

MIGRACIJE NA TWITTERJU (X)

Komunikacijska razmerja v hibridni medijski sferi

Rok Smrdelj

MIGRACIJE NA TWITTERJU (X)

KOMUNIKACIJSKA RAZMERJA V HIBRIDNI MEDIJSKI SFERI

Avtor: *Rok Smrdelj*

Recenzenta: *Dejan Jontes, Veronika Bajt*

Jezikovni pregled: *Nataša Hribar*

Jezikovni pregled angleškega povzetka: *Paul Steed*

Tehnično urejanje in prelom: *Irena Hvala*

Oblikovanje kolaža na naslovnici: *Kiara Drolc*

Založila: Založba Univerze v Ljubljani

Za založbo: Gregor Majdič, rektor Univerze v Ljubljani

Izdala: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani

Za izdajatelja: Mojca Schlamberger Brezar, dekanja Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani

Ljubljana, 2026

Prva izdaja

Tisk: Birografika Bori, d. o. o.

Naklada: 150 izvodov

Cena: 25,90 EUR



To delo je ponujeno pod licenco Creative Commons Priznanje avtorstva-Deljenje pod enakimi pogoji 4.0 Mednarodna licenca (izjema so fotografije). / This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (except photographs).

Monografija je izšla s podporo Javne agencije za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije (ARIS) v okviru raziskovalnega programa *Problemi avtonomije in identitet v času globalizacije* (P6-0194) ter s podporo Univerzitetne ustanove ing. Milana Lenarčiča.

Prva e-izdaja. Publikacija je v digitalni obliki prosto dostopna na <https://ebooks.uni-lj.si>

DOI: 10.4312/9789612977719

Kataložna zapisa o publikaciji (CIP) pripravili v
Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani

Tiskana knjiga

COBISS.SI-ID=267683587

ISBN 978-961-297-775-7

E-knjiga

COBISS.SI-ID=267531011

ISBN 978-961-297-771-9 (PDF)

KAZALO

PREDGOVOR	5
1 UVOD	7
1.1 Opredelitev področja: »migracije v medijih«	7
1.2 Opredelitev teme: migrantska »kriza« na Twitterju (X) v hibridni medijski sferi	11
1.3 Namen in predpostavke monografije	18
1.4 Struktura monografije	23
2 MODEL HIBRIDNEGA MEDIJSKEGA SISTEMA V KRITIČNI PERSPEKTIVI	25
2.1 Sistem in moč v hibridni medijski sferi	29
2.2 Hibridnost	35
2.3 Medijska logika	36
2.3.1 Logika množičnih in družbenih medijev v hibridni perspektivi	43
2.3.2 Medijska logika Twitterja	58
2.4 Teorija prednostnega tematiziranja v hibridni medijski sferi	66
2.5 Teorija omrežij v hibridni medijski sferi	71
2.5.1 Omrežje	72
2.5.2 Središčni uporabniki	74
2.5.3 Skupnosti v omrežju: fragmentacija, polarizacija in pluralizacija omrežja	75
2.6 Sklep	80
3 PROUČEVANJE MIGRACIJ V MEDIJIH: IZHODIŠČA IN KONCEPTI	83
3.1 Opredelitev migracij	84
3.2 Značilnosti migracijskega diskurza z vidika medijske konstrukcije »krize«	89
3.2.1 Sekuritizacijski diskurz	91
3.2.2 Humanitarni diskurz	94
3.2.3 Nacionalistični diskurz	95
3.2.4 Poimenovanje migrantov	96
3.2.5 Nasprotje »mi« vs. »oni« in metaforika naravnih pojavov	98
3.2.6 Privilegiranje »glasu« parlamentarne politike	99
3.2.7 Marginalizacija migrantskega »glasu«	102
3.3 Migrantska »kriza« 2015–2016 v Sloveniji	103
3.3.1 Kronologija dogajanja	103
3.3.2 Statistični podatki o prihodih oseb	107
3.3.3 Migracijska politika v Sloveniji	108
3.4 Sklep	109

4	MIGRACIJE V SPLETNIH MEDIJIH: PREGLED RAZISKAV	111
4.1	Migracije v spletnih množičnih medijih	113
4.1.1	Migracije v spletnih novičarskih portalih	113
4.1.2	Migracije v posameznih medijskih objavah in novinarskih zvrsteh	117
4.1.3	Vizualne reprezentacije migracij	118
4.1.4	Migracije v komentarjih bralcev	118
4.2	Migracije v družbenih medijih	119
4.2.1	Migracije na Twitterju	120
4.2.2	Migracije na Facebooku	130
4.2.3	Migracije na spletnih blogih in forumih	132
4.2.4	Migracije na Youtubu, Instagramu in Pinterestu	133
4.3	Sklep	133
5	METODOLOŠKI OKVIR	135
5.1	Raziskovalna vprašanja	135
5.2	Pridobivanje podatkov	136
5.3	Vzorec	142
5.4	Metode analize podatkov	146
5.4.1	Kritična diskurzivna analiza	150
6	REZULTATI ANALIZE	157
6.1	Uporabniki	157
6.1.1	Najaktivnejši uporabniki	160
6.1.2	Najvplivnejši uporabniki	162
6.2	Objave	165
6.2.1	Najpogostejše retvitani tviti	165
6.2.2	Najpogostejše retvitane domene	172
6.2.3	Najpogostejše retvitane domene množičnih medijev	174
6.2.4	Najpogostejše retvitane domene množičnih medijev glede na tip viralnosti	178
6.3	Omrežje retvitov	215
7	RAZPRAVA	231
7.1	Interpretacija glavnih ugotovitev	233
7.2	Omejitve raziskave	252
8	ZAKLJUČEK	255
	POVZETEK	261
	SUMMARY	265
	LITERATURA	269
	VIRI	297
	STVARNO KAZALO	305

PREDGOVOR

Monografija *Migracije na Twitterju (X): Komunikacijska razmerja v hibridni medijski sferi* predstavlja nadgradnjo in dodelavo doktorske disertacije *Konstrukcija begunske krize v Sloveniji z vidika hibridnega medijskega sistema*, ki sem jo oktobra 2022 zagovarjal na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani. Z današnje perspektive se tema morda zdi nekoliko zastarela. Proučuje medij, ki je bil že mnogokrat predmet analiz. Hkrati obravnava pojav, ki je bil v ospredju medijske in politične pozornosti pred desetimi leti, pozneje pa so to vlogo prevzeli drugi dogodki, kot so pandemija SARS-CoV-2 ter vojni v Ukrajini in Gazi. A takšno razumevanje teme reproducira logiko dogodkovnega medijskega poročanja, po kateri en dogodek čez noč nadomesti drugega, pri tem pa se ustvari vtis, kot da prejšnji ni nikoli zares obstajal. Ko je zanimanje za migracije izginilo iz medijev in se je pozornost preusmerila na pandemijo, se je zdelo, kot da so izginili tudi migranti sami. Raziskovalna praksa se mora takšni logiki upirati, saj medijska neobravnava določene problematike ne pomeni, da ta ni aktualna ali relevantna za javnost. To velja tudi za temo pričujoče raziskave. Migracije so univerzalna lastnost človeških družb, zato ostajajo vselej aktualne, ne glede na trenutno medijsko pozornost. Podobno velja tudi za Twitter (pozneje preimenovan v X); ta je bil v času raziskave le ena izmed mnogih manifestacij sodobne prevladujoče medijske logike, ki v temelju še vedno določa delovanje sodobne digitalne medijske sfere. Ravno zato ker teoretska izhodišča in epistemološke predpostavke običajno niso parcialno vezani na posamezne medijske dogodke in predmete proučevanja, je dozorela odločitev za objavo raziskave v obliki monografije.

Zahvalo v procesu priprave monografije najprej dolgujem tistim, za katere ne bom nikoli vedel, kdo so bili – to so anonimni recenzenti, ki so me z izčrpnimi in poglobljenimi komentarji mojih znanstvenih člankov, nastalih v okviru proučevanja migracij na Twitterju, usmerjali k vse trdnejšim in jasnejšim argumentom. Hvaležen sem tudi kolegom in kolegicam, ki sem jih srečeval na domačih in tujih konferencah, kjer so z vprašanji in kritičnimi razmisleki ponujali dragocene iztočnice za nadaljnje premisleke. Pomembno vlogo so imeli tudi študentje in študentke, ki so me s svojimi iskrenimi vprašanji, svežimi pogledi in neobremenjenimi pripombami spodbujali, da sem o lastnem delu razmišljal z novih zornih kotov.

Zahvaljujem se tudi tistim, ki me spremljajo že od doktorskega študija dalje. Najprej svojima mentorjema, Romanu Kuharju in Jožetu Vogrincu, ki sta imela odločilno vlogo pri mojem intelektualnem in raziskovalnem zorenju. Zahvala gre tudi članom doktorske komisije, Mojci Pajnik, Marini Lukšič Hacin in Primožu Krašovcu, ki so z zanimanjem spremljali moje delo ter bili s številnimi pogovori in usmeritvami bližje vlogi mentorjev kot zgolj pasivnih spremljevalcev raziskave. Hvaležen sem sodelavkam in sodelavcem na Oddelku za sociologijo, predvsem Milici Antić Gaber, Jasni Podreka, Gorazdu Kovačiču, Iču Vidmarju, Ani Čepič Vogrinčič, Anji Zalta in vsem drugim, ki so me vključevali v svoje raziskovalno in pedagoško delo ter mi omogočili pridobivanje pomembnih izkušenj.

Zahvaljujem se tudi Urošu Godnovu in Luki Jesenšku za pomoč pri eksperimentiranju z digitalnimi metodami, Tini Kogovšek in Jasni Mažgon za metodološke preglede, razprave in nasvete, Nataši Hribar za lektorski pregled, Ireni Hvala za tehnično urejanje, Kiari Drolc za oblikovanje naslovnega kolaža ter Juretu Preglauu in Evi Vrbnjak za skrbno izvedbo založniških postopkov. Zahvala gre še Andreji Končan, Mojci Žaberl, Matejki Lapajne, Ani Ravnik, Saši Blatnik Ristović, Nataši Založnik, Emi Karo, Martini Strnad, Damjani Adamič, Brigiti Škrli, Urošu Taljatu, Sergeji Mitič in drugim strokovnim delavkam in delavcem, ki so mi pomagali razreševati administrativne postopke in zagate ter mi marsikatero zadevo potrpežljivo pojasnili tudi več kot le enkrat.

Hvaležen sem tudi Javni agenciji za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije (ARIS), ki sofinancira izid monografije.

Posebna zahvala gre tudi mojim domačim za neizmerno podporo in ponos, ki ga izkazujejo ob mojih dosežkih.

Najbolj pa sem hvaležen Leji, ki je s svojo stalno prisotnostjo in ljubeznijo vedno ob meni in je razlog, da se svet ne vrti le okoli akademskih tem.

Ljubljana, 2. november 2025

1 UVOD

1.1 Opredelitev področja: »migracije v medijih«

Leta 2001 je izšel zbornik *Media and Migration: Constructions of Mobility and Difference*, v katerem je bilo področje raziskovanja medijev in migracij deležno sistematične obravnave. Urednika Russell King in Nancy Wood sta opredelila razlikovanje med »migracijami v medijih« in »mediji v migracijah«, ki sta ga opredelila kot temeljni raziskovalni liniji na tem področju. Kot bistvo prve linije sta poudarila proučevanje medijskih reprezentacij, diskurzov¹ in vsebin, povezanih z migracijami, medtem ko sta kot osrednjo značilnost druge linije izpostavila obravnavo vloge medijskih tehnologij v migracijskem procesu.

Skoraj dvajset let po izidu omenjenega zbornika je izšel njegov obsežni naslednik, *The SAGE Handbook of Media and Migration* (2020a). Če je za prvi zbornik značilno, da obravnava medijsko sfero, v kateri so bili glavni vir informiranja »tradicionalni« množični mediji, kot so časopis, radio in televizija,

1 Pojem *diskurz* v monografiji uporabljamo izmenično v ednini in množini. V ednini označuje bolj splošen način pojmovanja migracij (na primer sekuritizacijski ali humanitarni diskurz) in se pogosto prekriva z rabo izraza *okvir*, ki se prav tako nanaša na različne načine, kako so pojmovane migracije. V množini pa pojem uporabljamo za označevanje številnih specifičnih različic znotraj bolj splošnega pojmovanja migracij (na primer različni tipi humanitarnih diskurzov). V monografiji ne izhajamo iz enotnega merila, po katerem bi bilo mogoče določiti, kdaj uporabljamo edino ali množino, saj je izbira prilagojena posameznemu analitičnemu kontekstu. Menimo, da takšna odločitev ne pomeni terminološke nedoslednosti, temveč sledi konceptualni naravi diskurza, ki ga v skladu s predpostavkami kritičnih študij diskurza (Catalano in Waugh, 2020; Krzyżanowski in Machin, 2017; Vezovnik, 2018b) razumemo kot entiteto, ki se nenehno vzpostavlja in (pre)oblikuje v družbeni praksi. Sicer pa pojem *diskurz* kot konceptualno izhodišče natančneje obravnavamo v tretjem poglavju monografije.

splet in z njim povezane tehnologije pa so se kot sredstvo informiranja in komuniciranja šele začeli zares uveljavljati, pa drugi zbornik naslavlja radikalno drugačno medijsko sfero. Določajo jo tehnologije in aplikacije, povezane z digitalizacijo,² spletom 2.0³ in platformami družbenih medijev, ki temeljijo na uporabniško ustvarjeni vsebini. Navedene tehnološke spremembe niso samo prispevale k pojavu novih medijskih tehnologij, kot so pametni telefoni, ampak so tudi v temelju preoblikovale že obstoječe »tradicionalne« množične medije, katerih delovanje je v marsičem prilagojeno logiki družbenih medijev (na primer domet novinarskih prispevkov je odvisen od algoritmov, ki določajo vidnost vsebin na družbenih medijih) (Van Dijck in Poel, 2013). Vse te spremembe so se odvijale v tesni povezavi s širšimi družbenimi procesi, kot so neoliberalizacija, komercializacija in deregulacija medijske sfere, ki so se okrepili v sedemdesetih in osemdesetih letih 20. stoletja v Veliki Britaniji (v nadaljevanju VB) in Združenih državah Amerike (v nadaljevanju ZDA) (Harvey, 2012). Ti procesi so ojačali koncentracijo in centralizacijo lastništva v medijski industriji (Baker, 2007), nadsacionalne korporacije pa so se postopoma uveljavile kot osrednji akterji, ki nadzorujejo velik delež informacijskih virov in obvladujejo najvplivnejše sodobne družbene medije (Fuchs, 2021).

Prepletenost in součinkovanje naštetih tehnoloških in družbenih dejavnikov je postavila strukturne temelje za številne pojave v sodobni digitalni medijski sferi. Med njimi lahko izpostavimo »filtrirne mehurčke« (Pariser, 2011), »odmevne komore« (Onitui, 2022), datafikacijo javne sfere (Splichal, 2022), naraščajočo družbeno polarizacijo (Bennett in Livingston, 2020), ustvarjanje tako imenovane »lažne javnosti« (ang. *astroturfing*) (Chan, 2022), širjenje dezinformacij in lažnih novic (Fraga-Lamas in Fernández-Caramés, 2020) ter apropiacijo digitalnih komunikacijskih orodij s strani »desničarskih« populističnih akterjev (Pajnik, 2023). Vendar pa je sodobna digitalna medijska sfera kljub navedenim negativnim pojavom odprla prostor za uporabniško

2 Pod pojmom digitalizacija razumemo vsesplošno težnjo po obstoju vsebin (na primer besedil, slik, fotografij, zvočnih posnetkov, videoposnetkov) v obliki, ki se imenuje numerična reprezentacija. Ta temelji na binarnem sistemu. Za numerično reprezentacijo je značilen proces numeričnega kodiranja, ki se nanaša na zapletene matematične operacije in algoritme, na podlagi katerih nastajajo digitalne vsebine. Na primer, če računalniško skeniramo analogno fotografijo, dobimo fotografijo v obliki, ki jo je mogoče hraniti in obdelovati z računalniškimi tehnologijami. Na podlagi numeričnega kodiranja je bila analogna fotografija pretvorjena v obliko, ki je obstojna v binarnem sistemu oziroma digitalnem spletnem okolju (Lindgren, 2017, str. 17–18).

3 Temeljna značilnost spleta 2.0, po kateri se razlikuje od spleta 1.0, je poudarjena možnost uporabniškega ustvarjanja vsebin (Lah, 2010, str. 101).

ustvarjanje vsebin in tako tudi predstavnikom šibke javnosti omogočila,⁴ da družbene medije uporabljajo kot »strukturno priložnost« (Latorre-Catalán, 2017) za doseganje svojih političnih ciljev (Chadwick, 2013, 2017). Poleg tega je digitalna medijska sfera ustvarila nove komunikacijske kanale, prek katerih lahko migranti na svojih poteh uporabljajo nove medijske tehnologije za povezovanje, informiranje in medsebojno komuniciranje (Gillespie idr., 2018; Lenarčič, 2020).

Preoblikovanje medijske sfere pod vplivom naštetih pojavov in procesov je raziskovalni liniji »migracije v medijih« in »mediji v migracijah« postavilo pred številne teoretske, epistemološke in metodološke izzive. Glavni teoretski in epistemološki izziv predstavlja vprašanje, kako teoretska orodja, zasnovana za proučevanje medijske sfere pred pojavom družbenih medijev, preoblikovati tako, da bodo analitično veljavna tudi v kontekstu nove digitalne medijske sfere. Dodatni izziv predstavlja razvoj povsem novih teorij in konceptov, ki omogočajo boljše razumevanje medijskih praks in njihove vloge pri konstrukciji migracijskih diskurzov (Smets idr., 2020b). Metodološke dileme, ki izhajajo iz teh izzivov, se nanašajo na obravnavo ogromnih količin digitalnih (meta)podatkov, ki presegajo zmogljivosti klasičnih raziskovalnih metod, kot je na primer ročna kritična diskurzivna analiza (v nadaljevanju KDA) manjšega števila časopisnih člankov. Prav zato postajajo digitalni metodološki pristopi, ki temeljijo na podatkovnem in tekstovnem rudarjenju, osrednjega pomena, saj omogočajo obvladovanje velikih količin podatkov in eksperimentiranje z njihovo analizo ter tako ponujajo učinkovite rešitve za izzive pri proučevanju digitalne medijske sfere, kjer so podatki množični in hitro spreminjajoči (Rogers, 2019; Vis in Goriunova, 2015). Pomembno je poudariti, da tovrstni izzivi niso omejeni zgolj na področje medijev in migracij, temveč segajo na širše področje medijskih in komunikacijskih študij (Smerdelj in Pajnik, 2025).

Obravnava naštetih izzivov je osrednja tema drugega, novejšega zbornika, katerega prispevki, podobno kot širša sodobna znanstvena produkcija na področju medijev in migracij, kažejo, da raziskovalni področji »migracije v medijih« in »mediji v migracijah« odlikuje obsežna in bogata raziskovalna

4 »Močno javnost« zastopajo predstavniki politične in gospodarske sfere ter drugi nosilci družbene moči in vpliva, medtem ko »šibko javnost« predstavlja družbene manjšine (v našem primeru migranti), pa tudi predstavniki nevladnih in humanitarnih organizacij, strokovnjaki ter druge družbene skupine, ki nimajo neposrednega dostopa do vzvodov družbene moči. Institucije, povezane z množičnimi mediji, so praviloma zasebna podjetja, ki pogosto privilegirajo glas družbeno vplivnih akterjev, zato jih opredeljujemo kot del močne javnosti (Oblak Črnič in Amon Prodnik, 2015; Pajnik, 2016). To razmerje podrobneje obravnavamo v teoretskem delu monografije.

dinamika. Ta se je izrazito okrepila po letu 2015, predvsem zaradi tako imenovane migrantske »krize« 2015–2016,⁵ kot so bili označeni množični prihodi oseb v Evropo, ki so bili posledica destabilizacije in vojnih spopadov na Bližnjem vzhodu (Eberl idr., 2018; Smrdelj, 2021).

Obstoječe raziskave na področju »migracij v medijih« v splošnem ugotavljajo, da sodobni mediji migrante pogosto prikazujejo kot Druge, »kriminalce« ali »nezaželene« (Consterdine, 2018; Eberl idr., 2018). Raziskovanje »medijev v migracijah« pa izpostavlja ambivalentno vlogo novih medijskih tehnologij (na primer pametni telefoni) v sodobnih migracijskih procesih. Po eni strani nove tehnologije služijo kot pomembno orodje za pridobivanje informacij in vzdrževanje povezav med migranti. Po drugi strani pa beležijo njihove aktivnosti (na primer postanke, premike in komunikacijo), zaradi česar migrante izpostavljajo različnim oblikam vladnega nadzora (Gillespie idr., 2018; Zavratnik in Cukut Krilić, 2018; 2020).

Pomembna ugotovitev v okviru proučevanja »migracij v medijih« je tudi ta, da imajo množični in družbeni mediji osrednjo vlogo pri oblikovanju odnosa državljanov do migracijske problematike, saj delujejo kot glavni vir informacij in interpretacij o migracijah (Chauzy in Appave, 2014; Consterdine, 2018; Eberl idr., 2018). Večina evropskih državljanov namreč ni v neposrednem stiku z migranti, zato njihovo razumevanje migracij v veliki meri temelji na medijsko posredovanih vsebinah (Medica, 2017; Willem in De Cock, 2019). V tem kontekstu sta Kogovšek Šalamon in Bajt (2016, str. 9) za obdobje migrantske »krize« zapisali, da večina prebivalcev sploh ne bi vedela, da so migranti prišli v Slovenijo, če o njih ne bi poročali mediji. Prav zato je medijski diskurz – čeprav ni neodvisen od drugih diskurzov, na primer političnega – glavni ustvarjalec splošnega okvira, ki določa odnos do marginaliziranih skupin (Jalušič, 2001, str. 14). To je še posebej izrazito v sodobni digitalni medijski sferi, kjer digitalni mediji kot osebne pritiskline uporabnikov predstavljajo neločljiv del vsakdana, zaradi česar ima mediatizirana realnost mnogo večjo težo kot katera koli druga oblika realnosti (Strömbäck, 2008, str. 239).

Sodobne raziskave na področju proučevanja »migracij v medijih« je mogoče dodatno razdeliti glede na to, ali obravnavajo »spletne« (ang. *online*) ali

5 Pojem *kriza* postavljamo med narekovaje, saj se distanciramo od medijske in politične identifikacije z množičnim prihodom oseb v Evropo kot kriznim obdobjem. Krizna družbena stanja namreč niso nujno dejansko krizna, ampak so lahko medijsko in politično konstruirana kot »kriza« (Menjívar idr., 2019). Ko v nadaljevanju izraz *migrantska »kriza«* uporabljamo brez natančne časovne opredelitve, se nanašamo na obdobje množičnih prihodov oseb v Evropo v obdobju 2015–2016.

»nespletne« (ang. *offline*) medije. Medtem ko je raziskovanje migracij v nespletnih medijih v splošnem izčrpno obdelano, je proučevanje migracij v spletnih, digitalnih medijih sicer prisotno, vendar na ravni celotnega področja zastopano v precej manjšem obsegu kot raziskovanje »tradicionalnih« nespletnih medijev. To lahko potencialno pripišemo zahtevnosti uporabe digitalnih metod in verjetno tudi dejstvu, da je »tradicionalne« medije pogosto lažje analizirati ročno, brez poznavanja računalniških programov in aplikacij (Eberl idr., 2018; Smrdelj, 2021). Naslednji pomemben manko v kontekstu proučevanja »migracij v medijih« predstavlja obravnava množičnih in družbenih medijev v njunem medsebojnem učinkovanju, kar je ena izmed ključnih značilnosti sodobne digitalne hibridne medijske realnosti, v kateri se vsebine množičnih medijev pogosto širijo prek družbenih medijev, medtem ko se objave družbenih medijev lahko znajdejo v poročanju množičnih medijev (Chadwick, 2013, 2017). Čeprav je ta prepletenost ključna za strukturiranje sodobnih migracijskih diskurzov in nepogrešljiva pri proučevanju družbenih pojavov in procesov v sodobni hibridni medijski sferi,⁶ sta ti dve medijski logiki na področju proučevanja »migracij v medijih« pogosto obravnavani ločeno, kar pomeni, da se zapostavlja upoštevanje njihovega kompleksnega in soodvisnega delovanja (Walsh, 2021).

1.2 Opredelevitev teme: migrantska »kriza« na Twitterju (X) v hibridni medijski sferi

Raziskava, predstavljena v monografiji, si prizadeva nasloviti oba omenjena primanjkljaja na področju proučevanja »migracij v medijih«. Osredotoča se na razpravo,⁷ ki je v obdobju migrantske »krize« potekala na Twitterju (X)⁸

6 S pojmom *digitalna medijska sfera* označujemo najširši okvir, znotraj katerega se vzpostavljajo in odvijajo sodobni medijski in komunikacijski pojavi ter procesi. Ko želimo poudariti njen hibridni značaj, jo imenujemo *hibridna medijska sfera*.

7 Ko v kontekstu družbenih medijev govorimo o »razpravi«, s tem ne mislimo nujno na »klasično« razpravo med dvema ali več sogovorniki, ki si v izmenjavi argumentov prizadevajo doseči skupno razumevanje določenega vprašanja. Pojem *razprava* v monografiji uporabljamo širše. Vključuje tudi komunikacijske prakse, v katerih izražanje mnenja ne pomeni nujno vstopa v dialog, ampak lahko na primer odraža iskanje potrditve lastnega stališča. Primer takšne prakse je objava tvita, ki pričakuje odziv v obliki »všečkov« ali delitev, ne pa refleksije ali prevpraševanja zapisanega. Takšne komunikacijske prakse so posledica logike sodobnih družbenih medijev, kar podrobneje obravnavamo v nadaljevanju.

8 Julija 2023 se je platforma, prej znana kot Twitter, preimenovala v X (Artiček, 2023). Kljub spremembi imena v monografiji ohranjamo prvotno ime Twitter, saj so se razprave, ki jih analiziramo, odvijale v obdobju pred preimenovanjem in Muskovim prevzemom platforme.

v Sloveniji. Pri tem se opira na model »hibridnega medijskega sistema«, ki ponuja teoretsko podlago za proučevanje medsebojnega součinkovanja »starejših« in »novejših« medijskih institucij, praks in vsebin. Hkrati sledi predpostavkam kritične teorije kot tudi teorije prednostnega tematiziranja in teorije omrežij, ki so podrobneje predstavljeni v naslednjem podpoglavju. Ker se monografija osredotoča na analizo komunikacijskih razmerij na Twitterju v obdobju migrantske »krize« v Sloveniji, se umešča na področje proučevanja »migracij v medijih«, medtem ko področja »medijev v migracijah« ne vključuje, saj se ne ukvarja z vprašanji, povezanimi z uporabo medijskih tehnologij med migranti.

Pri izbiri migrantske »krize« kot predmeta proučevanja se zastavlja očitno vprašanje: Zakaj se skoraj deset let pozneje vračati nazaj k temu obdobju, ko pa se je medtem odvijalo desetletje nadaljnega družbeno-zgodovinskega dogajanja, ki bi lahko prav tako bilo deležno podobne analize? Zakaj se danes osredotočati prav na migrantsko »krizo« in ne na novejšo dogodke v okviru proučevanja »migracij v medijih«? Zakaj je proučevanje tega obdobja še vedno relevantno in aktualno? Da bi odgovorili na navedena vprašanja, moramo najprej pojasniti, da je množični prihod migrantov iz Sirije, Afganistana, Iraka in okoliških območij v obdobju 2015–2016 predstavljal tretji množični prihod v Slovenijo. Prvi množični prihod se je zgodil v obdobju 1992–1993, ko so v Slovenijo prihajali begunci iz Bosne in Hercegovine, drugi pa v obdobju 1999–2001, ko so v Evropo vstopali migranti iz republik nekdanje Sovjetske zveze, Azije, Bližnjega vzhoda in Afrike. Tretji množični prihod se od prvih dveh razlikuje po radikalno drugačni medijski sferi, ki jo določajo digitalni spletni mediji, in po drugačnih družbeno-zgodovinskih okoliščinah (Žagar, 2018).

Prvi in drugi prihod sta se zgodila v času, ko migracije še niso bile tako izrazito pojmovane kot varnostno vprašanje. Nekateri avtorji (na primer Bigo, 2005; Učakar, 2017) izpostavljajo, da so posamezni globalno odmevni dogodki, kot je bil na primer 11. september 2001 v ZDA, prispevali k oblikovanju vsesplošnega razumevanja migracij kot primarno varnostne problematike, s čimer so migracije postale del širšega diskurza o nadzoru, kriminaliteti in terorizmu. Na ta način je okvir »sekuritizacije migracij« postal normaliziran in uveljavljen

Poleg tega so bile z Muskovim prevzemom uvedene številne spremembe, ki so preoblikovale delovanje in logiko platforme (na primer možnost daljših objav za »premium« uporabnike) (Riao, 2024). Zaradi teh sprememb današnja platforma X odraža precej drugačno logiko delovanja kot nekdanji Twitter. Z uporabo imena Twitter tako poudarjamo osredotočenost na medijsko logiko, kot je bila značilna za obdobje migrantske »krize« 2015–2016.

kot samoumeven način razumevanja migracij, kar se odraža tako v politikah kot tudi v medijskih interpretacijah tega pojava (Malešič, 2017; Vezovnik, 2018a). Poleg tovrstnih posameznih globalnih dogodkov so k normalizaciji sekuritizacijskega okvira prispevale tudi širše družbene spremembe, kot sta recimo pojav »desničarskih« populističnih gibanj po Evropi in splošen premik parlamentarne politike v »desno« (Wodak, 2015). Ta proces so dodatno okrepile različne strukturne priložnosti, kot so digitalni mediji, ki so ojačali sekuritizacijski okvir in ga postavili v središče javnega razumevanja migracij.⁹

Migrantska »kriza« 2015–2016 verjetno pomeni prvo večjo migracijo v Evropo v teh novih okoliščinah, zaradi česar so se diskurzivni temelji, utemeljeni na sekuritizaciji, v tem času še dodatno utrdili, normalizirali in postali izrazita stalnica v sodobnem razumevanju migracij. Ti temelji še danes vplivajo na način, kako mediji poročajo o migracijah, kako jih pojmujejo predstavniki parlamentarne politike¹⁰ in kako jih razume širša javnost. To ne pomeni, da sekuritizacijski diskurz ni imel ideološke pomembnosti v preteklih množičnih prihodih. Prav tako to ne pomeni, da je izpodrinil vse druge diskurze, na primer humanitarnega, ki še vedno predstavlja pomemben okvir za naklonjeno prikazovanje migrantov kot žrtev konfliktov in vojn. Pomeni pa, da se v sodobnosti manifestira izraziteje in bolj sistematično ter postavlja »legitimne meje javnih razprav« (Luthar, 2017) o migracijah ter se prepleta z drugimi diskurzi (Smerdelj in Vogrinc, 2020). Zaradi tega je pomembno, da se vrnemo v obdobje, ko se je ta diskurz vzpostavil.

9 V monografiji uporabljamo pojem *sekuritizacija migracij* za označevanje širšega diskurzivnega okvira, ki vključuje različne elemente, kot so konstrukcija strahu in tveganja, kriminalizacija migracij, njihova militarizacija, ustvarjanje izrednih razmer in tako naprej (Malešič, 2017; Vezovnik, 2018a). Pojem *varnost* pa uporabljamo v ožjem smislu, kadar želimo izpostaviti specifično varnostno razsežnost migracij (na primer predstavljanje migrantov kot nasilnih ali kot kulturno grožnjo) (Smerdelj, 2021). V monografiji tako uporabljamo oba pojma in nameroma nismo izločili nobenega izmed njiju. Če bi opustili izraz *sekuritizacija*, bi težko zajeli širši diskurzivni okvir razumevanja migracij. Če pa bi se izogibali pojmu *varnost*, bi imeli težavo pri obravnavi tistih primerov, kjer ne govorimo o širšem okviru sekuritizacije. Oba pojma podrobneje obravnavamo v tretjem poglavju monografije, v katerem se ukvarjamo z različnimi migracijskimi diskurzi.

10 Pod pojmom *predstavniki parlamentarne politike* razumemo predstavnike zakonodajne oblasti (na primer poslanci državnega zbora in državnega sveta) ter izvršne oblasti, torej vlade, vključno s predsednikom vlade, ministri, državnimi sekretarji in predstavniki vladnih služb. V nadaljevanju jih imenujemo tudi *politiki* ali *politični akterji*. Izhajajo iz Arendt (1958/1996) in Pajnik (2016, str. 65) pa poudarjamo, da politike ne razumemo zgolj v ozkem, parlamentarnem smislu. Politika se lahko odvija tudi v civilnodružbeni sferi, onkraj institucije parlamenta, kjer potekajo razprave in je prisotno politično delovanje. Zato v monografiji uporabljamo izraz *parlamentarna politika* predvsem za označevanje institucionalne sfere, ki jo razlikujemo od drugih oblik prakticiranja politike.

Ob tem je treba spomniti, da je imela migrantska »kriza« širše, globalne razsežnosti in ni bila omejena le na Slovenijo. Predstavljala je uveljavljeno medijsko in politično poimenovanje za množične prihode oseb v Evropo v drugi polovici leta 2015 in v začetku leta 2016, predvsem iz Sirije, Afganistana, Iraka in drugih okoliških območij (Eurostat, 2019; Vlada Republike Slovenije, 2016). Za navedena območja so bili značilni vojni spopadi ter vsesplošne politične in gospodarske razmere, ki so ljudi prisilile v množično izseljevanje (Kogovšek Šalamon in Bajt, 2016; Zadnikar, 2017). Pomembno vlogo v obdobju migrantske »krize« je imela tudi Slovenija, ki je 17. oktobra 2015, po zaprtju madžarske meje, postala ena izmed glavnih tranzitnih držav za migrante, ki so želeli priti v Nemčijo ali druge države na severu in zahodu Evrope. Po zaprtju madžarske meje se je spremenila smer tako imenovane »Balkanske migracijske poti«. Ta ni več potekala v smeri Srbija–Madžarska–Avstrija–Nemčija, ampak Srbija–Hrvaška–Slovenija–Avstrija–Nemčija (Malešič, 2017, str. 953).

Osebe, ki so v obdobju migrantske »krize« prihajale v Slovenijo (in v druge evropske države), imenujemo »migranti«. Z navedenim poimenovanjem označujemo vse ljudi, ki prehajajo meje, ne glede na razloge za njihov odhod iz matične domovine. Pri tem sledimo opredelitvi Mednarodne organizacije za migracije (ang. *International Organization for Migration*, IOM), ki izraz *migrant* uporablja kot krovni pojem za vse osebe, ki se začasno ali trajno ter iz različnih razlogov izselijo iz svojega kraja bivanja bodisi znotraj države bodisi onkraj državne meje (IOM, n.d.). Kot navaja Malešič (2017, str. 948), se opredelitev IOM nanaša na vse osebe, ki se selijo, ne glede na to, a) kakšen pravni status imajo, b) ali je njihovo gibanje prostovoljno ali neprostovoljno, c) kateri so njihovi razlogi za migracije in d) koliko časa se nahajajo na lokaciji zunaj svojega kraja bivanja. Pojem *migrant* je po opredelitvi IOM pomensko zelo širok, zato lahko z njim zajamemo različne kategorije oseb, ki so v obdobju migrantske »krize« prihajale v Slovenijo, ne glede na to, ali so Slovenijo zgolj prečkale ali pa so v njej zaprosile za azil.

V monografiji namerno ne razlikujemo med tem, ali migranti prihajajo z vojnih območij (tako imenovane prisilne migracije, ang. *forced migration*) ali pa se izseljujejo zaradi gospodarskih razmer (ekonomske migracije, ang. *economic migration*) (Vezovnik in Šarić, 2018, str. 18). Takšno razlikovanje je v političnem in medijskem diskurzu pogosto uporabljeno kot stereotipno razločevanje med »upravičenimi begunci«, ki potrebujejo pomoč, saj prihajajo z vojnih območij, in »neupravičenimi ekonomskimi migranti«, katerih življenje ni ogroženo, saj ne bežijo pred vojno, zato naj ne bi bili upravičeni do sprejema in pomoči (Pajnik, 2016, str. 67; 2018, str. 190–191). Vključitev obeh

kategorij pod skupni pojem *migranti* omogoča preseganje navedenih stereotipnih delitev in osvetljuje migracije kot kompleksen družbeni proces, ki ga ni mogoče enostavno reducirati na binarne kategorije. Znano je namreč, da je bila slovenska politika v obdobju migrantske »krize« usmerjena v kategorizacijo čim večjega števila ljudi kot »ekonomskih migrantov«, torej oseb, ki jih je mogoče lažje zavrni in deportirati v primerjavi z »begunci«, ki jim pripadajo določene pravice (Velikonja, 2017, str. 112–113; Žagar, 2018, str. 121). Takšne prakse nakazujejo, da poimenovanja v političnem in medijskem diskurzu neposredno legitimirajo vzpostavljanje razlik v pravicah in obravnavi migrantov, s čimer vzpostavljajo in reproducirajo strukture moči in podrejanja (Pajnik, 2016; Smets idr., 2020b).

Zaradi naštetih razlogov uporabljamo pojem *migrant* kot nadpomenski izraz za različne kategorije oseb, ki so v obdobju migrantske »krize« prihajale v Evropo. Ob tem poudarjamo, da se ta opredelitev nanaša izključno na osebe, povezane z migrantsko »krizo« v omenjenem obdobju. Ko pa na primer govorimo o bosanskih beguncih iz devetdesetih let prejšnjega stoletja, jih imenujemo *begunci*, kar je pomensko ožji pojem v primerjavi z izrazom *migranti*, kot smo ga opredelili po IOM. To je tudi razlog, da oseb iz obdobja migrantske »krize« ne imenujemo *begunci*, saj bi s tem poimenovanjem zajeli zgolj določeno skupino oseb, ki so prihajale v Evropo.¹¹ Odločili smo se tudi, da ne bomo uporabljali na videz nevtrálnih terminov, ki se pojavljajo v sodobnih migracijskih študijah, na primer »potujoče osebe«, »prihajajoče osebe« in podobni izrazi, ki jih prevajamo iz angleškega termina *people on the move* (King, 2010). Njihova raba je v slovenščini neustaljena, zaradi česar delujejo nerodno in okorno.

Za namene analize medijskega diskurza je pomembno še razjasniti, da razlikujemo med dvema različnima ravnema poimenovanj za osebe, ki so v obdobju migrantske »krize« prihajale v Evropo. Ena raven je teoretska oziroma konceptualna, kjer termin *migrant* uporabljamo kot vključujoč izraz, ki sledi zgoraj predstavljeni definiciji IOM. Drugo raven predstavljajo poimenovanja za »migrante« v medijskem diskurzu, ki so predmet naše analize ter pogosto vključujejo implicitne ideološke predpostavke in stereotipe; razumemo jih kot del diskurzivnih praks, ne kot konceptualne kategorije. Na primer oznaka *migrant* je v teoretskem diskurzu vključujoča in pomeni različne kategorije

11 Zaradi tega razloga v monografiji ne uporabljamo besedne zveze *begunska kriza*. Kot že pojasnjeno, je prva težava tega poimenovanja v tem, da dogajanje opisuje kot »krizo«, hkrati pa v ospredje postavlja pojem *begunci*, ki je pomensko ožji od pojma *migranti*, opredeljenega po IOM (n.d.).

oseb, ki potujejo. V medijskem diskurzu pa lahko ista oznaka deluje izključevalno in na primer označuje osebe, za katere je predpostavljeno, da »neupravičeno« prihajajo v Evropo. Zato se pri analizi medijskega migracijskega diskurza osredotočamo na ideološke pomene, ki jih poimenovanja pridobijo v tem specifičnem kontekstu, in jih ne enačimo s teoretskimi opredelitvami, ki usmerjajo našo raziskavo.

Prihod migrantov v Slovenijo je bil največji v obdobju med septembrom in decembrom 2015 (Vlada Republike Slovenije, 2016). Posledično je bila tema migracij v tem času najbolj izpostavljena v medijih in širši javnosti (Smrdelj, 2021). Naša analiza razprave na Twitterju se zato osredotoča prav na to časovno obdobje. Z izbiro družbenega medija, kot je Twitter, smo se namenoma usmerili na proučevanje digitalne medijske sfere. S tem želimo prispevati k zmanjšanju zapostavljenosti spletnih medijev na področju proučevanja »migracij v medijih«. Twitter smo izbrali za predmet analize, ker je v primerjavi z ostalimi priljubljenimi družbenimi mediji, kot je Facebook, po svoji logiki delovanja bolj odprt za javnost. Objave uporabnikov so namreč dostopne tudi brez prijave (Jesenšek idr., 2021, str. 51–52; Kreis, 2017), kar pomeni, da so potencialno vidne širši javnosti, medtem ko ima Facebook bolj zaprt značaj. Poleg tega je Twitter zasnovan predvsem za informiranje in politične razprave, medtem ko je Facebook po svojem načinu delovanja bolj usmerjen v druženje in vzdrževanje osebnih stikov (Kwak idr., 2010). Poleg tega ima Twitter pomembno vlogo pri širjenju informacij med družbenimi krizami (Bruns idr., 2012), kar se je izkazalo tudi med migrantsko »krizo«. Lecheler in drugi (2019) navajajo, da sta bila Facebook in Twitter za mnoge prebivalce držav, v katere so prihajali migranti, osrednja vira informacij med hitro odvijajočimi se dogodki. Znano je, da so ljudje v obdobjih »kriz« bolj dovzetni za spremljanje medijskih vsebin (Cantril, 1999; Perse, 2001). V digitalni medijski sferi pa so te vsebine dostopne predvsem prek družbenih medijev, na primer z deljenjem vsebin množičnih medijev na teh platformah (Knutson idr., 2024).

A čeprav smo se odločili za proučevanje digitalne medijske sfere in bomo v osnovi izhajali iz analize medijske logike, po kateri deluje Twitter, to ne pomeni, da bomo zanemarili hibridno perspektivo. Twitter bomo analizirali v navezavi na množične medije, kar pomeni, da bomo raziskovali, kako množični mediji (na primer novinarji, uredniki in profili posameznih množičnih medijev) sodelujejo v migracijski razpravi na Twitterju. Za to smo se odločili, ker želimo v izhodišče analize postaviti »novejšo« medijsko logiko, tj. logiko družbenih medijev, ki se je uveljavila z razvojem spleta 2.0 in

vsesplošno digitalizacijo družbe. Ta logika je temeljito preoblikovala javno komuniciranje in pomembno vplivala na delovanje »tradicionalnih« množičnih medijev, ki so se ji morali prilagoditi, če so želeli ohraniti svoj dominanten položaj v digitalni medijski sferi (Van Dijck in Poell, 2013). Zaradi tega se v raziskavi ne ukvarjamo z drugo možnostjo, ki bi jo prav tako lahko obravnavali v okviru hibridne perspektive, tj. da bi v izhodišče analize postavili množične medije in nato preverjali, kako vsebine družbenih medijev vplivajo na poročanje množičnih medijev. Ob tem še dodajamo pojasnilo, da bomo pri analizi množičnih medijev v kontekstu migracijske razprave na Twitterju izključili »offline« razsežnost množičnih medijev, kot so tiskani časopisi, televizijski programi in radijske oddaje, saj nas zanima predvsem, kako se množični mediji prilagajajo logiki družbenih medijev in kako se vpenjajo v hibridna komunikacijska razmerja. Z izključitvijo »offline« vsebin ne bomo izgubili pomembnih vpogledov v hibridni značaj sodobne medijske sfere, saj večina množičnih medijev danes deluje v digitalni medijski sferi (Chadwick, 2013, 2017), spremljanje novičarskih vsebin pa se je v zadnjem desetletju izrazito premaknilo na splet.¹²

S proučevanjem vloge množičnih medijev v razpravah na Twitterju bomo prispevali k zapolnitvi drugega primanjkljaja na področju proučevanja »migracij v medijih«, ki smo ga identificirali, tj. potreba po obravnavi množičnih in družbenih medijev v njunem medsebojnem delovanju. Menimo, da je proučevanje tovrstnega prepleta relevantno, saj struktura delovanja sodobne digitalne medijske sfere spodbuja hibridni značaj sodobnih medijev (Chadwick, 2013, 2017). To je razvidno iz popolnoma vsakdanjih praks, na primer deljenja povezav do objav v množičnih medijih na družbenih medijih, kot tudi na strukturni ravni. Strukturne značilnosti družbenih medijev, kot so kliki, všečki, deljenje vsebin, dolžina objav, algoritemsko prikazovanje vsebin, hitrost širjenja informacij, možnost neposrednega odzivanja uporabnikov prek komentiranja in podobno, določajo objektivni okvir, ki vpliva tudi na logiko delovanja množičnih medijev (Klinger in Svensson, 2015). Zato menimo, da je upoštevanje hibridne perspektive pri proučevanju sodobne digitalne medijske sfere osrednjega pomena za razumevanje, kako v sodobnosti nastajajo informacije in kako se zarisujejo legitimne meje javnih razprav.

12 V Sloveniji po letu 2015 beležimo rast števila uporabnikov, ki internet uporabljajo za branje spletnih novic, časopisov in revij, pri čemer se je po letu 2020 njihovo število ustalilo pri približno 1,1 milijona uporabnikov (Statistični urad Republike Slovenije, 2025).

1.3 Namen in predpostavke monografije

Osrednji namen monografije je pridobiti vpogled v strukturo razprave na Twitterju v obdobju migrantske »krize« v Sloveniji z vidika hibridne medijske perspektive. Navedena perspektiva nam omogoča, da preučimo, kako se digitalizacija, vzpon spleta 2.0 in platform družbenih medijev prepletajo s tradicionalnimi medijskimi strukturami ter oblikujejo sodobna komunikacijska razmerja. Čeprav se bomo v osnovi posvetili vsebinam in uporabnikom, ki so neposredno povezani z množičnimi mediji (na primer novinarji, uredniki, uradni profili medijev), bomo pozorni tudi na vse tiste družbene skupine, ki v razpravi zasedajo osrednje mesto. Sem na primer sodijo akterji močne javnosti, ki so jih množični mediji tradicionalno obravnavali prednostno (na primer predstavniki parlamentarne politike), kot tudi akterji šibke javnosti (na primer predstavniki nevladnih organizacij). Digitalizacija, družbeni mediji in hibridni značaj sodobnih medijev so namreč razširili meje javne komunikacije in omogočili dostop do javne razprave tudi družbenim skupinam, ki so bile prej iz nje izključene (Chadwick, 2013, 2017). Zato hibridnost ne pomeni zgolj prepleta logike množičnih in družbenih medijev, temveč tudi preoblikovanje medijske sfere, v katero vstopajo novi akterji in glasovi (Chadwick, 2013, 2017). Ob tem se odpira vprašanje, ali množični mediji, predstavniki parlamentarne politike in drugi akterji močne javnosti še vedno ohranjajo vlogo dominantnih »agenda-setterjev«, ki usmerjajo razprave, ali pa so se pogoji javne razprave dejansko demokratizirali? Če to drži, do katere mere in pod katerimi pogoji so bili ustvarjeni pogoji za večjo vključenost marginaliziranih glasov? Kakšna je struktura komunikacijskih razmerij v sodobni digitalni medijski sferi?

Na navedeno vprašanje si prizadevamo odgovoriti na podlagi obsežnega nabora podatkov, ki zajema več tisoč objav in uporabnikov, ki so sodelovali v migracijski razpravi na Twitterju v obdobju migrantske »krize« v Sloveniji. Zaradi velike količine podatkov, ki omogočajo različne analitične pristope, smo empirično analizo omejili na tri osnovne ravni, za katere ocenjujemo, da najprimerneje zajamejo hibridno perspektivo. Te ravni zajemajo 1) uporabnike, 2) objave in 3) povezave med njimi, ki skupaj tvorijo omrežje. Ker je modelu hibridnega medijskega sistema inherentno vprašanje družbene moči in vpliva v digitalni medijski sferi (konkretno, kdo ima moč in vpliv, da lahko svoje objave usmerja tako, da dosežejo vidnost, ter kdo ostaja na obrobju razprave ali je iz nje izključen), smo pozornost usmerili na tiste uporabnike in objave v omrežju, ki imajo osrednjo vlogo pri oblikovanju razprave. Takšen pristop ima dvojni namen: teoretski, saj nas zanima razumevanje mehanizmov, prek

katerih se v hibridni medijski sferi uveljavljajo družbene hierarhije in vzpostavljajo komunikacijska razmerja, ter praktični, saj analiza »vrha« razprave omogoča vpogled v osrednje akterje in teme ter pomaga omejiti kompleksnost podatkov na bolj obvladljivo raven.

V okviru prve ravni se bomo posvetili obravnavi t. i. »središčnih uporabnikov« (Jesenšek idr., 2021). To so tisti uporabniki, ki zaradi svoje aktivnosti, vidnosti in vpliva zasedajo osrednje mesto v razpravi. Ker nas zanima hibridna perspektiva, bomo pri teh uporabnikih posebno pozornost namenili njihovi morebitni povezanosti z množičnimi mediji ter drugimi skupinami močne in šibke javnosti.

Drugi del analize bo usmerjen na najviralnejše objave na Twitterju. Poleg KDA teh objav bomo pozornost namenili še hiperpovezavam, ki jih objave vsebujejo, saj te pogosto odražajo povezave med Twitterjem in širšo digitalno medijsko sfero. Preverjali bomo, ali hiperpovezave vodijo do spletnih mest množičnih medijev, in tako ugotavljali, kako migracijski diskurz iz množičnih medijev prehaja v razpravo na Twitterju.

Tretji del analize bo posvečen omrežju komunikacijskih povezav med uporabniki in objavami na Twitterju. Na tej ravni bomo analizirali celotno omrežje, pri čemer nas bodo zanimali prevladujoči vzorci komunikacijskih razmerij, ki razkrivajo hierarhije med uporabniki in načine širjenja vsebin.

Teoretsko podlago za empirično obravnavo navedenih ravni predstavlja že omenjeni model hibridnega medijskega sistema (ang. *hybrid media system*) (Chadwick, 2013, 2017). Poleg omenjenega modela se bomo naslonili še na teorijo prednostnega tematiziranja (ang. *agenda-setting theory*) (Arugue-te, 2017; Ceron idr., 2017) in teorijo omrežij (ang. *network theory*) (Hansen idr., 2020; Jesenšek idr., 2021; Schroeder, 2017). Vsak od teh treh teoretskih pristopov ponuja določene predpostavke, ki skupaj tvorijo koherenten analitični okvir za proučevanje hibridnega značaja sodobne digitalne medijske sfere. Glavne konceptualne vidike naštetih pristopov na kratko izpostavljamo v nadaljevanju.

Kot že omenjeno, model hibridnega medijskega sistema predstavlja teoretski okvir za proučevanje medsebojnega součinkovanja »starejših« in »novejših« medijskih institucij, praks in vsebin. Gre za enega redkih teoretskih pristopov, ki eksplicitno reflektira preplet delovanja množičnih in družbenih medijev. Poleg tega model obravnava vprašanje moči v hibridnem medijskem sistemu in ponuja izhodišča za analizo strukturnih značilnosti posameznih medijev,

predvsem prek konceptov »medijske logike« (ang. *media logics*) (van Dijck in Poel, 2013) in »medijskih zmožnosti« (ang. *media affordances*) (Ronzhyn idr., 2023). Vendar pa model hibridnega medijskega sistema, kot ga je izvirno utemeljil Chadwick (2013, 2017), temelji na nekaterih demokratičnih predpostavkah o delovanju digitalne medijske sfere in daje prednost delovanju akterja pred strukturo. Družbene medije razume kot strukturno priložnost za uveljavljanje marginaliziranih glasov v družbi, medtem ko množične medije pojmuje kot sfero, rezervirano za predstavnike družbene moči in vpliva (Sia-pera, 2019). Čeprav takšna usmeritev sama po sebi ni problematična, pre-malo upošteva strukturne lastnosti sodobne digitalne medijske sfere, kar se kaže v tem, da so vzroki za neenakost pripisani predvsem delovanju posameznikov, medtem ko strukturni dejavniki neenakosti ostajajo v ozadju. Menimo, da lahko z vključitvijo »kritične perspektive« (na primer Amon Prodnik, 2014; Fuchs, 2011, 2014, 2021; May, 2002; Mosco, 2009) izpostavimo tudi strukturno raven delovanja sodobne digitalne medijske sfere in tako izboljšamo pojasnjevalno moč modela, ne da bi pri tem posegali v njegove temeljne postulante. Na tej podlagi ga bomo na osnovi prispevka Smrdelj in Pajnik (2025) epistemološko nadgradili, da ga bomo lahko uporabili pri analizi migracijske razprave na Twitterju.

V okviru obravnave modela hibridnega medijskega sistema moramo še pojasniti, da pojem »strukturne značilnosti« družbenih medijev v tej monografiji razumemo kot preplet treh ravni. Prvič, pod navedenim pojmom razumemo »medijsko logiko« (Altheide in Snow, 1979; van Dijck in Poel, 2013) oziroma »medijske zmožnosti« (Ronzhyn idr., 2023) posamezne platforme (na primer kratkost objav, možnost retvitiranja sporočil, viralnost objav, anonimnost uporabnikov), ki tvorijo njeno »infrastrukturo« ter vplivajo na uporabniško vedenje in načine oblikovanja objav. Izraze, kot sta »infrastruktura« in »arhitektura«, uporabljamo izmenično in metaforično za opis medijske logike ali zmožnosti posamezne platforme, odvisno od konteksta. Drugič, pod strukturne značilnosti uvrščamo tudi topografske značilnosti družbenih medijev (Sekloča, 2020), ki se nanašajo na način, kako so uporabniki povezani v omrežju in kako se med njimi vzpostavljajo komunikacijska razmerja. Na osnovi njihove analize lahko ugotovimo, kdo je v omrežju bolj izpostavljen in prejema več pozornosti drugih uporabnikov (na primer prek retvitov) ter kdo ostaja na njegovem obrobju (Jesenšek idr., 2021). Tretjič, med strukturne značilnosti štejemo tudi poslovni model delovanja platforme (Sekloča, 2020) in z njim povezani družbeno-zgodovinski kontekst, v našem primeru kontekst neoliberalne ekonomije. Twitter deluje znotraj logike digitalnega kapitalizma,

katerega cilj je monetizacija uporabniške aktivnosti in zbiranje metapodatkov, ki jih je mogoče prodajati oglaševalcem (Fuchs, 2021). Ko torej v monografiji govorimo o »strukturnih značilnostih« oziroma strukturi Twitterja, se pojem nanaša ali na eno izmed navedenih ravni ali na njihov medsebojni preplet, odvisno od konteksta, ki bo pojasnjen sproti.

Poleg modela hibridnega medijskega sistema se naslanjamo tudi na teorijo prednostnega tematiziranja, ki sodi med starejše medijske teorije. Prvotno je proučevala vpliv medijev na publiko, zlasti v smislu, kako mediji s svojim poročanjem določajo, katere teme bodo v javnosti prepoznane kot pomembne (Oblak, 2000; Pajnik, 2003). V kontekstu sodobne digitalne medijske sfere se teorija prednostnega tematiziranja osredotoča na isto vprašanje, vendar ga obravnava v okviru odnosa med agendo (tj. seznamom tematskih področij, ki so prednostno obravnavana) množičnih in družbenih medijev. Pri tem poudarja, kako en tip medija vpliva na drugega in kako se prek tega procesa oblikujejo prioritete teme za javnost (Aruguete, 2017; Heijkant idr., 2019; Meraz, 2009). Po teoriji prednostnega tematiziranja so teme, ki so na vrhu medijske agende, najvidnejše in izpostavljene, zaradi česar vzbujajo največ zanimanja javnosti in imajo zato največji vpliv (McCombs, 2005; 2014).

Teorijo prednostnega tematiziranja v tej raziskavi uporabljamo kot podlago za določanje središčnih uporabnikov in najviralnejših objav v razpravi. Za določitev prednostno obravnavanih tem in uporabnikov na Twitterju lahko uporabimo različne kriterije, kot so število všečkov, retvitov, omemb in sledilcev. Na podlagi teh kriterijev lahko ustvarimo sezname prednostno obravnavanih tem in uporabnikov, pri čemer se največkrat retvitane objave in uporabniki uvrstijo na vrh teh seznamov. Na osnovi takšnih seznamov lahko neposredno preverimo, ali so prednostno obravnavane teme in uporabniki povezani z množičnimi mediji ali drugimi predstavniki družbenih skupin. Tako lahko vzpostavimo stično točko z modelom hibridnega medijskega sistema, v okviru katerega je prav tako v ospredju vprašanje, kdo zaseda osrednje mesto v razpravi. Pomembna lastnost teorije prednostnega tematiziranja je tudi ta, da predpostavlja obravnavo teme na ravni celotne medijske agende (v našem primeru na ravni celotne migracijske razprave na Twitterju), in ne zgolj na ravni objav posameznih uporabnikov, ki ne morejo razkriti širšega konteksta razprave. Na primer, če se osredotočimo zgolj na analizo Twitter profila značne komercialne televizijske hiše, ne dobimo vpogleda v njeno vlogo znotraj celotnega omrežja uporabnikov v določeni razpravi. Njen položaj lahko razkrijemo šele z analizo podatkov o celotni razpravi na določeno temo. Tudi ta vidik teorije prednostnega tematiziranja vzamemo v obzir, saj nas zanima

migracijska tema na ravni celotne razprave na Twitterju v obdobju migrant-ske »krize«, in ne zgolj na ravni posameznih profilov.

Tretji pristop, ki mu sledimo, je teorija omrežij, s katero tematiziramo osnovno strukturno načelo, na katerem temelji organizacija sodobne digitalne medijske sfere. To je omrežnost, ki predpostavlja, da komunikacija v digitalni medijski sferi ni enosmerna od sporočevalca do naslovnika, saj so uporabniki družbenih medijev hkrati pošiljatelji in prejemniki sporočil. To vodi v nastanek kompleksnih komunikacijskih interakcij, ki jih je mogoče grafično ponazoriti kot zapleteno omrežje (Schroeder, 2017). »Omrežna medijska logika« (Klinger in Svensson, 2015) ima svoje korenine v razvoju prvih računalniških omrežij, kot je ARPANET; sčasoma je postala temelj sodobne digitalne komunikacije. Razširitev te logike je pospešil razvoj spleta 2.0, ki je uvedel platforme družbenih medijev, katerih bistvo je uporabniško ustvarjanje vsebine, ki je dodatno okrepila povezljivost. V ozadju teh procesov so tudi priporočilni algoritmi, ki optimizirajo prikaz vsebin z namenom zadrževanja pozornosti uporabnikov, ter monetizacija uporabniških komunikacijskih praks, ki vodi v že omenjeno datafikacijo javne sfere. Ta logika je dobila nadaljnji zagon z uvedbo novih tehnologij, kot so pametni telefoni, ki omogočajo povezljivost kjer koli in kadar koli, s čimer ustvarjajo okolje, v katerem so uporabniki nenehno povezani z digitalno medijsko sfero. Omrežnost tako pomeni tehnično »infrastrukturo«, obenem pa določa tudi družbena komunikacijska razmerja, saj se družbena moč in vpliv redistribuirata prek omrežnih povezav (Smrdelj idr., 2025). V tem smislu omrežna medijska logika ne omogoča enakopravne udeležbe vseh uporabnikov, temveč ustvarja hierarhije, v katerih so nekatere uporabniki (in njihove objave) vidnejši in vplivnejši od drugih (Smrdelj in Pajnik, 2025). V okviru teorije omrežij so takšni uporabniki, kot že omenjeno zgoraj, konceptualizirani kot središčni uporabniki, saj zasedajo ključne položaje v omrežni strukturi. V tem smislu koncept središčnih uporabnikov omogoča operacionalizacijo tistega, kar je na vrhu medijske agende, in tako predstavlja stično točko s teorijo prednostnega tematiziranja. Teorija omrežij pa širše dopolnjuje tudi model hibridnega medijskega sistema, saj se prepletanje različnih medijskih logik odvija v okviru omrežne infrastrukture.

Rdeča nit vseh treh glavnih teoretskih pristopov je vprašanje moči in vpliva v sodobni digitalni medijski sferi. Model hibridnega medijskega sistema obravnava družbene medije kot prostor za uveljavljanje glasov šibke javnosti, medtem ko množične medije razume kot rezervirane za privilegirane družbene akterje. Teorija prednostnega tematiziranja se vprašanju moči in vpliva približuje z osredotočanjem na prednostno obravnavane teme in uporabnike,

pri čemer so v digitalni medijski sferi kot najvplivnejši uporabniki opredeljeni tisti, ki se nahajajo na vrhu medijske agende. Teorija omrežij pa ponuja koncepte (na primer središčni uporabniki), ki omogočajo operacionalizacijo dejavnosti in vpliva ter tako vzpostavlja povezavo z modelom hibridnega medijskega sistema in teorijo prednostnega tematiziranja.

1.4 Struktura monografije

V nadaljevanju monografije bomo najprej podrobneje predstavili teoretski okvir naše študije. Nato bomo orisali glavna izhodišča za proučevanje migracij v medijih, ki jih bomo uporabili pri KDA objav na Twitterju in vsebin v množičnih medijih. V naslednjem poglavju bomo predstavili izbrane raziskave s področja migracij v spletnih medijih. Sledila bo opredelitev metodološkega okvira raziskave, v katerem bomo pojasnili načine zbiranja, obdelave in analize podatkov. Osrednji del monografije bo namenjen predstavitvi empiričnih ugotovitev, strukturiranih v tri podpoglavja, skladno s tremi ravnmi oziroma sklopi analize (uporabniki, objave in omrežje retvitov). V razpravi bomo rezultate interpretirali v kontekstu temeljnih teoretskih predpostavk in se posvetili refleksiji omejitev pri raziskovanju. Monografijo bomo sklenili s povzetkom glavnih ugotovitev in predlogi za nadaljnje raziskovalne korake.

2 MODEL HIBRIDNEGA MEDIJSKEGA SISTEMA V KRITIČNI PERSPEKTIVI¹³

Zaradi številnih transformacij v zadnjih dveh desetletjih, povezanih z razvojem digitalnih medijskih tehnologij in spleta 2.0, »tradicionalni« množični mediji danes sobivajo z različnimi platformami, kot so družbeni mediji ter druge spletne aplikacije in orodja (Blumler, 2001; Chadwick, 2013, 2017; Pajnik, 2023). V raziskavi izhajamo iz predpostavke, da je model hibridnega medijskega sistema (Chadwick, 2013, 2017) obetavno izhodišče za raziskovanje sodobne digitalne medijske sfere z vidika aktualnih tehnoloških in družbenih sprememb. Umešča se med redke pristope, ki si prizadevajo sistematično in celovito nasloviti hibridno razsežnost, torej prepletanje »starejših« in »novejših« medijskih institucij, praks in vsebin. Zato predstavlja pomembno podlago tako za našo raziskavo kot tudi za druge podobne medijske analize, saj se večina dinamik v sodobni medijski sferi odvija znotraj interakcije med različnimi medijskimi logikami, akterji in institucijami (Smrdelj in Pajnik, 2025).

Pri proučevanju modela hibridnega medijskega sistema, predstavljenega v monografiji *The Hybrid Media System* (Chadwick, 2013, 2017), je mogoče prepoznati dve načeli, ki predstavljata njegovo epistemološko zasnovo:

13 Nekateri deli prvih treh podpoglavij, ki obravnavajo koncepte modela hibridnega medijskega sistema, temeljijo na teoretskih izhodiščih, prvotno predstavljenih v članku Smrdelj in Pajnik (2025). V primerih, ko argumentacija v podpoglavjih neposredno povzema ali nadgrajuje vsebine omenjenega članka, je to ustrezno označeno. Podpoglavja hkrati vključujejo tudi dodatne koncepte in teoretske premisleke, ki v članku niso obravnavani.

»eklekticismem« in »empiricismem«. Eklekticismem se kaže v tem, da model združuje različne koncepte, predpostavke in prispevke avtorjev s področja sociologije, filozofije, kulturnih študij ter medijskih in komunikacijskih študij. Zaradi mešanice pristopov iz različnih teoretskih tradicij in disciplin modela ni mogoče uvrstiti v specifično »tradicijo« ali »šolo«, kar je tudi razlog, da ga imenujemo model, in ne teorija. Pomanjkanje jasnejšega teoretskega okvira ali pripadnosti določeni tradiciji lahko daje vtis, da deluje bolj kot empirični opis sodobne medijske realnosti, in ne analitično orodje. To se odraža tudi v obstoječih raziskavah (na primer Langer in Gruber, 2021; Splendore in Iannelli, 2022; Zhang idr., 2022), ki ta model uporabljajo. V teh se nikoli ne pojavlja kot koherenten konceptualni okvir, temveč je vedno dopolnjen z drugimi koncepti in teorijami (Smrdelj in Pajnik, 2025, str. 56–58).

Drugo načelo, »empiricismem«, je razvidno iz različnih študij primerov iz aktivizma (na primer britansko družbeno gibanje *38 Degrees*), političnega komuniciranja (na primer ameriške volilne kampanje 2008 in 2016 ter britanska volilna kampanja 2010) in novinarskih praks (na primer intervjuji z novinarji, ustvarjalci programov in uredniki v ZDA in VB). Omenjene študije temeljijo na bogatem empiričnem gradivu, ki ponuja vpogled v kompleksne odnose med »starejšimi« in »novejšimi« medijskimi logikami, praksami, akterji in institucijami. Kljub izčrpnemu empiričnemu gradivu pa zaključki, ki izhajajo iz omenjenih študij primerov, ostajajo na ravni splošnih ugotovitev, kot je »[h]ibridnost opolnomoča in onemogoča« (Chadwick, 2017, str. 286). Tovrstna posploševanja, ki zajemajo širok spekter različnih možnosti, so z analitičnega vidika lahko nekoliko neuporabna, saj delujejo splošno in abstraktno, poleg tega pa ne nudijo strukturne razlage hibridnih pojavov in procesov (Smrdelj in Pajnik, 2025, str. 58–59).

S tem ko model hibridnega medijskega sistema sledi načelu »eklektizma«, se izmika umestitvi v specifično teoretsko tradicijo s področja medijev in komuniciranja. To mu sicer omogoča analitično fleksibilnost in aplikacijo v številnih empiričnih raziskavah, hkrati pa postavlja izziv konceptualne koherence in jasnih teoretskih predpostavk. Vendar pa je s temeljitim branjem mogoče identificirati »lepilo«, ki združuje različne koncepte, predpostavke in avtorje: poudarek na vlogi delovanja akterjev pred strukturo (Smrdelj in Pajnik, 2025, str. 59–60). To pomeni, da se model osredotoča na sposobnost posameznikov, skupin ali institucij, da aktivno oblikujejo medijsko sfero, medtem ko strukturni dejavniki, ki to delovanje omogočajo ali omejujejo, niso v ospredju obravnave. Z drugimi besedami, glavno epistemološko usmeritev modela je mogoče pojasniti z dvema temeljnima strukturacijskima pristopoma k

razumevanju družbe: »objektivizma«, ki poudarja vpliv struktur na delovanje akterjev, in »subjektivizma«, ki izpostavlja vpliv akterjev na oblikovanje družbenih struktur (Giddens, 2004).

Velik poudarek na vlogi akterjev se kaže v razumevanju, da lahko uporabniki vplivajo na strukturo spletnega komuniciranja: »Akteji ustvarjajo, izkoriščajo ali usmerjajo tokove informacij na načine, ki ustrezajo njihovim ciljem, in na načine, ki spreminjajo, omogočajo ali onemogočajo delovanje drugih, v različnih starejših in novejših medijskih okoljih in med njimi« (Chadwick, 2017, str. xi). Čeprav je model hibridnega medijskega sistema predstavljen kot »perspektiva, ki obravnava sistemske značilnosti političnega komuniciranja« (Chadwick, 2017, str. 4), pa hkrati zavrača strukturni pristop z utemeljitvijo, da »takšna perspektiva [...] ne sme biti trdno zasidrana v abstraktnih strukturnih predsodkih, temveč v empiričnih dokazih in posebnih ilustracijah teh sil v toku« (Chadwick, 2017, str. 4). S poudarjanjem delovanja akterjev pred strukturo model reproducira optimistični pogled na nove medijske tehnologije, pri čemer takšno razumevanje ustvarja vtis, da je digitalna medijska sfera prostor enakovrednih in enakopravnih akterjev, kjer imajo vsi enake izhodiščne položaje za delovanje in komuniciranje. V tem okviru so družbeni mediji pojmovani kot strukturna priložnost za uveljavljanje marginaliziranih glasov v družbi, medtem ko so množični mediji opredeljeni kot sfera, rezervirana za predstavnike družbene moči in vpliva. Oziroma: družbeni mediji so razumljeni kot sredstvo, ki je dostop do medijske sfere omogočilo številnim novim akterjem, ki tega dostopa prej niso imeli (Siapera, 2019).

Čeprav takšna epistemološka usmeritev sama po sebi ni problematična, pa njena omejitev leži v zapostavljanju strukturnih pogojev sodobne digitalne medijske sfere, v katerih delujejo uporabniki. V skladu s tem strukturni dejavniki neenakosti, ki bi upoštevali družbena razmerja moči in podrejanja v okviru neoliberalne kapitalistične ekonomije (Harvey, 2012), ter dejavniki, ki negativne pojave (na primer naraščajoča polarizacija in širjenje dezinformacij) pojasnjujejo kot posledico sistemskih struktur, in ne zgolj individualnega delovanja, ostajajo v ozadju obravnave modela hibridnega medijskega sistema. Čeprav druga izdaja knjige *The Hybrid Media System* (Chadwick, 2017) vključuje obsežno poglavje o Trumpovem političnem komuniciranju v letu 2016 in podrobno obravnava »negativne« vidike hibridnosti medijev, kot je njihova ranljivost za politično instrumentalizacijo, teoretična izhodišča v uvodnih poglavjih omenjene knjige ostajajo enaka kot v prvi izdaji iz leta 2013. Ti »negativni vidiki« so pojasnjeni kot »disfunkcionalna hibridnost« (Chadwick, 2017, str. 271), opredeljena kot »proces, v katerih lahko soodvisnost med

starejšimi in novejšimi medijskimi logikami prispeva k eroziji demokratičnih norm« (Chadwick, 2017, str. 271). Ker »soodvisnost« ustvarjajo akterji, so »negativne« značilnosti obravnavane kot rezultat delovanja akterjev, in ne v povezavi s strukturnimi pogoji sodobne medijske sfere. Zaradi pomanjkanja analize strukturnih in materialnih pogojev hibridnega medijskega sistema je implicitno predpostavljeno, da bo demokratično nazadovanje izginilo, če bodo akterji spremenili svoje vedenje, saj sami pogoji družbene realnosti niso prevpraševani (Smrdelj in Pajnik, 2025).

Kljub predstavljenim epistemološkim deficitom pa menimo, da lahko z nadgradnjo modela hibridnega medijskega sistema s kritično teorijo poudarimo tudi strukturno raven delovanja sodobne digitalne medijske sfere in tako izboljšamo njegovo pojasnjevalno moč, ne da bi pri tem posegli v njegove temeljne postulate. Dopolnitev modela s kritičnim pristopom predlagamo zato, ker v nasprotju z optimističnim pristopom, ki vnaprej predpostavlja, da bodo digitalizacija, splet 2.0 in platforme družbenih medijev pozitivno vplivali na demokracijo (na primer s krepitvijo marginaliziranih glasov in zmanjševanjem družbenih neenakosti), ter pesimističnim pristopom, ki predvideva, da bodo omenjeni procesi škodili demokraciji (na primer s poglobljanjem obstoječih neenakosti in centralizacijo moči), v ospredje postavlja strukturne dejavnike, ki oblikujejo in določajo razmerja moči. Kritični pristop se izogiba vnaprejšnjemu vrednotenju, ali imajo navedeni procesi pozitivne ali negativne učinke na demokracijo; raje se osredotoča na pogoje, pod katerimi lahko pride (oziroma ne pride) do preseganja razmerij moči in podrejanja. Težava optimističnega in pesimističnega pristopa zato ni v tem, da vnaprej predpostavljata pozitivne oziroma negativne učinke, temveč v tem, da ne upoštevata širših strukturnih družbenih pogojev, v katerih se ti učinki sploh pojavijo (Lindgren, 2017; Avraamidou idr., 2021; Bennet, 2021; Fuchs, 2021).

Pri razumevanju modela hibridnega medijskega sistema v kritični perspektivi ne izhajamo iz specifične teorije ali usmeritve, temveč se opiramo na temeljne predpostavke kritičnih pristopov v medijih in komuniciranju, kot so kritična teorija frankfurtske šole, kritična politična ekonomija medijev in pristopi iz kulturnih študij, ki analizirajo kulturne in simbolne pomene ter vsebine, pri čemer upoštevajo politično-ekonomske procese. Za navedene pristope je v splošnem značilno, da skušajo presegati samoumevnost empirične družbene realnosti. Osredotočajo se na zgodovinsko umeščanje družbenih pojavov in procesov ter preučujejo, kako so mediji in komunikacijski procesi povezani z družbenimi hierarhijami in zatiranjem (na primer Amon Prodnik, 2014; Fuchs, 2011; McChesney, 2013). Tisto, kar lahko kritična teorija prispeva k

nadgradnji modela hibridnega medijskega sistema, je upoštevanje struktur-
nih pogojev delovanja sodobne digitalne medijske sfere. Na ta način lahko
okrepimo analitično zmožnost modela, da pojasni tako primere, kjer je de-
lovanje akterjev osrednjega pomena za preseganje družbenih razmerij (na
primer uspešen civilnodružbeni aktivizem, ki vodi do družbenih sprememb),
kot tudi primere, kjer nove digitalne tehnologije ohranjajo in krepijo obstoje-
če družbene hierarhije moči in podrejanja (na primer na vsakodnevni ravni,
prek monetizacije uporabniških praks) (Smerdelj in Pajnik, 2025).

Na osnovi predstavljenih izhodišč bomo v nadaljevanju obravnavali osrednje
koncepte, ki opredeljujejo model hibridnega medijskega sistema. To so »sis-
tem«, »moč«, »hibridnost in »medijska logika«, kot so izpostavljeni v pred-
govoru k drugi izdaji monografije *The Hybrid Media System* (2017, str. xi–xiii).
Navedene koncepte bomo najprej povzeli po Chadwicku (2013, 2017), nato pa
bomo njihovo razumevanje razširili s kritično teorijo, s čimer bomo oblikovali
analitični okvir, prilagojen potrebam naše raziskave (Smerdelj in Pajnik, 2025).

Najprej bomo v prvem podpoglavju obravnavali kategoriji »sistema« in
»moči«. To bo služilo kot temelj za jasnejše razumevanje »hibridnosti« in
»medijske logike«, ki ju bomo tematizirali v drugem in tretjem podpoglavju.
Medtem ko sta prvo in drugo podpoglavje razmeroma kratki in ne vključujeta
dodatnih razdelkov, pa je tretje podpoglavje obsežnejše in razdeljeno na več
razdelkov. Poleg Chadwickovih predpostavk in lastnih kritičnih uvidov vključu-
je še številne druge konceptualne poudarke in izhodišča, za katera menimo,
da jih potrebujemo za razumevanje vseh razsežnosti naše empirične analize.

Naštetim konceptom bomo v četrtem in petem podpoglavju dodali še obrav-
navo teorije prednostnega tematiziranja in teorije omrežij. Čeprav gre za te-
oretska pristopa, ki sta ločena od modela hibridnega medijskega sistema, ju
obravnavamo v istem poglavju, saj dopolnjujeta omenjeni model in sta ravno
tako pomembna za razumevanje razmerij moči v hibridni medijski sferi. V
zadnjem, šestem podpoglavju bomo strnili glavne ugotovitve celotnega po-
glavja in izpostavili ključne predpostavke, ki jih bomo operacionalizirali v em-
pirični analizi in uporabili kot osnovo za interpretacijo rezultatov v razpravi.

2.1 Sistem in moč v hibridni medijski sferi

»Sistem« in »moč« sta v okviru modela hibridnega medijskega sistema
obravnavana na precej abstraktni ravni. »Sistem« je opisan s splošnimi in

težko oprijemljivimi izrazi, kot so »prožnost, prilagodljivost in evlucijske spremembe, ki izhajajo iz vsote družbenih interakcij« (Chadwick, 2017, str. 20). Posledično so »strukture, ki sestavljajo sistem« (Chadwick, 2017, str. 22) opredeljene kot »razmeroma ohlapne, spontane in prožne ter se nenehno prilagajajo in spreminjajo glede na zastavljene cilje« (Chadwick, 2017, str. 22).

Kar zadeva koncept »moči«, model hibridnega medijskega sistema izhaja iz dveh predpostavk. Prvič, »moč« »izvajajo tisti, ki uspešno ustvarjajo, izkoriščajo ali usmerjajo informacijske tokove na načine, ki ustrezajo njihovim ciljem, in na načine, ki spreminjajo, omogočajo ali onemogočajo delovanje drugih v različnih starejših in novejših medijskih okoljih in med njimi« (Chadwick, 2017, str. 285). Z drugimi besedami, tisti, ki se bolje prilagodijo logiki sodobnih medijev, so učinkovitejši pri doseganju svojih (političnih) ciljev in so posledično močnejši. Drugič, »moč« ni zgolj »konflikt in boj, temveč tudi to, kako se mediji uporabljajo v relacijskih procesih prilagajanja in soodvisnosti pri doseganju političnih ciljev« (Chadwick, 2017, str. xii). Soodvisnost pomeni, da morajo »tudi najmočnejši v vsakem sistemu pri doseganju skupnih ciljev sodelovati s tistimi, ki so manj močni« (Chadwick, 2017, str. 20).

»Sistem« in »moč«, kot ju pojmuje Chadwick (2013, 2017), teoretsko revidiramo tako, da ju obravnavamo s perspektive Marxovega in Engelsovega koncepta »družbenega razmerja«, kot sta ga opredelila v *Nemški ideologiji* (1979), temeljnem delu historičnega materializma, katerega bistvo je umeščanje družbenih pojavov in procesov v specifičen družbeno-zgodovinski kontekst in v konkretne materialne okoliščine. Avtorja govorita o družbenih formacijah, ki jih lahko razumemo kot dominantne družbeno-zgodovinske kontekste, ki narekujejo vedenje, možnosti in omejitve posameznikov ter določajo dostop do virov, moči in privilegijev. Z uvedbo koncepta »družbenega razmerja« ter vztrajanjem na materialni in zgodovinski analizi družbe sta se Marx in Engels oddaljila od klasične politične ekonomije (na primer Adam Smith), ki kot izhodišče družbene analize predpostavlja abstraktne in ahistorično pojmovane posameznike, pojave in procese. Če Marxove in Engelsove epistemološke koordinate apliciramo na model hibridnega medijskega sistema, lahko izvedemo analizo sodobne digitalne medijske sfere, ki je umeščena v konkreten družbeno-zgodovinski kontekst in ki družbeno neenakost upošteva kot posledico strukturnih okoliščin, in ne kot nekaj, kar je odvisno zgolj od delovanja posameznikov in njihove iznajdljivosti. V našem primeru to pomeni, da lahko analiza izhaja iz širših pogojev neoliberalnega kapitalizma, ki oblikuje objektivni okvir, znotraj katerega se je odvijala migracijska razprava na Twitterju. Koncept »družbenega razmerja« pa omogoča razumevanje,

da položaji posameznikov v družbeni strukturi niso arbitrarno določeni ali prepuščeni posameznikovi volji, temveč so objektivni, zgodovinsko oblikovani in strukturno pogojeni. Ti položaji določajo možnosti za delovanje v hibridni medijski sferi, kar neposredno vpliva na to, kako bodo strukturirana komunikacijska razmerja. Zato menimo, da položaji posameznikov kot tudi družbeni pojavi in procesi v pogojih hibridne medijske sfere niso »fleksibilni«, »spontani« ali »ohlapni«, kot za opis »sistema« predlaga Chadwick (2017, str. 20), temveč so zgodovinsko določeni s specifičnimi objektivnimi strukturnimi okoliščinami.

Ravno zato, ker družbene položaje in razmerja razumemo kot objektivno dane, a hkrati še vedno takšne, da jih je mogoče spreminjati, se izogibamo izrazom, kot je »elitni akterji«, s katerim Chadwick (2013, 2017) opisuje predstavnike družbene moči in vpliva. Koncept elit se je namreč v tradiciji proučevanja družbene neenakosti razvil kot alternativa konceptu razreda. Vendar pa Bottomore (2014) na podlagi analize treh »elit« (intelektualcev, industrijskih menedžerjev in državnih uradnikov) pokaže, da koncept elit ne more zadovoljivo pojasniti njihovega dejanskega, objektivnega družbenega položaja. Zato tudi v naši analizi družbeno neenakost opredeljujemo razredno, prek koncepta družbenega razmerja; govorimo o razmerju med »dominantno« družbo na eni strani in »manjšinsko« na drugi. Pri tem družbenega razmerja ne pojmuje mo zgolj na osnovi lastništva nad produkcijskimi sredstvi, pri čemer bi tisti, ki so lastniki produkcijskih sredstev, predstavljali dominantno družbo, nelastniki pa manjšinsko. Kot argumentirata Dragoš in Leskošek (2003, str. 41–46), je družbena neenakost v sodobnosti mnogo kompleksnejša, zato ne zadostuje, da jo analiziramo na osnovi dveh glavnih razredov, ki se delita glede na lastništvo produkcijskih sredstev (razred lastnikov in razred nelastnikov). V današnjih družbah lahko številni akterji, ki nimajo neposrednega dostopa do lastništva nad produkcijskimi sredstvi, kljub temu uživajo pomembne prednosti in vpliv, saj njihov položaj določajo drugi dejavniki, kot so politični vpliv, strokovno znanje, socialne mreže in kulturni kapital. Če torej na družbo gledamo zgolj skozi lastništvo produkcijskih sredstev, prezremo heterogenost in kompleksnost družbene neenakosti znotraj posameznih razredov. Če vzamemo za primer državljana Slovenije in osebo iz Sirije brez slovenskega državljanstva, sta lahko oba brez lastništva nad produkcijskimi sredstvi, vendar pa ne moremo reči, da zasedata enak družbeni položaj. Premalo izvemo o kompleksnosti njunega položaja, če ga gledamo zgolj skozi lastništvo produkcijskih sredstev. Zato moramo upoštevati, da se koncept družbenega razmerja vzpostavlja širše, torej ne samo na osnovi lastništva nad produkcijskimi sredstvi, ampak tudi

na osnovi državljanstva, etničnosti, izobrazbe, starosti itd. Zaradi tega si tukaj izposojamo razumevanje razreda, kot ga opredelita Hrženjak in Jalušič, ki razred pojmujeata »kot neenak status, ki se povezuje z dohodkovnim položajem, s privatno in z osebno lastnino ter pogosto z izobrazbo, intersekcionalno pa ga dodatno opredeljujejo še državljski status, spol, starost in etničnost« (2011, str. 50). V enakem kontekstu uporabljamo tudi pojma »močna« in »šibka« javnost (Oblak Črnič in Amon Prodnik, 2015; Pajnik, 2016). »Močno javnost« zastopajo predstavniki družbene moči in vpliva (na primer parlamentarna politika, množični mediji), »šibko javnost« pa družbene manjšine (v našem primeru migranti) ter predstavniki nevladnih in humanitarnih organizacij, predstavniki stroke in druge družbene skupine, ki nimajo neposrednega dostopa do vzvodov družbene moči in vpliva. Pri tem ne želimo reči, da so na primer predstavniki nevladnih in humanitarnih organizacij v istem razrednem položaju kot prihajajoči migranti, vendar pa so v odnosu do nosilcev institucionalne moči prav tako v podrejenem položaju, saj nimajo neposrednega vpliva na oblikovanje političnih odločitev in javnih politik.

Čeprav je sodobna medijska sfera z digitalizacijo in hibridizacijo razširila priložnosti za komuniciranje med državljani in družbenimi skupinami, ki tradicionalno niso imele dostopa do vidnosti v množičnih medijih (na primer predstavniki družbenih gibanj in manjšin), to ni nujno vodilo v razkroj družbenih razmerij moči in podrejanja, prav tako ni nujno prispevalo k večji družbeni egalitarnosti. Pogoji vpliva in vidnost so še vedno odvisni od strukturnih in razrednih dejavnikov, največjo korist pa so imeli politično in ekonomsko privilegirani akterji (Habermas, 2022). To potrjujejo kritične študije politične ekonomije medijev in komuniciranja, ki soglasno ugotavljajo, da so nove digitalne tehnologije pogosto okrepile obstoječa družbena razmerja moči in podrejanja (Amon Prodnik, 2014; Baker, 2007; Berry, 2008; Fuchs, 2011, 2014, 2021; Herman in Chomsky, 2002; May, 2002; Mosco, 2009). Na primer, Baker (2007, str. 112) na primeru ameriške medijske sfere pojasnjuje, da je večina najpogostejše branih novinarskih spletnih portalov v lasti medijskih korporacij, ki so bile vplivne tudi v »offline« medijskem okolju. Podobno sta Herman in Chomsky (2002, str. 17) poudarila, da so na spletu 2.0 najuspešnejši predvsem tisti medijski akterji, ki so bili že pred pojavom družbenih medijev uveljavljeni v tradicionalnem, »offline« medijskem okolju. Ti akterji so imeli obsežna finančna sredstva, ki so jim omogočila učinkovito prilagajanje novim tehnološkim razmeram, ki jih narekuje digitalna medijska sfera. Poleg tega so imeli že vzpostavljeno publiko, ki so jo zlahka nagovorili tudi v digitalnem kontekstu. Proces, kot so privatizacija spletne strojne opreme, deregulacija

medijske sfere in vse večja koncentracija medijskih lastništev, so ekonomsko najmočnejše akterje še dodatno okrepili. To je zmanjšalo možnosti, da bi splet 2.0 postal demokratična sila, kjer bi bili vsi akterji enakovredno zastopani. Namesto tega pogoji sodobne digitalne hibridne medijske sfere pogosto reproducirajo in poglobljajo obstoječa družbena razumerja, kar postavlja pod vprašaj romantizirane predstave o enakovrednem dostopu do sredstev komuniciranja v digitalni medijski sferi (Smrdelj in Pajnik, 2025).

Na drugi strani pa v skladu s kritičnim pristopom ne želimo vnaprej predpostavljati, da digitalna medijska sfera zgolj reproducira obstoječa razmerja moči in podrejanja. Upoštevati je treba tudi, da ponuja številne strukturne priložnosti za družbene spremembe. Zaradi tega ne trdimo kategorično, da so družbene spremembe v sodobni medijski sferi nemogoče, da digitalno okolje ne more opolnomočiti novih družbenih akterjev (Maniou in Bantimaroudis, 2018; Wong in Wright, 2020) ali da družbeni mediji ne morejo služiti kot platforma za vzpostavitev diskurzov, ki so na obrobju meja legitimnih javnih razprav (Siapera, 2019). Wong in Wright (2020) na primer v analizi gibanja proti nacionalnemu izobraževanju v Hongkongu pokažeta, da prepletanje starih in novih medijskih logik proizvaja nove oblike političnega delovanja, ki aktivistom omogočajo širjenje omrežij podpore in vstop v agendo množičnih medijev. Podobno so Pajnik in drugi (2020) pokazali, kako so družbena gibanja izkoristila nove medije za mobilizacijo, ki se je zoperstavila dominantni medijski logiki in vzpostavila alternativne oblike delovanja.

Na podlagi predstavljenih ugotovitev vidimo, da sodobna hibridna medijska sfera omogoča obe možnosti, torej lahko reproducira obstoječa razmerja moči in podrejanja, hkrati pa jih lahko tudi presega. Zaradi tega se nam, kot je že pojasnjeno v uvodu tega poglavja, zdi v skladu s kritičnim pristopom pomembno, da analizo usmerimo v prepoznavanje strukturnih okoliščin, ki določajo, kdaj prihaja do preseganja in kdaj do ohranjanja obstoječih družbenih razmerij.

Na osnovi povedanega lahko Chadwickovo (2013, 2017) prvo predpostavko o »moči« v hibridni medijski sferi, ki pravi, da so tisti, ki so se bolje prilagodili logiki hibridnih medijev, učinkovitejši pri doseganju svojih (političnih) ciljev in zato močnejši, označimo kot epistemološko pomanjkljivo, saj »odgovornost« za »uspeh« v preveliki meri pripisuje delovanju uporabnikov, pri tem pa ne upošteva razlik v razrednih in strukturnih položajih. Kot že omenjeno, Chadwick (2017, str. 283) analizira tudi prvo predsedniško kampanjo Donalda Trumpa, za katerega pravi, da se je »izkazal za spretnega pri izkoriščanju virov

moči, ki jih zagotavlja hibridni medijski sistem«. Vendar Trumpova učinkovitost pri uporabi teh virov ni bila zgolj posledica njegove spretnosti, temveč tudi njegovega privilegiranega družbenega položaja, ki mu je omogočil dostop do obsežnih finančnih sredstev in večje prepoznavnosti. Ta položaj mu je omogočil, da je izkoristil digitalno medijsko sfero, še posebej Twitter, in financiral obsežne kampanje digitalnega oglaševanja, kar mu je zagotovilo prednost pred manj razredno privilegiranimi akterji.

Pri drugem postulat, ki trdi, da morajo tudi najmočnejši v sistemu sodelovati z manj močnimi za doseg skupnih ciljev, je treba opozoriti na razliko v interesih med različnimi družbenimi skupinami. Interesi večine državljanov (kot tudi tistih brez državljanstva) namreč niso nujno skladni z interesi lastnikov platform, ki zasledujejo predvsem kapitalske cilje. Ta asimetrija interesov razkriva omejitve postulata o skupnem sodelovanju in razgali ideologijo pogosto slišane stališča »vsi smo v istem čolnu«. V resnici ne gre za en sam, skupni »čoln«, temveč za različno velike čolne, v katerih se posamezne družbene skupine soočajo z neprimerljivo različnimi pogoji delovanja. Prek takšnih stališč dominantni akterji lastno pozicijo predstavljajo kot univerzalno ter tako pod krinko sodelovanja in skupnega dobrega utrjujejo obstoječa razmerja moči.

Koncept »sistema« je v okviru modela hibridnega medijskega sistema, kot smo omenili na začetku tega podpoglavja, opredeljen precej abstraktno in neoprijemljivo. Zato se v analizi nanj ne osredotočamo podrobneje, temveč govorimo o širšem družbenem kontekstu, ki ga, kot že izpostavljeno, opredeljuje neoliberalna kapitalistična ekonomija, ki ustvarja specifične družbene, politične in ekonomske pogoje za vzpostavljanje komunikacijskih razmerij. Hkrati vključuje tudi bolj specifičen kontekst migrantske »krize« v Sloveniji, ki ga podrobneje obravnavamo v naslednjem poglavju, v katerem se osredotočamo na tematiko migracij.

Na osnovi rekonceptualizacije »moči« in »sistema« v luči kritične teorije lahko sklenemo, da medijska tehnologija sama po sebi ne more povzročiti korenitih družbenih sprememb. Tehnološke inovacije, kot so digitalizacija, družbeni mediji ali splet 2.0, lahko predstavljajo strukturne priložnosti za potencialne družbene spremembe, vendar same po sebi ne zadostujejo za preoblikovanje obstoječih razmerij moči in podrejanja. Brez strukturnih premikov v družbenih razmerjih ostajajo tehnološke inovacije pogosto omejene na reprodukcijo obstoječih hierarhij moči (Smerdelj in Pajnik, 2025).

Tako opredeljeni kategoriji »sistema« in »moči« uporabimo kot teoretsko izhodišče za empirično analizo migracijske razprave na Twitterju. Na njuni osnovi naslavljamo vprašanje, kateri akterji (v tej konkretni razpravi) imajo moč in vpliv ter kdo zaseda najvidnejše in najvplivnejše položaje. Zanima nas, ali množični mediji in drugi glasovi močne javnosti, kot so predstavniki parlamentarne politike, še vedno ohranjajo osrednjo vlogo in v kolikšni meri so, če sploh, osrednje položaje v spletni razpravi prevzeli predstavniki šibke javnosti, na primer aktivisti, nevladne organizacije in podobno. Ko bomo pridobili navedene podatke, bomo poskusili opredeliti tudi strukturne dejavnike, ki vplivajo na to, da so nekateri uporabniki in objave viralnejši od ostalih.

2.2 Hibridnost

Hibridnost opredeljujemo kot raziskovalno načelo, ki »razkriva, kako se starejše in novejše medijske logike mešajo, prekrivajo, prepletajo in razvijajo« (Chadwick, 2017, str. 5). V okviru modela hibridnega medijskega sistema je hibridnost opredeljena kot

način razmišljanja o medijih in politiki, saj v ospredje postavlja kompleksnost, soodvisnost in prehodnost. Hibridno razmišljanje zavrača preproste dihotomije in nas odvrača od vzorcev mišljenja »ali/ali« ter nas usmerja k vzorcem mišljenja »ne samo, ampak tudi«. Opozarja na pretočnost, vmesnost in mejnost (Chadwick, 2017, str. 4–5).

Strinjamo se, da je prepletanje »starejših« in »novejših« medijskih institucij, praks in vsebin skupaj s poudarkom na nelinearnem pojmovanju razvoja zgodovine medijev eno izmed osrednjih vodil pri proučevanju sodobne digitalne medijske sfere. Nelinearni pristop k razumevanju razvoja medijev je prisoten v zavračanju predpostavke, da pojav »novejših« medijev neizogibno vodi v zaton »starejših«, kot bi to predvidevala logika »ali/ali«. Namesto tega omogoča razumevanje sočasnega obstoja in interakcije »starejših« in »novejših« medijskih logik v danem družbeno-zgodovinskem kontekstu. Vendar pa s poudarjanjem »kompleksnosti«, »soodvisnosti« in »prehodnosti« koncept hibridnosti pogosto zamegljuje družbena razmerja moči in podrejanja. Na ta način sprejema videz (tehnične) kompleksnosti kot samoumevno družbeno realnost, ne da bi kritično preučeval strukture, na katerih temelji. Čeprav je sodobna medijska realnost nedvomno kompleksna in tehnološko dovršena, so družbeni odnosi še vedno jasno strukturirani, pri čemer jih določa neoliberalni družbeni kontekst (Smrdelj in Pajnik, 2025).

Poleg tega je koncept hibridnosti na področju medijev in komuniciranja pogosto uporabljena kategorija, ki nemalokrat nadomešča natančnejšo analizo in konceptualizacijo specifičnih medijskih form. Ko so pojavi opisani kot »hibridni«, se pogosto predpostavlja, da so izpeljani iz drugih, bolj »priznanih« ali relevantnejših pojavov, kar odvrača pozornost od njihove konceptualizacije v njim inherentnem kontekstu (Hallin idr., 2023). Zato se strinjamo z Witschgejem in drugimi (2019), ki poudarjajo potrebo po oblikovanju novih konceptualizacij, terminologije in besednjaka, ki bi omogočili bolj poglobljeno razumevanje kompleksnih (ali novih) pojavov, namesto da bi jih zgolj preprosto označevali kot hibridne (Smerdelj in Pajnik, 2025).

V empirični analizi bomo konceptu hibridnosti sledili ob upoštevanju vseh pravkar predstavljenih kritičnih dopolnitev. S tem ko bomo hkrati proučevali Twitter kot primer »novejše« medijske logike in množične medije kot primer »starejše«, bomo presegli nelinearno pojmovanje razvoja medijev, ki temelji na dihotomiji »ali/ali«. Namesto tega bomo sledili načelu »ne samo, ampak tudi«, ki omogoča sočasno preučevanje prepletanja in medsebojnega součinkovanja različnih medijskih logik. Vendar pa, kot že pojasnjeno v uvodu, hibridnost ne pomeni samo prepleta logike množičnih in družbenih medijev, ampak tudi označuje preoblikovanje same strukture javnosti, v katero vstopajo novi akterji, ki prinašajo nove načine delovanja ali pa svoje delovanje prilagajajo novim medijskim logikam. Zaradi tega bomo načelo hibridnosti v empirični analizi operacionalizirali tudi tako, da bomo pozorni na vse morebitne družbene skupine, ki v razpravi zasedajo osrednje mesto.

2.3 Medijska logika

Koncept medijske logike v splošnem označuje načine delovanja posameznih medijev. Osredotoča se na vpliv strukturnih značilnosti medijev na nastajanje vsebin in diskurzov ter analizira, kako medij deluje v smislu produkcije, distribucije in recepcije medijskih vsebin. Poleg tega zajema širše vidike, kot so tehnologije, žanri, norme, vedenje in organizacijske oblike, značilne za posamezne medije (Altheide in Snow, 1979; Chadwick, 2013, 2017; Dahlgren, 2009). Koncept sta leta 1979 utemeljila Altheide in Snow, torej v obdobju pred digitalizacijo in pojavom družbenih medijev. Z njim sta proučevala dejavnike, ki vplivajo na nastajanje vsebin množičnih medijev. Izpostavila sta, da logika množičnih medijev ne narekuje enosmerne percepcije družbene realnosti, temveč je vpeta v dinamiko odnosov z drugimi institucijami, organizacijami in akterji, ki nanjo vplivajo in jo sooblikujejo. To pomeni, da medijska

logika ne vpliva zgolj na določena družbena področja, kot so politika, ekonomija, kultura in znanost, temveč je tudi sama podvržena vplivu teh področij.

Primer vpliva medijske logike na delovanje drugih družbenih področij ponuja Erjavec (2003, 88–89), ki je analizirala migracijski diskurz v slovenskih množičnih medijih med septembrom 2000 in marcem 2001. Avtorica ugotavlja, da so novinarji v začetni fazi poročanja v glavnem povzemali izjave predstavnikov močne javnosti, na primer vlade in policije, medtem ko so glasovi šibke javnosti – prostovoljcev ter nevladnih in humanitarnih organizacij – ostajali prezrti. Šele ko so predstavniki navedenih skupin začeli prirejati tiskovne konference in pripravljati izjave za javnost, so jih novinarji začeli obravnavati kot legitimne in verodostojne vire. Ta primer kaže, kako so morali predstavniki šibke javnosti svoje prakse prilagoditi zahtevam in normam (torej logiki), ki jo določajo množični mediji, da je bilo njihovo stališče pripoznano kot legitimno.

Nasprotno primere, ki kažejo, kako »zunanja« družbena področja in akterji vplivajo na oblikovanje logike množičnih medijev, lahko ravno tako najdemo v mnogih raziskavah s področja »migracij v medijih«. Številne izmed njih (na primer Doupona Horvat idr., 1998 [2001]; Erjavec, 2003; Jalušič, 2001; Jontes, 2017; Luthar, 2017; Mihelj, 2004; Pajnik, 2016, 2018a) so pokazale, da se logika množičnih medijev pogosto prilagaja okviru, ki ga narekujejo predstavniki parlamentarne politike. Njihov glas je pogosto predstavljen ne kot ena izmed možnih razlag, temveč kot edina in samoumevna interpretacija migrantskega dogajanja. Posledično množični mediji ne vzpostavijo avtonomnega okvira za razumevanje migracij, temveč reproducirajo diskurz parlamentarne politike. To se odraža v izbiri besed, sogovorcev, tematskem uokvirjanju novic in prednostnem citiranju uradnih virov na račun »alternativnih« perspektiv, ki bi presegale samoumevnost diskurza, ki ga narekujejo predstavniki parlamentarne politike. Razlika v obravnavi močne in šibke javnosti se kaže v tem, da se predstavniki parlamentarne politike niso primorani prilagajati zahtevam medijske logike, ampak, ravno nasprotno, sami določajo načine uokvirjanja migrantske teme, mediji pa se jim podredijo. To privilegiranje predstavnikov parlamentarne politike lahko pojasnimo s fetišizacijo močne javnosti (Pajnik, 2016, str. 65), zaradi katere poklicna novinarska ideologija uradne, vladne vire obravnava kot zanesljive in verodostojne zgolj na podlagi njihove institucionalne avtoritete. Vendar pa institucionalni izvor vira ne zagotavlja, da ponuja »neideološki« ali »objektiven« pogled na družbeno realnost (Jontes, 2017; Pajnik, 2016).

Poleg parlamentarne politike in drugih področij družbe pa v sodobni digitalni medijski sferi logiko množičnih medijev določajo tudi strukturne značilnosti

digitalne medijske sfere, kot so priporočilni algoritmi, personalizirana ponudba novic in merjenje angažiranosti občinstva, ki neposredno vplivajo na uredniške odločitve in prioritete. Naštete značilnosti, ki so določene objektivno, pogosto spodbujajo selektivno izpostavljanje vsebin, ki so komercialno privlačne. To ustvarja pritisk na uredniško politiko, da se osredotoča na teme, ki obetajo visoko stopnjo klikov, delitev in všečkov (van Dijck in Poell, 2013).

Če se je na področju proučevanja množičnih medijev uveljavil koncept medijske logike, pa je v kontekstu proučevanja družbenih medijev pomembnost pridobil koncept medijskih zmožnosti, ki se od koncepta medijske logike razlikuje predvsem po osredotočanju na odnos med tehnologijami (v našem primeru družbenimi mediji) in uporabniškimi praksami (Bucher in Helmond, 2018; Kim in Elisson, 2021; Ronzhyn idr., 2023). Kot pravita Kim in Elisson (2021, str. 2616), so zmožnosti družbenih medijev opredeljene kot zmožnosti oziroma načini njihovega delovanja. Koncept pojasnjuje, kaj družbeni mediji omogočajo uporabnikom, in sicer tako na ravni vsakdanjih praks (na primer pošiljanje sporočil) kot tudi na ravni kolektivnega delovanja (na primer uporaba družbenih medijev za širjenje stališč, ki podpirajo določeno politično agendo). Koncept vključuje tako »objektivne«, dejanske lastnosti družbenih medijev kot tudi »subjektivne« lastnosti, ki jih uporabniki zaznavajo kot možne in ki so odvisne od njihovih sposobnosti in znanj (Bucher in Helmond, 2018; Kim in Elisson, 2021; Ronzhyn idr., 2023).

»Objektivne« značilnosti so tehnične funkcionalnosti, ki določajo delovanje posamezne platforme. Bucher in Helmond (2018) opisujeta to raven kot zmožnosti na t. i. »visoki« in »nizki« ravni. »Visoka« raven zajema širšo, splošno logiko delovanja družbenih medijev, ki jo Van Dijck in Poell (2013) povezujeta z lastnostmi, kot so programabilnost (ang. *programmability*), priljubljenost (ang. *popularity*), povezljivost (ang. *connectivity*) in datafikacija (ang. *datafication*). »Nizka« raven pa vključuje specifične funkcije posameznega družbenega medija, kot so deljenje, všečkanje, komentiranje, označevanje drugih uporabnikov (ang. *tagging*), ustvarjanje zgodb (ang. *stories*), shranjevanje objav, uporaba ključnikov (ang. *hashtags*) in možnost prilagajanja zasebnosti objav. »Objektivna« raven vključuje tudi umeščeno družbenih medijev v širši družbeno-ekonomski in politični kontekst. Družbeni mediji so neločljivo povezani z neoliberalno ekonomijo, kjer je vsaka, na videz še tako nepomembna komunikacijska aktivnost, kot je »drsenje po zidu« (ang. *scrolling through the feed*), predmet monetizacije. V tem okviru so tehnološke zmožnosti platform zasnovane tako, da maksimizirajo komercialne interese, kar vključuje zbiranje uporabniških podatkov,

prodajo teh podatkov oglaševalcem in vzdrževanje pozornosti uporabnikov, da čim dlje časa preživijo na določenem družbenem mediju. Širši družbeni kontekst tako pomembno vpliva na oblikovanje funkcij in zmožnosti delovanja družbenih medijev. »Subjektivne« lastnosti družbenih medijev pa se nanašajo na subjektivno percepcijo družbenih medijev, torej na to, kako uporabniki razumejo in uporabljajo posamezne družbene medije. Na primer, Bucher in Helmond (2018) navajata, da so uporabniške predstave in pričakovanja o algoritmih osrednjega pomena za razumevanje tega, kako posamezniki pristopajo k družbenim medijem. Bistveno je torej, da »objektivne« in »subjektivne« zmožnosti družbenih medijev skupaj določajo delovanje družbenih medijev v različnih okoliščinah in kontekstih.

Na tej točki se zastavlja vprašanje, kako se medijska logika in medijske zmožnosti konceptualno razlikujejo. Čeprav je bil koncept medijske logike prvotno zasnovan za proučevanje množičnih medijev, se uporablja tudi pri analizi družbenih medijev (na primer Van Dijck in Poell (2013) tematizirata, kako logika družbenih medijev prodira v druga področja družbe, kot so pravo, politika in civilnodružbeni aktivizem). Menimo, da koncept medijske logike v izhodišču obravnava makro raven delovanja medijev (na primer kako širša družbena področja, kot je parlamentarna politika, vplivajo na logiko delovanja množičnih medijev), medtem ko se koncept medijskih zmožnosti v osnovi bolj osredotoča na mikro raven, tj. na specifične funkcije medijev in njihov odnos do uporabnikov, čeprav ne zanemarja širšega družbenega konteksta, v katerega so te funkcije umeščene.

Čeprav v naši analizi izmenično uporabljamo oba koncepta (na primer ko poudarjamo širše kontekste, govorimo o logiki, ko pa opredeljujemo specifične funkcije medijev, jih imenujemo zmožnosti), v ospredje vseeno postavljamo koncept medijske logike, saj lahko z njim hkrati tematiziramo »starejše« in »novejše« medijske logike ter njun hibridni preplet. Nasprotno pa je koncept medijskih zmožnosti ožji, saj je ustrežnejši za obravnavo »novejših« medijev, kjer je v ospredju uporabniška vsebina. To je verjetno tudi razlog, da po Chadwicku (2013, 2017) ni opredeljen kot eden izmed glavnih konceptov modela hibridnega medijskega sistema, tako kot je medijska logika.

V povezavi s konceptom medijske logike Chadwick (2013, 2017) izpostavlja, da danes ne govorimo več o eni sami medijski logiki, temveč o logikah v množini. Iz tega je izpeljana naslednja predpostavka koncepta medijske logike v kontekstu modela hibridnega medijskega sistema: »Starejše in novejše medijske logike včasih delujejo neodvisno, vendar se vse pogosteje prepletajo

ter oblikujejo načine političnega komuniciranja, ki so v splošnem bolj razširjeni in vključujoči od tistih, ki so prevladovali v dvajsetem stoletju» (Chadwick, 2017, str. 290).

Avtor poudarja, da hibridna medijska realnost, ki nastaja na presečišču logike množičnih in družbenih medijev, omogoča večjo vključenost akterjev v primerjavi z obdobjem, ko je prevladovala zgolj logika množičnih medijev. Posebej pomemben je vidik uporabniškega ustvarjanja vsebin, ki družbenim medijem podeljuje specifično logiko, kjer uporabniki ne nastopajo samo kot pasivni prejemniki informacij, ampak tudi kot aktivni soustvarjalci. Ta značilnost hibridne medijske realnosti naj bi po Chadwickovem (2013, 2017) mnenju ponujala nove strukturne priložnosti za deprivilegirane in marginalizirane akterje. Ti akterji lahko z uporabo družbenih medijev artikulirajo lastna stališča in perspektive, kar spodkopava dominanten vpliv logike množičnih medijev ter odpira prostor za pluralizacijo javnega diskurza. Poleg tega Chadwick (2017) predpostavlja, da so viri pridobivanja informacij v hibridni medijski sferi mnogo bolj raznoliki kot v obdobju pred pojavom spleta 2.0. To raznolikost povezuje z večjo demokratičnostjo družbe, saj hibridne medijske logike omogočajo vidnost stališč različnih družbenih skupin, ki so bile prej v javnem prostoru manj prisotne ali povsem odsotne.

Čeprav obe predpostavki v določenih kontekstih lahko držita, pa se nam zdi smiselno, da ju dopolnimo s predpostavkami iz kritične teorije, da lahko pojasnimo tudi primere, pri katerih se izkaže, da sodobne hibridne medijske logike niso nujno bolj vključujoče in da porast virov informiranja ne zagotavlja večje raznolikosti informacij. Glede prve predpostavke, da so sodobne medijske logike bolj vključujoče v primerjavi s »starejšimi«, je treba opozoriti, da je navedena predpostavka lahko problematična, saj implicitno predvideva, da so družbeni mediji primerni za vse vrste diskurzov in razprav ne glede na njihov značaj ali kompleksnost. Vendar pa »arhitektura« družbenih medijev in njihove tehnične zmožnosti ne zagotavljajo enakih strukturnih pogojev za vse uporabnike pri izražanju njihovih stališč. Na primer, razpravo na Twitterju pogosto uzurpirajo »desničarski« populistični glasovi, saj njegove strukturne značilnosti, kot so omejitve dolžine objav in poudarek na hitrosti komunikacije, bolj ustrezajo objavam, ki so jedrnat in afektivne ter mobilizirajo strah in jezo ter krepijo občutek izjemnosti in krize. Na drugi strani pa aktivisti nevladnih in humanitarnih organizacij ter predstavniki »progresivnih« družbenih gibanj, ki izhajajo iz drugačne logike razprave in argumentov (na primer z opozarjanjem na humanitarno krizo, spodbujanjem solidarnosti ali predstavitvijo kompleksnih analiz vzrokov

migracij, kot so podnebne spremembe, vojne in neenakosti, ki jih ustvarja globalni kapitalizem), v takšnem komunikacijskem okolju, ki favorizira jedrnata in čustveno nabita sporočila, težje pridobijo vidnost in vpliv (Smerdelj, 2024b; Smerdelj idr., 2025).

V tem kontekstu mnoge raziskave (na primer González-Bailón idr., 2022; Graham in Andrejevic, 2024; Martín-Gutiérrez idr., 2024; Schradie, 2019) opozarjajo na strukturne pogoje razprave v sodobni digitalni medijski sferi, ki so ustrežnejše za artikulacijo vsebin s strankarskim nagibom k »desnici«. Vendar pa to ne pomeni, da so lastniki družbenih medijev namerno oblikovali platforme, ki bi favorizirale »desničarske« (ali protimigrantske) glasove. Njihov primarni cilj je bila verjetno zasnova medija, ki bi bil poslovno uspešen in bi pritegnil čim širšo uporabniško bazo. Kljub temu pa so takšne medijske zmožnosti »desničarskim« glasovom omogočile, da so v njih prepoznali pomembno strukturno priložnost za širjenje svojih stališč. Poleg tega prevlada »desnice« ne pomeni, da sodobni družbeni mediji ne morejo imeti demokratičnih potencialov in ponujati možnosti za doseganje pozitivnih družbenih sprememb. To kažejo številni primeri s področja delovanja »progresivnih« družbenih gibanj in aktivizma, kjer se uporabniška aktivnost lahko izraža skozi inovativne taktike, ki obstoječe medijske zmožnosti prilagodijo svoji agendi, na primer prek mobilizacije afektov ljubezni in sprejemanja namesto strahu in sovraštva (Smerdelj, 2025).

Iz tega sledi, da »pravil igre«, ki določajo delovanje posameznega medija in oblikujejo njegovo medijsko logiko, ne določajo in urejajo uporabniki, temveč lastniki medijev, torej medijske korporacije, ki zasledujejo kapital-ske interese (Fuchs, 2021). S parafraziranjem Marxovih besed iz *Osemnajstega brumaireja Ludvika Bonaparta* (2018) lahko rečemo, da uporabniki sicer sami ustvarjajo vsebine in sodelujejo v komunikaciji na določenem družbenem mediju ter so pri tem do določene mere avtonomni. Vendar pa to počnejo v okoliščinah, ki jih niso izbrali sami, temveč so bile vzpostavljene neodvisno od njih (Smerdelj in Pajnik, 2025, str. 67). A čeprav uporabniki komunicirajo v pogojih, ki jih sami niso izbrali, je hkrati treba upoštevati, da niso pasivni akterji, temveč aktivno prispevajo k oblikovanju komunikacijskih razmerij. Odnos med uporabniki in družbenimi mediji je dialektičen. Struktura določa delovanje uporabnikov, vendar pa uporabniki s svojim delovanjem vplivajo na njeno preoblikovanje. To še posebej velja za družbene medije, ki svoje delovanje nenehno prilagajajo na podlagi spremljanja komunikacijskih navad in praks uporabnikov. Kot poudarjata Bucher in Helmond (2018), uporabniki s svojimi interakcijami, kot so

klikanje in všečkanje, vplivajo na algoritme, ki oblikujejo tokove informacij, to pa se nato uporabnikom vračajo v obliki personaliziranih vsebin. Zaradi izrazito personaliziranega značaja družbenih medijev se njihova struktura spreminja in nenehno prilagaja uporabniškemu delovanju. Van Dijck in Poell (2013, str. 6) v tem kontekstu navajata primer, kako lahko uporabniki z množičnim retvitanjem ali všečkanjem določene vsebine dosežejo, da določena tema postane trendovska. Na osnovi tovrstnih primerov Klinger in Svensson (2018) argumentirata, da algoritmov ne smemo razumeti kot neodvisne od uporabniškega delovanja. To se je pokazalo tudi v raziskavi, v kateri sta Graham in Andrejevic (2024) ugotovila, da so bili po Muskovi javni podpori Trumpu julija 2024 na platformi X republikansko usmerjeni profili bolj izpostavljeni kot demokratski in so prejeli več ogledov. Vendar pa se prednost v vidnosti ni izrazila tudi v prednosti v številu retvitov, kar pomeni, da večja vidnost vsebin ne pomeni nujno, da bo bolj angažirala uporabnike. Algoritmi torej lahko nekaj prednostno prikažejo, ni pa nujno, da bodo te vsebine tudi bolj angažirale uporabnike.

Glede druge predpostavke, po kateri naj bi bili viri pridobivanja informacij v digitalni medijski sferi mnogo bolj raznoliki kot v obdobju pred pojavom spleta 2.0, je treba opozoriti, da moramo kvantitativno rast virov informiranja obravnavati z vidika strukturnih transformacij medijske sfere v sedemdesetih in osemdesetih letih prejšnjega stoletja. Takrat se je namreč najprej v ZDA in VB, pozneje pa tudi drugod, začel intenzivirati proces koncentracije in centralizacije medijskega lastništva kot posledica neoliberalnih politik (Bagdikian, 2004; Baker, 2007). Istočasno se je medijska sfera začela soočati s povečanim številom virov informiranja (Iosifidis, 2010). Z današnje perspektive je mogoče reči, da verjetno še nikoli nismo imeli tako velikega števila virov informiranja in komuniciranja, vendar hkrati ti viri še nikoli niso bili v lasti tako majhnega števila lastnikov, ki so v literaturi označeni kot »megamediji« (Alger, 1998), tj. deset največjih medijskih konglomeratov, ki obvladujejo svetovni medijski trg. Vendar pa v medijih v isti lasti obstaja večja verjetnost ponavljanja istih oziroma podobnih vsebin, kar negativno vpliva na kakovost javne razprave. Podobno je tudi na področju družbenih medijev, ki so sprva obetali decentralizacijo informacij in demokratizacijo javne sfere, vendar pa lastniki prek medijskih zmožnosti platform (npr. algoritmična izpostavljenost) vplivajo na vidnost vsebin (Graham in Andrejevic, 2024; Smrdelj in Pajnik, 2025). Poleg tega so se na področju informiranja v sodobnosti okrepili problemi, kot sta širjenje dezinformacij in lažnih novic (Fraga-Lamas in Fernández-Caramés, 2020). Naštete ugotovitve nas tako

napeljujejo k previdnosti pri sprejemanju predpostavke, da so viri pridobivanja informacij v digitalni medijski sferi mnogo bolj raznoliki kot pred pojavom spleta 2.0.

V empirični analizi bomo koncept medijske logike uporabili v skladu z vsemi kritičnimi uvidi, ki smo jih doslej izpostavili. Na ravni uporabnikov bomo proučevali, kateri uporabniki so uspešno izkoristili medijsko logiko Twitterja in kateri v njej niso prepoznali ustreznih pogojev za izražanje svojih pogledov. Na ravni diskurzov in vsebin pa se bomo osredotočili na to, katere vsebine in diskurze iz množičnih medijev je Twitterjeva medijska logika perpetuirala v obdobju migrantske »krize« v Sloveniji. Analizirali bomo tudi hiperpovezave do vsebin iz množičnih medijev in preučevali, kakšno stopnjo viralnosti so dosegle. Tako bomo pridobili vpogled v to, katere vsebine so se bolje ujemale z medijsko logiko Twitterja in katere manj.

Glede na to, da se v analizi posvečamo tudi proučevanju množičnih medijev v razpravi na Twitterju, bomo v razdelku v nadaljevanju podrobneje obravnavali logiki množičnih in družbenih medijev. V naslednjem, drugem razdelku tega podpoglavja pa se bomo osredotočili na medijsko logiko Twitterja. Izpostavili bomo njegove hibridne lastnosti, na katere bomo pozorni v empirični analizi.

2.3.1 Logika množičnih in družbenih medijev v hibridni perspektivi

Kako obravnavati logiko množičnih in družbenih medijev z vidika hibridne perspektive? In kako hibridnost operacionalizirati pri proučevanju vloge množičnih medijev na Twitterju? Z namenom, da odgovorimo na navedeni vprašanji, bomo najprej opredelili množične in družbene medije, nato pa bomo tematizirali njuni logiki na podlagi ugotovitev Klingerja in Svenssona (2015) ter van Dijcka in Poella (2013). Čeprav Chadwick (2013, 2017) ponuja dragocene vpogled v proučevanje interakcije med množičnimi in družbenimi mediji, so njegovi zaključki omejeni na specifične empirične primere, tako da jih ni mogoče obravnavati kot splošne značilnosti. Zato bomo smernice za operacionalizacijo hibridnosti poleg Chadwickovih del oblikovali tudi na podlagi omenjenih avtorjev, ki ponujajo splošen vpogled v spremembe, ki so jih množični mediji doživeli z razvojem logike družbenih medijev, obenem pa poudarjajo elemente logike množičnih medijev, prisotne tudi v delovanju družbenih medijev. Na osnovi njihovih ugotovitev bomo izluščili predpostavke, ki so pomembne za našo empirično analizo. Identificirane predpostavke

bomo v naslednjem, drugem razdelku tega podpoglavja uporabili za obravnavo medijske logike Twitterja in njenega prepleta z logiko množičnih medijev.

Začnimo z opredelitvijo množičnih in družbenih medijev. Množične medije (ang. *mass media*) opredeljujemo kot institucije, ki proizvajajo vsebine, posredovane prek časopisov, radia in televizije. V sodobnosti lahko do teh vsebin dostopamo ne samo prek tradicionalnih medijskih platform, kot so časopisi, radio in televizija, ampak tudi s sodobnimi digitalnimi napravami, kot so pametni telefoni in računalniki. Množični mediji danes obstajajo tudi v digitalni obliki, saj časopisne, radijske in televizijske hiše svoje vsebine objavljajo na spletnih portalih. Poleg tega imajo številne medijske institucije svoje uporabniške profile na družbenih medijih, prek katerih širijo lastne vsebine (Potter, 2013). Za množične medije so značilne vsebine, ki jih ustvarjajo medijske institucije z uredništvu in novinarji. Po tej značilnosti se razlikujejo od družbenih medijev, katerih vsebine praviloma ustvarjajo uporabniki sami (Zajc, 2016).

Za množične medije se v literaturi uporablja več poimenovanj. Poleg izraza *mass media* (Bozdaž in Smets, 2017; Potter, 2013) se pojavljajo tudi termini, kot so *legacy media* (Siapera idr., 2018; Walsh, 2021), *traditional media* (Bozdaž, 2019; Ferra in Nguyen, 2017; Wahlström in Törnberg, 2019) in *mainstream media* (Nerghees in Lee, 2019). Slednji izraz je posebej relevanten za razumevanje njihovega strukturnega položaja v hibridni medijski sferi. Njihov mainstream položaj se kaže v tem, da prednostno izpostavljajo informacije, citate in poglede uradnih, vladnih virov oziroma glasov močne javnosti (Jones, 2017). Ko torej govorimo o množičnih medijih kot mainstream medijih, imamo v mislih predvsem dejstvo, da privilegirajo dominantne družbene glasove. Po tej lastnosti se razlikujejo od družbenih medijev, kjer ima načeloma vsak uporabnik možnost ustvarjanja lastnih objav, neodvisno od uredniške selekcije (Chadwick, 2013, 2017). Vendar pa, kot smo že omenili, tudi v digitalni medijski sferi delujejo določene strukture, ki objektivno določajo, katere vsebine bodo postale viralne in katere ne.

Glavna značilnost množičnih medijev je poročanje (ang. *reporting*) o aktualnih družbenih dogodkih, ki je namenjeno širokemu občinstvu. Grossberg in drugi (1998, str. 8) množične medije opisujejo kot komunikacijo iz ene točke k večjemu številu točk oziroma kot proces prenosa informacij z enega vira k množičnemu občinstvu. V sodobnem neoliberalnem družbenem kontekstu je večina množičnih medijev v zasebni lasti, zaradi česar so podrejeni nenehni težnji po ustvarjanju dobička. Posledično so pripadniki občinstev

interpelirani v potrošnike, pri čemer so tudi informativne vsebine pogosto prilagojene tržnim interesom (na primer ohranjanju in privabljanju oglaševalcev, pritiskom po nenehnem povečevanju gledanosti in branosti vsebin ter po čim večjem številu klikov, delitev in drugih interakcij na spletnih platformah). Večja količina klikov in delitev namreč povečuje privlačnost medija za oglaševalce, saj večji doseg pomeni večjo verjetnost, da bodo medij izbrali za oglaševanje. Po tem se komercialni množični mediji razlikujejo od javnih (in neodvisnih) množičnih medijev, katerih namen je – vsaj na normativni ravni – naslavljanje publike kot državljanov z namenom zagotavljanja verodostojnih in kakovostnih informacij, relevantnih za javnost (Smerdelj in Vogrinc, 2020).

Družbene medije pa opredeljujemo na podlagi njihovega prevoda iz angleščine v slovenščino. Pri tem sledimo razlagam, ki ju podajata Antončič (2018) in Gliha Komac (2011). Pojem *družbeni mediji* izhaja iz angleških izrazov *social media* in *social network*. Angleški pridevnik *social* lahko v slovenščino prevedemo kot ‚socialen‘, ‚družaben‘ ali ‚družben‘. Ko se je v angleščini uveljavil izraz *social network*, je bil prvi slovenski prevod *socialno omrežje*. Vendar pa se je prevod pridevnika *social* v *socialen* izkazal za neustreznega, saj je pomensko preširok in ne sledi težnji po enopomenskosti, ki je eno izmed osnovnih terminoloških načel v slovenščini. Pridevnik *socialen* ima namreč v slovenščini dva pomena: je sopomenka za pridevnik *družben*, lahko pa označuje gmotni položaj (na primer socialna stiska). Zaradi tega je pridevnik *socialen* zamenjal pomensko ožji pridevnik *družaben*, ki je poudarjal družabne dinamike na omrežjih. A praksa rabe družbenih medijev je kmalu pokazala, da »družabna omrežja« niso omejena le na vzpostavljanje, vzdrževanje in ohranjanje družabnih stikov (Bruns, 2015; Lenarčič in Smerdelj, 2021; Smerdelj in Lenarčič, 2024), temveč imajo tudi številne druge funkcije. Poleg tega, da so sredstvo pridobivanja in širjenja informacij (Sobkowitz idr., 2012), omogočajo ciljano oglaševanje na podlagi uporabniških podatkov (Fuchs, 2021), podpirajo politične kampanje z neposredno mobilizacijo volivcev in širjenjem političnih sporočil (Chadwick, 2017), igrajo pomembno vlogo pri delovanju civilnodružbenih gibanj (na primer Smerdelj, 2025; Tufekci, 2017; Varnali in Gorgulu, 2015) in še mnogo več. Kot ugotavljata van Dijck in Poell (2013), logika družbenih medijev vdira na vsa področja javnega življenja in vpliva tudi na pravni red, parlamentarno politiko, družbeni aktivizem, oglaševanje itd. Pridevnik *družaben* je tako preozek, da bi zajel številne vloge, ki jih v sodobnosti opravljajo družbeni mediji. Antončič (2018) in Gliha Komac (2011) zato predlagata uporabo pridevnika

družben kot nadpomenko za vse dejavnosti, povezane z družbenimi mediji. A če Gliha Komac (2011) ostaja pri rabi samostalnika *omrežja*, pa Antončič (2018) meni, da družbeni mediji niso zgolj omrežja uporabnikov, ampak so tudi prostor nastajanja, kroženja in komentiranja različnih vsebin. Za družbene medije je značilno, da lahko uporabniki sami ustvarjajo medijsko vsebino (ang. *user-generated content*) in po tej lastnosti se v osnovi razlikujejo od množičnih medijev, katerih vsebine praviloma ustvarjajo novinarji. Ravno uporabniško ustvarjanje vsebin (in ne omrežje samo po sebi) je osrednja komponenta, ki opredeljuje novo medijsko logiko (Zajc, 2016). Zaradi možnosti ustvarjanja vsebine so najprej mediji (in zato je ustreznejše govoriti o *družbenih medijih*) in šele nato omrežja uporabnikov (Antončič, 2018, 48–49). Ko torej v slovenščini uporabljamo termin *družbeni medij*, imamo v mislih a) uporabniško ustvarjene vsebine, vezane na splet 2.0; b) različne vloge, ki jih opravljajo družbeni mediji (na primer širjenje informacij, politična mobilizacija, oglaševanje, vzpostavljanje in ohranjanje družabnih dinamik ter podpora protestnim gibanjem), in c) omrežja, v katera so povezani uporabniki. Na podlagi predstavljenih argumentov pojem *družbeni mediji* razumemo kot ustrezen sociološki termin, zato ga uporabljamo tudi v tej monografiji. V vsakdanjem jeziku se še naprej pojavljajo izrazi, kot so *družbena omrežja*, *družabna omrežja*, *družabni mediji* in podobno. Do njih nimamo zadržkov, saj izražajo različne pomene in rabe, vendar jih razumemo kot del splošne, ne pa strokovne terminologije za opis medijev, ki temeljijo na uporabniškem ustvarjanju vsebine.

Obravnavo hibridnega značaja množičnih in družbenih medijev začnemo s Klingerjem in Svenssonom (2015), ki logiki množičnih in družbenih medijev primerjata na treh ravneh: a) raven nastajanja medijske vsebine (produkcija), b) raven širjenja in kroženja medijske vsebine (distribucija) ter c) raven občinstva in recepcije medijske vsebine (raba medijev) (Tabela 1). Avtorja izhajata iz teze, da so družbeni mediji omogočili perpetuacijo omrežne medijske logike. Omrežnost opredelujeta kot osrednjo značilnost logike družbenih medijev, ki je bistveno vplivala na transformacijo množičnih medijev ter preoblikovala širše pogoje javnega in političnega komuniciranja. Te spremembe ponazorita z idealnotipsko analizo treh ravni medijske logike, ki jih povzemamo v nadaljevanju. Ob tem opozarjamo na njihove omejitve in jih dopolnujemo z lastnimi kritičnimi komentarji.

Tabela 1: Logika množičnih in družbenih medijev

	Logika množičnih medijev	Logika družbenih medijev
Produkcija	Drag izbirni proces informacij, vsebine ustvarjajo profesionalni novinarji v skladu z »novičarskimi vrednotami« (ang. <i>news values</i>).	Poceni izbirni proces informacij, vsebine ustvarjajo laični uporabniki glede na lastne preference in maksimiranje pozornosti.
Distribucija	Vsebinsko izbore strokovni in profesionalni »vratarji« (ang. <i>gatekeepers</i>) v skladu z »novičarskimi vrednotami« ter jo distribuirajo stalni publiki naročnikov.	Uporabniki so kot posredniki priljubljenih vsebin, včasih po načelu verižnega pisma, znotraj omrežja podobno mislečih uporabnikov.
Raba medijev	Množično občinstvo, vezano na posebno lokacijo, z omejeno selektivno izpostavljenostjo, usmerjeno v pasivno porabo informacij, ki temelji na strokovni selekciji.	Zainteresirana in podobno misleča omrežja uporabnikov z visokoselektivno izpostavljenostjo, usmerjeno v interakcijo prek praks posodabljanja.

Opomba. Povzeto po Klinger in Svensson (2015, str. 1246).

Na ravni produkcije Klinger in Svensson (2015, str. 1246–1248) najprej izpostavita, da sta v množičnih medijih vlogi konzumenta in producenta ločeni, medtem ko se v primeru družbenih medijev prepletata, kar avtorja ponazorita s konceptom »produsage« (Bruns, 2008). Čeprav se strinjamo z navedeno razliko v delovanju obeh logik, dodajamo pojasnilo, da je bil pojem *produsage* prvotno zasnovan za skupnostne projekte, kot je Wikipedija, kjer uporabniške prakse niso bile povezane z monetizacijo. V kontekstu spleta 2.0 in družbenih medijev pa je treba »produsage« razumeti v okviru neoliberalne ekonomije, kjer uporabniške prakse generirajo presežno vrednost prek monetizacije metapodatkov, ki jih oglaševalci izkoriščajo za tržne strategije (Fuchs, 2021).

Nadalje avtorja na ravni produkcije trdita, da logika množičnih medijev temelji na profesionalni produkciji, medtem ko je logika družbenih medijev zasnovana na cenovno ugodnem »laičnem« ustvarjanju vsebin. Kot je širše razvidno iz Tabele 1, avtorja v povezavi z logiko množičnih medijev omenjata »profesionalne novinarje«, »strokovne in profesionalne vratarje«, »novičarske vrednote« ter »strokovno selekcijo informacij« na eni strani ter »amaterske« uporabnike družbenih medijev na drugi. Domnevno »profesionalnost« in »strokovnost« pri nastajanju vsebin množičnih medijev obravnavata kot samoumevni dejstvi, ki pa sta predvsem normativni in ne nujno dejanski. Raziskave (na primer Ettema in Glasser, 1998) so namreč že zdavnaj pokazale, da poklicna novinarska ideologija, ki temelji na objektivnosti, pogosto

vodi v pristransko prikazovanje družbene realnosti, kajti prav s tem, ko naj bi jo domnevno »objektivno« zrcalila, hkrati reproducira obstoječa razmerja moči. Tudi ugotovitve raziskav na področju medijskega poročanja o migracijah (na primer Eberl idr., 2018; Smrdelj, 2021) nasprotujejo predpostavkam o »strokovni selekciji informacij« in razkrivajo, da so migranti v medijih pogosto premalo zastopani in stereotipno prikazani kot kriminalci. Poleg tega se logika množičnih medijev pogosto prilagaja predstavnikom parlamentarne politike, kar odstopa od idealov profesionalnega novinarstva (Pajnik, 2016). Če bi množični mediji res temeljili zgolj na strokovnosti in objektivnosti, takšna pristranskost, ki je značilna za poročanje o določenih družbenih skupinah, kot so migranti, ne bi bila prisotna. Vendar je pomembno poudariti, da razlogov za tovrstno pristranskost ne gre iskati izključno v posameznih novinarjih ali uredniških odločitvah, temveč v širših strukturnih pogojih, ki vplivajo na medijsko produkcijo (na primer komercializacija medijev, pritiski po privabljanju občinstva, oglaševalski pritiski, politični pritiski, novinarske rutine in prakse).

Naslednji kritični komentar se nanaša na to, da vsebine družbenih medijev ustvarjajo predvsem »laični« uporabniki. Navedena predpostavka ne drži povsem, saj so na družbenih medijih prisotni tudi politiki, vladne institucije, množični mediji, organizacije in drugi. Tudi opazka, da je za množične medije značilen drag proces selekcije informacij, ki vključuje novinarsko delo, uredniške odločitve in tehnično produkcijo, medtem ko je produkcija vsebin na družbenih medijih razmeroma poceni, ne drži povsem. Oglaševalci namreč vlagajo ogromna sredstva v digitalno promocijo in strategije za doseganje občinstva. Poleg tega je pomembno opozoriti, da so številne vsebine, ki na družbenih medijih pridobijo večjo pozornost, pogosto rezultat profesionalnih kampanj ali promoviranih objav (Chadwick, 2017). V tem smislu je vidnost vsebin na družbenih medijih pogosto odvisna od finančnega vložka. Uporabniki, ki želijo doseči širšo izpostavljenost svojih vsebin, morajo za to plačati. Pri razpravi o stroških produkcije medijskih vsebin se nam zdi pomembno izpostaviti, da obe logiki določa neoliberalni ekonomski okvir. Zasebni množični mediji prodajajo oglasni prostor in si prizadevajo za ohranjanje pozornosti med široko ponudbo virov informiranja. Na drugi strani družbeni mediji zbirajo podatke o uporabniških komunikacijskih praksah, ki jih prodajajo oglaševalcem, da lahko ciljno oglašujejo svoje produkte za določene publike (Fuchs, 2021).

Naslednjo raven primerjave med logiko množičnih in družbenih medijev predstavlja vidik distribucije. Klinger in Svensson (2015, str. 1248) v tem kontekstu izpostavita zgolj eno razliko, in sicer da filtriranje, urejanje in deljenje

informacij danes niso več izključno v domeni novinarjev in urednikov. Na družbenih medijih imajo to možnost tudi uporabniki, ki lahko posredujejo in komentirajo vsebine iz množičnih medijev. K temu je treba dodati še ugotovitve iz poznejšega prispevka Klingerja in Svenssona (2018), in sicer vlogo algoritmov pri distribuciji vsebin na družbenih medijih. Algoritmi ne vplivajo le na vidnost vsebin družbenih medijev, temveč tudi na vidnost vsebin množičnih medijev, katerih distribucija je danes prav tako podvržena enakim strukturnim mehanizmom kot objave na družbenih medijih.

Klinger in Svensson (2015) osnovno načelo distribucije vsebin na družbenih medijih opredelita s konceptom viralnosti (ang. *virality*) (Nahon idr., 2011; Nahon in Hemsley, 2013). Viralnost označuje, v kolikšni meri uporabniki delijo, komentirajo ali všečkajo določeno objavo na družbenih medijih. Objave, ki pritegnejo pozornost večine uporabnikov, so pogosto komentirane in deljene, medtem ko objave, ki ne vzbudijo zanimanja, ostanejo omejene na ozek krog uporabnikov. Distribucija vsebin na družbenih medijih zato ne poteka linearno, od pošiljatelja do prejemnika, temveč temelji na načelu verižnega pisma oziroma modela »od ust do ust«.¹⁴ To pomeni, da lahko izhodiščno objavo drugim uporabnikom posredujejo tudi tisti uporabniki, ki objave niso ustvarili sami. Viralnost je tesno povezana s priljubljenostjo, ta pa določa, ali bo določena vsebina prepoznana kot pomembna in bo zato postala viralna (torej deljena, komentirana in priporočena drugim uporabnikom) ali pa ne bo angažirala uporabnikov. Odločanje o priljubljenosti vsebine je prepuščeno uporabnikom, kar predstavlja pomembno razliko v primerjavi z množičnimi mediji, kjer o prednostno obravnavanih vsebinah odločajo novinarji in uredniki. Poleg tega avtorja izpostavita, da je viralnost v digitalni medijski sferi izrazito asimetrična, saj zelo malo informacij in objav pritegne pozornost, medtem ko jih večina ostane neopažena (Klinger in Svensson, 2015, str. 1248–1249).

Na podlagi Klingerja in Svenssona (2015) tudi sami viralnost opredeljujemo kot stopnjo širjenja objav z uporabniškimi delitvami (na primer retvitanja). Ločevati jo moramo od vidnosti in izpostavljenosti vsebin, saj, kot ugotovita že omenjena Graham in Andrejevic (2024), ni nujno, da bodo vsebine, ki so vidnejše, tudi bolj angažirale publiko in bile zato viralnejše. Poudariti je treba še, da viralnost ni odvisna zgolj od aktivnosti uporabnikov, temveč tudi od strukturnih značilnosti posamezne platforme, ki že zaradi svojih tehničnih

14 Marwick in boyd (2010, str. 129–130) v tem kontekstu navajata, da množični mediji sledijo modelu »ena proti mnogo« (ang. *one-to-many*), družbeni pa modelu »mного proti mnogo« (ang. *many-to-many*).

zmožnosti (na primer omejenega števila znakov na Twitterju) vpliva na oblikovanje vsebin in načine njihove artikulacije. To pomeni, da se določene teme in oblike izražanja bolj prilagajajo logiki določene platforme in imajo zato že v izhodišču večjo verjetnost, da bodo viralnejše v primerjavi z drugimi temami (na primer kot bomo pokazali v analizi, je sekuritizacijski diskurz, ki na primer temelji na moralni paniki, politiki strahu, polarizaciji, škandalizaciji in senzacionalizmu, na Twitterju viralnejši od drugih migracijskih diskurzov, kar ni zgolj posledica delovanja uporabnikov, ampak tudi dejstva, da je zaradi medijskih zmožnosti Twitterja lažje artikulirati takšen tip diskurza, zaradi česar ima že izhodiščno večje možnosti, da se širi).

Glede tretje ravni, ki se nanaša na rabo medijev in vključuje recepcijo medijskih vsebin s strani občinstev, Klinger in Svensson (2015) opredelita naslednje razlike med logiko množičnih in družbenih medijev: 1) občinstvo množičnih medijev je homogeno in množično, medtem ko je občinstvo družbenih medijev fragmentirano; 2) za množične medije je značilna nizka selektivna izpostavljenost vsebin, za družbene medije pa visoka; 3) množični mediji spodbujajo pasivno porabo informacij, družbeni mediji pa aktivno udeležbo uporabnikov; 4) praksa posodabljanja vsebin je na množičnih medijih odsotna, medtem ko je na družbenih medijih stalno prisotna.

Glede prve razlike, da je občinstvo množičnih medijev homogeno in množično, medtem ko je občinstvo družbenih medijev fragmentirano, Klinger in Svensson (2015, str. 1249–1250) poudarjata, da družbeni mediji krepijo fragmentacijo občinstev v skupnosti, ki jih sestavljajo podobno misleči uporabniki. Tukaj dodajamo, da je tudi občinstvo množičnih medijev danes fragmentirano in vse manj homogeno. Čeprav so vsebine množičnih medijev na voljo vsem in je dostop do njih načeloma enak za vse (na spletnem portalu so vsem prikazane iste naslovne novice), je njihova distribucija vse bolj podvržena algoritmom, ki prilagajajo prikaz vsebin glede na preference posameznih uporabnikov. S tega vidika so vsebine množičnih medijev distribuirane znotraj filtrirnih mehurčkov in odmevnih komor, kar vse bolj postavlja pod vprašaj trditev, da imajo množični mediji fiksno in homogeno publiko naročnikov, kot so na primer zvesti bralci tiskanih medijev ali redni gledalci televizijskih programov. Namesto tega množični mediji delujejo v sferi, kjer poteka intenzivno tekmovanje med nepregledno množico različnih informacijskih virov za pridobitev pozornosti občinstva. Iz podobnih razlogov danes ne drži več druga razlika med logiko množičnih in družbenih medijev (omejena selektivna izpostavljenost na množičnih medijih in visoka na družbenih medijih). Čeprav še vedno obstajajo tiskani časopisi, katerih naklada se zmanjšuje (Bhuller idr.,

2024), ter televizijski programi in oddaje, pa se vsi naštetih mediji vse bolj selijo v digitalno medijsko sfero, kjer so njihove vsebine podvržene enakim algoritmičnim procesom, personalizaciji in drugim mehanizmom, ki opredeljujejo tudi logiko družbenih medijev.

Glede tretje razlike, da množični mediji spodbujajo pasivno porabo informacij, družbeni pa aktivno udeležbo uporabnikov, je pomembno opozoriti na implicitno predpostavko, da je občinstvo na družbenih medijih dojeta kot »aktivno« zaradi uporabniškega ustvarjanja vsebine, medtem ko naj bi bilo občinstvo množičnih medijev »pasivno«, saj zgolj konzumira vsebine. Takšna binarna delitev na »aktivno« in »pasivno« občinstvo se nam zdi neustrezna, saj so teoretiki britanskih kulturnih študij, kot je Stuart Hall, že pred desetletji pokazali, da občinstvo množičnih medijev ni zgolj pasivni prejemnik informacij, temveč aktivno sodeluje v procesu interpretacije vsebin. Te interpretacije so vedno vpete v družbene kontekste, osebne izkušnje in referenčne okvire, kar pomeni, da so gledalci ali bralci vključeni v oblikovanje pomenov, ki jih pripisujejo prejetim vsebinam (Morley, 1993). Poleg tega »aktivna« vloga uporabnikov na družbenih medijih ne izključuje možnosti njihove pasivnosti, saj lahko personalizirano prikazovanje vsebin spodbuja potrošnjo že oblikovanih vsebin namesto aktivnega ustvarjanja ali refleksije.

Glede četrte razlike, ki izpostavlja prakso nenehnega posodabljanja (ang. *updating*) vsebin na družbenih medijih v nasprotju s prakso množičnih medijev, kjer naj bi vsebine izhajale ob vnaprej določenem času (na primer jutranji časopisi ali informativne oddaje ob določenih urah), je treba poudariti, da je vnaprej načrtovani časovni okvir (na primer izida časopisa ali predvajanja oddaje) postal zabrisan že v osemdesetih letih prejšnjega stoletja z razvojem tako imenovane CNN-izacije. Uvedba 24-urnega poročanja je radikalno preoblikovala medijsko sfero ter omogočila neprekinjeno spremljanje dogodkov in poročanje o njih v realnem času, kar je postavilo nov standard v novinarski praksi. Danes na tem modelu temeljijo vsi večji novičarski spletni portali, ki informacije posredujejo sproti, takoj ko se zgodi določen dogodek, in ne več zgolj ob vnaprej določenih časovnih točkah (Cushion in Lewis, 2010). Zato lahko trdimo, da je praksa nenehnega posodabljanja, ki jo avtorja povezujeta z logiko družbenih medijev, dejansko zasidrana v logiki množičnih medijev. Prav slednji so vzpostavili dinamiko stalne ažurnosti, ki jo logika družbenih medijev danes zgolj še intenzivira.

Na podlagi ugotovitev Klingerja in Svenssona (2015) ter naših kritičnih razmislekov lahko zaključimo, da so se množični mediji prilagodili logiki družbenih

medijev oziroma omrežni medijski logiki, kot jo poimenujeta avtorja. Tako kot je v preteklosti logika množičnih medijev vplivala na različna družbena področja, podobno danes logika družbenih medijev prodira v številne sfere in področja, vključno z institucijami množičnih medijev (Altheide in Snow, 1979; van Dijck in Poel, 2013). Omrežna medijska logika tako deluje kot dominanten strukturni mehanizem, ki oblikuje sodobna komunikacijska in družbena razmerja.

Podobno kot Klinger in Svensson (2015) tudi van Dijck in Poell (2013) analizirata preplet logike množičnih in družbenih medijev, pri čemer se osredotočata na prepoznavanje glavnih značilnosti, ki opredeljujejo logiko družbenih medijev. Izpostavljata, da se logika družbenih medijev oblikuje z ohranjanjem določenih praks in načel iz množičnih medijev, hkrati pa se prilagaja novim družbenim, tehnološkim in ekonomskim okoliščinam. Poleg tega s svojimi lastnostmi vpliva na preoblikovanje delovanja logike množičnih medijev, kot je bilo že prikazano v analizi ugotovitev Klingerja in Svenssona (2015).

V zvezi z logiko množičnih medijev van Dijck in Poell (2013) izpostavita tri njene glavne značilnosti, kot sta jih v poznih sedemdesetih letih prejšnjega stoletja opredelila Altheide in Snow (1979). Kot prvo značilnost logike množičnih medijev izpostavita prikaz družbenega sveta kot neprekinjenega toka dogodkov, ljudi in stvari, ki so »tam zunaj« in vedno na voljo občinstvu. Namen tega toka je ohranjanje pozornosti gledalcev ali bralcev. Druga značilnost je predstavljanje množičnih medijev kot nevtralnih institucij, ki uravnoteženo predstavljajo različne glasove. Vendar pa opozorita, da mediji v praksi delujejo kot filtri, ki izpostavljajo določene skupine ali posameznike glede na njihovo sposobnost prilagajanja medijskim formatom. Tako so v vlogi strokovnjakov ali predstavnikov javnosti pogosto izbrani tisti posamezniki, ki najbolj razumejo in obvladujejo logiko množičnih medijev ter se znajo prilagoditi njenim formatom in pričakovanjem. To pomeni, da izbira pogosto temelji na njihovi sposobnosti učinkovite komunikacije v medijskem prostoru, ne pa nujno na njihovi dejanski strokovnosti, relevantnem znanju ali zastopanju javnosti. Tretja značilnost logike množičnih medijev je uporaba ustaljenih formatov, kot so nastopi voditeljev, poročanje z mesta dogodkov in komentarji strokovnjakov. Tovrstni formati vzbujajo vtis legitimnosti in profesionalnosti ter ustvarjajo občutek »resničnosti« in »objektivnosti« glede obravnavanih tem, njihovi vplivi pa segajo tudi onkraj medijev v druge družbene sfere (na primer novinarske prakse, kot je navajanje strokovnjakov, so postale temelj oglaševalskih strategij).

Ob tem pa van Dijck in Poell (2013, str. 4) opozarjata, da koncept medijske logike, kot sta ga zasnovala Altheide in Snow (1979), pozneje ni bil posodobljen, da bi zajel nadaljnje poglobitve spremembe v medijski sferi, kot so širitev kabelske televizije, razvoj nišnih občinstev v osemdesetih letih prejšnjega stoletja in vsesplošna komercializacija, ki je zameglila meje med novicami, oglasi, dejstvi in mnenji. Medijska logika se je v tem kontekstu prilagodila novim tržnim razmeram z razvojem inovativnih strategij in taktik za ohranitev svojega vpliva. Na primer, televizijski producenti so uvedli avdivizualne tehnike za usmerjanje čustev in mobilizacijo občutkov, kar odseva t. i. »afektivni obrat« v medijih. Ta obrat je bil tesno povezan s širšimi družbenimi, tehnološkimi in ekonomskimi premiki, značilnimi za vzpon neoliberalizma in prehod na postfordistični produkcijski model v osemdesetih letih prejšnjega stoletja (Smrdelj idr., 2025). Medijska logika je v tem obdobju pridobila izrazito afektivno razsežnost, ki je postavila temelj za »nenapisana pravila« o tem, kako naj bodo predstavljene politične kampanje, poročila o državljanskih uporih ali sporočila protestnikov v družbenih akcijah, da bi učinkovito odmevala med občinstvom.

Medtem ko Klinger in Svensson (2015) ponujata primerjavo med logiko množičnih in družbenih medijev, Van Dijck in Poell (2013) to perspektivo nadgrajujeta z opredelitvijo štirih že omenjenih značilnosti, ki po njunem mnenju določajo delovanje družbenih medijev: 1) programabilnost, 2) priljubljenost, 3) povezljivost in 4) datafikacija. Navedene značilnosti avtorja izpostavljata kot osrednja načela, ki opredeljujejo logiko družbenih medijev, pri čemer poudarjata, da imajo svoja izhodišča v logiki množičnih medijev, vendar so prilagojena novim tehnološkim, družbenim in ekonomskim razmeram, v katerih delujejo družbeni mediji. Po njunem mnenju prav ta načela omogočajo prehod logike družbenih medijev v druge družbene sfere, vključno z institucijami množičnih medijev.

V povezavi s prvim načelom, programabilnostjo, van Dijck in Poel (2013, str. 5–6) poudarjata, da je bila pred pojavom spleta 2.0 in digitalnih medijev programabilnost razumljena kot načrtovana uredniška strategija, namenjena oblikovanju neprekinjenega toka vsebin za ohranjanje pozornosti in zanimanja gledalcev. Medtem ko so programabilnost v obdobju prevlade logike množičnih medijev oblikovali uredniki, danes takšen tok vsebin narekujejo algoritmi. Van Dijck in Poell (2013, str. 5) programabilnost opredeljujeta kot sposobnost platform družbenih medijev, da z algoritmi, kodami in vmesniki usmerjajo vsebine, odnose in interakcije med uporabniki ter jih prikazujejo kot »tok dogajanja«. Poleg »tehnološke« dimenzije programabilnosti, ki je

objektivno določena s strani lastnikov platform, izpostavljata tudi človeško interakcijo. Uporabniki s praksami, kot so všečkanje, komentiranje in deljenje, sooblikujejo komunikacijske tokove in vplivajo na algoritmične mehanizme. Ta dvosmerna dinamika med platformami in uporabniki ustvarja stalno pogajanje o pogojih interakcije. Poleg tega programabilnost prodira na druga področja, na primer poročanje množičnih medijev, oglaševanje, aktivizem in odnosi z javnostmi, kar kaže na njen vpliv na širšo družbeno komunikacijo.

Drugo načelo, priljubljenost, Van Dijck in Poell (2013, str. 6–8) opredeljujeta kot proces, v katerem določene vsebine, teme ali uporabniki postanejo vidnejši in priljubljenější od drugih, kar izpodbija demokratično obljubo spleta, da bodo vsi imeli enake možnosti za vidnost in slišnost (van Dijck in Poell, 2013, str. 6). Čeprav so množični mediji že dolgo uporabljali mehanizme za popularizacijo, kot so lestvice priljubljenosti ali selektivno poročanje, s katerim lahko oblikujejo javno mnenje in prednostno izpostavljajo določene družbene glasove, družbeni mediji ta proces nadgrajujejo z metrikami, kot so število všečkov, delitev in sledilcev, ali pa z algoritmi za prepoznavanje trendov. Metrični procesi priljubljenosti, značilni za družbene medije, se prenašajo v množične medije, kjer jih uredniki uporabljajo kot kazalnike pomembnosti. V tem smislu ne gre za »enostranski« prenos značilnosti iz ene medijske logike na drugo, temveč za součinkovanje.

Tretje načelo, povezljivost, kot ga opredeljujeta van Dijck in Poell (2013, str. 8–9), izhaja iz logike množičnih medijev, katerih osrednji cilj je bil povezovanje vsebin z občinstvom; z državljani v primeru javnih in neodvisnih medijev, s potrošniki in oglaševalci v primeru komercialnih medijev ter z volivci v primeru političnopropagandnih (na primer »desnih«) medijev. Logika povezljivosti je prešla tudi na družbene medije, kot sta Facebook in YouTube, kjer so platforme sprva poudarjale povezovanje med ljudmi. Vendar povezljivost na družbenih medijih presega človeške povezave, ki izhajajo iz želje uporabnikov po mreženju z enako mislečimi ali znotraj njihovih socialnih krogov. Povezljivost vključuje tudi algoritmično oblikovane povezave, ki jih platforme ustvarjajo za optimizacijo uporabniške izkušnje in uresničevanje komercialnih ciljev. Primeri takšnih algoritmičnih povezav so priporočila, kot so »Skupine, ki vas morda zanimajo ...« ali »Ljudje, ki so kupili ta izdelek, so kupili tudi ...«. Algoritmi na platformah delujejo kot nevidni posredniki, ki usmerjajo interakcije, določajo vidnost vsebin ter oblikujejo načine povezovanja med uporabniki, vsebinami in oglaševalci. Načelo povezljivosti tako razkriva svojo dvojno logiko. Na eni strani omogoča povezovanje in uresničevanje demokratičnega potenciala spleta 2.0, saj uporabnikom omogoča oblikovanje komunikacijskih razmerij v skladu z lastnimi preferencami. Na drugi strani pa deluje kot

instrument za strateško vzpostavljanje povezav med uporabniki in oglaševalci oziroma njihovimi izdelki ter med političnimi akterji in potencialnimi volivci, s čimer uresničuje komercialne in politične cilje platform.

Zadnja, četrta značilnost je datafikacija, ki predstavlja vidik zbiranja podatkov v procesu komuniciranja (van Dijck in Poell, 2013, str. 9–11). Množični mediji, zlasti televizija, so že pred pojavom družbenih medijev zbirali podatke o gledalcih (na primer z anketami) za bolj natančne programske odločitve in ciljno oglaševanje. Podobno so platforme družbenih medijev razvile strategije za napovedovanje in usmerjanje uporabniških potreb, s čimer so nadaljevale in izrazito nadgradile prakso množičnih medijev. Načelo datafikacije tako označuje zmožnost platform, da različne komunikacijske prakse pretvarjajo v podatke. Še tako osnovno komunikacijsko dejanje, kot so na primer všečkanje, drsenje po zidu ali preprosto zadrževanje pogleda na določeni vsebini, se tako zabeleži in pretvori v podatke, ki lahko predstavljajo dragocene informacije za oglaševalce. Če so bili podatki sprva obravnavani kot stranski produkt spletnih medijev, so s pojavom spleta 2.0 in družbenih medijev platforme postale podatkovno usmerjena podjetja, katerih poslovni modeli temeljijo na zbiranju, analizi in ponovni uporabi teh podatkov. Te prakse so pogosto skrite pred uporabniki, kar odpira vprašanja o zasebnosti, lastništvu in možnosti manipulacije s podatki. V tem smislu datafikacija ni zgolj ena izmed značilnosti logike družbenih medijev, temveč predstavlja temelj za druga načela, kot so programabilnost, priljubljenost in povezljivost, saj so preostala tri načela odvisna od podatkov, ki jih platforme zbirajo in obdelujejo.

Če povzamemo ugotovitve Klingerja in Svenssona (2015) ter van Dijcka in Poela (2013), lahko strnemo, da se logika družbenih medijev v številnih vidikih razlikuje od logike množičnih medijev. Kljub razlikam, ki smo jih predstavili zgoraj, pa ne moremo enoznačno trditi, da je logika družbenih medijev v celoti nadomestila logiko množičnih medijev. Nasprotno, logika družbenih medijev temelji na elementih logike množičnih medijev, saj v številnih primerih prevzema, prilagaja ali celo krepi njene značilnosti, kot smo to pokazali na primeru načel, ki jih predlagata van Dijck in Poell (2013). Hkrati pa logika družbenih medijev uvaja povsem nove prakse (na primer izrazit boj za pozornost v fragmentiranih občinstvih, ki imajo dostop do množice informacijskih virov), ki jih morajo množični mediji upoštevati, da ohranijo relevantnost v digitalni medijski sferi.

Glede na to, da je v družbenih medijih mogoče prepoznati temeljna načela, ki so bila prvotno značilna za množične medije, hkrati pa množični mediji vse

bolj prevzemajo prakse in strukturne lastnosti, značilne za logiko družbenih medijev (kot so viralnost, algoritmična distribucija in personalizacija vsebin), lahko sodobne medije v digitalni medijski sferi opredelimo kot hibridne medije. Hibridnost v tem kontekstu pomeni, da je domala vsak digitalni medij, bodisi novičarski spletni portal, kot je na primer Siol.net, bodisi družbeni medij, kot je Twitter, mogoče proučevati z vidika tega, kako se v njegovem delovanju kažejo elementi medijske logike, ki mu sicer ni lastna (na primer kako se v Twitterjevem okolju izražajo elementi logike množičnih medijev in obratno). Od posameznega medija pa je odvisno, kako se v njegovem specifičnem primeru udejanjajo elementi hibridnosti oziroma preplet različnih medijskih logik.

Forme medijske hibridnosti so izjemno raznolike in kompleksne, kar je pomemben izziv za njihovo operacionalizacijo v empirični analizi. Širok razpon ravni, ki jih lahko vključuje koncept hibridnosti pri proučevanju medijskih logik – od organizacijske strukture medijev in procesov produkcije ter distribucije vsebin prek različnih platform (na primer sledenje gibanju hiperpovezave na posamezni platformi ali med platformami) do recepcije vsebin s strani uporabnikov – otežuje celovito obravnavo vseh naštetih razsežnosti znotraj ene same empirične analize. Zaradi tega namen naše primerjave logik množičnih in družbenih medijev v hibridni perspektivi ni bil v tem, da predstavljena spoznanja v celoti apliciramo v empirično analizo, temveč da iz njih izluščimo tiste značilnosti, ki so po našem mnenju najustreznejše za obravnavo vloge množičnih medijev v migracijski razpravi na Twitterju. Ta osnovna načela po našem mnenju predstavljajo »viralnost«, »omrežnost« in »hiperintertekstualnost«.

»Viralnost«, kot jo opredeljujeta Klinger in Svensson (2015), oziroma »priljubljenost«, kot jo poimenujeta van Dijck in Poell (2013), je osrednja strukturna značilnost, ki določa položaj uporabnikov in vsebin v digitalni medijski sferi. Zaradi tega je pomembno, da jo upoštevamo v analizi. Na primer, pri preučevanju, kako portal 24ur.com poroča o migracijah, po našem mnenju ne zadostuje zgolj izvedba KDA (ali katere druge podobne kvalitativne metode) novičarskih objav na omenjenem portalu. Poleg diskurza moramo upoštevati tudi metrike posameznih spletnih novic (na primer klike, ogleda, komentarje), s čimer dobimo vpogled v to, v kolikšni meri so posamezne objave viralne in kako je viralnost povezana z določenimi diskurzi. Če pa nas še bolj specifično zanima, kako prispevki portala 24ur.com delujejo znotraj posameznega družbenega medija, torej v hibridni perspektivi, pa enako ne zadostuje zgolj vsebinska oziroma diskurzivna obravnava vsebin, ki so v objavah na družbenih medijih dostopne prek hiperpovezav, ampak moramo enako upoštevati tudi njihovo viralnost.

Tako dobimo vpogled v to, kaj »deluje« znotraj določene medijske logike in kaj ne. A ne glede na to, ali diskurz množičnih medijev proučujemo samega zase (torej, kako klikana je recimo določena novica na portalu 24ur.com) ali v hibridni perspektivi (na primer kako pogosto je retvitana, všečkana ali komentirana določena vsebina iz množičnih medijev na družbenih medijih), je ključno, da KDA vsebin v digitalni medijski sferi upošteva načelo viralnosti.

Naslednja lastnost, ki jo prepoznavamo kot pomembno za proučevanje vloge množičnih medijev v kontekstu razprav na družbenih medijih, je »omrežnost«. To lastnost razumemo kot temeljno strukturno načelo, na katerem temelji organizacija sodobne digitalne medijske sfere. Omrežnost zajema »tehnično« povezanost uporabnikov ali vsebin (na primer posedovanje pametnega telefona, dostop do interneta) in strukturne načine, kako so posamezniki, vsebine in platforme medsebojno povezani (na primer v obliki odmevnih komor) ter kako povezave med njimi vplivajo na pretok informacij ter njihovo vidnost in vpliv. Tako kot vsebine in uporabniki, povezani z množičnimi mediji, v digitalni medijski sferi niso izvzeti iz viralnosti, tako tudi niso izvzeti iz omrežij in njihovih hierarhij. Zaradi tega je omrežnost naslednja pomembna lastnost, ki jo moramo upoštevati pri analizi vloge množičnih medijev v razpravi na družbenih medijih (Hansen idr., 2020; Jesenšek idr., 2021). Podrobneje jo obravnavamo v šestem podpoglavju, v katerem predstavimo koncepte in predpostavke za njeno operacionalizacijo v empirični analizi.

»Hiperintertekstualnost« (Bennett, 2016) je tretja lastnost, ki jo predlagamo za proučevanje vloge množičnih medijev v razpravah na družbenih medijih. Viralnost in omrežnost sta po Klingerju in Svenssonu (2015) ter van Dijcku in Poellu (2013) opredeljeni kot temeljni načeli logike družbenih medijev, medtem ko hiperintertekstualnosti avtorja ne posvečata posebne pozornosti. Kljub temu menimo, da je pomembna za proučevanje hibridnega značaja sodobnih komunikacijskih razmerij, zato jo vključujemo v obravnavo. Hiperintertekstualnost je starejšega izvora, saj izhaja iz tehnoloških praks, ki so povezane s pojavom spleta. V jedru hiperintertekstualnosti je načelo »intertekstualnosti«, ki označuje sklicevanje na vsebine drugih tekstov, na primer v obliki citatov ali omemb. V spletnem okolju intertekstualnost pridobi novo razsežnost zaradi možnosti ustvarjanja hiperpovezav, ki intenzivirajo intertekstualne procese. Medtem ko »klasična« intertekstualnost pomeni zgolj omembo ali sklicevanje na določeno vsebino izven določenega besedila (na primer citat iz drugega vira ali aluzijo na znano delo), pa hiperpovezave omogočajo neposreden dostop do vsebine, na katero se besedilo sklicuje (Bennett, 2016; Tagg, 2015). Bennett (2016) to zmožnost dostopanja do vsebin na

drugih spletnih mestih prek hiperpovezav opredeljuje kot hiperintertekstualnost (*ang. hyper-intertextuality*). V kontekstu hibridnosti hiperintertekstualnost omogoča neposreden vstop vsebin množičnih medijev (na primer novic, člankov, videoposnetkov) v razprave na družbenih medijih, s čimer krepi hibridna komunikacijska razmerja.

Poleg hiperpovezav, ki so ena izmed osrednjih oblik hiperintertekstualnosti, lahko množični mediji v razprave na družbenih medijih vstopajo tudi na druge načine. Na primer, ključniki pogosto vključujejo imena medijev, novinarjev, oddaj in podobno. Vendar pri uporabi ključnikov ne govorimo o hiperintertekstualnosti, temveč bolj o intertekstualnosti, saj ključniki ustvarjajo povezave na ravni »simbolne« reference, ne pa neposrednega tehničnega povezovanja z drugimi spletnimi mesti. Hiperintertekstualnost lahko predstavljajo tudi druge zmožnosti družbenih medijev, kot so omembe (*ang. mentions*) in označevanja (*ang. tags*) uporabnikov, med katerimi so lahko tudi novinarji in medijske hiše. Tovrstni mehanizmi ustvarjajo hiperintertekstualne povezave znotraj istega družbenega medija, zato ne predstavljajo hiperintertekstualnosti v hibridnem smislu, saj ne pomenijo prehoda med različnimi medijskimi logikami. Nasprotno pa hiperpovezave do vsebin množičnih medijev, vključene v objave na družbenih medijih, pomenijo stik med dvema različnima medijskima logikama, zaradi česar prispevajo k oblikovanju hibridnih komunikacijskih razmerij. Podobne procese hibridizacije je mogoče opaziti tudi v primerih, ko objave množičnih medijev vključujejo vsebine iz družbenih medijev (na primer tvite znanih politikov). Vendar pa, kot že pojasnjeno, se z vlogo družbenih medijev v poročanju množičnih medijev ne ukvarjamo.

2.3.2 Medijska logika Twitterja

Družbeni medij Twitter, ki je začel delovati leta 2006 pod okriljem istoimenskega podjetja s sedežem v San Franciscu (Fuchs, 2021, str. 206), je oktobra 2022 prevzel Elon Musk. Marca 2023 je Twitter združil s podjetjem X Corp (Pahwa in Stern, 2023) in ga julija istega leta preimenoval v X (Artiček, 2023). Z Muskovim prevzemom Twitterja so bile uvedene številne spremembe, ki so preoblikovale delovanje platforme. Ena teh sprememb je možnost objavljanja daljših vsebin za »premium« uporabnike; omejitev sporočila na 280 znakov je bila najprej razširjena na 4000, pozneje pa na 25.000 znakov (Riao, 2024). Poleg tega je Musk omogočil dostop nekaterim blokiranim uporabnikom, vključno z vidnimi osebnostmi, kot je Donald Trump, hkrati pa ukinil

posamezne račune. Uvedel je tudi plačljive preverjene račune (Twitter Blue), kar je sprva povzročilo porast lažnih profilov (Artiček, 2023). Musk se je javno opredelil kot »absolutist svobode govora« (Murphy, 2022), vendar so po njegovem prevzemu platforme X na njej zaznali porast sovražnega govora (Sato, 2022; Hutchinson, 2023), dezinformacij (Milmo, 2023) in algoritemsko favoriziranje vidnosti republikanskih vsebin v mesecih pred ameriškimi volitvami (Graham in Andrejevic, 2024). Zaradi teh sprememb današnja platforma X odraža povsem drugačno medijsko logiko kot tista, ki je prevladovala v času migrantske »krize« leta 2015. V nadaljevanju zato predstavljamo medijsko logiko, značilno za Twitter v letu 2015, ki služi kot osnova za našo analizo. Ohranili smo tudi ime Twitter, saj se analizirane razprave nanašajo na obdobje, ko je platforma še nosila to ime.

V Sloveniji, kakor tudi širše, Twitter uporabljajo različni akterji, med katerimi izstopajo predstavniki parlamentarne politike, množični mediji, predstavniki civilne družbe in drugih družbenih skupin (Jesenšek idr., 2021, str. 52).¹⁵ Uporabniki Twitterja so leta 2015 lahko ustvarjali objave, dolge do 140 znakov. Novembra 2017 se je omejitev povečala na 280 znakov, pozneje pa se je, kot smo pojasnili že zgoraj, obseg znakov za nekatere uporabnike še dodatno razširil. Možnost objavljanja kratkih sporočil na Twitterju nekateri avtorji obravnavajo kritično (Bozdaž, 2019; Fuchs, 2021), medtem ko drugi to lastnost razumejo kot prednost (boyd idr., 2010; Godnov in Redek, 2014). Kritični avtorji omejenost števila znakov izpostavljajo kot oviro za poglobljeno in argumentirano razpravo. Fuchs (2021, str. 76) na primer trdi, da format kratkih sporočil na Twitterju ne omogoča izčrpnega izražanja kompleksnih idej, kar vodi v nastajanje vsebin, ki so pogosto površinske, poenostavljene, senzacionalistične in v skladu s tabloidnimi praksami. Podobno Bozdaž (2019, str. 5) poudarja, da kratkost sporočil daje prednost stališčem, ki pogosto krepijo polarizacijo. Na drugi strani pa avtorji, ki kratkost objav razumejo kot prednost (na primer Godnov in Redek, 2014), izpostavljajo, da format kratkih sporočil uporabnike spodbuja k jasnemu in jedrnatemu izražanju, pri čemer morajo bistvo svoje ideje zajeti v omejenem obsegu. Poleg tega naj bi kratkost forme spodbujala več razprave med uporabniki, saj kratka sporočila omogočajo hitro nastajanje in kroženje stališč brez znatnega npora (boyd idr., 2010). Kratka forma torej spodbuja jedrnate in neposredne izjave, hkrati pa omejuje možnosti za poglobljene razprave ali kompleksne argumentacije. To pomeni, da nimajo

15 Po raziskavi MEDIA+, ki jo izvaja raziskovalna agencija Valicon, je imelo leta 2016 v Sloveniji odprt profil na Twitterju 206.500 uporabnikov (Valicon, 2016). Do leta 2019 je navedena številka narasla na 208.500 (Valicon, 2020). Podatki o številu uporabnikov za leto 2015 niso na voljo.

vsi diskurzi ali tipi razprav enakih strukturnih možnosti, da bi bili zastopani. Kratkost objav torej ni nevtralna lastnost, saj neposredno določa, katera vsebina bo vidna in vplivna ter katera bo težje artikulirana in zato spregledana ali celo odsotna.

Objava na Twitterju, imenovana tvit (ang. *tweet*), lahko poleg besedila vključuje tudi hiperpovezave do drugih spletnih strani, čustvenčke (ang. *emojis*) in druge elemente digitalne komunikacije, kot so ključniki. Objavi je mogoče priložiti vizualne ali multimedijske elemente, kot so slike in videoposnetki. Tako kot pri blogih so objave na Twitterju razvrščene po kronološkem vrstnem redu, pri čemer so najnovejše objave prikazane na vrhu, starejše pa sledijo v nadaljevanju (Fuchs, 2021, str. 205). Zaradi možnosti ustvarjanja izjemno kratkih sporočil – pred Muskovimi spremembami – so nekateri avtorji komunikacijsko aktivnost na Twitterju označili kot mikrobloganje (ang. *micro-blogging*), saj združuje elemente tradicionalnega bloganja in formata kratkih sporočil (na primer Ferra in Nguyen, 2017; Fuchs, 2021; Gualda in Rebollo, 2016; Jackson in Lilleker, 2011; Krzyżanowski, 2018b).

Uporaba ključnika, zaznamovana s simbolom lojtre (#), je eden pomembnejših mehanizmov tematskega razvrščanja objav na Twitteru. Uporabnikom omogoča, da sami določijo ključno besedo ali besedno zvezo, ki povzame temo, pod katero se umešča njihova objava (na primer #begunci). Zaradi tega ključniki delujejo kot orodje za tematsko orientacijo in organizacijo vsebin, kar uporabnikom olajšuje iskanje objav na določeno temo. Hkrati ključniki spodbujajo nastajanje in širjenje razprav, saj uporabniki prek njih označujejo teme, ki jih želijo izpostaviti ali razširiti med širšo skupnostjo (Arvidsson idr., 2016; Marres in Weltevrede, 2013). Ključniki so še posebej pomembni v kontekstu hitro razvijajočih se dogodkov, kot je migrantska »kriza«, saj omogočajo iskanje najnovejših informacij in objav na določeno temo (Bruns in Highfield, 2018, str. 65). Prav tako imajo osrednjo vlogo pri konstrukciji omrežne javnosti na Twitterju, saj uporabnike povezujejo na osnovi skupnih interesov ali tematik (Papacharissi, 2015). Poleg tega lahko ključniki nosijo pozitiven ali negativen pomen, odvisno od konteksta uporabe (na primer Avraamidou idr., 2021). Pomembno je poudariti, da niso vse objave na Twitterju opremljene s ključniki, saj uporaba ključnikov ni obvezna; prepuščena je presoji posameznih uporabnikov (Jesenšek idr., 2021, str. 56).

Uporabniki na Twitterju pa se ne povezujejo le prek ključnikov, temveč imajo tudi možnost neposrednega sledenja objavam drugih uporabnikov, in sicer tako, da postanejo njihovi sledilci (ang. *followers*). Sledenje

na Twitterju opravlja podobno funkcijo kot »prijateljstvo« na Facebooku, vendar s pomembno razliko: na Twitterju ni nujno, da uporabnik odobri prošnjo za sledenje, kar pomeni, da je proces sledenja bolj odprt in manj omejen z vzajemnim privoljenjem. Sledilci uporabnika na Twitterju predstavljajo njegovo občinstvo, saj vsak sledilec prejme vsako objavo, ki jo uporabnik ustvari. Nekateri avtorji razmerje med uporabnikom in sledilci razumejo kot »osebne javnosti«, ki se oblikujejo okrog določenega posameznika ali organizacije (Bruns in Highfield, 2018, str. 62–63). Možnost sledenja posameznemu uporabniku na Twitterju spominja na logiko množičnih medijev, saj je uporabnik, ki sledi, na nek način »naročen« na objave drugega uporabnika. V tem pogledu logika delovanja Twitterja odraža logiko množičnih medijev, pri kateri distribucija vsebin temelji na krogu naročnikov, ki prejemajo novice (Verweij, 2012, str. 682). Vendar pa objave določenega uporabnika na Twitterju niso omejene zgolj na njegove sledilce, temveč so bile vsaj do Muskovega prevzema Twitterja dostopne tudi vsem drugim uporabnikom platforme in celo osebam, ki nimajo ustvarjenega uporabniškega računa na Twitterju. To omogoča, da so vsebine zlahka dosegljive širši javnosti, kar Twitterju daje izrazito javen značaj. V tem pogledu se Twitter pomembno razlikuje od Facebooka, kjer so objave uporabnikov pogosto omejene na prijatelje ali specifične skupine (Jesenšek idr., 2021, str. 51–52; Kreis, 2017).

Z vidika pretoka informacij na Twitterju imajo ključno vlogo retviti (ang. *retweets*), ki so eden najpomembnejših mehanizmov za širjenje vsebin. Funkcija retvitiranja uporabnikom omogoča, da sporočila, ki jih objavijo drugi uporabniki, sami ponovno objavijo in jih tako posredujejo svojemu omrežju sledilcev. Retviti omogočajo hitro in množično širjenje idej, mnenj ali informacij, vsebovanih v izvirni objavi (Holm, 2023). Ponovno objavljena sporočila lahko uporabniki posredujejo nespremenjeno ali jih dopolnijo z lastnim komentarjem. Čeprav retvitiranje v določenih primerih lahko pomeni zasmevanje, ironijo ali kritiko določene objave, so običajno ponovno objavljena tista sporočila, ki jih uporabniki prepoznajo kot pomembna in vredna deljenja z lastnim občinstvom (Bruns in Highfield, 2018, str. 66). Retvitiranje zato pogosto predstavlja obliko podpore, soglasja ali potrditve vsebine in njene avtorja (Metaxas idr., 2021). Vsaka objava na Twitterju ima možnost, da z retvitiranjem postane del širše razprave, vendar pa je treba poudariti, da lahko posamezni uporabnik vsako sporočilo ponovno objavi zgolj enkrat. Za objave z največjim številom retvitov pa lahko rečemo, da predstavljajo prevladujoče diskurze v razpravi o določeni temi (Kwak idr., 2010).

Poleg uporabe ključnikov, možnosti sledenja uporabnikom in retvitanja posameznih objav ima Twitter še vrsto drugih funkcij, ki pomembno prispevajo k oblikovanju interakcij med uporabniki in širjenju vsebin na platformi. Ena izmed njih je omemba (ang. *mention*), ki omogoča neposredno naslovitev določenega uporabnika v objavi. Pri omembi je uporabniško ime omenjenega uporabnika označeno z znakom @ in je izpisano kot hiperpovezava, ki vodi na njegov uporabniški profil oziroma zid. Poleg tega prejme omenjeni uporabnik obvestilo o omembi, kar mu omogoča neposreden odziv na objavo. Omemba je vidna tudi drugim uporabnikom. Twitter omogoča še odziv na posamezno objavo s funkcijo »odgovarjanja« (ang. *reply*). Odgovori so vidni pod izvirno objavo in tako omogočajo strukturiranje razprav v obliki niti (ang. *threads*), ki uporabnikom ponujajo kronološki pregled interakcij in mnenj. Ta funkcija je podobna komentarjem, ki jih najdemo pod prispevki na novičarskih spletnih portalih. Poleg odgovarjanja ima vsak uporabnik možnost, da objavo všečka (ang. *like*). Pomembno vlogo ima še funkcija citiranja objave (ang. *quote*), ki omogoča posredovanje objave v obliki hiperpovezave, ki jo uporabnik lahko, podobno kot pri retvitu, pospremi s svojim komentarjem. Poleg tega Twitter omogoča deljenje objav (ang. *share*) prek zunanjih kanalov, kot je elektronska pošta, kar omogoča širjenje vsebine tudi izven platforme.

Pomembna značilnost medijske logike Twitterja je tudi ta, da – podobno kot številni drugi družbeni mediji v sodobni hibridni medijski sferi – predstavlja pomemben kanal za širjenje različnih vsebin prek hiperpovezav, med katerimi pogosto najdemo povezave do vsebin množičnih medijev. Institucije množičnih medijev to možnost izkoriščajo, saj morajo v vedno bolj nasičenem digitalnem okolju tekmovali za pozornost uporabnikov med številnimi viri novic (Knutson idr., 2024). V tem kontekstu Twitter zavzema poseben položaj, saj njegova specifika ni v vzpostavljanju in ohranjanju družabnih dinamik, kot je značilno za Facebook, temveč v aktualnopolitičnih razpravah, zaradi česar obstaja velika verjetnost, da bodo vsebine množičnih medijev našle svojo pot v razpravah na tem mediju (Verweij, 2012, str. 682). Poleg tega Twitter odlikujeta visoka hitrost širjenja informacij in njihova distribucija, ki – kot smo že pojasnili zgoraj – ni omejena na zaprte kroge »prijateljev« kot na Facebooku, temveč omogoča, da objave določenega uporabnika dosežejo vidnost tudi onkraj kroga sledilcev (Kreis, 2017). Primernost Twitterja za širjenje vsebin množičnih medijev dodatno podpira kratkost objav, ki ne omogočajo izčrpnega opisa, zato lahko potencialno delujejo kot povezovalni element do obsežnejših in podrobnejših vsebin, ki so v objavah dostopne prek hiperpovezav (Tandoc in Johnson, 2016). Zaradi teh lastnosti

je deljenje novičarskih vsebin na Twitterju pogosto in običajno, zlasti ob hitro razvijajočih se dogodkih ali družbenih krizah (Bruns idr., 2012; Doğu, 2017; Tandoc in Johnson, 2016).

Pri razumevanju medijske logike Twitterja je pomembno upoštevati tudi politično-ekonomske temelje njegovega delovanja, saj je bila platforma tako v preteklosti kot danes pod imenom X opredeljena kot oglaševalsko podjetje. V letih 2014 in 2015 je Twitter kar 90 % vseh svojih prihodkov ustvaril z oglaševanjem praks. Njegov poslovni model temelji na t. i. »ciljanem oglaševanju« (ang. *targeted advertising*), ki izhaja iz vloge uporabnikov kot ustvarjalcev in konzumentov vsebin.¹⁶ Uporabniki brezplačno komunicirajo (na primer objavljajo, delijo, sledijo), pri čemer platforma zbira in analizira njihove podatke prek vmesnikov, imenovanih API (ang. *application programming interfaces*). Vmesniki omogočajo sistematično zbiranje podatkov na platformi in zunaj nje (na primer z gumbi »Twitter«, nameščenimi na drugih spletnih straneh in v aplikacijah). Takšno spremljanje uporabnikov, ki ga Heyman (2016) označuje kot »skrite možnosti« družbenih medijev, pogosto ostaja neopaženo, saj se uporabniki ne zavedajo, kako natančno platforme s sledilnimi piškotki sledijo njihovem vedenju. Zbrani podatki so nato obravnavani kot blago, prodano oglaševalcem, ti pa nato na podlagi teh podatkov ciljno usmerjajo oglase na specifične skupine uporabnikov glede na njihove interese, demografske značilnosti in komunikacijske prakse. Na osnovi ciljanega oglaševanja vidimo dvojno vlogo medijskih zmognosti Twitterja: funkcije, kot so všečki, na eni strani uporabnikom omogočajo izražanje podpore in deljenje informacij, na drugi strani pa služijo kot orodje za personalizacijo oglasov in ocenjevanje njihove učinkovitosti (Bucher in Helmond, 2018; Fuchs, 2021, str. 206–207).

Poleg ciljanega oglaševanja pomembno politično-ekonomsko razsežnost predstavlja tudi t. i. »razredno strukturirana ekonomija pozornosti« (ang. *class-structured attention economy*), ki daje prednost objavam ekonomsko močnih uporabnikov z namenom povečanja njihovega števila sledilcev in splošnega vpliva. Prednostno niso prikazane objave in uporabniki, ki pritegnejo največ pozornosti, temveč tisti, ki jih določijo oglaševalske stranke na Twitterju. Podjetja z velikimi oglaševalskimi proračuni zlahka pridobijo pozornost na Twitterju, medtem ko uporabniki brez finančnega zaledja težje

16 Od svojega nastanka dalje je imel Twitter dolga leta izgube. Dobiček v višini 1,2 milijarde ameriških dolarjev je prvič ustvaril leta 2018. V letu 2019 se je dobiček povečal na 1,5 milijarde ameriških dolarjev. Dolgoletne izgube je mogoče pojasniti s tem, da je ciljano oglaševanje negotovo in prinaša zelo visoka tveganja (Fuchs, 2021, str. 208–209).

dosežejo vidnost svojih vsebin. Posledično na Twitterju nastajajo asimetrična razmerja moči, ki so rezultat razredno strukturirane ekonomije pozornosti (Fuchs, 2021, str. 218–219).

Pri opredelitvi temeljnih značilnosti logike, po kateri deluje Twitter, se zastavlja vprašanje, kako operacionalizirati »viralnost«, »omrežnost« in »hiperintertekstualnost« – tri načela, ki jih predlagamo za proučevanje vloge množičnih medijev v migracijski razpravi na tem mediju. V nadaljevanju bomo pojasnili, kako razumemo našeta načela z vidika medijske logike Twitterja.

V literaturi ne obstajajo enoznačni kriteriji za opredelitev viralnosti oziroma priljubljenosti objav in uporabnikov v digitalni medijski sferi. Na področju proučevanja Twitterja so številni avtorji poskušali odgovoriti na vprašanje, kako meriti vpliv (na primer Bakshy idr., 2011; Cha idr., 2010; Kwak idr., 2010; Weng idr., 2010). Na splošno lahko identificiramo najmanj štiri pristope k temu vprašanju. Prvi pristop temelji na številu sledilcev posameznega uporabnika, pri čemer velja, da večje »osebno občinstvo« pomeni večjo priljubljenost in vpliv (na primer Bakshy idr., 2011; González-Bailón idr., 2013; Huberman idr., 2009; Kwak idr., 2010). Drugi pristop se osredotoča na število retvitov, ki jih prejme določen uporabnik oziroma njegove objave. Uporabniki, katerih objave drugi člani omrežja največkrat retvitajo, se štejejo za vplivnejše, saj retviti povečujejo vidnost in doseg njihovih sporočil (na primer Al-Rawi, 2020; Dang-Xuan idr., 2013; Jesenšek idr., 2021). Tretji pristop temelji na številu omemb posameznega uporabnika. Pogostejše omembe uporabnika v razpravah o določeni temi nakazujejo večjo stopnjo njegovega vpliva, saj mu omembe običajno podeljujejo večjo vidnost in legitimnost (na primer Dubois in Gaffney, 2014). Kot zadnji, četrti pristop izpostavljamo število všečkov, ki jih prejme posamezna objava na Twitterju. Všečki so neposreden pokazatelj priljubljenosti, saj izražajo podporo in odobravanje vsebine.

V raziskavi smo se odločili, da bomo vpliv na Twitterju merili na podlagi retvitov, pri čemer to merilo uporabljamo tako na ravni uporabnikov kot na ravni objav. V primerjavi s prvim pristopom (število sledilcev na uporabnika) in tretjim pristopom (število omemb uporabnika) retviti neposredno ponujajo vpogled v to, katere objave so dejansko najviralnejše. Če bi za določanje vpliva uporabili število sledilcev, bi sicer pridobili podatke o tem, kateri uporabniki imajo največjo »osebno publiko«, vendar to merilo ne omogoča vpogleda v dejansko recepcijo njihovih objav. Retviti pa praviloma odražajo aktivno angažiranost uporabnikov, ki z deljenjem vsebine pogosto izražajo podporo ali soglasje z njo, s čimer imajo potencial za bolj vsebinsko utemeljeno analizo

vpliva (Metaxas idr., 2015). Prav tako se nismo odločili za tretji pristop, ki temelji na številu omemb uporabnika. Čeprav ta pristop ponuja vpogled v to, kateri uporabniki so najpogostejše omenjeni v razpravah, pa ne omogoča razumevanja vsebine objav, v katerih se pojavljajo, ne ponuja neposrednega vpogleda v podporo ali zanimanje, ki ga vzbujajo objave omenjenega uporabnika, predvsem pa, podobno kot primer sledilcev, ne razkriva obsega širjenja teh objav v omrežju. Iz enakega razloga se nismo odločili za število všečkov kot merilo vpliva, saj ne omogoča merjenja viralnosti v smislu neposrednega širjenja vsebine prek omrežja.

Bistveno je, da retviti med vsemi komunikacijskimi značilnostmi edini neposredno izpričujejo angažiranost uporabnikov in njihovo delovanje, kar je v temelju značilno za logiko družbenih medijev. Na družbenih medijih je prisotna velika količina »hrupa« (ang. *noise*) in »smeti« (ang. *junk*), ki je posledica obsežne produkcije vsebin, zaradi česar nam retviti pomagajo prepoznati, katere vsebine so v središču omrežne javnosti. Večkrat ko je posamezna objava retvitana, večja je njena priljubljenost. Najbolj retvitane objave zato oblikujejo prevladujoči diskurz na Twitterju (Al-Rawi, 2020; Bozdaž in Smets, 2017). Povedano drugače, seznam najpogostejše retvitanih objav predstavlja tematske prioritete omrežja, njihovi avtorji pa so opredeljeni kot najvplivnejši, saj najbolj prispevajo h konstrukciji agende na tej platformi (Dang-Xuan idr., 2013).

Podobno kot viralnost lahko tudi drugo načelo, »omrežnost«, potencialno operacionaliziramo prek različnih komunikacijskih prvin, kot so sledilci, všečki, omembe in podobno. Ker pa retvit razumemo kot temelj za vzpostavljanje komunikacijskih razmerij na Twitterju, bomo na njegovi osnovi operacionalizirali tudi načelo »omrežnosti«. To pomeni, da bodo retviti predstavljali komunikacijske povezave med uporabniki. Osredotočili se bomo na analizo celotnega omrežja uporabnikov, ki so sodelovali v razpravi na temo migrantske »krize«, pri čemer bomo raziskovali, kako se prek retvitov oblikujejo strukture vpliva, vidnosti in interakcij med uporabniki.

Kot smo pojasnili v prejšnjem razdelku, lahko tretje načelo, hiperintertekstualnost, operacionaliziramo prek različnih medijskih zmožnosti Twitterja, ki temeljijo na uporabi hiperpovezav do drugih spletnih mest. Sem sodijo omembe, ki vodijo do profilov uporabnikov, označevanje uporabnikov, citiranje določenih objav v obliki hiperpovezav in tako naprej. Vse te prvine odražajo hiperintertekstualnost, vendar so omejene na »notranje« delovanje platforme in ne vključujejo hibridnosti, ki nastane pri interakciji z mediji

z drugačno medijsko logiko, v tem primeru z množičnimi mediji. V središču našega zanimanja je prav »hibridna« hiperintertekstualnost, ki predpostavlja interakcijo ene medijske logike z drugo in lahko morebiti razkrije, kako se vsebine množičnih medijev vključujejo v diskurze na družbenih medijih. Načelo hiperintertekstualnosti bomo zato operacionalizirali tako, da bomo pozorni na to, ali objave vsebujejo hiperpovezave do vsebin iz množičnih medijev. Pri operacionalizaciji sledimo Bennettu (2016), ki poudarja, da pri proučevanju diskurza na Twitterju ni dovolj, da analiziramo zgolj uporabniško objavo, temveč moramo obravnavati tudi vsebine, ki so v objavi dostopne prek hiperpovezav, saj tudi te vsebine strukturirajo diskurz. Kot pojasnjujeta Bucher in Helmond (2018), uporabniki Twitterja, ki brskajo po spletnih straneh zunaj platforme, še vedno ostajajo del »Twitterjevega ekosistema«, če so prijavljeni v platformo. Podatki o njihovem obisku spletnih strani in aplikacij se prek API vmesnikov vračajo na Twitter, kjer jih platforma uporablja za različne namene, kot so predlaganje novih uporabnikov za sledenje ali spodbujanje obiska podobnih spletnih mest. To nakazuje, da diskurz na Twitterju ni omejen zgolj na besedilo objav, temveč vključuje širši spekter vsebin iz digitalne medijske sfere, ki v objave »vstopajo« prek hiperpovezav. Hibridna hiperintertekstualnost, ki se manifestira prek hiperpovezav, tako omogoča razumevanje, kako se diskurzi množičnih medijev prepletajo z diskurzi na družbenih medijih.

2.4 Teorija prednostnega tematiziranja v hibridni medijski sferi

Teorija prednostnega tematiziranja, ki sta jo v začetku sedemdesetih let prejšnjega stoletja zasnovala McCombs in Shaw (1972), je prvotno proučevala vpliv množičnih medijev na mnenje publike. Osnovna predpostavka te teorije pravi, da so teme, ki so v množičnih medijih obravnavane prednostno, v javnosti pripoznane kot pomembnejše. Množični mediji imajo odločilno vlogo pri tem, katere teme bodo v javnosti pripoznane kot pomembne in katere ne. S tem ko množični mediji veliko pozornosti posvečajo določenim temam, ob tem pa zapostavljajo ostale, ustvarijo hierarhijo, po kateri javnost kot najpomembnejše pripoznava tiste teme, ki se najpogosteje pojavljajo v množičnih medijih, medtem ko temam, ki se pojavljajo v manjšem obsegu (ali pa sploh niso prisotne), javnost ne pripisuje velike pozornosti. Tako naj bi bile teme, ki jih kot pomembne prikazujejo množični mediji, hkrati tudi teme, ki imajo v javnosti prednostno mesto (Oblak, 2000, str. 96–97).

Množični mediji vplivajo na javno mnenje z vsebinami in informacijami, ki so rezultat novinarske in uredniške selekcije ter obdelave. Teme in vsebine iz množičnih medijev, ki vplivajo na javnost, ne odsevajo nujno dejanskega stanja stvari, temveč prikazujejo filtrirano in preoblikovano družbeno realnost (Dearing in Rogers, 1988; McCombs, 2005). To pomeni, da družbeni problemi, ki za javnost niso pomembni, lahko dosežejo visoko stopnjo javne pozornosti, medtem ko so lahko pomembni družbeni problemi zapostavljeni ali ignorirani. Med najpomembnejšimi temami zato niso nujno tiste, ki so dejansko najpomembnejše za javnost in njene interese, ampak tiste, ki jih množični mediji pripoznajo kot najpomembnejše (Weinberg, 2007, str. 63). Prednostno določanje tem, kadar vključuje vsebine, ki niso dejansko relevantne za interese in potrebe javnosti, lahko zato prispeva k depolitizaciji javnosti (Pajnik, 2003, str. 88).

Po teoriji prednostnega tematiziranja množični mediji ne določajo le seznama tem, ki so v javnosti pripoznane kot najpomembnejše, ampak vplivajo tudi na načine njihovega razumevanja (McCombs, 1992). Vpliv množičnih medijev na oblikovanje seznama pomembnih tem se imenuje »prednostno tematiziranje na prvi ravni« (ang. *first-level agenda-setting*), medtem ko vpliv na načine razumevanja teh tem literatura opisuje kot »prednostno tematiziranje na drugi ravni« (ang. *second-level agenda-setting*) (Ceron idr., 2017, str. 7–9).

Teorija prednostnega tematiziranja je bila prvotno utemeljena v obdobju pred digitalizacijo, pojavom spleta 2.0 in družbenimi mediji – torej pred glavnimi tehnološkimi spremembami, ki v sodobnosti določajo, kako se informacije širijo in prednostno obravnavajo v javnosti. V sodobni hibridni medijski sferi se zato zastavlja vprašanje, ali so množični mediji še vedno glavni prednostni določevalec tem v javnosti (ang. *agenda-setter*) ali pa so to vlogo prevzeli družbeni mediji. Hkrati se odpira tudi vprašanje razmerja med množičnimi in družbenimi mediji pri oblikovanju javnih razprav: ali množični mediji vplivajo na teme, ki jih obravnavajo družbeni mediji, ali pa – ravno nasprotno – družbeni mediji s svojimi objavami usmerjajo poročanje množičnih medijev (Aruguete, 2017; Ceron idr., 2017)? Oziroma, če vprašanje zastavimo bolj konkretno: ali lahko predstavniki šibke javnosti, kot so manjšine, nevladne organizacije in druge družbene skupine, ki niso imele dostopa do tradicionalnih virov vidnosti, prek družbenih medijev vplivajo na oblikovanje agende množičnih medijev, predvsem tako, da postanejo prek družbenih medijev viden glas v javni sferi, ki ga množični mediji ne morejo prezreti? Ali pa prek družbenih medijev nagovorijo javnost

neposredno, mimo tradicionalnih množičnih medijev, in na ta način oblikujejo lasten seznam prednostno obravnavanih tem?

Navedena vprašanja presegajo namen te monografije, a jih vseeno izpostavljamo, saj jih v okviru proučevanja vloge množičnih medijev v migracijski razpravi na Twitterju ne moremo popolnoma zaobiti. Obravnava vloge množičnih medijev na Twitterju je namreč tesno povezana z vprašanjem razmerij moči. V tem kontekstu se zastavlja vprašanje, ali so na Twitterju med prednostno izpostavljenimi glasovi in temami še vedno tiste, ki jih narekujejo množični mediji in predstavniki parlamentarne politike, ki so že pred pojavom družbenih medijev imeli glavni dostop do množičnih medijev in s tem vpliv na oblikovanje prednostnih tem. Ali pa je, ravno nasprotno, digitalizacija prispevala k preoblikovanju razmerij moči v hibridni medijski sferi, zaradi česar v ospredje vstopajo novi, prej marginalizirani glasovi in teme? Kot smo že pojasnili, so digitalizacija in z njo povezane spremembe koristile predvsem privilegiranim družbenim akterjem, ki razpolagajo z več ekonomskega, kulturnega in političnega kapitala. Vendar pa sodobna hibridna medijska sfera hkrati ponuja tudi številne strukturne priložnosti za uveljavljanje deprivilegiranih glasov. V katerih kontekstih bo prevladala prva ali druga možnost, pa ni mogoče določiti na splošno, ampak je to odvisno od specifične teme in konteksta, v katerega se umešča.

Do ugotovitev, ki potrjujejo bodisi prvo bodisi drugo možnost, prihajajo tudi raziskave na področju »medmedijskega prednostnega tematiziranja« (ang. *intermedia agenda-setting*), modela, ki se je razvilo z namenom proučevanja razmerja med množičnimi in družbenimi mediji v kontekstu prednostnega določanja tem v javnosti (Heijkant idr., 2019; Meraz, 2009). V okviru omenjenega modela sta se na področju raziskovanja Twitterja oblikovali dve raziskovalni liniji. Prva se ukvarja z vprašanjem, ali uporabniško ustvarjene vsebine na Twitterju vplivajo na poročanje množičnih medijev, medtem ko se druga osredotoča na vlogo množičnih medijev pri oblikovanju razprav na Twitterju (Aruguete, 2017).

Študije na področju prve linije pričakovano ugotavljajo, da uporabniško ustvarjene vsebine na Twitterju vplivajo na konstrukcijo agende množičnih medijev, vendar najpogosteje v primerih, ko so avtorji objav akterji, ki posedujejo družbeno moč in vpliv, predvsem predstavniki parlamentarne politike (na primer Broersma in Graham, 2012; Conway idr., 2015; Moon in Hadley, 2014; Parmelee, 2014). Na primer, Conway in drugi (2015) so proučevali učinke medmedijskega prednostnega tematiziranja na primeru

sedmih tem, povezanih s predsedniškimi volitvami leta 2012 v ZDA. Pokazali so, da so v šestih od sedmih tem uporabniško ustvarjene vsebine politikov na Twitterju vplivale na poročanje o teh temah v množičnih medijih. Tudi Parmelee (2014) ugotavlja, da imajo politični tviti pomembno vlogo pri oblikovanju agende množičnih medijev. V raziskavi je bilo ugotovljeno, da politični tviti usmerjajo poročanje glede na dogodke, o katerih novinarji poročajo, glede na njihovo izbiro intervjuvancev, glede na citate, ki jih uporabijo v prispevkih, in na splošno glede na osnovne informacije, na podlagi katerih sprejmejo odločitve, kako bodo tematizirali določeno vprašanje v medijskem poročanju. Tudi študija, ki sta jo opravila Moon in Hadley (2014), je na podlagi analize vsebine novičarskih objav razkrila, da je Twitter pomembno sredstvo za zbiranje informacij o posameznih temah. Kljub uporabi Twitterja pa so novinarji tako na televiziji kot v časopisih ohranili prakso sledenja uradnim virom informiranja, saj so sledili le tistim uporabniškim profilom, ki so bili v lasti uradnih, vladnih predstavnikov. Na koncu omenimo še raziskavo, ki sta jo izvedla Broersma in Graham (2012). Avtorja sta ugotovila, da so uporabniške objave politikov na Twitterju zelo pogosto citirane v novičarskem časopisnem poročanju. Objave politikov so lahko bile pripoznane kot vredne objave v smislu, da so predstavljale »dogodek«, o katerem se je poročalo v množičnih medijih; lahko so bile tudi razlog za nadaljnje poročanje o določeni temi ali pa so bile uporabljene kot dopolnilo k novici na določeno temo. Na podlagi navedenih raziskav lahko sklenemo, da Twitter lahko deluje kot prednostni določevalec tem v množičnih medijih, vendar predvsem v primerih, ko so avtorji objav predstavniki parlamentarne politike ali drugih vplivnih akterjev, ki so tradicionalno imeli dostop do vidnosti v množičnih medijih. To kaže, da vloga Twitterja kot »novega« prednostnega tematizatorja ni radikalno spremenila razmerij moči, temveč pogosto reproducira že obstoječe hierarhije vidnosti, zaradi česar je njegova dejanska vloga pri prednostnem tematiziranju močno odvisna od strukturnih dejavnikov, kot so družbeni položaj avtorjev objav.

Tudi raziskave na področju druge linije potrjujejo reprodukcijo obstoječih razmerij moči, saj večinoma ugotavljajo ujemanje agende na Twitterju z agendo, ki jo narekujejo množični mediji. Na primer, Rubio García (2014) ugotavlja močno korelacijo med prevladujočimi temami v časopisih *El País* in *El Mundo* ter španskimi uporabniškimi vsebinami na Twitterju. Podobno Conway in drugi (2015) na primeru predsedniških volitev leta 2012 v ZDA razkrivajo skladnost med agendo na Twitterju in novičarskimi objavami. Enako Jungherr (2014) na primeru zveznih volitev leta 2009 v Nemčiji ugotavlja, da sporočila na Twitterju

sledijo logiki množičnih medijev tako z vidika časovne dinamike kot tudi vsebine objav. Vargo in drugi (2015) na primeru posameznih dogodkov in problematik pokažejo, da množični mediji še vedno vplivajo na prednostno obravnavo tem na Twitterju. Kljub temu pa raziskave pokažejo, da Twitter lahko odpira prostor za vprašanja, ki jih množični mediji spregledajo. Na primer, Rogstad (2016) na podlagi analize priljubljenih objav na Twitterju in naslovnih novic množičnih medijev ugotavlja, da Twitter posveča pozornost vprašanjem, ki jih množični mediji pogosto zanemarjajo, na primer okoljski izzivi in enakost spolov.

Čeprav se raziskave druge linije primarno osredotočajo na vprašanje skladnosti tem, torej na to, ali se teme in vsebine na Twitterju ujemajo s temami in vsebinami, ki jih obravnavajo množični mediji, lahko na to področje umestimo tudi našo raziskavo, v kateri preučujemo vlogo množičnih medijev v migracijski razpravi na Twitterju. V tem okviru nas zanima: Kako in v kolikšni meri so množični mediji v migracijski razpravi na Twitterju agenda-setterji? Kateri tip množičnih medijev se je najbolje prilagodil logiki Twitterja in si ta medij izbral kot glavni kanal za širjenje tem? Kako je z glasovi, ki so bili tradicionalno zastopani v množičnih medijih (na primer predstavniki parlamentarne politike)? Ali ohranjajo svojo prevlado tudi na Twitterju med prednostno tematiziranimi glasovi? Oziroma najbolj splošno: katere teme in uporabniki so v migracijski razpravi na Twitterju prednostno obravnavani in kakšni so razlogi za njihovo prevlado na vrhu agende?

Zaradi naštetih vprašanj je teorija prednostnega tematiziranja pomembna za našo raziskavo, saj nam ponuja teoretski okvir za razumevanje, katere vsebine in uporabniki so na vrhu seznama prednostno obravnavanih glasov in tem. Na osnovi največkrat retvitanih objav in uporabnikov lahko pridobimo sezname prednostno obravnavanih tem in uporabnikov. Najpogostejše retvitane objave in avtorji, katerih vsebine so največkrat deljene, se uvrstijo na vrh tega seznama. Na podlagi takšnih seznamov lahko neposredno ugotovimo, ali so prednostno obravnavane teme in uporabniki povezani z množičnimi mediji ter katere druge teme in glasovi so še prisotni v migracijski razpravi na Twitterju.

Na tem mestu lahko ponovimo predpostavko, da se »tradicionalni« množični mediji v sodobni hibridni medijski sferi soočajo z logiko družbenih medijev, ki je temeljito preoblikovala merila za opredeljevanje pomembnosti, vidnosti in priljubljenosti tem. »Tradicionalni« kriteriji, kot sta število prodanih časopisnih izvodov ali ogledov televizijskih programov, niso več nujno edini kazalniki pomembnosti v digitalni medijski sferi. Pojavila so se nova merila, ki temeljijo na algoritmih, viralnosti in omrežni dinamiki, kar je spremenilo načine, kako

informacije »potujejo« v medijski sferi. Posledično so se množični mediji znašli v položaju, kjer so morali svojo vlogo agenda-setterja prilagoditi novim tehnološkim in družbenim okoliščinam, če so želeli ohraniti svoj vpliv v javni razpravi. Tisti, ki so obvladali nova merila, so bili v najboljšem položaju, da vplivajo na agendo v javnosti (Chadwick, 2013, 2017; Klinger in Svensson, 2015).

Poleg tega je pri razumevanju prednostno obravnavanih tem in uporabnikov na družbenih medijih pomembno izhajati iz celotnega vzorca objav na določeno temo. Analiza zgolj posameznih profilov ali vsebin sicer omogoča vpogled v specifične primere, vendar ne razkriva širše dinamike, ki opredeljuje celotno razpravo. Na družbenih medijih ima načeloma vsakdo možnost ustvariti profil in sodelovati v komunikaciji, vendar le redki uporabniki in objave dosežejo vidnost in vpliv (Al-Rawi, 2019; Klinger in Svensson, 2015). Zaradi tega je pomembno preveriti, katere vsebine in uporabniki se uvrstijo na vrh seznama prednostno obravnavanih, saj prav ti določajo prevladujoči okvir razprave. Na primer, Siapera (2019) proučuje dvanajst Facebook profilov lokalnih solidarnostnih iniciativ v Grčiji. Ugotavlja, da se iniciative prek diskurza solidarnosti in skupnosti neposredno zoperstavljajo (post)humanitarnim in dobrodelnim diskurzom nevladnih organizacij ter rasističnim in varnostnim okvirom, ki prevladujejo v množičnih medijih. Čeprav avtoričina analiza izhaja iz predpostavk modela hibridnega medijskega sistema, ne obravnava položaja Facebook profilov v širši razpravi na temo migrantske »krize« v Grčiji. Posledično ne pridobi vpogleda v njihov položaj na ravni celotne migracijske razprave in tako ne razkrije, ali se objave lokalnih iniciativ pojavljajo med najpogostejše všečkanimi ali deljenimi vsebinami. Če bi imela ta podatek, bi lahko preverila, ali družbeni mediji dejansko krepijo glas šibke javnosti ter uveljavljajo diskurze solidarnosti in skupnosti ali pa jim zgolj ponujajo prostor za izražanje stališč brez širšega javnega odmeva, ki ostajajo zaprta v lasten »mehurček«. Naš namen bo, kot bomo razložili v metodološkem delu, da bomo diskurz obravnavali z vidika celotne migracijske razprave, in sicer tako, da bomo preverili, kako viralni so posamezni diskurzi, saj to določa njihov dejanski položaj v razpravi.

2.5 Teorija omrežij v hibridni medijski sferi

Z besedno zvezo *teorija omrežij* (ang. *network theory*) (Schroeder, 2017) označujemo širši interdisciplinarni okvir, ki ponuja analitične kategorije za preučevanje povezav med različnimi entitetami, kot so posamezniki, organizacije ali druge pojavnosti, ki lahko predstavljajo točke v omrežju. V kontekstu raziskovanja družbenih medijev teorija omrežij predstavlja teoretsko

podlago za analizo komunikacijske dinamike v digitalni medijski sferi, pri čemer se osredotoča na komunikacijske povezave med uporabniki ali drugimi entitetami, kot so ključniki, omembe in všečki.

Teorijo omrežij razumemo kot teoretični temelj za metodološki pristop, imenovan »analiza socialnih omrežij«, kar je uveljavljen prevod za angleški izraz *social network analysis*. Analiza socialnih omrežij tako predstavlja operacionalizacijo predpostavk teorije omrežij ter vključuje metode za izdelavo in analizo omrežij (Hansen idr., 2020; Jesenšek idr., 2021). Podatki, pridobljeni na osnovi analize omrežja, razkrivajo informacije o posameznih uporabnikih in njihovih komunikacijskih povezavah z drugimi uporabniki, te komunikacijske povezave pa so izhodišče za razumevanje nastajanja in kroženja prevladujočih vsebin znotraj omrežne javnosti (Barisione idr., 2019; Ferra in Nguyen, 2017; Rogers, 2019).

V nadaljevanju bomo podrobneje obravnavali tri analitične kategorije, ki izhajajo iz »teorije omrežij« in so temelj za našo analizo migracijske razprave na Twitterju: »omrežje«, »središčni uporabniki« in »skupnosti v omrežju«.

2.5.1 Omrežje

V enem izmed prejšnjih podpoglavij tega poglavja smo že pojasnili, da je uporabniško ustvarjena vsebina osrednja značilnost družbenih medijev, po kateri se ti najizraziteje razlikujejo od množičnih medijev, kjer vsebino praviloma ustvarjajo novinarji in uredniki. Ko govorimo o družbenih medijih, imamo pred očmi uporabniško ustvarjeno vsebino, ko pa opredeljujemo komunikacijske povezave med uporabniki družbenih medijev, govorimo o omrežju. Omrežje je koncept, ki opisuje način, kako so uporabniki povezani med sabo na družbenih medijih. V digitalni medijski sferi komunikacija ni enosmerna od sporočevalca do naslovnika, ampak so uporabniki družbenih medijev hkrati pošiljatelji in prejemniki sporočil (Marwick in boyd, 2010, str. 129–130). To vodi v nastanek kompleksnih komunikacijskih interakcij, ki si jih lahko grafično predstavljamo kot omrežje, sestavljeno iz točk oziroma vozlišč (ang. *nodes*), ki jih predstavljajo uporabniki, in iz povezav med njimi (ang. *edges*), ki jih ponazarjajo različne komunikacijske prvine, značilne za družbene medije (na primer všečkanje ali retvitanje objav, sledenje uporabnikom, njihove omembe, komentiranje objav in podobno) (Hansen idr., 2020; Jesenšek idr., 2021; Lindgren, 2017; Schroeder, 2017).

»Omrežje« opredeljujemo kot entiteto, sestavljeno iz vozlišč (točk) in povezav med njimi, medtem ko »omrežnost« razumemo kot lastnost, ki opisuje načine vzpostavljanja, delovanja in obstoja omrežij. Omrežnost namreč ne zajema samo »tehnične« povezanosti uporabnikov ali vsebin (na primer posedovanje pametnega telefona, dostop do interneta), ampak vključuje tudi načine, kako so posamezniki, vsebine in platforme medsebojno povezani (na primer v skupnosti, kar lahko vodi v odmevne komore in polarizacijo) ter kako povezave med njimi vplivajo na pretok informacij, njihovo vidnost in vpliv. V kontekstu omrežnosti nekateri avtorji govorijo o tako imenovani »omrežni javnosti« (Benkler, 2006; Benkler, idr., 2018; boyd idr., 2010; Bruns in Highfield, 2018; Jesenšek idr., 2021), ki zajema vse spletne uporabnike in komunikacijske povezave med njimi (Bruns in Highfield, 2018). Tudi Klinger in Svensson (2015) v povezavi z logiko družbenih medijev govorita o »omrežni medijski logiki« in o »omrežnosti« kot osrednjem načinu delovanja sodobnih digitalnih medijev. Povzamemo lahko, da je omrežnost temeljno načelo delovanja sodobne digitalne medijske sfere (Castells, 2009; Smrdelj idr., 2025; Van Dijk, 2006).

Omrežnost ima svoje korenine v razvoju prvih računalniških omrežij, kot je ARPANET. Njen razvoj je dodatno pospešil splet 2.0, ki je uvedel platforme družbenih medijev. V ozadju teh procesov so tudi priporočilni algoritmi, ki optimizirajo prikaz vsebin z namenom zadrževanja pozornosti uporabnikov, ter monetizacija uporabniških komunikacijskih praks, ki vodi v datafikacijo javne sfere. Omrežnost je dobila nadaljnji zagon z uvedbo novih tehnologij, kot so pametni telefoni, ki omogočajo povezljivost kjer koli in kadar koli, s čimer ustvarjajo okolje, v katerem so uporabniki nenehno povezani z digitalno medijsko sfero (Smrdelj idr., 2025).

Čeprav je bila omrežnost sprva predstavljena kot lastnost z demokratičnim potencialom, ki naj bi spodbujala decentralizirano komunikacijo, je njen domet za enakovredno razpravo omejen z omrežno strukturo, ki jo določa načelo viralnosti. Viralnost namreč vodi v centralizacijo v smislu, da ne omogoča enakopravne udeležbe vseh uporabnikov, temveč ustvarja hierarhije, v katerih so nekateri uporabniki vidnejši in vplivnejši, medtem ko večina ostaja nevidna. Vpliv in vidnost sta tako v omrežni strukturi izrazito asimetrična in nesorazmerno razporejena (Miconi, 2022; Smrdelj in Pajnik, 2025; Van Dijk, 1999).

V raziskavi bomo koncept »omrežja« operacionalizirali z izdelavo omrežja vseh uporabnikov, ki so sodelovali v migracijski razpravi na Twitterju. Kot merilo za vzpostavitev komunikacijskih povezav bomo uporabili retvite, ki so bili izbrani iz razlogov, ki smo jih že predstavili v okviru medijske logike Twitterja.

2.5.2 Središčni uporabniki

Opredelitev meril za določanje aktivnosti in vpliva v omrežju je eno izmed osrednjih vprašanj v okviru teorije omrežij (na primer Ghajar-Khosravi in Chignell, 2017; Hansen idr., 2020; Jesenšek idr., 2021). V raziskavi bomo pri določanju aktivnosti in vpliva izhajali iz koncepta »središčnih uporabnikov«, ki jih razvrščamo glede na njihovo aktivnost in vpliv v omrežju. Uporabnike, ki zasedajo osrednje mesto glede na svojo aktivnost, opredeljujemo kot »najaktivnejše uporabnike«. Uporabnike, ki so središčni glede na vpliv, pa imenujemo »najvplivnejši uporabniki«.

Medtem ko je opredelitev aktivnosti razmeroma preprosta, saj temelji na neposrednem opazovanju komunikacijske dejavnosti, ki se odraža v številu objav, komentarjev in všečkov ter drugih merljivih komunikacijskih interakcijah, pa je dokazovanje vpliva v razpravi zahtevnejša naloga. Pri proučevanju vpliva je namreč treba pokazati, da določeni uporabniki dejansko oblikujejo mnenja drugih ali pridobivajo podporo za svoje stališče (Jesenšek idr., 2021).

Vpliv v splošnem označuje zmožnost ali lastnost nekoga, da s svojimi stališči in pogledi vpliva na mnenje drugih o določeni temi (Dang-Xuan idr., 2013; Katz in Lazarsfeld, 1955/2006). Najvplivnejši uporabniki so tisti uporabniki v omrežju, katerih uporabniško ustvarjena vsebina uživa največjo pozornost med drugimi uporabniki. V tem pogledu imajo najvplivnejši uporabniki osrednjo vlogo pri konstrukciji agende, torej seznama tem, ki so prednostno tematizirane v določeni razpravi. Njihov vpliv se kaže v širokem dosegu, vidnosti in pomembnosti njihovih vsebin v omrežju, kar se pogosto meri z odzivnostjo drugih uporabnikov, kot so delitve, všečki in komentarji, ter zmožnostjo usmerjanja razprave v omrežju (Jesenšek idr., 2021; Xie in Luo, 2019).

Kot pojasnjuje Al-Rawi (2020), je v obravnavo vpliva smiselno vključiti tudi starejše medijske teorije, ki so bile v veljavi pred prevlado digitalne medijske sfere. Ena izmed takšnih, ki jo predlaga omenjeni avtor, je »dvostopenjska teorija pretoka komunikacije« (ang. *two-step flow theory of communication*), s katero sta Katz in Lazarsfeld (1955/2006) opisala vlogo tako imenovanih »mnenjskih voditeljev« pri pretoku in širjenju novic in informacij iz množičnih medijev v širšo javnost. Teorija predpostavlja, da ideje pogosto potujejo iz tiska in radia do mnenjskih voditeljev in prek njih do širše publike (Katz, 1957). Predpostavka se zdi uporabna tudi za proučevanje vloge množičnih medijev v migracijski razpravi na Twitterju, saj lahko najvplivnejši uporabniki v družbenih medijih določene vsebine iz množičnih medijev, ki jih potencialno

vključujejo v svoje uporabniško ustvarjene vsebine, naredijo za vidnejše in s tem vplivnejše med drugimi uporabniki v omrežju.

Na področju proučevanja Twitterja so številni avtorji poskusili odgovoriti na vprašanje, kako meriti vpliv (na primer Bakshy idr., 2011; Cha idr., 2010; Kwak idr., 2010; Weng idr., 2010). Kot že pojasnjeno, bomo v pričujoči raziskavi najvplivnejše uporabnike določili glede na število retvitov, ki izražajo podporo in zanimanje za določeno vsebino ali njenega avtorja (Metaxas idr., 2015). V skladu s tem bomo kot najvplivnejše uporabnike opredelili tiste, katerih objave so največkrat retvitane, in kot najviralnejše objave tiste, ki so največkrat retvitane (Dang-Xuan idr., 2013).

Analogno z opredelitvijo najvplivnejših uporabnikov bomo najaktivnejše uporabnike opredelili kot tiste, ki sami ustvarijo največ retvitov (Al-Rawi, 2020; Jesenšek idr., 2021). Pri tem je pomembno upoštevati, da je aktivnost na Twitterju (kakor tudi na drugih platformah spleta 2.0) običajno neenako razporejena; majhna skupina uporabnikov prispeva večino vsebin in aktivnosti v omrežju (Jesenšek idr., 2021, str. 52–53). Takšni uporabniki, ki s svojo intenzivno aktivnostjo prevladujejo v omrežju, so v literaturi označeni kot »superudeleženci« (Graham in Wright, 2014).

Koncept »središčnih uporabnikov« omogoča operacionalizacijo dejavnosti in vpliva ter tako vzpostavlja povezavo z modelom hibridnega medijskega sistema in teorijo prednostnega tematiziranja. Središčni uporabniki namreč razkrivajo, kdo ima moč in vpliv v spletni omrežni razpravi, kar nam omogoča vpogled v to, kdo določa prednostno obravnavo tem in kdo poseduje dominantno vlogo v določeni digitalni razpravi.

2.5.3 Skupnosti v omrežju: fragmentacija, polarizacija in pluralizacija omrežja

Omrežna struktura, ki je značilna za sodobne družbene medije, določa strukturne pogoje razprav v hibridni medijski sferi, saj vpliva na to, kako so določene teme obravnavane, kdo med uporabniki pridobi večjo vidnost in izpostavljenost, kateri glasovi so prezrti ali utišani ter kako se vsebine širijo in postanejo dostopne širši javnosti (Hansen idr., 2020; Jesenšek idr., 2021; Lindgren, 2017; Schroeder, 2017). Čeprav imajo uporabniki do določene mere avtonomijo pri izbiri tem in načinih sodelovanja v spletnih razpravah ter lahko sami aktivno prispevajo k usmerjanju te razprave, pa so rezultati teh razprav pogosto

odvisni od same strukture omrežja kot tudi širšega družbenega, političnega in kulturnega konteksta, v katerega je to omrežje umeščeno (Smerdelj in Pajnik, 2025). Na osnovi obstoječe literature, ki preučuje komunikacijske vzorce v omrežni javnosti, je mogoče prepoznati tri komunikacijske pojave, ki jih generira omrežna struktura: fragmentacija, polarizacija in pluralizacija omrežja.

Fragmentacija omrežja se nanaša na obstoj razdrobljenih skupnosti uporabnikov znotraj omrežja (Jesenšek idr., 2021; Lindgren, 2017). Fragmentacija omrežja je posledica tega, da uporabniki s podobnimi ideološkimi prepričanji pogosteje komunicirajo med seboj, medtem ko le redko vzpostavljajo interakcije z uporabniki, ki zastopajo drugačna stališča (na primer Doğu, 2017; Dylko idr., 2017; Hong, 2013; Jesenšek idr., 2021; Kim in Hong, 2015; Pariser, 2011; Sekloča, 2020; Smith idr., 2014). Na primer, uporabniki na Twitterju raje sledijo objavam, ki potrjujejo njihove lastne ideološke poglede, kot objavam, ki so z njimi v nasprotju (Doğu, 2017, 12). Poleg tega uporabniki na Twitterju pogosteje posredujejo informacije iz virov, ki se ujemajo z njihovimi ideološkimi preferencami, kot pa iz virov, ki so v konfliktu z njihovimi stališči (Barberá idr., 2015, str. 1540). Posledično se oblikujejo »gruč« (ang. *clusters*) uporabnikov, ki jih literatura opisuje z različnimi izrazi, kot so »filtrirni mehurčki«, »odmevne komore«, »informacijski kokoni« in mnogi drugi. Navedeni izrazi poudarjajo mnenjsko in ideološko zaprtost skupnosti v omrežju ter tesne komunikacijske povezave med njihovimi člani (Guess idr., 2017; Pariser, 2011; Rasmussen, 2016).

Pomemben del analize omrežja je njegova vizualizacija, ki omogoča ugotavljanje prisotnosti fragmentacije omrežne javnosti. Vizualizacija omrežja, za katerega je značilna fragmentacija na posamezne skupnosti, spominja na ljudsko množico na javnem trgu, razdeljeno na manjše, medsebojno ločene skupine oseb, ki se pogovarjajo (Barisione idr., 2019). Če je na grafičnem prikazu opaziti posamezne »gruč« točk, med katerimi so povezave pogostejše (ang. *strong ties*), in če obstaja več takšnih medsebojno ločenih »gruč« v omrežju, govorimo o prisotnosti posameznih skupnosti v omrežju oziroma o fragmentaciji omrežja uporabnikov (Bruns in Highfield, 2018; Rasmussen, 2016). Pomembno je upoštevati, da se skupnosti razlikujejo glede na velikost in intenzivnost komuniciranja. Velikost skupnosti se meri s številom točk (članov skupnosti) in številom povezav med njimi. Več ko je povezav, višja je stopnja komunikacijske aktivnosti (Arlt idr., 2019; Smith idr., 2014).

Vendar pa fragmentacija omrežja sama po sebi še ne pomeni, da je prisotna tudi polarizacija omrežja (Arlt idr., 2019). Če želimo preveriti tudi ta vidik,

moramo analizo omrežja dopolniti s KDA ali drugo podobno metodo, ki omogoča razkrivanje vsebinskih vidikov omrežja, ki nam lahko ponudi vpogled v prevladujoče diskurze in vsebine, ki oblikujejo razpravo v posameznih skupnostih (Barisione idr., 2019; Ogan in Varol, 2016). Če med posameznimi skupnostmi obstajajo diametralno nasprotna stališča glede določene teme, govorimo o pojavu polarizacije v omrežni javnosti (na primer Conover idr., 2011; Doğu, 2017; Dylko idr., 2017; Hong, 2013). Polarizacija omrežja označuje razdelitev omrežne javnosti na skupnosti, ki med seboj skorajda ne komunicirajo. Namesto tega krepijo in utrjujejo svoje poglede znotraj omejenih krogov uporabnikov s podobnimi prepričanji. Takšne skupnosti delujejo kot odmevne komore, kjer se ista stališča neprestano ponavljajo in krepijo. V takšnih razmerah se skupnosti pogosto zanašajo na vire informiranja, ki ideološko ustrezajo njihovim stališčem, kar dodatno pogloblja ideološke delitve in zapira prostor za izmenjavo različnih pogledov. Posledično se ustvarjajo zaprta komunikacijska okolja, kjer je dialog z drugače mislečimi malo verjeten oziroma sploh ni možen, saj vsebine, ki prihajajo iz nasprotnih skupnosti, ne dobijo potrditve v razpravi (Barisione idr., 2019). Pri tem je pomembno poudariti, da omrežna struktura in širša medijska logika, po kateri delujejo sodobni družbeni mediji, sama po sebi ni neposreden vzrok za polarizacijo v družbi. Polarizacija ima svoje korenine v širšem družbenem, političnem in kulturnem kontekstu, ki presega delovanje medijskih platform (Smrdelj, 2025). Vendar pa lahko omrežna struktura in način delovanja družbenih medijev izrazito okrepi že obstoječe delitve in polarizacijske vzorce, prisotne v družbi (Bennett in Livingston, 2020).

Predvidevamo lahko, da je tveganje za nastanek filtrirnih mehurčkov, odmevnih komor in drugih pojavov, povezanih s fragmentacijo omrežne javnosti, še posebej izrazito na družbenih medijih. Algoritmi družbenih medijev v prizadevanju za čim večjo ohranitev pozornosti uporabnikov prednostno prikazujejo vsebine, za katere obstaja večja verjetnost, da bodo vzbudile njihovo zanimanje in jih zadržale na platformi. Takšne vsebine so pogosto ideološko skladne z njihovimi prepričanji. Posledično so uporabniki izpostavljeni omejeni raznolikosti virov informiranja, kar zmanjšuje možnosti za soočanje z drugačnimi ali nasprotnimi stališči (Guess idr., 2017). Vendar pa ob tem poudarjamo, da filtrirni mehurčki, odmevne komore in drugi pojavi, povezani s fragmentacijo omrežne javnosti, po našem mnenju niso posledica nevednosti uporabnikov ali njihovega nezadostnega poznavanja predpostavk in stališč, s katerimi se ne strinjajo, niti ne izhajajo iz pomanjkanja izpostavljenosti različnim pogledom. Nasprotno, mnogi uporabniki so verjetno dobro seznanjeni z

nasprotnimi stališči, vendar v komunikacijske interakcije ne vstopajo z namenom kritične refleksije, učenja ali odprtosti za spremembo svojih prepričanj, ampak z namenom, da dobijo potrditev za svoja stališča prek retvitov, všečkov in potrditev v komentarjih. Rezultat tega je »opinionated« razprava, ki ni usmerjena v soočanje stališč in poglobljen dialog, katerega cilj bi bil, da se tisti, ki vstopa v razpravo, seznani z nečim novim. Cilj tovrstnega komuniciranja je utrjevanje ideološkega *statusa quo*, okrog katerega se oblikuje filtrirni mehurček oziroma odmevna komora. To pomeni, da je »opinionated razprava« predvsem strukturni izid omrežne medijske logike, ki spodbuja in omogoča ta tip razprave, medtem ko otežuje izvajanje drugih oblik komunikacije, kot je poglobljen dialog na dano temo. Problem torej ni primarno v uporabnikih in njihovih komunikacijskih navadah, temveč v sami zasnovi platform družbenih medijev, ki ne omogoča enakovrednih strukturnih pogojev za prakticiranje različnih tipov razprav, ampak že zaradi svoje zasnove daje prednost »opinionated« komuniciranju in zato takšen tip razprave prevladuje na družbenih medijih. Posledično se tisti, ki želijo komunicirati pod drugačnimi pogoji, umikajo iz tovrstnih digitalnih kontekstov.

V kontekstu fragmentacije omrežne javnosti in oblikovanj skupnosti se v literaturi pojavlja tudi izraz *ad hoc javnosti* (Bruns in Burgess, 2011, 2015; Bruns in Highfield, 2018; Jesenšek idr., 2021). Izraz označuje javnost, ki se na določenem družbenem mediju vzpostavi okrog določene teme, dogodka ali družbenega problema. Takšna javnost je začasna, saj obstaja le toliko časa, dokler je določeno vprašanje v središču zanimanja uporabnikov. Ko se zanimanje za določeno tematiko zmanjša ali premakne na druge teme, *ad hoc* javnost razpade, uporabniki pa se povežejo okrog novih vprašanj. Primer takšnih začasnih omrežnih javnosti so protimigrantske Facebook skupine, ki so nastale v Sloveniji v obdobju migrantske »krize« (za seznam gl. Kaluža, 2015). Čeprav je v obdobju množičnega prihoda migrantov v Slovenijo nastalo več takšnih skupin, danes nobena od njih ne obstaja več, saj so se razprave in zanimanje za to tematiko zmanjšale ali preusmerile na druga vprašanja. Vendar pa tovrstne začasne javnosti pogosto delujejo kot sestavni deli širših in bolj stabilnih političnih omrežij, ki presegajo časovno omejene tematike (gl. Evkoski idr., 2021).

Nasproti že omenjeni literaturi (na primer Doğu, 2017; Dylko idr., 2017; Hong, 2013; Jesenšek idr., 2021; Kim in Hong, 2015; Pariser, 2011; Sekloča, 2020; Smith idr., 2014), ki na področju proučevanja omrežne javnosti ugotavlja fragmentacijo in polarizacijo omrežja, se je oblikovala linija raziskav (na primer Arlt idr., 2019; Bakshy idr., 2015; Barberá, 2014; Bruns, 2019; Garrett idr., 2013; Guess idr., 2017; Keuchenius idr., 2023), ki tem ugotovitvam

nasprotuje, saj izpostavlja pojav pluralizacije v sodobni omrežni razpravi. Pluralizacija omrežja se nanaša na kroženje različnih stališč med ideološko heterogenimi uporabniki, ki niso »zaprti« v mnenjsko homogene skupnosti, kot je značilno za fragmentacijo in polarizacijo omrežja. Pluralizacija omrežja je grafično razvidna v omrežnih vizualizacijah, kjer so prisotne komunikacijske povezave med ideološko različnimi uporabniki, ki niso razvrščeni v ločene skupnosti, kot je to značilno za fragmentacijo omrežne javnosti (na primer Arlt idr., 2019). Raziskave na tem področju ugotavljajo, da so filtrirni mehurčki in odmevne komore manj prisotni, kot se pogosto domneva (Guess idr., 2017), ter da številni uporabniki družbenih medijev pogosto naletijo na vsebine in politične informacije, ki odražajo različna ali celo nasprotujoča si stališča. To nasprotuje trditvam, da se uporabniki družbenih medijev sistematično izogibajo ideološko raznolikim informacijam (Garrett idr., 2013). Tudi Keuchenius in drugi (2023) podobno izpostavljajo, da polarizacije omrežja ne poganjata popolna izolacija in razdrobljenost v homogene skupnosti, temveč konfliktne interakcije med ideološko različnimi skupinami.

Podobno kot ne moremo za digitalno medijsko sfero enoznačno in kategorično trditi, ali krepí obstoječa razmerja moči ali spodbuja demokracijo, enakopravnost in družbene spremembe, prav tako ne moremo vnaprej določiti, ali omrežna struktura vodi k fragmentaciji in polarizaciji omrežja na eni strani ali k njegovi pluralizaciji na drugi. Obstoječe raziskave namreč potrjujejo prisotnost vseh naštetih pojavov, odvisno od primera. Zaradi tega v našo empirično analizo vstopamo tako, da to vprašanje puščamo odprto ter smo raje pozorni na prepoznavanje pogojev, okoliščin in konkretnih primerov, ki določajo, kdaj pride do fragmentacije in polarizacije omrežja ter kdaj do njegove pluralizacije. S tem pristopom se izognemo vnaprejšnjemu predpostavljajanju komunikacijskih izidov. Poleg tega pa se izognemo tudi redukcionizmu, ki bi učinke pripisoval zgolj omrežni strukturi ali tehnologiji. Namesto tega upoštevamo součinkovanje družbenega, političnega in tehnološkega konteksta.

Naštete koncepte in predpostavke, ki opisujejo glavne komunikacijske izide omrežne strukture, bomo v empirični analizi preučevali na osnovi izdelave omrežja retvitov, pri čemer se bomo osredotočili na analizo komunikacijskih vzorcev, ki razkrivajo morebitno fragmentacijo, polarizacijo in/ali pluralizacijo omrežne javnosti. Vizualizacija in analiza omrežja retvitov nam bo omogočila prepoznavanje strukturnih značilnosti omrežja, kot so morebitno oblikovanje skupnosti in povezave med njimi, hkrati pa bomo preučevali vsebinske vidike retvitov, da bomo lahko tudi preverili, ali prihaja do sledov polarizacije omrežja.

2.6 Sklep

V pričujočem poglavju smo predstavili pristope, koncepte in predpostavke, ki jih predlagamo kot teoretski okvir za proučevanje migracijske razprave na Twitterju v hibridni perspektivi. Osrednjo vlogo zaseda model hibridnega medijskega sistema, ki ponuja temeljne koncepte, kot so »sistem«, »moč«, »hibridnost« in »medijska logika«, s katerimi je mogoče analizirati prepletanje »starejših« in »novejših« medijskih praks v sodobni digitalni medijski sferi (Chadwick, 2013, 2017). Model hibridnega medijskega sistema nadgrajujemo s predpostavkami kritične teorije, ki nas usmerjajo k proučevanju strukturnih pogojev in razmerij moči v digitalni medijski sferi (Amon Prodnik, 2014; Fuchs, 2011, 2014, 2021; May, 2002; Mosco, 2009). Obenem vključujemo teoretska spoznanja avtorjev, kot so Van Dijck in Poell (2013), Klinger in Svensson (2015) ter Bennett (2016), ki prispevajo pomembna izhodišča za proučevanje družbenih medijev v hibridni perspektivi, kot so omrežnost, viralnost in hiperintertekstualnost. Poleg tega v teoretski okvir vključujemo še teorijo prednostnega tematiziranja, ki osvetljuje procese oblikovanja prednostnega seznama tem in uporabnikov (Aruguete, 2016; Heijkant idr., 2019; Meraz, 2009), ter teorijo omrežij, ki ponuja analitične kategorije za obravnavo komunikacijskih povezav med uporabniki (Hansen idr., 2020; Jesenšek idr., 2021; Lindgren, 2017; Schroeder, 2017).

Rdeča nit vseh treh glavnih teoretskih pristopov je vprašanje moči in vpliva v sodobni digitalni medijski sferi. Model hibridnega medijskega sistema obravnava družbene medije kot prostor za uveljavljanje glasov šibke javnosti, medtem ko množične medije razume kot rezervirane za privilegirane družbene akterje. Teorija prednostnega tematiziranja se vprašanju moči in vpliva približuje z osredotočanjem na prednostno obravnavane teme in uporabnike, pri čemer so v digitalni medijski sferi kot najvplivnejši uporabniki opredeljeni tisti, ki se nahajajo na vrhu medijske agende. Teorija omrežij pa ponuja koncepte (na primer središčni uporabniki), ki omogočajo operacionalizacijo dejavnosti in vpliva ter tako vzpostavlja povezavo z modelom hibridnega medijskega sistema in teorijo prednostnega tematiziranja.

Empirična analiza, zasnovana na predstavljenem teoretskem okviru, bo izvedena na ravni 1) uporabnikov, ki so sodelovali v migracijski razpravi na Twitterju, 2) objav, ki so jih uporabniki ustvarili in delili, ter 3) omrežja, oblikovanega iz komunikacijskih povezav med uporabniki. Na vseh treh ravneh bomo uporabili nabor konceptov in predpostavk iz predlaganega teoretskega okvira, pri čemer bo poudarek na posameznih konceptih in predpostavkah

prilagojen značilnostim vsake ravni; ponekod bodo določeni koncepti bolj izpostavljeni, drugod pa manj.

V prvem sklopu, namenjenem analizi uporabnikov, bomo obravnavali središčne uporabnike, torej najvplivnejše in najaktivnejše akterje v razpravi, ki jih bomo identificirali na podlagi števila retvitov. Koncept hibridnosti bomo uporabili za analizo povezanosti središčnih uporabnikov z različnimi družbenimi skupinami: tako z množičnimi mediji in drugimi akterji močne javnosti (na primer predstavniki parlamentarne politike) kot tudi s predstavniki šibke javnosti (na primer predstavniki nevladnih in humanitarnih organizacij). Med tremi načeli proučevanje logike Twitterja v hibridni perspektivi – viralnostjo, omrežnostjo in hiperintertekstualnostjo – bosta v ospredju viralnost in omrežnost. Viralnost bomo uporabili za preučevanje, kateri uporabniki so najvidnejši in vplivni, omrežnost pa bo služila kot podlaga za razumevanje strukture razprave, saj bomo središčne uporabnike določili na podlagi konceptov za analizo omrežij. Načela hiperintertekstualnosti na tej ravni ne bomo obravnavali, saj v tem delu ne obravnavamo objav.

V drugem sklopu, ki bo posvečen analizi objav, se bomo osredotočili na najviralnejše objave, torej tiste, ki so bile največkrat retvitane, pri čemer bo v ospredju analiza njihovega diskurza. Enako kot v prvem sklopu bomo tudi tukaj proučevali povezanost avtorjev teh objav s predstavniki različnih družbenih skupin. Posebno pozornost bomo namenili tudi vsebinam, ki prek hiperpovezav vstopajo v razprave. V obeh omenjenih primerih bomo izhajali iz koncepta hibridnosti. Poleg tega bomo uporabili vsa tri načela za proučevanje logike Twitterja v hibridni perspektivi: viralnost za preučevanje najpogostejše deljenih objav in hiperpovezav, omrežnost za analizo povezav med objavami in uporabniki ter hiperintertekstualnost za analizo hiperpovezav, ki povezujejo vsebine množičnih medijev s Twitterjem.

V tretjem sklopu, posvečenem analizi omrežja, bomo preučevali komunikacijske povezave med uporabniki na osnovi retvitov, s poudarkom na vzorcih, ki razkrivajo, kako se vsebine širijo in kdo zaseda osrednja mesta v omrežju. Na tej ravni bodo v ospredju analitična orodja iz teorije omrežij, saj bomo identificirali strukturne značilnosti omrežja, ki vplivajo na razmerja moči v digitalni medijski sferi. Poleg tega bomo vključili tudi druge ključne koncepte: hibridnost, s katero bomo analizirali prisotnost različnih uporabnikov; viralnost, ki bo v ospredju pri analizi najbolj retvitanih objav in središčnih uporabnikov v posameznih omrežnih skupnostih; omrežnost, ki bo operacionalizirana prek konstrukcije omrežja, utemeljenega na povezavah med uporabniki

in njihovimi retviti; ter hiperintertekstualnost, ki bo služila za preučevanje vsebin, ki krožijo znotraj potencialno identificiranih skupnosti.

V vseh treh sklopih bomo pozorni na kategorijo »moči«, saj bomo ves čas v ospredje postavljali prevladujoče diskurze in središčne uporabnike. Pri tem se bomo, kot že omenjeno v tem poglavju, v kontekstu proučevanja moči in vpliva v migracijski razpravi na Twitterju izogibali vnaprejšnjim predpostavkam o tem, ali je Twitter okrepil ali oslabil obstoječa razmerja moči. Namesto tega bomo brez vnaprejšnjih predvidevanj najprej poskusili empirično pojasniti ta razmerja, nato pa opredeliti strukturne pogoje in dejavnike, ki so omogočili ali omejevali delovanje določenih uporabnikov in diskurzov.

Pristope, koncepte in predpostavke, ki jih predlagamo kot teoretski okvir za proučevanje vloge množičnih medijev v migracijski razpravi na Twitterju, bomo v naslednjem poglavju dopolnili z izhodišči in koncepti za analizo migracijskega diskurza v medijih.

3 PROUČEVANJE MIGRACIJ V MEDIJIH: IZHODIŠČA IN KONCEPTI¹⁷

V uvodnem poglavju smo pojasnili, da so »migracije v medijih«, ki preučujejo konstrukcijo migracij v medijskem diskurzu, in »mediji v migracijah«, ki raziskujejo vlogo medijskih tehnologij v migracijskih procesih, dve osrednji raziskovalni usmeritvi na širšem področju preučevanja medijev in migracij (Smrdelj, 2021; Wood in King, 2001). Naša študija se umešča na področje proučevanja »migracij v medijih«, zato bomo v nadaljevanju na podlagi obstoječih raziskav s tega področja predstavili koncepte in teoretska izhodišča, ki jih bomo uporabili pri analizi akterjev, vsebin in diskurzov v migracijski razpravi na Twitterju.

Najprej bomo v prvem podpoglavju podali splošno opredelitev migracij v migracijskih študijah. Naslednje podpoglavje bo razdeljeno na več razdelkov, v katerih bomo predstavili glavne migracijske diskurze in osrednje načine, prek katerih se manifestirajo v medijskih tekstih. Migracijski diskurzi in načini njihove manifestacije bodo služili kot usmeritev za empirično analizo. V tretjem podpoglavju bomo na kratko predstavili kronologijo dogajanja med migrant-sko »krizo« 2015–2016 v Sloveniji. Vključili bomo tudi statistiko prihodov oseb in osnovne značilnosti migracijske politike v tem obdobju. Tako bomo zagotovili širši kontekst za razumevanje dogajanja, na katerega se osredotočamo v empirični analizi. V zadnjem, četrtem podpoglavju bomo povzeli glavne ugotovitve celotnega poglavja.

17 Nekateri dele tega poglavja smo objavili v Smrdelj (2021).

3.1 Opredelitev migracij

Migracije so eden izmed osrednjih pojavov sodobne družbene realnosti (Smets idr., 2020b) in ena glavnih tem, s katerimi se Evropska unija (v nadaljevanju EU) ukvarja že od svojega nastanka dalje (Učakar, 2017, str. 13). Tradicionalno so bile migracije pojmovane kot fizično gibanje ljudi iz enega kraja v drugega. Vendar so se v zadnjih desetletjih v raziskovanju uveljavili pristopi, ki migracije obravnavajo kot kompleksen preplet različnih vrst mobilnosti (na primer fizične, družbene in digitalne), kar omogoča širše razumevanje migracij v sodobnem kontekstu globalizacije in tehnološkega razvoja (Smets idr., 2020b). Še posebej pomembna je simbolna razsežnost migracij, ki poleg fizičnih premikov ljudi predpostavlja tudi pomene, vrednote in simbole, pripisane migracijam in ljudem, ki se selijo. »Simbolno« pojmovanje migracij vključuje družbene percepcije in stereotipe, ki spremljajo migrante, ter razprave o njihovih identitetah, statusu in navadah. Prav tako zajema razprave o integraciji in pripadnosti ter širše diskurze o migracijah, ki oblikujejo umeščenost migrantov v določene družbene kontekste. To pomeni, da migracije razkrivajo tudi mehanizme diskriminacije, družbenega izključevanja, rasizma, stigmatizacije in etiketiranja, zaradi česar ponujajo vpogled v razmerja med dominantno in manjšinsko družbo (Lukšič Hacin, 2016, 2017, 2018; Smrdelj idr., 2021).

Nadalje je pomembno poudariti, da migracije ne pomenijo zgolj fizičnega (ali kakšnega drugega) premikanja oseb, temveč vključuje tudi vse, kar se dogaja pred začetkom migracije in po prihodu na ciljno destinacijo. V kontekstu dogajanja pred začetkom migracije so v ospredju razlogi zanj, ki lahko vključujejo ekonomske, politične ali okoljske dejavnike ter pogosto odražajo širše, globalne družbene neenakosti. Po prihodu na ciljno destinacijo pa so pomembni načini obravnave migrantov, ki lahko segajo od vključujočih praks, kot so odprtost in spodbujanje integracije, do izključujočih oblik, kot so marginalizacija, institucionalna izolacija (na primer bivanje v nastanitvenih centrih za tujce) ali celo prisilne deportacije (Lukšič Hacin, 2017).

Poleg tega migracije niso zgolj enosmeren proces potovanja od točke A do točke B, temveč kompleksen preplet simultanih procesov emigracije (izseljevanja) in imigracije (priseljevanja). Vsaka oseba je lahko hkrati emigrant in imigrant, odvisno od perspektive, s katere jo opazujemo. Na primer, posameznik, ki zapuša Sirijo, je z vidika matične države »emigrant«, medtem ko je z vidika evropskih držav »imigrant«. Ko ta oseba prispe v Slovenijo in nadaljuje svojo pot proti Nemčiji, postane tudi z vidika Slovenije »emigrant« (Lukšič Hacin, 2017). Tovrstni primeri kažejo na to, da so analitične kategorije, ki

tematizirajo migrante, spremenljive in kontekstualno posredovane, odvisne od družbenega, političnega in geografskega okvira, v katerem so uporabljene (Brettell in Hollifield, 2000).

Nadalje moramo pojasniti, da večina raziskav na področju proučevanja migracij v slovenskih množičnih in družbenih medijih po letu 1991 običajno obravnava enega izmed treh množičnih prihodov oseb, ki so se zgodili v obdobjih 1992–1993, 1999–2001 in 2015–2016 (Smerdelj, 2021). Čeprav so bili prihodi migrantov v navedenih obdobjih najštevilnejši, kar je povzročilo intenzivno medijsko poročanje, je treba opozoriti, da osredotočanje zgolj na prihode oseb, na Druge, ki ne pripadajo slovenski etnični nacionalni skupnosti, ustvarja vtis, da je migrant zgolj tisti, ki je »tujec«, Drugi. Raziskave, ki smo jih obravnavali v pregledu literature na temo proučevanja migracij v slovenskih medijih (Smerdelj, 2021), se osredotočajo na bosanske begunce, prebežnike iz držav vzhodne Evrope in migrante z Bližnjega vzhoda. Hkrati pa ne obravnavajo na primer medijskega diskurza v povezavi s »sarajevskimi Slovenci« (Šumi, 2001; Klavora, 2012) ali z »argentinskimi Slovenci« (Lukšič Hacin, 2004), ki so prav tako prihajali v Slovenijo, vendar so bili prepoznani kot del slovenske etnične skupnosti in zato z vidika slovenskega etnonacionalističnega zamišljanja niso imeli označbe »tujec«. Povedano drugače, raziskave na področju proučevanja migracij v slovenskih medijih se osredotočajo na medijske upodobitve Drugega, na »tujca«, ki je z vidika slovenskega etnonacionalističnega zamišljanja izključen iz slovenske nacionalne skupnosti in v Sloveniji ni dobrodošel. Hkrati pa ne obravnavajo »povabljenih«, zlasti pripadnikov slovenskih etničnih diaspor v tujini, ki so po osamosvojitvi Slovenije sodelovali v procesu zamišljanja slovenske nacije, vendar ne na osnovi »izključitve« in diskurzivne konstrukcije Drugega kot v primeru tujcev, temveč na diskurzivni »vključitvi« v slovensko nacijo (Štiks, 2010). Tudi tovrstna diskurzivna »vključitev« potrjuje etnonacionalistične vizije zamišljanja, utemeljene na predstavi Slovenije kot države vseh krvno in sorodstveno povezanih Slovencev, in ne kot države vseh njenih prebivalcev (Mihelj, 2004). Poleg tega raziskave na področju proučevanja migracij v slovenskih medijih ne obravnavajo medijskega diskurza o migrantih, ki se vsakoletno izseldujejo iz Slovenije zaradi ekonomskih razlogov (Kovačič, 2021). Četudi se tudi sami osredotočamo na migrantsko »krizo« 2015–2016 in v tem okviru diskurzivno analiziramo zgolj kategorijo migrantov, ki je v kontekstu slovenskega etnonacionalističnega zamišljanja označena kot Drugi, vseeno opozarjamo, da migrant ni nujno vedno »tujec« ali Drugi, temveč je lahko tudi oseba, ki je v političnem in medijskem diskurzu prepoznana kot pripadnik slovenske nacionalne etnične skupnosti (Mihelj, 2004).

Ena izmed pomembnih usmeritev na področju sodobnih migracijskih študij je tudi preseganje metodološkega nacionalizma, katerega značilnost je redukcija migracij, ki so v osnovi nadnacionalen pojav, na nacionalne, lokalne in druge partikularne kontekste (Lecheler idr., 2019; Lukšič Hacin, 2017). V analizi medijskega migracijskega diskurza se želimo izogniti metodološkemu nacionalizmu, ki »družbo« enači z nacionalno državo (Wimmer in Schiller, 2003). Kot opozarja Mitić (2018), so migracije transnacionalen pojav in zato zahtevajo transnacionalne obravnave, ki presegajo omejitve nacionalnih okvirov. Res je, da v pričujoči raziskavi izhajamo iz študije primera, ki se nanaša na Slovenijo, kar bi lahko razumeli kot metodološki nacionalizem. Vendar pa se osredotočamo na diskurz o migracijah v Sloveniji in ne na migracije v Sloveniji. To pomeni, da je slovenski kontekst zgolj izhodišče za analizo migracijskega diskurza, v katerega so vključene širše dimenzije, ki presegajo slovenski nacionalni okvir (eden takšnih primerov je sekuritizacija migracij, ki ni zgolj značilnost slovenskega diskurza, temveč del širšega globalnega pojmovanja migracij). Poleg tega v analizi praticiramo dekonstrukcijo diskurzivnih kategorij, ki migracije uokvirjajo kot nacionalno problematiko, in jih namesto tega obravnavamo širše, kot transnacionalne procese. Na ta način pričujoča analiza, čeprav umeščena v slovenski kontekst, migracije obravnava kot nadnacionalen pojav, ki presega državne meje in lokalne partikularnosti.

Pri razumevanju kompleksnosti sodobnih migracijskih procesov izpostavljam tudi tako imenovani globalni družbeno-politično-ekonomski trikotnik vzročnosti, s katerim Lukšič Hacin (2016, 2018) obravnava tri tipe sodobnih migracij: a) delovne migracije (*ang. labor migrations*), b) politične migracije (*ang. political migrations*) in c) podnebne migracije (*ang. environmental migrations*). Avtorica (2018, str. 62) pojasnjuje, da so naštetih navidezno ločeni tipi migracij posledica istih globalnih družbeno-ekonomskih razmerij moči, zato je njihova osvetlitev pomembna za razumevanje migrantske »krize« kot enega izmed najbolj izrazitih migracijskih pojavov sodobnega časa.

Na področju delovnih migracij se pojavlja težnja po označevanju oseb glede na dolžino trajanja migracij, kot so dnevne, tedenske in sezone migracije. Pod delovne migracije sodita tudi pojava, imenovana »beg možganov« in »kroženje možganov«, ki se nanašata na izseljevanje »visokokvalificirane« delovne sile. Razlikovanje med »visokokvalificiranimi« in »nizkokvalificiranimi« migracijami vsebuje prikriti oblike diskriminacije, saj migrante razvršča glede na poklicne kvalifikacije, pri tem pa implicitno predpostavlja, da je manj kvalificirana delovna sila manj zaželena. V političnem in medijskem diskurzu na ravni EU se pogosto pojavlja tudi pojem »mobilnost«, ki vključuje

mednarodne poklicne skupine, kot so diplomati, humanitarni delavci, vojaške misije, politiki, evroburokrati in drugi. Vendar pa v to kategorijo ne sodijo migranti z vojnih območij, na primer Bližnjega vzhoda. Takšna politična razlikovanja, ki so del liberalne evropske politične ideologije, ustvarjajo diskurzivne temelje za sistemski rasizem, ksenofobijo, diskriminacijo in druge oblike izključevanja (Lukšič Hacin, 2016, 2018).

Politične migracije, imenovane tudi prisilne migracije (ang. *forced migration*), so drugi tip migracij. Na tem področju se pojavljajo številna poimenovanja, kot so politični migranti, izgnanci, pregnanci, osebe z mednarodno zaščito, prosilci za azil, azilanti, pribežniki in podobno. Politične migracije so zaznamovane z različnimi ločnicami, kot so legalno/nelegalno, dovoljeno/nedovoljeno in dokumentirano/nedokumentirano. Te ločnice temeljijo na izključevalni logiki, ki migrante konstruira kot Druge in s tem utrjuje njihovo marginalizacijo (Lukšič Hacin, 2016, 2018).

Tretjo kategorijo migracij tvorijo ekološke migracije, ki vključujejo migrante, katerih odhod je posledica onesnaževanja in uničevanja okolja, prenaseljenosti, podnebnih sprememb, lakote, procesa širjenja puščav in drugih naravnih pojavov, povezanih z okoljskimi spremembami. Ekološki migranti so neposredna posledica naraščajočih globalnih okoljskih kriz, ki vplivajo na življenjske razmere in spodbujajo migracijske procese (Lukšič Hacin, 2016, 2018).

Migrantska »kriza« 2015–2016 je bila v veliki meri povezana s političnimi migracijami, saj so številni migranti bežali pred konflikti na Bližnjem vzhodu, predvsem iz Sirije, Afganistana in Iraka. Kljub temu prvi tip migracij, delovne migracije, ni bil izključen, saj so ljudje odhajali – in še vedno odhajajo – zaradi iskanja boljših življenjskih priložnost zase in za svoje bližnje. Poleg tega so bili del migracijskih tokov tudi ekološki migranti, saj so podnebne spremembe in degradacija okolja v številnih regijah dodatno poslabšale že tako težke socialne in ekonomske razmere, ki so ljudi prisilile v migracije (Kogovšek Šalamon in Bajt, 2016; Zadnikar, 2017).

Na podlagi globalnega družbeno-politično-ekonomskega trikotnika vzročnosti lahko vidimo, da se ekonomski, politični in ekološki vzroki za migracije pogosto prepletajo. Zato, kot že pojasnjeno v uvodu monografije, ne razlikujemo »migrantov« glede na razloge za njihovo migracijo in posledično ne uporabljamo različnih poimenovanj za posamezne kategorije oseb, ki se selijo. V skladu z definicijo IOM (n.d.) pojem »migrant« uporabljamo kot nadpomenko za vse osebe, ki se selijo, kar služi kot osnova za poimenovanja v tej raziskavi, medtem ko smo na ravni analize objav na Twitterju pozorni na različna poimenovanja

za migrante in njihove ideološke predpostavke. Poimenovanja za migrante, ki se pojavljajo v medijskem, političnem in širšem javnem diskurzu, niso nevtralne kategorije, temveč diskurzivne konstrukcije, ki odsevajo družbena razmerja ter strukture moči in podrejanja (Pajnik, 2016; Smets idr., 2020b). Oznake za migrante pogosto implicirajo, kakšen status in katere pravice naj bi imeli. Na primer, izraz »begunec« običajno predpostavlja, da je oseba v stiski, žrtev okoliščin in zato upravičena do zaščite, medtem ko izraz »migrant« implicira, da oseba ne beži pred vojnimi razmerami in ni življenjsko ogrožena, temveč prostovoljno išče boljše življenjske pogoje, pri čemer je predpostavljeno, da je to iskanje neupravičeno ali celo nepotrebno. Podobno tudi izraz »ilegalec« nosi izrazito negativno konotacijo, saj predpostavlja nezakonitost in nelegitimnost gibanja. Vendar poimenovanja za migrante ne odražajo nujno dejanskega stanja ali opisov oseb, ki se selijo, temveč imajo pogosto političnoideološko funkcijo. Tiste družbene skupine in politične opcije, ki si želijo migrante sprejeti in jim pomagati, jih imenujejo »beguncik«, medtem ko tisti, ki migrantom nasprotujejo, enako skupino opisujejo z besedami »migranti«, »ilegalci«, »teroristi« in podobno. Navedena poimenovanja vedno določa dominantna družba, ki nadzoruje, kategorizira in upravlja migracije ter pri tem pogosto uporablja izraze, ki omejujejo legitimnost in pravice migrantov. V tem smislu poimenovanja reproducirajo asimetrična razmerja moči in hierarhije med dominantno družbo na eni strani in migranti na drugi (Žagar, 2018).

Za oznake, s katerimi so migranti poimenovani v medijskem, političnem in širšem javnem diskurzu, je značilno, da migrantsko izkušnjo prikazujejo kot njihovo osrednjo identitetno razsežnost, pri tem pa marginalizirajo druge vloge, ki jih te osebe opravljajo v svojem življenju. Osebe, ki se selijo, so lahko starši, zdravniki, delavci ali otroci, zato je migrantska izkušnja le ena izmed mnogih ter nikakor ne nujno najpomembnejša in najbolj določujoča v njihovem življenju. Nasprotno pa je v političnem in medijskem diskurzu migrantska izkušnja pogosto predstavljena kot osrednja kategorija, ki zasenči vse druge dimenzije identitete migranta. Na to opozarja tudi Hrvatin (2017), ki na primeru analize televizijskega poročanja o begunkah v Sloveniji opozarja, da bi bilo treba namesto enotnega predstavljanja begunk kot skupine ljudi brez avtonomnih stališč, želja in potreb o njih poročati kot o posameznicah, pri katerih migracija predstavlja eno izmed (pomembnih) življenjskih izkušenj, nikakor pa ne edino. Begunstvo je začasna in zgolj ena izmed vlog, ki jih ženske zavzemajo v svojem življenju – kot same povedo, so tudi profesorice, farmacevtke, študentke, matere, hkrati pa izražajo jezo, zaskrbljenost, strah in odločnost (več v Hrvatin, 2017).

3.2 Značilnosti migracijskega diskurza z vidika medijske konstrukcije »krize«

Na področju proučevanja »migracij v medijih« je prisoten konsenz o tem, da imajo množični in družbeni mediji pomembno vlogo pri oblikovanju odnosa državljanov do migrantske problematike. Način, kako mediji prikazujejo tematiko migracij, neposredno vpliva na načine, kako jo bo pojmovala širša javnost in kakšne bodo politične odločitve na tem področju. Zaradi tega je proučevanje migracij z vidika analize medijskega diskurza osrednjega pomena za razumevanje, kako migracije percipira širša javnost (Consterdine, 2018; Eberl idr., 2018; Malešič, 2017; Smets idr., 2020b).

V literaturi s področja proučevanja »migracij v medijih« je splošno znano, da so prihodi migrantov v množičnih in družbenih medijih pogosto prikazani kot »kriza«, iz česar sledijo poimenovanja kot denimo »begunska/migrantska kriza« in podobno (Musolff in Viola, 2019; Smets idr., 2020b). Poimenovanje migracij kot »krize« že v izhodišču predpostavlja razumevanje migracij kot stanja vsesplošne ogroženosti in kaosa, podobnega večjim naravnim katastrofam, pandemijam ali drugim izrednim dogodkom, ki zahtevajo hitre in obsežne ukrepe (Drolc, 2003; Erjavec, 2003; Esses idr., 2013; Jalušič, 2001; Kralj, 2008). Tovrstno razumevanje migracij pogosto deluje kot orodje za legitimiranje političnih praks, usmerjenih v aktivacijo represivnih aparatov države, kot sta policija in vojska, ter v zaostrovanje azilne zakonodaje in omejevanje človekovih pravic migrantov (Doupona Horvat idr., 1998 [2001]; Freeman idr., 2013; Hampshire, 2013; Haynes idr., 2016; Kralj, 2008; Malešič, 2017; Mihelj, 2004; Pajnik, 2017; Vezovnik, 2018a; Wodak, 2015; Žagar, 2018).

Na podlagi obstoječih raziskav na področju proučevanja »migracij v medijih« (na primer Consterdine, 2018; Eberl idr., 2018; Pajnik, 2003; Smets idr., 2020b; Smrdelj, 2021; Vezovnik, 2017a) je mogoče opredeliti nekatere splošne značilnosti konstrukcije migrantske »krize« v množičnih in družbenih medijih. Najpomembnejša značilnost je prikazovanje migrantov kot Drugih v odnosu do dominantne družbe (Musolff in Viola, 2019). Pozicija Drugega se vzpostavlja na kompleksnem prepletu različnih diskurzov, ki uokvirjajo tematiko migracij. Med najbolj prepoznavnimi negativnimi načini prikazovanja migrantov izstopa že omenjeni »sekuritizacijski diskurz«, ki migrante predstavlja kot grožnjo varnosti in družbenemu redu (na primer Bassin idr., 2002; Erjavec, 2003; Malešič, 2017; Šaina in Turnšek, 2017; Vezovnik, 2018a; Vidmar Horvat, 2017; Žagar, 2018). Na drugi strani pa je med naklonjenimi obravnavami migrantov najpogostejše prisoten »humanitarni diskurz«, ki

migrante prikazuje kot žrtve konfliktov, nesreč in neugodnih socialnih razmer (na primer Smrdelj in Vogrinc, 2020). Poleg tega se pojavljajo še drugi diskurzi, na primer »nacionalistični diskurz«, ki temelji na specifičnih predstavah nacionalnega zamišljanja in služi kot osnova za izključevanje migrantov na podlagi etnične nepripadnosti, kulturnih razlik ali domnevne ogroženosti nacionalne identitete (na primer Jalušič, 2001; Kralj, 2008; Kuzmanić, 1998, 1999; Mihelj, 2004).

Našteti diskurzi v različnih družbeno-zgodovinskih kontekstih prevzemajo različne oblike, ki se najpogosteje izražajo na ravni a) poimenovanja migrantov (na primer Mihelj, 2004; Žagar, 2018), b) nasprotja »mi« vs. »oni« in metaforike naravnih pojavov (na primer Doupona Horvat idr., 1998 [2001]; Pajnik, 2016, 2018a; Velikonja, 2017), c) privilegiranju glasu parlamentarne politike (na primer Jontes, 2017; Luthar, 2017) in č) marginaliziranja migrantskega glasu (na primer Bassin idr., 2002; Hrvatin, 2017; Vezovnik in Šarić, 2018).

Sekuritizacijski, humanitarni, nacionalistični in drugi diskurzi imajo v družbeni realnosti različne pojavnosti in značilnosti, ki jih bomo podrobneje predstavili v nadaljevanju. Njihova obravnava nam bo služila kot izhodišče za analizo migracijskega diskurza na Twitterju. Ob tem poudarjamo, da omenjeni diskurzi in načini njihove manifestacije niso edini, temveč gre za tiste, ki se najpogosteje pojavljajo v obstoječi literaturi. V analizi bomo zato poleg vnaprej določenih diskurzov in njihovih značilnosti pozorni tudi na morebitne nove diskurzivne vzorce in posebnosti, ki se lahko pojavijo v razpravi na Twitterju.

Pri predstavitvi zgoraj navedenih diskurzov in njihovih manifestacij bomo izhajali iz raziskav, ki obravnavajo migracijski diskurz v slovenskem kontekstu, zlasti v povezavi z množičnimi prihodi migrantov v obdobjih 1992–1993, 1999–2001 in 2015–2016. Hkrati bomo v analizo vključili tudi ugotovitve tujih sorodnih raziskav. Pri tem bomo izhajali iz literature, ki se osredotoča tako na množične kot družbene medije, saj se zaradi hibridnega značaja sodobne digitalne medijske sfere migracijski diskurzi pogosto prepletajo.

Obenem želimo pojasniti, da se konstrukcija Drugega, kot se pojavlja v primeru prikazovanja migrantov v prevladujočem medijskem in političnem diskurzu v obdobju migrantske »krize« v Sloveniji in širše v Evropi (Smrdelj, 2021), ni vzpostavila nenadoma ali izključno v tem obdobju, temveč ima globlje zgodovinske in družbene korenine. Kot smo že omenili, lahko podobne vzorce srečamo že ob prejšnjih množičnih prihodih oseb v Slovenijo v obdobjih 1992–1993 in 1999–2001. Konstrukcija Drugega pa ni omejena zgolj na migrante, temveč sega tudi na druge družbene manjšine, kot so

izbrisani, Romi, muslimani, nizkokvalificirani delavci migranti iz nekdanjih jugoslovanskih regij in drugi. Naštete skupine so bile v dominantnem etno-nacionalističnem zamišljanju slovenske nacije, ki se je še posebej utrdilo po osamosvojitvi Slovenije leta 1991, zznane kot Drugi, kot tisti, ki ne sodijo v okvir slovenske nacionalne skupnosti (Mihelj, 2004; Pajnik, 2018b; Vezovnik, 2017a). Istočasno pa konstrukcija Drugega v Sloveniji odseva tudi širše evropske trende, kjer se podobni diskurzivni mehanizmi uporabljajo za vzpostavljane razmejitve med evropskim »mi« in neevropskim Drugim (Vezovnik, 2017a, str. 7).

3.2.1 Sekuritizacijski diskurz

Pod pojmom »sekuritizacijski diskurz« razumemo skupek različnih diskurzivnih elementov, značilnosti in praks, ki migracije obravnavajo in uokvirjajo kot varnostno vprašanje (Malešič, 2017; Smrdelj in Vogrinc, 2020; Šaina in Turnšek, 2017; Učakar, 2017; Vezovnik, 2018a; Vidmar Horvat, 2017). Kot smo že pojasnili v uvodnem poglavju, je sekuritizacijski okvir v zadnjih desetletjih postal osrednji način, prek katerega se v prevladujočem medijskem in političnem diskurzu upravičuje razloge za zavračanje migrantov. Njegovo uveljavitev in normalizacijo so okrepili posamezni globalno izpostavljeni dogodki (na primer teroristični napad 11. septembra 2001 v ZDA, ki je bil predstavljen kot dejanje, ki so ga zagrešili Drugi), kar je imelo tudi vpliv na oblikovanje varnostnih politik, politik nadzora in strožjih mejnih režimov, v okviru katerih so migranti, zlasti tisti, ki so z vidika dominantne družbe opredeljeni kot Drugi, obravnavani kot potencialna varnostna grožnja (Učakar, 2017; Bigo, 2005; Smrdelj in Vogrinc, 2020).

Čeprav »varnost« predstavlja osrednji gradnik sekuritizacijskega diskurza, sekuritizacijo migracij sooblikujejo tudi številni drugi diskurzivni elementi in prvine, ki se prepletajo z varnostno dimenzijo. Vezovnik (2018a) izpostavlja a) konstrukcijo strahu in tveganja, kjer so migracije predstavljene kot potencialna grožnja za dominantno družbo; b) kriminalizacijo migracij, v okviru katere so migranti diskurzivno povezani s kaznivimi dejanji in nezakonitostjo; c) militarizacijo migracij, kjer se migracije obravnavajo z vidika vojaškega bese-dišča in ukrepov, značilnih za vojno stanje; ter d) konstrukcijo izjemnosti in ustvarjanje izrednih razmer, kar omogoča, da se množični prihodi migrantov prikazujejo kot »kriza«. Malešič (2017) omenja tudi e) selektivno posredovanje informacij, poenostavljanje in pretiravanje pri prikazovanju migrantskega

dogajanja z namenom krepitve predstave, da migracije predstavljajo varnostno tveganje za dominantno družbo. Kot že pojasnjeno v uvodu, se sekuritizacija migracij nanaša na širši okvir razumevanja migracij, ki temelji na prepletu navedenih elementov. Ko pa govorimo o »varnosti«, imamo v mislih varnostno pojmovanje migracij v ožjem smislu (na primer predstavljanje migrantov kot nasilnih ali kot kulturno grožnjo dominantni družbi), ne pa celotnega prepleta elementov, ki tvorijo širšo sekuritizacijo migracij.

V okviru prvega elementa, konstrukcije strahu in tveganja, se migracije pogosto povezuje z domnevno »grožnjo«, ki naj bi jo migranti predstavljali dominantni družbi. Ob tem pristopi v sekuritizacijskih študijah poudarjajo, da migranti ne predstavljajo dejanske eksistenčne grožnje lokalnemu prebivalstvu, ampak so predstavljeni in konstruirani kot grožnja prek diskurza (Vezovnik, 2018a, str. 2). Ta grožnja se lahko izraža kot kulturna ogroženost, pri čemer so migranti prikazani kot tisti, ki zaradi svoje kulturne in verske različnosti potencialno ogrožajo kulturno in versko identiteto dominantne družbe. Poleg tega se varnostno vprašanje lahko nanaša tudi na bolj neposredno, fizično ogroženost, pri čemer so migranti predstavljeni kot posamezniki, ki so lahko nasilni in ogrožajo osebno varnost lokalnih prebivalcev (Malešič, 2017). S predpostavko o fizični ogroženosti je povezana tudi predstava, da migranti prinašajo zdravstvena tveganja, saj naj bi bili prenašalci »nevarnih« bolezni (Bassin idr., 2002).

V okviru kriminalizacije migracij so migranti lahko prikazani kot kriminalci bodisi zaradi nezakonitega prečkanja državne meje, zaradi česar so pojmovani kot »ilegalni« migranti, bodisi zaradi domnevnega izvajanja določenih kriminalnih dejanj, ki so z njimi pogosto asociirane (na primer kraja, motenje javnega reda in miru, prodaja drog, spolni napadi) (Smerdelj in Vogrinc, 2020). Poleg tega se migrante v kontekstu kriminalizacije migracij pogosto povezuje tudi s terorizmom (Malešič, 2017). V literaturi se vse pogostejše govori tudi o pojavu »krimigracij«, ki označuje trende, povezane s čedalje večjim prepletanjem kazenskih in migracijskih postopkov (Bajt in Frelih, 2019; Kogovšek Šalamon idr., 2020).

Naslednji element sekuritizacijskega diskurza, militarizacija migracij, se kaže v uporabi besedišča, ki izhaja iz vojaškega konteksta, na primer »invazija«, »vdor«, »obleganje« (Vezovnik, 2018a, str. 12). Z militarizacijo migracij je tesno povezan tudi element retorike izjemnosti, ki vključuje ustvarjanje občutka izrednih razmer in upravičevanje uporabe ukrepov, značilnih za krizne situacije, kot so vključevanje vojske v upravljanje migracij, okrepitev policijskega

in obveščevalnega nadzora, poostritev mejnih režimov, gradnja rezilnih žičnih ograj, povečanje protiterorističnih dejavnosti ter zaostritev azilne politike, pogosto z namenom omejevanja dostopa migrantov do zaščite in pravic (Vezovnik, 2018a, str. 2).

Zadnji element sekuritizacijskega diskurza, ki ga povzemamo po Malešiču (2017), vključuje selektivno posredovanje informacij, poenostavljanje, pretiravanje in prednostno prikazovanje škandaloznih, bizarnih ali celo izmišljenih zgodb, ki poudarjajo kriznost in izjemnost okoliščin ter s tem dodatno legitimirajo varnostne ukrepe in retoriko izrednih razmer.

Navedeni elementi sekuritizacijskega diskurza, ki smo jih povzeli po Vezovnik (2018a) in Malešič (2017), se medsebojno prepletajo in vplivajo drug na drugega, pri čemer se njihov pomen, intenzivnost in način izražanja razlikujejo glede na specifične diskurzivne kontekste in konkretne primere, v katerih se manifestirajo.

Pomembno vprašanje je tudi, kakšno je razmerje med sekuritizacijskim diskurzom in njegovim prevajanjem v prakso, zlasti v kontekstu oblikovanja in izvajanja migracijskih politik. Strinjamo se z Vezovnik (2018a, str. 13), ki pravi, da tega procesa ne moremo razumeti kot linearno oziroma enosmerno razmerje, kjer bi diskurz neposredno narekoval določene ukrepe in *vice versa*, ampak je ta proces vzajemen in se prepleta. Diskurz legitimira določene prakse, jih normalizira in utrjuje, hkrati pa sekuritizacijski ukrepi povratno utrjujejo in reproducirajo obstoječe diskurzivne okvire.

Raziskave o migracijah v slovenskih medijih dosledno potrjujejo, da se je sekuritizacijski diskurz manifestiral v različnih oblikah, ki so izhajale iz družbenih in političnih okoliščin posameznih obdobj. V obdobju 1992–1993 so bili bosanski begunci v slovenskih medijih pogosto predstavljeni kot grožnja javnemu redu in varnosti ter kot potencialni povzročitelji kriminalnih dejanj (Doupona Horvat idr., 1998 [2001], str. 23). V času drugega množičnega prihoda (1999–2001) se je sekuritizacijski diskurz še dodatno zaostril. Migranti, ki so prihajali v Slovenijo, so bili v medijih pogosto obravnavani v rubrikah kronike, pri čemer so bila poročila osredotočena na nezakonito prečkanje državne meje. Najpogostejša vsebina so bila nekajvrstična policijska poročila, ki so zajemala zgolj podatke o številu prebežnikov in kraju njihovega prijetja (Bassin idr., 2002, 161; Erjavec, 2003, str. 88–89). V primerjavi z bosanskimi begunci iz prvega obdobja so bili migranti v drugem obdobju pogostejše označeni z izrazi, kot so »ilegalni migranti« in »ilegalci«, kar je dodatno poudarjalo njihovo domnevno nezakonitost (Žagar, 2018, str. 105). V obdobju tretjega

množičnega prihoda 2015–2016 pa je sekuritizacijski diskurz dajal podlago mnogim političnim ukrepom, kot je recimo postavitve rezilne žičnate ograje na slovensko-hrvaški meji (Smrdelj in Vogrinc, 2020).

3.2.2 Humanitarni diskurz

Humanitarni diskurz je v kontekstu migracij eden osrednjih načinov naklonjenega prikazovanja migrantov. Obsega diskurzivne prakse, značilnosti in prvine, katerih cilj je vzbujanje sočutja, solidarnosti, gostoljubnosti in skrbi za njihovo stisko. V nasprotju z negativnimi in stereotipnimi prikazi, kjer so migranti predstavljeni kot nevarni kriminalci ali kot grožnja fizični in kulturni identiteti dominantne družbe, humanitarni diskurz migrante prikazuje kot žrtve vojnih razmer ali drugih kriznih situacij ter izpostavlja njihove potrebe po pomoči in zaščiti (Smets idr., 2020b; Smrdelj in Vogrinc, 2020).

Humanitarni diskurz je pogosto vezan na dinamiko med »tukaj« in »tam«. Ko so migranti »tam«, daleč stran od »naše« države in družbe, so pripoznani kot žrtve humanitarne in vojne katastrofe, ko pa so »tukaj«, ogrožajo »našo« varnost in kulturo (Wright, 2014, str. 461). Predstavljena dinamika, ki odraža širše evropske trende v medijskem prikazovanju migracij (Consterdine, 2018; Georgiou in Zaborowski, 2017), je v obstoječih raziskavah dokumentirana na primeru slovenske nacionalne televizije. Pred začetkom migrantske »krize« 2015–2016 je bilo poročanje osredotočeno na tragične zgodbe o potovanjih s čolni, reševanju ljudi iz Sredozemskega morja in pobiranju trupel, kar je vzpostavilo okvir humanitarnega diskurza. Takšno poročanje je omogočalo vidnost migrantskih zgodb in je občinstvu ponujalo možnost identifikacije z nesrečno usodo migrantov, s čimer so bile migracije predstavljene kot globalni humanitarni problem. Ko pa je septembra 2015 prva večja skupina ljudi z vlakom prečkala hrvaško-slovensko mejo z namenom nadaljevanja poti proti Nemčiji, je prišlo do spremembe. Dokler so bili migranti daleč od slovenske meje, so bili v poročanju občasno predstavljeni kot humanitarni problem v tujini. Ko pa je Slovenija postala prehodna država na poti proti Zahodu, se je težišče s humanitarnega diskurza premaknilo na sekuritizacijski diskurz (Smrdelj in Vogrinc, 2020, str. 293–294).

Čeprav humanitarni diskurz velja za primer naklonjene obravnave migrantov, lahko vsebuje stereotipne in diskriminatorne predpostavke, ki reproducirajo obstoječa razmerja moči. Na primer, humanitarni diskurz lahko vodi v viktimizacijo, pri kateri so migranti prikazani kot nemočne žrtve, o katerih govorijo

drugi (na primer novinarji, politiki, policisti, predstavniki nevladnih organizacij). Viktimizacija prispeva k njihovemu »utišanju«, saj jim odvzema možnost, da bi delovali in govorili sami zase, v svojem imenu, ter jim onemogoča, da bi bili pripoznani kot dejavni akterji z lastno avtonomijo (Nyers in Rygiel, 2012; Smrdelj in Vogrinc, 2020). V tem kontekstu je treba izpostaviti teorije, povezane s konceptom avtonomije migracij (na primer Balibar, 2007; Mezzadra, 2010; Papadopoulos in Tsianos, 2013), ki migrante opredeljujejo kot akterje, ki niso zgolj žrtve konfliktov, temveč so tudi akterji, ki spreminjajo ustaljeni tok dogajanja in prevprašujejo obstoječi družbeni red (Pajnik, 2017). Poleg tega lahko humanitarni diskurz vzpostavlja okvir, v katerem so pripadniki dominantne družbe prikazani kot humanitarni »heroji«, ki rešujejo »uboge« in »nemočne« migrante, pri čemer se od migrantov pričakuje, da bodo izkazovali hvaležnost za prejeto pomoč (Holmes in Castaneda, 2016). Zaradi tega je pomembno, da pri analizi humanitarnega diskurza upoštevamo morebitne implicitne ideološke predpostavke, ki jih tak diskurz reproducira.

3.2.3 Nacionalistični diskurz

Pod pojmom »nacionalistični diskurz« razumemo diskurzivne prakse, značilnosti in prvine, ki razkrivajo, kako se v odnosu do migrantske populacije vzpostavljajo specifični tipi nacionalnih (in drugih identitetnih) zamišljanj (Anderson, 2007). Nacionalistični diskurz vzpostavlja razlikovanje med »nami«, tj. domnevno avtohtonim prebivalstvom, in »njimi«, tj. migrantsko populacijo, ki je predstavljena kot Drugi v odnosu do »naše« nacionalne identitete.

Nacionalistični diskurz v slovenskih medijih srečamo že v obdobju množičnega prihoda bosanskih beguncev v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja. Povezan je bil z nastankom nove države in dominantnim etnonacionalističnim zamišljanjem Slovenije kot krvno in sorodstveno povezane skupnosti Slovencev, in ne kot države vseh njenih prebivalcev (Kuzmanić, 1998, 1999; Mihelj, 2004). Slovenija je podobno kot druge nekdane jugoslovanske republike svojo nacionalno identiteto zgradila na etničnem antagonizmu, ki se ni manifestiral v krvavih medetničnih vojnah, ampak v konstrukciji moralne panike oziroma »krize« v zvezi s prihajajočimi bosanskimi begunci ter pozneje, v obdobju 1999–2001, tudi z migranti iz republik nekdane Sovjetske zveze, Azije, Bližnjega vzhoda in Afrike (Erjavec, 2003). Tako bosanski begunci v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja kot poznejši migranti na prelomu tisočletja so bili v medijskem diskurzu prikazani kot kulturna in varnostna

grožnja slovenskemu narodu (Jalušič, 2001; Kralj, 2008; Kuhar, 2001). Bosanski begunci so bili v nacionalistični maniri prikazani kot umazani, leni, nekulturni, nacionalistični, neevropski, balkanski, nagnjeni k nasilju in kriminalu, v odnosu do njih pa je bila vzpostavljena pozitivna samopodoba Slovencev. Implicitne značilnosti medijskih tekstov (na primer specifično kategoriziranje tekstov v časopisu oziroma televizijskih prispevkov znotraj dnevnoinformativnih oddaj, izbira intervjuvancev ter raba metafor in simbolov) so okrepile navedene negativne podobe (Mihelj, 2004, str. 432).

Nacionalistični diskurz se na ravni zamišljanja slovenske nacionalne identitete kaže tako, da je v medijskem diskurzu prisotno eksplicitno povezovanje bosanskih begunccev z »Balkanom« in Slovencev z »Evropo«. V obdobju 1999–2001 pa Slovenija ni bila več umeščena v »Evropo« oziroma »Zahod«, ampak je bila pripoznana kot območje, ki ločuje »Zahod« in »Vzhod« oziroma bogastvo in revščino. Slovenija se samodeklarira kot branilka takšne »Evrope«. Omejevanje migracij je interpretirano v luči obrambe bogastva pred revščino (Mihelj, 2004, str. 434–435).

Podoben vzorec je bil značilen tudi za obdobje migrantske »krize« 2015–2016, ko se je vzpostavilo nacionalno zamišljanje Slovenije kot varuhinje schengenske meje pred prihajajočimi Drugimi v Evropo, pri čemer se je migracije obravnavalo pretežno v varnostnih okvirih (Vidmar Horvat, 2017).

3.2.4 Poimenovanje migrantov

Poimenovanje migrantov je ena izmed osrednjih razsežnosti medijskega migracijskega diskurza. Izbira poimenovanj nakazuje, kako migrante dojema in konstruira dominantna družba, saj migranti teh oznak ne izbirajo sami, temveč so jim pripisane od zunaj. Poimenovanja lahko izražajo naklonjenost in upravičenost njihovega sprejema, kot pri oznaki »begunec«, ki implicira pravico do zaščite, ali pa izražajo neupravičenost migracije in nelagodje ob sprejemanju, kot pri oznaki »ekonomski migrant«. Slednja temelji na ideološki predpostavki, da njihovo priseljevanje ni legitimno, ker njihovo življenje ni neposredno ogroženo, saj ne odhajajo zaradi vojnih razmer, temveč zaradi pomanjkanja ekonomskih priložnosti. Predpostavljeno je, da je zgolj vojna upravičen razlog za migriranje, čeprav lahko tudi ekonomska negotovost resno ogroža življenje ljudi. Oznake za opis migrantov, ki pomembno vplivajo na javno mnenje o migracijah, ne odražajo nujno njihovega dejanskega družbenega položaja, temveč so pogosto ideološko motivirane, odvisno od tega, ali

jih želi dominantna družba sprejeti ali ne (Consterdine, 2018; Crawley, 2005; Kaye, 2001; Wood in King, 2001). Zato, kot smo že izpostavili pri opredelitvi migracij, pri analizi poimenovanj, ki se v medijskem diskurzu uporabljajo za migrante, izhajamo iz stališča, da ta nikoli niso nevtralna, temveč odsevajo družbena razmerja, strukture moči in mehanizme podrejanja (Pajnik, 2016; Smets idr., 2020b).

Na področju poimenovanja migrantov lahko v kontekstu proučevanja migracij v slovenskih medijih izpostavimo, da se je v slovenskem medijskem diskurzu že v devetdesetih letih vzpostavilo razlikovanje med »pristnimi begunci« in »ekonomskimi migranti« (Smrdelj, 2021). V prvem obdobju (1992–1993) je prevladovala oznaka »začasni begunci«, v drugem (1999–2001) pa »ilegalni migranti«. Prvim je bila priznana možnost začasnega bivanja v Sloveniji, medtem ko naj bi drugi zgolj prečkali državo, saj so odhajali iz ekonomskih razlogov, njihovo življenje pa ni bilo neposredno ogroženo, zato naj ne bi bili upravičeni do pomoči (Žagar, 2018, str. 111–112). Zelo redko so bile za migrante iz obdobja 1999–2001 uporabljene oznake, ki bi predpostavljale, da so prišli v Slovenijo z namenom trajnega bivanja (Mihelj, 2004, str. 434). V medijih se je za migrante iz tega obdobja pogosto pojavljal tudi izraz »ilegalci«, ki jih je eksplicitno opredeljeval kot kriminalce. S tem poimenovanjem je bil njihov status reduciran na kršenje zakona zaradi domnevno nezakonitega prečkanja meje, ob tem pa je bila kompleksnost migrantske izkušnje popolnoma zamegljena (Žagar, 2018, str. 114). Migranti so bili pogosto predstavljeni kot nasilneži in kriminalci ter povezani s policijo in kriminalnimi dejavnostmi, kot sta trgovina z drogami in prostitucija. Poleg tega so jih mediji prikazovali kot nečiste, brez higienskih navad in kot potencialne prenašalce nevarnih bolezni (Bassin idr., 2002, str. 164; Erjavec, 2003, str. 86; Mihelj, 2004, str. 436).

Tudi v obdobju 2015–2016 in pozneje je bil cilj slovenske politike, čim več oseb kategorizirati kot »ekonomske migrantke«, torej kot posameznike, ki jih je lažje zavrnil in deportirati, ter čim manj kot »begunce«, ki so upravičeni do mednarodne zaščite, sprejema in pomoči (Velikonja, 2017, str. 112–113; Vezovnik, 2017b; Žagar, 2018, str. 121). Ko so predstavniki parlamentarne politike in množičnih medijev želeli poudariti humanitarno dimenzijo, so govorili o »beguncih«, pri čemer so kot nemočne žrtve najpogosteje izpostavljali ženske in otroke. Ko pa so okrepili mejni nadzor, so začeli zagovarjati strožje razlikovanje med »begunci« in »neupravičenimi ekonomskimi migranti«, še posebej mladimi moškimi, ki naj bi morali ostati doma in braniti domovino. Pozneje, ko je bil v Sloveniji vzpostavljen strožji mejni režim, ki je vključeval postavitev rezilne žičnate ograje, so ekonomski migranti v političnem in

medijskem diskurzu postopoma začeli prevzemati še nevarnejšo podobo – postali so potencialni »teroristi«, ki naj bi ogrožali nacionalno varnost (Pajnik, 2016, str. 67; 2018, str. 190–191). Ta diskurz je bil posebej izrazit v »desno« usmerjenih množičnih medijih, kot sta tednika Reporter in Demokracija. Kot pokaže Pušnik (2017), so bili migranti v omenjenih medijih dvojno degradirani. Sprva so bili prikazani kot »ekonomski migranti«, ki napadajo gospodarstvo domače države, nato pa je bil njihov status še dodatno negativno reduciran na »muslimane«, ki ne ogrožajo zgolj ekonomskih, temveč tudi kulturne temelje slovenske države.

3.2.5 Nasprotje »mi« vs. »oni« in metaforika naravnih pojavov

»Drugost« (ang. *otherness*) ni posledica dejanske drugačnosti določene družbene skupine, temveč je učinek diskurza, v katerem je nekdo konstruiran kot odklon od »norme«, drugačen od »večine«, torej kot Drugi. Distinkcija med »nami« in »njimi« družbam, družbenim skupinam in posameznikom omogoča, da se razdelijo v dve hierarhično neenakovredni kategoriji: na »nas«, ki smo predstavljeni kot večvredni nosilci »pravih« družbenih vrednot in norm, ter na »njih«, ki so zaradi domnevnega odstopanja od dominantnih družbenih norm označeni kot manjvredni. Ločevanje na »nas« in »njih« tvori temelj identitetne konstrukcije dominantne družbe – tiste družbe, ki sama vzpostavlja to distinkcijo z namenom, da določene družbene skupine marginalizira in diskriminira (Staszak, 2008). Takšna dinamika je stalnica tudi v slovenskem medijskem migracijskem diskurzu, kjer so migranti dosledno predstavljeni kot Drugi, kot tisti, ki prihajajo k »nam«, s čimer ogrožajo »našo« družbo (Smrdelj, 2021).

Razumevanje migrantov kot Drugih se vzpostavlja v procesih homogenizacije in diferenciacije. Velikonja (2017) pojasnjuje, da gre pri homogenizaciji za odsotnost refleksije vsakršne znotrajskupinske heterogenosti in prikazovanje migrantov kot deindividualiziranih, ahistoriziranih in apolitičnih akterjev. Homogenizaciji je komplementarna diferenciacija, pri kateri gre za izrazito poudarjanje razlik med »nami«, člani dominantne družbe, in »njimi«, migranti.

Metaforika naravnih pojavov je eden najpogostejših načinov, s katerimi se migrante konstruira kot Druge in jih umešča v razlikovanje »mi« vs. »oni«. Metaforika naravnih pojavov, ki je splošno prepoznana kot ena izmed oblik negativnega medijskega prikazovanja migracij (Eberl idr., 2018, str. 213–214), »količino« prihajajočih migrantov ponazarja z metaforami, kot so val, reka

in/ali poplava. Takšen diskurz migrante zreducira na homogeno, brezimno in nediferencirano množico, ki jo je lažje vključiti v antagonistični okvir »mi« vs. »oni«. Poleg tega metaforika naravnih pojavov implicira, da migracij ni mogoče predvideti (tako kot ni mogoče predvideti naravnih pojavov) in da jih je mogoče »zajezi« zgolj s silo in agresijo. Prav tako izključuje politične in strukturne družbene dejavnike, saj predpostavlja, da so migracije spontani in neizogibni pojavi, neodvisni od človeškega delovanja, podobno kot naravne nesreče (Doupona Horvat idr., 1998 [2001]; Mihelj, 2004; Pušnik, 2017; Pajnik, 2017; Žagar, 2018).

3.2.6 Privilegiranje »glasu« parlamentarne politike

Raziskave na področju proučevanja »migracij v medijih« bolj ali manj soglasno ugotavljajo privilegiranje glasu parlamentarne politike in marginalizacijo vseh drugih glasov v medijskem diskurzu (na primer predstavnikov nevladnih organizacij, strokovnjakov, migrantov) (Consterdine, 2018; Eberl idr., 2018; Smets idr., 2020b; Smrdelj, 2021). Glas predstavnikov parlamentarne politike ne nastopa kot ena izmed možnih razlag, temveč kot osrednja in najbolj samoumevna interpretacija migrantskega dogajanja. Ko gre za medijsko poročanje, množični mediji pogosto zatajijo pri vzpostavljanju kritične distance do diskurza parlamentarne politike in namesto tega reproducirajo njen okvir razumevanja migracijske problematike. Namesto da bi stališče parlamentarne politike predstavili kot eno izmed številnih možnih razlag dogajanja, ga legitimizirajo kot edino in najbolj samoumevno. To se kaže v izbiri besed, sogovorcev v studiu in novinarskih prispevkih, v umestitvi novic v tematska področja in v prednostnem citiranju uradnih vladnih virov ob hkratnem zapostavljanju virov šibke javnosti (Doupona Horvat idr., 1998 [2001]; Erjavec, 2003; Jontes, 2017; Luthar, 2017; Mihelj, 2004; Pajnik, 2016, 2018a).

Primer privilegiranja glasu parlamentarne politike v slovenskem medijskem poročanju je dokumentiran že v obdobju 1992–1993, in sicer z analizo, kako so politični akterji določali logiko razprave, novinarji pa so jo nekritično prevzemali. Doupona Horvat idr. (1998 [2001], str. 20–23) navajajo, da so se novinarji resno ukvarjali z vprašanjem najvišjega števila bosanskih beguncev, ki jih lahko sprejme Slovenija. To vprašanje, ki ga je prvotno kot relevantno vzpostavila parlamentarna politika, so novinarji povzeli in predstavili kot legitimno problematiko, namesto da bi opozorili, da gre le za enega izmed možnih okvirov obravnave te teme. V skladu s tem je v medijskem diskurzu

prevladovala metafora »begunski/migrantski val«, s katero je bila ponazorjena domnevno neobvladljiva količina prihajajočih bosanskih beguncev.

Privilegiranje glasu parlamentarne politike je na področju proučevanja migracij v slovenskih medijih dokumentirano tudi v obdobju 1999–2001. Na začetku tega obdobja so v televizijskem novičarskem poročanju prevladovala kratke novice o številu ujetih migrantov pri prečkanju državne meje, objavljene skorajda nespremenjeno, kot jih je posredovala policija (Erjavec, 2003, str. 88–89). Novinarji so z zvestim in nekritičnim zrcaljenjem vladnega policijskega diskurza normalizirali ksenofobni pogled na migracije. Pozneje, januarja in februarja 2001, sta se v medijih vzpostavili dve poziciji, in sicer pozicija »glasu ljudstva« in pozicija zoper ksenofobijo (Jalušič, 2001; Erjavec 2003; Mihelj, 2004). »Glas ljudstva« je predstavljal stališča lokalnih prebivalcev in civilnih iniciativ, ki so nasprotovala migrantskim nastanitvenim centrom v svojih krajih. Novinarji so ponovno normalizirali ksenofobijo z zvestim in nekritičnim zrcaljenjem njihovih stališč (Erjavec, 2003). Status žrtve so pripisovali lokalnim prebivalcem, in ne migrantom (Jalušič, 2001). Kot odziv na ksenofobno retoriko so se pojavili pozivi k bolj strpnemu medijskemu poročanju. Poziv so izrazili nekateri intelektualci, nevladne organizacije in tudi politiki. Novinarji so se takrat razdelili na dva pola: večina podpira »ljudstvo« pred »državo«, medtem ko je manjšina te proteste označevala za ksenofobne (Mihelj, 2004, str. 436). Po Jalušič (2001) je pozicija »glasu ljudstva« redefinirala slovensko nacionalno identiteto, ki ni več izhajala iz nasprotja Slovenija vs. Balkan, ampak »lokalna skupnost« vs. »država«. Mihelj (2004, str. 436–437) argumentira, da sta medijska podpora »ljudstvu« in odpor proti »državi« temeljila na zamišljanju Slovenije kot države vseh med seboj krvno in sorodstveno povezanih Slovencev, in ne kot države vseh njenih prebivalcev. Poziv k manj ksenofobnemu medijskemu poročanju je predstavljal priložnost, da zamaje dominantne etnonacionalno razmišljanje slovenske nacije, vendar je naletel na vsesplošni odpor, saj so se množični mediji postavili na stran »ljudstva«. Zaradi tega so politični predstavniki državnih organov spremenili taktiko. Ugodili so nekaterim zahtevam nevladnih organizacij po uvedbi liberalnejše migracijske politike, a hkrati so upoštevali tudi voljo »ljudstva« in uvedli restriktivnejšo zakonodajo (na primer omejitve pravice do svobodnega gibanja za vse migrante). A čeprav so politični predstavniki skušali demantirati ksenofobni »glas ljudstva«, pa Erjavec (2003, str. 97) opozarja, da so bili prav slednji zaslužni za prvotno vzpostavitev ksenofobnega okvira razprave o migrantih na začetku obdobja 1999–2001.

Privilegiranje glasu parlamentarne politike je dokumentirano tudi za obdobje 2015–2016. Slovenski novinarji niso reflektirali pomena izrazov, ki so jih uporabljali, temveč so pogosto nekritično reproducirali diskurz političnih akterjev. Tako kot politiki niso želeli govoriti o rezilni žičnati ograji in so raje uporabljali evfemistični izraz »tehnična ovira«, so enako besedišče prevzeli tudi množični mediji, s čimer so legitimirali politični diskurz. Poleg tega so brez kritične distance prevzemali razlikovanje med »upravičenimi« in »neupravičenimi« migranti, ne da bi opozorili na ideološke predpostavke takšne kategorizacije (Pajnik, 2016, str. 67–69). Podoben vzorec je opazen tudi v dnevni informativni pogovorni oddaji *Odmevi* na slovenski javni televiziji, kjer bi tema migracij lahko bila osvetljena z različnih zornih kotov. Vendar pa je analiza pogovornih oddaj v tem obdobju razkrila, da sta izbor gostov in način njihove diskurzivne obravnave vodila v zoženje razprave na perspektivo predstavnikov parlamentarne politike. Med gosti v studiu ali kot avtorji izjav v prispevkih so se najpogosteje pojavljali politiki, pri čemer so se predstavniki »desno« usmerjene Slovenske demokratske stranke (v nadaljevanju SDS)¹⁸ pojavljali najpogosteje, medtem ko bili predstavniki »levih« strank, kot sta stranki Socialni demokrati (SD) in Združena levica (ZL), prisotni redkeje (Luthar, 2017). Tudi analiza novičarskih komentarjev v časopisu *Delo* je pokazala, da se njihova vsebina umešča v prevladujoč politični kontekst, pri čemer so bile evropske migracijske politike obravnavane izključno v okviru aktualnih političnih razprav, ne da bi upoštevali perspektive nevladnih virov (Pajnik, 2017). Podobno je tudi analiza slovenskih časopisov *Delo*, *Dnevnik* in *Večer*, ki jo je opravil Jontes (2017), razkrila, da so najpogosteje citirani uradni vladni viri, medtem ko se predstavniki nevladnih organizacij, prostovoljci in migranti le redko pojavljajo kot novičarski viri, kar dodatno potrjuje marginalizacijo alternativnih glasov v medijskem poročanju.

Sklenemo lahko, da je privilegiranje predstavnikov parlamentarne politike stalnica medijskega diskurza v vseh treh obdobjih množičnega prihoda migrantov v Slovenijo (1992–1993, 1999–2001 in 2015–2016). Kot že izpostavljeno pri obravnavi koncepta medijske logike v prejšnjem poglavju, lahko to dinamiko pojasnimo s fetišizacijo močne javnosti (Pajnik, 2016, str. 65), zaradi katere poklicna novinarska ideologija uradne, vladne vire obravnava kot zanesljive in verodostojne zgolj na podlagi njihove institucionalne avtoritete. Vendar pa institucionalni izvor vira ne zagotavlja, da ponuja »neideološki« ali »objektiven« pogled na družbeno realnost (Pajnik, 2016; Jontes, 2017).

18 SDS je bila v obdobju migrantske »krize« 2015–2016 največja opozicijska stranka v Sloveniji.

3.2.7 Marginalizacija migrantskega »glasu«

Marginalizacija migrantskega glasu označuje zapostavljenost ali odsotnost migrantov v dominantnem medijskem diskurzu tako na verbalni (zapisano ali govorjeno besedilo) kot tudi na vizualni ravni (fotografije, videoposnetki, zvok) (Chouliaraki in Zaborowski, 2017; Sigona, 2014; Nikunen, 2020). Raziskave, ki proučujejo migracije v slovenskih medijih, potrjujejo, da se vzorec zapostavljenosti ali odsotnosti migrantskih glasov sistematično ponavlja v vseh treh obdobjih in se kaže v različnih oblikah, na primer z izključitvijo migrantskega glasu iz televizijskih prispevkov (Hrvatín, 2017; Smrdelj in Vogrinc, 2020) ali z vizualnimi strategijami, ki migrante prikazujejo na način, ki jih dehumanizira in reducira na anonimno množico (Bassin idr., 2002; Vezovnik in Šarić, 2018).

Na primeru slovenskega televizijskega poročanja v obdobju tretje migrantske »krize« Hrvatín (2017) ugotavlja, da se begunke v medijskih prispevkih pojavljajo bistveno redkeje kot begunci. Razmerje med njihovim pojavljanjem je izrazito neuravnoteženo (begunci 89 %, begunke 11 %), kar odraža širši vzorec spolno selektivnega prikazovanja migracij. Prispevki, v katerih begunci in begunke nastopajo kot sogovorniki, vključujejo kratke izjave več oseb ali pa osebe nastopajo v skupini in se med seboj dopolnjujejo. Kadar pa se v prispevkih pojavljajo belci, je mesto izjavljanja prepuščeno samo njim in ni fragmentirano kot v primeru, ko besedo dobijo begunci. Podoben vzorec prikazovanja migrantov ugotavljata tudi Smrdelj in Vogrinc (2020), ki na primeru analize prispevkov v oddaji *Dnevnik na slovenski javni televiziji* opozarjata, da so migranti v televizijskem diskurzu odsotna instanca. O njih se poroča, ne da bi dobili možnost, da spregovorijo ali da bi bili vizualno prisotni. Namesto tega so reducirani na temo, o kateri razpravljajo drugi akterji, kot so politiki, zaskrbljeni vaščani in predstavniki policije.

Podobna praksa se kaže tudi v vizualni reprezentaciji migrantov v tiskanih in spletnih medijih. Bassin idr. (2002, str. 161–162) ugotavljajo, da fotografije slovenskih časopisov v obdobju 1999–2001 migrante prikazujejo na mejnih prehodih, v kletah policijskih postaj in v zasebnih prostorih oseb, ki so jim pomagale pri prečkanju meje. Umeščenost migrantov v prostore, povezane z njihovim domnevno nezakonitim prihodom v Slovenijo, poudarja nelegalnost njihovega početja. Migranti na fotografijah čepijo ali ležijo na tleh, obraze si zakrivajo ali pa jih skrivajo med nogami, kar krepi njihovo dehumanizacijo. Tudi Vezovnik in Šarić (2018) na primeru slovenskega in hrvaškega javnega spletnega portala v obdobju migrantske »krize« 2015–2016 tematizirata specifično kategorijo fotografij, ki prikazujejo migrante, vendar jih ne predstavi

kot akterje oziroma subjekte. Subjekti so zamenjani z objekti (na primer smeti, rezilna žičnata ograja, vozila, označbe na mejah), ki metaforično, metonimično ali simbolično stojijo za migranti in migracijami.

3.3 Migrantska »kriza« 2015–2016 v Sloveniji

Od osamosvojitve leta 1991 je bila Slovenija priča trem množičnim prihodom migrantov, in sicer v obdobjih 1992–1993, 1999–2001 in 2015–2016 (Žagar, 2018). Prvi prihodi migrantov so bili posledica vojn na ozemlju republik nekdanje Socialistične federativne republike Jugoslavije (SFRJ). Poleti 1991 so v Slovenijo prispeli hrvaški begunci, večinoma iz Vukovarja in Osijeka v vzhodni Hrvaški, nekateri pa tudi iz karlovskega območja in Krajine. V Sloveniji so ostali kratek čas in niso bili deležni večje javne pozornosti. Kasneje, med aprilom in junijem 1992, je sledil množičen prihod bosanskih beguncev, ki so bili v tistem času osrednja tema javnega zanimanja (Doupona Horvat idr., 1998 [2001], str. 14–15).

Drugo obdobje se je pričelo s prihodom beguncev s Kosova spomladi 1999 (Erjavec, 2003, str. 84), nadaljevalo pa z migranti iz republik nekdanje Sovjetske zveze, Azije, Bližnjega vzhoda in Afrike, ki so prihajali predvsem zaradi slabih gospodarskih razmer in omejenih življenjskih priložnosti v državah svojega izvora (Žagar, 2018, str. 103). Medijsko so bili najbolj izpostavljeni jeseni 2000 in v prvih treh mesecih leta 2001 (Jalušič, 2001, str. 16–21).

Tretje obdobje predstavlja prihod oseb iz Sirije, Afganistana in Iraka v drugi polovici leta 2015, predvsem oktobra in novembra, ko je bil njihov prihod naj-intenzivnejši, nato pa je v decembru in januarju 2016 začel upadati (Vlada Republike Slovenije, 2016; Eurostat, 2019). To obdobje je bilo posledica arabske pomladi ter nestabilnih vojaških in socialnih razmer v regiji, ki so narekovale vzorce migracij po vsem svetu (Kogovšek Šalamon in Bajt, 2016; Zadnikar, 2017). Empirično izhodišče naše analize je prav to tretje obdobje, zato bomo v nadaljevanju predstavili njegove glavne mejnike. Podrobnejša kronologija dogodkov tega obdobja je na voljo v Šeruga (2018).

3.3.1 Kronologija dogajanja

Kot prvi pomemben časovni mejnik izpostavljamo 16. julij 2015, ko je Vlada Republike Slovenije (Vlada RS) sprejela načrt za zagotovitev nastanitve in oskrbe v primeru povečanega števila prosilcev za mednarodno zaščito. Načrt

je predvideval namestitev za največ 900 migrantov (Šeruga, 2018, str. 8). Humanitarne in nevladne organizacije, ki so sodelovale na sestanku, na katerem je bil načrt predstavljen, so na podlagi izkušenj drugih držav, ki so v preteklih mesecih doživele množičen prihod migrantov, načrt ocenile kot neustrezen. Po njihovem mnenju so bile sprejemne kapacitete premajhne, poleg tega pa je vlada napačno ocenila pripravljenost sosednjih držav za sprejem oseb, ki bi jih Slovenija zavrnila. Prav tako ni upoštevala dejstva, da večina migrantov ne bo zaprosila za azil v Sloveniji. Zaradi teh pomislekov je skupina nevladnih organizacij 25. avgusta 2015 naslovila pismo na takratnega predsednika vlade Mira Cerarja, v katerem ga je pozvala k vzpostavitvi humanitarnega koridorja in kreptvi solidarnosti med državami EU. Tri dni kasneje je predsednik vlade organiziral sestanek z nevladnimi organizacijami, na katerem je zagotovil, da bo prvi odziv na migrantsko »krizo« temeljil na humanitarnem pristopu. Obenem je poudaril, da je migracije treba pojmovati kot priložnost (Kogovšek Šalamon in Bajt, 2016, str. 7–8).

Premik iz humanitarnega k sekuritizacijskemu razumevanju migracij je bilo v dominantnem medijskem in političnem diskurzu mogoče opaziti 17. septembra 2015, ko je prva večja skupina migrantov prečkala hrvaško-slovensko mejo (Malešič, 2017, str. 953). Humanitarni diskurz, v katerem so bili migranti predstavljeni predvsem kot žrtve konfliktov in vojn, je prevladoval pred množičnimi prihodi. V trenutku, ko so prvi migranti vstopili na slovensko ozemlje, pa je v ospredje stopil sekuritizacijski okvir, v katerem so bili migranti pogosto uokvirjeni kot potencialna grožnja nacionalni varnosti. S tem se je potrdilo že omenjeno razlikovanje med »tukaj« in »tam« (Wright, 2014, str. 461).

Že takoj po prvih prihodih je postalo očitno, da slovenska vlada ni bila logistično pripravljena na registracijo in ustrezno sprejemanje migrantov, kar je vključevalo psihološko in medicinsko podporo, hrano, zavetje in prevoz. V odziv na situacijo se je vlada odločila, da na mejo napoti policijo v polni opremi. Migrante so zadrževali v centrih za tujce ali na nadzorovanih, ograjenih območjih ob slovensko-hrvaški meji, kjer so v neprimernih razmerah čakali dolge ure, v nekaterih primerih celo dneve, da so se registrirali, prejeli humanitarno pomoč in nato nadaljevali pot proti severu oziroma zahodu Evrope (Vezovnik, 2018a, str. 4). Zaradi nehumanitarnih razmer in neustreznega ravnanja so nevladne organizacije 18. septembra 2015 ponovno pozvale slovensko vlado k vzpostavitvi humanitarnega koridorja. Tokrat vlada predloga ni mogla prezreti, zato je naposled sprejela prakso, ki je pred tem že obstajala v Makedoniji, Srbiji in na Hrvaškem. Bistvo

humanitarnega koridorja je bilo omogočiti ljudem, da vstopijo v Slovenijo, prejmejo osnovne življenjske potrebščine (hrano, vodo) in nadaljujejo pot proti Avstriji, tudi če nimajo ustreznih dokumentov (Kogovšek Šalamon in Bajt, 2016, str. 8).

Naslednji pomemben mejnik je 16. oktober 2015, ko je Madžarska uradno napovedala, da bo naslednji dan zaprla svojo mejo. Za migrante je to pomenilo, da bodo lahko v Avstrijo vstopili le še prek Slovenije (Kogovšek Šalamon in Bajt, 2016, str. 8–9). Tako je Slovenija zaradi zaprtja madžarske meje in posledične spremembe migracijske poti postala ena izmed tranzitnih držav za migrante, ki so potovali po balkanski migracijski poti. Omenjena pot se je s smeri Srbija–Madžarska–Avstrija–Nemčija premaknila v smer Srbija–Hrvaška–Slovenija–Avstrija–Nemčija (Malešič, 2017, str. 953).

Nadalje je pomembno izpostaviti 21. oktober 2015, ko je dnevno število oseb, ki so vstopile v Slovenijo, doseglo vrhunec pri 12.616 (Malešič, 2017, str. 953). Istega dne je slovenska vlada vojski podelila dodatna pooblastila, s katerimi je vojakom omogočila, da pomagajo policiji pri nadzoru državne meje, zadržujejo ljudi in jih predajajo policiji ter izdajajo ukaze civilistom na območjih ob državni meji. Do tega trenutka je vojska policiji zagotavljala zgolj tehnično in logistično podporo, od 21. oktobra dalje pa ji je bilo dovoljeno opravljati tudi naloge, neposredno povezane z varovanjem meje (Šeruga, 2018, str. 14).

Pomemben mejnik v obravnavi migrantske »krize« je tudi izredni vrh, ki so ga 25. oktobra 2015 v Bruslju sklicali voditelji štirinajstih držav (enajst članic EU in treh nečlanic), da bi razpravljali o razmerah in oblikovali skupen načrt za obvladovanje migrantske situacije. Na vrhu so sprejeli načrt za skupno sodelovanje, ki je obsegal 17 točk. Med njimi je bilo predvideno stalno izmenjevanje informacij o dogajanju, zagotavljanje zatočišča in počitka za migrante, izvajanje učinkovitih postopkov registracije, krepitev nadzora na državnih mejah, boj proti tihotapljenju migrantov in zagotavljanje informacij vsem migrantom. Poleg tega so države obljubile 100.000 dodatnih prostorov v begunskih centrih, v Slovenijo pa naj bi bilo napotenih 400 tujih policistov za pomoč pri obvladovanju razmer (Šeruga, 2018, str. 14).

Dva dni po izrednem vrhu, 27. oktobra 2015, je Slovenija v sodelovanju s Hrvaško uvedla nov sistem sprejemanja migrantov. Po tem sistemu so migrante najprej z vlakom pripeljali do mejnega prehoda Dobova, kjer so jih registrirali, nato pa so jih prepeljali v Šentilj, kjer so jih predali Avstriji.

Dva dni pozneje je skupno število migrantov, ki so vstopili v Slovenijo od 17. septembra 2015, preseglo 100.000 oseb (Šeruga, 2018, str. 14). Kmalu zatem, 4. novembra 2015, je bila zvišana najvišja starost pomožnih policistov s 50 na 60 let, da bi povečali število pomožnih sil, ki so podpirale redno policijo (Šeruga, 2018, str. 15). Dan pozneje je Avstrija ob delu meje s Slovenijo začela graditi bariero, hkrati pa je Evropska komisija Sloveniji dodelila več kot 10 milijonov evrov za pomoč pri obvladovanju migracij (Šeruga, 2018, str. 15).

Ko je postalo jasno, da dogovor o skupnem akcijskem načrtu v 17 točkah, o katerem so se 25. oktobra 2015 v Bruslju pogajali voditelji Zahodnega Balkana, ni uspel in da pomoč EU Sloveniji ne zadošča za obvladovanje razmer, je Slovenija 11. novembra 2015 ob meji s Hrvaško začela graditi žičnato ograjo. Kasneje istega dne je Hrvaška od Slovenije zahtevala demontažo dela ograje, saj naj bi ta posegala na hrvaško ozemlje, kar pa je slovenska vlada zanimala (Šeruga, 2018, str. 15). Zaradi odločitve o postavitvi žičnate ograje na slovenski del schengenske meje je Hrvaška Sloveniji poslala več protestnih not. Pojavili so se tudi meddržavni spori glede vračanja migrantov na Hrvaško in odgovornosti za razvoj kaotične situacije na meji obeh držav. Čeprav sta tako Slovenija kot Hrvaška članici EU, je bila takrat le Slovenija del schengenskega območja, kar je vplivalo na dinamiko migrantske situacije v regiji (Vezovnik, 2018a, str. 4).

Dva dni pozneje, 13. novembra 2015, ko je Slovenija začela postavljati žičnato ograjo, je število migrantov, ki so vstopili v državo, preseglo 200.000. Slab mesec dni kasneje je to število naraslo na 300.000. Poleg tega je 7. decembra 2015 Avstrija začela postavljati žičnato ograjo na mejnem prehodu Šentilj na meji s Slovenijo (Šeruga, 2018, str. 15–17).

Predstavljeni dogodki v obdobju največjega prihoda migrantov v Slovenijo osvetljujejo glavne mejnike izjemno pestrega in kompleksnega dogajanja, ki se je spreminjalo iz dneva v dan. Slovenija je morala svoje odločitve ne-prestano prilagajati ukrepom, odzivom in odločitvam drugih držav v regiji, kar je povzročalo kaotičnost, nepredvidljivost in pomanjkanje usklajenosti pri »upravljanju« migrantske »krize«. Takšna situacija je odražala širši vzorec na ravni EU, kjer so države pogosto ravnale neusklajeno in brez enotne strategije, kar je izpostavilo odsotnost skupne evropske migracijske politike (Smrdelj in Vogrinc, 2020; Župarić-Iljić in Valenta, 2019).

Tematika migracij in migrantske »krize« je ostala v ospredju političnega in medijskega diskurza vse do izbruha pandemije SARS-CoV-2, ko je slednja

postala nova prednostno obravnavana tema (Smrdelj in Lenarčič, 2024). Navedeni premik pa nikakor ne pomeni, da so se migracijski procesi ustavili ali izgubili svoj pomen. Migracije so v obdobju po migrantski »krizi« postale izrazito politizirana tema, ki ponovno pridobiva pozornost ob politično pomembnih trenutkih, kot so volitve na lokalni, nacionalni ali evropski ravni. Poleg tega se v medijih še vedno pojavljajo posamezne novice, povezane s policijskimi statističnimi podatki o migrantih, ki jih obravnavajo varnostni organi.

3.3.2 Statistični podatki o prihodih oseb

Poleg pregleda glavnih dogodkov, povezanih z migrantsko »krizo« v Sloveniji, so za razumevanje njenega obsega in značilnosti pomembni tudi statistični podatki o prihodih oseb, ki jih je za obravnavano obdobje zbiral Vlada RS. Sodeč po vladnih podatkih, je v obdobju med 17. oktobrom 2015 (podatki za september niso na voljo) in 25. januarjem 2016 v Slovenijo vstopilo 422.724 oseb (Vlada Republike Slovenije, 2016). Med njimi jih je le 158 zaprosilo za priznanje mednarodne zaščite, od teh pa je bilo obravnavanih 69 prošenj, pri čemer je status begunca pridobilo zgolj pet oseb. Podatki o številu prihodov kažejo, da je bilo največje dnevno povprečje prihodov zabeleženo oktobra (7877 oseb) in novembra 2015 (5477 oseb), decembra (3116 oseb) in januarja 2016 (1986 oseb) pa se je občutno zmanjšalo. Največji dnevni prihod je bil zabeležen 21. oktobra 2015, ko je v Slovenijo vstopilo 12.616 oseb. Demografski podatki razkrivajo, da je bilo glede na spolno strukturo 48,7 % oseb opredeljenih kot moških, 51,3 % pa kot žensk in mladostnikov. Kar zadeva državljanstvo, je bilo 45 % migrantov Sirijcev, 30 % Afganistancev, 17 % Iračanov, 1 % Pakistancev, preostalih 7 % pa je vladna statistika uvrstila v kategorijo »drugo« (Vlada Republike Slovenije, 2016).¹⁹

19 Predstavljena statistika reproducira nekatere stereotipne predpostavke, ki jih v kontekstu analize migracijskega diskurza obravnavamo v naslednjem poglavju, kjer predstavljamo rezultate analize dvajsetih najbolj retvitanih tvitov.

3.3.3 Migracijska politika v Sloveniji

Slovenska migracijska politika je bila usklajena z direktivami EU že pred letom 2004, ko je Slovenija vstopila v EU. *Resolucija o imigracijski politiki Republike Slovenije*, ki je bila sprejeta leta 1999, je bila eden prvih poskusov slovenske vlade, da bi slovensko migracijsko politiko uskladila s politiko EU. Resolucija je bila pravno implementirana z uvedbo *Zakona o tujcih*, ki določa pogoje za vstop in prebivanje tujcev, *Zakona o azilu*, katerega namen je urediti status begunca in azilno politiko, ter *Zakona o nadzoru državne meje*, ki ureja nadzor meje v skladu s pristopnimi postopki k EU in *Schengenskim sporazumom* ter zagotavlja ustrezno ureditev vizumskega režima in druge zakonodaje na teh področjih. Z vstopom Slovenije v EU leta 2004 je bila sprejeta še ena pomembna resolucija, in sicer *Resolucija o migracijski politiki Republike Slovenije* (Vezovnik, 2018a, str. 4–5).

Zakon o azilu in *Zakon o tujcih* sta najpomembnejša zakona, ki urejata področje migracij v Sloveniji. V skladu z *Zakonom o tujcih* je vstop v državo prepovedan vsaki osebi, ki poskuša vstopiti brez veljavnih dokumentov (7. člen). Če migrant vstopi nezakonito in ne zaprosi za azil, ga je treba vrniti v državo, iz katere je vstopil. Če ponovni sprejem ni mogoč, mora biti migrant nastanjen v Centru za tujce (76. člen). Če oseba nato zaprosi za azil, se postopek nadaljuje v skladu z *Zakonom o mednarodni zaščiti*, kar pomeni, da mora biti oseba pospremljena v azilni dom. V azilnem domu vloži prošnjo za azil in tam prebiva, dokler pristojni organi ne sprejmejo odločitve glede prošnje. Vendar je velik porast prihodov migrantov v Slovenijo oktobra in novembra 2015 otežil izvajanje takšnih postopkov v praksi. Zato je Slovenija uvedla koridor, sestavljen iz osnovnih sprejemnih območij, identifikacijskih ukrepov, postopkov registracije in prevoza migrantov do avstrijske meje. Opisani postopek se je uporabljal za migrante, ki so iz Hrvaške prihajali v organiziranih skupinah. Pravica do tranzita je bila omogočena, ker 73. člen *Zakona o tujcih* dovoljuje izdajo začasne »dovolitve zadrževanja«, ki velja šest mesecev. Vendar to ni bilo uporabljeno za migrante, ki so mejo prečkali posamično in nezakonito, zato jim je bil vstop zavrnjen. Migranti, ki niso izpolnjevali schengenskih pogojev za vstop v schengensko območje in niso bili del koridorja, so teoretično lahko vstopili na slovensko ozemlje zgolj na podlagi 3. člena *Evropske konvencije o varstvu človekovih pravic in temeljnih svoboščin* (Kogovšek Šalamon, 2016; Vezovnik, 2018a, str. 5).

Zaradi razmer v letu 2015 je bil marca 2016 sprejet nov *Zakon o mednarodni zaščiti*, ki ureja postopek za pridobitev mednarodne zaščite v Sloveniji. Cilj prenovljenega zakona je bil prenos *Direktive o pogojih za sprejem* in *Direktive*

o azilnih postopkih v slovenski pravni red; prav tako je bil cilj zakona prilagoditi izvajanje *Uredbe Dublin III*. Zakon pomeni korak nazaj pri zagotavljanju pravice oseb do dostopa do mednarodne zaščite in kot tak odraža širši proces sekuritizacije migracij (Vezovnik, 2018a, str. 5–6).

3.4 Sklep

V pričujočem poglavju smo predstavili glavne koncepte in izhodišča za proučevanje migracij v medijih. Poleg splošne opredelitve migracij in pregleda migrantskega dogajanja v Sloveniji smo identificirali glavne diskurze, ki se v obstoječih raziskavah pojavljajo v povezavi z migracijami, ter osrednje načine njihove manifestacije v medijskih tekstih. Predstavljeni analitični okvir bomo skupaj z medijsko teorijo, ki smo jo obravnavali v prejšnjem poglavju, uporabili v empirični analizi.

Izhodišča in koncepti za proučevanje migracij v medijih bodo prišli najbolj do izraza pri KDA objav na Twitterju, kjer bomo preučevali, kako se posamezni elementi sekuritizacijskega in humanitarnega diskurza manifestirajo v praksi, hkrati pa bomo, kot že pojasnjeno, pozorni tudi na druge relevantne diskurze, ki konstruirajo tematiko migracij. Predstavljeni koncepti bodo služili tudi kot izhodišče za interpretacijo vloge uporabnikov v omrežju, pri čemer nas bo zanimalo, kdo je prisoten v razpravi in kdo iz nje izključen ter kakšne vloge prevzemajo različni akterji.

4 MIGRACIJE V SPLETNIH MEDIJIH: PREGLED RAZISKAV

V uvodu smo pojasnili, da so »migracije v medijih« in »mediji v migracijah« glavni raziskovalni usmeritvi znotraj širšega področja medijskih in migracijskih študij (Wood in King, 2001; Pogliano, 2017). Pričujoča monografija se umešča v okvir proučevanja migracij v medijih, natančneje v spletnih medijih, saj se primarno osredotočamo na digitalno medijsko sfero. V nadaljevanju tega poglavja bomo zato predstavili raziskovalno dinamiko na področju proučevanja migracij v spletnih medijih. Na to področje smo uvrstili vse raziskave, ki obravnavajo migracije v družbenih in množičnih spletnih medijih. Pri zbiranju literature nismo sledili merilom sistematičnega pregleda, temveč smo gradivo pridobivali sproti in naključno, med celotnim izvajanjem raziskave. Študije smo iskali v glavnih akademskih bazah in informacijskih sistemih (na primer COBISS, Scopus), hkrati pa smo ob branju znanstvenih člankov in monografij sproti vključevali tudi literaturo iz njihovih seznamov virov ter postopek ponavljali z novopridobljenimi deli. Sledili smo merilu, da med raziskave o migracijah v spletnih medijih uvrstimo vsako študijo, ki analizira migracijski diskurz v najmanj enem spletnem mediju, tudi če vzorec vključuje druge medije (na primer tiskane) ali zvrsti besedil (na primer politične govore). Raziskav, ki obravnavajo izključno tradicionalne, nespletne medije brez upoštevanja konteksta sodobne digitalne medijske sfere, nismo vključili, saj ne predstavljajo našega predmeta proučevanja.

Zbrali smo 66 raziskav, ki smo jih razdelili v dve skupini. V prvo smo umestili študije, ki proučujejo spletne množične medije (23 raziskav),²⁰ v drugo pa razprave, ki tematizirajo družbene medije (43 raziskav).²¹ Med zbranimi raziskavami jih 11 sledi predpostavkam modela hibridnega medijskega sistema.²² Mednje smo uvrstili tako študije, ki se eksplicitno sklicujejo na omenjeni model, kot tudi raziskave, ki proučujejo součinkovanje različnih medijskih logik, vendar tega prepleta ne obravnavajo z vidika jasno opredeljene teoretske perspektive.

Pričakovano se večina zbranih raziskav osredotoča na migrantsko »krizo« v obdobju 2015–2016. Nekatere študije zajemajo tudi poznejša obdobja in dogodke – na primer mejna »kriza« na grško-turški meji v letu 2020 (Barisione idr., 2019) ali kanadske zvezne volitve v letu 2019 (Walsh, 2021) –, vendar pa se vsebinsko še zmeraj navezujejo na okvir in posledice migrantske »krize«.

V nadaljevanju bomo najprej obravnavali raziskave, ki proučujejo migracije v spletnih množičnih medijih, nato pa študije, ki se osredotočajo na migracije v družbenih medijih. Raziskave, ki sledijo predpostavkam hibridnega medijskega sistema, predstavljamo sproti ob obravnavi obeh področij.

20 A'Beckett (2019); Arcimaviciene (2019); Avraamidou (2020); Boudemagh in Moise (2017); Boyd (2019); Catalano in Mitchell-McCollough (2019); Corbu idr. (2017); Eberl idr. (2019); Fuller (2019); Kyriakides (2017); Lekić-Subašić (2018); Marinescu in Balica (2018); Milioni idr. (2015); Mitić (2018); Musolff (2019); Sicurella (2018); Silaški in Đurović (2019); Smrdelj idr. (2021); Šarić in Felberg (2019); Vezovnik in Šarić (2018); Vollmer in Karakayali (2018); Wilmott (2017); Ylä-Anttila idr. (2019).

21 Al-Rawi (2020); Avraamidou idr. (2021); Bajt (2016; 2018); Barisione idr. (2019); Bennett (2016); Boukala in Dimitrakopoulou (2017); Bozdağ (2019); Bozdağ in Smets (2017); Colombo (2018); de Rosa idr. (2021); Ekman (2018); Ekman (2019); Ferra in Nguyen (2017); Guidry idr. (2018); Gualda in Rebollo (2016); Hammeleers (2019); Heidenreich idr. (2020); Kreis (2017); Krzyżanowski (2018a); Krzyżanowski (2018b); Kuzmanić (2001); Lazaridis idr. (2017); Lee in Nergheš (2017); Malešić (2017); Mortensen (2017); Müller in Schwarz (2020); Musolff (2017); Nergheš in Lee (2018); Nergheš in Lee (2019); Ojala idr. (2019); Olesen (2018); Ozduzen idr. (2020); Papailias (2019); Risam (2018); Sakki in Pettersson (2015); Siapera idr. (2018); Siapera (2019); Vehovar idr. (2020); Vis in Goriunova (2015); Wahlström in Törnberg (2019); Walsh (2021); Žagar (2018).

22 A'Beckett (2019); Bennett (2016); Boyd (2019); Colombo (2018); Ekman (2018); Krzyżanowski (2018b); Mitić (2018); Ojala idr. (2019); Siapera idr. (2018); Siapera (2019); Vehovar idr. (2020).

4.1 Migracije v spletnih množičnih medijih

Na področju proučevanja migracij v spletnih množičnih medijih smo zbrali 23 raziskav, ki smo jih razdelili v štiri skupine. V prvo sodijo študije, ki temeljijo na proučevanju spletnih novičarskih portalov in zajemajo večje vzorce besedil (15 raziskav);²³ druga skupina obsega raziskave, ki se osredotočajo na posamezne medijske objave ali na manjše vzorce besedil določenih zvrsti (na primer uredniški uvodnik) (4 raziskave);²⁴ tretja skupina vzame pod drobnogled vizualne reprezentacije migrantov v spletnih množičnih medijih (2 raziskavi);²⁵ četrta pa tematizira diskurz uporabniških komentarjev pod objavami na novičarskih spletnih portalih (2 raziskavi).²⁶

Izmed 23 zbranih študij na področju proučevanja migracij v spletnih množičnih medijih samo tri²⁷ sledijo modelu hibridnega medijskega sistema. Boyd (2019) in Mitić (2018) se ukvarjata z vprašanjem, kako je diskurz besedil na spletnih portalih množičnih medijev percipiran v diskurzu uporabniških komentarjev pod njimi. A'Beckett (2019) pa pokaže na medsebojno učinkovanje množičnih in družbenih medijev: diskurz množičnih medijev lahko vpliva na razprave v družbenih medijih, poleg tega pa množični mediji povzemajo stališča in poglede uporabnikov družbenih medijev.²⁸

4.1.1 Migracije v spletnih novičarskih portalih

V prvi skupini najprej izpostavljamo raziskave, ki podajajo primerjalno analizo medijskega migracijskega diskurza v različnih nacionalnih kontekstih. Eberl in drugi (2019) se osredotočajo na vprašanje, kako množični mediji poročajo o migracijah in mobilnosti znotraj držav EU. Na podlagi analize medijskih objav v sedmih evropskih državah (Španija, Združeno kraljestvo, Nemčija, Švedska, Poljska, Madžarska in Romunija) ugotavljajo, da se o migracijah najpogosteje poroča v državah, v katere je bil prihod migrantov v obdobju migrantske »krize«

23 A'Beckett (2019); Arcimaviciene (2019); Boudemagh in Moise (2017); Catalano in Mitchell-McCollough (2019); Corbu idr. (2017); Eberl idr. (2019); Lekić-Subašić (2018); Marinescu in Balica (2018); Milioni idr. (2015); Mitić (2018); Silaški in Đurović (2019); Smrdelj idr. (2021); Šarić in Felberg (2019); Vollmer in Karakayali (2018); Ylä-Anttila idr. (2019).

24 Avraamidou (2020); Boyd (2019); Kyriakides (2017); Sicurella (2018).

25 Vezovnik in Šarić (2018); Wilmott (2017).

26 Fuller (2019); Musolff (2019).

27 A'Beckett (2019); Boyd (2019); Mitić (2018).

28 Ugotovitve obeh raziskav predstavljamo v nadaljevanju.

najvišji (na primer Nemčija, Švedska). Najbolj negativno so bile migracije predstavljene v medijih Združenega kraljestva in Madžarske. V prvem primeru gre za posledico dolgotrajnega negativnega medijskega diskurza, ki vztraja že več desetletij, v drugem pa za učinek politične kampanje proti migracijam, ki jo je vodila takratna oblast. Ko se v izbranih državah tematizira migracije na splošno, prevladuje sekuritizacijski okvir, medtem ko poročanje o mobilnosti znotraj EU določa ekonomski okvir. Sekuritizacijski okvir je bil manj izrazit v državah, ki so beležile največji prihod migrantov, kar avtorji razlagajo z dejstvom, da so imele kot države sprejemnice bolj naklonjen odnos do prihajajočih migrantov.

Podobno kot Eberl in drugi (2019) sta tudi Boudemagh in Moise (2017) analizirala migrantsko poročanje v različnih evropskih državah v letu 2016. Ugotavljata, da se je največ poročalo v Turčiji, Nemčiji, Veliki Britaniji, Grčiji, Franciji, Italiji in Rusiji (pri čemer izstopata Rusija in Francija), medtem ko je bilo poročanje v Belgiji manj pogosto, razen v času terorističnih napadov v Bruslju marca 2016. Med glavnimi akterji v medijskem poročanju prevladujejo predstavniki parlamentarne politike (na primer Angela Merkel).

V prvo skupino sodijo tudi raziskave, ki izhajajo iz posameznih nacionalnih kontekstov. Vollmer in Karakayali (2018) sta proučevala migracijski diskurz v nemških tiskanih in spletnih medijih v obdobju migrantske »krize«. Ugotavljata, da je sprva naklonjeno poročanje kmalu zamenjal diskurz sovražnosti in sumničavosti, ki je migrante prikazoval kot »neupravičene« do prihoda. Naslednjo raziskavo, vezano na nacionalni kontekst, so izvedli Corbu in drugi (2017), ki obravnavajo okvire migrantske »krize« na romunskih spletnih portalih. Ugotavljajo, da so bile migracije tematizirane predvsem v okviru odgovornosti (iskanje akterjev, domnevno odgovornih za njen nastanek) in konflikta (nesoglasja glede upravljanja z migrantsko »krizo« med članicami EU ali med domačimi političnimi akterji). Podobno so tudi Milioni in drugi (2015) analizirali, kako so ciprski spletni članki in televizijske novice uokvirjali tematiko migracij leta 2013. Pri tem prevladujejo negativni okviri, zlasti okvir grožnje, v katerem so migranti predstavljeni kot kriminalci, vsiljivci ali družbeno breme. Prisotni pa so tudi okviri, ki migrante prikazujejo kot žrtve (najpogosteje v kontekstu rasizma) in kot dejavne akterje (na primer kot enakopravne člane družbe ali pa kot vlagatelje).

Na slovenski kontekst se osredotočajo Smrdelj in drugi (2021), ki proučujejo intersekcijo reprezentacij istospolno usmerjenih oseb in migrantov na slovenskih novičarskih spletnih portalih. Ugotavljajo prevlado diskurza predstavnikov parlamentarne politike in odsotnost intersekcijske refleksije njihovega

družbenega položaja, kar je dodatno utrdilo podlago za legitimacijo protimigrantskih diskurzov tako v medijih kot tudi v širši javnosti.

Nekatere raziskave iz prve skupine izpostavljajo specifične tematske poudarke v medijskem diskurzu o migracijah. Arcimaviciene (2019) na primer analizira rabo metafor v povezavi z migracijami z vidika spola. Na osnovi ameriških in britanskih spletnih medijev iz obdobja 2015–2017 ugotavlja, da med »moškim« in »ženskim« negativnim stereotipnim novinarskim pisanjem ni večjih vsebinskih razlik, saj se v obeh pojavljajo metafore (na primer naravni pojavi), ki migrante predstavljajo kot Druge ter jih abstrahirajo in homogenizirajo.

Naslednjo tematsko usmerjeno raziskavo sta izvedla Marinescu in Balica (2018), ki diskurz o migrantih v obdobju migrantske »krize« analizirata z vidika nasilja. Ugotavljata, da je v tem kontekstu najpogostejše izpostavljena tema nezakonitih prehodov meje, medtem ko so primeri medosebnega nasilja (na primer umor, posilstvo, samomor) med migranti redkeje obravnavani. Polovica analiziranih člankov v njunem vzorcu migrante predstavlja kot prestopnike, tretjina kot žrtve (na primer trgovine z ljudmi), petina pa jih prikazuje hkrati kot žrtve in storilce.

Podobno se na specifično tematiko osredotočata tudi Catalano in Mitchell-McCollough (2019), ki analizirata reprezentacijo mladoletnih oseb brez spremstva, ki bežijo iz Srednje Amerike (Honduras, Gvatemala, Salvador) v ZDA. Avtorici primerjata diskurz ameriških nacionalnih novičarskih virov iz leta 2016 z diskurzom intervjujev z otroki, v katerih pojasnjujejo svoje razumevanje migracij in razloge za odhod. Ugotavljata, da so migrantski otroci v medijskem diskurzu pogosto dehumanizirani in predstavljeni negativno, kar je v nasprotju z njihovim osebnim doživljanjem poti.

Posebno kategorijo migrantov obravnava tudi A'Beckett (2019), ki analizira diskurz o ukrajinskih razseljenih osebah na območju rusko-ukrajinskega konflikta. Ukrajinski in ruski množični mediji so o konfliktu poročali sočutno in razumevajoče, z namenom pridobivanja naklonjenosti tamkajšnjega prebivalstva in podpore mednarodne skupnosti. Nasprotno pa so spletni komentatorji in uporabniki družbenih medijev pogosto uporabljali stereotipen in negativen ton, s katerim so krepili tako ukrajinske kot ruske nacionalne vizije v regiji. Avtorica poudarja, da se diskurzi množičnih in družbenih medijev prepletajo; množični mediji lahko vplivajo na razprave na družbenih medijih, hkrati pa se sami včasih sklicujejo na stališča uporabnikov. Prav zaradi tega prepletanja je v raziskavi zaznati elemente hibridnega pristopa.

V prvo skupino sodijo tudi raziskave, ki obravnavajo srbski, hrvaški in bosanski nacionalni kontekst. Mitić (2018) analizira konstrukcijo migrantske »krize« na srbskih spletnih novičarskih portalih in komentarje bralcev pod njimi. V novinarskih besedilih prevladujejo naklonjeni diskurzi (na primer politika odprtih vrat, pomoč pri prečkanju države), medtem ko so manj naklonjeni (na primer strožji nadzor meje, postavitve žičnate ograje, prikazovanje migrantov kot varnostne, kulturne ali zdravstvene grožnje) zastopani v manjšem obsegu. Komentarje bralcev pa zaznamuje izrazita prevlada negativnega diskurza. Tudi omenjena raziskava vsebuje sledove hibridnega pristopa, saj tematizira, kako so prispevki na novičarskih spletnih portalih obravnavani v komentarjih bralcev pod njimi.

Lekić-Subašić (2018) proučuje diskurz o migrantski »krizi« na srbskih, hrvaških in bosanskih novičarskih portalih v septembru 2015. Ugotavlja, da med njimi ni bistvenih razlik; za vse tri je značilno naklonjeno poročanje o migrantih. Podobno tudi Šarić in Felberg (2019) raziskujeta verbalne in vizualne reprezentacije migrantske »krize« na hrvaškem in srbskem javnem novičarskem portalu. Ugotavljata, da so migranti v splošnem prikazani naklonjeno. Takšno poročanje je skladno z uradno hrvaško in srbsko migracijsko politiko v tistem obdobju, hkrati pa nastopa kot pozitivna samoocena ukrepov lastne države in negativna ocena ravnanja drugih držav v regiji, tudi Slovenije. Med našteje raziskave umeščamo še študijo, v kateri se Silaški in Đurović (2019) osredotočita na metaforo zidu v srbskih tiskanih in spletnih medijih. Ugotavljata, da prevladujeta metafori »Trdnjava Evropa« in »Berlinski zid«, ki sta asociirani z marginalizacijo migrantov in nepripadanjem Srbije EU.

Na koncu obravnave prve skupine raziskav omenjamo še študijo Ylä-Anttila in drugih (2019), zasnovano na kombinaciji kvantitativne in kvalitativne računalniške analize populističnega migracijskega diskurza v finskih medijih. Avtorji so najprej identificirali bigrame – zaporedja dveh besed, katerih frekvenca omogoča vpogled v najpogostejše teme v besedilu – v prispevkih na spletnem portalu populističnega finskega medija *WTF* v obdobju 2015–2017. Najpogostejše zaznani bigrami so bili povezani s kriminalom, nelegalnostjo, policijo in varnostjo. V drugi fazi so na izboru zaznanih bigramov opravili kvalitativno analizo prispevkov na istem portalu. Zaznali so številne diskriminatorne diskurzivne prakse, kot so prikazovanje migrantov kot notranjih sovražnikov, viktimizacija dominantne družbe in opisovanje migrantov z vulgarnimi izrazi. V tretji fazi so nato iskali najpogostejše zaznane bigrame v finskih parlamentarnih razpravah. Ugotavljajo, da so se najpogostejše pojavljali januarja 2015, tj. v času razprav o zdravstvenem varstvu migrantov, in jeseni 2015,

tj. v obdobju množičnih prošenj za azil. V analizi tudi pokažejo, da govorci v finskem parlamentu ne morejo v celoti sprejeti krizno naravnaneega populističnega diskurza in hkrati ohraniti verodostojnosti, zato uporabljajo retorične »filtre«, prek katerih migracije zgolj posredno prikazujejo kot grožnjo dominantni družbi, to pa je v nasprotju z diskurzom, ki je bil identificiran v populističnem medijskem diskurzu. Študija je zanimiva z metodološkega vidika, saj predstavlja primer izvirne kombinacije kvantitativnih digitalnih metod in kvalitativne analize medijskih vsebin.

4.1.2 Migracije v posameznih medijskih objavah in novinarskih zvrsteh

Druga skupina obsega raziskave, ki tematizirajo posamezne medijske objave ali pa se osredotočajo na besedila, značilna za specifične novinarske zvrsti. Prvi primer takšne analize je študija, v kateri Boyd (2019) tematizira uredniški prispevek *Europe should see refugees as a Boon, not as a Burden*, objavljen septembra 2015 v časopisu New York Times, in komentarje bralcev pod njim. Avtor ugotavlja, da komentarji izražajo nestrinjanje z urednikovimi promigrantskimi stališči in vzpostavljajo negativne stereotipne diskurze o migrantih. To je naslednja raziskava v našem pregledu, ki vsebuje sledove hibridnega pristopa, saj v ospredje postavlja vprašanje, kako je diskurz množičnih medijev (urednikov članek) rekontekstualiziran v uporabniškem diskurzu (komentarji bralcev).

Analizo posamezne medijske objave opravi tudi Kyriakides (2017), ki obravnava prispevek *Why Al Jazeera will not say Mediterranean 'migrants'*, objavljen avgusta 2015 na spletnem portalu Al Jazeera. V njem uredništvo pojasnjuje, da v poročanju o migrantski »krizi« ne bo uporabljalo pojma »migrant«, temveč »begunec«. Čeprav besedilo temelji na diskurzu, katerega namen je preseganje negativnih stereotipov, avtor analize pokaže, da prispevek migrante opredeljuje predvsem kot ljudi brez izbire, kot žrtve, ki jih je treba »rešiti«. Na ta način jim odvzame možnost, da bi se vzpostavili kot politični subjekti, ki govorijo sami zase in v svojem imenu. Raziskava tako pokaže, kako lahko diskurz, ki si ne želi biti izključevalen, reproducira negativne stereotipe o migrantih.

V našem pregledu se pojavita še dve raziskavi, za kateri je značilna obravnava specifičnih novinarskih zvrsti. Prvo je opravila Avraamidou (2020), ki predstavi kritično analizo uredniških uvodnikov v časopisih New York Times in Guardian na temo evropske migrantske »krize« v obdobju 2013–2015. Čeprav je v uvodnikih prisoten diskurz, v katerem so migranti obravnavani naklonjeno, avtorica pokaže, da takšno pisanje temelji na evropocentričnih stališčih o

migracijah, prek katerih se reproducira globalni represivni migracijski režim. Drugo študijo je opravila Sicurella (2018), ki analizira odzive srbskih in hrvaških javnih intelektualcev na napoved Madžarske, da bo septembra 2015 ogradila in zaprla svojo južno mejo. Avtorica se osredotoča na mnenjske novinarske zvrsti (uvodniki, komentarji in intervjuji) v tiskanih in spletnih medijih. V obravnavanih besedilih je izražena kritika postavljanja zidov in nehumane ga ravnanja z migranti. Spodbude za dobrodošlico migrantom so utemeljene s sklicevanjem na pretekle izkušnje sprejemanja beguncev v času razpada SFRJ, medtem ko so zidovi in ograje pogosto povezani s tragedijo holokavsta in železno zaveso kot simbolom pretekle delitve Evrope.

4.1.3 Vizualne reprezentacije migracij

Tretja kategorija raziskav na področju proučevanja migracij v spletnih množičnih medijih se osredotoča na vizualne reprezentacije migrantov. Sem umeščamo študijo, v kateri Vezovnik in Šarić (2018) tematizirata vizualne reprezentacije migrantov v obdobju migrantske »krize« na slovenskem in hrvaškem javnem spletnem portalu. Posebej obravnavata kategorijo fotografij, ki migrante prikazujejo posredno (ang. *subjectless images*). Na teh fotografijah subjekte zamenjajo objekti, ki metaforično, metonimično ali simbolično predstavljajo migrante in migracije (na primer smeti, rezilna žičnata ograja, vozila, označbe na mejah). Analizo vizualnih reprezentacij migracij je opravil tudi Wilmott (2017), ki je proučeval fotografije sirskih beguncev na spletnih portalih treh britanskih množičnih medijev (Guardian, Telegraph, Independent). Osredotoča se na fotografije, objavljene teden dni po tem, ko je septembra 2015 svet pretresla podoba triletnega sirskega dečka Alana Kurdija, ki je utonil v Sredozemskem morju. Mediji so o dogodku obsežno poročali, prejel pa je tudi raziskovalno pozornost (več v Vis in Goriunova, 2015). Avtor ugotavlja, da omenjeni dogodek ni vplival na spremembo poročanja o migrantih, saj se vizualna pripoved o sirskih beguncih ni preoblikovala v bolj pozitivno, temveč je ostala negativna tudi v tednu po tragični utopitvi.

4.1.4 Migracije v komentarjih bralcev

Zadnjo skupino predstavljajo raziskave, ki se osredotočajo na diskurz komentarjev bralcev pod novičarskimi objavami. Mednje umeščamo dve raziskavi. Avtor prve je Fuller (2019); analizira komentarje pod objavami v nemškem

časopisu *Die Zeit* v obdobju 2014–2016 in preučuje, kako so v komentarjih opredeljeni migranti, integracija in nemška identiteta. Čeprav je etnonacionalistični pogled na identiteto (tj. razumevanje Nemčije kot države krvno in sorodstveno povezane skupnosti) v manjšini, se kljub temu pojavi težnja po kategoriziranju migrantov in prebivalcev turškega porekla na podlagi etnonacionalističnih in religijskih kriterijev. »Nemškost« je opredeljena kot nasprotje »muslimanske« identitete, zato so tudi domnevno najbolj integrirani migranti še vedno označeni kot Drugi in »Nenemci«. V naslednji študiji Musolff (2019) obravnava oblike skepticizma, ki učenje, govorjenje in celo poslušanje tujih jezikov predstavlja kot grožnjo »domači identiteti«. Na podlagi analize komentarjev uporabnikov na BBC-jevem portalu *Have Your Say* iz leta 2010 avtor ugotavlja, da je enojezikovnost razumljena kot izraz kulturne lojalnosti, medtem ko sta pomanjkljivo znanje uradnega jezika ter odsotnost njegove rabe pri migrantih predmet prezira in zaničevanja.

4.2 Migracije v družbenih medijih

Na področju proučevanja migracij v družbenih medijih smo zasledili 43 raziskav in jih razvrstili v štiri skupine. V prvo sodijo raziskave, ki obravnavajo Twitter (31 raziskav),²⁹ v drugo študije, ki pod drobnogled vzamejo Facebook (7 raziskav),³⁰ tretja skupina obravnava spletne bloga in uporabniške forume (3 raziskave),³¹ četrta pa YouTube, Instagram in Pinterest (2 raziskavi).³² Glavni razlog za raziskovalno priljubljenost Twitterja na področju proučevanja migracij je verjetno dejstvo, da so bile objave do Muskovega prevzema platforme brezplačno dostopne prek akademskega API vmesnika, kar je raziskovalcem omogočalo razmeroma enostaven in brezplačen dostop do velike količine podatkov.

29 Al-Rawi (2020); Avraamidou idr. (2021); Bajt (2016; 2018); Barisione idr. (2019); Bennett (2016); Boukala in Dimitrakopoulou (2017); Bozdağ (2019); Bozdağ in Smets (2017); de Rosa idr. (2021); Ferra in Nguyen (2017); Gualda in Rebollo (2016); Hameleers (2019); Kreis (2017); Krzyżanowski (2018a); Krzyżanowski (2018b); Lazaridis idr. (2017); Malešič (2017); Mortensen (2017); Nergheš in Lee (2018); Nergheš in Lee (2019); Ojala idr. (2019); Olesen (2018); Ozduzen idr. (2020); Papailias (2019); Risam (2018); Siapera idr. (2018); Vis in Goriunova (2015); Wahlström in Törnberg (2019); Walsh (2021); Žagar (2018).

30 Colombo (2018); Ekman (2018); Ekman (2019); Heidenreich idr. (2020); Müller in Karsten (2020); Siapera (2019); Vehovar idr. (2020).

31 Kuzmanić (2001); Musolff (2017); Sakki in Pettersson (2015).

32 Guidry idr. (2018); Lee in Nergheš (2017).

Izmed 42 raziskav na področju proučevanja migracij v družbenih medijih jih 8 vsebuje sledove hibridnega pristopa.³³ Siapera in drugi (2018) ter Siapera (2019) ga uporabijo kot izhodišče za proučevanje razmerja med nosilci družbene moči in drugimi akterji na ravni posameznih medijev. Bennett (2016) opredeljuje hibridnost kot možnost posredovanja hiperpovezav do drugih spletnih vsebin. Ekman (2018) tematizira, kako diskurz družbenih medijev vstopa v diskurz množičnih medijev, Vehovar in drugi (2020) pa proučujejo uporabniške komentarje na profilih slovenskih novinarskih portalov na družbenih medijih. Ojala in drugi (2019) hibridni medijski sistem opredeljujejo kot model za proučevanje interakcije med oblastjo, javnostjo in množičnimi mediji. Krzyżanowski (2018b) in Colombo (2018) pa pristop uporabita kot izhodišče za proučevanje diskurza, prek katerega predstavniki parlamentarne politike uveljavljajo lastno razumevanje migrantske »krize«.³⁴

V nadaljevanju podrobneje predstavljamo raziskave iz posameznih skupin.

4.2.1 Migracije na Twitterju

Raziskave, ki jih umeščamo na področje proučevanja migracij na Twitterju, smo zaradi večje preglednosti razdelili v dve podskupini. V prvo smo uvrstili študije, ki se osredotočajo izključno na Twitter, v drugo pa razprave, ki poleg Twitterja obravnavajo tudi druge medije ali besedila (na primer politične govore).

V prvo podskupino sodijo raziskave, ki migracije na Twitterju obravnavajo z omrežne perspektive in se pogosto osredotočajo na analizo ključnikov. Siapera in drugi (2018) so proučevali tvite o migrantski »krizi« v sedmih jezikih (angleščina, francoščina, italijanščina, nemščina, švedščina, turščina, madžarščina). Izdelali so dve omrežji: omrežje ključnikov in omrežje omemb. Ugotavljajo, da med najvidnejšimi uporabniki prevladujejo politiki, množični mediji in uveljavljene nevladne organizacije, medtem ko je javno neznanih uporabnikov malo; tisti, ki se pojavijo, večinoma izražajo podporo Donaldu Trumpu. Avtorji ugotavljajo tudi prevlado sekuritizacijskega in humanitarnega diskurza, pri čemer je slednji prisoten v manjšem deležu. Humanitarni diskurz oblikujejo predvsem uveljavljene nevladne organizacije in mednarodne politične institucije z veliko družbeno močjo in vplivom tudi zunaj Twitterja.

33 Bennett (2016); Colombo (2018); Ekman (2018); Krzyżanowski (2018b); Ojala idr. (2019); Siapera idr. (2018); Siapera (2019); Vehovar idr. (2020).

34 Ugotovitve naštetih raziskav predstavljamo v nadaljevanju.

Raziskava uporablja hibridni pristop, ki služi kot konceptualno izhodišče za razumevanje razmerja med nosilci družbene moči in drugimi akterji.

Do podobnega zaključka kot Siapera in drugi (2018) sta prišla tudi Ferra in Nguyen (2017), ki sta analizirala objave na Twitterju s ključnikom #migrantcrisis, ustvarjene februarja 2016 po zaprtju balkanske migracijske poti. Na podlagi analize omrežja sta ugotovila, da osrednje uporabnike predstavljajo množični mediji, torej akterji, ki so vplivni tudi zunaj digitalne sfere. Z vidika analize vsebine je pomembno, da migrantska »kriza« sama po sebi ni predstavljena kot glavna težava (na primer zaradi človeškega trpljenja ali nehumanih razmer, v katerih so se znašli migranti). Veliko večji poudarek je namenjen temam, ki neposredno zadevajo državljane EU (na primer kriza evropske politike, varčevalni ukrepi, vzpon »skrajne desnice«).

Sledove omrežnega pristopa najdemo tudi pri Gualdu in Rebolli (2016), ki sta analizirala tvite o migrantski »krizi« v šestih evropskih jezikih (angleščina, francoščina, nemščina, italijanščina, portugalščina, španščina). Na podlagi obsežnega vzorca besedil sta glede na način obravnave migrantov razločila »naklonjen« in »nenaklonjen« diskurz. Naklonjeni diskurz, ki se je oblikoval okrog ključnikov #SafePassage in #humanrights, je izražal solidarnost z migranti (na primer zagotovitev varnega prehoda, pozivi k socialni pravičnosti in spoštovanju človekovih pravic, opozarjanje na stisko migrantskih otrok, kritika EU zaradi neustreznega odziva na množične prihode). Negativni diskurz pa je bil vezan na ključnika #islamistheproblem in #refugeesNotWelcome, ki označujeta objave s pozivi k prepovedi vstopa migrantom v evropske države. V teh objavah so migranti predstavljeni kot grožnja nacionalni varnosti. Opisani so kot kriminalci in posiljevalci, kot necivilizirani posamezniki z lažnimi potnimi listi in kot pripadniki islamske religije, ki naj ne bi spoštovali »evropskih« vrednot in miru.

V naslednji raziskavi si Barisione in drugi (2019) zastavijo vprašanje, kako je ključnik #RefugeesWelcome oblikoval razpravo na Twitterju. Na podlagi analize omrežja in vsebine ugotavljajo, da je bil ključnik ob začetku migrantske »krize« (september 2015) povezan predvsem z izrazi sočutja do migrantov, zlasti zaradi kroženja podob, ki so migrantske otroke prikazovale kot osrednje žrtve dogajanja. Avtorji pokažejo, da so naklonjena stališča izražali predvsem predstavniki družbene moči, medtem ko so jih javno neznani uporabniki zgolj ojačevali (na primer z retvitanjem). Nato so preverili, kako je bil isti ključnik uporabljen po terorističnih napadih v Parizu novembra 2015. Ugotavljajo, da je njegova raba po napadih močno upadla, ob poznejšem porastu pa ni več

izražala sočutnih stališč do migrantov. Ključnik so uzurpirala protimigrantska gibanja, ki so ga uporabila za širjenje stališča, da so migranti »trojanski konj« organizacije ISIS, katere pripadniki so se pomešali med »prave begunce«.

Podobno kot Barisione in drugi (2019) so tudi Avraamidou in drugi (2021) analizirali razpravo na Twitterju pod ključnikom #IStandWithGreece, ki se nanaša na mejno »krizo« na grško-turški kopenski meji februarja in marca 2020. Na podlagi analize omrežja, s katero so določili skupnosti uporabnikov, pokažejo, kako so protimigrantski glasovi (na primer etnonacionalisti, supermacisti) izkoristili na videz promigrantski ključnik za širjenje nestrpnosti do migrantov v imenu varnosti, naroda, rase in kulture.

Omrežni pristop uporabi tudi Al-Rawi (2020), ki analizira najviralnejše vsebine in najvplivnejše uporabnike na Twitterju na temo rohinske »krize« v Mjanmaru. Na podlagi velikega vzorca arabskih in angleških objav ugotavlja, da arabska sporočila izražajo sočutje do rohinskih beguncov. Mnogi aktivisti za pravice Rohingov Twitter uporabljajo za komunikacijo s pripadniki rohinske manjšine in za posredovanje informacij o težavah, s katerimi se soočajo v Mjanmaru. Angleške objave pa so bolj raznolike. Nekatere izražajo naklonjenost (predvsem do otrok), druge pa Rohinge obtožujejo terorizma in nasilja nad hindujci v Mjanmaru. V angleških objavah so Rohingi predstavljeni kot grožnja nacionalni varnosti sosednjih držav, zlasti Indije. Podobnih obtožb v arabskih objavah ni zaslediti. V slednjih so kritični glasovi usmerjeni proti budističnemu režimu v Mjanmaru, obtožujejo ga izvajanja državnega terorizma nad Rohingi.

Omrežnemu pristopu sledita tudi Nerghes in Lee (2018), ki analizirata angleške tvite na temo migrantske »krize« v začetku septembra 2015, ko je na spletu 2.0 zaokrožila fotografija trupla dečka Alana Kurdija. Na podlagi čustvene analize objav in analize omrežja ključnikov ugotavljata, da je bila razprava na Twitterju osredotočena predvsem na ključnike, povezane z »begunci«, ki so imeli bolj naklonjen ton kot manj zastopani ključniki, povezani z »migranti«.

Poleg analize večjih količin podatkov se raziskave osredotočajo tudi na kvalitativno analizo manjših vzorcev objav na Twitterju. Kreis (2017) proučuje angleške, nemške, španske in francoske objave s ključnikom #refugeesnotwelcome, ustvarjene sredi septembra 2015 po zaprtju južne nemške meje. V objavah se pojavljajo dogodki, zgodbe, novice in druge vsebine, ki migrante prikazujejo negativno, predvsem kot kriminalce in izkoriščevalce socialnega sistema. Tako se vzpostavlja diskurzivna konstrukcija nacionalne in evropske identitete, utemeljena na delitvi med »nami« in »njimi«.

Vpogled v večjezikovno okolje na Twitterju ponujajo tudi de Rosa in drugi (2021), ki proučujejo italijanske in angleške tvite na temo migracij v obdobju 2017–2019. Rezultati kažejo na obstoj izrazito polariziranega diskurza, v katerem so legitimirane tako politike vključevanja kot izključevanja migrantov. Smer razprave na Twitterju narekujejo vplivni glasovi (na primer politiki, novinarji, verske osebnosti), in sicer tako na strani zagovornikov kot tudi nasprotnikov sprejema migrantov.

Raziskave obravnavajo tudi odzive na posamezne dogodke. Izhodišče Bozdağove (2019) KDA je razprava na Twitterju, ki jo je julija 2016 sprožila izjava predsednika Erdoğanja o podelitvi državljskih pravic sirskim migrantom. V tem kontekstu avtor proučuje odziv uporabnikov na Twitterju, ki ima zaradi pomanjkanja kritičnih glasov v turških množičnih medijih pomembno vlogo pri izražanju mnenj državljanov. Vendar pa ugotavlja, da razprava na Twitterju krepi turški nacionalizem in etnocentristično razumevanje državljanstva. Sklene, da Twitter deluje kot prostor kritičnih, a hkrati nacionalističnih in diskriminatornih izjav o migrantih.

Nekatere raziskave se osredotočajo na komunikacijo predstavnikov parlamentarne politike. Bennett (2016) analizira tvite osrednjih političnih akterjev v Veliki Britaniji. Izhaja iz opredelitve Twitterja kot hibridnega medija, pri čemer hibridnost razume kot možnost posredovanja hiperpovezav do drugih medijskih vsebin. Podatke za analizo je zbral iz različnih obdobji v letu 2015. Na ravni uporabnikov ugotavlja, da prevladujejo »desno« usmerjeni akterji. Pokaže, da v prvem analiziranem obdobju (julij 2015) prevladuje diskurz, v katerem so migranti prikazani kot grožnja britanski družbi, v drugem (september 2015) pa humanitarni diskurz, ki ga avtor razume kot odziv na kroženje podobe Alana Kurdijskega. Avtor prepozna tudi nekatere stalne teme britanskega migracijskega diskurza, ki presegajo časovno specifične okvire, na primer prikazovanje migracij kot bremena, grožnje in zlorabe; sklicevanje na »britanske vrednote«, ki so opredeljene kot »liberalne«, »evropske« ali »judovsko-krščanske«; ter pozitivna samoopredelitev britanske zgodovine (na primer kot zmagovalci nad komunisti, nacisti in teroristi ter kot rešitelji ljudi v stiski).

Podobno kot Bennett (2016) tudi Krzyżanowski (2018b) obravnava konstrukcijo migrantske »krize« v objavah švedske socialdemokratske stranke na Twitterju. Izhaja iz tako imenovanega hibridnega diskurza, za katerega pravi, da političnim akterjem omogoča legitimizacijo politike priseljevanja s pomočjo populistične politizacije in z uporabo novih oblik spletne politične

komunikacije, ki presegajo okvir množičnih medijev. Tako pokaže, kako se prek hibridnega diskurza izvaja politizacija migracij na Švedskem.

Nekatere študije se osredotočajo na proučevanje specifičnih diskurzov. Ozduzen in drugi (2020) izhajajo iz predpostavke, da določene značilnosti digitalne medijske sfere (na primer možnost razmeroma preprostega dostopa do spleta 2.0, anonimnost uporabnikov in pomanjkanje nadzora nad aktivnostjo na družbenih medijih) omogočajo širjenje rasističnih diskurzov. Na primeru analize tvtov na temo množičnega priseljevanja Sircev v Turčijo v obdobju 2018–2019 ugotavljajo vsesplošno prisotnost protimigrantskega diskurza, ki normalizira in krepi rasizem.

V prvo podskupino raziskav, ki se osredotočajo izključno na Twitter, smo uvrstili tudi študije, ki obravnavajo razprave, povezane s primerom Alana Kurdija. Bozdaž in Smets (2017) analizirata podobe omenjenega dečka v okviru kvalitativne primerjalne analize objav na Twitterju v Turčiji in Flandriji. Ugotavljata, da so bile podobe, ki so krožile po Twitterju, vključene v že obstoječe diskurze o beguncih (na primer v humanitarnem kontekstu ali kot varnostna grožnja), zato niso povzročile večjega premika v načinih reprezentacije migrantov. Razlike med turškimi in flandrijskimi objavami pojasnjujeta z nacionalnim kontekstom. V turških objavah islam nastopa kot pokazatelj kulturne bližine in razlog za solidarnost, v flandrijskih pa kot označevalec kulturne drugačnosti in varnostne grožnje.

Podobno kot Bozdaž in Smets (2017) tudi Mortensen (2017) predstavi apropiacije vizualne podobe Alana Kurdija na Twitterju, ki so krožile pod ključnikom #humanitywashedashore. Pokaže, kako je kitajski umetnik Ai Weiwei podobo rekontekstualiziral v kontroverzni uprizoritvi, medtem ko je francoski satirični tednik Charlie Hebdo objavil serijo risb, v katerih je fotografija umeščena v sporne kontekste z namenom kritike procesa, prek katerega je bila spremenjena v ikono.

V nadaljevanju bomo predstavili raziskave, uvrščene v drugo podskupino. Sem sodijo študije, ki Twitter obravnavajo skupaj z drugimi mediji ali besedili (na primer političnimi govori). Z izjemo raziskave, ki so jo izvedli Ojala in drugi (2019), je za to skupino študij značilno, da ne sledi hibridnemu pristopu, saj diskurze posameznih medijev obravnava ločeno drug od drugega, in ne v njihovem medsebojnem učinkovanju.

Bajt (2016, 2018) obravnava pojav spletnega sovražnega govora v obdobju migrantske »krize« v Sloveniji. Izhaja iz teze, da je sovražni govor neposreden

odsev načina, kako so migrante obravnavali predstavniki parlamentarne politike. Analizira številne protimigrantske skupine na Facebooku (na primer »Slovenija Zavaruj Meje«, »Radikalna Ljubljana«, »STOP migrantom v Slovenijo«, »Slovenska milica«), ki so ustvarjale nacionalistične, ksenofobne, homofobne in druge objave z namenom širjenja strahu in sovraštva. Priljubljenost teh skupin je v obdobju množičnih prihodov hitro naraščala,³⁵ pri čemer se je širil izrazit sovražni govor, proti kateremu Facebook sprva ni ukrepal. Ko so bili uporabniki pozneje opozorjeni na problematičnost svojih objav, se je odkrito sovražna retorika preoblikovala v subtilnejše, a še vedno stereotipne artikulacije. V analizi je izpostavljen tudi tvit Sebastjana Erlaha s pozivom k poboju vseh migrantov. Avtorica poudarja, da se predstavniki parlamentarne politike (vlada, policija, državno tožilstvo) nanj niso odzvali, zato so reagirale druge organizacije in posamezniki (na primer Društvo Alternativna akademija, Društvo novinarjev Slovenije, novinarji, aktivisti), ki so opozorili, da lahko takšen sovražni govor neposredno vodi v zločine iz sovraštva.

Poleg pojava sovražnega govora pa Bajt (2016; 2018) ugotavlja, da so se na spletu 2.0 razvile številne pozitivne prakse, katerih namen je bil preseči diskriminatorno in sovražno obravnavo migrantov. Izpostavi spletni portal ZLOvenija, ki je deloval kot neke vrste zid sramu, saj je poobjavljal ekstremno ksenofobne in rasistične izjave različnih uporabnikov, skupaj z njihovimi imeni, priimki in naslovnimi fotografijami. Portal je bil sprva neopazen, dokler sovražne objave niso bile razobešene po Ljubljani (več o portalu ZLOvenija gl. Bajt, 2016, str. 56–57). Avtorica omenja tudi številne promigrantsko usmerjene aktivistične organizacije (na primer »Socialni center Rog«, »Njetwork«, »Protirasistična fronta brez meja«) ter uporabniške skupine na Facebooku, ki so izražale naklonjen odnos do migrantov (na primer »Pomagajmo beguncem«, »Dobrodošli«). Na koncu svoje razprave izpostavi, da institucionalnih (vladnih) mehanizmov za pregon sovražnega govora praktično ni, zato so bila dejanja civilnih iniciativ, ki so se z njim soočale, izjemnega pomena.

Podobno kot Bajt (2016, 2018) tudi Žagar (2018) analizira medijski migracijski diskurz v Sloveniji, vendar ga primerja s prvim (1992–1993) in drugim

35 Kaluža (2015) je objavil statistiko naraščanja števila všečkov protimigrantskih uporabniških skupin na Facebooku. Primerjal je število všečkov na dan 19. oktobra 2015 (prvi podatek v oklepaju) in deset dni pozneje, 29. oktobra 2015 (drugi podatek v oklepaju). Podatki kažejo na strmo naraščanje priljubljenosti posameznih skupin: »Slovenija zavaruj meje« (11085/17833 všečkov), »Teritorialna obramba 2015« (1688/3326 všečkov), »Generacija Identitete Slovenija« (1497/1693 všečkov), »Radikalna Ljubljana« (1267/1866 všečkov), »STOP migrantom v Slovenijo« (2498/7341 všečkov), »tu-je.si« (1474/1724 všečkov) in »Tukaj je Slovenija« (1719/2011 všečkov).

(1999–2001) obdobjem množičnih prihodov v državo. Kot glavno razliko tretjega obdobja izpostavi pojav družbenih medijev, prek katerih se širi izjemno negativen diskurz. Čeprav se diskriminatorni diskurzi pojavljajo tudi v prvem in drugem obdobju, so v tretjem izraziteje okrepljeni prav zaradi vloge družbenih medijev. V analizi protimigrantskih skupin na Facebooku ugotavlja prevlado eksplisitno diskriminatornega govora, ki vključuje pozive k »odstranjevanju« in »uničevanju« migrantov, dehumanizirajoča poimenovanja ter aluzije na nacizem.

Slovenski kontekst obravnava tudi Malešič (2017), ki analizira sekuritizacijo migracij v obdobju migrantske »krize«. Osredotoča se na medijski (množični in družbeni mediji) ter politični (parlamentarne razprave) diskurz, pri čemer na področju družbenih medijev preučuje objave stranke SDS na Facebooku in Twitterju. Značilno je pojmovanje migracij na osnovi sekuritizacijskega okvira. Migrantska »kriza« je predstavljena kot največje varnostno vprašanje po letu 1991, državne meje je treba zapreti po madžarskem vzoru, nadzor nad migranti mora biti zelo strog, »reševanje« pa se mora začeti v državah izvora. Poleg tega diskurz določajo selektivne informacije, poenostavljanje in pretiravanje. Večina migrantov je predstavljena kot neupravičena do prihoda (zlasti mladi moški, ki bi se morali boriti v vojni, za svobodo doma), medtem ko naj bi bilo »pravih« migrantov (ženske in otroci) malo. Pogosto se poudarja, da so bili »pravi begunci« tisti iz Bosne in Hercegovine v prvem obdobju (1992–1993) množičnih prihodov v Slovenijo. Prisotna je tudi diskreditacija slovenskih politikov in državljanov, ki podpirajo migrante, v smislu, da bi jih morali, če so jim tako všeč, sprejeti v lastne domove. Na podlagi analize anket javnega mnenja avtor ugotavlja, da je dojemanje migracij kot varnostne grožnje naraslo v obdobju, ko je SDS uživala največjo podporo med političnimi strankami.

V nadaljevanju predstavljamo študije, ki obravnavajo migrantsko »krizo« v različnih nacionalnih in jezikovnih kontekstih. Nerghes in Lee (2019) analizirata angleške objave na Twitterju in v množičnih medijih v začetku septembra 2015, ko je na spletu 2.0 zaokrožila fotografija Alana Kurdija. Na podlagi latentne Dirichletove alokacije (v nadaljevanju LDA) določiata osrednje teme v obeh medijih. Ugotovita, da se nekatere teme na Twitterju ujemajo s tistimi v množičnih medijih (na primer nadzor nad državnimi mejami), hkrati pa se pojavljajo tudi nove (na primer na Twitterju je več pozivov k solidarnosti in sočutju do migrantov).

Boukala in Dimitrakopoulou (2017) proučujeta migracijske diskurze množičnih in družbenih medijev v Grčiji med januarjem in marcem 2016. Na

področju družbenih medijev analizirata objave takratnega grškega premiera Alexisa Tsiprasa in predsednika glavne opozicijske stranke Kyriakosa Mitsotakisa, na ravni množičnih medijev pa spletne članke različnih tiskanih časopisov. Avtorja ugotavljata, da je bila migrantska »kriza« v objavah na Twitterju in v grških spletnih medijih diskurzivno preoblikovana iz evropske v nacionalno. V Tsiprasovih objavah prevladujeta poudarjanje človekoljubnosti Grkov in kritika birokratskih, ksenofobičnih sil, ki so zahtevale izključitev Grčije iz schengenskega območja, medtem ko Mitsotakis izpostavlja neučinkovitost vlade, ki je privedla do »gigantizma« migrantske »krize« in njenega preobrata v humanitarno »krizo«. V spletnih medijih se diskurzi razlikujejo glede na politično usmeritev: »konservativni« poudarjajo izolacijo države zaradi neučinkovite vlade, »desničarskopopulistični« ustvarjajo ozračje strahu in ksenofobije, »levo« usmerjeni pa kritizirajo EU zaradi nezadostnega odziva na migrantsko »krizo«.

Krzyżanowski (2018a) obravnava diskurz o migracijah, ki ga je na Poljskem v času migrantske »krize« širila »desničarska« populistična stranka *Pravo in pravičnost*. Na podlagi obsežnega vzorca besedil, ki poleg objav na Twitterju vključuje tudi nemedijske vsebine (na primer politične govore predsednika stranke), ugotavlja, da v strankarskem diskurzu prevladujejo islamofobna, evroskeptična, antisemitska in druga stališča, ki izražajo izrazito nenaklonjen odnos do migrantov.

Hameleers (2019) proučuje diskurzivno konstrukcijo migrantske »krize« v nizozemskih množičnih in družbenih medijih. Na področju množičnih medijev analizira spletne novice (t. i. *broadsheet outlet*) in tabloidni tisk, na področju družbenih medijev pa Twitter (objave populističnega politika Geerta Wildersa) in Facebook (javno dostopne uporabniške skupine). Ugotavlja, da so migranti v družbenih medijih prikazani izrazito negativno in sovražno, kot teroristi, posiljevalci in grožnja za blaginjo nizozemskih državljanov. Podoben diskurz prevladuje v tabloidnem tisku, medtem ko spletne novice oblikujejo naklonjen diskurz, utemeljen na moralni obveznosti državljanov, da migrantom pomagajo. Avtor izvede tudi spletno anketo med nizozemskimi državljani, s katero pokaže, da negativne objave o priseljevanju še posebej vplivajo na posameznike, ki se čutijo socialno prikrajšane. Ti izražajo bistveno bolj negativen odnos do migrantov kot tisti, ki se ne čutijo prikrajšane.

Ojala in drugi (2019) proučujejo, kako finski državljani uporabljajo družbene medije za izražanje kritik in zahtev do finske vladne službe za priseljevanje v času migrantske »krize«. Teoretsko izhajajo iz modela hibridnega medijskega

sistema, ki ga opredeljujejo kot okvir za proučevanje interakcije med oblastjo, javnostjo in množičnimi mediji. Na podlagi obsežnega nabora podatkov, ki zajema objave na Twitterju, Facebooku, Instagramu, Google+, YouTubu, spletnih forumih in blogih ter vladna sporočila za javnost, ugotavljajo, da je spletno javnost državljanov mogoče razumeti kot vplivno silo, ki vladne akterje poziva k odgovornemu ravnanju, zaradi česar se pogosto čutijo dolžni javno upravičiti svoje politične odločitve. Avtorji prepoznavajo obstoj dveh spletnih javnosti: »liberalne«, ki izraža naklonjen odnos do migrantov, in »protimigrantske«, ki nasprotuje njihovem sprejemu. Hkrati pa pokažejo, da je delovanje spletnih javnosti še vedno odvisno od pretoka informacij, ki ga nadzorujejo in usmerjajo predstavniki močne javnosti, na primer množični mediji, ki lahko njihove glasove okrepijo s povzemanjem njihovih zahtev.

V nordijski kontekst sodi tudi študija Wahlströma in Törnberga (2019), ki proučuje protimigrantske prakse na družbenih medijih (Facebook, Twitter) na Švedskem; ugotavlja, da lahko takšne prakse vplivajo na pojavnost nasilja in zločinov iz sovraštva nad migranti.

Walsh (2021) v svoji raziskavi analizira migracijski diskurz v času kanadskih zveznih volitev v letu 2019 na primeru objav na Twitterju in naslovnih kanadskih časopisov. Na Twitterju ugotavlja prevlado protimigrantskih stališč, ki so spodbujala večjo angažiranost in podporo med javno neznanimi uporabniki. Medtem ko so razprave na Twitterju tematizirale vprašanja suverenosti in identitete, so časopisne naslovnice poudarjale gospodarske in okoljske učinke priseljevanja.

Lazaridis in drugi (2017) so analizirali spletno aktivnost Gibanja proti džihadu (ang. *Counter-Jihad Movement*) v decembru 2015. Na podlagi podatkovnega rudarjenja objav na Twitterju in na posameznih spletnih mestih (na primer blogih) ter analize omrežja najvidnejših uporabnikov ugotavljajo, da prevladuje diskurz o nevarnosti »islamizacije Zahodnega sveta«. Uporabniki delijo hiperpovezave do člankov in videoposnetkov, ki priseljevanje predstavljajo kot varnostno vprašanje. Raziskava razkriva, da je največ uporabnikov, ki širijo takšne vsebine, lociranih v ZDA, medtem ko so v Evropi in drugod po svetu tovrstne prakse prisotne v manjši meri.

Na področju proučevanja migracij na Twitterju se pojavljajo tudi študije, ki se osredotočajo na vizualne reprezentacije migrantov. Risam (2018) analizira »selfije« sirskih beguncev, ki so krožili po množičnih in družbenih medijih (predvsem na Twitterju). Ugotavlja, da posnetki, ki jih objavljajo množični mediji, dopolnjujejo poročanje o strahu pred priseljevanjem na globalnem

severu, medtem ko so »selfiji«, ki jih na družbenih medijih objavljajo begunci sami, oblika samoreprezentacije, ki se upira razumevanju beguncev kot objektov različnih diskurzov.

V okviru proučevanja vizualnih reprezentacij migrantov izpostavljamo tri razprave, ki se neposredno ukvarjajo s primerom Alana Kurdija. Olesen (2018) pokaže, kako je fotografija trupla utopljenega dečka sprožila ogorčenje in proteste spletnih uporabnikov, ki so obstoječo podobo poustvarjali in grafično preoblikovali z namenom poudarjanja določenih pomenov (na primer krivica). Na podlagi fotografij, ki so krožile po množičnih medijih (časopisi, televizija) in družbenih medijih (Facebook, Twitter), avtor pokaže, da je splet 2.0 omogočil globalno in protestno usmerjeno širjenje različic iste podobe, ki jih imenuje »fotografije krivic« (ang. *injustice photographs*). Podobno kot Olesen (2018) tudi Papailias (2019) z vizualno analizo objav na Twitterju in Facebooku pokaže, da globalno spletno občinstvo fotografij Alana Kurdija ni zgolj pasivno opazovalo, temveč je z grafičnimi predelavami soustvarjalo njen pomen in opozarjalo na tragični vidik migrantske »krize«.

Primeru Alana Kurdija je posvečen tudi zbornik *The Iconic Image on Social Media: A Rapid Research Response to the Death of Aylan Kurdi* (Vis in Goriunova, 2015). Zbornik vključuje petnajst krajših prispevkov, ki obravnavajo, kako je podoba utopljenega triletnega sirskega dečka vplivala na konstrukcijo migrantske »krize« v različnih spletnih medijih, s posebnim poudarkom na Twitterju. Avtorji in avtorice ugotavljajo, da je kroženje fotografije in njenih različic na spletu 2.0 pomembno vplivalo na dojemanje prihodov migrantov v širši spletni javnosti. Če sta se pred dogodkom poimenovanji »begunec« in »migrant« pojavljali v podobnem deležu, je raba oznake »begunec« po objavi fotografije strmo narasla. Fotografija je učinkovala metonimično (tragedija ene osebe je predstavljala tragedijo mnogih) in se uprla običajnemu prikazovanju migrantov kot brezimne množice, opisane z metaforami naravnih pojavov (na primer roj, val, reka, invazija) ali prek statističnih podatkov. Po spletu 2.0 so krožile številne vizualne in umetniške predelave, pa tudi navezave na umetniško tradicijo (na primer podoba policista, ki nosi dečkovo truplo, je bila povezana s krščansko ikonografijo Michelangelovega kipa Pietà ter z motivi estetizirane smrti in spečih angelov). Fotografije so pozitivno vplivale na obravnavo migrantov v nekaterih državah (na primer na Norveškem), medtem ko v drugih nacionalnih okoljih (na primer v Veliki Britaniji) kljub visoki javni izpostavljenosti niso imele pomembnih političnih in diskurzivnih učinkov, kot smo tudi videli v primeru raziskave, ki sta jo opravila Bozdağ in Smets (2017). Poleg naklonjenih diskurzivnih obravnav pa avtorji in avtorice

zbornika opozarjajo tudi na manj naklonjene interpretacije dečkove smrti, katerih namen je bil spodkopati sporočilno moč fotografije s prelaganjem krivde na žrtve (na primer na dečkove starše).

4.2.2 Migracije na Facebooku

V raziskave druge skupine smo umestili študije, ki se osredotočajo na migracijski diskurz na Facebooku. Tukaj lahko najprej izpostavimo že omenjeno študijo Siapere (2019), ki obravnava diskurze v podporo beguncem, kot so jih v Grčiji razvile lokalne skupnosti. Izhaja iz teorije hibridnega medijskega sistema, za katerega poudarja, da različne družbene skupine in akterji neenakopravno sodelujejo pri konstrukciji javne razprave. Poseben pomen namenja proučevanju družbenih medijev, ki nudijo glas tistim, ki nimajo družbene moči in vpliva. Na teh izhodiščih analizira dvanajst Facebook profilov lokalnih solidarnostnih iniciativ v Grčiji. Ugotavlja, da se navedene iniciative z diskurzom solidarnosti in skupnosti neposredno zoperstavljajo (post)humanitarnim in dobrodelnim diskurzom nevladnih organizacij ter rasističnim in varnostnim okvirom, ki prevladujejo v množičnih medijih. Solidarnostne iniciative ob tem objavljajo hiperpovezave do vsebin iz množičnih medijev, o katerih kritično razpravljajo.

Naslednjo raziskavo s sledovi hibridnega pristopa je izvedla Colombo (2018); v njej proučuje govor nekdanjega italijanskega premierja Mattea Renzija, ki ga je ta prebral v italijanskem parlamentu in objavil na svojem Facebook profilu dan pred sestankom Evropskega parlamenta o tragični utopitvi migrantov aprila 2015 v Sredozemskem morju. Medtem ko so množični mediji o nesreči poročali s humanitarne perspektive, Renzi v svojem govoru preoblikuje njihovo interpretacijo dogajanja. Izogiba se dominantnim načinom razumevanja migracij (na primer kot varnostne grožnje ali humanitarne katastrofe) in se odpove ustaljenim oznakam za migrante (na primer begunci, migranti), ki jih nadomešča z izrazi »osebe«, »moški«, »ženske« ipd. Govor uporabi za to, da migracije predstavi z vidika perspektive domopolitike (*ang. domopolitics*), tj. politik, katerih cilj ni zaustaviti migracije ali jih prikazovati kot varnostno in kulturno grožnjo, temveč jih strateško upravljati in izkoristiti za potrebe sodobne neoliberalne ekonomije. Obravnavani primer kaže, kako lahko predstavniki parlamentarne politike uporabljajo družbene medije, da nagovarjajo državljane mimo množičnih medijev ter hkrati reartikulirajo in

rekontekstualizirajo obstoječe diskurze množičnih medijev. Raziskava vsebuje sledove hibridnega pristopa, saj tematizira, kako so diskurzi množičnih medijev preoblikovani prek družbenih medijev.

Navezava na množične medije je prisotna tudi v študiji, v kateri so Vehovar in drugi (2020) analizirali komentarje na Facebookovih straneh slovenskih novičarskih portalov 24ur.com, Nova24TV in Siol.net v obdobju 2010–2017. Na primeru dveh tem, migrantske »krize« in pravic LGBT+ oseb, se osredotočajo na prisotnost t. i. družbeno nesprejemljivega diskurza, za katerega je značilen izrazito negativen odnos do določene družbene skupine. Ugotavljajo, da približno polovica vseh uporabniških komentarjev vsebuje elemente takšnega diskurza. Čeprav se analiza osredotoča na uporabniške komentarje, pa kontekst njihovega nastanka predstavljajo Facebookovi profili slovenskih novičarskih portalov, zaradi česar lahko govorimo o prisotnosti hibridne perspektive.

Migracije na Facebooku so obravnavane tudi v sklopu političnega diskurza. Heidenreich in drugi (2020) so analizirali objave političnih akterjev na Facebooku v šestih evropskih državah (Španija, Združeno kraljestvo, Nemčija, Avstrija, Švedska in Poljska). Ugotavljajo, da so migracije pomembnejša tema v državah s pozitivnimi neto migracijami, medtem ko so v državah z nevtralno ali negativno neto migracijo obravnavane kot manj pomembne. Poleg tega politični akterji iz strank skrajne »levice« in »desnice« migracije tematizirajo pogosteje in v bolj negativnem tonu kot »zmernejši« politični akterji.

V drugo skupino smo umestili tudi tri študije, ki obravnavajo diskurz protimigrantskih skupin na Facebooku. Ekman (2018) analizira delovanje švedske iniciative Soldiers of Odin v letu 2016. Proučuje njihove objave na Facebooku, način, kako jih prikazujejo »desno« usmerjeni spletni mediji, in poročanje tradicionalnih množičnih medijev o njih. Rezultati njegove raziskave kažejo, da protimigrantski akterji uspešno izkoriščajo logiko spleta 2.0 za širjenje sovražnih pogledov, a se pri tem soočajo z omejitvami, kot so pomanjkanje javne podpore in negativna predstavitev v množičnih medijih. Študija vsebuje sledove hibridnega pristopa, saj obravnava, kako diskurzi s Facebooka vstopajo v množične medije. V poznejši raziskavi Ekman (2019) pokaže, da se protimigrantski in rasistični diskurzi na Facebooku oblikujejo tudi v interakciji z drugimi uporabniki. Podobno Müller in Schwarz (2020) na primeru nemških protimigrantskih objav v letu 2017 ugotavljata, da družbeni mediji niso le plodna tla za širjenje sovražnih idej, temveč lahko tudi spodbujajo dejanske zločine iz sovraštva.

4.2.3 Migracije na spletnih blogih in forumih

V tretjo skupino smo umestili študije, ki obravnavajo migracijski diskurz na spletnih blogih in uporabniških forumih. Eno izmed prvih študij na tem področju je opravil Kuzmanić (2001), ki se je svoje raziskave lotil daleč pred pojavom osrednjih družbenih medijev (na primer Facebook, Twitter), ko je v raziskovanju spleta 2.0 prevladovala optimistična perspektiva. Avtor je analiziral sovražno spletno stran (ang. *hate-page*), ki je bila aktivna na povezavi <http://bojkot.muba-bk.si/begunci>. Navedena spletna stran je vabila uporabnike, da izrazijo svoje stališče o migrantih, ki so v Slovenijo prihajali v drugem obdobju (1999–2001). Spletna stran je izhajala iz retoričnega vprašanja »Kako se rešiti beguncev in azilantov?«, napisanega z velikimi tiskanimi črkami, in odgovora »Izlij svoj gnev!« (2001, str. 10). Na navedeni spletni strani je bilo objavljenih približno 900 sovražnih zapisov, ki so jih ustvarili anonimni spletni uporabniki. Avtor ugotavlja, da je za uporabniške komentarje značilen izrazito negativen diskurz, v katerem so migranti opisani kot sodrga, lenuhi, delomrzneži, kriminalci, zalezovalci in podobno. Prisotna je dehumanizacija migrantov (na primer »golazen«, »zgazit mrhovino«). Mnoge objave so vsebovale aluzije na Hitlerja in nacizem, pojavljajo se zahteve po odprtju koncentracijskih taborišč. Prisoten je stereotip lenega in bogatega »begunca«, njegov atribut je prenosni telefon. Avtorjeve ugotovitve so zanimive zato, ker so razkrile izrazito negativen uporabniški diskurz v obdobju, ko je v raziskavah kot tudi širše prevladovalo navdušenje nad demokratičnim potencialom spleta 2.0.

Podobno kot Kuzmanić (2001) tudi Musolff (2017) raziskuje uporabo izrazito negativnih in dehumanizirajočih metafor, s katerimi so na britanskih blogih, spletnih forumih in v časopisnih medijih opisani migranti. Ugotavlja, da so najpogostejše predstavljeni kot »paraziti« (ang. *parasites*), »pijavke« (ang. *leeches*) ali »krvosesi« (ang. *bloodsuckers*). Metafore se v največji meri pojavljajo v blogih, redkeje na uporabniških forumih in najmanj v osrednjih časopisnih medijih. Raziskava ne vsebuje sledov hibridnega medijskega diskurza, saj rabo metafor obravnava ločeno po posameznih medijih, in ne v njihovi medsebojni interakciji.

V drugo skupino sodi tudi analiza političnih blogov. Sakki in Pettersson (2015) obravnavata bloge, ki so jih ustvarili »desni« populistični politiki na Švedskem in Finskem. Na podlagi KDA ugotavljata, da so migranti predstavljeni kot deviantne osebe, grožnja lokalnim prebivalcem in »notranji« sovražniki države. Hkrati so prikazani kot nerazumno visoko breme za socialni sistem, zaradi

česar naj bi bili lastni državljani prikrajšani za socialne pravice. Značilnost populističnega diskurza v analiziranih blogih je tudi kategorično zanikanje rasizma v lastnih protimigrantskih stališčih.

4.2.4 Migracije na Youtubeu, Instagramu in Pinterestu

V zadnjo skupino na področju proučevanja migracij na družbenih medijih smo uvrstili dve raziskavi, ki obravnavata YouTube, Instagram in Pinterest. Lee in Nerghes (2017) analizirata konstrukcijo migrantske »krize« v komentarjih pod videoposnetkom na YouTubeu, ki je prikazoval sočuten pogled na množični prihod migrantov v Evropo. V enem letu po objavi sta na podlagi čustvene analize in LDA analize ugotovila, da so bili komentarji do migrantov sprva naklonjeni, nato pa so postajali vse bolj nenaklonjeni. Poudarjata tudi, da so komentarji obravnavali širši nabor tem, povezanih z migrantsko »krizo«, ne zgolj vsebin, ki so neposredno povezane z videoposnetkom.

V naslednji raziskavi Guidry in drugi (2018) proučujejo vizualne reprezentacije migrantske »krize« na Instagramu in Pinterestu. Na Instagramu prevladuje epizodno uokvirjanje (usmerjenost na posamezne zgodbe ali primere), medtem ko je na Pinterestu več tematskih okvirov (poudarek na splošnejših vprašanjih). Na obeh platformah je bilo verjetneje, da so objave, povezane z varnostjo, oblikovane tematsko, medtem ko je humanitarni diskurz pogostejše uokvirjen epizodično.

4.3 Sklep

Na osnovi pregleda raziskav na področju proučevanja migracij v spletnih medijih ugotavljamo, da je proučevanje migracijskega diskurza v spletnih medijih z vidika hibridne perspektive zapostavljeno, čeprav ne povsem odsojtno. Pričujoča raziskava na to področje prispeva tako, da izhaja iz modela hibridnega medijskega sistema, ki ga teoretsko dopolnjuje, se osredotoča na slovenski kontekst, v katerem še ni bila opravljena analiza migracijskega diskurza na tako obsežnem vzorcu objav, in predstavlja prvo omrežno analizo migracijskega diskurza v Sloveniji. Obenem prispeva tudi k širšemu področju proučevanja migracij v medijih, ki se je na spletne medije dolgo časa osredotočalo v manjšem obsegu v primerjavi s »tradicionalnimi«, nespletnimi množičnimi mediji.

Raziskave na področju migracij v spletnih množičnih medijih v splošnem ugotavljajo, da so migranti v spletnih množičnih medijih predstavljeni negativno, pri čemer se pojavljajo številne diskriminatorne diskurzivne prakse (na primer prikazovanje migrantov kot varnostne grožnje). Izjema so besedila na srbskih, hrvaških in bosanskih spletnih portalih, kjer prevladuje sočutno in naklonjeno poročanje. Hkrati pa raziskave opozarjajo, da lahko tudi navidezno naklonjen diskurz reproducira stereotipne predstave o migrantih, kar je še posebej značilno za mnenjske novinarske zvrsti (na primer uredniške uvodnike).

Raziskave na področju proučevanja migracij v družbenih medijih prinašajo raznolike zaključke. Raziskave migracijskega diskurza na Twitterju v splošnem ugotavljajo prevlado humanitarnih in sekuritizacijskih okvirov, ki se ne razlikujejo bistveno od tistih, ki jih srečamo v drugih medijih. Med najvidnejšimi uporabniki izstopajo politiki, množični mediji in uveljavljene nevladne organizacije, torej akterji, ki so vplivni tudi zunaj spleta 2.0. Javno neznani uporabniki najpogosteje nastopajo v vlogi ojačevalcev vplivnih glasov (na primer z deljenjem ali všečkanjem njihovih objav). Pomembno vlogo imajo tudi protimigrantska gibanja, ki širijo sovražna in diskriminatorna stališča. Raziskave ugotavljajo, da se predstavniki družbene moči (na primer vlada, policija, državni tožilci) ne odzivajo na skrajno sovražne zapise (na primer v Sloveniji v času migrantske »krize« ni bilo javne obsodbe poziva k streljanju migrantov). Posebej izstopajo tudi študije, usmerjene v analizo posameznih političnih glasov (na primer profili predsednikov vlad, populističnih politikov) ali medijsko odmevnih primerov, kot je smrt dečka Alana Kurdijsa.

Raziskave še ugotavljajo, da je Facebook pojmovan kot družbeni medij, na katerem se solidarnostne iniciative neposredno zoperstavljajo (post)humanitarnim in doberdelnim diskurzom nevladnih organizacij kot tudi rasističnim in sekuritizacijskim okvirom, ki prevladujejo v množičnih medijih. Hkrati pa je Facebook tudi medij, na katerem protimigrantske skupine širijo sovražna stališča, politiki pa ga uporabljajo za nagovarjanje lastnih volivcev. Tudi na YouTubu, Instagramu in Pinterestu so podobno prisotni različni diskurzi, ki obsegajo vse od naklonjenih obravnav migrantov do negativnih in sovražnih stališč. Raziskave so nadalje pokazale, da so spletni forumi in blogi prostor za izražanje skrajno diskriminatornih stališč, ki migrante dehumanizirajo.

5 METODOLOŠKI OKVIR

5.1 Raziskovalna vprašanja

Izhajajoč iz teoretskih izhodišč, predstavljenih v drugem in tretjem poglavju monografije, bomo v naslednjem analitičnem poglavju odgovorili na tri raziskovalna vprašanja, ki se navezujejo na tri tematske sklope – uporabnike, objave in omrežje –, prek katerih naslavljammo hibridne lastnosti sodobne digitalne medijske sfere na primeru migracijske razprave na Twitterju. Osredotočili se bomo na naslednja vprašanja:

- **RV 1:** Kdo so najaktivnejši in najvplivnejši uporabniki v migracijski razpravi na Twitterju?
- **RV 2:** Katere so najviralnejše objave in hiperpovezave v migracijski razpravi na Twitterju?
- **RV 3:** Kakšna je struktura komunikacijskih povezav med uporabniki v migracijski razpravi na Twitterju?

V okviru RV 1 se bomo osredotočili na prepoznavanje središčnih uporabnikov v razpravi. Analizirali bomo, kako njihova zastopanost odraža hibridni značaj sodobne digitalne medijske sfere, torej v kolikšni meri med središčnimi uporabniki prevladujejo predstavniki močne javnosti in v kolikšni meri so prisotni glasovi šibke javnosti.

V sklopu RV 2 nas bo zanimalo, katere objave in hiperpovezave so na ravni celotne migracijske razprave prejele največ retvitov. Analizirali bomo, katere diskurze te objave reproducirajo, kdo so njihovi avtorji in ali vsebujejo hiperpovezave do vsebin množičnih medijev ter drugih morebitnih virov informiranja. Posebno pozornost bomo namenili tudi vprašanju, katere hiperpovezave najpogosteje krožijo v razpravi in kako prek njih vstopa diskurz množičnih medijev.

V okviru RV 3 bomo proučevali, kako se v omrežju retvitov odraža hibridnost medijske sfere. Preverili bomo, katere skupnosti sestavljajo omrežje, kdo so najvplivnejši uporabniki, kateri viri informiranja najpogosteje krožijo prek hiperpovezav in kateri migracijski diskurzi so najviralnejši. Posebej nas bo zanimalo, ali se skupnosti razlikujejo glede na prevladujoč diskurz ali pa hibridna medijska sfera omogoča prepletanje vsebin iz različnih ideoloških in medijskih virov.

5.2 Pridobivanje podatkov

Z namenom, da odgovorimo na zastavljena raziskovalna vprašanja, smo najprej pridobili podatke za analizo. Pri proučevanju digitalne medijske sfere se pogosto soočamo z ogromno količino podatkov, ki jih je brez uporabe računalniških programov, aplikacij in orodij zelo težko pridobiti in analizirati (Rogers, 2019). V nasprotju s proučevanjem množičnih medijev, kjer je dostop do vsebin razmeroma preprost in ne zahteva posebnega računalniškega znanja, njihova analiza pa je pri manjšem obsegu tekstov izvedljiva tudi ročno, raziskovanje družbenih medijev pogosto temelji na zahtevnejših računalniških programih, aplikacijah in orodjih, ki omogočajo obdelavo velike količine podatkov (Rogers, 2019; Wahlström in Törnberg, 2019). Zaradi predstavljenih tehničnih zahtev smo pri pridobivanju podatkov sodelovali z dr. Urošem Godnovom z Inštituta za kakovost podatkov (IKP), d. o. o., njihovo analizo pa smo izvedli samostojno.

Podatke, ki predstavljajo vzorec naše analize, smo v sodelovanju z IKP pridobili z uporabo orodja Twitter API, spletnega vmesnika (ang. *application programming interface*), ki omogoča dostop do podatkov, povezanih z uporabniško ustvarjeno vsebino na Twitterju (Janetzko, 2017). Vmesnik je bil v lasti podjetja Twitter, ki je nadzorovalo dostop do podatkov tako v časovnem kot količinskem smislu. Pred uvedbo širšega dostopa je bilo pridobivanje podatkov prek omenjenega vmesnika zelo omejeno, saj ni bilo mogoče dostopati do objav, starejših od nekaj mesecev, hkrati pa je bila

količina podatkov, ki jo je bilo mogoče pridobiti, zelo majhna. V začetku leta 2021 je podjetje Twitter vmesnik nadgradilo s funkcijo »Academic Research Product Track«, ki je raziskovalcem omogočila brezplačen in skoraj neomejen dostop do celotne baze podatkov. Pogoji za pridobitev akademskega profila je bila odobritev vloge (ang. *Academic Account Application*), v kateri je bilo treba: 1) dokazati pripadnost raziskovalni instituciji (poleg raziskovalcev in visokošolskih učiteljev so za profil lahko zaprosili tudi magistrski študentje ter doktorski in postdoktorski kandidati), 2) opisati raziskavo, v kateri bodo podatki analizirani, ter 3) zagotoviti, da izsledki raziskave ne bodo uporabljeni v tržne in politično-strankarske namene. Odobritev vloge je omogočala brezplačen dostop do celotne zgodovine objav in možnost prenosa do 10 milijonov objav na mesec (Tornes, 2021). Na podjetje Twitter smo naslovili prošnjo za odobritev akademskega API vmesnika, pri čemer smo v vlogi podrobno predstavili naš raziskovalni projekt. Vlogo so nam odobrili 10. marca 2021.³⁶ Po uspešni odobritvi vloge smo IKP prosili, da na podlagi naših navodil pridobijo podatke. V ta namen so Twitterjev akademski API vmesnik najprej namestili v programsko okolje R (različica 4.2.2.), ki omogoča statistično obdelavo podatkov in njihov grafični prikaz (Komidar, 2021). Navedeno programsko okolje vključuje tudi številne funkcije, povezane s podatkovnim in tekstovnim rudarjenjem, zato ima pomembno vlogo v sodobnem digitalnem raziskovanju (Hegelich, 2017; Janetzko, 2017).

Ko je bil Twitterjev API vmesnik nameščen v R, smo IKP posredovali navodila za zajem podatkov. Naš namen je bil pridobiti podatke, ki zajemajo celotno razpravo na Twitterju v obdobju migrantske »krize« 2015–2016 v Sloveniji. Zaradi tega smo se osredotočili na vse slovenske objave, objavljene med 1. septembrom in 31. decembrom 2015, saj je to obdobje zaznamoval največji prihod migrantov v državo. Čeprav je bilo oktobra in novembra 2015 zabeleženo največje število prihodov, smo v analizo vključili tudi september in

36 Naše pridobivanje podatkov s Twitterja je potekalo pred korenitimi spremembami, ki jih je uvedel Elon Musk. Februarja 2023 je uvedel plačljiv dostop – osnovni paket je stal 100 dolarjev, oktobra 2024 pa se je podražil na 200 dolarjev. Napredni dostop lahko stane do 42.000 dolarjev, pri čemer so bili oktobra 2024 uvedeni dodatni stroški za ta paket (Hutchinson, 2024). Pred temi spremembami je bil Twitter osrednja platforma za digitalno raziskovanje, saj je brezplačni API omogočal dostop do ogromne količine podatkov, kar je spodbudilo nastanek številnih raziskav. Nove omejitve so raziskovanje komunikacijske dinamike na Twitterju močno otežile, saj si mnogi raziskovalci niso mogli privoščiti plačila astronomskih cen za dostop do podatkov. Po nekaterih ocenah se je ustavilo izvajanje več kot 100 raziskovalnih projektov oziroma so morali raziskovalci prilagoditi svojo metodologijo, ker prvotno načrtovanih analiz Twitterja ni bilo več mogoče izvesti (Gotfredsen, 2023).

december, da bi zajeli širši kontekst dogajanja. Proces medijske konstrukcije migrantske »krize« se je namreč začel že pred množičnimi prihodi in ostal prisoten tudi, ko se je njihovo število začelo zmanjševati (Smrdelj in Vogrinc, 2020). Zaradi naštetih razlogov vzorec zajema vse slovenske objave na Twitterju v tem štirimesečnem obdobju.

Po opredelitvi časovnega obdobja smo določili ključnike in ključne besede za zajem vzorca. Za določitev ustreznih ključnikov smo najprej opravili ročni preliminarni pregled objav na Twitterju, ki so se v obdobju migrantske »krize« nanašale na tematiko migracij. V iskalni niz na Twitterju smo vpisali različne ključne besede, kot so »migracije«, »begunci«, migrantska »kriza«, »begunska kriza« in podobno, nato pa pregledali zadetke objav in ključnike, ki so jih vsebovale. Na podlagi tega pregleda smo določili naslednje ključnike za iskanje objav: #begunci, #migranti, #begunskakriza, #migrantskakriza, #ilegalnimigranti, #ilegalci, #prebežniki, #ograja, #ŽičnaOgraja, #mediji, #sosed, #strah, #prostovoljci in #protimilitarizaciji.

Ker številne objave na Twitterju ne vsebujejo ključnikov, bi vzorčenje zgolj na njihovi podlagi prineslo manj rezultatov (Bozdaž, 2019; Jesenšek idr., 2021). Zato smo poleg ključnikov vključili še nabor ključnih besed (oziroma njihovih delov, da smo zajeli različne sklone), ki so bile pogosto prisotne v medijskem in političnem diskurzu o migracijah. Pri njihovi določitvi smo izhajali iz že omenjenega ročnega preliminarne pregleda objav na Twitterju in spremljanja medijskega poročanja o migracijah. Poleg tega smo želeli zajeti tudi objave, ki migrantov sicer ne omenjajo eksplicitno, se pa nanje nanašajo implicitno. Na primer, objava na Twitterju z besedilom »Evropa umira!« na prvi pogled ne vsebuje neposredne reference na migrantsko »krizo«, vendar jo kontekstualno predpostavlja, saj temelji na implicitni predpostavki, da so množični prihodi migrantov glavni razlog za domnevni propad Evrope. Ker smo želeli vključiti tudi tovrstne metaforične objave, smo ključne besede določili čim širše, da bi zajeli kar se da obsežen vzorec. Zaradi tega je bil prvotni seznam ključnih besed zelo izčrpen:

begun*: begunec, begunci, beguncem, begunska (kriza)
 migra*: migrant, migranti, migracija, migrantska (kriza)
 prebežni*: prebežnik, prebežniški
 ilegal*: ilegalec, ilegalci, ilegalni (migranti)
 ekonom*: ekonomski migranti
 azil*: azil, prosilec za azil, azilant
 kriz*: begunska kriza, migrantska kriza
 rtvslo*
 24ur*
 EU*
 terorist*: terorist, teroristi, teroristična
 otro*: otrok, otroci
 utop*: utopljeni, utopiti
 bran*: braniti mejo, branjenje domovine
 ograj*: ograja, ograje, ograji
 ovir*: tehnična ovira, ovire
 žic*: žica, žice
 mej*: meja, meje, zaprtje meja,
 Rigonc*: (mejni prehod) Rigonice, Rigonicah
 zid*: zid, zidovi
 zaprt*: zaprtje meja, zaprtje države
 tuj*: tujec, tujci, tujina
 ksenofob*: ksenofob, ksenofobija
 Kolp*: reka Kolpa, Kolpe, Kolpo
 gibanj*: gibanje, prosto gibanje, pravica do gibanja
 pravic*: človekova pravica, človekove pravice
 reka*: reka beguncev (iskati tudi pod besedo reka beguncev)
 val*: begunski val (iskati tudi pod besedo begunski val)
 humanitar*: humanitarne organizacije, humanitarna kriza, humanitarnost
 polici*: policisti, policija, policijski, policijsko
 voj*: vojak, vojska, vojaki, pooblastila vojski na meji
 varnost*: varnost, varnostni, varnostno
 varova*: varovanje, varovati (mejo)
 musliman*: musliman, muslimani, muslimanski
 islam*: islam, islamski

krist*: kristjan, kristjani

krščans*: krščanstvo, krščanski

krst*: krstni list

sloven*: Slovenec, Slovenci, Slovenija, slovenska država, slovenska kultura

domoljub*: domoljub, domoljubje

Balkan*: balkanska migracijska pot, Balkan, balkanske države

Bosan*: bosanski, Bosanci

Solidarnost*: solidarnost, solidarnostno

Schengen*: Schengen, schengenski

Šengen*: šengen, šengenski

Avstrij*: Avstrija, avstrijski

Evrop*: Evropa, evropski, evropske vrednote, Evropska unija, Evropski parlament

Alan Kurdi*

Aylan Kurdi*

Madžar*: Madžarska, madžarski premier

Orban*: Viktor Orban

Merk*: Angela Merkel, Merklova

Nem*: Nemčija, nemški

Češk*: Češka, češki

Gr*: Grčija, grški

Angl*: Anglija, angleški

Britan*: Velika Britanija, britanski

Cameron*: David Cameron

Nizozemsk*: Nizozemska, nizozemski

Sir*: Sirija, sirski

Afganistan*: Afganistan, afganistanski, Afganistanci

Ira*: Irak, iraški

Egipt*: Egipt, egiptovski

Hrvašk*: Hrvaška, hrvaški

Luksembur*: Luksemburg, luksemburški

Franc*: Francija, francoski

Švedsk*: Švedska, švedski

Srb*: Srbija, srbski

Makedon*: Makedonija, makedonski

Slova*: Slovaki, Slovaška

Norve*: Norveška, Norvežani

Nevlad*: nevladne organizacije, nevladniki, vlada RS, @vladaRS

Kriminal*: kriminal, stopnja kriminala

Nastanit*: nastanitev, nastanitveni centri

Študent*: Radio Študent, peticija Radia Študent

Bolez*: bolezen, bolezni

Hran*: hrana, hrano, hrane

Pom*: pomoč, pomoči, pomagajmo

Strah*: strah, strahovi

Nestrpnost*: nestrpnost, nestrpnosti

Na podlagi navedenega seznama ključnikov in ključnih besed smo 25. aprila 2021 pridobili vzorec, ki je obsegal več kot 170.000 objav. Čeprav smo poleg objav, ki se eksplicitno nanašajo na migrantsko »krizo«, zajeli tudi objave, ki so zgolj implicitno povezane z naslovno temo, pa je vzorec vključeval tudi veliko vsebinsko nerelevantnih objav, katerih ročno odstranjevanje bi bilo zaradi obsežnosti izjemno zahtevno. Zato smo se odločili, da v analizi ohranimo le tiste objave, ki se nedvoumno in eksplicitno nanašajo na migrantsko »krizo«, medtem ko smo objave, ki bi se lahko le posredno nanašale na temo, kot na primer »Evropa umira«, ter objave, ki vsebinsko niso bile povezane z vzorcem, odstranili.

Del objav smo izločili ročno, glavno krčenje pa smo izvedli z dodatnim filtriranjem vzorca na podlagi naslednjih ključnikov: #begunci, #migranti, #begunskakriza, #migrantskakriza, #ilegalnimigranti, #ilegalci, #prebežniki in #ŽičnaOgraja.

Zgoraj navedenim ključnikom smo dodali še izbor naslednjih ključnih besed oziroma njihovih delov:

begun*: begunec, begunci, beguncem, begunska (kriza)

migra*: migrant, migranti, migracija, migrantska (kriza)

prebežni*: prebežnik, prebežniški

ilegal*: ilegalec, ilegalci, ilegalni (migranti)

azil*: azil, prosilec za azil, azilant

Ko so bili podatki pridobljeni,³⁷ smo jih iz programskega okolja R izvozili v Microsoft Excel 2016 (različica 16.0, Windows 10) in uredili s pomočjo vrtilnih tabel (ang. *pivot tables*). Vrtilne tabele so namenjene urejanju, povzemanju in analiziranju velike količine podatkov. Omogočajo nam, da izpostavimo določene kriterije, na podlagi katerih lahko podatke filtriramo in uredimo (Sue in Griffin, 2016). Tako smo na podlagi kriterija retvitov uporabnike in objave razvrstili glede na število retvitov, ki so jih prejeli. Na tej osnovi smo določili središčne uporabnike in najviralnejše objave ter hiperpovezave.

Poleg naštetih programov, aplikacij in orodij smo uporabili tudi program Gephi (različica 0.9.2.) (Bastian idr., 2009), odprtokodno orodje za vizualizacijo in analizo omrežij. Z omenjenim programom smo strukturirali in vizualizirali omrežje retvitov, ki smo ga obravnavali v okviru RV3. Pri uporabi programa Gephi smo sodelovali z Luko Jesenškom, ki je prispeval strokovno podporo pri oblikovanju omrežja in njegovi vizualizaciji. Podrobnejši metodološki pristop, uporabljen pri izdelavi omrežja retvitov, je natančneje pojasnjen pri predstavitvi rezultatov, in sicer v sklopu analize omrežja.

5.3 Vzorec

Na podlagi zgornjih ključnikov in ključnih besed oziroma njihovih delov smo pridobili končni vzorec, ki obsega 35.543 objav. Zajete so bile vse objave, objavljene med 1. septembrom in 30. decembrom 2015 (v zadnjem dnevu leta 2015 nismo pridobili nobene objave, ki bi se eksplicitno nanašala na temo migrantske »krize«), ki vsebujejo vsaj enega izmed zgoraj navedenih ključnikov in/ali vsaj eno ključno besedo oziroma njen del. Prednost manjšega vzorca je v tem, da vključuje zgolj tiste objave, ki se neposredno nanašajo na temo migrantske »krize«, kar zmanjšuje tveganje za vključitev nerelevantnih vsebin. Slabost takšnega pristopa je, da so iz vzorca izključene objave, ki se na izhodiščno temo nanašajo zgolj posredno, na primer z uporabo metafor ali implicitnih referenc. Poleg tega je treba upoštevati, da je digitalna medijska sfera podvržena nenehnim spremembam, kar pomeni, da so nekatere objave lahko izbrisane, zaradi česar API vmesnik morda ni zabeležil in prenesel vseh relevantnih podatkov. Prav tako bi bilo mogoče vzorec dodatno razširiti z vključitvijo širšega nabora ključnikov in ključnih besed. Kljub tem omejitvam je vzorec še zmeraj izčrpen, saj vključuje razmeroma veliko količino podatkov

37 Informacije o raziskovalnih podatkih so na voljo v Repozitoriju Univerze v Ljubljani (Smrdelj in Godnov, 2026).

ter omogoča vpogled v prevladujoče akterje in diskurze, ki so oblikovali slovensko migracijsko razpravo na Twitterju. Poleg tega je naš pristop k zbiranju podatkov, ki je temeljil na ključnikih in ključnih besedah, omogočil širši in celovitejši vpogled v razpravo v primerjavi z nekaterimi tujimi raziskavami na področju proučevanja migracij v spletnih medijih, ki so temeljile zgolj na podatkih, pridobljenih s posameznimi ključniki (na primer Avraamidou idr., 2021; Barisione idr., 2019; Ferra in Nguyen, 2017), ali na analizi vsebin izbranih uporabniških profilov (na primer Bennett, 2016; Colombo, 2018; Krzyżanowski, 2018a, 2018b; Siapera, 2019), zaradi česar niso omogočale tako širokega vpogleda v razpravo kot naš način zbiranja podatkov.

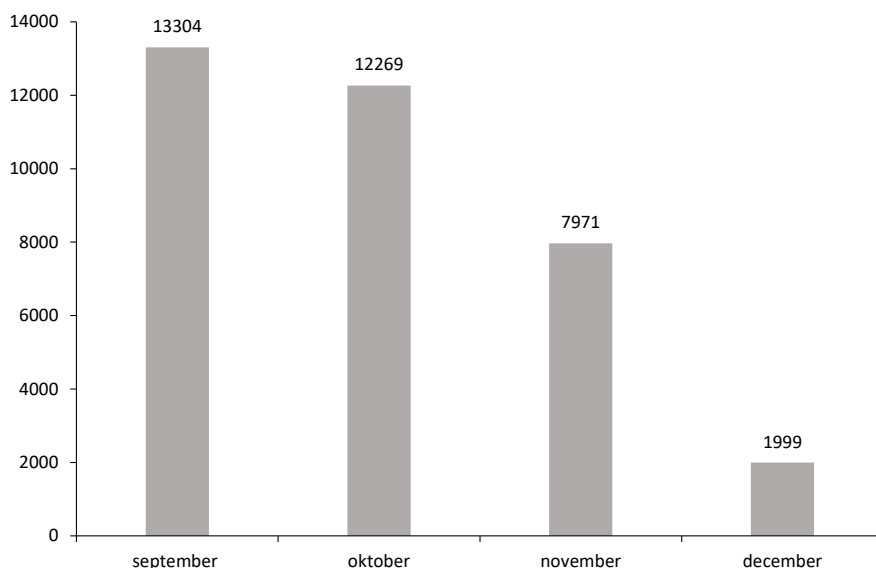
Celoten vzorec analize obsega 35.543 objav, od tega 22.354 (63 %) tvitov in 13.189 (37 %) retvitov. Najmanj en ključnik vsebuje 7116 (20 %) objav, medtem ko 28.427 (80 %) objav ne vsebuje ključnikov. Vsaj eno hiperpovezavo do določene vsebine vsebuje 20.524 (58 %) objav, medtem ko je 15.019 (42 %) objav brez hiperpovezave. Ob tem je potrebno pojasnilo, da hiperpovezava ne pomeni nujno zgolj povezave na zunanje spletno mesto, temveč jo lahko predstavlja tudi priložena slika. Skupno število uporabnikov, ki so sodelovali pri nastajanju objav, je 3103.

Tabela 2: Vzorec analize

Število vseh objav	35.543
Število vseh tvitov	22.354 (63 %)
Število vseh retvitov	13.189 (37 %)
Število objav z najmanj enim ključnikom	7116 (20 %)
Število objav brez ključnikov	28.427 (80 %)
Število objav z najmanj eno hiperpovezavo	20.524 (58 %)
Število objav brez hiperpovezav	15.019 (42 %)
Število vseh uporabnikov	3103

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

Največ objav v našem vzorcu je nastalo septembra 2015, kar sovпада z obdobjem, ko se je tematika migracij v Sloveniji začela intenzivneje pojavljati v medijskem poročanju in javnih razpravah. V naslednjih mesecih je število objav postopoma začelo upadati, pri čemer je bil najizrazitejši padec zaznan med novembrom in decembrom 2015 (Graf 1). Upad objav v decembru 2015 lahko razumemo kot posledico zmanjšane intenzitete dogajanja, saj je upad prihodov verjetno privedel do manjšega zanimanja za to temo, kar se je odražalo tudi v zmanjšanju objav na Twitterju.

Graf 1: Število objav po posameznih mesecih

Opomba. Graf temelji na avtorjevi lastni analizi.

Tabela 3 (spodaj) prikazuje dneve z največjim številom objav. Izbrani so bili tisti dnevi, v katerih je bilo dnevno število objav večje od 1000. Iz tabele lahko razberemo, da je bilo največ sporočil objavljenih v dveh obdobjih: med 18. in 20. septembrom ter med 20. in 22. oktobrom 2015. Prvo obdobje sovpada s časom, ko so v Slovenijo vstopili prvi migranti, drugo obdobje pa zajema 21. oktober 2015, ko je v enem dnevu v Slovenijo vstopilo 12.616 migrantov, kar je bilo največje število dnevnih prihodov v celotnem obdobju analize. Poleg tega je slovenska vlada istega dne vojski podelila dodatna pooblastila, s katerimi je vojakom omogočila pomoč policiji pri nadzoru države meje. Število objav nakazuje, da so navedeni dogodki sprožili najintenzivnejše razprave.

Tabela 3: Največje število objav po posameznih dnevih

	Datum	Število objav
1.	18. september 2015	1700
2.	19. september 2015	1622
3.	20. oktober 2015	1367
4.	21. oktober 2015	1304
5.	22. oktober 2015	1224
6.	20. september 2015	1130

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

Ko smo pridobili predstavljeni vzorec analize, smo IKP zaprosili za pridobitev podatkov, ki so neposredno povezani z RV 1 in RV 2. Z vrtilnimi tabelami v programu Microsoft Excel so nam pripravili naslednje podatke:

- seznam uporabnikov, ki so ustvarili največ retvitov (najaktivnejši uporabniki),
- seznam uporabnikov, katerih objave so bile največkrat retvitane (najvplivnejši uporabniki),
- seznam največkrat retvitanih objav (najviralnejše objave),
- seznam največkrat retvitanih hiperpovezav (najviralnejše hiperpovezave),
- seznam največkrat retvitanih objav, ki vsebujejo domeno do določenega množičnega medija (na primer seznam največkrat retvitanih objav z domeno *reporter.si*).

V zadnji fazi sodelovanja z IKP smo se osredotočili na pripravo omrežja retvitov v okviru RV 3. IKP nam je najprej zagotovil podatke, potrebne za oblikovanje omrežja. Na osnovi teh podatkov smo v sodelovanju z Luko Jesenškom določili skupnosti in jih vizualizirali. Nato smo na osnovi določenih skupnosti IKP zaprosili za naslednje podatke:

- seznam uporabnikov, katerih objave so bile največkrat retvitane (najvplivnejši uporabniki znotraj posamezne skupnosti),
- seznam največkrat retvitanih objav v posameznih skupnostih (najviralnejše objave),
- seznam največkrat retvitanih hiperpovezav v posameznih skupnostih (najviralnejše hiperpovezave).

5.4 Metode analize podatkov

Pri proučevanju digitalne medijske sfere se pogosto srečujemo z ogromno količino podatkov, za katero se je uveljavil izraz »množični podatki« (ang. *big data*). Njihova temeljna značilnost je ogromna količina vsebin in informacij, ki jih opredeljujejo tri razsežnosti: »prostornina« (ang. *volume*), »hitrost« (ang. *velocity*) in »raznolikost« (ang. *variety*). Prostornina označuje obseg podatkov, ki zasedajo digitalne baze, hitrost se nanaša na kompleksne procese izjemno hitrega ustvarjanja, spreminjanja, širjenja, ponovnega objavljanja in tudi brisanja podatkov, raznolikost pa pomeni heterogenost vsebin in formatov, zajetih v množičnih podatkovnih zbirkah (Fuchs, 2021; Kitchin, 2014; Siopera idr., 2018).

V primerjavi z množičnimi podatki, ki za pridobivanje, hranjenje in analizo zahtevajo uporabo zahtevnih računalniških programov, orodij in aplikacij, so »majhni podatki« (ang. *small data*) bistveno dostopnejši in tudi lažje obvladljivi za hrambo in analizo. Če nas na primer zanimajo novinarske objave določenega spletnega portala, jih lahko brez uporabe API vmesnikov pridobimo s spletne strani (na primer z vpisom ključne besede v iskalno polje), shranimo v računalnik in analiziramo ročno ali s programi za kvalitativno kodiranje, kot sta NVivo ali MAXQDA (Smets idr., 2020a).

Glede na to, da naš vzorec predstavlja veliko količino podatkov, povezanih z uporabniško ustvarjeno vsebino na Twitterju, obenem pa se osredotočamo na migracijski diskurz, ki zaradi hibridnega značaja sodobne digitalne medijske sfere nastaja na presečišču različnih diskurzov in virov informiranja (na primer množičnih medijev, ki vstopajo v migracijsko razpravo prek hiperpovezav), se zastavlja vprašanje, katere metode so v tem primeru najustreznejše. Naj sledimo sodobnim digitalnim metodam, zasnovanim za kvantitativno analizo množičnih podatkov (na primer LDA), ali pa se poslužimo tudi klasičnih pristopov (na primer KDA), ki imajo bolj kvalitativen značaj? Da bomo lahko odgovorili na to vprašanje, bomo najprej predstavili glavne obstoječe metode na področju digitalnega raziskovanja. Opredelili bomo njihove prednosti in pomanjkljivosti, nato pa bomo pojasnili izbiro metod, s katero smo se lotili analize.

V okviru proučevanja množičnih podatkov se pogosto uporabljajo termini, kot so »podatkovno rudarjenje« (ang. *data mining*) (Madni idr., 2017), ki zajema analizo različnih vrst podatkov, »tekstovno rudarjenje« (ang. *text mining*), osredotočeno na analizo besedilnih podatkov (Zhang idr., 2015), in »analiza naravnega jezika« (Natural Language Processing – NLP), ki vključuje različne

metode za računalniško obdelavo jezika in se pogosto prekriva s tekstovnim rudarjenjem (Otter idr., 2021). Med najpogostejše uporabljene digitalne metode, povezane z naštetimi pristopi, lahko omenimo naslednje: 1) LDA (ang. *latent Dirichlet allocation*) (Blei idr., 2003; Godnov in Redek, 2014; Redek in Godnov, 2018), 2) analiza ključnih besed (ang. *keyword analysis*) (Ylä-Anttila idr., 2019; Zhang idr., 2008) in 3) čustvena analiza (ang. *sentiment analysis*) (Godnov in Redek, 2014; Redek in Godnov, 2018; Heidenreich idr., 2020; Nerghes in Lee, 2018; Thelwall, 2017).

LDA omogoča samodejno prepoznavanje tematik v določeni bazi podatkov. Metoda se najpogostejše uporablja v primerih, ko imamo veliko količino besedil in želimo identificirati prevladujoče teme (od tod tudi ime »latentna«, saj gre za teme, ki jih ne poznamo, ampak jih metoda avtomatizirano prepozna). LDA temelji na avtomatiziranem postopku, pri katerem vsak dokument ali besedilo v podatkovni bazi obravnava kot zbirko besed. Na podlagi medsebojnih povezav med temi besedami nato algoritem identificira glavne teme (Blei idr., 2003; Godnov in Redek, 2014; Redek in Godnov, 2018).

Analiza ključnih besed temelji na identifikaciji najpomembnejših besed v določenem besedilnem naboru. Izhaja iz predpostavke, da ključne besede povzemajo vsebino besedila, zato njihova analiza omogoča vpogled v glavne teme besedilnega korpusa. Pri tej metodi se meri pogostost pojavljanja posameznih besed ali besednih zvez v celotni bazi podatkov, s čimer pridobimo seznam najpogostejše uporabljenih izrazov (Zhang idr., 2008). Poleg tega je mogoče na podlagi pojavnosti določenih besed in besednih zvez izračunati verjetnost, da se dve besedi pojavita skupaj. Na primer, v našem naboru podatkov lahko predpostavimo, da se besedi »migrantska« in »kriza« pogosto pojavljata skupaj, zato bi avtomatiziran izračun bržkone pokazal na visoko stopnjo verjetnosti, da se pojavita skupaj. Verjetnost, da se dve besedi pojavita skupaj, se običajno izračuna na podlagi Jaccardovega koeficienta bližine ali statistične povezave med besedo in frazo ter drugimi besedami oziroma frazami. Koeficient meri statistično povezanost na lestvici od 0 do 1, pri čemer 0 pomeni odsotnost povezave, 1 pa popolno povezavo (Al-Rawi, 2020).

V okviru analize ključnih besed velja omeniti tudi besedne oblake (ang. *word clouds*), ki omogočajo vizualizacijo najpogostejše uporabljenih besed v naboru posameznih besedil. Besede, ki se pojavljajo pogostejše, so v besednem oblaku prikazane v večji pisavi in izrazitejših barvah, medtem ko so redkejša beseda manjša in manj poudarjena (Boudemagh in Moise, 2017; Ozduzen idr., 2020; Risam, 2018).

Na kratko predstavimo še čustveno analizo, ki omogoča vpogled v to, ali je določeno besedilo (na primer objava na Twitterju) »pozitivno«, »negativno« ali »nevtravno«. Metoda temelji na izračunu ocene čustvenega odnosa, ki naj bi ga besedilo izražalo, pri čemer se takšna ocena določi na podlagi števila pozitivnih in negativnih besed v posameznem besedilu (Godnov in Redek, 2014). Besede so določene na podlagi slovarja »pozitivnih« in »negativnih« besed, ki sta ga pripravila Hu in Liu (2004). Kot omejitev čustvene analize lahko izpostavimo vnaprejšnjo kategorizacijo besed kot »pozitivnih«, »negativnih« ali »nevtralnih«. Pristop predpostavlja, da je njihov pomen univerzalen, ob tem pa zanemari, da imajo določene besede v različnih družbeno-zgodovinskih kontekstih lahko različne pomena.

Za opisane metode, ki predstavljajo prevladujoče pristope na področju digitalnega raziskovanja, je značilno, da temeljijo na kvantitativni logiki, ki sicer omogoča vpogled v določene podatke, vendar ne zagotavlja širšega konteksta, potrebnega za razlago njihovega pomena. Številni avtorji opozarjajo, da metode, ki temeljijo na podatkovnem in tekstovnem rudarjenju, niso nujno natančnejše ali objektivnejše zgolj zato, ker izhajajo iz velike količine podatkov, saj je treba podatke ustrezno pojasniti (boyd in Crawford, 2012; Bozdaž, 2019; Bozdaž in Smets, 2017; Fuchs, 2021; Siapera idr., 2018; Wahlström in Törnberg, 2019). Dodatna težava je dejstvo, da je treba v postopku analize posameznega nabora besedil odstraniti vse nebesedne prvine (na primer ločila, čustvenčke, hiperpovezave, fotografije ipd.), saj analiza temelji zgolj na besedah, druge prvine diskurza pa niso upoštevane. Z odstranitvijo nebesednih prvin se diskurzivni kontekst posameznih objav še dodatno izgubi. Poleg tega so lahko določene besede napačno zapisane ali vsebujejo sleng in druge jezikovne posebnosti, ki jih računalniški programi ne zaznajo, saj upoštevajo le »pravilne« oblike. Pomembna omejitev je tudi ta, da je treba besede za analizo v številnih primerih (na primer pri čustveni analizi) prevesti v angleščino, saj obstoječa programska oprema ne vključuje slovenskega jezika. Orodja za podatkovno in tekstovno rudarjenje so namreč usmerjena predvsem v najbolj razširjene svetovne jezike.

Zaradi navedenih omejitev menimo, da predstavljene digitalne metode niso ustrezne za analizo hibridnega značaja sodobne digitalne medijske sfere, saj ne omogočajo analize diskurza, ki nastaja na prepletu različnih medijskih logik. Glavna težava je v tem, da predpostavljajo odstranitev vseh nebesednih prvin, vključno s hiperpovezavami, ki so osrednjega pomena za razumevanje nastajanja in širjenja hibridnega diskurza. Vendar to ne pomeni, da jih kategorično zavračamo. Čeprav v našem primeru ne omogočajo analize hibridnega

diskurza, so lahko koristne v mnogih drugih raziskovalnih kontekstih, saj ponujajo številne možnosti za eksperimentiranje in razvoj inovativnih pristopov k pridobivanju ter analizi digitalnih podatkov (Rogers, 2019).

Za obravnavo uporabnikov, objav in omrežja retvitov v hibridni perspektivi je po našem mnenju potrebna kombinacija kvantitativnega in kvalitativnega pristopa, saj analiza digitalnih podatkov zahteva obvladovanje velike količine podatkov (kvantitativne metode) in njihovo interpretacijo (kvalitativne metode). Zaradi tega smo se odločili za pristop mešanih metodologij (Jesenšek idr., 2021; Jungherr, 2015; McCay-Peet in Quan-Haase, 2017; Murthy, 2016; Murthy in Bowman, 2014; Smets idr., 2019; Quan-Haase idr., 2015; Zeller, 2017), ki predpostavlja kombinacijo kvantitativnih in kvalitativnih metodoloških pristopov. Kako oba pristopa uporabiti v našem konkretnem primeru analize migracijske razprave na Twitterju v hibridni perspektivi? Kvalitativne metode so pri analizi ogromne količine digitalnih podatkov pogosto zastavljene, saj se pojavi izziv, katere primere izbrati za analizo izmed mnogih objav. Na drugi strani pa kvantitativni metodološki pristopi sicer omogočajo vpogled v ogromen nabor podatkov, vendar ne zagotavljajo nujno njihove interpretacije. Če torej obravnavamo posamezne objave, ne dobimo vpogleda v celotno strukturo razprave, če pa uporabljamo kvantitativne metode, pa ne pridobimo vpogleda v poglobljeno interpretacijo podatkov.

Navedeno zagato je mogoče preseči tako, da kvantitativne podatke obravnavamo kot izhodišče za kvalitativno analizo, in sicer z določanjem reprezentativnih primerov, ki omogočajo poglobljeno interpretacijo (Ylä-Anttila idr., 2019). Izhajajoč iz teorije prednostnega tematiziranja, po kateri so določene teme obravnavane prednostno, medtem ko so druge zapostavljene, smo v primeru Twitterja izhajali iz predpostavke, da agendo določa seznam največkrat retvitanih objav. Retvit predstavlja osnovno enoto viralnosti, zato kvalitativna analiza najpogostejše retvitanih objav omogoča vpogled v diskurze, ki najbolj usmerjajo razpravo na Twitterju (Al-Rawi, 2020). V kvantitativnem delu analize smo tako najprej pridobili vse objave in jih nato na podlagi števila retvitov razvrstili od najbolj do najmanj retvitanih. Nato smo izvedli KDA najbolj retvitanih objav. Takšen pristop po našem mnenju omogoča širši kontekstualni vpogled v posamezne objave, hkrati pa kljub obsežnosti podatkov ohranja reprezentativnost, saj se osredotoča na vsebine, ki na Twitterju pridobijo največjo vidnost in vpliv. Klinger in Svensson (2015, str. 1248–1249) izpostavljata, da je distribucija vsebin na družbenih medijih asimetrična, saj le majhen delež objav doseže širšo pozornost, medtem ko večina ostane neopažena. Zato se je smiselno osredotočiti na največkrat retvitane objave, ki se

v razpravi najbolj širijo in najbolj vznemirjajo spletno javnost. Enak postopek smo uporabili tudi pri analizi središčnih uporabnikov.

Kvantitativni pristop je zajemal metode za analizo socialnih omrežij (Hansen idr., 2020; Himelboim, 2017), ki smo jih sistematično uporabljali v vseh treh analitičnih sklopih (uporabniki, objave, omrežje retvitov). Uporabili smo jih za organizacijo podatkov, identifikacijo komunikacijskih povezav med uporabniki, analizo strukture razprave ter preučevanje dinamike širjenja objav in hiperpovezav. Pod kvantitativni pristop umeščamo tudi uporabo vrtilnih tabel v programu Microsoft Excel, s katerimi smo strukturirali podatke in oblikovali sezname za nadaljnjo analizo, na primer za identifikacijo najvplivnejših uporabnikov. Pristop k oblikovanju seznamov smo povzeli po Jesenšku idr. (2021) in Al-Rawiju (2019). Na drugi strani pa je kvalitativni pristop temeljil na KDA (Catalano in Waugh, 2020), s katero smo preučevali diskurzivne značilnosti tvitov in vsebin iz množičnih medijev.

Z namenom večje preglednosti bomo kvantitativne metodološke korake, torej uporabo vrtilnih tabel in specifičnih metod za analizo socialnih omrežij, podrobneje razložili sproti, ob predstavitvi ugotovitev posameznih tematskih sklopov, saj so med posameznimi tematskimi sklopi prisotne razlike pri uporabi kvantitativnih metod. Nasprotno pa KDA predstavlja enoten pristop za celotno analizo, zato ga bomo podrobneje predstavili v nadaljevanju.

5.4.1 Kritična diskurzivna analiza

Objave na Twitterju smo analizirali na osnovi KDA, metodološkega pristopa, ki ima dolgo tradicijo v proučevanju diskurzov in se umešča na širše področje kritičnih študijev diskurza (v nadaljevanju KŠD), ki predstavljajo široko uveljavljeno interdisciplinarno perspektivo raziskovanja zlasti javnih diskurzov. KDA kot metodološki okvir predstavlja smernice za analizo razmerij moči in podrejanja, implicitnih ideoloških predpostavk ter praks, ki oblikujejo diskurz, medtem ko KŠD predstavljajo področje proučevanja, znotraj katerega se razvijajo različni pristopi k analizi diskurzov (Catalano in Waugh, 2020; Krzyżanowski in Machin, 2017; Vezovnik, 2018b).³⁸

KŠD opredeljujemo kot področje proučevanja, ki se v splošnem ukvarja s tem, kako diskurzi utrujejo neenaka razmerja družbene moči, hegemonijo,

38 V naši monografiji KDA razumemo kot metodo oziroma analitično orodje za proučevanje diskurza, medtem ko KŠD opredeljujemo kot širše raziskovalno področje, ki vključuje obravnavo teorij, konceptov in predpostavk za proučevanje diskurza.

ideologijo in identitetne pozicije. Pri tem se osredotoča na vprašanje, kako jezik spreminja, nadzoruje in oblikuje družbeno strukturo prek različnih tekstov, kamor sodijo tudi besedila množičnih in družbenih medijev (Vezovnik, 2018b, str. 150).

KŠD so izjemno razvejano in kompleksno raziskovalno področje, znotraj katerega obstajajo številni teoretski in metodološki pristopi, ki ponujajo različne perspektive na analizo diskurza v kritični perspektivi (Catalano in Waugh, 2020).³⁹ Čeprav se pristopi znotraj KŠD prepletajo in medsebojno dopolnjujejo, se v naši KDA v osnovi osredotočamo na predpostavke dialektično-relacijskega pristopa, katerega predstavnik je Fairclough (1992). Po Faircloughu (1992, str. 63–64) je diskurz analitična kategorija, ki označuje obravnavo jezika kot oblike družbene prakse. Diskurz se ne nanaša le na oblike medosebnega delovanja in delovanja posameznikov na svet, temveč tudi na načine reprezentacije, prek katerih je družbena realnost konstruirana. Poleg tega sta po Faircloughu diskurz in družbena struktura v dialektičnem odnosu: družbena struktura omogoča vzpostavitev diskurza, hkrati pa tudi diskurz oblikuje družbeno strukturo. Razmerje med njima ni kavzalno ali enoznačno, temveč deluje večsmerno, kot smo argumentirali v prejšnjem poglavju, v katerem smo obravnavali razmerje med migracijskimi diskurzi in njihovimi učinki v praksi. V tem kontekstu Fairclough (1992, str. 3) poudarja, da medijski teksti ne samo odsevajo družbene entitete in razmerja, ampak jih hkrati tudi konstruirajo in reproducirajo.

Zaradi naštetih predpostavk menimo, da je KDA, s poudarkom na dialektično-relacijskem pristopu, ustrezno metodološko izhodišče za analizo migracijskega diskurza na Twitterju. KDA omogoča proučevanje družbenih razmerij moči in podrejanja, saj se osredotoča na vprašanje, kako se vzpostavljajo, utrjujejo in preoblikujejo dominantni diskurzi o migracijah ter katere strategije se pri tem uporabljajo. S predpostavkami KDA lahko analiziramo, kako nastajajo posamezni diskurzi, ki prednostno uokvirjajo migracije (na primer sekuritizacija), ter katere tehnike in postopki prispevajo k njihovi legitimaciji

39 Znotraj KŠD je mogoče prepoznati več pristopov, na primer dialektično-relacijski pristop (ang. *dialectical-relational approach*, DRA) – utemeljil ga je Norman Fairclough – ki poudarja dialektično povezanost jezika in družbenih razmerij; družbeno-kognitivni pristop (ang. *sociocognitive approach*, SCA) – tega je razvil Teun van Dijk – ki interpretira diskurz z vidika socialne psihologije in družbeno-kognitivnih struktur; diskurzivno-historični pristop (ang. *discourse-historical approach*, DHA) – vzpostavila ga je Ruth Wodak – ki diskurz analizira s poudarkom na historični perspektivi; in Foucaultovo analizo dispozitiva (ang. *Foucauldian dispositive analysis*, DPA), ki temelji na delu Michela Foucaulta in diskurz razume v razmerju do vednosti ter oblasti (Catalano in Waugh, 2020; Vezovnik, 2018a).

(na primer distinkcija med »nami« in »njimi«). KDA nam tako pomaga razkriti implicitne (zdravorazumske) predpostavke v medijskih tekstih, pa tudi diskriminatorne ali nestrpne prakse, ki jih medijski teksti legitimirajo in s katerimi krepijo neenaka razmerja družbene moči ter stališča privilegiranih družbenih skupin. Poleg tega nam KDA omogoča razumevanje, kako lahko diskurz presega obstoječa razmerja moči in podrejanja (Smerdelj idr. 2021; Vezovnik, 2018b).

KDA je za pričujočo raziskavo pomembna tudi zato, ker lahko z njo zajamemo hibridno perspektivo. Izkušnje kažejo, da je KDA primerna tako za analizo tekstov množičnih medijev, kjer ima dolgo raziskovalno tradicijo (na primer Smerdelj, 2021), kot tudi za analizo diskurza družbenih medijev (na primer Bozdaž, 2019; Bozdaž in Smets, 2017; Fuchs, 2021; Kreis, 2017; Unger idr., 2016). Zaradi tega smo jo uporabili za analizo diskurza uporabniških objav in diskurza tekstov, ki so v uporabniških objavah na Twitterju dostopni prek hiperpovezav. Tako smo skušali zajeti diskurzivno presečišče med različnimi platformami (ang. *cross-platform analysis*) (Rogers, 2019). Pri KDA uporabniških objav in tekstov, dostopnih prek hiperpovezav, smo se osredotočili izključno na besedilni del diskurza, saj predstavlja osrednjo razsežnost objav na Twitterju (v nasprotju z Instagramom in TikTocom, pri katerih je v ospredju vizualna razsežnost diskurza). Čeprav so vizualni elementi, kot so fotografije, čustvenčki in druge grafične prvine, pomemben del diskurza na Twitterju, smo se v KDA osredotočili na jezik, saj je ta po Faircloughu (1989, str. 23) ključni določevalec družbenih razmerij. Na besedilni del diskurza smo se osredotočili tudi zato, ker je bilo v času začetka raziskave bistveno najprej nasloviti družbene medije kot nove komunikacijske prostore, ki so bili na področju proučevanja migracij v medijih še razmeroma neraziskani, saj je prevladovala analiza »klasičnih« množičnih medijev (Eberl idr., 2018; Smerdelj, 2021). Osredotočenost na besedilni del diskurza torej ne pomeni zanikanje pomena vizualnih razsežnosti diskurza, ki ga prepoznavamo kot pomembno smer za nadaljnje raziskave.

Za KDA je značilno tudi to, da predstavlja interpretativno metodo (Pajnik, 2007). Pristop je interpretativen v tem smislu, da ne ponuja vnaprej predpisane analitičnega postopka, temveč omogoča prilagajanje izvedbe analize specifičnim raziskovalnim predpostavkam in vprašanjem. Tako smo našo analizo oblikovali glede na predpostavke proučevanja migracij v medijih, ki smo jih predstavili v tretjem poglavju. V skladu z njimi smo KDA izvajali tako, da smo v objavah skušali prepoznati glavne migracijske diskurze (na primer sekuritizacijski, humanitarni), njihove konkretne značilnosti (na primer v

primeru sekuritizacije migracij elemente, kot so militarizacija migracij in povezovanje migracij s terorizmom, ter druge prvine, ki smo jih opredelili pod okvirom humanitarnega diskurza) in načine njihove manifestacije, ki smo jih identificirali v obstoječi literaturi in predstavili v predhodnem poglavju (na primer »mi« proti »oni«, uporaba metafor naravnih pojavov). Poleg tega smo bili odprti tudi za nove diskurzivne vzorce in načine njihove manifestacije, ki jih v obstoječi literaturi morebiti nismo zaznali.

Glede na to, da v digitalni medijski sferi informacije nastajajo v nepreglednih količinah in zelo hitro, obenem pa so nestabilne v smislu svojega obstoja, saj so lahko kadar koli izbrisane, smo pričakovali, da nekateri tviti in hiperpovezave, ki so predmet naše analize, v času naše raziskave ne bodo več nujno dostopni. Kadar določenih objav nismo mogli pridobiti, ker so bile izbrisane ali nedostopne iz kakšnih drugih razlogov, jih nismo vključili v analizo. To razumemo kot neizogibno omejitev pri proučevanju digitalne medijske sfere.

Kjer smo imeli dostopne objave na Twitterju in vsebine množičnih medijev, smo izhajali iz naslednjih okvirnih vprašanj:

- Kakšen migracijski diskurz prevladuje v objavah?
- Na katere dogodke se nanašajo objave?
- Kako so pojmovani razlogi za prihod oseb ter kako so pojmovane posledice in rešitve?
- Kako se v objavah utemeljuje razloge za sprejemanje ali zavračanje migrantov v države, v katere prihajajo?
- Kateri izrazi se v objavah uporabljajo za migrante? Kako so prikazani v diskurzu? So predstavljeni kot grožnja dominantni družbi, žrtve vojnih razmer, (ekonomska) priložnost ali kako drugače?
- Kakšna je vloga metaforike naravnih pojavov v objavah?
- Kdo govori o migrantih (na primer novinarji, politiki, nevladniki, migranti sami)?
- Ali se pojavljajo izjave migrantov? Kako so zastopana njihova stališča?

Pri objavah, ki vsebujejo hiperpovezave do vsebin množičnih medijev, smo bili dodatno pozorni še na naslednja vprašanja:

- Ali objava vsebuje zgolj hiperpovezavo do vsebine določenega množičnega medija ali je prisoten tudi uporabniški komentar k objavi? Kakšen odnos izraža komentar do vsebine, dostopne prek hiperpovezave, če je prisoten? Izraža podporo, kritiko ali kakšno drugo vrsto odziva?

- Kdo je avtor objave, ki retvita hiperpovezavo do vsebine množičnega medija?
- Za kakšen tip množičnega medija gre? Ali gre za časopisno, radijsko ali televizijsko vsebino? Ali se umešča med »tradicionalne« množične medije, ki so obstajali pred vzponom digitalnih medijev, ali pa je izrazito vezan na digitalno okolje? Kako je umeščen v hibridni medijski sistem? Gre primarno za komercialni medij, strankarski medij, propagandni medij ali javni medij? Ali gre za slovenski ali tuji medij?
- Kakšna je novinarska zvrst prispevka, dostopnega prek hiperpovezave v objavi?
- Je bila objava na Twitterju ustvarjena isti dan kot objava, dostopna prek hiperpovezave?

Poleg interpretativne razsežnosti metoda KDA predpostavlja tudi kontekstualno obravnavo diskurza, saj upošteva družbeno realnost in širše okoliščine, ki določajo pojavljanje in razumevanje določene družbeno-politične teme (Pajnik, 2007, str. 1–2). Kontekstualno interpretacijo diskurza smo zasledovali tako, da smo bili pozorni na to, ali se objava nanaša na konkreten dogodek ali splošno obravnava temo migracij. Poleg tega smo kontekstualno razsežnost diskurza zajeli z upoštevanjem strukturnih značilnosti nastajanja migracijskega diskurza na Twitterju. Tradicionalna KDA, ki se je osredotočala na množične medije, je migracijske diskurze najpogosteje preučevala v časopisnih člankih in televizijskih oddajah (Smrdelj, 2021), pri čemer je vsa besedila obravnavala enako, ne glede na njihov dejanski doseg. Takšen pristop je bil smiseln v obdobju prevlade množičnih medijev, v katerih so bile vsebine razmeroma enako dostopne širši publiki. V sodobni digitalni medijski sferi pa diskurzi nastajajo v specifičnem kontekstu, ki ga določajo algoritemsko prikazovanje vsebin in boj za pozornost, zaradi česar prihaja do pomembnih razlik v dosegu posameznih objav. Zaradi tega menimo, da tradicionalna KDA, ki bi diskurz analizirala ločeno od strukturnih dejavnikov, ki določajo njegov doseg, za proučevanje sodobne digitalne medijske sfere ni več zadostna. Menimo, da je ključna strukturna značilnost, ki jo moramo upoštevati, viralnost, saj niso vsi diskurzi enako vidni, vplivni in dostopni, kot je veljalo v obdobju prevlade logike množičnih medijev, kjer so iste vsebine nagovarjale široko publiko. Danes je virov informiranja ogromno, prav tako pa je tudi publika fragmentirana in ne konzumira nujno istih vsebin kot publika v obdobju pred obstojem logike družbenih medijev. Če je nekoč ista publika brala iste vsebine v časopisu, danes vsakdo prejema personalizirane vsebine prek pametnega telefona (Klinger in Svensson, 2015). Zato moramo posamezne »diskurze«,

ki jih analiziramo, obtežiti z metrikami viralnosti, da razumemo, koliko so angažirali publiko. V naši KDA, ki sledi hibridni perspektivi, smo to upoštevali z vključitvijo podatkov o retvitosti objav na Twitterju (oziroma retvitosti hiperpovezav), s čimer smo diskurz tvtov kot tudi vsebin množičnih medijev, dostopnih preko hiperpovezav, obtežili z metrikami viralnosti in s tem zajeli njegov doseg v migracijski razpravi.

6 REZULTATI ANALIZE

Poglavje, v katerem predstavljamo rezultate empirične analize, smo glede na tri raziskovalna vprašanja razdelili na tri podpoglavja. V prvem obravnavamo središčne uporabnike; najprej se posvečamo najaktivnejšim, nato pa najvplivnejšim uporabnikom. V drugem podpoglavju se posvetimo objavam; najprej predstavimo KDA dvajsetih najbolj retvitanih tvitov na ravni celotne razprave, nato pa obravnavamo najpogostejše retvitane domene, s posebnim poudarkom na domenah množičnih medijev. Za vsako domeno smo izvedli KDA petih najbolj retvitanih tvitov, ki se nanašajo na to domeno. Tretje podpoglavje se osredotoča na analizo omrežja retvitov na ravni celotne razprave.

6.1 Uporabniki

Koncept središčnih uporabnikov smo v empirični raziskavi operacionalizirali tako, da smo uporabnike razvrstili glede na aktivnost in vpliv. Uporabnike, ki so ustvarili največ retvitov, smo opredelili kot najaktivnejše (kot merilo aktivnosti smo upoštevali število ustvarjenih retvitov, in ne števila lastnih objav, saj nas je zanimalo, kateri uporabniki so najaktivnejše sodelovali pri širjenju objav v razpravi). Najvplivnejše uporabnike pa smo opredelili kot tiste, katerih objave so najpogostejše retvitali drugi uporabniki (predpostavljali smo, da so imele njihove objave največji doseg v razpravi).

Ko smo ustvarili seznam dvajsetih najaktivnejših in najvplivnejših uporabnikov, smo najprej preverili, v katere družbene skupine jih lahko umestimo. V skladu s predpostavkami modela hibridnega medijskega sistema, ki poudarja, da digitalna medijska sfera omogoča participacijo številnim družbenim skupinam, smo bili pozorni na morebitno prisotnost tako predstavnikov močne javnosti, kot so predstavniki parlamentarne politike in množičnih medijev, kot tudi prisotnost šibke javnosti, na primer nevladne organizacije.

Uporabnike, ki niso javno znani, smo razvrstili v tri kategorije. V prvo skupino, »javno neznani uporabniki«, smo uvrstili vse tiste, katerih uporabniško ime in profilna fotografija kažeta na verodostojno identiteto (ime, priimek ali prepoznavna fotografija), kar pomeni, da bi jih bilo verjetno mogoče prepoznati v resničnem življenju, vendar ne spadajo med javne osebnosti. Drugo skupino smo opredelili kot »anonimne uporabnike«. V to skupino smo uvrstili vse tiste uporabnike, ki očitno uporabljajo psevdonime ali profilne slike, ki niso njihova lastna podoba (na primer karikatura Jake Racmana). V nasprotju s prvo skupino, ki sicer ni javno znana, a tudi ni anonimna, je za drugo kategorijo javno neznanih uporabnikov značilno, da ne želijo biti prepoznavni in zato uporabljajo podatke, s katerimi očitno prikrivajo svojo dejansko identiteto. Vendar pa tudi pri uporabnikih iz prve skupine ni mogoče z gotovostjo ugotoviti, ali profil, ki vključuje na videz resnično ime, priimek in fotografijo, predstavlja dejansko osebo, saj gre lahko tudi v tem primeru za izmišljene podatke, ki zgolj dajejo vtis resničnosti. Ker dejanske verodostojnosti ni bilo mogoče zanesljivo preveriti, smo v drugo skupino uvrstili tiste uporabnike, pri katerih je bilo res očitno, da uporabljajo psevdonime ali profilne slike, s katerimi želijo prikriti svojo identiteto, vse druge uporabnike pa smo uvrstili v prvo skupino. Tretjo skupino predstavljajo »neobstoječi uporabniki«, torej uporabniški računi, ki v času analize niso več obstajali.

Pri obravnavi seznama najaktivnejših in najvplivnejših uporabnikov smo ugotovili, da nekateri javno znani uporabniki izrazito izstopajo po svoji politični usmeritvi. Njihova pripadnost določenim političnim stališčem ali ideologijam je v slovenski javnosti splošno znana. Tovrstne uporabnike smo razvrstili glede na politično usmeritev, pri čemer smo upoštevali zgolj primere, pri katerih je bilo nedvoumno, da je oseba javno znana po določenih političnih stališčih ali da pripada določenemu političnemu omrežju. Uporabnikom, ki niso bili javno prepoznani kot pripadniki določenih političnih opcij, nismo pripisovali politične usmeritve. Prav tako smo se izogibali kategorizaciji politične usmeritve pri javno znanih uporabnikih, katerih politična stališča niso znana ali razvidna iz njihovega javnega delovanja.

Vendar pa tudi pri uporabnikih, katerih politična usmeritev je javno znana, izražamo zadržek pri kategorizaciji, saj se zavedamo problematičnosti uporabe oznak, kot so »levo«, »desno« ali »sredinsko«. Politične oznake niso nevtralne in fiksne kategorije, temveč so vedno kontekstualno pogojene in družbeno-zgodovinsko posredovane. Kar je v določenem obdobju označeno kot »levičarsko«, lahko v drugem nosi povsem drugačno oznako (Bobbio, 1995). Poleg tega je samoidentifikacija s političnimi oznakami lahko neskladna z dejanskimi prepričanji. Nekomu so lahko bližje konservativne usmeritve na določenem področju, a bo sebe razumel kot »neopredeljenega«, saj je takšna samoopredelitev v določenem družbenem kontekstu lahko sprejemljivejša kot odkrito opredeljevanje za določeno politično opcijo (Trdina in Vezovnik, 2014). Podobno se lahko politične stranke predstavljajo kot »desnosredinske«, čeprav lahko njihova politična agenda vključuje radikalne, izključevalne ideje, ki so bližje »skrajnosti« kot »sredinskosti«. Zaradi tega menimo, da politična samoidentifikacija ne odraža vedno dejanskih ideoloških usmeritev, ampak je verjetno strateško prilagojena političnemu kontekstu, zaradi česar se pomen posameznih političnih oznak nenehno spreminja.

Kljub naštetim težavam pri določanju političnih oznak uporabnikov smo se vseeno odločili za kategorizacijo politične usmeritve, saj so nekatera omrežja izrazito politično usmerjena, kar pomeni, da se uporabniki v njih pogosto identificirajo z izrazitimi politično-strankarskimi preferencami. Vendar pa, ko določamo politične oznake, izražamo zadržek, ki smo ga tukaj predstavili, in takšne oznake razumemo kot relativne, in ne kot analitične kategorije z jasnim pomenom. Zato vse politične oznake v tej monografiji postavljamo v navednice.

Zadnji vidik, na katerega smo bili pozorni pri obravnavi najaktivnejših in najvplivnejših uporabnikov (pa tudi uporabnikov na Twitterju nasploh), je vprašanje njihove dejanske identitete. V primeru uporabnikov na družbenih medijih ne moremo vedno z gotovostjo vedeti, kdo se nahaja za določenim uporabniškim profilom, temveč lahko to zgolj sklepamo na podlagi dostopnih informacij. Na Twitterju so bili javno znani uporabniki običajno zaščiteni s »kljukicami«,⁴⁰ vendar to ne zagotavlja vedno pristnosti, saj lahko tudi njihove

40 Sistem potrjevanja pristnosti računov javnih osebnosti, medijev in organizacij je bil na Twitterju uveden leta 2009 z namenom preprečevanja lažnih profilov in zlorab. Nekoč je modra kljukica pomenila, da je Twitter preveril identiteto uporabnika in tako potrdil njegovo pristnost. Po Muskovem prevzemu platforme pa je modra kljukica postala del plačljive naročnine X Premium (prej Twitter Blue), ki jo lahko pridobi vsak uporabnik z vsaj 90 dni starim računom in potrjeno telefonsko številko. Poleg tega sta bili uvedeni še zlata in siva kljukica, ki označujeta organizacije oziroma uradne vladne račune. Navedene oznake tako ne opravljajo več funkcije preverjanja pristnosti identitete, ampak označujejo naročniški status (Yee, 2023).

račune upravlja nekdo drug. Večja težava so uporabniki, ki niso javno znani ali delujejo anonimno, saj v takšnih primerih ne moremo zanesljivo določiti, kdo stoji za računom. Lahko gre za dejansko anonimno osebo, ki ne želi, da bi bila njena identiteta razkrita, lahko pa na videz anonimni profil pripada javno znani osebi, ki želi skriti svojo identiteto ali vplivati na razpravo iz ozadja. Tovrstne možnosti anonimnega komuniciranja omogočajo ustvarjanje že omenjene lažne javnosti, kjer se umetno ustvarja vtis širše podpore določeni politični opciji. Navedeno pripombo izpostavljamo zato, da poudarimo, da pri določanju identitete uporabnikov izhajamo iz informacij, ki so dostopne na njihovem profilu. Pri tem ne trdimo z gotovostjo, da posamezen račun dejansko pripada določeni osebi, temveč zgolj predpostavljamo, da so uporabniško ime, fotografija in druge javne informacije skladne z identiteto osebe, za katero smo določili, da jo račun predstavlja. To se nanaša tudi na javno znane uporabnike.

V nadaljevanju bomo predstavili analizo seznama dvajsetih najaktivnejših in najvplivnejših uporabnikov.

6.1.1 Najaktivnejši uporabniki

Tabela 4 prikazuje seznam dvajsetih najaktivnejših uporabnikov v migracijski razpravi na Twitterju. Uporabniki so razvrščeni glede na število retvitov. Predzadnji stolpec vsebuje informacijo o kategoriji, v katero je bil uporabnik uvrščen glede na družbeno skupino, ki ji pripada, oziroma glede na tip uporabnika, če je šlo za javno neznane uporabnika. Zadnji stolpec prikazuje podatke o njihovi morebitni politični usmeritvi.

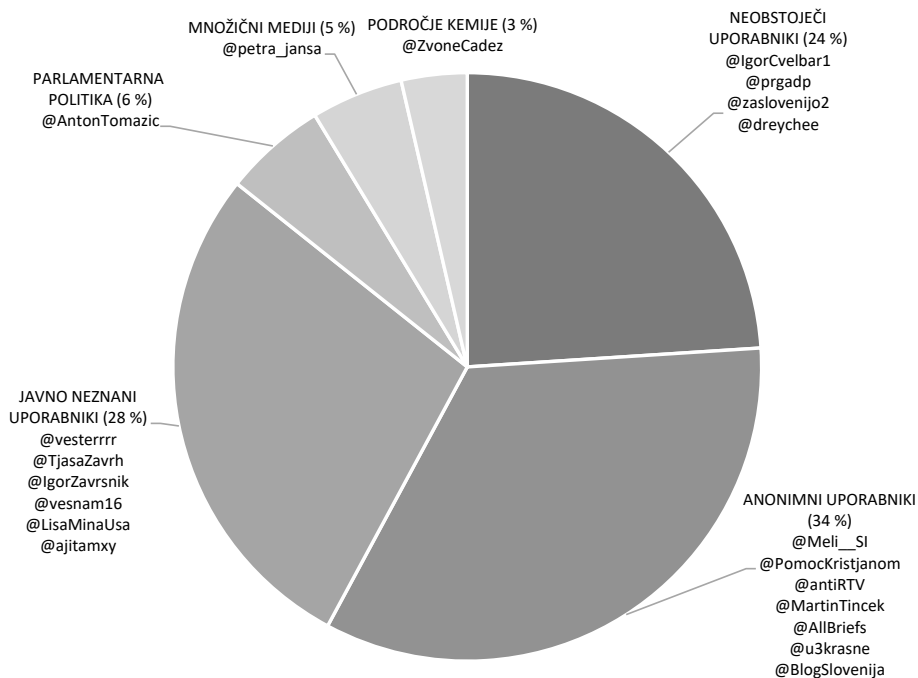
Tabela 4: *Najaktivnejši uporabniki*

	Uporabnik	Število RT	Kategorija	Politična usmeritev
1.	@IgorCvelbar1	238	neobstoječi uporabnik	/
2.	@prgadp	206	neobstoječi uporabnik	/
3.	@Meli_SI	191	anonimni uporabnik	/
4.	@vesterrrr	190	javno neznani uporabnik	/
5.	@TjasaZavrh	189	javno neznani uporabnik	/
6.	@AntonTomazic	184	politik	»desna«
7.	@zaslovenijo2	179	neobstoječi uporabnik	/
8.	@IgorZavrsnik	174	javno neznani uporabnik	/

	Uporabnik	Število RT	Kategorija	Politična usmeritev
9.	@PomocKristjanom	168	anonimni uporabnik	/
10.	@petra_jansa	165	množični medij	»desna«
11.	@antiRTV	164	anonimni uporabnik	/
12.	@MartinTincek	161	anonimni uporabnik	/
13.	@dreychee	160	neobstoječi uporabnik	/
14.	@AllBriefs	158	anonimni uporabnik	/
15.	@u3krasne	138	anonimni uporabnik	/
16.	@BlogSlovenija	127	anonimni uporabnik	/
17.	@vesnam16	119	javno neznani uporabnik	/
18.	@LisaMinaUsa	119	javno neznani uporabnik	/
19.	@ZvoneCadez	118	kemik	»desna«
20.	@ajitamxy	118	javno neznani uporabnik	/
	Skupna vsota	3266		

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

Če najaktivnejše uporabnike razvrstimo po kategorijah v tretjem stolpcu in kot merilo njihove zastopanosti uporabimo število ustvarjenih retvitov (Graf 2), ugotovimo, da so javno neznani (28 %, $f = 909$) in anonimni uporabniki (34 %, $f = 1107$) ustvarili 62 % ($f = 2016$) vseh retvitov med najaktivnejšimi uporabniki. Če vključimo še neobstoječe uporabnike (24 %, $f = 783$), za katere domnevamo, da so prav tako anonimni, saj so uporabljali psevdonime, se delež retvitov, ki so jih ustvarili javno neznani uporabniki, poveča na 86 % ($f = 2799$). Le trije uporabniki, ki vsak posebej predstavljajo politične akterje, množične medije in področje kemije, so javno prepoznani. Skupaj so ustvarili 14 % ($f = 467$) vseh retvitov med najaktivnejšimi uporabniki. Na podlagi njihove javne prepoznavnosti lahko domnevamo, da so vsi trije povezani z »desnim« slovenskim političnim omrežjem. Prvi profil verjetno predstavlja Antona Tomažiča, nekdanjega politika in poslanca. Drugi profil najverjetneje pripada Petri Janša, novinarki tednika Demokracija. Tretji profil pa verjetno pripada Zvonu Čadežu, kemiku, članu Slovenske demokratske stranke (SDS) in nekdanjemu generalnemu direktorju Univerzitetnega rehabilitacijskega inštituta Republike Slovenije – Soča.

Graf 2: Najaktivnejši uporabniki glede na kategorije in prejete retvite

Opomba. Graf temelji na avtorjevi lastni analizi.

6.1.2 Najvplivnejši uporabniki

Tabela 5 prikazuje seznam najvplivnejših uporabnikov v migracijski razpravi na Twitterju. Uporabniki so razvrščeni glede na število retvitov, ki so jih prejele njihove objave. Predzadnji stolpec vsebuje informacijo o kategoriji, v katero je bil uporabnik uvrščen glede na družbeno skupino, ki ji pripada, oziroma glede na tip uporabnika, če je šlo za javno neznanega uporabnika. Zadnji stolpec prikazuje podatke o njihovi morebitni politični usmeritvi.

Tabela 5: *Najvplivnejši uporabniki*

	Uporabniki	Število RT	Kategorija	Politična usmeritev
1.	@RevijaReporter	448	množični medij	»desna«
2.	@strankaSDS	326	politik	»desna«
3.	@Nova24TV	311	množični medij	»desna«
4.	@24ur_com	309	množični medij	/
5.	@vladaRS	301	politik	/
6.	@JozeBiscak	291	množični medij	»desna«
7.	@Domovina_je	236	množični medij	»desna«
8.	@JJansaSDS	235	politik	»desna«
9.	@Delo	184	množični medij	/
10.	@matjasec	179	arhitekt	/
11.	@DamirCrnec	171	politik	»desna«
12.	@STA_novice	154	množični medij	/
13.	@drVinkoGorenak	146	politik	»desna«
14.	@Demokracija1	146	množični medij	»desna«
15.	@ZerjavicDelo	139	množični medij	/
16.	@vecer	138	množični medij	/
17.	@srdjan_c	137	množični medij	»desna«
18.	@BojanPozar	124	množični medij	»desna«
19.	@Miran7777	122	anonimni uporabnik	/
20.	@vinkovasle1	115	množični medij	»desna«
Skupna vsota		4212		

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

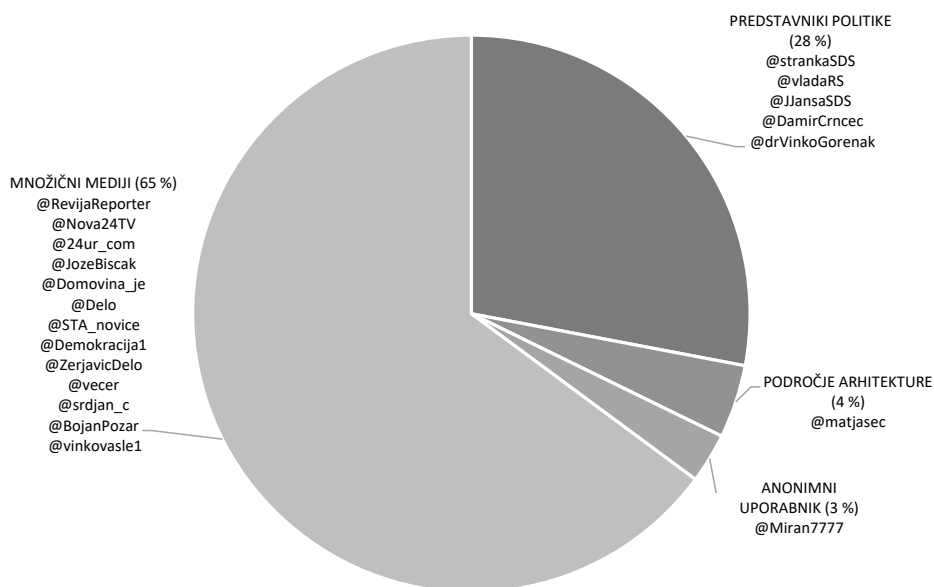
V nasprotju z najaktivnejšimi uporabniki so najvplivnejši uporabniki – z izjemo predzadnjega uporabnika v Tabeli 5 – javno znane osebe. Podatki v Grafu 3 razkrivajo, da 65 % ($f = 2732$) vseh retvitov izhaja iz objav uporabnikov, povezanih z množičnimi mediji, 28 % ($f = 1179$) iz objav, ki so jih ustvarili predstavniki parlamentarne politike, 4 % ($f = 179$) iz objav uporabnice, ki je javno znana kot arhitektka, in 3 % ($f = 122$) iz objav enega anonimnega uporabnika.

Z vidika proučevanja najvplivnejših uporabnikov v hibridni perspektivi je pomembno omeniti, da med najvplivnejšimi uporabniki, povezanimi z množičnimi mediji, najdemo osem množičnih medijev (Reporter, Nova24TV, 24ur.com, Domovina, Delo, STA, Demokracija, Večer), štiri slovenske novinarje (Peter Žerjavič, Srdjan Cvjetović, Bojan Požar, Vinko Vasle) in enega urednika

(Jože Biščak). Prevladujejo tiskani mediji, televizijski mediji pa so prisotni v manjšem deležu. Med dvajsetimi najvplivnejšimi uporabniki ne najdemo radijskih medijev in nekomercialnih množičnih medijev (na primer Multimedijски center RTV Slovenija, v nadaljevanju MMC RTV Slovenija, in Radio Študent, v nadaljevanju RŠ).

Z izjemo uporabniškega profila Vlade RS so vsi uporabniki, povezani s parlamentarno politiko, del »desnega« političnega omrežja, pri čemer so povezani z »desno« usmerjeno stranko SDS. Podobno med »desno« usmerjenimi uporabniki izstopajo tudi množični mediji, saj sta prva dva množična medija po številu prejetih retvitov (Reporer, Nova24TV) »desno« usmerjena. Delež retvitanih sporočil vseh najvplivnejših uporabnikov, povezanih z »desnim« političnim omrežjem, predstavlja 64 % vseh retvitov, ki so jih prejeli najvplivnejši uporabniki.

Graf 3: Najvplivnejši uporabniki glede na kategorije in prejete retvite



Opomba. Graf temelji na avtorjevi lastni analizi.

6.2 Objave

6.2.1 Najpogosteje retvitani tviti⁴¹

Tabela 6 prikazuje seznam dvajsetih najpogosteje retvitanih tvitov v migracijski razpravi.⁴² Skupna vsota dvajsetih najpogosteje retvitanih objav zajema 653 sporočil.

Tabela 6: *Najpogosteje retvitani tviti*

	Besedilo objave	Število RT
1.	RT @policija_si: Po prvih podatkih so policisti uporabili plinski razpršilec zoper nasilne protestnike in ne zoper tujce. #begunci	50
2.	RT @JJansaSDS: Madžarska bo jutri zaprla mejo s Hrvaško za migrante. Pozivamo@vladaRS, da istočasno sprejme enak ukrep.	46
3.	RT @FranciKek: Kako je lahko nekdo tako neumen in zloben, da ne vidi, da begunci bežijo pred tem, kar se je zgodilo v Parizu in niso del IS...	41
4.	RT @Pizama: A: Otroci so lačni. Pomagajmo jim. B: Pri nas ni lačnih otrok. To je propaganda. A: Pomagajmo beguncem. B: Zakaj nihče ne po...	39
5.	RT @SafetAlibeg: Ko na vrata Evrope potrkajo begunci, gre za islamizacijo, ko v Afriko odhajajo duhovniki širiti vero v Jezusa, gre za huma...	36
6.	RT @SafetAlibeg: Naš problem niso begunci. Ti bodo prišli in večinoma odšli. Naš problem so domači fobi. Ti bodo ostali.	36
7.	RT @JJansaSDS: Lažejo vam, kako vsakega migranta varnostno preverijo. In vzamejo prstni odtis. @vladaRS vam debelo laže. https://t.co/O5ty3...	35
8.	RT @ZanMahnic: Ukrepi ZA varnost: 1.) Takojšnje zaprtje meja za vse ilegalne migrante 2.) Sprememba azilne zakonodaje 3.) Zakon o Islamu po...	34
9.	RT @ntokomc: Potrebujemo odprte meje in varen prehod za begunce. Vse drugo je barbarstvo, ki ga bomo še drago plačali. #blog http://t.co/C...	31

41 Analiza najpogosteje retvitanih tvitov ter najaktivnejših in najvplivnejših uporabnikov v migracijski razpravi na Twitterju predstavlja nadgradnjo analize, ki smo jo objavili v Smrdelj (2024a).

42 Objave na Twitterju in v množičnih medijih smo navajali nespremenjeno v izvirni obliki, vključno s slovničnimi napakami in drugimi jezikovnimi posebnostmi. Opozarjamo, da so v tabelah, ki prikazujejo najpogosteje retvitane tvite, nekatere objave skrajšane. Prek vmesnika API so bila pridobljena besedila v obsegu do 140 znakov s presledki, kar je bilo leta 2015 največja dovoljena dolžina posameznega tvita. Pri tem je API vsaki retvitani objavi na začetek besedila samodejno dodal oznako »RT«, ki označuje retvit, in uporabniško ime avtorja objave (na primer »RT @JJansaSDS«). Tovrstni pripis, ki je bil ustvarjen samodejno, je bil upoštevan kot del skupne dolžine 140 znakov s presledki, posledično pa so bile daljše objave odrezane za število znakov, ki sta jih zasedla oznaka »RT« in ime uporabnika. Kadar so bila besedila objav skrajšana na ta način, so se zaključila s stičnim tropičjem. V primerih, ko so bili tviti skrajšani, smo na podlagi njihovih identifikacijskih številok na Twitterju preverili celotno besedilo.

	Besedilo objave	Število RT
10.	RT @ervinh: Kristus je bil begunec. Trubar tudi. Če bi utonila, mi ne bi imeli krščanskih temeljev.	31
11.	RT @TelekomSlo: Beguncem bomo s predplačniškimi karticami pomagali pri povezanosti s sorodniki. Želimo jim vsaj malo polepšati dan. http://...	30
12.	RT @DamirCrnec: Kako se bomo v Sloveniji opredelili do zemljevida, ki ga Grki delijo ilegalnim migrantom? http://t.co/k7VSIKA9rG http://t...	30
13.	RT @BojanPozar: En francoski terorist je v Pariz prišel kot begunec. Zdaj pa ne vem točno, je poročanje o tem sovražni govor ali ne. Čakam ...	29
14.	RT @JJansaSDS: Slovenija je hvaležna @policija_si @Slovenskavojska prosto-voljcem in vsem ostalim, ki se trudijo za obvladovanje migrantskega...	29
15.	RT @freewiseguy: Je kdo opazil kako nasilje nad begunci? Jaz sem ga opazil zgolj nad Slovenci. Nad drugorazrednimi. https://t.co/bPkemmnHUN	28
16.	RT @JJansaSDS: Za gospodarsko škodo v obmejnih občinah je odgovoren @MiroCerar, ki je bedasto zavračal predlog RH, da vlaki z begunci vozi...	28
17.	RT @DamirCrnec: S tem, ko je NEM zaprla meje za ilegalne migrante, ni več ciljne države. To pomeni, da bodo ostali med TUR in Avstrijo. Kaj...	26
18.	RT @vladaRS: V zadnjem tednu v Slovenijo prišlo 47.510 migrantov oz. #begunci, 45% ženske in mladoletniki, 55% Sircev, 25% Afgan. https://t...	25
19.	RT @juretepina: Hrvaška igra zelo umazano igro. Vlaku ustavlja daleč pred mejo in prebežnike spušča nekontrolirano čez mejo. Tako sicer del...	25
20.	RT @borutmekina: @MiroCerar Prihaja noč. Otroci so postali zaspani. #begunci http://t.co/U03jaV0ZcF	24
	Skupna vsota	653

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

KDA dvajsetih najpogostejše retvitanih tvitov je najprej temeljila na preliminarnem pregledu besedil vseh retvitov, pri čemer smo označili jezikovne posebnosti in identificirali glavne migracijske diskurze, ki jih reproducirajo. Pregled je pokazal, da lahko najbolj retvitane tvite v grobem razdelimo v dve glavni skupini. Prvo sestavljajo objave, ki reproducirajo negativne stereotipe o migrantih ter so v vlogi upravičevanja njihovega zavračanja in odrekanja pomoči. V to skupino smo uvrstili objave 1, 2, 7, 8 in 12–19, ki skupaj predstavljajo 59 % ($f = 385$) vseh retvitov med dvajsetimi najbolj retvitanimi tviti. Med njimi izstopajo objave 2, 7, 8, 13, 14 in 19, ki izrazito poudarjajo varnostno razsežnost obravnave migracij; te skupaj predstavljajo 26 % ($f = 173$) vseh retvitov v vzorcu dvajsetih najpogostejše retvitanih tvitov. Drugo skupino sestavljajo objave, ki skušajo dekonstruirati in presegati negativen stereotipen diskurz o migrantih. Pri tem ne gre za neposredno nasprotovanje objavam iz prve skupine, temveč za splošen odziv na diskriminatorne diskurzivne

prakse, usmerjene proti migrantom. V to skupino smo umestili objave 3–6, 9–11 in 20, ki predstavljajo 41 % ($f = 268$) celotnega števila retvitov dvajsetih najbolj retvitanih objav.

Ko smo na podlagi preliminarne pregleda najpogostejše retvitane tvite razdelili v dve glavni skupini, smo jih v naslednjem koraku podrobneje analizirali. V nadaljevanju predstavljamo glavne rezultate analize.

Objave v prvi skupini temeljijo na diskurzivnih praksah, katerih namen je upravičevanje razlogov za zavračanje migrantov. To je razvidno že na ravni poimenovanj, saj se za migrante uporabljajo izrazi, kot je »tujci«, kar je prisotno tudi v diskurzu slovenske policije (objava 1). Poleg tega se pripadnike dominantne družbe (Slovence) prikazuje kot »drugorazredne« in kot žrtve nasilja, medtem ko se migrantom ne pripisuje statusa manjšine, temveč se predpostavlja, da uživajo številne neupravičene ugodnosti (objava 15).

Migranti so prikazani tudi kot ekonomsko breme za Slovenijo. Izpostavljena je domnevna gospodarska škoda, ki jo povzročajo obmejnim občinam. Kot rešitev se omenjajo ustreznejše odločitve (brez eksplicitne navedbe, katere), ki bi jih moral sprejeti takratni predsednik vlade, s čimer se odgovornost za nezaželeno prisotnost migrantov pripisuje domnevno napačnim političnim odločitvam (objava 16).

V objavi 18, ki prikazuje tedensko vladno statistiko o prihodu oseb v Slovenijo, je poleg narodnosti vzpostavljena nereflektirana delitev migrantov na dve kategoriji: »ženske in mladoletniki« na eni strani ter polnoletni moški, ki niso eksplicitno poimenovani, na drugi, pri čemer ni pojasnjeno, zakaj je bila izbrana prav takšna razvrstitev na omenjeni dve kategoriji. Takšna razvrstitev lahko reproducira stereotipne predstave o »upravičenih« in »neupravičenih« migrantih, pri čemer so ženske in mladostniki lahko implicitno pojmovani kot bolj »upravičeni« do zapuščanja matične države, saj so pripoznani kot žrtve, ki potrebujejo zaščito in pomoč. Nasprotno pa polnoletni moški lahko veljajo za manj upravičene do migracije, saj jih diskurzivni okvir prikazuje kot osebe, ki bi morale ostati v svoji državi in se boriti v vojni za lastno domovino. Poleg tega je problematično, da mladostniki v statistiki niso obravnavani kot samostojna kategorija, temveč so združeni v isto skupino kot »ženske«. To ustvarja vtis, da mladostniki nimajo lastne spolne identitete ali družbene vloge, temveč so preprosto vključeni v isto kategorijo zaradi domnevne ranljivosti. S tem jim je odvzeta možnost, da bi bili prepoznani kot avtonomni akterji z lastnimi izkušnjami in potrebami. Tudi kategorija »polnoletnih moških« ni natančneje opredeljena; zdi se, da zajema vse odrasle moške ne glede na njihov

družbeni položaj ali psihofizično stanje. Predstavljeni diskurz utrjuje predstavo o moških migrantih kot nelegitimnih in potencialno nevarnih, obenem pa jih prikazuje kot prevladujočo skupino, s čimer okrepi občutek varnostnega tveganja in ogroženosti. Vendar pa končna statistika, ki smo jo predstavili v tretjem poglavju, kaže, da je bilo v celotnem obdobju množičnih prihodov v drugi polovici leta 2015 in na začetku leta 2016 med migranti dejansko več žensk in otrok kot pa polnoletnih moških. Zato lahko rečemo, da gre v primeru objave 18 za selektivno prikazovanje informacij, kar je, kot smo pojasnili v tretjem poglavju, eden izmed pomembnejših elementov sekuritizacijskega diskurza. Problematična točka objave je tudi razvrščanje migrantov glede na narodno pripadnost, ki lahko odpira možnost sklepanja, da nekateri migranti ne prihajajo iz držav, kjer poteka vojna, s čimer se dodatno krepi prepričanje o njihovi »neupravičenosti« do zaščite.

Med dvajsetimi najbolj retvitanimi tviti je prisotno tudi diskurzivno zamišljanje Slovenije kot »države prehoda«, ki temelji na predpostavki, da migrantov ne želimo imeti v Sloveniji, zato bomo imeli težavo, če ciljne države (Nemčija) zaprejo svoje meje, saj bodo ostali pri »nas« (objava 17). Na podobnih izhodiščih temelji ogorčenje nad ravnanjem Grčije, ki naj bi migrantom olajšala pot skozi Slovenijo z deljenjem zemljevidov (objava 12). Tovrstne objave implicitno predpostavljajo, da Slovenija ni in ne sme postati država sprejema za prihajajoče migrante.

Čeprav kategorija varnosti v doslej naštetih objavah večinoma ni eksplicitno izražena, je vseeno implicitno prisotna. Vzpostavljanje Drugosti, poudarjanje tujosti migrantov, izražanje zaskrbljenosti nad njihovim prihodom v Slovenijo ter selektivno prikazovanje statistik, ki izpostavljajo prevlado moških migrantov, temelji na predpostavki, da migranti predstavljajo grožnjo dominantni družbi. V tretjem poglavju monografije smo pojasnili, da je prav tovrstna konstrukcija strahu in tveganja ena izmed temeljnih dimenzij sekuritizacije migracij.

V preostalih objavah je konstrukcija strahu in tveganja bolj eksplicitno izražena, in sicer z zahtevami po sprejetju številnih varnostnih ukrepov. Na primer, slovenska vlada je pozvana, naj po zgledu Madžarske zapre državne meje (objava 2). Poleg zaprtja državnih meja za »ilegalne migrante« je prisotna tudi zahteva po zaostritvi azilne zakonodaje in sprejemanju spornih diskriminatornih zakonov o islamu (objava 8). Izpostavljen je pomen represivnih aparatov države (policija, vojska) pri obvladovanju množičnega prihoda migrantov, pri čemer lahko pogojno rečemo, da je prisoten element militarizacije migracij,

in sicer predvsem v luči legitimiranja prepričanja, da je za njihovo obvladovanje poleg policije primerna tudi vojska (objava 14). Pojavljata se tudi povezovalne »beguncev« s »teroristi« (objava 13) in zgražanje nad »nekontroliranim« spuščanjem prebežnikov čez mejo (objava 19), kar ustvarja vtis izrednih razmer in krepi predstavo, da država nima nadzora nad prihodom migrantov, s čimer se dodatno stopnjuje občutek kriznega in nevarnega stanja. Zasledimo tudi stališče, da slovenska vlada državljanom laže glede tega, da vsakega »migranta« varnostno preveri (objava 7). V objavah, kjer je sekuritizacijski diskurz eksplicitno izražen z zahtevo po varnostnih ukrepih, ki naj bi jih slovenska vlada morala sprejeti, so migranti najpogosteje imenovani »ilegalni migranti«. S tem je poudarjen še en pomemben vidik sekuritizacijskega diskurza, to je kriminalizacija migracij, saj so migranti prikazani kot osebe, ki so nezakonito prečkale mejo.

V prvi skupini objav se sekuritizacijski diskurz manifestira prek vseh svojih glavnih elementov, kot smo jih opredelili v tretjem poglavju pri predstavitvi migracijskih diskurzov. Prvi element, konstrukcija strahu in tveganja pred prihajajočimi migranti, je stalno prisoten kot osrednji okvir, ki oblikuje negativno prikazovanje migrantov. Navedeni okvir dopolnjuje drugi element, kriminalizacija migracij, ki se kaže predvsem v označevanju migrantov kot »ilegalnih«. Tretji element, militarizacija migracij, je prisoten z omembo vojske, ki naj bi poleg policije zagotavljala nadzor. Naslednji element, konstrukcija izjemnosti, je izražen v stališču, da migranti mejo prehajajo nenadzorovano in brez ustreznega varnostnega preverjanja. Zadnji element, selektivno posredovanje informacij, se kaže v vladnih statistikah, ki niso odražale celotne »slike«, saj je šlo večinoma za statistike na tedenski ravni, poleg tega pa reproducirajo razlikovanje med »upravičenimi« in »neupravičenimi« migranti.

Nasprotno pa objave v drugi skupini poskušajo razkriti protislovja v stereotipnem migracijskem diskurzu. Na primer, razumevanje prihajajočih »migrantov« kot Drugih in »Neevropejcev« je dekonstruirano prek stališča, da »naša« identiteta temelji na zgodovinskih osebnostih, kot sta Jezus Kristus in Primož Trubar, ki sta prav tako bila begunca. Izpostavljeno je, da današnja družba ne bi imela svojih kulturnih in verskih temeljev, če bi pretekli begunci doživeli enako usodo kot današnji. Omenjena je hipotetična možnost, če bi Kristus in Trubar utonila, kar je neposredna referenca na tragedije prenatrpanih čolnov, ki so se potopili v Sredozemskem morju. Poleg tega je implicirano, da je zavračanje beguncev v nasprotju s krščanskimi vrednotami, kar je še posebej pomenljivo, saj so prav domnevni »krščanski evropski temelji« tisto, kar naj bi bilo ogroženo zaradi migracij (objava 10). Na podoben način je kritike

deležen tudi diskurz o »islamizaciji Evrope«, v katerem je prikazano, kako se migracije in širjenje kulture obravnavajo pristransko in evrocentristično: kot grožnja, kadar gre za prihod muslimanov v Evropo, in kot plemenito dejanje, kadar gre za širjenje krščanstva v Afriko (objava 5).

Primer izpodbijanja negativnega stereotipnega diskurza o migrantih je tudi objava 6, ki že v prvi povedi zavrača razumevanje migracij kot »problema«. Ideja, da bodo migranti prišli in odšli, lahko po eni strani reproducira zamišljanje Slovenije kot »države prehoda«, po drugi strani pa migracije predstavlja kot začasen pojav, s čimer demantira apokaliptične diskurze, ki jih prikazujejo kot trajno grožnjo evropski varnosti in identiteti. Objava nato pozornost preusmeri na notranji problem »domačih fobov«, ki za razliko od migrantov niso prehodni, temveč trajni pojav. Tako objava sporoča, da problematika migracij ni inherentno vezana na migrante same, temveč je konstruirana z vidika percepcije dominantne družbe.

Pomenljiv je tudi poskus dekonstrukcije stališča, ki se lahko pojavi kot negativen odziv na poziv k humanitarni pomoči marginaliziranim družbenim skupinam, kamor sodijo tudi migranti. Ko oseba A opozori na problem lačnih otrok, oseba B problem zanika. Ko pa oseba A pozornost preusmeri na drugo skupino, oseba B prizna obstoj problema, ki ga je prej zanikala, in ga uporabi kot argument za nasprotovanje pomoči beguncem. S tem se ustvari lažna dilema po načelu ničelne vsote: če pomagamo begunskim otrokom, to pomeni, da odrekamo pomoč »našim« otrokom. Objava sporoča, da skrb za lačne otroke ni iskrena, temveč služi zgolj kot strategija za delegitimiranje pomoči beguncem (objava 4). Označevalec »otrok« se pojavi tudi v dvajseti najbolj retvitani objavi, ki vključuje fotografijo na tleh spečega migrantskega otroka. Besedilo objave poziva takratnega predsednika vlade Mira Cerarja k ukrepanju proti takšnemu človeškemu trpljenju, s čimer implicira, da je to posledica aktualne migracijske politike. Podoba spečega otroka služi kot močan afektiven element, namenjen vzbujanju sočutja do tragičnih migrantskih usod.

V drugi skupini objav se pojavljajo tudi konkretni politični predlogi, kot je poziv k odprtju meja in omogočanju varnega prehoda za migrante (objava 9). Poleg političnih zahtev je prisotno tudi neposredno demantiranje enačenja »beguncev« s teroristi (objava 3). Pojavijo se tudi humanitarne geste, kot je podaritev predplačniških kartic beguncem, ki poudarjajo pomen materialne podpore kot oblike solidarnosti do migrantov (objava 11). V objavah, za katere so značilni poskusi izpodbijanja negativnih stereotipov zoper migrante, se najpogosteje pojavlja poimenovanje »begunci«, ki predpostavlja največ pravic za prihajajoče

migrante v primerjavi z drugimi poimenovanji, na primer »ekonomski migranti«, ki imajo bolj izključevalno noto. Čeprav je diskurz, ki želi razgraditi negativne stereotipe, v osnovi migrantom naklonjen, pa je še vedno lahko stereotipen (na primer uporaba poimenovanja »reka beguncev« v objavi 9).

Za drugo skupino najpogostejše retvitanih objav, ki skušajo dekonstruirati diskriminatoren migracijski diskurz, sta značilni izrazita povednost in inovativnost. V kratki formi učinkovito zajamejo tako kritizirano stališče kot njegovo kritiko. Z izjemo enajste najbolj retvitane objave, ki temelji na gesti humanitarne pomoči, vse objave iz druge skupine predstavljajo neposreden odziv na negativen diskurz o migrantih. Ne gre torej za »avtonomen« promigrantski diskurz, oblikovan neodvisno in brez navezave na sekuritizacijski okvir, temveč za odziv nanj. Promigrantski diskurz tako diskriminatorne okvire izpodbi-ja z dekonstrukcijo, vendar jih ne preseže, saj ne oblikuje lastnih stališč zunaj sekuritizacijskega okvira. Edini primer, kjer je omenjeni okvir presežen, je objava 11, ki eksplicitno ne referira na negativni migracijski diskurz.

Med dvajsetimi najpogostejše retvitanimi objavami v razpravi zasledimo le dva primera, ki temeljita na prepletu uporabniško ustvarjenega diskurza in diskurza množičnih medijev, pri čemer se v obeh primerih avtorji sklicujejo na tuje množične medije.

Prvi tak primer je objava 12, v kateri avtor ob objavi zemljevida, ki naj bi ga v Grčiji delili »ilegalnim migrantom«, postavlja vprašanje, kako se bo Slovenija opredelila do tega vprašanja. Objavi sta priloženi fotografija zemljevida in hiperpovezava do novičarskega prispevka na spletnem portalu Jutarnji list, kjer je zemljevid tematiziran. V novičarskem prispevku takratni hrvaški notranji minister Ranko Ostojić pojasnjuje, da ima Hrvaška pripravljen načrt v primeru zaprtja madžarske meje (Patković, 2015). Avtor objave na Twitterju to novico uporabi kot izhodišče za vzpostavitev enakega vprašanja v slovenskem kontekstu.

Drugi primer te vrste je objava 15, v kateri se uporabnik sprašuje, ali je kdo opazil nasilje nad begunci. Pri tem se navezuje na izjavo Danila Türka, objavljeno v prispevku na spletnem portalu Al Jazeera Balkans, dostopnem prek hiperpovezave. Uporabniško ustvarjena objava vzpostavlja diskurz, ki je do migrantov pretežno negativen, saj pripadnike dominantne družbe prikazuje kot žrtve nasilja (vrsta nasilja ni navedena), medtem ko naj to za migrante ne bi veljalo. V nasprotju s tem je diskurz v novičarski objavi bolj naklonjen migrantom, saj poudarja potrebo po humanitarni pomoči. Kljub temu pa reproducira stereotipno razlikovanje med »upravičenimi« in »neupravičenimi« migranti.

6.2.2 Najpogostejše retvitane domene

Najpogostejše retvitane domene v migracijski razpravi na Twitterju smo določili glede na število retvitov, ki so jih prejele objave s hiperpovezavami, ki vsebujejo posamezne domene. Na primer, podatek, da je bila domena *sta.si*⁴³ retvitana 133-krat, pomeni, da so bile hiperpovezave, ki temeljijo na tej domeni, vključene v objave, ki so bile skupno retvitane 133-krat.

Tabela 7 prikazuje seznam dvajsetih najpogostejše retvitanih domen v migracijski razpravi na Twitterju. Podobno kot pri obravnavi središčnih uporabnikov smo tudi v tem primeru domene razvrstili glede na število retvitov. Kjer je bilo mogoče, smo jim določili kategorijo in politično usmeritev.

Tabela 7: Najpogostejše retvitane domene

	Domena	Število RT	Kategorija	Politična usmeritev
1.	<i>twitter.com</i>	1427	družbeni medij	/
2.	<i>reporter.si</i>	749	množični medij	»desna«
3.	<i>nova24tv.si</i>	341	množični medij	»desna«
4.	<i>24ur.com</i>	261	množični medij	/
5.	<i>delo.si</i>	220	množični medij	/
6.	<i>demokracija.si</i>	162	množični medij	»desna«
7.	<i>rtvslo.si</i>	151	množični medij	/
8.	<i>domovina.je</i>	133	množični medij	»desna«
9.	<i>sta.si</i>	133	množični medij	/
10.	<i>siol.net</i>	109	množični medij	/
11.	<i>vecer.com</i>	104	množični medij	/
12.	<i>youtube.com</i>	99	družbeni medij	/
13.	<i>vlada.si</i>	96	državna institucija	/
14.	<i>finance.si</i>	70	množični medij	/
15.	<i>fb.me</i>	69	družbeni medij	/
16.	<i>youtu.be</i>	68	družbeni medij	/
17.	<i>facebook.com</i>	66	družbeni medij	/
18.	<i>radiostudent.si</i>	43	množični medij	/
19.	<i>policija.si</i>	43	državna institucija	/
20.	<i>publishwall.si</i>	36	družbeni medij	/
Skupna vsota		4380		

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

⁴³ Imena domen in imena medijev v nekaterih primerih sovpadajo. Da jih ločimo, imena domen pišemo z malo začetnico in v ležečem tisku, imena medijev pa z veliko začetnico in v navadnem tisku.

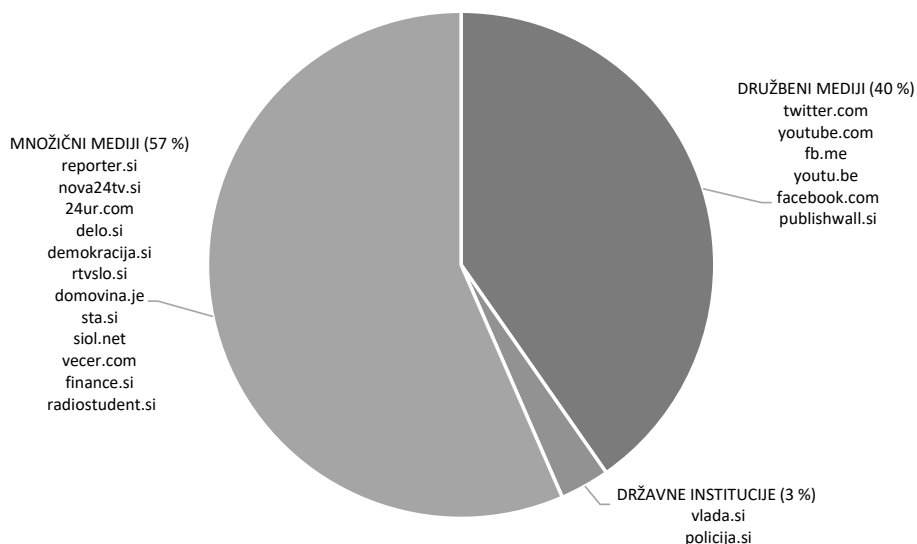
Ko smo pripravili prvo različico seznama dvajsetih najpogostejše retvitanih domen, so se na njem pojavile tudi domene *bit.ly* ($f = 208$), *goo.gl* ($f = 80$) in *ln.is* ($f = 54$). Navedene domene označujejo aplikacije za krajšanje hiperpovezav. Skrajšane hiperpovezave so pretvorjene v obliko, ki vključuje domeno omenjenih aplikacij, pri čemer povezava, iz katere bi bilo razvidno dejansko spletno mesto, ostane skrita, dokler uporabnik nanjo ne klikne. Ker gre zgolj za posredniške, in ne za dejanske domene, ki bi vodile do določenih spletnih mest, smo se odločili, da jih izločimo s seznama. Pred tem smo preverili, na katere dejanske domene se nanašajo. Ugotovili smo, da se za skrajšanimi domenami skrivajo povezave do različnih, precej heterogenih spletnih mest. Vendar pa nobeno izmed teh spletnih mest po številu retvitov ni preseglo prvotne dvajseterice najbolj retvitanih domen, z izjemo domene *domovina.je*, ki se je pod skrajšano povezavo *bit.ly* pojavila v 123 retvitih in se tako uvrstila med dvajset najpogostejše retvitanih domen.⁴⁴ Domeno *domovina.je* smo tako iz kategorije skrajšanih domen uvrstili na seznam najpogostejše retvitanih domen namesto domene *bit.ly*. Z izločitvijo preostalih skrajšanih domen *bit.ly* ($f = 208$) in *goo.gl* ($f = 80$) sta se na seznamu dvajsetih najbolj retvitanih domen sprostiti dve mesti, ki sta ju zasedli *policija.si* ($f = 43$) in *publishwall.si* ($f = 36$).

Tabela 7 prikazuje končni seznam dvajsetih najpogostejše retvitanih domen. Razvrstili smo jih v tri večje kategorije (Graf 4). Prvo sestavljajo domene, povezane s posameznimi množičnimi mediji. Skupaj predstavljajo 57 % ($f = 2476$) vseh retvitov, ki so jih prejele najpogostejše retvitane domene. Navedena kategorija domen je podrobneje predstavljena v naslednjem razdelku. Drugo kategorijo sestavljajo objave, ki se nanašajo na vsebine različnih družbenih medijev in skupaj predstavljajo 40 % ($f = 1765$) vseh retvitov, ki so jih prejele najpogostejše retvitane domene. Največji delež pripada domeni *twitter.com*, kar kaže na to, da je praksa kroženja vsebin znotraj samega Twitterja precej pogosta. Vendar v tem primeru ne gre zgolj za deljenje hiperpovezave do druge objave na Twitterju; hiperpovezava z domeno *twitter.com* je bila v našem vzorcu samodejno ustvarjena tudi v nekaterih primerih, ko je objava

44 Končno število retvitov domene *domovina.je* na seznamu znaša 133 (8. mesto), saj smo ji dodatnih 10 retvitov prištel na račun domene *www.domovina.je* ($f = 10$). Domeni *www.domovina.je* in *domovina.je* sta se na seznamu retvitanih domen sprva pojavili ločeno (slednja kot del domene *bit.ly*), vendar smo ju kasneje združili, ker gre za tehnično različico istega spletnega mesta. Enako smo pregledali tudi vse druge najbolj retvitane domene; kjer smo zaznali tovrstne podvojitve (na primer z in brez *www*), smo jih združili in sešteli; tako smo denimo domeni *www.demokracija.si* ($f = 125$) in *demokracija.si* ($f = 37$) združili pod skupno domeno *demokracija.si* ($f = 162$).

vključevala slikovne priloge. Poleg Twitterja v to skupino sodijo še hiperpovezave do vsebin dveh drugih družbenih medijev: YouTube (*youtube.com* in njegova okrajšava *youtu.be*) ter Facebook (*facebook.com* in njegova okrajšava *fb.me*). Prisotnost YouTubea nakazuje, da migracijska razprava na Twitterju ni bila omejena zgolj na besedilne objave, temveč tudi na video vsebine. Med družbene medije smo uvrstili še domeno *publishwall.si*, ki deluje kot spletno mesto za objavljane mnenjskih zapisov. Zadnjo, tretjo kategorijo predstavlja ta spletni strani slovenske vlade in slovenske policije (3 %, $f = 139$), ki smo ju uvrstili pod kategorijo državnih institucij.

Graf 4: *Najpogostejše retvitane domene glede na kategorije in prejete retvite*



Opomba. Graf temelji na avtorjevi lastni analizi.

6.2.3 Najpogostejše retvitane domene množičnih medijev

Domene, povezane z množičnimi mediji, predstavljajo največji delež med dvajsetimi najpogostejše retvitanimi domenami. To pomeni, da so se množični mediji uspešno prilagodili medijski logiki Twitterja in imeli pomemben vpliv pri določanju migracijske razprave. Z namenom, da se v nadaljevanju osredotočimo zgolj na najbolj retvitane domene množičnih medijev, smo jih posebej prikazali v Tabeli 8.

Tabela 8: Najpogostejše retvitane domene množičnih medijev

	Domena	Medij	Število RT
1.	<i>reporter.si</i>	Reporter	749
2.	<i>nova24tv.si</i>	Nova24tv	341
3.	<i>24ur.com</i>	24ur.com	261
4.	<i>delo.si</i>	Delo	220
5.	<i>demokracija.si</i>	Demokracija	162
6.	<i>rtvslo.si</i>	MMC RTV SLOVENIJA	151
7.	<i>domovina.je</i>	Domovina	133
8.	<i>sta.si</i>	STA	133
9.	<i>siol.net</i>	Siol.net	109
10.	<i>vecer.com</i>	Večer	104
11.	<i>finance.si</i>	Finance	70
12.	<i>radiostudent.si</i>	RŠ	43
	Skupna vsota		2476

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

Domena, povezana z množičnim medijem, ki je prejela največ retvitov, je *reporter.si*, spletna stran slovenske tedenske revije Reporter. Revija je bila ustanovljena leta 2008 (Pirc, 2008) kot naslednica revije Mag (Kučić, 2019a), istega leta pa je zaživel tudi njen spletni portal (WebsiteOutlook, 2022). Od ustanovitve leta 2008 je bila revija Reporter v lasti podjetja Prava smer, nato pa jo je leta 2016 prevzelo podjetje Reporter Media, d.o.o. (Politikis, 2016), ki je del medijske skupine Media24 (Kučić, 2020). V slovenski javnosti je Reporter prepoznan kot »desno« usmerjen medij (Pušnik, 2017). Drugo mesto na seznamu najpogostejše retvitanih domen, povezanih z množičnimi mediji, zaseda *nova24tv.si*, novičarski spletni portal slovenske medijske hiše Nova24TV, ki upravlja tudi istoimensko informativno televizijsko postajo. Omenjena medijska hiša je začela delovati leta 2015 in je bila organizirana prek podjetij NTV24.si, d. d., in Nova hiša, d. o. o. (Potič, 2015a). Tudi Nova24TV je politično opredeljena kot »desnik« medij (Potič, 2015b).

Sledi domena *24ur.com*, spletni portal dnevnoinformativne oddaje 24UR, ki pripada slovenski komercialni televizijski postaji POP TV v lasti podjetja Pro Plus, d. o. o. (M. L., 2020). Naslednja na seznamu je domena *delo.si*, portal slovenskega dnevnega časopisa Delo. Časopis izhaja od leta 1959

(Delo, 2019) in je bil v letu 2015 v lasti podjetja FMR, d. d. (STA idr., 2015), danes pa ga izdaja podjetje Delo mediji, d. o. o., katere stoodstotni lastnik je Delo, medijska hiša, d. o. o. (Tomažič, 2025). Med petimi najpogostejše retvitanimi domenami se pojavlja tudi *demokracija.si*, spletni portal slovenske tedenske revije Demokracija. Revija, ki kot politični tednik izhaja od leta 1996 (Demokracija, n.d.), je od leta 1998 del založbe Nova obzorja (Kučić, 2019b). Tudi tednik Demokracija se politično samoopredeljuje kot »desni« medij (Pušnik, 2017).

Sledi domena *rtvslo.si*, ki deluje od leta 1995 in združuje vsebine, nastale v okviru televizije, radia in MMC RTV Slovenija (MMC RTV Slovenija, n.d.). Za javnim portalom se uvršča domena *domovina.je*, spletna stran portala Domovina, ki je bil ustanovljen avgusta 2015 (Čakš, 2024). Maja 2021 je začel izhajati kot tiskani tednik (STA, 2021). Njegov izdajatelj je bil najprej Zavod Iskreni, junija 2022 pa je izdajateljstvo prevzelo podjetje Domovina, d. o. o., ki je v lasti krovne medijske družbe Mediainvest, d. o. o. (Vovk, 2022). Tako portal kot tiskani tednik sta v javnosti prepoznana kot »desno« usmerjena medija (Volk, 2025).

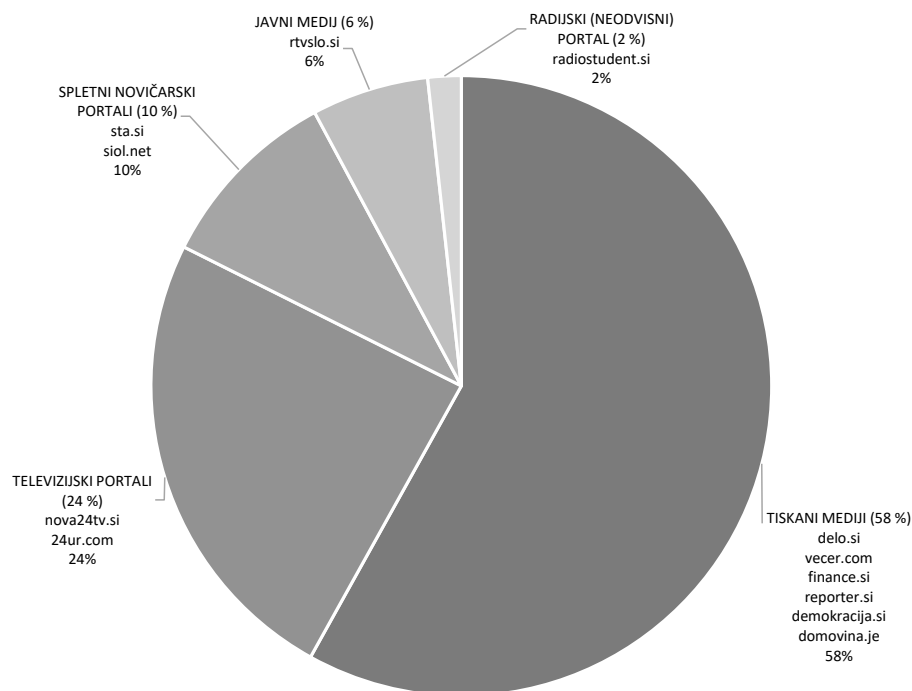
Enako število retvitov kot *domovina.je* je prejela tudi domena *sta.si*, ki je aktivna od leta 1996 in pripada portalu Slovenske tiskovne agencije (v nadaljevanju STA). STA ima status podjetja, ki ga je junija 1991 ustanovila Republika Slovenija. Predstavlja osrednjega slovenskega ponudnika medijskih vsebin za domačo in tujo javnost (STA, n.d.). Na naslednjem mestu se nahaja domena spletnega novičarskega portala Siol.net, ki je začel delovati avgusta 1997 kot prvi slovenski spletni informativni portal. Portal trenutno izdaja podjetje TSmedia, medijske vsebine in storitve, d. o. o. (Cvjetović, 2022). Naslednja domena je *vecer.com*, na kateri najdemo vsebine slovenskega dnevnega časopisa Večer, ki je trenutno v lasti podjetja Večer Mediji, d. o. o. (M. G., 2025). Časopis izhaja od leta 1945, pod trenutnim imenom pa od leta 1952 (Dajčman, 2018). Predzadnja na seznamu najpogostejše retvitanih domen, povezanih z množičnimi mediji, je domena *finance.si*, na kateri najdemo vsebine slovenskega dnevnega časopisa Finance, ki naslavlja poslovne in ekonomske teme. Časopis je bil ustanovljen leta 1992 in je v lasti podjetja Bonnier Business Press (Finance, n.d.).

Zadnja domena množičnega medija med dvajsetimi najpogostejše retvitanimi domenami je *radiostudent.si*, spletni portal RŠ, prve študentske radijske postaje v Evropi. Postajo je leta 1969 ustanovila Zveza skupnosti študentov Slovenije v kontekstu študentskih protestov leta 1968 (Zajc, 2016). Danes

ima RŠ pravni status zavoda, katerega ustanovitelj je Študentska organizacija Univerze v Ljubljani (ŠOU), od leta 2012 pa ima tudi status študentskega programa posebnega pomena. Spletni portal RŠ deluje od leta 1998 (Elizabeta, 2018).

Več kot polovico vseh retvitanih objav ($f = 1385$, 56 %) predstavljajo domene množičnih medijev, ki se politično samoopredeljujejo kot »desno« usmerjeni (Reporter, Nova24tv, Domovina, Demokracija). Mediji z izrazitim političnim predznakom ne delujejo kot množični mediji v tradicionalnem pomenu besede, saj njihovo poročanje odkrito podpira določeno politično opcijo. To je še posebej očitno pri Demokraciji in Nova24TV. Preostali mediji so bližje temu, kar bi lahko imenovali »legacy media«, na primer časopisni mediji, kot sta Delo in Dnevnik. Na osnovi predstavljenih podatkov lahko vidimo tudi, da so med najpogostejše retvitanimi domenami, povezanimi z množičnimi mediji, prisotni slovenski množični mediji, medtem ko tujih virov informiranja ne zasledimo.

Podatki v Grafu 5 razkrivajo, da glede na tip množičnega medija prevladujejo tiskani mediji. Prisotni so trije dnevni časopisi (Delo, Večer, Finance) in trije tedniki (Reporter, Demokracija, Domovina). Tiskani mediji skupno obsegajo slabo tretjino vseh retvitanih objav ($f = 1438$, 58 %). Sledita portala televizijskih medijskih hiš (Nova24TV, 24ur.com), ki se pojavljata v slabem četrтинskem deležu ($f = 602$, 24 %). Portala STA in Siol.net sta spletna novičarska portala, vendar pa za razliko od drugih množičnih medijev v vzorcu ne izhajata iz tiskanih, radijskih ali televizijskih vsebin, ampak samostojno ustvarjata novičarske objave, zato ju umeščamo v ločeno kategorijo. Skupaj obsegata dobro desetino vseh retvitanih objav ($f = 242$, 10 %). Podobno ločeno izpostavljamo tudi portal MMC RTV Slovenija, ki se nanaša tako na televizijske kot na radijske vsebine, zato ga ne moremo umestiti v predhodno kategorijo ($f = 151$, 6 %). Zasledimo samo en spletni portal, ki je vezan izključno na ustvarjanje radijskih vsebin, in sicer RŠ, katerega hiperpovezave so prisotne v objavah, ki so bile retvitane 43-krat (2 %).

Graf 5: Najpogostejše retvitane domene glede na tip množičnega medija

Opomba. Graf temelji na avtorjevi lastni analizi.

Glede na lastniško strukturo prevladujejo domene zasebnih komercialnih medijev ($f = 2282$, 92 %), medtem ko javni portal MMC RTV Slovenija in RŠ, ki ima pravni status zavoda, predstavljata manjši delež ($f = 194$, 8 %).

6.2.4 Najpogostejše retvitane domene množičnih medijev glede na tip viralnosti

Podatki o številu retvitov, ki so jih prejele domene posameznih množičnih medijev, kažejo, kako pogosto so bile objave, ki so vsebovale določeno domeno, v skupnem številu deljene v migracijski razpravi na Twitterju. Vendar pa zgolj na podlagi skupnega števila retvitov ne moremo pridobiti natančnejšega vpogleda v to, kako so se dejansko širile objave s posamezno domeno. Ne moremo vedeti, koliko je bilo izhodiščnih tvitov z določeno domeno, kakšna je bila povprečna odzivnost uporabnikov na posamezne tvite in ali je bila visoka raven

retvitnosti rezultat podobne retvitnosti vseh objav ali pa posledica redkih, a izrazito izstopajočih tvitov. To vprašanje je še posebej pomembno, ko imamo visoko povprečje retvitov, saj visoko povprečje lahko pomeni, da so bili vsi tviti z določeno domeno v količinskem smislu podobno retvitani, lahko pa je visoko povprečje posledica posameznih izstopajočih viralnih objav. Kot smo že omenili, je možnost, da posamezne objave dvigujejo povprečje, zelo verjetna in pričakovana, saj je distribucija objav v digitalni medijski sferi izrazito asimetrična; večina objav prejme zelo malo odziva, medtem ko le redke postanejo izrazito viralne (Al-Rawi, 2020; Jesenšek idr., 2021). Z namenom osvetlitve naštetih vidikov smo v Tabelo 9 vključili še druge vrednosti. Poleg podatkov o številu retvitov najbolj retvitanih domen, ki so predstavljeni v Tabeli 8, v Tabeli 9 v nadaljevanju navajamo še število tvitov, v katerih se je posamezna domena prvotno pojavila (četrti stolpec). Na podlagi obeh navedenih podatkov smo najprej izračunali povprečno število retvitov na posamezen tvit (peti stolpec), nato pa še standardni odklon (šesti stolpec) in mediano (sedmi stolpec).⁴⁵

Standardni odklon predstavlja odstopanje podatkov od povprečja in meri razpršenost enot v vzorcu. Višji kot je standardni odklon, bolj so podatki razpršeni in manj koncentrirani okoli povprečja, medtem ko nizek standardni odklon nakazuje, da se vrednosti v povprečju nekoliko odklanjajo od povprečja (Khan, 2011). V našem primeru višja vrednost standardnega odklona – tj. odklon, ki je blizu ali višji od povprečja – kaže na prisotnost posameznih izstopajočih tvitov z visokim številom retvitov, ki prispevajo k visoki razpršenosti enot v vzorcu. Nasprotno pa nižja vrednost standardnega odklona – tj. odklona, ki je nižji od povprečja – pomeni, da so retviti v povprečju blizu skupnemu povprečju, zato se odzivi uporabnikov na posamezne izhodiščne tvite manj razlikujejo. Standardni odklon smo izračunali v programu Microsoft Excel s funkcijo =STDEV(), ki izračuna vzorčni standardni odklon (vzorčni pristop smo uporabili zato, ker nismo analizirali celotne populacije, ampak vzorec retvitov s posamezno domeno). Funkcijo smo uporabili v preglednicah, kjer smo za vsako domeno imeli seznam tvitov, ki so imeli to domeno, z navedenim številom prejetih retvitov. V celico pod seznamom retvitov smo vnesli formulo, ki je zajela ustrezno območje podatkov, pri čemer je bil obseg odvisen od števila tvitov za posamezno domeno.

Mediana je srednja vrednost, ki razdeli podatke na dve enaki polovici. Zanj je značilno, da nanjo ne vplivajo posamezne izstopajoče vrednosti, saj temelji na razvrstitvi podatkov po velikosti. Pri lihem številu enot je mediana vrednost

45 Seznane za vsako domeno, ki vključujejo posamezne tvite z navedenim številom retvitov in predstavljajo osnovo za izračun povprečja, mediane in standardnega odklona, hrani avtor raziskave.

sredinske enote, pri sodem številu enot pa mediano določimo kot povprečje dveh enot, ki sta po velikosti na sredini urejenih podatkov (Gupta, 2011). Mediana v našem primeru razkrije, kakšen odziv je prejel tvit, ki se po številu retvitov nahaja na sredini niza vseh vrednosti. Če je mediana izrazito nižja od povprečnega števila retvitov posameznega tvita, pomeni, da posamezni tviti z visokim številom retvitov zvišujejo povprečje. Če pa je mediana visoka in blizu povprečju, to kaže na podobno retvitanost vsebin, povezanih z določeno domeno. Z mediano smo lahko za vsako domeno posebej ugotavljali, kakšen je bil odziv na tipičen tvit, ne da bi ta podatek izkrivljale posamezne viralne izjeme, kot se lahko zgodi pri povprečju. Mediano poleg standardnega odklona potrebujemo zato, da prepoznamo srednjo vrednost, ki v našem primeru predstavlja »tipični odziv« uporabnika. Ker so se nekatere domene pojavile v velikem številu izhodiščnih tvitov, smo tudi mediano izračunali v programu Microsoft Excel z uporabo funkcije =MEDIAN(). V posameznih preglednicah smo za vsako domeno imeli seznam tvitov in pripadajoče število retvitov. Podobno kot pri izračunu standardnega odklona smo tudi pri mediani v celico pod seznamom retvitov vnesli formulo, ki je zajela ustrezno območje podatkov, katerega obseg je bil odvisen od števila tvitov za posamezno domeno.

V Tabelo 9 (v nadaljevanju) smo vključil tudi podatke o številu tvitov, ki so bili retvitani več kot desetkrat (osmi stolpec), saj ta podatek pokaže, koliko objav je preseglo prag večje retvitanosti. Navedeni podatek je uporaben za presojo, ali gre pri višjih stopnjah viralnosti za naključne izjeme ali za ponavljajoč strukturni vzorec, ki je morda pogojen z medijskimi zmožnostmi delovanja Twitterja. Upoštevali smo tudi največje število retvitov, ki jih je prejel posamezen tvit v določeni domeni (deveti stolpec). Navedeni podatek predstavlja najvišjo stopnjo viralnosti oziroma zgornjo mejo, ki jo je dosegel posamezen tvit z določeno domeno.

Po izračunu navedenih statističnih podatkov smo izvedli še KDA petih najpogostejše retvitanih objav za vsako domeno posebej. Pri vsaki domeni smo analizirali pet tvitov z najvišjim številom retvitov, ki so vsebovali hiperpovezavo na določeno domeno (na primer pet najbolj retvitanih objav z domeno *delo.si*). Na pet najbolj retvitanih tvitov z določeno domeno (in ne na vse tvite znotraj te domene) smo se osredotočili zato, ker nas v skladu s postavljenimi teoretičnimi izhodišči zanimajo vsebine, ki so v razpravi uporabnike najbolj angažirale in posledično prednostno oblikovale razumevanje migracij v razpravi na Twitterju. Po tem merilu je bilo mogoče določiti prevladujoč migracijski diskurz v primeru vseh domen, saj se v večini primerov objave znotraj posamezne domene vsebinsko in diskurzivno niso bistveno razlikovale.

Tabela 9: Statistični kazalci viralnosti po posameznih domenah

	Domena	Skupno število RT	Skupno število tvitov	Povprečje RT na posamezen tvit	Standardni odklon	Mediana	Število tvitov z več kot 10 RT	Največje število RT na posamezen tvit
1.	<i>reporter.si</i>	749	257	2,91	3,01	2,0	11	17
2.	<i>nova24tv.si</i>	341	78	4,37	4,62	2,0	11	22
3.	<i>24ur.com</i>	261	162	1,61	1,28	1,0	0	10
4.	<i>delo.si</i>	220	134	1,64	0,98	1,0	0	6
5.	<i>demokracija.si</i>	162	88	1,84	1,38	1,0	0	8
6.	<i>rtvslo.si</i>	151	99	1,53	1,05	1,0	0	6
7.	<i>domovina.je</i>	133	71	1,87	1,15	1,0	0	5
8.	<i>sta.si</i>	133	80	1,66	1,49	1,0	0	9
9.	<i>siol.net</i>	109	60	1,82	2,59	1,0	1	18
10.	<i>vecer.com</i>	104	68	1,53	1,01	1,0	0	6
11.	<i>finance.si</i>	70	21	3,33	2,82	2,0	0	10
12.	<i>radiostudent.si</i>	43	14	3,07	1,59	3,0	0	6
	Skupna vsota	2476	1132					

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

Ko smo izračunane statistične vrednosti združili z rezultati KDA, se je izkazalo, da domene s podobnimi statističnimi značilnostmi temeljijo na sorodnih migracijskih diskurzih. Povedano drugače, podatki so razkrili, da viralnost posameznih objav ni naključna, ampak je povezana z migracijskim diskurzom, na katerem temelji. To je bilo vidno po tem, da so se viralnejše objave glede na strukturo diskurza razlikovale od manj viralnih objav. Na tej osnovi lahko sklepamo, da večja viralnost nekaterih diskurzov v primerjavi z drugimi ni naključna posledica nepredvidljive angažiranosti uporabnikov, temveč je povezana tako s strateško širitvijo določenih diskurzov kot tudi z medijskimi zmožnostmi Twitterja. Slednje se nam zdijo še posebej pomembne, saj, kot kažejo naši rezultati, določajo neenake izide v razširjenosti posameznih migracijskih diskurzov. V primeru, da bi Twitterjeva »infrastruktura« omogočala enake možnosti za širjenje različnih migracijskih diskurzov, potem bi med najviralnejšimi objavami prevladovala večja vsebinska raznolikost, ne pa zgolj določen tip diskurza.

Glede na statistične značilnosti, predstavljene v Tabeli 9, smo domene razdelili v tri skupine, na osnovi katerih smo določili tri tipe viralnosti: »asimetrična«, »omejena« in »konsistentna« viralnost. Navedeni tipi viralnosti, povzeti v Tabeli 10, predstavljajo tri načine širjenja objav v analizirani migracijski razpravi na Twitterju, pri čemer je posamezen tip viralnosti povezan s širjenjem nekoliko drugačnega migracijskega diskurza. Ob tem poudarjamo, da identificirani tipi viralnosti ne predstavljajo strogih, statistično opredeljenih kategorij. Kvantitativna merila, kot so povprečno število retvitov, mediana in standardni odklon, razumemo kot orientacijske pokazatelje določenih trendov, ne kot fiksne meje med posameznimi tipi viralnosti. Obravnavamo jih v povezavi s kvalitativnimi, torej diskurzivnimi značilnostmi objav. Tipologija je tako rezultat kombinacije kvantitativnih kazalcev in kvalitativnih, diskurzivnih značilnosti. Pomembno je tudi poudariti, da ni »univerzalna« v tem smislu, da bi kvantitativne meje ali diskurzi nujno veljali tudi za druge družbene medije. Povsem mogoče pa je, da bi se podobni vzorci viralnosti, čeprav z drugačnimi statističnimi pragovi in diskurzivnimi značilnostmi, pojavili tudi v drugih komunikacijskih kontekstih hibridne medijske sfere, kar bi bilo treba empirično preveriti v prihodnjih raziskavah.

V nadaljevanju podrobneje obravnavamo vsak tip viralnosti. Poleg njegovih splošnih značilnosti bomo pri vsakem tipu povzeli tudi glavne ugotovitve analize diskurza petih najpogostejše retvitanih tvitov, ki se nanašajo na posamezno domeno, uvrščeno pod enega izmed treh identificiranih tipov viralnosti.

Tabela 10: Tipi viralnosti

Tip viralnosti	Opis	Statistične značilnosti	Domena	Diskurz
1. »Asimetrična« viralnost	Značilna je prisotnost posameznih izstopajočih tvtov z velikim številom retvtov, medtem ko večina objav prejme manjši odziv. Takšna viralnost je lahko posledica naključnih odstopanj (kot v primeru <i>siol.net</i> , kjer smo zaznali eno takšno objavo) ali pa rezultat večjega števila objav z visoko stopnjo viralnosti (kot pri <i>reporter.si</i> in <i>nova24tv.si</i>).	Visok standardni odklon, nizka mediana in posamezne izrazito izstopajoče viralne objave (več kot 10 retvtov).	<i>reporter.si</i> <i>nova24tv.si</i> <i>siol.net</i>	Značilno je izrazito stereotipno in negativno prikazovanje migrantov s prevladujočim sekuritizacijskim diskurzom, ki temelji na ustvarjanju moralne panike, politike strahu, polarizacije, škandalizacije in senzacionalizma. Humanitarni diskurz je instrumetaliziran z namenom krepitve sekuritizacijskega pogleda na migracije.
2. »Omejena« viralnost	Značilna je razmeroma nizka stopnja viralnosti, brez izrazitih »eksplozivnih izjem« kot pri »asimetrični« viralnosti. Deljenje izhodiščnih tvtov je nizko.	Nizek standardni odklon, nizka mediana.	<i>24ur.com</i> <i>demokracija.si</i> <i>rtvslo.si</i> <i>domovina.je</i> <i>sta.si</i> <i>vecer.com</i>	Prevladuje sekuritizacijski diskurz, ki do migrantov ni odkrito nenaklonjen, temveč daje vtis »nevtralnosti« in se izogiba moralni paniki, politiki strahu, polarizaciji škandalizaciji in senzacionalizmu.
3. »Konsistentna« viralnost	Značilne so majhne razlike v številu retvtov. Stopnja retvtovanja je razmeroma visoka, višja kot pri »omejeni« viralnosti, vendar brez »eksplozivnih izjem«, ki so značilne za »asimetrično« viralnost.	Nizek standardni odklon, visoka mediana.	<i>delo.si</i> <i>finance.si</i> <i>radiostudent.si</i>	Značilen je humanitarni diskurz, ki presega negativno in stereotipno prikazovanje migrantov; ta ne predstavlja zgolj odziva na dominanten sekuritizacijski okvir, ampak obstaja tudi neodvisno od njega. Prevladujejo poskusi preseganja negativnih stereotipov o migrantih. Diskurz vzpostavlja kritično distanco do stereotipnega medijskega prikazovanja migrantov, ga reflektira in se nanj odziva. Pri-soten je tudi avtonomen diskurz, ki ne deluje kot odziv na dominanten sekuritizacijski okvir, ampak obstaja neodvisno od njega.

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

6.2.4.1 »Asimetrična« viralnost

Za »asimetrični« tip viralnosti (prva vrstica Tabele 10) je značilno, da posamezne objave v vzorcu izstopajo zaradi visoke stopnje viralnosti, medtem ko večina objav ostaja nizko retvitana. Statistično gledano so za »asimetrični« tip značilne domene z visokim standardnim odklonom, nizko mediano in najmanj enim tvitom, ki je prejel več kot deset retvitov. Vsem trem merilom ustrezajo domene *reporter.si*, *nova24tv.si* in *siol.net*. Domena *reporter.si* izstopa tako po najvišjem številu ustvarjenih tvitov kot po najvišjem skupnem številu retvitov, zaradi česar je v primerjavi z drugimi domenami dosegla visoko stopnjo viralnosti. Izstopa tudi domena *nova24tv.si*, ki je v primerjavi z drugimi domenami zabeležila najvišje povprečje (4,37) in največje število retvitov na posamezen tvit ($f = 22$). V primerjavi z domenama *reporter.si* in *nova24tv.si* je *siol.net* dosegel nižjo stopnjo viralnosti, vendar glede na opredeljena merila še vedno sodi v kategorijo »asimetrične« viralnosti.

Za vse tri domene je značilno, da je njihov standardni odklon višji od povprečja, kar kaže na to, da njihova viralnost temelji na nekaj izrazito izstopajočih objavah, ki močno vplivajo na povprečje. To potrjujejo podatki o številu tvitov z več kot desetimi retviti: *nova24tv.si* in *reporter.si* imata vsak po 11 tovrstnih objav, kar kaže na to, da visoka viralnost ni naključna, ampak gre za ponavljajoč vzorec. Na drugi strani ima *siol.net* le en primer tvita z več kot desetimi retviti, kar skupaj z visokim standardnim odklonom in največjim številom retvitov ($f = 18$) kaže na osamljen viralni »uspeh«, ne pa na strategijo, ki bi sistematično ciljala na viralnost, kot jo je mogoče prepoznati v primeru domen *reporter.si* in *nova24tv.si*. Po številu retvitov na posamezen tvit sicer vodi *nova24tv.si* ($f = 22$), sledita ji *siol.net* ($f = 18$) in *reporter.si* ($f = 17$).

Če k navedenim podatkom dodamo podatke o mediani, dobimo še jasnejši vpogled v stopnjo asimetričnosti. Vse tri domene namreč določa nizka mediana glede na povprečje: pri domenah *reporter.si* in *nova24tv.si* mediana znaša 2, kar pomeni, da je polovica retvitov prejela dva retvita ali več, polovica pa dva retvita ali manj; pri domeni *siol.net* pa mediana znaša 1, iz česar sledi, da je polovica objav prejela en retvit ali več, polovica pa najmanj en retvit. Največjo razliko med povprečjem in mediano beleži *nova24tv.si*, kar nakazuje na najbolj »asimetrično« razporeditev retvitov v vzorcu.

6.2.4.1.1 Kritična diskurzivna analiza objav

Vzorec KDA objav, umeščenih pod »asimetrično« viralnost, je obsegal petnajst tvitov (po pet za vsako izmed treh domen) in enako število objav množičnih medijev (Tabela 11 spodaj). V času analize so bile vse hiperpovezave delujoče, zato smo v analizo lahko vključili vseh petnajst besedil množičnih medijev. V vseh primerih tviti povzemajo naslove ali izpostavljajo informacije iz vsebine prispevkov ter tako utrjujejo in krepijo diskurz množičnih medijev.

Tabela 11: Najbolj retvitani tviti (»asimetrična« viralnost)

Tviti		Število RT
reporter.si		
1.	RT @JozeBiscak: Migranti zavrnilo namestitve v mestu Lima na jugu Švedske, ker je tam »preveč gozda« https://t.co/tU96V00kIM https://t.co/...	17
2.	RT @RevijaReporter: Prostovoljec v Šentilju: Migranti so polni laži, zavajanja, sprenevedanja https://t.co/xRFCEGpflw https://t.co/TGgX11Jr...	16
3.	RT @RevijaReporter: Maja Sunčič: Slovenskim levičarjem zaradi beguncev popuščajo živci https://t.co/XNVRuTelte https://t.co/eOiZrKCQ9Z	15
4.	RT @RevijaReporter: Resnica o migrantih – prevarantih: „Sirci“ govorijo albansko, na rokah tetovaže JLA https://t.co/7MVTwHVHI7 https://t.c...	15
5.	RT @JozeBiscak: Migranti streljajo na domačine, ropajo in preprodajajo drogo, muslimani vodijo tolpe http://t.co/0VVwbdc7X http://t.co/Vuu...	14
nova24tv.si		
1.	RT @Nova24TV: Migranti so prerezali bodečo žico in nezakonito prečkali mejo ... https://t.co/parpU3mpPl	22
2.	RT @Nova24TV: Slovenski policisti pomagali dečku Ahmedu, ki so ga migranti ukradli, da bi hitreje potovali: https://t.co/qDw7ZOGk47	17
3.	RT @Nova24TV: Poglejte, kako natančne zemljevide imajo migranti. Celo z oznako brezplačni wi-fi https://t.co/wFjenzW1a	16
4.	RT @Nova24TV: V ŽIVO iz Šentilja: Ponoči so migranti potrgali parket in zakurili. Začasna ležišča so letela po zraku https://t.co/zw0Njb3Hvk	15
5.	RT @Nova24TV: .@drVinkoGorenak : Migranti bodo od države dobili dvakrat več kot slovenski državljani https://t.co/kbSRKD7lO1	14
siol.net		
1.	RT @JJansaSDS: Uroš Urbas: Zamolčali so vam novi begunski val Uroš Urbas - Planet https://t.co/EDcULqn04m https://t.co/N8UIxwBtr	18
2.	RT @PlanetSiolnet: Avstrija: Gre za azilno optimiranje, begunce bomo vračali v Slovenijo in na Hrvaško http://t.co/AoLsndgzTW	10

	Tviti	Število RT
3.	RT @JJansaSDS: Kako je begunec postal slovenski premier Slovenija - Planet http://t.co/EDcULqn04m http://t.co/aEfOpuQPJq	7
4.	RT @SioI NEWS: Kje je petletni begunec, ki je izginil v Beogradu? (video) http://t.co/z3vlnTMTHc #FindAzam @BBCPanorama	4
5.	RT @SioI NEWS: Nizozemsko sodišče potrdilo legalnost vladne migrantske politike ‚Kdor noče domov, naj strada‘ https://t.co/BYb8VvKGLGW	4

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

Z izjemo tretje najbolj retvitane objave z domeno *siol.net*, ki vsebuje hiperpovezavo do besedila, objavljenega dan prej kot tвит, so bili vsi tviti ustvarjeni na isti dan kot objave množičnih medijev. V večini primerov so avtorji objav množični mediji in njihovi novinarji, nekoliko redkeje drugi uporabniki (na primer v primeru *siol.net* je dve objavi ustvaril politik) (Tabela 11).

Čeprav je v primeru navedenih medijev težko govoriti o običajnih novinarskih zvrsteh, saj gre za izrazito tendenciozno in politično motivirano poročanje, pa vseeno lahko rečemo, da prevladujejo besedila, ki po obliki in slogu spominjajo na novice oziroma poročila, torej na zvrsti, značilne za dogodkovno poročanje (Pajnik, 2007). V manjšem obsegu se pojavijo tudi mnenjske zvrsti, ki spominjajo na kolumno (na primer tretja najbolj retvitana objava z domeno *reporter.si*).

Besedili, dostopni v prvem in petem tvidu z domeno *reporter.si*, povzemata selektivno izbrane tuje dogodke. Podoben primer je tudi drugi tвит, ki vsebuje anonimne in izrazito negativne izjave prostovoljcev s Šentilja. Zaradi anonimnosti se zastavlja vprašanje glede njihove verodostojnosti. Mnenjski prispevek v tretjem tvidu prinaša kritiko »levičarske« migrantske politike, četrti pa izpostavlja lokalne prebivalce, ki napovedujejo fizično zaustavitev migrantov (Tabela 11).

Besedilo, dostopno v prvem tvidu z domeno *nova24tv.si*, zavajajoče trdi, da so migranti »prerezali bodečo žico«, čeprav se izvirna novica nanaša le na hipotetično vprašanje, kako bi policija ukrepala v takem primeru. Besedilo v drugem tvidu povzema zgodbo izgubljenega dečka, ki se srečno vrne k staršem, a migrante obtoži ugrabitve z namenom lažjega potovanja. Tretji tвит izraža zgražanje nad »natančnimi« zemljevidi, ki jih imajo migranti, četrti pa vsebuje povezavo do poročila, ki prikazuje kronologijo dogodkov dne 27. oktobra 2015 na mejnem prehodu Šentilj. Objava v petem tvidu prinaša obširen povzetek izjav poslanca SDS Vinka Gorenaka v zvezi z migrantsko problematiko (Tabela 11).

Objava v prvem tvitu z domeno *siol.net* predstavlja mnenjski tekst, ki takratno vladajočo politično opcijo obtožuje neučinkovite migracijske politike. Poročili v drugem in petem tvitu z domeno *siol.net* povzemata migrantsko dogajanje 19. septembra in 26. novembra 2015. Tretji tvit z domeno *siol.net* vključuje besedilo, ki povzema glavne mejnike slovenskih migracij. Objava v četrtem tvitu pa poroča o iskanju petletnega dečka Azama Aldahama (Tabela 11).

Za predstavljene tvite in objave množičnih medijev je v splošnem značilno izrazito stereotipno in negativno prikazovanje migrantov, ki določa tako sekuritizacijski kot tudi humanitarni diskurz. Oba diskurza se v analiziranih primerih manifestirata z ustvarjanjem panike, izrednih razmer, katastrofičnosti, nujnosti in ogroženosti. Teme in informacije so predstavljene v senzacionalističnem in škandaloznem slogu z izrazitim poenostavljanjem in pretiravanjem.⁴⁶ Prevladuje odkrito nenaklonjen odnos do migrantov, brez skrivanja za videzom »nevtralnosti« in »objektivnosti«, kar je pomembna razlika v primerjavi s sekuritizacijskim diskurzom v okviru »omejene« viralnosti, kjer je, kot bomo pokazali pozneje, sekuritizacija pogostejše izražena brez zelo odkrito nenaklonjenega odnosa do migrantov. Podobno velja tudi za humanitarni diskurz in za postopke, ki so običajno značilni za preseganje negativnih stereotipov o migrantih (na primer vključevanje migrantskega glasu v medijski diskurz, dajanje »glasu« predstavnikom šibke javnosti, kot so prostovoljci in humanitarne organizacije, ter prikazovanje migrantskih otrok in njihovih stisk). V analiziranem diskurzu so naštet postopki instrumentalizirani z namenom krepitve sekuritizacijskega pogleda na migracije. Ob tem dodajamo, da vse navedeno velja predvsem za vsebine *reporter.si* in *nova24tv.si*, ki glede na delež retvito prevladujeta v okviru »asimetrične« viralnosti, medtem ko je pri *siol.net* diskurz manj odkrito negativen, a še vedno stereotipen.

Sekuritizacijski diskurz se v analiziranih besedilih manifestira s kriminalizacijo in militarizacijo migracij ter povezovanjem migracij s terorizmom. V okviru kriminalizacije so migranti prikazani na tri načine. V okviru prvega načina se jih povezuje z organiziranim kriminalom, kot so ropanje, kraja in preprodaja drog. Besedila tako navajajo, da so »zapori polni migrantov, ki ropajo, kradejo in preprodajajo drogo« (Biščak, 2015c), in da so se »migrantske tolpe iz severne

46 To je razvidno že po naslovih prispevkov, na primer *Migrant domačinu na vrat nastavlja nož, množični pretepi v Nemčiji, zahteve po šeriatu na Danskem* (Biščak, 2015a), *Prostovoljec v Šentilju: Migranti so polni laži, zavajanja, sprenevedanja* (Glücks, 2015), *Migranti streljajo na domačine, ropajo in preprodajajo drogo, muslimani vodijo tolpe* (Biščak, 2015c), *Poglejte, kako natančne zemljevide Slovenije imajo migranti – celo z oznako za brezplačen Wi-Fi!* (M. P., 2015a).

Afrike specializirale za kraje in prosjačenje» (Biščak, 2015c). Omenjeno je tudi, da je »[i]talijanska policija dobila navodilo, da medijem ne sme več poročati o zločinih, ki jih zagrešijo migranti« (Biščak, 2015a). Navedena trditev implicira obstoj cenzure in prikrivanja dejanske nevarnosti, ki jo prinašajo migranti, kar utrjuje zarotniški okvir. Ta se dodatno stopnjuje z ustvarjanjem občutka nepravičnosti, ki je konstruiran tako, da so migranti predstavljeni kot privilegirani na račun domačega prebivalstva: »[Č]e Italijan krade ali preprodaja drogo, gre preiskava v javnost z vsemi podrobnostmi, če pa to stori ilegalni migrant ali prosilec za azil, pa ne« (Biščak, 2015a). Izpostavlja se tudi »zaupno poročilo o razmerah v Berlinu, ki razkriva, da je deset arabskih oziroma muslimanskih družin prevzelo vodenje berlinskega kriminalnega podzemlja«, poleg tega pa »sledi za zločini vodijo neposredno v begunske centre« (Biščak, 2015c).

Drugič, v okviru kriminalizacije so migranti so prikazani kot nasilni. V besedilih beremo, da je »migrant domačinu na vrat nastavil nož« (Biščak, 2015a), poleg tega pa so migranti »streljali na kmeta, ki sta se vračala s polja« (Biščak, 2015c). Omenjen je primer, ko »britanska policija lovi šest oboroženih Afganistancev« (Biščak, 2015c).

Tretjič, kriminalizacija se kaže tudi v prepričanju, da migranti nezakonito prečkajo mejo in izkoriščajo azilni sistem, saj niso iskreni glede svoje identitete:

Očitno lažejo o svoji identiteti, saj je med njimi na primer ogromno tistih, ki trdijo, da so zbežali pred nasiljem v Siriji, pa se izkaže, da sploh ne govorijo arabsko, pač pa farsi, kar pomeni, da so v resnici iz Irana, ali pa iz Afganistana (Glücks, 2015).

Prav tako »vsi trdijo, da so rojeni prvega januarja« (Glücks, 2015). Izpostavljen je primer »Afganistanca, ki je trdil, da je rojen leta 1916, torej naj bi bil star 99 let, čeprav jih je kazal okoli 40« (Glücks, 2015). V tem kontekstu je tematizirana tudi neorganiziranost pri registraciji migrantov, ki se kaže v pomanjkanju fotografiranja migrantov in jemanja njihovih prstnih odtisov ter prehajanju »brez tega, da bi jih kdorkoli povprašal po imenu in od kod prihajajo« (Glücks, 2015), kar je v vlogi vzbujanja zaskrbljenosti glede varnosti in nadzora nad migracijami.

Militarizacija migracij se v analiziranih besedilih kaže z neposrednim sklicevanjem na vojsko ter poudarjanjem njene vloge pri varovanju državne meje in upravljanju migracij. V nekaterih primerih je natančno opisano orožje, ki ga uporablja vojska: »Policisti, ki so ob spremstvu slovenskih vojakov, oboroženih z belgijskimi avtomatskimi puškami F2000S, ki jih Slovenski vojski

dobavlja Arex, podjetje v okoli 30 kilometrov oddaljenem Šentjerneju, vodili skupino nekaj več kot tisoč ilegalnih migrantov, so se ustavili» (Biščak, 2015b). Podobno se pojavljajo podrobni opisi vojaške opreme: »Slovenska vojska (SV) bo dobila po 200 kompletov zaščitne obleke in ščitov, čelad z vizirjem, rokavic, gumijevk, plinskih razpršilcev, gasilnih aparatov in negorljivih kap« (STA in Vovk, 2015). Takšno naštevande opreme migracije prikazuje kot izjemno resen varnostni izziv, za katerega je potrebna velika količina orožja, kot tudi dodatnih okrepitev iz tujine: »Avstrijska vojska je za pomoč slovenski policiji angažirala 900 vojakov, ki pomagajo ob izhodu v Avstrijo« (V. V., 2015). V besedilih se pojavljajo pohvale represivnim aparatom države, predstavljeni so kot »heroji«: »Čestitke in pohvale policistom in pripadnikom SV, ki odlično funkcionirajo, čeprav so že na meji svojih zmogljivosti« (V. V., 2015). Izjave politikov prav tako utrjujejo percepcijo migracij kot varnostne grožnje, ki zahteva prisotnost represivnih aparatov, med njimi vojske, kot na primer v izjavi že omenjenega poslanca Gorenaka: »Četudi mi rečejo, da strašim ljudi, je treba povedati, da če bo na naše meje prišlo 30, 50, 60 tisoč ljudi, nimamo policijskih, vojaških sil, ki bi to varovale« (M. P., 2015b). Navedena izjava poudarja represivne aparate države, med njimi tudi vojsko, in tako utrjuje prepričanje, da so migracije varnostni problem.

Podoben diskurz militarizacije se domnevno izraža tudi med »ljudstvom«. Po mnenju lokalnih prebivalcev naj država ne bi spoštovala dogovorov v zvezi z upravljanjem migracij, zato pravijo, da so »bojevito razpoloženi« (Biščak, 2015b) in da bodo sami zaustavili »invazijo na slovensko zemljo« (Biščak, 2015b). Namreč, tako spretno kot »naši fantje sučejo sekire« (Biščak, 2015b) in »zajca ustrelijo na sto metrov in več« (Biščak, 2015b), tako se lahko tudi enako znesejo nad migranti, proti katerim lahko uporabijo svoje lovske in obrtniške spretnosti. Metafora streljanja zajca neposredno povezuje migrante z živalmi, saj tako kot živali tudi sami hodijo skozi gozd, kjer jih je mogoče zasledovati in ustreliti na daljavo. Takšen diskurz je v vlogi njihovega popolnega razčlovečenja in dehumanizacije. Uporaba besede »invazija« (vojaški vpad) s strani domačinov neposredno kaže na razumevanje problematike migracij v okvirih militarizacije.

Poleg kriminalizacije in militarizacije migracij se migrante v analiziranih besedilih povezuje tudi s terorizmom in ekstremizmom. Besedila vsebujejo neposredne trditve o prisotnosti teroristov in radikalnih islamistov med migranti, kot v izjavi prostovoljca v Šentilju: »Verjemite, med njimi so tudi radikalni islamisti« (Glücks, 2015). Nadalje dodaja, da migrantom »[p]rtljage [...] ne pregleduje nihče, ne gredo čez rentgen, tako, da bi lahko teroristi s sabo v torbah in nahrbtnikih prinesli cel arzenal orožja« (Glücks, 2015). Poleg neposredne

nevarnosti terorizma se migracije povezujejo tudi z vnosom ekstremističnih ideologij in konfliktov. Besedila navajajo, da so nemške obveščevalne službe izrazile »resno zaskrbljenost« (Biščak, 2015a) zaradi velikega pritoka migrantov, saj naj bi ti »prinašali muslimanski ekstremizem, arabski antisemitizem, nacionalne in etnične konflikte, kot tudi drugačno razumevanje družbe in prava« (Biščak, 2015a).

Konstrukcija izjemnosti in ustvarjanje izrednih, kriznih razmer sta v besedilih dodatno zaostrena s sklicevanjem na izjave politikov (na primer izjava Mira Cerarja »Evropska unija [bo] začela razpadati«, Biščak, 2015a) in varnostnih služb (na primer »nemški varnostni analitiki se bojijo«, Biščak, 2015a). Selektivno posredovanje informacij je razvidno iz uporabe anonimnih (na primer neimenovani prostovoljci na terenu, Glücks, 2015) ali posredno citiranih virov (na primer »poroča Daily Mail«, Biščak, 2015c, »poroča nemški FAZ«, Biščak, 2015a), pri čemer ni jasno, na katero novico se navedba nanaša, kdaj je bila objavljena in kje je dostopna. Izpostavljeni so posamezni, izjemni primeri, ki so posplošeni na celotno migrantsko populacijo, ob tem pa ni mogoče preveriti, ali gre za resnične dogodke oziroma v kolikšni meri so ti prikazani izkrivljeno ali nenatančno.

Poleg sekuritizacijskega diskurza smo v obravnavanih besedilih identificirali še prisotnost humanitarnega diskurza, ki pa se ne pojavlja v vlogi vzbujanja sočutja ali naklonjenega prikazovanja migrantov kot žrtev vojnih razmer, ki potrebujejo pomoč. V skladu s prevladujočim negativnim in stereotipnim diskurzivnim okvirom, značilnim za besedila v okviru »asimetrične viralnosti«, se pojavlja na dva načina. V okviru prvega so migranti prikazani kot nehvaležni za prejeto pomoč, v okviru drugega pa kot premožni posamezniki, ki pomoči ne potrebujejo, ampak kljub temu izkoriščajo solidarnost držav, v katere prihajajo.

Diskurz nehvaležnosti se v besedilih kaže v domnevnem zavračanju nastanitve. Naveden je primer, v katerem naj bi migranti zavrnil ponujeno nastanitev v ruralnem okolju na Švedskem, pri čemer so, kot poročata novica, trdili, da je »preveč gozda«, »premrzlo«, da ni »trgovin in ne zdravnikov« ter da so lesene koče neprimerne za bivanje z otroki in nosečnicami (Biščak, 2015a). V ozadju tega primera je prisotna ideja, da bi morali biti migranti hvaležni za ponujeno gostoljubje, namesto tega pa ga zavračajo. Hkrati je v besedilu artikulirana stereotipna kulturna ločnica, da migranti iz »toplih« krajev ne zmorejo živeti v hladnem podnebju, kar dodatno utrjuje predstavo o njihovi nezdržljivosti ne samo z »evropskim« načinom življenja, ampak tudi s podnebjem in naravnimi danostmi. S tem se utrjuje diskurz, po katerem se migranti ne želijo integrirati, poleg tega pa sami narekujejo pogoje svojega sprejema.

Na pomanjkanje hvaležnosti namiguje tudi novica, ki opisuje, kako so se v Avstriji migranti med seboj sprli, pri čemer so »[v]se, kar je bilo lesenega, [...] iztrgali (večinoma parket) in zakurili« (V. V., 2015). Prav tako so »[v]drli so v staro stavbo mejnega prehoda, jo uporabljali za stranišče in od tam poskušali pobegniti. Začasna ležišča so letela po zraku« (V. V., 2015). Nehvaležnost je v tem primeru prepletena z izrazito dramatičnim, skoraj filmskim opisom dogajanja, kjer podobe, kot je »letenje ležišč po zraku«, ustvarjajo zelo slikovit prizor kaosa, nereda in izrednih razmer.

Drugi način, v okviru katerega so migranti prikazani kot premožni posamezniki, ki v resnici ne potrebujejo pomoči, ampak zgolj izkoriščajo solidarnost družbe, se kaže v izpostavljanju, da imajo mnogi migranti pri sebi »večje vso-te denarja in tudi zatrjujejo, da denar sploh ni problem, tako jim na primer ni težko odšteti po 400 ali 500 evrov za vožnjo s taksijem do Dunaja« (Glücks, 2015). Podoba bogatih migrantov, ki si lahko privoščijo luksuzne prevoze, je v vlogi ustvarjanja vtisa, da so ekonomsko privilegirani in zato (humanitarne) pomoči ne potrebujejo. Nekateri migranti imajo po besedah prostovoljke »boljše telefone od mene [...], nekateri od njih so se prav začudili, zakaj sama uporabljam mobilno ,staro šaro‘« (Glücks, 2015). Poleg tega »tisoč evrov povprečne neto plače v Sloveniji jih niti malo ne impresionira, želijo več, zato nadaljujejo na sever« (Glücks, 2015), kar stereotipno nakazuje na njihova visoka ekonomska pričakovanja in se lahko interpretira kot nehvaležnost za ponujene možnosti v Sloveniji. Imeli naj bi »fiksno idejo, da jih v Nemčiji čakajo hiše in denar« (Glücks, 2015).

Pomembna družbena skupina, ki se običajno pojavlja v okviru humanitarne-ga diskurza z namenom vzbujanja sočutja, so migrantski otroci. Vendar pa so njihove podobe v diskurzivnem okolju, ki ga oblikujejo besedila z »asimetrično viralnostjo«, prikazane popolnoma drugače, in sicer kot »orožje za prosto prehajanje evropskih mej« (Glücks, 2015), saj migranti »zelo dobro vedo: Evropejci ob pogledu na jokajoče premražene otroke pozabijo na vse in dajo migrantom (resničnim ali izmišljenim staršem) prednost na poti do žele-
ne destinacije« (Glücks, 2015). Takšna instrumentalizacija podob migrantskih otrok migrante predstavlja kot preračunljive akterje, ki namerno izkoriščajo humanitarni odziv, bralcem pa sporoča, naj ob prizorih migrantskih otrok ne podležejo sočutju, saj naj bi šlo za premišljeno migrantsko strategijo.

Nasprotje »mi« vs. »oni«, torej konstruiranje dveh diskurzivnih homogenih blokov, »nas« in »njih«, je v identificiranih diskurzih prisotno ves čas. Še posebej izrazito je v nacionalističnem diskurzu, kjer služi kot strategija

homogenizacije in poenostavitve kompleksnih družbenih razmerij na dve homogeni skupini: nas, »Slovence«, »Evropejce«, in njih, »migrante«. Takšna delitev je prisotna v že omenjenem primeru lokalnih prebivalcev, torej »nas«, ki »roj prišlekov«, torej »njih«, vidijo kot »invazijo na slovensko zemljo« (Biščak, 2015b). Tovrstna zaskrbljenost se razteza tudi na identifikacijo nas z »Evropo«. Poslanec Gorenak je prepričan, da »Evrope, kakršno smo poznali, zlepa ne bo več« (M. P., 2015b). Podobno se sprašuje španski nadškof in kardinal Antonio Cañizares: »Ta vdor migrantov; je to varno? Na kaj bo Evropa spominjala čez nekaj let glede na to, kaj se dogaja? Ne morete se igrati z zgodovino, niti z identiteto ljudi« (Biščak, 2015a).

Nasprotje med »nami« in »njimi« se v besedilu, ki želi predstaviti slovensko zgodovino migracij v sodobni, polpretekli zgodovini (tretja najbolj retvitana objava z domeno *siol.net*), manifestira nekoliko drugače kot v prejšnjih, odkrito diskriminatornih diskurzih. Diskurz v navedenem besedilu na prvi pogled celo spodbuja identifikacijo bralca z migrantsko izkušnjo, saj se sklicuje na slovensko izkušnjo migracij, ki pa je predstavljena selektivno. Največ pozornosti je namenjene »beguncem pod komunističnim režimom«, posebej znanim »desnim« političnim akterjem in predstavnikom RKC (na primer Andrej Bajuk, Jože Pučnik, Franc Rode, Alojzij Ambrožič). Čeprav prispevek navaja različne primere migracij, pa daje nesorazmerno velik poudarek »desnim« političnim figuram in RKC, zaradi česar se zdi, da gre za politično pristranski prikaz polpretekle zgodovine migracij. Vzpostavljen je diskurz, ki ločuje »komunizem« (z negativnimi oznakami, na primer »diktatura«, »kalvarija«) in »slovensko osamosvojitve« (s pozitivnim kontekstom, na primer Pučnik kot »motor slovenskega osamosvajanja«). Takšna konstrukcija omogoča identifikacijo z migrantsko izkušnjo predvsem v primeru, ko gre za bežanje pred komunizmom, in tako je zožen prostor za solidarnost do migracijskih izkušenj v drugih družbeno-zgodovinskih obdobjih (Žužek, 2015).

V okviru »asimetrične« viralnosti je vzporednica potegnjena tudi med begom iz Sirije zaradi vojne in »begom« iz Slovenije »zaradi elite, ki tlači narod, in zaradi mentalitete opranih možganov, ki ne bi mogla biti bolj zaplankana, kot je zdaj« (Urbas, 2015). Ločevanje med obema kategorijama migrantov je v vlogi diskriminatornega vzpostavljanja hierarhije pomembnosti, po kateri je slovenski državi očitano, da se ukvarja z osebami iz prve kategorije, ob tem pa zanemarja osebe iz druge skupine. Glavni krivec za izseljevanje mladih slovenskih državljanov je slovenska vlada: »Upravičeno se lahko jezite na vlado, da je na reševanje migrantskega vala reagirala prepočasi ter povsem

oportunistično in medlo. Toda še hujša je nesposobnost te vlade in še nekaj prejšnjih za spopadanje s problemom izseljevanja mladih Slovencev« (Urbas, 2015). Tako je ustvarjen diskurz o notranjih problemih države, ki naj bi odganjali »pametne Slovence« (Urbas, 2015).

Nasprotje med »nami« in »njimi« se vzpostavlja tudi znotraj slovenskega političnega prostora, kjer diskurz na eni strani vzpostavlja nasprotje med tistimi, ki podpirajo strožje migrantske ukrepe (»poslanec Gorenak«, »Matej Tonin«, »Bojan Dobovšek«, »Marko Zidanšek«, »SDS«, »NSi«, »SLS«, »nepovezani poslanci«) (M. P., 2015b), ter tistimi, ki so kritični do teh ukrepov in se zavzemajo za »humanitarno razsežnost begunskega vprašanja« (»ZL«, »Luka Mesec«, »levičarji«) (M. P., 2015b; Sunčič, 2015).

Pomemben del nacionalističnega diskurza je tudi prikazovanje migrantov kot izkoriščevalcev socialnih sistemov. V eni izmed novic beremo, da naj bi se Švedska morala zadolžiti za 8,41 milijarde dolarjev v dveh letih »zaradi navala migrantov in vse večjih finančnih potreb za njihovo oskrbo« (Biščak, 2015a), kar migrante neposredno prikazuje kot finančno breme za davkoplačevalce. Migranti kot izkoriščevalci socialnih sistemov se kažejo tudi v diskurzu o »prvorazrednih migrantih in drugorazrednih državljanih Slovenije« (M. P., 2015b), ki temelji na predpostavki o hierarhiji pravic, po kateri je nesprejemljivo, da država bolje poskrbi za »migrante« kot pa za lastne državljane. V izjavi že omenjenega poslanca Gorenaka beremo:

Slovenski državljan, ki je 40 let delal za tekočim trakom, dobi 443 evrov pokojnine na mesec, država zanj plača 5208 evrov letno. Za prosilca za azil pa država plača 823 evrov oziroma 10.000 evrov letno, naj-novejši podatek finančnega ministra pa je 13.000 evrov letno (M. P., 2015b).

V navedenem odlomku je artikulirana nesprejemljivost razmerja med višino letne pokojnine slovenskega državljana in stroškov, ki jih ima država na posameznega prosilca za azil. V ospredju primerjave sta dve popolnoma različni zadevi: pokojnina, ki izhaja iz vplačanih prispevkov delavca, in azil, ki predstavlja začasen status, zaščito, ki ne pomeni trajnega statusa tako kot status upokojenca. Poleg tega ni pojasnjeno, kaj natanko označujejo stroški, povezani s podelitvijo azila. Tudi ni jasno, koliko oseb je zaprosilo za azil v tem času in koliko je bilo dejanskih stroškov, ki so iz tega sledili. A ne glede na dejansko višino stroškov, ki so bremenili Slovenijo zaradi prihoda migrantov, je namen diskurza hierarhije pravic ustvarjati vtis, da so migranti v privilegiranem položaju v primerjavi s slovenskimi državljani.

Nacionalistični diskurz je prisoten tudi v poročanju o vsakdanjih izzivih lokalnega prebivalstva. »Nezadovoljni domačini iz Posavja« (Biščak, 2015b) so opisani kot tisti, ki »morajo čistiti za migranti, njihov vsakdanjik je moten« (Biščak, 2015b). To ustvarja podobo skupnosti, ki je neposredno prizadeta in obremenjena zaradi prisotnosti migrantov. Sporočilo je, da migranti prinašajo zgolj breme, kar upravičuje nacionalistične pozive k zaščiti »našega« načina življenja in ozemlja pred »njimi«.

V analiziranih besedilih v sklopu »asimetrične« viralnosti se prepletajo različne metaforike. Prva je metaforika naravnih pojavov, ki vzpostavlja predstavo o množičnem in neustavljivem gibanju, ki presega človeški nadzor in zahteva izredne ukrepe, na primer »begunski val« (Urbas, 2015; STA in Vovk, 2015), »val beguncev (Sunčič, 2015), »begunsko-migrantski val« (Žužek, 2015), »naval migrantov« (Biščak, 2015a), »roj namišljenih beguncev« (Biščak, 2015c), »roj prišlekov« (Biščak, 2015b). Poleg naravnih pojavov se pojavljajo tudi vojaške metafore, na primer »vdor migrantov« (Biščak, 2015a) in »napadalne migrantske horde« (Biščak, 2015a); predstavljeni so kot agresija, ki zahteva vojaški odziv. Preplet naravnih in vojaških metafor ustvarja navidežno protisloven diskurz, v katerem so migracije na eni strani nepredvidljiv naravni pojav, obenem pa namerna in sovražna akcija, ki upravičuje sekuritizacijske in militarizacijske politike.

V besedilih v sklopu »asimetrične« viralnosti se za poimenovanje migrantov uporabljajo različne oznake, na primer »migranti«, »begunci«, »prebežniki«, »ilegalni migranti«, »prosilci za azil«. Prisotne so tudi nacionalne ali verske oznake, kot so »Afganistanci«, »Sirijci«, »Arabci« in »muslimani«. Izrazi se znotraj istih besedil pogosto pojavljajo izmenično, odvisno od diskurzivnega poudarka. Na primer, kadar je v ospredju kriminalizacija migracij, se uporablja izraz »ilegalni migranti«, medtem ko se v okviru diskurza nehvaležnosti pogosteje pojavlja oznaka »begunci«, s čimer se implicitno sporoča, da so nehvaležni celo tisti, ki so najbolj upravičeni do pomoči (glej na primer Biščak, 2015a). Prek poimenovanj se vzpostavlja tudi razlikovanje med »upravičenimi« in »neupravičenimi« migranti. Slednji so pogosto označeni kot »lažni begunci« (Biščak, 2015a), »prevaranti« (Biščak, 2015b) ali »namišljeni begunci« (Biščak, 2015c). Kategorizacije temeljijo tudi na demografskih značilnostih, na primer »ženske in otroci« (Glücks, 2015) ter »mladi moški« (Glücks, 2015). Tudi v tem primeru gre za krepitev delitve na »upravičene« in »neupravičene« migrante, saj se pri »mladih moških« implicira, da ne bi smeli migrirati, ampak ostati doma in se boriti v vojni za domovino.

V besedilih v sklopu »asimetrične« viralnosti so zastopani glasovi različnih družbenih skupin. Pojavljajo se kot govorci, kot predmet poročanja ali pa kot vir informacij, na primer novinarji in mediji (na primer Simon Tomlinson, Daily Mail; Rosenheim²⁴; Il Giornale), politiki (na primer Miro Cerar, Vinko Gorenak, Luka Mesec), policija in varnostne službe (na primer nemška policija, italijanska policija, nemške obveščevalne službe, predstavniki slovenske policije), verski voditelji (na primer kardinal Antonio Cañizares, neimenovani nemški pastor), muslimanske organizacije in njihovi predstavniki (na primer Hizb ut-Tahrir, muslimanski voditelji na protestu v Københavnu) ter migranti sami, ki so citirani ali opisani prek medijev (na primer sirski begunec, skupina migrantov iz Sirije in Iraka, neimenovani migrant, ki prečka Slovenijo). Čeprav so migranti vključeni v besedilo, se njihov glas pojavlja izključno v vlogi potrjevanja stereotipov, na primer za prikaz njihove nevhvaležnosti, ne pa kot instanca, prek katere bi pridobili vpogled v njihove dejanske izkušnje.

6.2.4.2 »Omejena« viralnost

Za »omejeno« viralnost (druga vrstica Tabele 10) je v splošnem značilna nizka stopnja viralnosti brez izrazitih »eksplozivnih izjem«, kakršne so značilne za »asimetrično« viralnost. Deljenje izhodiščnih tvitov je nizko in predvidljivo. Statistično gledano v to skupino umeščamo objave, ki imajo standardni odklon nižji od povprečja (to nakazuje, da ni posameznih »eksplozivnih« tvitov, ki bi prispevali k višjemu povprečju), nizko mediano in odsotnost tvitov z več kot desetimi retviti. Naštetim merilom ustrezajo domene *24ur.com*, *demokracija.si*, *rtvslo.si*, *domovina.je*, *sta.si*, *vecer.com*, *delo.si* in *finance.si*. Navedene domene imajo standardni odklon, nižji od povprečja (*delo.si* ima najnižjega – 0,98), mediano, ki je pri vseh 1, razen pri domeni *finance.si*, kjer znaša 2. To pomeni, da je pri vseh, razen pri domeni *finance.si*, polovica retvitov prejela en retvit ali več, polovica pa najmanj en retvit. Nizek standardni odklon in odsotnost posameznih viralnih »uspehov« kažeta na to, da najbolj retvitani tviti z navedenimi domenami niso dosegli visokega števila retvitov, saj se najvišje vrednosti gibljejo pri desetih retvitih (*24ur.com*, *finance.si*), sledi devet (*sta.si*), osem (*demokracija.si*), šest (*delo.si*, *rtvslo.si*, *vecer.com*) in na koncu pet retvitov (*domovina.je*), kar potrjuje razmeroma nizko viralnost.

Med navedenimi domenami izstopa *finance.si*, ki ima visok standardni odklon in bi po tej plati lahko sodila v okvir »asimetrične« viralnosti, vendar ne vključuje tvitov, ki bi presegali prag desetih retvitov. Gre torej za mejni primer, ki

zaradi drugega najvišjega povprečja v vzorcu (3,33) – najvišje povprečje ima *nova24tv.si* (4,37) – in majhnega števila izhodiščnih objav kaže, da so njihove vsebine deljene mnogo bolj kot pri drugih domenah »omejene« viralnosti. Obenem pa imajo *finance.si* razmeroma visok standardni odklon (2), zaradi česar bi se lahko približale tudi uvrstitvi v kategorijo »konsistentne« viralnosti, ki jo predstavljamo v nadaljevanju. Vendar imajo visok standardni odklon, zaradi česar jih v omenjeno tretjo kategorijo ne moremo umestiti. Zaradi naštetih razlogov domeno *finance.si* umeščamo v okvir »omejene« viralnosti.

6.2.4.2.1 Kritična diskurzivna analiza objav

Vzorec KDA objav, umeščenih pod »omejeno« viralnost, je obsegal 40 tvitov (po pet za vsako izmed osmih domen) in 25 objav množičnih medijev (Tabela 12). V primeru domen *demokracija.si* in *vecer.com* objave množičnih medijev v času analize niso bile več dostopne prek hiperpovezav v tvitih, zato smo v tem primeru analizirali zgolj diskurz tvitov. Pri domeni *delo.si* so prva, četrta in peta najbolj retvitana objava vsebovale isto novico, zato smo jo upoštevali samo enkrat in v vzorec vključili tri besedila. Do ponovitve je prišlo tudi pri domeni *finance.si*, kjer so se vse novice, razen v tretjem tuitu, ponovile, zato smo vključili le ponovljeno in tretjo novico.

Tabela 12: Najbolj retvitani tviti (»omejena« viralnost)

Tviti		Število RT
24ur.com		
1.	RT @24ur_com: Sistem registracije beguncev ni učinkovit: ,80 odstotkov je rojenih 1. januarja 1995' #begunci	10
2.	RT @24ur_com: V ŽIVO: Grški minister: pariškega napadalca smo na našem otoku registrirali kot begunca 	7
3.	RT @24ur_com: V uredništvu smo izdelali ZEMLJEVID, na katerem lahko vidite, kje vse zbirajo pomoč za begunce http://t.co/7KCRgVBjyy	6
4.	RT @24ur_com: V ŽIVO: Odbor za obrambo predlaga vladi, da začne s postavljanjem ograje na meji s Hrvaško #begunci	6
5.	RT @TvsIV: ,Migranti prihajajo iz območij, kjer ne praznujejo rojst. dni,zato nava- jajo isti datum' https://t.co/U471yecufZ (via @24ur_com) A bej...	5
demokracija.si		
1.	RT @Demokracija1: V petek v državo vstopilo 7397 beguncev, skupaj že 205.026 https://t.co/MUhawVfGbm https://t.co/HbqmErPzvk	8

Tviti		Število RT
2.	RT @Metod_Berlec: VIDEO: Kako na POP TV manipulirajo pri poročanju o migrantih na meji https://t.co/2Ki9tKGXKX	6
3.	RT @Demokracija1: Besni Nizozemci prekinili sestanek o gradnji begunskega centra https://t.co/dN5G4LiOAC https://t.co/rvUvWtdQae	6
4.	RT @petra_jansa: @DamirCrnec: Med migranti so pripadniki Islamske države https://t.co/jVMhjAPfNH ... https://t.co/BJE40T07FK	5
5.	RT @Demokracija1: Molan: Vsi vpleteni v reševanje krize z migranti so na robu fizične in psihične zmogljivosti https://t.co/LTqKoyeKDg http...	5

rtvslo.si		
1.	RT @MatevzTomsic: Končno v dominantnih medijih en članek o migrantih, ki ne izhaja iz matrice ‚sega je kriv Zahod‘ http://t.co/8JAZAdg7zd	6
2.	RT @rtvslo: Orban: Evropski voditelji nimajo mandata za sprejem tisočih prebežnikov https://t.co/IDnGhXExux	5
3.	RT @rtvslo: Solzivec uporabili proti protestnikom in ne proti prebežnikom http://t.co/U8nrrHMzNC	5
4.	RT @drVinkoGorenak: Na tale način: https://t.co/NvNJS3we8s bo Slovenija v nekaj dneh preplavljena z ilegalnimi migranti. Tudi to smo napove...	5
5.	RT @Sind_policistov: Nezadovoljni prebežniki v sprejemnem centru Brežice zažgali šotore https://t.co/BxxadEqueF	4

domovina.je		
1.	RT @Domovina_je: V Nemčiji vse več protestov proti sprejemanju beguncev in islamizaciji #begunci https://t.co/vIMbjWKZm7	5
2.	RT @Domovina_je: VIDEO: Migranti v Sloveniji, izbor amaterskih video posnetkov v spleta #begunci https://t.co/HgUtbDaPFD	5
3.	RT @Domovina_je: Domovina LIVE: Ste opazili migranta? Policiji ušli iz sprejemnega centra Dobova ...#begunci ... https://t.co/jnMhgCvD5G	5
4.	RT @Domovina_je: In kakšne so razmere v turških begunskih centrih? Ob ogledu posnetka boste presenečeni ... #begunci http://t.co/2gypdLyCyV	5
5.	RT @Domovina_je: Nemčija ne zmore več ... Nemčija uvaja nadzor meje z Avstrijo, stop vlakom z migranti ... http://t.co/2DiKNBnCG	4

sta.si		
1.	RT @JozeBiscak: Češki predsednik begunski val označil za organizirano invazijo https://t.co/BuLv4V1AoE	9
2.	RT @STA_novice: Avstrija Sloveniji sporoča, da ne more več sprejemati migrantov, Slovenija kritično do Hrvaške http://t.co/DPDEfsVBxk	7
3.	RT @STA_novice: Policija išče več prebežnikov, ki so samovoljno zapustili center v Dobovi https://t.co/DalvBKroLI	6

Tviti		Število RT
4.	RT @STA_novice: Policija v bližini Zavrča zaznala več kot 25 avtobusov z migranti https://t.co/8nbGwUMcDb	6
5.	RT @STA_novice: Nemčijo je treba po mnenju NSi opozoriti, da Slovenija ne bo sprejela zavrženih migrantov https://t.co/sgiwld28VQ	5
vecer.com		
1.	RT @BojanPozar: Susan Sarandon bo za Božič z - begunci ... https://t.co/EJkNftVbXo . Kaj pa vidve, Violeta Tomič in Lara Jankovič?	6
2.	RT @vecer: Na Češkem več tisoč ljudi protestira proti beguncem... https://t.co/ZrvQ8yzTcE https://t.co/bVkyVFw7Ld	5
3.	RT @vecer: V ŽIVO: Sirski begunci se vračajo v Postojno http://t.co/ANF4td-Tq1	4
4.	RT @vecer: Iz Telekom Slovenije so sporočili, da bodo beguncem pomagali s predplačniškimi karticami http://t.co/BpWkRVkuZW	4
5.	RT @vecer: Vajen takšnega in drugačnega begunstva je vrata odprl sirskim beguncem. Koroški Slovenec Valentin Inzko. https://t.co/nn3csCdml6	3
delo.si		
1.	RT @Delo: Kako, s čim in kje lahko pomagata beguncem. http://t.co/Fxr-F2Y3TG4 #InteraktivniZemljevid http://t.co/k2TFiWoc9M	6
2.	RT @Delo: Brežiški gostinci kuhajo policistom in beguncem. https://t.co/w53ho6QEYI »Ni veliko, a vsak lahko malce pomaga.« https://t.co/84...	5
3.	RT @Delo: Nemško gospodarstvo: begunci so priložnost za ohranjanje gospodarskega zagona http://t.co/7gLMMYDoYI Foto Reuters http://t.co/fNN...	4
4.	RT @AdraSlovenija: Kje vse se zbira pomoč za #begunce - zemljevid @Delo http://t.co/D9qw2mcC2L #refugeeswelcome	4
5.	RT @Japreva: interaktivni zemljevid – v njem označujemo kraje, kjer lahko oddate materialno pomoč za begunce. https://t.co/GDfDQCDgzx	4
finance.si		
1.	RT @petrasovdat: Tole je ažuriran pregled potreb pomoči beguncem. Če kaj ponujate/potrebujete, mi javite http://t.co/fOOpFneRVs	10
2.	RT @TjasaSlokar: Big like! Pomoč beguncem: kaj kdo ponuja in kaj kdo potrebuje http://t.co/GbuRyCkBiQ	8
3.	RT @jelka_godec: Osebna diskreditacija župana, ki pove resnico o migrantih https://t.co/z9a2BknGJo S tem ste šli čez mejo dobrega okusa „n...“	8
4.	RT @petrasovdat: (POZOR) Seznam, kjer potrebujejo dodatne prostovoljce za pomoč #begunci http://t.co/fOOpFneRVs	8
5.	RT @ZigaF: Bravo @finance_si za tole: http://t.co/aE5pWwQicQ Da bomo ob vsakem trenutku vedeli kaj begunci potrebujejo!	4

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

Podobno kot v primeru »asimetrične« viralnosti tudi v primeru »omejene« tviti večinoma povzemajo vsebino priloženih prispevkov in tako utrjujejo njihov diskurz. To je značilno za vse obravnavane domene, z izjemo petega tvita z domeno *24ur.com*, pri katerem se vsebina tvita ne strinja z novico, in tretjega tvita z domeno *finance.si*, katerega vsebina zavzame nasprotno stališče do priloženega članka (Tabela 12). Avtorji objav so v večini primerov medijski portali in z njimi povezani novinarji, v manjši meri pa se pojavijo tudi drugi avtorji, na primer politiki, predavatelji in javno neznani uporabniki.

Večina tвитov je nastala isti dan kot priložene objave množičnih medijev. Odstopanja se pojavljajo pri domenah *rtvslo.si* (prva objava), *delo.si* (druga objava) in *finance.si* (druga, tretja in peta objava), kjer so tviti nastali pozneje kot pripadajoči članki. Glede na zvrst priloženih prispevkov prevladujejo besedila, ki spominjajo na novice in poročila ter predstavljajo dogodkovno poročanje (Pajnik, 2007), redkeje pa se pojavljajo teksti, ki presegajo dogodkovno poročanje, kot na primer objava v prvem tвitu z domeno *rtvslo.si* (Tabela 12).

V primeru domene *24ur.com* se prva in peta objava nanašata na težave pri registraciji migrantov in motnje pri železniškem prevozu, druga migrante povezuje s pariškimi terorističnimi napadi novembra 2015, tretja prinaša informacije o zbiranju pomoči, četrta pa spremlja dogajanje v povezavi z migrantsko »krizo« na dan 30. oktobra 2015 – izpostavljeno je postavljanje žičnate ograje na meji (Tabela 12).

V primeru *demokracija.si*, kjer imamo na voljo zgolj besedila tвитov, lahko razberemo, da prva objava poroča o statistiki prihodov migrantov, druga problematizira domnevno pristransko poročanje televizijske hiše POP TV, tretja poroča o protestu Nizozemcev proti begunskemu centru, četrta povzema izjavo Damirja Črnčeca o domnevni prisotnosti ISIS med migranti, peta pa izjavo župana Občine Brežice Ivana Molana o izčrpanosti vseh, ki sodelujejo pri reševanju migrantske »krize« (Tabela 12).

Prvi tвit z domeno *rtvslo.si* vsebuje hiperpovezavo do kolumne o dolžnosti zalivskih držav, da sprejmejo migrante. Drugi povzema protimigrantska stališča Viktorja Orbana, tretji opisuje dogajanje na mejnih prehodih Obrežje in Rigonce, četrti prinaša novico o množičnem prihodu »ilegalnih migrantov« kot uresničeni napovedi SDS, peti pa opisuje dogajanje na dan, ko je v Slovenijo vstopilo največ migrantov, pri čemer alarmistično izpostavlja, da so migranti zažgali šotore v sprejemnem centru Brežice (Tabela 12).

Prva objava z domeno *domovina.je* poroča o protestih gibanja PEGIDA v Dresdnu in njihovih protiprotestih. Druga deli amaterske posnetke prečkanka migrantov skozi Slovenijo, tretja opisuje pobeg desetih migrantov iz centra v Dobovi, četrta govori o turškem taborišču v Nizipu, ki je »zavidljivo urejeno«, peta pa poroča o tem, da je Nemčija uvedla nadzor na meji z Avstrijo (Tabela 12).

Novica v prvem tvitu z domeno *sta.si* povzema stališča takratnega češkega predsednika Miloša Zemana glede migracij. Drugi opisuje odločitev Avstrije, da začasno ne sprejema migrantov iz Slovenije, tretji poroča o pobegu desetih migrantov iz Dobove, četrta o nenapovedanem vstopu migrantov pri Zavrču, peta pa o sodelovanju Slovenije z drugimi državami pri »upravljanju« migracij in o zahtevi stranke Nova Slovenija – Krščanski demokrati (v nadaljevanju NSi), naj Slovenija obvesti Nemčijo, da ne bo sprejemala zavrženih migrantov (Tabela 12).

Prvi tvit z domeno *vecer.com* omenja, da bo igralka Susan Sarandon božič preživela z begunci, in nagovarja dve slovenski javni osebnosti, ali bosta storili enako. Drugi poroča o množičnih protestih proti beguncem na Češkem, tretji spremlja prihod sirskih beguncev v Postojno, četrta omenja humanitarne pomoči Telekomu, peta pa opisuje, kako je koroški Slovenec Valentin Inzko »odprl vrata sirskim beguncem« (Tabela 12).

Prvi, četrta in peti tvit z domeno *delo.si* vsebujejo hiperpovezavo do novice, ki prikazuje zemljevid pomoči za begunce. Novica v drugem tvitu opisuje brežiške gostince, ki pripravljajo hrano za policiste in migrante, novica v tretjem tvitu pa povzema nasprotujoča si stališča o vplivu migracij na nemško gospodarstvo, pri čemer nekateri migrante vidijo kot novo delovno silo, drugi pa kot strošek (Tabela 12).

Prvi, drugi, četrta in peti tvit z domeno *finance.si* vsebujejo isto novico glede informacij o pomoči migrantom. Tretji tvit, ki ga je objavila poslanka SDS Jelka Godec, izraža nestrinjanje z vsebino novice, ki po mnenju avtorice temelji na »osebni diskreditaciji župana, ki pove resnico o migrantih«, in kritiko novinarskega dela Financ (Tabela 12).

Če so v primeru »asimetrične« viralnosti prevladovali tviti in objave »desno« usmerjenih množičnih medijev, ki so odkrito nenaklonjeno poročali o migracijah in se niso skrivali za videzom »nevtralnosti« ali »objektivnosti«, temveč so jasno in brez zadržkov artikulirali protimigrantsko politično agendo, je za objave v okviru »omejene« viralnosti značilno, da je diskurz migrantom

manj neposredno nenaklonjen. Še vedno prevladujeta sekuritizacijski diskurz in stereotipno negativno prikazovanje migrantov, vendar sta vzpostavljena brez odkritega ustvarjanja moralne panike, politike strahu, polarizacije, škandalizacije in senzacionalizma ali izrazito konfliktnih obravnav, namenjenih spodbujanju polarizacije, vsaj ne tako odkrito kot pri »asimetrični« viralnosti. Čeprav so tudi v primeru »omejene« viralnosti prisotni »desničarski« mediji (Demokracija, Domovina), pa v tem kontekstu ne prevladujejo, saj so v ospredju mediji, ki jih lahko opredelimo kot »sredinske« oziroma »mainstream« (24ur.com, MMC RTV Slovenija, STA, Večer, Delo, Finance) in ki si prizadevajo vzpostaviti podobo profesionalnega novinarstva, neodvisnega od neposredne politične pristranskosti. To ne pomeni, da so dejansko nepristranski, temveč da si prizadevajo uveljavljati normativni ideal novinarstva, ki naj bi bilo »profesionalno« in politično »nevtralno«. To jih razlikuje od »desnih« medijev, ki svojih političnih in ideoloških usmeritev ne skrivajo.

V primeru »omejene« viralnosti je prisoten tudi humanitarni diskurz, ki ni instrumentaliziran za utrjevanje sekuritizacijskega pogleda na migracije, temveč nastopa kot samostojen okvir, ki se ne pojavlja kot odziv na sekuritizacijski diskurz. Takšen diskurz je še posebej izrazit v objavah časopisov Delo in Finance.

Sekuritizacijski okvir se v primeru »omejene« viralnosti kaže v vseh svojih značilnih elementih, kot so kriminalizacija in militarizacija migracij ter povezovanje migracij s terorizmom. Kriminalizacija migracij je manj izražena prek prikazovanja migrantov kot storilcev hudih kaznivih dejanj (na primer ropanje, tatvina, preprodaja drog), kot je to značilno za »asimetrično« viralnost; bolj se kaže v poročanju o nelegalnem prečkanju meje. V eni izmed novic beremo, da »[v] bližini mejnega prehoda Zavrč po informacijah Policijske uprave Maribor pravkar nedovoljeno in nenapovedano iz Hrvaške v Slovenijo vstopajo migranti, ki so jih v bližino mejnega prehoda pripeljali z več kot 25 avtobusi« (STA, 2015b). V besedilu je izrecno poudarjeno, da bo »zaradi zagotavljanja varnosti« mejni prehod Zavrč do nadaljnjega zaprt, s čimer se dodatno utrjuje povezovanje migracij z varnostno grožnjo. Podoben kriminalizacijski okvir zasledimo tudi v obeh tretjih novicah z domenama *domovina*. *je* in *sta.si*, ki opisujeta isti dogodek, in sicer iskanje desetih migrantov, ki so zapustili sprejemni center v Dobovi. V primeru obeh novic je uporabljen izraz »samovoljno zapustili«, ki implicira neposlušnost in kršenje pravil.

V kontekstu nelegalnega prečkanja meje se pojavlja še problematika »neučinkovitega« sistema registracije migrantov:

Po neuradnih podatkih imajo policisti na terenu težave s sistemom registracije, saj veliko mladih migrantov za svoj datum rojstva navaja 1. januar 1995, poleg tega pa v različnih državah navajajo različna imena. Prav tako naj ne bi preverjali, ali imajo morda prepoved vstopa v schengen (J. S. in S. S., 2015).

Čeprav se o »težavah s sistemom registracije« poroča kot o »neuradnem podatku«, omenjena »težava« zaseda osrednje mesto v novici in je izpostavljena tudi v tvidu. Podobno kot v prvem tvidu z domeno *24ur.com* (Tabela 12) je tudi v petem v ospredju novica z isto tematiko. Naslov novice, ki je naveden v tvidu, govori o tem, da migranti prihajajo z območij, kjer ne praznujejo rojstnega dne, zato jih veliko navaja isti datum. Naslovu novice v tvidu je pripisan komentar »A bejžnobejž!!«, ki izraža neodobravanje navedene trditve in predpostavlja, da migranti namerno lažejo glede svojih osebnih podatkov. V novici je podano pojasnilo predstavnice Sindikata policistov Slovenije Suzane Drašler o tem, zakaj večina migrantov v postopku registracije na meji navaja isti datum rojstva:

Gre torej za to, da po eni strani mnogo izmed beguncev in migrantov svojega rojstnega datuma ne pozna, saj v njihovi kulturi to ni v navadi, po drugi strani pa se najdejo takšni, ki navajajo napačne podatke zaradi tega, da jih ne bi vrnili v države, kjer so jih najprej registrirali (J. S., 2015).

V nadaljevanju novice so podana zagotovila, da registracija migrantov na meji poteka v skladu z vsemi ustreznimi standardi. Podan je tudi podroben opis poteka registracije, ki deluje kot nekakšno zagotovilo, da »nas« slovenska policija ustrezno varuje, zato se »nam« ni treba bati, da bi »nas« migranti varnostno ogrožali. Postopek registracije migrantov in težave policistov so predstavljeni prek glasu policije, ki je zastopana z imeni, priimki in uradnimi funkcijami – prav izpostavljanje policije legitimira migracije kot problematiko, s katero naj se ukvarjajo represivni aparati države. Glas migrantov, ki bi lahko pojasnil težave na poti ali razloge za navajanje napačnih podatkov, ni prisoten. V besedilu so migranti prikazani kot anonimna in homogena množica. To, da migranti navajajo nepravilen datum rojstva, daje vtis, da gre za prevarante in izkoriščevalce sistema.

V kontekstu nelegalnega prečkanja meje se vzpostavlja tudi razlikovanje med »upravičenimi« in »neupravičenimi« migranti, torej tistimi, ki si zaslužijo zapustiti svoj dom in v Evropi dobiti zaščito, ter tistimi, ki si tega ne zaslužijo.

Tako lahko preberemo, da je »[s]lovenska policija [...] na podlagi dvostranskega sporazuma med Slovenijo in Hrvaško želela čez južno mejo vrniti 160 prebežnikov iz Maroka, za katere je ugotovila, da so ,klasični ekonomski migranti, ki so se na neki točki pridružili toku« (A. P. J. idr., 2015). Razlogi za zavračanje migrantov so utemeljeni na predpostavki, da migracije zaradi ekonomskih razlogov niso upravičene. Ekonomski migranti so označeni kot »klasični«, torej kot običajni selivci, ki potujejo zaradi iskanja dela, in ne zaradi vojnih razmer.

Podobna delitev na »upravičene« in »neupravičene« migrante se pojavi tudi v izjavi takratnega župana Zavrča Mirana Vuka, ki so jo prvotno objavile Slovenske novice, kritično pa povzele Finance:

,To niso begunci. Begunci so bili tisti, ki so prišli iz Bosne, ki so bili hvaležni za vsako stvar. To pa so divje horde, ki si vzamejo pravico uničevati, umazati! Tam, kjer so stali, tam so scali. Kjer so ležali, tam so srali. Svinjarije je nenormalno, grozno so pustili'. Mnenje o njegovih izjavah si lahko ustvarite sami, mi pa smo preverili, kdo je za seboj pustil ,večjo svinjarijo', župan Miran Vuk ali begunci (Šimac, 2015).

Komentar iz Financ deli tudi poslanka SDS Jelka Godec (tretji tvit z domeno *finance.si*, Tabela 12), ki v tvitu zapiše, da novica temelji na »osebni diskreditaciji župana, ki pove resnico o migrantih [...] S tem ste šli čez mejo dobrega okusa ,novinarskega' dela[.]« S tem izraža nestrinjanje z vsebino komentarja in poda kritiko dela časopisa Finance. V izjavi župana Mirana Vuka so migranti iz obdobja krize 2015–2016 prikazani kot »divje horde«, v nasprotju z bosanskimi begunci iz devetdesetih let, ki jih označi kot »prave« in »hvaležne« begunce. S tem vzpostavi diskurzivno razlikovanje med »dobrimi« in »slabimi« begunci. Poleg tega pa je v izjavi prisoten izrazito dehumanizirajoč in ponižujoč diskurz do migrantov. Medtem ko je takšen diskurz značilen za »asimetrično« viralnost, se Finance od njega distancirajo, čeprav ga poslanka SDS Jelka Godec skuša prek svojega tvita reafirmirati. Diskurz novice v Financah presega negativne stereotipe o migrantih. Prikazano je, da je slovenski župan, predstavnik politične in ekonomske moči, povzročil »svinjarijo«, vredno več milijonov evrov. Novica se zoperstavlja stereotipu, ki izrazito poudarja stroške, ki naj bi jih povzročili migranti, ob tem pa spregleda finančno škodo, ki jo povzročajo slovenski državljani, konkretno predstavniki politične in ekonomske moči. Diskurz novice se upira tudi rasistični in etnonacionalistični predpostavki, po kateri se tolerira finančno škodo slovenskih državljanov samo zato, ker so Slovenci, ob tem pa se poudarja domnevne stroške, ki naj bi jih povzročil prihod migrantov. Tako se v tej novici, ki vsebuje elemente

sekuritizacijskega in nacionalističnega diskurza (prvotna izjava in afirmativni tvit poslanke Jelke Godec), hkrati vzpostavljajo tudi poskusi njegovega presejanja in demantiranja.

Ko se v okviru »omejene« viralnosti poroča o migrantih v kontekstu kaznivih dejanj, se jih prikazuje predvsem prek posameznih izgrediv nasilja in motenj reda, ki so predstavljeni kot varnostni problem. Tako je izpostavljen požar v sprejemnem centru Brežice, kjer so migranti »zaradi nezadovoljstva zažgali šotore in pritisnili na ograje okoli šotorišča«, ob tem pa je posebej poudarjena požrtvovalnost policistov, ki so »odločno, požrtvovalno vstopili v goreče in zadimljene šotore« ter rešili devet spečih tujcev (Sa. J. idr., 2015). Podobno je v primeru vožnje z vlakom, kjer so begunci in migranti »potegnili ročno zavoro«, kar je označeno kot »zloraba«, ki bi se v običajnih razmerah kaznovala (J. S. in S. S., 2015). Tovrsten okvir utrjuje negativne stereotipe, saj ustvarja vtis, da so za incidente odgovorni vsi migranti, njihova perspektiva pa ni predstavljena.

Militarizacija migracij se v primeru »omejene« viralnosti kaže predvsem v poudarjanju vloge vojske pri upravljanju migracij, ki se pogosto omenja skupaj s policijo. Na primer, v eni izmed novic beremo, da je takratna notranja ministrica Vesna Györkös Žnidar poudarila, da sta »vojska in policija dosegli, da kljub velikemu pritisku migrantov ni prišlo do njihove razpršitve po državi« (Simončič idr., 2015). S tem se namiguje, da bi bila brez vojske verjetnost, da migracije uidejo nadzoru, večja. V isti novici je omenjeno, da prevoz migrantov poteka v »organiziranem spremstvu policije z vednostjo in odobritvijo avstrijskih varnostnih organov o njihovem sprejetju. To je deseti tak organiziran in usklajen prevoz migrantov preko Jesenic in prvi, ki ga poleg slovenskih policistov spremljajo še vojaki in nemški policisti« (Simončič idr., 2015). Militarizacija se kaže tudi prek podelitve dodatnih pooblastil vojski. Poudarja se potreba po podelitvi »dodatnih pooblastil vojski« pri varovanju meja in posredovanju v konfliktih med migranti, saj policistov ni dovolj, poleg tega pa so preobremenjeni (Simončič idr., 2015). Militarizacijski okvir presega nacionalni kontekst, saj se vojska omenja tudi v povezavi z globalnimi varnostnimi grožnjami, kot v primeru terorističnih napadov v Parizu. Novica na portalu 24ur.com (STA in Reuters, 2015) omenja, da so na ulice Pariza v pomoč policistom po terorističnih napadih poslali »1500 vojakov«.

Sklicevanje na vojsko se v obravnavanih besedilih pogosto prepleta s temo postavitve žičnate ograje na meji, ki odraža elemente kriminalizacije in militarizacije migracij ter se povezuje z nacionalističnim diskurzom v kontekstu

zaščite slovenskega ozemlja. Omenjena tematika ima v obravnavanih besedilih pomembno mesto. Na primer, novica na portalu 24ur.com (Simončič idr., 2015), ki povzema poročanje v živo na dan 30. oktobra 2015, govori o različnih temah (na primer pobuda za začetek zbiranja podpisov za razpis referenduma o dopolnitvi *Zakona o obrambi*, ki so jo vložili predstavniki RŠ), vendar pa je v besedilu uporabniške objave izpostavljena tema postavitve žičnate ograje na meji. V novici sta omenjena takratna poslanca SDS Žan Mahnič in Branko Grims, ki predlagata postavitev »ograje« na državni meji s Hrvaško. Mahnič pri tem navaja, da so mu predstavniki Slovenske vojske pojasnili, da bi lahko, »če bi angažirali vso vojsko, policijo in gradbena podjetja, na 670 kilometrih meje ograjo postavili v dveh tednih« (Simončič idr., 2015). Namen ograje je po njegovih besedah »koncentracija vstopa migrantov«, saj si namreč »nihče si namreč ne želi, da bi bili begunci oziroma migranti razpršeni po vsej Sloveniji in ne bi vedeli, kje so« (Simončič idr., 2015). Razlogi za postavitev »ograje« na državni meji ne temeljijo na predpostavki, da je treba migrantom prepovedati vstop v Slovenijo. Izhajajo iz nekoliko »mehkejšega« stališča, da se zgolj usmeri njihovo gibanje na določene vstopne točke v državo. V skladu s tem se v novici pojavlja evfemiistična raba poimenovanj za »ograjo«, na primer »tehnična ovira«, »tehnična zapore« in »tehnična rešitev«. Podobno Avstrija napoveduje postavitev »fizičnih preprek« in »tehničnih preprek« na meji, da bi zagotovila »urejen in nadzorovan prehod« (Simončič idr., 2015). Tedanja predsednica stranke NSi Ljudmila Novak pa meni, da je »[p]ostavljanje žične ograje oziroma tehničnih ovir [...] nujno potrebno za zagotavljanje reda« (STA, 2015c).

V nasprotju s predstavljenimi »zmernimi« stališči je v drugem najbolj retvitnem tvitu z domeno *rtvs/o.si* (Tabela 12) izpostavljeno mnenje madžarskega predsednika Viktorja Orbana, po katerem postavitev žičnate ograje na madžarski meji nima namena »preusmeriti prebežnikov na drugo pot proti Nemčiji, ampak preprečiti prihajanje v Evropo, pri čemer je madžarske sosedje prosil, da pošiljajo prebežnike nazaj« (G. V., 2015). V tem okviru se pojavi izraz »varnostna ograja«, ki neposredno poudarja njeno funkcijo varovanja pred migranti.

Poleg izrazov, kot so »tehnične ovire«, »fizične prepreke« in »tehnična sredstva«, se v besedilih pojavijo tudi drugi izrazi. Na primer, omenjene so »regulacijske ograje«, ki jih je začela postavljati Avstrija, da bi usmerjala migrante na točko popisovanja: »Avstrijci [so] začeli postavljati ograje, a ne gre za ograje na zeleni meji, ampak za regulacijske ograje. S temi usmerjajo migrante na

točko, kjer jih potem popisujejo» (Simončič idr., 2015). V isti novici se pojavi tudi izraz »zaščitne ograde«.

V kontekstu razprave o ukrepih za obvladovanje migracij se omenja tudi »zidanje zidov« po Orbanovem vzoru, vendar ne na način, ki bi takšno stanje nujno legitimiral: »So radikalni ukrepi z zidanjem zidov, zapiranjem evropskih meja in spodkopavanjem schengna po Orbanovem vzoru edina pot?« (Sa. J. idr., 2015.) Podobno se poleg vloge obrambe in usmerjanja ali preprečevanja migracij pojavljajo tudi novice glede vpliva ograje na okolje: »Ministrstvo se je sestalo z lovsko zvezo in pomurskim društvom proti mučenju živali. Iskali so možnosti, kako na področjih, kjer so postavljena tehnična sredstva oziroma ograja z bodečo žico, minimizirati poškodbe živali« (A. P. J. idr., 2015).

Tudi povezovanje migracij s terorizmom, ki je ravno tako pomemben element sekuritizacijskega okvira, je v primeru »omejene« viralnosti manj izrazito kot pri »asimetrični« viralnosti. Pojavi se v drugi objavi z domeno *24ur.com* (Tabela 12), v kateri je podana podrobna kronologija dogajanja ob terorističnih napadih, ki so se novembra 2015 odvili v Parizu. Čeprav novica povzema različne informacije v zvezi z omenjenim dogajanjem, je še posebej izpostavljeno, da je bil eden izmed napadalcev domnevno registriran kot »begunec« (omenjena informacija se pojavi v besedilu uporabniške objave in v naslovu novice). Z navedeno informacijo se v novici seznanimo v naslednjem odlomku:

V bližini trupla enega od napadalcev so našli sirski potni list. Kot je sporočilo grško ministrstvo za zaščito državljanov, je mogoče, da je lastnik potnega lista v začetku oktobra iz Turčije v Grčijo prišel kot begunec. Grške oblasti so ga namreč 3. oktobra kot begunca registrirale na otoku Leros. Zaenkrat ni znano, preko katerih držav je potoval v Francijo, niti to, ali je potni list zares pripadal napadalcu. Kasneje so grške oblasti sporočile, da so kot begunca najverjetneje registrirali še eno osebo, ki jo v povezavi z napadom iščejo francoske oblasti (STA in Reuters, 2015b).

V odlomku se pojavi poimenovanje »begunec« (in ne recimo »migrant« ali »prebežnik«), s čimer je teroristična dejavnost neposredno asociirana z begunskim statusom. To namiguje, da so lahko teroristi tudi tisti, ki so begunci, torej tisti, ki naj bi bili najbolj upravičeni do zaščite in pomoči. Poleg tega so v odlomku prisotna številna mesta, ki nakazujejo, da informacija o tem, da sta bila dva napadalca registrirana kot »begunca«, sploh ni verodostojna. Na primer, »mogoče je«, da je lastnik potnega lista prišel kot begunec (druga poved), »ni znano«, ali je potni list zares pripadal napadalcu (predzadnja

poved), in kot begunca so »najverjetneje« registrirali še eno osebo (zadnja poved). A ne glede na resničnost navedene informacije so »begunci« v novici asociirani s teroristično dejavnostjo. Prikazani so v negativni stereotipni luči, kot varnostna grožnja, saj je lahko vsak »begunec« potencialni teroristični napadalec.

Konstrukcija izjemnosti, ustvarjanje izrednih razmer ter selektivno posredovanje informacij z elementi poenostavljanja in pretiravanja so stalno prisotni ter se kažejo v različnih oblikah. Med značilnimi primeri so na primer opisi migracij kot »najhujšega pribežniškega vala v Evropo« (K. S., 2015) ali »najhujše begunske krize v Evropi po koncu druge svetovne vojne« (G. V., 2015). Izredne razmere so prisotne tudi v poročanju o terorističnih napadih v Franciji. Francoški predsednik Hollande je po terorističnih napadih v Parizu »razglasil izredne razmere in zaprl meje« (STA in Reuters, 2015). Ista novica poroča o videoposnetku, v katerem vojak reče: »Strah vas bo iti celo na tržnico!« (STA in Reuters, 2015.) V kontekstu ustvarjanja izrednih razmer lahko izpostavimo še izjavo predsednika SDS Janeza Janše, ki je dejal, »da bi se razmere v primeru strožjih ukrepov Avstrije in Nemčije lahko drastično spremenile v enem samem dnevu, in izrazil dvom, da je vlada na to pripravljena« (Simončič idr., 2015).

V okviru selektivnega posredovanja informacij ter poenostavljanja in pretiravanja lahko omenimo že analizirane primere. Na primer, trditve, da so postopki registracije »pravzaprav brezpredmetni, saj jih velik del ne navaja resničnih podatkov« (J. S. in S. S., 2015), in da je »večina podatkov nepravilnih« (J. S. in S. S., 2015), so posplošitve, ki so jih policisti sicer zanikali (J. S., 2015), a vseeno lahko vzbujajo dvom o zanesljivosti celotnega postopka registracije migrantov. To je recimo razvidno iz uporabniškega komentarja v petem najbolj retvitnem tvitu z domeno *24ur.com* (Tabela 12), ki izraža nestrinjanje s pojasnilom policije. Podoben primer je tudi zanikanje državnega sekretarja Šefica glede »množičnega vračanja iz Nemčije« (Simončič idr., 2015). Prisotnost omenjene informacije v medijskem diskurzu, četudi je zanikana, lahko prispeva k širjenju nedokazanih informacij. Dalje, poročilo o »turških taboriščih za sirske begunce na visokem nivoju«, dostopno v četrtem najbolj retvitnem tvitu z domeno *domovina.je* (Tabela 12), ki »omogoča razmeroma kakovostno začasno bivanje z vsem, kar begunci potrebujejo« (Uredništvo, 2015e), se lahko interpretira v smislu, da begunci nimajo »prave« potrebe po prihodu v Evropo, s čimer se poenostavlja kompleksnost njihovega položaja. In nenazadnje, že omenjena izjava nekdanjega župana Zavrča Mirana Vuka o »divjih hordah« je ekstremno pretiravanje in dehumanizacija migrantov (Šimac, 2015).

V primeru »omejene« viralnosti smo prepoznali tri glavne manifestacije nacionalističnega diskurza. Prva predstavlja konstruiranje migrantov kot kulturne, etnične in ekonomske grožnje dominantni družbi, druga prikazovanje migrantov kot izkoriščevalcev socialnih sistemov, tretja pa se kaže v vzpostavljanju hierarhije skrbi in prostorskega razmejevanja. V okviru prve manifestacije se pojavljajo stališča različnih političnih akterjev, ki vzpostavljajo izrazito nacionalno in »evropsko« zamišljanje skupnosti, usidrano v etnonacionalizem. Na primer, po Orbanovem mnenju migracije »destabilizirajo evropske demokracije« ter »ogrožajo evropske krščanske in demokratične vrednote« (G. V., 2015). Marine Le Pen, voditeljica skrajne francoske »desnice«, je dejala, da je »treba uničiti islamski fundamentalizem, zapreti mošeje, kjer radikalizirajo ljudi, francoskim teroristom pa vzeti državljanstvo in jih vreči iz države[.]« (STA in Reuters, 2015). Tako je eksplicitno opredelila, kdo ne sodi v francosko nacijo in ga je treba izključiti na podlagi verske ali politične pripadnosti. Tudi gibanje PEGIDA v Nemčiji »nasprotuje prihodu migrantov v Evropo in njeni islamizaciji« (Uredništvo, 2015a) ter poziva k »ustavitvi azilnih postopkov« in vračanju migrantov v matične države. Slogani in trditve, kot so »Pekel prihaja z lažnimi begunci!« (Uredništvo, 2015a), »Mi smo samo normalni ljudje, ki se bojimo tega, kar prihaja« (Uredništvo, 2015a) in »Kot nemški državljan, ki plačuje davke, se počutiš izigranega« (Uredništvo, 2015a), konstruirajo migrante kot nevarnost, ki ogrožajo »normalno« avtohtono družbo.

Nacionalistični diskurz se v okviru druge manifestacije (tj. prikazovanja migrantov kot izkoriščevalcev socialnih sistemov) kaže v prepričanju, da je treba varovati »naše« socialne sisteme pred »njimi«. Prvi primer zasledimo v novici v tretjem najbolj retvitnem tvitu z domeno *delo.si*, kjer so tematizirani učinki priseljevanja migrantov na nemško gospodarstvo. Pojavita se dve diametralno nasprotni stališči (Tabela 12). Po prvem so migranti prednost za Nemčijo, saj pomenijo novo delovno silo, ki je v državi primanjkuje, po drugem pa priseljevanje negativno vpliva na gospodarstvo, saj »povprečni priseljenec« (Kramžar, 2015) dobi od države več denarja, kot ga sam nazaj prispeva. Izpostavljeno je tudi to, da je treba zagotoviti »priseljevanje kvalificiranih in izobraženih ljudi« (Kramžar, 2015), s tem pa se upravičujejo negativni stereotipi o migrantih kot o nekompetentnih, poklicno nekvalificiranih in nizko izobraženih ljudeh. Drugi primer, v katerem lahko prepoznamo logiko izkoriščanja »naših« socialnih sistemov, so že tematizirane novice (na primer J. S. in S. S., 2015; J. S., 2015) o tem, da migranti ob registraciji navajajo napačne rojstne podatke, kar se lahko interpretira kot manipulacija, s katero želijo pridobiti neupravičene socialne koristi. Tretji primer pa je izpostavljanje »ekonomskih

migrantov,« ki »ne prihajajo iz ključnih držav in več kot evidentno ne sodijo v ta kontekst krize« (A. P. J. idr., 2015). To utrjuje prepričanje, da so prihajajoči migranti zgolj iskalci boljšega življenja, ki izkoriščajo socialne sisteme, in torej sploh niso »pravi« begunci.

Tretja manifestacija nacionalističnega diskurza se kaže v hierarhiji skrbi in prostorskega razmejevanja. Hierarhija skrbi je razvidna v tem, katere skrbi so prepoznane kot legitimne, kar je prisotno v novici o smeteh, ki jih za seboj puščajo migranti: »Domačini v Rigoncah se ob tem sprašujejo, kdo jim bo pomagal počistiti smeti, ki ostanejo, ko prebežniki odidejo. Doslej so čistili sami, danes pa so jim prinesli vreče za smeti, prebežniki pa so pospravili za seboj« (Sa. J. idr., 2015). Medtem ko se domačini vznemirjajo zaradi smeti, trivialnega »problema prvega sveta«, migranti za seboj puščajo domove, državljanstvo in varnost, kar pa v novici sploh ni izpostavljeno. Osredotočanje medijskega poročanja na tovrstne »skrbi« deluje precej groteskno ter razkriva globoko pomanjkanje empatije do migrantskih izkušenj v medijskem diskurzu. Poleg tega tovrstno hierarhiziranje skrbi predpostavlja, da so lokalni prebivalci, ki omogočajo identifikacijo z »nami«, nosilci čistoče in reda, medtem ko so migranti predstavljeni kot potencialni vir nereda in nevredni enakega priznanja njihovih izkušenj ali težav. S tem se utrjuje etnonacionalistični okvir, v katerem je prostor definiran kot »naš«, domačini so postavljeni v vlogo legitimnih lastnikov in varuhov tega prostora, migranti pa kot vsiljivci, ki prostor delajo umazan, tako dejansko, fizično, kot tudi kulturno. Če so v primeru »asimetrične« viralnosti takšne manifestacije bolj odkrito diskriminatorne (na primer obramba zemlje z orožjem in primerjava migrantov z živalmi, ki bežijo skozi gozd), pa je v tem primeru diskurz mehkejši, a še vedno utemeljen na podobni logiki stereotipizacije in izključevanja.

Kot že pojasnjeno, se v primeru »omejene« viralnosti pojavlja humanitarni diskurz, ki se vzpostavlja onkraj sekuritizacijskega pogleda na migracije. Kaže se v dveh oblikah: v pozivih k različnim oblikam pomoči za migrante ter v vzbujanju sočutja in solidarnosti do njihove izkušnje. Pozivi k pomoči so prisotni predvsem v novicah v tvitih z domenama *delo.si* in *finance.com* ter v tretjem tvitu z domeno *24ur.com*, ki vsebujejo interaktivne zemljevide z označenimi lokacijami za zbiranje humanitarne pomoči za migrante (Tabela 12). Pozivi se nanašajo na materialno pomoč (na primer zbiranje oblačil, obutve, hrane, vode, higienskih in sanitetnih pripomočkov, odej, šotorov in spalnih vreč prek organizacij, kot so Rdeči križ, Karitas, ADRA in lokalne iniciative), denarno pomoč (na primer SMS donacije in nakazila na račune humanitarnih organizacij) ter prostovoljstvo in storitve (na primer pomoč pri

logistiki, namestitvah, prevajanju, psihosocialni pomoči). Omenjena so številna podjetja, ki so ponudila ali že donirala različne storitve in izdelke, kot so prevozi humanitarne pomoči, finančna sredstva, voda in predplačniške mobilne kartice (slednji primer je izpostavljen v četrtem tvitu z domeno *vecer.com*, Tabela 12). To gesto je mogoče razumeti tudi kot marketinško, saj so podatki o podjetjih, ki so ponudila pomoč, javno izpostavljeni, hkrati pa jo je mogoče interpretirati tudi kot namerno spodbudo oziroma zgled drugim, da pomagajo ljudem v stiski.

Druga oblika, vzbujanje sočutja in solidarnosti do migrantske izkušnje, se kaže v številnih opisih stisk migrantov, med katerimi je na »tisoče obupanih beguncev« (K. S., 2015) in »premraženih prebežnikov« (Sa. J. idr., 2015). Izpostavljeno je tudi, da so »otroci [...] na mrzlem« (Sa. J. idr., 2015) ter da so »brez hrane in pomoči na mrazu« (Sa. J. idr., 2015). Beremo o pripovedi o »paru s sedem dni starim dojenčkom, ki se je rodil na poti« (G. V. idr., 2015). Opisi, kot je »strga na nogavica pri begunskem otroku« (STA, 2015a), služijo kot metafora za opis ranljivosti migrantskih otrok, medtem ko ima sklicevanje na »pretresljivo fotografijo utopljenega sirskega dečka« (K. S., 2015), ob kateri »so se odtalila srca tudi najstrožjih evropskih politikov« (K. S., 2015), namen, da pokaže, da sočutje do oseb v stiski izražajo tudi predstavniki družbene moči in vpliva. V podobni vlogi je tudi izjava takratnega nemškega podkanclerja Sigmarja Gabriela, ki je dejal, da teroristični napadi »ne smejo povzročiti trpljenja ljudi, ki prihajajo iz regij, od koder prihaja tudi teror« (STA in Reuters, 2015). Pojavijo se tudi izjave tistih, ki nudijo pomoč, na primer izjava gostinca Ivana Kostevca, ki je pripravljaj brezplačne obroke: »Ni veliko, a vsak lahko malo pomaga. Čez pol leta se bomo morda mi lahko znašli v takšni situaciji« (Zore, 2015). Predvidevamo lahko, da tudi peti najbolj retvitani tweet z domeno *vecer.com* (Tabela 12) vsebuje humanitarno konotacijo, saj govori o tem, da je koroški Slovenec Valentin Inzko, sam tudi deležen migrantske izkušnje, migrantom ponudil zatočišče.

Čeprav humanitarni diskurz ni podrejen negativnemu in stereotipnemu okviru, kot je v primeru »asimetrične« viralnosti, se v nekaterih besedilih vseeno pojavi subtilna stereotipizacija, na primer v primerih, ko so pripadniki dominantne družbe predstavljeni kot heroji, ki nudijo pomoč in nosijo breme migrantske »krize«: »V begunsko-migrantski krizi težkim situacijam niso izpostavljeni le prebežniki, temveč težavno, naporno in odgovorno delo opravljajo tudi policisti, vojaki, civilna zaščita, prostovoljci« (J. S. in S. S., 2015). Policisti so čustveno izčrpani, kajti », [t]ežko je hoditi par kilometrov in gledati otroka, ki ne zmore več. Ko gre otrok v mrazu par kilometrov peš, ga pri-meš in neseš. Marsikdo od policistov se zlomi[.]« Čeprav je omenjeno, da so

migranti izpostavljeni »težkim situacijam«, so v ospredju predvsem trpljenje, psihološka obremenitev in fizični napor »naših« ljudi, kar preusmerja sočutje stran od migrantov. Podoben učinek ima tudi novica o dogodku v sprejemnem centru Brežice, kjer so migranti zažgali šotore: »Štirje policisti, ki so bili v bližini, so jih takoj začeli pregledovati in ,odločno, požrtvovalno vstopili v goreče in zadimljene šotore'. V njih so našli skupno devet spečih tujcev, ki so jih rešili« (Sa. J. idr., 2015).

Tudi v primeru »omejene« viralnosti srečamo značilno metaforiko naravnih pojavov, na primer »begunski val« (na primer »Begunski val v Sloveniji ne pojenja«, J. S. in S. S., 2015), »reka prebežnikov« (na primer »reka prebežnikov, ki hodijo proti Brežicam«, Sa. J. idr., 2015), »preplavljena z ljudmi« (vprašanje, ali bo Slovenija postala »evropski begunski žep, preplavljena z ljudmi«, Sa. J. idr., 2015), »poplava prošenj« (strah zalivskih držav pred množičnimi prošnjami začasnih delavcev za stalno bivališče, K. S., 2015), »vojna vihra« (na primer v četrti najbolj retvitani novici s portala Domovina, ki poroča, da se je večina migrantov »pred vojno vihro zatekla že pred časom«, Uredništvo, 2015e), in »divje horde« (že omenjeni izraz župana Zavrča Mirana Vuka, Šimac, 2015).

Podobno kot v primeru »asimetrične« viralnosti je tudi za besedila v sklopu »omejene« viralnosti značilna raba različnih poimenovanj za migrante, odvisno od diskurza besedila. Ko se izpostavlja humanitarna razsežnost migracij, prevladuje oznaka »begunec«, medtem ko se za zanikanje legitimnosti njihovega prihoda uporabljajo izrazi, kot je »migrant« (v pomenu ekonomskega migranta). Pojavljajo se tudi izrazi, kot je »tujci« (značilni za uradni policijski diskurz), in izrazito stereotipne oznake, kot je že večkrat omenjena besedna zveza »divje horde«. Včasih se znotraj istega besedila izmenično uporabljajo različne oznake, recimo v novicah pod domeno *rtvslo.si* (na primer G. V. idr., 2015).

Podobno kot v primeru »asimetrične« viralnosti se tudi v besedilih, značilnih za »omejeno« viralnost, pojavlja širok nabor »notranjih« instanc, med katerimi so najpogostejše zastopani predstavniki državnih organov (na primer policija, ministrstva, vojska, lokalne oblasti), tujih vlad in njihovih organov (na primer Avstrija, Nemčija, Madžarska), humanitarne organizacije in prostovoljci (na primer Rdeči križ, Karitas, ADRA), politične stranke in civilna gibanja (na primer SDS, NSi, PEGIDA, Zeleni), podjetja (na primer GLS Slovenija, Pivovarna Union), mednarodne organizacije (na primer UNHCR, WHO), posamezniki in lokalne skupnosti (na primer prebivalci Brežic in Zavrča), verski voditelji in člani kraljevih družin (na primer papež Frančišek, kraljica Elizabeta II.) in tako naprej. Neposredni glasovi migrantov so redki. Njihova stališča, čustva in izkušnje so posredovani prek drugih družbenih skupin, na primer

humanitarnih delavcev ali novinarjev (na primer izjave o težkih razmerah v sprejemnih centrih so pogosto predstavljene s strani policije ali Rdečega križa, ne pa samih migrantov).

6.2.4.3 »Konsistentna« viralnost

Za »konsistentno« viralnost (tretja vrstica Tabele 10) so značilne majhne razlike v številu retvitov med objavami znotraj določene domene. Stopnja retvitovanja je razmeroma visoka, višja kot pri »omejeni« viralnosti, vendar brez »eksplozivnih izjem«, ki so značilne za »asimetrično« viralnost.

Statistično gledano so za domene, pri katerih prevladuje »konsistentna« viralnost, značilni nizek standardni odklon, saj ni izstopajočih objav, ki bi dvigovala povprečje, visoka mediana, kar pomeni, da je več kot polovica tvtov razmeroma visoko deljena, in odsotnost objav z več kot desetimi retviti, saj nobena ne doseže izrazite viralnosti. Tem merilom ustreza domena *radiostudent.si*, kjer je standardni odklon nizek (1,59), mediana (3,0) in povprečje (3,07) pa sta skoraj enaka. *Radiostudent.si* beleži najvišjo mediano med vsemi domenami v vzorcu in tretje najvišje povprečje, takoj za domenama *nova24tv.si* (4,37) in *finance.si* (3,33). Tviti z navedeno domeno se ne širijo niti »eksplozivno« niti »omejeno«, temveč sledijo stabilnemu in zmernemu vzorcu deljenja, ki se po intenzivnosti umešča nekam vmes med oba predhodno predstavljena tipa viralnosti. Po drugi strani pa je treba upoštevati, da gre za domeno z najmanjšim številom izhodiščno ustvarjenih objav ($f = 14$), kar kaže na nizko aktivnost. Kljub temu so objave, četudi maloštevilne, praviloma deležne stabilnega retvitovanja.

6.2.4.3.1 Kritična diskurzivna analiza objav

Vzorec KDA objav, uvrščenih pod »konsistentno« viralnost, je obsegal pet tvtov z domeno *radiostudent.si* (Tabela 13) in dve besedili množičnih medijev, dostopni v drugem in petem najbolj retvitanem tvtu. Objav, priloženih v prvem, tretjem in četrtem tvtu, nismo obravnavali, saj gre za radijske oddaje, naša analiza pa se omejuje le na besedilni del diskurza. V drugem tvtu je priložena hiperpovezava do kolumne s kritično refleksijo poročanja slovenske nacionalne televizije o migrantih, v petem pa je dostopno poročilo, ki poleg migrantskega dogajanja tematizira tudi druge dogodke. Oba tvita sta bila objavljena na isti dan kot priloženi besedili. Vse tvite je ustvaril RŠ.

Tabela 13: Najbolj retvitani tviti (»konsistentna« viralnost)

Tviti	Število RT
<i>radiostudent.si</i>	
1. RT @radiostudent: ob 14.00 na 89,3 MHz in http://t.co/Vh00p1Dm3z novo javljanje iz Obrežja/Bregane #begunci #povejnaprej ...	6
2. RT @RadioStudentAPR: #offkomentar Begunci za sabo puščajo smeti! https://t.co/XKme8C8ZtR via @radiostudent https://t.co/DtG0mxiCmm	5
3. RT @RadioStudentAPR: Okrogla miza na benefitu OdgovorNih za pomoč beguncem! #tunein https://t.co/09Mf3VEYDN https://t.co/pngXrDoGon	5
4. RT @radiostudent: Že posodobljen prispevek z današnjimi javljanjem iz #Obrežje #refugeeslo #begunci http://t.co/uxCtb1ncJf	4
5. RT @RadioStudentAPR: V današnjem #off programu tudi o postavljanju ograje ter o novi nemški azilni politiki https://t.co/ltfxZCStt https://t.co/ltfxZCStt	4

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

Za diskurz tvitov in besedil množičnih medijev, umeščenih v okvir »konsistentne« viralnosti, je značilno, da se zavestno izogiba prevzemanju in reproduciranju negativnih stereotipov o migrantih ter namesto tega prepoznava, razkriva in razgrajuje diskriminatorni diskurz. V nasprotju z »asimetrično« in »omejeno« viralnostjo, pri kateri prevladujeta sekuritizacijski okvir (na primer kriminalizacija in militarizacija migracij) ter negativen, stereotipen diskurz, so v okviru »konsistentne« viralnosti prisotni poskusi vzpostavitve kritične distance do teh praks. Prav tako se pojavljajo tudi diskurzivni okviri, ki so avtonomni v tem smislu, da ne predstavljajo odziva na sekuritizacijski diskurz, ampak se vzpostavljajo neodvisno od njega.

Prvi in četrti tvit z domeno *radiostudent.si* (Tabela 13) se nanašata na radijsko oglašanje s terena. Čeprav je poročanje v živo značilno tudi za »asimetrično« in »omejeno« viralnost, pa se v tem primeru, kot lahko vidimo iz besedil obeh tvitov, izogiba senzacionalističnemu predstavljanju dogajanja. To potrjuje tudi uporaba ključnikov, ki niso usmerjeni v vzbujanje strahu ali dramatizacijo. Tretji tvit promovira okroglo mizo na benefitu »OdgovorNih« za pomoč migrantom, kar lahko razumemo kot neposredno spodbujanje solidarnosti in pomoči za migrante.

Drugi tvit vsebuje povezavo do kolumne z naslovom »Begunci za sabo puščajo smeti!«, ki je na prvi pogled stereotipen, vendar deluje ironično. Kolumna namreč prinaša kritično refleksijo medijskega poročanja o migrantih v oddaji Dnevnik na slovenski nacionalni televiziji:

Kdor je še ohranjal trohico upanja, da je na informativnem programu domače Televizije Slovenija še mogoče prisluhniti novinarskemu delu, vredenemu svojega imena, je tega v zadnjih dneh ob poročanju dogajanja na slovenski meji dokončno zapustila lažna zavest o boljši naravi nacionalne medijske hiše (Žagar, 2015).

V prispevku je izpostavljeno, da »politična oblast [kot] glavno rešitev obstoječih razmer vidi predvsem v povečevanju represivnega aparata« (Žagar, 2015). V nadaljevanju kolumne so obravnavani primeri medijskega poročanja. Nekatere omenjene dogodke smo že srečali v naši analizi, na primer »senzacionalna novica o požaru v sprejemnem centru v Brežicah« (Žagar, 2015), »vladno kazanje s prstom na Hrvaško, kako za begunce ne poskrbi in jih na mejo pošilja neoskrbljene in mimo dogovorjenih poti« (Žagar, 2015) ter »novinarjeve in okoliške izjave o smeteh, ki jih za sabo puščajo nemarni pribežniki« (Žagar, 2015). Omenjen je tudi prispevek o tem, »kolikšno finančno izgubo so utrpeli Slovenske železnice zaradi nedelujočega prometa, vse skupaj pa je bilo dodatno podkrepljeno z izjavo državnega sekretarja Boštjana Šefica o tem, da ukvarjanje države s prebežniki predstavljala občutno breme za državni proračun« (Žagar, 2015).

V kolumni sta omenjena dva razloga za opisano medijsko poročanje, in sicer nezmožnost ali nepripravljenost uredništva, da oblikuje strategijo poročanja, ter podrejanje tržni logiki, po kateri »v teku petnajstih minut begunec postane enkrat grožnja, drugič breme, tretjič žrtev in vsak naj si vzame podobo, ki ga zadovolji« (Žagar, 2015). V besedilu je še izpostavljeno, da nekritično zrcaljenje izjav predstavnikov oblasti »predstavlja eno glavnih groženj legitimacije rasističnega in z njim fašističnega načina mišljenja« (Žagar, 2015). Zaključek pa se ironično navezuje na očitek, da migranti za sabo puščajo smeti: »Če kaj, begunci za sabo na poti proti severu zapuščajo opustošeno medijsko krajino, ki pa je bila tako ali tako opustošena že pred njihovim prihodom« (Žagar, 2015).

Čeprav se v besedilu za opis migrantov izmenično in nereflektirano uporabljajo izrazi »begunci«, »prebežniki« in »priežniki«, pa je posebnost kolumne v tem, da podaja sistematično in izčrpno kritiko medijskega poročanja o migrantih ter s tem vzpostavlja distanco do diskurzivnih praks, ki smo jih prepoznali zlasti v okviru »asimetrične« in »omejene« viralnosti (na primer vzpostavljanje razlikovanja med »upravičenimi« in »neupravičenimi« migranti, normalizacija ločnice »mi« vs. »oni«, uporaba metafore naravnih pojavov in podobno).

Peti prispevek (Zwitter, 2015) obravnava mednarodne in domače novice, ki pokrivajo različne zunanje- in notranjepolitične teme. Dve se neposredno nanašata na množične prihode oseb. Prva tema se nanaša na zaostrovanje azilne zakonodaje v Nemčiji za sirske državljane. Omenjeno je, da bo Nemčija zavračala vse migrante, ki ne bodo vložili prošnje za azil v državi vstopa v EU (z izjemo Grčije). Druga tema se nanaša na postavitev žičnate ograje na slovensko-hrvaški državni meji. Čeprav bi lahko v besedilu prepoznali dve diskriminatorni praksi (razlikovanje med »upravičenimi« in »neupravičenimi« migranti prek določila Dublinske uredbe in pojav izraza »tehnična ovira«), je dogajanje tematizirano brez očitnega senzacionalizma ali stereotipov, kakršne smo prepoznali v primeru »asimetrične« ali »omejene« viralnosti. Posebnost poročila je v tem, da migracijske teme niso predstavljene kot glavno in edino dogajanje, temveč kot ena izmed več sočasno obravnavanih novic. Takšna umestitev se upira logiki, ki migracije izpostavlja kot prednostno obravnavano temo, in zmanjšuje občutek njihove izrednosti. To je pomembna razlika v primerjavi z »asimetrično« in »omejeno« viralnostjo, kjer so bile migracije obravnavane kot dominantna in »samostojna« tema – vendar ne samostojna v smislu njihove dejanske družbene pomembnosti, temveč je bila ta »samostojnost«, torej obravnava migracij kot osrednjega in najpomembnejšega dogodka, uporabljena za ustvarjanje občutka izrednih razmer, kriznosti in apokaliptičnosti.

6.3 Omrežje retvitov⁴⁷

V nadaljevanju bomo predstavili rezultate analize omrežja retvitov. Izdelali smo usmerjeno omrežje na osnovi načela »od–do« (ang. *from–to*). Pri tem »od« predstavlja uporabnika, ki je ustvaril objavo, »do« pa je uporabnik, ki je to objavo retvital. Točke v omrežju (ang. *nodes*) so uporabniki, povezave med njimi (ang. *edges*) pa predstavljajo retviti.

Najprej smo v programskem okolju R izbrali vse uporabnike, ki so sodelovali pri nastajanju retvitov – bodisi kot avtorji retvitanih objav bodisi kot uporabniki, ki so te objave retvitali. Izbrali smo 2051 uporabnikov in 13.189 povezav med njimi. Število povezav je enako skupnemu številu retvitov v celotni razpravi, saj posamezen retvit predstavlja povezavo med dvema uporabnikoma.

V naslednjem koraku smo podatke uvozili v program Gephi, v katerem smo 13.189 povezav med uporabniki združili v tako imenovane »edinstvene povezave«

⁴⁷ Analiza omrežja retvitov je bila objavljena tudi v Smrdelj (2024b).

(ang. *unique edges*) (Hansen idr., 2020). Dobili smo 8449 povezav med uporabniki. »Edinstvena« povezava označuje povezavo med dvema uporabnikoma ne glede na to, kolikokrat je neki uporabnik retvital objave drugega uporabnika. Na primer, če je uporabnik A petkrat retvital objave uporabnika B, imamo pet retvitov (in posledično pet povezav med njima), vendar samo eno »edinstveno« povezavo. In obratno, če je uporabnik B trikrat retvital objave uporabnika A, imamo tri povezave med njima, vendar je to prav tako ena »edinstvena« povezava. Povedano drugače, izhodiščni podatek 13.189 pomeni število povezav, ki je enako številu vseh retvitov, medtem ko podatek 8449 predstavlja »edinstvene« povezave, ki so bile osnova za izdelavo omrežja v programu Gephi.

Ko smo pridobili »edinstvene« povezave med uporabniki, smo s pomočjo algoritma Louvain⁴⁸ preverili, ali je mogoče določiti posamezne skupnosti v omrežju retvitov. Uporabljeni algoritem je prepoznal 46 skupnosti. Večina izmed njih ni pomembnih, saj jih sestavlja le nekaj uporabnikov (na primer dva). Zato smo se omejili na šest največjih skupnosti, v katere je vključenih 92 % vseh uporabnikov, ki tvorijo celotno omrežje retvitov. Lastnosti posameznih skupnosti v omrežju retvitov so prikazane v Tabeli 14.

Tabela 14: Skupnosti v omrežju retvitov

Skupnost	Število RT	Število »edinstvenih« povezav	Število uporabnikov
Skupnost 1	3372	2315	769 (38 %)
Skupnost 2	6292	3493	484 (24 %)
Skupnost 3	1194	937	254 (12 %)
Skupnost 4	720	440	152 (7 %)
Skupnost 5	711	524	126 (6 %)
Skupnost 6	591	460	99 (5 %)
Skupnost 7–46	309	280	167 (8 %)
Skupna vsota	13.189	8449	2051

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

48 Algoritem Louvain, ki so ga razvili Blondel in drugi (2008), temelji na odkrivanju skupnih komunikacijskih povezav med uporabniki v omrežju. Na podlagi načela modularnosti, na osnovi katerega je mogoče določiti, ali so posamezne enote v omrežju bolj povezane kot druge, omenjeni algoritem uporabnike razvrsti v skupnosti glede na njihovo komunikacijsko dinamiko. Uporabniki, ki medsebojno komunicirajo pogosteje, so razvrščeni v isto skupnost. Vsakemu uporabniku je dodeljena številka, ki označuje pripadnost njegovi skupnosti. Pojasniti je treba, da uporabniki, ki so umeščeni v posamezno skupnost, običajno komunicirajo tudi z uporabniki zunaj svoje skupnosti, vendar pa je komunikacija z uporabniki iz iste skupnosti pogostejša kot komunikacija z uporabniki iz drugih skupnosti (Jesenšek idr., 2021).

Kot osnovno izhodišče za določitev velikosti posameznih skupnosti smo izbrali število uporabnikov (zadnji stolpec v Tabeli 14). Drugi stolpec v Tabeli 14 prikazuje število retvitov, ki so jih ustvarili uporabniki v določeni skupnosti, tretji stolpec pa povzema število »edinstvenih« povezav med njimi. Kot že omenjeno, smo se pri vizualizaciji osredinili na prvih šest največjih skupnosti, medtem ko smo lastnosti preostalih skupnosti združeno povzeli v predzadnji vrstici Tabele 24. Skupnosti 7–46 obsegajo majhno število uporabnikov, ki so v primerjavi z uporabniki iz prvih šestih največjih skupnosti ustvarili razmeroma malo retvitov in posledično je tudi manjše število »edinstvenih« povezav med njimi.

Če primerjamo lastnosti šestih največjih skupnosti v omrežju retvitov, lahko ugotovimo, da večje kot je število uporabnikov v posamezni skupnosti, večje je tudi število retvitov. Izjemi predstavljata prva in druga največja skupnost. Druga skupnost obsega 285 uporabnikov manj kot prva skupnost, vendar so uporabniki znotraj druge skupnosti ustvarili skoraj dvakrat več retvitov kot uporabniki iz prve skupnosti. Še več, uporabniki druge skupnosti so ustvarili največ retvitov med vsemi skupnostmi.

Ko smo pridobili podatke, predstavljene v Tabeli 14, smo v programu Gephi vizualizirali omrežje šestih največjih skupnosti (Slika 1). Prikazano omrežje sestavlja 1884 točk (uporabniki) in 8169 »edinstvenih« povezav med njimi.

Slika 1: Vizualizacija omrežja šestih največjih skupnosti



Opomba. Vizualizacija temelji na avtorjevi lastni analizi.

Slika 1 prikazuje posamezne skupnosti, označene s številkami in barvami: skupnost 1 (vijoličasta), skupnost 2 (zelena), skupnost 3 (modra), skupnost 4 (črna), skupnost 5 (oranžna) in skupnost 6 (roza). Uporabniki, ki pogosteje komunicirajo med seboj, so postavljeni bližje, medtem ko so uporabniki, ki med seboj komunicirajo redkeje, bolj oddaljeni.

Na podlagi zgornje vizualizacije lahko opazimo fragmentacijo na posamezne skupnosti, vendar pa je mogoče opaziti tudi sledove pluralizacije. Fragmentacija omrežja retvitov je najizrazitejša v primeru skupnosti 1 in skupnosti 2. Že na ravni njune prostorske umeščenosti na Sliki 1 vidimo, da sta postavljeni na dve nasprotni si strani (skupnost 1 je umeščena na levo polovico, skupnost 2 pa na desno). Iz vizualizacije lahko razločimo tudi, da uporabniki teh dveh skupnosti medsebojno ne komunicirajo, saj na območju, kjer prevladuje zelena barva (skupnost 2), ni mogoče opaziti vijoličaste barve (skupnost 1) in obratno.

Na ravni posameznih skupnosti je fragmentacija omrežja najbolj očitna v primeru skupnosti 2, ki je najbolj izolirana od preostalih skupnosti. Vizualizirana je kot gosta gruča zelenih točk, ki so v primerjavi s točkami iz drugih skupnosti mnogo bolj strnjene. Poleg tega v gruči zelenih točk ne opazimo uporabnikov iz preostalih skupnosti (tako kot jih na primer lahko opazimo v skupnosti 1, kjer se med vijoličastimi točkami pojavijo tudi točke nekaterih drugih barv). To pomeni, da so uporabniki iz skupnosti 2 komunicirali predvsem med sabo in zelo malo z uporabniki iz drugih skupnosti (najbližje so jim umeščeni uporabniki iz skupnosti 6, roza barva). Skupnost 2 je najbolj zaprta vase, hkrati pa so njeni uporabniki ustvarili največ retvitov.

Nasprotno je za uporabnike v preostalih skupnostih značilno, da pogosteje komunicirajo z uporabniki iz drugih skupnosti, zaradi česar je mogoče trditi, da so prisotni sledovi pluralizacije omrežja. Iz Slike 1 je razvidno, kako se barve, značilne za skupnosti 1, 3, 4, 5 in 6, ponekod medsebojno prepletajo. Na primer, modre točke (skupnost 3) opazimo tudi na območju, kjer prevladujejo oranžne točke (skupnost 5) in črne točke (skupnost 4).

Vizualizacija omrežja nam omogoča, da podamo grobo oceno o prevladujočih komunikacijskih vzorcih med uporabniki (pokazali smo, da lahko hkrati govorimo o fragmentaciji in pluralizaciji omrežja retvitov). Da bi osvetlili tudi vsebinske podobnosti in razlike med posameznimi skupnostmi, smo za vsako skupnost posebej določili deset najvplivnejših uporabnikov, prevladujoče vire informiranja o dogajanju v povezavi z migrantsko »krizo« in prevladujoče migracijske diskurze (Tabela 15).

Najvplivnejše uporabnike, navedene v tretji vrstici Tabele 15, smo določili na osnovi števila retvitov oziroma »edinstvenih« povezav: uporabniki, katerih objave so prejele največ »edinstvenih« povezav (torej največ retvitov s strani različnih uporabnikov), smo opredelili kot najvplivnejše. Prevladujoče vire informiranja o dogajanju v povezavi z migrantsko »krizo«, navedene v četrti vrstici Tabele 15, smo določili glede na pet največkrat retvitanih hiperpovezav v posamezni skupnosti. Tudi prevladujoče diskurze v posamezni skupnosti, ki so povzeti v zadnji vrstici Tabele 15, smo določili glede na analizo diskurza petih največkrat retvitanih tvitov v posamezni skupnosti. Analizirali smo vsakega izmed petih najbolj retvitanih tvitov posebej in na osnovi njihove analize podali oceno o prevladujočem diskurzu za vsako skupnost posebej.

Skupnost 1 sestavljajo različne javne osebe (na primer Franci Kek, Boštjan Gorenc - Pižama, Borut Mekina), ki v omrežju »simbolno« predstavljajo »levo« usmerjeno omrežje. »Simbolno« zato, ker ne gre za dejansko organizirano »levo« politično omrežje, temveč za omrežje, ki nasprotuje stališčem, kakršna prevladujejo v »desno« usmerjenem omrežju, in bi jih tradicionalno gledano v razpravi zastopali »progresivni«, »levičarski« akterji. »Levičarske« parlamentarne stranke in »progresivna« civilnodružbena gibanja med najvplivnejšimi glasovi namreč niso prisotna. Ko torej v tem konkretnem primeru govorimo o »levičarskem« omrežju, ne mislimo na dejansko politično organizirano »levico«, temveč na mesto v komunikacijskem prostoru, ki se ne vzpostavlja na osnovi jasno opredeljene skupne politične vizije, ampak prek skupnega nasprotovanja stališčem »desnega« političnega omrežja.

Skupnost 2 predstavlja omrežje stranke SDS. V tej skupnosti najdemo predsednika stranke SDS Janeza Janšo, poslanca Vinka Gorenaka in Žana Mahniča ter nekatere druge uporabnike, ki jih je mogoče povezati z omenjeno stranko. Skupnost 3 se nanaša na omrežje televizijske hiše POP TV, saj večinsko zajema takratne novinarje in novinarke iz omenjene medijske hiše (na primer Tjaša Slokar, Irena Joveva, Jure Tepina, Anže Božič in Nika Kunaver). Skupnost 4 zajema javno neznane in anonimne uporabnike. V skupnosti 5 prevladujejo uporabniki, povezani s takratno vladno Stranko modernega centra (SMC) (na primer takratni predsednik vlade Miro Cerar) in časopisom Večer (na primer nekdanja urednica časopisa Katja Šeruga ter novinarji Urška Mlinarič, Vojislav Berčko in Aleš Kocjan). V skupnosti 6 najdemo uporabnike, povezane s stranko NSi (na primer Žiga Turk in Federico V. Potočnik).

Tabela 15: Značilnosti šestih največjih skupnosti v omrežju retvitov

	Skupnost 1	Skupnost 2	Skupnost 3	Skupnost 4	Skupnost 5	Skupnost 6
Omrežje	Uporabniki, ki »sim-bolno« predstavljajo »levo« politično usmeritev	Stranka SDS	POP TV	Javno neznani uporabniki	Stranka SMC in Večer	Stranka NSi
Najvipljivejši uporabniki	@matjasec (101) @Delo (100) @STA_novice (92) @SafetAlibeg (74) @ZerjavicDelo (64) @FranciKek (54) @petrasovdat (53) @Pizama (49) @borutmekina (47) @Meli_SI (45)	@Nova24TV (121) @RevijaReporter (119) @JjansaSDS (117) @JozeBiscak (104) @strankaSDS (101) @DamiCrncec (93) @drVinkoGorenak (84) @BojanPozar (78) @ZanMahnic (71) @krtmen (66)	@24ur_com (151) @policija_si (91) @SiolNEWS (70) @srdjan_c (42) @TjasaSlovak (41) @Jloveva (38) @juretepina (37) @AnzeBozic (34) @NikaKunaver (32) @Zurnal_24 (31)	@skyslovenia (43) @Centrifuzija (28) @MatjazJazbar (28) @brane_si (22) @RSustar (19) @slovenistan (17) @cashkee (17) @zaslovenijo2 (15) @Dr_Eclectic (14) @stavenskoverhsk1 (11)	@vladaRS (137) @vecer (77) @UrskanMlinaric (36) @Slovenskavojska (36) @VojislavBercko (35) @KatjaSeruga (26) @MiroCerar (25) @EkvSloveniji (20) @StrankaSMC (13) @a_kocjan (13)	@Domovina_je (65) @ZigaTurk (43) @AntonTomazic (40) @FVPotocnik (39) @BCestnik (30) @steinbuch (24) @NovaSlovenija (21) @RadioOgnjisce (19) @Andr3ja1 (17) @MladaSlovenija (15)
Prevladujoči viri informiranja	Delo, STA, Finan-ce, RŠ	Reporter, Nova24TV, Demokracija	24ur.com, Siol.net, Delo, MMC RTV Slovenija	Reporter, Delo	Večer, Delo	Domovina, Reporter, MMC RTV Slovenija
Prevladujoči diskurzi	Poskusi preseganja negativnih stereotipov o migrantih in vzpostavljanje avtonomnega humanitarnega diskurza.	Sekuritizacijski diskurz in krepitev negativnih stereotipov o migrantih.	Pozitivni in negativi diskurzi o migrantih.	Pozitivni in negativni diskurzi o migrantih.	Pozitivni in negativni diskurzi o migrantih.	Sekuritizacijski diskurz in krepitev negativnih stereotipov o migrantih.

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

V večini skupnosti imamo predstavnike parlamentarne politike in množičnih medijev. Izjemi sta skupnost 1, v kateri ne najdemo nobenega politika, in skupnost 4, v kateri nismo zasledili predstavnikov družbene moči in vpliva (na primer politiki, množični mediji). Delež politikov med najvplivnejšimi uporabniki izrazito izstopa v skupnostih 2, 5 in 6. Največji delež uporabnikov, povezanih z množičnimi mediji, se nahaja v skupnosti 3 (omrežje televizijske hiše POP TV). Med najvplivnejšimi uporabniki v vseh šestih največjih skupnostih prevladujejo predstavniki družbene moči in vpliva (na primer parlamentarna politika, množični mediji, novinarji, javno znane osebe), medtem ko je javno neznanih uporabnikov razmeroma malo, saj se večinsko pojavijo zgolj v skupnosti 4.

Omenili smo, da je skupnost 2, ki predstavlja omrežje stranke SDS, ustvarila največ retvitov, a hkrati je najbolj izolirana od preostalih skupnosti. Na ravni vizualnega prikaza ji je najbližje skupnost 6, ki predstavlja omrežje stranke NSi. V skupnostih 2 in 6 se pojavita največja deleža retvitov, v katerih prevladuje sekuritizacijski diskurz. V skupnostih 3, 4 in 5 pa se pojavljalo različni diskurzi, ki kažejo na obstoj ideološko heterogenih uporabnikov. Za uporabnike v omenjenih treh skupnostih je značilno, da so v veliki meri komunicirali z uporabniki iz drugih skupnosti.

Med prevladujočimi viri informiranja v vseh šestih skupnostih izstopajo slovenski množični mediji, medtem ko tujih virov informiranja ni mogoče zaznati. Poleg tega med najviralnejšimi vsebinami ni mogoče zaslediti »alternativnih« virov informacij, kot so spletne strani nevladnih in humanitarnih organizacij, ki se ukvarjajo z migranti.

Glede na tip množičnih medijev, ki so krožili v razpravi prek hiperpovezav, prevladujejo tiskani mediji (Delo, Večer, Finance, Reporter, Demokracija), radijski medij (RŠ), dva televizijska medija (24ur.com, Nova24TV) ter spletni novičarski portali, ki niso neposredno vezani na tiskane, radijske ali televizijske vsebine (STA, Siol.net, Domovina). Prisoten je tudi javni portal MMC RTV Slovenija. Glede na politično usmeritev prevladujejo »desno« usmerjeni mediji (Reporter, Nova24TV, Demokracija, Domovina), ki se nahajajo predvsem v skupnostih 2 in 6. Mediji, ki so v slovenski javnosti prepoznani kot »levo« usmerjeni (na primer Mladina), med najpogostejše retvitanimi vsebinami niso prisotni. Glede na lastništvo v razpravi prevladujejo zasebni komercialni mediji. Pojavita se le dva nekomercialna medija: MMC RTV Slovenija in RŠ.

Zadnja vrstica Tabele 15 povzema prevladujoče diskurze znotraj posameznih skupnosti. Za skupnost 1 so značilni poskusi preseganja negativnih

stereotipov o migrantih in vzpostavljanja avtonomnega promigrantskega in humanitarnega diskurza. Prevladujejo viri in objave, ki se uvrščajo tako v kategorijo »omejene« kot tudi »konsistentne« viralnosti. Nasprotno pa skupnost 2 in skupnost 6 določa sekuritizacijski okvir s poudarjenim stereotipnim in negativnim prikazovanjem migracij, pri čemer se objave umeščajo med »asimetrično« in »omejeno« viralnost. Zaradi razlik v diskurzih v primeru skupnosti 1 in 2 (ter 6) ne govorimo le o že omenjeni fragmentaciji omrežja, prepoznani na osnovi njegove vizualizacije (Slika 1), temveč tudi o polarizaciji, saj gre za diametralno nasprotno vsebinsko prikazovanje migracij. Če je znotraj skupnosti 1, 2 in 6 mogoče prepoznati razmeroma podoben migracijski diskurz, pa so znotraj skupnosti 3, 4 in 5 prisotni tako negativni in stereotipni načini prikazovanja migracij kot tudi poskusi njihovega preseganja in uvajanja humanitarnega diskurza. Če navedene ugotovitve povežemo s Sliko 1, postane še očitnejša razdelitev omrežja glede na prevladujoče diskurze: levo stran omrežja zaznamuje promigrantski diskurz, desno stran pa protimigrantski, sekuritizacijski diskurz, medtem ko se v vmesnih skupnostih, na sredini omrežja, prepletajo različni diskurzi, ki jih je težko strniti pod enoten okvir. Z namenom, da podrobneje predstavimo prevladujoče migracijske diskurze v posameznih skupnostih, v nadaljevanju povzemamo rezultate KDA petih najbolj retvitanih tvitov v vsaki skupnosti (njihov seznam je naveden v Tabeli 16).

Tabela 16: *Najpogostejše retvitani tviti znotraj posameznih skupnosti*

Tviti		Število RT
Skupnost 1		
1.	RT @FranciKek: Kako je lahko nekdo tako neumen in zloben, da ne vidi, da begunci bežijo pred tem, kar se je zgodilo v Parizu in niso del IS...	41
2.	RT @Pizama: A: Otroci so lačni. Pomagajmo jim. B: Pri nas ni lačnih otrok. To je propaganda. A: Pomagajmo beguncem. B: Zakaj nihče ne po...	36
3.	RT @SafetAlibeg: Ko na vrata Evrope potrkaajo begunci, gre za islamizacijo, ko v Afriko odhajajo duhovniki širiti vero v Jezusa, gre za huma...	34
4.	RT @SafetAlibeg: Naš problem niso begunci. Ti bodo prišli in večinoma odšli. Naš problem so domači fobi. Ti bodo ostali.	30
5.	RT @ntokomc: Potrebujemo odprte meje in varen prehod za begunce. Vse drugo je barbarstvo, ki ga bomo še drago plačali. #blog	30
Skupnost 2		
1.	RT @JJansaSDS: Madžarska bo jutri zaprla mejo s Hrvaško za migrante. Pozivamo@vladaRS, da istočasno sprejme enak ukrep.	44

	Tviti	Število RT
2.	RT @JJansaSDS: Lažejo vam, kako vsakega migranta varnostno preverijo. In vzamejo prstni odtis. @vladaRS vam debelo laže. https://t.co/O5ty3...	33
3.	RT @ZanMahnic: Ukrepi ZA varnost: 1.) Takojšnje zaprtje meja za vse ilegalne migrante 2.) Sprememba azilne zakonodaje 3.) Zakon o Islamu po...	29
4.	RT @freewiseguy: Je kdo opazil kako nasilje nad begunci? Jaz sem ga opazil zgolj nad Slovenci. Nad drugorazrednimi. https://t.co/bPkemmnHUN	28
5.	RT @DamirCrnec: Kako se bomo v Sloveniji opredelili do zemljevida, ki ga Grki delijo ilegalnim migrantom? http://t.co/k7VSIKA9rG http://t...	27
Skupnost 3		
1.	RT @policija_si: Po prvih podatkih so policisti uporabili plinski razpršilec zoper nasilne protestnike in ne zoper tujce. #begunci	16
2.	RT @TanjaVolmut24ur: Policisti med begunce delili tudi svojo malico https://t.co/J4Oj1X58eK	10
3.	RT @JanaUjcic: Nekaj 100 beguncev čaka na Mp Trnovec, premočeni in prezeblji, med njimi veliko žensk in otrok http://t.co/fw0B8wcfOo	8
4.	RT @Iloveva: Begunci v Tovarniku vedo, da so na meji s SLO tezave. Zato so pripravljeni tudi nazaj prek Madz. do Avstrije, ker od tam ni in...	7
5.	RT @juretepina: Hrvaška igra zelo umazano igro. Vlaka ustavlja daleč pred mejo in prebežnike spušča nekontrolirano čez mejo. Tako sicer del...	7
Skupnost 4		
1.	RT @Centrifuzija: Kako je v Brežicah? Iz prve roke o beguncih, požaru, prostovoljcih in novinarjih: https://t.co/iLoRARoRpA #begunci #migr...	14
2.	RT @MatjazJazbar: Iste ljudi, ki se zgražajo nad miroljubnimi begunci, mora na nogometni tekmi varovat policija, da se ne pokoljejo med se...	10
3.	RT @RSustar: Dokaj natančno štetje prebežnikov, do evra natančno, koliko vas stane otrok in kraja ocvirkov s tviterja. Povprečen domet naši...	8
4.	RT @AntonTomazic: Od Grčije naprej je seveda nesmiselno uporabljati izraz „begunci“... odkar izbirajo državo, kjer bi radi ziveli, so seved...	4
5.	RT @dialogos_si: Hrvaška lahko sprejme milijon turistov, ne zmore pa pomagati in sprejeti 15.000 beguncev!?	4
Skupnost 5		
1.	RT @vladaRS: V zadnjem tednu v Slovenijo prišlo 47.510 migrantov oz. #begunci, 45% ženske in mladoletniki, 55% Sircev, 25% Afgan. https://t...	16
2.	RT @vladaRS: Struktura migrantov in beguncev v zadnjih dneh: ženske in mladoletniki 48%, Sirija 53%, Afganistan 24%, Irak 14% https://t.co...	10
3.	RT @VojislavBercko: Narobe svet: mali begunec iz Sirije novinarju Vecera v Brezicah ponuja steklenico vode. Vzamite, vam bo prav prislo htt...	9

Tviti		Število RT
4.	RT @MiroCerar: Pred začetkom #EUCO PV Cerar in HR PV Milanović na kratko o ukrepih za zaježitev migracijskega vala. #begunci https://t.co/4...	8
5.	RT @vladaRS: V Slovenijo do 6. ure zjutraj vstopilo 73.553 #begunci, izstopilo 47.920	8
Skupnost 6		
1.	RT @BCestnik: Radikalni islam? Če ga boste hoteli, ga boste imeli. Bolj ko boste begunce stigmatizirali, da so skrajni, večja je možnost, d...	8
2.	RT @Domovina_je: MSi: vlada naj ščiti državljane in meje. #begunci Twitter: Borijo se proti Madžarom, zakaj ne proti ISIS-u? http://t.co/...	7
3.	RT @Rok_DS: Tedne so nas prepričevali, da begunci niso varnostna grožnja. Danes pa aktivirajo pomožne policijske sile in zaseda svet za nacio...	6
4.	RT @FVPotocnik: @Domovina_je edini časnik, ki korektno loči komentar od poročanja. In še odlično komentira. #migrantskikaos https://t.co/h2...	5
5.	RT @Domovina_je: Zaradi spreobrnitve iz islama v krščanstvo ji strežejo po življenju, a napisala je knjigo Šeriat v Nemčiji. #begunci https://t.co/...	5

Opomba. Tabela temelji na avtorjevi lastni analizi.

Vse najpogostejše retvitane tvite v skupnosti 1 (Tabela 16) smo že obravnavali v sklopu dvajsetih najpogostejše retvitanih objav na ravni celotne razprave. Za vseh pet objav je značilno, da temeljijo na diskurzu, katerega namen je preseganje negativnih stereotipov o migrantih. Objave se pojavljajo kot odziv na stereotipni diskurz in ga skušajo demantirati. V skupnosti 1 se pojavi tudi avtonomen promigrantski diskurz s humanitarno razsežnostjo, ki nastaja neodvisno od odzivanja na diskriminatorne prakse, vendar je prisoten v objavah, ki se ne uvrščajo med pet najbolj retvitanih tvitov. Nobena od petih najbolj retvitanih tvitov v skupnosti 1 ne vsebuje hiperpovezav do vsebin množičnih medijev.

Tudi vse najpogostejše retvitane tvite v skupnosti 2 (Tabela 16) smo že tematizirali v sklopu dvajsetih najpogostejše retvitanih objav na ravni celotne razprave. Prevladuje sekuritizacijski diskurz in krepitev negativnih stereotipov o migrantih.

Prvi in peti tvit v skupnosti 3 (Tabela 16) smo že obravnavali v sklopu dvajsetih najpogostejše retvitanih objav na ravni celotne razprave. Pri prvi objavi smo opozorili, da so migranti poimenovani s stereotipno oznako »tujci«, kar jih umešča v okvir policijske obravnave, torej varnostnega problema, ki spada v pristojnost represivnih aparatov države. Za peto objavo pa smo ugotovili,

da vsebuje sledove sekuritizacijskega diskurza s poudarjenim elementom kriminalizacije migracij, ki se kaže v predpostavki o varovanju in nadzorovanju slovenske državne meje pred »prebežniki«, ki mejo prehajajo nenadzorovano, torej nelegalno. V besedilu druge objave v skupnosti 3 (Tabela 16) lahko dejanje policistov razumemo kot humanitarno gesto ali pa kot poudarjanje njihove požrtvovalnosti, saj se odrečejo lastni malici, da bi lahko pomagali migrantom. V tretji objavi v skupnosti 3 (Tabela 16) zasledimo humanitar- ni diskurz, katerega namen je vzbuditi sočutje pri uporabnikih. Omenjeni so »premočeni in prezeblji« migranti, posebej pa so izpostavljene tudi »ženske in otroci«. Četrta objava tematizira »težave« na meji s Slovenijo; objava migrante prikazuje kot dejavne akterje, ki se prilagajajo okoliščinam, da bi čim manj ovirano nadaljevali svojo pot. Nobena izmed petih najbolj retvitanih objav v skupnosti 3 ne vsebuje hiperpovezav do vsebin množičnih medijev.

Prvi tweet v skupnosti 4 (Tabela 16) vsebuje hiperpovezavo do objave na Facebooku, katere avtor je predstavnik civilne zaščite, ki je dan preživel v begunskem centru Brežice. Namen priložene objave je podati »objektivno« sliko dogajanja na terenu: »Situacija ni črno bela kot jo nekateri prikazujete. Ograje niso rešitev. Prav tako ni rešitev, da sprejememo vse, ki pridejo. Problem je kompleksen« (Kolarič, 2015). Navedeni so primeri, ki poskušajo prikazati »obe plati zgodbe«:

Prva skupina beguncev, ki je v ponedeljek prišla v Brežice je precej problematična. Zažgali so šotore, se medsebojno pretepali za hrano in za sabo pustili svinjarijo. Druga skupina, ki je prišla včeraj, je pravo nasprotje. Begunci so se sami organizirali, ko smo delili hrano (Kolarič, 2015).

Čeprav razmislek zavrača enoznačne rešitve, vseeno vzpostavlja diskurz o »dobrih« in »slabih« migrantih. Prva skupina je označena kot »problematična« (požig šotorov, pretepi, »svinjarija«), druga pa kot »pravo nasprotje« (samoiniciativna organizacija pri delitvi hrane). S tem se vzpostavlja merilo, po katerem so do pomoči in zaščite upravičeni le tisti, ki se obnašajo »primer- no«. Vendar pa so pravice, povezane z azilom, neodvisne od vedenjskih gest, kot je pospravljanje za sabo ali nasilno razgrajanje, in se dodelujejo glede na pravna določila, ne pa glede na moralne sodbe o dejanjih ljudi.

Diskurz v četrtem tweetu v skupnosti 4 (Tabela 16) temelji na zavračanju upora- be izraza »begunci« za vse, ki po odhodu iz Grčije nadaljujejo pot, saj naj bi s tem »izbirali državo«, v kateri želijo živeti. To pomeni, da so vsi označeni kot »migranti« in posledično neupravičeni do zaščite, ker ne bežijo zaradi vojnih razlogov. Tweet skuša delegitimirati vse prihode v Evropo, obenem pa sporočiti,

da je edini legitimen razlog za migriranje vojna, medtem ko so drugi razlogi, ki so lahko ravno tako povezani s tem, da ljudje ne morejo preživeti (na primer ekonomski), označeni kot nelegitimni.

Za drugi, tretji in peti tvit v skupnosti 4 (Tabela 16) se zdi, da temeljijo na preseganju negativnih stereotipov o migrantih. V drugi objavi je ločnica med »nami« in »njimi« zamajana prek paradoksa, po katerem se (nasilni) pripadniki dominantne družbe zgražajo nad (nenasilnimi) migranti. Takšen diskurz izpostavi njihovo dvojno moralo in spodkopava legitimnost stereotipnega prikazovanja migrantov kot nasilnih. Peta objava temelji na kritiki nepripravljenosti držav, da sprejmejo migrante. Izpostavljena je Hrvaška, za katero je navedeno, da ima dovolj kapacitet za nastanitev določene skupine ljudi (»turisti«), ne zmore pa poskrbeti za bistveno manjšo skupino oseb (»begunci«). Na prvi pogled gre za humanitarni diskurz, ki izpostavlja neenakost obravnave dveh skupin ljudi. Vendar pa bi bilo objavo mogoče razumeti tudi kot stereotipno, saj je izpostavljanje »odgovornosti« Hrvaške za sprejem migrantov morda namenjeno temu, da te obveznosti potem ne bi bilo treba prevzeti Sloveniji. Tretji tvit je mogoče razlagati kot kritiko stereotipnega medijskega in političnega diskurza, ki temelji na »štetju prebežnikov« in kvantifikaciji stroškov posameznega migranta (vključno z otroki). Diskurz, ki je predmet kritike v tvitu, migracije reducira na ekonomsko breme, s čimer spregleda njihovo humanitarno razsežnost, migrante pa dehumanizira, saj jih obravnava kot strošek, ne pa kot ljudi. Nobeden izmed petih najbolj retvitanih tvitov v skupnosti 4 ne vsebuje hiperpovezav do vsebin iz množičnih medijev.

Prvi, drugi in peti tvit v skupnosti 5 (Tabela 16) prikazujejo vladno statistiko prihoda oseb v Slovenijo. Prvo objavo smo že obravnavali v sklopu dvajsetih najpogostejše retvitanih tvitov na ravni celotne razprave. Kot smo že izpostavili, so tovrstne statistike problematične, saj navajajo le delež »žensk in mladoletnikov«. S tem se predpostavlja, da preostali delež predstavljajo polnoletni moški, kar jih umešča v kategorijo »neupravičenih« migrantov, v nasprotju z »upravičenimi« ženskami in mladoletniki, ki jim spol sploh ni pripisan. Prihod polnoletnih moških se obravnava kot neupravičen, saj se predpostavlja, da bi morali ostati doma in se boriti v vojni za domovino. Navajanje narodne pripadnosti hkrati odpira možnost ugibanja, da morda ne prihajajo vsi migranti iz držav, v katerih poteka vojna, s čimer se dodatno krepi prepričanje o njihovi »neupravičenosti« do zaščite.

Tretji tvit v skupnosti 5 (Tabela 16) lahko interpretiramo na najmanj tri načine. Lahko ga razumemo kot poskus preseganja negativnih stereotipov o

migrantih kot pasivnih prejemnikov pomoči, saj tudi sami lahko ponudijo pomoč. Po drugem načinu lahko tvit razlagamo stereotipno, kot prikaz primera »dobrega« migranta, ki je »hvaležen« za ponujeno pomoč. Tretja razlaga pa izhaja iz ironičnega pripisa »Vzamite, vam bo prav prišlo«, ki je namenjen temu, da se posmehuje novinarju. S tem se sočutna gesta spremeni v poskus delegitimacije novinarja in njegovega medijskega poročanja.

Četrti tvit v skupnosti 5 (Tabela 16) izpostavlja srečanje tedanjega slovenskega in hrvaškega predsednika vlade pred zasedanjem Evropske komisije. V objavi se pojavi stereotipna metafora »migracijski val«, iz katere je razvidno, da je slovenska vlada migrante obravnavala kot »ekonomske migrante« (in ne denimo kot »begunce«). Nobeden izmed petih najbolj retvitanih tvitov v skupnosti 5 ne vsebuje hiperpovezav do vsebin množičnih medijev.

Prvi tvit v skupnosti 6 (Tabela 16) temelji na preseganju negativnih stereotipov o migrantih. V nasprotju z nekaterimi doslej obravnavanimi primeri, v katerih je prisotno nekritično enačenje migrantov s teroristi, je v tem primeru izpostavljeno, da lahko ravno stigmatizacija migrantov, ki jo izvaja dominantna družba, poveča verjetnost za pojav radikalizma. Pripadniki dominantne družbe so v objavi nagovorjeni v drugi osebi množine (»ga boste«, »ko boste«), s čimer se pozornost z migrantov kot domnevne grožnje preusmeri na družbene pogoje, ki takšno grožnjo sploh omogočajo.

Drugi, tretji in četrti tvit v skupnosti 6 (Tabela 16) temeljijo na sekuritizacijskem okviru. V prispevku, ki je prek hiperpovezave dostopen v drugem tvitu, se omenjeni okvir kaže v elementu militarizacije migracij in nadzora nad mejami: »Vlado pozivajo, da po avstrijskem vzoru poostri mejni nadzor in na meje pošlje tudi vojsko, obenem pa izražajo razočaranje na pomanjkanjem vizije EU pri reševanju migrantske krize« (Uredništvo, 2015c). Element zaščite mej se umešča tudi v nacionalistični diskurz. Tretji tvit predstavlja kritiko slovenske vlade, ki naj bi državljane zavajala z zatrjevanjem, da migranti ne predstavljajo varnostne grožnje, čeprav »aktivirajo pomožne policijske sile in zaseda svet za nacionalno varnost«. Elementi sekuritizacijskega okvira se kažejo v omembi represivnega aparata države in ustvarjanju občutka izrednih razmer.

Prispevek v četrtem tvitu v skupnosti 6 (Tabela 16) predstavlja komentarje spletnega portala Domovina na odgovore na deset najpogostejše zastavljanih vprašanj glede zbiranja podpisov za izvedbo referendumu o dodelitvi dodatnih pooblastil vojski pri varovanju meje, ki jih je na svoji spletni strani objavil RŠ. Medtem ko RŠ množični prihod migrantov umešča v humanitarni

okvir, znotraj katerega izraža nasprotovanje podelitvi dodatnih pooblastil vojski, pa je diskurz spletnega portala Domovina usmerjen v varnostno pojmovanje migracij:

Poenostavljanje begunske krize zgolj na humanitarno vprašanje pa si morda lahko privošči Radio Študent kot organizacija brez vsakršne odgovornosti za situacijo v Sloveniji, medtem ko je naloga politične oblasti v prvi vrsti zagotavljati varnosti in dobrobiti države ter njenih državljanov (Uredništvo, 2015b).

V besedilu se legitimiranje sekuritizacijskega okvira vzpostavlja prek razlikovanja med »odgovornim« in »neodgovornim« pristopom k upravljanju migracij. Sekuritizacijski okvir je predstavljen kot odgovoren in politično zrel, medtem ko je humanitarni okvir označen kot neodgovoren in naiven. Pojmovanje migracij je reducirano na izbiro med tema dvema pristopoma. Tako se skuša delegitimirati humanitarno pojmovanje migracij in zapreti prostor za druge morebitne interpretacije migrantskega dogajanja.

Peta objava v skupnosti 6 (Tabela 16) uporabnike na Twitterju vabi k branju prispevka o pisateljici Sabatini James, »katere življenje zaznamuje spreobrnjenje iz islama v krščanstvo« (Uredništvo, 2015d). Njena življenjska pot je v prispevku prikazana kot »zgodba o pogumu«, kar reproducira stereotip, da je izstop iz islama in sprejem krščanstva dejanje, ki zahteva poseben pogum. Poleg tega pa se pojavljajo še drugi stereotipi, na primer: »Po njenem mnenju je sporna tudi politična ocena begunske krize. Pravi, da se večina muslimanov, ki prihajajo v Nemčijo, ne namerava integrirati« (Uredništvo, 2015d). Objava je stereotipna, ker gre za osebno pričevanje, v katerem je prisotna generalizacija, po kateri vse migrante muslimanske veroizpovedi predstavlja kot skupino, ki se ne želi »integrirati«. Še pomembnejša pa je identiteta govorce, nekdanje muslimanke, torej osebe, ki je pripadala družbeni skupini, o kateri govori. To ji daje navidezno legitimnost, da njena trditev velja za resnično in verodostojno, saj je ne izreka oseba, ki pripada dominantni družbi, ampak nekdo, ki je nekoč pripadal omenjeni veroizpovedi.

Drugi, četrti in peti tvit v skupnosti 6 (Tabela 16) vsebujejo hiperpovezavo do vsebin, objavljenih na portalu Domovina. Za vse tri objave je značilno, da izražajo strinjanje s priloženimi prispevki, ki so bili ustvarjeni isti dan kot uporabniške objave na Twitterju.

7 RAZPRAVA

Izhajajoč iz treh ravni (uporabniki, objave, omrežje), smo migracijsko razpravo na Twitterju proučevali na podlagi treh raziskovalnih vprašanj: kdo so najaktivnejši in najvplivnejši uporabniki (RV 1), katere objave in hiperpovezave so najviralnejše (RV 2) ter kakšna je struktura komunikacijskih povezav med uporabniki (RV 3).

V sklopu RV 1 je analiza pokazala, da je večina najaktivnejših uporabnikov javno neznanih in anonimnih. Nasprotno pa so med najvplivnejšimi uporabniki predvsem profili množičnih medijev (na primer novinarji, uredniki, uradni uporabniški profili medijev) in predstavniki parlamentarne politike (na primer poslanci, politične stranke). Večina najvplivnejših uporabnikov je povezana z »desnim« političnim omrežjem.

V okviru RV 2 smo ugotovili, da je med najpogostejše retvitanimi tviti mogoče prepoznati dve skupini objav. Prva, večja skupina reproducira negativne stereotipe o migrantih in se uvršča v sekuritizacijski okvir. Drugo, manjšo skupino sestavljajo objave, ki skušajo izpodbijati diskriminatorne diskurzivne prakse. Za to skupino je v splošnem značilno, da ne vzpostavlja avtonomnega promigrantskega diskurza zunaj prevladujočega sekuritizacijskega okvira, temveč predstavlja odziv nanj.

Analiza hiperpovezav je razkrila, da med najpogostejše retvitanimi domenami prevladujejo domene slovenskih množičnih medijev, medtem ko tuji viri informiranja niso prisotni. Poleg tega med najviralnejšimi vsebinami ni mogoče zaslediti »alternativnih« virov informiranja, kot so spletne strani nevladnih

in humanitarnih organizacij. Glede na število retvitov se največkrat pojavijo hiperpovezave »desno« usmerjenih množičnih medijev.

V okviru analize hiperpovezav so bili prepoznani trije tipi viralnosti: »asimetrična«, »omejena« in »konsistentna«. Za »asimetrično« viralnost so značilne domene s posameznimi izstopajočimi tviti z visokim številom retvitov, medtem ko večina drugih tvitov prejme malo pozornosti. »Omejena« viralnost označuje domene, katerih tviti dosegajo razmeroma nizko stopnjo retvitanja, brez izrazitih »eksplozivnih izjem« kot v primeru »asimetrične« viralnosti. Za »konsistentno« viralnost pa so značilne majhne razlike v številu retvitov znotraj posamezne domene, pri čemer je stopnja retvitanja razmeroma visoka (višja kot pri »omejeni« viralnosti), vendar brez »eksplozivnih izjem«, značilnih za »asimetrično« viralnost.

KDA tvitov in vsebin, ki so dostopne prek hiperpovezav, je razkrila, da je za vsebine, ki sodijo pod »asimetrično viralnost«, značilno izrazito stereotipno in negativno prikazovanje migrantov. Prevladuje sekuritizacijski diskurz, ki se manifestira prek ustvarjanja moralne panike, politike strahu, izrednih razmer, katastrofičnosti, nujnosti in ogroženosti. Teme so predstavljene senzacionalistično, s pretiravanjem in močnim poenostavljanjem, pri čemer je v ospredju odkrito nenaklonjen odnos do migrantov. Prisoten je tudi humanitarni diskurz, ki je instrumentaliziran z namenom utrjevanja sekuritizacijskega pogleda na migracije. »Omejena« viralnost prav tako sledi stereotipnemu in negativnemu prikazovanju migrantov s poudarjenim sekuritizacijskim okvirom, vendar se pri tem izogiba moralni paniki, politiki strahu, škandalizaciji in senzacionalizmu, saj si prizadeva ohranjati videz »profesionalnosti« in »nevtralnosti«. Za »omejeno« viralnost je značilen tudi humanitarni diskurz, ki ni instrumentaliziran z namenom utrjevanja sekuritizacijskega pogleda na migracije, temveč nastopa kot samostojen okvir razprave, ki poziva k humanitarni pomoči za migrante. Za vsebine v okviru »konsistentne« viralnosti pa je značilno, da se zavestno izogibajo prevzemanju in reproduciranju negativnih stereotipov o migrantih; namesto tega prepoznajo, razkrivajo in razgrajujejo diskriminatorni migracijski diskurz. Pri tem pa, podobno kot pri humanitarnem diskurzu v primeru »omejene« viralnosti, ne gre samo za odziv na prevladujoč sekuritizacijski diskurz, ampak tudi za vzpostavljanje avtonomnega promigrantskega diskurza, ki nastaja neodvisno od sekuritizacijskega pojmovanja migracij.

Analiza omrežja retvitov, ki smo jo opravili v sklopu RV 3, je razkrila obstoj šestih večjih skupnosti uporabnikov. Skupnost 1 sestavljajo različne javne osebe, ki nasprotujejo negativnemu in enoznačnemu prikazovanju migrantov.

Čeprav v njej ne nastopajo »levi« politični akterji, omenjena skupnost zavzema »simbolno« »levo« pozicijo, saj nasprotuje prevladujočemu negativnemu in stereotipnemu prikazovanju migracij ter hkrati vzpostavlja avtonomen promigrantski diskurz onkraj sekuritizacijskega okvira. Skupnost 2 je omrežje stranke SDS. Skupnost 3 se nanaša na omrežje televizijske hiše POP TV, skupnost 4 pa zajema javno neznane in anonimne uporabnike. V skupnosti 5 prevladujejo uporabniki, povezani s takratno vladno stranko SMC in časopisom Večer. V skupnosti 6 pa najdemo uporabnike, povezane s politično stranko NSi. Analiza je pokazala, da je omrežje, ki »simbolno« zavzema »levo« pozicijo, najštevilnejše, medtem ko je »desno« politično omrežje najvplivnejše in najaktivnejše, saj so njegovi člani objavili največ retvitov.

Za skupnost 1 so značilni poskusi preseganja negativnih stereotipov o migrantih ter vzpostavljanja avtonomnega promigrantskega in humanitarnega diskurza. V njej prevladujejo vsebine, ki se uvrščajo pod »omejeno« in »konsistentno« viralnost. Nasprotno pa skupnosti 2 in 6 določa sekuritizacijski okvir s poudarjenim stereotipnim in negativnim prikazovanjem migracij, pri čemer se objave umeščajo med »asimetrično« in »omejeno« viralnost. V primeru skupnosti 3, 4 in 5 je težko opredeliti enoten migracijski diskurz, saj so prisotni tako negativni in stereotipni načini prikazovanja migracij kot tudi poskusi njihovega preseganja.

Na osnovi vizualizacije omrežja smo ugotovili, da uporabniki iz skupnosti 1 in 2 med seboj ne komunicirajo. Poleg tega v obeh skupnostih prevladujeta diametralno nasprotna diskurza, kar kaže na sledove polarizacije. Uporabniki skupnosti 2 so komunicirali predvsem med seboj in le redko z uporabniki iz drugih skupnosti (v vizualnem prikazu omrežja so jim najbližje uporabniki iz skupnosti 6). Skupnost 2 je tako vzpostavila zaprto odmevno komoro, hkrati pa so njeni člani ustvarili največ retvitov. Nasprotno je za uporabnike iz vseh preostalih skupnosti značilno, da pogosteje komunicirajo med seboj, zaradi česar lahko govorimo o sledovih pluralizacije omrežja.

7.1 Interpretacija glavnih ugotovitev

Ena izmed osrednjih predpostavk modela hibridnega medijskega sistema, kot ga je opredelil Chadwick (2013, 2017), pravi, da je digitalna medijska sfera odprla prostor za demokratizirano komunikacijo, saj lahko objave ustvari vsakdo, ne glede na institucionalno pripadnost ali družbeni položaj. Na prvi pogled se zdi, da to pomeni večjo pluralnost glasov in enakopravnejši dostop

do javne razprave. To predpostavko smo problematizirali na osnovi kritične teorije medijev in komuniciranja (Smrdelj in Pajnik, 2025), empirično pa smo jo izpodbili tudi z našo analizo, v kateri smo pokazali, da možnost participacije še ne pomeni dejanske redistribucije moči v digitalni medijski sferi. Ugotovili smo, da osrednje glasove v razpravi še vedno predstavljajo akterji močne javnosti. Naša ugotovitev je skladna z zaključki številnih drugih analiz (na primer Bennett, 2016; Ferra in Nguyen, 2017; Siapera idr., 2018), ki podobno ugotavljajo, da predstavniki množičnih medijev in parlamentarne politike prevladujejo na Twitterju.

Nekatere raziskave še posebej izpostavljajo množične medije kot najvplivnejše uporabnike v spletnih razpravah (na primer González-Bailón idr., 2013; Cha idr., 2010; Doğu, 2017; Kwak idr., 2010), kar je pomembna ugotovitev z vidika proučevanja komunikacijskih razmerij v hibridni perspektivi, saj potrjuje, da so se množični mediji uspešno prilagodili digitalnemu okolju in v njem ohranili svojo dominantno vlogo. Tudi naša analiza je pokazala, da so množični mediji prevladovali med najvplivnejšimi uporabniki, hkrati pa so njihove vsebine na ravni hiperpovezav zasedale osrednje mesto. Oboje nakazuje, da so bili množični mediji pomemben prednostni določevalcec tem v migracijski razpravi in da so se uspešno prilagodili medijski logiki Twitterja, ki so ga izkoristili kot kanal za širjenje lastnih vsebin. S tem smo postavili pod vprašaj predpostavko, da družbeni mediji ogrožajo hegemonijo množičnih medijev na področju informiranja o družbenem dogajanju, saj naj bi uporabniki na družbenih medijih posredovali hiperpovezave tudi do drugih virov informiranja, ki niso vezani na vsebine množičnih medijev (Artwick, 2012). Na primeru obravnave hiperpovezav smo pokazali, da to ne drži, saj več kot polovico objav dvajsetih najpogostejše retvitanih domen predstavljajo vsebine množičnih medijev. Naše ugotovitve so tako skladne z rezultati raziskav na področju medmedijskega prednostnega tematiziranja (na primer Conway idr., 2015; Rubio García, 2014; Vargo idr., 2015), ki so podobno pokazale, da množični mediji s svojimi vsebinami vplivajo na razprave na družbenih medijih.

Vendar pa moramo na tem mestu razmislek nadaljevati z opozorilom, da se rezultati naše raziskave nanašajo na leto 2015. Deset let pozneje je stanje precej drugačno. Kot so pokazale zadnje ameriške predsedniške volitve, v ZDA narašča spremljanje podkastov, katerih oddaje pogosto dosegajo večmilijonsko poslušanost in gledanost, kar presega številke tradicionalnih televizijskih postaj. Predvidevamo lahko, da to verjetno nakazuje premik od tradicionalnih množičnih medijev k novim kulturnim formam, kot so podkasti, ki vse bolj prevzemajo vlogo prednostnih določevalcev tem. Eden od razlogov za ta

premik je pandemija SARS-COV-2, ki je ustvarila plodna tla za razmah podkastov: tehnično jih je bilo enostavno snemati, hkrati pa so ponudili prostor kritikam ukrepov, cepiv in uradne politike, ki v osrednjih medijih niso imele prostora. K njihovem uspehu je verjetno prispevalo tudi širjenje nezaupanja v »mainstream« medije, ki jih »desni« populistični politiki kritizirajo kot »pristranske« in »elitistične« (Strömbäck in Åkerlund, 2025). Tako so podkasti postali osrednji komunikacijski kanal za Donalda Trumpa. Pomembno je tudi, da v ameriškem prostoru podkasti, za razliko od tradicionalnih medijev, niso regulirani s strani Zvezne komisije za komunikacije, kar pomeni, da imajo več možnosti za širjenje dezinformacij (Sajovic, 2025). Seveda pa se vse naštetu nanaša na ameriški kontekst, zato bi bilo v prihodnje smiselno preveriti, kako se procesi prednostne obravnave tem transformirajo v slovenski digitalni medijski sferi.

Če se vrnemo k našim ugotovitvam, lahko nadalje izpostavimo, da med množičnimi mediji v pričujoči analizi izstopajo prav tiskani mediji, ki so s svojimi spletnimi portali dosegli vidno mesto v migracijski razpravi na Twitterju. V času, ko naklade tiskanih izdaj upadajo, lahko predvidevamo, da tiskani mediji iščejo nove kanale dostopa do publike in da je raba družbenih medijev del njihove strategije ohranjanja vpliva. Na osnovi tega lahko sklepamo, da se časopisni tisk kot materialna, fizična oblika zmanjšuje, saj naklada tiskanih medijev v splošnem upada, se pa časopis kot zvrst prilagaja digitalni medijski sferi, kjer pridobiva nove oblike, na primer kot spletni novičarski portal (Bhuller idr., 2024).

Na drugi strani smo ugotovili, da med dvajsetimi najbolj retvitanimi tviti ne prevladujejo uporabniki in vsebine, povezane z množičnimi mediji. Poleg tega večina izmed dvajsetih najbolj retvitanih tvitov ni vsebovala hiperpovezav do drugih spletnih mest, zgolj dva pa sta vsebovala povezavo do vsebin množičnih medijev. Hipotetično lahko to razumemo kot posledico logike ekonomije pozornosti, pri kateri je cilj družbenega medija uporabnika čim dlje zadržati na platformi. Daljša kot je uporabnikova prisotnost, več je metapodatkov, ki jih je mogoče prodati oglaševalcem z namenom, da izvajajo ciljano oglaševanje (Fuchs, 2021). Predpostavimo lahko, da je Twitter prednostno prikazoval objave brez hiperpovezav, saj bi te pomenile preusmeritev uporabnikov na zunanje spletne strani, s čimer bi zmanjšale njihovo zadržanost na platformi. Možno pa je tudi, da algoritmično prednostno prikazovanje vsebin ni imelo pomembne vloge in da so uporabnike preprosto bolj pritegnile tiste objave, ki niso bile v vlogi posredovanja drugih vsebin. Na Twitterju je bilo leta 2015 v ospredju načelo sledenja drugemu uporabniku, iz česar je mogoče sklepati,

da uporabniki določenemu uporabniku sledijo zato, ker jih zanimajo njegove objave, ne pa objave, ki jih usmerjajo stran od platforme. Seveda pa obe interpretaciji, tako prvo, ki predpostavlja, da je Twitter prednostno prikazoval vsebine brez hiperpovezav, kot drugo, kjer je v ospredju vloga uporabniške aktivnosti, obravnavamo hipotetično in bi ju morali dodatno preveriti v nadaljnjem raziskovanju.

Naša analiza je pokazala, da se v razpravi na eni strani pojavljajo »starejši« množični mediji, ki so obstajali že pred pojavom digitalne medijske sfere in jih lahko razumemo kot »mainstream« oziroma »legacy« medije. Njihov normativni cilj je zagotavljanje »objektivnosti«, »nepristranskosti«, »nevtralnosti« in »sredinskosti« v odnosu do različnih političnih usmeritev pri posredovanju informacij. Vsi takšni mediji v našem vzorcu so komercialni, mednje pa sodijo tudi javni in neodvisni mediji. Poleg »starejših« smo zaznali tudi »novejše« množične medije, ki so nastali kasneje, večinoma kot strankarski oziroma »desno« usmerjeni mediji, ki svojih ideoloških agend ne skrivajo za normativnim idealom »nevtralnosti« in »nepristranskosti«.

Prisotnost »starejših« množičnih medijev, ki so bili v javnosti prepoznavni že pred pojavom družbenih medijev (na primer POP TV, Delo, Večer, Dnevnik), je mogoče pojasniti s politično-ekonomskim pristopom k proučevanju spleta 2.0. Tukaj sledimo Hermanu in Chomskemu (2008, str. 17), ki navajata, da so bili na spletu 2.0 uspešni predvsem tisti medijski akterji, ki so bili že predhodno uveljavljeni na medijskem trgu, saj so imeli dovolj ekonomskega kapitala in veliko publiko, ki so jo nagovorili tudi v digitalni medijski sferi. Neuveljavljeni akterji brez zadostnega ekonomskega, kulturnega in socialnega kapitala so namreč težje izkoristili logiko sodobnih hibridnih medijev, saj niso imeli potrebnih virov, znanja in publike, s katerimi razpolagajo uveljavljeni medijski akterji (Smrdelj in Pajnik, 2025). Tako so »starejši« medijski akterji (na primer že omenjeni časopisni mediji) v digitalni sferi prepoznali priložnost, da razširijo svoj vpliv in si s prilagoditvijo na nove pogoje zagotovijo preživetje.

Vendar pa, kako pojasniti, da osrednje položaje v migracijski razpravi zasedajo tudi »novejši« medijski akterji, predvsem »desno« usmerjeni mediji, kot sta medijska hiša Nova24TV in spletni portal Domovina? Oba sta bila ustanovljena v istem letu, ko se je v Sloveniji odvijala migrantska »kriza«, in zato nista imela predhodno uveljavljenega položaja v slovenski digitalni medijski sferi. Menimo, da lahko njuno izpostavljenost v migracijski razpravi pojasnimo predvsem z organiziranimi komunikacijskimi praksami »desničarskega« omrežja. Amon Prodnik (2016) na primeru proučevanja politične

komunikacije slovenskih političnih strank ugotavlja, da je stranka SDS za svoje člane organizirala izobraževalne tečaje o uporabi družbenih medijev za promocijo stranke, pri čemer so izobraževanje izvajali člani njihovega osebja. Glede na to, da se oba medija politično opredeljujeta kot »desno« usmerjena, lahko predvidevamo, da so med ustvarjalci njunih vsebin ter med njunimi bralci tudi podporniki in člani stranke SDS, ki so morda organizirano delili njihove objave (tega sicer ne moremo z gotovostjo potrditi, zato to domnevo obravnavamo kot hipotetično in jo puščamo odprto za nadaljnje raziskovanje). Z našim predvidevanjem je skladna tudi raziskava Weeksa in Holberta (2013), ki je pokazala, da politično profilirani uporabniki z večjo verjetnostjo širijo vsebine, ki so skladne z njihovimi prepričanji, kot pa politično neopredeljeni posamezniki. To pojasnjuje tudi naše ugotovitve pri proučevanju najbolj retvitanih domen, kjer so bile domene »desno« usmerjenih množičnih medijev pogostejše retvitane kot druge. Zanimivo pa je, da v tem primeru ni prisoten stabilen vzorec retvitanja kot pri »konsistentni« viralnosti, temveč se pojavljajo posamezne »eksplozivne« izjeme, medtem ko drugi tviti dosežejo manjši doseg. Dobra organiziranost omrežja je torej podlaga za to, da je v splošnem ustvarjenih več retvitov, vendar pa še ne pomeni, da bodo vse objave dobile visoko število retvitov in da bodo tudi retvitane zunaj določene politične skupnosti v omrežju. Pri »konsistentni« viralnosti je retvitnost bolj stabilna pri vseh objavah, vendar pa je izhodiščnih objav bistveno manj kot pri domenah v sklopu »asimetrične« viralnosti.

Čeprav je organizirano komunikacijsko delovanje »desnega« političnega omrežja, ki se kaže na primer v tem, da je skupnost 2, ki predstavlja omrežje stranke SDS, ustvarila največ retvitanih objav med vsemi skupnostmi, eden izmed glavnih razlogov za visoko izpostavljenost »desno« usmerjenih uporabnikov, pa menimo, da moramo za bolj celostno razumevanje prevlade »desnice« v analizirani razpravi upoštevati tudi druge, bolj strukturne razloge.

Ko izpostavljamo prevlado »desnega« političnega omrežja, moramo najprej poudariti, da ne želimo samoumevno predpostavljati, da bi morala migracijska razprava na Twitterju nujno odsevati strankarske konflikte oziroma da bi se moralo o migracijah razpravljati znotraj okvirov, ki jih načrtuje parlamentarna politika. Želimo se izogniti temu, da bi reproducirali samoumevnost razumevanja migracij, kot so pojmovane znotraj strankarskega, parlamentarnega okvira. Kljub temu pa je treba pojasniti, da so mediji (še posebej tradicionalni množični mediji) pogosto delovali kot »ustniki« (Wood in King, 2001, str. 22) vplivnih družbenih skupin, med katere sodijo tudi predstavniki parlamentarne politike. Tako je bilo že v številnih raziskavah o migracijah

v medijih (na primer Jalušič, 2001; Luthar, 2017) ugotovljeno, da medijski diskurz pogosto prevzema politični diskurz. Namesto da bi ga predstavil kot enega izmed možnih načinov razumevanja migracij, ga prikaže kot samoumevno in edino možno interpretacijo dogajanja. To je zelo jasno pokazala Luthar (2017), ki je v analizi oddaje Odmevi ugotovila, da je bila razprava o migracijah reducirana na poglede, ki jih zagovarja strankarska politika, pri čemer je daleč največ prostora dobila »desna« politična opcija, in to na javni televiziji. Čeprav v našem primeru obravnavamo migracijsko razpravo na Twitterju, ki ni zavezana uredniški selekciji, kot je v množičnih medijih, in kjer ima vsakdo možnost izraziti svoje mnenje, smo v analizi prepoznali podobno logiko strankarskega antagonizma, vendar z nekaterimi pomembnimi razlikami. Politični antagonizem se v razpravi na Twitterju ni odražal kot diskurzivni spopad med »desnimi« in »levimi« parlamentarnimi strankami, temveč kot spopad med »desnimi« političnimi strankami na eni strani in javno znanimi osebami, ki so v migracijski razpravi prevzele »simbolno« pozicijo »levice«, na drugi strani. To je bila pozicija, ki bi jo znotraj parlamentarnih okvirov običajno zagovarjala »levica«, a je bila v migracijski razpravi na Twitterju odsotna in med najvidnejšimi glasovi ni imela predstavnikov. Tako so njihovo vlogo prevzeli neparlamentarni glasovi, ki so nasproti prevladujočemu sekuritizacijskemu okviru, ki ga je zarisovala »desnica«. Pri tem se antagonizem med »desnim« razumevanjem migracij, večinoma utemeljenim v sekuritizaciji, in »nedesnim« razumevanjem migracij, ki je temeljilo na poskusih preseganja negativnih stereotipov o migrantih ter vzpostavljanju avtonomnega humanitarnega diskurza, ni kazal kot neposreden spopad, v katerem bi uporabniki iz različnih skupnosti med seboj razpravljali ali si odkrito nasprotovali. Kot smo že pojasnili, med skupnostjo 1 in skupnostjo 2 skorajda ni bilo neposrednih komunikacijskih interakcij. Antagonizem se je zato manifestiral tako, da so se uporabniki iz skupnosti 1 sicer odzivali na stereotipno prikazovanje migracij, vendar ne na konkretne objave ali posameznike, temveč so širše naslavljali stereotipne in sekuritizacijske načine razumevanja migracij.

Čeprav menimo, da je predstavljeni antagonizem predvsem posledica medijskih zmožnosti Twitterja, ki jih bomo podrobneje predstavili v nadaljevanju, pa smo hkrati mnenja, da moramo prevlado »desne« politične opcije ter odsotnost parlamentarne »levice« in drugih družbenih skupin, ki lahko ponudijo »alternativne« interpretacije migrantskega dogajanja onkraj »strankarskih« pogledov (na primer nevladne in humanitarne organizacije), tematizirati tudi na podlagi širših strukturnih premikov znotraj okvira legitimne javne razprave

na področju parlamentarne politike v zadnjih desetletjih. Ti premiki se nanašajo na proces normalizacije »desne« politične agende, ki se vse bolj premika v sredino okvira legitimne javne razprave, istočasno pa prihaja do marginalizacije in izrivanja »leve« politične agende, ki je vse bolj potisnjena na rob. Opisani premiki so najbolj očitno kažejo v spremembi percepcije določenih političnih zahtev. Parlamentarni politični diskurz, ki je bil še pred nekaj desetletji pojmovan kot »socialdemokratski« (na primer boj za javno zdravstvo, javno šolstvo, delavske pravice in na splošno osnovne človekove pravice), je danes lahko označen kot »radikalen«, »socialističen«, celo »komunističen«, predvsem s strani »desnih« političnih opcij, ki zaradi vse večje legitimne pozicije v okviru javne razprave uspešno vsiljujejo lastno definicijo političnega nasprotja med »levico« in »desnico« (na primer takratni diskurz stranke ZL, ki je bila v obdobju migrantske »krize« v parlamentu, vendar se ne pojavi med najvidnejšimi glasovi v analizirani razpravi na Twitterju, bi bil pred pol stoletja lahko označen za »socialdemokratskega«, v sodobnosti pa je lahko pojmovan kot »radikalen«) (Dolar, 2021; Lane, 2023).

Razlogi za opisane strukturne spremembe so verjetno vsaj do neke mere povezani z neoliberalno preobrazbo družbenih razmerij na Zahodu v 70. in 80. letih prejšnjega stoletja. Menimo, da pomemben del tega procesa predstavlja pristajanje socialdemokratskih strank na neoliberalni konsenz, kar je postopoma vodilo v oblikovanje politično homogenega prostora, v katerem se pluralizem glasov vse bolj ožal. »Levičarski« pogledi, ki so zavračali neoliberalni okvir, so bili vse bolj izrinjeni iz okvirja legitimne javne razprave znotraj parlamentarnega mainstreama, njihove diskurzivne pozicije pa je začel vse bolj prevzemati nevladni sektor, predvsem civilnodružbena gibanja in iniciative, ki se zavzemajo za pravice (na primer delavske pravice, socialno državo) onkraj neoliberalnega konsenza, vendar zunaj okvirja parlamentarne razprave. Medtem pa je parlamentarna politika vse bolj postajala domena neoliberalne (in s tem pa tudi »desne«) agende (Dolar, 2021; Lane, 2023; Mouffe, 2005, 2013, 2018; Smrdelj, 2024b).

Čeprav so se opisani procesi razvijali predvsem v Zahodnih državah, pa menimo, da je podobne trende mogoče prepoznati tudi v slovenskem postsocialističnem kontekstu. V sodobni Sloveniji »progresivne« in feministične organizacije, kot je Inštitut 8. marec, v javni razpravi vse bolj prevzemajo vlogo nosilcev »leve« politične pozicije, kar potrjujejo njihove številne pobude (na primer kampanja za pitno vodo, zagovarjanje reproduktivnih pravic ter boj proti nasilju nad ženskami in družbenimi manjšinami na splošno). Politični konflikt se v osnovi ne uprizarja več med parlamentarnimi strankami

na »levici« in »desnici«, temveč med »desnimi« parlamentarnimi političnimi akterji na eni strani in nevladnimi organizacijami oziroma širšimi civilnodružbenimi iniciativami na drugi. To je postalo še posebej očitno v času epidemije SARS-CoV-2, ko se je antagonizem med vlado, ki jo je vodila stranka SDS, in opozicijo vzpostavil na relaciji vlada – civilna družba, ne pa na ravni parlamentarnega mainstreama med »levimi« in »desnimi« strankami.

Navedeni trendi se zrcalijo tudi v širši strukturi javne razprave in so se prenesli v migracijsko razpravo na Twitterju, ki je bila predmet pričujoče analize. Kot smo pokazali, v njej umanjajo »levi« politiki. Dodatna posebnost našega primera pa je, da »praznine« na »levici« ne zapolnjujejo »progresivne« organizacije in gibanja, temveč javno znane osebnosti, ki se same po sebi politično ne borijo za migracije, ampak zgolj izražajo promigrantska stališča. Razloge za odsotnost predstavnikov »levih« strank in civilnodružbenih akterjev lahko iščemo v medijskih zmožnostih Twitterja, ki se ne nanašajo zgolj na njegove strukturne, objektivno določene lastnosti delovanja, temveč tudi na subjektivno percepcijo platforme v širši javnosti, ki vpliva na to, kdo vstopa vanj, kako se uporablja ter katere vsebine imajo vidnost in legitimnost. Namreč, v slovenskem kontekstu se Twitter pogosto dojema kot izrazito »desen« medij, kar potrjuje tudi naša empirična analiza, ki kaže prevlado »desno« usmerjenih akterjev. »Levičarski« politični in civilnodružbeni akterji so tako v obdobju migrantske »krize« verjetno ocenili, da bi bila participacija v takšnem komunikacijskem kontekstu neučinkovita in ne bi prinesla pomembnih premikov oziroma rezultatov. Razpravo je namreč instrumentaliziralo dobro organizirano »desno« politično omrežje, ki je imelo »prednost« v razpravi tako zaradi same logike delovanja Twitterja kot tudi zaradi svoje organiziranosti, saj so platformo uporabljali načrtno in strateško za podporo lastni politični opciji. Veljavnost navedene predpostavke bi bilo treba podrobneje proučiti, na primer s polstrukturiranimi intervjuji, prek katerih bi lahko raziskali razloge, zakaj predstavniki »levo« usmerjenega omrežja niso bili (ali morda še vedno niso) vključeni v razpravo na Twitterju. Ob tem poudarjamo, da pri teh premišljevanjih ne izhajamo iz predpostavke, da bi morali biti »levičarski«, »progresivni« akterji nujno prisotni na družbenih medijih. Naš cilj ni normativna sodba o tem, kako naj bi politični ali civilnodružbeni akterji delovali, temveč analitično iskanje razlogov, zakaj v obravnavanem primeru njihovega glasu ni bilo mogoče zaznati. Poleg tega moramo upoštevati, da smo analizirali razpravo iz leta 2015, ko Inštitut 8. marec v javni sferi še ni imel vidne vloge. Organizacija je bila sicer ustanovljena prav v tistem letu, a je šele kasneje postala eden najbolj prepoznavnih »progresivnih« civilnodružbenih akterjev

v Sloveniji. Danes velja za osrednjo »levičarsko« organizacijo, ki je uspešno vstopila v digitalno medijsko sfero, kjer spretno uporablja družbene medije za uveljavljanje svojih političnih ciljev. V tem smislu bi bilo smiselno ponovno analizirati strukturo razprave v digitalni medijski sferi in proučiti trenutne manifestacije (političnih) antagonizmov, vendar ne zgolj na primeru migracij, temveč širše. Namesto da bi se osredotočili na eno »krizo«, kot je migrant-ska, bi bilo danes relevantneje proučevati kontekst »polikriz« (Schwartz idr., 2025), ki pomeni intersekcijo različnih »kriz«, kot so pandemija, ekološke katastrofe (na primer poplave, vročinski valovi) in vojne (v Ukrajini, Gazi in drugod). Ob tem pa je treba upoštevati še to, da se razprave selijo tudi na nove platforme, kot je TikTok.

Poleg organiziranosti uporabnikov in širših strukturnih premikov v javni razpravi na področju parlamentarne politike lahko prevlado »desnice« in odso-tnost »leve« politične opcije pojasnimo tudi z objektivno določenimi medij-skimi zmožnostmi Twitterja, ki narekujejo pogoje razprave. Kot je pokazala analiza hiperpovezav, se diskurzi na Twitterju ne širijo enako hitro in obsežno, saj so nekateri viralnejši od drugih. To pomeni, da nimajo vse družbene skupi-ne enakih izhodiščnih možnosti za artikulacijo svojih pogledov.

Ena izmed medijskih zmožnosti, ki je v letu 2015 pomembno oblikovala ko-munikacijo ter je za »desnico« verjetno pomenila strukturno prednost pri ustvarjanju in širjenju sporočil, je bila omejenost objav na 140 znakov s presledki. Tovrstna kratka oblika ne omogoča možnosti za vzpostavitev argumen-tirane in izčrpne razprave na določeno temo, ampak pomeni strukturno prilo-žnost za vzpostavljanje in širjenje diskriminatornih diskurzivnih praks, ki so v splošnem značilne za »desno« politično opcijo in »desno« usmerjene medije (Pušnik, 2017). V kratki obliki je lažje oblikovati negativne, populistične, škan-dalozne in stereotipne trditve, vključno z dezinformacijami in viri sumljivega izvora, kot pa razviti argumentirane poglede, ki bi poskušali preseči obstoje-če stereotipe o migrantih. To postavlja promigrantske poglede, zlasti tiste, ki se na protimigrantski diskurz odzivajo s poskusi razlage, zakaj je določe-na izjava problematična, v neenak položaj, saj jim kratka oblika ne omogoča dovolj prostora za argumentacijo. A ne glede na to se je v razpravi vseeno vzpostavil promigrantski diskurz; tako takšen, ki je neposredno naslavljal ne-gativne stereotipe o migrantih, kot tudi avtonomen humanitarni diskurz, ki ni predstavljal odziva na diskriminatorne diskurzivne prakse. A tudi tovrsten promigrantski diskurz se je moral podrediti logiki simplifikacije, da je v raz-pravi lahko postal viden.

Z vidnostjo je povezana tudi naslednja medijska zmožnost, in sicer viralnost, ki temelji na mehanizmih retvitanja, všečkanja in komentiranja. Bolj kot je objava viralna, večjo ekonomsko vrednost ima za Twitter (Fuchs, 2021), pri čemer prednost tako pri prikazovanju kot tudi pri širjenju s strani uporabnikov dobijo prav negativne, škandalozne in spektakelske vsebine, ki najbolj pritegnejo pozornost uporabnikov (Knutson idr., 2024). Zato ni naključje, da so se v naši analizi kot najviralnejši izkazali »desni« mediji in predvsem sekuritizacijski diskurz, ki temelji na moralni paniki, politiki strahu, polarizaciji, škandalizaciji, senzacionalizmu in odkritih protimigrantskih sporočilih.

Pomembno vlogo ima pri viralnosti tudi algoritemsko izpostavljanje vsebin. Algoritmi dajejo prednost vsebinam, ki ustvarjajo več klikov in uporabnike dlje zadržujejo na platformi, kar je v skladu z logiko ekonomije pozornosti (Franck, 2018). Zato obstaja verjetnost, da so bile prav tovrstne vsebine še dodatno izpostavljene (čeprav tega podatka empirično nimamo, tako da lahko to zgolj predpostavljamo). Viralnost smo preverjali prek retvitanja, ki pomeni tehnološko zmožnost za širitev izvirnega sporočila ter obenem njegovo ponavljanje in s tem utrjevanje. To ustvarja učinek odmevne komore, v kateri se retvitajo tviti z enakim ideološkim ozadjem. Videli smo, da Twitter strukturno omogoča oblikovanje takšnih odmevnih komor (zelo izrazit primer tega je skupnost 2), kar vodi v oženje meja javnega dialoga in zmanjševanje pluralizma stališč. S ponavljanjem se sporočila utrjujejo, normalizirajo in legitimizirajo. Tako je v naši razpravi prišlo do normalizacije in reprodukcije okvira sekuritizacije, ki je postal dominanten način razumevanja migrantske problematike na Twitterju, pri čemer ga je najbolj intenzivno perpetuiralo »desno« politično omrežje, čeprav ni bilo edino. Poleg tega je pomembno medijsko zmožnost predstavljala tudi anonimnost, saj je uporabnike spodbujala k izražanju mnenj, ki jih morda ne bi delili, če bi bila njihova identiteta razkrita. V našem vzorcu smo med najaktivnejšimi uporabniki zaznali številne anonimne račune, ki so intenzivno retvitali. Možno je, da so bili nekateri med njimi vključeni v ustvarjanje že omenjene lažne javnosti, katere namen je ustvariti vtis, da ima določena politična stranka, gibanje ali izdelek široko podporo (na primer Chan, 2022). Eden takšnih primerov je bil leta 2021 razkrit pri Alenki Jeraj, poslanki SDS, ki je del sporočila objavila s svojim uradnim uporabniškim imenom, del pa pod lažnim, ki ni razkrival njene identitete (Zupan, 2021). Navedeni primer je pomemben v luči naših ugotovitev, saj uporabnica lažnega računa pripada stranki, katere omrežje se je v naši analizi izkazalo za najaktivnejše.

Preplet součinkovanja vseh naštetih lastnosti je pripeljal do tega, da je škandalozen in odkrito negativen sekuritizacijski diskurz lažje ubesediti in hitreje širiti, medtem ko družbene skupine, ki bi lahko ponudile alternativne interpretacije migrantskega dogajanja (na primer aktivisti iz nevladnih in humanitarnih organizacij), nimajo enakih strukturnih pogojev za sodelovanje v razpravi na Twitterju. S tem se pokaže, da strukturne značilnosti družbenih medijev, kot je Twitter, negativno vplivajo na pogoje za konstruktiven javni dialog. Predstavljena dinamika (na primer kratkost objav, možnost retvitanja sporočil, viralnost objav, anonimnost uporabnikov) je v nasprotju z normativnim idealom razsvetljenske javne sfere, kjer naj bi prevladovala razumna in poglobljena razprava. Takšna »infrastruktura« spodbuja predvsem »opinionated« debato, pri kateri stališča niso prvenstveno ustvarjena za argumentirano soočenje, ampak za pridobivanje všečkov in retvitov, torej za popularnost. Vzroke za takšno »arhitekturo« družbenih medijev lahko razložimo tudi s politično-ekonomskim pristopom k razumevanju delovanja Twitterja (Fuchs, 2021). Twitter je družbeni medij, ki je v lasti zasebne korporacije, katere primarni cilj ni zagotavljanje pogojev za demokratično, poglobljeno in pluralno izmenjavo različnih mnenj o posamezni temi. Nasprotno, bistvo komunikacijskih praks na Twitterju je ustvarjanje profita prek oglaševanja storitev in izdelkov različnih podjetij. Razprava o aktualnih družbeno-političnih temah je na Twitterju sekundarnega pomena in je verjetno »krinka« za to, da so uporabniki kot potrošniki izpostavljeni oglaševalskim praksam, ki podjetju Twitter prinaša profit. Uporabniki na Twitterju ne nastopajo kot državljani, ki rezonirajo o javnih zadevah, ampak kot potencialni potrošniki, ki so tarče oglaševanja. Komunikacijske navade in obnašanja uporabnikov se nato v obliki metapodatkov prodajajo oglaševalcem, da lahko ti s svojimi oglasi ciljajo na določene skupine uporabnikov. Pri tem ne trdimo, da so ustvarjalci Twitterja platformo namerno oblikovali tako, da bi pospeševala širjenje diskriminatornih diskurzov. Njihov cilj je bil verjetno predvsem tržna učinkovitost, vendar se je v praksi pokazalo, da takšna zasnova ustvarja tudi strukturne pogoje, ki dajejo prednost pogledom, ki jih na področju migracij zastopa »desna« politična opcija.

Analiza omrežja je pokazala, da se je kot najvplivnejše in najaktivnejše izkazalo »desno« usmerjeno omrežje (skupnost 2), čeprav po številu članov ni bilo največje. Nasprotno je »levo« usmerjeno omrežje (skupnost 1) združevalo več uporabnikov, a je bilo po številu retvitov bistveno manj aktivno, kar je zmanjšalo njegov dejanski vpliv v razpravi. Ta ugotovitev je skladna z raziskavo Evkoskega in drugih (2021), ki so za komunikacijsko aktivnost na

Twitterju v obdobju 2018–2020 pokazali, da ima »levo« usmerjeno omrežje na Twitterju v Sloveniji sicer večje število članov, toda »desno« usmerjene skupnosti so aktivnejše. Čeprav naši podatki zajemajo nekaj let starejše obdobje migrantske razprave, se pokaže podobna struktura, kar pomeni, da so politično usmerjene skupnosti na Twitterju v Sloveniji razmeroma stabilne in kažejo na večletno kontinuiteto. To pomeni, da razprave ne oblikujejo ad hoc javnosti (Bruns in Burgess, 2015; Jesenšek idr., 2021), temveč razmeroma trajne skupnosti.

Povzamemo lahko, da je prevlada »desnice« v migracijski razpravi na Twitterju rezultat prepleta dobre organiziranosti uporabnikov, ki pripadajo temu omrežju, strukturnih oziroma objektivno določenih medijskih zmožnosti Twitterja (na primer kratkost objav, možnost retvitanja sporočil, viralnost objav, anonimnost uporabnikov), percepcije platforme v javnosti in širših strukturnih premikov v javni sferi v zadnjih desetletjih. Naše ugotovitve se ujemajo z raziskavami, ki izpostavljajo strukturne prednosti »desnice« v digitalni medijski sferi (na primer González-Bailón idr., 2022; Graham in Andrejevic, 2024; Martin-Gutiérrez idr., 2024; Schradie, 2019) in ki pokažejo na prevlado »desnega« političnega omrežja na področju migracijskih razprav (na primer Avraamidou idr., 2021; Bennett, 2016; Smrdelj, 2024b). Ob tem velja opozoriti še na to, da se je migracijska razprava, ki smo jo analizirali, odvila še pred prvim predsedniškim mandatom Donalda Trumpa. Prav Trump je namreč ustoličil Twitter kot osrednje komunikacijsko orodje in postal prvi predsedniški kandidat, ki je v izjemnem obsegu investiral v digitalno medijsko kampanjo (Chadwick, 2017). Na podlagi tega lahko spekuliramo, da je slovenska »desnica« že pred Trumpovim vzponom, ki je pozneje lahko služil kot »know-how« model za politično komunikacijo »desnice« v Evropi in širše, začela posvajati tehnike digitalne komunikacije.

Podobno kot pri pojasnjevanju prevlade »desno« usmerjenega omrežja se pri obravnavi migracijskega diskurza zastavlja vprašanje, kako razumeti izrazito zastopanost sekuritizacijskega okvira migracijske razprave na Twitterju. Odgovor se na prvi pogled zdi preprost: ker je »desno« usmerjeno omrežje dobro organizirano in vplivno, je razumljivo, da prevladuje tudi diskurz, ki ga je to omrežje lansiralo, torej sekuritizacijski način obravnave migracij. Toda zadeva ni tako enoznačna. Okvira sekuritizacije niso vzpostavljali in legitimirali zgolj akterji, povezani z »desnico«, temveč so ga v veliki meri reproducirali tudi drugi akterji, na primer komercialni, »mainstream« množični mediji. To se je pokazalo v primeru »omejene« viralnosti, kjer so tudi »mainstream« mediji prispevali k utrjevanju sekuritizacijskega okvira,

čepprav verjetno niso delovali v neposrednem dogovoru ali koordinaciji z »desničarskim« omrežjem. To pomeni, da sekuritizacija migracij ni bila ideološki projekt ene politične opcije, temveč širši diskurzivni proces, v katerega so bili vključeni različni akterji z različnimi motivacijami. Uspešnost tega procesa je olajševala že omenjena infrastruktura Twitterja, hkrati pa ga je omogočal tudi širši družbeno-politični kontekst, v katerem je imela sekuritizacija migracij pomembno vlogo.

Kot smo že razložili v uvodu monografije, je bil množični prihod migrantov iz Sirije, Afganistana, Iraka in okoliških območij v Evropo v letu 2015 hkrati tudi tretji množični prihod v Slovenijo – poleg prvega na začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja in drugega na prelomu tisočletja. Vendar pa se tretji množični prihod od prvega in drugega razlikuje ne samo po radikalno drugačni medijski sferi, ki jo določajo digitalni spletni mediji, ampak tudi zaradi spremenjenih širših družbeno-zgodovinskih okoliščin. Prvi in drugi prihod sta namreč potekala v obdobju, ko paradigma sekuritizacije migracij še ni bila tako izrazito izpostavljena kot v sodobnosti. Šele nekateri globalni izpostavljeni dogodki, kot je bil 11. september 2001 v ZDA, so prispevali k vsesplošnemu in globalnemu razumevanju migracij kot primarno varnostne problematike (Bigo, 2005; Učakar, 2017). Na tej zgodovinski točki je sekuritizacija migracij postala samoumeven način obravnave migracij. Migrantska »kriza« leta 2015 je bila tako prvi množični prihod v Evropo, ki se je zgodil v kontekstu nove digitalne medijske realnosti in hkrati prva množična migracija v Evropo, ki je potekala v obdobju, ko sekuritizacija migracij nastopa kot dominantni okvir razlage dogajanja. Čepprav je bila sekuritizacija kot dominanten način obravnave migracij vzpostavljena že mnogo prej, se je v obdobju migrantske »krize« 2015 oblikovala diskurzivna substanca, na osnovi katere je sekuritizacija migracij prerasla v popolnoma samoumeven in stalno prisoten okvir, ki je še danes osnovno izhodišče medijskega in političnega razpravljanja o migracijah. Migrantska »kriza« leta 2015 je bila torej prelomno dogajanje, ob katerem se je sekuritizacijski okvir še dodatno utrdil in normaliziral v javnem diskurzu, pomembno vlogo pa so pri tem imeli tudi mediji (Smrdelj in Vogrinc, 2020).

Prevlada sekuritizacijskega okvira v naši analizi tako ni presenečenje, saj je migracijska razprava na Twitterju zgolj odsevala dominantne trende v širšem javnem in političnem diskurzu. V tem smislu lahko trdimo, da so »desno« politično omrežje in drugi akterji, ki so vzpostavljali in legitimirali varnostno razumevanje migracij, predvsem reproducirali globalne in že uveljavljene načine obravnave migracij ter jih prenesli v slovenski kontekst. Ob tem pa

so se globalni trendi prepletali z nacionalno specifičnimi diskurzivnimi značilnostmi, kot je etnonacionalistično razumevanje migracij, vzpostavljeno že ob osamosvojitvi Slovenije v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja, po razpadu SFRJ (Mihelj, 2004).

Vendar pa ob tem menimo, da sekuritizacijski okvir v razpravi na Twitterju ni bil zgolj zrcaljen prek delovanja uporabnikov, ki so ga perpetuirali in širili, temveč je bil prek že omenjenih medijskih zmožnosti (na primer kratkost objav, možnost retvitiranja sporočil, viralnost objav, anonimnost uporabnikov) dodatno potenciran in izpostavljen. V tem smislu je Twitter deloval kot strukturna priložnost za krepitev in normalizacijo sekuritizacijskega načina obravnave migracij. To potrjujejo empirični izsledki naše raziskave, ki so pokazali, da je bil sekuritizacijski okvir dominanten in viralnejši od alternativnih okvirov, kot je humanitarni. Še več, analiza hiperpovezav je razkrila, da je bil najviralnejši prav sekuritizacijski okvir v svoji najbolj tendenciozni obliki, kot politično obarvan diskurz, utemeljen na moralni paniki, politiki strahu, polarizaciji, škandalizaciji in senzacionalizmu. To pomeni, da je Twitter s svojo infrastrukturo nagrajeval predvsem afekte strahu, jeze in konflikta, medtem ko so afekti sočutja, solidarnosti in vzbujanja stiske prejeli precej manj retvitov. Ti sicer niso bili odsotni iz razprave in so se pojavili tudi kot avtonomen okvir razumevanja migracij, vendar niso dosegli enake stopnje viralnosti kot sekuritizacijski diskurz.

Naša KDA je še razkrila, da sekuritizacijski okvir ne zajema zgolj varnostnih argumentov v ožjem smislu, temveč instrumentalizira tudi humanitarni diskurz, ki ga uporablja za legitimiranje izrednih ukrepov v primerjavi z migracijami. Hkrati se vanj staplja tudi etnonacionalistični okvir, ki reproducira predstave o kolektivni pripadnosti in ogroženosti naroda, pri čemer gre za logiko, ki jo, kot že omenjeno, lahko zasledimo že v preteklih množičnih migracijah v Slovenijo. Sekuritizacijski okvir ima torej nekaj, kar bi lahko imenovali »transverzalna« logika. To pomeni, da je sposoben prevzemati in vpenjati elemente iz drugih diskurzivnih polj (na primer humanitarnega) ter jih preoblikovati v argumente, ki krepijo varnostno razlago dogajanja. Vendar pa »transverzalno« logiko sekuritizacijskega okvira v naši analizi zgolj nakažemo, zato predstavlja vidik, ki bi se mu lahko v prihodnje podrobneje posvetili.

Z namenom, da smo se v analizi dokopali do predstavljenih ugotovitev, smo poleg komunikacijske aktivnosti akterjev na Twitterju obravnavali tudi migracijski diskurz znotraj njegovih medijskih zmožnosti. Ta vidik smo v raziskavi operacionalizirali tako, da smo diskurze obtežili z metrikami viralnosti (v našem primeru z retviti). Migracijske diskurze (ne le vsebin posameznih

tvitov, temveč tudi množičnih medijev, dostopnih prek hiperpovezav) smo tako analizirali v konkretnih materialno-tehnoloških okvirih. Na ta način smo sledili pristopu, ki presega starejše metodološke prakse pri preučevanju migracijskega diskurza v medijih. Pri teh praksah se oblikuje vzorec enot (na primer člankov ali oddaj) v določenem obdobju, na njegovi podlagi pa se identificirajo diskurzi, ne da bi se pri tem upoštevali tehnološki in infrastrukturni pogoji njihovega širjenja. Naša analiza je šla dlje, saj smo preverili, kaj se dogaja s posameznimi migracijskimi diskurzi v smislu njihove viralnosti v hibridni perspektivi. Pri tem smo upoštevali tako množične medije kot tudi vsebine na Twitterju, saj množični mediji danes delujejo znotraj digitalne medijske sfere in jih zato ni mogoče obravnavati abstrahirano od teh pogojev. S tem, ko smo diskurze množičnih medijev obravnavali znotraj logike družbenih medijev, smo dobili vpogled v to, kaj znotraj družbenih medijev »deluje« in kaj ne.

Naši rezultati o najbolj retvitanih tvitih in hiperpovezavah ter o različnih vzorcih širjenja diskurzov, ki smo jih tipologizirali kot »asimetrično«, »omejeno« in »konsistentno« viralnost, kažejo, da diskurz v sodobni digitalni sferi ni nevtralen, temveč je vedno umeščen v logiko viralnosti, ki strukturira njegovo nadaljnjo usodo. Domet določenega diskurza ni odvisen od tega, v kolikšni meri je določeno pojmovanje migracij dejansko relevantno za javnost, temveč od strukturnih lastnosti delovanja medija, na katerem nastaja. Čeprav je možnost ustvarjanja vsebin na družbenih medijih univerzalno dostopna, saj lahko tako rekoč vsakdo z dostopom do tehnologije objavi sporočilo, viralnost ni nevtralna ali univerzalno dosegljiva značilnost digitalne komunikacije. To pomeni, da viralnost odseva družbena razmerja moči in podrejanja, saj razkriva strukture, ki favorizirajo specifične tipe diskurza, hkrati pa odpira vprašanje delovanja uporabnikov, torej kdo ima možnosti ustvariti objavo, ki bo viralna, in kdo ne. Ista struktura delovanja pa velja tudi za množične medije, ki danes delujejo znotraj digitalne medijske sfere in jih zato ni več mogoče obravnavati abstrahirano od teh pogojev. Zaradi tega za prihodnje proučevanje migracijskega diskurza v hibridni perspektivi predlagamo, da viralnost razumemo kot rezultat prepleta in součinkovanja treh dejavnikov: vsebinskih značilnosti diskurza, medijske logike platforme (ki zajema tehnične zmožnosti medija, kot so retvitanje ali omejen obseg objave, poslovni model platforme in širši neoliberalni družbeno-zgodovinski kontekst) in aktivnosti uporabnikov. Medijska logika platforme je enaka za vse uporabnike, vendar različni diskurzi v interakciji z njo dosegajo različno stopnjo viralnosti, ki jo narekuje predvsem uporabniška aktivnost.

Na tem mestu lahko še dodamo, da so naše ugotovitve na področju opredelitve različnih tipov viralnosti pomembne, ker smo posamezne tipe viralnosti neposredno povezali z diskurzom, hkrati pa smo razčlenili še dodatne variacije. Prvi tip, »asimetrična viralnost«, je že dobro dokumentiran v literaturi, na primer pri Klingerju in Svenssonu (2015, str. 1248–1249), ki ugotavljata, da je distribucija vsebin na platformah družbenih medijev izrazito asimetrična: le majhen delež informacij ali objav pritegne večjo pozornost, medtem ko jih večina ostane spregledanih. Naša analiza pa je ob tem pokazala, da to asimetrijo lahko še dodatno diferenciramo – dodali smo namreč nianse, ki omogočajo razločevanje med »omejeno« in »konsistentno« viralnostjo, ter s tem razširili razumevanje, kako različne oblike aktivnosti uporabnikov različno določajo širjenje migracijskih diskurzov.

Naša analiza hiperpovezav je razkrila tudi osrednji način, kako so množični mediji vstopali v migracijsko razpravo na Twitterju. Uporabniške objave so v večini primerov reproducirale vsebine množičnih medijev, bodisi s povzetkom njihovih naslovov bodisi z izpostavitvijo posameznih poudarkov iz omenjenih vsebin. Večino tvitov s hiperpovezavami množičnih medijev so ustvarili uporabniki, povezani z množičnimi mediji (na primer novinarji, uredniki, uradni uporabniški profili medijev). Poleg tega je večina tvitov s hiperpovezavami nastala isti dan kot prispevek v množičnem mediju. V zelo redkih primerih je uporabniška objava nasprotovala oziroma bila kritična do vsebine množičnega medija, dostopne prek hiperpovezave. To pomeni, da je Twitter deloval predvsem kot podaljšek množičnih medijev in kanal za distribucijo njihovih vsebin.

Naš razmislek o najbolj retvitanih hiperpovezavah lahko nadaljujemo z vprašanjem, ali so domene množičnih medijev, ki so bile v analizirani migracijski razpravi najviralnejše, tudi v širši digitalni medijski sferi najpogostejše konzumirane ali pa temu morda ni tako. Pri razmisleku na to vprašanje si lahko pomagamo s podatki raziskave Merjenja obiskanosti spletnih strani v Sloveniji (MOSS, 2015), na podlagi katerih lahko preverimo, ali so bile najbolj obiskane slovenske spletne strani med septembrom in decembrom 2015 hkrati tudi med najbolj retvitanimi domenami na Twitterju.

Kot smo že omenili, se več kot polovica retvitanih hiperpovezav nanaša na »desno« usmerjene medije (Reporter, Nova24TV, Demokracija, Domovina), pri čemer prvi dve mesti na seznamu zasedata Reporter in Nova24TV. Navedeni mediji se – po raziskavi MOSS (2015) – v istem obdobju niso uvrstili med dvajset najbolj obiskanih spletnih strani. Možno je, da niso bili vključeni

v merjenje obiskanosti, saj se lastniki sami odločijo za sodelovanje (MOSS, 2021). Druga razlaga pa je, da je bila njihova viralnost predvsem posledica organiziranega retvitiranja znotraj »desno« usmerjenega omrežja, in ne nujno odraz splošne priljubljenosti zunaj Twitterja.

Na tretjem mestu na seznamu najpogostejše retvitanih domen, povezanih z množičnimi mediji, se pojavi portal 24ur.com, ki je bil po podatkih MOSS (2015) v obdobju trajanja migrantske »krize« najbolj obiskana slovenska spletna stran. Njegovo umeščenost med najbolj retvitane domene lahko pojasnimo z vsesplošno priljubljenostjo zunaj Twitterja, pa tudi z dejstvom, da tretja največja skupnost v omrežju retvitov pripada televizijski hiši POP TV. Na četrtem mestu se pojavi domena časopisa Delo, na šestem pa javnega portala MMC RTV Slovenija. Po raziskavi MOSS (2015) obe sodita med dvajset najbolj branih spletnih strani. Viralnost njunih vsebin lahko torej podobno povežemo z njuno uveljavljeno prepoznavnostjo zunaj Twitterja. Podobno velja za portal Siol.net, ki je bil v času migrantske krize drugi najbolj bran portal, takoj za 24ur.com, vendar pa se je na Twitterju uvrstil šele na deveto mesto. To nakazuje, da je bil med uporabniki spleta na splošno priljubljen, a ni imel vzpostavljenе publike na Twitterju, kot so jo imeli portal 24ur.com ali »desno« usmerjeni mediji.

Med najbolj retvitanimi domenami se pojavljajo tudi STA, Večer, Finance in RŠ, ki jih v raziskavi MOSS (2015) ne najdemo med najbolj obiskanimi spletnimi stranmi. Tudi v teh primerih je možno, da niso bili vključeni v merjenje obiskanosti ali pa je njihovo prisotnost na Twitterju zagotavljala dobro organizirana publika, ki je delila njihove vsebine. Pri STA, Večeru in Financah smo zaznali vzorec »omejene« viralnosti, kar pomeni, da so njihove vsebine sicer dosegle določeno stopnjo razširjenosti, vendar ne tako izrazite kot v primeru »desnih« medijev. V primeru RŠ je bilo število izhodiščnih tvitov zelo nizko in tudi viralnost je bila razmeroma nizka, vendar pa so bili tviti vseeno stabilno retvitani v primerjavi z domenami iz drugih kategorij.

Vendar pa ni pomembno samo to, kateri množični mediji se pojavljajo v kontekstu najbolj retvitanih domen, ampak tudi, katerih na tem seznamu ni. Če pogledamo prvih dvajset najpogostejše obiskanih spletnih strani – po raziskavi MOSS (2015) – v obdobju migrantske »krize« v Sloveniji, bomo med množičnimi mediji našli domene nekaterih drugih medijev (na primer tabloidni dnevni časopis Slovenske novice, spletni portal Žurnal24, dnevni časopis Svet24, dnevni časopis Dnevnik itd.), ki pa se ne pojavljajo med najpogostejše retvitanimi domenami na Twitterju. Predpostavljamo lahko,

da navedeni mediji niso imeli vzpostavljenih publik (kot na primer »desno« usmerjeni mediji) ali pa njihovi novinarji in uredniki Twitterja niso prepoznali kot pomemben kanal za širjenje svojih vsebin. Izpostaviti velja tudi, da na seznamu prvih dvajsetih najbolj obiskanih spletnih strani (MOSS, 2015) kot tudi na našem seznamu najpogostejše retvitanih domen ne najdemo vsebin, povezanih s tednikom Mladina, ki je pripoznan kot »levo« usmerjen tedenski medij.

Vse navedeno nakazuje, da med splošno obiskanostjo določenega spletnega mesta in njegovo viralnostjo na Twitterju ni nujno neposredne povezave. Ta ugotovitev ni presenetljiva, saj potrjuje našo predpostavko, da Twitterjeva medijska logika daje strukturno prednost določenim diskurzom, ki imajo lahko v drugih kontekstih digitalne medijske sfere drugačno usodo. Najviralnejše vsebine in uporabniki na družbenih medijih zato niso nujno pokazatelj splošne priljubljenosti v širši digitalni medijski sferi, so pa pokazatelj tega, kaj deluje znotraj specifične logike družbenih medijev. A da bi natančneje razumeli opisani razkorak, bi morali poleg proučevanja medijske logike Twitterja in komunikacijske dejavnosti posameznih dobro organiziranih omrežij preveriti tudi stališča novinarjev in urednikov glede rabe Twitterja. V kolikšni meri novinarji in uredniki slovenskih množičnih medijev načrtno vlagajo v vzpostavljanje lastne publike na Twitterju in v deljenje svojih vsebin? Ali Twitter sploh dojemajo kot relevantno platformo za nagovarjanje občinstev ali pa raje posegajo po drugih kanalih, kot sta na primer Facebook, ki ima v Sloveniji večji doseg, ali pa TikTok, ki se trenutno vse bolj uveljavlja? Kako se je odnos novinarjev in urednikov do Twitterja in ostalih družbenih medijev spreminjal skozi čas? Glede na to, da so naši podatki stari deset let, bi bilo treba tudi ponovno preveriti, kako se je v tem času spremenila komunikacijska dinamika na današnjem X-u v Sloveniji. Ali prevlado še vedno ohranjajo isti akterji kot leta 2015? So se pojavile nove družbene skupine ali mediji, ki takrat še niso bili prisotni? In predvsem, kako se danes umeščajo »levi« oziroma »progresivni« mediji? Ali še vedno ostajajo na obrobju razprav na Twitterju?

Če v nadaljevanju diskurze vsebin množičnih medijev, ki so prek hiperpovezav krožile na Twitterju, obravnavamo prek ločnice med javnimi in zasebnimi oziroma komercialnimi mediji, ugotovimo, da medij javne provenience, ki bi moral biti zavezan odgovornemu informiranju javnosti, razumljene kot skupnost državljanov (in ne potrošnikov, kar je značilno za komercialne medije) (Pajnik, 2016, 2018a; Smrdelj in Vogrinc, 2020), ne zagotavlja nujno uravnoteženega in nepristranskega poročanja o deprivilegiranih družbenih skupinah. Analiza

je pokazala, da je vseh pet najpogostejše retvitanih objav z domeno *rtvslo.si* temeljilo na negativnem in stereotipnem diskurzu o migrantih, pri čemer so bili nekateri naslovi novic izrazito škandalozno oblikovani in so verjetno ravno zaradi tega doživeli večjo viralnost v primerjavi z bolj »nevtralnimi« naslovi in vsebinami na istem portalu.

Kljub dejstvu, da v obravnavani migracijski razpravi na Twitterju prevladujejo akterji močne javnosti (na primer politiki, množični mediji), da je infrastruktura Twitterja bolj naklonjena škandaloznemu in odkrito tendencioznemu sekuritizacijskemu diskurzu ter da je »desno« usmerjeno omrežje dobro organizirano, smo v analizi pokazali, da se vzpostavljajo tudi promigrantski glasovi. Čeprav niso med najbolj deljenimi, vseeno inovativno dekonstruirajo sekuritizacijski diskurz ali pa vzpostavljajo lasten, avtonomen humanitarni okvir, neodvisen od varnostnega razumevanja migracij. Na tem mestu si lahko izposodimo koncept »produktivnega odziva« (Smerdelj in Kuhar, 2025), ki izhaja iz raziskav feminističnih in LGBT+ odzivov na antigenderske mobilizacije. Koncept poudarja, da »progresivni« akterji ne delujejo zgolj reaktivno, torej ne odgovarjajo le na napade »nasprotne« strani, temveč tudi »produktivno«, kar pomeni, da gradijo lastno politično agendo, ki presega logiko »nasprotnikov« in nastaja neodvisno od aktivnosti »druge« strani. Če omenjeni koncept apliciramo na migracijsko razpravo na Twitterju, lahko rečemo, da promigrantske vsebine niso zgolj omejene na demantiranje in kritiko sekuritizacijskega razumevanja migracij, temveč ustvarjajo tudi avtonomen oziroma produktiven humanitarni okvir, ki temelji na solidarnosti in konkretnih pobudah, kot so pozivi k zbiranju pomoči.

Naša empirična analiza tako v splošnem potrjuje argument iz drugega poglavja (Smerdelj in Pajnik, 2025), da je model hibridnega medijskega sistema (Chadwick, 2013, 2017) analitično uporabnejši, če komunikacijske izide obravnavamo na prepletu strukture in delovanja uporabnikov. Šele z upoštevanjem obeh razsežnosti lahko pojasnimo določene komunikacijske izide (na primer dejstvo, da je »levo« omrežje največje, »desno« pa najaktivnejše, pa tudi recimo ugotovitve, ki se nanašajo na razdelitev dvajsetih najbolj retvitanih tvitov na dve skupini, tj. na objave, ki reproducirajo negativne stereotipe o migrantih, in na objave, ki jih skušajo presegati).

7.2 Omejitve raziskave

Pri obravnavi ugotovitev in podatkov v monografiji je treba upoštevati nekatere pomembne omejitve. Prva se nanaša na pridobivanje podatkov prek vmesnika Twitter API. Kot smo pojasnili v metodološkem delu, so bili podatki za našo analizo pridobljeni 25. aprila 2021 za obdobje med 1. septembrom in 31. decembrom 2015, ko je bil prihod migrantov v Slovenijo največji. Podatke smo torej pridobili pet let in štiri mesece po tem, ko se je odvila migrantska »kriza« v Sloveniji, zato je mogoče, da so bile posamezne objave v tem času spremenjene ali izbrisane. Prav tako je mogoče, da je kateri od uporabnikov v tem obdobju zaprl svoj račun. Navedenim omejitvam bi se bilo mogoče izogniti, če bi podatke zbirali sproti v času, ko so nastajali. Vendar Twitterjev akademski API vmesnik v obdobju migrantske »krize« še ni obstajal, pridobivanje podatkov prek običajnega API vmesnika pa je bilo v času poteka migrantske »krize« omejeno, saj ni bilo mogoče dostopati do podatkov, starejših od nekaj mesecev. Poleg tega so bili podatki, ki jih je bilo mogoče pridobiti, omejeni na zelo majhno količino. Zato ocenjujemo, da je bil izbrani način pridobivanja podatkov kljub določenim omejitvam najustreznejši med vsemi možnostmi, ki so nam bile na voljo.

S Twitterjevim akademskim API vmesnikom je povezana tudi naslednja omejitev, ki se nanaša na število objav v vzorcu. To število predstavlja objave, ki smo jih uspeli pridobiti prek API vmesnika, kar pa ne pomeni nujno, da zajema dejansko število vseh obstoječih objav. Zaradi napak in omejitev vmesnika se je namreč lahko zgodilo, da nekatere objave niso bile zajete. Na primer, določena objava na Twitterju je bila lahko v resnici retvitana petkrat, vendar pa smo prek API vmesnika pridobili le štiri njene retvite. To pomeni, da ko v analizi govorimo o številu tvitov in retvitov, govorimo o številu, ki ga je uspel zajeti API, in ne nujno o dejanskem številu ustvarjenih objav. K tej omejitvi lahko dodamo še nekatere napake, ki smo jih opazili pri pridobivanju podatkov prek akademskega vmesnika Twitter API. Čeprav smo v nastavitvah določili iskanje objav v slovenskem jeziku, so bile v vzorec zajete tudi nekatere tujejezične objave, ki smo jih nato ročno odstranili.

Kot glavno metodološko omejitev izpostavljamo vzorec objav, na podlagi katerega smo obravnavali hiperpovezave. Kot smo že pojasnili, naš vzorec sestavlja 13.189 retvitov, med katerimi jih 7462 vsebuje hiperpovezavo do določenega spletnega mesta. Pri določitvi seznama najpogostejše retvitanih hiperpovezav je bilo upoštevanih 5461 retvitov, saj program R, v katerem so na IKT obdelovali podatke, ni prepoznal tistih hiperpovezav, ki so bile na

koncu objave odrezane. V metodološkem delu monografije smo pojasnili, da so bila besedila retvitov v primerih, ko je bila objava daljša od 140 znakov s presledki, prek Twitterjevega API vmesnika samodejno skrajšana. Vsakemu retvitu je bila na začetek avtomatizirano pripisana oznaka »RT« in ime avtorja objave (na primer »RT @JJansaSDS«), kar se je štelo kot del dolžine besedila, zato je bil del besedila v tem obsegu na koncu objave odrezan, če je presegel omenjeno dolžino znakov. V nekaterih primerih je bil odrezan tudi del hiperpovezave, zato program R ni prepoznal domene. To pomeni, da naši podatki o najpogostejše retvitanih domenah ne zajemajo vseh primerov, temveč zgolj tiste, pri katerih hiperpovezava ni bila odrezana in jo je R zaznal. Kljub tej pomembni omejitvi pa je bil vzorec vseeno dovolj velik, da je bilo mogoče identificirati različne tipe viralnosti.

Pomembna omejitev je tudi ta, da vzorec objav ne vključuje besedil, ki se sicer nanašajo na migrantsko »krizo«, vendar ne vsebujejo ključnih besed ali ključnikov, na podlagi katerih smo zbirali objave. Na primer, tvit z besedilom »Evropa umira!« bi lahko sodil v kontekst obravnavane teme, a zaradi metodologije zbiranja objav, ki je bila nujno vezano na uporabo ključnikov in ključnih besed, neposredno povezanih z migracijami, ne bi mogel biti zajet v vzorec. To pomeni, da metaforične objave in objave brez neposrednih referenc na migracije niso bile vključene v vzorec. Gre za omejitev, ki se ji v praksi skoraj ni mogoče izogniti, saj bi vključevanje takšnih objav metodološko povečalo tveganje, da bi v vzorec zajeli vsebine, ki dejansko ne sodijo v okvir migracijske teme.

Pri analizi prispevkov iz množičnih medijev, ki so bili v objavah na Twitterju dostopni prek priloženih hiperpovezav, smo se soočili z omejitvijo, da nekatere od teh hiperpovezav danes ne obstajajo več, zato jih nismo mogli vključiti v analizo. Pomembna omejitev pričujoče raziskave je tudi, da nismo analizirali radijskih in video prispevkov, temveč smo se osredinili le na besedilni del diskurza, kar pomeni, da avdiovizualna razsežnost diskurza v analizo ni bili zajeta.

Na področju proučevanja omrežja retvitov moramo izpostaviti dve omejitvi. Prvič, algoritem Louvain, s katerim smo identificirali skupnosti, se v nekaterih raziskavah implementira večkrat (na primer Evkoski idr., 2021), da bi bili podatki bolj zanesljivi; v našem primeru smo ga uporabili le enkrat, a kljub temu so se rezultati izkazali za smiselne in interpretativno koherentne. Drugič, povezava med medijskimi vsebinami, ki so krožile v posamezni skupnosti, in njenimi člani, ki so te vsebine delili, je v določenih primerih precej očitna

(na primer v skupnosti 2, ki predstavlja omrežje stranke SDS, so se pričakovano najpogosteje pojavljale vsebine »desno« usmerjenih medijev). Nasprotno pa je v primeru nekaterih drugih skupnosti na podlagi razpoložljivih podatkov težje razložiti, zakaj so uporabniki najpogosteje retvitali določene medijske vsebine (na primer zakaj so se uporabniki, povezani s časopisom Večer, in uporabniki, ki predstavljajo Vlado RS, znašli v isti skupnosti). V primerih, kjer je povezava med uporabniki in medijskimi vsebinami manj očitna, bi bilo treba pridobiti dodatne kvantitativne in kvalitativne podatke, ki bi omogočili nadgradnjo naše analize omrežja retvitov. Pomemben nadaljnji raziskovalni korak je zato natančnejše proučevanje komunikacijske dinamike znotraj posameznih skupnosti in interakcij med uporabniki iz različnih skupnosti.

Kljub naštetim metodološkim in drugim omejitvam smo uspeli zbrati in analizirati razmeroma veliko količino podatkov za navedeno obdobje, kar je še posebej pomembno ob dejstvu, da je bil po Muskovem prevzemu Twitterja akademski API dostop ukinjen, podatki pa so zdaj dostopni le ob zelo visokih stroških. To pomeni, da bi bilo do podobnega vzorca danes bistveno težje dostopati, zaradi česar so pridobljeni podatki kljub omejitvam še vedno pomembni in dragoceni.

8 ZAKLJUČEK

V monografiji, ki se umešča na področje proučevanja migracij v medijih, smo proučevali, kako se je v obdobju migrantske »krize« 2015–2016 v Sloveniji vzpostavljala in širil migracijski diskurz na Twitterju v kontekstu hibridne medijske sfere, v kateri se prepletajo »starejše« in »novejše« medijske logike. Osrednji namen monografije je bil preučiti strukturo komunikacijskih razmerij, pri čemer smo bili pozorni na to, kdo usmerja potek razprave in kdo ostaja potisnjen na obrobje ali pa sploh ni prisoten. Teoretsko smo se opirali na model hibridnega medijskega sistema, ki smo ga dopolnili s teorijo prednostnega tematiziranja in teorijo omrežij. Upoštevali smo tudi kritično perspektivo k proučevanju medijev, ki nam je omogočila, da smo pri analizi komunikacijskih razmerij zajeli tako delovanje akterjev kot tudi strukturne danosti Twitterja (na primer kratkost objav, možnost retvitiranja sporočil, viralnost objav, anonimnost uporabnikov). Na osnovi obsežnega nabora podatkov, ki zajema več kot trideset tisoč objav in več tisoč uporabnikov, smo razpravo analizirali na ravni uporabnikov, objav in omrežja retvitov. Pri tem smo uporabnike in objave »obtežili« z metrikami za merjenje viralnosti (konkretno z retviti), kar nam je omogočilo vpogled v to, kdo je v razpravi pridobil vidnost in vpliv ter pod katerimi pogoji.

Rezultati raziskave so pokazali, da med najaktivnejšimi uporabniki prevladujejo javno neznani in anonimni profili, med najvplivnejšimi pa »desno« usmerjeni množični mediji (na primer novinarji, uredniki, uradni uporabniški profili medijev) ter predstavniki parlamentarne politike (na primer poslanci).

KDA objav je pokazala na prevlado in visoko viralnost sekuritizacijskega okvira, ki se je pojavljal predvsem v kontekstu odkritega zavračanja pomoči migrantom ter je bil prepleten z moralno paniko, politiko strahu in ustvarjanjem izrednih razmer. Sočasno so bili prisotni tudi promigrantski oziroma humanitarni diskurzi z nižjo viralnostjo, ki so nastopali tako »reaktivno« v smislu odzivanja na sekuritizacijski diskurz, njegovega dekonstruiranja in preseganja, kot tudi »produktivno«, saj so vzpostavljali avtonomen okvir solidarnosti in humanitarizma, neodvisen od dominantnega sekuritizacijskega okvira.

Analiza hiperpovezav je pokazala, da med najpogostejše retvitanimi prevladujejo domene slovenskih množičnih medijev, opazno pa so odsotni »alternativni« viri (na primer nevladne in humanitarne organizacije) in tuji mediji. Najviralnejše so bile domene desno usmerjenih medijev. Prepoznani so bili trije tipi viralnosti: »asimetrična«, »omejena« in »konsistentna«. »Asimetrična« viralnost temelji na posameznih izstopajočih tvitih z visokim številom retvitov. Vsebinsko gre za objave, povezane s stereotipnim in odkrito negativnim prikazovanjem migrantov v okviru sekuritizacijskega diskurza, pogosto prepletenega z moralno paniko, politiko strahu, škandalizacijo in senzacionalizmom. »Omejena« viralnost, za katero je značilna nizka stopnja deljenja retvitov brez izrazitih »eksplozivnih izjem«, reproducira podoben diskurz, vendar na manj škandalozen način, saj želi vzpostavljati na videz nevtralen sekuritizacijski okvir. V sklopu »omejene« viralnosti se oblikuje tudi samostojen humanitarni diskurz, ki ni zgolj odziv na dominanten sekuritizacijski okvir, temveč obstaja neodvisno od njega in poziva k pomoči migrantom. »Konsistentna« viralnost, za katero so značilne majhne razlike v številu retvitov in razmeroma visoka, a stabilna stopnja deljenja, zajema objave, ki vzpostavljajo kritično distanco do stereotipnega in negativnega medijskega prikazovanja migrantov, pri čemer se ravno tako pojavlja samostojen humanitarni diskurz.

Analiza omrežja retvitov je razkrila obstoj šestih večjih skupnosti uporabnikov. Skupnost 1 sestavljajo različne javne osebe, ki nasprotujejo negativnemu in enoznačnemu prikazovanju migrantov ter v razpravi zavzemajo »simbolno« mesto »levice«. Skupnost 2 je omrežje stranke SDS. Skupnost 3 se nanaša na omrežje televizijske hiše POP TV, skupnost 4 pa zajema javno neznane in anonimne uporabnike. V skupnosti 5 prevladujejo uporabniki, povezani s takratno vladno stranko SMC in časopisom Večer. V skupnosti 6 pa najdemo uporabnike, povezane s politično stranko NSi. Analiza je pokazala, da je omrežje, ki »simbolno« zavzema »levo« pozicijo, najštevilnejše, medtem ko je »desno« politično omrežje najvplivnejše in najaktivnejše, saj so njegovi člani objavili največ retvitov.

Za skupnost 1 so značilni poskusi preseganja negativnih stereotipov o migrantih in vzpostavljanja avtonomnega promigrantskega in humanitarnega diskurza. V njej prevladujejo vsebine, ki se uvrščajo pod »omejeno« in »konsistentno« viralnost. Nasprotno pa skupnosti 2 in 6 določa sekuritizacijski okvir s poudarjenim stereotipnim in negativnim prikazovanjem migracij, pri čemer se objave umeščajo med »asimetrično« in »omejeno« viralnost. V primeru skupnosti 3, 4 in 5 je težko opredeliti enoten migracijski diskurz, saj so prisotni tako negativni in stereotipni načini prikazovanja migracij kot tudi poskusi njihovega preseganja.

Na osnovi vizualizacije omrežja smo ugotovili, da uporabniki iz skupnosti 1 in 2 medsebojno ne komunicirajo. V obeh skupnostih prevladujeta diametralno nasprotna si diskurza, kar kaže na sledove polarizacije omrežja. Uporabniki skupnosti 2 so komunicirali predvsem z drugimi uporabniki znotraj iste skupnosti, le redko pa z uporabniki iz drugih skupnosti (v vizualnem prikazu so jim najbližje uporabniki iz skupnosti 6). Skupnost 2 je tako vzpostavila zaprto odmevno komoro, hkrati pa so njeni člani ustvarili največ retvitov. Nasprotno je za uporabnike iz vseh drugih skupnosti značilno, da pogosteje komunicirajo med seboj, zaradi česar lahko govorimo o sledovih pluralizacije omrežja.

Predstavljeni komunikacijski izidi so v monografiji obravnavani kot rezultat prepleta več dejavnikov: prvič, koordiniranih komunikacijskih praks akterjev (na primer koordinirano retvitanje); drugič, medijskih zmožnosti Twitterja (na primer kratkost objav, možnost retvitovanja sporočil, viralnost objav, anonimnost uporabnikov), ki ne delujejo nevtrarno, temveč ustvarjajo strukturne priložnosti za nekatere tipe diskurzov, medtem ko druge izključujejo; tretjič, dominantnih percepcij Twitterja v javnosti; in nenazadnje širših družbeno-zgodovinskih premikov v javni sferi, ki so prispevali k normalizaciji »desne« in marginalizaciji »leve« agende v parlamentarni politiki, kar se odraža tudi v oblikovanju migracijske razprave na Twitterju.

Pričujoča raziskava je za področje proučevanja migracij v spletnih medijih pomembna zato, ker predstavlja enega redkih in razmeroma celovitih vpogledov v digitalno spletno razpravo o migracijah v Sloveniji. Teoretsko prinaša nadgradnjo modela hibridnega medijskega sistema; metodološko razvija kombinacijo KDA s kvantitativnimi pristopi (na primer analiza hiperpovezav, določitev različnih tipov viralnosti); empirično pa pokaže, kako v digitalni medijski sferi položaj uporabnikov in diskurzov objav ni nevtralen, ampak se strukturira na kompleksnem prepletu »objektivno« določenih okoliščin in delovanja uporabnikov. Obenem pa z orisom omejitev (kot so omejen dostop podatkov

prek API vmesnika ter posledično nepopolna zajetost objav, časovna oddaljenost zbiranja podatkov od same razprave, tehnične težave pri prepoznavanju hiperpovezav in nezmožnost zajema »metaforičnih« objav) opozarja na konkretne metodološke omejitve raziskovanja komunikacijskih razmerij v digitalni medijski sferi, hkrati pa z njihovo osvetlitvijo odpira prostor za razmislek o tem, kako jih v prihodnje preseči ter kako narediti računalniški del analize bolj izpopolnjen in dovršen. Monografija tako ponuja tudi predlog razmislekov in izhodišč, ki lahko služijo kot osnova za nadaljnje raziskave ne samo na področju proučevanja migracij v spletnih medijih, ampak tudi širše na področju obravnave drugih družbeno relevantnih tem v digitalni medijski sferi.

Na osnovi predstavljenih ugotovitev in omejitev se izrisujejo številne možnosti za nadaljnje raziskovanje obravnavane teme. Nekatere od teh smo že predstavili, v nadaljevanju pa povzemamo še nekatere dodatne možnosti. Ker Twitter v obliki, kot smo ga poznali leta 2015, danes ne obstaja več, bi bilo smiselno raziskovalno pozornost usmeriti na novejše družbene medije, kot sta denimo Instagram in TikTok, kjer osrednjo vlogo prevzemajo avdiovizualne razsežnosti diskurza, ki v sodobni digitalni medijski sferi vse bolj izpodrivajo besedilni del, značilen za »starejše« platforme, kot sta Twitter in Facebook. To odpira vprašanja o tem, kako se vzpostavlja hibridnost v okolju, kjer montirani videoposnetki nadomeščajo besedilno razsežnost objav, ter kako novi formati diskurza vplivajo na produkcijo pomenov in vidnost različnih glasov. Hibridnost bi bilo smiselno proučevati tudi v obratni smeri, torej kako agenda na družbenih medijih (na primer na TikToku ali današnjem X-u) sooblikuje agendo množičnih medijev. V tem okviru bi lahko proučevali, katere objave na družbenih medijih pritegnejo največjo pozornost množičnih medijev, v katerih primerih sprožijo odziv v novinarskem poročanju in kako se diskurz premika med obema sferama. Tako bi lahko preverili, ali se določeni diskurzi oblikujejo najprej na družbenih medijih in nato prehajajo v množične medije ali pa množični mediji še vedno delujejo kot glavni sprožilec in okvir razprav, ki jih družbeni mediji le preoblikujejo in širijo. Pri proučevanju prednostno obravnavanih tem v sodobnosti je pomembno tudi, da presegamo distinkcijo med množičnimi in družbenimi mediji, in sicer tako, da v obravnavo vključimo tudi nove kulturne forme, kot so podkasti, ki vse bolj izpodrivajo vpliv »tradicionalnih« množičnih medijev (Sajovic, 2025).

Glede na to, da se je migrantska »kriza« odvila v obdobju 2015–2016, bi bilo smiselno tematski fokus razširiti na nove migracijske kontekste, denimo na migracije, povezane z rusko-ukrajinsko vojno, ali na pojav delovnih migracij z globalnega juga (na primer primer indijskih delavcev v Sloveniji). Nadaljnji

raziskovalni korak bi lahko bile tudi natančnejše primerjave med različnimi medijskimi sistemi v obdobju vseh treh migrantskih »kriz« v Sloveniji, saj bi tako bolj do izraza prišle podobnosti, razlike in (dis)kontinuitete med različnimi družbeno-zgodovinskimi okviri. Ker je migrantska »kriza« le ena izmed številnih kriz, ki so v zadnjem desetletju zaznamovale globalizirano realnost (pandemija SARS-COV-2, naravne katastrofe, vojne), se odpira tudi vprašanje, kako sodobna hibridna medijska realnost prispeva h konstrukciji sodobnega družbenega konteksta, ki ga določa že omenjeno stanje polikriz (Schwartz idr., 2025).

Raziskovalno pozornost bi bilo treba nameniti tudi vprašanju, v kolikšni meri sodobni digitalni mediji predstavljajo strukturno priložnost za »progresivne« oziroma »levičarske« akterje pri doseganju njihovih političnih ciljev. Od leta 2015 se je javna sfera v Sloveniji namreč pomembno preoblikovala. Na eni strani smo priča vstopu in vzponu »progresivnih« civilnodružbenih akterjev, kot je Inštitut 8. marec, ki učinkovito mobilizira podporo prek digitalnih platform, na drugi pa opazamo tudi krepitev neokonservativnih mobilizacij, ki v civilni družbi aktivno izpodbijajo politike enakosti. Zato bi bilo smiselno preveriti, kdo v digitalni medijski sferi danes prevzema »simbolno« mesto »levice« in kakšna je celotna struktura razprave v sodobnosti. Takšno raziskovanje bi moralo poleg digitalnih metod vključevati tudi intervjuje in fokusne skupine, prek katerih bi pridobili vpogled v razloge za (ne)prisotnost »progresivnih« akterjev v digitalni sferi. Poleg tega pa bi se bilo treba vprašati, kako akterji, tako na »levici« kot na »desnici«, sami reflektirajo svoje digitalne prakse, katere strategije uporabljajo za povečanje dosega in katere ovire prepoznavajo pri uporabi družbenih medijev.

Nenazadnje bi bilo smiselno s podobnimi digitalnimi metodami, kot smo jih uporabili za proučevanje družbenih medijev, pod drobnogled vzeti tudi množične medije. Z analizo socialnih omrežij bi lahko preučili notranjo strukturo množičnih medijev in njihova komunikacijska razmerja, kar bi omogočilo vpogled v to, kateri »glasovi« so v ospredju in kateri ostajajo na obrobju ter kako novinarske prakse, uredniške politike in vsakdanje rutine prispevajo k selekciji glasov in vsebin, ki se pojavljajo v medijskem poročanju v digitalni medijski sferi. Tako bi lahko preverili tudi trditve »desnih« političnih akterjev, da so v t. i. »mainstream« medijih sistematično marginalizirani, pri čemer takšne trditve pogosto delujejo kot del širše strategije politične samoviktimizacije in mobilizacije podpore (Strömbäck in Åkerlund, 2025).

POVZETEK

Monografija *Migracije na Twitterju (X): Komunikacijska razmerja v hibridni medijski sferi* se umešča na področje proučevanja migracij v medijih. Analizira, kako so se v obdobju migrantske »krize« 2015–2016 v Sloveniji oblikovala komunikacijska razmerja na Twitterju. Teoretsko izhaja iz modela hibridnega medijskega sistema, dopolnjenega s teorijo prednostnega tematiziranja in teorijo omrežij. Vključuje tudi kritično perspektivo k proučevanju medijev, ki omogoča sočasno obravnavo delovanja uporabnikov in strukturnih zmožnosti platforme (na primer kratkost objav, možnost retvitiranja, viralnost, anonimnost). Metodološko izhaja iz pristopa mešanih metodologij, ki združuje kvantitativne (analiza socialnih omrežij) in kvalitativne (kritična diskurzivna analiza objav) metode.

Analiza več kot trideset tisoč objav in tri tisoč uporabnikov je pokazala, da med najaktivnejšimi prevladujejo anonimni profili, med najvplivnejšimi pa »desno« usmerjeni mediji in predstavniki parlamentarne politike. Kritična diskurzivna analiza objav je razkrila prevlado sekuritizacijskega okvira, ki se je pojavljal predvsem v kontekstu odkritega zavračanja pomoči migrantom ter je bil prepleten z moralno paniko, politiko strahu, škandalizacijo in ustvarjanjem izrednih razmer. Sočasno so bili prisotni tudi manj viralni promigrantski oziroma humanitarni diskurzi, ki so nastopali tako »reaktivno« – kot poskus dekonstruiranja in preseganja sekuritizacijskega diskurza – kot tudi »produktivno« – v smislu vzpostavljanja avtonomnega okvira solidarnosti in humanitarizma, neodvisnega od dominantnega sekuritizacijskega okvira.

Analiza hiperpovezav je pokazala, da med najpogostejše retvitanimi prevladujejo domene slovenskih množičnih medijev ob opazni odsotnosti »alternativnih« virov (na primer nevladnih in humanitarnih organizacij) ter tujih medijev. Najviralnejše so bile domene desno usmerjenih medijev. Prepoznani so bili trije tipi viralnosti: »asimetrična«, »omejena« in »konsistentna«. »Asimetrična« viralnost temelji na posameznih izstopajočih tvitih z visokim številom retvitov. Vsebinsko gre za objave, povezane s stereotipnim in odkrito negativnim prikazovanjem migrantov v okviru sekuritizacijskega diskurza, pogosto prepletenega z moralno paniko, politiko strahu, škandalizacijo in ustvarjanjem izrednih razmer. »Omejena« viralnost, za katero je značilna nizka stopnja deljenja retvitov brez izrazitih »eksplozivnih izjem«, reproducira podoben diskurz, vendar na manj škandalozen način, saj ima namen vzpostavljati na videz nevtralen sekuritizacijski okvir. V sklopu »omejene« viralnosti se oblikuje tudi samostojen humanitarni diskurz, ki ni zgolj odziv na dominanten sekuritizacijski okvir, temveč obstaja neodvisno od njega in poziva k pomoči migrantom. »Konsistentna« viralnost, za katero so značilne majhne razlike v številu retvitov in razmeroma visoka, a stabilna stopnja deljenja, zajema objave, ki vzpostavljajo kritično distanco do stereotipnega in negativnega medijskega prikazovanja migrantov, pri čemer se ravno tako kot v primeru »omejene« viralnosti pojavlja samostojen humanitarni diskurz.

Analiza omrežja retvitov je razkrila obstoj šestih večjih skupnosti uporabnikov. Skupnost 1 sestavljajo različne javne osebe, ki nasprotujejo negativnemu in enoznačnemu prikazovanju migrantov; te v razpravi zavzemajo »simbolno« mesto »levice«. Skupnost 2 je omrežje stranke SDS. Skupnost 3 se nanaša na omrežje televizijske hiše POP TV, skupnost 4 pa zajema javno neznane in anonimne uporabnike. V skupnosti 5 prevladujejo uporabniki, povezani s takratno vladno stranko SMC in časopisom Večer. V skupnosti 6 pa najdemo uporabnike, povezane s politično stranko NSi. Omrežje, ki »simbolno« zavzema »levo« pozicijo, je najštevilnejše, medtem ko je »desno« politično omrežje najvplivnejše in najaktivnejše, saj so njegovi člani objavili največ retvitov.

Za skupnost 1 so značilni poskusi preseganja negativnih stereotipov o migrantih ter vzpostavljanja avtonomnega promigrantskega in humanitarnega diskurza. V njej prevladujejo vsebine, ki se uvrščajo pod »omejeno« in »konsistentno« viralnost. Nasprotno skupnosti 2 in 6 določa sekuritizacijski okvir s poudarjenim stereotipnim in negativnim prikazovanjem migracij, pri čemer se objave umeščajo med »asimetrično« in »omejeno« viralnost. V primeru skupnosti 3, 4 in 5 pa je težko opredeliti enoten migracijski diskurz, saj so

prisotni tako negativni in stereotipni načini prikazovanja migracij kot tudi poskusi njihovega preseganja.

Na osnovi vizualizacije omrežja smo ugotovili, da uporabniki iz skupnosti 1 in 2 ne komunicirajo med seboj. V skupnostih prevladujeta diametralno nasprotna si diskurza, kar kaže na sledove polarizacije omrežja. Uporabniki skupnosti 2 komunicirajo predvsem med seboj in le redko z uporabniki iz drugih skupnosti (v vizualnem prikazu so jim najbližje uporabniki iz skupnosti 6). Skupnost 2 je tako vzpostavila zaprto »odmevno komoro«, hkrati pa so njeni člani ustvarili največ retvitov. Nasprotno pa je za uporabnike iz vseh preostalih skupnosti značilno, da pogosteje komunicirajo med seboj, zaradi česar lahko govorimo o sledovih pluralizacije omrežja.

Predstavljeni komunikacijski izidi so v monografiji obravnavani kot rezultat prepleta več dejavnikov: prvič, koordiniranih komunikacijskih praks akterjev (na primer koordinirano retvitanje); drugič, medijskih zmožnosti Twitterja, ki ne delujejo nevtrarno, temveč ustvarjajo strukturne priložnosti za nekatere tipe diskurzov, medtem ko druge marginalizirajo oziroma izključujejo; tretjič, dominantnih percepcij Twitterja v javnosti; in nenazadnje širših družbeno-zgodovinskih premikov v javni sferi, ki so prispevali k normalizaciji »desne« in marginalizaciji »leve« agende v parlamentarni politiki, kar se odraža tudi v oblikovanju migracijske razprave na Twitterju.

Raziskava v monografiji je eden redkih razmeroma celovitih vpogledov v digitalno razpravo o migracijah v Sloveniji. Z orisom omejitev (na primer omejen dostop do podatkov preko vmesnikov API ter posledično nepopolna zajetost objav, časovna oddaljenost zbiranja podatkov od obdobja, v katerem je razprava potekala, tehnične težave pri prepoznavanju hiperpovezav in nezmožnost zajema »metaforičnih« objav) opozarja na konkretne metodološke zagate pri raziskovanju komunikacijskih razmerij v hibridni medijski sferi in odpira prostor za razmislek o tem, kako v prihodnje te omejitve preseči.

SUMMARY

The monograph *Migration on Twitter (X): Communication Relations in the Hybrid Media Sphere* is situated within media and migration studies, with a focus on migration in the media, and analyses how communication relations on Twitter were shaped during the period of the migrant “crisis” of 2015–2016 in Slovenia. Theoretically, it is grounded in the model of the hybrid media system, complemented by agenda-setting theory and network theory. It also incorporates a critical perspective on media studies, which enables the simultaneous examination of user activities and the structural affordances of the platform (e.g., brevity of posts, the possibility of retweeting, message virality, and user anonymity). Methodologically, it adopts a mixed-methods approach, combining quantitative (social network analysis) and qualitative (critical discourse analysis of posts) methods.

An analysis of more than 30,000 posts and 3,000 users showed that the most active users were predominantly anonymous profiles, while the most influential actors were right-wing media outlets and representatives of parliamentary politics. Critical discourse analysis of the posts revealed the dominance of the securitization framework, which appeared mainly in the context of an explicit refusal to assist migrants and was intertwined with moral panic, the politics of fear, and the construction of a state of emergency. At the same time, less viral pro-migrant or humanitarian discourses were also present, emerging both “reactively” as attempts to deconstruct and transcend the securitization discourse, and “productively” through the establishment of

autonomous framework of solidarity and humanitarianism, independent of the dominant securitization framework.

The analysis of hyperlinks showed that the most frequently retweeted domains were dominated by the Slovenian mass media, with a noticeable absence of “alternative” sources (e.g., NGOs and humanitarian organizations) and foreign media. The most viral domains belonged to right-wing media outlets. Three types of virality were identified: “asymmetric”, “limited”, and “consistent”. “Asymmetric” virality is based on individual prominent tweets with exceptionally high numbers of retweets. These posts typically involve stereotypical and openly negative portrayals of migrants within a securitization framework, often intertwined with moral panic, the politics of fear, scandalization, and sensationalism. “Limited” virality, characterized by a low level of retweeting without pronounced “explosive” peaks, reproduces similar discourses in a less sensationalist manner and contributes to the normalization of a seemingly “neutral” securitization framework. Within this type of virality, an autonomous humanitarian discourse also emerges that is not merely “reactive” but exists independently of the dominant securitization discourse and calls for assistance to migrants. “Consistent” virality, characterized by small differences in retweet counts and a relatively high but stable level of sharing, encompasses posts that establish critical distance from stereotypical and negative media portrayals of migrants and, as in the case of “limited” virality, give rise to an independent humanitarian discourse.

The analysis of the retweet network revealed the existence of six major user communities. Community 1 consists of various public actors who oppose the negative portrayal of migrants and occupy the “symbolic” position of the “left” in the debate. Community 2 represents the network of the SDS party. Community 3 refers to the network associated with the television station POP TV, while Community 4 includes publicly unknown and anonymous users. Community 5 is dominated by users associated with the then-government party SMC and the newspaper *Večer*. Community 6, on the other hand, comprises users associated with the political party NSi. Although the network occupying the “symbolic” left position is the most numerous, the right-wing political network is the most influential and active, as its members generated the highest number of retweets.

Community 1 is characterized by attempts to overcome negative stereotypes about migrants and to establish an autonomous pro-migrant and humanitarian discourse. It is dominated by content that falls under “limited” and

“consistent” virality. In contrast, Communities 2 and 6 are dominated by a securitization framework, emphasizing stereotypical and negative portrayals of migration, with posts ranging between “asymmetric” and “limited” virality. In the Communities 3, 4, and 5, no single dominant migration discourse can be identified, as negative and stereotypical portrayals coexist with attempts to challenge and transcend them.

Network visualization further shows that users from Community 1 and Community 2 do not communicate with each other. These communities are characterized by diametrically opposed discourses, indicating traces of network polarization. Users in Community 2 communicated primarily among themselves and only rarely with users from other communities (in the visualization, they are closest to users from Community 6), forming a closed “echo chamber” while simultaneously producing the highest number of retweets. In contrast, users in the remaining communities communicate more frequently with actors from different communities, suggesting traces of network pluralization.

The communication outcomes presented in the monograph are interpreted as the result of an interplay of several factors: first, the coordinated communication practices (e.g., coordinated retweeting); second, the non-neutral affordances of Twitter that structurally privilege certain discourses while marginalizing others; third, the dominant public perceptions of Twitter; and last but not least, broader socio-historical shifts in the public sphere that have contributed to the normalization of the “right-wing” agendas and the marginalization of the “left-wing” positions in parliamentary politics, which is also reflected in the shaping of the migration debate on Twitter.

The monograph provides one of the few relatively comprehensive insights into the digital debate on migration in Slovenia. By explicitly addressing its limitations (e.g., limited access to data via API interfaces and consequently incomplete coverage of publications, the temporal distance between data collection and the period under study, technical challenges in identifying hyperlinks, and the inability to capture metaphorical references), it highlights key methodological challenges in researching communication relations within the hybrid media sphere and opens space for reflection on how such limitations might be addressed in future research.

LITERATURA

- A'Beckett, L. (2019). Displaced Ukrainians: Russo-Ukrainian discussions of victims from the conflict zone in Eastern Ukraine. V L. Viola in A. Musolff (ur.), *Migration and media: Discourses about identities in crisis* (str. 265–290). John Benjamins Publishing Company.
- Alger, D. (1998). *Megamedia: How giant corporations dominate mass media, distort competition, and endanger democracy*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Al-Rawi, A. (2020). Twitter influentials and the networked publics' engagement with the Rohingya crisis in Arabic and English. V K. Smets, K. Leurs, M. Georgiou, S. Witteborn in R. Gajjala (ur.), *The SAGE handbook of media and migration* (str. 192–204). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781526476982.n24>
- Altheide, D., in Snow, R. (1979). *Media logic*. SAGE.
- Amon Prodnik, J. (2014). *Protislovja komuniciranja: H kritiki poblagovljenja v politični ekonomiji komuniciranja*. Založba FDV.
- Amon Prodnik, J. (2016). The instrumentalisation of politics and politicians-as-commodities: a qualitative analysis of slovenian parties' understanding of political communication. *Annales*, 26(1), 145–158.
- Anderson, B. R. O. (2007). *Zamišljene skupnosti: o izvoru in širjenju nacionalizma*. Studia Humanitatis.
- Antončič, E. (2018). Kul kapitalizem in družbeni mediji. *Dialogi*, 64(5–6), 46–49.
- Arcimaviciene, L. (2019). Gender, metaphor and migration in media representations: Discursive manipulations of the other. V L. Viola in A. Musolff (ur.), *Migration and media: Discourses about identities in crisis* (str. 137–160). John Benjamins Publishing Company.
- Arendt, H. (1958/1967): *Vita activa oder Vom tätigen Leben*. R. Piper & Co. Verlag.
- Arlt, D., Rauchfleisch, A., in Schäfer, M. S. (2019). Between fragmentation and dialogue: Twitter communities and political debate about the Swiss "Nuclear Withdrawal Initiative". *Environmental Communication*, 13(4), 440–456. <https://doi.org/10.1080/17524032.2018.1430600>
- Aruguete, N. (2017). The agenda setting hypothesis in the new media environment. *Comunicación y Sociedad*, 28(28), 35–58.

- Arvidsson, A., Caliandro, A., Airoidi, M., in Barina, S. (2016). Crowds and value: Italian directioners on Twitter. *Information, Communication & Society*, 19(7), 921–939. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1064462>
- Avraamidou, M. (2020). The “refugee crisis” as a Eurocentric media construct: An exploratory analysis of pro-migrant media representations in *The Guardian* and *The New York Times*. *tripleC*, 18(1), 478–493. <https://doi.org/10.31269/triplec.v18i1.1080>
- Avraamidou, M., Ioannou, M., in Eftychiou, E. (2021). “Innocent” hashtags? A cautionary tale: #IStandWithGreece as a network of intolerance on Twitter during a land border crisis. *International Journal of Communication*, 15, 2849–2869. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16576/3478>
- Bagdikian, B. H. (2004). *The new media monopoly*. Beacon Press.
- Bajt, V. (2016). Anti-immigration hate speech in Slovenia. V N. Kogovšek Šalamon in V. Bajt (ur.), *Razor-wired: Reflections on migration movements through Slovenia in 2015* (str. 50–61). Mirovni inštitut. http://www.mirovni-institut.si/wp-content/uploads/2016/03/Razor_wired_publikacija_web.pdf
- Bajt, V. (2018). Online hate speech and the “refugee crisis” in Slovenia. V I. Ž. Žagar, N. Kogovšek Šalamon in M. Lukšič Hacin (ur.), *The disaster of European refugee policy: Perspectives from the “Balkan Route”* (str. 133–155). Cambridge Scholars Publishing.
- Bajt, V., in Frelih, M. (2019). Krimigracije v Sloveniji. *Dve domovini*, 49, 7–25. <https://doi.org/10.3986/dd.v0i49.7251>
- Baker, E. C. (2007). *Media concentration and democracy: Why ownership matters*. Cambridge University Press.
- Bakshy, E., Hofman, J. M., Mason, W., in Watts, D. J. (2011). Everyone’s an influencer: Quantifying influence on Twitter. V *Proceedings of the Fourth International Conference on Web Search and Web Data Mining (WSDM 2011)*. <http://snap.stanford.edu/class/cs224w-readings/bakshy11influencers.pdf>
- Bakshy, E., Messing, S., in Adamic, L. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132.
- Balibar, É. (2007). *Mi, državljani Evrope: Meje, država, ljudstvo*. Sophia.
- Barberá, P. (2014). How social media reduces mass political polarization: Evidence from Germany, Spain, and the U.S. *APSA Conference*. http://pablobarbera.com/static/barbera_polarization_APSA.pdf
- Barberá, P., Jost, J. T., Nagler, J., Tucker, J. A., in Bonneau, R. (2015). Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an

- Echo Chamber?. *Psychological science*, 26(10), 1531–1542. <https://doi.org/10.1177/0956797615594620>
- Barisone, M., Michailidou, A., in Airoldi, M. (2019). Understanding a digital movement of opinion: The case of #RefugeesWelcome. *Information, Communication & Society*, 22(8), 1145–1164. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1410204>
- Bassin, M., Fabjančič, T., Frlič, A., Kušar, A., Rolc, N., in Verdel, I. (2002). Medijska toča: Analiza medijske konstrukcije prebežništva. V U. Lipovec Čebren (ur.), *V zoni prebežništva* (str. 51–166). Filozofska fakulteta UL.
- Bastian, M., Heymann, S., in Jacomy, M. (2009). Gephi: An Open Source Software for Exploring and Manipulating Networks. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 3(1), 361–362. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v3i1.13937>
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.
- Benkler, Y., Faris, R., in Roberts, H. (2018). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford University Press.
- Bennett, L., in Livingston, S. (2020). A brief history of the disinformation age: Information wars and the decline of institutional authority. V L. Bennett in S. Livingston (ur.), *The disinformation age: Politics, technology, and disruptive communication in the United States* (str. 3–40). Cambridge University Press.
- Bennett, S. (2016). New “crises,” old habits: Online interdiscursivity and intertextuality in UK migration policy discourses. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 16(1–2), 140–160. <https://doi.org/10.1080/15562948.2016.1257753>
- Berry, D. (2008). *Copy, rip, burn: The politics of Copyleft and Open Source*. Pluto Press.
- Bhuller, M., Havnes, T., McCauley, J., in Mogstad, M. (2024). How the internet changed the market for print media. *American Economic Journal: Applied Economics*, 16(2), 318–358. <https://doi.org/10.1257/app.20210689>
- Bigo, D. (2005). Frontier controls in the European Union: Who is in control? V D. Bigo in E. Guild (ur.), *Controlling frontiers: Free movement into and within Europe* (str. 49–99). Ashgate.
- Blei, D. M., Ng, A. Y., in Jordan, M. I. (2003). Latent Dirichlet allocation. *Journal of Machine Learning Research*, 3, 993–1022.
- Blondel, V. D., Guillaume, J.-L., Lambiotte, R., in Lefebvre, E. (2008). Fast unfolding of communities in large networks. *Journal of Statistical Mechanics:*

- Theory and Experiment*, 2008(10), P10008. <https://doi.org/10.48550/arXiv.0803.0476>
- Blumler, J. G. (2001). The third age of political communication. *Journal of Public Affairs*, 1(3), 201–209.
- Bobbio, N. (1995). *Desnica in levica: Razlogi in pomeni političnega razlikovanja*. Znanstveno in publicistično središče.
- Bottomore, T. B. (2014). *Elite in družba*. Studia Humanitatis.
- Boudemagh, E., in Moise, I. (2017). News media coverage of refugees in 2016: A GDELT case study. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 11(1), 743–750. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v11i1.14981>
- Boukala, S., in Dimitrakopoulou, D. (2017). Absurdity and the “blame game” within the Schengen area: Analyzing Greek (social) media discourses on the refugee crisis. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 16(1–2), 179–197. <https://doi.org/10.1080/15562948.2017.1303560>
- boyd, d., in Crawford, K. (2012). Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662–679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>
- boyd, d., Golder, S., in Lotan, G. (2010). Tweet, tweet, retweet: Conversational aspects of retweeting on Twitter. V *2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences* (str. 1–10). IEEE. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2010.412>
- Boyd, M. S. (2019). Preaching from a distant pulpit: The European migrant crisis seen through a *New York Times* editorial and reader comments. V L. Viola in A. Musolff (ur.), *Migration and media: Discourses about identities in crisis* (str. 291–316). John Benjamins Publishing Company.
- Bozdağ, Ç. (2019). Bottom-up nationalism and discrimination on social media: An analysis of the citizenship debate about refugees in Turkey. *European Journal of Cultural Studies*, 23(5), 712–730. <https://doi.org/10.1177/1367549419869354>
- Bozdağ, Ç., in Smets, K. (2017). Understanding the images of Alan Kurdi with “small data”: A qualitative, comparative analysis of tweets about refugees in Turkey and Flanders (Belgium). *International Journal of Communication*, 11, 4046–4069. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/7252>
- Brettell, C. B., in Hollifield, J. F. (ur.). (2000). *Migration theory: Talking across disciplines*. Routledge.
- Broersma, M., in Graham, T. (2012). Social media as beat: Tweets as a news source during the 2010 British and Dutch elections. *Journalism Practice*, 6(3), 403–419. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.663626>

- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage*. Peter Lang.
- Bruns, A. (2015). Making sense of society through social media. *Social Media + Society*, 1(1), 1–2. <https://doi.org/10.1177/2056305115578679>
- Bruns, A. (2019). *Are filter bubbles real?* Polity.
- Bruns, A., in Burgess, J. (2011). The use of Twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. V A. Bruns in P. de Wilde (ur.), *Proceedings of the 6th European Consortium for Political Research (ECPR) General Conference 2011* (str. 1–9). European Consortium for Political Research.
- Bruns, A., in Burgess, J. (2015). Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics. V N. Rambukkana (ur.), *Hashtag publics: The power and politics of discursive networks* (str. 13–27). Peter Lang Publishing.
- Bruns, A., Burgess, J., Crawford, K., in Shaw, F. (2012). *#qldfloods and @QP-SMedia: Crisis communication on Twitter in the 2011 South East Queensland floods*. ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation.
- Bruns, A., in Highfield, T. (2018). Is Habermas on Twitter? Social media and the public sphere. V A. Bruns, G. Enli, E. Skogerbø, A. Larsson, in C. Christensen (ur.), *The Routledge companion to social media and politics* (str. 56–73). Routledge.
- Bucher, T., in Helmond, A. (2018). The affordances of social media platforms. V J. Burgess, A. Marwick in T. Poell (ur.), *The SAGE handbook of social media* (str. 233–253). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781473984066.n14>
- Cantril, H. (1999). Invazija z Marsa. V S. Splichal (ur.), *Komunikološka hrestomatija* (str. 137–150). Založba FDV.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Catalano, T., in Mitchell-McCollough, J. (2019). Representation of unaccompanied migrant children from Central America in the United States: Media vs. migrant perspectives. V L. Viola in A. Musolff (ur.), *Migration and media: Discourses about identities in crisis* (str. 239–262). John Benjamins Publishing Company.
- Catalano, T., in Waugh, L. R. (2020). *Critical discourse analysis, critical discourse studies and beyond* (Vol. 11). Springer.
- Ceron, A., Curini, L., in Iacus, S. M. (2017). Social media and electoral forecasts: An overview. V A. Ceron, L. Curini in S. M. Iacus (ur.), *Politics and big data: Nowcasting and forecasting elections with social media* (str. 5–37). Routledge.
- Cha, M., Haddadi, H., Benevenuto, F., in Gummadi, K. (2010). Measuring User Influence in Twitter: The Million Follower Fallacy. *Proceedings of the*

- International AAAI Conference on Web and Social Media*, 4(1), 10–17. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v4i1.14033>
- Chadwick, A. (2013/2017). *The hybrid media system: Politics and power* (druga izdaja). Oxford University Press.
- Chan, J. (2022). Online astroturfing: A problem beyond disinformation. *Philosophy & Social Criticism*, 50(3), 507–528. <https://doi.org/10.1177/01914537221108467>
- Chauzy, J.-P., in Appave, G. (2014). Communicating effectively about migration. V G. Dell’Orto in V. L. Birchfield (ur.), *Reporting at the southern borders: Journalism and public debates on immigration in the US and the EU* (str. 62–72). Routledge.
- Chouliaraki, L., in Zaborowski, R. (2017). Voice and community in the 2015 refugee crisis: A content analysis of news coverage in eight European countries. *International Communication Gazette*, 79(6–7), 613–635. <https://doi.org/10.1177/1748048517727173>
- Colombo, M. (2018). The representation of the “European refugee crisis” in Italy: Domopolitics, securitization, and humanitarian communication in political and media discourses. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 16(1–2), 161–178. <https://doi.org/10.1080/15562948.2017.1317896>
- Conover, M., Ratkiewicz, J., Francisco, M., Goncalves, B., Menczer, F., in Flammini, A. (2011). Political polarization on Twitter. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 5(1), 89–96. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v5i1.14126>
- Consterdine, E. (2018). *State-of-the-art report on public attitudes, political discourses and media coverage on the arrival of refugees* (CEASEVAL Research on the Common European Asylum System, No. 02). https://www.tu-chemnitz.de/phil/iesg/professuren/geographie/Publikationen/CEASEVAL/02_Consterdine_State-of-the-art_report_on_public_attitudes.pdf
- Conway, B. A., Kenski, K., in Wang, D. (2015). The rise of Twitter in the political campaign: Searching for intermedia agenda-setting effects in the presidential primary. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4), 363–380. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12124>
- Corbu, N., Buturoiu, R., in Durach, F. (2017). Framing the refugee crisis in online media: A Romanian perspective. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 19(2), 5–18. <https://doi.org/10.21018/rjcrp.2017.2.234>
- Crawley, H. (2005). *Evidence on attitudes to asylum and immigration: What we know, don’t know and need to know* (Working Paper No. 23). Centre

- on Migration, Policy & Society, University of Oxford. https://www.compas.ox.ac.uk/wp-content/uploads/WP-2005-023-Crawley_Attitudes_Asylum_Immigration.pdf
- Cushion, S., in Lewis, J. (ur.). (2010). *The rise of 24-hour news television: Global perspectives*. Peter Lang.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and political engagement: Citizens, communication, and democracy*. Cambridge University Press.
- Dang-Xuan, L., Stieglitz, S., Wladarsch, J., in Neuberger, C. (2013). An investigation of influentials and the role of sentiment in political communication on Twitter during election periods. *Information, Communication & Society*, 16(5), 795–825. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.783608>
- Dearing, J., in Rogers, E. M. (1988). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? *Communication Yearbook*, 11 (1), 555–594. <https://doi.org/10.1080/23808985.1988.11678708>
- de Rosa, A. S., Bocci, E., Bonito, M., in Salvati, M. (2021). Twitter as social media arena for polarised social representations about the (im)migration: The controversial discourse in the Italian and international political frame. *Migration Studies*, 9(3), 1167–1194. <https://doi.org/10.1093/migration/mnab001>
- Doğu, B. (2017). Turkey's news media landscape in Twitter: Mapping interconnections among diversity. *Journalism*, 21(5), 688–706. <https://doi.org/10.1177/1464884917713791>
- Doupona Horvat, M., Verschueren, J., in Žagar, I. Ž. (2001). Retorika begunske politike v Sloveniji: Pragmatika legitimizacije (druga izdaja). Mirovni inštitut. <http://mediawatch.mirovni-institut.si/edicija/seznam/01/mediawatch01.pdf>
- Dragoš, S., in Leskošek, V. (2003). *Družbena neenakost in socialni kapital*. Mirovni inštitut, Inštitut za sodobne družbene in politične študije.
- Drolc, A. (2003). Imigranti med evropsko migracijsko politiko in posebnostmi prostora. V M. Pajnik in S. Zavratnik - Zimic (ur.), *Migracije – globalizacija – Evropska unija* (str. 147–167). Mirovni inštitut.
- Dubois, E., in Gaffney, D. (2014). The multiple facets of influence: Identifying political influentials and opinion leaders on Twitter. *American Behavioral Scientist*, 58(10), 1260–1277. <https://doi.org/10.1177/0002764214527088>
- Dylko, I., Dolgov, I., Hoffman, W., Eckhart, N., Molina, M., in Aaziz, O. (2017). The dark side of technology: An experimental investigation of the influence of customizability technology on online political selective exposure. *Computers in Human Behavior*, 73, 181–190. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.031>

- Eberl, J.-M., Galyga, S., Lind, F., Heidenreich, T., Edie, R., Herrero Jiménez, B., Berganza, R., Boomgaarden, H. G., in Gómez Montero, E. L. (2019). *European media migration report: How media cover migration and intra-EU mobility in terms of salience, sentiment and framing* (REMINDER Project, H2020). <https://www.reminder-project.eu/wp-content/uploads/2019/08/REMINDER-D8.3.pdf>
- Eberl, J.-M., Meltzer, C. E., Heidenreich, T., Herrero, B., Theorin, N., Lind, F., Berganza, R., Boomgaarden, H. G., Schemer, C., in Strömbäck, J. (2018). The European media discourse on immigration and its effects: A literature review. *Annals of the International Communication Association*, 42(3), 207–223. <https://doi.org/10.1080/23808985.2018.1497452>
- Ekman, M. (2018). Anti-refugee mobilization in social media: The case of Soldiers of Odin. *Social Media + Society*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/2056305118764431>
- Ekman, M. (2019). Anti-immigration and racist discourse in social media. *European Journal of Communication*, 34(6), 606–618. <https://doi.org/10.1177/0267323119886151>
- Erjavec, K. (2003). Media construction of identity through moral panics: Discourses of immigration in Slovenia. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 29(1), 83–101.
- Esses, V. M., Medianu, S., in Lawson, A. S. (2013). Uncertainty, threat, and the role of the media in promoting the dehumanization of immigrants and refugees. *Journal of Social Issues*, 69(3), 518–536. <https://doi.org/10.1111/josi.12027>
- Ettema, J. S., in Glasser, T. L. (1998). *Custodians of conscience: Investigative journalism and public virtue*. Columbia University Press.
- Evkoski, B., Mozetič, I., Ljubešić, N., in Kralj Novak, P. (2021). Community evolution in retweet networks. *PLOS ONE*, 16(9), e0256175. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256175>
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Longman Group.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Polity Press.
- Ferra, I., in Nguyen, D. (2017). #Migrantcrisis: “Tagging” the European migration crisis on Twitter. *Journal of Communication Management*, 21(4), 411–426. <https://doi.org/10.1108/JCOM-02-2017-0026>
- Fraga-Lamas, P., in Fernández-Caramés, T. M. (2020). Fake news, disinformation, and deepfakes: Leveraging distributed ledger technologies and blockchain to combat digital deception and counterfeit reality. *IT Professional*, 22(2), 53–59. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1904.05386>

- Franck, G. (2018). The economy of attention. *Journal of Sociology*, 55(1), 8–19. <https://doi.org/10.1177/1440783318811778>
- Freeman, G. P., Hansen, R., in Leal, D. L. (2013). *Immigration and public opinion in liberal democracies*. Routledge.
- Fuchs, C. (2011). *Foundations of critical media and information studies*. Routledge.
- Fuchs, C. (2014). Critique of the political economy of informational capitalism and social media. V C. Fuchs in M. Sandoval (ur.), *Critique, social media and the information society* (str. 51–65). Routledge.
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction* (druga izdaja). Sage.
- Fuller, J. M. (2019). Discourses of immigration and integration in German newspaper comments. V L. Viola in A. Musolff (ur.), *Migration and media: Discourses about identities in crisis* (str. 317–338). John Benjamins Publishing Company.
- Garrett, K. R., Carnahan, D., in Lynch, E. K. (2013). A turn toward avoidance? Selective exposure to online political information, 2004–2008. *Political Behavior*, 35, 113–134. <https://doi.org/10.1007/s11109-011-9185-6>
- Georgiou, M., in Zaborowski, R. (2017). *Media coverage of the “refugee crisis”: A cross-European perspective* (Council of Europe report DG1(2017)03). Council of Europe. <https://rm.coe.int/1680706b00>
- Ghajar-Khosravi, S., in Chignell, M. (2017). Pragmatics of network centrality. V L. Sloan in A. Quan-Haase (ur.), *The SAGE handbook of social media research methods* (str. 309–327). Sage Reference.
- Giddens, A. (2004). *The constitution of society*. Polity Press.
- Gillespie, M., Osseiran, S., in Cheesman, M. (2018). Syrian refugees and the digital passage to Europe: Smartphone infrastructures and affordances. *Social Media + Society*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/2056305118764440>
- Gliha Komac, N. (2011). Socialna, družbena in družabna omrežja. <https://www.lektorsko-drustvo.si/zunanje-sodelovanje/socialna-druzbenain-druzabna-omrezja>
- Godnov, U., in Redek, T. (2014). The use of Twitter for political purposes in Slovenia. *Revista română de științe politice*, 14(1), 4–34.
- González-Bailón, S., Borge-Holthoefer, J., in Moreno, Y. (2013). Broadcasters and hidden influentials in online protest diffusion. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 943–965. <https://doi.org/10.1177/0002764213479371>
- González-Bailón, S., d’Andrea, V., Freelon, D., in De Domenico, M. (2022). The advantage of the right in social media news sharing. *PNAS Nexus*, 1(3), pgac137. <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgac137>

- Graham, T., in Andrejevic, M. (2024). A computational analysis of potential algorithmic bias on platform X during the 2024 US election [neobjavljeno delovno gradivo]. <https://eprints.qut.edu.au/253211/>
- Graham, T., in Wright, S. (2014). Discursive equality and everyday talk online: The impact of "superparticipants". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 625–642. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12016>
- Grossberg, L., Wartella, E., in Whitney, D. C. (1998). *Mediamaking: Mass media in a popular culture*. SAGE Publications.
- Gualda, E., in Rebollo, C. (2016). The refugee crisis on Twitter: A diversity of discourses at a European crossroads. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 4(3), 199–212. <https://ideas.repec.org/a/ris/jspord/0917.html>
- Guess, A., Nyhan, B., Lyons, B., in Reifler, J. (2017). *Avoiding the echo chamber about echo chambers*. Knight Foundation.
- Guidry, J. P. D., Austin, L. L., Carlyle, K. E., Freberg, K., Cacciatore, M., Meganck, S., Jin, Y., in Messenger, M. (2018). Welcome or not: Comparing #Refugee posts on Instagram and Pinterest. *American Behavioral Scientist*, 62(4), 512–531. <https://doi.org/10.1177/0002764218760369>
- Gupta, S. N. (2011). Mean, median, mode: An introduction. V M. Lovric (ur.), *International encyclopedia of statistical science* (str. 788–791). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-04898-2_353
- Habermas, J. (2022). Reflections and hypotheses on a further structural transformation of the political public sphere. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 145–171. <https://doi.org/10.1177/02632764221112341>
- Hallin, D. C., Mellado, C., in Mancini, P. (2023). The concept of hybridity in journalism studies. *The International Journal of Press/Politics*, 28(1), 219–237. <https://doi.org/10.1177/19401612211039704>
- Hameleers, M. (2019). Putting our own people first: The content and effects of online right-wing populist discourse surrounding the European refugee crisis. *Mass Communication and Society*, 22(6), 804–826. <https://doi.org/10.1080/15205436.2019.1655768>
- Hampshire, J. (2013). *The politics of immigration: Contradictions of the liberal state*. Polity.
- Hansen, D. L., Shneiderman, B., Smith, M. A., in Himelboim, I. (2020). Twitter: Information flows, influencers, and organic communities. V D. L. Hansen, B. Shneiderman, M. A. Smith in I. Himelboim (ur.), *Analyzing social media networks with NodeXL* (druga izdaja, str. 161–178). Morgan Kaufmann. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-817756-3.00011-x>

- Harvey, D. (2012). *Kratka zgodovina neoliberalizma*. Studia Humanitatis.
- Haynes, A., Power, M. J., in Devereux, E. (2016). *Public and political discourses of migration: International perspectives*. Rowman & Littlefield International.
- Hegelich, S. (2016). R for social media analysis. V L. Sloan in A. Quan-Haase (ur.), *The SAGE handbook of social media research methods* (str. 486–498). Sage Reference. <https://doi.org/10.4135/9781473983847.n28>
- Heidenreich, T., Eberl, J.-M., Lind, F., in Boomgaarden, H. G. (2020). Political migration discourses on social media: A comparative perspective on visibility and sentiment across political Facebook accounts in Europe. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 46(7), 1261–1280. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2019.1665990>
- Heijkant, L. V. D., Van Selm, M., Hellsten, I., in Vliegenthart, R. (2019). Inter-media agenda setting in a policy reform debate. *International Journal of Communication*, 13, 1890–1912.
- Herman, E. S., in Chomsky, N. (2002). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Pantheon Books.
- Heyman, R. (2016). *Facebook & users: Who is using who? A material semiotic approach to the irreversibilisation of Facebook as a case of lifeworld colonisation by social media* [Doktorska disertacija, Vrije Universiteit Brussel].
- Himmelboim, I. (2017). Social network analysis (social media). V J. Matthes (ur.), *The International Encyclopedia of Communication Research Methods* (str. 1–15). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0236>
- Holm, M. (2023). Beyond antifeminist discourses: Analyzing how material and social factors shape online resistance to feminist politics. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 30(2), 422–443. <https://doi.org/10.1093/sp/jxac022>
- Hong, S. (2013). Who benefits from Twitter? Social media and political competition in the U.S. House of Representatives. *Government Information Quarterly*, 30(4), 464–472. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.009>
- Hrvatín, A. (2017). Begunke v medijih: Arhetip begunke kot žrtve. <http://www.mirovni-institut.si/begunke-v-medijih-arhetip-begunke-kot-zrtve/>
- Hrženjak, M., in Jalušič, V. (2011). *Vrata niso baš odprta: (treba da jih gurneš, pa da se odvaraju): perspektive v reševanju kompleksnih neenakosti*. Mirovni inštitut.
- Hu, M., in Liu, B. (2004). Mining and summarizing customer reviews. V *Proceedings of the Tenth ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining* (str. 168–177).

- Huberman, B. A., Romero, D. M., in Wu, F. (2009). Social networks that matter: Twitter under the microscope. *First Monday*, 14(1), 1–9. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1313405>
- Iosifidis, P. (2010). Pluralism and Concentration of Media Ownership: Measurement Issues. *Javnost - The Public*, 17(3), 5–21. <https://doi.org/10.1080/13183222.2010.11009033>
- Jackson, N., in Lilleker, D. (2011). Microblogging, constituency service and impression management: UK MPs and the use of Twitter. *The Journal of Legislative Studies*, 17(1), 86–105. <https://doi.org/10.1080/13572334.2011.545181>
- Jalušič, V. (2001). Ksenofobija ali samozaščita? O vzpostavljanju nove slovenske državljanske identitete. *Poročilo skupine za spremljanje nestrpnosti*, 1, 12–43.
- Janetzko, D. (2017). The role of APIs in data sampling from social media. V L. Sloan in A. Quan-Haase (ur.), *The SAGE handbook of social media research methods* (str. 146–160). Sage Reference. <https://doi.org/10.4135/9781473983847.n10>
- Jesenšek, L., Verčič, D., in Kronegger, L. (2021). Struktura slovenske politične razprave na Twitterju ob volitvah v Evropski parlament. *Teorija in praksa*, 58(1), 49–71. <https://doi.org/10.51936/tip.58.1.49-71>
- Jontes, D. (2017). Med distanciranostjo in angažiranostjo: Protislovja poročanja o »begunski krizi« v dnevnem tisku. *Dve domovini*, 45, 185–200. <https://doi.org/10.3986/dd.2017.1.14>
- Jungherr, A. (2014). The logic of political coverage on Twitter: Temporal dynamics and content. *Journal of Communication*, 64(2), 239–259. <https://doi.org/10.1111/jcom.12087>
- Jungherr, A. (2015). *Analyzing political communication with digital trace data*. Springer.
- Katz, E. (1957). The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis. *Public Opinion Quarterly*, 21(1), 61–78.
- Katz, E., in Lazarsfeld, P. F. (1955/2006). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Transaction.
- Kaye, R. (2001). "Blaming the victim": An analysis of press representation of refugees and asylum seekers in the UK in the 1990s. V R. King in N. Wood (ur.), *Media and migration: Constructions of mobility and difference* (str. 53–70). Routledge.
- Keuchenius, A., Törnberg, P., in Uitermark, J. (2023). Echo chambers are defined by conflict, not isolation [predobjava]. *ResearchGate*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28843.92965>

- Kim, D. H., in Ellison, N. B. (2021). From observation on social media to offline political participation: The social media affordances approach. *New Media & Society*, 24(12), 2614–2634. <https://doi.org/10.1177/1461444821998346>
- Kim, S. H., in Hong, S. (2015). Political ideology matter in online salience? Evidence from social media use by members of the Korean National Assembly. V *Proceedings of the 16th Annual International Conference on Digital Government Research* (str. 197–203). Association for Computing Machinery.
- King, R. (2010). *People on the move: An atlas of migration*. University of California Press.
- King, R., in Wood, N. (ur.). (2001). *Media and migration: Constructions of mobility and difference*. Routledge.
- Kitchin, R. (2014). Big data, new epistemologies and paradigm shifts. *Big Data & Society*, 1(1). <https://doi.org/10.1177/2053951714528481>
- Klavora, M. (2012). Ko izbire ni: Pričevalci in evakuacija Slovencev iz Sarajeva novembra 1992. *Dve domovini*, 36, 143–155.
- Klinger, U., in Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, 17(8), 1241–1257. <https://doi.org/10.1177/1461444814522952>
- Klinger, U., in Svensson, J. (2018). The end of media logics? On algorithms and agency. *New Media & Society*, 20(12), 4653–4670. <https://doi.org/10.1177/1461444818779750>
- Knutson, B., Hsu, T. W., Ko, M., in Tsai, J. L. (2024). News source bias and sentiment on social media. *PLOS ONE*, 19(10), e0305148. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0305148>
- Kogovšek Šalamon, N., in Bajt, V. (2016). Introduction. V N. Kogovšek Šalamon in V. Bajt (ur.), *Razor-wired: Reflections on migration movements through Slovenia in 2015* (str. 7–11). Peace Institute. http://www.mirovni-institut.si/wp-content/uploads/2016/03/Razor_wired_publikacija_web.pdf
- Kogovšek Šalamon, N., Frett, B., in Ketchum, E. S. (2020). Global criminal migration trends. V N. Kogovšek Šalamon (ur.), *Causes and consequences of migrant criminalization* (str. 3–25). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-43732-9_1
- Komidar, L. (2021). *Opisna statistika v R-ju*. Znanstvena založba Filozofske fakultete.
- Kovačič, G. (2021). Pragmatism and non-national perception of homeland by younger generations of Slovenian emigrants. *Treatises and Documents, Journal of Ethnic Studies*, 87, 107–126. <https://doi.org/10.36144/rig87.dec21.107-126>

- Kralj, A. (2008). Nezaželeni? Medijske in politične konstrukcije tujcev v Sloveniji. *Dve domovini*, 27, 169–190.
- Kreis, R. (2017). #refugeesnotwelcome: Anti-refugee discourse on Twitter. *Discourse & Communication*, 11(5), 498–514. <https://doi.org/10.1177/1750481317714121>
- Krzyżanowski, M. (2018a). Discursive shifts in ethno-nationalist politics: On politicization and mediatization of the “refugee crisis” in Poland. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 16(1–2), 76–96. <https://doi.org/10.1080/15562948.2017.1317897>
- Krzyżanowski, M. (2018b). “We are a small country that has done enormously lot”: The “refugee crisis” and the hybrid discourse of politicizing immigration in Sweden. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 16(1–2), 97–117. <https://doi.org/10.1080/15562948.2017.1317895>
- Krzyżanowski, M., in Machin, D. (2017). Critical approaches: Media analysis in/and critical discourse studies. V C. Colter in D. Perrin (ur.), *Routledge handbook of language and media* (str. 62–76). Routledge.
- Kuhar, R. (2001). Zgrabiti in izgnati: Vzorec ksenofobičnega diskurza v Slovenskih novicah. *Poročilo skupine za spremljanje nestrpnosti*, 1, 44–55.
- Kuzmanić, T. (1998). Nočna kronika (Ne)Dela: Od ogroženosti identitete do identiteta ogroženosti. *Časopis za kritiko znanosti*, 26(188), rw41–85.
- Kuzmanić, T. (1999). *Bitja s pol strešice: Slovenski rasizem, šovinizem in seksizem*. Open Society Institute – Slovenia.
- Kuzmanić, T. (2001). Rasizem in ksenofobija, ki da ju v Sloveniji ni. *Poročilo Skupine za spremljanje nestrpnosti*, 1, 56–77.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., in Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? V *WWW '10: Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web* (str. 591–600). Association for Computing Machinery.
- Kyriakides, C. (2017). Words don't come easy: Al Jazeera's migrant–refugee distinction and the European culture of (mis)trust. *Current Sociology*, 65(7), 933–952. <https://doi.org/10.1177/0011392116658089>
- Lah, S. (2010). Družbeni mediji – zabava ali orodje? *Organizacija znanja*, 15(3), 100–108. <https://doi.org/10.3359/oz1003100>
- Lane, D. (2023). *Global neoliberal capitalism and the alternatives: From social democracy to state capitalisms*. Policy Press Scholarship Online. <https://doi.org/10.46692/9781529220933>
- Langer, A. I., in Gruber, J. B. (2020). Political Agenda Setting in the Hybrid Media System: Why Legacy Media Still Matter a Great Deal. *The*

- International Journal of Press/Politics*, 26(2), 313–340. <https://doi.org/10.1177/1940161220925023>
- Latorre-Catalán, M. (2017). Opportunity structure. V B. S. Turner (ur.), *The Wiley-Blackwell encyclopedia of social theory*. <https://doi.org/10.1002/9781118430873.est0268>
- Lazaridis, G., Polymeropoulou, M., in Tsagkroni, V. (2017). Networks and alliances against the Islamisation of Europe: The case of the counter-jihad movement. V G. Lazaridis in G. Campani (ur.), *Understanding the populist shift: Othering in a Europe in crisis* (str. 70–103). Routledge, Taylor & Francis Group.
- Lecheler, S., Matthes, J., in Boomgaarden, H. G. (2019). Setting the agenda for research on media and migration: State-of-the-art and directions for future research. *Mass Communication and Society*, 22(6), 691–707.
- Lee, J.-S., in Nerghe, A. (2017). Labels and sentiment in social media: On the role of perceived agency in online discussions of the refugee crisis. In *#SMSociety17: Proceedings of the 8th International Conference on Social Media & Society* (str. 1–10). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3097286.3097300>
- Lekić-Subašić, Ž. (2018). The Balkans route: Media and refugee crisis in Europe. V S. F. Krishna-Hensel (ur.), *Migrants, refugees, and the media: The new reality of open societies* (str. 81–120). Routledge.
- Lenarčič, B. (2020). Migracijski proces v omrežni družbi. *Dve domovini*, 51, 167–183. <https://doi.org/10.3986/dd.2020.1.10>
- Lenarčič, B., in Smrdelj, R. (2021). Družabnost, fizična distanca in informacijsko-komunikacijske tehnologije v obdobju epidemije SARS-COV-2. *Družboslovne razprave*, 36(94/95), 125–148.
- Lindgren, S. (2017). *Digital media and society*. SAGE Publications.
- Lukšič Hacin, M. (2004). Vračanje Slovencev iz Argentine. *Dve domovini*, 20, 13–34.
- Lukšič Hacin, M. (2017). Sociologija mednarodnih selitev in njeni začetki v Sloveniji skozi tematizacije slovenskih izseljencev. V J. Žitnik Serafin in A. Kalc (ur.), *Raziskovanje slovenskega izseljenstva: Vidiki, pristopi, vsebine* (str. 37–48). Založba ZRC SAZU.
- Lukšič Hacin, M. (2018). Refugees as a part of the global socio-political-economic migration triangle of causality. V I. Ž. Žagar, N. Kogovšek Šalamon in M. Lukšič Hacin (ur.), *The disaster of European refugee policy: Perspectives from the "Balkan Route"* (str. 55–65). Cambridge Scholars Publishing.
- Luthar, B. (2017). Begunci in »Odmevi«: Epistemologija konvencij. *Dve domovini*, 45, 153–168. <https://doi.org/10.3986/dd.2017.1.12>

- Khan, M. S. H. (2011). Standard deviation. V M. Lovric (ur.), *International encyclopedia of statistical science* (str. 1378–1379). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-04898-2_535
- Madni, H. A., Anwar, Z., in Shah, M. A. (2017). Data mining techniques and applications — A decade review. In *2017 23rd International Conference on Automation and Computing (ICAC)* (str. 1–7). <https://doi.org/10.23919/ICAC.2017.8082090>
- Malešič, M. (2017). The securitisation of migrations in Europe: The case of Slovenia. *Teorija in praksa*, 54(6), 947–968.
- Maniou, T. A., in Bantimaroudis, P. (2018). Hybrid salience: Examining the role of traditional and digital media in the rise of the Greek radical left. *Journalism*, 22(4), 1127–1144. <https://doi.org/10.1177/1464884918796587>
- Marinescu, V., in Balica, E. (2018). New media clues and old journalistic habits: Representing the refugees in Romanian media. *Journalism*, 22(4), 1048–1066. <https://doi.org/10.1177/1464884918810038>
- Marres, N., in Weltevrede, E. (2013). Scraping the social? Issues in live social research. *Journal of Cultural Economy*, 6(3), 313–335. <https://doi.org/10.1080/17530350.2013.772070>
- Martin-Gutiérrez, S., Robles Morales, J. M., in Torcal, M. (2024). In-party love spreads more efficiently than out-party hate in online communities. *Scientific Reports*, 14, 15700. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-65688-9>
- Marwick, A. E., in boyd, d. (2010). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- Marx, K. (2018). *Osemnajsti brumaire Ludvika Bonaparta*. Studia Humanitatis.
- Marx, K., in Engels, F. (1979). Nemška ideologija. V B. Ziherl (ur.), *Izbrana dela II* (str. 5–352). Cankarjeva založba.
- May, C. (2002). *The information society: A sceptical view*. Polity Press.
- McCay-Peet, L., in Quan-Haase, A. (2017). What is social media and what questions can social media research help us answer? V L. Sloan in A. Quan-Haase (ur.), *The SAGE handbook of social media research methods* (str. 13–26). Sage Reference.
- McChesney, R. W. (2013). *Digital disconnect: How capitalism is turning the internet against democracy*. The New Press.
- McCombs, M. (1992). Explorers and surveyors: Expanding strategies for agenda-setting research. *Journalism Quarterly*, 69(4), 813–824.
- McCombs, M. (2005). A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), 543–557.

- McCombs, M. (2014). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Polity.
- McCombs, M. E., in Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Medica, K. (2017). Od medijacije k medijalizaciji migrantske problematike. *Monitor ISH*, 19(1), 75–94.
- Menjívar, C., Ruiz, M., in Ness, I. (2019). Migration crises: Definitions, critiques, and global contexts. V C. Menjívar, M. Ruiz in I. Ness (ur.), *The Oxford handbook of migration crises* (str. 1–17). Oxford University Press.
- Meraz, S. (2009). Is there an elite hold? Traditional media to social media agenda setting influence in blog networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 682–707.
- Metaxas, P. T., Mustafaraj, E., Wong, K., Zeng, L., O’Keefe, M., in Finn, S. (2021). What do retweets indicate? Results from user survey and meta-review of research. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 9(1), 658–661. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v9i1.14661>
- Mezzadra, S. (2010). *The gaze of autonomy: Capitalism, migration and social struggles*. http://www.mcrg.ac.in/development/draft_symposium/sandro.pdf
- Miconi, A. (2022). The network and the society: Structure and agency in Castells’ theory. *American Behavioral Scientist*, 67(7), 847–858. <https://doi.org/10.1177/00027642221092805>
- Mihelj, S. (2004). *The role of mass media in the (re)constitution of nations: The (re)constitution of the Slovenian Nation through the mass media representations of the plebiscite for an independent Slovenia, Bosnian refugees and non-registered migration (1990–2001)* [Doktorska disertacija, Institutum Studiorum Humanitatis].
- Milioni, D. L., Spyridou, L.-P., in Vadratsikas, K. (2015). Framing immigration in online media and television news in crisis-stricken Cyprus. *The Cyprus Review*, 27(1), 155–185. <https://cyprusreview.org/index.php/cr/article/view/63>
- Mitić, A. (2018). The strategic framing of the 2015 migrant crisis in Serbia. V S. F. Krishna-Hensel (ur.), *Migrants, refugees, and the media: The new reality of open societies* (str. 121–150). Routledge.
- Moon, S. J., in Hadley, P. (2014). Routinizing a new technology in the newsroom: Twitter as a news source in mainstream media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(2), 289–305. <https://doi.org/10.1080/08838151.2014.906435>

- Morley, D. (1993). Spreminjanje paradigem v raziskavah televizijskega občinstva. *Časopis za kritiko znanosti*, 21(154/155), 29–56.
- Mortensen, M. (2017). Constructing, confirming, and contesting icons: The Alan Kurdi imagery appropriated by #humanitywashedashore, Ai Weiwei, and *Charlie Hebdo*. *Media, Culture & Society*, 39(8), 1142–1161. <https://doi.org/10.1177/0163443717725572>
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. Sage.
- Mouffe, C. (2005). *On the Political*. Routledge.
- Mouffe, C. (2013). *Agonistics: Thinking the World Politically*. Verso.
- Mouffe, C. (2018). *For a Left Populism*. Verso.
- Müller, K., in Schwarz, C. (2020). Fanning the flames of hate: Social media and hate crime. *SSRN Electronic Journal*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3082972>
- Murthy, D. (2016). The ontology of tweets: Mixed-method approaches to the study of Twitter. V L. Sloan in A. Quan-Haase (ur.), *The SAGE handbook of social media research methods* (str. 559–572). Sage Reference. <https://doi.org/10.4135/9781473983847.n33>
- Murthy, D., in Bowman, S. A. (2014). Big data solutions on a small scale: Evaluating accessible high-performance computing for social research. *Big Data & Society*, 1(1). <https://doi.org/10.1177/2053951714559105>
- Musolff, A. (2017). Dehumanizing metaphors in UK immigrant debates in press and online media. V M. Kopytowska (ur.), *Contemporary discourses of hate and radicalism across space and genres* (str. 41–56). John Benjamins Publishing Company.
- Musolff, A. (2019). “They have lived in our street for six years now and still don’t speak a word of English”: Scenarios of alleged linguistic underperformance as part of anti-immigrant discourses. V L. Viola in A. Musolff (ur.), *Migration and media: Discourses about identities in crisis* (str. 339–354). John Benjamins Publishing Company.
- Musolff, A., in Viola, L. (2019). Introduction: Migration and crisis identity. V L. Viola in A. Musolff (ur.), *Migration and media: Discourses about identities in crisis* (str. 1–9). John Benjamins Publishing Company.
- Nahon, K., in Hemsley, J. (2013). *Going viral*. Polity Press.
- Nahon, K., Hemsley, J., Walker, S., in Hussain, M. (2011). Fifteen minutes of fame: The power of blogs in the lifecycle of viral political information. *Policy & Internet*, 3(1), 1–28. <https://doi.org/10.2202/1944-2866.1108>
- Nerghes, A., in Lee, J.-S. (2018). The refugee/migrant crisis dichotomy on Twitter: A network and sentiment perspective. V *Proceedings of the 10th*

- ACM Conference on Web Science (str. 271–280). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3201064.3201087>
- Nerghes, A., in Lee, J.-S. (2019). Narratives of the refugee crisis: A comparative study of mainstream-media and Twitter. *Media and Communication*, 7(2), 275–288. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i2.1983>
- Nikunen, K. (2020). Breaking the silence: From representations of victims and threat towards spaces of voice. V K. Smets, K. Leurs, M. Georgiou, S. Witteborn in R. Gajjala (ur.), *The SAGE handbook of media and migration* (str. 411–423). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781526476982>
- Nyers, P., in Rygiel, K. (2012). Introduction: Citizenship, migrant activism, and the politics of movement. V P. Nyers in K. Rygiel (ur.), *Citizenship, migrant activism and the politics of movement* (str. 1–19). Routledge.
- Oblak Črnič, T., in Amon Prodnik, J. (2015). Online deliberation between the weak and strong public sphere. *JeDEM – EJournal of EDemocracy and Open Government*, 7(1), 99–116. <https://doi.org/10.29379/jedem.v7i1.378>
- Oblak, T. (2000). Problematizacija modela »prednostnega tematiziranja«: Primer analize medijskega poročanja o vstopanju Slovenije v EU. *Teorija in praksa*, 37(1), 96–115.
- Ogan, C., in Varol, O. (2016). What is gained and what is left to be done when content analysis is added to network analysis in the study of a social movement: Twitter use during Gezi Park. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1220–1238. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1229006>
- Ojala, M., Pantti, M., in Laaksonen, S.-M. (2019). Networked publics as agents of accountability: Online interactions between citizens, the media and immigration officials during the European refugee crisis. *New Media & Society*, 21(2), 279–297. <https://doi.org/10.1177/1461444818794592>
- Olesen, T. (2018). Memetic protest and the dramatic diffusion of Alan Kurdi. *Media, Culture & Society*, 40(5), 656–672. <https://doi.org/10.1177/0163443717729212>
- Onitui, D. (2022). Fashion, filter bubbles and echo chambers: Questions of privacy, identity, and governance. *Law, Innovation and Technology*, 14(2), 395–420. <https://doi.org/10.1080/17579961.2022.2113672>
- Otter, D. W., Medina, J. R., in Kalita, J. K. (2021). A survey of the usages of deep learning for natural language processing. *IEEE Transactions on Neural Networks and Learning Systems*, 32(2), 604–624. <https://doi.org/10.1109/TNNLS.2020.2979670>

- Ozduzen, O., Korkut, U., in Ozduzen, C. (2020). 'Refugees are not welcome': Digital racism, online place-making and the evolving categorization of Syrians in Turkey. *New Media & Society*, 23(11), 3349–3369. <https://doi.org/10.1177/1461444820956341>
- Pajnik, M. (2003). Poročanje medijev o marginaliziranih skupinah. *Socialno delo*, 42(2), 87–94.
- Pajnik, M. (2007). Medijske podobe o beguncih. *Socialno delo*, 46(1/2), 1–11.
- Pajnik, M. (2016). Migration in the mirror of mediatized anti-politics. V N. Kogovšek Šalomon in V. Bajt (ur.), *Razor-wired: Reflections on migration movements through Slovenia in 2015* (str. 62–70). Peace Institute. http://www.mirovni-institut.si/wp-content/uploads/2016/03/Razor_wired_publikacija_web.pdf
- Pajnik, M. (2017). Medijsko-politični paralelizem: Legitimizacija migracijske politike na primeru komentarja v časopisu »Delo«. *Dve domovini*, 45, 169–184.
- Pajnik, M. (2018a). Media logic in disposing of migrants. V I. Ž. Žagar, N. Kogovšek Šalomon in M. Lukšič Hacin (ur.), *The disaster of European refugee policy: Perspectives from the "Balkan Route"* (str. 179–195). Cambridge Scholars Publishing.
- Pajnik, M. (2018b). Media populism on the example of right-wing political parties' communication in Slovenia. *Problems of Post-Communism*, 66(1), 21–32. <https://doi.org/10.1080/10758216.2018.1540275>
- Pajnik, M. (2023). Transformations of the media sphere: Amplifying opportunity structures for populism. V P. Diehl in B. Bargetz (ur.), *The complexity of populism: New approaches and methods* (str. 161–177). Routledge.
- Pajnik, M., Ribač, M., in Sekloča, P. (2020). Sensitizing the concept of mediatization for the study of social movements. *Communications*, 45(s1), 603–623. <https://doi.org/10.1515/commun-2019-2064>
- Papacharissi, Z. (2015). Affective publics and structures of storytelling: Sentiment, events and mediality. *Information, Communication & Society*, 19(3), 307–324. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>
- Papadopoulos, D., in Tsianos, V. S. (2013). After citizenship: Autonomy of migration, organisational ontology and mobile commons. *Citizenship Studies*, 17(2), 178–196. <https://doi.org/10.1080/13621025.2013.780736>
- Papailias, P. (2019). (Un)seeing dead refugee bodies: Mourning memes, spectropolitics, and the haunting of Europe. *Media, Culture & Society*, 41(8), 1048–1068. <https://doi.org/10.1177/0163443718756178>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. Penguin Publishing Group.

- Parmelee, J. H. (2014). The agenda-building function of political tweets. *New Media & Society*, 16(3), 434–450. <https://doi.org/10.1177/1461444813487955>
- Perse, E. M. (2001). *Media effects and society*. Routledge.
- Potter, W. J. (2013). Synthesizing a working definition of “mass” media. *Review of Communication Research*, 1, 1–30. https://doi.org/10.12840/issn.2255-4165_2013_01.01_001
- Pušnik, M. (2017). Dinamika novičarskega diskurza populizma in ekstremizma: Moralne zgodbe o beguncih. *Dve domovini*, 45, 137–152. <https://doi.org/10.3986/dd.2017.1.08>
- Quan-Haase, A., Martin, K., in McCay-Peet, L. (2015). Networks of digital humanities scholars: The informational and social uses and gratifications of Twitter. *Big Data & Society*, 2(1). <https://doi.org/10.1177/2053951715589417>
- Rasmussen, T. (2016). *The internet soapbox: Perspectives on a changing public sphere*. Universitetsforlaget.
- Redek, T., in Godnov, U. (2018). Twitter as a political tool in EU countries during the economic crisis: A comparative text-mining analysis. *Društvena istraživanja*, 27(4), 691–711. <https://doi.org/10.5559/di.27.4.06>
- Risam, R. (2018). Now you see them: Self-representation and the refugee selfie. *Popular Communication*, 16(1), 58–71. <https://doi.org/10.1080/15405702.2017.1413191>
- Rogers, R. (2019). *Doing digital methods*. Sage.
- Rogstad, I. (2016). Is Twitter just rehashing? Intermedia agenda setting between Twitter and mainstream media. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(2), 142–158. <https://doi.org/10.1080/19331681.2016.1160263>
- Ronzhyn, A., Cardenal, A. S., in Batlle Rubio, A. (2022). Defining affordances in social media research: A literature review. *New Media & Society*, 25(11), 3165–3188. <https://doi.org/10.1177/14614448221135187>
- Rubio García, R. (2014). Twitter y la teoría de la Agenda-Setting: Mensajes de la opinión pública digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1), 249–264. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/45230>
- Sakki, I., in Pettersson, K. (2015). Discursive constructions of otherness in populist radical right political blogs. *European Journal of Social Psychology*, 46(2), 156–170. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2142>
- Schradie, J. (2019). *The Revolution That Wasn't: How Digital Activism Favors Conservatives*. Harvard University Press.
- Schwartz, H., Pajnik, M., della Porta, D., Bernhardt, F., in Ribač, M. (2025). Framing solidarities in times of multiple crises: Introduction. V M. Pajnik,

- H. Schwiertz, D. della Porta, F. Bernhardt in M. Ribač (ur.), *Framing solidarities in times of multiple crises* (str. 1–26). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-031-82563-7_1
- Schroeder, R. (2017). Towards a theory of digital media. *Information, Communication & Society*, 21(3), 323–339. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1289231>
- Sekloča, P. (2020). Ohranjanje zaupanja v mrežni javni sferi: Problem javnih forumov in personalizacija novic. *Teorija in praksa*, 57(1), 308–325.
- Siapera, E., Boudourides, M., Lenis, S., in Suiter, J. (2018). Refugees and network publics on Twitter: Networked framing, affect, and capture. *Social Media + Society*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/2056305118764437>
- Siapera, E. (2019). Refugee solidarity in Europe: Shifting the discourse. *European Journal of Cultural Studies*, 22(2), 245–266. <https://doi.org/10.1177/1367549418823068>
- Sicurella, F. G. (2017). The language of walls along the Balkan route. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 16(1–2), 57–75. <https://doi.org/10.1080/15562948.2017.1309088>
- Sigona, N. (2014). The politics of refugee voices: Representations, narratives, and memories. V E. Fiddian-Qasmiyeh, G. Loescher, K. Long in N. Sigona (ur.), *The Oxford handbook of refugee and forced migration studies* (str. 369–382). Oxford University Press.
- Silaški, N., in Đurović, T. (2019). The great wall of Europe: Verbal and multi-modal portrayals of Europe's migrant crisis in Serbian media discourse. V L. Viola in A. Musolff (ur.), *Migration and media: Discourses about identities in crisis* (str. 183–202). John Benjamins Publishing Company.
- Smets, K., Leurs, K., Georgiou, M., Witteborn, S., in Gajjala, R. (ur.). (2020a). *The SAGE handbook of media and migration*. SAGE.
- Smets, K., Leurs, K., Georgiou, M., Witteborn, S., in Gajjala, R. (2020b). Editorial introduction – Media and migration: Research encounters. V K. Smets, K. Leurs, M. Georgiou, S. Witteborn in R. Gajjala (ur.), *The SAGE handbook of media and migration* (str. xlv–lxii). SAGE.
- Smith, M. A., Rainie, L., Himelboim, I., in Shneiderman, B. (2014). *Mapping Twitter topic networks: From polarized crowds to community clusters*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2014/02/20/mapping-twitter-topic-networks-from-polarized-crowds-to-community-clusters/>
- Smrdelj, R. (2021). Research on migration in Slovenian media: The “other” in the period of “crisis.” *Annales*, 31(3), 519–534. <https://doi.org/10.19233/ASHS.2021.33>

- Smrdelj, R. (2024a). Who sets the agenda in the hybrid media sphere? The role of mass media in the Slovenian Twitter (X) migration debate. *Annales: Anali za istrske in mediteranske študije. Series historia et sociologia*, 34(4), 383–498. <https://doi.org/10.19233/ASHS.2024.32>
- Smrdelj, R. (2024b). Communication relations on Twitter during the migrant “crisis” in Slovenia. *Dve domovini: Razprave o izseljenstvu*, (59), 203–224. <https://doi.org/10.3986/2024.1.11>
- Smrdelj, R., in Vogrinc, J. (2020). Migrant objectification in television news discourse in the context of criminalisation: An example concerning Slovenian public television broadcast news. V N. Kogovšek Šalamon (ur.), *Causes and consequences of migrant criminalization* (str. 287–305). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-43732-9_14
- Smrdelj, R., Učakar, T., in Kuhar, R. (2021). Marginalizacija intersekcijske perspektive: Istospolna partnerstva in tujci na slovenskih novičarskih spletnih portalih. *Javnost – The Public*, 28(S1), 122–140. <https://doi.org/10.1080/13183222.2021.2012945>
- Smrdelj, R., in Lenarčič, B. (2024). When worlds collide: Sociality between physical and cyberspace during the COVID-19 pandemic. *Sociologija i prostor*, 62(1(229)), 143–163. <https://doi.org/10.5673/sip.62.1.7>
- Smrdelj, R., in Pajnik, M. (2025). Enhancing the hybrid media system model: The role of critical theory in media and communication research. *European Journal of Communication*, 40(1), 55–69. <https://doi.org/10.1177/02673231241306249>
- Smrdelj, R., Pajnik, M., in Sekloča, P. (2025, 7. junij). *Structuring affect in media and communication: Connectivity and attention in affective capitalism* [konferenčna predstavitev]. 15th Central and Eastern European Communication and Media Conference (CEECOM 2025), Zadar, Croatia.
- Smrdelj, R., in Godnov, U. (2026). *Migracije na Twitterju (X): komunikacijska razmerja v hibridni medijski sferi: raziskovalni podatki projekta* [Zaključna znanstvena zbirka raziskovalnih podatkov]. Repozitorij Univerze v Ljubljani. <https://repozitorij.uni-lj.si/lzpisGradiva.php?lang=slv&id=178093>
- Sobkowicz, P., Kaschesky, M., in Bouchard, G. (2012). Opinion mining in social media: Modeling, simulating, and forecasting political opinions in the web. *Government Information Quarterly*, 29(4), 470–479. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.06.005>
- Splendore, S., in Iannelli, L. (2022). Non-Elitist Truth? The Epistemologies of Italian Journalists in the Hybrid Media System. *Social Media + Society*, 8(3). <https://doi.org/10.1177/20563051221118378>

- Splichal, S. (2022). *Datafication of public opinion and the public sphere: How extraction replaced expression of opinion*. Anthem Press.
- Staszak, J.-F. (2008). Other/otherness. *International encyclopedia of human geography*. <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:77582>
- Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228–246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Strömbäck, J., in Åkerlund, M. (2025). This isn't journalism, it's propaganda! Patterns of news media bias accusations on Twitter, 2010–2020. *Digital Journalism*, 13(5), 970–989. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2435574>
- Sue, Valerie M., in Matthew T. Griffin (2016): *Data Visualization & Presentation With Microsoft Office*. SAGE Publications.
- Šaina, V. F., in Turnšek, T. (2017). Begunci so voda in pošiljka, evropski dom je treba zaščititi: Analiza metafor v *Večernjem listu* in *Slovenskih novicah*. *Časopis za kritiko znanosti*, 45(268), 143–162.
- Šarić, L., in Felberg, T. R. (2019). Representations of the 2015/2016 “migrant crisis” on the online portals of Croatian and Serbian public broadcasters. V L. Viola in A. Musolff (ur.), *Migration and media: Discourses about identities in crisis* (str. 203–238). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Šeruga, K. (2018). Timeline of the refugee and migrant crisis 2015–2016. V I. Ž. Žagar, N. Kogovšek Šalamon in M. Lukšič Hacin (ur.), *The disaster of European refugee policy: Perspectives from the “Balkan Route”* (str. 7–27). Cambridge Scholars Publishing.
- Štiks, I. (2010). *A laboratory of citizenship: Shifting conceptions of citizenship in Yugoslavia and its successor states* (CITSEE Working Paper Series No. 2).
- Šumi, I. (2001). »Mislili smo, da je kaj takšnega možno samo na Marsu«: Kratka etnografija slovenstva skozi identifikacije evakuirancev Vlade Republike Slovenije in medvojne BiH. *Anthropos*, 33(1/3), 239–262.
- Tagg, C. (2015). *Exploring digital communication: Language in action*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315727165>
- Tandoc, E. C., in Johnson, E. (2016). Most students get breaking news first from Twitter. *Newspaper Research Journal*, 37(2), 153–166. <https://doi.org/10.1177/0739532916648961>
- Thelwall, M. (2016). Sentiment analysis. V L. Sloan in A. Quan-Haase (ur.), *The SAGE handbook of social media research methods* (str. 545–556). Sage Reference. <https://doi.org/10.4135/9781473983847.n32>
- Trdina, A., in Vezovnik, A. (2014). Moralne meje: razred in strukturiranje polja vrednot in političnih stališč. V B. Luthar (ur.), *Kultura in razred* (str. 31–65). Založba Fakultete za družbene vede.

- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Učakar, T. (2017). *Migracijska politika EU: Nove artikulacije izključevanja v 21. stoletju*. Znanstvena založba Filozofske fakultete.
- Unger, J. W., Wodak, R., in KhosraviNik, M. (2016). Critical discourse studies and social media data. V D. Silverman (ur.), *Qualitative research* (str. 277–293). SAGE.
- van Dijck, J., in Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14. <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- Van Dijk, J. (1999). The one-dimensional society of Manuel Castells. *New Media & Society*, 1(1), 127–138. <https://doi.org/10.1177/1461444899001001015>
- Van Dijk, J. (2006). *The network society*. Sage Publishing.
- Vargo, C. J., Basilaia, E., in Shaw, D. L. (2015). Event versus issue: Twitter reflections of major news, a case study. V *Communication and Information Technologies Annual (Studies in Media and Communications, Vol. 9)* (str. 215–239). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S2050-206020150000009009>
- Varnali, K., in Gorgulu, V. (2015). A social influence perspective on expressive political participation in Twitter: The case of #OccupyGezi. *Information, Communication & Society*, 18(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.923480>
- Vehovar, V., Povž, B., Fišer, D., Ljubešić, N., Šulc, A., in Jontes, D. (2020). Družbeno nesprejemljivi diskurz na Facebookovih straneh novičarskih portalov. *Teorija in praksa*, 57(2), 622–645.
- Velikonja, M. (2017). Novi Drugi: Ideološke podobe beguncev v sodobni Sloveniji. *Časopis za kritiko znanosti*, 45(268), 107–121.
- Verweij, P. (2012). Twitter links between politicians and journalists. *Journalism Practice*, 6(5–6), 680–691. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667272>
- Vezovnik, A. (2017a). Introduction to the thematic section. *Dve domovini*, 45, 99–103. <https://doi.org/10.3986/dd.2017.1.07>
- Vezovnik, A. (2017b). Otherness and victimhood in the tabloid press: The case of the “refugee crisis” in *Slovenske novice*. *Dve domovini*, 45, 121–135. <https://doi.org/10.3986/dd.2017.1.09>
- Vezovnik, A. (2018a). Securitizing migration in Slovenia: A discourse analysis of the Slovenian refugee situation. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 16(1–2), 39–56. <https://doi.org/10.1080/15562948.2017.1282576>

- Vezovnik, A. (2018b). Metode analize diskurza. V M. Ule, T. Kamin in A. Švab (ur.), *Zasebno je politično: Kritične študije vsakdanjega življenja* (str. 147–161). Založba FDV.
- Vezovnik, A., in Šarić, L. (2018). Subjectless images: Visualization of migrants in Croatian and Slovenian public broadcasters' online news. *Social Semiotics*, 30(2), 168–190. <https://doi.org/10.1080/10350330.2018.1541117>
- Vidmar Horvat, K. (2017). The Balkan road and the guarding of Europe: The refugee crisis on the borders of Slovenia. *Dve domovini*, 45, 105–119. <https://doi.org/10.3986/dd.2017.1.10>
- Vis, F., in Goriunova, O. (ur.). (2015). *The iconic image on social media: A rapid research response to the death of Aylan Kurdi*. Visual Social Media Lab.
- Vollmer, B., in Karakayali, S. (2018). The volatility of the discourse on refugees in Germany. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 16(1–2), 118–139. <https://doi.org/10.1080/15562948.2017.1288284>
- Wahlström, M., in Törnberg, A. (2019). Social media mechanisms for right-wing political violence in the 21st century: Discursive opportunities, group dynamics, and co-ordination. *Terrorism and Political Violence*, 33(4), 766–787. <https://doi.org/10.1080/09546553.2019.1586676>
- Walsh, J. P. (2021). Digital nativism: Twitter, migration discourse and the 2019 election. *New Media & Society*, 25(10), 2618–2643. <https://doi.org/10.1177/14614448211032980>
- Weeks, B. E., in Holbert, R. L. (2013). Predicting Dissemination of News Content in Social Media: A Focus on Reception, Friending, and Partisanship: A Focus on Reception, Friending, and Partisanship. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(2), 212–232. <https://doi.org/10.1177/1077699013482906>
- Weinberg, D. (2007). Agenda setting. V G. Ritzer (ur.), *The Blackwell encyclopedia of sociology* (str. 63–64). Blackwell Publishing.
- Weng, J., Lim, E. P., Jiang, J., in Zang, Q. (2010). TwitterRank: Finding topic-sensitive influential Twitterers. V *Proceedings of the Third ACM International Conference on Web Search and Data Mining* (str. 261–270). Association for Computing Machinery. <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1718487.1718520>
- Willem, J., in De Cock, R. (2019). The effects of dominant versus peripheral news frames on attitudes toward refugees and news story credibility. V W. Joris, L. d'Haenens in F. Heinderyckx (ur.), *Images of immigrants and refugees in Western Europe: Media representations, public opinion and refugees' experiences* (str. 159–174). Leuven University Press.

- Wilmott, A. C. (2017). The politics of photography: Visual depictions of Syrian refugees in UK online media. *Visual Communication Quarterly*, 24(2), 67–82. <https://doi.org/10.1080/15551393.2017.1307113>
- Wimmer, A., in Glick-Schiller, N. (2003). Methodological nationalism, the social sciences, and the study of migration: An essay in historical epistemology. *The International Migration Review*, 37(3), 576–610. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2003.tb00151.x>
- Witschge, T., Anderson, C., Domingo, D., in Hermida, A. (2019). Dealing with the mess (we made): Unraveling hybridity, normativity, and complexity in journalism studies. *Journalism*, 20(5), 651–659. <https://doi.org/10.1177/1464884918760669>
- Wodak, R. (2015). *The politics of fear: What right-wing populist discourses mean*. SAGE.
- Wong, S. C., in Wright, S. (2020). Hybrid mediation opportunity structure? A case study of Hong Kong's Anti-National Education Movement. *New Media & Society*, 22(10), 1741–1762. <https://doi.org/10.1177/1461444819879509>
- Wood, N., in King, R. (2001). Media and migration: An overview. V R. King in N. Wood (ur.), *Media and migration: Constructions of mobility and difference* (str. 1–22). Routledge.
- Wright, T. (2014). The media and representations of refugees and other forced migrants. V E. Fiddian-Qasmiyeh, G. Loescher, K. Long in N. Sigona (ur.), *The Oxford handbook of refugee and forced migration studies* (str. 460–475). Oxford University Press.
- Xie, Q., in Luo, T. (2019). Examining user participation and network structure via an analysis of a Twitter-supported conference backchannel. *Journal of Educational Computing Research*, 57(5), 1160–1185. <https://doi.org/10.1177/0735633118791262>
- Ylä-Anttila, T., Bauvois, G., in Pyrhönen, N. (2019). Politicization of migration in the countermedia style: A computational and qualitative analysis of populist discourse. *Discourse, Context & Media*, 32, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2019.100326>
- Zadnikar, D. (2017). Epistemologija migrantske krize. *Časopis za kritiko znanosti*, 45(268), 247–260.
- Zajc, M. (2016). *Medijski pojmovnik za mlade*. Aristej.
- Zavratnik, S., in Cukut Krilić, S. (2018). Digital routes, digital migrants: From empowerment to control over refugees' digital footprints. *Družboslovne razprave*, 34(89), 143–163.

- Zavratnik, S., in Cukut Krilić, S. (2020). *Digitalni begunci: Transformacije migracijskih poti ali ko pametni telefon nadomesti kovček*. Založba FDV, Založba ZRC.
- Zeller, F. (2017). Analyzing social media data and other data sources: A methodological overview. V L. Sloan in A. Quan-Haase (ur.), *The SAGE handbook of social media research methods* (str. 386–404). Sage Reference. <https://doi.org/10.4135/9781473983847>
- Zhang, C., Wang, H., Liu, Y., Wu, D., Liao, Y., in Wang, B. (2008). Automatic keyword extraction from documents using conditional random fields. *Journal of Computational Information Systems*, 4(3), 1169–1180.
- Zhang, Y., Chen, M., in Liu, L. (2015). A review on text mining. V *2015 6th IEEE International Conference on Software Engineering and Service Science (ICSESS)* (str. 681–685). IEEE.
- Zhang, Y., Yue, Z., Yang, X., Chen, F., in Kwak, N. (2022). How a peripheral ideology becomes mainstream: Strategic performance, audience reaction, and news media amplification in the case of QAnon Twitter accounts. *New Media & Society*, 26(10), 5597–5618. <https://doi.org/10.1177/14614448221137324>
- Žagar, I. Ž. (2018). Devolution of language in post-democracy: Decaying discourse on refugees from the Bosnian to the Syrian war. V I. Ž. Žagar, N. Kogovšek Šalamon in M. Lukšič Hacin (ur.), *The disaster of European refugee policy: Perspectives from the "Balkan Route"* (str. 103–132). Cambridge Scholars Publishing.
- Župarić-Iljić, D., in Valenta, M. (2019). "Refugee crisis" in the Southeastern European countries: The rise and fall of the Balkan corridor. V C. Menjivar, M. Ruiz in I. Ness (ur.), *The Oxford handbook of migration crises*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190856908.013.29>

VIRI

- A. P. J., G. C., in Al. Ma. (2015, 19. november). Šefic: Ekonomskih migrantov ne vračamo samodejno. *MMC RTV Slovenija*. <https://www.rtv slo.si/svet/sefic-ekonomskih-migrantov-ne-vracamo-samodejno/379011>
- Artiček, J. (2023, 4. november). Twitter eno leto po prevzemu: kako je Musk oskubil ptiča? *N1*. <https://n1info.si/magazin/digitalno/twitter-eno-leto-po-prevzemu-kako-je-musk-oskubil-ptica/>
- Biščak, J. (2015a, 27. oktober). Migrant domačinu na vrat nastavlja nož, množični pretepi v Nemčiji, zahteve po šeriatu na Danskem. *Reporter*. <https://reporter.si/clanek/svet/migrant-domacinu-na-vrat-nastavlja-noz-mnozicni-pretepi-v-nemciji-zahteve-po-seriatu-na-danskem-470469>
- Biščak, J. (2015b, 1. november). Brez dlake na jeziku o migrantih – prevarantih: »Sirici« govori albanke, na rokah tetovaze JLA. *Reporter*. <https://reporter.si/clanek/tiskana/brez-dlake-na-jeziku-o-migrantih-prevarantih-sirici-govori-albanke-na-rokah-tetovaze-jla-470591>
- Biščak, J. (2015c, 13. oktober 2015). Migranti streljajo na domačine, ropajo in preprodajajo drogo, muslimani vodijo tolpe. *Reporter*. <https://reporter.si/clanek/svet/migranti-streljajo-na-domacine-ropajo-in-preprodajajo-drogo-muslimani-vodijo-tolpe-470140>
- Cvjetović, S. (2022, 23. avgust). Siol.net – naših prvih skupnih 25 let. *Siol.net*. <https://siol.net/novice/digisvet/siol-net-nasih-prvih-skupnih-25-let-585992>
- Čakš, R. (2024, 28. januar). Domovini smo vrnili domovinsko pravico. Zdaj pa nasvidenje! *Domovina.je*. <https://www.domovina.je/domovini-smo-vrnili-domovinsko-pravico-zdaj-pa-nasvidenje/>
- Dajčman, M. (2018, 9. maj). Maribor je svoboden že 73 let: Vse najboljše, Večer! *Večer*. <https://vecer.com/prosti-cas/maribor-je-svoboden-ze-73-let-vse-najboljse-vecer-6465206>
- Delo. (2019, 4. maj). Slovenija ob izidu prve številke Dela leta 1959 in danes. *Delo.si*. <https://www.delo.si/novice/slovenija/slovenija-ob-izidu-prve-stevilke-dela-leta-1959-in-danes/>
- Demokracija. (n.d.). *O reviji*. <https://demokracija.si/o-reviji/>
- Dolar, M. (2021, 25. junij). Mladen Dolar: »Če bi zgolj ohranjali vrednote, ne bi imeli ne Trubarja ne Kosovela«. *Primorske novice*. <https://www.primorske.si/2021/06/24/mladen-dolar-ce-bi-zgolj-ohranjali-vrednote-ne-bi>
- Elizabeta, Z. (2018, 6. december). Radio Študent kot študentski radio. *Novinarke.si*. <https://www.novinarji.si/studentski-izdelki/2018/12/radio-student-kot-studentski-radio/>

- Eurostat (2019). *Asylum in the EU Member States*. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/9665546/3-14032019-AP-EN.pdf>
- Finance. (n.d.). *O nas*. <https://www.finance.si/o-nas>
- G. V. (2015, 22. oktober). Orban: Evropski voditelji nimajo mandata za sprejem tisočih prebežnikov. *MMC RTV Slovenija*. <https://www.rtvlo.si/svet/orban-evropski-voditelji-nimajo-mandata-za-sprejem-tisocih-prebeznikov/376908>
- G. V., A. P. J., in G. C. (2015, 19. september). Na Obrežju in v Rigoncah čaka navstop 750 prebežnikov. *MMC RTV Slovenija*. <https://www.rtvlo.si/slovenija/na-obrezju-in-v-rigoncah-caka-na-vstop-750-prebeznikov/374393>
- Glücks, N. (2015, 28. oktober). Prostovoljec v Šentilju: Migranti so polni laži, zavajanja, sprenevedanja. *Reporter*. <https://reporter.si/clanek/slovenija/prostovoljec-v-sentilju-migranti-so-polni-lazi-zavajanja-sprenevedanja-470483>
- Gotfredsen, S. G. (2023, 6. december). Q&A: What happened to academic research on Twitter? *Columbia Journalism Review*. https://www.cjr.org/tow_center/qa-what-happened-to-academic-research-on-twitter.php
- Hutchinson, A. (2023, 20. marec). New data suggests that hate speech is on the rise on Twitter 2.0. *Social Media Today*. <https://www.socialmediatoday.com/news/New-Report-Suggests-Hate-Speech-Rising-on-Twitter/645482/>
- Hutchinson, A. (2024, 5. oktober). X Increases Its API Access Fees. *Social Media Today*. <https://www.socialmediatoday.com/news/x-formerly-twitter-increases-api-access-fees/731151/>
- IOM (International Organization for Migration) (n.d.). (2019). *Fundamentals of migration: An introduction to some of the key terms, definitions and concepts related to migration and displacement*. <https://www.iom.int/who-migrant-0>
- J. S. (2015, 2. november). Policija: Migranti prihajajo iz območij, kjer ne praznujejo rojstnih dni, zato jih toliko navaja isti datum. *24ur.com*. <https://www.24ur.com/novice/slovenija/migranti-prihajajo-iz-obmocij-kjer-ne-praznujejo-rojstnih-dni-zato-jih-toliko-navaja-isti-datum-rojstva.html>
- J. S. in S. S. (2015, 29. oktober). Slovenske železnice: Zasilno zavoro na vlaku begunci potegnejo večkrat. *24ur.com*. <https://www.24ur.com/novice/slovenija/sistem-registracije-beguncev-ni-ucinkovit-80-odstotkov-je-rojenih-1-januarja-1995.html>
- K. S. (2015, 7. september). Kje je arabska solidarnost ali zakaj begunci ne bežijo v bogate arabske države? *MMC RTV Slovenija*. <https://www.rtvlo.si/svet/kje-je-arabska-solidarnost-ali-zakaj-begunci-ne-bezijo-v-bogate-arabske-drzave/373456>

- Kaluža, J. (2015, 29. oktober). *Število všečkov na antimigrantskih FB-straneh in njihov porast v zadnjih desetih dneh* [Facebook objava]. <https://www.facebook.com/jernejka.luzza/posts/748545391942538>
- Kolarič, M. (2015, 21. oktober). *Včeraj sem kot predstavnik Civilne zaščite 12 ur preživel v begunskem centru v Brežicah* [Facebook objava]. <https://www.facebook.com/matija.kolaric.12/posts/10206864375261843>
- Kramžar, B. (2015, 11. september). Bodo migranti ohranili gospodarski zagon? *Delo*. <https://old.delo.si/gospodarstvo/trg-dela/bodo-migranti-ohranili-gospodarski-zagon.html>
- Kučić, L. J. (2019a, 4. november). Mediji SDS (1. del): Strankarski prevzem tednika Demokracija. *Pod črto*. <https://podcrto.si/mediji-sds-1-del-strankarski-prevzem-tednika-demokracija/>
- Kučić, L. J. (2019b, 28. november). Infografika: Zgodovina strankarskih medijev SDS. *Pod črto*. <https://podcrto.si/infografika-zgodovina-strankarskih-medijev-sds/>
- Kučić, L. J. (2020, 19. november). Mediji Martina Odlazka (1. del): Nepregledna mreža radiev, tiskovin, televizije. *Pod črto*. <https://podcrto.si/mediji-martina-odlazka-1-del-nepregledna-mreza-radiev-tiskovin-televizije/>
- Lukšič Hacin, M. (2016). *Marina Lukšič Hacin: Begunci kot del globalnega (...) migracijskega trikotnika vzročnosti (5/12)* [YouTube video]. https://www.youtube.com/watch?v=YrPBf_lEcvk
- M. G. (2025, 11. februar). Podjetje, ki ga pozna vsaj pol milijona Slovencev, bo odpuščalo. *Žurnal24.si*. <https://www.zurnal24.si/slovenija/podjetje-ki-ga-pozna-vsaj-pol-milijona-slovencev-bo-odpuscalo-436661>
- M. L. (2020, 9. oktober). Bruselj dal zeleno luč za prevzem lastnika Pro Plusa. *Siol.net*. <https://siol.net/posel-danes/novice/bruselj-dal-zeleno-luc-za-prevzem-lastnika-pro-plusa-536206>
- M. P. (2015a, 27. oktober). Poglejte, kako natančne zemljevide Slovenije imajo migranti – celo z oznako za brezplačen Wi-Fi! *Nova24TV*. <https://nova24tv.si/slovenija/poglejte-kako-natančne-zemljevide-slovenije-imajo-migranti-celo-z-oznako-brezplacni-wi-fi/>
- M. P. (2015b, 10. november). Gorenak: Migranti bodo od države dobili dvakrat več kot slovenski državljani. *Nova24TV*. <https://nova24tv.si/slovenija/gorenak-migranti-bodo-od-drzave-dobili-se-enkrat-vec-denarja-kot-slovenski-drzavljan/>
- Milmo, D. (2023, 9. oktober). X criticised for enabling spread of Israel-Hamas disinformation. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2023/oct/09/x-twitter-elon-musk-disinformation-israel-hamas>
- MMC RTV Slovenija (n.d.). *Televizija Slovenija: Zgodovina*. <https://www.rtvsl.si/rtv/kdo-smo/televizija-slovenija/zgodovina/475241>

- MOSS (2015). *MOSS podatki za leto 2015 in januar 2016* [neobjavljeni podatki]. Hrani avtor monografije.
- Murphy, M. (2022, 7. november). Kathy Griffin kicked off Twitter as “free-speech absolutist” Elon Musk cracks down on parody accounts targeting him. *MarketWatch*. <https://www.marketwatch.com/story/free-speech-absolutist-elon-musk-cracks-down-on-parody-accounts-targeting-him-11667781449>
- Pahwa, N., in Stern, J. (2023, 10. april). Twitter isn’t a company anymore: It’s been merged into a new entity called X Corp. Here’s what that could mean. *Slate*. <https://slate.com/technology/2023/04/twitter-inc-x-corp-elon-musk-x-nevada.html>
- Patković, N. (2015, 3. oktober). Ovo je karta koju Grci dijele izbjeglicama: Jedini put do Njemačke vodi kroz RH, Ostojić: “Stvoren je savez Grčka–Srbija–Mađarska.” *Jutarnji list*. <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/ovo-je-karta-koju-grci-dije-izbjeglicama-jedini-put-do-njemacke-vodi-kroz-rh-ostojic-stvoren-je-savez-grcka-srbija-madarska-172084>
- Pirc, V. (2008, 22. maj). Manipulator / Nov tednik Reporter: Nekoč so molčali, danes ne. *Mladina*. <https://www.mladina.si/43600/nov-tednik-reporter/>
- Politikis (2016, 6. julij). Reporter v družbi z Mladino: Tajkun Odlazek je “tistih nekaj reporterjev” kupil za bagatelnih 100K. *Politikis.si*. <https://www.politikis.si/2016/07/reporter-v-druzbi-z-mladino-tajkun-odlaze-je-tistih-nejak-reporterjev-kupil-za-bagatelnih-100k/>
- Potič, Z. (2015a, 19. junij). Vstopnica za medij po volji SDS do 50.000 evrov. *Delo*. <https://old.delo.si/novice/politika/vstopnica-za-medij-po-volji-sds-do-50-000-evrov.html>
- Potič, Z. (2015b, 7. julij). SDS danes ustanovila medijsko hišo. *Delo*. <https://old.delo.si/novice/politika/sds-danes-ustanovila-medijsko-hiso.html>
- Riao (2024, 20. september). *How to schedule long form posts on X/Twitter. Typefully Blog*. <https://typefully.com/blog/schedule-long-posts-on-x-twitter>
- Sa. J., Al. Ma., A. Č., in B. T. (2015, 21. oktober). V Slovenijo vstopilo tisoče prebežnikov, številni še čakajo na mejah. *MMC RTV Slovenija*. <https://www.rtvsl.si/slovenija/v-slovenijo-vstopilo-tisoce-prebeznikov-stevilni-se-cakajo-na-mejah/376803>
- Sajovic, K. (2025, 21. marec). Vzpon Joeja Rogana, Tuckerja Carlsona, Candace Owens: Kako podkasterji izpodrivajo osrednje medije. *MMC RTV Slovenija*. <https://www.rtvsl.si/svet/s-in-j-amerika/vzpon-joeja-roga-na-tuckerja-carlsona-candace-owens-kako-podkasterji-izpodrivajo-osrednje-medije/739844>

- Sato, M. (2022, 2. december). Hate speech is soaring on Twitter under Elon Musk, report finds. *The Verge*. <https://www.theverge.com/2022/12/2/23489808/elon-musk-twitter-hate-speech-increase-content-moderation>
- Simončič, J., S. S., in STA (2015, 30. oktober). FOTO in VIDEO: Šentilj: begunca sta se stepla. Policisti reagirali hitro in učinkovito ter brez uporabe prisilnih sredstev. *24ur.com*. <https://www.24ur.com/novice/slovenija/v-zivo-ponoci-v-dobovo-pripeljala-dva-vlaka-z-migranti-v-kratkem-pripelje-se-tretji.html>
- STA. (2015a, 20. september). Zemljevid: Kje vse zbirajo pomoč za begunce? *24ur.com*. <https://www.24ur.com/novice/slovenija/beguncem-ze-vec-dni-pomagajo-stevilni-prostovoljci.html>
- STA. (2015b, 22. oktober). Policija v bližini Zavrča zaznala več kot 25 avtobusov z migranti. *STA*. <https://www.sta.si/2189898/policija-v-blizini-zavrc-a-zaznala-vec-kot-25-avtobusov-z-migranti>
- STA. (2015c, 12. november). Nemčijo je treba po mnenju NSi opozoriti, da Slovenija ne bo sprejela zavrnenih migrantov. *STA*. <https://www.sta.si/2197805/nemcijo-je-treba-po-mnenju-nsi-opozoriti-da-slovenija-ne-bo-sprejela-zavrnenih-migrantov>
- STA. (2021, 20. maj). Med bralke in bralce prihaja nov tednik Domovina. *STA*. <https://www.sta.si/2902625/med-bralke-in-bralce-prihaja-nov-tenik-domovina>
- STA. (n.d.). *O agenciji*. <http://agencija.sta.si/o-agenciji>
- STA in Reuters (2015, 14. november). FOTO in VIDEO: Francija žaluje za žrtvami, napoveduje nadaljevanje boja proti IS. Dva napadalca naj bi prečkala Grčijo. *24ur.com*. <https://www.24ur.com/novice/svet/foto-in-video-poteroristicnih-napadih-na-ulice-pariza-poslali-1500-vojakov.html>
- STA in Vovk, T. (2015, 26. november). Hrvaška Sloveniji zaradi žice ob meji izročila že tretjo diplomatsko noto. *Siol.net*. <https://siol.net/novice/slovenija/hrvaska-sloveniji-zaradi-zice-ob-meji-izrocila-ze-tretjo-diplomatsko-noto-392523>
- STA, Oprčkal, B., Tomše, J., in Kos, D. (2015, 3. junij). Delo bo za 7,3 milijona evrov kupil FMR Stojana Petriča. *Siol.net*. <https://siol.net/posel-danes/novice/delo-bo-za-73-milijona-evrov-kupil-fmr-stojana-petrica-59566>
- Statistični urad Republike Slovenije (2025). *Število posameznikov po namenu uporabe interneta pri uporabnikih interneta, kohezijski in statistične regije, Slovenija, letno*. <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2974222S.PX/table/tableViewLayout2/>
- Sunčič, M. (2015, 20. november). Slovenskim levičarjem zaradi beguncev popuščajo živci. *Reporter*. <https://reporter.si/clanek/slovenija/slovenskim-levicarjem-zaradi-beguncev-popuscajo-zivci-471007>

- Šimac, J. (2015, 20. oktober). Kdo je za sabo pustil večjo svinjarijo, begunci ali Miran Vuk? *Finance*. <https://www.finance.si/8837287/Kdo-je-za-sabo-pustil-ve%C4%8Djo-svinjarijo-begunci-ali-Miran-Vuk>
- Tomažič, J. (2025, 1. september). Delo izčlenilo dejavnost izdajanja medijev na novo družbo. *Delo*. <https://www.delo.si/gospodarstvo/novice/delo-izclenilo-dejavnost-izdajanja-medijev-na-novo-druzbo>
- Tornes, A. (2021, 26. januar). Enabling the future of academic research with the Twitter API. *Twitter Blog*. <https://developer.x.com/en/blog/product-news/2021/enabling-the-future-of-academic-research-with-the-x-api>
- Urbas, U. (2015, 24. november). Zamolčali so vam novi begunski val. *Siol.net*. <https://siol.net/siol-plus/kolumne/zamolcali-so-vam-novi-begunski-val-390953>
- Uredništvo (2015a, 20. oktober). V Nemčiji porast udeležbe na protestih proti sprejemanju beguncev in islamizaciji. *Domovina*. <https://www.domovina.je/v-nemciji-vse-vec-protestov-proti-sprejemanju-beguncev-in-islamizaciji>
- Uredništvo (2015b, 10. november). Radio Študent preko FAQ odgovarja na očitke glede referendumu, mi komentiramo. *Domovina*. <https://www.domovina.je/radio-student-preko-faq-odgovarja-na-ocitke-glede-referenduma-mi-komentiramo/>
- Uredništvo (2015c, 16. september). MSi: vlada naj ščiti državljane in meje. Twitter: Borijo se proti Madžarom, zakaj ne proti ISIS-u? *Domovina*. <https://www.domovina.je/msi-vlada-naj-sciti-drzavljane-in-meje-twitter-borijo-se-proti-madzarom-zakaj-se-ne-proti-isis-u/>
- Uredništvo (2015d, 2. november). Zaradi spreobrnitve iz islama v krščanstvo ji strežejo po življenju, a napisala je knjigo. *Domovina*. <https://www.domovina.je/zaradi-spreobrnitve-iz-islama-v-krscanstvo-ji-strezejo-po-zivljenju-a-napisala-je-knjigo/>
- Uredništvo (2015e, 13. september). VIDEO: turška taborišča za sirske begunce na visokem nivoju. *Domovina*. <https://www.domovina.je/video-turski-centri-za-sirijske-begunce-na-visokem-nivoju>
- V. V. (2015, 27. oktober). V Avstriji samo vojska. Avstrijski policisti »na bolniški«, ker so premalo plačani. *Nova24TV*. <https://nova24tv.si/slovenija/v-zivo-iz-sentilja-policisti-in-vojska-na-robu-zmogljivosti/>
- Valicon (2016). *Uporaba družbenih omrežij v Sloveniji v številkah*. [http://www.valicon.net/files/Sporocilo%20za%20javnost%202016-06-23%20\(1\)](http://www.valicon.net/files/Sporocilo%20za%20javnost%202016-06-23%20(1))
- Valicon (2020). *Uporaba družbenih omrežij in storitev klepeta v Sloveniji 2018–2019*. <https://www.valicon.net/sl/2020/01/uporaba-druzbenih-omrezij-in-storitev-klepeta-v-sloveniji-2018-2019>

- Vlada Republike Slovenije (2016). *Migracije v številkah* [Infografika]. https://www.policija.si/images/stories/DelovnaPodrocja/meja/migracije/angle-ska_besedila/2016/02_februar/02_februar/160202_migranti.pdf
- Volk, L. (2025, 28. marec). Iskreno neodvisni: Rojstvo novega medijskega projekta na desnici. *Mladina*. <https://www.mladina.si/239746/iskreno-neodvisni-rojstvo-novega-medijskega-projekta-na-desnici/>
- Vovk, I. (2022, 1. julij). Izdajatelj Domovine je postala Domovina d.o.o. *Iskreni.net*. <https://www.iskreni.net/izdajatelj-domovine-je-postala-domovina-d-o-o/>
- WebsiteOutlook (2022). *Reporter.si stats and valuation*. <http://reporter.si.websiteoutlook.com/>
- Yee, A. (2023, 24. april). Twitter check marks explained: What Blue, Gold, and Gray mean. *PC World*. <https://www.pcworld.com/article/1793292/twitters-check-marks-explained.html>
- Zore, J. (2015, 22. oktober). Brežiški gostinci pomagajo s kuhanjem in donacijami. *Delo*. <https://old.delo.si/novice/slovenija/breziski-gostinci-pomagajo-s-kuhanjem-in-donacijami.html>
- Zupan, U. (2021, 23. februar). »Jerajeva Kopriva«: je poslanka razkrila spletno delovanje stranke SDS? *24ur.com*. <https://www.24ur.com/novice/slovenija/jeraj.html>
- Zwitter, M. (2015, 11. november). DUBLINSKI OFF. *Radio Študent*. <https://radiostudent.si/politika/off/dublinski-off>
- Žagar, J. (2015, 27. oktober). BEGUNCI ZA SABO PUŠČAJO SMETI! *Radio Študent*. <https://radiostudent.si/politika/off-komentar/begunci-za-sabo-pu%C5%A1%C4%8Dajo-smeti>
- Žužek, A. (2015, 4. september). Kako je begunec postal slovenski premier. *Siol.net*. <https://siol.net/novice/slovenija/kako-je-begunec-postal-slovenski-premier-395090>

STVARNO KAZALO

24ur.com 56–57, 131, 172, 175,
177, 181, 183, 195–196, 199,
201–202, 204–207, 209, 221–
222, 249

A

ad hoc javnosti 78, 244
akterji 8–9, 13, 18–20, 22, 25–29,
31–37, 40–41, 55, 59, 68–69,
80–81, 83, 95, 98–99, 101–103,
109, 114, 120–121, 123, 128,
130–131, 134, 142, 161, 167,
191–192, 208, 220, 226, 233–
234, 236, 240, 244–246, 250–
251, 255, 257, 259, 263

Al Jazeera 117

Al Jazeera Balkans 171

algoritem Louvain 216, 253

analiza bigramov 116

analiza ključnih besed 147

analiza socialnih omrežij 72, 150,
259, 261

analiza vsebine 69, 121, 143

anonimni profili 160, 255, 261

anonimni uporabniki 20, 124, 132,
158, 160–161, 163, 220, 231,
233, 242, 243–244, 246, 255–
257, 261–262

API vmesnik 63, 66, 119, 136–137,
142, 146, 165, 252–254, 258,
263, 267

arhitektura platforme 20, 40, 243

»asimetrična« viralnost 49, 181,
183–185, 187, 190–191, 192,
194–195, 199–201, 203, 206,

209–215, 223, 232–233, 237,
247–248, 256–257, 262

avtonomen humanitarni okvir/
diskurz 37, 171, 183, 213, 221,
223, 225, 231–233, 238, 241,
246, 251, 256–257, 261–262

avtonomija migracij 95

azil 14, 87, 89, 93, 104, 108–109,
117, 132, 139, 141, 165, 168,
185, 188, 193, 194, 208, 213,
215, 224, 226

B

balkanska migracijska pot 14, 105,
121, 140

besedni oblak 147

C

centralizacija lastništva 8, 42

ciljano oglaševanje 45, 63, 235

civilnodružbeni akterji/iniciative 29,
39, 45, 220, 239–240, 259

Č

časopis 7, 9, 17, 44, 50–51, 69–70,
96, 101–102, 117, 119, 127–129,
132, 154, 175–177, 201, 203,
220, 233, 235–236, 249, 254,
256, 262

D

Daily Mail 090, 195

datafikacija javne sfere 8, 22, 73

Delo 101, 163, 175–177, 201, 221–
222, 236, 249

delo.si 172, 175, 181, 183, 195–196, 198–200, 208–209
 delovne migracije 86–87, 249
 Demokracija 98, 161, 163, 175–177, 201, 221–222, 248
demokracija.si 172–173, 175, 181, 183, 195–197, 199
 demokratizacija javne razprave 42
 deregulacija medijske sfere 8, 32–33
 desničarski populizem 8, 13, 40, 127
 dezinformacije 8, 27, 42, 59, 235, 241
 dialektično-relacijski pristop 151
 digitalizacija 8, 17–18, 28, 32, 34, 36, 67–68
 digitalna medijska sfera 5, 8–11, 13, 16–18, 19–23, 25, 27–30, 32–33, 35, 37–38, 41–44, 49, 55–57, 64, 66, 70, 72–74, 80–81, 90, 111, 124, 135–136, 142, 146, 148, 153–154, 158, 179, 233–236, 241, 244–245, 247–248, 250, 257–259
 digitalna mobilnost 84
 diskriminatorne diskurzivne prakse 116, 134, 152, 166–167, 192, 215, 225, 231–232, 241, 243
 Dnevnik 101–102, 177, 213, 236, 249
 Domovina 163, 175–177, 201, 211, 221–222, 228–229, 236, 248
domovina.je 172–173, 175–176, 181, 183, 195, 197, 200, 207
 Drugi 85, 89, 91, 95–96, 98, 119, 161, 169
 Društvo Alternativna akademija 125
 Društvo novinarjev Slovenije 125
 družbena mobilnost 84

družbena neenakost 28, 30–31, 84
 družbena polarizacija 8, 77
 družbena struktura 31, 151
 družbeno razmerje 27, 30–31, 34–35, 52, 88, 97, 247

E

ekonomija pozornosti 63–64, 235, 242
 ekonomske migracije 14
 ekonomski migrant 14–15, 96–98, 139, 171, 203, 208–209, 211, 228
 etnonacionalistični okvir 209, 246
 evropocentrična stališča 117

F

Facebook 16, 54, 61–62, 71, 78, 119, 125–132, 134, 172, 174, 226, 250, 258
facebook.com 172, 174
fb.me 172, 174
 fetišizacija močne javnosti 37, 101
 filtrirni mehurčki 8, 50, 76–79
 Finance 175–177, 200–201, 203, 221–222, 249
finance.si 172, 175–176, 181, 183, 195, 196, 198–200, 209, 212
 fizična mobilnost 84
 fizična ogroženost 92
 fragmentacija omrežja 76–79, 219, 223

G

Guardian 117–118

H

hibridna medijska sfera 5, 11, 19, 29, 31, 33, 40, 44, 62, 66–68, 70–71, 75, 136, 182, 255, 261, 263

hibridni mediji 33, 56, 236
 hibridni medijski sistem 5, 12,
 18–23, 25–30, 34–35, 39, 71, 75,
 80, 112–113, 120, 130, 133, 154,
 158, 233, 251, 255, 257, 261
 hibridnost 18, 27, 29, 35–36, 43, 56,
 58, 65, 80–81, 120, 123, 136, 258
 hierarhija pravic 193
 hiperintertekstualnost 56–58, 64–
 66, 80–82
 hiperpovezave 19, 43, 56–58, 60,
 62, 65–66, 81, 120, 123, 128,
 130, 135–136, 142–143, 145–
 146, 148, 150, 152–155, 171–
 174, 177, 180, 185–186, 196,
 199–200, 212, 220, 222, 225,
 227–229, 231–232, 234–236,
 241, 246–248, 250, 252–253,
 256–258, 262–263
 humanitarni diskurz 7, 89, 94–95,
 104, 109, 120, 123, 133, 153, 183,
 187, 190–191, 201, 209–210, 221,
 223, 226–227, 232–233, 238, 241,
 246, 256–257, 261–262
I
 Independent 118
 infrastruktura platforme 20, 182,
 243, 245–247, 251
 Instagram 119, 128, 133–134, 152,
 258
 Inštitut 8. marec 239–240, 259
 integracija 84, 119
 interaktivnost 209
 IOM (Mednarodna organizacija za
 migracije) 14–15, 87
 islamizacija 128, 165, 170, 197, 208,
 223

J
 javna sfera 8, 22, 42, 67, 73, 240,
 243–244, 257, 259, 263
 javni intelektualci 118
 javni mediji 154
 javno neznani uporabniki 120–121,
 128, 134, 158, 160–162, 199,
 220–222, 231, 233, 255–256, 262
 javno znani uporabniki 158–160,
 163, 222, 238, 240
K
 ključniki 38, 58, 60, 62, 72, 120–
 122, 124, 138, 141–143, 213, 253
 komentarji 6, 46, 48, 52, 56, 61–62,
 74, 78, 101, 113, 116–120, 131–
 133, 153, 202–203, 207, 213,
 225, 228
 komercializacija medijev 8, 48, 53
 komercialni mediji 45, 54, 154, 178,
 222, 236, 244, 250
 komunikacijska razmerja 5, 12, 17–
 20, 22, 31, 34, 41, 54, 57–58, 65,
 234, 255, 258–259, 261, 263
 koncentracija lastništva 8, 33, 42
 »konsistentna« viralnost 182–183,
 196, 212–213, 223, 232–233,
 237, 247–248, 256–257, 262
 konstrukcija strahu in tveganja 13,
 91–92, 168, 169
 kratkost objav 20, 59–60, 62, 243–
 244, 246, 255, 257, 261
 kriminalizacija migracij 13, 91–92,
 169, 187–189, 194, 201, 204,
 213, 226
 kritična diskurzivna analiza (KDA) 9,
 19, 23, 56, 57, 77, 109, 123, 132,
 146, 149–152, 154–155, 157,

166, 180, 182, 185, 196, 212,
223, 232, 246, 256–257
kritična perspektiva 20, 25, 28, 151,
255, 261
kritična teorija 12, 28–29, 34, 40,
80, 234
kritične študije diskurza (KŠD)
150–151
kvalitativni pristop 149–150
kvantitativni pristop 149–150, 257

L

latentna Dirichletova alokacija (LDA)
126, 133, 146–147
lažna javnost 8, 160, 242
lažne novice 8, 42
lokalne solidarnostne iniciative 71,
130

M

marginaliziranje migrantskega glasu
102, 116
mediatizacija 10
mediji v migracijah 7, 9–10, 12, 83,
111
medijska logika 5, 11–12, 16, 20, 22,
29, 33, 35–41, 43–44, 46, 52–54,
56–59, 62–64, 66, 73, 77–78, 80,
101, 174, 234, 247, 250, 255
medijske zmožnosti 20, 38–42,
49–50, 58, 63, 68, 180, 182, 238,
240–242, 244, 246–247, 257, 263
medmedijsko prednostno
tematiziranje 68, 234
metaforika naravnih pojavov 90,
98–99, 153, 194, 211
metapodatki 21, 47, 235, 243
metodološki nacionalizem 86
migracije v medijih 7, 9–12, 16–17,

23, 37, 83, 89, 99, 109, 111, 133,
152, 255, 261
migracijski diskurz 16, 19, 37, 82–
83, 86, 89–90, 96, 107, 111, 113–
114, 116, 123, 125, 128, 130,
132–134, 136, 146, 151, 153,
171, 180, 182, 223, 232–233,
244, 246–247, 255, 257, 262
migrantska »kriza« 2015–2016
militarizacija migracij 13, 91–92,
153, 168–169, 187–189, 194,
201, 204, 213, 228

Mladina 222, 250

MMC RTV Slovenija 164, 175–178,
201, 221–222, 249

močna javnost 9, 18–19, 32, 35, 37,
44, 81, 101, 128, 135, 158, 234,
251

model hibridnega medijskega
sistema 18–22, 25–30, 34–35,
39, 71, 80, 112–113, 127, 133,
158, 233, 251, 255, 257

monetizacija uporabniške dejavnosti
21–22, 29, 38, 47, 73

moralna panika 50, 95, 183, 201,
232, 242, 246, 256, 261–262

N

nacionalistični diskurz 90, 95–96,
191, 193–194, 204, 208–209, 228

nadnacionalne korporacije 8

najvplivnejši uporabniki 23, 74–75,
80, 122, 135–136, 145, 150, 157–
160, 162–165, 219–222, 231,
234, 255, 261

nasprotje »mi« vs. »oni« 90, 98,
191

neobstoječi uporabniki 158,
160–162

neodvisni mediji 45, 54, 236
 neokonservativne mobilizacije 259
 nespletni mediji 11, 111, 133
 nevladne in humanitarne
 organizacije 9, 32, 37, 40, 67,
 104, 222, 231–232, 238, 243,
 256, 262
 Nova24tv 131, 163–164, 175, 177,
 221–222, 236, 248
 nova24tv.si 172, 175, 181, 183–187,
 196, 212
 nove medijske tehnologije 8–10, 22,
 27, 73
 novinarji 16, 18, 26, 37, 44, 46–49,
 58, 69, 72, 95, 99–101, 123, 125,
 163, 186, 195, 199, 212, 220,
 222, 228, 231, 250, 255

O

objektivizem 27
 Odmevi 101, 238
 odmevne komore 8, 50, 57, 73,
 76–79, 233, 242, 257, 263
 »omejena« viralnost 182–183, 187,
 195–196, 199–201, 204, 206,
 208–209, 211–215, 223, 232–
 233, 244, 247–249, 256–257, 262
 omrežje retvitov 23, 142, 150,
 215–216
 omrežna analiza 133
 omrežna javnost 60, 65, 72–73,
 76–79
 omrežna medijska logika 22, 46, 52,
 73, 78
 omrežna struktura 22, 73, 75–77,
 79
 omrežni pristop 121–122
 omrežnost 22, 46, 56–57, 64–65,
 73, 80–81

P

pametni telefoni 8, 10, 22, 44, 57,
 73, 154
 parlamentarna politika (politični
 akterji) 13, 18, 32, 35, 37, 39,
 45, 48, 59, 68–70, 81, 90, 97,
 99–101, 114, 116, 120, 123, 125,
 130, 158, 163–164, 222, 231,
 234, 237–241, 255, 257, 261, 263
 pluralizacija omrežja 75–76, 79,
 219, 233, 257, 263
 podatkovno in tekstovno rudarjenje
 9, 128, 137, 146–148
 podkasti 234–235, 258
 polarizacija 8, 27, 50, 59, 73, 75–79,
 183, 201, 223, 233, 242, 246,
 257, 263
 policija.si 172–173
 polikrize 241, 259
 politika strahu 50, 183, 201, 232,
 242, 256, 261–262
 Pop tv 175, 197, 199, 220–222, 233,
 236, 249, 256, 262, 266
 poslovni model platforme 20, 55,
 63, 247
 povezljivost 22, 38, 53–55, 73
 prednostno tematiziranje 12, 19,
 21–23, 29, 66–70, 75, 80, 149,
 234–235, 264
 prednostno tematiziranje na drugi
 ravni 67
 prednostno tematiziranje na prvi
 ravni 67
 priljubljenost 38, 49, 53–56, 64–65,
 70, 119, 125, 249–250
 prisilne migracije 14, 87
 pristop mešanih metodologij 149,
 261
 privilegiranje glasu parlamentarne
 politike 90, 99–101

programabilnost 38, 53–55
 »progresivni« akterji 220, 240, 251, 259
 protimigrantska gibanja/akterji 78, 122, 124–126, 128, 131, 34
publishwall.si 172–174

R

računalniška analiza besedil 116, 136, 146
 radijske oddaje 17, 177, 212
 Radio Študent (RŠ) 141, 164, 229
radiostudent.si 172, 175–176, 181, 183, 212–213
 razred 31–34, 63–64
 Reporter 98, 163, 175, 177, 185, 222, 248
reporter.si 148, 172, 175, 181, 183–187
 retorika izjemnosti 92
 RTV Slovenija 164, 175, 176–178, 201, 221–222, 249
rtvslo.si 172, 175–176, 181, 183, 195, 197, 199, 205, 211, 251
 rusko-ukrajinska vojna 115, 258

S

samoviktimizacija 259
 sekuritizacija migracij 12–13, 86, 91–92, 109, 126, 153, 168, 245
 sekuritizacijski diskurz 7, 13, 50, 89–94, 109, 120m 168–169, 183, 187, 190, 201, 204, 213, 221–223, 225–226, 232, 242–243, 246, 251, 256, 261–262
 simbolna razsežnost migracij 84
siol.net 56, 131, 172, 175–177, 181, 183–187, 192, 221–222, 249

skupnosti v omrežju 72, 75–76, 216–217, 221, 237, 249
 sledilci 21, 54, 60–65
 Slovenska demokratska stranka (SDS) 101, 126, 161, 163–166, 186, 193, 199–200, 203, 205, 207, 211, 220–224, 233, 237, 240, 242, 253–254, 256, 262, 266
 Slovenska tiskovna agencija (STA) 163, 172, 175–177, 183, 189, 194–195, 197–198, 200–201, 204–208, 210, 221–222, 249
 Slovenske novice 203, 249
 soodvisnost (akterji/sistem) 28, 30
 sovražni govor/retorika 59, 124–125, 134, 166
 splet 2.0 8, 16, 18, 22, 25, 28, 32–34, 40, 42–43, 46–47, 53–55, 67, 73, 75, 122, 124–126, 129, 131–132, 134, 236
 spletni mediji 11–12, 16, 23, 55, 102, 111, 114–116, 118, 127, 129, 131, 133, 143, 245, 257–258
 spletni novičarski portali 32, 51, 56, 62, 113–114, 116, 120, 131, 146, 171, 175, 176–178, 222, 235
 središčni uporabniki 19, 21–23, 72, 74–75, 80–82, 135, 142, 150, 157, 172
sta.si 172, 175–176, 181, 183, 195, 197, 200–201
 strankarska politika 137, 159, 238
 strankarski mediji 154, 236
 strukturne značilnosti platforme 17, 20–21, 40, 49, 243
 subjektivizem 27
 superudeleženci 75
 Svet24 249

Š

šibka javnost 9, 18–19, 22, 32, 35,
37, 67, 71, 80–81, 99, 135, 158,
187

T

Telegraph 118

teorija omrežij 12, 19, 22–23, 29,
71–72, 74, 80–81, 255, 261

teorija prednostnega tematiziranja
12, 19, 21–23, 29, 66–71, 74–75,
80, 149, 250, 255, 261

TikTok 152, 241, 250, 258

tiskani mediji 17, 50, 102, 111, 114,
116, 118, 127, 164, 176–177,
222, 235

topografske značilnosti omrežja 20

tradicionalni (nespletni) mediji 7–8,
11, 17, 25, 32, 68, 70, 111, 131,
133, 154, 234–235, 237, 258

transverzalna logika

sekuritizacijskega okvira 246

tranzitna država 14, 105

twitter.com 172–173

U

uporabniško ustvarjanje vsebin 8–9,
22, 40, 46, 51, 247

ustvarjanje izrednih razmer 13, 91–
92, 169, 187, 190–191, 207, 215,
228, 232, 256, 261–262

V

varnost 13, 89, 91–94, 98, 104, 116,
121–122, 130, 133–134, 139,
165–166, 168–170, 188, 189–
190, 195, 201–202, 204–205,
207, 209, 224–225, 228–229,
245, 251

vecer.com 172, 175–176, 181, 183,
195–196, 198, 200, 210

Večer 101, 163, 175–177, 201,
220–222, 233, 236, 249, 254,
256, 262, 266

vidnost 8, 18–19, 32, 40–42, 48–49,
54, 57, 59, 62, 64–65, 67, 69–71,
73–75, 94, 149, 240, 242, 255,
258

viktimizacija 94–95, 116, 259

viralnost 20, 43, 49, 56–57, 64–65,
70, 73, 80–81, 149, 154–155,
178, 180–185, 187, 190–192,
194–196, 199–201, 203–204,
206, 208–215, 223, 232–233,
237, 242–244, 246–251, 253,
255–257, 261–262

vizualne razsežnosti diskurza 152,
253, 258

vlada.si 172

všečki 11, 17, 21, 38, 54, 62–65, 72,
74, 78, 125, 243

Y

youtu.be 172, 174

youtube 54, 119, 128, 133–134,
172, 174

youtube.com 172, 174

Z

Zakon o azilu 108

Zakon o mednarodni zaščiti 108

Zakon o tujcih 108

Združena levica (ZL) 101

ZLOvenija 125

zurnal24.si 221

