ZAKLJUČNO POROČILO
raziskovalnega projekta v okviru »CRP 2022«

Medijska krajina v Sloveniji med pluralizacijo in homogenizacijo

ZAKLJUČNO POROČILO
raziskovalnega projekta v okviru »CRP 2022«

»Medijska krajina v Sloveniji med pluralizacijo in homogenizacijo«

NOSILNA RAZISKOVALNA ORGANIZACIJA

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede (UL FDV)

FDV UNIVERZA V LJUBLJANI Fakulteta za družbene vede

PARTNERSKA RAZISKOVALNA ORGANIZACIJA

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za računalništvo in informatiko (UL FRI)

FRI UNIVERZA V LJUBLJANI Fakulteta za računalništvo in informatiko

FINANCIRANJE

Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije (MK)

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KULTURO

Agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije (ARIS)

ARIS Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije

ŠIFRA

V5-2297

OBDOBJE POROČANJA

1. 10. 2022–30. 9. 2025

VODJA RAZISKOVALNEGA PROJEKTA

prof. dr. Igor Vobič

ČLANICE IN ČLANI TER SODELAVCI IN SODELAVKE PROJEKTNE SKUPINE

prof. dr. Slavko Splichal, prof. dr. Melita Poler Kovačič, prof. dr. Marko Robnik Šikonja, izr. prof. dr. Ilija Tomanić Trivundža, izr. prof. dr. Jernej Amon Prodnik, doc. dr. Tanja Kerševan, doc. dr. Jernej Kaluža, znan. sod. dr. Sašo Brlek Slaček, znan. sod. dr. Boris Mance, asist. Tonja Jerele, asist. Aleš Žagar, asist. Nina Žnidaršič, Nana Čemas, Jan Kostanjevec

Ljubljana, 30. 9. 2025

Vsebina poročila

Predgovor 9

Povzetek za odločevalce: sistemsko tveganje in strateški ukrepi za medijsko krajino v Sloveniji 11

Dvojna infrastruktura demokratičnega komuniciranja 11

Strukturni problem: trendi vsebinske homogenizacije, skriti za institucionalno pluralnostjo 12

Subjektivni pogoj: protislovja medijske pismenosti 15

Regulatorni okvir in izzivi medijske politike 16

Prekinitev začaranega kroga neučinkovitosti 18

Strateška priporočila za odločevalce: izgradnja dvojne infrastrukture demokratične javnosti 19

I MEDIJSKA PLURALNOST IN PISMENOST KOT INFRASTRUKTURA DELUJOČE JAVNOSTI 23

I.I Uvod 24

I.II Medijska pluralnost, raznovrstnost in pluralizem 25

I.II.I Pluralnost in pluralizem 27

I.II.II Medijska raznolikost 28

I.II.III Razsežnosti pluralnosti 30

I.III Medijska (komunikacijska) pismenost 31

I.IV Odnos med pluralnostjo in pismenostjo 33

I.V Regulacija medijske pluralnosti in pismenosti 35

I.V.I Pluralnost, avtonomija in neodvisnost medijev 36

I.V.II Slovenska medijska pluralnost in pismenost v primerjalni perspektivi 38

I.VI Pluralnost in pismenost za prihodnost demokratične javnosti 39

II RAZNOLIKOST NOVIC V SLOVENSKI MEDIJSKI KRAJINI V DOBI DIGITALIZACIJE 41

II.I Teoretsko-kontekstualni uvod 42
II.I.I Raznolikost novic v sodobnem raziskovanju medijev 42
II.I.II Kritični pristop k raznolikosti novic 43
II.I.III Strukturni pogoji medijev v Sloveniji in raznolikost novic 43
II.I.IV Problemska sidrišča študije 45
II.II Kako smo merili? 46
II.II.I Vzorčenje 46
II.II.II Institucionalna centralizacija informacijskih virov 47
II.II.III Strukturna raznolikost in lastniška koncentracija 47
II.II.IV Selektivnost virov informacij 47
II.II.V Identifikacija in kategorizacija virov 48
II.III Rezultati 48
II.III.I Institucionalna centralizacija informacijskih virov – vloga STA 48
II.III.II Vzorci homogenizacije – lastništvo, regionalna bližina in ideološka podobnost 51
II.III.III Pluralizacija virov in primerjava medijskih skupin 54
II.III.IV Zastopanost družbenih akterjev 57
II.IV Razprava 59
II.V Omejitve raziskave 61

III PREGLED STANJA MEDIJSKE PISMENOSTI, KOMPETENC ZA PREPOZNAVANJE DEZINFORMACIJ IN ZASEBNOSTNE PISMENOSTI 63

III.I Teoretsko-kontekstualni uvod 64
III.II Opredelitev ključnih pojmov 66
III.II.I Medijska pismenost 66
III.II.II Dezinformacije in zasebnostna pismenost 67
III.II.III Generacijski pristop 68
III.III Kako smo merili? 69

III.IV Rezultati 70

III.IV.I Povezava medijske pismenosti z demografskimi dejavniki..... 70

III.IV.II Medijska pismenost in njena vloga v digitalnem okolju..... 71

II.IV.III Medijska pismenost in politična participacija: zapletena vez..... 73

III.IV.IV Zasebnostna pismenost in varovanje osebnih podatkov..... 74

III.IV.V Praktične navade in sistemske pomanjkljivosti: kvalitativni in strukturni vpogledi..... 76

II.IV.VI Strukturna analiza medijskopismenostnih aktivnosti v Sloveniji 77

III.V Razprava 78

III.VI Omejitve raziskave..... 80

IV MEDIJSKA POLITIKA IN PLURALNOST AKTERJEV NA PODROČJU MEDIJSKE ZAKONODAJE MED STRUKTURNIMI SPREMEMBAMI DRUŽBENEGA KOMUNICIRANJA 81

IV.I Teoretsko-kontekstualni uvod..... 82

IV.I.I Dileme in vprašanja medijske regulacije 83

IV.II Kako smo merili? 83

IV.III Rezultati 84

IV.III.I Ideali medijskega pluralizma med svobodo trga in odnosi moči..... 84

IV.III.II Kratka zgodovina in osrednje težnje pri (neuspešnih) reformah slovenske medijske zakonodaje..... 86

IV.III.III Akterji v javni razpravi in njihovi interesi..... 92

IV.IV Razprava 100

IV.V Omejitve raziskave 102

V ZAKLJUČEK 104

V.I Vzajemno razmerje med strukturo, subjektom in regulacijo 105

V.I.I Pluralnost kot strukturni pogoj: navidezna raznolikost, realna homogenizacija.....105

V.I.II Pismenost kot subjektivni pogoj: šibka kritičnost, močna potrditvena pristranskost 106

V.I.III Regulacija kot institucionalni okvir: doseg normativnih idealov na papirju 107

V.II Zaključni premisleki: veliko sistemsko tveganje za demokratični razvoj medijske krajine v Sloveniji 108

VI PRIPOROČILA ZA ODLOČEVALCE: IZGRADNJA DVOJNE INFRASTRUKTURE DEMOKRATIČNE JAVNOSTI 110

VI.I Strukturni in institucionalni ukrepi za krepitev medijske pluralnosti 111

VI.I.I Zagotavljanje institucionalne avtonomije javnih medijev in prenova tretjega medijskega sektorja.....111

VI.I.II Zaostritev regulacije, povečanje transparentnosti v medijski krajini in krepitev uredniške avtonomije 112

VI.I.III Reforma javnega financiranja medijev 112

VI.II Izgradnja družbene odpornosti: od veščin do kritične refleksije in zasebnostne pismenosti 113

VI.II.I Vzpostavitev nacionalnega strateškega okvira za medijsko pismenost 113

VI.II.II Spodbujanje aktivne participacije in prepoznavanja dezinformacij.....113

VI.II.III Učinkovita zaščita zasebnosti in podatkov 114

VI.III Učinkovita regulacija: krepitev institucionalnega okvira in procesov.....114

VI.III.I Zagotovitev institucionalne avtonomije in stabilnosti.....115

VI.III.II Vzpostavitev sistematičnega spremljanja stanja medijske krajine 115

VI.III.III Izboljšanje zakonodajnih procesov 115

VII METODOLOŠKA POJASNILA 116

VII.I Metodološka pojasnila k II. poglavju: Raznolikost novic v slovenski medijski krajini v dobi digitalizacije 117

VII.I.I Vzorčenje in izbor enot 117

VII.I.II Postopki zbiranja podatkov.....121

VII.I.III Kodiranje in kategorizacija virov.....121

VII.I.IV Analitične tehnike.....122

VII.I.V Metode razvrščanja in primerjave.....123

VII.I.VI Omejitve in posebnosti 123

VII.II Metodološka pojasnila k III. poglavju: Pregled stanja medijske pismenosti, kompetenc za prepoznavanje dezinformacij in zasebnostne pismenosti 124

VII.II.I Postopki zbiranja podatkov 124

VII.II.II Analitične tehnike 129

VII.II.III Omejitve in posebnosti 130

VII.III Metodološka pojasnila k IV. poglavju: Medijska politika in pluralnost akterjev na področju medijske zakonodaje med strukturnimi spremembami družbenega komuniciranja 131

VII.III.I Vzorčenje in izbor enot 131

VII.III.II Postopki zbiranja podatkov 138

VII.III.III. Analitične tehnike 138

VII.III.IV Omejitve in posebnosti 139

VIII LITERATURA IN VIRI 140

IX PRILOGE 149

IX.I Pojasnila in izjave članic in članov projektne skupine 150

IX.II Člani in sodelavci projektne skupine 150

Predgovor

Zaključno poročilo ciljnega raziskovalnega projekta *Medijska krajina v Sloveniji med pluralizacijo in homogenizacijo* (V5-2297; 1. 10. 2022–30. 9. 2025) prinaša celovit vpogled v stanje in razvojne probleme medijskega okolja v Sloveniji v obdobju globokih družbenih in tehnoloških sprememb. V središče triletnega projekta, ki sta ga sofinancirala Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije in Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije, je bilo postavljeno razumevanje medijske pluralnosti in medijske pismenosti kot dvojne infrastrukture demokratičnega komuniciranja: raznolikosti virov in vsebin ter kognitivne zmožnosti državljanov, da te vsebine kritično uporabljajo.

Poročilo v uvodnem delu predstavlja temeljna pojma medijske pluralnosti in pismenosti ter njun odnos in pomen za delujočo demokratično javnost. Sledijo trije empirični deli, ki preučujejo:

- raznolikost novic v digitalni dobi (avtorji Boris Mance, Marko Robnik Šikonja, Aleš Žagar, Igor Vobič);
- stanje medijske pismenosti, kompetenc za prepoznavanje dezinformacij in zasebnostne pismenosti (avtorice in avtorji Tanja Kerševan, Melita Poler, Sašo Slaček Brlek, Ilija Tomanić Trivundža);
- medijsko politiko in pluralnost akterjev na področju medijske zakonodaje (avtorice in avtorji Jernej Kaluža, Jernej Amon Prodnik, Nana Čemas, Nina Žnidaršič, Slavko Splichal in Jan Kostanjevec).

Analize združujejo metode kvalitativne in kvantitativne tradicije znanstvenega raziskovanja, ki so v treh empiričnih delih predstavljene okvirno, v metodoloških pojasnilih na koncu poročila pa podrobneje. Raziskava, ki je rezultat sodelovanja raziskovalcev in raziskovalk na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja (UL FDV) ter Laboratorija za strojno učenje in jezikovne vire (UL FRI), na podlagi teoretskega okvira, kontekstualnega ozadja in izvirne empirične študije opozarja na sistemsko tveganje za medijsko krajino v Sloveniji.

Ključna ugotovitev je, da so pluralnost, pismenost in regulacija soodvisni pogoji za delujočo javnost: pluralnost omogoča raznolikost glasov, pismenost kritično uporabo informacij, regulacija pa vzpostavlja institucionalni okvir. Oslabitev enega elementa vedno ogrozi tudi druga dva, kar zmanjšuje odpornost medijskega sistema. Ugotovitve kažejo, da je pluralnost okrnjena zaradi homogenizacije novic, ki jo poganjajo politični in ekonomski interesi, pismenost ostaja šibka, zlasti pri ranljivih skupinah, regulacija pa ne preprečuje koncentracije lastništva in fragmentacije občinstev. Kot ugotavljamo v zaključku, nastaja začarani krog neučinkovitosti: nizka pluralnost zmanjšuje zaupanje v medije, šibka pismenost povečuje ranljivost za manipulacijo, neučinkovita regulacija pa dopušča nadaljnjo erozijo medijskega prostora, kar krepi tveganje za dezinformacije.

V poročilu ne ponujamo zgolj analitičnih ugotovitev, temveč v zaključnem delu tudi usmerjena priporočila za odločevalce. Problemov medijske krajine v Sloveniji ni mogoče rešiti z enim samim zakonom ali projektom, temveč z usklajenim, dolgoročnim delovanjem na

področjih pluralnosti in pismenosti, medijskih politik ter regulacije in raziskovanja medijev.

V raziskavi ugotavljamo, da je treba omejiti koncentracijo medijskega lastništva, okrepiti javne medije in tretji medijski sektor, podpreti neodvisne in manjšinske pobude ter spodbujati razvoj inovativnih oblik novinarstva. Medijsko pismenost je treba vključiti v programe na različnih ravneh izobraževanja in razvijati ciljne programe za ranljive skupine. Medijske politike in regulacija morajo graditi institucionalne ter civilnodružbene mehanizme za avtonomijo, neodvisnost in transparentnost medijev. Treba je vzpostaviti neodvisni raziskovalni program ali ustanoviti medijski observatorij, ki bi redno in po enotni metodologiji meril ključne kazalnike medijske pluralnosti in pismenosti, saj stanja medijske krajine ni mogoče razumeti brez sistematičnega spremljanja njenega spreminjanja.

Začarani krog krhanja odpornosti medijske krajine je mogoče prekiniti le s celovitim pristopom in tako zagotoviti, da bodo mediji v Sloveniji izpolnjevali svoje demokratične funkcije.

Ljubljana, 30. september 2025

Igor Vobič, vodja projekta

Povzetek za odločevalce: sistemsko tveganje in strateški ukrepi za medijsko krajino v Sloveniji

Dvojna infrastruktura demokratičnega komuniciranja

Medijska pluralnost in **pismenost** sta temeljna, **sokonstitutivna dejavnika** javnosti in zavzemata osrednje mesto v sodobnih diskusijah o demokraciji. Raziskava postavlja ti komponenti v vlogo **dvojne infrastrukture demokratičnega komuniciranja**. Ta infrastruktura ni zgolj tehnična, temveč je ključna za omogočanje **kritične razprave**, **informiranega državljanstva** in **demokratičnega nadzora** nad družbenimi procesi.

Pluralnost predstavlja **infrastrukturo raznolikosti**, medtem ko pismenost zagotavlja **kognitivno sposobnost za orientacijo** v tej raznolikosti. Delujoča javnost se zato vzpostavi šele v **preseku** strukturnih (pluralnost) in subjektivnih (pismenost) pogojev.

Odnos med pluralnostjo in pismenostjo je **kompleksno soodvisen**. Oslabitev enega elementa vodi v **začarani krog neučinkovitosti**:

- **Pluralnost določa meje pismenosti:** Brez **pluralnih virov** pismenost nima podlage za udejanjanje. V **homogeniziranem okolju** se pismenost zreducira na **prazno tehnično spretnost**, pri čemer tehnične sposobnosti ne vodijo v konstruktivno kritičnost, saj okolje ponuja le ozke, enoglasne vsebine. Formalno zagotovljena raznolikost medijev **izgubi demokratični potencial**, če je vsebina homogenizirana, komercializirana ali algoritemsko filtrirana. **Homogenizacija medijske krajine** (nizka pluralnost) ustvarja **informacijske mehurčke**, ki krepijo predhodno prepričanje (šibka pismenost), kar povečuje **ranljivost za manipulacijo**.
- **Pismenost določa demokratični učinek pluralnosti:** Če državljani ne znajo **kritično vrednotiti raznolikosti**, se pluralnost izgubi in obravnava kot »šum«, kar krepi **fragmentacijo in polarizacijo**.

Sodobni digitalni kontekst ustvarja iluzijo neomejene pluralnosti. Vendar digitalne platforme in algoritmi uvajajo **nevidne oblike regulacije**, ki odločajo o vidnosti in dostopnosti vsebin ter **zaostrujejo pismenostne vrzeli**. **Regulacija** mora biti institucionalni okvir za zaščito pluralnosti in spodbujanje pismenosti. Primerjalna analiza kaže na krhkost slovenskega sistema. **Media Pluralism Monitor** (MPM; Milosavljević in Biljak Gerjevič 2025) Slovenijo uvršča med države s **srednjo do višjo stopnjo tveganja** za medijsko pluralnost. Ključno sistemsko tveganje v slovenskem kontekstu vključuje:

- **tržno pluralnost** (ekonomski pritiski, visoka koncentracija lastništva in pomanjkljiva transparentnost končnih lastnikov);
- **politično neodvisnost** (politični vpliv na podlagi državnega oglaševanja, regulativnih odločitev in pritiskov na javno RTV);
- **pismenost** (Kljub razmeroma dobremu dostopu do digitalnih tehnologij raziskave, kot je **European Media Literacy Index 2023** (Lessenski 2023), po katere podatkih je Slovenija na 19. mestu med 41 državami, kažejo na **nizko raven zaupanja v medije** in **omejene sposobnosti kritične interpretacije** vsebin.).

Kombinacija strukturne krhkosti, pomanjkljive pismenosti in institucionalne nestabilnosti **krepi sistemsko tveganje** za delujočo javnost. Za demokratično javnost je nujno, da se politike oblikujejo celovito in **sočasno naslavljajo oba pogoja**. Formalno pluralno okolje namreč še ne zagotavlja kakovostne javne razprave, če sta zaupanje v medije in kritična interpretacija vsebin omejena.

Raziskava je vključevala poglobljeno analizo vsakega izmed stebrov dvojne infrastrukture demokratičnega komuniciranja s poglobljeno pionirsko študijo vzorcev homogenizacije v slovenskem medijskem prostoru (poglavje II) ter z raziskavo, ki se je osredinila na spreminjajoče se pogoje medijske pismenosti v spreminjajočem se medijskem okolju in vlogo medijske pismenosti pri omejevanju kroženja dezinformacij (poglavje III). Študija zakonodajnega procesa je identificirala ključne probleme na tem področju in ovire za učinkovitejšo regulacijo področja družbenega komuniciranja (poglavje IV).

Strukturni problem: trendi vsebinske homogenizacije, skriti za institucionalno pluralnostjo

V analizo raznolikosti novic v digitalni dobi smo zajeli 13.207 novinarskih prispevkov iz 141 medijev in ugotovili, da navidezna institucionalna pluralnost skriva visoke stopnje homogenosti medijskih vsebin, ki jo pomembno določa osrednja vloga Slovenske tiskovne agencije ter krepijo lastniške in ideološke povezave med mediji.

Institucionalna centralizacija virov in vloga STA

Slovenska tiskovna agencija (STA) deluje kot ključna informacijska infrastruktura, ki medijem zagotavlja ažurne, preverjene in strokovne novice. Analiza je potrdila, da ta institucionalna cen-

tralizacija informacijskih virov ustvarja močan mehanizem homogenizacije novic.

Približno četrtina analiziranih novičarskih prispevkov v spletnih medijih je neposredno povezana z vsebinami STA. Konkretneje, 13,3 % spletnih prispevkov je navedenih pod (so)avtorstvom STA, dodatnih 12,4 % prispevkov pa vsebinsko ustreza novicam STA, a so objavljeni brez eksplicitne atribucije avtorstva. Ta vzorec razkriva izrazit pragmatizem v uredniški produkciji. Majhna uredništva, ki jih zaznamujejo kadrovske in ekonomske omejitve, pragmatično uporabljajo vsebine STA za kontinuirano zapolnjevanje novičarskega cikla. Ta praksa je opazna celo pri politično profiliranih desnokonservativnih medijih, ki so sicer v preteklosti kritizirali STA, kar potrjuje, da je ta praksa nuja, pogojena z logiko hitrosti in digitalnega kapitalizma.

Vendar vloga STA ni enoznačna, saj STA krepi točnost in profesionalne standarde novic v sistemu, toda njena strukturna prevlada hkrati zmanjšuje raznolikost novic, ko vsi mediji v veliki meri reproducirajo enake agende in perspektive, kar lahko zmanjšuje raznolikost pogledov v javni razpravi.

Vzorci homogenizacije: lastništvo, regionalna bližina in ideološka usmerjenost

Analiza je z uporabo omrežnega gručenja medijev pokazala, da se homogenizacija novic oblikuje v kompaktnih grozdih, ki jih krepijo trije ključni dejavniki – lastniške povezave, regionalna bližina in ideološka usmeritev:

- **Vpliv lastniške koncentracije.** Lastništvo se je izkazalo za najmočnejši dejavnik. Medijski konglomerati, kot je omrežje Media24 Martina Odlazka, reproducirajo novičarske v različnih medijih kot rezultat racionalizacije produkcije in iskanja upravljavskih sinergij. Vendar te lastniške strukture ne tvorijo enotnega omrežja, temveč več ločenih, a znotraj sebe zgoščenih podomrežij (kot sta npr. radijska mreža RGL/Infonet in severovzhodno regionalno vozlišče), kar kaže na segmentiran značaj homogenizacije znotraj istega konglomerata.
- **Vloga regionalne bližine.** Geografska bližina se kaže kot pomemben dejavnik pri regionalnih medijih (npr. koroško-savinjskih in posavskih portalih), saj spodbuja rutinsko pokrivanje istih lokalnih in servisnih novic.
- **Ideološka homogenost.** Mediji s podobno politično orientacijo (npr. desnokonservativni mediji, kot sta nova24tv.si in demokracija.si) tvorijo tesna vozlišča, v katerih se vsebine in interpretacije močno prekrivajo. To utrjuje ideološke narative znotraj omrežja in zmanjšuje raznolikost pogledov.

Vzorci homogenizacije vodijo v veliko podobnost vsebin, pri čemer navidezno različni viri reproducirajo podobne agende, kar v resnici slabi pluralnost perspektiv v javni razpravi.

Asimetrija virov in elitizacija javne razprave

Študija je zajemala podrobno analizo citiranih virov (oseb in organizacij) z namenom ugotovitve, kdo dobi besedo v slovenskem medijskem prostoru. Ugotovitve potrjujejo, da se razmerja družbene moči neposredno reproducirajo in utrjujejo v novicah, kar kaže na neenakost dostopa do medijev.

- **Prevlada institucionalnih elit.** Politični akterji (22,8 %) in javna uprava/agencije (14,7 %) skupaj predstavljajo 37,5 % vseh citiranih virov. To dokazuje izrazito prevlado institucionalnih elit v javni razpravi.
- **Marginalizacija neelitnih glasov.** Nasprotno pa so glasovi, ki bi morali prispevati k vsebinski raznolikosti in h kritiki moči, sistemsko podzastopani: civilna družba/NVO/sindikati (7,3 %), strokovnjaki/znanstveniki (6,0 %) in državljani/člani skupnosti (4,4 %) skupaj dosežejo le približno 17 % vseh citatov.
- **Korektivni potencial.** Tiskani mediji, komercialna Skupina Pro Plus (z deležem elitnih virov 34,0 % in 36,4 %) in javni servis RTV Slovenija (z ENS 10,0) imajo najvišjo stopnjo raznolikosti in enakomernejšo porazdelitev virov, kar dokazuje, da regulacija in profesionalni standardi delujejo kot blažilec tržnih in političnih pritiskov. Radijske mreže in desnokonservativni mediji kažejo izrazitejšo elitizacijo (> 44,6 % elitnih virov).

Razlike v raznolikosti so sistemske in merljive, kar dokazuje naslednja tabela 1.

TABELA 1: 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
Desnokonservativni mediji	3,1	8,7	45,0
Tri radijske postaje (Ptuj, Sraka in Odmev)	3,0	8,2	50,0
Odlazkova radijska mreža (Infonet)	3,0	8,2	52,0
Lokalno celjsko omrežje skupine Svet24	2,4	5,1	65,4

Opomba: ENS (efektivno število virov) predstavlja število enako zastopanih kategorij, ki bi dale enako stopnjo razpršenosti.

Razlike v entropiji (npr. med tiskanimi mediji in radijskimi mrežami) so na videz minimalne, a zaradi logaritmične narave merila odražajo bistvene razlike v strukturi virov. Nižja entropija (in

ENS) v radijskih mrežah nakazuje močno odvisnost od ozkega nabora (elitnih) virov, kar pomeni, da je prostor za pluralnost glasov v teh medijih bistveno ožji.

Subjektivni pogoj: protislovja medijske pismenosti

Medijska pismenost, ki bi morala biti subjektivni pogoj za kritično rabo pluralnega okolja, v praksi ne dosega pričakovanega demokratičnega potenciala. Njena učinkovitost je zmanjšana zaradi kognitivne pristranskosti, omejene vloge tehničnih veščin pri spodbujanju državljanske participacije in sistemske zasnove digitalnih platform.

Moč kognitivne pristranskosti

Ena najpomembnejših ugotovitev raziskave razkriva le omejen vpliv medijske pismenosti na zmožnost prepoznavanja dezinformacij.

Analiza, ki je vključevala test prepoznavanja dezinformacij o podnebnih spremembah, je pokazala, da medijska pismenost statistično značilno ne vpliva na zmožnost posameznikov, da prepoznajo napačne informacije. Namesto tega se je kot daleč najmočnejši dejavnik izkazala skladnost vsebine z že obstoječimi stališči posameznika (potrditvena pristranskost). Ta dejavnik pojasni več kot 30 % variabilnosti pri verjetju v dezinformacije. To pomeni, da so posamezniki bistveno manj sposobni kritične presoje, če vsebina utrjuje njihovo že oblikovano prepričanje, medijska pismenost pa ni zmožna delovati kot protiutež temu pojavu.

Poleg tega je bilo ugotovljeno, da verjetje v dezinformacije močno vpliva na pripravljenost za interakcijo z vsebino. Posamezniki, ki vsebino ocenijo kot verodostojno, so jo veliko bolj pripravljeni deliti, všečkati ali komentirati na socialnih (družabnih/družbenih) omrežjih ali jo posredovati naprej po aplikacijah za sporočanje. Ta dinamika lahko ustvarja problematični vzorec povratne zanke, pri čemer algoritemsko delovanje socialnih omrežij nagradi angažiranost in s tem pospešuje širjenje dezinformacij, kar poudarja, da zgolj izobraževanje uporabnikov ni zadosten ukrep brez regulacije digitalnih platform.

Prazna pismenost in državljanska participacija

Povezava med pismenostjo in demokratično participacijo je zapletena, saj ni vsaka veščina enako koristna za aktivno državljanstvo.

Analiza je potrdila, da dimenziji kritično ustvarjanje in potrošnja pozitivno in statistično značilno vplivata na politično participacijo. Analitične in refleksivne zmožnosti so torej ključne za spodbujanje angažiranega državljanstva. Dimenzija funkcionalnega ustvarjanja (tj. tehnična veščina ustvarjanja in deljenja vsebin) izkazuje statistično značilen, a negativen vpliv na politično participacijo.

Ta pojav, ki ga poimenujemo prazna pismenost, nakazuje, da gola tehnična usposobljenost brez kritične, etične in refleksivne komponente ne prispeva k vključenosti v javno življenje, temveč lahko vodi v apatijo ali cinizem.

Omejen vpliv zasebnostne pismenosti na varovanje zasebnosti na socialnih omrežjih

Zasebnostna pismenost je ključna za razumevanje ekonomije podatkov in za zaščito posameznika v digitalnem okolju. Kljub splošnemu zavedanju se individualno znanje izkaže za neučinkovito na sistemski ravni.

Raziskava je pokazala vpliv zasebnostne pismenosti na varovanje zasebnosti na spletu in socialnih omrežjih, a je moč tega vpliva zelo različna. Regresijski model, ki je vključeval zasebnostno pismenosti in kontrolne demografske spremenljivke, pojasni 14,6 % variabilnosti varovanja zasebnosti na spletu, a le 3,9 % variabilnosti varovanja zasebnosti pri uporabi socialnih omrežij. Ta podatek jasno nakazuje, da so socialna omrežja sistemsko zasnovana tako, da zmanjšujejo uporabnikov nadzor nad podatki ne glede na njegovo pismenost.

Neusklajenost obstoječih programov medijske pismenosti s potrebami

Razlike v zasebnostni pismenosti so statistično značilne glede na demografske dejavnike: pismenost s starostjo statistično značilno upada, zlasti pri tehničnih vidikih, moški in bolje izobraženi pa dosegajo višje stopnje. Najranljivejše področje je poznavanje zakonodaje o varstvu podatkov (le 44 % pravilnih odgovorov), kar nakazuje sistemsko vrzel pri ozaveščanju o pravnih vidikih zasebnosti.

Korelacijska analiza potrjuje, da se pismenost s starostjo zmanjšuje, pri čemer je padec najizrazitejši na področju funkcionalnega ustvarjanja (tehnične veščine), kar poudarja ranljivost starejših generacij na področju hitro spreminjajočih se digitalnih orodij.

Ta ugotovitev pridobi pomembno družbeno dimenzijo v luči institucionalne vrzeli, ki jo je razkrilo kartiranje medijskopismenostnih aktivnosti. Večina programov je namreč usmerjena v otroke in mladostnike, ki so najmanj ranljiva skupina, medtem ko so starejše generacije, pri katerih so vrzeli največje, spregledane. To kaže, da sistem opismenjevanja ne temelji na podatkovno podprti analizi, kar vodi v neučinkovito porabo virov in povečuje ranljivost najbolj prizadetih segmentov.

Regulatorni okvir in izzivi medijske politike

Slovensko medijsko politiko že dolgo zaznamujejo kronični strukturni problemi, ki so preprečevali učinkovito uresničevanje normativnih idealov. V tem delu poročila se osredinjamo na pretekle (ne)uspehe prenov Zakona o medijih (ZMed) od leta 2001 dalje ter na aktualno javno

razpravo ob pripravi novega ZMed, sprejetega 3. septembra 2025. Obravnavamo tudi, kako je novi ZMed povezan z Evropskim aktom o svobodi medijev (EMFA) kot nadnacionalnim okvirom, utemeljenim v konceptu medijskega pluralizma, ki spodbuja del regulativnih sprememb tudi na nacionalni ravni.

Vzorci neuspešnih reform in politična nestabilnost

Analiza preteklih poskusov celovitih reform ZMed je razkrila ponavljajoče se vzorce, ki so preprečevali učinkovito obravnavanje novih izzivov:

- **Vpliv komercialnih in političnih interesov:** Neuspehi so bili pogosto posledica prevelikega, prikritega in netransparentnega vpliva lobističnih in političnih interesov (npr. pri regulaciji lastniške koncentracije in radijskih mrež).
- **Pomanjkanje institucionalne kontinuitete:** Pogoste politične menjave (12 ministrov med letoma 2000 in 2022) so povzročale diskontinuiteto pri delu v zvezi z medijsko zakonodajo.
- **Pomanjkanje konsenza glede načina vključevanja javnosti pri oblikovanju medijske zakonodaje:** Medtem ko nekateri akterji zagovarjajo vključevanje širše javnosti in interesnih skupin pri oblikovanju medijske zakonodaje, ki v razpravi sodelujejo že od začetkov priprave besedila zakona, drugi stavijo na pristop, v katerem zakon pripravi ožja skupina, sodelovanje javnosti pa je zamejeno na institucionalno fazo javne razprave v zakonodajnem postopku.
- **Šibka institucionalna podpora medijski politiki in regulaciji:** Kronična kadrovska podhranjenost Ministrstva za kulturo Republike Slovenije (MK), zlasti Direktorata za medije, in medijskih regulatorjev (AKOS) onemogoča učinkovito izvajanje zakonodaje in njeno prilagajanje na pospešene strukturne spremembe družbenega komuniciranja.
- **Odsotnost kontinuiranih, podatkovno podprtih analiz slovenske medijske krajine:** Posledično medijska politika pogosto ne temelji na empirično podprtih raziskavah ter na kontinuiranem empiričnem analiziranju (velikega) podatkovja o medijih.

Konceptualno nasprotje med tržnim pluralizmom in širšim razumevanjem medijskega pluralizma kot javnega interesa

Proces priprave medijske zakonodaje je prostor političnega boja, ki ga zaznamujejo različne interpretacije ključnega normativnega koncepta – medijskega pluralizma, ki ga je treba razumeti kot politično, ne (le) tehni(cisti)čno dilemo. Nekateri akterji ta ideal razumejo kot raznolikost lastništva, drugi kot raznolikost vsebin, tretji kot možnost dostopa ranljivih družbenih skupin do medijskega prostora, četrti kot politično uravnoteženost.

Raziskava, ki smo jo izvedli, je pokazala, da različno razumevanje pluralizma zaznamuje predvsem dvojnost med »tržnim« razumevanjem, ki medijski pluralizem dojema kot svobodno konkurenco raznolikih akterjev, in širšim razumevanjem, ki medijski pluralizem opredeljuje kot normativno zavezanost vsebinski raznolikosti, univerzalnemu dostopu do javne sfere in aktivnemu vključevanju marginaliziranih skupin.

Analiza odzivov akterjev na prvi predlog novega ZMed (2023/2024) je razkrila, da se omenjeno konceptualno nasprotje odraža tudi kot nasprotje med težnjo po regulaciji oziroma deregulaciji:

- **Redukcionizem tržne svobode.** Komercialni akterji in gospodarska združenja pluralnost pogosto reducirajo na svobodno konkurenco na trgu in se zavzemajo za čim manjšo regulacijo (deregulacijo), kar uveljavljajo v imenu podjetniške svobode. To razumevanje pluralizma, čeprav legitimno na tržni ravni, se na sistemski ravni izkaže za neustrezno, saj trg sam ne zagotavlja vsebinske raznolikosti ali zaščite manjšinskih glasov.
- **Normativni ideal javnega interesa.** Na drugi strani nekomercialni akterji, kot so civilnodružbene organizacije, sindikati in manjši mediji, poudarjajo normativno zavezanost vsebinski raznolikosti, zaščiti manjšin, univerzalni dostopnosti in večjemu javnemu financiranju novinarstva. Ti akterji pogosto zagovarjajo radikalnejše posege na trg za zagotavljanje funkcionalnega pluralizma, ki omogoča demokratično deliberacijo.

Težnjo po regulaciji oziroma deregulaciji analiziramo **v desetih različnih tematskih vozliščih javne razprave ob novem predlogu ZMed:** 1. regulacija medijskega pluralizma, 2. transparentnost medijskega podatkovja, 3. statusna vprašanja in definicije, 4. javno financiranje medijev, 5. oglaševanje, 6. politično izpostavljene tematike (uravnoteženost in sovražni govor), 7. kvote in obvezne vsebine, 8. regulacija tehnologij in digitalnih platform, 9. zagotavljanje dostopa do medijev, 10. državna pomoč novinarstvu.

Proceduralna asimetrija. Ugotavljamo, da so akterji z manjšo ekonomsko močjo (NVO-ji, novinarski sindikati) močneje zastopani v formalni javni razpravi, medtem ko domnevamo, da močnejši komercialni akterji vpliv izvajajo po manj transparentnih in lobističnih poteh.

Medijski pluralizem kot ideološko prilagodljiv pojem. Ugotavljamo tudi, da je medijski pluralizem ideološko prilagodljiv pojem, kar lahko vodi v politično in regulatorno nasprotne usmeritve. Analiza, ki smo jo izvedli, kaže, da je treba normativni ideal medijskega pluralizma razumeti tako, da ta ne bo odražal zgolj interesov najmočnejših ekonomskih in političnih akterjev. Zaradi globokih sprememb družbenega komuniciranja v zadnjih letih (vzpona digitalnih platform in vse šibkejšega tržnega položaja komercialnih medijev) je treba tudi premisliti o tem, v kolikšni meri lahko od komercialnih medijskih podjetij v prihodnje pričakujemo izpolnjevanje normativne vloge v javni sferi.

Prekinitev začaranega kroga neučinkovitosti

Poročilo potrjuje tezo, da so medijska pluralnost, pismenost in regulacija soodvisni pogoji za delujočo javnost. Empirične ugotovitve razkrivajo, da je slovenski medijski prostor zaznamovan s strukturno homogenizacijo, ki jo poganjajo lastniški grozdi, ideološka polarizacija in institucionalna centralizacija (STA), ki omejujejo raznolikost vsebin, dostopnih javnosti. Sočasno smo odkrili omejene možnosti medijske pismenosti za zoperstavljanje dezinformacijam in zagotavljanje zasebnosti v digitalnem medijskem okolju, ki je posledica kognitivnih dejavnikov (potrditvena pristranskost) in zasnove digitalnih platform, ki sistemsko omejujejo možnosti varovanja zasebnosti in z algoritmi, ki nagrajujejo angažiranost, spodbujajo kroženje nepreverjenih in

napačnih informacij. Pomanjkljivosti na področju pluralnosti (strukturni dejavnik) in medijske pismenosti (subjektivni dejavnik) se tako medsebojno ojačujejo in slabijo javno sfero.

Regulaciji v preteklosti ni uspelo preprečiti te erozije, saj so poskusi reform propadali zaradi politične instrumentalizacije in pomanjkanja institucionalne stabilnosti. Posledica je začarani krog neučinkovitosti, pri čemer nizka pluralnost zmanjšuje zaupanje, šibka pismenost povečuje ranljivost, neučinkovita regulacija pa dopušča nadaljnjo erozijo.

Rešitev sistemskega tveganja ne more zagotoviti posamezni zakon ali projekt. Da bodo mediji v Sloveniji lahko bolje izpolnjevali svoje temeljne demokratične funkcije, je nujno celovito, usklajeno in dolgoročno delovanje, usmerjeno v prekinitev ugotovljenega začaranega kroga z izgradnjo močne dvojne infrastrukture, kot je predlagana v strateških priporočilih.

TABELA 2: POVZETEK KLJUČNIH IZZIVOV IN PREDLAGANIH UKREPOV

Področje ukrepanja (infrastruktura)	Temeljni izziv	Strateški ukrep (VI)
Pluralnost (struktura)	Homogenost vsebin in asimetrija virov	Reforma lastništva in financiranja: zaostritev regulacije lastniške koncentracije. Stabilno financiranje RTV Slovenija, STA in t. i. tretjega sektorja, vezano na vsebinsko pluralnost.
Pismenost (subjekt)	Paradoks dezinformacij, erozija zasebnosti na socialnih omrežjih in prazna pismenost	Nacionalni strateški okvir: integracija kritične refleksije in zasebnostne pismenosti. Ciljni programi za starejše generacije.
Regulacija (okvir)	Politična instrumentalizacija in institucionalna nestabilnost	Ustanovitev nacionalnega medijskega observatorija: institucionalizacija neodvisnega, podatkovno podprtega spremljanja stanja. Krepitev avtonomije regulatorjev.

Strateška priporočila za odločevalce: izgradnja dvojne infrastrukture demokratične javnosti

Za prekinitev začaranega kroga neučinkovitosti je nujno celovito in sočasno ukrepanje na vseh treh temeljnih področjih: pluralnosti, pismenosti in regulaciji.

Strukturni in institucionalni ukrepi za krepitev medijske pluralnosti

Ukrepi morajo naslavljati procese homogenizacije novic in simbolno asimetrijo moči, ki sta osrednji ugotovitvi empirične analize.

(1) Zagotavljanje institucionalne avtonomije STA in RTV Slovenija in prenova tretjega medijskega sektorja

Empirična analiza je potrdila, da sta STA in RTV Slovenija ključna stebra slovenskega medijskega sistema, pri čemer STA zagotavlja točnost, a prispeva k homogenizaciji, RTV Slovenija pa izkazuje raznolikost novic. Hkrati je analiza nakazala, da ima medijska medijska krajina problem elitizacije glasov in pogledov na račun civilne družbe, strokovnjakov in državljanov.

- **RTV Slovenija in STA kot ključna stebra medijskega sistema.** Vzpostaviti je treba pravni in finančni okvir, ki zagotavlja institucionalno in uredniško avtonomijo ter finančno stabilnost RTV Slovenija in STA, s čimer se prepreči ozkopolitična instrumentalizacija.
- **Prenova tretjega medijskega sektorja.** Namesto kratkoročnega projektnega financiranja programov posebnega pomena, ki trenutno krepi njihovo strukturno marginalizacijo, nestabilnost in odvisnost, se priporoča vzpostavitev modela stabilnejšega in trajnejšega programskega financiranja za spodbujanje in spremljanje pluralnosti, kakovosti in vključujočega lokalnega novinarstva.

(2) Zaostritev regulacije, povečanje transparentnosti v medijski krajini in krepitev uredniške avtonomije

Lastniška koncentracija se je izkazala za najmočnejši dejavnik homogenizacije. Regulacija mora postati učinkovit zaščitni mehanizem.

- **Učinkovita regulacija lastniške koncentracije.** Priporočamo zaostritev medijskih politik in regulacije koncentracije lastništva s poudarkom na preprečevanju nadzora medijev na podlagi povezanih podjetij in osebnih povezav lastnikov in izdajateljev.
- **Javni register lastnikov in izdajateljev medijev.** Uvedba transparentnega, obveznega in javno dostopnega registra lastnikov in izdajateljev medijev.
- **Krepitev uredniške avtonomije.** Zakonodajne spremembe naj okrepijo avtonomijo uredništev pri imenovanju odgovornih urednikov in postavijo varovalke avtonomnega dela novinarjev v skladu z načelom javnosti pred zunanjimi in notranjimi vplivi.

(3) Reforma javnega financiranja medijev

Javno financiranje mora biti namenjeno krepitvi raznolikosti novic in odpravljanju asimetrije virov.

- **Javni sklad za novinarstvo in državljanski vavčerji.** Vzpostavitev 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.
- **Neodvisna javna institucija za razvoj novinarstva.** Model naj temelji na neodvisni javni instituciji, ki 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.

- **Robustni mehanizmi modela.** Model javnega financiranja naj ima vtkane robustne mehanizme, ki bi prepričevali njegovo politično in komercialno instrumentalizacijo in hkrati varovali strukturno in vsebinsko pluralnost medijske krajine.

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

(4) Vzpostavitev nacionalnega strateškega okvira za medijsko pismenost

Nujna je vzpostavitev celovitega, dolgotrajnega in medsektorskega strateškega okvira, ki medijsko pismenost prepoznava kot temeljno družbeno kompetenco.

- **Integracija in holistični pristop.** Medijsko pismenost je treba integrirati kot prečno vsebino v kurikulume na vseh ravneh izobraževanja. Poudarek mora biti na kritični refleksiji, ne le na tehničnih veščinah, da se prepreči pojav prazne pismenosti.
- **Odpravljanje potrditvene pristranskosti.** Programe medijskega opismenjevanja je treba tematsko uskladiti z obravnavanjem konkretnih družbenopolitičnih tem (npr. podnebne spremembe, javno zdravje), pri čemer je potrditvena pristranskost najmočnejša.
- **Ciljni programi za ranljive skupine.** Nujno je razviti in izvajati ciljne programe za starejše generacije, pri katerih so vrzeli v funkcionalnem ustvarjanju in tehničnih veščinah največje. Ta ukrep bi zmanjšal institucionalno vrzel, kjer se programi trenutno posvečajo najmanj ranljivim skupinam.

(5) Spodbujanje aktivne participacije in prepoznavanja dezinformacij

Kritičnost je treba prevesti iz cinizma v aktivno delovanje.

- **Popularizacija orodij.** Aktivno je treba spodbujati uporabo specializiranih platform in orodij za preverjanje dejstev. Ugotovitev, da večina državljanov ne uporablja teh orodij, zahteva nacionalne kampanje za njihovo popularizacijo.
- **Razumevanje algoritmov.** Spodbujati je treba razumevanje delovanja digitalnih platform in njihovih algoritmov, ki krepijo polarizacijo in potrditveno pristranskost, s čimer se omogoči aktivna in etična uporaba medijev.

(6) Učinkovita zaščita zasebnosti in podatkov (kritična zasebnostna pismenost)

Treba je zagotoviti sistemski pristop, saj individualna pismenost le omejeno vpliva na zaščito zasebnosti na socialnih omrežjih.

- **Prenos bremena odgovornosti**. Država mora okrepiti sistemski nadzor in transparentnost pri obdelavi podatkov. S tem se breme zaščite prenese z individualnega uporabnika na platforme.
- **Kritična zasebnostna pismenost**. Razviti je treba ciljne programe kritične zasebnostne pismenosti, ki posameznikom pomagajo razumeti netransparentne ekonomske in politične modele digitalnih velikanov, zasnovanih za zbiranje podatkov in monetizacijo pozornosti.

Učinkovita regulacija: krepitev institucionalnega okvira in procesov

Zaradi ponavljajočih se vzorcev politične instrumentalizacije in institucionalne nestabilnosti je nujno okrepiti avtonomijo regulativnega okvira.

(7) Zagotovitev institucionalne avtonomije in stabilnosti

- **Zaščita regulatorjev.** Krepitev neodvisnih regulatorjev (npr. AKOS, AVK, inšpektorati) in samoregulativnih teles ter njihova zaščita pred političnimi in ekonomskimi pritiski sta predpogoja za dosledno uveljavljanje javnega interesa.
- **Stabilnost in kontinuiteta.** Zagotovitev stabilnih, predvidljivih in ustrezno financiranih pogojev delovanja za ključne resorje in strokovnjake v medijski politiki, s čimer se prekineta vzorec politične diskontinuitete in kadrovska podhranjenost.

(8) Vzpostavitev sistematičnega spremljanja stanja medijske krajine (medijski observatorij)

Odsotnost sistematičnih empiričnih analiz vodi v politične odločitve, ki ne temeljijo na podatkih.

- **Ustanovitev observatorija.** Institucionalizacija neodvisnega raziskovalnega programa ali ustanovitev nacionalnega medijskega observatorija.
- **Naloga.** Redno in sistematično merjenje ključnih kazalnikov medijske pluralnosti (lastništvo, homogenizacija virov) in pismenosti z enotno metodologijo. Ti podatki bi bili objektivna podlaga za pripravo in evalvacijo medijske politike, s čimer bi se odločanje oddaljilo od politične in lobistične presoje.

(9) Izboljšanje zakonodajnih procesov

- **Transparenten in vključujoč mehanizem.** Vzpostavitev transparentnega in vključujočega mehanizma za pripravo medijske zakonodaje, ki zagotavlja vključevanje vseh relevantnih deležnikov (civilne družbe, strokovnjakov) že v zgodnjih fazah priprave predpisov, s čimer se zmanjša asimetrija vpliva in poveča legitimnost rešitev.
- **Koordinacija resorjev:** Izboljšanje koordinacije med različnimi resorji (MK, AKOS, AVK) za zagotovitev pravne stabilnosti in predvidljivosti medijskega okolja.

I MEDIJSKA PLURALNOST IN PISMENOST KOT INFRASTRUKTURA DELUJOČE JAVNOSTI

I.I 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.

I.II 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 dajale močnejši poudarek *pozitivnih 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 in 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 3: 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 medijsko pluralnost definira kot »zagotavljanje raznolikosti virov informacij, stališč in kulturnih izrazov, ki so dostopni javnosti« (Evropska komisija 2009), 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).

I.II.I 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 vrednota 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 množtva 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.

I.II.II 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 4 prikazuje ključne razlike med obema normativoma.

TABELA 4: 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 slo-

venskem 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.

I.II.III 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.

I.III 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 podatkovno pismenostjo (Ashley, Maksl in Craft 2013; Considine, Moorman in Penrod 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 5: 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 vključuje 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 et al. 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 družabnih medijev 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 et al. 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.

I.IV 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.

TABELA 6: 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)

Pismenost	Pluralnost			
	strukturna	vsebinska	normativna	platformna
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

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 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 (EMFA; EUR-Lex 2024) in Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah. UNESCO (2011) prav tako zagovarja sinergijo med pluralnostjo in pismenostjo kot temeljem za demokratično participacijo.

I.V 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.

I.V.I 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), iz takega instrumentalnega razumevanja ni mogoče izpeljati normativnih temeljev medijske (in posebej novinarske) avtonomije in sa-

moregulacije kot njenega normativnega temelja. O pomenu samoregulacije je sicer veliko govora v preambuli Emfe, 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« (EUR-Lex 2024), 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*.

I.V.II 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: 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, kjer 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 za 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 v družbenih omrežjih. Starejše generacije pa so bolj odvisne od tradicionalnih virov, kar ustvarja medgeneracijski razkorak v informacijskih praksah.

I.VI 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 izo-

braževanja, 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 visok dostop 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 je sledila tudi zasnova raziskave, ki smo jo izvedli in ki je bila usmerjena v tri med seboj povezana temeljna vprašanja:

1. kakšna je raznolikost novic v slovenski medijski krajini in kako nanjo vplivajo strukturni, zlasti lastniški pogoji;

2. kako se oblikujejo medijska pismenost, kompetence za prepoznavanje dezinformacij in zasebnostna pismenost ter kako razvite so v Sloveniji;

3. kako normo medijske pluralnosti interpretirajo in operacionalizirajo različni družbeni akterji v zakonodajnem postopku.

II RAZNOLIKOST NOVIC V SLOVENSKI MEDIJSKI KRAJINI V DOBI DIGITALIZACIJE

II.I Teoretsko-kontekstualni uvod

II.I.I Raznolikost novic v sodobnem raziskovanju medijev

Raziskovanje raznolikosti novic se je v zadnjih treh desetletjih uveljavilo kot eno ključnih področij preučevanja medijev in novinarstva. Raziskovanje raznolikosti novic spada v okvir preučevanja tako eksterne kot interne vsebinske pluralnosti medijev, pri čemer študije preučujejo 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 et al. 2020; Joris et al. 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 pogosto preobražata tako, da zavirata in omejujeta demokratično javno razpravo. Po eni strani se pluralizacija preobraža v fragmentacijo, ki temelji na logiki 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 et al. 2017; Hendrickx in Ranaivoson 2019; Hendrickx in Van Remoortere 2022). 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 (2018, 501–503) prepoznava protislovno razmerje med (pre)obiljem izbire in omejenostjo perspektiv, v katerem se zrcali temeljna napetost sodobnega družbenega komuniciranja: medtem ko je državljanom omogočen dostop do obilice informacij, se raznolikost ne odraža nujno v stabilnih pogojih za demokratično razpravljanje. Tako protislovje povzroča 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.

II.I.II Kritični pristop k raznolikosti novic

Raznolikosti novic v tej študiji ne utemeljujemo na prosti tekmi med idejami ali odprti racionalni in kritični razpravi, temveč jo razumemo kot heterogenost, ki kljubuje uveljavljenim razmerjem moči s ciljem zagotavljanja možnosti artikulacije in zastopanja interesov v medijskih vsebinah tudi skupinam, ki so iz javne razprave izključene ali v njej marginalizirane (Karppinen 2018, 500; glejte tudi Raeijmaekers in Maeseele 2015). Prevzemamo kritični pristop, ki raznolikosti novic ne obravnava zgolj kot vprašanje števila različnih virov in vsebin, temveč kot odraz in posledico materialnih odnosov in razmerij moči tako v družbi kot v medijski produkciji, distribuciji in recepciji. Raznolikost novic definiramo kot normativno zahtevo po prepoznanju, vključevanju in vidnosti različnih družbenih glasov v novicah, zlasti tistih, ki so zaradi ekonomskih, političnih ali kulturnih neenakosti sistematično izključeni ali marginalizirani v javnem diskurzu (Karppinen 2018; Raeijmaekers in Maeseele 2015). V tem okviru raznolikost novic, torej raznolikost informacij o javno relevantnih aktualnih dogodkih ter njihove analize, interpretacije ali komentarji, ne pomeni le pestrosti tem, glasov in pogledov, temveč zadeva potencial razpiranja simbolnega prostora medijev izkušnjam in interesom kot odgovor prevladujočih materialnih in simbolnih razmerij moči in njihovim neenakostim. Raznolikost novic je v tem smislu ključni pogoj za demokratizacijo družbenega komuniciranja, saj omogoča preobrazbo medijev iz odsevov prevladujočih razmerij v družbenih odnosih v orodja za njihovo prevpraševanje in redistribucijo simbolne moči.

II.I.III 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. Vzpostavljeno je bio 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, nove načine standardizacije novic v večplatformni produkciji in zanašanje 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 7).

TABELA 7: 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; Ribać in Smrke 2025).	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 Plusu 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.

Strukturni pogoji	Opis	Posledice za raznolikost novic
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 (Bašić Hrvatin 2004; Radio Študent 2024).	Omejene zmožnosti za produkcijo raznolike, lokalno relevantne vsebine; zmanjšana avtonomija zaradi odvisnosti od javnega financiranja.

II.I.IV Problemska sidrišča študije

Ti strukturni pogoji so bili v zadnjih dveh desetletjih sistematično raziskani z vidika medijskega pluralizma (npr. Bašić Hrvatin in Kučić 2004; Bašić Hrvatin in Petković 2007; Bašić 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 et al. 2008; Tomšič et al. 2020). K vsebinski pluralnosti oziroma raznolikosti novic pristopajo na redukcionističen način – z analizo ideološke, vrednotne ali politične usmeritve medijev ali novinarjev, pri čemer se s strukturnimi pogoji medijev in novinarstva ne ukvarjajo. V nadaljevanju si prizadevamo dopolniti preteklo raziskovanje, preseči poenostavljeno binarno logiko 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 s temeljnimi razmerji moči v medijski krajini v Sloveniji. V nadaljevanju tako obravnavamo štiri ključna problemska vozlišča raznolikosti novic: (1) institucionalno centralizacijo virov, (2) koncentracijo lastništva in strukturno raznolikost, (3) selektivnost virov ter (4) zastopanost družbenih akterjev (glejte tabelo 8).

TABELA 8: PROBLEMSKA VOZLIŠČA RAZNOLIKOSTI NOVIC V SLOVENIJI IN RAZISKOVALNI PROBLEMI

Problemsko vozlišče	Opis	Tveganje za raznolikost novic	Vprašanje za analizo
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.	Tveganje za zanesljivost in točnost novic, a hkrati zmanjšana heterogenost vsebin; krepitev homogenizacije v javni sferi	*Kako se institucionalna centralizacija virov odraža v heterogenosti oz. homogenosti novic?*

Problemsko vozlišče	Opis	Tveganje za raznolikost novic	Vprašanje za analizo
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 brez odražanja v vsebinski raznolikosti; krepitev homogenizacijskih vzorcev novic z racionalizacijo poslovanja in upravljavsko sinergijo	*Kako se skozi strukturno raznolikost medijske krajine kažejo vzorci homogenizacije 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 razmerij družbene moči; simbolna neenakost dostopa do medijskega prostora	*Kako se skozi selektivnost virov informacij v medijih odražajo razmerja družbene moči?*
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	*Kako se razmerja družbene moči odražajo skozi zastopanost družbenih akterjev v novicah slovenskih medijev?*

II.II Kako smo merili?

II.II.I Vzorčenje

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 zagotavljanje novic, torej dejstvenih informacij o aktualnih dogodkih, njihove analize ali kombinacije 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; 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. Natančnejši postopki vzorčenja so opisani v prilogah 1 in 2.

Podatke smo zbrali iz več virov. Spletne vsebine smo večinoma pridobili iz zbirke podatkov Trendi, z dodatnim lastnim zajemom pa smo vključili tudi manjše lokalne medije in medije, do

novic katerih je mogoče dostopati le naročniško, in sicer STA, Slovenske novice, Delo, Dnevnik, Večer, Mladino, Primorske novice, Družino in Požareport. S tem zajemom smo zajeli še dodatnih 78 % prispevkov (10.339 enot) celotnega vzorca. Radijske in televizijske prispevke smo zajeli v sodelovanju s podjetjem Kliping in zbrane posnetke pretvorili v besedilo ter jih analizirali kot prispevke. Poseben poudarek smo namenili portalu MMC RTV Slovenija, s katerega smo poleg spletnih člankov vključili tudi prispevke iz radijskega in televizijskega arhiva – skupaj 1535 prispevkov, kar predstavlja približno dvanajstino celotnega vzorca.

II.II.II Institucionalna centralizacija informacijskih virov

Da bi ugotovili, kako se institucionalna centralizacija virov odraža v heterogenosti oz. homogenosti novic, smo z analizo novic ugotavljali, v kolikšni meri prihaja do prekrivanja med analiziranimi vsebinami medijev. Posebej smo se osredinili na prispevke, ki temeljijo na novicah STA (1398), in jih primerjali z objavami drugih medijev. Tako smo lahko ugotovili, v kolikšni meri so novice v slovenski medijski krajini homogenizirane kot rezultat institucionalne centralizacije virov medijev.

II.II.III Strukturna raznolikost in lastniška koncentracija

V nadaljevanju smo se za namen preučevanja osredinili na vprašanje, kako se ob strukturni raznolikosti medijske krajine kažejo vzorci homogenizacije novic, in 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 grozdi homogeniziranih novic.

II.II.IV 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 vire 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 je omogočilo vpogled v to, kdo prevladuje v novicah in kdo je v njih manj prisoten. 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. Ker je entropija sama po sebi nekoliko abstraktna, smo jo pretvorili v t. i. 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, to pomeni ≈ 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 ob selektivnosti virov informacij v medijih odražajo razmerja družbene moči, smo za vsak grozd posebej izračunali delež elite, v katero smo združili politike in javno upravo. Tako smo lahko ugotovili, katere skupine medijev namenjajo več prostora elitnim glasovom in kje se pojavlja prostor za druge akterje z manj družbene moči.

II.II.V Identifikacija in kategorizacija virov

Za dodatni vpogled v poročanje posameznih strukturnih skupin smo pripravili profile virov. V tem pristopu smo za vsako skupino medijev identificirali pet najpogosteje uporabljenih virov (posameznikov, institucij in organizacij), ki so največkrat uporabljeni v poročanju, ter jih umestili v opredeljene kategorije, kar omogoča primerjavo elitne in neelitne zastopanosti med skupinami.

II.III Rezultati

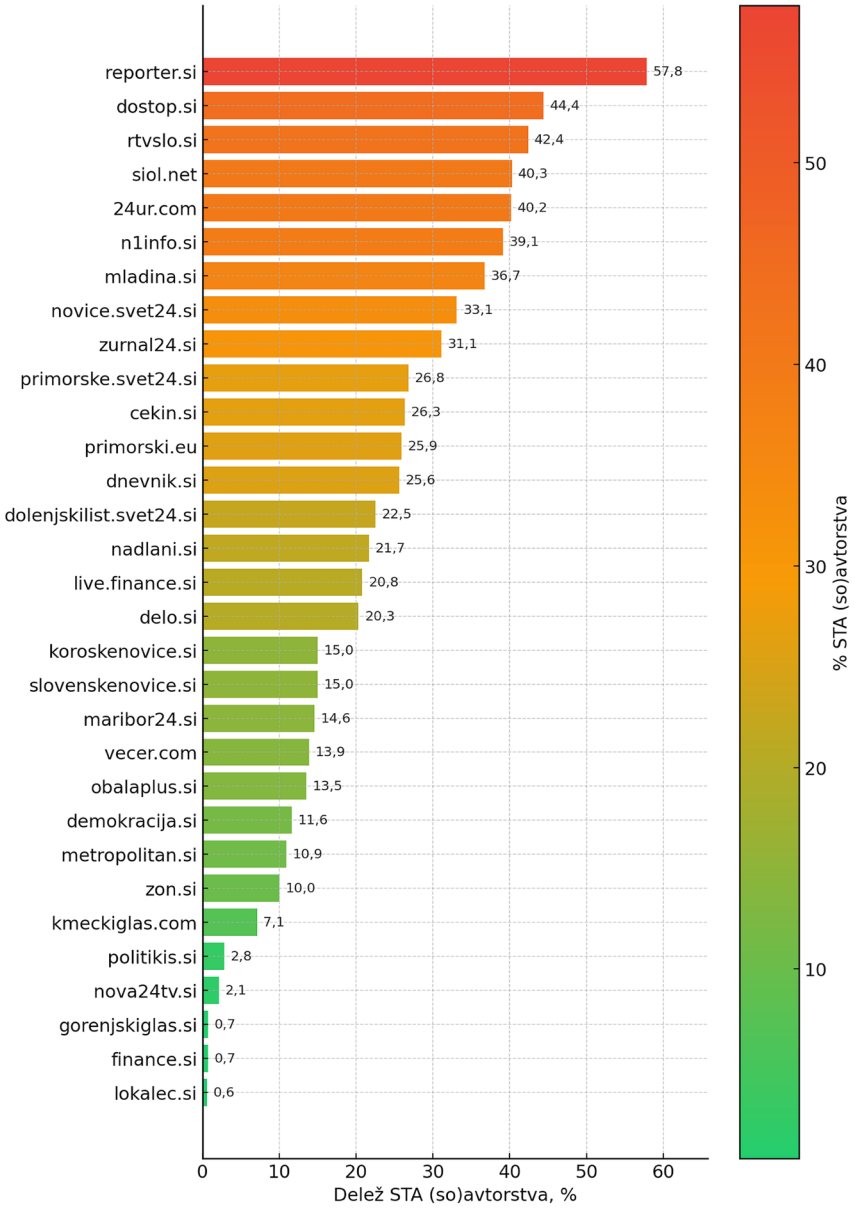
II.III.I Institucionalna centralizacija informacijskih virov – vloga STA

Slovenska medijska krajina je pomembno pogojena s procesom institucionalne centralizacije informacijskih virov, katerega osrednji akter je Slovenska tiskovna agencija (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, predvsem pri nekaterih medijih, se 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 poso-

dabljanja, zato je njihova informacijska odvisnost od agencijskih vsebin znatna.

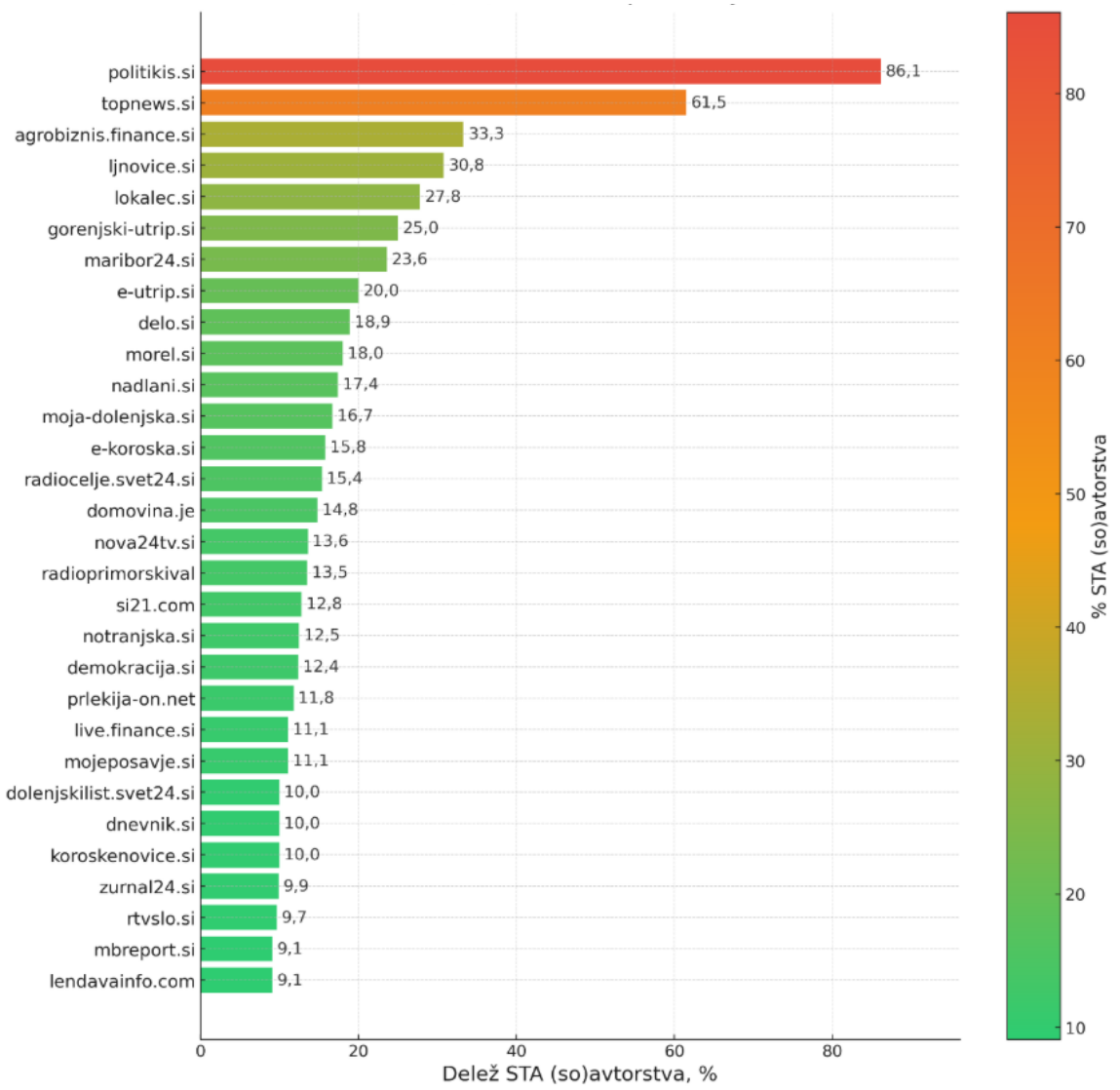
V prvem koraku smo identificirali avtorje vseh prispevkov, objavljenih na spletnih portalih (11.809), in identificirali tiste, pri katerih je STA navedena kot izvirni avtor ali soavtor članka. Takih prispevkov je v celotnem korpusu 13,3 % (n = 1575).

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. Prisotnost vsebin STA v radijskih programih je poleg potrebe po ažurnosti dodatno pogojena z naravo radijskega formata, ki vključuje bloke radijskih novic, STA pa zagotavlja standardizirane in verodostojne vsebine, ki jih je mogoče hitro vključiti v programsko shemo.

Tendenca po pogostem poobjavljanju vsebin STA se kaže tudi pri politično opredeljenih novičarskih portalih, kot so politikis.si, gorenjski-utrip.si, e-utrip.si in moja-dolenjska.si. Čeprav so politični akterji, s katerimi so ti mediji ideološko povezani, v svojem mandatu izvajali pritiske in poskuse finančne destabilizacije STA, vzorci poobjavljanja kažejo na izrazit pragmatizem v produkciji novic. Tudi ideološko profilirani mediji se namreč soočajo z zahtevami kontinuirane produkcije, kar v digitalnem okolju, zaznamovanem s hitrostjo objave, z algoritmično logiko vidnosti ter s kadrovskimi omejitvami uredništva, pomeni stalno potrebo po cenovno dostopnih in ažurnih informacijskih virih.

Za politično profilirane digitalne medije z majhnimi uredništvi to predstavlja funkcionalno infor-

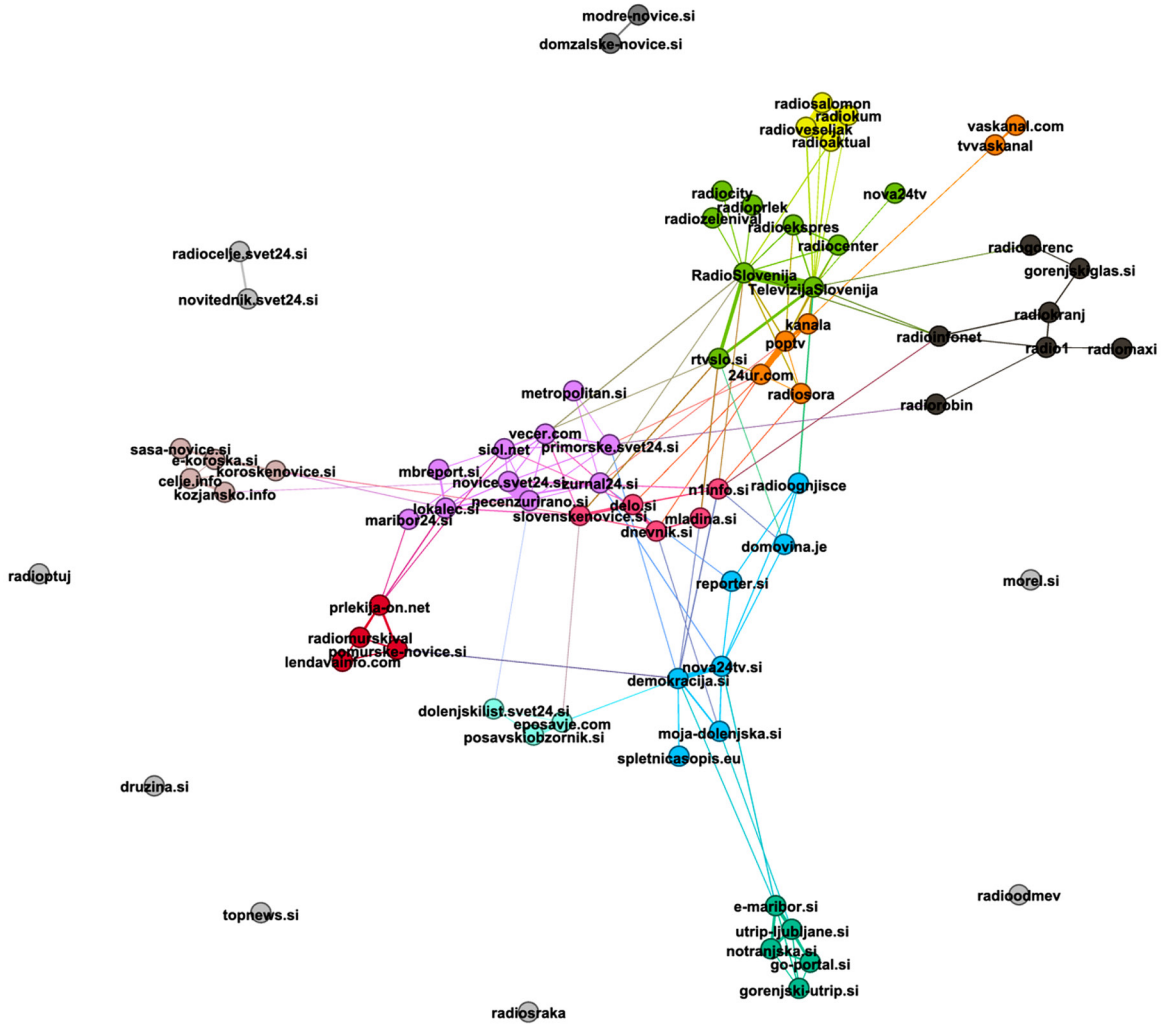
macijsko subvencijo, ki omogoča redno zapolnjevanje novičarskega cikla z majhnim vložkom lastnih virov. Ta strategija ni le izraz ekonomizacije produkcije novic, temveč tudi prilagoditev logiki digitalnih medijev, pri čemer sta kvantiteta vsebin in frekvenca objav ključna dejavnika ohranjanja vidnosti in tudi poslovanja medija.

Učinek centralizacije s STA je dvojni. Po eni strani se 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.

II.III.II Vzorci homogenizacije – lastništvo, regionalna 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.

SLIKA 3: REDUCIRANO HOMOGENIZACIJSKO OMREŽJE NOVIC V SLOVENSKEM MEDIJSKEM PROSTORU



Lastništvo se je izkazalo za najmočnejši dejavnik homogenizacije. Velika medijska omrežja, kot je Media24, katerega osrednji akter je Martin Odlazek in ki obsega široko mrežo radijskih postaj ter tiskanih in spletnih medijev, reproducirajo iste vsebine v različnih medijih. To omrežje se razpira v več podsklopov. Prvi je severovzhodno regionalno vozlišče, v katerem so med najbolj središčnimi časopisi iz skupine Media24 (vijolična; 10/6,2/64,8) 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 kaže na pogosto soobjavljanje vsebin na območju Štajerske. Drugi podsklop je tesno povezana radijska mreža (nekdanji RGL; rumena; 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 (črna; 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 (siva; 2/1,0/14,5: novitednik.svet24.si, radiocelje.svet24.si) jasno kaže na skupne produkcijske prakse in tokove novic.

Odlazkove lastniške strukture ne tvorijo enotnega omrežja, temveč več ločenih in zgoščenih podomrežij. Kljub skupnemu lastništvu ti mediji oblikujejo kompaktne, a med seboj različne podskupine, kar poudarja diferenciran 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 (zelena; 9/5,22/51,9) se osredinja okoli portala rtvslo.si ter vključuje Radio Slovenija in Televizijo Slovenija. Soumeščenost komercialnih radiev (Radia Ekspres, Radia Center, Radia City in Radia Zeleni val) kaže na prekrivanje novičarskih agend, ne pa na skupno lastništvo.

Skupina, povezana s Pro Plus (oranžna; 6/4,33 povpr. stopnja/37,7 % gostota), odraža lastniške vezi med POP TV (dnevnoinformativnimi oddajami 24 ur popoldne, 24 ur, 24 ur zvečer in 24ur.com) in Kanal A (dnevnoinformativna oddaja Svet na Kanalu A), hkrati pa vključuje tudi regionalne medije, ki s Pro Plusom niso lastniško povezani (npr. Radio Sora, TV Vaš kanal).

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 izstopa skupina koroško-savinjskih regionalnih portalov (rjava; 5/3,4/25,8): celje.info, koroskenovice.si, e-koroska.si, kozjansko.info, sasa-novice.si) ter štajersko-severovzhodna regionalna skupina (Štajerska – Pomurje) (rdeča; 4/3,5/28,0: prlekija-on.net, pomurske-novice.si, Radio Murski val, lendavainfo.com). Poleg teh se oblikujejo še posavske regionalne novice (turkizna; 3/3,0/36,7) ter osrednjeslovenski dvojec (temno siva; 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 na 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 soporočanja, saj se mediji s podobno politično orientacijo pogosto opirajo na iste teme in interpretacije. V skupini desnokonservativnih medijev (modra; 7/4,57/42,0), v kateri so združeni demokracija.si, nova24tv.si, Radio Ognjišče, reporter.si in moja-dolenjska.si, je vsebinska homogenost izrazito povezana z ideološko bližino. Podobne vzorce zasledimo tudi pri politično profiliranih portalih, ki ob nacionalnih temah pokrivajo tudi lokalne. Med njimi so utrip-ljubljane.si, e-maribor.si, notranjska.si, go-portal.si in gorenjski-utrip.si (temno zelena; 5/4,6/44,4).

Ob tem pa nekateri mediji ohranjajo izrazito svoje uredniške perspektive in ostajajo ločeni od večjih homogenizacijskih skupin. Taki so na primer druzina.si (1/0,0/12,0), topnews.si (1/0,0/15,0) in morel.si (1/0,0/8,0).

Analiza kaže, da je homogenizacija novic pogojena tudi z lastniškimi povezavami, geografsko bližino in s sorodno ideološko usmerjenostjo medijev, pri čemer se postavlja vprašanje, kako se razmerja moči odražajo ob selektivnosti virov in zastopanosti akterjev v novicah slovenskih medijev.

II.III.III Pluralizacija virov in primerjava medijskih skupin

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) in deleža elitnih virov. Indikatorji kažejo, kako široko je zastopan nabor akterjev in v kolikšni meri prevladujejo določene skupine, predvsem politični viri. Rezultati kažejo izrazite razlike med posameznimi skupinami medijev, kar potrjuje, da slovenski medijski prostor ni enoten, temveč sestavljen iz različnih informacijskih logik, ki določajo, kako mediji strukturno oblikujejo izbor in razporeditev kategorij virov.

V celotnem vzorcu je opazna 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 tvorita 37,5 % vseh navedb, kar razkriva izrazit naklon 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. Civilna družba/NVO/sindikati (1063; 7,3 %) in strokovnjaki/znanstveniki (875; 6,0 %) so opazno nižje zastopani; skupaj dosegajo le 13,2 %, 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 % (595), pravosodje 3,0 % (435), verske organizacije 1,1 % (163), kategorija drugo/neznano pa 4,3 % (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 9: 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
Desnokonservativni mediji	3,1	8,7	45,0
Tri radijske postaje (Ptuj, Sraka in Odmev)	3,0	8,2	50,0

Strukturna skupina	Entropija	ENS	Delež elit
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 – 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, delež elitnih virov pa 34 %. 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, kar kaže na sposobnost lokalnih medijev, da kot vire novic vključujejo različne družbene akterje.

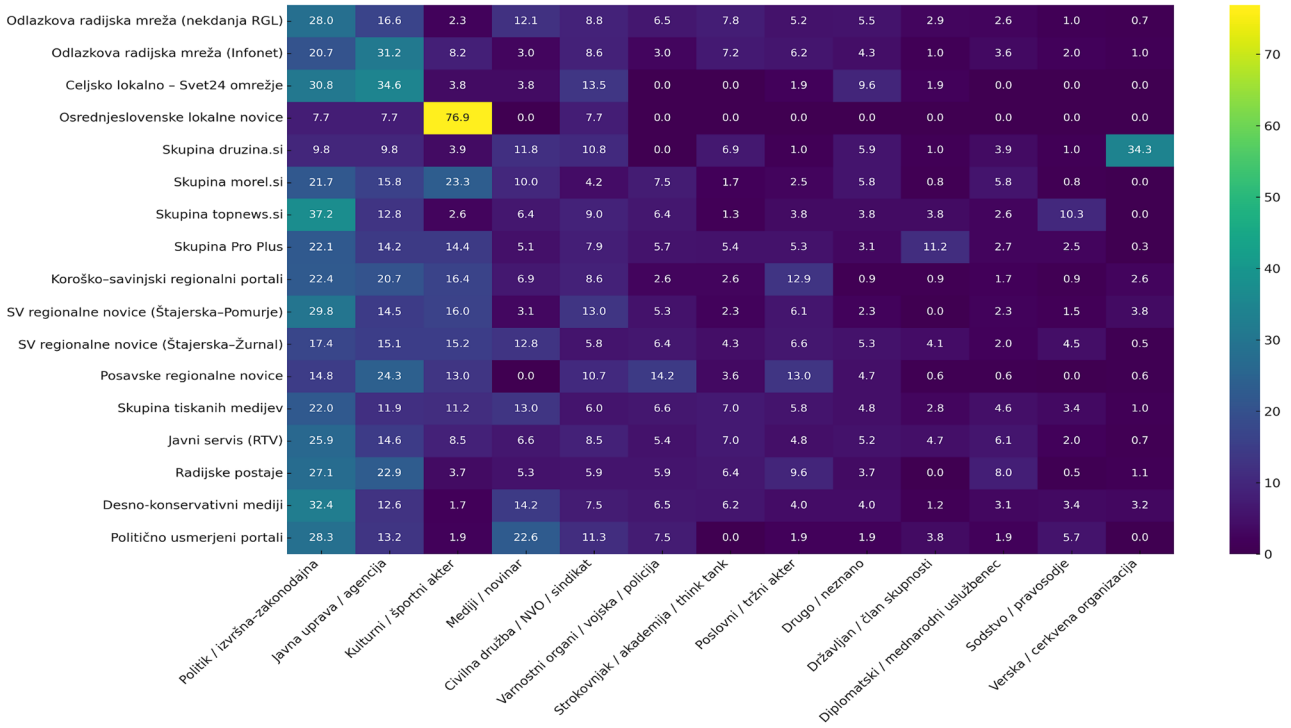
Med najvišje uvrščene glede pluralizacije spada tudi javna radiotelevizija, pri kateri je entropija znašala 3,3, ENS 10,0, elitni delež virov pa 40,4 %. Čeprav je delež elitnih virov na RTV Slovenija nekoliko višji kot pri tisku, hkrati pa nižji kot pri radijskih mrežah ali desnokonservativnih medijih (kjer ta delež presega 45 %), širši nabor virov kaže na zavezanost javne radiotelevizije k 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 uporablja razmeroma širok spekter virov v produkciji novic. 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 10) eden najvišjih med identificiranimi skupinami in kaže na prisotnost državljanskega glasu v njihovem poročanju.

Radijske mreže se v rezultatih kažejo kot segment z izrazito višjim deležem elitnih virov in nižjo vsebinsko razpršenostjo v primerjavi s tiskanimi in televizijskimi mediji. Nekdanja mreža RGL, ki zdaj spada v Odlazkovo medijsko omrežje, ima entropijo 3,1 in ENS 8,8, pri čemer elitni viri predstavljajo skoraj polovico vseh (44,6 %), medtem ko Infonetova mreža dosega podobne vrednosti (entropija 3,0, ENS 8,2), a še višji delež elitnih virov (52,0 %). To pomeni, da radijske postaje v svojih novicah v povprečju precej močno reproducirajo glasove političnih in instituci-

onalnih akterjev, medtem ko je prostor za neelitne vire, kot so civilna družba, državljani ali strokovnjaki, precej ožji. Z entropijo okrog 3,0 in 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.

Desnokonservativni mediji in politično usmerjeni portali se kažejo kot segment, v katerem je raznolikost virov razmeroma omejena, delež elitnih glasov pa izrazito visok. Skupina desnokonservativnih medijev (entropija 3,1; ENS 8,7) vključuje predvsem politične in institucionalne akterje, saj elitni viri predstavljajo skoraj polovico vseh (45,0 %). To 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 % 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 nakazuje, da je prispevek teh medijev k pluralizaciji omejen, saj bolj utrjujejo ideološke narative, kot pa ustvarjajo prostor za širšo družbeno raznolikost.

TABELA 10: DELEŽI KATEGORIJ VIROV PO MEDIJSKIH SKUPINAH



V strukturi virov medijev se jasno odražajo razmerja družbene in politične moči. Med vsemi kategorijami virov so politični akterji daleč najpogosteje citirani, saj predstavljajo povprečno 23,4 % vseh navedb, pri čemer v posameznih primerih njihov delež presega 37 %. Najvišji delež elitnih virov, torej skupaj politika in javna uprava, smo zabeležili v lokalni celjski omrežni skupini Svet24 – 65,4 % in Odlazkovem radijskem omrežju Infonet (51,9 %) oziroma treh radijskih postajah (Ptuj, Sraka in Odmev) (50,0%). Tako močna prisotnost političnih glasov kaže, da imajo stranke, vlada in drugi nosilci formalne oblasti še vedno izrazito privilegiran dostop do javnosti

prek medijev.

Primerljivo pomemben delež med viri zavzemajo tudi predstavniki javne uprave, ki so v povprečju predstavljali 17,2 % vseh citatov. Skupaj s političnimi akterji tvorijo skoraj polovico vseh objavljenih glasov, kar jasno kaže na prevlado institucionalnih elit v javni razpravi. Po drugi strani pa je delež virov, ki prihajajo iz civilne družbe, strokovnjakov in 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 % primerov.

Državljani predstavljajo kategorijo, ki je v strukturi virov precej skromno zastopana – v celotnem vzorcu dosega le okoli štiri odstotke *vseh virov*. To pomeni, da so državljanski glasovi redko prebijejo v novice. Najpogosteje se pojavlja 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 elite privilegirane.

Združene kategorije *državljani* (4,3 %), *civilna družba* (7,2 %) *in strokovnjaki* (5,9 %) v celotnem vzorcu obsegajo približno 17 % *vseh virov*. Ker predstavljajo segment »neelitnih« glasov, bi bilo pričakovati, da bodo v večji meri prispevali k raznolikosti novic in s tem pluralizaciji. Čeprav ta delež ni zanemarljiv, je vseeno bistveno nižji od deleža političnih virov in tistih iz javne uprave, ki skupaj *presegajo* 37 %. To pomeni, da je v slovenskih novicah prevlada elitnih glasov, medtem ko so glasovi civilne družbe, državljanov in strokovnjakov prisotni, a drugotno. 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 so pokazali večjo pripravljenost vključevanja različnih virov, vključno s strokovnjaki in predstavniki civilne družbe. To nakazuje, da uredniške politike lahko delno kljubujejo širšim razmerjem moči v družbi in omogočijo večjo pluralnost glasov. Kljub temu je prevladujoča slika jasna: razmerja moči v družbi se neposredno odražajo v medijskem prostoru, pri čemer dominacija političnih in javnoupravnih virov krepi homogenizacijo in zmanjšuje raznolikost novic s pomembnimi posledicami za javno razpravo.

II.III.IV Zastopanost družbenih akterjev

Razmerja družbene moči se odražajo v zastopanosti različnih akterjev v novicah. Odprtost oziroma zaprtost medijske krajine različnim družbenim glasovom in pogledom odraža dinamike med razmerji družbene moči, simbolno hegemonijo in raznolikostjo novic, ki so bistvene za značaj javne razprave. Da bi pokazali, kako se razmerja moči med družbenimi akterji (osebami in institucijami) odražajo v novicah po identificiranih medijskih skupinah, smo analizirali pet najpogosteje citiranih virov glede na vsako strukturno skupino.

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 na razpršenost in relativno raznolikost. Ti mediji so hrbtenica informacijskega sistema, a hkrati reproducirajo homogeniziran tok, saj je večina virov iz istih institucij.

TABELA 11: 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 %
Severovzhodne 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 %
Desnokonservativni 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 %

Politična polarizacija in koncentracija v nekaj akterjih. V desnokonservativnih 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 nakazuje, da se profil skupine gradi na ozkem naboru politično polarizirajočih virov.

Lokalna personalizacija. Regionalne strukturne skupine, in sicer lokalno celjsko omrežje skupine Svet24, osrednjeslovenski portali in posavski mediji, kažejo na izrazito osredinjenost na osebnosti, kar kaže, da lokalno novinarstvo ni odvisno od agencij, ampak od ozkega kroga lokalnih osebnosti.

Ideološko specifična niša. Verski mediji, kot je druzina.si, ki se sam umešča v prostor verskega tiska z izrecnim poudarkom na krščanskih (katoliških) vrednotah in pogledih na družbo ter lastniško navezavo (izdajatelj je v solastništvu Nadškofije Ljubljana in drugih štirih slovenskih škofij), imajo homogeno strukturo; 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 na izrazito zanašanje na povzemanje drugih medijev.

II.IV 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, s katero se je v Sloveniji vzpostavilo paternalistično-komercialno medijsko okolje, v katerem so zabrisane meje med političnimi in ekonomskimi interesi, hkrati pa so državljanski interesi na obrobju. Digitalizacija je ta razmerja okrepila, saj je medijska produkcija novic določena s težnjami po racionalizaciji produkcije novic z zniževanjem stroškov dela in s standardizacijo, iskanju upravljavskih sinergij in prilagajanju logikam internetnih družbenih omrežij in drugih digitalnih platform. V taki medijski krajini se skozi sočasna procesa 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 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, ki ga povezuje Martin Odlazek, reproducira vsebine v več podsklopih – od regionalnih časopisov in spletnih portalov do radijskih mrež – kar jasno kaže na racionalizacijo produkcije in strukturno pogojeno homogenizacijo. Vendar pa analiza razkriva tudi razlike med posameznimi podskupinami. Medtem ko radijske mreže delujejo kot kompaktni grozdi z visoko stopnjo vsebinske podobnosti, se v regionalnih spletnih in tiskanih medijih pojavljajo večja odstopanja, ki nakazujejo določeno mero diferenciacije. V Odlazkovem medijskem konglomeratu 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. Desnokonservativni 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 kaže, da selektivnost virov in zastopanost družbenih akterjev v analiziranih medijih nakazuje, da se v medijski krajini v Sloveniji reproducirajo obstoječa razmerja družbene moči. 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 desnokonservativni mediji kažejo izrazitejše stopnje elitizacije virov. Rezultati potrjujejo ugotovitve dozdajšnjih študij, da je raznolikost virov manj vprašanje kvantitete in bolj odraža obstoječa razmerja moči, saj se družbene hierarhije reproducirajo tudi z novicami. Raznolikost virov in družbenih akterjev v novicah ni le problem števila glasov in pogledov, temveč vprašanje, kdo z novicami krepi simbolno moč in kdo ostaja na obrobju.

Raznolikost novic je v medijski krajini v Sloveniji določena s širšimi strukturnimi pogoji, ki se odražajo v racionalizaciji produkcije novic, koncentraciji lastništva na prepletenih medijskih trgih, politični instrumentalizaciji medijev in medijskem prilagajanju logiki digitalnega kapitalizma. Raznolikost novic v Sloveniji je v pomembni meri rezultat razmerij moči, s katerimi se tudi določa, kdo in kako dobi glas v simbolnem prostoru medijev in kateri pogledi so prevladujoči. To potrjuje normativni pomen raznolikosti novic kot pogoja za demokratizacijo družbenega komuniciranja in nalaga razmislek o nujnosti strukturnih sprememb, ki bi omogočile bolj vključujočo medijsko krajino.

II.V Omejitve raziskave

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, denimo 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 razprave 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. 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, a so interpretirane iz različne perspektive. 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 od zgolj kvantitativne zaznave homogenizacije proti širšemu, vsebinsko bogatejšemu razumevanju pluralnosti, ki vključuje lastniške strukture, uredniške prakse in diskurzivne okvire, v katerih mediji oblikujejo javno razpravo.

Na podlagi teh omejitev predlagamo več smeri za nadaljnje raziskave:

- **Poglobljene raziskave o vzročno-posledičnih povezavah:** Prihodnje študije bi se morale osrediniti na razumevanje vzročnih povezav med psihološkimi dejavniki, kot sta splošno nezaupanje in resignacija, in pripravljenostjo za širjenje dezinformacij.
- **Longitudinalne študije in evalvacija intervencij:** Treba je izvesti dolgoročne raziskave, ki bi spremljale učinke medijskopismenostnih programov na različne ciljne skupine in ugotavljale, katere intervencije so najučinkovitejše pri zmanjševanju vpliva dezinformacij.
- **Študije strukturnih dejavnikov:** V luči ugotovitev o homogenosti medijskih vsebin je nujno raziskati vpliv lastniške strukture medijev in tržne koncentracije na percepcijo

javnosti ter na dejanske medijske prakse.

Rezultati te raziskave kažejo, da medijska pismenost ni edini dejavnik v boju proti dezinformacijam, a je ključna komponenta. Rešitev leži v celovitem in koordiniranem pristopu, ki ne naslavlja le individualnih spretnosti, temveč tudi širše družbene, institucionalne in psihološke dejavnike, ki oblikujejo sodobno informacijsko krajino.

III PREGLED STANJA MEDIJSKE PISMENOSTI, KOMPETENC ZA PREPOZNAVANJE DEZINFORMACIJ IN ZASEBNOSTNE PISMENOSTI

III.I Teoretsko-kontekstualni uvod

Raznolikost novic sama po sebi ne zagotavlja kakovostne javne razprave, če državljani informacij in interpretacij iz različnih virov ne znajo kritično uporabljati. V tem smislu medijska pismenost predstavlja subjektivno dimenzijo, ki posameznikom omogoča, da raznolikost virov uporabljajo, vrednotijo in povezujejo v oblikovanje lastnih stališč. To prepoznavajo tako raziskave (npr. Buckingham 2019) kot tudi mednarodni standardi (npr. Svet Evrope 2018; 2020). Obenem je medijska pismenost tudi most, ki povezuje medijski pluralizem in vprašanja dezinformacij in se v medijskih politikah pogosto obravnava kot ena od rešitev za probleme v digitalnem medijskem okolju (npr. EUR-Lex 2024).

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. Danes se uveljavlja razumevanje digitalno-državljanske pismenosti, ki povezuje kritično analizo medijskih in algoritmično posredovanih vsebin s sposobnostjo etične, odgovorne in učinkovite participacije v javnem prostoru (Livingstone 2004; Jenkins et al. 2006; UNESCO 2011).

Medijska pismenost tako ni zgolj individualna spretnost, temveč družbeni pogoj demokratičnega komuniciranja, ki ga lahko uresničujemo le v pluralnem medijskem okolju. Pluralnost brez pismenosti ostaja neizkoriščen potencial, pismenost brez pluralnosti pa prazna spretnost brez vsebine. Kot je pojasnjeno v uvodu poročila, pojma skupaj tvorita dvojno infrastrukturo demokracije: pluralnost kot struktura zagotavlja raznolikost virov, pismenost pa kot delovanje omogoča njihovo kritično uporabo in vključevanje v javno razpravo.

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 danes vedno bolj povezuje z vprašanji zasebnosti, varstva podatkov in digitalnih pravic (Fuchs 2012; Masur 2020).

Evropska unija je dezinformacije prepoznala kot resno grožnjo demokraciji in je v zadnjih letih prešla od prostovoljnih kodeksov ravnanja k pravno zavezujočim regulativam. Ključni preboj predstavlja Akt o digitalnih storitvah (DSA; EUR-Lex 2022), ki največje spletne platforme zavezuje redni analizi sistemskega tveganja, 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 z 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 in Obligacijski zakonik, 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 ZMed, in sicer vzpostavlja določeno regulacijo vsebin, ustvarjenih z umetno inteligenco, in dejavnosti vplivnežev, predvsem v smeri večje transparentnosti. Na strateški ravni so dezinformacije umeščene v

okvir nacionalne varnosti in hibridnih groženj, kar urejajo dokumenti, kot je Strategija kibernetske varnosti Republike Slovenije. Na tej ravni se poudarja zahteva po krepitvi odpornosti družbe in institucij proti dezinformacijskim vplivom. Pomanjkanje specifične zakonodaje in pozen sprejem novega medijskega zakona kažeta na dolgotrajni politični in zakonodajni vakuum, ki je do zdaj onemogočal učinkovito obravnavo izzivov v digitalnem okolju.

V Sloveniji (še) ne razpolagamo s tako obsežnimi raziskavami o stanju medijske pismenosti na reprezentativnih vzorcih. Raziskave v okviru Infrastrukturnega programa Medijska pismenost, ki imajo določene empirične omejitve, so se prevladujoče posvečale posameznim demografskim in družbenim skupinam, zlasti mladim. Osredinjene so bile na uporabo medijev pri otrocih in vpletenost staršev v medijsko vzgojo (Rek, Ljubotina in Bašin 2024) ter vlogo seznanjenja staršev s strokovnimi smernicami za uporabo medijev pri spodbujanju staršev k aktivnejši vlogi pri medijski vzgoji otrok (Rek 2023). Raziskave so razkrile tudi pozitivno vlogo »metarefleksivnosti« – kritičnega, samozavednega mišljenja – pri spodbujanju preverjanja dejstev (Golob, Makarovič in Rek 2021).

Na širši ravni pomanjkljivo digitalno pismenost slovenskega prebivalstva izpostavlja Krovna strategija digitalne preobrazbe Slovenije do leta 2030, ki jo v več točkah povezuje z medijsko pismenostjo. Na problematična področja opozarjajo tudi podatki Statističnega urada RS, ki kažejo, da se je med letoma 2021 in 2023 zmanjšal delež ljudi, ki so zaznali neresnično oziroma dvomljivo informacijo in nato poskušali preveriti njeno resničnost (SURS 2023).

V nedavni študiji o stališčih, navadah in ocenah odrasle populacije o lastni medijski pismenosti, medijskih navadah in odnosu do digitalnega okolja, ki je temeljila na priložnostnem vzorcu, v katerem je bilo skoraj 70 % respondentk žensk, prevladujoče študentk programov raziskovalne ustanove, ki je izvajala raziskavo, so ugotovili, da večina sodelujočih sicer obvlada osnovne digitalne veščine, vendar se pojavljajo izrazite vrzeli pri kritični in ustvarjalni uporabi medijev, zlasti pri preverjanju informacij in razumevanju delovanja algoritmov (Rek, Ljubotina in Bratoš 2024). Analiza podatkov, zbranih med 11. februarjem in 11. majem 2025, je pokazala, da večina sodelujočih ob srečanju z novimi informacijami sicer uporablja različne prakse preverjanja njihove verodostojnosti – skoraj 70 % jih informacije preveri ob prvem obisku nove spletne strani, več kot polovica preveri namen oziroma verodostojnost avtorjev, tri četrtine pa informacije primerja z drugimi viri. Vendar raziskava hkrati opozarja na pomanjkljivosti na področju zasebnostne pismenosti: čeprav so udeleženci previdni pri deljenju nekaterih osebnih podatkov, še vedno pogosto razkrivajo informacije, ki jih lahko tehnološka podjetja uporabijo za profiliranje in ciljno oglaševanje. Kot posebej ranljive skupine so se pokazale starejše generacije, ki so slabše opremljene za prepoznavanje manipulativnih in lažnih vsebin. Pri prejšnjih raziskavah so se največje pomanjkljivosti kazale na področju kompetenc za kritično in ustvarjalno uporabo medijev in komunikacijskih tehnologij (Kovačič in Kovačič 2024).

Pri indeksu medijske pismenosti iz leta 2023 se je Slovenija uvrstila na 19. mesto med 41 državami (Lessenski 2023). Tudi sicer se Slovenija glede medijske pismenosti in digitalnih veščin v mednarodnih primerjavah uvršča približno na sredino, pri posameznih kazalnikih nad, pri drugih pod evropsko povprečje (npr. Evropska komisija 2023; 2025).

Do danes v Sloveniji ni bilo opravljenih raziskav, ki bi omogočile poglobljen vpogled v razlike in vrzeli v kompetencah pripadnikov različnih generacij, na podlagi katerih bi bilo mogoče oblikovati ciljno zasnovane programe in ukrepe za posamezne starostne skupine. Prav tako v Sloveniji

ni bilo poglobljenih raziskav o vlogi medijske pismenosti pri soočanju z dezinformacijami ter študija povezav z vprašanji zasebnosti na medmrežju in digitalnih pravic.

III.II Opredelitev ključnih pojmov

III.II.I Medijska pismenost

Pregled literature razkriva, da je medijsko pismenost mogoče razlagati kot krovni izraz, ki zajema različne specifične vrste pismenosti, med drugim informacijsko, digitalno, vizualno in novičarsko pismenost (Ashley, Maksl in Craft 2013; Considine, Moorman in Penrod 2009). Hkrati jo je mogoče obravnavati tudi kot eno od 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 prizadevanja za razmejitev njenih pojmovnih meja. Zaradi tega prekrivanja sledimo Kathleen Tyner (1998, 60), ki zagovarja stališče, da ločevanje posameznih pismenosti ne prispeva k jasnosti ali uporabnosti navedenih konceptov, in medijsko pismenost v raziskavi uporabljamo v najširšem smislu. Široko razumevanje medijske pismenosti omogoča celovit vpogled v sposobnosti posameznikov za učinkovito uporabo medijev.

Za merjenje medijske pismenosti smo 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. Model celovito zajema medijsko pismenost in jo prilagaja sodobnemu interaktivnemu okolju tako, da zajema tako zmožnosti razumevanja in kritičnega vrednotenja vsebin kot tudi zmožnosti aktivnega sodelovanja v digitalnih okoljih.

TABELA 12: DIMENZIJE MEDIJSKE PISMENOSTI

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 družbeni pomen in učinke ter konstruirati lastno razumevanje	Sposobnost sodelovanja v medijsko bogatih okoljih
Funkcionalna medijska pismenost	Sposobnost dostopa do in razumevanja medijskih vsebin na besedilni ravni	Sposobnost uporabe tehnologije za ustvarjanje medijskih vsebin (npr. uporaba kamere ali pisanje e-pošte)
	Potrošniška medijska pismenost	**Ustvarjalna medijska pismenost**

Vir: Chen, Wu in Wang (2011)

Posledično dobimo tipologijo štirih čistih tipov medijske pismenosti:

- **Funkcionalna potrošnja vsebin**: sposobnost dostopa in razumevanja medijskih vsebin na osnovni, besedilni ravni.
- **Kritična potrošnja vsebin**: sposobnost analize in kritičnega vrednotenja medijskih vsebin za boljše razumevanje.
- **Funkcionalno ustvarjanje vsebin**: tehnične spretnosti za uporabo tehnologij za ustvarjanje medijskih vsebin, na primer uporaba kamere ali pisanje elektronske pošte.
- **Kritično ustvarjanje vsebin**: zmožnost ustvarjanja medijskih vsebin z razumevanjem njihovih družbenih učinkov, etičnih in pravnih posledic.

Eksploratorna faktorska analiza je na vzorcu, ki smo ga zajeli, pokazala, da se dimenziji funkcionalne in kritične potrošnje vsebin združita 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.

III.II.II Dezinformacije in zasebnostna pismenost

Študije (npr. McDougall 2019) so pokazale, da lahko medijska pismenost mlade državljane opremi z boljšo odpornostjo proti dezinformacijam in da je njena vloga odločilna pri državljanskem angažiranju (participaciji) mladih (npr. Hobbs et al. 2013; Mihailidis in Viotty 2017; Kahne in Bowyer 2017).

Tako v političnih kot tudi strokovnih in znanstvenih dokumentih obstaja glede dezinformacij precej terminoloških in konceptualnih nejasnosti. V raziskavi dezinformacije razumemo v skladu z opredelitvijo iz Akcijskega načrta za evropsko demokracijo (Evropska komisija 2020). Ta dokument je eden ključnih temeljev politik EU za boj proti dezinformacijam in manipulativnim informacijskim praksam v digitalnem okolju. V njem Evropska komisija opredeljuje dezinformacije kot zavestno in namerno širjenje napačnih informacij z namenom pridobivanja ekonomskih ali političnih koristi, kar jih loči od nenamerno napačnih informacij, in kot vsebine, ki lahko škodujejo javnosti. Na to opredelitev se sklicuje tudi Kodeks ravnanja glede dezinformacij iz leta 2022 (Evropska komisija 2022). V poročilu se sklicujemo tudi na tipologijo Claire Wardle in Derakhshana (2017), ki ločita med:

- **dezinformacijami** (namerno napačnimi informacijami, ustvarjenimi z namenom škodovanja; oseba, ki jih širi, se zaveda njihove neresničnosti);
- **napačnimi informacijami** (nenamernimi neresničnimi informacijami, za katere razširjevalec verjame, da so resnične, niso ustvarjene z namenom škodovanja);
- **zlonamernimi informacijami** (pristnimi informacijami, ki se zlonamerno uporabijo za povzročanje škode, npr. razkrivanje zasebnih podatkov).

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 2008). 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 et al. 2021). Dobičkonosna usmerjenost tehnoloških podjetij, ki pridobljene podatke monetizirajo s ciljnim oglaševanjem, pogosto ni skladna z zaščito pravice posameznika do zasebnosti (Fuchs 2012; Tandoc et al. 2021) ter 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 in (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 zlorabami 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.

III.II.III Generacijski pristop

Ker v Sloveniji do zdaj ni bilo raziskav, ki bi omogočile poglobljen študij razlik in vrzeli v kompetencah pripadnikov različnih generacij s področja medijske in zasebnostne pismenosti in sposobnosti prepoznavanja dezinformacij, da bi bilo na njihovi podlagi mogoče zasnovati ciljne aktivnosti za specifične potrebe vsake generacije, smo v raziskavi uporabili »generacijski pristop« z namenom razumevanja razlik med posameznimi generacijami glede na dominantne medije med njihovo primarno in sekundarno socializacijo. Vključili smo štiri generacije, opredeljene v skladu z literaturo:

- **generacijo baby-boom** (rojene 1946–1964): TV-generacijo,
- **digitalne priseljence** (rojene 1965–1980): generacijo osebnih računalnikov,
- **milenijce** (rojene 1981–1996): generacijo prenosnih računalnikov in mobilnih telefonov,
- **digitalne domorodce** (rojene po letu 1997): generacijo pametnih telefonov.

Ta pristop je omogočil poglobljen vpogled v predpostavko, da so starejši, ki pogosto slabše obvladajo digitalne kompetence, bolj ranljivi za manipulativne vsebine.

III.III Kako smo merili?

Raziskava je temeljila na mešani metodi, ki je združila kvantitativno anketo, kvalitativne fokusne skupine in kartiranje relevantnih aktivnosti na področju medijske pismenosti. Celostni pristop je omogočil preverjanje in dopolnjevanje rezultatov iz različnih zornih kotov. V anketo smo, sledeč literaturi, vključili tako kombinacijo vprašanj, ki preverjajo znanje o dezinformacijah (kot v Maksl, Ashley in Craft 2015), kot tudi samoocenjevanje sposobnosti njihovega prepoznavanja in ustreznega ravnanja (kot v Tandoc et al. 2021 ali Ofcom 2021). Rezultati ene od slovenskih raziskav informacijske pismenosti, ki je temeljila na samopresoji, so namreč potrdili Dunning-Krugerjev učinek, pri katerem nekvalificirani posamezniki precenjujejo, kvalificirani pa podcenjujejo svoje sposobnosti; obenem so študentje, ki so več časa preživljali na spletu, imeli nižje znanje, a višje mnenje o svoji pismenosti (Dolenc in Šorgo 2020).

Anketa je bila izvedena na statistično reprezentativnem vzorcu 1133 anketirancev, ki so bili rojeni med letoma 1948 in 2006. Anketiranje je potekalo med 18. in 24. marcem 2024, izvedlo pa ga je podjetje Valicon. Za pridobivanje podatkov o medijski in zasebnostni pismenosti ter prepoznavanju dezinformacij smo uporabili kombinacijo vprašanj, ki so preverjala znanje in razumevanje (da bi se izognili Dunning-Krugerjevemu učinku, pri katerem posamezniki s slabšim znanjem precenjujejo svoje sposobnosti), ter vprašanj za samoocenjevanje. Vzorčenje je bilo kvotno, za povečanje reprezentativnosti pa je bilo uporabljeno uteževanje po statističnih regijah, spolu, starosti in izobrazbi. Od 4148 enot v vzorcu je bilo uspešno izpolnjenih 1133 intervjujev, kar predstavlja 27-% stopnjo sodelovanja.

Fokusne skupine so bile izvedene maja 2024 s 45 udeleženci, rekrutiranimi izmed respondentov ankete, z namenom pridobitve poglobljenega vpogleda v njihove prakse informiranja, zaupanje v medije, presojanje vsebin in preverjanje verodostojnosti. Izvedenih je bilo šest skupin: štiri generacijsko homogene (baby-boom, digitalni priseljenci, milenijci, digitalni domorodci) in dve generacijsko heterogeni, ki sta vključevali udeležence z nizko oziroma visoko izmerjeno stopnjo medijske pismenosti. Zanimiva ugotovitev že pri rekrutaciji je bila, da so bili posamezniki z nizko stopnjo pismenosti mnogo manj pripravljeni na sodelovanje. To je bilo interpretirano kot posledica splošnega družbenega nezaupanja in resignacije, ki jo ta skupina izraža. Stopnja sodelovanja pri fokusnih skupinah je bila 53,6 %, s 45 realiziranimi intervjuji od 84 enot v vzorcu.

Kartiranje je obsegalo popis 65 projektov, iniciativ in akterjev na področju medijske pismenosti v Sloveniji med letoma 2020 in 2024. Kartiranje, ki je bilo izvedeno decembra 2024, je temeljilo na kombinaciji strukturiranega vprašalnika in popisa projektnih aktivnosti. Namen kartiranja je bil zagotoviti celovit pregled nad institucionalnim in neinstitucionalnim okoljem, identificirati ključne nosilce aktivnosti, njihove ciljne skupine in metodološke pristope. Ta segment raziskave je omogočil umestitev empiričnih ugotovitev v širši sistemski kontekst, kar je ključno za oblikovanje smiselnih priporočil.

III.IV Rezultati

III.IV.I Povezava medijske pismenosti z demografskimi dejavniki

Analiza je razkrila, da je stopnja medijske pismenosti v Sloveniji neenakomerno porazdeljena med različnimi družbenimi skupinami.

Povezava s starostjo. Medijska pismenost s starostjo statistično značilno, a šibko upada. Podrobnejša analiza po dimenzijah razkrije, da upad ni enakomeren. Kot je prikazano v tabeli 13, je povezava 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 razbije 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.

TABELA 13: POVEZAVA MED DIMENZIJAMI MEDIJSKE PISMENOSTI IN STAROSTJO

		Potrošnja	Kritično ustvarjanje	Funkcionalno ustvarjanje
Starost na dan anketiranja	Pearsonov korelacijski koeficient	–,108**	–,177**	–,293**
	Statistična značilnost (dvostranska)	,000	,000	,000
	N	1133	1133	1133

Povezava s spolom. 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 naslavljanje teh razlik in spodbujanje medijske pismenosti pri ženskah.

Povezava z izobrazbo. 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 opremijo za učinkovito navigacijo v kompleksnem informacijskem okolju.

III.IV.II Medijska pismenost in njena vloga v digitalnem okolju

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.

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.

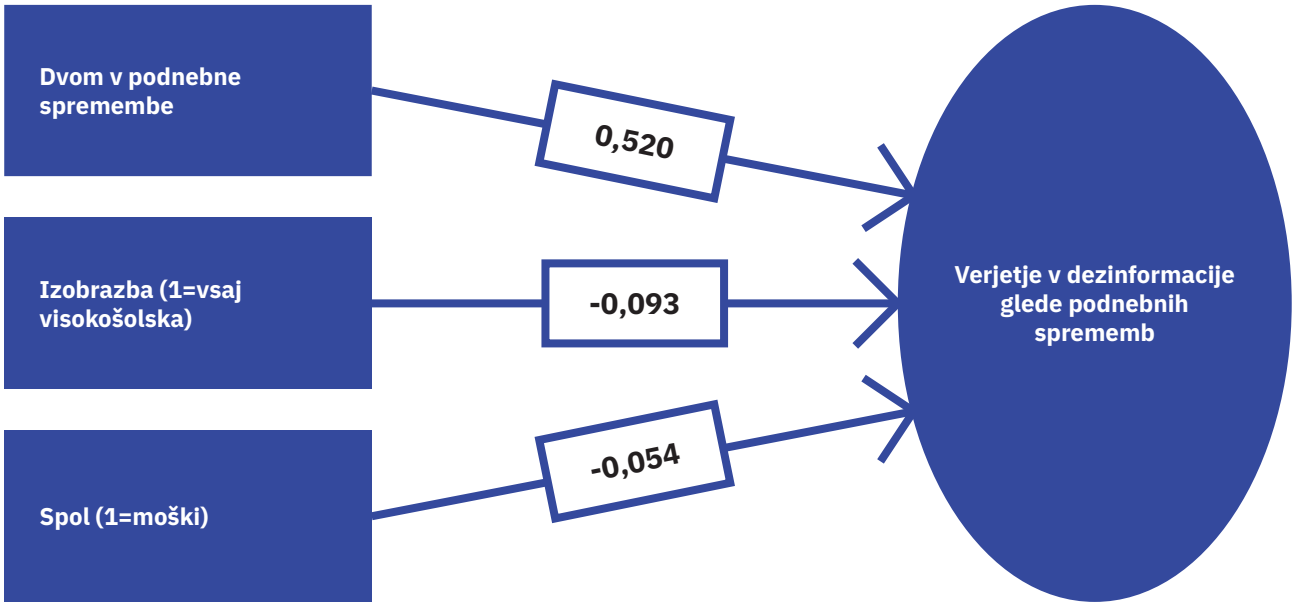
Respondente smo prosili, da preberejo besedilo, ki promovira teorije zarot na področju podnebnih sprememb (glejte podrobnosti v metodoloških pojasnilih), ki smo ga pridobili s spletnega mesta Misteriji.si. Respondente smo prosili, da ocenijo, kolikšen delež informacij v besedilu je resničnih, kar meri 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 prav tako vključili verjetje v teorije zarot na področju podnebnih sprememb, saj smo predpostavili, da skladnost prispevka s stališči respondentov zmanjšuje njihovo zmožnost prepoznati dezinformacije. V model smo vključili tudi kontrolne spremenljivke (izobrazbo, spol in velikost naselja).

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

Namesto tega je analiza potrdila, da je daleč najpomembnejši dejavnik *skladnost vsebine s predhodnimi stališči posameznika*. Dejavnik dvom v podnebne spremembe je imel daleč 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 imata tudi spol (moški so besedilo ocenili kot manj resnično) in izobrazba (bolje izobraženi so bili bolj kritični), vendar so ti vplivi bistveno šibkejši od vpliva predhodnih stališč.

SLIKA 4: VPLIV DEJAVNIKOV NA ZMOŽNOST PREPOZNAVANJA DEZINFORMACIJ (PRIKAZANE SO SAMO POVEZAVE, KI SO STATISTIČNO ZNAČILNE PRI STOPNJI TVEGANJA PET ODSTOTKOV)



Prilagojen R-kvadrat = 0,306

Ta ugotovitev razkriva, da medijska pismenost sama po sebi ne more preglasiti moči kognitivne 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.

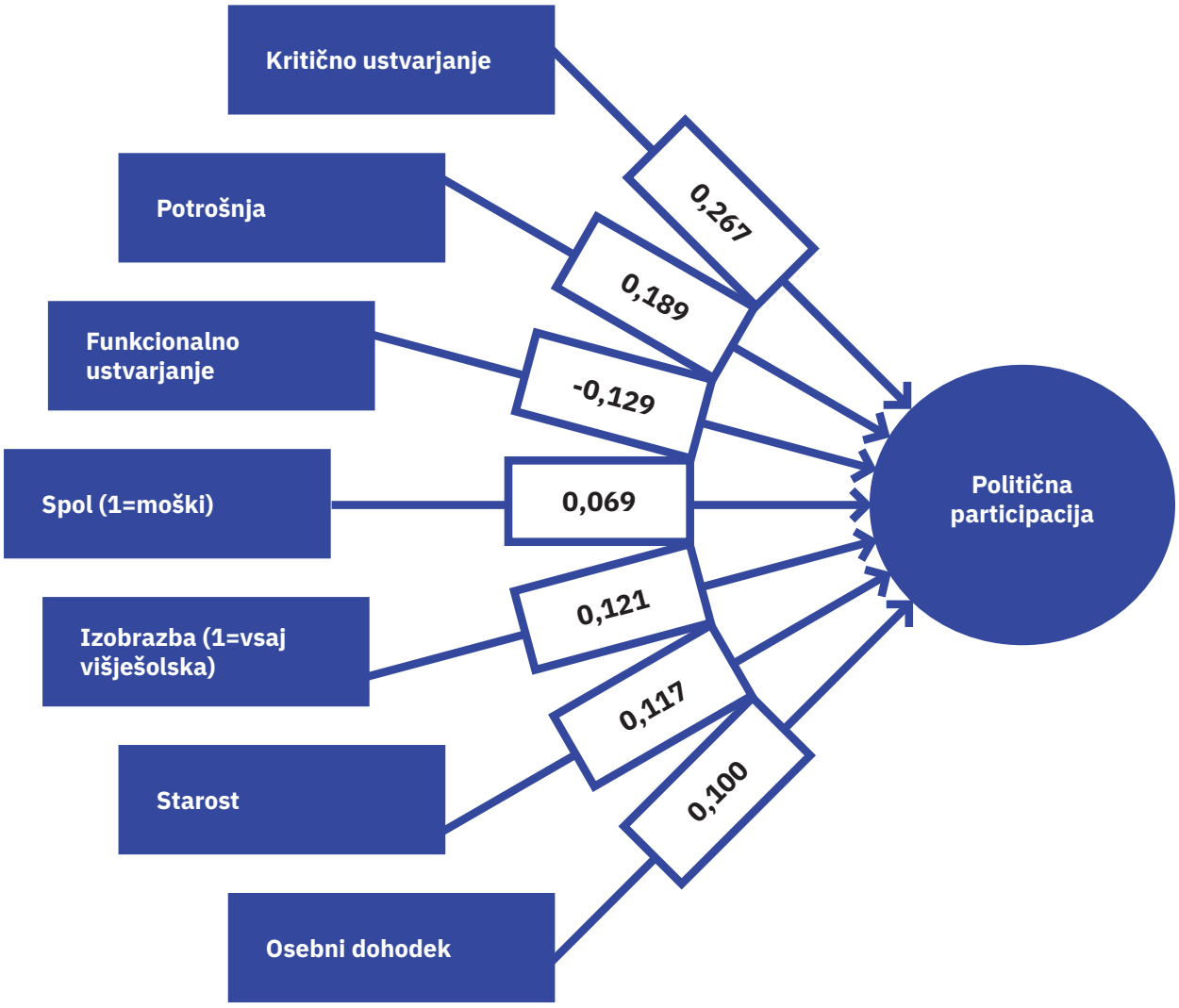
Analiza je nadalje potrdila, da verjetje v dezinformacije statistično značilno in močno vpliva na pripravljenost za interakcijo z vsebino. Posamezniki, ki ocenijo vsebino kot verodostojno, so se nanjo veliko bolj pripravljeni pozitivno odzvati (všečkanje, deljenje, komentiranje) (korelacijski koeficient 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 nič (korelacijski koeficient –0,109). To ustvarja strupen povratni krog, pri čemer algoritemsko delovanje socialnih omrežij nagrajuje angažiranost, kar pospešuje širjenje dezinformacij. To dognanje poudarja, da izobraževanje uporabnikov ni zadosten ukrep. Ukrepi morajo biti nujno dopolnjeni z regulativnimi rešitvami, ki naslavljajo sistemsko delovanje spletnih platform in njihovih algoritmov, kot jih predvideva Akt o digitalnih storitvah (DSA).

II.IV.III Medijska pismenost in politična participacija: zapletena vez

Preučevali smo tudi vpliv medijske pismenosti na politično participacijo, ki vključuje tako formalne (udeležba na volitvah) kot neformalne oblike (razpravljanje, bojkotiranje izdelkov). Regresijska analiza je potrdila statistično značilen vpliv medijske pismenosti na politično participacijo.

Vendar pa je ta povezava niansirana in daleč od enostavne. Model pojasni 15,9 % variabilnosti politične participacije. Najmočnejši pozitivni vpliv na participacijo je pri dimenziji *kritično ustvarjanje* (beta = 0,267) in potrošnja (beta = 0,189). To pomeni, da je zmožnost analize in vrednotenja vsebin ter razumevanje etičnih in družbenih vidikov medijskega ustvarjanja ključna za spodbujanje angažiranega državljana. Presenetljivo pa je, da je pri dimenziji *funkcionalno ustvarjanje* statistično značilen, a negativen vpliv (beta = –0,129) na politično participacijo. To nakazuje, da zgolj tehnična uporaba orodij brez kritične refleksije lahko celo zmanjša željo po politični vključenosti.

SLIKA 5: VPLIV DEJAVNIKOV NA POLITIČNO PARTICIPACIJO (PRIKAZANE SO SAMO POVEZAVE, KI SO STATISTIČNO ZNAČILNE PRI STOPNJI TVEGANJA PET ODSTOTKOV)



Prilagojen R-kvadrat = 0,159

Ta ugotovitev je ključna, saj razkriva, da medijska pismenost ni le tehnična veščina, ampak temeljna družbena 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.

III.IV.IV 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.

Kompetence za varovanje zasebnosti: demografske razlike in dimenzije. Merjenje zasebnostne pismenosti je potekalo v obliki testa znanja. Povprečni delež pravilnih odgovorov je znašal 56 %. Najranljivejše področje je bilo poznavanje zakonodaje o varstvu podatkov, pri čemer je bil delež pravilnih odgovorov le 44-%. 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, s 70 % pravilnih odgovorov.

Podobno kot pri medijski so tudi pri zasebnostni pismenosti ugotovljene statistično značilne razlike glede na demografske dejavnike. 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 % vprašanj, medtem ko so ženske pravilno odgovorile na 51,8 % vprašanj. Pri izobrazbi je bila razlika še izrazitejša: anketiranci z vsaj višješolsko izobrazbo so dosegli 61 % pravilnih odgovorov, tisti z nižjo izobrazbo pa 53 %.

TABELA 14: DELEŽ PRAVILNIH ODGOVOROV NA VPRAŠANJA, KI MERIJO ZASEBNOSTNO PISMENOST

	%
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 prek več računalnikov, 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, se morajo te vsebine brezpogojno umakniti.	10
Če ob registraciji v spletno trgovino vnesete svoj elektronski naslov, ga sme spletni trgovec uporabiti, da vam pošilja	44
Poznavanje strategij za varstvo podatkov (povprečje dimenzije)	**57**
Sledenje vaši rabi interneta je težje, če redno brišete informacije v svojem brskalniku (npr. piškotke, predpomnilnik, z	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 (*listwise*)	1133

Dejavniki varovanja zasebnosti na spletu in socialnih omrežjih: primerjalna analiza. Raziskava je primerjala dejavnike, ki vplivajo na prakse varovanja zasebnosti na spletu (npr. brskanje po spletnih straneh) in na socialnih omrežjih. V obeh primerih je najmočnejši vpliv na varovanje zasebnosti imelo 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 % variabilnosti, medtem ko model za socialna omrežja pojasni le 3,9 %.

Ta velika razlika pomeni, da so socialna 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 je znanje o tehničnih vidikih varovanja zasebnosti na socialnih omrežjih brez statistično značilnega vpliva, kar potrjuje, 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 Akt o digitalnih storitvah (DSA).

III.IV.V Praktične navade in sistemske pomanjkljivosti: kvalitativni in strukturni vpogledi

Kvantitativne ugotovitve raziskave so bile dopolnjene s šestimi fokusnimi skupinami, ki so razkrile poglobljene vpoglede v prakse informiranja, zaupanje medijem in pristope k preverjanju verodostojnosti.

Prakse informiranja. Med tehnološkimi generacijami obstajajo izrazite razlike. Digitalni domorodci (generacija Z), ki so rojeni po letu 1997, se informirajo pretežno pasivno, skozi algoritemsko kurirane vsebine na socialnih 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 socialnih omrežij, ter imajo izoblikovane 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 družbenosistemska 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, pri tistih z visoko medijsko pismenostjo je skepsa bolj specifična in utemeljena na analizi, na primer s preverjanjem lastniške strukture medija, uredniške politike ali stila 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 najkredibilnejše zaradi njihovega profesionalizma in neodvisnosti.

Preverjanje verodostojnosti. Večina respondentov se zaveda potrebe po preverjanju informacij, vendar je ta proces večinoma 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 odprto-

kodnih 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 tudi analiza konteksta novice in poskusi detekcije manipulativnih tehnik, kot so umetno ustvarjene vsebine ali algoritemska pristranskost, kar je pri tistih z nižjo pismenostjo redko.

II.IV.VI Strukturna analiza medijskopismenostnih aktivnosti v Sloveniji

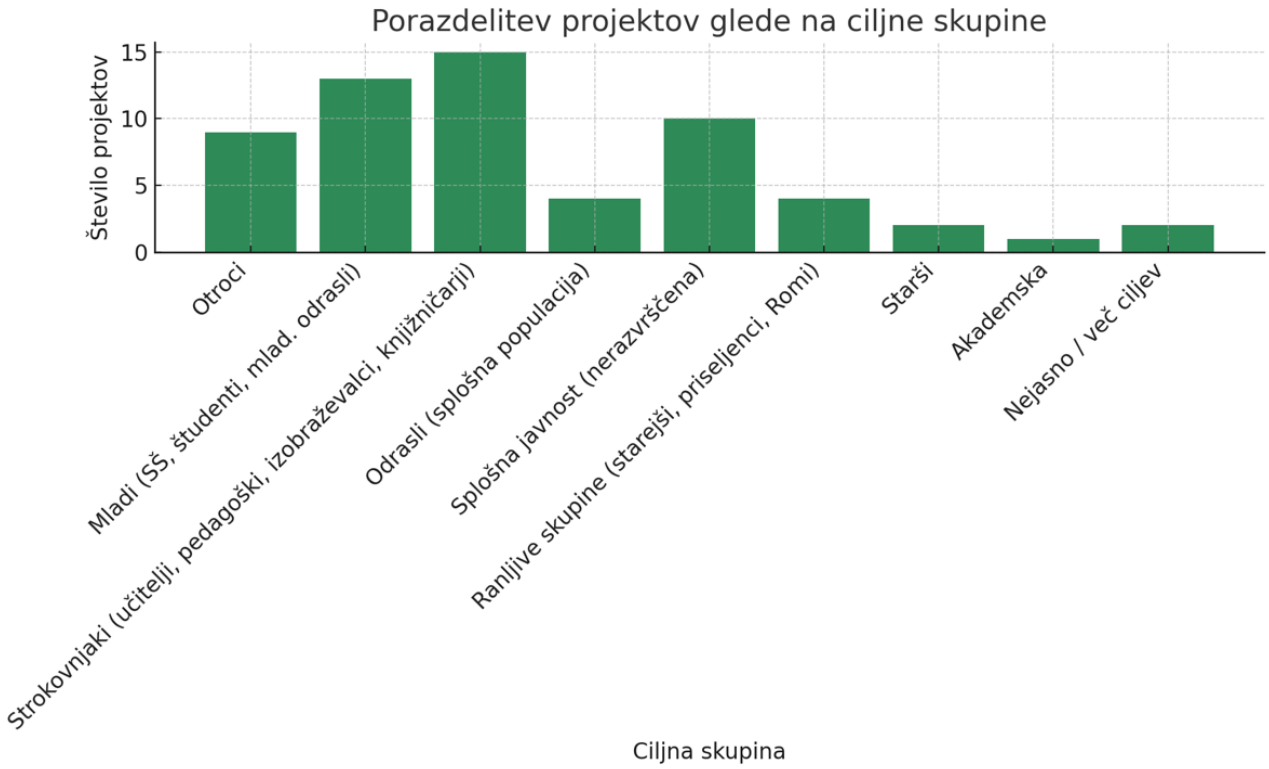
V okviru raziskave je bilo izvedeno tudi kartiranje medijskopismenostnih aktivnosti, ki so potekale med letoma 2020 in 2024. Popis je zajel 65 projektov, ki so razkrili pomembne strukturne pomanjkljivosti slovenskega ekosistema medijske pismenosti.

Analiza je pokazala, 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 oblika 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 neposredno delo z uporabniki, kot so delavnice ali svetovanja, zastopano v manjšem obsegu, kar dodatno poudarja razdrobljenost in nepovezanost akterjev. Raziskovalni projekti so redki, kar kaže na nezadostno povezavo med praktičnimi pobudami in akademsko sfero.

Največja neskladnost, ki jo je raziskava odkrila, je med ciljnimi skupinami teh dejavnosti in dejanskimi potrebami. Daleč najpogostejša ciljna skupina so otroci in mladostniki, ki so po ugotovitvah ankete najmanj ranljiva skupina z vidika medijske pismenosti. Starejše generacije, ki imajo največje vrzeli v pismenosti, so razmeroma redko ciljne skupine obstoječih aktivnosti, kljub temu da so pogosto prepoznane kot še posebej ranljive za digitalne manipulacije. 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 6: PREVLADUJOČE CILJNE SKUPINE MEDIJSKOPISMENOSTNIH AKTIVNOSTI V SLOVENIJI



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

III.V 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 pristranskosti 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 ni pomembno vplivala na zmožnost prepoznavanja lažnih informacij, vsebovanih v besedilu o podnebnih spremembah. Rezultati nakazujejo, da je zmožnost medijske pismenosti v boju z dezinformacijami omejena.

Namesto tega je analiza potrdila, da je daleč najpomembnejši dejavnik, ki napoveduje verjetje v dezinformacije, skladnost vsebine s stališči posameznika. Posamezniki so bistveno manj sposobni prepoznati napačne informacije, če te potrjujejo njihovo že oblikovano prepričanje. Znatnejši, a šibkejši vpliv na zmožnost prepoznavanja dezinformacij sta izkazala tudi spol in izo-

brazba, vendar so ti vplivi bistveno šibkejši od vpliva predhodnih stališč. Ta ugotovitev razkriva, da medijska pismenost ne more preglasiti moči kognitivne pristranskosti, zlasti potrditvene, pri čemer posamezniki aktivno iščejo in sprejemajo informacije, ki so v skladu z njihovim prepričanjem, ne glede na 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 (všečkanje, deljenje, komentiranje) in manj pripravljeni odzvati negativno (prijaviti neželeno vsebino, blokirati uporabnika). Ta dinamika lahko ustvarja nevaren povratni krog, pri čemer algoritemsko delovanje socialnih 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, torej posameznikovo znanje in veščine za zaščito svojih podatkov, deluje na dveh bistveno različnih ravneh. Model, ki razlaga varovanje zasebnosti na splošnem spletu (npr. pri brskanju), pojasni 14,6 % variabilnosti, kar nakazuje, da je vpliv individualnega znanja na tem področju oprijemljiv. Vendar se učinek dramatično zmanjša, ko se preučuje varovanje zasebnosti na socialnih omrežjih, pri čemer regresijski model pojasni le 3,9 % variabilnosti. Ta velika razlika razkriva globlji, sistemski problem. Socialna omrežja so namreč zasnovana tako, da 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 sistemsko tveganje.

Regresijska analiza je potrdila, da medijska pismenost statistično značilno vpliva na politično participacijo, vendar pa je ta vez zapletena. Najmočnejši pozitivni vpliv na udeležbo izkazujeta dimenziji kritičnega ustvarjanja (beta = 0,267) in potrošnje (beta = 0,189). To pomeni, da je zmožnost analize, vrednotenja in razumevanja etičnih vidikov medijskega ustvarjanja ključna za spodbujanje angažiranega državljana. Medtem pa je pri dimenziji funkcionalnega ustvarjanja (tj. tehnične veščine, kot je ustvarjanje medijskih vsebin in uporaba orodij) statistično značilen, a negativen vpliv (beta = −0,129) na politično participacijo. Tako »prazno pismenost« je mogoče razumeti kot sposobnost tehnične uporabe orodij, ločeno od kritične, etične in refleksivne uporabe. Ta ugotovitev nakazuje, da lahko osredinjanje zgolj na učenje digitalnih veščin povzroči neželene družbene učinke, saj gola tehnična pismenost brez kritične refleksije ne prispeva k aktivnemu državljanstvu.

Poročilo je razkrilo, 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 (tehnične veščine), pri čemer korelacijski koeficient znaša −0,293. To potrjuje, da so starejše generacije še posebej ranljive na področju hitro spreminjajočih se digitalnih orodij. Ta ugotovitev pa pridobi na pomenu v luči kartiranja medijskopismenostnih aktivnosti v Sloveniji. Kartiranje je namreč razkrilo, da se večina programov osredinja 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, naslovljene le redko. Tak 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 neučinko-

vito porabo virov in nezadostno naslavljanje najranljivejših družbenih segmentov, kar dodatno zmanjšuje splošno odpornost družbe proti dezinformacijam in digitalni manipulaciji.

Jedro razprave v poglavju III.V je sintetični argument o vzajemni šibkosti obeh stebrov demokracije: pluralnosti (strukture) in pismenosti (subjekta). Povezava povzroča začarani krog neučinkovitosti, ki ogroža demokratično javnost. Strukturna homogenost, ki jo poganjajo lastniški grozdi in ideološka polarizacija, ustvarja informacijske mehurčke, ki ponujajo vsebine, ki potrjujejo že obstoječe poglede. Posamezniki so tako bistveno verjetneje pripravljeni verjeti v dezinformacije, če te krepijo njihovo že oblikovano prepričanje. S tem se ustvarja nevaren povratni krog: strukturna homogenizacija medijske krajine spodbuja ideološke odmevne komore, ki krepijo predhodno prepričanje posameznikov, zaradi česar ti kljub osnovnim pismenostnim veščinam postanejo manj odporni proti dezinformacijam. Posledica je populacija, ki je tehnično vešča, a politično apatična in ranljiva za manipulacijo. Pluralnost, ki bi morala biti podlaga kritični analizi, se v takem okolju razgubi v »pluralnost« odmevnih komor.

III.VI Omejitve raziskave

Raziskava kljub celovitosti in inovativnosti ni brez omejitev. Najpomembnejša omejitev izhaja iz osrednjega dognanja: anketa ne more v celoti pojasniti, zakaj medijska pismenost ne vpliva na prepoznavanje dezinformacij. Čeprav ugotavljamo, da je vzrok v vnaprejšnjih stališčih posameznikov, bi to zahtevalo poglobljeno raziskovanje kognitivne pristranskosti in psiholoških dejavnikov, ki presegajo okvir te študije. Nadaljnja omejitev je tudi morebitna pristranskost pri samoocenjevanju, čeprav smo jo poskušali zmanjšati s kombiniranim metodološkim pristopom. Težave pri rekrutaciji udeležencev za fokusno skupino z nizko medijsko pismenostjo pa tudi kažejo, da ta segment populacije morda ni v celoti reprezentiran, saj se izmika sodelovanju v raziskovalnih procesih, kar samo po sebi potrjuje ugotovitve o družbeni resignaciji.

Na podlagi teh omejitev predlagamo več smeri za nadaljnje raziskave:

- **Poglobljene raziskave o vzročno-posledičnih povezavah:** Prihodnje študije bi se morale posvetiti razumevanju vzročnih povezav med psihološkimi dejavniki, kot sta splošno nezaupanje in resignacija, in pripravljenostjo za širjenje dezinformacij.
- **Longitudinalne študije in evalvacija intervencij:** Treba bo izvajati dolgoročne raziskave, ki bi spremljale učinke medijskopismenostnih programov na različne ciljne skupine in ugotavljale, katere intervencije so najučinkovitejše pri zmanjševanju vpliva dezinformacij.
- Študije strukturnih dejavnikov: V luči ugotovitev o homogenosti medijskih vsebin je nujno raziskati vpliv lastniške strukture medijev in tržne koncentracije na percepcijo javnosti ter na dejanske medijske prakse.

Rezultati te raziskave kažejo, da medijska pismenost ni edini dejavnik v boju proti dezinformacijam, a je ključna komponenta. Rešitev je v celovitem in koordiniranem pristopu, ki ne naslavlja le individualnih spretnosti, temveč tudi širše družbene, institucionalne in psihološke dejavnike, ki oblikujejo sodobno informacijsko krajino.

IV MEDIJSKA POLITIKA IN PLURALNOST AKTERJEV NA PODROČJU MEDIJSKE ZAKONODAJE MED STRUKTURNIMI SPREMEMBAMI DRUŽBENEGA KOMUNICIRANJA

IV.I 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). 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).

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 direktiv in strategij 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, namreč kot normativni koncept in tudi kot politično dilemo. Raziskovanje medijskega pluralizma kot odraza politične volje nam lahko razkrije vpogled v strukturne razmere in različne interese, ki krojijo medijsko področje (Braman 2004; Freedman 2008).

Glavni medijski zakon v Sloveniji je bil med pisanjem poročila star čez dvajset let, dvomi o njegovi učinkovitosti in zmožnosti naslavljanja težav slovenske medijske krajine pa ga spremljajo že od njegovega nastanka (Petković in Bašić Hrvatin 2019, 174; prim. Bašić Hrvatin in Kučić 2005, 181). Zato nas je zanimalo, zakaj prejšnji poskusi sprememb ZMed niso bili uspešni in kako je potekal med izvajanjem raziskave aktualni poskus uvedbe novega ZMed. Ta je bil sprejet po skoraj 25 letih prav med zaključevanjem tega poročila (3. septembra 2025). Naša analiza, ki se osredinja na 1. diahrono (analizo preteklih poskusov sprememb ZMed) in 2. sinhrono perspektivo (analizo akterjev na področju medijske zakonodaje v primeru novega predloga ZMed), 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 pripeljala 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.

IV.I.I 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 manjšin in lokalnih 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: 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 še nujno ne pomeni tudi pluralizma oblikovanja 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

IV.II Kako smo merili?

Naše raziskovanje medijske zakonodaje v Sloveniji temelji na kombinaciji več metod, ki so omogočile *vpogled tako v zgodovinske procese kot tudi v aktualno 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, ki so trenutno dejavni na področju medijske zakonodaje* (in so se odzvali v procesu javne razprave ob novem predlogu ZMed, glejte nadaljevanje). Tukaj smo vključili sedemintrideset sogovorcev izmed 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 bolj sistematično primerjavo odgovorov.

Tretji vir podatkov je predstavljala *analiza odzivov na predlog novega ZMed*, ki je bil v javni razpravi med decembrom 2023 in januarjem 2024. Pregledali smo dokumente (odzive na predlog besedila zakona), 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 teh 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.

IV.III Rezultati

IV.III.I 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 pluralizem 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 v družbi 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 obsega, v kakšnih razsežnostih pluralizem v družbi dojemamo kot potrebnega in, posledično, v kolikšnem obsegu naj država vzpostavlja in ohranja pogoje medijske pluralnosti ter za koga.

Osrednja konceptualna dilema medijskega pluralizma je ta, da je v zakonodaji praviloma operacionaliziran v svoji ekonomski dimenziji, tj. v smeri 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.

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).

Tudi na ravni Emfe pa lahko zaznamo razdvojenost medijskega pluralizma med tržnim redukcionizmom in širšim razumevanjem medijskega pluralizma. EMFA 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« (Kliemkiewitcz 2010, xiv), med katerim prihaja do »navzkrižij in eklektičnih kombiniranj tržno usmerjene deregulacije in družbeno ter kulturno orientirane regulativne racionalnosti«. Kaže tudi na 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 ne-

vladne 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 združbe 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 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.

IV.III.II Kratka zgodovina in osrednje težnje 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 Milosavljevič 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 obstoječih – 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 pride v veljavo 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 Ministrstvu za kulturo RS (v nadaljevanju 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 to ustanovitve rednih letnih javnih razpisov za sofinanciranje medijev, ki je v naslednjih letih predstavljal 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, kjer 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, denimo 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 prihajalo do pogostih nestrinjanj: »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 iz njenega gledišča nekoliko nepričakovana kritika s strani takrat novega predsednika Društva novinarjev Slovenije (v nadaljevanju DNS). Še pomembnejši je bil vpliv lastnika radijskih postaj, ki naj bi – tako Širca (intervju) – v besedilu novega zakona prepoznal 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 sestavljajo 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 ter 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 v javno razpravo vložila 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 ter z velikim odporom s strani medijske skupnosti. Veliko javne pozornosti so bili denimo 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 obstoječih 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, ki je bil sprejet 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. 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.

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.

a) *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 skozi posredne namige, anekdote in način 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.

b) *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.

c) *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 denimo v intervjujih izpostavljata Tone Peršak in Blaž Mazi). Po naši oceni je konstruktivna kritičnost pri pripravi zakona vsekakor dobrodošla, vendar pa so kritike vsaj občasno lahko preveč abstraktne in ne vsebujejo izvedljivih in konkretnih predlogov alternativnih zakonskih rešitev.

d) 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.

e) 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.

IV.III.III Akterji v javni razpravi in njihovi interesi

Oblikovanje medijske politike je, kot smo pokazali, veliko več kot le urejanje administrativnih uredb: je predvsem politično vprašanje glede tega, kdo (in na kakšne načine) 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 15).

TABELA 15: 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)
		nepridobi. radijski program posebnega pomena	Radio Ognjišče
		radijska mreža posebnega pomena	Primorski val, Radio Cerkno, Radio Kobarid
		komerc. 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
			Gospodarsko interesno združenje lokalnih in regionalnih radijskih postaj Slovenije
			Združenje neodvisnih radiev

Nadaljevanje tabele na naslednji strani.

javne instit.	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
gospo. subjek.	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

Nadaljevanje tabele na naslednji strani.

združe. gospo. subjek.	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

Nadaljevanje tabele na naslednji strani.

civilno. organ.	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

Nadaljevanje tabele na naslednji strani.

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 et al. 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 (zaščita manjšin, obvezne vsebine, obvezno zagotavljanje 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 prekrivanj – 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, da bi bilo »določene stvari težje početi« (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 platformami. 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.

IV.IV 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. 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 tega poročila, 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.

Z namenom preseganja omenjenega protislovja 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. 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 dru-

gih 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 zagotavljana 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, prihodke medijev in lastniško strukturo. 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 na 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.

IV.V 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 = 19 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 pluralizma 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 Emfi v različnih evropskih državah, predvsem tistih, ki jih tako kot Slovenijo zaznamujeta majhnost trga in semi-periferna pozicija.

V ZAKLJUČEK

Poročilo je raziskovalo medijsko krajino v Sloveniji, ki jo oblikujejo nasprotujoči si procesi, in jo obravnavalo s teoretičnega vidika, ki pluralnost in pismenost razume kot soodvisno dvojno infrastrukturo demokratičnega komuniciranja: strukturno raznolikost virov in vsebin ter kognitivno zmožnost državljanov, da to raznolikost kritično uporabljajo. Empirične ugotovitve potrjujejo to teoretično tezo: ko eden od stebrov oslabi, celotni sistem delujoče javnosti izgubi ravnotežje. Namesto da bi bili mediji infrastruktura za krepitev demokratične razprave, se v praksi, kot kažejo ugotovitve tega projekta, transformirajo v polje, ki je podvrženo homogenizacijskim pritiskom, s katerimi se krepijo asimetrije moči in politična polarizacija.

V.I Vzajemno razmerje med strukturo, subjektom in regulacijo

V.I.I 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 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 % spletnih prispevkov ima STA navedeno kot avtorja, dodatnih 12,4 % 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 politično povezani profilirani desnokonservativni mediji. 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 izrisali 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 podob-

nostjo, 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 desnokonservativnih medijih in politično profiliranih 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-%). Ta asimetrija potrjuje kritični pristop, 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. Izjemi sta javni servis RTV Slovenija, ki dosega najvišje vrednosti raznolikosti, in tiskani mediji; to dokazuje, da regulacija in profesionalni standardi delujejo kot nujen korektiv tržni logiki in z njo povezani homogenizaciji.

V.I.II 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 obstoječimi stališči posameznika, kar pojasni več kot 30 % 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, ki ga poganjajo politični in komercialni interesi, 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 anketiranci so se zavedali, da morajo preverjati verodostojnost informacij, a jih velika večina za to ne uporablja specializiranih orodij za preverjanje dejstev. To pomeni, da skepticizem brez ustreznih orodij 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.

V.I.III 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 izpostavljamo 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 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 (Akosu in Inšpektoratu za medije, ki se jima zdaj pridružuje še za presojanje učinkov medijskih koncentracij na medijski pluralizem še ne povsem opremljeni AVK). 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 siste-

matičnejšem javnem financiranju medijev. Med mnogimi akterji obstaja konsenz, da je javno financiranje medijev predpogoj njihove stabilnosti in zagotavljanja javnega interesa v obdobju globokih strukturnih sprememb javnega komuniciranja.

V.II Zaključni premisleki: veliko sistemsko tveganje za demokratični razvoj medijske krajine v Sloveniji

Osrednja ugotovitev raziskave 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 naša raziskava 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 so infrastruktura demokracije, in povečuje tveganje za družbeno polarizacijo ter 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 v povezavi z drugimi predmeti, ki omogočajo veljavnejšo 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 delova-

nje 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.

VI 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.

VI.I 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.

VI.I.I 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 na 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 ozkopolitično 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 kakovostnimi vsebinami ter oblike lokalnega

novinarstva gojijo skozi 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.

VI.I.II 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 organizacijskimi problemi medijev v Sloveniji. Priporočamo zaostritev medijskih politik in regulacije koncentracije lastništva s poudarkom na preprečevanju nadzora medijev na podlagi povezanih podjetij in osebnih povezav lastnikov in izdajateljev. Ključnega pomena je tudi uvedba transparentnega, obveznega in javno dostopnega registra lastnikov in izdajateljev medijev. S tem bi država pregled nad razmerji moči v medijski krajini, ki se pomembno odražajo v raznolikosti novic, ter orodje za oblikovanje medijskih politik, ki bi krepile pluralnost na strukturni ravni. Transparentno lastništvo in preprečevanje koncentracije sta nujna, da se blaži 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 varovalk avtonomnega dela novinarjev v skladu z načelom javnosti pred zunanjimi in notranjimi vplivi.

VI.I.III 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. Nov model bi moral zagotavljati javno financiranje, ki ne bi bile usmerjene 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 transparen-

tnosti, inkluzivnosti in pluralnosti. Model bi moral hkrati imeti vtkane robustne mehanizme, ki bi prepričevali njegovo politično in komercialno instrumentalizacijo in hkrati varovali strukturno in vsebinsko pluralnost medijske krajine.

VI.II 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 osredinjali zgolj na učenje tehničnih veščin, se morajo politike usmeriti v izgradnjo družbene in kognitivne odpornosti.

VI.II.I Vzpostavitev nacionalnega strateškega 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 družbeno 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.

VI.II.II Spodbujanje aktivne participacije in prepoznavanja dezinformacij

Analiza je pokazala, da lahko gola tehnična pismenost (»funkcionalno ustvarjanje«), ki se po-

gosto dosega v programih za digitalne veščine, celo negativno vpliva na politično participacijo. To dognanje nakazuje nevarnost *prazne pismenosti*, tj. da posamezniki obvladajo orodja za deljenje, 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 aktivno participacijo in 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.

VI.II.III 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 socialnih omrežjih, saj regresijski model pojasni le 3,9 % 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.

VI.III 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 pogosto netransparentni vplivi interesnih skupin. Priporočila so usmerjena v izgradnjo odpornejšega in transparentnejšega regulativnega ekosistema.

VI.III.I 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.

VI.III.II 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, homogenizacija vsebin) in pismenosti (znanje, praksa, 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.

VI.III.III 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.

VII METODOLOŠKA POJASNILA

V tem delu poročila so predstavljena metodološka pojasnila, ki podrobneje opisujejo uporabljene pristope, postopke in vire podatkov, na katerih temelji priprava tega poročila. 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.

VII.I Metodološka pojasnila k II. poglavju: Raznolikost novic v slovenski medijski krajini v dobi digitalizacije

VII.I.I 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 16: ANALIZIRANI MEDIJI: ŠTEVILO PRISPEVKOV IN DELEŽ VZORCA

#	Medij	Prispevki (n / %)
1	STA	1398 / 10,6
2	Radio Slovenija	1192 / 9,0
3	dnevnik.si	570 / 4,3
4	rtvslo.si	557 / 4,2
5	delo.si	512 / 3,9
6	Siol.net	466 / 3,5
7	slovenskenovice.si	401 / 3,0
8	24ur.com	396 / 3,0
9	n1info.si	379 / 2,9

#	Medij	Prispevki (n / %)
10	Televizija Slovenija	343 / 2,6
11	primorske.svet24.si	328 / 2,5
12	zurnal24.si	312 / 2,4
13	novice.svet24.si	305 / 2,3
14	vecer.com	273 / 2,1
15	POP TV	260 / 2,0
16	Radio Ognjišče	181 / 1,4
17	lokalec.si	158 / 1,2
18	finance.si	150 / 1,1
19	gorenjskiglas.si	142 / 1,1
20	nova24tv.si	140 / 1,1
21	Radio Murski val	139 / 1,1
22	Radio Sora	135 / 1,0
23	mladina.si	128 / 1,0
24	demokracija.si	121 / 0,9
25	druzina.si	119 / 0,9
26	Radio Sraka	113 / 0,9
27	necenzurirano.si	109 / 0,8
28	Radio Ptuj	108 / 0,8
29	morel.si	100 / 0,8
30	maribor24.si	89 / 0,7
31	Radio Primorski val	89 / 0,7
32	Radio Salomon	89 / 0,7
33	Radio Prlek	83 / 0,6
34	reporter.si	83 / 0,6

#	Medij	Prispevki (n / %)
35	Radio Aktual	82 / 0,6
36	domovina.je	81 / 0,6
37	Radio City	81 / 0,6
38	Radio Veseljak	80 / 0,6
39	Planet TV	78 / 0,6
40	Radio Kum	77 / 0,6
41	Radio Sl.gorice	77 / 0,6
42	Radio 1	75 / 0,6
43	Radio Študent	72 / 0,5
44	live.finance.si	72 / 0,5
45	Radio Zeleni val	67 / 0,5
46	Radio Univox	63 / 0,5
47	Kanal A	61 / 0,5
48	Radio Kranj	60 / 0,5
49	Radio Gorenc	57 / 0,4
50	posavskiobzornik.si	56 / 0,4
51	Radio Center	55 / 0,4
52	Radio Odmev	55 / 0,4
53	Radio Štajerski val	54 / 0,4
54	Radio Maxi	53 / 0,4
55	Radio Infonet	52 / 0,4
56	eposavje.com	51 / 0,4
57	prlekija-on.net	51 / 0,4
58	celje.info	49 / 0,4
59	radiostudent.si	49 / 0,4

#	Medij	Prispevki (n / %)
60	Radio Triglav	49 / 0,4
61	Nova24TV	47 / 0,4
62	Koroški radio	46 / 0,3
63	metropolitan.si	46 / 0,3
64	dostop.si	45 / 0,3
65	Radio Capris	45 / 0,3
66	Radio Ekspres	44 / 0,3
67	kozjansko.info	41 / 0,3
68	mojaobcina.si	41 / 0,3
69	koroskenovice.si	40 / 0,3
70	Radio Rogla	40 / 0,3
71	dolenjskilist.svet24.si	40 / 0,3
72	si21.com	39 / 0,3
73	obalaplus.si	37 / 0,3
74	politikis.si	36 / 0,3
75	Radio Robin	36 / 0,3
76	robin.si	36 / 0,3
77	TV Vaš kanal	33 / 0,2
78	e-maribor.si	30 / 0,2
79	moja-dolenjska.si	30 / 0,2
80	savinjska.info	29 / 0,2
81	modre-novice.si	29 / 0,2
82	Kmečki glas	28 / 0,2
83	TV Celje	28 / 0,2
84	TV Kanal 10	28 / 0,2

#	Medij	Prispevki (n / %)
85	domzalec.si	27 / 0,2
86	primorski.eu	27 / 0,2
87	topnews.si	26 / 0,2
88	novitednik.svet24.si	23 / 0,2
89	pomurske-novice.si	23 / 0,2
90	novice.si	23 / 0,2
91	nadlani.si	23 / 0,2
92	lendavainfo.com	22 / 0,2
93	dnevne-novice.com	21 / 0,2
94	Radio Krka	21 / 0,2
95	e-utrip.si	20 / 0,2
96	zon.si	20 / 0,2
97	cekin.si	19 / 0,1
98	e-koroska.si	19 / 0,1
99	Radio 94	18 / 0,1
100	celjskiglasnik.si	17 / 0,1
101	domzalske-novice.si	17 / 0,1
102	sasa-novice.si	17 / 0,1
103	vaskanal.com	17 / 0,1
104	kamnik.info	15 / 0,1
105	Radio Celje	15 / 0,1
106	student.si	13 / 0,1
107	utrip-ljubljane.si	13 / 0,1
108	ljnovice.si	13 / 0,1
109	radiocelje.svet24.si	13 / 0,1

#	Medij	Prispevki (n / %)
110	Spletni časopis	12 / 0,1
111	ARS (RTV Slovenija)	12 / 0,1
112	mbreport.si	11 / 0,1
113	vtvstudio.com	11 / 0,1
114	spodnjepodravje.si	10 / 0,1
115	istrijan.si	9 / 0,1
116	mojeposavje.si	9 / 0,1
117	TV Gorenjska	9 / 0,1
118	Val 202 (RTV Slovenija)	9 / 0,1
119	notranjska.si	8 / 0,1
120	slovenec.org	8 / 0,1
121	plusportal.si	8 / 0,1
122	VTV Velenje	8 / 0,1
123	mojefinance.finance.si	8 / 0,1
124	casnik.si	8 / 0,1
125	gorenjski-utrip.si	8 / 0,1
126	Požareport	7 / 0,1
127	go-portal.si	6 / 0,0
128	nase-zasavje.si	6 / 0,0
129	tovarna.finance.si	6 / 0,0
130	odkrito.svet24.si	5 / 0,0
131	TV AS	5 / 0,0
132	noviceznotranjske.net	4 / 0,0
133	data.si	4 / 0,0
134	agrobiznis.finance.si	3 / 0,0
135	izvozniki.finance.si	3 / 0,0
136	mladipodjetnik.si	2 / 0,0
137	mojepodravje.si	2 / 0,0
138	radioantena.svet24.si	2 / 0,0
139	abcnovice.si	1 / 0,0
140	akademija-finance.si	1 / 0,0
141	portal-os.si	1 / 0,0

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.

VII.I.II 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.).

VII.I.III 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«).

VII.I.IV Analitične tehnike

Za merjenje raznolikosti virov smo uporabili tri indikatorje:

1. **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 čemer je p_i 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 na 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 kombina-

cija omogoča razumevanje, koliko je medijski prostor dejansko pluralen in koliko reproducira ustaljene strukture moči.

2. **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.

3. **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.

VII.I.V 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.

VII.I.VI 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.

VII.II Metodološka pojasnila k III. poglavju: Pregled stanja medijske pismenosti, kompetenc za prepoznavanje dezinformacij in zasebnostne pismenosti

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.

VII.II.I 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 × 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 17: 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 tehno-

loškimi 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.

Medijska pismenost:

- **Teoretska osnova:** 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.
- **Merilni pristop:** 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.

- **Dimenzije medijske pismenosti:** 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).

Zasebnostna pismenost. 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).

Odvisne in kontrolne spremenljivke.

- 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 resničnih. 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 socialnih 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.

Politična participacija. 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).

Kontrolne spremenljivke. 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.

VII.II.II 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 socialnih 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 se je preverjala 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 in Obligacijski zakonik) in strateških dokumentov (Strategija kibernetske varnosti), ob upoštevanju implementacije DSA.

VII.II.III 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 na *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.

VII.III Metodološka pojasnila k IV. poglavju: Medijska politika in pluralnost akterjev na področju medijske zakonodaje med strukturnimi spremembami družbenega komuniciranja

VII.III.I Vzorčenje in izbor enot

V drugem delovnem svežnju smo se osredinili na raziskovanje dveh dimenzij oblikovanja in spreminjanja slovenske medijske zakonodaje (s poudarkom na ZMed): 1. diahrone, ki analizirana 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 16), 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, 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).

37 strukturiranih intervjujev (glejte tabelo 18), 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 17) 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 18: 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 Akosu	marec 2024	105 min.
Jezovšek, Branko	sekretar in pravnik na Direktoratu za medije na MK (2007–)	februar 2024	81 min.
Kerševan, Tanja	docentka komunikologije na FDV UL, v preteklosti delovala na Akosu (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 na 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 na MK (2022–), novinar in urednik.	november 2023	80 min.

Priimek, ime	Opis	Datum izvedbe	Dolžina
Oblak, Nataša	presoja koncentracij podjetij na Agenciji RS za varstvo konkurence (AVK)	marec 2024	58 min.
Ostrouška, Irena	sekretarka v Direktoratu za medije na 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 na 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 (2006–2008), režiser, scenarist in uradnik	november 2023	87 min.
Prpić, Marko	strokovnjak za medije, pomočnik urednika na 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 19: 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
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	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
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 20: 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.

Priimek, ime	Organizacija	Funkcija	Datum izvedbe	Dolžina
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; koordinatorka; 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	SioINET	odgovorni urednik portala	5. 7. 2024	62 min.
Anonimizirano	Zveza društev gluhih in naglušnih Slovenije	strokovna delavka	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. predsednika uprave	24. 6. 2024	45 min.
Alenka Jerše	Informacijska pooblaščenka	namestnica pooblaščenke	4. 6. 2024	32 min.

Priimek, ime	Organizacija	Funkcija	Datum izvedbe	Dolžina
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.

VII.III.II 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 v 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 (navedba z imenom in s priimkom ter funkcijo) ali delno anonimizacijo (omemba zgolj funkcije in organizacije). Transkripti intervjujev so tudi v postopku sprejemanja v Arhiv družboslovnih podatkov na FDV.

VII.III.III. 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).

VII.III.IV 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.

VIII LITERATURA IN VIRI

1. 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.

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

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

4. Bašić Hrvatin, Sandra. 2004. »Zmeda zaradi Zmed-a.« *Medijska preža* 20/21: 20, 21.

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

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

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

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

9. Bašić Hrvatin, Sandra, in Marko Milosavljević. 2010. »Slovenskih medijskih 20 let: quid pro quo.« *Medijska preža* 37: 4–7.

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

11. 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.

12. Bembič, Branko, in Igor Vobič. 2021. »Koalicije preživetja v obdobju zatona časopisne industrije: študija primera.« *Javnost – The Public* 28 (suplement 1): S81–S102.

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

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

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

16. 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.

17. Buckingham, David. 2019. *The Media Education Manifesto*. Cambridge: Polity Press.

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

19. Chen, D.-T., J. Wu in Y.-M. Wang. 2011. »Unpacking New Media Literacy.« *Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics* 9 (2): 84–88.

20. 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.

21. CMPF (Centre for Media Pluralism and Media Freedom). 2025. *Media Pluralism Monitor 2025: Country Report – Slovenia*. Firence: European University Institute.

22. 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.

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

24. 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).

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

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

27. 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*. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/?uri=CELEX:32007L0065

28. EUR-Lex. 2022. »PRIPOROČILO KOMISIJE (EU) 2022/1634 z dne 16. septembra 2022 o notranjih zaščitnih ukrepih za uredniško neodvisnost in preglednost lastništva v medijskem sektorju«. Objavljeno 22. septembra 2022. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022H1634.

29. 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)*. https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj.

30. 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.

31. 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.

32. Evropska komisija. 2020. Akcijski načrt za evropsko demokracijo: okrepimo demokracije EU. Bruselj Evropska

komisija. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/sl/ip_20_2250

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

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

35. Evropska komisija. 2025. *Digital Decade Country Report: Slovenia 2025*. Bruselj: Evropska komisija. https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/factpages/slovenia-2025-digital-decade-country-report.

36. 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. DOI: 10.1080/00220671.2020.1825209.

37. 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.

38. Freedman, Des. 2008. *The Politics of Media Policy*. Cambridge, Malden: Polity.

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

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

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

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

43. Hendrickx, Jonathan, in Annelien Van Remoortere. 2022. »Exploring the Link Between Media Concentration and News Content Diversity Using Automated Text Analysis.« *Journalism* 25 (2): 353–371.

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

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

46. 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.

47. Hočevar, Marko. 2020. »Kapitalistična država in kriza liberalne demokracije.« Doktorska disertacija, Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani. https://repozitorij.uni-lj.si/Dokument.php?id=135333&lang=slv.

48. 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.

49. 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.

50. Joris, Glen, Frederik De Grove, Kristin Van Damme in Lieven De Marez. 2020. »News Diversity Reconsidered: A Systematic Literature Review Unraveling the Diversity in Conceptualizations.« *Journalism Studies* 21 (13): 1893–1912.

51. 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.

52. 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.

53. Kaluža, Jernej, in Sašo Slaček Brlek. 2021. »Zapleteno je: protipolno razmerje med globalnimi digitalnimi platformami in slovenskimi mediji.« *Javnost – The Public* 28 (suplement 1): S23–S42.

54. 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.

55. Karppinen, Kari. 2013. *Rethinking Media Pluralism*. New York: Fordham University Press.

56. Karppinen, Kari. 2018. »Journalism, Pluralism, and Diversity.« V *Journalism*, ur. Tim P. Vos, 493–510. Berlin: De Gruyter Mouton.

57. 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.

58. 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.

59. Kovačič, A., in T. Kovačič. 2024. *Medijska pismenost 2020* [Datoteka kodirne knjige]. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Arhiv družboslovnih podatkov. ADP – IDNo: MP20. https://doi.org/10.17898/ADP_MP20_V1.

60. Kučić, Lenart J. 2015. »Kako sta Pop TV in Kanal A dolga leta nepošteno izkoriščala prevlado na televizijskem trgu.« *Pod črto*, 6. januar. https://podcrto.si/kako-sta-pop-tv-in-kanal-a-dolga-leta-neposteno-izkoriscala-monopol-na-televizijskem-trgu/.

61. Kučić, Lenart J. 2019. »Infografika: internetni mediji SDS.« *Pod črto*, 10. december. https://podcrto.si/author/lenartkucic/.

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

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

64. Livingstone, Sonia. 2004. »What is Media Literacy?« *Intermedia* 32 (3): 18–20.

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

66. 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.

67. Loecherbach, Felicia, Judith Moeller, Damian Trilling in Wouter van Atteveldt. 2020. »The Unified Framework of Media Diversity: A Systematic Literature Review.« *Digital Journalism* 8 (5): 605–42.

68. Maksl, A., S. Ashley in S. Craft. 2015. »Measuring News Media Literacy.« *Journal of Media Literacy Education* 6 (3): 29–45. https://doi.org/10.23860/jmle-6-3-3.

69. Masterman, Len. 1985. *Teaching the Media*. London: Comedia Publishing Group/Routledge.

70. 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.

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

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

73. 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.

74. 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.

75. 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.

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

77. 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). https://hdl.handle.net/1814/92908.

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

79. Ministrstvo za kulturo RS, Direktorat za medije. 2014. *Pregled medijske krajine v Sloveniji*. Ministrstvo za kulturo RS. http://mk.arhiv-spletisc.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/raziskave-analize/mediji/2014/medijska_krajina_v_sloveniji_16042014.pdf.

80. Ministrstvo za kulturo RS. 2023. »Besedilo Predloga zakona o medijih za javno obravnavo.« Objavljeno 12. decembra 2023. https://e-uprava.gov.si/.download/edemokracija/datotekaVsebina/648830?disposition=inline&lang=si.

81. Napoli, Philip. 2019. *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age*. New York:

Columbia University Press.

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

83. Pajnik, Mojca, in Marko Ribać. 2021. »Medijski populizem in afektivno novinarstvo: časopisni komentar o ‚begunski krizi'.« *Javnost – The Public* 28 (suplement 1): S103–S121.

84. Ofcom. 2021. *Adult Media Literacy Tracker 2021 – Core Survey. Adults' Media Literacy Core Survey 2021 Questionnaire*. https://www.ofcom.org.uk.

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

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

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

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

89. Pirc, Tatjana. 2023. »Pritisk na tisk – lastniki in vodstva.« *Radio Slovenija*, 1. februar. https://val202.rtvslo.si/podkast/vroci-mikrofon/584/174932903.

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

91. Radio Študent. 2024. »Neuvrščeni mediji ostajajo neuvrščeni.« 29. januar. https://radiostudent.si/politika/odprti-politicni-termin/neuvrsceni-mediji-ostajajo-neuvrsceni#.

92. Raeijmaekers, Danielle, in Pieter Maeseele. 2015. »Media, Pluralism and Democracy: What's in a Name?« *Media, Culture & Society* 37 (7): 1042–1059.

93. Reese, Stephen D. 2021. *The Crisis of the Institutional Press*. Cambridge: Polity.

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

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

96. Rek, Mateja, Predrag Ljubotina in Anja Bratoš. 2024b. *Medijska pismenost kot orodje soočanja z lažnimi novicami in dezinformiranjem. Raziskovalno poročilo*. Nova Gorica: Fakulteta za uporabne družbene študije (FUDŠ). https://pismenost.si/wp-content/uploads/2024/10/Medijska-pismenost-kot-orodje-soo%C4%8Danja-z-dezinformacijami.pdf.

97. Ribać, Marko, in Jurij Smrke. 2025. *Media Oligarchs and the Attention Economy: Ownership Dynamics in Slovenia's Media System*. [Neobjavljeno].

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

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

100. Splichal, Slavko. 2001. »Imitative Revolutions Changes in the Media and Journalism in East-Central Europe.« *Javnost – The Public* 8 (4): 31–58.

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

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

103. Svet Evrope (Council of Europe). 2007. *Recommendation CM/Rec(2007)2 of the Committee of Ministers to Member States on Media Pluralism and Diversity of Media Content*. Strasbourg: Council of Europe.

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

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

106. 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]. Statistični urad Republike Slovenije (SURS). https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2984502S.px/.

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

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

109. Tomšič, Matevž, Borut Rončević, Nuša Erman in Tamara Besednjak Valič. 2020. *Raziskava medijske krajine: raziskovalno poročilo pripravljeno po pogodbi št. 3340-20-081069*. Ljubljana: Fakulteta za medije (FAM).

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

111. 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).

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

113. van Cuilenburg, Jan. 2007. »Media Diversity, Competition and Concentration: Concepts and Models.« V *Media*

Between Culture and Commerce, ur. E. De Bens, 25–50. Bristol: Intellect Books.

114. Vezjak, Boris. 2021. »Osemnajst portalov blizu SDS.« *In Media Res*, 23. februar. https://vezjak.com/2021/02/23/osemnajst-portalov-stranka-sds/.

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

116. Vobič, Igor. 2023. »Slovenia: A Paternal-Commercial Media Environment amid the Digital Transformation of Social Communication.« V *Media Systems in Balkan Countries: Context and Dynamics of Changes*, ur. Bogusława Dobek-Ostrowska in Jelena Kleut, 149–166. Berlin, Bern, Bruselj: Peter Lang.

117. Vobič, Igor. 2025. »Zaton novinarske avtoritete: Zakaj potrebujemo novo družbeno pogodbo?« V *Novinarstvo na prelomnicah*, ur. Igor Vobič in Jernej Amon Prodnik, 53–84. Ljubljana: Založba FDV.

118. Vobič, Igor, in Branko Bembič. 2021. »Interrogating the Inverse: Studying the Standardisation of Employment in Newsrooms of the Public Broadcaster RTV Slovenia.« *Journalism Studies* 22 (10): 1239–58.

119. Wardle, Claire, in Hossein Derakhshan. 2017. *Information Disinformation: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe. https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666.

120. Zakon o medijih, 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*. https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO1608.

121. 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*. https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO4461.

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

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

124. Ribać, Marko. 2019. Review of Slovenian media system. The Peace Institute. https://www.mirovni-institut.si/wp-content/uploads/2019/01/Review-of-Slovenian-media-system.pdf.

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

IX PRILOGE

IX.I Pojasnila in izjave članic in članov projektne skupine

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 ministrice za kulturo Aste Vrečko. Z namenom izognitve potencialnemu navzkrižju interesov ni sodeloval pri delu raziskave, ki je zadeval medijsko politiko in pluralnost akterjev na področju medijske zakonodaje (poglavje IV tega poročila).

Vloga Tanje Kerševan v pripravi tega besedila je dvojna: v sklopu besedila o medijski pismenosti je sodelovala kot raziskovalka in soavtorica besedila (poglavje III tega poročila), v raziskovanju medijskih politik in pluralnosti akterjev na področju medijske zakonodaje (poglavje IV tega poročila) 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 (poglavje IV tega poročila) je bil izveden polstrukturirani intervju z Igorjem Prodnikom, ki je na Ministrstvu za kulturo RS v preteklosti opravljal funkcijo direktorja Direktorata za medije in sekretarja. 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 tega poročila so bila uporabljena orodja umetne inteligence ChatGPT 4, ChatGPT 5 in Gemini za strukturiranje, krajšanje in povzemanje besedil. Generirana vsebina je bila v celoti avtorsko redigirana in jezikovno pregledana.

IX.II Člani in sodelavci projektne skupine

Dr. Igor Vobič, vodja projekta, je redni profesor novinarskih študij na Katedri za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede 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.

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 osredotoča 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 osredotoča na vprašanja nove vidnosti in zgodovinski razvoj novinarske fotografije. Tomanić Trivundža je bil med letoma 2016 in 2021 predsednik Evropskega združenja za raziskovanje in izobraževanje na področju komuniciranja (ECREA).

Dr. Jernej Amon Prodnik je izredni profesor komunikologije na Univerzi v Ljubljani, član Katedre za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede 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 projekta 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 raz-

iskovanje družbenega komuniciranja in Katedre za novinarstvo na Fakulteti za družbene vede. 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 projekta 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. Njegovo trenutno delo obsega področja kritične teorije, kulturnih študij, komunikologije in novinarskih študij. 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 projekta 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. Raziskuje procese digitalizacije in platformizacije družbenega komuniciranja, pri tem se osredotoča 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 dekolonizi-ranje medijev, s posebnim poudarkom na Novi svetovni informacijski in komunikacijski ureditvi (angl. New World Information and Communication Order, NWICO)

Tonja Jerele je mlada raziskovalka na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani. Njeno trenutno raziskovalno delo se osredotoča na epistemske posledice orodij generativne umetne inteligence na novinarstvo.

Aleš Žagar je asistent in raziskovalec na Fakulteti za računalništvo in informatiko Univerze v Ljubljani in 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 na projektu sodelovala kot mlada raziskovalka na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani.

Nana Čemas je na projektu 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 na projektu sodeloval kot mladi raziskovalec na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani.