



Média a polarizace v Evropě: Strategie pro místní odborníky k řešení problematického zpravodajství

Autoři **Kelsey Bjornsgaard** a **Simeon Dukić**, externí odborníci RAN

Radicalisation Awareness Network



Practitioners

**Média a polarizace v Evropě: Strategie
pro místní odborníky k řešení
problematického zpravodajství**

PRÁVNÍ UPOZORNĚNÍ

Tento dokument byl vyhotoven pro Evropskou komisi. Odráží však pouze názory autorů a Evropská komise nenes odpovědnost za jakékoli následky vyplývající z opakovaného použití této publikace. Více informací o Evropské unii naleznete na internetu (<http://www.europa.eu>).

Lucembursko: Úřad pro publikace Evropské unie, 2023

© Evropská unie, 2023



Politika opakovaného použití dokumentů Evropské komise se řídí rozhodnutím Komise 2011/833/EU ze dne 12. prosince 2011 o opakovaném použití dokumentů Komise (Úř. věst. L 330, 14.12.2011, s. 39). Pokud není uvedeno jinak, opakované použití tohoto dokumentu je povoleno na základě licence Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). To znamená, že opakovaného použití je povoleno za předpokladu, že je řádně uveden zdroj a označeny jakékoli změny.

Chcete-li použít nebo reprodukovat obsah, který není ve vlastnictví EU, je možné, že budete muset požádat o povolení přímo držitele práv.

Média prošla dramatickou proměnou, která byla zásadně ovlivněna technologickými, ekonomickými, sociálními a politickými silami. S příchodem nového tisíciletí panoval optimismus ohledně potenciálně demokratizačních změn v médiích, které uživatelům poskytly větší přístup a moc. Namísto toho čtvrtý pilíř demokracie po více než 20 letech sužují dezinformace, populismus, fragmentace, nedůvěryhodnost a vyčerpání spotřebitelů. Mohla by média v důsledku neustálých krizí být hnacím faktorem polarizace a extremismu v Evropě? Tento dokument zkoumá roli, kterou hrají média při podpoře polarizace a extremismu, a zvažuje možnosti, jak by mohli místní odborníci na tento trend reagovat prostřednictvím začleňování mediálních strategií do svých plánů prevence a boje proti násilnému extremismu.

Úvod

Média, nebo konkrétněji zpravodajská média, zahrnují jak „tradiční média“ (tisk, rozhlas a televizi), tak „nová média“ publikovaná online prostřednictvím webových stránek, mobilních aplikací a sociálních médií. Bez ohledu na formu jsou média kritickou součástí informačního prostředí a jsou do značné míry zodpovědná za vytváření rámců politických a společenských otázek a za informování veřejnosti o klíčových událostech, kdy často sama utvářejí jejich obecné vnímání. To tedy znamená, že to, kde osoby získávají informace, má významný vliv na způsob, jakým vnímají konkrétní události i celou společnost. Média třímají značný vliv, takže s tím, jak se mediální krajina stává roztržštěnější a dezinformace všudypřítomnější, vyvstává kritická potřeba po tom, abychom prozkoumali jejich roli při šíření polarizace, populismu a extremismu v Evropě a to, co s tím mohou politici a místní odborníci dělat.

Polarizaci lze definovat jako rozchod názorů k opačným ideologickým extrémům a lze ji vnímat jako stav bytí i proces probíhající v čase.¹ Lze ji také chápat jako chování, které popisuje, jak členové určité skupiny společně

provádějí konkrétní akce, jako je sledování konkrétního zpravodajského kanálu.² Polarizace vede lidi k tomu, že složité společenské otázky vnímají „černo-bíle“ a ostře se vymezují nebo střetávají s těmi, kteří zastávají odlišné názory. Tyto střety se liší a neměly by být zaměňovány s běžnými neshodami, kdy lidé předkládají a obhajují odlišné názory. Diskuse o důležitých otázkách je přínosná; nicméně toto vzájemné se vzdalování skupin s odlišnými názory (trend často pozorovaný v polarizovaných prostředích) brání smysluplné debatě v demokratickém prostředí.

Polarizace vytváří ve společnosti hluboké příkopy, které mohou (i když ne vždy) poskytnout příznivé prostředí pro vzestup extremistických ideologií a hnutí.³ Extremismus se živí polarizací, protože se snaží propagovat systém přesvědčení založených na nadřazenosti a boji mezi těmi, kdo patří do skupiny, a těmi, kdo do ní nepatří – „my versus oni“.⁴ V tomto boji je „protivník“ často dehumanizován, což je spojeno s povýšeneckými a nenávislivými názory a činy.⁵

Mnozí z těch, kteří se hlásí k extremistickým ideologiím, neschvaluje použití násilí. Ti, kteří ano, však bezprostředně ohrožují bezpečnost komunit, zatímco ti, kteří tak nečiní, mohou i tak přispívat k dalšímu narušování sociální soudržnosti. Přestože jsou polarizace a (násilný) extremismus samostatné jevy, jsou propojeny, a proto by řešení polarizace mělo být prioritou pro odborníky pracující na zlepšení bezpečnosti a opětovném potvrzení respektu k lidským právům a demokratickým hodnotám.

Role, kterou média v tomto kontextu hrají, není zcela zřejmá. Existuje obecný pocit, že se Evropa sociálně a politicky více polarizuje, avšak odrážejí média pouze polarizovanější svět, nebo tento trend aktivně sama přizívají? Při poskytování zpravodajství o polarizované politice a politicích je přítomno riziko, že média přispívají k jakési **polarizaci shora dolů**. Ačkoli **polarizace elit**, tj. polarizace politického prostředí charakterizovaného rostoucí vzdáleností mezi ideologiemi politických stran a zvyšující se homogenitou uvnitř politických stran, nemusí nutně znamenat polarizovanou společnost, bylo prokázáno, že má vliv na formování veřejného mínění, popř. **polarizaci mas**.⁶ To znamená, že tím, že média poskytují zpravodajství o polarizované politice nebo o polarizovaných otázkách, mohou sama přispívat k šíření a posilování polarizovaných postojů.

Navzdory tomuto potenciálu přechodu polarizace z elit na masy současný výzkum **nenaznačuje**, že mainstreamová média mají významný polarizační dopad. To nutně

¹ Viz DiMaggio a kol. (1996).

² Viz Fletcher a Jenkins (2019).

³ Viz McNeil-Willson a kol. (2019).

⁴ Viz Berger (2018).

⁵ Viz Berger (2018).

⁶ Viz Druckman a kol. (2013).

neznamená, že média v této oblasti nehrají žádnou roli; spíše to znamená, že chybí výzkum a že existující studie neukazují silnou korelaci, natož příčinnou souvislost. Větší obavy zdá se vyvolává role, kterou hrají okrajové alternativní mediální platformy v **polarizaci zdola nahoru**, a to zejména s tím, jak mainstreamová média, která jsou významným spojencem v boji proti polarizaci, čelí výzvám v důsledku změn v mediálním prostředí a krizím spojeným s klesající důvěrou a zájmem spotřebitelů a finanční životaschopností.

Tato zpráva posuzuje aspekty médií, které mohou přispět k polarizaci, současnou dynamiku spotřeby zpravodajských médií v Evropě, trendy ovlivňující tuto dynamiku a také přístupy, které by odborníci mohli přijmout k navrhování účinných opatření.

Klíčové poznatky

1. **Existuje jen málo důkazů o tom, že média u většiny spotřebitelů vyvolávají polarizaci.** Existují však důkazy, že média mohou posilovat polarizující ideologie mezi již polarizovanými lidmi a že zejména alternativní média by mohla hrát roli při prosazování radikalizace směrem k extremismu.
2. **Populistická alternativní média hrají významnou roli při utváření diskurzů a při posilování polarizovaných přesvědčení.** Tento typ médií má obzvláště silný vliv v komunitách, ve kterých již panují populistické postoje a nízká obecná důvěra v média. Zásadní skutečností je, že vystavení problematickému obsahu alternativních médií může v těchto komunitách zvýšit populistické postoje. To je obzvláště znepokojivé, protože extrémní alternativní zpravodajská média jsou často přizpůsobena lidem žijícím na okraji většinové společnosti.
3. **Významnou část problematického obsahu alternativních médií tvoří konspirační narativy.** Tento obsah může povzbuzovat lidi k nepřátelským názorům a podněcovat je k podpoře nebo dokonce provádění útoků proti jiným skupinám.
4. **Evropané mají s médii komplikovaný vztah.** Zatímco většina věří, že média hrají důležitou roli ve fungování jejich společnosti, důvěra v ně je napříč kontinentem nízká a spotřeba klesá. Nicméně **vliv médií není v Evropě homogenní.** Mediální prostředí, vztah čtenářů k médiím a přítomnost polarizujícího obsahu se v Evropě liší, a to s výraznými regionálními rozdíly. Proto je nezbytně důležité přistupovat k této problematice lokálně, včetně lokalizovaného výzkumu.
5. **Role sociálních médií je nejasná.** Nejsou zázračným lékem ani ultimátní hrozbou, jak je mnozí popisují. Pro ty, kteří jsou již polarizováni, představují sociální média příležitost k posílení jejich pohledu na svět, zatímco ti, kteří nejsou, mohou těžit z řady dostupných možností a vystavení různorodému obsahu. Existují však určité důkazy, že sociální média mohou mít negativní dopad na spotřebu zpráv, zejména mezi mladými lidmi.
6. **Mediální ekosystém je složitý a vyvíjí se.** Změny v produkci a spotřebě zpravodajství, včetně způsobu financování médií, vytvářejí příležitosti pro šíření se polarizujících sil do mainstreamových médií a nabízejí více prostoru pro škodlivé alternativní mediální platformy.

Kontext: Média a polarizace

Jak se média stávají stále více rozptýlenými, je stále obtížnější je definovat a identifikovat. Napříč celým spektrem se objevila alternativní média, která jsou ve střetu s „mainstreamovými médii“. Tato média jsou typicky nekomerční a nezávislá na vládním dohledu a představují alternativní, a občas radikální, perspektivu, která kontrastuje s vnímanou hegemonickou politikou a názory. Tato média jsou často považována za činitele s významnou mocí polarizovat společnost.

Polarizační efekt mainstreamových médií je však mnohem méně jasný. Za prvé, neexistuje dostatek výzkumu o vlivu médií na polarizaci, zejména v Evropě. Přestože v USA narůstá množství výzkumu, který se touto problematikou zabývá, tamní politická situace je jedinečná a odborníci varují před přímým aplikováním poznatků z Ameriky na evropský kontext.⁷ Vzhledem k omezenému výzkumu v evropském kontextu však bude tento dokument v případě potřeby čerpat z výzkumu v USA. Za druhé, bez ohledu na rozdíly mezi jednotlivými zeměmi většina Evropanů buď konzumuje média hlavního proudu, kde je polarizační obsah nízký, nebo nekonzumuje žádná média (což je sám o sobě znepokojující trend). A za třetí, stávající výzkum naznačuje, že vystavení problematickým médiím polarizaci neinspiruje, ale má spíše zhoršující účinek u malé menšiny již polarizovaných jedinců.⁸

Ve skutečnosti jsou mainstreamová média klíčovým spojencem. Navzdory tomu, že nejsou neustranná (což se může jevit jako polarizující), jsou mainstreamová média cenným nástrojem v boji proti polarizaci, a jejich úpadek by mohl být katastrofální. Mainstreamová média jsou vlivným zdrojem informací, informují veřejnost a zapojují se do místního, národního a mezinárodního prostředí a jsou také nezbytnou součástí kontroly veřejné moci. Bez důvěryhodných médií by země mohly ztratit zásadní pilíř své demokracie a také důležitou hráz proti dezinformacím a polarizaci.

Tato část uvádí stručný přehled mediálního prostředí, včetně alternativních médií. Zkoumá vztah evropských zemí se svými médii a jak mohou určité změny v mediálním ekosystému způsobit, že se poskytovatelé a spotřebitelé médií stávají zranitelnějšími vůči polarizaci.

Alternativní média

Alternativní média nejsou novým fenoménem, avšak s rostoucí oblibou okrajových digitálních médií v Evropě si mezi některými publiky získávají stále větší pozornost.

Alternativní média by neměla být spojována pouze s vytvářením a šířením konspiračních narativů a dezinformací. Historicky se vyvíjela v důsledku nespokojenosti mezi dělnickou třídou a marginalizovanými skupinami s (nesprávným) informováním o určitých záležitostech nebo jejich úplným opomíjením ze strany mainstreamových médií.⁹ Odborové svazy byly například z velké části zobrazovány z pozice politiků podporujících podnikání a vlastníků společností, zatímco členové komunity LGBTQ+ byli prezentováni prostřednictvím předsudků.¹⁰

Tato zaujatost a nedostatek zastoupení vedly různé skupiny k hledání platform pro inkluzivnější a participativnější „občanská média“ mimo komerční mainstream s cílem účinně narušovat stávající mocenské struktury.¹¹ Občanská žurnalistika interaguje symbioticky s mainstreamovými zprávami a sociální média pro ni nabízejí živnou půdu, kde je populární a kde se mísí s tradičními médii (někdy se mezi nimi vytvoří hybridní forma).¹² Alternativní média by proto měla být vnímána jako samozvaný korektiv mainstreamových médií.

Nicméně, i když se alternativní média v mnoha ohledech ukázala jako síla, která dokáže přinést pozitivní společenské změny, mohou být také zneužita ke škodlivým účelům, obzvláště když jsou používána populistickými hnutími. **Populismus** lze definovat jako politický přístup zaměřený na vůli lidu s cílem čelit zkorumpované elitě. Populistická komunikace je často založena na třech klíčových prvcích: sebeidentifikace jako něčeho neprivilegovaného a zanedbávaného, boj proti zkorumpované elitě a určení „nepřítele“ a odlišení se od něj.¹³ V souladu s výše uvedenými definicemi polarizace a extremismu by populistická sdělení a hnutí mohla představovat překážku sociální soudržnosti.

Přestože populismus a alternativní média jsou odlišné fenomény, jejich spojení může mít podobu symbiotického vztahu založeného na podobných postojích a podobném vnímání nespravedlnosti. Alternativní média rovněž zastávají protihegemonickou pozici zaměřenou proti establishmentu, která často cílí na elity.¹⁴ Stejně jako populismus i alternativní média jsou využívána politickými hnutími a stranami a mohou být řízena skupinou osob s konkrétními politickými cíli. To může být problematické, vezmeme-li v úvahu

⁷ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

⁸ Viz Fletcher a Jenkins (2019) a také Heikkilä a kol. (2022).

⁹ Viz Atton a Hamilton (2018).

¹⁰ Viz Atton (2002).

¹¹ Viz Atton (2003).

¹² Viz Ardèvol-Abreu a Zúñiga (2017).

¹³ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

¹⁴ Viz Heft a kol. (2020).

protihegemonický postoj alternativních médií, který má tendenci přesouvat problémy z politického středu. Například na politické pravici se alternativní média často posouvají na krajně pravicový okraj spojený s antipluralistickými hodnotami, jako je xenofobie, rasismus, fašismus a autoritářství.¹⁵

Alternativní zpravodajská média vyvolávají obavy a znepokojení s tím, jak se nové platformy staly složitějšími a objevily se v různých mediálních prostředích v celé Evropě a v širším měřítku. Například nejznámější alternativní pravicové zpravodajské médium, *Breitbart News Network*, které se během amerických voleb v roce 2016 dostalo do popředí díky svému zavádějícímu zpravodajství, v současné době stále působí v USA a dokonce i některých evropských zemích. V Evropě existují stovky podobných pravicových médií, včetně například *Politically Incorrect* (také známé pod názvem *PI-NEWS*) a *Compact* v Německu, *Svegot* ve Švédsku a *Westmonster* ve Spojeném království. Studie 70 pravicových médií z Rakouska, Dánska, Německa, Švédska, Spojeného království a USA zjistila, že ekosystém alternativních médií je různorodý a liší se v tematických tendencích, transparentnosti a modelech financování.¹⁶ Tato média se vyvíjejí v rámci jedinečného politického kontextu a mediálního prostředí každé země a cílí na stávající nabídku i poptávku po pravicovém zpravodajském obsahu.

Ačkoli jsou v současnosti v centru pozornosti především krajně pravicová alternativní média, neznamená to, že alternativní média vždy odrážejí pouze krajně pravicové ideologie. V populistickém alternativním mediálním prostředí rovněž vystupují krajně levicová hnutí. Některá z nejznámějších zpravodajských médií jsou například *Canary* a *Another Angry Voice* (AAV) ve Spojeném království nebo *junge Welt* v Německu.¹⁷ Je zajímavé, že některá krajně pravicová zpravodajská média, jako je německé *Compact* nebo britské *spiked*, mají kořeny v extrémně levicových hnutích, ale ideologicky se posunula doprava.¹⁸

Přestože existuje mnoho krajně levicových médií, ta krajně pravicová dominují. Jedním z důvodů může být to, že krajně pravicová hnutí vnímají mainstreamová média jako levicová nebo liberální a obviňují je ze zaujatého zpravodajství vůči krajní pravici. Například německá krajně pravicová strana Alternativa pro Německo (AfD) vyjádřila obavy, že politici a média v Německu zavírají oči před levicovým extremismem.¹⁹ Dalším důvodem by mohla být relativní úspěšnost extrémně pravicových hnutí při snaze vydělávat na polarizujících politických otázkách. Bez ohledu na důvody jejich silnějšího zastoupení tyto alternativní mediální platformy nejen podporují a prohlubují levo-pravé rozdělení, ale také umožňují využití populismu extrémistickými skupinami k šíření protiautoritních narativů, zejména u publika s relativně nízkou důvěrou v mainstreamová média.²⁰ K plnému pochopení vlivu a dynamiky extrémních alternativních médií na polarizaci je nutný další výzkum. Důležitou otázkou je, zda tato média a jejich extrémně populistické zpravodajství ovlivňují své publikum, nebo zda pouze reprezentují jejich již existující názory. Je pravděpodobné, že odpověď leží někde uprostřed.

Existuje určitý výzkum, který může napomoci pochopit pronikání alternativních zpravodajských médií mezi publikum. Zpráva *Reuters Institute Digital News Report* z roku 2019 ukazuje, že online zpravodajská média označená jako zaujatá nebo alternativní mají u celé populace relativně nízkou čtenost.²¹ Ve Spojeném království jsou média jako například *Canary*, *Westmonster* a *Evolve Politics* čtena méně než 2 % populace, zatímco o jejich existenci vědělo méně než 16 %. Ve Švédsku byla čísla o něco vyšší: platformy jako například *Fria Tider*, *Nyheter Idag* a *Samhällsnytt* četlo okolo 10 % populace a o jejich existenci vědělo 38 % lidí.

Zpráva *Reuters Institute Digital News Report* z roku 2018 vykázala podobná data pro alternativní platformy ve Španělsku, Německu a Česku. Německo vykázalo podobné výsledky jako Spojené království s relativně nízkým využíváním a povědomím o převážně krajně pravicových zpravodajských médiích, zatímco Španělsko bylo blíže Švédsku.²² V českém prostředí alternativních médií dominovala platforma *ParlamentniListy.cz*, kterou četlo 17 % respondentů z řad online uživatelů, přičemž 46 % o webu vědělo.

I když zpráva *Reuters Institute Digital News Report* z roku 2022 neposkytovala specializovanou analýzu konzumace alternativních médií, ukázala, že spotřebitelé využívají alternativní média k získávání informací o klíčových společenských a politických otázkách.

¹⁵ Viz Heft a kol. (2020).

¹⁶ Viz Heft a kol. (2020). Pro podobné údaje o prostředí krajně pravicových alternativních médií ze skandinávských zemí viz také Ihlebæk and Nygaard (2021).

¹⁷ Viz Newman (2018).

¹⁸ Viz Heft a kol. (2020).

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

²⁰ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

²¹ Newman a kol., 2019, s. 23–24.

²² Newman a kol., 2018, s. 20–21.

Například 14 % respondentů uvedlo, že pro informace o změně klimatu používají menší nebo alternativní zdroje zpráv, zatímco 10 % online respondentů ve Spojeném království, Německu a Polsku používalo alternativní média pro zprávy o válce na Ukrajině.²³ Také alternativní krajně pravicová média v Dánsku a Švédsku zaznamenala ve srovnání s rokem 2021 nepatrný nárůst důvěry.²⁴

Navzdory rozdílům ve čtenosti mezi zeměmi a spotřebě zpráv podle témat mají tato alternativní média mnohem méně spotřebitelů zpráv a jsou méně důvěryhodná ve srovnání s nejdůležitějšími mainstreamovými zpravodajskými médii. V důsledku toho je jejich dopad na širší společnost marginální.

Nicméně mezi komunitami, do kterých tato média pronikají jako důvěryhodný zdroj zpráv, hrají alternativní média významnou roli při utváření diskurzů a posilování polarizovaných názorů.²⁵ Jak bylo uvedeno výše, personalizace a vlastní výběr zdrojů informací nemusí nutně vést k větší polarizaci; ve spojení s vystavením vysoce zaujatému zpravodajství však mohou podobné názory upevňovat.²⁶ Tyto politické postoje by se mohly ještě hlouběji ukotvit, i pokud jsou dané osoby vystaveny různorodému obsahu, ale mají pocit, že jejich názor je nespravedlivě napadán nebo upozadován.

Dalším důležitým faktorem v tomto ohledu jsou populistické sklony napříč spotřebiteli alternativního mediálního obsahu. Přestože zpráva Pew Research Center z roku 2018 zjistila, že populistické názory odrážejí důvěru lidí v média, neposkytla žádný další pohled na dopad na spotřebu médií.²⁷ Nicméně studie provedená Muellerem a kol. (2017) o vlivu populistických zpráv na polarizaci postojů v Londýně, Paříži, Berlíně a Curychu zjistila, že ve všech regionech kromě Londýna zvýšilo vystavení populistickému zpravodajství populistické postoje mezi těmi, kteří již mají silné populistické postoje.²⁸ To je obzvláště znepokojivé zjištění, vezmeme-li v úvahu, že extrémní alternativní zpravodajská média jsou často přizpůsobena skupinám na okraji většinové společnosti.

Mění se mediální prostředí: digitalizace a komerce

Navzdory tomuto nárůstu alternativních mediálních platform většina Evropanů nadále získává zprávy ze zdrojů mainstreamových médií, jak z „tradičních médií“ – tisku, rádia a televize – tak z „nových médií“ publikovaných online prostřednictvím webových stránek, mobilních aplikací a sociálních sítí. Mainstreamová média nemají na polarizaci stejný dopad jako ta alternativní; změny v ekosystému médií však ovlivnily způsoby jejich produkce a spotřeby a vytvořily nová zranitelná místa. Tato část se zabývá některými z těchto zranitelností.

První zásadní změnou je **digitalizace**, tedy přechod k digitálním médiím. Zatímco některá tradiční média si stále udržují spotřebitele, Evropané získávají zprávy především z digitálních zdrojů. Tento trend v posledních 20 letech soustavně rostl, avšak během pandemie nabral ještě intenzivnější tempo s tím, jak byla tištěná média negativně ovlivněna fyzickými a ekonomickými důsledky opakujících se lockdownů.²⁹ Přehled preferovaných zdrojů Evropanů podle regionů je uveden v **tabulce 1** níže.

Tabulka 1: Kde Evropané získávají zprávy v roce 2022 (průměr na region)³⁰³¹

Region	Internet	Televize	Sociální média	Tisk
Střední Evropa	79,7 %	65,2 %	87,3 %	50,2 %
Severní Evropa	85 %	63,3 %	44,3 %	25,3 %

²³ Newman a kol., 2019, s. 35, 55.

²⁴ Newman a kol., 2019, s. 93,105.

²⁵ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

²⁶ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

²⁷ Viz Newman a kol. (2018).

²⁸ Viz Müller a kol. (2017).

²⁹ Viz Müller a kol. (2017).

³⁰ Na základě údajů ze zprávy *Digital Media Report* agentury Reuters z roku 2022 regiony zahrnují následující země: **Střední Evropa:** Rakousko, Česko, Německo, Maďarsko, Polsko, Slovensko; **Severní Evropa:** Dánsko, Finsko, Norsko, Švédsko; **jižní/jihovýchodní Evropa:** Bulharsko, Chorvatsko, Itálie, Portugalsko, Španělsko, Řecko, Rumunsko; **Západní Evropa:** Spojené království, Belgie, Francie, Irsko, Nizozemsko a Švýcarsko.

³¹ Newman a kol., 2022, s. 62–109.

Jižní a jihovýchodní Evropa	83,1 %	69,9 %	79 %	59,3 %
Západní Evropa	76,5 %	60,3 %	41,8 %	26,8 %

Digitalizace měla vážné dopady na produkci a spotřebu zpráv, což může mít dopad na polarizaci. Za prvé, digitalizace vytvořila prostor pro nové hlasy, které ovlivňují zpravodajství a formování názorů. Tyto nové hlasy zahrnují výše zmíněné alternativní platformy a také nová mainstreamová média běžně označovaná anglickým pojmem **digital-born media**, tedy taková, které se objevila v posledních 30 letech a působí pouze online. Ve snaze čelit nové konkurenci se velká **tradiční média**, která převládala před příchodem digitálních platform, snaží začleňovat online prvky, jako jsou webové stránky, aplikace, podcasty a stránky na sociálních médiích. Na většině míst nadále koexistují tradiční média a nová digitální média, i když ta digitální bývají populárnější v jižní Evropě ve srovnání se západní nebo severní Evropou, kde si tradiční média uchovávají silnější pozici.³² Zatímco digitální média a tradiční média mají mnoho společného, ta digitální mají často odlišné redakční priority, kdy vytvářejí více úzce zaměřených zpráv a využívají cílený přístup, aby se etablovala jako odlišný hlas, který cílí na konkrétní publikum, což je typické pro trendy v online marketingu a v rozporu se širokým záběrem tradičních médií.

Kromě toho digitalizace a nástroje, které nabízí, také podnítily širší liberalizaci informací, což předznamenalo nárůst influencerů prostřednictvím online blogů, osobních webových stránek a sociálních médií. Bezprecedentní občanská žurnalistika a alternativní média, které se v důsledku schopnosti konkurovat tradiční žurnalistice nazývají „pátý stav“³³, se objevují v celé šíři mediálního spektra. V některých případech se navíc občanská žurnalistika smísila s kulturou influencerů, což lidem poskytuje významnou možnost dále předávat a interpretovat zprávy, zejména na sociálních sítích.

Zpráva *Digital News Report* agentury Reuters z roku 2021 zkoumala, odkud a od koho lidé získávají zprávy online. Uživatelé Twitteru uvedli, že zprávy získávají především z oficiálních zdrojů, zatímco uživatelé na YouTube a Facebooku zprávy získávají z oficiálních zdrojů a od ostatních uživatelů v rámci své sociální sítě. Na mladších platformách, jako je Instagram, Snapchat a TikTok, byly mainstreamové zdroje zastíněny internetovými osobnostmi. Pro většinu uživatelů je vystavení zpravodajství náhodné, tedy že na platformu přišli z jiného důvodu, než je získávání zpráv. To ale stále může ovlivnit způsob, jak tito uživatelé chápou události, zvláště pokud je to jejich primární zdroj zpráv, jako je tomu v případě mnoha mladých lidí.³⁴ Zapojení influencerů může být pro tyto uživatele přesvědčující faktor, jak ukázala jedna americká studie. Zjistilo se, že sociální média ovlivňují vnímání polarizace především prostřednictvím příspěvků influencerů a diskusí mezi uživateli o událostech a tématech, spíše než přímo prostřednictvím mediálních zpráv. Studie však nakonec dospěla k závěru, že zatímco uživatelé sociálních médií jsou polarizováni, nemusí to být přímo platformy, které polarizaci způsobují.³⁵

Za druhé, trend personalizace na internetu je hnací silou **fragmentace**. V prostředí, kde je stále větší výběr, zprávy nyní poskytuje mnoho zdrojů, které svou produkci přizpůsobují konkrétnímu publiku a zaměřují se na konkrétní postoje nebo zájmy.³⁶ Výsledkem je prostředí, ve kterém si každý může vybrat takové zpravodajství, které se shoduje s jeho stávajícími přesvědčeními, a v konečném důsledku je i potvrzuje.³⁷ Tento trend vyvolal obavy o vznik tzv. komnat ozvěn, protože vlastní výběr zdrojů informací spojený s vlastní zaujatostí konverguje s předvýběrem algoritmů a agregátorů online. Výzkum však ukazuje, že tento jev nemusí být tak významná hrozba, jak se zdálo. Většina lidí si ve skutečnosti také sama vybírá hlavní zdroje mainstreamových zpráv³⁸, přičemž čas strávený v online prostředí, zejména na sociálních sítích, ve skutečnosti zvyšuje jejich vystavení **různorodému obsahu**, tedy i obsahu odlišné ideologie nebo příslušnosti.³⁹

I když toto prostředí se širokou nabídkou zdrojů nevede k polarizaci, může způsobit, že více lidí se začne zprávám zcela vyhýbat. Ve zprávě pro Evropský parlament z roku 2019 autoři varovali, že i když je dosah online médií vysoký, ne vždy vede k většímu zapojení – a ve skutečnosti může mít opačný účinek.⁴⁰ V americké studii o využití online médií, která pracovala s daty ze sledování uživatelů

³² Viz Nicholls a kol. (2016).

³³ Viz Dutton (2009).

³⁴ Viz Newman a kol. (2021).

³⁵ Viz Banks a kol. (2021).

³⁶ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

³⁷ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

³⁸ Viz Wojcieszak a kol. (2021) a Mitchell a kol. (2018).

³⁹ Viz Flaxman a kol. (2016).

⁴⁰ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

za období 6 měsíců, bylo zjištěno, že uživatelé věnovali zapojení ve vztahu k aktuálnímu dění pouhých 2 % času.⁴¹ Navíc se zdá, že ti, kteří získávají zprávy online, tráví méně času konzumací obsahu na zpravodajských webech, a to zejména mladí lidé.⁴²

Je také důležité poznamenat, že vystavení různorodému obsahu, což je často cílem protipolarizačních iniciativ, může mít smíšené výsledky. Různorodý obsah může zintenzivnit aktuální stav, což znamená, že i když takový obsah může rozšířit obzory osoby, která ještě není polarizována, může stejně tak zhoršit již stávající polarizaci. Jedna americká studie zjistila, že vystavení různorodému obsahu na sociálních médiích v průběhu času zvýšilo polarizaci postojů.⁴³ Stejně tak ověřování faktů, což je další běžně používaný nástroj, je nejběžnější jak u vysoce vzdělaných lidí, tak u lidí s nízkou důvěrou v média.⁴⁴ I když tedy různorodý obsah může vést k méně vyhraněným postojům, což se také ukázalo v prostředí kontrolovaného testování⁴⁵, může také motivovat k hledání alternativních vysvětlení mimo mainstreamová média, kde jsou konspirační narativy výraznější. Například osoby popírající pandemii viru Covid-19 často argumentovali tím, že si na internetu vyhledali vlastní „vědecké důkazy“.

Za třetí, digitalizace má vážný dopad na **financování**, což způsobilo zásadní ekonomické obtíže jak pro tradiční, tak nová digitální média. Model financování, který se do značné míry opírá o příjmy z reklamy, zejména ve stratifikovaném zpravodajském prostředí, podněcuje úsilí médií upoutat pozornost publika tím, že budou své zpravodajství uměle přizpůsobovat specifickým zájmům spotřebitelů nebo jej prezentovat pomocí zavádějících nebo senzacechtivých nadpisů, přičemž obě tyto metody mohou přilákat polarizované názory. Přejít na model příjmů z online reklamy není jedinou velkou změnou ve financování médií. Během několika posledních desetiletí se média v mnoha zemích více komercializovala: výsledkem je prostředí, ve kterém zpravodajství utvářejí tržní síly. Jednou z potenciálních výhod je, že komercializace může urychlit změnu rovnováhy ve vztahu mezi politiky a novináři směrem k nezávislejší a autonomnější žurnalistice.⁴⁶ Komercialismus však může také urychlit šíření populismu.

V kombinaci se stratifikací médií vedla komercializace k intenzivnější soutěži o spotřebitele, a to zase k větší neobjektivnosti zpravodajství.⁴⁷ Na trhu tak nyní soutěží velké množství médií o omezené množství finančních prostředků a tyto subjekty mezi sebou neustále bojují, aby si upevnily své odlišné místo v ekosystému, což některé vede k rozhodnutí maximalizovat zisk přizpůsobováním se preferencím spotřebitelů a také poskytováním zpravodajství způsobem, „který nejen informuje, ale také vysvětluje, vykládá, přesvědčuje a baví“.⁴⁸ Jedna americká studie zjistila, že tato situace vede k polarizaci, protože konkurující si média „vytvářejí nebo posilují rozdílné názory“ s cílem „rozdělit trh a získat vyšší zisky“.⁴⁹

Pomineme-li zmíněné zavádějící nebo senzacechtivé nadpisy článků, situace také vedla k tomu, že některá média spojují „populární“ a „populistické“, protože diváky přitahují extrémní názory a kontroverze.⁵⁰ Jedním příkladem je francouzský kanál *BFMTV*. Jedná se o nepřetržitě zpravodajské vysílání, které denně sleduje více než 10 milionů diváků ve Francii, což z něj činí nejoblíbenější médium v zemi. Způsob, jakým *BFMTV* překládá zpravodajství, však vedl ke kritice, že se jedná o de facto pravicové médium, které svým neustálým pokrytím může vést k dalšímu oslabování společenské stability.⁵¹ Wettstein a kol. (2018) ve své srovnávací analýze obsahu z 10 evropských zemí zjistili, že tento trend je rozšířený. Autoři dospěli k závěru, že zpravodajské zdroje, které přitahovaly publikum populárními zpravodajstvími o populistických osobnostech a jejich politice, zřídka aktivně tyto osoby nebo jejich sdělení přímo podporovaly, ale přesto je propagovaly.⁵² Komercializace zároveň vede ke konsolidaci médií pod menší počet velkých vlastníků.⁵³ Tato koncentrace vlastnictví médií byla označena za vážnou hrozbu pro evropské mediální prostředí, protože omezuje rozmanitost informací a perspektiv.⁵⁴

Financování však neovlivňuje pouze zpravodajské pokrytí; ohrožuje také samotnou životaschopnost médií. Studie Výboru pro kulturu a vzdělávání Evropského parlamentu zjistila, že přestože digitální příjmy médií rostou, dosud nedokážou vyrovnat ztráty způsobené zmenšujícím se trhem s tištěnými médii.⁵⁵ Tyto ekonomické potíže pravděpodobně povedou k tomu, že více zdrojů zpráv

⁴¹ Viz Wojcieszak a kol. (2021).

⁴² Viz Thurman a Fletcher (2019).

⁴³ Viz Bail a kol. (2018).

⁴⁴ Viz Hameleers a Van der Meer (2020).

⁴⁵ Viz Hameleers a Van der Meer (2020).

⁴⁶ Viz Hameleers a Van der Meer (2020).

⁴⁷ Mullainathan a Shleifer, 2005, s. 1031.

⁴⁸ Mullainathan a Shleifer, 2005, s. 1031.

⁴⁹ Mullainathan a Shleifer, 2005, s. 1043.

⁵⁰ Viz Schofield (2014).

⁵¹ Viz Schofield (2014).

⁵² Viz Wettstein a kol. (2018).

⁵³ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

⁵⁴ Viz Brogi a kol. (2020).

⁵⁵ Viz Le Gall (2021).

bude dostupných pouze za předplatné, což by mohlo mít dopad na již klesající počty spotřebitelů zpráv a omezilo by spotřebitele na menší počet zdrojů. Mnoho zpravodajských médií již skončilo a řada dalších je v ohrožení, pokud se jim nedostane další podpory. Tuto podporu však může být obtížné získat: ve své zprávě *Digital News Report* z roku 2021 agentura Reuters zjistila, že většina občanů nemá vůli zachraňovat zpravodajské publikace. S výjimkou Portugalska si jen velmi málo Evropanů uvědomovalo současnou hrozbu pro žurnalistiku a ještě méně jich podporovalo vládní zásahy na její záchranu. Reuters také varovala, že v době, kdy země řeší velké množství vzájemně si konkurujících priorit, od zdravotnictví po vzdělávání, bude pro vlády obtížné získat politickou sílu na záchranu žurnalistiky.⁵⁶

Ohrožena jsou zejména lokální média. Ta představují kritický zdroj informací a zastoupení, hrají ústřední roli v místní politice, poskytují informace o místních kandidátech a volbách a také ženou místní politiky k odpovědnosti.⁵⁷ A přestože byly některé z jejich tradičních funkcí převzaty online vyhledáváním, jako je hledání pracovních míst nebo aktivit, stále jsou primárním zdrojem informací o místním dění, jako jsou například zprávy o kriminalitě.⁵⁸ Místní zprávy mohou také přispět k pocitu sounáležitosti s místní komunitou obyvatel. Zpravidla překládají méně kritické zpravodajství a spíše upřednostňují podporu a propagaci místní komunity a jejich členů.⁵⁹ V své zprávě *Digital News Report* z roku 2021 agentura Reuters zjistila korelaci mezi pocitem připoutanosti k místní komunitě a vysokou čteností místních zpráv a také vysokou mírou důvěry v místní a regionální zprávy ve velké části Evropy. Navzdory těmto výhodám je spotřeba místních zpráv na celém kontinentu nízká⁶⁰ a mnohá tato média jsou ohrožena digitalizací, ekonomickými potížemi a konsolidací.⁶¹

Potenciální hrází proti těmto komerčním vlivům jsou **veřejnoprávní média**, vysílací společnosti řízené spíše veřejnými než komerčními zájmy. Veřejnoprávní média nebo veřejnoprávní vysílání mají fungovat bez politických nebo komerčních tlaků a zajišťovat veřejný přístup k informacím.⁶² Jsou navržena tak, aby oslovovala široké, smíšené publikum a jsou chráněna před některými ekonomickými a politickými tlaky, které ohrožují komerční média. Tento status veřejného nástroje jim pomáhá vyvarovat se zaujaté, interpretační žurnalistice, která může způsobit polarizaci, ale pouze v případě, že je chráněna jejich nezávislost a dostává se jim podpory potřebné k realizaci digitálního přechodu. Zatímco veřejnoprávní vysílání zůstává v západní a severní Evropě oblíbené, jeho vliv v jižní, střední a jihovýchodní Evropě slábne, přestože si zachovává vysokou úroveň důvěry.⁶³ V těchto regionech mají veřejnoprávní vysílací organizace potíže s přechodem online a v některých případech čelí politickým zásahům, které ohrožují jejich nezávislost.⁶⁴

Digitalizace a komercialismus měly na média transformační účinek, ale je nepravděpodobné, že by je v přímém důsledku ještě více polarizovaly. Poskytují však lepší přístup k odlišným formám médií, která mohou být polarizovanější a podporovat šíření problematického a citlivého obsahu.

Problematický a citlivý obsah

Média mohou také způsobit další polarizaci aktivním šířením konspiračních narativů a dezinformací. Tyto jevy jsou častěji spojované s alternativními mediálními platformami, ale byly také zjištěny v mainstreamových médiích, ať už náhodné nebo záměrné. V mainstreamových médiích mohou být jejich účinky zesíleny v důsledku vyšší úrovně důvěry, což způsobuje pokles ve vnímání přesnosti a pravdivosti jejich zpráv ze strany spotřebitelů. Na alternativních platformách se mohou stát zbraní v rukou ideologické agendy a kombinovány s jinými nenávislnými projevy, které se zaměřují na konkrétní skupiny. Když je tento škodlivý obsah zlomyslně využíván alternativními platformami, je nebezpečný nejen proto, že může vést k větší polarizaci názorů, ale také proto, že by mohl být použit k radikalizaci, náboru a mobilizaci pro extremistické účely – nebo dokonce povzbudit k přijetí, obhajování nebo používání násilí.

Část tohoto problematického obsahu se zabývá aktuálním děním a politicky citlivými událostmi. Teroristické útoky jsou například často využívány škodlivými alternativními zpravodajskými platformami k prosazování vlastní agendy. Obvykle je doprovází konspirační

⁵⁶ Viz Newman a kol. (2021).

⁵⁷ Viz Taylor (2019).

⁵⁸ Viz Newman a kol. (2021).

⁵⁹ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

⁶⁰ Viz Newman a kol. (2021).

⁶¹ Viz Taylor (2019).

⁶² Viz Conseil mondial de la radiotélévision (2001).

⁶³ Viz Newman a kol. (2021).

⁶⁴ Viz Brogi a kol. (2020).

teorie a dezinformace, jejichž cílem je prohloubit rozdělení společnosti zneužitím zranitelnosti mnoha lidí po teroristickém útoku. Mediální pokrytí (nejen alternativními, ale i mainstreamovými médii) má navíc potenciál posílit teroristy a napomoci jejich plánu a propagandě.⁶⁵ Na druhou stranu nehlášení těchto politicky významných událostí může podkopat důvěryhodnost zpravodajských médií a také podnitit nedůvěru a podpořit narativy nedemokratických procesů, jako je cenzura.⁶⁶ Tím se pro novináře vytváří etické dilema, kdy tím, že musejí uctít oběti nebo podat informace o vypořádání se s útočníky, šíří informaci o samotném teroristickém útoku.

Konspirační narativy⁶⁷

Konspirační narativy jsou obzvláště problematické. Tyto narativy se pokoušejí dát smysl znepokojivým a složitým událostem a jevům, které jsou vnímány jako výsledek tajných plánů zlomyslných mocných lidí.⁶⁸ Obvykle poskytují zjednodušená vysvětlení a černo-bílé pohledy „dobro versus zlo“, které podporují rozdělení mezi těmi, kdo patří do skupiny, a těmi ostatními.⁶⁹ Toto rozdělení je dále podporováno silným pocitem viktimizace vně skupiny a odporem a nesnášenlivostí vůči osobám stojícím mimo tuto skupinu. Mezi další součásti konspiračních narativů, které přispívají k extremistické dynamice, patří nadřazenost vlastní skupiny ve srovnání s jinou skupinou a také představa, že ti druzí představují bezprostřední a existenční hrozbu pro vlastní skupinu.⁷⁰ Zatímco konspirační narativy by měly být vnímány jako symptom širších společenských problémů a frustrace, mají potenciál významně ohrozit sociální smír a soudržnost. Jak bylo uvedeno výše, mohlo by to zahrnovat zvýšení přitažlivosti extremistické agendy, narušení důvěry mezi různými skupinami a v demokratickou vládu, narušení respektu ke všeobecným svobodám a lidským právům, šíření nenávistných projevů a mobilizaci násilí proti konkrétní skupině.⁷¹

Evropští odborníci považují konspirační teorie za klíčové hnací síly násilí a extremismu. Na online setkání Síť pro zvyšování povědomí o radikalizaci (RAN) LOCAL v roce 2021 o řešení měnícího se prostředí polarizace, radikalizace a extremismu se téměř všichni účastníci shodli, že klíčovým vývojem jsou problémy vznikající v důsledku konspiračních narativů.⁷² Jako katalyzátor šíření konspiračních narativů vnímali pandemii viru Covid-19; komplexní a škodlivé události jsou totiž pro konspirace živnou půdou. Mnoho násilných protestů proti lockdownům a protivládních protestů v evropských městech bylo živeno právě konspiračními narativy.⁷³ Pro zúčastněné odborníky setkání RAN byla nejpřekvapivější heterogenita skupin účastnících se protestů, mezi které patřili státní zaměstnanci i rodiny s dětmi.⁷⁴

Aniž by se snižovala vážnost a dopad násilných protestů proti lockdownům, konspirační narativy mohou mít ještě ničivější účinky. Apokalyptické narativy šířící se mezi násilnými pravicovými extremistickými skupinami inspirovaly teroristické útoky v Norsku v roce 2011 a v Christchurchi v roce 2019. Tyto útoky byly z velké části inspirovány teorií Velké výměny, která tvrdí, že bílé evropské populace jsou nahrazovány nebělochy v důsledku masové migrace a v důsledku demografického poklesu bílých komunit a růstu nebílých komunit.⁷⁵ Pachatel teroristického útoku v Christchurch ve svém manifestu tvrdil, že se chce pomstít za pokračující genocidu bílých Evropanů.⁷⁶ Je to extrémní případ, který ukazuje, jak konspirační narativ podnítl použití násilí a spáchání teroristického činu, a toto je třeba vzít v úvahu při navrhování protiopatření. Zatímco mnoho pravicově extremistických skupin v Evropě se k násilí neuchyluje, jejich propaganda přímo šíří nenávistné projevy, dehumanizuje vnější skupiny a podněcuje k násilí.⁷⁷ Tyto skupiny je rovněž třeba brát v úvahu kvůli jejich přímému i nepřímému vlivu na ohrožení sociálního smíru a bezpečnosti.

Na setkání RAN LOCAL v roce 2021 odborníci rovněž vyjádřili obavy ohledně jejich schopnosti pracovat online na místech, kde se shromažďují zranitelné cílové skupiny.⁷⁸ Je všeobecně uznáváno, že internet, včetně sociálních médií a alternativních zpravodajských médií, poskytuje základnu pro šíření konspiračních narativů. Přestože internet

⁶⁵ Abubakar, 2020, s. 278–279.

⁶⁶ Abubakar, 2020, s. 278.

⁶⁷ Tento dokument přejímá termín „konspirační narativ“, jak jej používá RAN, namísto popularizovaného termínu „konspirační teorie“, aby tím snížil legitimitu, kterou uděluje výraz „teorie“. Další informace naleznete v Síť pro zvyšování povědomí o radikalizaci (2020).

⁶⁸ Farinelli, 2021, s. 4.

⁶⁹ Farinelli, 2021, s. 4.

⁷⁰ Síť pro zvyšování povědomí o radikalizaci, 2020, s. 3.

⁷¹ Farinelli, 2021, s. 4.

⁷² Viz závěrečný dokument Síť pro zvyšování povědomí o radikalizaci *The changing landscape of polarisation, radicalisation and extremism*, s. 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).

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

⁷⁴ Viz závěrečný dokument Síť pro zvyšování povědomí o radikalizaci *The changing landscape of polarisation, radicalisation and extremism*, s. 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).

⁷⁵ Davey a Ebner, 2019, s. 7.

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

⁷⁷ Farinelli, 2021, s. 11.

⁷⁸ Viz závěrečný dokument Síť pro zvyšování povědomí o radikalizaci *The changing landscape of polarisation, radicalisation and extremism*, s. 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).

zvyšuje riziko pádu do králičí nory konspirací kvůli relativně snadnému přístupu k datům, rychlosti, s jakou se konspirace dokážou šířit, a potížím s moderováním obsahu, neměli bychom předpokládat, že lidé nyní věří konspiračním narativům více, než tomu bylo v době před příchodem internetu.⁷⁹ Je také důležité poznamenat, že konspirační narativy se obecně nešíří po celém internetu, ale jsou omezeny na komunity, nejčastěji z politického krajně pravicového nebo levicového spektra, kde již mají připravenou živnou půdu.⁸⁰ Toto je důležité, protože tyto stejné skupiny obvykle získávají zprávy z alternativních médií.

Ve studii mapující online extremismus na Slovensku bylo zjištěno, že alternativní média šíří nenávistný a konspirativní obsah: nejméně 17 stránek, účtů a kanálů na Facebooku, Instagramu a Telegramu sdílelo odkazy na webové stránky alternativních médií.⁸¹ Co se týče kvantitý, alternativní média byla podle studie jen malou součástí širšího krajně pravicového online ekosystému.

Počet alternativních zpravodajských médií však nemusí nutně odrážet jejich dopad na konkrétní komunitu. Je také nutné porozumět obsahu, který sdílejí, a jejich publiku. Hlubková studie maďarské alternativní krajně pravicové mediální platformy *Kuruc.info* poskytuje v tomto ohledu zajímavé poznatky. Platforma *Kuruc.info* sama sebe popisuje jako „patriotický maďarský konzervativní, pravicový, nacionalistický zpravodajský web, který si zjišťuje fakta a je nezávislý na politických stranách.“⁸² Jedná se o nové digitální médium registrované v USA a funguje od roku 2006. Bez ohledu na tento vlastní popis mediální platforma otevřeně publikuje maďarský iredentistický, antisemitský, protiromský a homofobní obsah, což je i patrné z hlavních kategorií zpráv na domovské stránce: Protimaďarství, Cikánský zločin, Židovský zločin, LGBTQ+ a Politický zločin.⁸³ Web silně propaguje konspirační narativ sionistické okupační vlády, která tvrdí, že Židé ovládají hlavní světové vlády včetně té maďarské. Maďarská vláda požádala, aby byl web kvůli problematickému obsahu zakázán, nicméně vláda USA povolila další fungování platformy s odvoláním na ochranu svobody projevu.⁸⁴

Další problematický aspekt spojený s webem *Kuruc.info* byla jeho příslušnost k maďarské krajně pravicové politické straně Jobbik, která se nedávno redefinovala jako středopravicová konzervativní strana. Tato změna způsobila rozkol uvnitř strany a vznik dvou krajně pravicových politických stran: Síla a odhodlání a Hnutí Naše vlast. Web *Kuruc.info* tuto transformaci strany Jobbik kritizoval a v současnosti se má za to, že má užší vazby na Hnutí Naše vlast. Nicméně, než se strana Jobbik posunula do středu politického spektra, byl web *Kuruc.info* považován za významnou součást její online komunikace, jelikož strana byla v běžných médiích nedostatečně zastoupena.⁸⁵ V roce 2018, kdy strana Jobbik získala v maďarských volbách více než 1 milion hlasů, byl *Kuruc.info* 10. největším zpravodajským webem v Maďarsku s přibližně 10 % čtenářů mezi běžnou populací a přibližně 23 % voličů strany Jobbik.⁸⁶ Tato čísla jsou významná, vezmeme-li v úvahu výsledky studie měřící antisemitské nálady v Maďarsku, která zjistila, že preference stran a antisemitismus mají silný vztah. Na základě ukazatelů pro měření afektivního a kognitivního antisemitismu studie ukázala, že 27 % dospělých osob v Maďarsku zastává extrémní antisemitské názory a 10 % středně silné antisemitské názory. Podle stejné studie zastávalo 42 % příznivců strany Jobbik extrémní antisemitské názory a 15 % středně silné antisemitské názory.⁸⁷ Tato data dále dokládají popularitu a dosah problematických alternativních médií u lidí zastávajících extrémní a populistické názory.

Vztah Evropy s médii

Všechny dosud diskutované faktory ovlivňují vztah Evropanů k médiím. Tento vztah se liší napříč kontinentem, ale ve většině zemí mají občané nízkou důvěru v média a mnoho mainstreamových médií vnímají jako stranické nebo zaujaté. Toto vnímání médií je důležité, protože nejenže určuje, jaký zdroj zpráv lidé vyhledávají, ale také ovlivňuje pravděpodobnost, s jakou budou konzumovat alternativní média nebo se zpravodajství zcela vyhýbat, což je obojí může učinit zranitelnějšími vůči konspiracím, dezinformacím a polarizaci.

⁷⁹ Farinelli, 2021, s. 9.

⁸⁰ Krouwel a kol., 2017, s. 434–437.

⁸¹ Kuchta, 2021, s. 12–13.

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

⁸³ Viz domovská stránka Kuruc.info na adrese <https://kuruc.info/>.

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

⁸⁵ Barna a Knap, 2019, s. 79.

⁸⁶ Barna a Knap, 2019, s. 78.

⁸⁷ Barna a Knap, 2019, s. 78.

Důvěra v média je v celé EU nízká, i když tento stav není paušální. Studie Pew⁸⁸ a Reuters⁸⁹ ukazují na výrazné regionální rozdíly.⁹⁰ Důvěra je vyšší v severní a západní Evropě než v jižní/jihovýchodní nebo střední Evropě, s několika pozoruhodnými odchylkami: Spojené království a Francie mají mnohem nižší důvěru v média než jejich západoevropští sousedé, zatímco důvěra v média v Portugalsku a Německu je mnohem vyšší než ve zbytku příslušných regionů. Tyto regionální trendy a odchylky jsou uvedeny v **tabulce 2**.

Tabulka 2: Evropané, kteří důvěřují médiím, podle regionů v roce 2022 (Reuters, 2022)

Region ⁹¹	Celková důvěra	Země	Celková důvěra
Střední Evropa (bez Německa)	34 %	Německo	50 %
Severní Evropa	58,3 %	Portugalsko	78 %
Jižní/jihovýchodní Evropa (bez Portugalska)	33,3 %	Francie	29 %
Západní Evropa (bez Spojeného království nebo Francie)	51,3 %	Spojené království	34 %

Agentura Reuters, která tento průzkum každoročně provádí, zjistila, že důvěra v média v roce 2022 vzrostla ve srovnání s údaji shromážděnými před pandemií, stejně jako čtenost hlavních zpravodajských zdrojů. To naznačuje, že navzdory nárůstu konspiračních narativů a dezinformací kolem Covid-19 se většina Evropanů během krize stále obrací na mainstreamová média. Bohužel tento pozitivní trend již začíná slábnout; v době, kdy byla zveřejněna zpráva za rok 2022, klesla důvěra ve většině evropských zemí na hodnoty před Covid-19.⁹²

Organizace Pew (2018) zjistila, že důvěra respondentů v média nekoreluje s jejich politickými preferencemi. Místo toho byl za spolehlivější prediktor označen populismus. Ve všech osmi zkoumaných zemích lidé s populistickými názory nalevo i napravo politického spektra mnohem méně důvěřovali médiím než ti, kteří měli nepopulistické nebo smíšené názory. Ideologie měla statisticky významný dopad pouze ve Španělsku, Německu a Švédsku, i když stále mnohem menší než populismus v těchto zemích. V Německu a Švédsku pravicově smýšlející lidé méně pravděpodobně důvěřovali médiím, zatímco ve Španělsku byli nejskeptičtější lidé na levici.⁹³

Vnímání zaujatosti a spravedlnosti je kritickým aspektem důvěry, který přímo ovlivňuje to, jak lidé konzumují média.⁹⁴ Zaujaté zpravodajství je v mainstreamových médiích běžné a odvíjí se od politických názorů samotného média.⁹⁵ Tento dobře zavedený trend byl dále posílen již popsanou fragmentací a rozšířením interpretační žurnalistiky.⁹⁶ Může to být také ovlivněno konkrétním vztahem mezi politikou a médii v dané zemi. **Politický paralelismus**⁹⁷ je úroveň souladu mezi zpravodajskými médii v zemi a jejím politickým systémem.⁹⁸ Vyšší úroveň paralelismu bývají spojovány s větší mediální zaujatostí, jak ve výrobě, tak ve spotřebě, a s

⁸⁸ Dánsko, Francie, Německo, Itálie, Nizozemsko, Španělsko, Švédsko a Spojené království.

⁸⁹ Viz Newman a kol. (2021).

⁹⁰ Viz Mitchell a kol. (2018).

⁹¹ Na základě údajů ze zprávy *Digital Media Report* agentury Reuters z roku 2022 regiony zahrnují následující země: **Střední Evropa:** Rakousko, Česko, Maďarsko, Polsko, Slovensko; **severní Evropa:** Dánsko, Finsko, Norsko, Švédsko; **jižní/jihovýchodní Evropa:** Bulharsko, Chorvatsko, Itálie, Španělsko, Řecko, Rumunsko; **západní Evropa:** Belgie, Irsko, Nizozemsko a Švýcarsko.

⁹² Na základě údajů ze zprávy *Digital Media Report* agentury Reuters z roku 2022 regiony zahrnují následující země: **Střední Evropa:** Rakousko, Česko, Maďarsko, Polsko, Slovensko; **severní Evropa:** Dánsko, Finsko, Norsko, Švédsko; **jižní/jihovýchodní Evropa:** Bulharsko, Chorvatsko, Itálie, Španělsko, Řecko, Rumunsko; **západní Evropa:** Belgie, Irsko, Nizozemsko a Švýcarsko.

⁹³ Viz Mitchell a kol. (2018).

⁹⁴ Viz Ardèvol-Abreu a Zúñiga (2017).

⁹⁵ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

⁹⁶ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

⁹⁷ Podle Hallina a Manciniho (2017) lze politický paralelismus chápat prostřednictvím čtyř jevů: „strukturální vazby mezi médii a politickými organizacemi; politická příslušnost novinářů, vlastníků a výkonných pracovníků médií; mediální obsah; a vzorce spotřeby zpráv“.

⁹⁸ Viz Hallin a Mancini (2017).

omezenějším zastoupením témat i zdrojů. Politický paralelismus se silněji vyskytuje v jihoevropských zemích, zejména v Itálii, Španělsku a Francii, a je nižší v zemích severní a západní Evropy.⁹⁹

Je však důležité rozlišovat mezi zaujatostí a vnímáním zaujatosti. Zatímco média mají často určitý názorový příklon, vlastní vnímání není objektivním popisem obsahu zdroje, ale spíše odrazem toho, do jaké míry se zdroj shoduje s našimi vlastními názory.¹⁰⁰ Například v roce 2018 organizace Pew zkoumala politické sklony čtenářů evropských zpravodajských médií a porovnávala je s tím, jak jsou tato média vnímána čtenáři z pohledu příslušnosti k určitému politickému proudu. Studie došla k závěru, že čtenáři jsou mnohem méně spojeni s konkrétními politickými proudy, než jak to vnímali respondenti studie.¹⁰¹ A přestože neobjektivní zpravodajství může posílit polarizující postoje ke kontroverzním otázkám, existuje jen málo důkazů o tom, že podněcuje afektivní, nebo dokonce postojeovou polarizaci.¹⁰² Na druhou stranu vnímání zaujatosti má měřitelné účinky. Jedna americká studie zjistila, že vnímaná zaujatost médií má škodlivý dopad na veškeré používání zpráv (bez ohledu na zdroj) a způsobuje, že se lidé zpravodajství vyhýbají.¹⁰³ To by mohlo urychlit pokles konzumace zpráv, jelikož obvinění ze zaujatosti se stala zbraní jak v rámci mainstreamových médií s cílem poškodit konkurenty, tak zvenčí.

Navzdory svému stigmatu není neobjektivnost vždy špatnou věcí. Přestože se čtenáři snaží vyhýbat zaujatému zpravodajství, mnozí jsou také kritičtí vůči naprosté neutralitě, která může poskytovat platformu a určitou míru důvěryhodnosti postojům, které považují za škodlivé. Francouzský kanál *BFMTV* je jedním z příkladů, jak mohou média pod vlajkou neutrality poskytovat populistické zpravodajství. Jak uvedl jeden politický reportér kanálu: “My v *BFMTV* tu nejsme od toho, abychom soudili. Mluvíme se všemi.”¹⁰⁴ To je znepokojivé zejména v otázkách, jako je změna klimatu nebo vakcíny, u kterých by rovnocenné pokrytí obou názorových stran mohlo vytvořit „falešnou ekvivalenci”.¹⁰⁵ Zpráva *Digital News Report* agentury Reuters z roku 2021 zjistila, že 17 % účastníků na celém světě si myslí, že slabším argumentům by se mělo poskytovat méně času, zatímco 24 % se domnívalo, že existují některé otázky, ke kterým by se nemělo přistupovat neutrálně. V obou měřeních se ukázalo, že druhý názor je bližší mladším respondentům, zejména v otázkách sociální spravedlnosti.¹⁰⁶

Neklesá však pouze důvěra v média, ale také zájem o zpravodajství obecně. Celosvětově zájem klesl z 63 % v roce 2017 na 51 % v roce 2022, zatímco prudce vzrostlo selektivní vyhýbání se zpravodajství, kdy se ve Spojeném království se v tomto období dokonce zdvojnásobilo. Lidé se vyhýbají zprávám z několika důvodů: nedůvěra v média, vyčerpání z opakujících se krizí, potíže s porozuměním složitým narativům a také obecná apatie a nezájem.¹⁰⁷ Tento trend je vážnou hrozbou, protože média pomáhají občanům porozumět světu kolem nich, plnit jejich odpovědnost při obraně demokracie a volat ty, kdo jsou u moci, k odpovědnosti.¹⁰⁸ Bez spolehlivých informací a důsledného porozumění událostem by občané mohli být také zranitelnější vůči dezinformacím a polarizujícím vlivům.

Je zajímavé, že navzdory negativním trendům v důvěře, vnímání a spotřebě Evropané stále přikládají médiím velkou hodnotu. Nejvyšší hodnotu pro fungování společnosti přikládali respondenti médiím ve Švédsku (95 %) a Německu (90 %). Na děleném třetím místě skončily Španělsko s Nizozemskem s celkovým skóre důvěry 88 %. Dále následují Dánsko (85 %), Spojené království (81 %), Francie (76 %) a Itálie (75 %). Tato čísla ukazují na relativně vysoké uznání médií napříč kontinentem.¹⁰⁹

Neexistuje jediný způsob, jak pochopit to, jak si lidé vytvářejí vlastní vnímání médií. Jedna americká studie zjistila, že tuto důvěru nejlépe vysvětluje politická ideologie a postoje člověka vůči vládě, spoluobčanům a ekonomice.¹¹⁰ Studie organizace Pew v Evropě však zjistila, že politická ideologie není tím nejlepším determinantem; namísto toho označila víru v populistické myšlenky.¹¹¹ Tyto otázky vyžadují další výzkum, ale je jasné, že vnímání zaujatosti ovlivňuje důvěru v mainstreamová média, což brání tomu, aby média vykonávala funkci klíčové součásti evropských demokracií.

⁹⁹ Viz Fletcher a Jenkins (2019).

¹⁰⁰ Viz Gunther (1992).

¹⁰¹ Viz Mitchell a kol. (2018).

¹⁰² Viz Wojcieszak a kol. (2021).

¹⁰³ Viz Ardèvol-Abreu a Zúñiga (2017).

¹⁰⁴ Viz Schofield (2014).

¹⁰⁵ Viz Newman a kol. (2021).

¹⁰⁶ Viz Newman a kol. (2021).

¹⁰⁷ Viz Newman a kol. (2022).

¹⁰⁸ Viz Thurman a Fletcher (2019).

¹⁰⁹ Viz Newman a kol. (2021).

¹¹⁰ Viz Lee (2010).

¹¹¹ Viz Mitchell a kol. (2018).

Lokální přístupy k řešení problematických médií

Příčinný vztah mezi médii a polarizací není dosud objasněn. Přestože je významnost tohoto vztahu nutné brát s rezervou, existují některé aspekty médií, jak jejich produkce, tak konzumace, jejichž adresování by mohlo pomoci reagovat na polarizaci a šíření protivládních nálad. Tyto aspekty by však neměly být analyzovány pouze optikou role médií v polarizaci; spíše by měly být začleněny do širšího chápání faktorů, které vedou lidi k zastávání polarizovaných a extremistických názorů obecně. Tento přístup umožňuje odborníkům jít nad rámec debaty o tom, zda populární názory formují média nebo je tomu naopak, a zaměřit se na zranitelnost jednotlivců a celé komunity vůči extremismu. Tato část představuje projekty a přístupy, které byly zavedeny napříč Evropou k řešení některých kritických aspektů nabídky a poptávky ve sféře médií s cílem podpořit sociální soudržnost na místní úrovni. Poskytují důležitá ponaučení a inspiraci k řešení tohoto složitého problému v širším rámci boje proti extremismu, nenávisti a polarizaci.

Posílení kritického myšlení a (digitální) mediální gramotnosti

První část poskytuje přehled dynamiky poptávky lidí konzumujících mainstreamová a alternativní média a jak je tento obsah může ovlivnit. V tomto ohledu se odborníci v celé Evropě snaží chránit zranitelné skupiny před problematickými narativy (včetně potenciálně polarizujícího obsahu v médiích) prostřednictvím podpory a posilování dovedností kritického myšlení a (digitální) mediální gramotnosti. Dovednosti kritického myšlení jsou zcela zásadní pro to, aby lidé mohli nezávisle posuzovat informace a vytvářet si zdravý úsudek. Mediální gramotnost je nezbytná pro zlepšení schopnosti lidí porozumět, analyzovat a používat mediální zpravodajství. I když různé publikum bude reagovat na různé přístupy, kritické myšlení a mediální gramotnost jsou neocenitelné součásti obecných strategií k vytváření komunit odolných vůči extremismu.¹¹² Tato část obsahuje příklad programu kritického myšlení a mediální gramotnosti.

Iniciativa Be Internet Citizens¹¹³ je příkladem vzdělávacího programu, jehož cílem je podporovat mladé lidi v tom, aby používali internet s využitím mediální gramotnosti, kritického myšlení a digitálního občanství. Vzdělávací program je vysoce přizpůsobitelný a byl aplikován v Bulharsku, Francii, Řecku, Itálii, Severní Makedonii, Rumunsku, Švédsku a Spojeném království. Program využívá interaktivní cvičení a aktivity k rozvoji dovedností pedagogů mimo formální vzdělávání tak, aby zvýšil povědomí o škodlivosti dezinformací, zaujatosti, šikany a polarizujícího obsahu online mezi teenagery a rodiči. Tyto zdroje umožňují mladým lidem uchopit problémy, které jsou přímo i nepřímo spojeny s médii, a motivují je k tomu, aby identifikovali a prozkoumávali neobjektivní a senzacechtivé zpravodajství, dezinformace a polarizující obsah. V každém případě program mladým lidem pomáhá pochopit problematiku a nacházet různá řešení.

Poznámky pro odborníky

Program Be Internet Citizens je příkladem důležitosti spolupráce jak s pedagogy, tak s mladými lidmi, který zajišťuje udržitelné uplatňování, využívá hodnotu neformálního vzdělávání a zvyšuje efektivitu učení pomocí pohlcujících a zábavných her a interaktivních aktivit. Jak samotné zdroje, tak lekce, které nabízejí, jsou dobrou inspirací pro odborníky, kteří se snaží naučit dospívající osoby mediální gramotnosti a odolnosti vůči problematickému zpravodajství.

Kontranarativy a strategická komunikace

V době, kdy důvěra v média a zájem čtenářů v celé Evropě klesá, by odborníci měli také zvážit, jak zvýšit zapojení občanů a jejich zájem o spolehlivé sdělovací prostředky. Komunikační kampaně a na míru šité zpravodajské programy mohou pomoci vzdělávat lidi o médiích, zdůraznit jejich důležitost, zjednodušit složitá sdělení a působit proti potenciálně polarizujícím vlivům. Toto je obzvláště důležité pro zapojení mladého publika, které celkově konzumuje média méně a ve více omezených formátech, takže řešení by se měla zaměřit na prostory, které mladí lidé navštěvují, jako jsou sociální média. Místní, národní a mezinárodní

¹¹² Countering Violent Extremism (CVE) Working Group, Strategic Communications Initiative, 2017, s. 5.

¹¹³ Viz <https://internetcitizens.withyoutube.com/>.

představitelé mohou také přispět tím, že budou využívat strategickou komunikaci, která jim pomůže vypořádat se s kontroverzními a složitými otázkami, které mají potenciál polarizovat publikum. Tato část obsahuje příklady komunikačních kampaní, které se zaměřují na prevenci a zmírnění následků klesajícího a polarizujícího používání médií.

Dare to be Grey¹¹⁴ je kampaň na sociálních sítích vytvořená a řízená mladými lidmi v Nizozemsku s cílem řešit polarizaci. Prostřednictvím různého multimediálního obsahu a zapojení kampaň využívá online analýzu dat, propaguje různé nápady a podporuje názorovou umírněnost, čímž povzbuzuje účastníky k tomu, aby v otázkách, které rozdělují, zastávali „šedý“ (nevyhraněný) postoj a byli opatrní vůči akcím, které by mohly posílit polarizované černo-bílé vnímání. Projekty, jako je tento, jsou klíčovým nástrojem prevence: pomáhají lidem porozumět aktuálnímu dění, zorientovat se ve světě neobjektivního zpravodajství a využívat kritické myšlení k dosažení hlubšího porozumění. Projekt Dare to be Grey také nabízí prostředky k mobilizaci účastníků, aby dokázali pomáhat ostatním. Vzhledem k tomu, že projekt je primárně založen na sociálních médiích a je provozován mladými lidmi, má dobrou pozici k tomu, aby oslovil malé uživatele, kteří jsou pasivními konzumenty zpráv nebo kteří aktuální dění vnímají prostřednictvím výkladu jiných lidí. Kampaň je v současné době zaměřena konkrétně na nizozemský trh: to jí umožňuje přizpůsobit svůj přístup nizozemským uživatelům, a vytvořit tak funkční model pro místní intervence prostřednictvím sociálních médií, které mohou vybudovat odolnost mezi zranitelnými uživateli a mobilizovat zdánlivě nedotčenou většinu, aby se stala součástí řešení.

Poznatky pro odborníky

Přestože je projekt Dare to be Grey speciálně přizpůsoben prostředí v Nizozemsku, je cenným modelem pro odborníky z celé EU. Jeho poutavý obsah a skutečnost, že je veden mladými lidmi, ho činí přitažlivějším pro mladší publikum, zatímco jeho využití sociálních médií umožňuje škálování v konkrétním prostředí při relativně nízkých nákladech. Ukazuje také na důležitost přizpůsobení obsahu konkrétnímu prostředí a potřebu udržovat přístup aktuální, aby držel krok s měnícími se trendy online a měnícími se prioritami. Projekt Dare to be Grey demonstruje důležitost kampaní, které jsou skutečně vedeny mládeží; Evropští odborníci by tak měli prozkoumat způsoby, jak podpořit mladé lidi při vytváření a řízení dalších kontrarnativních kampaní speciálně pro mladé publikum.

Satirické zpravodajské pořady. V návaznosti na popularitu pořadu *The Daily Show* ve Spojených státech došlo k nárůstu satirických zpravodajských pořadů, z velké části zaměřených na dospívající s cílem zvýšit jejich zájem o aktuální dění. S tím jak americké pořady, jako je *Last Week Tonight* s Johnem Oliverem, nadále přitahují pozornost mezinárodního publika, se podobné pořady začali objevovat i v Evropském prostředí. Příklad je komik Arjen Lubach v Nizozemsku, který si získal mezinárodní slávu poté, co rozpoutal videokampaň „America First“, která zaplavila Evropu. Existují také výhradně online pořady, jako je *Juice Media* v Austrálii, který se těší celosvětovému publiku a pokrývá globální záležitosti. Styl a tón pořadu jsou vhodné pro mladší publikum, zatímco jeho formát činí komplexní témata přístupnými a dynamickými.

Poznatky pro odborníky

Tyto zpravodajské programy poskytují důležité nástroje pro kontrolu politiků a komerčních aktérů tím, že vrhají světlo na konkrétní problémy, které jsou v mainstreamovém zpravodajství často přehlíženy. Stojí však za zmínku, že satirický přístup může být pro některé odrazující, a mohl by mít dokonce polarizující účinek na publikum, které silně zastává opačné populistické názory. I když satirické zpravodajské pořady upozorňují na problematické postavy napříč politickým spektrem, obecně mají tendenci být nakloněny směrem doleva, což může přispět k pocitu, že populární média jsou neobjektivní a zaujatá. I s ohledem na tato rizika je tato směs komedie a zpráv opakovatelným přístupem, který by mohl být začleněn do lokalizovaných komunikačních kampaní a mediálních programů. Tento přístup se také velmi dobře hodí pro sociální média a mohl by být využit k přinášení zpráv na video platformy, jako jsou TikTok a Instagram. Při tom by měli odborníci zvážit spolupráci s influencery, aby přilákali větší publikum.

¹¹⁴ Viz <https://www.daretobegrey.com/>.

Místní samosprávní aktéři by také měli zvážit využití širší strategické komunikace, aby se minimalizoval polarizační potenciál zpravodajství o citlivých nebo kontroverzních tématech.

Návrat zahraničních teroristických bojovníků a jejich rodin je citlivé a kontroverzní téma, které může vyvolat značnou pozornost médií a vést k polarizaci v komunitách. To je způsobeno (mylnými) předpoklady, strachem a hněvem vůči lidem, kteří jsou vnímáni jako osoby zapojené do terorismu nebo teroristických skupin. V důsledku toho komunikace týkající se těchto navrátilců představuje dilema a výzvu v rámci širšího procesu rehabilitace a reintegrace. Důležitou roli v tomto ohledu hrají média, ať už mainstreamová nebo alternativní. Výzvy spojené s komunikací ohledně vracějících se osob zahrnují nemožnost sdílet všechna data kvůli právu na ochranu soukromí, což přispívá ke stigmatizaci, prohlubování strachu a šíření dezinformací.

Poznatky pro odborníky

Odborníci o tomto problému diskutovali na online setkání RAN LOCAL v květnu 2020, kde se dohodli se na seznamu osvědčených postupů při zapojování médií, aby odstranili nebo zmírnili dopady těchto problémů. Jedním z doporučení je co nejdříve vytvořit partnerství s médii, v ideálním případě ještě předtím, než se uvedené osoby vrátí do svých komunit.¹¹⁵ Dalším doporučením je vytvoření společného jazyka pro komunikaci s médii, což znamená, že zúčastněné strany musí být konzistentní a přesné ve svých sděleních, aby se zajistilo, že nedojde k nesprávné komunikaci, která by mohla podnítit napětí. Ve stejném duchu by měli odborníci dbát na to, aby jasně vymezili role a odpovědnosti při interakci s médii, včetně jasného pochopení toho, jaká data lze a nelze sdílet. Jako příklad dobré praxe pro usnadnění komunikace mezi všemi relevantními stranami byla zmíněna pracovní skupina AG Kosti pro místní struktury pro prevenci islamismu v Dolním Sasku v Německu.¹¹⁶

Podpora spolehlivé žurnalistiky

Dalším aspektem, který je třeba zvážit, je produkce zpráv: strategie musí prozkoumat způsoby, jak chránit a podporovat spolehlivou žurnalistiku a zároveň identifikovat problematické zpravodajství a reagovat na něj. V centru toho stojí samotní novináři. Všechny dosud uvedené strategie jsou závislé na existenci kvalitní žurnalistiky, která vyžaduje dobře vyškolené novináře, kteří získávají adekvátní a vhodnou podporu k tomu, aby pracovali efektivně a v souladu s hodnotami otevřené, pluralitní společnosti.

Centrum pro pluralitu a svobodu sdělovacích prostředků (CMPF)¹¹⁷ pracuje na ochraně médií v celé Evropě prostřednictvím čtyř hlavních kanálů: výzkumu, diskusí, vzdělávání a školení a šíření výsledků. CMPF, které spolufinancuje Evropská unie, nabízí řadu školicích programů pro novináře a odborníky, stejně jako síťový přístup k poskytování klíčové podpory, včetně právních odborných znalostí, informací a nástrojů, veřejných fór, přeshraniční výměny nebo ocenění. Díky tomu centrum umožňuje novinářům na místní úrovni a na celém kontinentu chránit budoucnost evropských médií.

Poznatky pro odborníky

Evropští odborníci nemusí tuto výzvu řešit sami; měli by vyhledat všechny druhy podpory od Evropské unie nebo sousedních zemí, včetně sdílení rad, osvědčených postupů, inspirace a příležitostí pro přímější podporu, jako je financování nebo poskytování zdrojů.

RNTC Media¹¹⁸ je žurnalistický školicí program v Nizozemsku řízený společností RMW Media. Na rozdíl od jiných vzdělávacích programů vítá občanské i profesionální novináře a zaměřuje se na využití žurnalistiky k podpoře společenských změn. Učební osnovy

¹¹⁵ Viz Wouterse a Gssime, 2020, s. 4–8.

¹¹⁶ Další informace jsou k dispozici na adrese <https://beraten-niedersachsen.de/>.

¹¹⁷ Viz <https://cmpf.eu.eu/>.

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

programu zahrnují tvorbu obsahu a kampaní na sociálních sítích, aby umožnily účastníkům účinně využívat média a dovednosti v oblasti mediální gramotnosti, které pomáhají bojovat proti dezinformacím. Program zapojuje účastníky do procesu tvorby, aby jim pomohl vybudovat si porozumění žurnalistice prostřednictvím praxe a osvojit si užitečné dovednosti. Tento dokument pojednává o roli, kterou může hrát občanská žurnalistika (jak pozitivní, tak negativní), a jak se digitalizace stává absolutní, tento trend bude pravděpodobně pokračovat. Proto je důležité aplikovat žurnalistické školení, které dokáže využít tento trend k podpoře spolehlivého zpravodajství a pomoci bezpečně a efektivně šířit zprávy prostřednictvím sociálních médií.

Poznatky pro odborníky

Program RNTC Media nabízí příklad toho, jak může mediální školení podpořit odpovědnou žurnalistiku ze strany občanů i profesionálních novinářů. Občanská žurnalistika může být i škodlivá, a proto může být lákavé již zcela eliminovat; její historie v prosazování lidských práv je však významná a tato forma žurnalistiky se pravděpodobně stane v digitálním věku významnější. Evropští odborníci by si měli z tohoto úspěšného programu vzít poznatky a sdílet kritické znalosti a dovednosti v širším měřítku.

„Zpravodajská iniciativa“ EU¹¹⁹ byla spuštěna za účelem budování „stávajících a nových akcí na podporu sektoru zpravodajských médií“. Iniciativa zaujímá holistický přístup prostřednictvím kombinace politických přístupů a financování a snaží se řešit výzvy, kterým čelí zpravodajská média. V rámci tohoto programu bude vyčleněno 75 milionů EUR částečně na granty na projekty, které umožňují a podporují nezávislou žurnalistiku, a také na granty na mediální gramotnost, ověřování faktů, online média a další.

Poznatky pro odborníky

Program již probíhá a zúčastnění evropští odborníci by měli sledovat příležitosti pro podporu nebo spolupráci, které přináší. Tato iniciativa je také dobrým vzorem pro více lokalizované přístupy, jejichž prostřednictvím by národní nebo místní vlády mohly organizovat své mediální strategie tak, aby byly komplexnější a umožnily větší spolupráci s ostatními zúčastněnými stranami, včetně občanské společnosti.

Monitoring médií

Problematický a citlivý obsah ve zpravodajských médiích je nevyhnutelný. Monitorování médií je důležité jak pro odborníky, tak pro tvůrce politik, aby porozuměli ekosystému zpravodajských médií, včetně hlavních nenávistných a polarizujících narativů a sítí zpravodajských médií, která produkují a šíří problematický obsah. Toto porozumění je nezbytné pro návrh politik a programů na místní úrovni založených na důkazech a přízpusobených hrozbám a rizikům, které extrémní obsah představuje.

Monitorování médií lze provádět manuálně prostřednictvím zpravodajství z otevřených zdrojů, což je zvláště užitečná metoda při vyhledávání konkrétních dat. Další metodou monitorování je použití automatizovaného sběru a analýzy dat pomocí softwaru umělé inteligence. Tento přístup je vhodnější pro informování příslušných zúčastněných stran o veřejném sentimentu ohledně určitého tématu a pro mapování sítí. Při této práci je nutné, aby ti, kdo monitorování médií provádějí, dodržovali pravidla týkající ochrany soukromí a osobních údajů. Tato část obsahuje příklad efektivního programu monitorování médií.

Monitor plurality médií¹²⁰ je nástroj vyvinutý EU pro sledování plurality médií, který používá soubor 25 klíčových ukazatelů hodnotících základní ochranu, pluralitu trhu, politickou nezávislost a sociální začlenění ve veřejnoprávních, komerčních a komunitních médiích. Zprávy vytvořené pomocí tohoto nástroje z let 2018, 2019 a 2020 jsou dostupné online.

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

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

Poznatky pro odborníky

Nástroje, jako je tento, mohou při použití nezaujatou osobou pomoci místním a národním aktérům lépe porozumět mediálnímu prostředí ve své zemi a odhalit potenciální hrozby polarizujících a problematických médií a také trendy, které mohou ohrozit pluralitu médií.

Úvahy pro místní odborníky

- Veškeré reakce musí být založeny na důkazech, avšak v současnosti existuje příliš málo výzkumu na to, aby bylo možné skutečně informovat o účinných a udržitelných politikách a programech. Zatímco na toto téma a jeho potenciální důsledky přibývá výzkumu, jeho velká část se zaměřuje na USA, které se s těmito výzvami potýkají odlišným způsobem nebo Evropa. Odborníci z EU by měli vycházet ze stávajícího výzkumu, ale měli by také provádět nebo podporovat nový výzkum, včetně lokalizovaného výzkumu zaměřeného na konkrétní komunity nebo cílených informačních intervencí.
- Vztah mezi médii a polarizací není dosud zcela objasněn. Odborníci by měli k této výzvě přistupovat s odhodláním a zároveň dbát na to, aby tomuto vztahu nepřikládali neoprávněnou váhu nebo nezintenzivnili negativní vnímání médií, které může vést k ještě nižšímu zájmu mezi spotřebiteli. I když je třeba problémy se zpravodajskými médii řešit, média jsou stále kritickým spojencem a nedílnou součástí fungující demokracie, kterou je třeba chránit.
- Nedostatek financí představuje vážnou hrozbu pro budoucnost zpravodajských médií. Přestože komercializace pomohla médiím získat větší politickou nezávislost, vytvořila také větší závislost na tržních silách, která vede ke konsolidaci médií do mediálních impérií. Výnosy z reklamy nejsou dostatečné a lidé nejsou zvyklí za tato média platit.¹²¹ V tomto náročném prostředí mohou být pro ochranu nezávislé žurnalistiky nezbytné politické zásahy. Získání podpory občanů pro tyto kroky však bude vyžadovat obrovské úsilí.
- Rozvoj technologií přesunul zpravodajská média do virtuálního prostoru. Pandemie tento proces dále katalyzovala, přestože mnoho lidí stále získávalo informace související s Covid-19 z televizního vysílání. V důsledku toho se dezinformace, konspirační narativy a nenávistný obsah, většinou přítomný na alternativních médiích, rozšířily internetem jako lavina. Odborníci musí být lépe vybaveni pro práci v online prostoru, zapojení publika a navrhování intervencí vhodných pro toto prostředí.
- Jako součást účinné reakce na polarizující obsah na alternativních mediálních platformách byla často navrhována cenzura. Úplné odstranění nenávistného a polarizujícího obsahu nebo zákaz extrémních platforem se z krátkodobého hlediska jeví jako rozumné řešení: pokud se odstraní nabídka problematického obsahu, čtenáři se k němu nedostanou. Cenzura je však pravděpodobně ve střednědobém až dlouhodobém horizontu neúčinná a dokonce kontraproduktivní. Za prvé, cenzuru mohou vlády zneužít k umlčení kritických zpravodajských médií. Zadruhé, cenzurovaná média se mohou znovu usadit v jiné jurisdikci mimo dosah zákona nebo pod jiným názvem. Za třetí, pomíneme-li svobodu projevu, může cenzura problematických médií, včetně obsahu od extremistických skupin, posílit přesvědčení, že regulace médií je zkorumpovaná a vytvořená tak, aby skryla „pravdu“.¹²² To by zase mohlo posílit konspirační narativy a extremistické hlasy.
- Novináři jsou důležitou součástí alternativních populistických zpravodajských médií. Slouží jako strážci populistických aktérů a jejich narativů, interpretují svá vlastní sdělení a sami vytvářejí populistická sdělení. Proto je důležité spolupracovat s novináři a zvyšovat jejich povědomí o rizicích spojených s nedbalým a neetickým zpravodajstvím. Kromě toho

¹²¹ Newman a kol. 2022, s. 62–109.

¹²² Viz Síť pro zvyšování povědomí o radikalizaci (2019).

by se novináři měli zapojovat do tvorby účinného řešení populistického zpravodajství tím, že budou provádět spolehlivou žurnalistiku a reagovat na problematický obsah.

- Veřejnoprávní média jsou zásadní součástí mediálního ekosystému a budou potřebovat podporu, aby se dokázala přizpůsobit měnícímu se prostředí a aby byla zachována jejich jedinečná role. Mnoho veřejnoprávních vysílacích společností v celé Evropě je financováno z daní, ale tento model je proveditelný pouze tehdy, pokud jim většina občanů důvěřuje jako zpravodajskému zdroji a nadále vnímá jejich vysokou hodnotu. Vlády by měly prosazovat politiky, které chrání veřejnoprávní média a zajišťují jejich financování, aniž by narušovaly jejich nezávislost nebo ovlivňovaly jejich důvěryhodnost, zatímco jiní odborníci budou muset pomoci zajistit, že si tato média zachovají podporu a přízeň občanů.
- Ověřování faktů a různorodý obsah jsou užitečné strategie prevence, ale je nepravděpodobné, že budou mít silný pozitivní účinek na ty, kteří jsou již polarizovaní nebo zastávají populistické názory. Některé výzkumy ukazují, že tyto nástroje mohou mít dokonce negativní vliv. Oba jsou součástí společné strategie proti polarizaci a dezinformacím, takže odborníci musí mít při navrhování projektů na paměti konkrétní potřeby publika, aby zajistili, že nezpůsobí více škody než užitku.
- Přestože se krajně pravicovému extremismu a konspiračním narativům věnuje stále větší porozumění a pozornost, musí být toto úsilí podpořeno vládními finančními závazky, aby bylo zajištěno, že příslušné zúčastněné strany budou mít dostatečné zdroje a kapacity k řešení tohoto problému. To zároveň neznamená, že by stávající programy zaměřené na násilný islamistický extremismus měly být depriorizovány, protože navzdory územnímu úpadku Islámského státu a relativně menšímu počtu teroristických útoků v Evropě je hrozba, kterou představují násilné islamistické skupiny, všudypřítomná. Ve vztahu k médiím a polarizaci to znamená, že odborníci by měli nadále konzultovat s místními osobami s rozhodovací pravomocí relevantní hrozby, aby jim v tomto ohledu dokázali pomoci. Úloha médií v polarizaci je klíčovým pilířem a jako taková by měla být přiměřeně reflektována v politických debatách.

Doporučení

1. Provádějte lokalizovaný výzkum, který pomůže informovat o místních, národních a celoevropských strategiích.
2. Vyhybání se zpravodajství je vážným problémem. Odborníci by měli povzbuzovat lidi k tomu, aby se zajímali o aktuální dění, a to zejména akademicky znevýhodněné a mladé lidi. Mezi způsoby, jak toho dosáhnout, patří lepší občanské vzdělávání, které pomůže uvést aktuální dění do kontextu, kampaně, které lidem pomohou pochopit význam médií a odstranit obavy z jejich zaujatosti, které podkopávají důvěru v média, a iniciativy, které zajistí, aby se zprávy staly snadněji konzumovatelné a srozumitelné.
3. Zahrnujte žurnalistiku a média jako témata do občanského vzdělávání, a to jak ve formálním, tak neformálním vzdělávání. To pomůže lidem zvážit a pochopit důležitost žurnalistiky, stejně jako proces a etiku, které jsou základem přípravy a šíření zpráv prostřednictvím médií.
4. Podporujte programy, které propagují kritické myšlení a mediální gramotnost, s cílem chránit zranitelné publikum. Tyto programy musí být přizpůsobeny publiku různého věku, pohlaví, etnik, náboženství a sociálních skupin. Klíčovou součástí těchto programů by měla být podpora účastníků v tom, aby dokázali rozlišovat fakta od názorů, rozpoznat zaujatost ve zpravodajství a konspirační narativy, ověřovat pravdivost zpráv a reagovat na problematický obsah a aktéry.

5. Spolupracujte se zpravodajskými médii a novináři na řešení negativního vnímání mainstreamových médií, abyste vybudovali důvěru, dokázali udržet zájem čtenářů a bojovali proti přitažlivosti alternativních médií. To zahrnuje zlepšení porozumění a povědomí mediálního průmyslu o polarizaci a populismu a o tom, jak může jejich zpravodajství tyto jevy zhoršit.
6. Podporujte etickou a spolehlivou žurnalistiku. Novináři čelí morálním a právním dilematům, když informují o problematickém a polarizujícím obsahu. Je třeba udělat více pro zvýšení povědomí o dopadu, který má přinášení zpráv o citlivých politických otázkách nebo událostech, a vybavit novináře metodami, které zajistí vyvážené podávání zpráv.
7. Úzce spolupracovat s organizacemi zpravodajských médií na politicky citlivých tématech. Vytvořte komunikační plán, do kterého budou média smysluplně zapojena jako partneři, aby mohla o tématech adekvátně informovat, aniž by šířila strach nebo dezinformace a stigmatizovala komunity.
8. Vytvářejte struktury a platformy, které usnadňují vzájemnou spolupráci mezi odborníky, výzkumníky, tvůrci politik, novináři, vlastníky médií a technologickými společnostmi. Média a polarizace jsou složité problémy vyžadující společnou a koordinovanou reakci všech příslušných zúčastněných stran.
9. Cenzuru aplikujte s obezřetností tak, abyste zajistili ochranu svobody projevu, a nezneužívejte toto opatření. Vzhledem k tomu, že cenzura může vést k posílení přesvědčení o spiknutí proti již radikalizovaným skupinám, naplánujte si reakce, které tyto vedlejší efekty zmírní. V situacích, kdy důsledky mohou způsobit více škody než užítku, posuďte, zda je cenzura tím správným přístupem.
10. Žeňte média, jejich vedoucí pracovníky a zaměstnance, kteří produkují a šíří obsah klasifikovaný jako nenávistné projevy, k odpovědnosti. Sankce by měly být přiměřené, aby se zajistilo, že nebudou pouze posilovat jejich postavení. Je však důležité si uvědomit, že sankce tento problém nevyřeší. K pochopení a k reakci na faktory, které je vedly k produkci a/nebo šíření problematického obsahu, je zapotřebí širší plán zapojení.
11. Monitorujte zpravodajská média a jejich dopad. To může zahrnovat specializované výzkumné týmy a vytvoření otevřené platformy, na kterou mohou uživatelé hlásit problematický obsah. Pokuste se využít možností umělé inteligence k detekci extremistického obsahu a sítí a k pochopení pozice a názorů spotřebitelů online zpravodajství.

O autorech:

Kelsey Bjornsgaard je vedoucí projektu Strong Cities Network organizace Institute for Strategic Dialogue, kde vede vývoj modelů budování kapacit pro posílení místně vedených přístupů k prevenci a boji proti násilnému extremismu. Úzce spolupracuje s představiteli obcí, předními odborníky z praxe, občanskou společností a mladými místními aktéry na budování kritických kapacit a řízení meziodvětvové koordinace s cílem prosazovat komunitní řešení v celosvětovém měřítku. Kelsey je držitelkou magisterského titulu v oboru mezinárodních konfliktů z King's College London a bakalářského titulu v oboru evropských studií na University of Oklahoma.

Simeon Dukić je výkonným ředitelem projektu Strong Cities Network organizace Institute for Strategic Dialogue, kde vede výzkum, oblast zapojení do sítě a podporuje úsilí obcí při řešení extremismu, nenávisti a polarizace v Evropě a Asii. Jeho práce se zaměřuje na mapování regionálního offline a online prostředí hrozeb, využívání místních rámců prevence, posilování národní a místní spolupráce a posilování mládeže v boji proti nenávisti, polarizaci a extremismu. Simeon je držitelem magisterského titulu v oboru zpravodajství a mezinárodní bezpečnosti na King's College London a bakalářského titulu v oboru globální výzvy na Leiden University College v Haagu.

Bibliography

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. září 2018). 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*. Sít pro zvyšování povědomí o radikalizaci. Úřad pro publikace Evropské unie. 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

Galineau, K. (2019, March 16). 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.

Ihlebaek, K. A., & Nygaard, S. (2021). Right-wing alternative media in the Scandinavian political communication landscape. In E. Skogerbo, 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., Kutiyiski, 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. května 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. června 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* (8th Edition). Reuters Institute for the Study of Journalism.
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* (7th 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* (11th Edition) Reuters Institute for the Study of Journalism.
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* (10th 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. (2012, July 4). Szorosra zárt ajtón dörömböl Washingtonban a kormány. *Origo*. <https://www.origo.hu/itthon/20120703-amerikai-kepviselektol-ker-segitseget-orban-az-internetes-gyuloletbeszed-megfekezesere.html>

Sít' pro zvyšování povědomí o radikalizaci. (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

Sít' pro zvyšování povědomí o radikalizaci. (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

Rákay, F. (15. srpna 2008). About the Kuruc.info news portal. *Kuruc.info*. <https://kuruc.info/r/40/27066/>

Schofield, H. (21. října 2014). The channel that's spiced up French TV. *BBC News*. <https://www.bbc.co.uk/news/magazine-29709436>

Schraer, R. (27. listopadu 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]. Sít' pro zvyšování povědomí o radikalizaci. 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* (s. 51–63). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203877685>

VYHLEDÁVÁNÍ INFORMACÍ O EU

Online

Informace o Evropské unii ve všech úředních jazycích EU jsou k dispozici na webových stránkách Europa na adrese: https://europa.eu/european-union/index_en

Publikace EU

Publikace EU si můžete zdarma stáhnout nebo objednat na adrese: <https://op.europa.eu/en/publications>. Více kopií bezplatných publikací můžete získat kontaktováním sítě Europe Direct nebo místního informačního centra (viz https://europa.eu/european-union/contact_en).

Evropské právo a související dokumenty

Pro přístup k právním informacím z EU, včetně veškerého práva EU od roku 1952 ve všech oficiálních jazykových verzích, přejděte na webové stránky EUR-Lex na adrese: <http://eur-lex.europa.eu>

Otevřená data z EU

Portál Otevřená data v Evropě (<http://data.europa.eu/euodp/en>) poskytuje přístup k datovým sadám z EU. Data lze zdarma stáhnout a bezplatně dále použít pro komerční i nekomerční účely.

Radicalisation Awareness Network

RANI

Practitioners



Publications Office
of the European Union