



# Медиумите и поларизацијата во Европа: стратегии за локалните практичари за решавање на проблематичното известување

Radicalisation Awareness Network



Practitioners

Автори: Келси Бјорнсгаард и Симеон Дукиќ, Надворешни експерти на РАН



**Медиумите и поларизацијата во  
Европа: стратегии за локалните  
практичари за решавање на  
проблематичното известување**

## ПРАВНО ИЗВЕСТУВАЊЕ

Овој документ е подготвен за Европската комисија, но ги одразува само гледиштата на авторите, а Европската комисија не е одговорна за какви било последици што произлегуваат од повторната употреба на оваа публикација. Повеќе информации за Европската Унија се достапни на интернет (<http://www.europa.eu>).

Луксембург: Канцеларија за публикации на Европската Унија, 2023 година

© Европска Унија, 2023 г.



Политиката за повторна употреба на документите на Европската комисија се спроведува со Одлуката на Комисијата 2011/833/ЕУ од 12 декември 2011 година за повторна употреба на документите на Комисијата (Сл. весник Л 330, 14.12.2011 г., стр. 39). Освен ако не е поинаку наведено, повторната употреба на овој документ е овластена според лиценцата Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Ова значи дека е дозволена повторна употреба под услов да се даде соодветно признание и да се наведат какви било промени.

За каква било употреба или репродукција на елементи кои не се во сопственост на Европската Унија, можеби ќе треба да се побара дозвола директно од соодветните носители на правата.

2023 г.

Мрежа за подигање на свеста за радикализација

Медиумите минаа низ драматична трансформација под удар од технолошки, економски, општествени и политички сили. На почетокот на новиот милениум постоеше оптимизам во поглед на потенцијално демократизирачките промени во медиумите кои на корисниците им овозможуваа поголеми пристап и моќ. Меѓутоа, веќе повеќе од 20 години, четвртиот столб на демократијата пати од дезинформации, популизам, расцепканост, недоверба и исцрпеност кај публиката. По последователните кризи, дали медиумите придонесуваат за поларизација и екстремизам во Европа? Овој труд ја истражува улогата на медиумите во поттикнувањето на поларизацијата и екстремизмот и разгледува како локалните практичари можат да вклучат медиумски ориентирана стратегија во своите планови за спречување и борба против насилниот екстремизам.

## Вовед

Медиумите, или информативните медиуми, ги вклучуваат и „традиционалните медиуми“ – печат, радио и телевизија – и „новите медиуми“ кои се објавуваат на интернет преку веб-локации, мобилни апликации и социјални мрежи. Без разлика на формата, медиумите се клучен дел од информациското опкружување, во најголема мера се одговорни за обликување на политичките и општествените прашања и за информирање на јавноста за клучните настани, честопати обликувајќи го нивното разбирање за клучните прашања во процесот. Затоа, од каде некој добива информации може значајно да влијае врз нивното разбирање на настаните и нивната перцепција за општеството во кое се наоѓаат. Медиумите имаат големо влијание, па како медиумското опкружување станува порасцепкано, а дезинформациите се сè поприсутни, се јавува потреба да се испита улогата што медиумите може да ја имаат во понатамошната поларизација, популизам и екстремизам во Европа и да се размисли што можат креаторите на политики и практичарите да сторат во врска со тоа.

**Поларизацијата** може да се дефинира како разидување на мислења кон спротиставени идеолошки крајности, што може да се гледа и како состојба на постоење и како процес со текот на времето.<sup>1</sup> Исто така, може да се разбере како однесување, опишувајќи како членовите на одредена група се собираат околу одредена активност, како што е гледање одреден канал за вести.<sup>2</sup> Поларизацијата ги наведува луѓето да пристапат кон сложени општествени прашања во „црно-бел“ контекст, и тие се спротивставени и остро се судираат со оние што имаат различни гледишта од нивните. Овие судири се различни од стандардните несогласувања и не треба да се помешаат со обичните несогласувања кога луѓето истакнуваат и поддржуваат различни ставови. Расправата за важни прашања е корисна: меѓутоа, поделбата на групи што имаат спротивставени мислења (тренд што често се забележува во поларизирана средина) спречуваат значајна дебата во една демократска средина.

Поларизацијата сее остри поделби во рамки на општеството што можат – иако не секогаш – да овозможат поволна средина за подем на екстремистички идеологии и движења.<sup>3</sup> Екстремизмот се храни со поларизацијата бидејќи настојува да пропагира систем на верувања што се темели на супериорноста и борбата меѓу идентитетот врз основа на припадноста „во група“ над идентитетот „надвор од група“, отсликано како „ние спроти нив“.<sup>4</sup> Во оваа борба, „другиот“ често се дехуманизира; ова е поврзано со омаловажувачки погледи и постапки исполнети со омраза.<sup>5</sup>

Многу луѓе кои поддржуваат екстремистички идеологии, не поддржуваат употреба на насилство. Меѓутоа, оние кои поддржуваат, претставуваат непосредна закана по сигурноста и безбедноста на заедниците, додека оние што не поддржуваат можат да придонесат во понатамошното кршење на општествената кохезија. Па, иако поларизацијата и (насилниот) екстремизам се различни појави, тие се поврзани, и поради тоа решавањето на поларизацијата треба да е приоритет за практичарите кои работат на подобрување на безбедноста и враќање на почитта на човековите права и демократските вредности.

Улогата на медиумите во овој контекст не е целосно јасна. Постои чувство дека Европа станува сè повеќе општествено и политички поларизирана, но дали медиумите го

---

<sup>1</sup> Види DiMaggio et al. (1996).

<sup>2</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

<sup>3</sup> Види McNeil-Willson et al. (2019).

<sup>4</sup> Види Berger (2018).

<sup>5</sup> Види Berger (2018).

одразуваат сè повеќе поларизираниот свет или активно го влошуваат овој тренд? Известувањето за поларизираната политика или политичари носи ризик медиумите да придонесуваат за еден вид поларизација позната како „од горе - надолу“. Иако **елитната поларизација** – поларизирана политичка средина што се карактеризира со дистанцирање на идеологиите помеѓу партиите и зголемување на хомогеноста во рамки на страните – не мора нужно да значи поларизирано општество, се покажа дека влијае врз формирањето на јавното мислење, што води до **масовна поларизација**.<sup>6</sup> Ова значи дека со известување за поларизираните политики или теми, медиумите можат да придонесат во ширењето и јакнењето на поларизираните позиции.

И покрај овој потенцијал за претворање на елитната поларизација во масовна поларизација, моменталните истражувања **не** покажуваат дека мејнстрим медиумите имаат значајно влијание во поларизацијата. Ова не мора да значи дека медиумите немаат влијание; односно имплицира дека недостасуваат истражувања и дека постојните студии не покажуваат силна корелација или каузалност меѓу медиумите и ширењето на поларизирани верувања. Поголема загриженост е тоа што улогата која ја имаат маргиналните алтернативни медиумски платформи во поларизацијата **од долу - нагоре**, особено мејнстрим медиумите, коишто се важен сојузник против поларизацијата, се изложени на опасност од промените во медиумското опкружување и кризите на доверба, финансиската одржливост и интересот на публиката.

Овој извештај ќе ги разгледа аспектите на медиумите што можат да придонесат во поларизацијата, моменталната динамика на користење на информативните медиуми во Европа, трендовите што влијаат на оваа динамика и пристапите што можат да ги преземат практичарите за да осмислат ефикасни одговори.

### Клучни исходи

1. **Постојат многу малку докази дека медиумите поттикнуваат поларизација меѓу мнозинството корисници.** Меѓутоа, постојат докази дека тоа може да ги зајакне поларизирачките идеологии меѓу оние што се веќе поларизирани и дека конкретно алтернативните медиуми можат да имаат улога во понатамошната радикализација на поединците кон екстремизмот.
2. **Популистичките алтернативни медиуми имаат значајна улога во обликувањето на дискурсот и во јакнењето на поларизирачките верувања меѓу читателите.** Ваквиот вид на медиуми е особено влијателен во заедниците што веќе имаат популистички ставови и ниска доверба во медиумите. Од клучно значење е што изложеноста на проблематичните содржини од алтернативните медиуми може да ги зајакне ставовите во тие заедници. Ова предизвикува голема загриженост, бидејќи екстремните алтернативни медиуми се често приспособени за луѓе кои се на работ на мејнстрим општеството.
3. **Наративите за заговор сочинуваат значаен дел од проблематичните содржини на алтернативните медиуми.** Ваквите содржини може да ги поттикнат луѓето на непријателски ставови и на заговарање, па дури и да вршат напади врз други групи.
4. **Европејците имаат сложен однос со медиумите.** Иако мнозинството верува дека медиумите имаат голема вредност за функционирањето на општеството, довербата е ниска низ целиот континент и потрошувачката опаѓа. Меѓутоа, **влијанието на медиумите не е хомогено низ Европа.** Медиумската средина, односот на читателите со медиумите и присуството на поларизирачка средина се

<sup>6</sup> Види Druckman et al. (2013).

разликуваат низ Европа, со големи регионални разлики. Затоа, важно е локално да се пристапи кон ова прашање, вклучувајќи локализираните истражувања.

- 5. Улогата на социјалните мрежи е нејасна.** Не е ниту магичното решение, ниту единствената закана што многумина ја опишаа. За оние кои се веќе поларизирани, социјалните мрежи претставуваат можност за јакнење на нивниот поглед кон светот; а оние кои не се поларизирани може да имаат корист од низа опции и изложеност на разновидни содржини. Меѓутоа, постојат некои докази кои сугерираат дека може да има негативно влијание врз консумацијата на вестите, особено кај младите луѓе.
- 6. Медиумскиот екосистем е сложен и се развива.** Промените во производството и потрошувачката, вклучувајќи го начинот на кој се финансираат медиумите, создаваат можности за ширење поларизирачки сили во мејнстрим медиумите и нудат поголем простор за штетни алтернативни медиумски платформи.

## Контекст: медиумите и поларизацијата

Како што медиумите стануваат сè пораспрскани, станува сè потешко да се дефинираат и идентификуваат. Од целиот спектар, се појавија алтернативните медиуми што им пркосат на „мејнстрим медиумите“. Обично некомерцијални и независни од владината контрола, овие медиуми претставуваат алтернативна – а понекогаш радикална – перспектива што е спротивна на перцепираните хегемонистички политики и ставови. На овие медиуми често се гледа како на средства со значајна моќ да ги поларизираат општествата.

Меѓутоа, поларизирачкиот ефект на мејнстрим медиумите е многу помалку јасен. Прво, постои недостиг на истражувања за влијанието на медиумите врз поларизацијата, особено во Европа. САД има сè поголем број на релевантни истражувања; меѓутоа, тамошната политичка ситуација е единствена и експертите предупредуваат да не се применуваат директно тие сознанија на европскиот контекст.<sup>7</sup> Меѓутоа, поради ограничените истражувања во европскиот контекст, и зависно од потребата, овој труд ќе се потпира на истражувањата во САД. Второ, без оглед на разликите во земјите, повеќето Европејци или конзумираат мејнстрим медиуми во кои има малку поларизирачки содржини, или воопшто не конзумираат медиуми (што е загрижувачки тренд само по себе). И трето, постојните истражувања сугерираат дека изложеноста на проблематични медиуми не поттикнува поларизација, туку ја влошува ситуацијата кај малото малцинство сочинето од оние кои се веќе поларизирани.<sup>8</sup>

Во суштина, мејнстрим медиумите се клучен сојузник. И покрај нивната пристрасност (што може да влијае како поларизација), мејнстрим медиумите се клучна алатка за сузбивање на поларизацијата и како такви, нивното подривање може да се покаже како катастрофално. Мејнстрим медиумите се влијателен извор на информации, одржувајќи ја јавноста информирана и ангажирана во локалните, националните и меѓународните средини и исто така, претставуваат неопходна контрола на моќта. Без веродостојни медиуми, земјите можат да го загубат клучниот столб на нивната демократија и важниот бедем против дезинформации и поларизација.

Во овој дел е наведен краток преглед на медиумската средина, вклучувајќи ги алтернативните медиуми. Го разгледува односот што европските земји го имаат со нивните медиуми и истражува као одредени промени во медиумскиот екосистем можат да ги направат давателите на услугата и корисниците ранливи на поларизација.

## Алтернативни медиуми

<sup>7</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

<sup>8</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019) и, исто така, Heikkilä et al. (2022).

Алтернативните медиуми не се нова појава, но привлекуваат сè поголемо внимание бидејќи маргините на дигиталните медиуми се зголемени низ Европа, добивајќи на значење меѓу одредена публика.

Алтернативните медиуми не треба да се поврзуваат само со производство и ширење на наративи на заговор и дезинформации. Историски гледано, овие медиуми се развиени како последица на незадоволството меѓу работничките класи и маргинализираните групи поради (погрешното) известување или изоставување прашања и настани од страна на мејнстрим медиумите.<sup>9</sup> На пример, синдикатите претежно се прикажани од перспектива на про-бизнис политичари и сопственици на компании, додека припадниците на заедницата на лезбејки, геј, бисексуалци, трансродови, квир и/или неодлучни лица (ЛГБТК+) се прикажани преку известување со предрасуди.<sup>10</sup>

Ваквата пристрасност и недоволна застапеност доведоа до тоа различни групи да бараат платформи за поинклузивни и попартисипативни „граѓански медиуми“ настрана од комерцијалните мејнстрим медиуми, за ефикасно да ги предизвикаат постојните структури на моќ.<sup>11</sup> Граѓанското новинарство е во симбиоза со мејнстрим вестите, и социјалните мрежи нудат поволна почва за негов развој и мешање со традиционалните медиуми – а понекогаш се формира хибридна форма од двата вида медиуми.<sup>12</sup> Затоа, алтернативните медиуми треба да се разгледуваат како самоперципиран коректив на мејнстрим медиумите.

Сепак, иако алтернативните медиуми по многу точки се покажаа како сила за позитивни општествени промени, исто така може да се искористуваат за штетни цели, особено кога се вклучени во популистички движења. **Популизмот** може да се дефинира како политички пристап во чиј центар е волјата на народот да се соочи со корумпираната елита. Популистичката комуникација често се темели на три клучни елементи: прикажување на себеси како непривилегирани и запоставени, борбата против корумпираната елита и идентификацијата и маргинализацијата на „екстерни групи“.<sup>13</sup> Во согласност со претходно наведените дефиниции за поларизација и екстремизам, популистичките пораки и движења можат да претставуваат препрека за општествена кохезија.

Иако популизмот и алтернативните медиуми се две различни појави, нивното комбинирање може да има облик на симбиотска врска врз основа на слични поплаки и ставови. Алтернативните медиуми исто така заземаат антихегемонистички и антиестаблишментски став, честопати насочувајќи ја критиката кон елитите.<sup>14</sup> Исто како политичките движења и партии го користат популизмот, така и алтернативните медиуми може да бидат поттикнати од група со конкретна политичка агенда. Ова може да е проблематично, доколку се земе предвид антихегемонистичкиот став на алтернативните медиуми кој има тенденција да ги оддалечи прашањата од политичкиот центар. На пример, на политичката десница, алтернативните медиуми често навлегуваат во маргините на крајна десница поврзани со антиплуралистички вредности како што се ксенофобија, расизам, фашизам и авторитаризам.<sup>15</sup>

Алтернативните медиуми предизвикаа загриженост и тревога, бидејќи новите платформи станаа посложени и се појавија во различни медиумски средини низ цела Европа и пошироко. На пример, најпознатиот алтернативен десничарски медиум што стекна слава за време на изборите во САД во 2016 г. поради погрешното известување, *Breitbart News Network*, во моментот сè уште работи во САД и некои европски земји. Низ европските земји постојат стотици слични десничарски медиуми, вклучувајќи ги *Politically Incorrect* (познат и како *PI-NEWS*) и *Compact* во Германија, *Svegot* во Шведска и *Westmonster* во Обединетото Кралство. Истражувањето на 70 десничарски медиуми од Австрија, Данска, Германија, Шведска, Обединетото Кралство и САД покажа дека екосистемот на алтернативните медиуми е разновиден и има разни тематски тенденции, транспарентност и модели на финансирање.<sup>16</sup> Овие медиуми се развиваат врз основа на единствениот политички контекст и медиумска средина, одразувајќи ја понудата и побарувачката за вести со десничарска содржина.

<sup>9</sup> Види Atton and Hamilton (2018).

<sup>10</sup> Види Atton (2002).

<sup>11</sup> Види Atton (2003).

<sup>12</sup> Види Ardèvol-Abreu и Zúñiga (2017).

<sup>13</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

<sup>14</sup> Види Heft et al. (2020).

<sup>15</sup> Види Heft et al. (2020).

<sup>16</sup> Види Heft et al. (2020). За слични податоци во врска со нордиската крајно десничарска алтернативна медиумска средина, види Ihlebæk and Nygaard (2021).



Иако крајно десничарските алтернативни медиуми се во центарот на вниманието, алтернативните медиуми не ги одразуваат само крајно десничарските идеологии. Во популистичката алтернативна медиумска средина се појавуваат и крајно левичарски движења. Некои од попознатите медиуми за вести се *Canary* и *Another Angry Voice (AAV)* во Обединетото Кралство, и *junge Welt* во Германија.<sup>17</sup> Интересно е тоа што некои од крајно десничарските медиуми како што се германскиот *Compact* и британскиот *spiked* имаат корени во екстремно левичарски движења, но идеолошки се префрлиле на десничарски движења.<sup>18</sup>

Иако постојат голем број крајно левичарски медиуми, поголемиот дел припаѓаат на крајната десница. Една од причините за тоа може да е тоа што крајно десничарските движења ги гледаат мејнстрим медиумите како левичарски или либерално наклонети со пристрасно известување кон крајната десница. На пример, германската крајно десничарска партија Алтернатива за Германија (Alternative for Germany (AfD)) изрази загриженост дека политиките и медиумите во Германија ги затвораат очите пред левичарскиот екстремизам.<sup>19</sup> Друга причина може да е релативниот успех меѓу екстремно десничарските движења во капитализацијата на поларизирачките политички прашања во своите заедници. Без разлика на тоа која е причината за нивното поголемо присуство, платформите на алтернативните медиуми не само што ги поттикнуваат и заоструваат поделбите во рамките на дихотомијата лево-десно, туку и ја унапредуваат употребата на популизмот од страна на политичките маргини за промовирање наративи против власта, особено кај публика со релативно ниска доверба во мејнстрим медиумите.<sup>20</sup> Потребни се повеќе истражувања за целосно да се разберат влијанието и динамиката на екстремните алтернативни медиуми врз поларизацијата. Важно прашање овде е дали овие медиуми и нивните екстремни популистички пораки влијаат врз публиката или само ги одразуваат веќе постојните ставови кај народот. Голема е веројатноста дека одговорот е некаде во средина.

Постојат некои истражувања што може да помогнат да се разбере продирањето на алтернативните известувачки медиуми кај публиката. *Извештајот за дигитални вести на институтот Ројтерс* за 2019 г. открива дека онлајн медиумите етикетирано како пристрасни или алтернативни имале релативно ниска читаност кај општата популација.<sup>21</sup> Во Обединетото Кралство, медиумите како што се *Canary*, *Westmonster* и *Evolve Politics* имаа само 2 % потрошувачка кај публиката, додека помалку од 16 % од популацијата биле свесни за постоењето на платформите за вести. Во Шведска, бројките се повисоки: платформите како што се *Fria Tider*, *Nyheter Idag* и *Samhällsnytt* имаа околу 10 % читателство и 38 % свесност.

*Извештајот за дигитални вести на институтот Ројтерс* од 2018 година прикажа слични податоци за алтернативните платформи во Шпанија, Германија и Чешка. Резултатите на Германија се слични со оние на Обединетото Кралство, со релативно ниско користење и свесност главно за крајно десничарски медиуми, додека Шпанија има резултати слични на резултатите на Шведска.<sup>22</sup> Во алтернативната медиумска средина во Чешка доминираше платформата *ParlamentniListy.cz*, којашто ја читале 17 % од испитаните онлајн корисници, а 46 % биле запознаени со веб-локацијата.

Иако *Извештајот за дигитални вести на институтот Ројтерс* за 2022 година не обезбеди анализа наменета за користењето на алтернативните медиуми, сепак дојде до сознанија дека корисниците на вести ги користат алтернативните медиуми за да се информираат за клучните општествени и политички прашања. На пример, 14 % од испитаниците изјавиле дека користеле помали или алтернативни извори за вести за информации за климатските промени, додека 10 % од онлајн испитаниците во Обединетото Кралство, Германија и Полска користеле не-мејнстрим веб-локации за вести во врска со руската војна во Украина.<sup>23</sup> Исто така, крајно десничарските алтернативни медиуми во Данска и Шведска забележале маргинално зголемување на довербата, во споредба со 2021 година.<sup>24</sup>

И покрај разликите во читаноста низ земјите и потрошувачката на вести според темите, овие алтернативни медиуми имаат многу малку корисници и во нив популацијата има

<sup>17</sup> Види Newman (2018).

<sup>18</sup> Види Heft et al. (2020).

<sup>19</sup> Види Chase (2018). <https://www.dw.com/en/afd-says-german-state-media-favor-the-left-do-they/a-45632081>

<sup>20</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

<sup>21</sup> Newman et al., 2019, стр. 23-24.

<sup>22</sup> Newman et al., 2018, стр. 20-21.

<sup>23</sup> Newman et al., 2019, стр. 35, 55.

<sup>24</sup> Newman et al., 2019, стр. 93, 105.

помала доверба во споредба со најистакнатите мејнстрим медиуми. Според тоа, нивното влијание врз поширокото општество е маргинално.

Сепак, низ заедниците до коишто допираат овие медиуми како доверливи извори на вести, алтернативните медиуми имаат значајна улога во обликувањето на дискурсот и јакнењето на поларизираните верувања.<sup>25</sup> Како што споменавме погоре, персонализацијата и изборот на содржина врз основа на личните преференции не мора нужно да водат до поголема поларизација; меѓутоа, кога се комбинираат со изложување на силно пристрасни вести, тие можат дополнително да ги зајакнат овие позиции.<sup>26</sup> Овие чувствителни политички позиции би можеле да станат уште позацврстени доколку луѓето се изложени на содржини каде што сметаат дека нивното гледиште е неправедно нападнато или минимизирано.

Уште еден важен фактор во овој поглед е популистичката наклонетост меѓу корисниците на содржините на алтернативните медиуми. Иако извештајот на Истражувачкиот центар Пју за 2018 година (Pew Research Centre), открива дека популистичките погледи ја отсликуваат довербата на луѓето во медиумите, не обезбеди додатни сознанија за влијанието врз потрошувачката на медиумите.<sup>27</sup> Сепак, едно истражување спроведено од Милер и соработниците (Mueller et al.). (2017 г.) за влијанието на популистичките вести врз поларизацијата на ставовите во Лондон, Париз, Берлин и Цирих дојде до сознанија дека во сите региони, со исклучок на Лондон, изложеноста на популистичкото известување ги зголемила популистичките ставови меѓу оние што веќе имале цврсти популистички верувања.<sup>28</sup> Ова е особено загрижувачко откритие, имајќи на ум дека екстремните алтернативни медиуми се приспособени за групи кои се на работ на мејнстрим општеството.

## Променливата медиумска средина: дигитализација и комерцијализам

И покрај растот на алтернативните медиумски платформи, повеќето Европејци продолжуваат да се информираат преку мејнстрим медиумски извори, и преку „традиционалните медиуми“ – печат, радио и телевизија – и преку „новите медиуми“ кои се објавуваат на интернет преку веб-локации, мобилни апликации и социјални мрежи. Мејнстрим медиумите не го постигнуваат истото влијание врз поларизацијата како алтернативните платформи; меѓутоа, промените во медиумскиот екосистем влијаат врз начините на производството и потрошувачката, што може да создаде нови ранливости. Во овој дел се разгледуваат некои од ранливостите.

Првата голема промена е **дигитализацијата**, преминувањето на дигитални медиуми. Иако некои традиционални медиуми сè уште привлекуваат корисници, Европејците се информираат првенствено од дигитални извори. Овој тренд непрекинато расте во последните 20 години, но најзабележително порасна за време на пандемијата, бидејќи печатените медиуми беа засегнати од физичките и економските последици од повеќекратните карантини.<sup>29</sup> Во **Табела 1** во продолжение е даден преглед на претпочитаните извори на Европејците според региони.

**Табела 1: Какви медиуми користат Европејците во 2022 г. (просек според регион)**<sup>30/31</sup>

Регион	Интернет	Телевизија	Социјални мрежи	Печат
Централна Европа	79,7 %	65,2 %	87,3 %	50,2 %
Северна Европа	85 %	63,3 %	44,3 %	25,3 %

<sup>25</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

<sup>26</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

<sup>27</sup> Види Newman et al. (2018).

<sup>28</sup> Види Müller et al. (2017).

<sup>29</sup> Види Müller et al. (2017).

<sup>30</sup> Врз основа на достапните податоци од *Извештајот за дигитални медиуми* на Ројтерс за 2022 г., регионите ги вклучуваат следниве земји: **Централна Европа:** Австрија, Чешка, Германија, Унгарија, Полска, Словачка; **Северна Европа:** Данска, Финска, Норвешка, Шведска; **Јужна/Југоисточна Европа:** Бугарија, Хрватска, Италија, Португалија, Шпанија, Грција, Романија; **Западна Европа:** Обединетото Кралство, Белгија, Франција, Ирска, Холандија и Швајцарија.

<sup>31</sup> Newman et al., 2022, стр. 62-109.

Јужна и Југоисточна Европа	83,1 %	69,9 %	79 %	59,3 %
Западна Европа	76,5 %	60,3 %	41,8 %	26,8 %

Дигитализацијата сериозно влијае врз производството и потрошувачката на вести, што пак, може да влијае врз поларизацијата. Прво, дигитализацијата создаде простор за нови гласови да влијаат врз формирањето на вести и мислења. Тие ги вклучуваат алтернативните платформи споменати претходно, како и новите мејнстрим медиуми, што често се нарекувани **медиуми создадени во дигитална форма** – компании што се појавиле во изминативе 30 години и функционираат само онлајн. За да конкурираат, големите **традиционални медиуми** (медиуми што не се создадени во дигитална форма) – тие што преовладуваа преку традиционални извори пред појавата на дигиталните платформи – внесоа дополнителни онлајн елементи како што се веб-локации, апликации, подкасти и страници на социјални мрежи. На повеќето места, традиционалните медиуми, и медиумите создадени во дигитална форма продолжуваат да коегзистираат, иако вторите имаат тенденција да бидат попопуларни во јужна Европа во споредба со западна или северна Европа, каде што традиционалните медиуми се посиленни.<sup>32</sup> Иако медиумите создадени во дигитална форма и традиционалните медиуми имаат многу заеднички нешта, првите

обично имаат различни приоритети во уредувањето, произведуваат подлабинско известување и имаат насочен пристап кон одредена публика за да воспостават посебен глас, следејќи ги трендовите на онлајн маркетингот, за разлика од поширокиот пристап кој го користат традиционалните медиуми.

Понатаму, дигитализацијата и алатките што ги нуди, исто така, поттикнуваат поширока слобода на информациите, што доведе до зголемување на бројот на инфлуенсери преку онлајн блогови, лични веб-локации и социјални мрежи. Се нарекува „петта состојба“<sup>33</sup> поради неговиот потенцијал да му конкурира на традиционалното новинарство, граѓанското новинарство без преседан и алтернативните медиуми се појавија низ целиот спектар. Понатаму, во некои случаи, граѓанското новинарство се меша со културата на инфлуенсерите, што им дава на луѓето значајна моќ да пренесуваат и толкуваат вести, особено на социјалните мрежи.

*Извештајот за дигитални вести* на Ројтерс за 2021 г. испита од каде и од кого луѓето доаѓаат до онлајн вести. На Twitter, корисниците се изјасниле дека вестите главно ги добиваат од официјални извори; на YouTube и Facebook, меѓутоа, корисниците се информираат и преку официјални извори и други во нивната мрежа. На поновите платформи како што се Instagram, Snapchat и TikTok, мејнстрим изворите се засенети од интернет личности. За поголемиот дел од корисниците, изложеноста на вести е случајна – биле на платформата од друга причина, а не поради информирање – но тоа сепак може да влијае врз нивното разбирање на настаните, особено кога тоа е нивниот основен извор на вести, како што е случај со многу млади лица.<sup>34</sup> Ова присуство на инфлуенсери може да биде убедливо, како што покажа едно американско истражување. Истражувањето заклучи дека социјалните медиуми првенствено влијаат врз перцепциите за поларизација преку објави од инфлуенсери и општествени дискусии за настани и теми, а не директно од медиумското известување. Меѓутоа, истражувањето дојде до заклучок дека иако корисниците на социјалните мрежи се поларизирани, платформите не секогаш предизвикуваат поларизација.<sup>35</sup>

Второ, онлајн импулсот за персонализација поттикнува **фрагментација**. Во средина со сè поголем избор, до вести се доаѓа преку повеќе медиуми што се приспособени за известување одредена публика и задоволуваат одредени ставови и интереси.<sup>36</sup> Резултатот е средина со сè поголем избор во која луѓето имаат можност сами да избираат извори на вести што се соодветни – и на крај да ги поткрепат – своите верувања.<sup>37</sup> Овој тренд предизвика загриженост во врска со ехо-коморите, бидејќи изборот на содржина врз основа на личните преференции, предводен од пристрасност, се комбинира со предизборот на алгоритми и агрегатори онлајн. Меѓутоа, истражувањата покажуваат дека ова не е значајна закана како што се очекувало. Во суштина, повеќето луѓе сами ги избираат мејнстрим изворите на

<sup>32</sup> Види Nicholls et al. (2016).

<sup>33</sup> Види Dutton (2009).

<sup>34</sup> Види Newman et al. (2021).

<sup>35</sup> Види Banks et al. (2021).

<sup>36</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

<sup>37</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

вести,<sup>38</sup> а времето поминато на онлајн просторот – особено на социјалните мрежи – ја зголемува нивната изложеност на **хибридна содржина** или содржина од друга идеологија или припадност надвор од нивната.<sup>39</sup>

Иако оваа средина со сè поголем избор не поттикнува поларизација, може да предизвика сè повеќе луѓе целосно да ги избегнуваат вестите. Во извештајот на Европскиот парламент за 2019 г., авторите предупредија дека иако досегот на онлајн медиумите е висок, тоа не секогаш резултира со поголема ангажираност – па дури и може да има спротивен ефект.<sup>40</sup> Во американско истражување за користењето на онлајн медиумите со следење податоци во период од 6 месеци, учесниците потрошиле 2 % од своето време ангажирајќи се за актуелните настани.<sup>41</sup> Понатаму, оние што онлајн пристапуваат до вестите, поминуваат помалку време на веб-локациите за вести читајќи содржини, особено младите лица.<sup>42</sup>

Исто така е важно да се забележи дека вкрстената изложеност – честопати цел на антиполаризирачките иницијативи – може да има мешани резултати. Вкрстената содржина може да ја зајакне моменталната состојба на личноста, што значи дека иако може да ги прошири гледиштата на личноста што не е поларизирана, исто така може да ги влоши веќе поларизираните ставови. Едно американско истражување откри дека со текот на времето, изложеноста на вкрстена содржина на социјалните мрежи ги зајакнува поларизираните ставови.<sup>43</sup> Исто така, проверката на фактите, што претставува уште едно вообичаено решение, е најчеста меѓу високообразованите луѓе и кај оние со ниска доверба во медиумите.<sup>44</sup> Што значи, иако може некои луѓе да ги доведе до понијансирана позиција – што се покажало како успешно во контролирани средини за тестирање<sup>45</sup> – некои луѓе може да ги поттикне да бараат алтернативни објаснувања надвор од мејнстрим медиумите, каде наративите за заговор се поистакнати. На пример, фразата „спроведи сопствено истражување“ стана мантра за оние што го негираа Ковид-19.

Трето, дигитализацијата сериозно влијаеше врз **финансирањето**, при што и традиционалните медиуми и медиумите создадени на дигитален начин тешко се снаоѓаат. Моделот на финансирање што во голема мера се потпира на приходи од реклами, особено во слоевата средина за вести, ќе ги поттикне изворите да се натпреваруваат за вниманието на публиката така што ќе ги задоволат нејзините конкретни интереси или ќе ја привлечат со мамки за кликување или сензационализам, а и едното и другото можат да привлечат поларизирани гледишта. Преминувањето кон приходи од реклами не е единствената голема промена во финансирањето на медиумите. Во изминативе неколку децении, медиумите стануваа сè повеќе комерцијализирани во многу земји: резултатот е средина во која пазарот го обликува известувањето. Една потенцијална предност е што комерцијализацијата може да поттикне повторно враќање на рамнотежата во односот помеѓу политичарите и новинарите, кон понезависно и автономно новинарство.<sup>46</sup> Меѓутоа, комерцијализацијата исто така може да поттикне ширење на популизмот.

Комерцијализацијата, во комбинација со медиумската стратификација, ја засили конкуренцијата за гледачите, што доведе до известување кое се усогласува со предрасудите на читателите.<sup>47</sup> Со повеќе вести кои се натпреваруваат за ограничено финансирање и се стремат да ја издлабат својата единствена позиција во екосистемот, некои приобегнуваат кон „избор за максимизирање на профитот“ за да ги задоволат преференциите на потрошувачите. Овие преференции често вклучуваат желба вестите „не само да информираат туку и да објаснуваат, толкуваат, убедуваат и забавуваат“.<sup>48</sup> Едно американско истражување дојде до заклучок дека ова поттикнува поларизација, бидејќи конкурентните медиуми „создаваат разлики во мислењата или ги зајакнуваат“ со цел „да се подели пазарот и да се добие поголем профит“.<sup>49</sup>

Покрај онлајн сензационализмот и мамките за кликување, ова поттикнува некои од медиумите да ги спојат актуелното и популистичкото, бидејќи екстремистичките

<sup>38</sup> Види Wojcieszak et al. (2021) и Mitchell et al. (2018).

<sup>39</sup> Види Flaxman et al. (2016).

<sup>40</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

<sup>41</sup> Види Wojcieszak et al. (2021).

<sup>42</sup> Види Thurman and Fletcher (2019).

<sup>43</sup> Види Bail et al. (2018).

<sup>44</sup> Види Hameleers and Van der Meer (2020).

<sup>45</sup> Види Hameleers and Van der Meer (2020).

<sup>46</sup> Види Hameleers and Van der Meer (2020).

<sup>47</sup> Mullainathan and Shleifer, 2005, стр. 1 031.

<sup>48</sup> Mullainathan and Shleifer, 2005, стр. 1 031.

<sup>49</sup> Mullainathan and Shleifer, 2005, стр. 1043.

гледништа и контроверзноста привлекуваат гледачи.<sup>50</sup> Еден пример е францускиот медиум *BFMTV*. Тоа е 24-часовен канал за вести што постојано емитува вести на повеќе од 10 милиони гледачи на ден во Франција, правејќи го најактуелниот медиум во целата земја. Политичката адаптација на старата поговорка „if it bleeds, it leads“ (сензационалните вести продаваат), поттикна критики дека медиумот е во суштина десничарски и со своето непрекинато известување може да предизвика несигурност.<sup>51</sup> Wettstein et al. (2018) утврдија дека овој тренд е широко раширен во својата компаративна анализа од 10 европски земји. Авторите дојдоа до заклучок дека изворите на вести што привлекуваат публика преку известување за популистички фигури и нивната политика, ретко активно ги поддржуваат овие фигури и нивните пораки, но сепак ги објавуваат.<sup>52</sup> Во исто време, комерцијализацијата поттикнува спојување на медиумите под помалку, а поголеми сопственици.<sup>53</sup> Оваа концентрација на медиумската сопственост се смета за сериозна закана по медиумската средина во Европа, бидејќи ги ограничува разноликоста на информации и перспективи.<sup>54</sup>

Финансирањето не само што влијае врз известувањето; туку и претставува закана по опстојувањето на медиумите. Едно истражување што го спроведе Комитетот за култура и образование при Европскиот парламент откри дека иако дигиталните приходи растат, сепак сè уште не ги надоместуваат загубите од намалувачкиот сектор за печат.<sup>55</sup> Овие економски тешкотии веројатно ќе доведат до тоа повеќе извори на вести да користат претплати, што може да влијае врз веќе малиот број на корисници на вести и да ги поттикне корисниците на пограничен број на извори. Многу известувачки медиуми веќе ги затворија вратите, а и многу повеќе се изложени на ризик да го сторат истото доколку не добијат дополнителна поддршка. Но, тешко е да се стигне до ваква поддршка: во својот *Извештај за дигитални вести за 2021 г.*, Ројтерс утврди дека има многу малку волја кај повеќето граѓани за да се зачува публикацијата на вестите. Со исклучок на Португалија, многу малку Европејци беа свесни за моменталната закана кон новинарството, а уште помалку од нив ги поддржаа интервенциите на владата да се зачува. Исто така, Ројтерс предупреди дека во време кога има толку многу спротивставени приоритети на кои им треба владина поддршка – вклучувајќи ги здравјето и образованието – ќе биде тешко владите да соберат политичка волја за да го заштитат новинарството.<sup>56</sup>

**Локалните медиуми** се особено загрозувани. Тие се клучен извор на информации и претставување, и играат централна улога во локалната политика, обезбедувајќи политички материјал за локалните кандидати и избори, а и ги повикуваат локалните политичари на одговорност.<sup>57</sup> Иако некои од нивните традиционални функции ги преовладаа онлајн-пребарувања – како што се барање работа и планирање активности – локалниот весник останува примарен извор за информации за локални инциденти, вклучително и известување за криминал.<sup>58</sup> Исто така, локалните вести можат да придонесат за чувство на идентитет во заедницата меѓу локалното население. Настојуваат почувствително да известуваат и тоа да биде помалку критично, давајќи приоритет на поддршката и промоцијата на заедницата и граѓаните, а не на нивниот критички став.<sup>59</sup> Во *Извештајот за дигитални вести за 2021 г.* на Ројтерс, наведени се сознанија за постоење на поврзаност меѓу чувството на приврзаност кон заедницата и високата читаност на локалните вести, како и високите нивоа на доверба во локалните и регионалните вести низ поголемиот дел на Европа. И покрај овие придобивки, потрошувачката на локалните вести е ниска низ континентот<sup>60</sup> и многу од медиумите се под закана од дигитализација, економски тешкотии и консолидација.<sup>61</sup>

Потенцијален бедем против овие комерцијални влијанија се **јавните медиуми** – радиодифузери контролирани од страна на јавноста, а не од комерцијални или државни интереси. Јавните медиуми, или јавните радиодифузери треба да работат без политички или комерцијален притисок и да обезбедуваат информации што се универзално достапни за целата јавност.<sup>62</sup> Создадени се да привлечат поширока, мешана публика и заштитени се од некои економски и политички притисоци што им се закануваат на комерцијалните медиуми. Тоа што се смета за јавен ресурс помага

<sup>50</sup> Види Schofield (2014).

<sup>51</sup> Види Schofield (2014).

<sup>52</sup> Види Wettstein et al. (2018).

<sup>53</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

<sup>54</sup> Види Brogi et al. (2020).

<sup>55</sup> Види Le Gall (2021).

<sup>56</sup> Види Newman et al. (2021).

<sup>57</sup> Види Taylor (2019).

<sup>58</sup> Види Newman et al. (2021).

<sup>59</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

<sup>60</sup> Види Newman et al. (2021).

<sup>61</sup> Види Taylor (2019).

<sup>62</sup> Види Conseil mondial de la radiotélévision (2001 г.).

да се заштити од пристрасно, толкувачко новинарство кое може да го поларизира известувањето, но тоа е можно само доколку се зачува неговата независност и доколку ја добие потребната поддршка за да се подложи на дигиталната транзиција. Иако државните радиодифузери се сè уште актуелни во западна и северна Европа, нивното влијание опаѓа во јужна, централна и југоисточна Европа, каде пристапот се разликува, дури иако довербата во тие медиуми е висока.<sup>63</sup> Во овие региони, јавните радиодифузери имаат тешкотии да постигнат онлајн транзиција и, во некои случаи, се соочуваат со политички вмешувања што им се закануваат на нивната независност.<sup>64</sup>

Трансформативното влијание на дигитализацијата и комерцијализмот врз медиумите е очигледно, но малку е веројатно дека тие директно предизвикуваат зголемена поларизација. Меѓутоа, обезбедува поголем пристап до други форми на медиуми кои би можеле да бидат пополаризирачки и може да придонесат за ширење проблематични и чувствителни содржини.

## Проблематични и чувствителни содржини

Медиумите исто така може да ја влошат поларизацијата со активно пропагирање на наративи за заговор и дезинформации. Почесто поврзани со алтернативните медиумски платформи, овие феномени се забележани и во главните медиуми, без разлика дали ненамерно или намерно. Во мејнстрим медиумите, нивниот ефект може да бидат зголемени поради повисоките нивоа на доверба, што доведува до пад на перцепцијата на корисниците за нивата точност и вистинитост. На алтернативните медиуми, овие наративи може да се користат како оружје под идеолошка агенда и да се комбинираат со говор на омраза кој цели кон одредени групи. Кога алтернативните платформи злонамерно ги користат овие штетни содржини, тие се опасни, не само поради тоа што може да ги интензивираат поларизирани мислења, туку и поради тоа што може да се користат за радикализација, регрутирање и мобилизација за екстремистички цели, па дури за да ги охрабрат луѓето да прифаќаат, да се залагаат и да учествуваат во насилство.

Дел од овие проблематични содржини се темели на актуелните настани и политички-чувствителните настани. На пример, злонамерните алтернативни платформи за вести често ги искористуваат терористичките напади за да ја унапредат својата агенда. Ваквите инциденти се обично проследени со бранови теории на заговор и дезинформации чија цел е да се искористи ранливоста на луѓето по терористичките напади, со цел да се продлабочат општествените поделби. Понатаму, медиумската покриеност (како од алтернативните, така и од мејнстрим медиумите) има потенцијал да ги охрабри терористите и да ги засили нивните терористички тактики и пропаганда.<sup>65</sup> Од друга страна, ако не се известува за ваквите значајни политички настани, може да се поткопа веродостојноста на медиумите за вести, да доведе до недоверба и да поттикне наративи за недемократски процеси како што е цензурата.<sup>66</sup> Ова создава етичка дилема за новинарите, коишто мора да постават рамнотежа меѓу терористичкиот инцидент со оддавање почит кон жртвите и справувањето со самата терористичка група.

## Наративи на заговор<sup>67</sup>

Наративите на заговор се особено проблематични. Тие се обидуваат да дадат смисла на вознемирувачки и сложени настани и појави за кои се смета дека се резултат на тајно планирање на моќни луѓе со зли намери.<sup>68</sup> Обично, тие обезбедуваат поедноставни објаснувања и претставуваат бинарна перспектива на „добро наспроти лошо“, коишто поттикнуваат поделби меѓу оние во самите групи и оние надвор од нив.<sup>69</sup> Овие поделби се влошени со силно чувство на виктимизација во рамки на самата група и со „отуѓувањето“ или нетолеранцијата насочена кон оние надвор од групата. Други компоненти на наративите на заговор коишто придонесуваат за екстремистичката динамика вклучуваат чувство на супериорност кај оние во групата, во споредба со оние надвор од неа, како и идејата дека оние што се надвор од групата

<sup>63</sup> Види Newman et al. (2021).

<sup>64</sup> Види Brogi et al. (2020).

<sup>65</sup> Abubakar, 2020, стр. 278-279.

<sup>66</sup> Abubakar, 2020, стр. 278.

<sup>67</sup> Овој труд ја прифаќа употребата на РАН на изразот „наротив на заговор“, наместо актуелниот израз „теорија на заговор“, со цел да се ограничи легитимноста што ја означува поимот „теорија“. За повеќе, види Мрежа за подигање на свеста за радикализација (2020 г.).

<sup>68</sup> Farinelli, 2021, стр. 4.

<sup>69</sup> Farinelli, 2021, стр. 4.

претставуваат непосредна и егзистенцијална закана по оние во неа.<sup>70</sup> Иако наративите на заговор треба да се разгледуваат како знаци на пошироки општествени проблеми и поплаки, тие имаат потенцијал значајно да ги нарушат мирот и општествената кохезија. Како што е споменато претходно, ова може да вклучува зголемување на привлечноста на екстремистичките агенди, поткопување на довербата меѓу различните групи и во демократските системи, нарушување на почитувањето на универзалните слободи и човекови права. Исто така, може да вклучува ширење на говор на омраза и поттикнување насилство против одредена група.<sup>71</sup>

Европските практичари ги сметаат теориите на заговор за клучни двигатели на насилство и екстремизам. На онлајн состанокот LOCAL во 2021 г. во рамки на Мрежата за подигање на свеста за радикализација (РАН), наменет за справување со променливото опкружување на поларизацијата, радикализацијата и екстремизмот, речиси сите учесници се согласија дека клучен развој во локалното опкружување се предизвиците коишто произлегуваат од наративите на заговор.<sup>72</sup> Тие ја сметаа пандемијата Ковид-19 за катализатор за ширење наративи на заговор, но сепак, заговорите се развиваат на сложени и штетни настани. Многу од насилните протести против карантините и против владата во европските градови беа поттикнати од наративи на заговор.<sup>73</sup> Она што најмногу ги изненади практичарите на РАН кои учествуваа беше разноликоста на групите на протестите, меѓу кои беа државни службеници и семејства со деца.<sup>74</sup>

Додека насилните протести против карантините беа несомнено сериозни и влијателни, наративите на заговор потенцијално може да имаат уште поразорни последици. Апокалиптичните наративи меѓу насилните десничарски екстремистички групи ги инспирираа терористичките напади во Норвешка во 2011 г. и во Крајстчерч, во 2019 г. Овие напади се главно поттикнати од теоријата за големата замена, што тврди дека белата европска популација се заменува со не-бели луѓе, преку масовна миграција и поради демографски пад на белите заедници и раст на не-белите заедници.<sup>75</sup> Во својот манифест, извршителот на терористичкиот напад во Крајстчерч тврдеше дека барал одмазда за тековниот геноцид врз белите Европејци.<sup>76</sup> Овој екстрем случај нагласува како наративот на заговор поттикнал употреба на насилство и извршување терористички чин, нагласувајќи ја важноста да се земе предвид овој фактор кога се подготвуваат одговори. Иако многу десничарски екстремистички групи во Европа можеби се воздржуваат од насилство, нивната пропаганда директно пропагира говор на омраза, ги дехуманизира надворешните групи и поттикнува насилство.<sup>77</sup> Овие групи исто така треба да се земат предвид поради нивната директна и индиректна закана по мирот и безбедноста.

За време на истиот LOCAL состанок на РАН во 2021 година, практичарите исто така изразија загриженост за нивниот капацитет да работат онлајн, каде што често се собираат ранливи целни групи.<sup>78</sup> Широко е прифатено дека интернетот, вклучувајќи ги социјалните медиуми и алтернативните вести, служи како платформа за ширење на наративи на заговор. Иако интернетот го зголемува ризикот поединците да бидат вовлечени во теории на заговор поради лесниот пристап до информации, брзото ширење на заговори и предизвиците во умереноста на содржината, не треба да се претпоставува дека луѓето се инхерентно повеќе склони да веруваат во наративи на заговор во споредба со ерата пред интернетот.<sup>79</sup> Понатаму, наративите на заговор не се шират неселективно низ интернет; напротив, тие имаат тенденција да бидат ограничени во одредени заедници, најчесто крајно десните и крајно левите политички рабови кои веќе се придружуваат до нив.<sup>80</sup> Ова е значајно бидејќи истите тие групи обично ги добиваат вестите преку алтернативни медиуми.

Во една студија што го мапираше онлајн екстремизмот во Словачка, беше откриено дека алтернативните медиуми шират содржина полна со омраза и заговор. Поточно, откриено е дека најмалку 17 страници, кориснички сметки и канали на Facebook, Instagram и

---

<sup>70</sup> Мрежа за подигање на свеста, 2020, стр. 3.

<sup>71</sup> Farinelli, 2021, стр. 4.

<sup>72</sup> Види го заклучниот труд на Мрежата за подигање на свеста за радикализација, *The changing landscape of polarisation, radicalisation and extremism*, стр. 2 ([https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/1a7a18b2-4f2d-44b7-bdfd-c088af86f327\\_en?filename=ran\\_local\\_changing\\_landscape\\_25-26\\_112021\\_en.pdf](https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/1a7a18b2-4f2d-44b7-bdfd-c088af86f327_en?filename=ran_local_changing_landscape_25-26_112021_en.pdf)).

<sup>73</sup> Види Schraer (2021). <https://www.bbc.co.uk/news/59390968>

<sup>74</sup> Види го заклучниот труд на Мрежата за подигање на свеста за радикализација, *The changing landscape of polarisation, radicalisation and extremism*, стр. 2 ([https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/1a7a18b2-4f2d-44b7-bdfd-c088af86f327\\_en?filename=ran\\_local\\_changing\\_landscape\\_25-26\\_112021\\_en.pdf](https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/1a7a18b2-4f2d-44b7-bdfd-c088af86f327_en?filename=ran_local_changing_landscape_25-26_112021_en.pdf)).

<sup>75</sup> Davey and Ebner, 2019, стр. 7.

<sup>76</sup> Види Galineau (2019). <https://apnews.com/article/immigration-shootings-ap-top-news-international-news-australia-1e19fefcb2e948a1bf7ce63429bc186e>

<sup>77</sup> Farinelli, 2021, стр. 11.

<sup>78</sup> Види го заклучниот труд на Мрежата за подигање на свеста за радикализација, *The changing landscape of polarisation, radicalisation and extremism*, стр. 2 ([https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/1a7a18b2-4f2d-44b7-bdfd-c088af86f327\\_en?filename=ran\\_local\\_changing\\_landscape\\_25-26\\_112021\\_en.pdf](https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/1a7a18b2-4f2d-44b7-bdfd-c088af86f327_en?filename=ran_local_changing_landscape_25-26_112021_en.pdf)).

<sup>79</sup> Farinelli, 2021, стр. 9.

<sup>80</sup> Krouwel et al., 2017, стр. 434-437.

Telegram споделуваат врски до веб-локации со алтернативни медиуми.<sup>81</sup> Во однос на количината, алтернативните медиуми во словачкиот случај сочинуваат само мал дел од поширокиот онлајн екосистем на крајната десница, според наодите од студијата.

Меѓутоа, важно е да се напомене дека бројот на алтернативни медиуми може да не е во директна корелација со нивното влијание врз одредена заедница. Исто така, клучно е да се разбере содржината што ја шират и нивната целна публика. Детално истражување на унгарската алтернативна медиумска платформа на екстремната десница *Kuruc.info* го расветлува ова прашање. *Kuruc.info* се идентификува себеси како „патриотска унгарска конзервативна, десничарска, националистичка, информативна страница за откривање факти, која е независна од политичките партии“.<sup>82</sup> Тоа е медиум создаден на дигитален начин, регистриран во САД и работи од 2006 година. И покрај самопретставувањето, медиумската платформа отворено е домаќин на унгарски иредентистички, антисемитски, антиромски и хомофобични содржини, за што сведочат главните категории на вести на почетната страница: антиунгаризам, ромски криминал, еврејски криминал, ЛГБТК+ и политички криминал.<sup>83</sup> Веб-локацијата силно ја промовира теоријата на заговор за Ционистичката окупациона влада што тврди дека Евреите ги контролираат најголемиот дел од светските влади, вклучувајќи ја и онаа на Унгарија. Унгарската влада побара да се затвори веб-локацијата поради нејзината проблематична содржина, со цел да се спротивстави на говорот на омраза. Сепак, американската влада дозволи платформата да работи, повикувајќи се на заштитата на слободата на говорот.<sup>84</sup>

Друг вознемирувачки аспект на *Kuruc.info* беше неговата поврзаност со унгарската крајно десничарска политичка партија Јобик, која неодамна се обиде да се ребрендира во конзервативна, централно-десничарска партија. Оваа промена предизвика расцеп во рамки на партијата и појава на две крајно десничарски партии: Сила и решителност и Движење на нашата татковина. *Kuruc.info* ја критикуваше реформацијата на Јобик и во моментот се смета дека има поблиски врски со Движење на нашата татковина. Сепак, пред Јобик да се придвижи кон центарот на политичкиот спектар, *Kuruc.info* се сметаше за значајна компонента на нивните онлајн пораки, бидејќи тие беа маргинализирани во покривањето на главните медиуми.<sup>85</sup> Во 2018 година, кога Јобик доби над 1 милион гласови на унгарските избори, *Kuruc.info* беше 10-та најголема веб-локација за вести во Унгарија, со околу 10 % читаност меѓу општата популација и околу 23 % читаност од гласачите на Јобик.<sup>86</sup> Овие бројки се значајни, особено кога се земаат предвид наодите од студијата за антисемитското расположение во Унгарија, која откри забележлива корелација помеѓу партиските преференции и антисемитизмот. Според индикаторите кои го оценуваат афективниот и когнитивниот антисемитизам, студијата покажа дека 27 % од возрасните во Унгарија имаат екстремни ставови, а дополнителни 10 % имаат умерени антисемитски перспективи. На истата оваа скала, 42 % од поддржувачите на Јобик имаат екстремно антисемитски став, 15 % имаат умерен антисемитски став.<sup>87</sup> Овие податоци ги нагласуваат популарноста и досегот на проблематичните алтернативни медиуми кај луѓето што имаат екстремистички и популистички мислења.

## Односот на Европа со медиумите

Сите фактори разгледани досега влијаат врз односот што Европа го има со медиумите. Довербата во медиумите варира низ континентот, но во повеќето земји, граѓаните имаат мала доверба во медиумите и многу мејнстрим медиуми ги сметаат за симпатизерски и пристрасни. Оваа перцепција на медиумите е значајна бидејќи влијае врз тоа на кои извори на вести луѓето избираат да се потпрат. Тоа влијае и врз нивната веројатност да се свртат кон алтернативни медиуми или целосно да ги избегнуваат вестите, што и двете може да ги направат поподложни на заговори, дезинформации и поларизација.

Довербата во медиумите е генерално ниска низ ЕУ, иако таа варира од земја до земја. Студиите на Пју<sup>88</sup> и Ројтерс<sup>89</sup> откриваат големи регионални разлики.<sup>90</sup> Довербата во медиумите е поголема во северна и

<sup>81</sup> Kuchta, 2021, стр. 12-13.

<sup>82</sup> Види Rákay (2008). <https://kuruc.info/r/40/27066/>.

<sup>83</sup> Види ја почетната страница на Kuruc.info на <https://kuruc.info/>.

<sup>84</sup> Види Origo (2012). <https://www.origo.hu/itthon/20120703-amerikai-kepviseletol-ker-segitseget-orban-az-internetes-gyuloletbeszed-megfekezese.html>

<sup>85</sup> Barna and Knap, 2019, стр. 79.

<sup>86</sup> Barna and Knap, 2019, стр. 78.

<sup>87</sup> Barna and Knap, 2019, стр. 78.

<sup>88</sup> Данска, Франција, Германија, Италија, Холандија, Шпанија, Шведска и Обединетото Кралство.

<sup>89</sup> Види Newman et al. (2021).

<sup>90</sup> Види Mitchell et al. (2018).



западна Европа отколку во јужна, југоисточна или централна Европа. Сепак, постојат забележителни исклучоци: Обединетото Кралство и Франција имаат значително помала доверба во медиумите во споредба со нивните западноевропски соседи, додека довербата во Португалија и Германија е многу повисока отколку што обично се гледа во нивните региони. Овие регионални трендови и нивните исклучоци се прикажани во **Табела 2.**

**Табела 2: Европејци кои имаат доверба во медиумите, според регион во 2022 г. (Ројтерс, 2022 г.)**

Регион <sup>91</sup>	Ниво на доверба	Земја	Ниво на доверба
Централна Европа (без Германија)	34 %	Германија	50 %
Северна Европа	58,3 %	Португалија	78 %
Јужна и Југоисточна Европа (без Португалија)	33,3 %	Франција	29 %
Западна Европа (без Обединетото Кралство или Франција)	51,3 %	Обединетото Кралство	34 %

Според Ројтерс, кој секоја година го спроведува ова истражување, довербата во медиумите се зголемила во 2022 година во споредба со податоците собрани пред пандемијата, а се зголемила и читаноста на мејнстрим изворите на вести. Ова сугерира дека и покрај порастот на наративи за заговор и дезинформации за време на пандемијата Ковид-19, повеќето Европејци сè уште се потпираат на главните медиуми за време на криза. За жал, овој мал отскок беше краткотраен; до објавувањето на извештајот за 2022 година, довербата во повеќето европски земји се врати на нивоата пред Ковид-19.<sup>92</sup>

Пју (2018 г.) откри дека довербата на испитаниците во медиумите не е поврзана со нивната политичка ориентација. Наместо тоа, популизмот е поверодостоен показател. Во сите осум земји каде е спроведено истражувањето, луѓето со популистички убедувања, без разлика дали се лево или десно ориентирани, значително помалку им веруваат на медиумите во споредба со оние со непопулистички или мешани ставови. Идеологијата имаше статистички значајно влијание врз довербата на медиумите само во Шпанија, Германија и Шведска, но дури и во овие земји нејзиното влијание беше далеку помало од она на популизмот. Во Германија и Шведска, луѓето со десничарски идеологии помалку им веруваат на медиумите, додека во Шпанија, најскептични се оние со левичарски ставови.<sup>93</sup>

Довербата на луѓето во медиумите е под силно влијание од тоа колку тие мислат дека се пристрасни или праведни, што влијае врз нивната медиумска потрошувачка.<sup>94</sup> Пристрасното известување е вообичаено во мејнстрим медиумите, бидејќи известувањето е под влијание на политичката наклонетост на медиумот.<sup>95</sup> Овој добро утврден тренд е зајакнат со претходно опишаната фрагментација и зголемувањето на толкувачкото новинарство.<sup>96</sup> Врз трендот може да влијае и односот меѓу политиката и медиумите во одредена земја. **Политичкиот**

<sup>91</sup> Врз основа на достапните податоци од *Извештајот за дигитални медиуми* на Ројтерс за 2022 г., регионите ги вклучуваат следниве земји: **Централна Европа:** Австрија, Чешка, Унгарија, Полска, Словачка; **Северна Европа:** Данска, Финска, Норвешка, Шведска; **Јужна/Југоисточна Европа:** Бугарија, Хрватска, Италија, Шпанија, Грција, Романија; **Западна Европа:** Белгија, Ирска, Холандија и Швајцарија.

<sup>92</sup> Врз основа на достапните податоци од *Извештајот за дигитални медиуми* на Ројтерс за 2022 г., регионите ги вклучуваат следниве земји: **Централна Европа:** Австрија, Чешка, Унгарија, Полска, Словачка; **Северна Европа:** Данска, Финска, Норвешка, Шведска; **Јужна/Југоисточна Европа:** Бугарија, Хрватска, Италија, Шпанија, Грција, Романија; **Западна Европа:** Белгија, Ирска, Холандија и Швајцарија.

<sup>93</sup> Види Mitchell et al. (2018).

<sup>94</sup> Види Ardèvol-Abreu и Zúñiga (2017).

<sup>95</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

<sup>96</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

**паралелизам**<sup>97</sup> се однесува на степенот на усогласеност помеѓу медиумските вести на една земја и нејзиниот политички систем.<sup>98</sup> Повисоките нивоа на политички паралелизам често се поврзуваат со зголемена медиумска пристрасност, што влијае и врз создавањето и врз потрошувачката на вести. Ова може да резултира со поограничен распон на теми и извори. Политичкиот паралелизам е поприсутен во јужноевропските земји, особено во Италија, Шпанија и Франција, додека поретко е во земјите од северна и западна Европа.<sup>99</sup>

Но, од клучно значење е да се направи разлика помеѓу вистинската пристрасност и перцепцијата на пристрасност. Иако медиумите често имаат одредена пристрасност, перцепцијата на поединецот е субјективна, што одразува колку добро изворот е усогласен со нивните сопствени ставови, а не дава објективна процена на содржината.<sup>100</sup> На пример, во 2018 година, Пју ги анализираше пристрасните наклонетости на читателите кон европските медиуми заедно со перцепциите на луѓето за пристрасноста на овие медиуми. Тие заклучија дека читателската публика всушност била многу помалку пристрасна отколку што сметале испитаниците.<sup>101</sup> Иако пристрасното известување може да ги зајакне поларизираните ставови за контроверзните прашања, има малку докази дека тоа предизвикува афективна поларизација или поларизација на ставовите.<sup>102</sup> Сепак, перцепцијата за пристрасност има мерливи ефекти. Една американска студија покажа дека согледаната медиумска пристрасност негативно влијае врз севкупната потрошувачка на вести, што ги наведува луѓето целосно да ги избегнуваат вестите.<sup>103</sup> Ова може да го забрза падот на потрошувачката на вести, бидејќи обвинувањата за пристрасност се користат како оружје, како во рамки на мејнстрим медиумите, така и од надворешните извори со цел да ја поткопаат конкуренцијата.

И покрај стигмата, пристрасноста не е секогаш штетна. Иако потрошувачите се внимателни во поглед на пристрасноста, тие се исто така критични према целосната неутралност, којашто може да им даде платформа и кредибилитет на ставовите за кои сметаат дека се штетни. Францускиот медиум *BFMTV* е еден пример за тоа како медиумите можат да бидат наклонети кон популизмот, а да тврдат дека се неутрални. Како што посочи еден новинар од медиумот: „Овде, во *BFMTV*, мотото е дека не сме тука за да осудуваме. Разговараме со сите.“<sup>104</sup> Проблематични се и прашањата како што се климатските промени и вакцините, бидејќи подеднаквото претставување на двете страни може да доведе до „лажна еквивалентност“.<sup>105</sup> *Извештајот за дигитални вести* на Ројтерс за 2021 г., откри дека 17 % од учесниците на глобално ниво сметаат дека на послабите аргументи треба да се посвети помалку време, додека 24 % сметаат дека има некои прашања кон кои не треба да се има неутрален пристап. Во обете мерки, помладите испитаници е поверојатно да го заземат вториот став, особено за прашања во врска со општествена правда.<sup>106</sup>

Довербата не беше единственото нешто што опаѓаше; опаѓаше и интересот за вестите. Гледано глобално, интересот опадна од 63 % во 2017 г. на 51 % во 2022 г., додека селективното избегнување нагло порасна, удвојуваќи се во Обединетото Кралство во овој период. Луѓето избегнуваат вести од различни причини, како што се недоверба во медиумите, изгорување од последователни кризи, тешкотии во разбирањето сложени приказни и општа апатија или незаинтересаност.<sup>107</sup> Избегнувањето вести претставува значајна закана затоа што медиумите им помагаат на граѓаните да го разберат светот, да ги исполнат своите демократски должности и да ги повикуваат на одговорност оние кои се на власт.<sup>108</sup> Без веродостојни информации и доследно разбирање на настаните, граѓаните исто така стануваат поподложни на дезинформации и поларизирачки влијанија.

Интересно е што и покрај загрижувачките трендови во довербата, перцепцијата и потрошувачката, Европејците продолжуваат да им придаваат значителна вредност на медиумите. Шведска и Германија водат на листата со 95 % и 90 %, соодветно, во однос на вкупната вредност што им ја припишуваат на медиумите за функционирањето на општеството во нивната земја. Шпанија се наоѓа на третото место што го дели со

<sup>97</sup> Според Халин и Манчини (2017 г.), политичкиот паралелизам може да се разбере преку четири аспекти: структурни врски меѓу медиумите и политичките организации; политичките определби на новинарите, сопствениците и менаџерите на медиумите; медиумската содржина; и обрасците на потрошувачка на вести.

<sup>98</sup> Види Hallin and Mancini (2017).

<sup>99</sup> Види Fletcher and Jenkins (2019).

<sup>100</sup> Види Gunther (1992).

<sup>101</sup> Види Mitchell et al. (2018).

<sup>102</sup> Види Wojcieszak et al. (2021).

<sup>103</sup> Види Ardèvol-Abreu и Zúñiga (2017).

<sup>104</sup> Види Schofield (2014).

<sup>105</sup> Види Newman et al. (2021).

<sup>106</sup> Види Newman et al. (2021).

<sup>107</sup> Види Newman et al. (2022).

<sup>108</sup> Види Thurman and Fletcher (2019).

Холандија, со вкупен резултат на доверба од 88 %. Данска (85 %), Обединетото Кралство (81 %), Франција (76 %) и Италија (75 %) ја завршуваат листата прикажувајќи релативно големо ценење на медиумите низ континентот.<sup>109</sup>

Навистина, формирањето на перцепциите на луѓето за медиумите е процес без единствено објаснување. Едно американско истражување откри дека врз довербата во медиумите најмногу влијаат фактори како што се политичката идеологија, сопствената перцепција за владата, сограѓаните и состојбата на економијата.<sup>110</sup> Но, истражувањето на Пју во Европа покажа дека довербата во медиумите е посилно поврзана со вербата во популистички идеи, отколку со политичката идеологија.<sup>111</sup>

Навистина, потребни се повеќе истражувања за целосно да се разбере оваа динамика. Меѓутоа, очигледно е дека перцепциите за пристрасноста значително влијаат врз довербата во мејнстрим медиумите, што пак ја поткопува клучната улога на медиумите во европските демократии.

## Локални пристапи за справување со проблематичните медиуми

Причинската врска меѓу медиумите и поларизацијата не е јасна. Иако е важно да не се преувеличува оваа поврзаност, постојат елементи на медиумската продукција и потрошувачка коишто може да се решат за да им се спротивставиме на поларизацијата и ширењето на сентимент против авторитетот. Меѓутоа, овие елементи не треба да ги анализираме исклучиво во смисла на улогата на медиумите во поларизацијата; наместо тоа, треба да ги интегрираме во поширока анализа на различните фактори на привлекување и одбивање што ги наведуваат луѓето да усвојуваат поларизирани и екстремистички гледишта. Овој пристап им овозможува на практичарите да одат подалеку од дискусиите за тоа дали популарните гледишта влијаат врз медиумите или обратно, и наместо тоа да се сосредоточат на ранливостите од екстремизам кај поединците и во заедницата. Во овој дел се претставени проектите и пристапите коишто се спроведуваат низ Европа за решавање на некои од клучните аспекти на понудата и побарувачката на медиумите, со цел промовирање општествена кохезија на локално ниво. Тие нудат важни лекции и инспирација за практичарите да се позанимаваат со овој сложен проблем во пошироката рамка на борбата против екстремизмот, омразата и поларизацијата.

## Јакнење на критичкото размислување и на (дигиталната) медиумска писменост

Првиот дел од ова резиме обезбеди преглед на динамиката на побарувачката кај луѓето кои се занимаваат со мејнстрим и алтернативни медиуми и како тие содржини може да влијаат врз нив. Во оваа смисла, практичарите низ Европа ги здружија своите сили за да ги заштитат ранливите групи од проблематични наративи (вклучувајќи и потенцијално поларизирачки содржини во медиумите) преку промовирање и јакнење вештини за критичко размислување и за (дигитална) медиумска писменост. Вештините за критичко размислување се клучни за луѓето самостојно да ги проценуваат информациите и да формираат свое мислење. Како поткрепа на ова, медиумската писменост е клучна за јакнење на капацитетот на луѓето за разбирање, анализирање и интеракција со медиумските комуникации. Иако различната публика може различно да реагира на различни пристапи, интеграцијата на критичкото размислување и медиумската писменост е незаменлива во стратегиите за „целото општество“ чија цел е поттикнување заедници отпорни на екстремизам.<sup>112</sup> Во овој дел е наведена пример програма за критичко размислување и медиумска писменост.

<sup>109</sup> Види Newman et al. (2021).

<sup>110</sup> Види Lee (2010).

<sup>111</sup> Види Mitchell et al. (2018).

<sup>112</sup> Работна група за борба против насилниот екстремизам (БНЕ), Иницијатива за стратешки комуникации, 2017 г., стр. 5.

**Бидете интернет граѓани (Be Internet Citizens)**<sup>113</sup> е пример за наставна програма чија цел е поттикнување и охрабрување на младите да се снаоѓаат во онлајн просторите преку медиумска писменост, критичко размислување и дигитално граѓанство. Поради тоа што е многу приспособлива, програмата се применува во Бугарија, Франција, Грција, Италија, Северна Македонија, Романија, Шведска и во Обединетото Кралство. Програмата вклучува интерактивни вежби и активности за подобрување на капацитетот на наставниците и едукаторите за подигнување на свеста меѓу тинејџерите и родителите во поглед на опасностите од дезинформирањето, пристрасноста, злоставувањето и поларизирачките содржини на интернет. Ресурсите им овозможуваат на младите директно и индиректно да се вклучат во проблеми поврзани со проблематичните медиуми, поттикнувајќи ги да ги идентификуваат и анализираат пристрасното и сензационално известување, дезинформациите и поларизирачките содржини. Во секој случај, на младите лица им се помага да го разберат проблемот и да ги идентификуваат разните решенија.

### Заклучоци за практичарите

Како практика, Be Internet Citizens (Бидете интернет граѓани) ја истакнува важноста на соработката со наставниците и со младите за да се осигури одржливо спроведување. Ја истакнува важноста на искористувањето на неформалното образование и покажува колку е ефикасно доколку учењето се направи интересно и забавно преку игри и интерактивни активности. Ресурсите и лекциите што тие ги овозможуваат служат како инспирација за практичарите кои сакаат да ги формираат тинејџерите за медиумската писменост и проблематичното известување.

## Контранаративи и стратешки комуникации

Во време кога довербата во медиумите и читателството опаѓаат низ Европа, практичарите треба да размислат и за тоа како можат да го задржат интересот на граѓаните и да ги ангажираат со доверливи медиумски куќи. Комуникациските кампањи и приспособените информативни програми можат да помогнат луѓето да се едуцираат за медиумите, да се нагласи нивната важност, да се поедностават сложените приказни и да се спротивстават на потенцијално поларизирачките интеракции и ангажмани со актуелните настани. Ангажирањето на младата публика е особено клучно, бидејќи тие помалку се занимаваат со медиумите, и тоа во поограничени формати. Затоа, решенијата треба да се сосредоточат на простори во кои доминираат младите, како што се социјалните мрежи. Локалните, националните и меѓународните функционери, исто така, може да придонесат со користење стратешки комуникации за проактивно решавање на контроверзните и предизвикувачки прашања кои веројатно ќе ја поларизираат публиката на вестите. Во овој дел се наведени примери на комуникациски кампањи насочени кон спречување и ублажување на последиците од намалувањето и поларизирањето на медиумската потрошувачка.

**Dare to be Grey (Осмели се да бидеш сив)**<sup>114</sup> е кампања на социјалните мрежи, започната и управувана од млади лица во Холандија, а чија цел е решавање на проблемот со поларизација. Користејќи разни мултимедијални содржини и ангажмани, оваа иницијатива користи онлајн анализа на податоци, промовира различни перспективи и ја слави умереноста. Ги охрабрува следбениците да ја препознаваат „сивата“ средина за прашањата кои предизвикуваат поделби, како и да бидат претпазливи во однос на дејствијата што би можеле да ги овековечат поларизираниите, црно-бели позиции. Ваквите проекти се клучна алатка во спречувањето: им помагаат на луѓето да ги разберат актуелните вести и да управуваат со пристрасноста како дел од известувањето, како и да користат критичко размислување за да го синтетизираат она што го прочитале во понијансирано разбирање. Dare to be Grey исто така нуди ресурси за мобилизација на следбениците за тие да им помогнат на другите да го направат истото. Бидејќи примарно се темели на социјалните мрежи и ја водат млади лица, кампањата е добро осмислена за да биде видлива за младите корисници кои со вестите често се сретнуваат пасивно или преку туѓи толкувања. Кампањата е моментално насочена конкретно на холандскиот пазар: тоа им овозможува да го приспособат својот пристап за холандските корисници и ја прави добар модел за локализираните интервенции преку социјалните мрежи, коишто можат да изградат отпорност меѓу ранливите корисници и да го мобилизираат наизглед незасегнатото мнозинство да стане дел од решението.

### Заклучоци за практичарите

<sup>113</sup> Види <https://internetcitizens.withyoutube.com/>.

<sup>114</sup> Види <https://www.daretobegrey.com/>.

Иако моделот *Dare to be Grey* е посебно приспособен за Холандија, сепак е корисен модел за практичарите низ ЕУ. Неговата привлечна содржина и тоа што е креиран од млади лица го прави попривлечен за младата публика, додека користењето на социјални медиуми овозможува да се шири низ одредено опкружување по релативно ниска цена. Исто така, покажува колку е важно содржините да се приспособат кон одредено опкружување, како и да се одржува ваквиот пристап за да остане во чекор со променливите трендови на интернет и променливите приоритети. *Dare to be Grey* ја прикажува важноста на кампањите водени од млади; Европските практичари треба да ги истражат начините за тоа како да ги поддржат младите во креирањето и управувањето со други контранаративни кампањи, особено за младата публика.

**Сатирични информативни емисии.** Како одговор на популарноста на *The Daily Show* во Соединетите Држави, дојде до наплив на сатирични информативни емисии, главно насочени кон младите возрасни лица, за тие да се поттикне нивното вклучување во актуелните настани. Додека американските емисии како *Last Week Tonight* со Џон Оливер привлекуваат меѓународни гледачи, се појавија европски емисии со сличен формат, како оние на Арјен Лубах во Холандија. Лубах се здоби со меѓународно признание откако ја иницираше видео кампањата *America First* (Америка на прво место) која одекна низ Европа. Постојат и ексклузивно онлајн верзии, како што е австралиската емисија *Juice Media*, која има глобална публика и опфаќа глобални настани. Пристапот и тонот се соодветни за помладата публика, додека форматот прави сложените теми да бидат достапни и динамични.

### Заклучоци за практичарите

Овие информативни програми служат како клучна проверка за политичарите и комерцијалните чинители, нагласувајќи ги специфичните прашања кои често се занемаруваат во мејнстрим известувањето. Меѓутоа, важно е да се напомене дека сатиричниот пристап може да ги отуѓи оние кои не се согласуваат и потенцијално да ја поларизира публиката која цврсто се држи до спротивните популистички мислења. Исто така, иако сатиричните информативни програми ги критикуваат проблематичните личности од целиот спектар, тие често се лево ориентирани. Ова може да придонесе за перцепцијата дека мејнстрим медиумите се со симпатизерски гледишта и пристрасни. И покрај овие ризици, спојот на комедијата и вестите останува репликативен пристап кој може да се интегрира во локалните комуникациски кампањи и медиумски програми. Овој пристап, исто така, беспрекорно се интегрира со содржините на социјалните мрежи и може да се користи за испорачување вести на видео платформи како што се TikTok и Instagram. Притоа, практичарите треба да размислат за соработка со инфлуенсери за да привлечат поголема публика.

Локалните општински актери, исто така, треба да размислат за примена на сеопфатни стратегии за стратешка комуникација за да се намали поларизирачкиот потенцијал на известувањето за чувствителни или контроверзни теми.

**Враќањето на странските терористички борци и нивните семејства** е чувствителна и контроверзна тема која може да предизвика значително медиумско внимание и да доведе до поларизација во заедниците. Ова се должи на (погрешни) претпоставки, страв и гнев кон луѓето за кои се смета дека на некој начин биле вмешани во тероризам или терористички групи. Поради тоа, комуникацијата поврзана со таквите повратници претставува дилема и предизвик во рамки на поширокиот процес на рехабилитација и реинтеграција. Медиумите, без разлика дали се мејнстрим или алтернативни, играат значајна улога во овој поглед. Предизвиците поврзани со комуникацијата за повратниците ја вклучуваат неможноста да се споделат сите податоци поради правата на приватност, што придонесува за стигматизација, го зголемува стравот и поттикнува ширење на дезинформации.

## Заклучоци за практичарите

Практичарите дискутираа за ова прашање за време на онлајн состанокот RAN LOCAL во мај 2020 година. Тие постигнаа консензус за низа на добри практики при соработување со медиумите за да се решат или ублажат ефектите од овие предизвици. Една од препораките е да се воспостави партнерство со медиумите што е можно порано, идеално пред повратниците да пристигнат во своите заедници.<sup>115</sup> Друга препорака е да се воспостави заеднички јазик за комуникација со медиумите. Ова значи дека засегнатите страни мора да бидат доследни и прецизни во своите пораки за да се осигурат дека нема погрешна комуникација што може да ги влоши тензиите. Слично на тоа, практичарите треба да се погрижат за јасно дефинирање на улогите и одговорностите за справување со медиумите. Ова вклучува воспоставување јасно разбирање за тоа кои податоци смее да се споделат, а кои не. Работната група AG Kosti за локални структури за спречување на исламизмот во Долна Саксонија, Германија, беше истакната како пример за добра практика за олеснување на комуникацијата меѓу сите релевантни страни.<sup>116</sup>

## Поддржување веродостојно новинарство

Уште еден аспект што треба да се има на ум е производството на вести: стратегиите мора да ги истражат начините на заштита и поддршка на веродостојното новинарство, а да препознаат и да одговорат на проблематичното известување. Новинарите се во центарот на ова. Сите наведени стратегии досега зависат од постоењето на квалитетното новинарство што има потреба од добро обучени новинари што имаат адекватна и соодветна поддршка да работат ефикасно и во согласност со вредностите на отворените, плуралистички општества.

**Центарот за медиумски плурализам и слобода на медиумите (ЦМПСМ)<sup>117</sup>** работи на заштита на медиумите низ Европа преку четири основни канали: истражување, дебати, образование и обука, како и ширење на резултатите. Кофинансиран од Европската Унија, ЦМПСМ нуди низа програми за обука за новинари и практичари, како и за мрежен пристап при обезбедување клучна поддршка, вклучувајќи правна експертиза, информации и алатки, јавни форуми и прекугранична размена, како и награди. Преку оваа работа, ги охрабруваат новинарите на локално ниво и низ континентот за да ја заштитат иднината на медиумите во Европа.

## Заклучоци за практичарите

Европските практичари не мора да се справуваат со овој предизвик сами; треба да побараат секаков вид на поддршка од Европската Унија или од соседните земји, вклучувајќи споделување совети, добри практики и инспирација, како и можности за подиректна поддршка во вид на финансирање или ресурси.

**RNTC Media<sup>118</sup>** е програма за обука за новинари во Холандија, со којашто управува медиумот RMW. За разлика од другите програми за обука, отворена е за граѓанските новинари како и за професионалците и се фокусира на тоа како се користи новинарството со цел да промовира општествени промени. Наставната програма вклучува креирање содржини и кампањи на социјалните мрежи за да ги поттикне посетителите ефикасно да ги користат медиумите, заедно со вештините за медиумска писменост насочени кон борба против дезинформациите. Програмата ги вклучува учесниците во процесот на создавање да го продлабочат своето разбирање за новинарството преку практика и да ги опреми со вредни вештини. Овој труд го истражи потенцијалното влијание на граѓанското новинарство, забележувајќи ги и неговите позитивни и негативни аспекти, а како што дигитализацијата станува сè поприсутна, се очекува овој тренд да продолжи. Оттука, од клучно значење е да се инкорпорира

<sup>115</sup> Види Wouterse & Gssime, 2020 г., стр. 4-8.

<sup>116</sup> Повеќе информации се достапни на <https://beraten-niedersachsen.de/>.

<sup>117</sup> Види <https://cmpf.eu.eu/>.

<sup>118</sup> Види <https://www.rnw.org/what-we-do/rntc/>.

обука за новинарство што може да го искористи овој тренд за да поттикне веродостојно известување и да го олесни безбедното и ефикасното ширење на вестите преку социјалните мрежи.

### Заклучоци за практичарите

RNTC Media дава пример за тоа како обуката за медиуми може да ги поддржи и граѓанското новинарство, а и професионалците. Иако граѓанското новинарство може да претставува ризици, целосното обесхрабрување можеби не е најдобриот пристап. Неговиот историски придонес во унапредувањето на човековите права е забележителен, а неговото значење се очекува дополнително да расте во дигиталната ера. Европските практичари треба да учат од оваа успешна програма и да ги споделуваат клучните знаења и вештини.

**Иницијативата за вестии „News Initiative“ на ЕУ**<sup>119</sup> беше започната со цел да се подобрат „постојните и новите активности за поддршка на секторот за медиумите за известување“. Користејќи холистички пристап преку комбинација на политички пристапи и финансирања, настојува да одговори на предизвиците со кои се соочуваат медиумите за известување. Оваа шема ќе додели 75 милиони евра, делумно за грантови за проекти кои овозможуваат и поддржуваат независно новинарство, како и грантови за медиумска писменост, проверка на факти, онлајн медиуми и друго.

### Заклучоци за практичарите

Програмата е во тек, а заинтересираните европски практичари треба да ги следат можностите за поддршка и соработка. Оваа иницијатива, исто така, служи како добар модел за полокализиран пристап, дозволувајќи им на националните или локалните власти да ги организираат своите медиумски стратегии за да бидат похолистички и да овозможат поголема соработка со другите засегнати страни, вклучително и со граѓанското општество.

## Мониторинг на медиумите

Проблематичните и чувствителни содржини во медиумите се неизбежни. Од клучно значење и за практичарите и за креаторите на политики е да ги следат медиумите со цел да го разберат екосистемот на медиумите за известување. Ова помага да се идентификуваат главните наративи кои предизвикуваат омраза и поларизираат, како и мрежите на медиумски куќи коишто произведуваат и шират проблематични содржини. Ова разбирање е од суштинско значење за да се осмислат политики и програми засновани на докази на локално ниво, а коишто се приспособени според законите и ризиците од екстремните содржини.

Мониторингот на медиумите може да се спроведе рачно преку интелигенција со отворен код, што е особено корисен метод при пребарување конкретни податоци. Друг метод за мониторинг вклучува автоматско собирање и анализа со помош на софтвер за вештачка интелигенција. Овој пристап е посоодветен за информирање на релевантните засегнати страни за јавното мислење за одредена тема, како и за мапирање на мрежите. При спроведувањето на оваа работа, оние кои вршат мониторинг на медиумите мора да се придржуваат до правилата за заштита на податоците и правата на приватност за да се осигурат дека се следи соодветниот процес. Во овој дел е наведен пример на ефикасна програма за мониторинг на медиумите.

---

<sup>119</sup> Види <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/funding-news-media-sector>.

**Мониторот на медиумскиот плурализам „Media Pluralism Monitor“**<sup>120</sup> е алатка што ја разви ЕУ за следење на медиумскиот плурализам. Се заснова на збир од 25 клучни индикатори коишто ја проценуваат основната заштита, пазарниот плурализам, политичката независност и социјалната инклузивност во јавните служби, комерцијалните медиуми и медиумите во заедницата. Извештаите креирани со помош на алатката, а коишто датираат од 2018, 2019 и 2020 година се достапни на интернет.

### Заклучоци за практичарите

Алатките како оваа, кога ги користи независен рецензент, можат да им помогнат на локалните и националните актери во стекнувањето подобро разбирање на медиумската средина во својата земја. Тие можат да помогнат да се идентификуваат потенцијалните закани од поларизирачките и проблематични медиуми, како и трендовите коишто можат да го загрозат медиумскиот плурализам.

## Размислувања за локалните практичари

- Сите одговори мора да бидат врз основа на докази, а моментално постојат малку истражувања за да се донесат вистински ефективни и одржливи политики и програми. Иако постои се поголем број истражувања на оваа тема и нејзините потенцијални последици, повеќето се фокусирани на САД, што поинаку ги доживува овие предизвици. Практичарите од ЕУ треба да се насочуваат од веќе спроведените истражувања, но исто така, треба да извршуваат или поддржуваат нови истражувања, вклучувајќи локализиран истражувања насочени на специфични заедници, па сè до информирани целни интервенции.
- Односот меѓу медиумите и поларизацијата и понатаму останува нејасен. Практичарите треба да имаат посветен пристап кон предизвикот, но да внимаваат да не ја истакнат врската или да ги зајакнат негативните перцепции за медиумите што можат да предизвикаат додатно раздвојување. Иако треба да се решат проблемите со медиумите, тие исто така се клучен сојузник и составен дел на функционалната демократија што мора да се заштити.
- Недоволното финансирање е сериозна закана за иднината на известувачките медиуми. Покрај тоа што комерцијализацијата им помогнала на медиумите да стекнат поголема политичка независност, исто така, создала поголема зависност од пазарот и води кон спојување на медиумите во растечки медиумски империи. Приходите од реклами не се доволни и луѓето не се навикнати да плаќаат за овие медиуми.<sup>121</sup> Во оваа предизвикувачка средина, политичките одговори може да се неопходни за да се заштити независното новинарство. Меѓутоа, за да се добие поддршка од граѓаните, ќе бидат потребни огромни заложби.
- Развојот на технологијата ги придвижува медиумите за вести во виртуелниот простор. Пандемијата дополнително го забрза овој процес, без разлика на тоа што голем дел од публиката добиваше релевантни информации во врска со Ковид-19 преку телевизиските преноси. Како резултат на тоа, дезинформациите, наративите на заговор и содржините со омраза, најчесто присутни на алтернативните медиуми, се ширеа со брзина на светлината преку интернет. Практичарите треба да бидат подобро опремени за да се движат онлајн, да ја ангажираат публиката и да создаваат одговори соодветни за виртуелниот простор.
- Цензурата често се предлага како дел од ефективниот одговор за поларизираните содржини на алтернативните медиумски платформи. Итното отстранување на омразата и поларизирачките содржини или забраната на екстремни платформи може да изгледа како разумно решение на прв поглед. Со елиминирање на изворот на проблематичните содржини, читателите не би биле изложени на нив. Меѓутоа,

<sup>120</sup> Види <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/monitoring-media-pluralism>.

<sup>121</sup> Newman et al. 2022 г., стр. 62-109.



гледано средно или долгорочно гледано, цензурата е веројатно неефикасна, па дури и контрапродуктивна. Прво, владите може да ја злоупотребат цензурата за да ги замолчат клучните медиуми за вести. Второ, дури и ако не се злоупотребуваат, цензурираните медиуми може повторно да се воспостават во различни јурисдикции надвор од досегот на законот или под други имиња. Трето, покрај тоа што се справува со законите за слобода на говорот, цензурирањето на проблематичните медиуми, вклучувајќи ги содржините од екстремистичките групи, може да го зајакне верувањето дека регулирањето на медиумите е корумпирано, осмислено да ја прикрие „вистината“.<sup>122</sup> За возврат, ова може да ги зајакне наративите за заговор и да ги зацврсти екстремистичките гласови.

- Новинарите се неопходна компонента во алтернативните популистички медиуми. Тие имаат улога на чувари на популистичките актери и нивните наративи, оценувајќи ги нивните пораки и постапки, па дури и самите потекнуваат популистички пораки. Оттука, од клучно значење е да се соработува со новинарите за да се зголеми нивното разбирање за опасностите поврзани со несвесното и неетичкото известување. Понатаму, новинарите треба да бидат вклучени во активното придонесување во решавањето на популистичките пораки преку обезбедување доверливо новинарство и преку реагирање проблематичните содржини.
- Јавните медиуми играат клучна улога во медиумскиот пејзаж и потребна им е поддршка за да се приспособат на менливата околина со цел да ја зачуваат својата препознатлива функција. Многу јавни радиодифузери во Европа се потпираат на финансирање од даноци, модел одржлив само доколку мнозинството граѓани ја задржат довербата во нив како веродостојни извори на вести и ја препознае нивната општествена вредност. Владите треба да спроведат политики за заштита на независноста и кредибилитетот на јавните медиуми, истовремено обезбедувајќи одржливо финансирање. Во меѓувреме, другите засегнати страни треба да работат на зајакнување на нивната важност и релевантност меѓу граѓаните.
- Навистина, проверката на фактите и презентирањето на вкрстена содржина се вредни методи за превенција. Меѓутоа, нивното влијание може да биде ограничено на поединци кои се веќе поларизирани или склони кон популистички верувања. Некои истражувања открија дека тие можат да имаат дури и негативно влијание. Апсолутно, практичарите треба внимателно да ги приспособат своите стратегии за да одговорат на специфичните потреби на својата публика, осигурувајќи дека нивните интервенции ненамерно не ги влошуваат постојните поларизација или дезинформации.
- Важно е да се обезбеди владино финансирање за поддршка на напорите против екстремно десничарскиот екстремизам и наративи за заговор, осигурувајќи дека вклучените ги имаат ресурсите и способностите потребни за ефективно решавање на овие прашања. Истовремено, ова не значи дека не значи дека постојните програми наменети за насилниот исламистички екстремизам треба да се занемари. И покрај територијалниот пад на Даеш и намалувањето на бројот на терористички напади во Европа, заканата од насилни исламистички групи и понатаму е присутна. Во однос на медиумите и поларизацијата, од клучно значење е практичарите да продолжат да се залагаат и да ги советуваат носителите на одлуки за локалните закани, со цел да се обликуваат политики во овој поглед. Улогата на медиумите во поларизацијата е клучен столб и, како таква, треба на соодветен начин да се одразува во политичките расправи.

## Препораки

<sup>122</sup> Види Мрежа за подигање на свеста за радикализација (2019 г.).

1. Да се продолжи со локално истражување што ќе помогне во создавање на локални, национални и европски стратегии.
2. Избегнувањето на вестите е сериозен проблем. Практичарите треба да ги поттикнат луѓето да бидат позаинтересирани за вестите, особено оние што се академски обесправени и младите луѓе. За да го постигне ова, можеме да го подобриме граѓанското образование за да обезбедиме контекст за актуелните настани, да водиме кампањи за да ја нагласиме важноста на медиумите и да се спротивставиме на обвинувањата за пристрасност кои ја поткопуваат довербата и да развиеме иницијативи за да ги направиме вестите поверодостојни и лесни за разбирање.
3. Да се вклучат новинарството и медиумите како теми во граѓанското образование, како во формалното, така и во неформалното. Ова ќе им помогне на луѓето да ја разберат важноста на новинарството, како и процесот и етиката што ги поткрепуваат подготовката и ширењето на вестите преку медиумите.
4. Да се поддржат програми коишто промовираат критичко размислување и медиумска писменост со цел да се заштити ранливата публика. Програмите мора да бидат приспособени за различна публика што опфаќа различни возрасти, полови, етничка припадност, религии и општествени групи. Овие програми треба да им помогнат на луѓето да научат како да ги разликуваат фактите од мислењата, да забележуваат пристрасност во вестите, да ја потврдат точноста на вестите и сами да се осврнуваат на проблематичната содржина и проблематичните актери.
5. Да се соработува со медиумите и новинарите за да се подобрите начинот на кој се перципираат мејнстрим медиумите, со цел да се зајакне довербата, да се задржи читателството и да се спротивстави на привлечноста на алтернативните медиуми. Ова вклучува зајакнување на разбирањето и свесноста на медиумската индустрија за поларизацијата и популизмот и за тоа како нивното известување може да ги влоши овие појави.
6. Да се поддржи етичкото и веродостојно новинарство. Новинарите се соочуваат со морални и правни дилеми кога известуваат за проблематични и поларизирачки содржини. Потребно е да се направи повеќе за да се подигне свеста за нивното влијание кога се известува за чувствителни политички прашања и настани, и да се обучат со методи што обезбедуваат избалансирано известување.
7. Да се има блиска соработка со медиумските организации за политички чувствителни теми. Да се изготви план за комуникација во кој медиумите ќе бидат значајно вклучени како партнери, за да можат соодветно да известуваат за проблемите, притоа да не шират страв, да не ги стигматизираат заедниците и да не шират дезинформации.
8. Да се изработат структури и платформи коишто ја олеснуваат вкрстената соработка меѓу практичарите, истражувачите, креаторите на политики, новинарите, сопствениците на медиуми и технолошките компании. Медиумите и поларизацијата се сложени прашања за кои е потребен заеднички, координиран одговор од сите релевантни чинители.
9. Внимателно да се применува цензура, осигурувајќи се дека слободата на говор е заштитена и дека оваа мерка не е злоупотребена. Бидејќи цензурата има потенцијал да ги зацврсти убедувањата за заговор против веќе радикализираните групи, потребни се плански одговори што ќе ги ублажат ваквите ударни ефекти. Во ситуации каде импликациите можат да направат

повеќе штета од корист, неопходна е процена за тоа дали цензурата е вистинскиот пристап.

10. Медиумите, нивните раководители и персоналот што произведува и шират содржини класифицирани како говор на омраза, треба да се повикаат на одговорност за нивните активности. Тие треба пропорционално да се санкционираат за да се осигури дека не се поттикнува профилот на ваквите медиуми и луѓе. Меѓутоа, важно е да се запомни дека санкциите нема да го решат овој проблем. Потребен е поширок план за ангажман за да се разбере и да се одговори на факторите што ги довеле до производство и/или ширење проблематични содржини.
11. Да се врши мониторинг медиумите за вести и нивното влијание. Ова може да вклучува воспоставување истражувачки тимови со отворен извор, како и развој на платформа на која корисниците можат да ги посочат проблематичните содржини. Понатаму, треба да се користи софтвер за вештачка интелигенција за да се препознаат екстремистичките содржини и мрежи и да се разберат положбата и сфаќањата на корисниците на онлајн вести.

## За авторите:

**Келси Бјорнсгаард** е раководител на Strong Cities Network при Институтот за стратешки дијалог. Во оваа улога, таа го води развојот на модели за градење капацитети насочени кон подобрување на локално водените пристапи за спречување и борба против насилниот екстремизам. Таа има блиска соработка со општинските челници, практичарите од првите редови, граѓанските организации и младите актери на терен, со цел да изгради критички капацитети и да ја поттикне меѓусекторската координација. Оваа заедничка заложба има за цел да промовира решенија засновани на заедницата на глобално ниво. Келси е магистер по студии за меѓународни конфликти при Кралскиот колеџ во Лондон и има дипломирано европски студии при Универзитетот во Оклахома.

**Симеон Дукиќ** е виш раководител на Strong Cities Network при Институтот за стратешки дијалог. Во оваа улога, тој ги води истражувањата, мрежниот ангажман и ги поддржува заложбите на градско ниво за справување со екстремизмот, омразата и поларизацијата во Европа и Азија. Неговата работа е сосредоточена на мапирање на регионалното опкружување за офлајн и онлајн закани, користејќи општински рамки за превенција со повеќе чинители, јакнење на национално-локалната соработка и охрабрување на младите да се спротивстават на омразата, поларизацијата и екстремизмот. Симеон е магистер по разузнавање и меѓународна безбедност при Кралскиот колеџ во Лондон и има дипломирано за глобални предизвици на Универзитетот Лајден во Хаг.

## Библиографија

Abubakar, A. T. (2020). News values and the ethical dilemmas of covering violent extremism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(1), 278-298.

Ardèvol-Abreu, A., & Gil de Zúñiga, H. (2017). Effects of editorial media bias perception and media trust on the use of traditional, citizen, and social media news. *Journalism & mass communication quarterly*, 94(3), 703-724.

Atton, C. (2002). *Alternative Media*. SAGE Publications.  
<https://dx.doi.org/10.4135/9781446220153>

Atton, C. (2003). What is alternative journalism?. *Journalism*, 4(3), 267-272.

Atton, C., & Hamilton, J. F. (2018). *Alternative Journalism*. Journalism Studies: Key Texts. SAGE Publications.

Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., Bumpus, J. P., Chen, H., Hunzaker, M. F., ... & Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(37), 9216-9221.  
<https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.1804840115>

Banks, A., Calvo, E., Karol, D., & Telhami, S. (2021). #PolarizedFeeds: Three experiments on polarization, framing, and social media. *The International Journal of Press/Politics*, 26(3), 609-634. <https://doi.org/10.1177/1940161220940964>

Barna, I., & Knap, Á. (2019). Antisemitism in contemporary Hungary: exploring topics of antisemitism in the far-right media using natural language processing. *Theo-Web. Zeitschrift für Religionspädagogik*, 18(1), 75-92.

Berger, J. M. (2018). *Extremism*. MIT Press.

Broggi, E., Carlini, R. M., Nenadic, I., Palmer, M., Parcu, P. L. & Cunha, M. V. de A. (2020). *Monitoring media pluralism in the digital era: application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania and Turkey in the years 2018-2019*. European University Institute.  
<https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/67828/MPM2020-PolicyReport.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Chase, J. (26.09.2018 г.). AfD says German state, media favour the left — do they?. *Deutsche Welle*. <https://www.dw.com/en/afd-says-german-state-media-favor-the-left-do-they/a-45632081>

Conseil mondial de la radiotélévision. (2001). *Public Broadcasting: Why? How?*. UNESCO.  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058>

Countering Violent Extremism (CVE) Working Group, Strategic Communications Initiative. (2017). *Zurich-London Recommendations on Preventing and Countering Violent Extremism and Terrorism Online*. The Global Counterterrorism Forum (GCTF).  
<https://www.thegctf.org/Portals/1/Documents/Framework%20Documents/2017/GCTF%20-%20Zurich-London%20Recommendations%20E>

Dangerfield, M. B. (n.d.). *Power to the People: The Rise and Rise of Citizen Journalism*. Tate. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/p/photojournalism/power-people>

Davey, J., & Ebner, J. (2019). 'The Great Replacement': The violent consequences of mainstreamed extremism. Institute for Strategic Dialogue. <https://www.isdglobal.org/wp->

[content/uploads/2019/07/The-Great-Replacement-The-Violent-Consequences-of-Mainstreamed-Extremism-by-ISD.pdf](#)

DiMaggio, P., Evans, J., & Bryson, B. (1996). Have American's Social Attitudes Become More Polarized?. *American Journal of Sociology*, 102(3) 690-755.

Druckman, J. N., Peterson, E., & Slothuus, R. (2013). How elite partisan polarization affects public opinion formation. *American Political Science Review*, 107(1), 57-79.

Dutton, W. H. (2009). The fifth estate emerging through the network of networks. *Prometheus*, 27(1), 1-15.

Farinelli, F. (2021). *Conspiracy theories and far-right extremism – Insights and recommendations for P/CVE*. Radicalisation Awareness Network. Publications Office of the European Union. [https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/c1ab85bb-c39d-4006-8b11-0932b23696e1\\_en?filename=ran\\_conspiracy\\_theories\\_and\\_right-wing\\_2021\\_en.pdf](https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/c1ab85bb-c39d-4006-8b11-0932b23696e1_en?filename=ran_conspiracy_theories_and_right-wing_2021_en.pdf)

Firmstone, J. (2016). Mapping changes in local news. *Journalism Practice*, 10(7), 928-938.

Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public opinion quarterly*, 80(S1), 298-320.

Fletcher, R., & Jenkins, J. (2019). *Polarisation and the news media in Europe: A literature review of the effect of news use on polarisation across Europe* (study). Panel for the Future of Science and Technology. European Parliamentary Research Service (EPRS). [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-03/Polarisation\\_and\\_the\\_news\\_media\\_in\\_Europe.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-03/Polarisation_and_the_news_media_in_Europe.pdf)

Galineau, K. (16.03.2019). Mosque shooter a white nationalist seeking revenge. *AP News*. <https://apnews.com/article/immigration-shootings-ap-top-news-international-news-australia-1e19fefcb2e948a1bf7ce63429bc186e>.

Gunther, A. C. (1992). Biased press or biased public? Attitudes toward media coverage of social groups. *Public Opinion Quarterly*, 56(2), 147-167.

Hallin, D. C., & Mancini, P. (2017). Ten years after comparing media systems: What have we learned?. *Political Communication*, 34(2), 155-171.

Hameleers, M., & Van der Meer, T. G. (2020). Misinformation and polarization in a high-choice media environment: How effective are political fact-checkers?. *Communication Research*, 47(2), 227-250.

Heft, A., Mayerhöffer, E., Reinhardt, S., & Knüpfer, C. (2020). Beyond Breitbart: Comparing right-wing digital news infrastructures in six Western democracies. *Policy & Internet*, 12(1), 20-45.

Heikkilä, R., Leguina, A., & Purhonen, S. (2022). The stratification of media usage in Finland, 2007–2018: Signs of socio-political polarization?. *New Media & Society*, 24(5), 1053-1075.

Ihlebak, K. A., & Nygaard, S. (2021). Right-wing alternative media in the Scandinavian political communication landscape. In E. Skogerbø, Ø. Ihlen, N. Nørgaard Kristensen, & L. Nord (Eds.), *Power, Communication, and Politics in the Nordic Countries* (pp. 263-282). Nordicom. <https://doi.org/10.48335/9789188855299>

Krouwel, A., Kutiyanski, Y., Van Prooijen, J. W., Martinsson, J., & Markstedt, E. (2017). Does extreme political ideology predict conspiracy beliefs, economic evaluations and political

trust? Evidence from Sweden. *Journal of Social and Political Psychology*, 5(2), 435-462.  
<https://doi.org/10.5964/jspp.v5i2.745>

Kuchta, R. (2021). *Online Extremism in Slovakia: Actors, Topics, Platforms and Strategies*. Institute for Strategic Dialogue. <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2021/11/Online-Extremism-in-Slovakia-Actors-Topics-Platforms-Strategies.pdf>

Le Gall, A. (2021). *Europe's Media in the Digital Decade – An Actional Plan to Support Recovery and Transformation in the News Media Sector*. Research for CULT Committee, European Parliament.  
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/690873/IPOL\\_STU\(2021\)690873\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/690873/IPOL_STU(2021)690873_EN.pdf)

Lee, T. T. (2010). Why they don't trust the media: An examination of factors predicting trust. *American Behavioral Scientist*, 54(1), 8-21.

McNeil-Willson, R., Gerrand, V., Scrinzi, F., & Triandafyllidou, A. (2019). *Polarisation, Violent Extremism and Resilience in Europe today: An Analytical Framework* [Technical report]. The BRaVE Project. <http://hdl.handle.net/1814/65664>

Mitchell, A., Simmons, K., Matsa, K. E., Silver, L., Shearer, E., Johnson, C., ... & Taylor, K. (14.05.2018). *In Western Europe, public attitudes toward news media more divided by populist views than left-right ideology*. Pew Research Center.  
<https://www.pewresearch.org/journalism/2018/05/14/in-western-europe-public-attitudes-toward-news-media-more-divided-by-populist-views-than-left-right-ideology/>

Mullainathan, S., & Shleifer, A. (2005). The market for news. *American Economic Review*, 95(4), 1031-1053.

Müller, P., Schemer, C., Wettstein, M., Schulz, A., Wirz, D. S., Engesser, S., & Wirth, W. (2017). The polarizing impact of news coverage on populist attitudes in the public: Evidence from a panel study in four European democracies. *Journal of Communication*, 67(6), 968-992.

Newman, N. (14.06.2018). *"They tell the truth I like" – Partisan and Alternative News Sites in Europe*, European Journal Observatory. <https://en.ejo.ch/research/they-tell-the-truth-i-like-partisan-and-alternative-news-sites-in-europe>

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A. & Nielsen, R. K. (2019). *Reuters Institute Digital News Report 2019* (8<sup>th</sup> Edition). Reuters Institute for the Study of Journalism.  
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR\\_2019\\_FINAL\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf)

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. & Nielsen, R. K. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018* (7<sup>th</sup> Edition). Reuters Institute for the Study of Journalism  
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K. & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022* (11<sup>th</sup> Edition) Reuters Institute for the Study of Journalism.  
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital\\_News-Report\\_2022.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf)

Newman, N., Fletcher, R., Schultz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021* (10<sup>th</sup> Edition). Reuters Institute for the Study of Journalism  
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>.

Nicholls, T., Shabbir, N., & Nielsen, R. K. (2016). *Digital News Project 2016* [Report]. Reuters Institute for the Study of Journalism.

[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Digital-Born News Media in Europe.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Digital-Born%20News%20Media%20in%20Europe.pdf)

Origo. (04.07.2012). Szorosra zárt ajtón dörömböl Washingtonban a kormány. *Origo*. <https://www.origo.hu/itthon/20120703-amerikai-kepviseloktol-ker-segitseget-orban-az-internetes-gyuloletbeszede-megfekezesere.html>

Radicalisation Awareness Network. (2019). *Far-right extremism. A practical introduction* [Factbook]. RAN Centre of Excellence. [https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/dbf80750-0472-4a11-86a6-93ac7c34e568\\_en?filename=ran\\_fre\\_factbook\\_20191205\\_en.pdf](https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/dbf80750-0472-4a11-86a6-93ac7c34e568_en?filename=ran_fre_factbook_20191205_en.pdf)

Radicalisation Awareness Network. (2020). *The Impact of Conspiracy Narratives on Violent RWE and LWE Narratives* [Conclusion paper]. [https://ec.europa.eu/home-affairs/system/files/2021-01/ran\\_c-n\\_concl\\_pap\\_impact\\_consp\\_narr\\_on\\_vrwe\\_vlwe\\_24-25\\_112021\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/home-affairs/system/files/2021-01/ran_c-n_concl_pap_impact_consp_narr_on_vrwe_vlwe_24-25_112021_en.pdf)

Rákay, F. (15.08.2008). About the Kuruc.info news portal. *Kuruc.info*. <https://kuruc.info/r/40/27066/>

Schofield, H. (12.10.2014). The channel that's spiced up French TV. *BBC News*. <https://www.bbc.co.uk/news/magazine-29709436>

Schraer, R. (27.11.2021). Covid: Conspiracy and untruths drive Europe's Covid protests. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/59390968>

Taylor, S. D. (2019). The decline of local news and its effect on polarization. *Governance: The Political Science Journal at UNLV*, 6(2), 2.

Thurman, N., & Fletcher, R. (2019). Has digital distribution rejuvenated readership? Revisiting the age demographics of newspaper consumption. *Journalism Studies*, 20(4), 542-562.

Wettstein, M., Esser, F., Schulz, A., Wirz, D. S., & Wirth, W. (2018). News media as gatekeepers, critics, and initiators of populist communication: How journalists in ten countries deal with the populist challenge. *The International Journal of Press/Politics*, 23(4), 476-495.

Wojcieszak, M., de Leeuw, S., Menchen-Trevino, E., Lee, S., Huang-Isherwood, K. M., & Weeks, B. (2021). No polarization from partisan news: Over-time evidence from trace data. *The International Journal of Press/Politics*, 1, 26. <https://doi.org/10.1177/19401612211047194>

Wouterse, L., & Gssime, Y. (2020). *Local Communications for Returning FTFs* [Conclusion paper]. Radicalisation Awareness Network. [https://ec.europa.eu/home-affairs/system/files/2020-07/ran\\_local\\_conclusions\\_communication\\_26-25\\_5\\_2020\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/home-affairs/system/files/2020-07/ran_local_conclusions_communication_26-25_5_2020_en.pdf)

Zelizer, B. (2009). Journalism and the Academy. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 51-63). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203877685>



## **КАДЕ МОЖЕ ДА НАЈДЕТЕ ИНФОРМАЦИИ ЗА ЕУ**

### **На интернет**

Информации за Европската Унија на сите официјални јазици на ЕУ се достапни на веб-локацијата: [https://europa.eu/european-union/index\\_en](https://europa.eu/european-union/index_en)

### **Публикации на ЕУ**

На следнава врска: <https://op.europa.eu/en/publications> може да најдете бесплатни публикации на ЕУ и публикации што се плаќаат. Повеќе примероци од бесплатните публикации може да добиете ако ги контактирате Europe Direct или својот локален информациски центар (види [https://europa.eu/european-union/contact\\_en](https://europa.eu/european-union/contact_en)).

### **Право на ЕУ и поврзани документи**

За пристап до правни информации од ЕУ, вклучувајќи ги сите закони на ЕУ од 1952 година во сите официјални јазични верзии, посетете ја веб-локацијата EUR-Lex на: <http://eur-lex.europa.eu>

### **Отворени податоци од ЕУ**

Порталот за отворени податоци на ЕУ (<http://data.europa.eu/euodp/en>) овозможува пристап до збирки податоци од ЕУ. Податоците може бесплатно да ги преземете и користите, како за комерцијални, така и за некомерцијални цели.

Radicalisation Awareness Network

# RANI

Practitioners



Publications Office  
of the European Union