

METODOLOŠKA POJASNILA

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

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

1.1 Vzorčenje in izbor enot

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

TABELA 1: ANALIZIRANI MEDIJI: ŠTEVILO PRISPEVKOV IN DELEŽ VZORCA

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

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

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

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

1.2 Postopki zbiranja podatkov

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

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

1.3 Kodiranje in kategorizacija virov

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

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

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

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

1.4 Analitične tehnike

Za merjenje raznolikosti virov smo uporabili tri indikatorje:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

$$ENS = e^H$$

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

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

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

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

1.5 Metode razvrščanja in primerjave

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

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

1.6 Omejitve in posebnosti

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

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

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

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

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

Tehnična definicija generacij po letu rojstva je naslednja:

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

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

2.1 Postopki zbiranja podatkov

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

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

Za povečanje reprezentativnosti pridobljenega vzorca je bilo izvedeno uteževanje. Uporabljena je bila metoda Raking (*RIM Weighting*), ki

iterativno prilagaja strukturo podatkovne zbirke glede na izbrane kriterijske spremenljivke. Kriterijske spremenljivke so bile:

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

Stopnja sodelovanja v anketi:

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

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

TABELA 2: KRITERIJI ZA IZBOR UDELEŽENK IN UDELEŽENCEV FOKUSNIH SKUPIN

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

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

Stopnja sodelovanja v fokusnih skupinah:

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

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

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

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

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

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

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

Merilna lestvica je preverjala specifično znanje v štirih dimenzijah:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2 Analitične tehnike

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.3 Omejitve in posebnosti

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

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

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

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

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

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

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

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

3.1 Vzorčenje in izbor enot

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

Empirično delo je razdeljeno na dva dela, ki sledita različnim raziskovalnim metodama:

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

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

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

TABELA 3: PREGLED IZVEDENIH POLSTRUKTURIRANIH INTERVJUJEV Z OSEBAMI S PODROČJA PRIPRAVE MEDIJSKE ZAKONODAJE

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

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

TABELA 4: ODZIVI AKTERJEV V JAVNI RAZPRAVI NOVEGA PREDLOGA ZMED (DECEMBER 2023–JANUAR 2024)

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

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

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

TABELA 5: PREGLED OPRAVLJENIH STRUKTURIRANIH INTERVJUJEV Z AKTERJI, KI SO SE V OBDOBJU ODPORTE JAVNE RAZPRAVE MED DECEMBROM 2023 IN JANUARJEM 2024 S KOMENTARJI ODZVALI NA PRVI PREDLOG NOVEGA ZMED

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

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

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

3.2 Postopki zbiranja podatkov

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

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

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

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

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

3.3 Analitične tehnike

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

3.4 Omejitve in posebnosti

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

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

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

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

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

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

4 VIRI IN LITERATURA

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

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

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

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

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

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