst različnih akterjev (državnih organov, civilne družbe, medijskih podjetij ali strokovnih združenj), ki so iz perspektive svojih ustanov osvetlili, kako dojemajo aktualne težave in priložnosti pri prenovi zakonodaje. V nasprotju s polstrukturiranimi intervjuji, ki so bili bolj odprti in usmerjeni v osebne spomine, so strukturirani intervjuji sledili vnaprej pripravljenemu naboru vprašanj, kar je omogočilo sistematičnejšo primerjavo odgovorov.

Tretji vir podatkov so predstavljali odzivi na predlog besedila novega ZMed, ki je bil v javni razpravi med decembrom 2023 in januarjem 2024. Pregledali smo dokumente, ki so jih oddale različne organizacije in posamezniki – od medijskih hiš in novinarskih združenj do nevladnih organizacij, sindikatov, podjetij, interesnih združenj in predstavnikov različnih deprivilegiranih skupin. Ti odzivi so omogočili vpogled v to, kako širok spekter akterjev se čuti nagovorjenega s predlogi sprememb ZMed ter kakšne interese, pomisleke ali alternative so izpostavljali.

V raziskavi smo se osredinili na tri tematske sklope, ki tvorijo tri glavne sekcije besedila v nadaljevanju.

Prvi sklop vzpostavlja povezavo med normativnim konceptom medijskega pluralizma in konkretnimi dilemami medijske regulacije tako na evropski kot na slovenski ravni, pri čemer smo poseben poudarek namenili tenziji med tržnim in trg presegajočim razumevanjem medijskega pluralizma.

Drugi sklop je bil namenjen zgodovinskemu pregledu poskusov sprememb zakonodaje od leta 2001 dalje, s poudarkom na tem, zakaj večina poskusov ni prinesla trajnejših rešitev.

Tretji sklop pa je podrobno obravnaval konkretne akterje, ki so se odzvali na predlog zakona, ter analizo njihovih stališč in interesov. V tem kontekstu se konceptualna nasprotja v normativnih razumevanjih pluralizma odražajo kot nasprotje med interesi komercialnih akterjev (ki pogosteje zagovarjajo deregulacijo in medijsko svobodo) ter akterjev, ki stavijo na javni interes, državno intervencijo, zakonodajno zaščito manjšin in univerzalno dostopnost medijev.

3 REZULTATI

3.1 Ideali medijskega pluralizma med svobodo trga in odnosi moči

Pluralizem kot temeljni koncept pestijo podobne težave, kot veljajo za številne druge večpomenske koncepte, ki delujejo kot normativni temelji za politično delovanje (denimo za koncept javnega interesa). Onkraj splošnih in pogosto praznih pozivov, ki izražajo potrebo po spodbujanju in večanju družbene pluralnosti, je točen pomen koncepta manj samoumeven (glejte Karppinen, 2013). Analiza, ki smo jo izvedli, je pokazala, da je razumevanje pluralizma med akterji na področju medijske zakonodaje zelo raznoliko in heterogeno. Nekateri ga pojmujejo predvsem kot raznolikost lastništva, drugi kot raznolikost vsebin, tretji kot dostop različnih družbenih skupin do medijskega prostora, četrti kot uravnoteženost med levo in desno politično opcijo. Ta fragmentacija razumevanja vodi v neenotne prakse in otežuje vzpostavitev celovitih medijskih politik, ki bi pluralnost dejansko zagotavljale.

Opredelitve pluralizma so heterogene in raznolike, ne pa arbitrarne. Povezane so z normativnimi predpostavkami, kakšna naj bi bila vloga medijskega sistema v družbi, a tudi širše, z razmerji komunikacijske moči in s tem, kako sploh dojemamo demokratične odnose v družbi (glejte Karppinen, 2013; 2018). Opredelitev pluralizma zato ne more biti tehnično vprašanje, temveč gre v osnovi za politično dilemo (glejte Braman, 2004; Freedman, 2008): kaj naj pluralizem obsega, v kolikšnih razsežnostih ga dojemamo kot nujnega in, posledično, v kolikšnem obsegu naj država vzpostavlja in ohranja pogoje medijske pluralnosti ter za koga.

Osrednja konceptualna dilema medijskega pluralizma je, da je v zakonodaji praviloma operacionaliziran v svoji ekonomski dimenziji, tj. kot način ohranjanja konkurence na medijskem trgu, ki naj bi samodejno vodila v raznolikost ponudnikov storitev. Medijski pluralizem je tako v EU pretežno postavljen v kontekst konkurenčnega prava (Pires, 2017). Analiza, ki smo jo izvedli, je pokazala, da je tako razumevanje redukcionistično in

preozko, o čemer je mogoče sklepati tudi na podlagi strukturiranih intervjujev s predstavniki civilne družbe in zainteresiranih civilnodružbenih akterjev. Njihov zagovor pluralizma je usmerjen v spodbujanje vsebinske raznolikosti, zagotavljanja pravice do informiranosti manjšin, deprivilegiranih skupnosti in lokalnih okolij ter višjo slišanost oziroma vidnost teh skupin v javni sferi. Gre za ugotovitve, ki sledijo celovitejšim opredelitvam pluralizma, v katerih ta koncept ni več enačen s tekmovanjem na trgu, marveč predpostavlja možnosti za vstop različnih skupin v javne razprave (Curran, 2002: 237).

Razprave o medijskem pluralizmu in njegovem razvoju zavzemajo osrednje mesto v medijski zakonodaji in strategijah tako na evropski kot nacionalni ravni. To velja tudi za prvo celovito nadnacionalno evropsko medijsko zakonodajo – EMFA, ki je bila sprejeta avgusta 2025. EMFA je bila v intervjujih pogosto predstavljena kot pomemben razlog za poskus oblikovanja novega ZMed, saj naj bi v njem med drugim šlo za nacionalno adaptacijo in nadgraditev te skupne evropske zakonodaje (Lenart Kučić, intervju).

Razdvojenost medijskega pluralizma med tržnim redukcionizmom in njegovim širšim razumevanjem pa vsebuje tudi EMFA. Ta po eni strani temelji na ideji skupnega evropskega medijskega trga in na razumevanju medijev kot storitev. Tudi nekatere probleme, ki jih naslavlja, je mogoče razumeti kot probleme medijskega trga, med drugim transparentnost lastništva medijev, (ne)sodelovanje med medijskimi regulatorji, neprimerljivost podatkov za merjenje občinstev, izkrivljanje tokov oglaševalskih prihodkov in nepravično dodeljevanje državnih oglaševalskih sredstev (glejte Cole in Etteldorf, 2023; Kerševan, 2024). Po drugi strani pa EMFA temelji tudi na spoznanju, da medijev ni mogoče reducirati na trg. V njeni preambuli lahko zasledimo trditev, da so medijske storitve ne le pomemben in dinamičen gospodarski sektor, temveč tudi bistvenega pomena za zdravo civilno sfero in temeljne človekove pravice.

EMFA je tako klasičen primer trka »različnih standardov racionalnosti« (Klimkiewicz, 2010: xiv), med katerim prihaja do »navzkrižij in eklektičnih kombiniranj tržno usmerjene deregulacije in družbeno ter kulturno orientirane regulativne racionalnosti«. Kaže tudi problematiko (ne)ravnovesja med protržno negativno evropsko integracijo na eni strani in na drugi strani pozitivno integracijo, ki stavi na korigiranje tržnih mehanizmov ter na idejo o evropski integraciji kot kulturnem in družbenem procesu.

Omenjeno nasprotje se odraža tudi v odzivih akterjev na ZMed, pri čemer zainteresirane nevladne organizacije pogosto poudarjajo predvsem vlogo pluralnosti kot vsebinske raznolikosti ter zagotavljanja pravice do

informiranosti manjšin, deprivilegiranih skupnosti in lokalnih okolij. Na drugi strani največji komercialni mediji in zainteresirane gospodarske družbe pogosto opozarjajo na nesorazmernost in nelegitimnost regulativnih posegov v medijsko svobodo, ki jo razumejo predvsem kot podjetniško svobodo.

Tudi intervjuvani slovenski državni uradniki, ki so imeli podroben notranji vpogled v sprejemanje EMFA, poudarjajo prevlado tržne logike in omenjajo različne načine, kako se to odraža v besedilu zakona. Svetovalec za kulturo in avdiovizualne zadeve na stalnem predstavništvu Slovenije pri EU Sašo Gazdić (intervju) opozarja, da je pravna podlaga EMFA pogodba o Evropski uniji, ki ureja notranji trg. Sekretarka na Ministrstvu za kulturo RS (v nadaljevanju MK) Irena Ostrouška (intervju), ki je bila glavna predstavnica Slovenije v procesu oblikovanja besedila zakona, je poudarila, da so predstavniki številnih držav imeli težave z idejo enotnega medijskega trga, saj naj bi mediji še vedno pretežno delovali na nacionalnih trgih. Toda prav tovrstna pravna podlaga je odprla možnosti za skupno regulacijo medijev na ravni EU, ki je izhajala iz naraščajoče samovolje nekaterih iliberalnih in avtoritarnih političnih režimov (prim. Štetka in Mihelj, 2024), kar je bil pomemben zgodovinski povod za nastanek EMFA.

3.2 Kratka zgodovina in analiza osrednjih težnj pri (neuspešnih) reformah slovenske medijske zakonodaje

Razvoj slovenske medijske zakonodaje od osamosvojitve naprej je zapleten proces, v katerem se prepletajo politične, ekonomske in družbene sile. Temeljna izhodišča zakonodaje so bila postavljena z Zakonom o javnih glasilih (v nadaljevanju ZJG) iz leta 1994, ki je vzpostavil okvir za delovanje zasebnih in javnih medijev v postsocialističnem kontekstu. Že takrat so se pokazala prva protislovja: po eni strani potreba po spodbujanju pluralizma, po drugi pa močan vpliv političnih elit, ki so želele ohraniti (ali pridobiti) nadzor nad ključnimi komunikacijskimi kanali. Čeprav so nadaljnji poskusi reform prinašali pomembne novosti – od večje transparentnosti lastništva do omejevanja koncentracije –, so se pogosto soočali z močnim odporom interesnih skupin, kar je preprečilo njihovo celovito implementacijo.

Nastajanje in poskusi sprememb medijske zakonodaje so bili kot predmet raziskovalnega zanimanja najaktualnejši na prelomu tisočletja, ko je izšla večina strokovnih in znanstvenih del na to temo (Bašić Hrvatin in Milosavljević, 2001; Bašić Hrvatin in Kučić, 2004; Bašić Hrvatin in Petković, 2007; Bašić Hrvatin in Milosavljević, 2010). Po letu 2010 je

zaznati upad znanstvene obravnave medijske zakonodaje in širše medijskih politik, zato smo stremeli k zapolnitvi te vrzeli. Pristop, ki smo ga pri tem ubrali, temelji na prepletu sicer maloštevilnih gradiv in dokumentov, poleg njih pa tudi na novo pridobljenih empiričnih podatkih (z intervjuji, analizo dokumentov), podrobno opisanih v metodološkem pojasnilu.

V tem sklopu predstavljamo oris genealogije spreminjanja medijske zakonodaje v Sloveniji. Izhajajoč iz predpostavke, da je pomemben vidik pluralizma tudi vprašanje pluralnosti akterjev, ki sodelujejo pri pripravi medijske zakonodaje, se posebej osredinjamo na vprašanje participacije (strokovne) javnosti ter na vprašanje političnih in ekonomskih vplivov znotraj procesov spreminjanja ali preoblikovanja medijske zakonodaje.

Obdobje med letoma 2001 in 2008 – prvi (ne)uspehi Zakona o medijih. Zmed je začel veljati leta 2001. Zakon vključuje vrsto raznolikih področij in tematik (glejte ZMed, 2001). V uvodnih določbah nudi osnovne definicije medijev, dejavnosti razširjanja programskih vsebin in javnega interesa na področju medijev, na katerem temelji tudi financiranje medijskih programskih vsebin. Na normativni ravni izhaja iz načel svobode izražanja in svobode razširjanja programskih vsebin, poudarja pa tudi ideale zaščite slovenskega jezika ter spoštovanje enakopravnosti in strpnosti. V nadaljevanju besedila zakon določa pravice in obveznosti izdajatelja medija, pravice in obveznosti uredništva, obvezne programske vsebine, pravico do popravka ali odgovora ipd.

ZMed je nastal kot nadgradnja ZJG, ki je bil v veljavi od leta 1994. Kot izpostavlja Sašo Gazdić (intervju), ki je na področju medijske zakonodaje deloval na MK med letoma 2002 in 2006, je bil ZJG na začetku novega tisočletja zastarel »spisek izrekov oziroma deklariranih določb brez praktičnih implikacij«, pri katerem so manjkali »instrumenti, ki bi omogočili njegovo izvrševanje«. Glavni avtor besedila ZMed je bil Matjaž Jarc, ki je bil od leta 1998 vodja sektorja za medije in avdiovizualno kulturo na MK, v vtisih naših sogovorcev pa je bil tudi glasbenik, literat in pesnik. ZMed naj bi predvsem vpeljal omejitve glede medijskega lastništva in koncentracije, vendar so se že zgodaj pojavile težave z merili in dejansko implementacijo tega kriterija (glejte Bašić Hrvatin in Kučić, 2005: 183–190). Na MK je prišlo tudi do ustanovitve rednih letnih javnih razpisov za sofinanciranje medijev, ki je bil v naslednjih letih osrednji mehanizem javnega financiranja medijev (z izjemo davkoplačevalskega financiranja RTV Slovenija).

Z ZMed je celostna medijska zakonodaja prišla prepozno, da bi lahko regulirala »primarno akumulacijo« radijskih frekvenc in kabelskih kanalov s strani gospodarskih akterjev. Že v tem obdobju je sicer odmevalo vprašanje medijske koncentracije in političnih vplivov na medije, ki

se je med drugim odražalo v t. i. pivovarski vojni in nato v poizkusih političnega prevzema časopisa Delo (glejte Hočevar, 2020: 153–155). Strukturno podoben, vendar politično manj zaznamovan, je bil v tem obdobju tudi boj za prevlado na radijskem trgu, na katerem je prihajalo do mreženja radijskih programov. To dogajanje je močno zaznamovalo in obremenjevalo tudi delo Agencije za komunikacijska omrežja in storitve (v nadaljevanju AKOS) kot regulatorja.

Posebno poglavje v zgodovini političnih vplivov na medije predstavlja nastanek Zakona o Radioteleviziji Slovenija (ZRTVS-1, 2005). Kot opozarjajo intervjuvanci Sašo Gazdić, Igor Prodnik (Direktorat za medije na MK v tem času) in Miro Petek (v obdobju priprave zakona poslanec Slovenske demokratske stranke, SDS), je bil ta zakon v veliki meri spisan zunaj MK, kar nakazuje tudi njegovo neformalno poimenovanje »Grimsov zakon«, po poslancu SDS Branku Grimsu. Zakon je vpeljal nekatere takrat nove principe, kot je poudarek na razumevanju ideala pluralizma kot politične uravnoteženosti. Koncept uravnoteženosti je bil z amandmaji vpeljan tudi v ZMed leta 2006 (ZMed-A, 2006), predvsem kot kriterij pri financiranju medijev. Po besedah Prodnika (intervju) so želeli s temi spremembami prispevati k pluralnosti, »da se bo [v medijih] slišala tudi druga stran«.

Obdobje med letoma 2008 in 2018 – poskusi celovite prenove in stagnacija. Drugo obdobje poskusov sprememb medijske zakonodaje se začne leta 2008, z mandatom ministrice Majde Širce. Po daljšem obdobju pride do prvega resnega poskusa celostnih zakonodajnih sprememb, tako ZMed kot tudi Zakona o RTV Slovenija in Zakona o STA. Razlogi so bili večplastni, po besedah Vojka Stoparja (intervju), ki je v tem obdobju deloval kot vodja Direktorata za medije na MK, je bil ZMed takrat star že skoraj deset let in ga je bilo treba temeljito vsebinsko prenoviti, dodatna spodbuda pa je bilo tudi dejstvo, da je bilo treba v nacionalno zakonodajo aplicirati določbe konec leta 2007 sprejete Direktive EU o avdiovizualnih medijskih storitvah (AVMSD; EUR-Lex, 2007). Tretji povod, ki se nanaša predvsem na Zakon o RTV, je bila – po besedah Širce (intervju) – zahteva po nevtralizaciji politično motivirane zakonodaje, sprejete v obdobju predhodne vlade.

V spominih intervjuvancev se pogosto omenja vloga, ki jo je pri pisanju obeh zakonov odigralo vključevanje širše skupine dvajsetih strokovnjakov, ki jih je na začetku skliceval zunanji pravni strokovnjak Jurij Žurej. Člani skupine so se dobivali na rednih srečanjih, na katerih so poskušali oblikovati temeljne principe novega zakona, na podlagi katerih je nato ožja skupina napisala osnutke zakona. Žurej je pozneje pripravil osnutek besedila zakona, do katerega pa se je dialoška skupina

distancirala, zato je nadaljnje delo pri nastajanju besedila zakona prevzela ožja skupina, sestavljena iz nekaterih zaposlenih na MK in nekaterih strokovnjakov iz dialoške skupine.

Širca (intervju) trdi, da je treba oblikovanje dialoške skupine razumeti kot poudarjanje vloge neodvisne strokovne javnosti ter kot »izogibanje vsem možnim lobijem in vsem možnim čerem, ki bi lahko vplivale na naše namene«. V spominih več intervjuvancev je sodelovanje v skupini ostalo kot primer »participativnega« in »vključevalnega« načina pisanja zakona, ki pa je imel tudi slabe lastnosti. Pravnik na MK Branko Jezovšek (intervju) se spominja, da je pogosto prihajalo do nestrinjanja: »Veliko je bilo usklajevanja, to je bil dvoletni proces, nekateri na ministrstvu smo po cele dneve delali na tem, tudi čez vikende.«

Predlog novega ZMed je bil leta 2011 pripeljan do stopnje parlamentarne razprave, vendar je bil že po prvi obravnavi umaknjen iz parlamentarnega postopka (prim. Petković, 2016: 4–5). Parlamentarna seja, na kateri se je to zgodilo, je bila med bolj razvpitimi. Po besedah Širce (intervju) sta bila za neuspeh zakona kriva dva razloga: najprej z njenega stališča nekoliko nepričakovana kritika s strani takrat novega predsednika Društva novinarjev Slovenije (v nadaljevanju DNS). Še pomembnejši je bil vpliv nekaterih radijskih postaj, ki naj bi – tako Širca (intervju) – v besedilu novega zakona prepoznale poskus regulacije oblikovanja radijskih mrež.

Sledilo je obdobje pogostih menjav ministrov in ožjih ministrskih ekip, kar je botrovalo tudi dejstvu, da noben naslednji poskus pisanja ZMed ni prišel niti do stopnje parlamentarne obravnave. V tem času je prišlo do več partikularnih sprememb zakona, predvsem s popravljanjem in spreminjanjem posameznih členov (denimo glede kvot slovenske glasbe, kar je bilo pozneje razveljavljeno na ustavnem sodišču). Pomemben mejnik je bil tudi sprejem Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (ZAvMS) leta 2011.

Obdobje med letoma 2018 in 2025 – vnovični poskusi prenove, politični spopadi in interesni vplivi. V mandatu Zorana Pozniča, ki se je začel v letu 2019 in zaznamuje začetek tretjega obdobja spreminjanja medijske zakonodaje, je na MK kot državna sekretarka delovala Tanja Kerševan, ki je imela dolgoletne izkušnje z delovanjem na področju regulacije medijev v mednarodnem okolju. Kot izpostavlja Jezovšek (intervju), so v tem obdobju pri analizi ključnih tematik medijske zakonodaje namesto na širšo dialoško skupino stavili na manjšo delovno skupino, ki jo je poleg sodelavcev MK sestavljalo še pet zunanjih strokovnjakov (dr. Rok Čeferin, dr. Katarina Bergant, dr. Klemen Podobnik, dr. Marko Milosavljević in Vuk Čošić). Na podlagi te analize so pozneje na MK

pripravili predlog novele ZMed, v katerem so poskušali bistveno spremeniti nekatere ključne temelje medijske politike. To besedilo je bilo deležno obsežne (dvomesečne) javne razprave, v sklopu katere so – po spominu Tanje Kerševan (intervju) – prejeli prispevke okrog 50 akterjev. Zatem so izvedli še posvetovanje s ključnimi skupinami akterjev, med njimi z lokalnimi, s študentskimi in z neprofitnimi mediji, s kabelskimi operaterji, z novinarskimi organizacijami, uredniki in lokalnimi skupnostmi.

Z vsebinskega vidika so bili glavni poudarki novega besedila ZMed zaščita novinarstva, širjenje javnih podpor medijem (tudi tiskanim), spremembe na ravni programov posebnega pomena in regulacija koncentracije medijskega lastništva. V javnosti so bili največ pozornosti sicer deležni členi o regulaciji sovražnega govora, v katerih so določeni politični in medijski akterji prepoznali pretirano poseganje države na področje svobode govora. Zakonski predlog je prestal javno razpravo in bil pripravljen za koalicijsko usklajevanje, ko je januarja 2020 odstopil predsednik vlade Marjan Šarec, kar je vodilo v padec vlade in ustavitev postopkov priprave zakona.

V obdobju drugega ministrovanja Vaska Simonitija (2020–2022) je nova ekipa že na začetku mandata za javno razpravo pripravila spremembe kar treh medijskih zakonov (ZMed, Zakona o RTV in Zakona o STA). Po besedah Mira Petka (intervju), ki je takrat deloval na MK, je ta paket sprememb zaobsegal »manjše popravke«, kar pa je vzbudilo »velik odmev v javnosti«, zaradi česar so poslanske skupine koalicije (SMC in DESUS) prenehale soglašati s predlogi zakonov, ki posledično niso prišli do točke vladne obravnave.

Med nekaterimi drugimi sogovorci je to (drugo) obdobje ministrovanja Vaska Simonitija pogosto omenjeno kot faza politične konfrontacije in nezaupanja, z omejenim vključevanjem strokovne javnosti in z velikim odporom s strani medijske skupnosti. Veliko javne pozornosti so bili deležni pritiski na STA, spremembe financiranja in posegi v upravljanje RTV, kadrovski pritiski, spremembe vodstev javnih zavodov ter politično motivirano financiranje v sklopu medijskega razpisa (glejte tudi Splichal, 2020). Večina omenjenega dogajanja je sicer potekala znotraj zakonodajnih okvirov in brez nadaljnjih načrtov po spreminjanju treh krovnih medijskih zakonov.

V kontekstu proceduralnih pristopov k sprejemanju nove zakonodaje velja pozornost nameniti novemu Zakonu o RTV Slovenija, sprejetemu po oblikovanju vlade Roberta Goloba (2022–). Zakon je namreč specifičen po tem, da je nastal znotraj »civilne družbe«, deloma povezane tudi s protestniškim gibanjem, ki se je vzpostavilo v obdobju prejšnje vlade, znotraj njega pa se je oblikovala neformalna strokovna skupina.

Nekateri izmed intervjuvancev so to razumeli kot dober primer vključevanja strokovne javnosti v zakonodajni proces, drugi kot problematično in netransparentno prakso, ki odvzema moč državnim institucijam. Barbara Rajgelj (intervju), ki je bila članica te skupine, npr. poudarja, da je šlo za posebno situacijo, v kateri je bilo treba ravnati hitro in učinkovito, sama (ter Pravna mreža za varstvo demokracije, v kateri je delovala) pa od sodelovanja pri pripravi besedila omenjenega zakona ni imela nobenih koristi. Intervjuvanka svoje sodelovanje sicer utemeljuje predvsem z akutno potrebo po reševanju kritične situacije, ki je takrat vladala na RTV.

Po sprejetju Zakona o RTV Slovenija je bila skoraj vsa pozornost na MK v obdobju ministrice Aste Vrečko (2022–) preusmerjena na novi ZMed, katerega pripravo sta vodila Lenart Kučić, svetovalec MK za medije, in Blaž Mazi, direktor Direktorata za medije na MK. Pri pripravi tega besedila je bila pomembna tudi vloga pravnika Branka Jezovška, ki je na ministrstvu deloval kontinuirano daljši čas in tako v novi predlog ZMed uvedel nekatere rešitve, ki so bile oblikovane že v obdobju prejšnjih poskusov sprememb.

3.3 Vzorci in razlogi za neuspeh na področju spreminjanja medijske zakonodaje

Na podlagi analize, ki smo jo izvedli, smo prepoznali ponavljajoče se vzorce, ki so med pomembnimi razlogi za neuspehe na področju medijske politike in, konkretneje, pri spreminjanju krovnega slovenskega medijskega zakona.

Eden izmed vzorcev je ponavljajoči se vpliv komercialnih in političnih interesov. Omenjeni vpliv je sicer na ravni intervjujev težavno neposredno analizirati zaradi samocenzure in konflikta interesov. Vseeno pa ga je mogoče konstantno prepoznati v posrednih namigih, anekdotah in načinih upovedovanja. Med komercialnimi akterji najpomembnejši tovrstni vpliv vršijo lastniki medijev in njihovi (formalni, pogosteje pa neformalni) lobisti. Njihovo delovanje ni transparentno na način, da bi ga bilo mogoče rekonstruirati na podlagi javno dostopnih dokumentov, vendar je po drugi strani vloga teh akterjev lahko včasih tudi precenjena, saj ostaja prisotna na anekdotični ravni.

Vpliv političnih akterjev se kaže predvsem v radikalnih spremembah in diskontinuitetah, ki se na področju medijske regulacije pojavijo vselej ob spremembi vlade, posebej ko t. i. »levo« vlado zamenja »desna« (ali nasprotno).

Vloga komercialnih in političnih vplivov je strukturna posledica relativne majhnosti Slovenije in prepletenosti med akterji, ki delujejo v

medijih, politiki in medijski regulaciji, o čemer pričajo tudi pogosti prehodi med omenjenimi sferami.

Pogoste menjave ministrov za kulturo in posledično sekretarjev so pomenile, da v poskusih spreminjanja zakonodaje ni bilo kontinuitete, kar lahko izpostavimo kot drugi identificirani vzorec. Pomanjkanje kontinuitete se kaže že v tem, da je med letoma 2000 in 2022 funkcijo ministra oz. ministrice za kulturo zasedalo kar 12 različnih oseb. Rezultat je, da delo na področju medijske politike in zakonodaje, ki je bilo opravljeno v predhodnih mandatih, pogosto ni bilo nadgrajevano. Sogovorci izpostavljajo, da so se poskusi sprememb vsakič vzpostavljali na novo. Najbolj so diskontinuitete opazne iz perspektive strokovnih služb, ki so na ministrstvu delovale daljše časovno obdobje (Jezovšek, intervju). Občutek, da so spremembe nujne, je bil v obdobju izvajanja intervjujev močno prisoten tudi v novinarski skupnosti. Kot izpostavlja Špela Stare (intervju), generalna sekretarka DNS, bi moral biti novi ZMed sprejet kmalu po začetku mandata nove vlade. Nekateri intervjuvanci celo špekulirajo, da je inercija morda v interesu nekaterih vplivnih akterjev v medijski krajini.

Izpostaviti velja še tretji identificirani vzorec, tj. pomanjkanje konsenza glede količine in načina vključevanja (strokovne) javnosti pri oblikovanju medijske zakonodaje. Skozi leta se je obseg vključevanja javnosti močno razlikoval; od poskusov oblikovanja široke dialoške skupine med ministrovanjem Majde Širca (razprave dialoške skupine so bile predhodne pisanju osnutka zakonov, in ne nasprotno) in Julijane Bizjak Mlakar (izvedba javnih razprav po različnih slovenskih regijah z namenom priprave osnutka nacionalne medijske strategije kot podlage bodočih zakonodajnih sprememb), do srednje velike dialoške skupine (v obdobju, ko je bila sekretarka Tanja Kerševan), do skoraj neobstoječe javne razprave v drugem ministrskem mandatu Vaska Simonitija. Vprašanje načina vključevanja akterjev je močno zaznamovalo tudi proces oblikovanja novega ZMed med ministrovanjem Aste Vrečko; v intervjujih smo identificirali predvsem nestrinjanje glede tega, ali bi morali biti nekateri ključni novinarski in medijski akterji vključeni že v prvih idejnih fazah oblikovanja zakonodaje (kar so zagovarjali predvsem pri DNS in Sindikatu novinarjev Slovenije (SNS)) ali pa je ustrezen princip, ki sta ga v intervjujih zagovarjala Lenart Kučić in Blaž Mazi, da besedilo predloga zakona pripravijo na MK ter da se »zunanji« akterji v proces vključijo šele v fazi javne razprave in pozneje v medresorski in parlamentarni obravnavi predloga zakona.

Izpostaviti velja tudi, da je po mnenju nekaterih intervjuvancev ena od kulturnih specifik odnosa civilne družbe, zainteresirane javnosti in

drugih vplivnih skupin do kulturnih politik slovenskega MK izrazita kritičnost, kar lahko včasih deluje tudi destruktivno (kar v intervjujih izpostavljata Tone Peršak in Blaž Mazi).

Politične nestabilnosti na ministrstvu in pogoste menjave so pomembno prispevale k šibki institucionalni podpori medijski regulaciji. Po mnenju sogovorcev je pomembna težava kadrovska podhranjenost Direktorata za medije na MK, posebej v primerjavi z drugimi direktorati na ministrstvu (ki pokrivajo veliko ožja področja) in glede na zahtevnost zakonodaje (ki jo izpostavljamo v tretjem sklopu). O kadrovski podhranjenosti sicer poročajo tudi druge, z medijsko regulacijo povezane institucije, predvsem medijski regulatorji (AKOS, AVK). Nekateri intervjuvanci (Branko Jezovšek, Vojko Stopar, Tanja Kerševan, predstavniki DNS in SNS) kot problem izpostavljajo nejasno razmejitev pristojnosti različnih regulatorjev in neučinkovitost regulacije v praksi.

Rezultat institucionalne podhranjenosti je tudi pomanjkanje sistematičnega spremljanja in analiz stanja na področju medijev. Med izvajanjem raziskave smo sicer identificirali kar nekaj strokovnih dokumentov, ki poizkušajo sistematično prikazati pregled slovenske medijske krajine ali želijo biti podlaga za uvedbo sprememb medijske zakonodaje (glejte tudi Ministrstvo za kulturo RS, Direktorat za medije, 2014; Eror, Križaj in Zobavnik, 2019; Milosavljević in Kerševan Smokvina, 2012; Ribać, 2019; Zeilhofer in Zajc, 2020). Naštete analize sicer zaznamujejo precej raznolike metodologije, prevlada kvalitativnega pristopa in odsotnost sistematičnega ter kontinuiranega empiričnega analiziranja (velikega) podatkovja o medijih. Kot kaže analiza preteklosti, povod za poskuse sprememb zakonodaje po navadi niso sistematične in strokovne analize, temveč predvsem poskusi sledenja dogajanju na področju medijske regulacije na ravni EU.

3.4 Akterji v javni razpravi in njihovi interesi

Oblikovanje medijske politike je, kot smo pokazali, veliko več kot le urejanje administrativnih uredb in sprejemanje birokratskih pravil: je predvsem politično vprašanje glede tega, kdo (in kako) je vključen v procesih priprave medijskih politik, kar je eden ključnih vidikov razširjenega razumevanja medijskega pluralizma. Ta zaobsega tudi vprašanje participacije raznolikih akterjev v procesih, ki pomembno sooblikujejo medijsko krajino. V okviru zakonodajnega procesa je v Sloveniji tovrstna participacija zainteresirani javnosti formalno omogočena v okviru javne razprave ob objavi besedila predloga zakona. V primeru najnovejšega poskusa spreminjanja ZMed je bila ta odprta od decembra 2023 do januarja 2024. V tem poglavju nas zanimajo predvsem raznolike lastnosti akterjev,

ki so sodelovali v omenjenem procesu, in raznolikost argumentov, ki so jih pri tem zagovarjali.

Na podlagi analize odzivov in intervjujev smo identificirali konkretne skupine akterjev ter jih klasificirali glede na njihov institucionalni status in strukturo organizacije (tabela 1).

Tabela 4: Umestitev akterjev v javni razpravi v skupine

mediji	***časopis***		Dnevnik (glavni urednik)
	radio	lokalni radio posebnega pomena	Radio 94
			Radio Krka
			Radio Gorenc, Radio Rogla
			Radio Sora
		regionalni radio posebnega pomena	Radio Murski val
			Radio Kum Trbovlje – Radio Aktual Kum
			Naš čas – Radio Velenje
			Novi tednik in Radio Celje
			Radio Tednik Ptuj
		študentski radijski program posebnega pomena	Zavod Radio Študent (RŠ), Zavod Mariborski radio Študent (MARŠ), Zavod Neodvisni obalni radio (NOR)
		nepridobitni radijski program posebnega pomena	Radio Ognjišče
		radijska mreža posebnega pomena	Primorski val, Radio Cerkno, Radio Kobarid
		komercialni radii	Radio Center
			Rock Radio
			Hiša staromodne glasbe
			Radio Pro 1
	neprofitni spletni medij		Hiša zvezd
			Časoris
			Zavod Oštro
			Pod črto
	združenja medijev		Medijska zbornica Slovenije
			Gospodarsko interesno združenje lokalnih in regionalnih radijskih postaj Slovenije
			Združenje neodvisnih radiev

javne institucije	***agencije (s področja medijske regulacije)***	Agencija za varstvo konkurence (AVK)
		Agencija za komunikacijska omrežja in storitve (AKOS)
		Svet za radiodifuzijo
	javni zavod posebnega pomena	Uprava RTV Slovenija
		Novi mediji ARS (predstavnik)
		Val 202 (predstavnik)
	krajevna skupnost	KS Zlato polje Kranj
	ministrstvi	Ministrstvo za digitalno preobrazbo RS
		Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport RS
	tiskovna agencija	Slovenska tiskovna agencija (STA)
	občine in združenja občin	Mestna občina Ljubljana (MOL)
		Združenje občin Slovenije
		Združenje mestnih občin Slovenije
		Skupnost občin Slovenije
	drugo	Javna agencija RS za zdravila in medicinske pripomočke (JAZMP)
		Informacijski pooblaščenec
		Slovenski filmski center
		Varuh človekovih pravic
gospodarski subjekti	***banke***	Nova Ljubljanska banka (NLB)
	medijski izdajatelji	PRO Plus
		Next Media
		United Media
		RGL – Radio Aktual, Radio Veseljak, Best FM (Media24)
		Infonet Media
		Tsmedia
		PRO TV
		Družina
	operaterji	Telemach
		Telekom Slovenije
	drugo	Holding Slovenske elektrarne
		GEN energija
		GEN-I
		Odvetniška družba Sibinčič Križanec

združenja gospodarskih subjektov	***združenje AV producentov***	Gospodarsko interesno združenje Slovenski neodvisni avdio in video producenti (GIZ SNAVP)
	združenji operaterjev	Združenje slovenskih operaterjev digitalnih televizijskih storitev
		Združenje kabelskih operaterjev Slovenije
	drugo	Slovensko zavarovalno združenje
		Trgovinska zbornica Slovenije
		Gospodarska zbornica Slovenije
civilnodružbene organizacije	***nevladne organizacije***	Zveza potrošnikov Slovenije
		Zveza prijateljev mladine Slovenije
		Zavod PIP
		Ženski lobi Slovenije (in Zagovorniška skupina za pravične evropske volitve za ženske)
		Društvo Asociacija
		ARS Ramovš
	sindikati	Zveza sindikatov vseh glasbenikov Slovenije, Sindikat Glosa, Združenje fonogramske industrije Slovenije, SiPA GIZ, Združenje ZIP, IPF, k. o.
		Sindikat novinarjev Slovenije
	strokovna združenja	Odvetniška zbornica Slovenije
		Slovensko muzikološko društvo
		Združenje novinarjev in publicistov (ZNP)
		Slovensko združenje medijev (SZM) in Slovenska oglaševalska zbornica (SOZ)
		Društvo novinarjev Slovenije
		Akademsko društvo Pravnik
		Društvo slovenskih skladateljev
		Zveza društev slovenskih filmskih ustvarjalcev
	organizacije zastopništva ranljivih skupin	Hiša slovenskega znakovnega jezika
		Zveza društev slepih in slabovidnih Slovenije
		Nacionalni svet invalidskih organizacij Slovenije
		Zveza društev gluhih in naglušnih Slovenije
		Združenje gluhih Slovenije 14 11
	drugo	Državljan D
		Slovenska Karitas
		Zveze organizacij civilne družbe Slovenije

verske skupnosti		Krščanski center Slovenije
		Slovenska škofovska konferenca
		Župnija Trzin
		Binkoštna cerkev in Evangelijska krščanska cerkev
		Župnija Lucija – Portorož
drugo	***politična stranka***	Državljansko gibanje Resni.ca
	drugo	SAZAS
		N1 – Skupina odgovornih urednikov slovenskih medijev
		Iniciativa za svobodo izražanja

Tako število identificiranih skupin kot tudi število posameznih akterjev (96) razkrivata obseg in raznolikost področij, ki jih (poskuša) naslavljati medijska politika. Med akterji najdemo »pričakovane« medijske akterje (to so medijske hiše, izdajatelji medijskih vsebin, strokovne organizacije in sindikati s področja novinarstva, regulatorji medijev) do širše civilne družbe (gre za organizacije, ki zastopajo interese občinstev, strokovna združenja vsebin, ki se pojavljajo v medijih, nevladne organizacije, ki zastopajo manjšine, ipd.). Raznolikost in številčnost nakazujeta pomen in domet medijev za družbo (in v njej).

Nadaljnja analiza je pokazala obstoj različnih oblik povezav med akterji, oblikovanimi na podlagi prizadevanja za uresničitev enakih oz. podobnih interesov. Te povezave je mogoče razdeliti v več medsebojno prekrivajočih se oblik: na formalno povezovanje (značilno za uradna združenja različnih akterjev) in neformalno povezovanje (vzpostavljeno med individualnimi akterji v kontekstu javne razprave), na odkrito povezovanje (poimensko navezovanje med akterji v odzivih) in implicitno povezovanje, o katerem je mogoče sklepati na podlagi vsebinske podobnosti odziva (glejte Buckel in dr., 2017: 21).

Osrednja ugotovitev analize povezav med akterji razkriva dvoje: 1. obstaja težnja po neformalnem povezovanju med akterji z manjšo družbeno močjo, 2. povezovanje med akterji z večjo družbeno močjo je manj prisotno. O razlogih za manj povezovanja in razmeroma manjšo reprezentiranost odzivov komercialnih akterjev je mogoče le špekulirati, predvidevamo pa, da na zakonodajni proces omenjeni akterji vplivajo tudi po drugih poteh in na manj transparentne načine (z lobističnimi stiki, vplivom na politične stranke ali njihove poslance v medresorski in parlamentarni razpravi, vplivom na vladno koalicijo); to nakazuje, da na institut javne razprave bolj stavijo akterji z manj ekonomske moči, katerih interesov tudi ni mogoče zvesti neposredno na njihovo pozicijo

na trgu, pri čemer prevladujejo predvsem različne nevladne organizacije in novinarska združenja. Ti akterji, ki pogosto zagovarjajo radikalnejše posege na medijski trg (glede zaščite manjšin, obveznih vsebin, obveznega zagotavljanja univerzalne dostopnosti), so vzpostavili več medsebojnih povezav tudi z namenom predstavitve »številčnosti« posameznih interesov.

Tematska klasifikacija odzivov akterjev. Tematska heterogenost ZMed se odraža v raznolikosti na ravni akterjev ter v razpršenosti interesnih in tematskih področij, na katerih delujejo akterji. Posledično je treba pri pripravi ZMed upoštevati tudi pogosto prekrivanje z drugimi zakonodajnimi okviri – s področij tržnega prava, javne uprave, dela in avtorskih pravic. Akterji so v svojih odzivih poudarjali tudi številne druge primere prekrivanja – z zakonodajo na področju varovanja manjšin, ranljivih skupin ter regulacijo interneta in telekomunikacij. Posledica izrazite heterogenosti je, da priprava ZMed zahteva poznavanje širšega družbenega ustroja, različnih strokovnih področij in komuniciranje z raznolikimi partikularnimi perspektivami.

V analizi, ki smo jo izvedli, smo prepoznali deset tematskih stičišč, ki so najbolj zaznamovala javno razpravo ob novem predlogu ZMed. V kontekstu vseh naštetih tematskih vozlišč se na specifične načine manifestirata tudi opisano konceptualno nasprotje med protržnim (liberalnim) in širšim razumevanjem medijskega pluralizma ter konflikt interesov med komercialnimi akterji (ki pogosto zagovarjajo medijsko svobodo kot podjetniško svobodo in deregulacijo) ter organizacijami, ki pretežno težijo k strožji regulaciji in striktnejšim državnim posegom v medijsko krajino.

Regulacija medijskega pluralizma. Potek sprejemanja slovenskega ZMed je močno zaznamovalo vprašanje, kateri od nacionalnih medijskih regulatorjev bi lahko opravljal funkcijo nadzora (predvsem v kontekstu koncentracije lastništva). Intervjuvanca iz AVK (Davor Lekić in Nataša Oblak) sta poudarjala, da so pri agenciji usposobljeni zgolj za preučevanje pretiranih koncentracij in monopolov v ekonomskem smislu, zato niso usposobljeni za presojo pluralnosti medijev, saj gre za specifično področje, na katerem je treba upoštevati tudi javni interes. Na drugi strani je bila v primeru prenosa pristojnosti teh aktivnosti na medijsko specifičnega regulatorja (denimo AKOS) v javnosti večkrat izpostavljena problematika pretirane koncentracije regulatorne moči na področju medijev.

Transparentnost medijskega podatkovja. V sklopu sprejemanja ZMed se je večkrat pojavila ideja o potrebi po kvantifikaciji medijske pluralnosti in vzpostavitvi relevantnih podatkovnih zbirk o delovanju medijev, ki bi omogočale analizo stanja slovenske medijske krajine. Ideja

o t. i. medijskem erarju je bila eden od temeljev novega predloga ZMed. Posredno naj bi tovrstna podatkovna transparentnost zagotovila tudi nadzor nad nekaterimi problematični praksami v medijski krajini (Kučić, intervju). Nekateri sogovorci (Špela Stare iz DNS, Alenka Potočnik iz SNS, Valentina Rajaković iz Društva Asociacija in Radia Študent) so v intervjujih sicer pogostokrat opozarjali, da tovrstna transparentnost in preglednost nad dogajanjem v medijih ni dovolj radikalen poseg, ki bi lahko pripeljal do zmanjšanja koncentracije medijskega lastništva in splošnega izboljšanja stanja v medijih. Nekateri akterji (TSmedia, Medijska zbornica) pa so izpostavljali, da predlog ZMed uvaja prevelike administrativne zahteve in da bi morali biti mediji v zasebni lasti (vsaj deloma) oproščeni obveznosti do javne objave tovrstnih podatkov.

Statusna vprašanja in definicije. ZMed v temeljnih začetnih členih definira medije in novinarstvo, kar ključno določa vse obveze, pravice in ugodnosti, ki se v zakonu nanašajo na ti dve kategoriji. V stari različici ZMed so mediji definirani na podlagi svojega nosilca (kot časopisi, radijski in televizijski programi, elektronske publikacije itd.), v novem ZMed pa kot storitve, kakor so določene v Pogodbi o delovanju Evropske unije, namenjene zagotavljanju programskih vsebin, za katere sta značilna periodično izhajanje in uredniški nadzor. Ta definicija naj bi bila v skladu s tehnološkim razvojem (spremembami medijskih nosilcev) in vzpostavlja razlikovanje medijev od drugih dejavnosti razširjanja (neuredniških) vsebin, omogočila pa naj bi tudi regulacijo medijev, ki delujejo na družbenih omrežjih in spletnih platformah. Kritiki v odzivih opozarjajo na »tržno« naravo definicije ter na relativizacijo razlike med tradicionalnimi mediji in digitalnimi platformami, predvsem družbenimi omrežji. V javnosti je bila velike pozornosti deležna tudi domnevno pretirana regulacija spletnih vplivnežev (in vprašanje njihovega enačenja/razlikovanja z novinarji).

Javno financiranje medijev. ZMed ima znatne posledice na financiranje medijev na podlagi javnega razpisa za financiranje medijev na MK. Kritike te oblike financiranja se nanašajo na pristranskost komisij, odvisnost od enoletnih razpisov ter na dejstvo, da je status medija posebnega pomena rezerviran za lokalne radie in televizije, kar izključuje tisk in digitalne medije. DNS in SNS sta predlagala večletno programsko financiranje, več sredstev in poseben sklad za tisk. Oštro in Pod črto sta opozarjala na potrebo po financiranju inovativnih medijskih projektov. Pri Siol.net so zagovarjali pomoč tudi komercialnim medijem (četudi v delni državni lasti), pri United Media pa možnost sodelovanja pri javnih razpisih tudi za medije v tuji lasti. Lokalni mediji (Radio Sora, Primorski val) so izpostavljali pomen podpore lokalnemu novinarstvu in problem

komercialnih mrež med programi posebnega pomena. Društvo Asociacija in Radio Študent sta predlagala vzpostavitev tretjega medijskega sektorja po vzoru evropskih skupnostnih medijev. Komercialni mediji zagovarjajo kvantitativne merljive kriterije (doseg, število zaposlenih), medtem ko manjši, lokalni mediji in NVO-ji zagovarjajo ciljno podporo za specializirane in inovativne medijske projekte.

Oglaševanje. Nekateri komercialni radii in posamezni medijski založniki so kritizirali pretirano poseganje v radijsko oglaševanje ter nasprotovali podatkovni transparentnosti o oglaševanju v medijih, pri čemer so se sklicevali na potencialni negativni vpliv na poslovanje. Podjetja v (delni) državni lasti in organizacije, ki jih (med drugim) zastopajo (glejte npr. odzive – Telekom Slovenija, Holding Slovenske elektrarne, GEN energija), so se medtem dotaknila predlaganih omejitev državnega oglaševanja (vključno s pridobitvijo soglasja za izvedbo kampanj nad določeno vrednostjo) – temu so nasprotovali z vidika omejevanja konkurenčnosti državnih podjetij nasproti drugim na trgu in z vidika varovanja pravic drugih delničarjev. Ta tematika je pritegnila tudi pozornost občinskih organizacij in verskih skupnosti. Prve so se dotaknile opredeljene prepovedi političnega oglaševanja in prevpraševale, kaj definicija zaobjema na lokalni ravni oz. na ravni poročanja o aktivnostih občine. Organizacije blizu Katoliški cerkvi (Slovenska škofovska skupnost, Karitas itd.) pa so kritizirale določbe o t. i. verskem oglaševanju, ki naj bi onemogočalo poročanje o verskih obredih in delovanju cerkve.

Politično izpostavljene tematike. Tematiki uravnoteženega poročanja in sovražnega govora sta v Sloveniji močno politično polarizirani. Poskusi sprememb ZMed v obdobju t. i. levosredinskih vlad so bili v širši javnosti pogosto razumljeni kot politični nadzor nad t. i. desnimi mnenji. V javni razpravi v sklopu zakonodajnega postopka sta bili tematiki deležni manj pozornosti kot v splošni javnosti. Ideal uravnoteženosti v svojih odzivih poudarjajo predvsem pri Svetu za radiodifuzijo in Radiu Ognjišče ter svarijo pred delitvami »naši – vaši«. Pri sovražnem govoru so nekateri kritični do novih pristojnosti Inšpektorata za medije (DNS, Ženja Leiler). Analiza razkriva nasprotje interesov med svobodo govora (t. i. desni akterji) in intervencionizmom/strožjo regulacijo svobode govora (t. i. levi akterji). Pri uravnoteženosti pa velja nasprotno: strožjo intervencijo na način »uravnoteževalne« regulacije pogosteje zagovarjajo desni akterji.

Kvote in obvezne vsebine. Določitev deleža obveznih vsebin (slovenske skladbe na radiu, evropska produkcija na TV, lokalne vsebine ipd.) razkriva širši problem regulacije medijev kot gospodarskih družb. Obvezne vsebine so namreč v konceptualnem nasprotju s principoma

medijske in gospodarske svobode ter tudi s principom uredniške avtonomije. Obvezne vsebine pogosto zagovarjajo medijem zunanji akterji, ki poudarjajo zaščito avtorskih pravic in podporo lokalnim ustvarjalcem. V kontekstu glasbenih kvot je problem tudi definicija »slovenske glasbe«, ki – če bi izhajala iz besedila skladbe – ne bi zajemala instrumentalne glasbe ali tujejezičnih del slovenskih avtorjev (na kar opozarjajo v odzivih pri Slovenskem muzikološkem društvu, Društvu slovenskih skladateljev in Društvu Asociacija).

(Nove) tehnologije in globalni digitalni akterji. Teme, ki se navezujejo na tehnološka vprašanja, so najpogosteje naslovljene v razmerju do izvajanja radijske in televizijske dejavnosti in prenosa programov. V duhu časa je bil poudarek tudi na členih, ki uvajajo omejitve in pravila uporabe umetne inteligence v medijih in novinarstvu. Kar določeni akterji v zakonodaji pogrešajo, pa je na drugi strani učinkovito obravnavanje vpliva in sprememb, ki jih povzročajo globalne platforme tako na delovanje medijev kot na širjenje njihovih vsebin. Nekateri izpostavljajo tudi pomanjkanje proaktivnosti države pri spodbujanju obdavčitve digitalnih platform.

Enakost dostopa do (reprezentacije v) medijskih vsebin(ah). V preambuli (prvega) predloga besedila novega ZMed je zagotovljena pravica do celovite obveščenosti, ki se nanaša predvsem na pripadnike manjšin, osebe z različnimi oblikami invalidnosti in druge ranljive skupine. Opredeljena je kot del »javnega interesa« in s tem tudi kot utemeljen razlog, ki državi dovoljuje, da na različne načine poseže na medijski trg in poskrbi za zagotavljanje omenjene pravice (Ministrstvo za kulturo RS, 2023). Toda, kot je razvidno iz intervjujev s predstavniki organizacij, ki zastopajo interese oseb z invalidnostmi (glejte intervjuje s predstavniki akterjev NSIOS, Zveze društev slepih in slabovidnih Slovenije, Zveze društev gluhih in naglušnih, Združenja gluhih Slovenije 14 11, Hiše slovenskega znakovnega jezika), so ta – četudi dobronamerna – prizadevanja povečini zamejena na deklarativno in normativno raven, kar pomeni, da dejanski ukrepi v praksi (že v členih in nadalje pri regulaciji) pogosto umanjkajo. K univerzalnosti dostopnosti so zavezani predvsem javni mediji. Ob tem se ponovno razkrivata značilni vzorec strukturnega trenja in vprašanje stopnje državnega posega na medijski trg. Podobna razlika pri uveljavljanju skrbi se med RTV Slovenija in komercialnimi mediji pojavlja tudi na področju zagotavljanja enakosti in reprezentacije spolov (glejte odziv in intervju s Sonjo Lokar (Ženski lobi Slovenije)).

Pomoč novinarstvu in novinarjem. Nekateri akterji zagovarjajo bolj usmerjeno pomoč novinarstvu (in ne medijem na splošno) ter večjo aktivnost države pri ukrepanju za zagotavljanje pogojev kakovostnega

novinarstva. Izmed akterjev sta na tem področju tudi med odzivi najaktivnejša Društvo novinarjev Slovenije in Sindikat novinarjev Slovenije, pri čemer sploh slednji zelo poudarja zagotavljanje primernih pogojev za delo v medijih. Učinkovitejših (tudi finančnih) ukrepov za spodbujanje nišnih oblik novinarstva s strani države si želijo akterji s področja raziskovalnega novinarstva in novinarstva, namenjenega mlajši populaciji (glejte npr. intervjuje s predstavnicami in odzive Zavoda Oštro, Pod črto, Časorisa). V nasprotju s poudarkom na bolj ciljni podpori novinarstvu nekateri akterji poudarjajo pomen pomoči medijem kot gospodarskim družbam.

4 RAZPRAVA

Opravljena analiza kaže, da se normativni ideali medijskega pluralizma v konkretnih empiričnih okoliščinah odražajo predvsem kot mnoštvo političnih in ekonomskih interesov posameznih akterjev. Ti se v iskanju legitimnosti za svoja stališča pogosto opirajo na normativne ideale medijskega pluralizma, vendar to počnejo s specifičnim razumevanjem teh idealov.

Kot smo nakazali, je to mogoče tudi zato, ker je pluralizem ideološko prilagodljiv pojem, ki lahko vodi celo v politično nasprotujoče si usmeritve. Toda ta raznolikost ne vodi v arbitrarnost pojma. Analiza, ki smo jo izvedli, nakazuje, da je normativni ideal medijskega pluralizma, ki ne bo odražal zgolj interesa najmočnejših ekonomskih in političnih akterjev, povezan z zagotavljanjem pogojev karseda pluralnega (so)oblikovanja medijske politike in odpravljanja strukturnih neenakosti v tem kontekstu.

V analizi preteklih poskusov sprememb ZMed je bilo na podlagi diahrone perspektive in polstrukturiranih intervjujev prepoznanih pet problematičnih ponavljajočih se vzorcev: (1) znaten, pogosto prikrit in premalo transparenten vpliv komercialnih in političnih interesov pri pripravi zakonodaje, (2) diskontinuiteta pri vpeljevanju zakonodajnih sprememb zaradi pogostih menjav ministrov za kulturo in sekretarjev, (3) nestrinjanje glede obsega in načina vključevanja (strokovne) javnosti v oblikovanje medijske zakonodaje, (4) šibka institucionalna podpora medijski regulaciji in (5) pomanjkanje sistematičnega spremljanja stanja na področju medijev.

V analizi smo spremljali javno razpravo v sklopu sprejemanja novega ZMed, ki je začel veljati tik pred oddajo rokopisa, v septembru 2025, zato nam ni uspelo sistematično analizirati razlogov, ki so tokrat – v primerjavi s preteklimi izkušnjami – dejansko pripeljali do sprejetja novega zakona. Analiza, ki se osredinja na analizo stališč akterjev v specifičnem trenutku,

bo tako lahko zgodovinski dokument, ki analizira zakonodajni postopek kot politični proces in kot igro moči različnih akterjev. Na podlagi te analize bo mogoče v prihodnosti preveriti, kateri interesi in čigava mnenja iz javne razprave so bili dejansko uslišani v poznejših fazah zakonodajnega postopka in sprejeti v končnem besedilu zakona. Mnoga od izraženih stališč pa izražajo tudi širše potrebe in stališča akterjev, ki so ostali tudi v novem zakonu prezrti in bi jih bilo smiselno razreševati na drugih ravneh: v okviru samoregulacije in na ravni posameznih medijskih organizacij. V tem kontekstu analiza, ki smo jo izvedli, ostaja aktualna tudi po sprejemu zakona.

Analiza akterjev na področju medijske zakonodaje s sinhrono perspektivo na podlagi odzivov v javni razpravi in strukturiranih intervjujev kaže, kako se različno razumevanje medijskega pluralizma odraža v kompleksnih nasprotjih konkretnih interesov med komercialnimi in nekomercialnimi akterji, saj ti izhajajo iz bistveno različnih predstav o tem, kaj medijski pluralizem in pluralnost pomenita in komu naj koristita. Medtem ko komercialni akterji pluralnost pogosto reducirajo na svobodno konkurenco na medijskem trgu in poudarjajo potrebo po čim manjši regulaciji v imenu tržne učinkovitosti, nekomercialni akterji pluralizem pogosteje razumejo predvsem kot normativno zavezanost vsebinski raznolikosti, enakemu dostopu do javne sfere in aktivnemu vključevanju marginaliziranih skupin. To kaže, da medijski pluralizem ni nevtralen (tehnični) ideal, temveč prostor političnega boja za pomen in razmerja moči v medijskem okolju. Odločitve za upoštevanje naštetih dejavnikov pa so *politične*, kar velja tudi v primerih, ko so te le implicitne in nenamerne. Kljub odsotnosti univerzalno sprejete definicije pluralizma regulator tako z njenim obsegom, dimenzijami in s celovitostjo sporoča, kako si predstavlja družbo ter kdo oziroma katere skupine naj imajo v njej zagotovljene komunikacijske pravice.

Z namenom preseganja omenjenega protislovja (tržno – normativno razumevanje pluralnosti) bi morali odločevalci po našem mnenju v prihodnje sprejeti dejstvo, da je generična podoba uspešnega komercialnega medijskega podjetja (zaradi globokih sprememb družbenega komuniciranja) vse bolj neustrezna osnova za oblikovanje medijskih politik. Javno financiranje medijev je osnovni predpogoj vzdržne kulturne politike, ki mora podpirati tudi (in predvsem) vsebine, ki na trgu ne morejo preživeti. Kot izpostavlja Pickard (2020: 119, 120), ustvarjanje primernih medijskih vsebin komercialno pogosto ni izvedljivo, obenem pa so tudi na tržnih spodbudah utemeljeni zakonodajni okviri omejeni. Tudi nekateri najpomembnejši novinarski akterji, kot sta DNS in SNS, izpostavljajo, da bi morala biti ključna posledica novega ZMed takojšnje

znatno državno povečanje pomoči medijem in novinarstvu. Novi ZMed tovrstno povečanje pomoči za zdaj obeta, vendar pa so podrobnosti glede javnega financiranja (predvsem višina sredstev) v veliki meri prepuščene podzakonskim aktom.

Hkrati je treba opozoriti tudi na ključno razliko med financiranjem medijev in financiranjem drugih področij kulture: medijski sektor je posebej ranljiv za politične in ekonomske interese, saj so mediji prizorišče družbenega komuniciranja in javnih razprav, s čimer lahko pomembno vplivajo na politično komuniciranje, interpretacijo pomembnih družbenih procesov in dogodkov ter oblikovanje javnega mnenja. Nobeno drugo področje kulturne politike nima tovrstnega povratnega vpliva na državo, politiko in javno mnenje.

V tem smislu je – poleg zagotavljanja avtonomije in neodvisnosti – ključno, da se na medijskem področju vzpostavijo strukturirane in javno dostopne podatkovne zbirke o delovanju medijev. Te bi morale zajemati raznovrstne podatke, kot so doseg medijev, oglaševanje, prihodki medijev in lastniška struktura. Tudi javno razpravo, ki smo jo spremljali, bi bilo treba narediti bolj javno in transparentno, kar bi potencialno lahko zmanjšalo neformalne vplive komercialnih in političnih akterjev na oblikovanje medijske zakonodaje.

Rezultati analize, ki smo jo izvedli, kažejo potrebo po močni, enotni in intervencionistični regulaciji, kar pa zahteva uvedbo jasnih in učinkovitejših varovalnih sistemov pred političnimi (strankarskimi) in ekonomskimi vplivi. Z namenom vzpostavitve jasne ločnice med stroko in strankarsko politiko je treba na medijskem področju še izraziteje in konsistentneje skrbeti za vzpostavljanje avtonomije in neodvisnosti. Vsaka oblika strožjega institucionalnega razločevanja med stroko in politiko pa mora biti strukturno utemeljena na jasni in bolj enoznačni opredelitvi ter operacionalizaciji normativnih konceptov, predvsem koncepta medijskega pluralizma. Tovrstna enoznačna konceptualizacija bi lahko bila odpornejša proti različnim interpretacijam (in različnim političnim apropriacijam) ter bi lahko funkcionirala tudi kot selekcijski princip pri javnem financiranju in drugih oblikah državne pomoči medijem. Raziskava, ki smo jo izvedli, je pokazala, da tovrstna operacionalizacija trenutno umanjka.

5 OMEJITVE RAZISKAVE

Pri interpretaciji ugotovitev o pluralizmu in homogenizaciji v slovenskem medijskem prostoru je treba upoštevati tudi metodološke omejitve raziskave. Prva omejitev se nanaša na kontekstualno časovno umeščenost. Intervjuji z deležniki (n = 18 in n = 37) ter analiza zakonodajnih

dokumentov so bili izvedeni v specifičnem obdobju, ki ga je zaznamovala razprava o predlogih sprememb ZMed, kar je vplivalo na percepcije sogovorcev, ki so v izjavah pogosto izražali kratkoročne skrbi in se nanašali na specifično različico besedila zakona (po kateri je bilo objavljenih še več drugih). Zato rezultati odražajo predvsem razpoloženje in stališča v določenem trenutku, ki se lahko s časom spremenijo.

Druga omejitev je povezana z obsegom in s sestavo vzorca. Čeprav so bili v raziskavo vključeni različni akterji – od novinarjev in urednikov do regulatorjev in civilnodružbenih organizacij –, je število intervjuvancev razmeroma majhno. Zato ugotovitve niso namenjene posploševanju na celotno populacijo deležnikov. Kljub temu pa intervjuji omogočajo dragocen vpogled v dinamiko interesov in razumevanja pluralizma, ki ga kvantitativne analize ne morejo zajeti.

Tretja omejitev je povezana z merjenjem pluralnosti na podlagi kvalitativnih podatkov. Čeprav intervjuji razkrivajo bogato sliko o interesih in percepcijah, ne omogočajo natančne kvantifikacije razmerij moči. Zato bi bilo prihodnje raziskave smiselno dopolniti s sistematičnimi kvantitativnimi analizami, kot so ankete med akterji in analize omrežja, ki bi omogočale preučevanje povezav in razmerij moči med različnimi akterji v procesih spreminjanja medijske zakonodaje.

Četrta omejitev se nanaša na primerljivost s praksami v drugih evropskih državah. Čeprav smo v razpravo vključili analizo medijske regulacije na evropski ravni (EMFA), bi lahko dodaten vpogled pridobili z analizo primerljivih procesov zakonodajnega prilagajanja EMFA v različnih evropskih državah, predvsem tistih, ki jih tako kot Slovenijo zaznamujeta majhnost trga in semiperiferna pozicija.

6 VIRI IN LITERATURA

Bašić Hrvatin, Sandra in Brankica Petković (2007): In temu pravite medijski trg? Vloga države v medijskem sektorju v Sloveniji. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Bašić Hrvatin, Sandra in Lenart J. Kučić (2004): Slovenija. V Brankica Petković (ur.), Medijsko lastništvo: Vpliv lastništva na neodvisnost in pluralizem medijev v Sloveniji in drugih post-socialističnih državah, 49–90. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Bašić Hrvatin, Sandra in Lenart J. Kučić (2005): Monopoli. Družabna igra trgovanja z mediji. Ljubljana: Maska.

Bašić Hrvatin, Sandra in Marko Milosavljević (2001): Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih: Regulacija, privatizacija, koncentracija in komercializacija medijev. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Bašić Hrvatin, Sandra in Marko Milosavljević (2010): Slovenskih medijskih 20 let: quid pro quo. Medijska preža 37: 4–7.

Braman, Sandra (2004): Where Has Media Policy Gone? Defining the Field in the Twenty-First Century. Communication Law and Policy 9 (2): 153–182.

Brogi, Elda in Pier Luigi Parcu (2014): Evolving Regulation for Media Freedom and Pluralism in the European Union. Utilities Policy 31: 256–265.

Buckel, Sonja, Fabian Georgi, John Kannankulam in Jens Wissel (2017): The European Border Regime in Crisis: Theory, Methods and Analyses in Critical European Studies. Berlin: Rosa-Luxemburg-Stiftung.

Cole, Mark D. in Christina Etteldorf (2023): Research for CULT Committee – European Media Freedom Act – Background Analysis. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.

Curran, James (2002): Media and Power. London: Routledge.

Eror, Andrej, Marjana Križaj in Igor Zobavnik (2019): Ureditev medijev: Primerjalni pregled. Državni zbor: Raziskovalno-dokumentacijski sektor.

EUR-Lex (2007): Direktiva 2007/65/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. decembra 2007 o spremembi Direktive Sveta 89/552/EGS o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju dejavnosti razširjanja televizijskih programov. Dostopno prek https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/?uri=CELEX:32007L0065 (1. 2. 2026).

Freedman, Des (2008): The Politics of Media Policy. Cambridge, Malden: Polity.

FUDŠ (n.d.): Medijska pismenost. Dostopno prek https://pismenost.si/ (1. 2. 2026).

Hočevar, Marko (2020): Kapitalistična država in kriza liberalne demokracije. Doktorska disertacija, Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani. Dostopno prek https://repozitorij.uni-lj.si/Dokument.php?id=135333&lang=slv (1. 2. 2026).

Kaluža, Jernej in Sašo Slaček Brlek (ur.) (2020): V senci digitalnih velikanov: sodobni trendi v slovenskem digitalnem novinarstvu. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.

Kaluža, Jernej in Sašo Slaček Brlek (2021): Zapleteno je: protipolno razmerje med globalnimi digitalnimi platformami in slovenskimi mediji. Javnost – The Public 28 (S1): S23–S42.

Karppinen, Kari (2013): Rethinking Media Pluralism. New York: Fordham University Press.

Karppinen, Kari (2018): Journalism, Pluralism, and Diversity. V Tim P. Vos (ur.), Journalism, 493–510. Berlin: De Gruyter Mouton.

Kerševan, Tanja (2024): From Rhetoric to Regulation: EMFA and Media Concentration in the Digital Age. Rivista italiana di informatica e diritto 6 (2): 173–186.

Klimkiewicz, Beata (2010): Harmonizing European Media Policy: Supranational Regulatory Trends and National Responses. V Beata Klimkiewicz (ur.), Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe, xi–xxvi. Budimpešta: CEU Press.

Milosavljević, Marko in Igor Vobič (2019): Human Still in the Loop: Editors Reconsider the Ideals of Professional Journalism Through Automation. Digital Journalism 7 (8): 1098–1116.

Milosavljević, Marko in Tanja Kerševan Smokvina (2012): *Mapping Digital Media: Slovenia*. Open Society Foundation. Dostopno prek https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/18f8a811-6061-41ed-97cd-53a80abdda3e/mapping-digital-media-slovenia-20130605.pdf (1. 2. 2026).

Ministrstvo za kulturo RS, Direktorat za medije (2014): Pregled medijske krajine v Sloveniji. Ministrstvo za kulturo RS. Dostopno prek http://mk.arhiv-spletisc.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/raziskave-analize/mediji/2014/medijska_krajina_v_sloveniji_16042014.pdf (1. 2. 2026).

Ministrstvo za kulturo (12. 12. 2023): Besedilo Predloga zakona o medijih za javno obravnavo. Dostopno prek: https://e-uprava.gov.si/.download/edemokracija/datotekaVsebina/648830?disposition=inline&lang=si (1. 2. 2026).

Müller, Jan-Werner (2021): Democracy Rules. Penguin Books.

Nieminen, Hannu (2010): Towards Democratic Regulation of European Media and Communication. V Beata Klimkiewicz (ur.), Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe, 3–27. Budimpešta: CEU Press.

Pajnik, Mojca in Marko Ribać (2021): Medijski populizem in afektivno novinarstvo: časopisni komentar o ‚begunski krizi'. Javnost – The Public 28 (S1): S103–S121.

Petković, Brankica (2016): Historični pregled medijske politike v Sloveniji z gledišča spola: poročilo v okviru temeljnega projekta Spolna diferenciacija v medijski industriji. Mirovni Inštitut. Dostopno prek https://www.mirovni-institut.si/wp-content/uploads/2016/03/Pregled-25-let-medijske-politike-z-gledisca-spola.pdf (1. 2. 2026).

Petković, Brankica in Sandra Bašić Hrvatin (2019): Izgubljeni emancipatorni potencial medijske politike. V Mojca Pajnik in Breda Luthar (ur.), Mediji in spol: strukture in prakse neenakosti, 171–195. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani.

Petre, Caitlin (2021): All the News That's Fit to Click: How Metrics Are Transforming the Work of Journalists. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Pickard, Victor (2020): Democracy Without Journalism? Confronting the Misinformation Society. New York: Oxford University Press.

Pires, Armando J. Garcia (2017): Media Pluralism and Competition. European Journal of Law and Economics 43 (2): 255–283.

Reese, Stephen D. (2021): The Crisis of the Institutional Press. Cambridge: Polity.

Ribać, Marko (2019): Review of Slovenian Media System. The Peace Institute. Dostopno prek https://www.mirovni-institut.si/wp-content/uploads/2019/01/Review-of-Slovenian-media-system.pdf (1. 2. 2026).

Splichal, Slavko (ur.) (2020): Premisleki o prihodnosti javnih medijev. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.

Štetka, Václav in Sabina Mihelj (2024): The Illiberal Public Sphere: Media in Polarized Societies. Cham: Palgrave Macmillan.

Vobič, Igor (2023): Slovenia: A Paternal-Commercial Media Environment amid the Digital Transformation of Social Communication. V Bogusława Dobek-Ostrowska in Jelena Kleut (ur.), Media Systems in Balkan Countries: Context and Dynamics of Changes, 149–166. Berlin, Bern, Bruselj: Peter Lang.Zakon o Radioteleviziji Slovenija, ZRTVS-1 (2005): Uradni list RS, št. 96/05, 109/05 – ZDavP-1B, 105/06 – odl. US, 26/09 – ZIPRS0809-B, 9/14 in 163/22. Dostopno prek https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO4461 (1. 2. 2026).

Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o medijih (Zmed-A) (2006): Uradni list RS, št. 60/06. Dostopno prek https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO4285 (1. 2. 2026).

Zeilhofer, Nina, in Benjamin Zajc (2020): Mediji v Sloveniji – tržni deleži in lastništvo. Državni zbor: Raziskovalno-dokumentacijski sektor.

ZMed. 2001. Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA, 90/10 – odl. US, 87/11 – ZAvMS, 47/12, 47/15 – ZZSDT, 22/16, 39/16, 45/19 – odl. US, 67/19 – odl. US in 82/21. Dostopno prek: https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO1608 (1. 2. 2026).

ZAKLJUČNI PREMISLEKI IN PRIPOROČILA

KAKO IZSTOPITI IZ ZAČARANEGA KROGA? PRIPOROČILA ZA MEDIJSKO PLURALNOST, PISMENOST IN REGULACIJO

Igor Vobič, Sašo Slaček Brlek, Jernej Kaluža, Boris Mance, Slavko Splichal

V monografiji pluralnosti in pismenosti ne proučujemo kot ločeni ali samoumevni lastnosti medijskega okolja, temveč kot vzajemno pogojeni infrastrukturi demokratičnega komuniciranja. Prva se nanaša na strukturno raznolikost virov, lastništev in vsebin v medijski krajini, druga pa na kognitivno in družbeno zmožnost državljanov, da to raznolikost prepoznajo, razumejo in kritično uporabljajo. Empirične analize, predstavljene v prejšnjih poglavjih, potrjujejo ključno tezo monografije: ko eden od teh dveh stebrov oslabi, se poruši ravnotežje celotnega sistema delujoče javnosti.

V tem zaključnem poglavju monografije analiziramo medsebojno razmerje med strukturo medijskega sistema, subjektivnimi zmožnostmi državljanov in regulativnim okvirom. Pluralnost obravnavamo kot strukturni pogoj demokratične javnosti, pismenost kot subjektivni pogoj njenega delovanja, regulacijo pa kot institucionalni mehanizem, ki bi moral delovati kot varovalo pred erozijo obeh. Na tej podlagi oblikujemo priporočila za odločevalce, ki izhajajo iz potrebe po usklajeni izgradnji dvojne infrastrukture demokratične javnosti v Sloveniji. Brez nje bo medijsko okolje v Sloveniji še naprej ujeto v začarani krog homogenizacije novic, nekritične uporabe medijev in informacij na medmrežju ter neučinkovitosti regulacije, ki postopoma spodkopava demokratično razpravo, krepi asimetrije moči in povečuje tveganje za politično in komercialno instrumentalizacijo državljanov.

1 VZAJEMNO RAZMERJE MED STRUKTURO, SUBJEKTOM IN REGULACIJO

1.1 Pluralnost kot strukturni pogoj: navidezna raznolikost, realna homogenizacija

Pluralnost, ki je v nekritičnem raziskovanju dolgo veljala za spontano posledico tekmovanja na medijskem trgu, se je v analizi novic izkazala za

krhko dobrino, ki je obstoj velikega števila konkurenčnih medijev in platform ne zagotavlja sam po sebi. Empirična analiza je potrdila, da procesi dolge dvojne revolucije, s katero se paternalistično-komercialni značaj medijske krajine preobraža z digitalizacijo in s platformizacijo medijev in komuniciranja, dejansko krepijo homogenizacijo novic. To ugotovitev potrjujejo trije empirični sloji.

Institucionalna centralizacija virov. Analiza je pokazala, da približno četrtina vseh novičarskih prispevkov v spletnih medijih izhaja iz enega vira, STA. Približno 13,3 odstotka spletnih prispevkov ima STA navedeno kot avtorja, dodatnih 12,4 odstotka pa je ponovno objavljenih brez eksplicitne atribucije avtorstva, kar razkriva izrazit pragmatizem v medijski produkciji novic. STA deluje kot strukturno jedro podobnosti ne glede na lastništvo medijev, saj se nanjo zanašajo tudi desno politično usmerjeni mediji, med katerimi so tudi nekateri, ki so odkrito strankarsko povezani. Taka institucionalna centralizacija informacijskih virov medijev po eni strani pomeni reproduciranje vsebin, ki so nastale na podlagi visokih profesionalnih standardov, po drugi pa zmanjšuje raznolikost novic kot temelja javne razprave.

Homogenizacijske skupine. Analiza omrežij, ki prikazuje, kateri mediji se pri poročanju med seboj najbolj prekrivajo, potrjuje, da homogenizacijo novic krepijo trije ključni dejavniki: medijsko lastništvo, regionalna bližina in ideološka usmerjenost. To potrjuje teoretično tezo, da procesi koncentracije lastništva lahko vodijo v »ekscesno podobnost«, pri čemer različni viri reproducirajo enake agende in s tem slabijo raznolikost. V analizi so se jasno izrisale lastniško povezane skupine, kot so omrežja okoli Media24, kjer so vsebine homogenizirane med radijskimi postajami, dnevniki in spletnimi portali. Toda lastniške povezave v primeru Media24 ne vodijo v enovito homogenizacijo, temveč v proces segmentacije, v katerem se oblikujejo ločena vozlišča z visoko notranjo podobnostjo, kar različno vpliva na raznolikost novic znotraj posameznih delov medijske krajine. Vzorci homogenizacije se pojavljajo tudi pri medijih, ki so povezani s Pro Plus, in pri radijskih mrežah. Regionalna bližina se kaže v homogenih skupinah koroško-savinjskih, štajersko-pomurskih in posavskih portalov, medtem ko je ideološka usmeritev najmočnejša pri desno politično usmerjeni medijih in portalih, ki so vsebinsko izrazito homogeni.

Asimetrija moči v virih. Analiza citiranih virov v novicah je pokazala, da se normativni ideal pluralnosti, ki naj bi zagotavljal dostop za vse družbene glasove, ne uresničuje. Politični akterji in javna uprava skupaj predstavljajo več kot tretjino vseh citiranih virov (37,5 %), medtem ko so glasovi civilne družbe, strokovnjakov in državljanov sistemsko manj

zastopani (skupaj le 17-odstotno). Ta asimetrija potrjuje potrebo po kritičnem pristopu, ki pluralnost razume kot odraz in posledico materialnih razmerij moči. Mediji namesto tega delujejo predvsem kot kanal za utrjevanje že vzpostavljene hierarhije v družbenih odnosih. Izjema so tiskani mediji in javna RTV Slovenija, ki dosega najvišje vrednosti raznolikosti, kar dokazuje, da regulacija in visoki profesionalni standardi delujejo kot nujen korektiv tržni logiki in z njo povezani homogenizaciji.

1.2 Pismenost kot subjektivni pogoj: šibka kritičnost, močna potrditvena pristranskost

Analiza medijske in podatkovne pismenosti je ugotovitve o strukturni homogenizaciji dopolnila z vpogledom v način delovanja državljanov v tem okolju. Rezultati kažejo, da pismenost kot subjektivni pogoj delovanja javnosti ne dosega polnega potenciala. Čeprav so posamezniki vešči brskanja po spletu, to še ne pomeni, da so sposobni kritične refleksije ali razlikovanja med verodostojnimi in manipulativnimi viri.

Paradoks dezinformacij. Ugotovitve so pokazale, da nobena od izmerjenih dimenzij medijske pismenosti statistično značilno ne vpliva na zmožnost prepoznavanja dezinformacij. Daleč najpomembnejši dejavnik je skladnost vsebine z že oblikovanimi stališči posameznika, kar pojasni več kot 30 odstotkov variabilnosti pri verjetju v dezinformacije. To nakazuje, da je medijska pismenost sama po sebi nezadostna za razlikovanje neverodostojnih od verodostojnih informacij, saj se predhodno prepričanje in kognitivna pristranskost izkažeta za močnejša od kritičnega mišljenja. Zato se morajo politike za boj proti dezinformacijam osredinjati ne le na veščine, temveč tudi na družbenopolitični kontekst širjenja dezinformacij.

Kritičnost, ki vodi v cinizem. Kvalitativne ugotovitve na podlagi fokusnih skupin razkrivajo, da splošno nezaupanje v medije ne vodi nujno v aktivno preverjanje verodostojnosti, temveč se pogosto manifestira v obliki cinizma in družbene resignacije, zlasti pri posameznikih z nižjo medijsko pismenostjo. Vsi subjekti, vključeni v raziskavo, so se zavedali, da morajo preverjati verodostojnost informacij, a jih velika večina za to ne uporablja specializiranih orodij. To pomeni, da vsesplošni skepticizem pogosto ne vodi k demokratični participaciji, ampak zgolj v splošni cinizem in resignacijo.

Prazna pismenost. Analiza je pokazala, da dimenzija funkcionalnega ustvarjanja vsebin, torej zgolj sposobnost tehnične uporabe orodij, celo negativno vpliva na politično participacijo. To dognanje prinaša pomemben vpogled v proces družbenega komuniciranja: tehnična pismenost, ločena od kritične refleksije, ne prispeva k aktivnemu državljanstvu, saj

uporabniki obvladajo zgolj orodja za deljenje in ustvarjanje informacij, ne razumejo pa širšega družbenega konteksta. Zato visoka raven pismenosti v medijski krajini, ki ni pluralna in raznolika, lahko vodi v prazno pismenost ali apatijo.

1.3 Regulacija kot institucionalni okvir: doseg normativnih idealov na papirju

Analiza regulativnega okvira kaže, da je medijski pluralizem osrednji koncept evropske in slovenske medijske zakonodaje, ki pa je v praksi razumljen na zelo raznolike – pogosto tudi izključujoče – načine. Posebej izstopa razkorak med tržnim razumevanjem medijskega pluralizma kot podjetniške svobode in tistim, ki poudarja vlogo regulatornih intervencij z namenom zaščite javnega interesa. Analiza tudi prikazuje, zakaj je kljub številnim poskusom prenove ZMed dolgo ostal nespremenjen, ter izpostavi proces javne razprave v sklopu zakonodajnega postopka, ki je leta 2025 končno rezultiral v sprejemu novega ZMed.

Razlogi za neuspešne reforme. Analiza intervjujev z akterji, vključenimi v pretekle zakonodajne procese, je identificirala več ponavljajočih se vzorcev, ki so botrovali neuspehom. Prvi je prepletenost komercialnih in političnih interesov ter lobističnih pritiskov, ki so pogosto ovirali sprejemanje proaktivnejše regulacije. Drugi vzorec je pomanjkanje institucionalne kontinuitete zaradi pogostih menjav na Ministrstvu za kulturo RS (MK). Te diskontinuitete so preprečile nadgradnjo že opravljenega dela in povzročale, da so se poskusi reform vsakič začeli znova. Tretji razlog se nanaša na nestrinjanje glede načina vključevanja strokovne javnosti v oblikovanje medijske zakonodaje: nekateri trdijo, da je priprava zakonodaje od prvih korakov naprej dialoški proces, v katerega je treba vključiti tudi civilno družbo in strokovno ter splošno javnost, drugi vlogo tovrstnega dialoga razumejo predvsem kot odziv na že pripravljeno besedilo zakona v sklopu zakonodajnega postopka. Četrti razlog je šibka institucionalna podpora medijski regulaciji, konkretno Direktoratu za medije na MK ter medijskim regulatorjem (Agenciji za komunikacijska omrežja in storitve in Inšpektoratu za medije, ki se jima zdaj pridružuje še za presojanje učinkov medijskih koncentracij na medijski pluralizem še ne povsem usposobljena Agencija za varstvo konkurence). Šibka podpora se odraža tudi v zadnjem, bolj specifičnem razlogu – pomanjkanju kontinuiranih empiričnih raziskav medijske krajine.

Heterogenost akterjev na področju medijske zakonodaje in nasprotja med njihovimi interesi. Analiza izpostavi izjemno raznoliko razumevanje medijskega pluralizma med različnimi akterji na področju medijske zakonodaje: nekateri pluralizem razumejo kot zagotavljanje

dostopa za vse družbene glasove in vsebinsko raznolikost, medtem ko ga drugi – predvsem gospodarski akterji – pogosto zreducirajo na pluralnost ponudnikov na trgu in deregulacijo, ki dopušča podjetniško svobodo. V kontekstu javne razprave v sklopu zakonodajnega postopka so prevladovali predvsem akterji z manjšo ekonomsko močjo, ki so se med seboj tudi pogosteje povezovali. Ti akterji pogosteje zagovarjajo radikalnejše posege na medijskem trgu, predvsem v smislu potrebe po višjem in sistematičnejšem javnem financiranju medijev. Med mnogimi akterji obstaja konsenz, da je javno financiranje medijev predpogoj njihove stabilnosti in zagotavljanja javnega interesa.

2 PRIPOROČILA ZA ODLOČEVALCE: IZGRADNJA DVOJNE INFRASTRUKTURE DEMOKRATIČNE JAVNOSTI

Priporočila izhajajo iz teze, da mora demokratična javnost, da bi lahko funkcionirala, temeljiti na dvojni infrastrukturi: strukturni raznolikosti medijskih virov (pluralnosti) in kognitivni zmožnosti državljanov, da raznolikost kritično uporabljajo (pismenosti), pri čemer mora učinkovita in avtonomna regulacija biti ključen zaščitni mehanizem. Vsak ukrep na enem od teh področij mora biti usklajen in mora dopolnjevati ukrepe na drugem, s čimer se ustvarja zaokrožen sistem, ki presega fragmentirano in reaktivno obravnavo problemov v medijskem okolju, kar se je dogajalo v preteklosti.

2.1 Strukturni in institucionalni ukrepi za krepitev medijske pluralnosti

Raziskava je razkrila, da je slovenska medijska krajina kljub formalno visoki pluralnosti, ki se kaže v številčnosti medijev, podvržena homogenizacijskim procesom. Ti izhajajo iz ekonomskih, tehnoloških in političnih dejavnikov, ki zmanjšujejo dejansko raznolikost novic in krepijo asimetrije moči. Priporočila na tem področju so usmerjena v strukturne in institucionalne spremembe medijske krajine v Sloveniji.

Zagotavljanje institucionalne avtonomije javnih medijev in prenova tretjega medijskega sektorja. Analiza je potrdila, da sta nacionalna tiskovna agencija STA in javni servis RTV Slovenija ključna, a ranljiva stebra medijskega sistema. STA deluje kot nepogrešljiv garant točnosti in profesionalnih standardov, hkrati pa je njen status osrednjega vira vseh medijev glavni mehanizem homogenizacije, saj približno četrtina vseh novic izhaja iz njenega poročanja. Podobno tudi RTV Slovenija dosega

med najvišjimi vrednostmi raznolikosti virov, kar kaže njen potencial korektiva tržnim in političnim logikam; hkrati pa v primerjavi s komercialnimi mediji (npr. Pro Plus) izkazuje nekoliko višji delež virov iz političnih elit.

Odločevalcem se priporoča, da medijske akterje, ki po zakonu opravljajo javno službo, zaščitijo in okrepijo. Ključno je utrditi sistem dolgoročnega in stabilnega financiranja RTV Slovenija in STA z vtkanimi varovalkami pred politično instrumentalizacijo financiranja in upravljanja, kar je predpogoj za institucionalno in uredniško avtonomijo. Hkrati velja prenoviti tretji medijski sektor, ki je trenutno strukturno marginaliziran, nestabilen in odvisen od kratkoročnega projektnega financiranja. Namesto zdajšnjega modela programov posebnega pomena, ki temelji na enoletnih razpisih in krepi finančno negotovost, priporočamo vzpostavitev modela, ki bi zagotavljal posebno večletno programsko financiranje skupnostnih in neprofitnih medijev. V okviru modela bi se financirali mediji, ki so zavezani novinarstvu v skladu z načelom javnosti, ki prispevajo k pluralnosti medijske krajine z izvirnimi in s kakovostnimi vsebinami ter oblike lokalnega novinarstva gojijo s participacijo članov skupnosti, v katerih delujejo. Model bi temeljil na sistematični analizi in spremljanju učinkovitosti porabe sredstev, doseganja ciljev pluralnosti ter neodvisnosti uredniške politike od političnih vplivov.

Zaostritev regulacije, povečanje transparentnosti v medijski krajini in krepitev uredniške avtonomije. Analiza je pokazala, da je lastništvo najmočnejši dejavnik homogenizacije novic. Ugotovitve o lastniških skupinah, kot je omrežje Media24, ki s kompleksnim prepletanjem podjetij in sinergijami producira več ločenih, a vsebinsko homogenih vozlišč, potrjujejo, da zdajšnja regulacija ne uspeva učinkovito naslavljati navzkrižnega lastništva in omrežnega nadzora nad mediji in uredništvi.

Zato priporočamo zakonodajne rešitve, ki bi se učinkovito spoprijemale s strukturnimi problemi medijske krajine in z organizacijskimi problemi medijev v Sloveniji. Priporočamo zaostritev medijskih politik in regulacije koncentracije lastništva s poudarkom na preprečevanju nadzora medijev na podlagi povezanih podjetij ter osebnih povezav lastnikov in izdajateljev. Ključnega pomena je tudi uvedba transparentnega, obveznega in javno dostopnega registra lastnikov in izdajateljev medijev. S tem bi država pridobila pregled nad razmerji moči v medijski krajini, ki se pomembno odražajo v raznolikosti novic, ter izhodišča za oblikovanje medijskih politik, ki bi krepile medijsko pluralnost na strukturni ravni. Transparentno lastništvo in preprečevanje koncentracije sta nujni za blažitev tveganja politične in kapitalske instrumentalizacije uredniških politik, kar je pogoj medijske pluralnosti. Poleg tega priporočamo spremembe medijske zakonodaje, ki

bi okrepila avtonomijo uredništev pri imenovanju odgovornih urednikov in postavila varovalko avtonomnega dela novinarjev v skladu z načelom javnosti pred zunanjimi in notranjimi vplivi.

Reforma javnega financiranja medijev. Analiza strukturne in vsebinske pluralnosti je razkrila sistemske probleme medijske krajine v Sloveniji. Podoba uspešnega komercialnega medijskega podjetja zaradi strukturnih sprememb družbenega komuniciranja postaja vse bolj neustrezna osnova za oblikovanje medijskih politik. Zato priporočamo reformo javnega financiranja medijev, ki so zavezani načelu javnosti in tvorno prispevajo k demokratični javni razpravi. Novi model bi moral zagotavljati javno financiranje, ki ne bi bilo usmerjeno v pomoč oziroma podporo v okviru vsakoletnega financiranja, temveč v stabilnejše, trajnejše in obsežnejše javno financiranje. Model bi po eni strani temeljil na vzpostavitvi javnega sklada za novinarstvo, ki bi ga v pomembni meri financirali s progresivnim davkom na digitalne platforme, in sistema novinarskih vavčerjev, ki bi državljanom omogočal, da podprejo medije, ki skrbijo za razvoj različnih pojavnih oblik novinarstva, skladnih z načelom javnosti. Po drugi strani bi morali vzpostaviti neodvisno javno institucijo, namenjeno razvoju novinarstva kot javne dobrine. Njene glavne naloge bi bile skrb za stabilno dolgoročno financiranje novinarstva in kratkoročno spodbujanje njegovih inovacij, izobraževanje in profesionalni razvoj novinarjev ter zagotavljanje možnosti za razvoj medijske krajine v skladu z idejami transparentnosti, inkluzivnosti in pluralnosti. Model bi moral hkrati imeti vtkane robustne mehanizme, ki bi preprečevali njegovo politično in komercialno instrumentalizacijo ter hkrati varovali strukturno in vsebinsko pluralnost medijske krajine.

2.2 Izgradnja družbene odpornosti: od veščin do kritične refleksije in zasebnostne pismenosti

Analiza je razkrila, da medijska pismenost ni čudežno zdravilo za vse probleme digitalne dobe, temveč je njena učinkovitost močno odvisna od strukturnih pogojev in individualnih kognitivnih procesov. Priporočila so usmerjena v preoblikovanje pristopa k pismenosti: namesto da bi se osredinjale zgolj na učenje tehničnih veščin, se morajo politike usmeriti v izgradnjo družbene in kognitivne odpornosti.

Vzpostavitev nacionalnega strateškega in izvedbenega okvira za medijsko pismenost. Raziskava je pokazala, da ob upoštevanju kognitivne pristranskosti pri sprejemanju medijskih vsebin medijska pismenost statistično značilno ne vpliva na zmožnost posameznikov, da prepoznajo dezinformacije. Namesto tega se je kot daleč najpomembnejši dejavnik izkazala skladnost vsebine z že oblikovanim prepričanjem posameznika.

Ugotovljeno je bilo tudi, da so programi medijske pismenosti razdrobljeni, neskladni z dejanskimi potrebami in pretežno usmerjeni v mlajše generacije, medtem ko so starejši, pri katerih so vrzeli v znanju največje, pogosto spregledani.

Zaradi teh ugotovitev je nujno preoblikovati pristop k medijski pismenosti. Priporoča se vzpostavitev celovitega, medsektorskega strateškega okvira, ki bo medijsko pismenost prepoznal kot temeljno državljansko kompetenco. Ta strategija mora eksplicitno naslavljati demografske vrzeli po starosti in spolu ter uvajati programe, ki so zasnovani tematsko. Programe medijskega opismenjevanja je treba integrirati z obravnavo konkretnih družbenopolitičnih tem, kot so podnebne spremembe, javno zdravje in migracije. To omogoča, da se posamezniki soočijo z lastno kognitivno pristranskostjo in razvijajo veščine kritičnega mišljenja v kontekstu, v katerem se pristranskost pojavlja najpogosteje.

Spodbujanje aktivne participacije in prepoznavanja dezinformacij. Analiza je pokazala, da lahko gola tehnična pismenost (»funkcionalno ustvarjanje«), ki se pogosto dosega v programih za digitalne veščine, celo negativno vpliva na politično participacijo. To dognanje nakazuje nevarnost prazne pismenosti, tj. da posamezniki obvladajo tehnične vidike uporabe interneta in družbenih omrežij, ne izkazujejo pa kritične refleksije in razumevanja širšega družbenega konteksta. Poleg tega velika večina posameznikov, čeprav se zaveda pomembnosti preverjanja informacij, ne uporablja specializiranih orodij za preverjanje dejstev.

Zato je treba spodbujati kritično mišljenje in aktivno participacijo ter razvijati orodja, ki omogočajo učinkovito preverjanje informacij. Priporočljiva je vzpostavitev nacionalnih kampanj za popularizacijo profesionalnih platform za preverjanje dejstev in odprtokodnih orodij. Medijsko pismenost je treba v kurikulumu razvijati kot prečno vsebino, ki se prepleta z drugimi predmeti, in ne pri izoliranem predmetu. Tako se bo krepilo razumevanje, da pismenost ni le tehnična spretnost, ampak predpogoj za aktivno in informirano državljanstvo.

Učinkovita zaščita zasebnosti in podatkov. Raziskava je razkrila globok sistemski problem na področju zasebnostne pismenosti. Medtem ko se zavedanje o varovanju podatkov na splošnem spletu izkaže za učinkovito, njegova učinkovitost dramatično upade na družbenih omrežjih, saj regresijski model pojasni le 3,9 odstotka variabilnosti na tem področju. To pomeni, da so platforme zasnovane tako, da sistemsko zmanjšujejo nadzor uporabnika nad podatki ne glede na njegovo pismenost.

Zato je priporočeno, da se breme zaščite zasebnosti in podatkov prenese z individualnega uporabnika na sistemsko raven, torej na platforme. Hkrati je treba spodbujati programe, ki razvijajo kritično zasebnostno

pismenost, ki ne zgolj uči posameznike, kako zaščititi svoje podatke, temveč jim omogoča razumeti širše, pogosto netransparentne poslovne modele in mehanizme digitalnih velikanov, ki so zasnovani za zbiranje podatkov, s čimer se zmanjšuje ranljivost posameznikov za manipulacijo.

2.3 Učinkovita regulacija: krepitev institucionalnega okvira in procesov

Analiza medijske politike in zakonodajnih procesov je razkrila ponavljajoče se vzorce, ki so preprečevali učinkovito reformo medijskega področja v Sloveniji. Glavni problemi so bili pogoste politične menjave, pomanjkanje konsenza in netransparentni vplivi interesnih skupin. Priporočila so usmerjena v izgradnjo odpornejšega in transparentnejšega regulativnega ekosistema.

Zagotovitev institucionalne avtonomije in stabilnosti. Šibka institucionalna podpora in pomanjkanje kontinuitete v medijski politiki sta ključno vplivala na neuspešne poskuse reform. Pogoste vodstvene menjave na MK so povzročile, da se je delo na področju zakonodajnih rešitev vsakič začenjalo znova, kar je preprečilo nadgradnjo že doseženih rešitev. Kadrovska podhranjenost Direktorata za medije na MK in medijskih regulatorjev (AKOS) dodatno ovira učinkovito izvajanje zakonodaje.

Zato je nujna krepitev institucionalne avtonomije in stabilnosti. Priporočena sta povečanje finančne in kadrovske podpore MK in drugim regulatorjem, ki so pristojni za medije, ter zagotovitev dolgoročnega mandata za ključne strokovnjake. Z vzpostavitvijo stabilnega in na strokovnosti temelječega regulativnega okolja bi se prekinil začarani krog reaktivnega odzivanja na krize in bi bilo omogočeno proaktivno, dolgoročno načrtovanje medijske politike.

Vzpostavitev sistematičnega spremljanja stanja medijske krajine. Ugotovitve raziskave o homogenizaciji, asimetriji virov in vrzeli v pismenosti so rezultat obsežne empirične analize, ki pa je zgolj projektnega značaja. Brez stalnega, sistematičnega spremljanja stanja medijske krajine ne bo mogoče razumeti, ali so sprejeti ukrepi učinkoviti.

Priporočena je institucionalizacija neodvisnega raziskovalnega programa ali ustanovitev medijskega observatorija, ki bi redno in po enotni metodologiji meril ključne kazalnike medijske pluralnosti (lastništvo, raznolikost virov, homogenizacijo vsebin) in pismenosti (znanje, prakso, odnos do dezinformacij). Tako zbrani podatki bi bili objektivna podlaga za pripravo medijske politike in merjenje njene učinkovitosti skozi čas. Tak pristop bi preprečil, da bi bile odločitve sprejete na podlagi politične presoje, temveč bi temeljile na preverljivih dejstvih.

Izboljšanje zakonodajnih procesov. Analiza procesov sprejemanja

medijske zakonodaje je pokazala, da je ključno vprašanje, na kateri stopnji zakonodajnega postopka vključiti strokovno in širšo javnost. Močnejši akterji, ki delujejo na podlagi lobističnih stikov, se pogosto izognejo transparentni javni razpravi, medtem ko manj vplivni akterji, kot so civilnodružbene organizacije, ostajajo na robu odločanja.

Za zagotovitev resnično pluralne medijske zakonodaje je treba zagotoviti večjo transparentnost in inkluzivnost zakonodajnega procesa. Priporočeno je, da se javna razprava v zakonodajnem postopku ne omeji zgolj na pripombe na že pripravljeno besedilo zakona. Transparentno vključevanje vseh zainteresiranih akterjev v zgodnejših fazah oblikovanja politike bi povečalo legitimnost in konsenz glede končnih sprejetih rešitev.

3 ZAKLJUČNI PREMISLEK: VELIKO SISTEMSKO TVEGANJE ZA DEMOKRATIČNI RAZVOJ MEDIJSKE KRAJINE V SLOVENIJI

Osrednja ugotovitev monografije je, da so medijska pluralnost, pismenost in regulacija medsebojno povezani temeljni pogoji za obstoj javnega prostora kot vitalne infrastrukture demokracije. Pluralnost deluje kot strukturni pogoj raznolikosti glasov, pismenost kot subjektivni pogoj za kritično uporabo teh virov, regulacija pa kot institucionalni okvir, ki omogoča ali omejuje delovanje obeh. Če katerikoli od teh temeljev oslabi, posledično oslabita tudi druga dva, posledica česar je splošno zmanjševanje demokratične odpornosti medijskega sistema in zaupanja vanj.

Tako kot že pretekle evropske primerjalne raziskave tudi ta razkriva veliko sistemsko tveganje za demokratični razvoj medijske krajine v Sloveniji. Pluralnost je zmanjšana zaradi homogenizacije, ki jo poganjata tržna in kapitalska logika. Medijska pismenost ostaja šibka, zlasti pri ranljivih skupinah, njen demokratični potencial pa je omejen zaradi kognitivne pristranskosti in ohranjanja predhodnega prepričanja. Regulacija ne uspe učinkovito zajeziti koncentracije lastništva in fragmentacije občinstev, zato ne deluje kot zaščitni mehanizem, temveč pogosto le kot formalni okvir. Posledica je začarani krog neučinkovitosti: nizka pluralnost zmanjšuje zaupanje v medije, nizka pismenost povečuje ranljivost za manipulacijo, neučinkovita regulacija pa omogoča nadaljnjo erozijo medijske ustvarjalnosti. Vse to zmanjšuje sposobnost medijev, da zagotavljajo infrastrukturo demokracije, ter povečuje tveganje za družbeno polarizacijo in dezinformacije.

Rešitve teh problemov ne more zagotoviti posamezen zakonodajni,

izobraževalni ali raziskovalni projekt, temveč le dolgoročno, celovito in sočasno ukrepanje na vseh treh področjih. Na ravni medijske pluralnosti je treba omejevati lastniško koncentracijo, krepiti vlogo javnih in skupnostnih medijev, podpirati neodvisne in manjšinske medije ter spodbujati inovativne novinarske modele, ki povečujejo raznolikost glasov in praks. Usposabljanje za medijsko in informacijsko pismenost je treba vključiti v izobraževalne programe, vendar ne v obliki izoliranega (izbirnega) predmeta, temveč skozi celostni pristop, ki bi skozi kurikulum omogočal veljavno presojo medijskih vsebin in prepoznavanje dezinformacij, ter razvijati ciljne programe za ranljive skupine, spodbujati sodelovanje med šolami, knjižnicami, civilno družbo in mediji ter vzpostaviti nacionalni observatorij za spremljanje stanja in povezovanje primerov dobre prakse z evropskimi pobudami. Medijska regulacija mora preseči zgolj zakonodajno raven preprečevanja koncentracije medijskega lastništva. Spodbujati in predlagati mora nove institucionalne in civilnodružbene oblike zagotavljanja medijske in novinarske avtonomije in neodvisnosti, transparentnosti medijskega upravljanja ter s tem soustvarjati spodbudno okolje, v katerem medijska pluralnost in pismenost lahko dejansko zaživita in izstopita iz evropskega povprečja.

Raziskava opozarja, da je za zagotavljanje demokratične vloge medijev nujno usklajeno delovanje na vseh področjih. Le tako lahko prekinemo začarani krog krhanja demokratične odpornosti medijskega sistema, ki smo mu priča zadnja desetletja. Spremembe so nujne, da bodo mediji lahko opravljali svoje temeljne demokratične funkcije in prispevali k informiranju državljanov, nadzorovali oblastne institucije in mreže, omogočali in spodbujali javne razprave, dostop do različnih oblik ustvarjalnosti, državljansko angažiranost in kritično mišljenje ter s tem prispevali k družbeni integraciji.

PRILOGE

METODOLOŠKA POJASNILA

V prilogi so predstavljena metodološka pojasnila, ki podrobneje opisujejo uporabljene pristope, postopke in vire podatkov, na katerih temelji priprava empiričnih študij v tej monografiji. Namen tega dela je zagotoviti preglednost raziskovalnega procesa ter omogočiti ponovljivost in preverljivost rezultatov. Opisani so uporabljene metode zbiranja, obdelave in analize podatkov, merila za izbor vzorca in uporabljeni analitični pripomočki.

1 METODOLOŠKA POJASNILA K POGLAVJU MED PLURALIZACIJO IN HOMOGENIZACIJO: RAZNOLIKOST NOVIC V SLOVENSKI MEDIJSKI KRAJINI V DOBI DIGITALIZACIJE

1.1 Vzorčenje in izbor enot

Analiza raznolikosti novic temelji na *pasovno-časovnem vzorčenju*. Vzorec je zajemal sedem sistematično izbranih dni (od oktobra do novembra 2023), kar je omogočilo zmanjšanje vpliva enkratnih dogodkov in zagotovilo reprezentativnost na ravni tedenskih ciklov. Vzorec vključuje 13.207 novinarskih prispevkov iz 141 virov, pri čemer so bili zajeti različni medijski tipi: tiskani časopisi, spletni portali, televizijski programi in radijske postaje.

Tabela 1: Analizirani mediji: število prispevkov in delež vzorca

#	Medij	Prispevki (n / %)	#	Medij	Prispevki (n / %)
1	STA	1398 / 10,6	72	si21.com	39 / 0,3
2	Radio Slovenija	1192 / 9,0	73	obalaplus.si	37 / 0,3
3	dnevnik.si	570 / 4,3	74	politikis.si	36 / 0,3
4	rtvslo.si	557 / 4,2	75	Radio Robin	36 / 0,3
5	delo.si	512 / 3,9	76	robin.si	36 / 0,3
6	Siol.net	466 / 3,5	77	TV Vaš kanal	33 / 0,2
7	slovenskenovice.si	401 / 3,0	78	e-maribor.si	30 / 0,2
8	24ur.com	396 / 3,0	79	moja-dolenjska.si	30 / 0,2
9	n1info.si	379 / 2,9	80	savinjska.info	29 / 0,2
10	Televizija Slovenija	343 / 2,6	81	modre-novice.si	29 / 0,2
11	primorske.svet24.si	328 / 2,5	82	Kmečki glas	28 / 0,2

12	zurnal24.si	312 / 2,4	83	TV Celje	28 / 0,2
13	novice.svet24.si	305 / 2,3	84	TV Kanal 10	28 / 0,2
14	vecer.com	273 / 2,1	85	domzalec.si	27 / 0,2
15	POP TV	260 / 2,0	86	primorski.eu	27 / 0,2
16	Radio Ognjišče	181 / 1,4	87	topnews.si	26 / 0,2
17	lokalec.si	158 / 1,2	88	novitednik.svet24.si	23 / 0,2
18	finance.si	150 / 1,1	89	pomurske-novice.si	23 / 0,2
19	gorenjskiglas.si	142 / 1,1	90	novice.si	23 / 0,2
20	nova24tv.si	140 / 1,1	91	nadlani.si	23 / 0,2
21	Radio Murski val	139 / 1,1	92	lendavainfo.com	22 / 0,2
22	Radio Sora	135 / 1,0	93	dnevne-novice.com	21 / 0,2
23	mladina.si	128 / 1,0	94	Radio Krka	21 / 0,2
24	demokracija.si	121 / 0,9	95	e-utrip.si	20 / 0,2
25	druzina.si	119 / 0,9	96	zon.si	20 / 0,2
26	Radio Sraka	113 / 0,9	97	cekin.si	19 / 0,1
27	necenzurirano.si	109 / 0,8	98	e-koroska.si	19 / 0,1
28	Radio Ptuj	108 / 0,8	99	Radio 94	18 / 0,1
29	morel.si	100 / 0,8	100	celjskiglasnik.si	17 / 0,1
30	maribor24.si	89 / 0,7	101	domzalske-novice.si	17 / 0,1
31	Radio Primorski val	89 / 0,7	102	sasa-novice.si	17 / 0,1
32	Radio Salomon	89 / 0,7	103	vaskanal.com	17 / 0,1
33	Radio Prlek	83 / 0,6	104	kamnik.info	15 / 0,1
34	reporter.si	83 / 0,6	105	Radio Celje	15 / 0,1
35	Radio Aktual	82 / 0,6	106	student.si	13 / 0,1
36	domovina.je	81 / 0,6	107	utrip-ljubljane.si	13 / 0,1
37	Radio City	81 / 0,6	108	ljnovice.si	13 / 0,1
38	Radio Veseljak	80 / 0,6	109	radiocelje.svet24.si	13 / 0,1
39	Planet TV	78 / 0,6	110	Spletni časopis	12 / 0,1
40	Radio Kum	77 / 0,6	111	ARS (RTV Slovenija)	12 / 0,1
41	Radio Slovenske gorice	77 / 0,6	112	mbreport.si	11 / 0,1
42	Radio 1	75 / 0,6	113	vtvstudio.com	11 / 0,1
43	Radio Študent	72 / 0,5	114	spodnjepodravje.si	10 / 0,1
44	live.finance.si	72 / 0,5	115	istrijan.si	9 / 0,1
45	Radio Zeleni val	67 / 0,5	116	mojeposavje.si	9 / 0,1
46	Radio Univox	63 / 0,5	117	TV Gorenjska	9 / 0,1
47	Kanal A	61 / 0,5	118	Val 202 (RTV Slovenija)	9 / 0,1

48	Radio Kranj	60 / 0,5	119	notranjska.si	8 / 0,1
49	Radio Gorenc	57 / 0,4	120	slovenec.org	8 / 0,1
50	posavskiobzornik.si	56 / 0,4	121	plusportal.si	8 / 0,1
51	Radio Center	55 / 0,4	122	VTV Velenje	8 / 0,1
52	Radio Odmev	55 / 0,4	123	mojefinance.finance.si	8 / 0,1
53	Radio Štajerski val	54 / 0,4	124	casnik.si	8 / 0,1
54	Radio Maxi	53 / 0,4	125	gorenjski-utrip.si	8 / 0,1
55	Radio Infonet	52 / 0,4	126	Požareport	7 / 0,1
56	eposavje.com	51 / 0,4	127	go-portal.si	6 / 0,0
57	prlekija-on.net	51 / 0,4	128	nase-zasavje.si	6 / 0,0
58	celje.info	49 / 0,4	129	tovarna.finance.si	6 / 0,0
59	radiostudent.si	49 / 0,4	130	odkrito.svet24.si	5 / 0,0
60	Radio Triglav	49 / 0,4	131	TV AS	5 / 0,0
61	Nova24TV	47 / 0,4	132	noviceznotranjske.net	4 / 0,0
62	Koroški radio	46 / 0,3	133	data.si	4 / 0,0
63	metropolitan.si	46 / 0,3	134	agrobiznis.finance.si	3 / 0,0
64	dostop.si	45 / 0,3	135	izvozniki.finance.si	3 / 0,0
65	Radio Capris	45 / 0,3	136	mladipodjetnik.si	2 / 0,0
66	Radio Ekspres	44 / 0,3	137	mojepodravje.si	2 / 0,0
67	kozjansko.info	41 / 0,3	138	radioantena.svet24.si	2 / 0,0
68	mojaobcina.si	41 / 0,3	139	abcnovice.si	1 / 0,0
69	koroskenovice.si	40 / 0,3	140	akademija-finance.si	1 / 0,0
70	Radio Rogla	40 / 0,3	141	portal-os.si	1 / 0,0
71	dolenjskilist.svet24.si	40 / 0,3			

Tak pristop omogoča primerjavo različnih medijskih skupin ter izpostavlja razlike med nacionalnimi, regionalnimi in lokalnimi okolji. Posebna prednost pasovno-časovnega vzorčenja je v tem, da zmanjšuje naključne učinke (npr. enodnevne politične dogodke), hkrati pa omogoča vpogled v tipične vzorce poročanja.

1.2 Postopki zbiranja podatkov

Podatke smo zbirali iz več virov: naročniške zbirke podatkov (Trendi, Kliping), lastnega sistema zajema spletnih vsebin ter arhivov avdiovizualnih medijev. Pri televizijskih in radijskih prispevkih so bile vsebine pretvorjene v transkripte, kar je omogočilo enotno obravnavo. Metapodatki (čas objave, avtor, rubrika, dolžina) so bili zapisani v standardizirani obliki.

Za vsak prispevek smo izpisali **izjave akterjev** in jih kodirali glede na pripadnost kategorijam virov (politiki, uradniki, podjetja, nevladne organizacije, državljani, strokovnjaki, mediji itd.).

1.3 Kodiranje in kategorizacija virov

Za preučitev, kako se razmerja družbene moči odražajo v reprezentaciji družbenih akterjev v slovenskih novičarskih medijih, smo uporabili polavtomatiziran, z velikim jezikovnim modelom (LLM) podprt postopek za ekstrakcijo pripisanih virov iz novinarskih besedil. Fiksni poziv (z vključenim slovenskim leksikonom poročevalskih glagolov) je usmerjal GPT-4o (temperatura 0,2), naj za vsako izrecno pripisano izjavo – tj. neposredni citat ali posredno govorjenje z jasno navedenim virom – vrne strukturiran zapis, ki vključuje entiteto oseba/organizacija in identifikator članka. Več izjav istega vira znotraj posameznega članka smo združili; medije/novinarske agencije (npr. STA, AFP, Reuters) smo kodirali kot organizacije, dvoumne atribucije pa označili kot anonimne. Dodatno smo ročno anotirali 704 televizijske prispevke, saj se atribucija virov v teh segmentih pogosto opira na vdelane izjave sogovorcev (*soundbites*) in grafične pasice (*lower thirds*), ki se v transkriptih ne ohranijo in bi sicer povzročile neprepoznavnost virov. Imena smo standardizirali na kanonične oblike, da smo združili črkopisne variante in homonime. Pri posrednih verigah (npr. »DPA poroča, da X pravi …«) smo kodirali tako poročevalsko ustanovo kot prvotni vir. Validacija na stratificiranem vzorcu 39 člankov (104 citirani viri) je dosegla natančnost/priklic/F1 = 0,94. Končna zbirka je obsegala 20.814 zapisov z imenovanimi viri.

V analitičnem delu smo identificirali dvajset najpogosteje imenovanih virov ter izračunali (1) vrstično normalizirane porazdelitve (razpršenost posameznega vira po skupinah) in za vsako skupino pripravili strnjene profile »repertoarja virov« (najpogostejših pet) za opis notranjih hierarhij vpliva.

Kodiranje je potekalo po **vnaprej določenem kodirnem priročniku**, ki je vseboval definicije kategorij in primere tipičnih izjav. Da bi zmanjšali subjektivnost, smo uporabili dvojno kodiranje in preverjali medkodirno zanesljivost (Cohenov koeficient κ je bil pri večini spremenljivk nad 0,80, kar pomeni visoko konsistentnost).

Posebno pozornost smo namenili **atribuciji virov**: poleg eksplicitno navedenih akterjev (npr. »je dejal minister X«) smo kodirali tudi posredne vire (npr. »vlada je sporočila«, »po podatkih policije«).

1.4 Analitične tehnike

Za merjenje raznolikosti virov smo uporabili tri indikatorje:

Entropija (Shannonova entropija). Entropija je standardni indikator razpršenosti in enakomernosti porazdelitve. Izračunali smo jo po naslednji formuli:

$$H = -\sum_{i=1}^{k} p_i \cdot \ln(p_i)$$

Pri tem je *pi* delež posamezne kategorije vira v skupnem številu vseh citatov, *k* pa število kategorij:

- Višja vrednost entropije pomeni večjo razpršenost (raznolikost).
- Če vse kategorije nastopajo enakomerno, entropija doseže maksimum ln(k).
- Če prevladuje le en vir, je entropija blizu nič.

Entropija je merilo razpršenosti porazdelitve virov v medijskih vsebinah. Višja vrednost pomeni, da so viri enakomerneje zastopani, nižja pa, da določena kategorija izraziteje prevladuje. Čeprav se razlike med skupinami medijev pogosto zdijo minimalne – na primer 3,38 pri tiskanih medijih v primerjavi s 3,36 pri regionalnih medijih Štajerska – Žurnal –, majhne decimalne razlike odražajo dejanske razlike v strukturi virov. Tiskani mediji vključujejo nekoliko širši nabor akterjev, od politikov do strokovnjakov in civilne družbe, medtem ko regionalni pogosteje poudarijo en tip akterja, največkrat lokalno politiko, kar zmanjša enakomernost porazdelitve. Podobno velja za razliko med RTV (3,32) in Pro Plus (3,29): čeprav je razlika le 0,03, že pomeni, da javni servis ohranja širši spekter akterjev, medtem ko komercialna skupina sledi bolj rutiniziranemu vzorcu uradnih izjav. Še očitnejša je razlika, ko entropija pade pod 3,2, kot pri Odlazkovi radijski mreži (3,14), kjer je raznolikost virov bistveno manjša in je medijsko poročanje močno odvisno od agencijskih novic. Na spodnjem delu lestvice, denimo pri lokalni celjski omrežni skupini Svet24 (2,35) ali osrednjeslovenskih lokalnih novicah (1,15), entropija odraža skoraj popolno dominacijo le enega vira, najpogosteje političnih akterjev ali uradnih sporočil.

Pomembno je razumeti, da so te razlike na videz majhne, a so njihove posledice zaradi logaritmične narave kazalnika zelo konkretne. Entropija se namreč pogosto pretvori v bolj intuitiven kazalnik ENS, ki pokaže, koliko kategorij virov je v povprečju enakovredno zastopanih. Tako razlika med 3,38 in 3,29 ne pomeni le majhnega premika, temveč predstavlja razliko, ki ustreza skoraj trem enakovredno zastopanim kategorijam

virov. V praksi to pomeni, da ima skupina z višjo entropijo prostor za več različnih glasov, medtem ko skupina z nižjo entropijo reproducira ožji, bolj homogen pogled na svet.

Iz tega razloga so minimalne razlike v entropiji pomembne za interpretacijo raznolikosti v slovenskem medijskem prostoru. Vrednosti nad 3,3 nakazujejo pluralno strukturo virov, vrednosti okoli 3,0 že kažejo homogenizacijo, vse pod 2,5 pa pomenijo izrazito zoženo sliko sveta. Zato entropijo vedno interpretiramo skupaj z ENS in deležem elitnih virov, saj šele ta kombinacija omogoča razumevanje, koliko je medijski prostor dejansko pluralen in koliko reproducira ustaljene strukture moči.

ENS (*Effective Number of Sources*). Ker entropija sama po sebi ni intuitivna, smo jo pretvorili v t. i. **efektivno število virov** po naslednji formuli:

$$ENS = e^{H}$$

Ta kazalnik pove, koliko enakovrednih kategorij bi ustvarilo enako entropijo. Primer: če ima skupina ENS = 10, to pomeni, da se struktura virov vede, kot da bi obstajalo deset enakovredno zastopanih kategorij. ENS je zato neposredno primerljiv med skupinami.

Delež elitnih virov. Poleg entropije in ENS smo analizirali še delež t. i. elitnih virov (politiki, javni uslužbenci, institucionalni predstavniki). Ta koeficient pokaže, v kolikšni meri so v ospredju institucionalno močni akterji.

$$E = \frac{\text{št. citatov elitnih akterjev}}{\text{skupno št. citatov}} \times 100$$

Višji delež elitnih virov nakazuje večjo odvisnost od rutiniziranih in uradnih kanalov in nasprotno – nižji delež pomeni več prostora za nevladne organizacije, strokovnjake ali državljane.

1.5 Metode razvrščanja in primerjave

Za primerjavo med posameznimi mediji smo uporabili razvrščanje k-means na osnovi deležev virov po kategorijah. Tako smo identificirali skupine medijev s podobnimi profili uporabe virov. Te skupine smo nato analizirali glede na njihove entropije, ENS in delež elitnih virov.

S tem pristopom smo prepoznali sistematične razlike: npr. tiskani mediji in RTV kažejo višje vrednosti entropije in ENS, medtem ko radijske mreže in komercialni portali izkazujejo močno homogenizacijo.

1.6 Omejitve in posebnosti

- Časovna omejenost. Vzorec sedmih dni ne zajame sezonskih ali dolgoročnih trendov.
- **Transkripcija**. Pri avdiovizualnih medijih se lahko izgubijo neverbalni elementi.
- **Kategorizacija virov**. Vedno vključuje interpretacijo, kljub strogim navodilom.
- **Agencijski vpliv**. Prispevki, ki so izvorno agencijski, lahko napihnejo homogenizacijo, saj se ponavljajo v več medijih.

2 METODOLOŠKA POJASNILA K POGLAVJU PISMENOST ZA DEMOKRACIJO V DIGITALNEM OKOLJU: GENERACIJSKE RANLJIVOSTI IN STRUKTURNE POMANJKLJIVOSTI V SLOVENIJI

Za dosego celovitega in večplastnega vpogleda je bil uporabljen *mešani metodološki pristop*. Ta zasnova je omogočila triangulacijo podatkov, zbranih s tremi samostojnimi, a komplementarnimi metodami:

1. Kvantitativna spletna anketa na velikem vzorcu, namenjena pridobivanju statistično obdelanih podatkov o stopnjah pismenosti, samopresoji kompetenc in vedenjskih vzorcih.
2. Kvalitativne fokusne skupine, namenjene kontekstualizaciji anketnih ugotovitev in poglobljenemu razumevanju praks, navad in percepcij, zlasti glede razlik med demografskimi in pismenostnimi skupinami.
3. Sistematično kartiranje (mapiranje) akterjev, pobud in projektnih aktivnosti na področju medijske pismenosti med letoma 2020 in 2024 z namenom analize institucionalnega in neinstitucionalnega okolja.

Zaradi cilja preučevanja razlik in vrzeli v kompetencah med starostnimi skupinami, ki so bile socializirane v različnih medijskih okoljih, je bil uporabljen *generacijski pristop*. Generacije so bile definirane glede na dominantne medije in komunikacijska sredstva med primarno in sekundarno socializacijo. Tehnološka generacijska delitev je bila uporabljena kot primarni kriterij za rekrutacijo fokusnih skupin.

Tehnična definicija generacij po letu rojstva je naslednja:

1. baby-boom (TV-generacija): rojeni med letoma 1946 in 1964;
2. digitalni priseljenci (generacija X, PC): rojeni med letoma 1965 in 1980;

3. milenijci (prenosni računalniki in mobilni telefoni): rojeni med letoma 1981 in 1996;
4. digitalni domorodci (generacija Z, pametni telefoni): rojeni po letu 1997.

2.1 Postopki zbiranja podatkov

Anketa. Podatki so bili zbrani s spletno anketo, ki je potekala med 18. in 24. marcem 2024. Ciljna populacija so bili prebivalci Republike Slovenije, rojeni med letoma 1948 in 2006. Anketiranje je izvedlo podjetje Valicon.

Uporabljeno je bilo kvotno vzorčenje. Po stratifikaciji, glede na štiri starostne razrede, dva spolna razreda in dvanajst statističnih regij, smo določili ciljno število anket v vsaki kvotni celici. V postopku vabljenja k anketiranju smo v vsaki kvotni celici, ob upoštevanju pričakovane stopnje sodelovanja, povabili ustrezno število oseb. Če je bilo treba, so bili poslani tudi opomniki in dodatna povabila.

Za povečanje reprezentativnosti pridobljenega vzorca je bilo izvedeno uteževanje. Uporabljena je bila metoda Raking (*RIM Weighting*), ki iterativno prilagaja strukturo podatkovne zbirke glede na izbrane kriterijske spremenljivke. Kriterijske spremenljivke so bile:

- statistične regije (12 kategorij),
- kombinacija spola in starosti (2 x 4 kategorije),
- izobrazba (srednja šola ali manj; več kot srednja šola).

Stopnja sodelovanja v anketi:

- število enot v vzorcu: 4148,
- število izpolnjenih intervjujev (realizirani vzorec) (IP): 1133,
- število zavrnjenih intervjujev (R): 2705,
- število nekontaktiranih anketirancev (NC): 0,
- drugo (O, neznane ali neustrezne enote): 310 (prekinjene),
- stopnja sodelovanja (IP/(IP + R + NC + O)): 27 %.

Fokusne skupine. Fokusne skupine so bile rekrutirane izmed respondentov ankete po dveh kriterijih: starost in stopnja medijske pismenosti. Izvedenih je bilo šest fokusnih skupin, pri čemer so bili kriteriji za izbor udeleženk in udeležencev naslednji.

Tabela 2: Kriteriji za izbor udeleženk in udeležencev fokusnih skupin

Fokusna skupina	Leto rojstva	Medijska pismenost
1	1946–1964	vse stopnje
2	1965–1980	vse stopnje
3	1981–1996	vse stopnje
4	1997–	vse stopnje
5	vse starosti	nizka pismenost
6	vse starosti	visoka pismenost

Namen prvih štirih fokusnih skupin je bil raziskati razlike v uporabi medijev med štirimi tehnološkimi generacijami, zato je vsaka izmed fokusnih skupin vključevala respondente ene izmed generacij z različnimi stopnjami medijske pismenosti. Namen pete in šeste fokusne skupine je bil raziskati razlike med posamezniki z nizko in tistimi z visoko stopnjo medijske pismenosti, zato je peta fokusna skupina vključevala respondente različnih starosti z nizko medijsko pismenostjo, šesta pa respondente različnih starosti z visoko medijsko pismenostjo.

Stopnja sodelovanja v fokusnih skupinah:

- število enot v vzorcu: 374,
- število izpolnjenih intervjujev (realizirani vzorec) (IP): 45,
- število zavrnjenih intervjujev (R): 39,
- število nekontaktiranih anketirancev (NC): 0,
- drugo (O, neznane ali neustrezne enote): 0,
- stopnja sodelovanja (IP/(IP + R + NC + O)): 53,6 %.

Med rekrutacijo je bil poseben izziv doseganje respondentov z izmerjeno nizko stopnjo medijske pismenosti, saj so posamezniki kazali bistveno manjšo pripravljenost za sodelovanje v fokusnih skupinah. Opazovano selektivno neodzivnost pri kvalitativni fazi (*non-response bias*) pripisujemo splošni visoki stopnji družbenega nezaupanja in resignacije te skupine, ki jo je razkrila analiza fokusnih skupin, in je kritičen dejavnik pri oceni dostopnosti do teh ranljivih skupin.

Kartiranje. Kartiranje (mapiranje) akterjev, pobud in projektnih aktivnosti na področju medijske pismenosti je zajelo aktivnosti, ki so se izvajale med letoma 2020 in 2024. Opravljeno je bilo decembra 2024. Raziskava je temeljila na kombinaciji dveh pristopov: strukturiranega vprašalnika, namenjenega opredelitvi ključnih akterjev in njihove institucionalne umeščenosti, ter popisa projektnih aktivnosti, izvedenih v zadnjih letih. Posebna pozornost je bila namenjena razlikovanju med institucionalnimi in neinstitucionalnimi nosilci ter klasifikaciji projektov,

ki obravnavajo medijsko pismenost kot svojo osrednjo ali dopolnilno komponento. Skupaj smo popisali 65 projektov.

Merjenje medijske pismenosti. Merjenje medijske pismenosti je izhajalo iz posodobljenega koncepta *nove medijske pismenosti*, ki vključuje tako tradicionalne kot digitalne medije in je temeljil na modelu, ki so ga razvili Chen, Wu in Wang (2011) ter sta ga Koç in Barut (2016) prilagodila. Uporabljen je bil kombinirani pristop, ki je vključeval vprašanja za preverjanje objektivnega znanja in razumevanja obravnavanih področij, kot tudi vprašanja, ki so omogočala samoocenjevanje respondentov glede lastnih sposobnosti in ravnanja. Teoretični model, ki so ga razvili Chen, Wu in Wang (2011), razčleni medijsko pismenost na štiri dimenzije: funkcionalna in kritična potrošnja (potrošniška medijska pismenost) ter funkcionalno in kritično ustvarjanje (ustvarjalna medijska pismenost). Statistična analiza znotraj raziskave je tehnično pokazala, da se dimenziji funkcionalne in kritične potrošnje na vzorcu združita v eno dimenzijo. Zato so bile za nadaljnje statistično modeliranje in analizo uporabljene tri dimenzije medijske pismenosti:

1. Potrošnja (združena funkcionalna in kritična potrošnja vsebin).
2. Kritično ustvarjanje (sposobnost analiziranja družbenih učinkov lastnih medijskih vsebin, razumevanje etičnih in pravnih norm).
3. Funkcionalno ustvarjanje (obvladovanje veščin in orodij za tehnično ustvarjanje vsebin).

Merjenje zasebnostne pismenosti. V primerjavi s širšim merjenjem medijske pismenosti je bila zasebnostna pismenost merjena izključno v obliki testa znanja. Konceptualizacija je temeljila na štirirazsežnostnem modelu pismenosti o zasebnosti na spletu, ki ga je predlagal Masur (2020).

Merilna lestvica je preverjala specifično znanje v štirih dimenzijah:

1. Poznavanje institucionalnih praks: znanje o tem, kako podjetja in varnostne službe zbirajo in združujejo podatke uporabnikov.
2. Poznavanje tehničnih vidikov varstva podatkov: znanje o temeljnih tehnoloških konceptih, kot so piškotki, požarni zid in zgodovina brskanja.
3. Poznavanje zakonodaje o varstvu podatkov: znanje o pravnem okviru, vključno z varovanjem osebnih podatkov po Ustavi RS in z zakonskimi pravili v zvezi z umikom vsebin ali uporabo e-poštnih naslovov.
4. Poznavanje strategij za varstvo podatkov: znanje o učinkovitih praksah za preprečevanje sledenja in dostopa do osebnih podatkov (npr. brisanje piškotkov, uporaba različnih gesel, zasebni način brskanja).

Prepoznavanje dezinformacij. Zmožnost prepoznavanja dezinformacij je bila operacionalizirana s predstavitvijo testnega besedila, ki je promoviralo teorije zarot na področju podnebnih sprememb (besedilo pridobljeno s spletnega mesta Misteriji.si). Navodilo respondentom je obsegalo branje besedila in oceno, kolikšen delež informacij v besedilu je resničen. Ta spremenljivka je bila odvisna spremenljivka v regresijskem modelu, ki je preverjal vpliv dimenzij medijske pismenosti.

Pripravljenost za interakcijo z vsebino. Po branju testnega besedila so bili respondenti vprašani o svojem možnem ravnanju, če bi na to vsebino naleteli na družbenih omrežjih ali bi jim jo posredoval znanec. Odgovori so bili razčlenjeni na tri kategorije:

1. Pozitivni odzivi: deljenje, všečkanje, podporni komentar/odgovor.
2. Negativni odzivi: odklonilni komentar/odgovor, odjava od prejemanja obvestil/blokiranje, označitev vsebine kot neželene.
3. Nevtralen odziv: Ne bi storil ničesar.

Merjenje politične participacije. Politična participacija je bila merjena kot obsežen konstrukt, ki je vključeval vprašanja o sodelovanju v formalnih političnih procesih (o udeležbi na volitvah/referendumih, članstvu v strankah, kontaktiranju uradnikov) ter neformalnih oblikah (razpravljanju o temah, izražanju mnenja, bojkotiranju izdelkov, udeležbi na protestu, sodelovanju v državljanski pobudi). V regresijske modele so bile kot kontrolne spremenljivke vključene ključne demografske in socialnoekonomske spremenljivke: spol, izobrazba, velikost naselja, starost in povprečni osebni dohodek v zadnjih treh mesecih.

Fokusne skupine. Za fokusne skupine je bil predhodno pripravljen vodnik, ki je bil strukturiran okoli naslednjih tematskih sklopov:

- konkretne prakse informiranja (uporaba virov in tehnologij);
- zaupanje v medije in vire (temelji zaupanja in nezaupanja);
- kritično presojanje medijskih vsebin (kriteriji ocene kredibilnosti);
- načini preverjanja verodostojnosti in resničnosti informacij;
- percepcija ključnih groženj in negativnih pojavov v medijskem okolju (npr. dezinformacije, umetna inteligenca, polarizacija).

Kartiranje. Prvi del vprašalnika je bil namenjen identifikaciji glavnih akterjev, njihove sektorske pripadnosti (npr. šoli, medijem, civilni družbi, državnim organom ipd.) ter razvrstitvi na institucionalne in neinstitucionalne nosilce. Posebej je bilo preverjeno, kateri med njimi imajo zakonsko določene naloge in kateri delujejo na prostovoljni ali projektni osnovi.

V drugem delu je bil cilj prepoznati najpomembnejše projekte s področja medijske pismenosti, pri čemer poudarek ni bil na oceni kakovosti,

temveč na reprezentativnosti glede na raznolikost akterjev, metod in področij delovanja.

Tretji del je omogočil podrobnejšo analizo projektov po naslednjih dimenzijah: vrsta projekta (npr. izobraževalna gradiva, raziskave, kampanje), sektor izvajalcev, obravnavane veščine (npr. kritično razmišljanje, uporaba medijev, ustvarjalnost), ciljne skupine (npr. otroci, mladostniki, strokovnjaki, ranljive skupine) ter cilji in zaznani vpliv projektov (npr. povečanje zavedanja, sprememba vedenja, demokratizacija).

Na ta način je vprašalnik podprl večdimenzionalno klasifikacijo aktivnosti in prepoznavo razvojnih smeri na področju medijske pismenosti.

2.2 Analitične tehnike

Anketa. Za analizo podatkov so bile uporabljene standardne statistične metode. Bivariatne povezave med posameznimi konstrukti in demografskimi spremenljivkami so bile preverjene s Pearsonovim korelacijskim koeficientom in v primeru nominalnih spremenljivk s primerjavo povprečij skupin, pri čemer je bil za preverjanje statistične značilnosti razlik uporabljen t-test za neodvisne vzorce.

Vpliv dimenzij medijske in zasebnostne pismenosti na odvisne spremenljivke (zmožnost prepoznavanja dezinformacij, varovanje zasebnosti na spletu, varovanje zasebnosti na družbenih omrežjih in politična participacija) je bil preverjen z multivariatno regresijsko analizo. Vsi regresijski modeli so bili zasnovani tako, da so poleg dimenzij pismenosti vključevali tudi ustrezen nabor kontrolnih demografskih in socialnoekonomskih spremenljivk. Dodatno je bilo v model prepoznavanja dezinformacij vključeno tudi verjetje v teorije zarot na področju podnebnih sprememb, s čimer je bila preverjana hipoteza o vplivu predhodnih stališč na objektivno zmožnost presoje informacij.

Fokusne skupine. Kvalitativni podatki, zbrani med fokusnimi skupinami, so bili podvrženi sistematični obdelavi in analizi.

- Prepis in kodiranje. Vse fokusne skupine so bile zvočno posnete in nato v celoti dobesedno prepisane (transkribirane). Prepisano gradivo je bilo obravnavano kot primarni korpus za analizo. Sledilo je natančno kodiranje transkriptov, pri čemer so bili segmenti besedila označeni z deskriptivnimi in interpretativnimi kodami.
- Tematska analiza. Za interpretacijo kodiranih podatkov je bila uporabljena tematska analiza, ki je fleksibilen in sistematičen pristop za identifikacijo, analizo in poročanje o ponavljajočih se vzorcih (temah) znotraj podatkovnega nabora. Proces analize je vključeval naslednje korake:

1. Seznanitev z gradivom: poglobljeno branje transkriptov za pridobitev celostnega razumevanja diskusij.
2. Generiranje začetnih kod: identifikacija in označevanje ključnih segmentov, relevantnih za raziskovalna vprašanja.
3. Iskanje tem: povezovanje podobnih kod v širše teme, ki so hkrati izhajale iz ciljnih tematskih sklopov protokola fokusnih skupin (tj. prakse informiranja, zaupanja medijem, preverjanja verodostojnosti) in iz induktivno generiranih pojasnjevalnih kategorij.
4. Pregled tem in strukturiranje: razvijanje in prečiščevanje hierarhije tem in podtem za zagotovitev, da celovito in koherentno zajemajo in pojasnjujejo fenomene, kot so mehanizmi preverjanja verodostojnosti in percepcije družbenih groženj med različnimi generacijami in stopnjami pismenosti.

Tematska analiza je na podlagi te strukturirane metode omogočila premik od deskriptivnega (kaj je bilo rečeno) k interpretativnemu razumevanju (zakaj je bilo rečeno), kar je bilo ključno za kontekstualizacijo in poglobitev statističnih ugotovitev iz kvantitativne faze.

Popis aktivnosti in pregled pravnega okvira. Analiza projektov je potekala z uporabo večdimenzionalne klasifikacije:

- Identifikacija akterjev in institucionalna umeščenost: razvrstitev po sektorski pripadnosti (institucionalni – neinstitucionalni) in pravni podlagi delovanja (zakonsko opredeljene naloge – projektno/prostovoljno delovanje).
- Tipologija projektov: razvrstitev glede na metodološko naravo (razvoj gradiv/orodij, neposredno delo, kampanje, razvoj politik).
- Obravnavane veščine in ciljne skupine: analiza veščin, ki so jih projekti naslavljali (uporabniških veščin, kritičnega razmišljanja, ustvarjalnosti, varnosti), in ciljnih skupin (otrok, mladostnikov, starejših, strokovnjakov).

Izveden je bil kritični pregled institucionalnega in pravnega okvira na ravni EU in v Sloveniji. Sekundarna analiza je vključevala pregled Direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah in Akta o digitalnih storitvah (DSA). Na slovenski ravni je bila analiza osredinjena na obravnavo dezinformacij na podlagi obstoječih pravnih institutov (Kazenski zakonik in Obligacijski zakonik) in strateških dokumentov (Strategija kibernetske varnosti), ob upoštevanju implementacije DSA.

2.3 Omejitve in posebnosti

Narava vzorčenja in reprezentativnost. Kvantitativna faza je temeljila na *kvotnem vzorčenju*, ki je neverjetnostna metoda. Čeprav je bilo vzorčenje stratificirano glede na tri ključne demografske kriterije (starost, spol, regije) in je bil uporabljen postopek uteževanja *RIM Weighting*, *vzorec strogo gledano ni statistično reprezentativen* celotni populaciji Republike Slovenije. To pomeni, da je ekstrapolacija rezultatov na celotno populacijo metodološko omejena, čeprav je struktura vzorca po ključnih socialnodemografskih spremenljivkah usklajena s parametri populacije.

Ublažitev pristranskosti pri samoocenjevanju. Vprašalnik je medijsko pismenost meril s *kombinacijo samoocenjevanja in objektivnega preverjanja znanja* (zasebnostna pismenost je bila merjena izključno kot test znanja). Ta mešani pristop je bil izbran za zmanjšanje vpliva *Dunning-Krugerjevega učinka*, pri katerem posamezniki z nižjim znanjem velikokrat precenjujejo svoje sposobnosti, kar je pogosta težava v raziskavah pismenosti, ki temeljijo zgolj na samopresoji. Kljub temu prisotnost samoocenjevalnih lestvic v merjenju medijske pismenosti predstavlja potencialno metodološko omejitev, ki ne more biti popolnoma odpravljena.

Vpliv izbrane teme na zaznavanje dezinformacij. Pri merjenju zmožnosti prepoznavanja dezinformacij je bil uporabljen testni pristop z izpostavljenostjo besedilu, ki promovira teorije zarot na področju podnebnih sprememb. Zaradi načina merjenja spremenljivke (eksperimentalni pristop, pri katerem so bili respondenti med anketiranjem izpostavljeni besedilu), ni bilo mogoče preskusiti, ali so dejavniki verjetja dezinformacije odvisni od izbrane teme (v našem primeru podnebnih sprememb).

Pristranskost neodzivnosti (*non-response bias*). Izhajajoč iz sekvenčne narave rekrutacije (udeleženci so bili rekrutirani iz anketnega vzorca), je bila opažena metodološka posebnost: izrazito *nižja pripravljenost za sodelovanje v fokusnih skupinah med respondenti z izmerjeno nizko stopnjo medijske pismenosti*. To kaže *pristranskost neodzivnosti* (*non-response bias*), ki se metodološko interpretira kot povezana s splošno visoko stopnjo družbenega nezaupanja in cinizma, značilnega za to skupino. Čeprav smo na osnovi te ugotovitve prilagodili proces vzorčenja, da bi poskusili zagotoviti ustrezno zastopanost manj medijsko pismenih v fokusnih skupinah, ostajajo ti posamezniki manj zastopani v generacijsko homogenih fokusnih skupinah.

Ubesedljivost presojanja vsebin. Tematska analiza fokusnih skupin je razkrila, da kljub rutinskemu preverjanju verodostojnosti (*verifikaciji*) z uporabo metode *primerjanja več virov* udeleženci *težko ubesedijo* konkretne kriterije in formalizirane prakse presoje informacij (npr. ne

uporabljajo preverjanja dejstev ali orodij OSINT). To pomeni, da je analiza temeljila na interpretaciji *implicitnega* znanja in *intuitivnega* ravnanja, in ne na eksplicitno opredeljenem kritičnem znanju.

Neinstitucionalna dominacija. Kartiranje je sistematično potrdilo močno *prevlado neinstitucionalnih akterjev*, zlasti organizacij civilne družbe, pri izvajanju aktivnosti na področju medijske pismenosti med letoma 2020 in 2024. Medtem ko ta ugotovitev uspešno izpolnjuje cilj analize okolja, hkrati pomeni, da je kartiran popis aktivnosti sam po sebi omejen z neinstitucionalno naravo področja (projektno financiranje, kratkotrajnost pobud), kar otežuje oceno dolgoročne sistemske učinkovitosti in evalvacije vpliva.

3 METODOLOŠKA POJASNILA K POGLAVJU MEDIJSKI PLURALIZEM KOT PROSTOR POLITIČNEGA BOJA: AKTERJI NA PODROČJU MEDIJSKE ZAKONODAJE MED STRUKTURNIMI SPREMEMBAMI DRUŽBENEGA KOMUNICIRANJA

3.1 Vzorčenje in izbor enot

V poglavju smo se osredinili na raziskovanje dveh dimenzij oblikovanja in spreminjanja slovenske medijske zakonodaje (s poudarkom na ZMed): 1. diahrone, ki analizira spremembe skozi čas ter genealogijo, ki je pripeljala do sedanjega stanja, in 2. sinhrone, ki analizira strukturo raznolikosti akterjev na področju medijske zakonodaje v sedanjosti (gre za poskus sociologije sedanjosti (Beck, 2009), sociologije aktualnosti (*sociology of current affairs*) (Rosa, 2013) oz. zgodovinjenja dogodkov v realnem času).

Empirično delo je razdeljeno na dva dela, ki sledita različnima raziskovalnima metodama:

Izvedba polstrukturiranih in strukturiranih intervjujev z relevantnimi akterji. 18 polstrukturiranih intervjujev (glejte tabelo 2), s poudarkom na diahroni dimenziji; prvenstven izbor (strokovnih in političnih) uradnikov, ki so ali delujejo na relevantnem področju (ministri in ministrice za kulturo, direktorji in direktorice Direktorata za medije na MK, izbrani najaktivnejši strokovnjaki in strokovnjakinje s področja medijske zakonodaje in posamezni državni uradniki (Ministrstvo za digitalno preobrazbo RS, AVK, AKOS ipd.), ki so bili leta 2023 vključeni v neformalno skupino ob oblikovanju prvega predloga ZMed; stopnja odziva na poziv za intervju je bila približno polovična, poziv so zavrnili oz. se nanj niso odzvali tudi nekateri pomembni akterji).

Sedemintrideset strukturiranih intervjujev (glejte tabelo 4), s poudarkom na sinhroni dimenziji; k izvedbi smo iz nabora akterjev (glejte nadaljevanje) povabili sogovorke in sogovorce kot predstavnike relevantnih akterjev, ki so podali pisni odziv na prvi osnutek ZMed (december 2023); k sodelovanju so bili povabljeni največ trikrat (neodzivnost po tretjem povabilu je bila upoštevana kot zavrnitev sodelovanja); izmed 80 povabljenih akterjev (nekateri so reprezentirali dve organizaciji ali so že bili intervjuvani v sklopu polstruktiriranih intervjujev) se jih je za sodelovanje odločilo 39 oz. 48,8 %).

Analiza pisnih odzivov na osnutek ZMed (december 2023). Analiziranih 89 odzivov akterjev (glejte tabelo 3) izmed identificiranih 96, ki so podali pisni odziv na prvi predlog besedila ZMed v okviru javne razprave; kot akterji so opredeljene organizacije (tj. kolektivne skupine) oz. osebe, ki so odziv podale v imenu organizacije, ki jo zastopajo oz. so v njej zaposlene; fizične osebe so bile iz analize izvzete.

Tabela 3: Pregled izvedenih polstrukturiranih intervjujev z osebami s področja priprave medijske zakonodaje

Priimek, ime	Opis	Datum izvedbe	Dolžina
Gazdić, Sašo	Svetovalec za kulturo in avdiovizualne zadeve na stalnem predstavništvu Slovenije pri EU (2019–), direktor Direktorata za medije na MK (2004–2006)	november 2023	83 min.
Gorjanc, Tomaž	Vodja sektorja za elektronske medije na AKOS-u	marec 2024	105 min.
Jezovšek, Branko	Sekretar in pravnik na Direktoratu za medije MK (2007–)	februar 2024	81 min.
Kerševan, Tanja	Docentka komunikologije na FDV UL, v preteklosti delovala na AKOS-u (1998–2016), državna sekretarka na MK (2019–2020)	december 2023	70 min.
Kučić, Lenart	Svetovalec ministrice za kulturo za medije (2022–), raziskovalec medijev in novinar	november 2023	118 min.
Leiler, Ženja	Direktorica Direktorata za medije MK (2013–2014), novinarka, direktorica Kinoteke (2020–)	november 2023	69 min.
Lekič, Davor	Pravnik na Agenciji RS za varstvo konkurence (AVK)	marec 2024	41 min.
Mazi, Blaž	Direktor Direktorata za medije MK (2022–), novinar in urednik	november 2023	80 min.
Oblak, Nataša	Presoja koncentracij podjetij na Agenciji RS za varstvo konkurence (AVK)	marec 2024	58 min.
Ostrouška, Irena	Sekretarka na Direktoratu za medije MK (2010–), novinarka	januar 2024	66 min.

Peršak, Tone	Minister za kulturo (2016–2018), pisatelj in politik	februar 2024	73 min.
Petek, Miro	Direktor Direktorata za medije MK (2012), svetovalec ministra za kulturo (2020–2022), novinar, politik, poslanec	november 2023	68 min.
Petković, Brankica	Raziskovalka na Mirovnem inštitutu, avtorica več člankov in knjig ter aktivna v različnih iniciativah in organih na področju medijske zakonodaje	junij 2024	69 min.
Prodnik, Igor	Direktor Direktorata za medije na MK (2004–2008), režiser, scenarist in uradnik	november 2023	87 min.
Prpić, Marko	Strokovnjak za medije, pomočnik urednika in pomočnik odgovornega urednika razvedrilnega programa (RTV SLO), aktiven v iniciativah in organih na področju medijske zakonodaje	april 2024	66 min.
Rajgelj, Barbara	Docentka za pravne predmete na FDV UL, v okviru Pravne mreže za varstvo demokracije sodelovala pri pripravi Zakona o RTV (ZRTVS–2) (2022)	februar 2024	69 min.
Stopar, Vojko	Direktor Direktorata za medije na MK (2009–2011), državni sekretar na MK (2002–2004), politik in uradnik	november 2024	102 min.
Širca, Majda	Ministrica za kulturo (2008–2011), političarka, publicistka, urednica oddaj na RTV	februar 2024	96 min.

Tabela 4: Odzivi akterjev v javni razpravi novega predloga ZMed (december 2023–januar 2024)

Pridobljeni odzivi					
Organizacija		Organizacija		Organizacija	
1	Ars Ramovš	31	Slovensko združenje medijev (SZM) in Slovenska oglaševalska zbornica (SOZ)	61	Ministrstvo za digitalno preobrazbo RS
2	Informacijski pooblaščenec	32	Državljansko gibanje Resni.ca	62	Ženski lobi Slovenije (in Zagovorniška skupina za pravične evropske volitve za ženske)
3	Radio Ognjišče	33	Zveza potrošnikov Slovenije	63	Združenje gluhih Slovenije 14 11
4	Državljan D	34	Zveza prijateljev mladine Slovenije	64	Zavod Oštro
5	Odvetniška zbornica Slovenije	35	Zavod PIP	65	Gospodarsko interesno združenje Slovenski neodvisni avdio in video producenti (GIZ SNAVP)
6	Pro Plus	36	Radio Krka	66	GEN energija

7	Telemach	37	Zveza društev slepih in slabovidnih Slovenije	67	Sindikat novinarjev Slovenije
8	Radio 94	38	Trgovinska zbornica Slovenije	68	Združenje neodvisnih radiev
9	Radio Murski val	39	Telekom Slovenije	69	Društvo Asociacija
10	Slovensko muzikološko društvo	40	Slovenska tiskovna agencija (STA)	70	Primorski val, Radio Cerkno, Radio Kobarid
11	Svet za radiodifuzijo	41	Radio Pro 1	71	Gospodarska zbornica Slovenije
12	Medijska zbornica Slovenije	42	Naš čas – Radio Velenje	72	N1 – Skupina odgovornih urednikov slovenskih medijev
13	Združenje občin Slovenije	43	Tsmedia	73	Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport RS
14	AVK	44	Slovenski filmski center	74	Mestna občina Ljubljana (MOL)
15	SAZAS	45	Novi tednik in Radio Celje	75	Javna agencija RS za zdravila in medicinske pripomočke (JAZMP)
16	Next Media	46	Združenje slovenskih operaterjev digitalnih televizijskih storitev	76	Radio Tednik Ptuj
17	Radio Center	47	Združenje kabelskih operaterjev Slovenije	77	Zveza društev slovenskih filmskih ustvarjalcev
18	Rock Radio	48	Gospodarsko interesno združenje lokalnih in regionalnih radijskih postaj Slovenije	78	Radio Sora
19	Časoris	49	Holding Slovenske elektrarne	79	Krščanski center Slovenije
20	Slovensko zavarovalno združenje	50	Društvo novinarjev Slovenije	80	Slovenska škofovska konferenca
21	United Media	51	Nacionalni svet invalidskih organizacij Slovenije	81	Slovenska Karitas
22	RGL – Radio Aktual, Radio Veseljak, Best FM (Media24)	52	Zveza društev gluhih in naglušnih Slovenije	82	Družina
23	Radio Kum Trbovlje – Radio Aktual Kum	53	Varuh človekovih pravic	83	Binkoštna cerkev in Evangelijska krščanska cerkev
24	Združenje novinarjev in publicistov (ZNP)	54	PRO TV	84	Iniciativa za svobodo izražanja

25	Hiša slovenskega znakovnega jezika	55	Združenje mestnih občin Slovenije	85	Župnija Lucija – Portorož
26	Dnevnik (odgovorni urednik)	56	Zavod Radio Študent (RŠ), Zavod Mariborski radio Študent (MARŠ), Zavod Neodvisni obalni radio (NOR)	86	KS Zlato polje Kranj
27	Hiša staromodne glasbe	57	Skupnost občin Slovenije	87	Zveze organizacij civilne družbe Slovenije
28	Uprava RTV Slovenija	58	AKOS	88	Odvetniška družba Sibinčič Križanec
29	Infonet Media	59	Akademsko društvo Pravnik	89	Hiša zvezd
30	Zveza sindikatov vseh glasbenikov Slovenije, Sindikat Glosa, Združenje fonogramske industrije Slovenije, SiPA GIZ, Združenje ZIP, IPF, k. o.	60	Društvo slovenskih skladateljev		

Tabela 5: Pregled opravljenih strukturiranih intervjujev z akterji, ki so se v obdobju odprte javne razprave med decembrom 2023 in januarjem 2024 s komentarji odzvali na prvi predlog novega ZMed

Priimek, ime	Organizacija	Funkcija	Datum izvedbe	Dolžina
Katja Plazovnik	JAZMP	Pisarna za pravne zadeve	8. 9. 2024	20 min
Cene Grčar	Pro Plus	Odvetnik	20. 9. 2024	72 min.
Anuška Delić	Oštro	Ustanoviteljica in odgovorna urednica	14. 6. 2024	42 min.
Anonimizirano	Zveza prijateljev mladine Slovenije	Sodelavka s področja otrokovih pravic	26. 7. 2024	25 min.
Jurij Franc Tasić	Svet za radiodifuzijo	Predsednik	26. 7. 2024	49 min.
Damjan Šebjan; Tanja Potočnik Hönigsman; Marjetka Kulovec; Izabela Jurišević	Združenje gluhih Slovenije 14 11	Predsednik; koordinatorica; članica; članica	2. 7. 2024	56 min.
Anonimizirano	Varuh človekovih pravic	Pomočnica vodje Centra za človekove pravice pri VČP RS	16. 7. 2024	34 min.
Petra Vidmar	ZDSFU/FPS	Podpredsednica	11. 7. 2024	41 min.

Mateja Toman	NSIOS	Predsednica	10. 7. 2024	29 min.
Mitja Podgajski	Medijska zbornica	Član upravnega odbora	10. 7. 2024	29 min.
Bojan Mord	Hiša slovenskega znakovnega jezika	Direktor	8. 7. 2024	49 min.
Ivan Seljak	Primorski val	Urednik in prokurist	9. 7. 2024	55 min.
Martina Kolenc Novak	Radio Sora	Direktorica	8. 7. 2024	57 min.
Tomaž Grubar	GIZ SNAVP; Produkcijska skupina Mangart	Član GIZ SNAVP; član, ustanovitelj in direktor produkcijske skupine Mangart	8. 7. 2024	44 min.
Mihael Šuštaršič	SiolNET	Odgovorni urednik portala	5. 7. 2024	62 min.
Anonimizirano	Zveza društev gluhih in naglušnih Slovenije	Strokovna sodelavka	27. 6. 2024	33 min.
Špela Stare	Društvo novinarjev Slovenije	Generalna sekretarka	27. 6. 2024	55 min.
Simon Stegel	ZKOS	Generalni sekretar uprave	25. 6. 2024	44 min.
Natalija Gorščak	RTV (uprava)	V. d. predsednice uprave	24. 6. 2024	45 min.
Alenka Jerše	Informacijska pooblaščenka	Namestnica pooblaščenke	4. 6. 2024	32 min.
Domen Savić	Državljan D	Direktor	29. 5. 2024	35 min.
Sonja Merljak Zdovc	Časoris	Direktorica	4. 6. 2024	29 min.
Taja Topolovec	Pod črto	Ustanoviteljica, direktorica in odgovorna urednica	21. 6. 2024	25 min.
Anonimizirano	Združenje medijev	Predsednik	20. 6. 2024	33 min.
Andrej Karoli	Val 202 (RTV)	Glasbeni urednik Radia Slovenije, Val 202	13. 6. 2024	34 min.
Simon Prelesnik	Media24	Direktor radijskih uredništev Media24	18. 6. 2024	45 min.
Valentina Rajaković	Radio Študent, Društvo Asociacija	Direktorica Zavoda Radio Študent in podpredsednica Društva Asociacija	18. 6. 2024	28 min.
Anonimizirano	SOS	Koordinatorica področja kulture	17. 6. 2024	33 min.
Miran Košpenda	ZMOS	Sekretar	4. 6. 2024	21 min.

Alenka Potočnik; Mojca Zabukovec	Sindikat novinarjev Slovenije (SNS)	Predsednica SNS; Glavna tajnica SNS	12. 6. 2024	50 min.
Anonimizirano	Zavod PIP	Sodelavka za komuniciranje	10. 6. 2024	46 min.
Štefan Kušar; anonimizirano	Zveza društev slepih in slabovidnih	Glavni tajnik; predsednik	6. 6. 2024	46 min.
Gregor Pompe	Slovensko muzikološko društvo	Član izvršilnega odbora	5. 6. 2024	23 min.
Sonja Lokar	Ženski lobi Slovenije	Predsednica	5. 6. 2024	52 min.
Dušan Bavdek	Društvo slovenskih skladateljev (DSS)	Predsednik	29. 5. 2024	36 min.
Franci Trstenjak	Radio Ognjišče	Direktor	27. 5. 2024	25 min.
Mitja Jelenič Novak	Odvetniška zbornica Slovenije	Član	28. 5. 2024	37 min.

3.2 Postopki zbiranja podatkov

Glavnino empiričnega dela raziskave smo izvedli med novembrom 2023 in septembrom 2024 (v obdobju javne razprave in preoblikovanja predlogov novega ZMed).

Polstrukturirani intervjuji. Pred izvedbo intervjujev smo pripravili poseben vodnik, od katerega smo med izvedbo – predvsem zaradi heterogene strukture intervjuvancev – glede na razvoj razprave tudi odstopali. Tematsko so bili intervjuji sicer razdeljeni v sedem sekcij: 1. ozadje intervjuvanca in vpliv na pripravo zakonodaje, 2. zgodovinski razvoj medijske krajine in medijske zakonodaje, 3. osrednje tematike medijske zakonodaje, 4. dejavniki za (ne)uspeh pri spreminjanju zakonodaje, 5. nove tehnologije in medijska zakonodaja, 6. odnos do politične regulacije medijev in 7. premislek o prihodnosti medijev. V povprečju so intervjuji trajali 70 minut.

Strukturirani intervjuji. Strukturirani intervjuji so bili izvedeni med majem in septembrom 2024. Pred izvedbo smo pripravili vodnik s sedmimi natančno formuliranimi vprašanji, ki so tematsko zaobsegala opis organizacije/akterja, postopek odziva in oceno predloga ZMed, razlog in vsebinske poudarke odziva, vrednote in vrednostne sisteme, iz katerih akter izhaja, in oceno glede načina vključevanja v oblikovanje nove medijske zakonodaje. Po končanem strukturiranem delu smo sogovorcem zastavili še serijo personaliziranih vprašanj, ki so se porodila med strukturiranim delom pogovora. Dolžina intervjujev tako precej variira, četudi povprečno trajajo 42 minut. Intervjuje smo večinoma izvajali v parih (samostojno le zaradi zasedenosti drugih raziskovalcev) in pretežno na spletni platformi Zoom.

Pisni odzivi akterjev. Besedilo prvega predloga novega ZMed je bilo javno objavljeno na portalu eUprava 12. decembra 2023. Javna razprava je potekala do 31. januarja 2024. MK smo 19. januarja 2024 (in ponovno 12. aprila 2024) – v skladu z Zakonom o dostopu do informacij javnega značaja (ZDIJZ) – poslali prošnjo za dostop do podatkov javnega značaja, tj. vseh komentarjev in pripomb, ki so v sklopu javne obravnave prispeli na portal eDemokracija, po elektronski in navadni pošti. Prošnji je bilo ugodeno 29. maja 2024, ko smo prejeli anonimizirane odzive. Na podlagi pridobljenih podatkov smo identificirali 96 akterjev, ki so posredno izkazali zanimanje za področje medijske zakonodaje v Sloveniji.

Tako polstrukturirani kot strukturirani intervjuji so bili zvočno posneti in transkribirani s spletnim orodjem Govori.si. Na ta način so bili pripravljeni za nadaljnje analize. Od vseh intervjuvancev smo pridobili tudi soglasja za sodelovanje v raziskavi. Ker ocenjujemo, da je v naši raziskavi perspektiva izražanja stališč pomemben raziskovalni podatek, so bile možnosti anonimizacije omejene le na polstrukturirane intervjuje, pri katerih so intervjuvanci lahko izbirali med neanonimizirano možnostjo (navedbo z imenom in s priimkom ter funkcijo) ali delno anonimizacijo (omembo zgolj funkcije in organizacije). Transkripti intervjujev so tudi v postopku sprejemanja v Arhiv družboslovnih podatkov na FDV.

3.3 Analitične tehnike

Intervjuje in analizirane dokumente sta neodvisno obdelala raziskovalca v programu MaxQDA. Uporabili smo manualno kodiranje, pri čemer smo sledili utemeljeni teoriji (*grounded theory*), ki poudarja soudeležbo raziskovalcev in vlogo teorije pri konstrukciji kategorij (Charmaz, 2014).

3.4 Omejitve in posebnosti

Kontekstualna časovna umeščenost. Intervjuji ter analiza dokumentov in pisnih odzivov akterjev so bili izvedeni v specifičnem obdobju, katerega značilnosti so vplivale na percepcijo sogovorcev. Izražena stališča in razpoloženje se s časom tako lahko spreminjajo.

Posebna omejitev drugega dela raziskave (sinhrona dimenzija) je tudi sprotno spreminjanje preoblikovanja besedila ZMed in spremljajoče javne razprave. Medtem ko so bile med aktivnim raziskovanjem javno dostopne štiri vsebinske različice besedila, se je naša raziskava osredinjala predvsem na prvo (in delno drugo) različico. Med zaključevanjem poročila (3. septembra 2025) je bil zakon tudi uradno sprejet. Zaradi časovne omejitve tako ni bilo mogoče primerjati prve različice z zadnjo, sprejeto,

ki bi omogočila ugotavljanje (ne)upoštevanja interesov zainteresiranih akterjev. Kljub temu pa bo na podlagi naše analize to mogoče retroaktivno rekonstruirati.

Obseg in sestava vzorca. Kljub vključitvi akterjev različnih ozadij je število intervjuvancev (n = 18, n = 37) razmeroma majhno. Ugotovitve tako niso namenjene posploševanju na celotno populacijo deležnikov, temveč predvsem omogočajo dragocen vpogled v dinamiko interesov in razumevanje pluralizma, ki ju ni mogoče zaznati izključno s kvantitativnimi metodami.

Merjenje pluralizma na podlagi kvalitativnih podatkov. Kvalitativne metode kljub dragocenim vpogledom v interese in percepcijo ne omogočajo natančne kvantifikacije razmerij moči. Prihodnje raziskave bi bilo smiselno dopolniti s sistematičnimi kvantitativnimi analizami.

Primerljivost s prakso v drugih evropskih državah. Čeprav smo v razpravo vključili analizo medijske regulacije na evropski ravni, bi dodaten in dragocen vpogled na raziskovano področje omogočala analiza primerljivih procesov zakonodajnega prilagajanja EMFA v različnih evropskih državah, sploh tistih, za katere sta – tako kot za Slovenijo – značilni majhnost trga in polperiferna pozicija.

4 VIRI IN LITERATURA

Beck, Ulrich (2009): *World at Risk*. Cambridge, Malden: Polity Press.

Charmaz, Kathy (2014): Grounded Theory in Global Perspective: Reviews by International Researchers. Qualitative Inquiry 20 (9): 1074–1084.

Chen, Der-Thang »Victor«, Jing Wu in Yu-Mei, Wang (2011): Unpacking New Media Literacy. Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics 9 (2): 84–88.

Koç, Mustafa in Emine Barut (2016): Development and Validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for University Students. Computers in Human Behavior 63: 834–843.

Masur, Philipp K. (2020): How Online Privacy Literacy Supports Self-Data Protection and Self-Determination in the Age of Information. Media and Communication 8 (2): 258–269.

Rosa, Hartmut (2013): Social Acceleration: A New Theory of Modernity. New York: Columbia University Press.

AVTORICE IN AVTORJI

Dr. Igor Vobič, urednik, je redni profesor novinarskih študij na Katedri za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani in namestnik predstojnika Centra za raziskovanje družbenega komuniciranja na isti instituciji. Raziskovalno proučuje materialne in simbolne implikacije tehnoloških inovacij za novinarstvo, transformacije delovnega procesa novinarjev in družbene vloge sodobnega novinarstva. Od leta 2023 je kot predstavnik javnosti član Novinarskega častnega razsodišča pri Društvu novinarjev Slovenije in Sindikatu novinarjev Slovenije. Bil je vodja ciljnega raziskovalnega projekta *Medijska krajina v Sloveniji med pluralizacijo in homogenizacijo*, na podlagi katerega je nastala ta monografija.

Dr. Slavko Splichal je redni profesor za komuniciranje in javno mnenje na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani in je predstojnik Centra za raziskovanje družbenega komuniciranja. Njegovo raziskovalno delo se osredinja na javnost in javno mnenje, politično komuniciranje, medijsko politiko ter metodologijo raziskovanja komuniciranja. Je ustanovitelj in direktor Evropskega inštituta za komuniciranje in kulturo (EURICOM) in odgovorni urednik njegove revije *Javnost – The Public*.

Dr. Melita Poler Kovačič je redna profesorica novinarskih študij na Katedri za novinarstvo Fakultete za družbene vede Univerze v Ljubljani ter članica Centra za raziskovanje družbenega komuniciranja na isti instituciji. Je tudi skrbnica področja Novinarske študije na tretji stopnji študija. Njeni raziskovalni interesi zajemajo vprašanja svobode izražanja v kontekstu novinarstva, zlasti novinarsko etiko in samoregulacijo.

Dr. Marko Robnik - Šikonja je redni profesor računalništva in informatike na Fakulteti za računalništvo in informatiko Univerze v Ljubljani ter vodja Laboratorija za kognitivno modeliranje na isti instituciji. Njegovi raziskovalni interesi temeljijo na ekstrakciji znanja iz podatkov in razvoju novih metod strojnega učenja, ki omogočajo odkrivanje vpogledov, sicer nedostopnih človeškemu zaznavanju. Ukvarja se s področji strojnega učenja, obdelave naravnega jezika, razložljive umetne inteligence, analize omrežij ter njihovimi različnimi aplikacijami.

Dr. Ilija Tomanić Trivundža je izredni profesor komunikologije na Katedri za medijske in komunikacijske študije na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani ter član Centra za raziskovanje družbenega komuniciranja na isti instituciji. Njegovo glavno raziskovalno področje zajema vizualno komuniciranje, s posebnim poudarkom na družbeni in politični vlogi fotografije v sodobnem medijsko posredovanem komuniciranju. Poleg tega raziskuje novinarstvo z vidika procesov kolektivne identitete, v zadnjem času pa se osredinja na vprašanja nove vidnosti in zgodovinski

razvoj novinarske fotografije. Med letoma 2016 in 2021 je bil predsednik Evropskega združenja za raziskovanje in izobraževanje na področju komuniciranja (ECREA).

Dr. Jernej Amon Prodnik je izredni profesor komunikologije na Univerzi v Ljubljani ter član Katedre za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani in Centra za raziskovanje družbenega komuniciranja na isti instituciji. Njegova glavna raziskovalna področja zajemajo kritiko politične ekonomije in zgodovinske preobrazbe kapitalističnih družb, s posebnim poudarkom na novinarstvu, medijih in družbenem komuniciranju.

Dr. Boris Mance je raziskovalec na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani in predsednik Slovenskega komunikološkega društva. Njegovo raziskovalno delo temelji na analizi velikih podatkov, jezikovnih tehnologijah ter klasičnih metodah, kot so anketni vprašalniki. Kot znanstveni sodelavec te pristope uporablja pri proučevanju novinarstva, novinarske svobode, homogenizacije in raznolikosti medijskih vsebin, javne sfere, političnega komuniciranja, medijskih obravnav družbenih gibanj, dela in migracij. V okviru ciljnega raziskovalnega projekta, na podlagi katerega je nastala ta monografija, je koordiniral delo prvega delovnega svežnja Analiza objav slovenskih televizijskih, radijskih, tiskanih in spletnih medijev.

Dr. Tanja Kerševan je docentka komunikologije na Univerzi v Ljubljani ter članica Centra za raziskovanje družbenega komuniciranja in Katedre za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani. Je tudi gostujoča raziskovalka na Centru Roberta Schumana za napredne študije pri Evropskem univerzitetnem inštitutu (EUI) v Firencah. Raziskovalno jo zanimajo politike urejanja medijev in digitalnega komuniciranja, zlasti v povezavi z razvojem umetne inteligence in njenimi vplivi na demokratične procese. V okviru ciljnega raziskovalnega projekta, na podlagi katerega je nastala ta monografija, je koordinirala delo delovnega svežnja Medijska pismenost in kompetence za prepoznavanje dezinformacij.

Dr. Jernej Kaluža je docent kulturologije na Univerzi v Ljubljani, član Centra za raziskovanje družbenega komuniciranja in član Katedre za komunikologijo na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani. Njegovo trenutno delo obsega področja kritične teorije, kulturnih študij in komunikologije. Njegovi najnovejši članki o algoritmični personalizaciji in podatkovno pogojenem empiričnem pristopu posegajo na področja kritičnih podatkovnih študij, teorije javne sfere in filozofije tehnologije. Preden se je pridružil Fakulteti za družbene vede, je deloval tudi kot novinar in urednik na Radiu Študent v Ljubljani. V okviru ciljnega raziskovalnega projekta, na podlagi katerega je nastala ta monografija, je koordiniral delo delovnega svežnja Analiza strukturnih sprememb družbenega komuniciranja.

Dr. Sašo Slaček Brlek je znanstveni sodelavec na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani. Raziskuje procese digitalizacije in platformizacije družbenega komuniciranja, pri čemer se osredinja predvsem na spreminjajoče se poslovne modele in delovni proces novičarskih medijev ter delovne pogoje novičarskih delavcev. Poleg tega raziskuje zgodovinska in sodobna prizadevanja za demokratiziranje, podružbljanje in dekoloniziranje medijev, s posebnim poudarkom na Novi svetovni informacijski in komunikacijski ureditvi (New World Information and Communication Order, NWICO)

Aleš Žagar je asistent in raziskovalec na Fakulteti za računalništvo in informatiko Univerze v Ljubljani ter član laboratorija za strojno učenje in jezikovne tehnologije (SUJT) na isti instituciji. Njegovo raziskovalno delo obsega področja obdelave naravnega jezika, globokega učenja ter uporabe in prilagajanja velikih jezikovnih modelov.

Nina Žnidaršič je pri monografiji sodelovala kot mlada raziskovalka na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani.

Nana Čemas je pri nastajanju monografije sodelovala kot magistrska študentka novinarstva na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani, od oktobra 2025 je mlada raziskovalka na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani.

Jan Kostanjevec je pri nastajanju monografije sodeloval kot mladi raziskovalec na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani.

POJASNILA IN IZJAVE AVTORIC IN AVTORJEV

Med izvajanjem raziskave sta bila Jernej Kaluža in Jernej Amon Prodnik člana strokovne komisije za medije na Ministrstvu za kulturo RS, v sklopu katere sta skupaj z drugimi članicami in člani komisije presojala o prejemnikih javnih sredstev v sklopu vsakoletnega javnega razpisa za sofinanciranje programskih vsebin medijev, v sklopu javnega razpisa za sofinanciranje projektov za spodbujanje, promocijo in razvoj medijske pismenosti in o statusu posebnega pomena na področju medijev. Omenjeno delo jima je omogočilo globlji vpogled v slovenski medijski sistem, vendar neposredno ni vplivalo na delo v okviru projekta. Prav tako ugotovitve projekta niso vplivale na njuno delovanje kot članov strokovne komisije in na njune presoje.

Sašo Slaček Brlek je zunajzakonski partner Aste Vrečko, ki je bila v času trajanja projekta in pisanja monografije ministrica za kulturo. Z namenom izognitve potencialnemu navzkrižju interesov ni sodeloval pri delu raziskave, ki je zadeval medijsko politiko in pluralnost akterjev na področju medijske zakonodaje.

Vloga Tanje Kerševan v pripravi tega besedila je dvojna: v sklopu besedila o medijski pismenosti je sodelovala kot raziskovalka in soavtorica besedila, v raziskovanju medijskih politik in pluralnosti akterjev na področju medijske zakonodaje (v ustreznem poglavju te monografije) pa je sodelovala zgolj kot intervjuvanka kot nekdanja državna sekretarka na Ministrstvu za kulturo RS in kot strokovnjakinja za medijsko zakonodajo z izkušnjami na Agenciji za komunikacijska omrežja in storitve RS. Z namenom izognitve navzkrižju interesov smo v okviru projekta obe vlogi strogo ločevali.

V okviru raziskovanja medijskih politik in pluralnosti akterjev na področju medijske zakonodaje je bil izveden polstrukturirani intervju z Igorjem Prodnikom, ki je na Ministrstvu za kulturo RS v preteklosti opravljal funkcijo sekretarja in tudi direktorja Direktorata za medije. Pri delovnem sklopu je kot raziskovalec sodeloval tudi Jernej Amon Prodnik, ki je njegov sin, vendar pri izvedbi, kodiranju, analizi in interpretaciji tega intervjuja ni sodeloval.

Pri pripravi te monografije so bila uporabljena orodja generativne umetne inteligence ChatGPT 4, ChatGPT 5 in Gemini za strukturiranje, snovanje, krajšanje in povzemanje delov besedila. Generirana vsebina je bila v celoti avtorsko redigirana in jezikovno pregledana.

Jernej Amon Prodnik, Nana Čemas, Jernej Kaluža, Tanja Kerševan, Jan Kostanjevec, Boris Mance, Melita Poler, Marko Robnik Šikonja, Sašo Slaček Brlek, Slavko Splichal, Ilija Tomanić Trivundža, Igor Vobič, Aleš Žagar, Nina Žnidaršič

Osrednja ugotovitev monografije je, da medijska pluralnost, pismenost in regulacija medsebojno predstavljajo soodvisne pogoje za delovanje demokratične javnosti. Oslabitev enega elementa vedno ogrozi tudi druga dva, s čimer se zmanjšuje odpornost medijskega sistema, krepi ranljivost za manipulacijo in povečuje tveganje za zlorabo medijev v prid partikularnim političnim in ekonomskim interesom, tudi s širjenjem dezinformacij. V Sloveniji je medijska pluralnost okrnjena zaradi homogenizacije novic, medijska pismenost ostaja šibka, zlasti pri ranljivih skupinah, regulacija pa orodje političnega boja, s katerim se problemi koncentracije medijskega lastništva in fragmentacije občinstev zgolj poglabljajo. Začarani krog je mogoče prekiniti le s celovitimi strukturnimi spremembami medijske krajine in temeljito preobrazbo medijskih politik, s katerimi bi mediji v prihodnje lahko lažje izpolnjevali svoje demokratične funkcije.

ISBN 978-961-295-150-4

Univerza v Ljubljani
Fakulteta za družbene vede