



# Mediji i polarizacija u Europi: strategije za lokalne stručnjake za odgovor na problematično izvještavanje

Autori: **Kelsey Bjornsgaard** i **Simeon Dukić**, vanjski stručnjaci RAN-a

Radicalisation Awareness Network

**RAN**   
Practitioners



# **Mediji i polarizacija u Europi: strategije za lokalne stručnjake za odgovor na problematično izvještavanje**

## PРАВNA OBAVIJEST

Ovaj je dokument pripremljen za Europsku komisiju, ali odražava isključivo stavove autora, a Europska komisija nije odgovorna ni za kakve posljedice koje proizlaze iz ponovne uporabe ove publikacije. Dodatne informacije o Europskoj uniji dostupne su na internetu (<http://www.europa.eu>).

Luksemburg: Ured za publikacije Europske unije, 2023.

© Europska unija, 2023.



Politika ponovne uporabe dokumenata Europske komisije provodi se Odlukom Komisije od 12. prosinca 2011. o ponovnoj uporabi dokumenata Komisije (2011/833/EU) (SL L 330, 14. prosinca 2011., str. 39). Ako nije drugačije navedeno, ponovna uporaba ovog dokumenta odobrava se na temelju dozvole Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). To znači da je ponovna uporaba dopuštena pod uvjetom da se na odgovarajući način navede izvor i naznače promjene.

Za bilo kakvu uporabu ili umnožavanje elemenata koji nisu u vlasništvu Europske unije dopuštenje se možda mora zatražiti izravno od nositelja prava.

Mediji su se drastično promijenili pod utjecajem tehnoloških, ekonomskih, društvenih i političkih sila. Početak novog tisućljeća obilježio je optimizam o mogućim demokratizirajućim promjenama u medijima koje su korisnicima donijele širi pristup i više moći. Međutim, više od dvadeset godina kasnije četvrti stup demokracije pati pod teretom dezinformacija, populizma, fragmentacije, nepovjerenja i iscrpljenosti potrošača. Nakon niza kriza, je li moguće da mediji potiču polarizaciju i ekstremizam u Europi? U ovom se radu proučava uloga koju mediji igraju u poticanju polarizacije i ekstremizma te se razmatra način na koji lokalni stručnjaci mogu odgovoriti na taj problem uključivanjem strategije usmjerene na medije u planove za sprječavanje i suzbijanje nasilnog ekstremizma.

## Uvod

Mediji, odnosno novinski mediji, obuhvaćaju „tradicionalne medije” (tisak, radio i televiziju) te „nove medije” koji se objavljuju na internetskim stranicama, mobilnim aplikacijama i društvenim mrežama. Neovisno o tome u kojem su obliku, mediji su ključni dio informacijskog okoliša. Velikim su dijelom odgovorni za postavljanje političkih i društvenih pitanja u određeni kontekst te za informiranje javnosti o ključnim događajima, a u tom procesu često oblikuju i način na koji javnost shvaća ključne probleme. Prema tome, izvor informacija uvelike utječe na to kako će neka osoba shvatiti određene događaje te kako će doživljavati svoje društvo. Utjecaj medija iznimno je velik, stoga u medijskom krajoliku, u kojem se pojavljuje sve više frakcija i sve su češće dezinformacije, postaje ključno istražiti ulogu koju mediji možda igraju u promicanju polarizacije, populizma i ekstremizma u Europi te razmotriti što bi donositelji politika i stručnjaci mogli poduzeti po tom pitanju.

**Polarizaciju** možemo definirati kao razilaženje u mišljenjima koja se vežu za suprotne ekstremističke ideologije. Pojam se može odnositi kako na trenutno stanje, tako i na vremenski proces.<sup>1</sup> Taj pojam možemo shvatiti i kao ponašanje, pri čemu on opisuje kako se članovi neke skupine okupljaju oko određene radnje, primjerice gledanja određenog kanala s vijestima.<sup>2</sup> Zbog polarizacije osobe kompleksnim društvenim pitanjima pristupaju s „crno-bijelog” gledišta pa se oštro sukobljavaju s onima koji imaju drugačije stajalište. Ti su sukobi nešto sasvim različito i ne smije ih se miješati s običnim neslaganjima u kojima osobe iznose i brane različita stajališta. Rasprave o važnim problemima korisne su, ali označavanje skupina koje imaju suprotna stajališta kao „drugih” (što je trend koji se često viđa u polariziranim okruženjima) onemogućuje konstruktivnu raspravu u demokratskom okruženju.

Polarizacija dovodi do oštih podjela u društvu koje često, iako ne uvijek, mogu pripremiti plodno tlo za razvoj ekstremističkih ideologija i pokreta.<sup>3</sup> Ekstremizam buja u okruženju polarizacije jer je cilj ekstremista raširiti sustav uvjerenja utemeljen na osjećaju superiornosti i borbi između identitetskih skupina vlastite skupine („in-group”) i vanjske skupine („out-group”), odnosno „nas” protiv „njih”.<sup>4</sup> U toj borbi „drugi” se često dehumanizira, dok su stajališta i radnje ispunjene mržnjom, a izražavaju se visoka.<sup>5</sup>

Mnoge osobe koje se slažu s ekstremističkim ideologijama ne podržavaju uporabu nasilja. Međutim, oni koji podržavaju nasilje predstavljaju neposrednu prijetnju sigurnosti zajednica, dok oni koji ne podržavaju nasilje često pridonose daljnjem urušavanju socijalne kohezije. Polarizacija i (nasilni) ekstremizam zasebni su, ali povezani fenomeni. Stoga bi stručnjacima koji rade na unaprjeđivanju sigurnosti i ponovnom utvrđivanju poštovanja ljudskih prava i demokratskih vrijednosti rješavanje problema polarizacije trebao biti prioritet.

Uloga medija u ovom kontekstu nije sasvim jasna. Postoji dojam da Europa postaje polariziranija u društvenom i političkom smislu, ali postavlja se pitanje jesu li mediji odgovorni samo za odražavanje polariziranijeg svijeta ili aktivno sudjeluju u promicanju tog trenda. Postoji rizik da mediji izvješćivanjem o polariziranim politikama i političarima doprinose svojevrsnoj **polarizaciji „odozgo prema dolje”**. Iako **polarizacija elita**, polarizirani politički okoliš obilježen udaljavanjem ideologija između različitih stranki i povećanjem homogenosti unutar stranki, ne ukazuje nužno na polarizirano društvo, pokazalo se da utječe na stvaranje javnog

---

<sup>1</sup> Vidi DiMaggio i sur. (1996).

<sup>2</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>3</sup> Vidi McNeil-Willson i sur. (2019).

<sup>4</sup> Vidi Berger (2018).

<sup>5</sup> Vidi Berger (2018).

mnijenja te na **polarizaciju naroda**.<sup>6</sup> To znači da izvješćivanjem o polariziranim politikama ili problemima mediji mogu doprinosti širenju i potvrđivanju polariziranih stajališta.

Usprkos potencijalu za pretvaranje polarizacije elita u polarizaciju naroda, u najnovijim istraživanjima **nije** se pokazalo da mediji glavne struje imaju značajan utjecaj na polarizaciju. To ne znači nužno da mediji nemaju nikakav utjecaj, već ukazuje na to da su istraživanja nedostatna te da se postojećim istraživanjima ne dokazuje ni snažna korelacija, a kamoli bilo kakva uzročnost, između medija i širenja polariziranih uvjerenja. Većim razlogom za zabrinutost pokazala se uloga koju marginalne alternativne medijske platforme igraju u **polarizaciji „odozdo prema gore”**, a osobito s obzirom na to da su mediji glavne struje, inače značajan suradnik u borbi protiv polarizacije, pod prijetnjom zbog promjena u medijskom krajoliku te kriza u povjerenju, financijskoj isplativosti i interesu.

U ovom se izvješću razmatraju aspekti medija koji bi mogli doprinosti polarizaciji, trenutne dinamike uporabe medija u Europi, trendovi koji utječu na te dinamike te pristupi koje bi stručnjaci mogli usvojiti kako bi osmislili učinkovite odgovore na problem.

## Glavni zaključci

- 1. Malo je dokaza o tome da mediji pokreću polarizaciju kod većine potrošača.** Međutim, neki dokazi upućuju na to da bi mediji mogli potvrđivati polarizirane ideologije kod potrošača koji su već polarizirani te da bi alternativni mediji mogli igrati ulogu u razvijanju radikalizma neke osobe u smjeru ekstremizma.
- 2. Populistički alternativni mediji igraju značajnu ulogu u oblikovanju diskursa te ojačavanju polariziranih uvjerenja kod svojih čitatelja.** Ova vrsta medija osobito je utjecajna u zajednicama koje već imaju populistička stajališta te nisku razinu povjerenja u medije. Ključna je činjenica da izloženost problematičnim sadržajima alternativnih medija može ojačati populističke stavove u tim zajednicama. To je osobito zabrinjavajuće budući da su ekstremističke alternativne medijske platforme koje prenose vijesti često posebno prilagođene osobama na marginama društva.
- 3. Narativi o zavjerama značajan su dio problematičnih sadržaja alternativnih medija.** Takvi sadržaji mogu osobe potaknuti na usvajanje neprijateljskih stajališta te ih navoditi na zagovaranje pa čak i izvršavanje napada na druge skupine.
- 4. Europljani imaju kompleksan odnos s medijima.** Iako većina vjeruje u važnost medija za funkcioniranje društva, diljem kontinenta povjerenje u medije na niskoj je razini, a konzumacija medija u padu je. Međutim, **utjecaj medija nije homogen u cijeloj Europi.** Medijski okoliš, odnos čitatelja s medijima i postojanje polarizirajućih sadržaja različiti su u različitim dijelovima Europe i postoje velike regionalne razlike. Stoga je ključno ovom problemu pristupiti iz lokalne perspektive te implementirati lokalizirana istraživanja.
- 5. Uloga društvenih mreža nejasna je.** Društvene mreže nisu ni univerzalno rješenje ni jedina prijetnja kako su ih mnogi opisali. Za one koji su već polarizirani, društvene mreže predstavljaju priliku za utvrđivanje vlastitog pogleda na svijet. Oni koji nisu polarizirani mogu imati koristi od niza različitih stajališta i izloženosti sadržajima u kojima se istodobno predstavljaju različite perspektive. Međutim, neki dokazi ukazuju na to da društvene mreže negativno utječu na konzumaciju vijesti, osobito među mladima.
- 6. Ekosustav medija kompleksan je i stalno se razvija.** Promjene u proizvodnji i potrošnji, uključujući načine financiranja medija, stvaraju prilike za širenje sila polarizacije u medije glavne struje te za otvaranje prostora za štetne platforme alternativnih medija.

<sup>6</sup> Vidi Druckman i sur. (2013).

## Kontekst: mediji i polarizacija

Budući da se mediji sve više raspršuju, a razlike među njima povećavaju, sve ih je teže definirati i odrediti. Alternativni mediji iz cijelog spektra pojavili su se u inat „medijima glavne struje”. Ti mediji, koji najčešće nisu komercijalni i nisu pod državnom kontrolom, nude alternativnu, ponekad i radikalnu perspektivu koja odudara od prividno hegemonijskih politika i stavova. Često se takve medije smatra vrlo moćnim agentima polarizacije društva.

Međutim, puno je manje jasan utjecaj medija glavne struje na polarizaciju. Kao prvo, utjecaj medija na polarizaciju vrlo je slabo istražen, osobito u Europi. U SAD-u količina relevantnih istraživanja raste. Međutim, tamošnja je politička situacija jedinstvena, stoga stručnjaci smatraju da se američka otkrića ne mogu izravno prenijeti u europski kontekst.<sup>7</sup> Ipak, uslijed malog broja istraživanja u europskom kontekstu, u ovom se radu po potrebi citiraju i američka istraživanja. Nadalje, bez obzira na razlike između država, većina Europljana konzumira sadržaje medija glavne struje u kojima je količina polarizirajućih sadržaja niska, ili pak uopće ne konzumira medijske sadržaje (što je samo po sebi zabrinjavajući trend). Naposljetku, postojeća istraživanja ukazuju na to da izloženost problematičnim medijima ne pobuđuje polarizaciju, već pogoršava situaciju kod male manjine onih koji su već polarizirani.<sup>8</sup>

Mediji glavne struje zapravo su ključni saveznik. Bez obzira na njihovu stranačku opredijeljenost (što se može činiti polarizirajućim), mediji glavne struje vrijedan su alat za suzbijanje polarizacije, zbog čega bi se podlokavanje njihovog utjecaja moglo pokazati katastrofalnim. Mediji glavne struje utjecajan su izvor informacija, informiraju i održavaju angažiranost javnosti u pitanjima lokalnog, nacionalnog i međunarodnog značaja, a također su i važan čimbenik kontrole vlasti. Bez pouzdanih medija države bi mogle izgubiti ključan stup demokracije i važnu uporišnu točku protiv dezinformacija i polarizacije.

U ovom se odjeljku daje kratak pregled medijskog krajolika, uključujući alternativne medije. Pregledava se odnos europskih država s medijima te se istražuje način na koji određene promjene u medijskom ekosustavu mogu dobavljače i potrošače učiniti podložnijima polarizaciji.

### Alternativni mediji

Alternativni mediji nisu nova pojava, ali im se u posljednje vrijeme posvećuje sve više pažnje budući da diljem Europe rastu marginalni mediji nastali u digitalno doba koji dobivaju na značaju kod određenog dijela publike.

Alternativne medije ne smije se povezivati samo s proizvodnjom i širenjem narativa o zavjerama i dezinformacija. Povijesno su se alternativni mediji razvijali iz nezadovoljstva radničkih klasa i marginaliziranih skupina načinom na koji su mediji glavne struje izvještavali o određenim pitanjima te izostavljali neka pitanja i događaje.<sup>9</sup> Primjerice, sindikate su uglavnom predstavljali iz perspektive vlasnika tvrtki i političara koji ih podržavaju, dok su članove lezbijske, gej, biseksualne, transrodne i queer (LGBTQ+) zajednice predstavljali kroz izvještavanje puno predrasuda.<sup>10</sup>

Zbog te su pristranosti i nedostatka zastupljenosti različite skupine tražile platforme za uključivije medije u kojima građani mogu sudjelovati izvan komercijalnih medija glavne struje kako bi zapravo proturječili postojećim strukturama vlasti.<sup>11</sup> Novinarstvo građana u simbiotičkom je odnosu s medijima glavne struje, a društvene mreže plodno su tlo za njegov daljnji razvoj i miješanje s tradicionalnim medijima. Ponekad se čak stvara i hibridni oblik tih vrsta izvještavanja.<sup>12</sup> Stoga se alternativne medije treba smatrati korektivom medija glavne struje prema vlastitim opažanjima.

Međutim, iako su se alternativni mediji dokazali kao sila za pozitivne društvene promjene u mnogim aspektima, može ih se iskorištavati i za štetne svrhe, a osobito kad ih prisvoje populistički pokreti. **Populizam** se može definirati kao politički pristup koji je usmjeren na želju naroda da se suprotstavi korumpiranoj eliti. Populistička komunikacija često se zasniva na trima elementima: identifikaciji s nepriviligiranima i zapostavljenima, borbi protiv korumpirane

<sup>7</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>8</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019) te Heikkilä i sur. (2022).

<sup>9</sup> Vidi Atton i Hamilton (2018).

<sup>10</sup> Vidi Atton (2002).

<sup>11</sup> Vidi Atton (2003).

<sup>12</sup> Vidi Ardèvol-Abreu i Zúñiga (2017).

elite te određivanju neke druge skupine kao „drugih”.<sup>13</sup> U skladu s ranije navedenim definicijama polarizacije i ekstremizma, populističke poruke i pokreti mogu predstavljati prepreku socijalnoj koheziji.

Iako su populizam i alternativni mediji različiti fenomeni, kad se upare mogu stupiti u simbiotičku vezu zasnovanu na sličnim nezadovoljstvima i stavovima. Osim toga, alternativni mediji zauzimaju položaj protiv hegemonije i protiv postojećeg sustava čime često nastupaju protiv elita.<sup>14</sup> Kao što se populizmom koriste neki politički pokreti i stranke, tako i alternativne medije može pokretati skupina s konkretnim političkim planom. S obzirom na to da alternativni mediji imaju anti-hegemonijski stav zbog kojeg se pitanja prebacuju iz političkog centra, to može biti problematično. Primjerice, na političkoj desnici alternativni mediji često završe na marginama krajnje desnice koje se povezuje s anti-pluralističkim vrijednostima kao što su ksenofobija, rasizam, fašizam i autoritarizam.<sup>15</sup>

Zabrinutost zbog alternativnih medija raste jer su nove platforme sve kompleksnije i pojavljuju se u različitim medijskim prostorima diljem Europe i šire. Primjerice, najpoznatija alternativna izvještajna medijska kuća krajnje desnice koja je dobila na značaju tijekom izbora u SAD-u 2016. godine s pomoću obmanjujućeg izvještavanja, *Breitbart News Network*, još uvijek radi u SAD-u i nekim europskim zemljama. Diljem europskih zemalja postoji stotine sličnih krajnje desnih medijskih kuća, uključujući *Politically Incorrect* (poznata i pod nazivom *PI-NEWS*) i *Compact* u Njemačkoj, *Svegot* u Švedskoj i *Westmonster* u Ujedinjenom Kraljevstvu. U istraživanju o 70 krajnje desnih medijskih kuća iz Austrije, Danske, Njemačke, Švedske, Ujedinjenog Kraljevstva i SAD-a pokazalo se da je ekosustav alternativnih medija raznolik te da obuhvaća širok spektar tematskih tendencija, transparentnosti i modela financiranja.<sup>16</sup> Te se medijske kuće razvijaju na temelju jedinstvenog političkog konteksta i medijskog okoliša u svakoj zemlji te odražavaju i ponudu i potražnju za krajnje desnim izvještajnim sadržajima.

Iako se krajnje desnim alternativnim medijima posvećuje puno pozornosti, alternativni mediji ne odražavaju uvijek samo krajnje desne ideologije. I krajnje lijevi pokreti pojavljuju se u populističkom alternativnom medijskom krajoliku. Neke su od poznatijih medijskih kuća *Canary* i *Another Angry Voice (AAV)* u Ujedinjenom Kraljevstvu te *junge Welt* u Njemačkoj.<sup>17</sup> Zanimljivo je da neke krajnje desne medijske kuće kao što su njemačka *Compact* i britanska *spiked* imaju korijene u krajnje lijevim pokretima, ali su ideološki prešle na desnicu.<sup>18</sup>

Iako postoje brojni krajnje lijevi mediji, većina ih je na krajnjoj desnici. Jedan od razloga takve situacije moglo bi biti to što krajnje desničarske skupine medije glavne struje smatraju ljevičarskim ili liberalnim i vjeruju da je njihovo izvještavanje o krajnjoj desnici pristrano. Primjerice, iz njemačke krajnje desne stranke Alternativa za Njemačku (AfD) izrazili su zabrinutost da politika i mediji u Njemačkoj zatvaraju oči pred ekstremizmom krajnje ljevice.<sup>19</sup> Drugi bi razlog moglo biti to što su krajnje desni pokreti u svojim zajednicama uspjeli profitirati od polariziranja političkih pitanja. Bez obzira na razlog njihove snažnije prisutnosti, te alternativne medijske platforme ne samo da podržavaju i pooštravaju razlike u dihotomiji lijevo-desno, već i unapređuju korištenje populizma marginalnih političkih skupina za promicanje narativa usmjerenih protiv vlasti, osobito kod publike s relativno niskom razinom povjerenja u medije glavne struje.<sup>20</sup> Potrebno je provesti još istraživanja kako bismo potpuno razumjeli utjecaj i dinamiku ekstremnih alternativnih medijskih kuća na polarizaciju. Važno je pitanje utječu li ti mediji i njihove ekstremističke populističke poruke na publiku ili pak samo predstavljaju stajališta koja otprije postoje među stanovništvom. Odgovor se vjerojatno nalazi negdje u sredini.

Postoji nešto istraživanja koja nam mogu pomoći u razumijevanju prodora alternativnih izvještajnih medija u publiku. U *Izveštaju o digitalnim vijestima Instituta Reuters* iz 2019. pokazalo se da internetski izvještajni mediji koji su označeni kao pristrani ili alternativni imaju relativno malo čitateljstvo u općoj populaciji.<sup>21</sup> U Ujedinjenom Kraljevstvu mediji poput platformi *Canary*, *Westmonster* i *Evolve Politics* koristilo je najviše 2 % publike, dok je manje od 16 % stanovništva znalo da te izvještajne platforme postoje. U Švedskoj su brojevi bili nešto viši. Platforme poput platformi *Fria Tider*, *Nyheter Idag* i *Samhällsnytt* imale su čitateljstvo od oko 10 %, a oko 38 % stanovništva znalo je za njih.

<sup>13</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>14</sup> Vidi Heft i sur. (2020).

<sup>15</sup> Vidi Heft i sur. (2020).

<sup>16</sup> Vidi Heft i sur. (2020). Slične podatke o nordijskom krajnje desnom medijskom krajoliku vidi u Ihlebæk i Nygaard (2021).

<sup>17</sup> Vidi Newman (2018).

<sup>18</sup> Vidi Heft i sur. (2020).

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

<sup>20</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>21</sup> Newman i sur., 2019, str. 23 – 24.



*Izveštaj o digitalnim vijestima Instituta Reuters* iz 2018. sadržava slične podatke o alternativnim platformama u Španjolskoj, Njemačkoj i Češkoj. Njemačka je imala rezultate slične rezultatima Ujedinjenog Kraljevstva, s relativno niskom stopom korištenja i svijesti o postojanju ponajviše krajnje desnih izvještajnih medija, dok je Španjolska bila bliže Švedskoj.<sup>22</sup> U češkom alternativnom medijskom okolišu dominirala je platforma *ParlamentniListy.cz*, kojom se koristilo 17 % ispitanika koji se koriste internetskim platformama, dok je njih 46 % znalo za tu internetsku stranicu.

Iako u *Izveštaju o digitalnim vijestima Instituta Reuters* iz 2022. nema posebne analize konzumacije alternativnih medija, u tom se izvještaju pokazalo da publika prati alternativne medijske kuće radi informiranja o ključnim društvenim i političkim pitanjima. Primjerice, 14 % ispitanika prijavilo je da se služe manjim ili alternativnim izvorima vijesti za dobivanje informacija o klimatskim promjenama, dok je 10 % internetskih ispitanika u Ujedinjenom Kraljevstvu, Njemačkoj i Poljskoj vijesti o ruskom ratu u Ukrajini tražilo izvan medijskih platformi glavne struje.<sup>23</sup> Nadalje, alternativne krajnje desne platforme u Danskoj i Njemačkoj doživjele su mali rast u razini povjerenja u usporedbi s 2021. godinom.<sup>24</sup>

Usprkos razlikama u veličini čitateljstva između raznih zemalja te konzumaciji vijesti prema temi, te alternativne medijske platforme imaju puno više novih čitatelja i manje povjerenja u usporedbi s najistaknutijim izvještajnim medijima glavne struje. Prema tome, njihov je utjecaj na šire društvo marginalan.

Međutim, u zajednicama u kojima se te platforme smatraju pouzdanim izvorom vijesti, alternativni mediji igraju značajnu ulogu u stvaranju diskursa te potvrđivanju polariziranih stavova.<sup>25</sup> Kako je već navedeno, personalizacija i samoodabir ne dovode nužno do povećanja polarizacije, ali u kombinaciji s izloženosti hiper-pristranim vijestima mogu dodatno osnažiti takve stavove.<sup>26</sup> Ti osjetljivi politički stavovi mogu se još snažnije ukorijeniti ako se osobe izloži sadržajima u kojima se istodobno predstavljaju različite perspektive jer to kod njih može izazvati osjećaj da se njihov stav nepravedno napada ili umanjuje.

Drugi su važan čimbenik u tom pogledu populističke tendencije među onima koji konzumiraju sadržaje alternativnih medija. Dok se u izvješću istraživačkog centra Pew iz 2018. pokazalo da populistički stavovi odražavaju povjerenje ljudi u medije, to izvješće ne sadržava nikakav daljnji uvid u utjecaj populizma na konzumaciju medija.<sup>27</sup> Ipak, u istraživanju koje su proveli Müller i sur. (2017) o utjecaju populističkih vijesti na polarizaciju stavova u Londonu, Parizu, Berlinu i Zurichu potvrdilo se da je u svim regijama osim Londona izloženost populističkom izvještavanju povećala razinu populističkih stavova kod osoba koje su već imale izražene populističke stavove.<sup>28</sup> To je otkriće osobito zabrinjavajuće s obzirom na to da su ekstremni alternativni mediji često prilagođeni skupinama na marginama društva.

## Preobrazba medijskog krajolika: digitalizacija i komercijalizacija

Usprkos porastu alternativnih medijskih platformi većina Europljana još uvijek prati vijesti iz medijskih izvora glavne struje, kako iz „tradicionalnih medija”, odnosno tiska, radija i televizije, tako i iz „novih medija” koji se objavljuju putem interneta na internetskim stranicama, mobilnim aplikacijama i društvenim mrežama. Mediji glavne struje nemaju isti utjecaj na polarizaciju kao alternativne platforme. Međutim, promjene u medijskom ekosustavu utječu na načine na koje se stvaraju i konzumiraju njihovi sadržaji, a koji mogu stvoriti nova osjetljiva područja. U ovom se odjeljku razmatraju neka od tih osjetljivih područja.

Prva je velika promjena **digitalizacija**, odnosno prelazak na digitalne medije. Iako neki tradicionalni mediji još uvijek privlače potrošače, Europljani danas prate vijesti prvenstveno iz digitalnih izvora. Taj trend raste posljednjih 20 godina, ali postao je gotovo sveobuhvatan tijekom pandemije, kad su tiskani mediji patili pod fizičkim i gospodarskim posljedicama

---

<sup>22</sup> Newman i sur. (2018), str. 20 – 21.

<sup>23</sup> Newman i sur. (2019), str. 35, 55.

<sup>24</sup> Newman i sur. (2019), str. 93, 105.

<sup>25</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>26</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>27</sup> Vidi Newman i sur. (2018).

<sup>28</sup> Vidi Müller i sur. (2017).

višestrukih ograničenja kretanja.<sup>29</sup> Pregled medijskih izvora koje Europljani preferiraju podijeljen po regijama navodi se u

**Tablici 1** u nastavku.

**Tablica 1: kako Europljani konzumiraju medijske sadržaje u 2022. godini (prosjeak po regiji)<sup>30</sup><sup>31</sup>**

Regija	Internet	Televizija	Društvene mreže	Tisak
Srednja Europa	79,7 %	65,2 %	87,3 %	50,2 %
Sjeverna Europa	85 %	63,3 %	44,3 %	25,3 %
Južna i jugoistočna Europa	83,1 %	69,9 %	79 %	59,3 %
Zapadna Europa	76,5 %	60,3 %	41,8 %	26,8 %

Digitalizacija ima ozbiljan utjecaj na proizvodnju i konzumaciju vijesti i može utjecati na polarizaciju. Kao prvo, digitalizacijom se otvorilo mjesto za nove glasove koji utječu na oblikovanje vijesti i stavova. Novi glasovi obuhvaćaju alternativne platforme o kojima je već bilo riječi, ali i nove medije glavne struje koji se na engleskom često nazivaju „**digital-born media**” (mediji „rođeni” digitalno). Radi se o društvima koja su osnovana u posljednjih 30 godina i djeluju isključivo na internetu. Kako bi bile konkurentne, tradicionalne medijske kuće (eng. **legacy outlets**) koje su prevladavale u tradicionalnim izvorima prije nastanka digitalnih platformi uvele su dodatne internetske sadržaje, kao što su internetske stranice, aplikacije, podcast sadržaji te profili na društvenim mrežama. Na većini područja tradicionalne medijske kuće i novi digitalni mediji i dalje djeluju istodobno, iako su novi digitalni mediji uglavnom popularniji u južnoj Europi u usporedbi sa zapadnom ili sjevernom Europom gdje su tradicionalne medijske kuće snažnije.<sup>32</sup> Novi digitalni mediji i tradicionalne medijske kuće imaju puno zajedničkih obilježja. Ipak, novi digitalni mediji imaju drugačije uredničke prioritete, zbog čega je njihovo izvještavanje specijaliziranije, a ciljano se pokušavaju profilirati kao prepoznatljiv glas koji je usmjeren na točno određenu publiku. Takav je pristup karakterističan za trendove u internetskom oglašavanju, a suprotan principu široke pristupačnosti kojim su se najčešće vodile tradicionalne medijske kuće.

Nadalje, digitalizacija i alati koje nudi potaknuli su veću liberalizaciju informacija dovođenjem mnoštva aktera koji utječu na javno mnijenje (influencera) putem internetskih blogova, osobnih internetskih stranica i društvenih mreža. Diljem spektra u porastu je dosad neviđeno građansko novinarstvo te alternativne medijske kuće, a njihov utjecaj ozbiljna je prijetnja tradicionalnom novinarstvu pa se stoga te nove medijske pojave na engleskom jeziku nazivaju „**the fifth estate**”<sup>33</sup> („osma sila”, prema frazemu „sedma sila” koji se odnosi na tradicionalne medije). Osim toga, u nekim se slučajevima građansko novinarstvo stopilo s kulturom influencera, što osobama daje značajnu moć u prenošenju i interpretaciji vijesti, osobito na društvenim mrežama.

U *Izvešću o digitalnim medijima* Instituta Reuters iz 2021. istražuje se gdje i čije internetske vijesti građani konzumiraju. Korisnici društvene mreže Twitter rekli su da uglavnom konzumiraju vijesti iz službenih izvora, dok korisnici platforme YouTube i društvene mreže Facebook vijesti dobivaju od službenih izvora, ali i od drugih osoba u svom društvenom krugu. Na novijim platformama kao što su Instagram, Snapchat i Tik Tok izvore glavne struje zasjenile su internetske slavne osobe. Za većinu je korisnika ta izloženost vijestima slučajna, odnosno korisnici nisu posjetili platformu radi konzumacije vijesti, ali može utjecati na način na koji ti korisnici shvaćaju događaje, osobito kad je to njihov primarni izvor vijesti, kao što je slučaj za mnoge mlade osobe.<sup>34</sup> Utjecaj influencera može biti vrlo uvjerljiv, što se pokazalo u jednom američkom istraživanju. U tom se istraživanju otkrilo da društvene mreže utječu na percepciju polarizacije ponajprije putem objava influencera i rasprava o događajima i temama

<sup>29</sup> Vidi Müller i sur. (2017).

<sup>30</sup> Temelji se na podacima dostupnim u *Izvešću o digitalnim medijima* Instituta Reuters iz 2022., a regije obuhvaćaju sljedeće države: **srednja Europa**: Austriju, Češku, Njemačku, Mađarsku, Poljsku, Slovačku, **sjeverna Europa**: Dansku, Finsku, Norvešku, Švedsku, **južna/jugoistočna Europa**: Bugarsku, Hrvatsku, Italiju, Portugal, Španjolsku, Grčku, Rumunjsku, **zapadna Europa**: Ujedinjeno Kraljevstvo, Belgiju, Francusku, Irsku, Nizozemsku i Švicarsku.

<sup>31</sup> Newman i sur., 2022, str. 62 – 109.

<sup>32</sup> Vidi Nicholls i sur. (2016).

<sup>33</sup> Vidi Dutton (2009).

<sup>34</sup> Vidi Newman i sur. (2021).

između društvenih kontakata, a ne izravno putem medijskih izvještaja. Međutim, zaključak je istraživanja da platforme ne izazivaju nužno polarizaciju, iako su sami korisnici društvenih mreža polarizirani.<sup>35</sup>

Drugu veliku promjenu donio je impuls za personalizaciju na internetu koji potiče **fragmentaciju**. U okolišu u kojem ima sve više izbora vijesti se nude iz sve više medijskih kuća koje svoje izvješćivanje prilagođavaju određenoj publici i usmjereni su na točno određena **stajališta ili interese**.<sup>36</sup> To dovodi do medijskog okoliša koji nudi puno izbora, a u kojem ljudi mogu samoodabrati izvore vijesti koji se podudaraju s njihovim uvjerenjima i u konačnici ih učvršćuju.<sup>37</sup> Zbog tog se trenda pojavljuje zabrinutost o „komorama jeke“, a pristrani se samoodabir spaja s predodabirom algoritama i agregatora na internetu. Međutim, u istraživanjima se pokazalo da ta prijetnja nije značajna u tolikoj mjeri. Štoviše, većina se osoba u samoodabiru odlučuje na izvore vijesti glavne struje,<sup>38</sup> a vrijeme provedeno na internetu, osobito na društvenim mrežama, zapravo im povećava izloženost **sadržajima u kojima se istodobno predstavljaju različita mišljenja** ili sadržajima ideologija ili skupina kojima ne pripadaju.<sup>39</sup>

Iako taj okoliš s puno izbora ne potiče polarizaciju, može potaknuti još više osoba da u potpunosti izbjegavaju vijesti. U izvješću za Europski parlament iz 2019. godine autori su upozorili na to da velik domet medija na internetu ne dovodi uvijek do više razine uključivanja publike, već možda ima upravo suprotan učinak.<sup>40</sup> U američkom istraživanju o uporabi internetskih medija na temelju podataka o praćenju tijekom 6-mjesečnog razdoblja pokazalo se da su sudionici istraživanja provodili samo 2 % vremena proučavajući aktualna događanja.<sup>41</sup> Nadalje, čini se da oni koji vijestima pristupaju putem interneta provode manje vremena konzumirajući sadržaj na stranicama s vijestima, a osobito mladi.<sup>42</sup>

Važno je napomenuti i to da izloženost sadržajima u kojima se istodobno predstavljaju različite perspektive, što je često cilj anti-polarizacijskih inicijativa, može imati neujednačene rezultate. Sadržaji u kojima se istodobno predstavljaju različite perspektive mogu pojačati trenutno stanje neke osobe. Drugim riječima, iako mogu proširiti vidike osobi koja još nije polarizirana, istovremeno mogu osnažiti osjećaje polarizacije kod već polariziranih osoba. U jednom se američkom istraživanju pokazalo da izloženost sadržajima u kojima se istodobno predstavljaju različite perspektive na društvenim medijima može osnažiti polarizacija stavova.<sup>43</sup> Drugo često rješenje za problem polarizacije, provjeru točnosti navoda, najčešće upotrebljavaju visokoobrazovane osobe i osobe s niskom razinom povjerenja u medije.<sup>44</sup> To dakle znači da postupak provjere točnosti navoda može neke osobe dovesti do stava koji nije crno-bijel, a što se i dogodilo u kontroliranim uvjetima testiranja<sup>45</sup>, ali isto tako druge osobe može navesti na potragu za alternativnim objašnjenjima izvan medija glavne struje, odnosno na mjestima na kojima ima puno više narativa o zavjerama. Primjerice, izraz „istraži sam“ (eng. „do your own research“) postao je mantra za one koji su negirali bolest Covid-19.

Treća promjena koju je uzrokovala digitalizacija značajan je utjecaj na **financiranje**, s kojim probleme imaju i tradicionalne medijske kuće i novi digitalni mediji. Zbog modela financiranja koji se velikim dijelom oslanja na prihode od oglašavanja, osobito u stratificiranom okolišu izvještavanja, medijski izvori natječu se za pozornost publike povlađivanjem nekim određenim interesima ili osmišljavanjem naslova s poveznicama mamcima (clickbait) i senzacionalističkih sadržaja, što može privući polarizirajuće stavove. Prelazak na prihode od oglašavanja nije jedina velika promjena u financiranju medija. Tijekom proteklih nekoliko desetljeća mediji su postali komercijalniji u mnogim državama, a rezultat je okoliš u kojem vijesti oblikuju tržišne sile. Jedna je moguća prednost to što komercijalizacija može potaknuti promjenu odnosa između političara i novinara u smjeru neovisnijeg i autonomnijeg novinarstva.<sup>46</sup> Međutim, komercijalizam može i potaknuti širenje populizma.

U kombinaciji sa stratifikacijom medija komercijalizacija je dovela do pooštavanja u natjecanju za gledateljima, što izvješćivanje oblikuje prema pristranostima publike.<sup>47</sup> Sve se više izvora vijesti bori za ograničen iznos financijskih sredstava i konstantno se natječe u uspostavljanju svog definiranog mjesta u ekosustavu, što neke dovodi do toga da

---

<sup>35</sup> Vidi Banks i sur. (2021).

<sup>36</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>37</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>38</sup> Vidi Wojcieszak i sur. (2021) i Mitchell i sur. (2018).

<sup>39</sup> Vidi Flaxman i sur. (2016).

<sup>40</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>41</sup> Vidi Wojcieszak i sur. (2021).

<sup>42</sup> Vidi Thurman i Fletcher (2019).

<sup>43</sup> Vidi Bail i sur. (2018).

<sup>44</sup> Vidi Hammeleers i Van der Meer (2020).

<sup>45</sup> Vidi Hammeleers i Van der Meer (2020).

<sup>46</sup> Vidi Hammeleers i Van der Meer (2020).

<sup>47</sup> Mullainathan i Shleifer, (2005), str. 1031.

„izaberu povlađivanje preferencijama potrošača u svrhu povećavanja profita” te do želje da „svrha vijesti bude informiranje, ali i objašnjavanje, interpretacija, uvjeravanje i zabavljanje”.<sup>48</sup> U jednoj se američkoj studiji dokazalo da to potiče polarizaciju, budući da medijski izvori koji se natječu „stvaraju ili potvrđuju razlike u stavovima” kako bi „podijelili tržište i prikupili veći profit”.<sup>49</sup>

Osim senzacionalizma i poveznica s mamcima (clickbait), ti su uvjeti neke medijske kuće potaknuli na združivanje popularnog s populističkim, budući da ekstremni stavovi i kontroverznost privlače gledatelje.<sup>50</sup> Jedan je primjer francuska medijska kuća *BFMTV*. Radi se o kanalu s vijestima koji prikazuje novosti 24 sata dnevno i ima više od 10 milijuna gledatelja na dan, što ga čini najpopularnijim medijskim izvorom u Francuskoj. Primjena principa da je vijest o krvavim događajima ljudima najzanimljivija pa je stoga i najvažnija na politiku dovela je do kritika o tome da je ta medijska kuća u principu desničarska te da možda pridonosi nesigurnosti svojim kontinuiranim izvještavanjem.<sup>51</sup> U komparativnoj analizi sadržaja iz 10 europskih država Wettstein i sur. (2018) otkrili su da je taj trend široko zastupljen. Autori su zaključili da izvori vijesti koji publiku privlače popularnim izvještavanjem o populističkim ličnostima i njihovim političkim stavovima rijetko aktivno podupiru te ličnosti i njihove poruke, ali ih šire.<sup>52</sup> Istovremeno komercijalizacija potiče konsolidaciju medijskih kuća pod manjim brojem većih vlasnika.<sup>53</sup> Ta koncentracija vlasništva nad medijima smatra se ozbiljnom prijetnjom europskom medijskom krajoliku, budući da ograničava raznolikost informacija i perspektiva.<sup>54</sup>

Financiranje ne utječe samo na izvješćivanje. Prijeti i održivosti medijske platforme. U istraživanju Odbora za kulturu i obrazovanje Europskog parlamenta pokazalo se da su digitalni prihodi u porastu, ali i dalje ne kompenziraju gubitke iz sve manjeg tiskovnog sektora.<sup>55</sup> Te će gospodarske poteškoće vjerojatno potaknuti još više medijskih kuća da svoj sadržaj nude samo pretplatnicima, što može utjecati na broj čitatelja vijesti koji se već smanjuje te ograničiti broj izvora kojima pojedini čitatelj ima pristup. Mnoge su se medijske kuće koje su prenosile vijesti već zatvorile, dok drugima prijeti zatvaranje ako ne dobiju dodatnu pomoć. Međutim, tu će pomoć možda teško pronaći. U *Izvjješću o digitalnim medijima* Instituta Reuters iz 2021. godine pokazalo se da je zanimanje za spašavanjem izvještajnih publikacija kod većine građana vrlo malo. Ako izuzmemo građane Portugala, vrlo je malo Europljana upoznato s trenutnom prijetnjom novinarstvu, a još ih manje podržava intervencije države u svrhu spašavanja novinarstva. Iz Reutersa također upozoravaju da će vlade vrlo teško prikupiti političku volju za zaštitu novinarstva u vrijeme kad postoji toliko različitih prioriteta kojima je potrebna podrška države, uključujući zdravstvo i obrazovanje.<sup>56</sup>

**Lokalni su mediji** pod najvećim rizikom. Ključan su izvor informacija i zastupljenosti i igraju ključnu ulogu u lokalnoj politici predstavljanjem informacija o lokalnim kandidatima i izborima te pozivanjem lokalnih političara na odgovornost.<sup>57</sup> Iako je neke od tradicionalnih uloga lokalnih medija preuzelo pretraživanje interneta, primjerice, traženje posla i aktivnosti, lokalni su mediji i dalje glavni izvor informacija o lokalnim incidentima, uključujući izvješćivanje o zločinima.<sup>58</sup> Osim toga, lokalne vijesti mogu doprinijeti osjećaju zajedničkog identiteta kod stanovništva. Tendencija je lokalnih medija uključiti više blagog izvještavanja s manje kritiziranja, pri čemu je prioritet podrška i promoviranje zajednice i njezinih građana, a ne pomno nadziranje.<sup>59</sup> U *Izvjješću o digitalnim medijima* Instituta Reuters iz 2021. pronađena je korelacija između osjećaja privrženosti vlastitoj zajednici i visoke razine čitateljstva lokalnih vijesti, a u izvješću se navodi i visoka razina povjerenja u lokalne i regionalne vijesti u većem dijelu Europe. Usprkos tim koristima, konzumacija lokalnih vijesti na niskoj je razini diljem kontinenta,<sup>60</sup> a mnogi su lokalni mediji pod prijetnjom digitalizacije, gospodarskih poteškoća i konsolidacije.<sup>61</sup>

Moguće su uporište u borbi protiv tih komercijalnih utjecaja **javni mediji**, medijske kuće koje su pod kontrolom javnih, a ne komercijalnih ili državnih interesa. Javni mediji ili javne medijske kuće trebale bi biti slobodne od političkih ili komercijalnih pritisaka te pružati informacije koje su slobodno dostupne cijeloj javnosti.<sup>62</sup> Svrha im je da budu privlačne širokoj i miješanoj publici, a zaštićene su od nekih

<sup>48</sup> Mullainathan i Shleifer, (2005), str. 1031.

<sup>49</sup> Mullainathan i Shleifer, (2005), str. 1043.

<sup>50</sup> Vidi Schofield (2014).

<sup>51</sup> Vidi Schofield (2014).

<sup>52</sup> Vidi Wettstein i sur. (2018).

<sup>53</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>54</sup> Vidi Brogi i sur. (2020).

<sup>55</sup> Vidi Le Gall (2021).

<sup>56</sup> Vidi Newman i sur. (2021).

<sup>57</sup> Vidi Taylor (2019).

<sup>58</sup> Vidi Newman i sur. (2021).

<sup>59</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>60</sup> Vidi Newman i sur. (2021).

<sup>61</sup> Vidi Taylor (2019).

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

gospodarskih i političkih pritisaka koji prijete komercijalnim medijskim kućama. Status javnog alata javnim medijima pomaže u izbjegavanju pristranog i interpretativnog novinarstva kojim se u izvještavanje može uvesti polarizacija, ali samo ako se neovisnost javnog medija zaštiti te mu se pruži potpora u digitalnoj tranziciji. Dok su u zapadnoj i sjevernoj Europi javne medijske kuće i dalje popularne, njihov utjecaj blijedi u južnoj, srednjoj i jugoistočnoj Europi, gdje dostupnost tih medija varira, čak i kad je povjerenje u njih visoko.<sup>63</sup> U tim regijama javne medijske kuće imaju problema s prelaskom na internet, a u nekim se slučajevima suočavaju s političkim uplitanjem koje predstavlja prijetnju njihovoj neovisnosti.<sup>64</sup>

Digitalizacija i komercijalizam imali su transformativni utjecaj na medije, ali nije vjerojatno da je izravna posljedica tih pojava veći polarizacijski učinak medija. Ipak, daju širi pristup drugim oblicima medija koji mogu biti više polarizirajući i mogu dalje širiti problematične i osjetljive sadržaje.

## Problematični i osjetljivi sadržaji

Mediji mogu uzrokovati daljnju polarizaciju širenjem narativa o zavjerama i dezinformacija. Iako se češće povezuju s alternativnim medijskim platformama, ovi se fenomeni pojavljuju i u medijima glavne struje, bilo slučajno, bilo namjerno. U medijima glavne struje utjecaj tih fenomena može biti naglašeniji zbog više razine povjerenja, što uzrokuje negativne posljedice na to kako potrošači doživljavaju točnost i istinitost tih medija. U alternativnim medijima ti se fenomeni mogu iskoristiti u ideološkim planovima te u kombinaciji s govorom mržnje kojim se određene skupine proglašavaju „drugima”. Kad se njime zlonamjerno koriste alternativne platforme, taj štetni sadržaj opasan je, ne samo zato što može dovesti do polariziranih stajališta, već i zato što se može koristiti za radikalizaciju, regrutiranje i mobilizaciju u ekstremističke svrhe, a može čak i potaknuti osobe na prihvaćanje, odobravanje i uporabu nasilja.

Dio takvih problematičnih sadržaja zasniva se na aktualnim događanjima i politički osjetljivim događajima. Primjerice, teroristički napadi često se iskorištavaju na zlonamjernim alternativnim izvještajnim platformama za promicanje određenog programa. Obično ih prati velika količina teorija zavjere i dezinformacija s ciljem produbljivanja društvenih podjela na temelju ranjivog stanja u koje mnoge osobe ulaze nakon terorističkog incidenta. Nadalje, medijsko izvještavanje (i to ne samo na alternativnim platformama, već i u medijima glavne struje) može osnažiti teroriste i doprinijeti terorističkim taktikama i propagandi.<sup>65</sup> S druge strane, ako mediji ne izvještavaju o tim politički značajnim događajima, to može narušiti kredibilitet izvještajnih medijskih kuća, ali i potaknuti nepovjerenje i potkrijepiti narative o nedemokratskim procesima kao što je cenzura.<sup>66</sup> Na taj se način stvara etička nedoumica za novinare koji moraju pažljivo spojiti predstavljanje okolnosti terorističkog napada s odavanjem počasti žrtvama te s načinom prikaza same terorističke skupine.

## Narativi o zavjerama<sup>67</sup>

Narativi o zavjerama osobito su problematični. Ti su narativi pokušaj davanja smisla uznemirujućim i kompleksnim događajima i fenomenima koji se doživljavaju kao rezultat tajnog planiranja male skupine zlonamjernih moćnika.<sup>68</sup> Obično pružaju pojednostavljena objašnjenja i binarne stavove o „dobru i zlu” koji potiču podjele između vlastite skupine („mi”) i vanjske skupine („oni”).<sup>69</sup> Te se podjele dodatno produbljuju snažnim osjećajem viktimizacije u vlastitoj skupini i proglašavanjem članova vanjske skupine „drugima” te netolerancijom usmjerenom protiv njih. Druge sastavnice narativa o zavjerama koje pridonose ekstremističkoj dinamici obuhvaćaju uvjerenost vlastite skupine u svoju superiornost u usporedbi s članovima vanjske skupine te uvjerenost u to da vanjska skupina predstavlja neposrednu i egzistencijalnu prijetnju vlastitoj skupini.<sup>70</sup> Narative o zavjerama treba shvaćati kao simptom širih društvenih problema i nezadovoljstva, ali ti narativi mogu predstavljati ozbiljnu prijetnju miru i socijalnoj koheziji. Kako je već napomenuto, posljedice narativa o zavjerama mogu obuhvaćati povećavanje privlačnosti ekstremističkih ciljeva, narušavanje povjerenja između

---

<sup>63</sup> Vidi Newman i sur. (2021).

<sup>64</sup> Vidi Brogi i sur. (2020).

<sup>65</sup> Abubakar, (2020) str. 278 – 279.

<sup>66</sup> Abubakar, (2020) str. 278.

<sup>67</sup> U ovom se radu po uzoru na Mrežu RAN prihvaća korištenje termina „conspiracy narrative”(narativ o zavjeri) umjesto popularnog naziva „teorija zavjere” kako bi se tim pojavama osporila legitimnost koju im daje termin „teorija”. Više informacija potražite u izvoru Mreže za osvještavanje o radikalizaciji (2020).

<sup>68</sup> Farinelli (2021) str. 4.

<sup>69</sup> Farinelli (2021) str. 4.

<sup>70</sup> Mreža za osvještavanje o radikalizaciji (2020) str. 3.



različitih skupina te povjerenja u demokratsku vlast, slabljenje poštovanja prema univerzalnim slobodama i ljudskim pravima, širenje govora mržnje i usmjeravanje nasilja prema članovima određene skupine.<sup>71</sup>

Europski stručnjaci narative o zavjerama smatraju ključnim pokretačima nasilja i ekstremizma. Godine 2021. Mreža za osvješćivanje o radikalizaciji (RAN) održala je internetski sastanak s lokalnim stručnjacima RAN LOCAL o tome kako se nositi s promjenama u krajoliku polarizacije, radikalizacije i ekstremizma. Gotovo svi sudionici tog sastanka složili su se da ključnu novost u lokalnom krajoliku čine problemi nastali kao posljedica narativa o zavjerama.<sup>72</sup> Pandemiju bolesti Covid-19 ti su stručnjaci smatrali katalizatorom za širenje narativa o zavjerama: zna se da su kompleksni i štetni događaji plodno tlo za zavjere. Mnoge nasilne prosvjede protiv vlasti i protiv mjera zabrane kretanja u Europskim gradovima potaknuli su narativi o zavjerama.<sup>73</sup> Stručnjake koji su sudjelovali u sastanku Mreže RAN najviše je iznenadila heterogenost skupina prosvjednika među kojima su se našli državni službenici i obitelji s djecom.<sup>74</sup>

Iako su nasilni prosvjedi protiv mjera zabrane kretanja tijekom pandemije bili vrlo ozbiljni i imali ozbiljne posljedice, narativi o zavjerama mogu dovesti do još pogubnijih rezultata. Narativi o apokalipsi u nasilnim desničarskim ekstremističkim skupinama potaknuli su teroristički napad u Norveškoj 2011. godine te teroristički napad u Christchurchu 2019. Ti su napadi u velikoj mjeri inspirirani teorijom „Velike zamjene” u kojoj se tvrdi da se bjelačko europsko stanovništvo namjerno zamjenjuje ne-bjelačkim stanovništvom kroz masovnu migraciju i uslijed demografskog pada u bjelačkim zajednicama i rasta u ne-bjelačkim zajednicama.<sup>75</sup> U svom je manifestu počinitelj terorističkog napada u novozelandskom Christchurchu izjavio da se želi osvetiti za aktualni genocid bijelih Europljana.<sup>76</sup> Njegov je slučaj ekstreman, a pokazuje kako je narativ o zavjeri poslužio kao poticaj na nasilje i počinjenje terorističkog čina. To se mora uzeti u obzir pri osmišljavanju odgovora na narative o zavjeri. Iako mnoge krajnje desne ekstremističke skupine u Europi ne primjenjuju nasilje, njihova propaganda izravno širi govor mržnje, dehumanizira vanjske skupine i potiče na nasilje.<sup>77</sup> Te se skupine moraju uzimati u obzir jer predstavljaju i izravnu i neizravnu prijetnju miru i sigurnosti.

Na istom sastanku RAN LOCAL godine 2021. stručnjaci su izrazili zabrinutost o svojim mogućnostima rada na internetu gdje se okupljaju ranjive ciljane skupine.<sup>78</sup> Opće je prihvaćena činjenica da internet, uključujući društvene medije i alternativne medijske platforme s vijestima, pruža platformu za širenje narativa o zavjerama. Iako internet povećava rizik od opsesivnog čitanja o nekoj zavjeri zbog relativno jednostavnog pristupa podacima, brzine kojom se zavjere mogu proširiti te poteškoća s moderiranjem sadržaja, to ne mora značiti da su danas ljudi skloniji povjerenju u narative o zavjerama nego što su bili u vremenima prije interneta.<sup>79</sup> Osim toga, narativi o zavjerama ne šire se nasumično cijelim internetom, već su zatvoreni u zajednicama, najčešće na krajnje desnim i krajnje lijevim političkim marginama u skupinama koje već vjeruju u njih.<sup>80</sup> To je važno zato što te iste skupine obično prate vijesti putem alternativnih medija.

U istraživanju mapiranja internetskog ekstremizma u Slovačkoj pokazalo se da alternativne medijske platforme šire sadržaj obilježen mržnjom i zavjerama. Na najmanje 17 stranica, računa i kanala na Facebooku, Instagramu i Telegramu podijeljene su poveznice na internetske stranice alternativnih medija.<sup>81</sup> Na temelju mapiranja dobivenog u istraživanju zaključuje se da alternativni mediji u slovačkom slučaju čine samo mali dio šireg krajnje desnog ekosustava na internetu.

Ipak, broj alternativnih medijskih platformi ne odražava nužno njihov utjecaj na određenu zajednicu. Nužno je razumjeti i sadržaj koji dijele te njihovu publiku. Dubinsko istraživanje

---

<sup>71</sup> Farinelli (2021) str. 4.

<sup>72</sup> Vidi zaključni rad Mreže za osvješćivanje o radikalizmu (dostupno samo na engleskom jeziku) *The changing landscape of polarisation, radicalisation and extremism*, str. 2 (Promjene u krajoliku polarizacije, radikalizacije i ekstremizma) ([https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/1a7a18b2-4f2d-44b7-bdfd-c088af86f327\\_en?filename=ran\\_local\\_changing\\_landscape\\_25-26\\_112021\\_en.pdf](https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/1a7a18b2-4f2d-44b7-bdfd-c088af86f327_en?filename=ran_local_changing_landscape_25-26_112021_en.pdf)).

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

<sup>74</sup> Vidi zaključni rad Mreže za osvješćivanje o radikalizmu (dostupno samo na engleskom jeziku) *The changing landscape of polarisation, radicalisation and extremism*, str. 2 (Promjene u krajoliku polarizacije, radikalizacije i ekstremizma) ([https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/1a7a18b2-4f2d-44b7-bdfd-c088af86f327\\_en?filename=ran\\_local\\_changing\\_landscape\\_25-26\\_112021\\_en.pdf](https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/1a7a18b2-4f2d-44b7-bdfd-c088af86f327_en?filename=ran_local_changing_landscape_25-26_112021_en.pdf)).

<sup>75</sup> Davey i Ebner (2019) str. 7.

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

<sup>77</sup> Farinelli (2021), str. 11.

<sup>78</sup> Vidi zaključni rad Mreže za osvješćivanje o radikalizmu *The changing landscape of polarisation, radicalisation and extremism*, (Promjene u krajoliku polarizacije, radikalizacije i ekstremizma) str. 2 ([https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/1a7a18b2-4f2d-44b7-bdfd-c088af86f327\\_en?filename=ran\\_local\\_changing\\_landscape\\_25-26\\_112021\\_en.pdf](https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/1a7a18b2-4f2d-44b7-bdfd-c088af86f327_en?filename=ran_local_changing_landscape_25-26_112021_en.pdf)).

<sup>79</sup> Farinelli (2021), str. 9.

<sup>80</sup> Krouwel i sur. (2017), str. 434 – 437.

<sup>81</sup> Kuchta (2021) str.12 – 13.

mađarske alternativne krajnje desne medijske platforme *Kuruc.info* pruža uvid u to pitanje. Platforma *Kuruc.info* samu sebe opisuje kao „patriotsku mađarsku konzervativnu, desnu, nacionalističku novinsku stranicu koja pronalazi činjenice i neovisna je od političkih stranaka”.<sup>82</sup> Radi se o platformi koja je isključivo digitalna. Registrirana je u SAD-u, a djeluje od 2006. Neovisno o tome kako sami sebe opisuju, ta medijska platforma otvoreno zastupa mađarske iredentističke, antisemitske, antiromske i homofobne sadržaje, što se jasno vidi u glavnim kategorijama vijesti na početnoj stranici: Antimađarstvo, Ciganski zločini, Židovski zločini, LGBTQ+ i politički zločini.<sup>83</sup> Na toj se stranici snažno promovira teorija zavjere o cionističkim okupacijskim vladama u kojoj se tvrdi da Židovi kontroliraju većinu svjetskih vlada, uključujući mađarsku. Mađarska je vlada zatražila gašenje stranice zbog problematičnog sadržaja, radi borbe protiv govora mržnje. Međutim, vlada SAD-a dozvolila je djelovanje platforme, pozivajući se na zaštitu slobode govora.<sup>84</sup>

Drugo je problematično obilježje platforme *Kuruc.info* povezanost s mađarskom krajnje desnom političkom strankom Jobbik, koja se nedavno iznova definirala kao konzervativna stranka desnog centra. Ta je promjena izazvala rascjep u stranci i pojavu dviju krajnje desnih političkih stranaka: Sila i odlučnost te Pokret naša domovina. Autori platforme *Kuruc.info* izrazili su kritičan stav prema reformi stranke Jobbik, a smatra se da je platforma trenutno tješnje povezana s Pokretom naša domovina. Ipak, prije nego što se Jobbik pomaknuo prema centru političkog spektra, platforma *Kuruc.info* smatrala se značajnim internetskim širiteljem poruka te stranke budući da se o njoj vrlo malo govorilo u medijima glavne struje.<sup>85</sup> Godine 2018., kad je stranka Jobbik osvojila više od 1 milijuna glasova na mađarskim izborima, platforma *Kuruc.info* bila je deseta najveća novinska stranica u Mađarskoj, a čitateljstvo joj se sastojalo od oko 10 % opće populacije i 23 % glasača Jobbika.<sup>86</sup> Ti su brojevi važni uzmemo li u obzir rezultate istraživanja u kojem se mjerio antisemitski sentiment u Mađarskoj. U tom se istraživanju otkrilo da postoji snažna veza između sklonosti političkoj stranci i antisemitizmu. Na temelju indikatora za mjerenje afektivnog i kognitivnog antisemitizma u istraživanju se pokazalo da 27 % odraslih osoba u Mađarskoj ima ekstremne, a 10 % srednje antisemitske stavove. Prema istoj skali 42 % osoba koje podržavaju Jobbik ima ekstremne, a 15 % srednje antisemitske stavove.<sup>87</sup> Ti su podaci dodatan dokaz o popularnosti i doseg problematičnih alternativnih medijskih platformi među osobama koje imaju ekstremističke i populističke stavove.

## Odnos Europljana s medijima

Svi čimbenici o kojima je dosad bilo riječi utjecali su na odnos Europljana s medijima. Taj je odnos različit u različitim dijelovima kontinenta, ali u većini država građani imaju nisku razinu povjerenja uz medije i mnoge medije glavne struje doživljavaju kao pristrane. Takav je doživljaj medija važan jer utječe na to koje će novinske izvore ljudi tražiti, ali i na vjerojatnost konzumacije sadržaja alternativnih medija ili izbjegavanja svih vijesti. Obje potonje mogućnosti mogu osobe učiniti podložnijima prihvaćanju zavjera, dezinformacija i polarizacije.

Povjerenje u medije na niskoj je razini diljem EU-a, ali nije svugdje jednako. U istraživanjima centra Pew<sup>88</sup> i instituta Reuters<sup>89</sup> otkrivene su jake regionalne razlike.<sup>90</sup> Povjerenje je na višoj razini u sjevernoj i zapadnoj Europi u usporedbi s južnom/jugoistočnom ili srednjom Europom, uz nekoliko iznimaka. U Ujedinjenom Kraljevstvu i Francuskoj povjerenje je na puno nižoj razini nego u susjednim i zapadnoeuropskim državama, dok je povjerenje u Portugalu i Njemačkoj na puno višoj razini nego u ostatku regija kojima pripadaju. Ti su regionalni trendovi i iznimke prikazani u **Tablici 2**.

**Tablica 2: Europljani koji imaju povjerenja u medije, prema regijama, 2022. godine (Reuters, 2022)**

Regija <sup>91</sup>	Ukupno povjerenje	Država	Ukupno povjerenje
----------------------	-------------------	--------	-------------------

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

<sup>83</sup> Početnu stranicu platforme Kuruc.info pogledajte na poveznici <https://kuruc.info/>.

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

<sup>85</sup> Barna i Knap (2019), str. 79.

<sup>86</sup> Barna i Knap (2019), str. 78.

<sup>87</sup> Barna i Knap (2019), str. 78.

<sup>88</sup> Danska, Francuska, Njemačka, Italija, Nizozemska, Španjolska, Švedska i Ujedinjeno Kraljevstvo.

<sup>89</sup> Vidi Newman i sur. (2021).

<sup>90</sup> Vidi Mitchell i sur. (2018).

<sup>91</sup> Temelji se na podacima dostupnim u *Izvešću o digitalnim medijima* Instituta Reuters iz 2022., a regije obuhvaćaju sljedeće države: **srednja Europa:** Austriju, Češku, Mađarsku, Poljsku, Slovačku, **sjeverna Europa:** Dansku, Finsku, Norvešku, Švedsku,

Srednja Europa (bez Njemačke)	34 %	Njemačka	50 %
Sjeverna Europa	58,3 %	Portugal	78 %
Južna i jugoistočna Europa (bez Portugala)	33,3 %	Francuska	29 %
Zapadna Europa (bez Ujedinjenog Kraljevstva i Francuske)	51,3 %	Ujedinjeno Kraljevstvo	34 %

Stručnjaci s Instituta Reuters, koji ovo istraživanje provode svake godine, otkrili su da je povjerenje u medije poraslo 2022. u usporedbi s podacima prikupljenima prije pandemije, a povećalo se i čitateljstvo novinskih izvora glavne struje. Njihovo otkriće ukazuje na to da se većina Europljana tijekom krize ipak okreće medijima glavne struje, usprkos velikom naletu narativa o zavjerama i dezinformacija vezanih za bolest Covid-19. Nažalost, taj je mali skok već opao. Do vremena objave izvješća za 2022. godinu u većini je Europskih zemalja razina povjerenja pala na pred-pandemijsku razinu.<sup>92</sup>

U istraživanju centra Pew (2018) pokazalo se da nema korelacije između povjerenja u medije i političkog opredjeljenja ispitanika. Pouzdanijem se pretkazateljem pokazao populizam. U svih osam država u kojima se provodilo istraživanje pokazalo se da je znatno vjerojatnije da ispitanici s populističkim uvjerenjima i s desne i s lijeve strane političkog spektra neće imati povjerenja u medije u usporedbi s ispitanicima koji imaju ne-populistička ili miješana uvjerenja. Ideologija je imala samo statistički značajan utjecaj u Španjolskoj, Njemačkoj i Švedskoj, ali i tamo se utjecaj ideologije pokazao znatno manjim od utjecaja populizma. U Njemačkoj i Švedskoj pokazalo se da je manje vjerojatno da ispitanici koji podržavaju desno orijentirane ideologije imaju povjerenja u medije, dok su se u Španjolskoj ispitanici s lijeve strane spektra pokazali najskeptičnijima.<sup>93</sup>

Dojam o pristranosti i pravednosti ključna je značajka povjerenja koja izravno utječe na to kako ljudi konzumiraju medijske sadržaje.<sup>94</sup> Stranački pristrano izvještavanje svakidašnja je pojava u medijima glavne struje, budući da na izvještavanje utječe politička orijentacija medijske kuće.<sup>95</sup> Taj je dobro poznati trend dodatno učvršćen već opisanom fragmentacijom i širenjem interpretativnog novinarstva.<sup>96</sup> Na njega može utjecati i odnos između svijeta politike i svijeta medija u određenoj državi. **Politički paralelizam**<sup>97</sup> razina je podudaranja između izvještajnih medija i političkog sustava neke zemlje.<sup>98</sup> Viša razina paralelizma uglavnom se povezuje s većom pristranosti medija, kako u stvaranju, tako i u konzumaciji sadržaja, te s ograničenijom zastupljenosti tema i izvora. Politički paralelizam češći je u južneoeuropskim državama, pri čemu se ističu Italija, Španjolska i Francuska, a rjeđi u sjevernoeuropskim i zapadnoeuropskim državama.<sup>99</sup>

No, važno je razlikovati pristranost i dojam o pristranosti. Iako mediji često imaju neku vrstu gledišta, percepcija neke osobe nije objektivni prikaz sadržaja određenog izvora, već odraz toga kako medijski izvor predstavlja stavove te osobe i u kojoj se mjeri s njima preklapa.<sup>100</sup> Na primjer, u istraživanju centra Pew iz 2018. razmatrale su se stranačke orijentacije čitateljstva europskih izvora novosti u usporedbi s percepcijom ljudi o stranačkoj pristranosti. Zaključak je istraživanja da je čitateljstvo u puno manjoj mjeri stranački pristrano u usporedbi s dojmom koji su o toj pristranosti imali ispitanici.<sup>101</sup> Dakle, iako pristrano izvještavanje može učvrstiti polarizirajuća stajališta o kontroverznim pitanjima, malo je dokaza

**južna/jugoistočna Europa:** Bugarsku, Hrvatsku, Italiju, Španjolsku, Grčku, Rumunjsku, **zapadna Europa:** Belgiju, Irsku, Nizozemsku i Švicarsku.

<sup>92</sup> Temelji se na podacima dostupnim u *Izvješću o digitalnim medijima* Instituta Reuters iz 2022., a regije obuhvaćaju sljedeće države: **srednja Europa:** Austriju, Češku, Mađarsku, Poljsku, Slovačku, **sjeverna Europa:** Dansku, Finsku, Norvešku, Švedsku, **južna/jugoistočna Europa:** Bugarsku, Hrvatsku, Italiju, Španjolsku, Grčku, Rumunjsku, **zapadna Europa:** Belgiju, Irsku, Nizozemsku i Švicarsku.

<sup>93</sup> Vidi Mitchell i sur. (2018).

<sup>94</sup> Vidi Ardèvol-Abreu i Zúñiga (2017).

<sup>95</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>96</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>97</sup> Prema riječima Hallina i Mancinija (2017) politički paralelizam može se razumjeti kroz četiri fenomena: „strukturalne veze između medija i političkih organizacija, politička opredjeljenja novinara, vlasnika i upravitelja medija, medijski sadržaj te obrazac konzumacije vijesti”.

<sup>98</sup> Vidi Hallin i Mancini (2017).

<sup>99</sup> Vidi Fletcher i Jenkins (2019).

<sup>100</sup> Vidi Gunther (1992).

<sup>101</sup> Vidi Mitchell i sur. (2018).



o tome da potiče afektivnu ili stajališnu polarizaciju.<sup>102</sup> S druge pak strane dojam pristranosti ima mjerljive utjecaje. U jednom se američkom istraživanju pokazalo da dojam o pristranosti medija ima negativan utjecaj na praćenje bilo kakvih vijesti (neovisno o medijskoj platformi) i izaziva izbjegavanje vijesti.<sup>103</sup> To može ubrzati pad konzumacije vijesti, budući da se optužbe o pristranosti upotrebljavaju i u redovima medija glavne struje radi nanošenja štete konkurenciji, ali i izvan tih redova.

Usprkos stigmi, pristranost nije sasvim loša pojava. Iako potrošači nepovjerljivo gledaju na pristranost, mnogi kritiziraju i potpunu neutralnost kojom se može stavovima koje smatraju štetnima otvoriti medijski prostor ili čak dati kredibilitet. Francuska medijska kuća *BFMTV* jedan je od primjera kako mediji mogu otvoriti put populizmu pod znakom neutralnosti. Kako je rekao jedan politički reporter te medijske kuće: „Na *BFMTV-u* vodimo se principom da nikoga ne osuđujemo. Mi razgovaramo sa svima.”<sup>104</sup> Zabrinjavajuća su i pitanja poput klimatskih promjena i cjepiva jer jednako izvještavanje o objema stranama tih problema može stvoriti pogrešan dojam o tome da su obje strane jednake.<sup>105</sup> U *Izvjješću o digitalnim medijima* instituta Reuters iz 2021. godine pokazalo se da 17 % svih sudionika smatra da slabijim argumentima treba posvetiti manje vremena, dok njih 24 % smatra da postoje pitanja kojima se ne bi trebalo pristupiti neutralno. U oba se mjerenja pokazalo da mlađi ispitanici vjerojatnije podržavaju potonji stav, osobito kad je riječ o pitanjima društvene pravde.<sup>106</sup>

Nije samo povjerenje u padu, opada i zanimanje za vijesti. Globalno je zanimanje opalo s 63 % u 2017. godini na 51 % u 2022., dok je selektivno izbjegavanje naglo poraslo, a u Ujedinjenom Kraljevstvu čak se dvostruko povećalo. Ljudi izbjegavaju vijesti iz više razloga, uključujući nepovjerenje prema medijima, potpunu iscrpljenost nakon niza kriza, poteškoće u razumijevanju kompleksnih priča te opću apatiju i nezainteresiranost.<sup>107</sup> To je novo izbjegavanje ozbiljna prijetnja, jer mediji pomažu ljudima u razumijevanju svijeta koji ih okružuje, u ispunjavanju demokratskih obveza te u pozivanju onih koji su na vlasti na odgovornost.<sup>108</sup> Bez pouzdanih informacija i konzistentnog razumijevanja događaja građani bi mogli biti izloženiji prijetnji koju predstavljaju dezinformacije i polarizirajući utjecaji.

Zanimljivo je da Europljani i dalje visoko vrednuju medije, usprkos negativnim trendovima u povjerenju, percepciji i konzumaciji. Najveću vrijednost doprinosu medija za funkcioniranje društva daju građani Švedske (95 %) i Njemačke (90 %). Španjolska i Nizozemska dijele treće mjesto s ukupnom ocjenom vrijednosti od 88 %. Na popisu su i Danska (85 %), Ujedinjeno Kraljevstvo (81 %), Francuska (76 %) i Italija (75 %), koje pokazuju relativno veliku cijjenjenost medija diljem kontinenta.<sup>109</sup>

Ne postoji jednoznačno objašnjenje načina na koji ljudi stvaraju svoju percepciju medija. U jednom se američkom istraživanju pokazalo da se povjerenje najbolje objašnjava političkom ideologijom i stavovima osobe o državi, sugrađanima i gospodarstvu.<sup>110</sup> No, u istraživanju centra Pew o stanju u Europi pokazalo se da politička ideologija nije najbolja odrednica, nego da je bolji prediktor povjerenja u medije vjerovanje u populističke ideje.<sup>111</sup> Potrebno je podrobnije istražiti te pojave, ali jasno je da dojam o pristranosti utječe na stupanj povjerenja u medije glavne struje, što pak ometa funkciju medija kao temeljne sastavnice europskih demokracija.

## Lokalni pristup rješavanju pitanja problematičnih medija

Uzročno-posljedična veza između medija i polarizacije nije jasna. Iako je razumno izbjegavati preuveličavanje te veze, nekim se aspektima medija, uključujući stvaranje i konzumaciju medijskih sadržaja, možemo pozabaviti u svrhu stvaranja odgovora na probleme polarizacije i širenja stajališta usmjerenih protiv vlasti. No, te aspekte ne bi se trebalo analizirati isključivo kroz prizmu uloge medija u polarizaciji, već ih se treba uključiti u šire razumijevanje čimbenika poticanja i povlačenja koji ljude usmjeravaju prema polariziranim i ekstremističkim stajalištima općenito. Taj pristup stručnjacima omogućuje da se udalje od rasprave o tome oblikuju li popularna stajališta medije ili obratno i da se usmjere na izloženost pojedinaca i zajednica

---

<sup>102</sup> Vidi Wojcieszak i sur. (2021).

<sup>103</sup> Vidi Ardévol-Abreu i Zúñiga (2017).

<sup>104</sup> Vidi Schofield (2014).

<sup>105</sup> Vidi Newman i sur. (2021).

<sup>106</sup> Vidi Newman i sur. (2021).

<sup>107</sup> Vidi Newman i sur. (2022).

<sup>108</sup> Vidi Thurman i Fletcher (2019).

<sup>109</sup> Vidi Newman i sur. (2021).

<sup>110</sup> Vidi Lee (2010).

<sup>111</sup> Vidi Mitchell i sur. (2018).

utjecaju ekstremizma. U ovom se odjeljku predstavljaju projekti i pristupi koji su pokrenuti diljem Europe kao odgovor na neke ključne aspekte ponude i potražnje medijskih sadržaja radi unaprjeđivanja socijalne kohezije na lokalnoj razini. U njima se stručnjacima nude važne lekcije i motivacija za suočavanje s tim kompleksnim pitanjem unutar šireg okvira borbe protiv ekstremizma, mržnje i polarizacije.

## Unaprjeđivanje vještina kritičkog razmišljanja i (digitalne) medijske pismenosti

U prvom dijelu ovog izvješća prikazan je pregled dinamika potražnje osoba koje konzumiraju medijske sadržaje glavne struje i alternativne medijske sadržaje te kako to na njih može utjecati. U tom smislu stručnjaci diljem Europi uložili su napore u zaštitu ranjivih skupina od problematičnih narativa (uključujući medijske sadržaje koji bi mogli imati polarizirajući utjecaj) promicanjem i unaprjeđivanjem vještina kritičkog razmišljanja i (digitalne) medijske pismenosti. Vještine kritičkog razmišljanja ključne su za neovisnu procjenu informacija i donošenje zaključaka. Nadalje, medijska pismenost neophodna je za unaprjeđivanje sposobnosti razumijevanja, analiziranja i bavljenja medijskim porukama. Iako na različite publike djeluju različiti pristupi, kritičko razmišljanje i medijska pismenost neophodan su dio strategija za „društvo u cjelini” kojima je cilj stvoriti zajednice otporne na ekstremizam.<sup>112</sup> U ovom se odjeljku nalazi i primjer programa za kritičko razmišljanje i medijsku pismenost.

**Program Be Internet Citizens**<sup>113</sup> (Budite građani interneta) primjer je obrazovnog programa kojemu je cilj potaknuti i osnažiti mlade ljude za kretanje internetskim prostorima putem medijske pismenosti, kritičkog razmišljanja i digitalnog građanstva. Visoka razina prilagodljivosti omogućila je pokretanje programa u Bugarskoj, Francuskoj, Grčkoj, Italiji, Sjevernoj Makedoniji, Rumunjskoj, Švedskoj i Ujedinjenom Kraljevstvu. U programu se interaktivne vježbe i aktivnosti koriste za razvoj kapaciteta nastavnika i obrazovnih stručnjaka izvan formalnog obrazovanja za osvješćivanje o štetnosti dezinformacija, pristranosti, zlostavljanja i polarizirajućeg sadržaja na internetu u populaciji adolescenata i roditelja. Resursi omogućuju mladima da stupe u izravnu i neizravnu interakciju s pitanjima povezanima s problematičnim medijima, a od njih se traži da prouče pristrano i senzacionalističko izvještavanje, dezinformacije i polarizirajuće sadržaje. U svakom zadatku mladima se pomaže da shvate problem i pronađu različita rješenja.

### Zaključci stručnjaka

Programom Be Internet Citizens (Budite građani interneta) oprimjeruje se važnost rada i s nastavnicima i s mladima radi održive primjene programa, vrijednost pristupa neformalnom obrazovanju te učinkovitost usredotočenog i zabavnog učenja kroz igre i interaktivne aktivnosti. I sami resursi i lekcije koje se u njima nude mogu poslužiti kao nadahnuće stručnjacima koji žele adolescentima prenijeti znanje o medijskoj pismenosti i problematičnom izvještavanju.

## Protupropaganda i strateška komunikacija

U vrijeme kad razina povjerenja u medije i broj čitatelja opadaju diljem Europe stručnjaci bi trebali razmisliti i o tome kako mogu održati interes i angažman građana za pouzdane medijske izvore. Komunikacijske kampanje i pomno osmišljeni programi s vijestima mogu pomoći u obrazovanju građana o medijima, naglasiti važnost medija, pojednostaviti kompleksne priče i djelovati protiv potencijalno polarizirajućih interakcija vezanih za aktualna događanja. Osobito je važno probuditi interes kod mladih koji općenito u manjoj mjeri konzumiraju medijske sadržaje u manje ograničenim oblicima, stoga bi rješenja trebala biti usmjerena na područja u kojima prevladavaju mladi, kao što su društvene mreže. Lokalni, nacionalni i međunarodni službenici također mogu doprinijeti ovim naporima korištenjem strateških komunikacija kako bi što učinkovitije pristupili kontroverznim i izazovnim pitanjima koja mogu dovesti do polarizacije u novoj publici. U ovom se odjeljku nalaze primjeri komunikacijskih kampanja kojima je cilj spriječiti i umanjiti posljedice umanjene i polarizirane uporabe medija.

<sup>112</sup> Countering Violent Extremism (CVE) Working Group, Strategic Communications Initiative (Radna skupina za borbu protiv nasilnog ekstremizma (CVE), Strateška komunikacijska inicijativa) (2017), str. 5.

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

**Dare to be Grey**<sup>114</sup> (Usudi se biti siv) kampanja je na društvenim mrežama koju su pokrenuli i vode mladi u Nizozemskoj s ciljem davanja odgovora na problem polarizacije. U toj se kampanji putem niza multimedijskih i interaktivnih sadržaja primjenjuje analiza internetskih podataka, promiče niz različitih ideja te slavi umjerenost. U kampanji se sljedbenike potiče na pronalazak „sivog” srednjeg puta u prijepornim pitanjima te na izbjegavanje radnji kojima bi se mogla učvrstiti polarizirana, crno-bijela stajališta. Projekti poput ovoga ključan su alat za prevenciju. Pomažu građanima shvatiti vijesti o aktualnim događanjima te proniknuti u pristranost koja je dio izvještavanja. Osim toga, pomaže im i primijeniti vještine kritičkog razmišljanja dok sintetiziraju izvješća i stvaraju nijansiranije shvaćanje pitanja. Kampanja Dare to be Grey (Usudi se biti siv) nudi i resurse za mobilizaciju sljedbenika da drugima pomognu da učine isto. Budući da je vode mladi ljudi na društvenim mrežama kampanja je idealna za privlačenje mladih korisnika koji se vjerojatno susreću s vijestima pasivno ili kroz tuđu interpretaciju. Trenutno je kampanja oblikovana za nizozemsko tržište, što voditeljima omogućuje da svoj pristup prilagođavaju nizozemskim korisnicima i čini je izvrsnim modelom za lokalizirane intervencije putem društvenih mreža kojima se može izgraditi otpornost mladih ranjivih korisnika i mobilizirati većina na koju problem prividno ne utječe da postanu dio rješenja.

### Zaključci stručnjaka

Iako je kampanja Dare to be Grey (Usudi se biti siv) izričito namijenjena Nizozemskoj, ona je vrijedan model za stručnjake diljem EU-a. Privlačan sadržaj i mladi autori kampanju čine privlačnijom mlađoj publici, a uporaba društvenih mreža omogućuje povećavanje u određenom okolišu uz relativno niske troškove. Osim toga, u kampanji se pokazala važnost prilagodbe sadržaja određenom okolišu i potreba za stalnim ažuriranjem tog pristupa kako bi ostao ukorak s promjenjivim internetskim trendovima i prioritetima koji se mijenjaju. U kampanji Dare to be Grey (Usudi se biti siv) dokazala se važnost kampanja koje uistinu vode mladi. Europski bi stručnjaci trebali istražiti kako mogu podržati mlade u stvaranju i vođenju drugih protupropagandnih kampanja izričito namijenjenih mlađoj publici.

**Satiričke emisije s vijestima.** Nakon što je emisija *The Daily Show* stekla ogromnu popularnost u Sjedinjenim Američkim Državama naglo je porastao broj satiričkih emisija s vijestima čija su ciljna publika najčešće mladi odrasli ljudi. Cilj je takvih emisija kod mladih pobuditi interes za aktualna događanja. Dok američke emisije kao što je *Last Week Tonight* s Johnom Oliverom i dalje privlače međunarodnu publiku, pojavile su se i europske emisije istog formata, poput emisija nizozemskog komičara Arjena Lubacha koji je postao poznat na međunarodnoj razini nakon što je potaknuo videokampanju „America First” (Prvo Amerika) koja je osvojila Europu. Postoje i isključivo internetske varijante poput australske emisije *Juice Media* koje imaju međunarodnu publiku i izvješćuju o globalnim pitanjima. Pristup i ton tih emisija bliski su mlađoj publici, a format čini kompleksne teme pristupačnima i dinamičnima.

### Zaključci stručnjaka

Ove emisije s vijestima važan su čimbenik kontrole političara i komercijalnih aktera jer se bave određenim problemima koji se često zanemaruju u izvještavanju medija glavne struje. Međutim, važno je napomenuti da satirički pristup može biti odbojan onima koji se ne slažu, a može i imati polarizirajući utjecaj na gledatelje koji imaju čvrsta suprotna populistička stajališta. Nadalje, iako satiričke emisije prozivaju problematične osobe s cijelog političkog spektra, obično su lijevo orijentirane, a to može doprinijeti osjećaju da su popularni mediji stranački opredijeljeni i pristrani. Čak i uz te rizike, ovakav spoj komedije i vijesti pristup je koji se može replicirati i primijeniti u lokaliziranim komunikacijskim kampanjama i emisijama. Taj se pristup dobro kombinira i sa sadržajima na društvenim mrežama te se može iskoristiti za donošenje vijesti na platforme kao što su TikTok i Instagram. U tom bi slučaju stručnjaci trebali razmisliti o suradnji s influencerima kako bi privukli veću publiku.

Akteri lokalne vlasti trebali bi razmisliti o upotrebi šire strateške komunikacije radi umanjenja polarizirajućeg potencijala izvještavanja o osjetljivim ili kontroverznim temama.

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

**Povratak stranih terorističkih boraca i njihovih obitelji** osjetljiva je i kontroverzna tema koja može izazvati veliku pozornost medija i dovesti do polarizacije u zajednicama. To se događa zbog (pogrešnih) pretpostavki, straha i ljutnje prema ljudima koje se smatra umiješanima u terorizam i terorističke skupine. Stoga komunikacija povezana s takvim povratnicima predstavlja dilemu i izazov u širem procesu rehabilitacije i ponovne integracije. U tom pogledu svi mediji, pripadali oni glavnoj ili alternativnoj struji, igraju važnu ulogu. Izazovi povezani s komunikacijom o povratnicima obuhvaćaju nemogućnost dijeljenja svih podataka zbog prava na privatnost, što doprinosi stigmatizaciji, poticanju straha i širenju dezinformacija.

### Zaključci stručnjaka

Stručnjaci su o ovom problemu raspravljali na sastanku Mreže RAN s lokalnim stručnjacima RAN LOCAL održanom u svibnju 2020. Izradili su popis dobrih praksi za sudjelovanje medija u rješavanju i ublažavanju utjecaja tih izazova. Jedna je od preporuka izgraditi partnerski odnos s medijima što je prije moguće, a najbolje bi bilo prije nego što povratnici stignu u svoje zajednice.<sup>115</sup> Druga je preporuka uspostaviti zajednički jezik za komunikaciju s medijima, što znači da dionici moraju biti dosljedni i precizni u slanju poruka kako ne bi bilo nesporazuma u komunikaciji koji bi mogli povisiti tenzije. Jednako tako stručnjaci trebaju paziti da jasno definiraju uloge i odgovornosti za odnos prema medijima, uključujući jasne smjernice o tome koji se podaci smiju, a koji ne smiju dijeliti. Radna skupina AG Kostli za lokalne strukture za sprečavanje islamizma u njemačkoj saveznoj državi Donjoj Saski navedena je kao dobar primjer iz prakse za olakšavanje komunikacije između svih relevantnih strana.<sup>116</sup>

## Podržavanje pouzdanog novinarstva

Drugi je aspekt koji se mora razmotriti pisanje vijesti. U strategijama se moraju istražiti različiti načini zaštite i pružanja podrške pouzdanom novinarstvu i istovremenog pronalaska i odgovora na problematično izvještavanje. U središtu tih napora nalaze se novinari. Sve strategije koje su dosad navedene ovise o postojanju kvalitetnog novinarstva koje zahtijeva dobro obrazovane novinare koji primaju adekvatnu i prikladnu podršku za učinkovit rad u skladu s vrijednostima otvorenog, pluralističkog društva.

**Centar za medijski pluralizam i slobodu medija (CMPF)**<sup>117</sup> radi na zaštiti medija diljem Europe putem četiriju primarnih kanala: istraživanja, rasprava, obrazovanja i edukacija te širenja rezultata. CMPF, koji sufinancira Europska unija, nudi niz edukacijskih programa za novinare i stručnjake, ali i umreženi pristup pružanju ključne podrške, uključujući usluge pravnih stručnjaka, informacije i alate, javne forume i prekogranične razmjene te nagrade. Svojim radom Centar osnažuje novinare na lokalnoj razini i diljem kontinenta u svrhu zaštite budućnosti europskih medija.

### Zaključci stručnjaka

Europski se stručnjaci ne moraju sami suočavati s izazovima, nego mogu zatražiti različite vrste podrške od Europske unije ili susjednih zemalja, uključujući razmjenu savjeta, dobrih praksi i nadahnuća, ali i prilika za izravniju podršku poput financijskih sredstava ili resursa.

**RNTC Media**<sup>118</sup> nizozemski je obrazovni program za novinarstvo koji vodi nevladina organizacija RNV Media. Za razliku od drugih obrazovnih programa taj program prima i građane-novinare i profesionalce, a usmjeren je na upotrebu novinarstva za promicanje društvenih promjena. U kurikulumu se obuhvaća i stvaranje sadržaja te vođenje kampanja na društvenim mrežama kako bi polaznici mogli iskoristiti medije te vještine medijske pismenosti

<sup>115</sup> Vidi Wouterse i Gssime (2020), str. 4 – 8.

<sup>116</sup> Više informacija dostupno je na poveznici <https://beraten-niedersachsen.de/>.

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

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

u borbi protiv dezinformacija. Tijekom programa polaznici se udubljuju u kreativni postupak kako bi izgradili razumijevanje novinarstva kroz praktičan rad te stekli korisne vještine. U ovom se radu već raspravljalo o ulozi koju novinarstvo građana može imati (kako pozitivnu, tako i negativnu), a kako digitalizacija postaje sveobuhvatnijom, taj će se trend vrlo vjerojatno nastaviti. Stoga je važno u strategiju uključiti novinarske edukacije u kojima se taj trend može iskoristiti za promicanje pouzdanog novinarstva te za sigurno i učinkovito širenje vijesti putem društvenih mreža.

### Zaključci stručnjaka

Program RNTC Media primjer je načina na koji se medijskom edukacijom mogu podupirati i profesionalno, ali i odgovorno građansko novinarstvo. Građansko novinarstvo može biti štetno, stoga se može činiti privlačnim u potpunosti ga destimulirati. Međutim, povijesna uloga te vrste novinarstva u promicanju ljudskih prava značajna je, a vrlo je vjerojatno da će u digitalno doba građansko novinarstvo postati još istaknutije. Europski stručnjaci trebali bi taj uspješni program uzeti kao primjer i dijeliti ključna znanja i vještine sa širim krugom ljudi.

„Inicijativa za novosti” EU-a<sup>119</sup> pokrenuta je s ciljem unaprjeđivanja „postojećih i novih radnji za podršku medijskom sektoru koji se bavi novostima”. Uz holistički pristup kroz kombinaciju političkih pristupa i financiranja cilj je Inicijative dati odgovor na izazove s kojima se nose mediji koji prenose novosti. U tom će se programu osigurati 75 milijuna eura, pri čemu je dio namijenjen za dodjelu sredstava za projekte koji omogućuju i podupiru nezavisno novinarstvo, ali i za dodjelu sredstava za medijsku pismenost, provjeravanje istinitosti navoda, internetske medije itd.

### Zaključci stručnjaka

Program je u tijeku pa bi zainteresirani europski stručnjaci trebali pratiti prilike za podršku ili suradnju. Ova je inicijativa dobar model za lokalizirane pristupe na temelju kojih bi nacionalne ili lokalne vlasti mogle organizirati svoje medijske strategije kako bi ih učinile više holističkim te omogućili tješnju suradnju s drugim dionicima, uključujući civilno društvo.

## Praćenje medija

Problematici i osjetljivi sadržaji u medijima koji prenose vijesti neizbježni su. Praćenje medija važno je kako bi i stručnjaci i tvorci politika razumjeli ekosustav medija koji prenose vijesti, uključujući glavne narative obilježene mržnjom i polarizacijom te mreže izvještajnih medijskih kuća koje proizvode i šire problematične sadržaje. To je razumijevanje neophodno za izradu politika utemeljenih na dokazima i programa na lokalnoj razini izrađenih u skladu s prijetnjom i rizikom koji predstavljaju ekstremni sadržaji.

Praćenje medija može se provoditi ručno na temelju obavještajnih podataka iz otvorenih izvora, što je vrlo korisna metoda kad se traže točno određeni podaci. Druga je metoda praćenja uporaba automatskog prikupljanja i analize podataka s pomoću softvera umjetne inteligencije. Taj je pristup prikladniji za informiranje relevantnih dionika o raspoloženu javnosti prema određenoj temi te za mapiranje mreža. Kad obavljaju te poslove, pratitelji medija moraju slijediti pravila o pravima na privatnost podataka kako bi se slijedio propisani postupak. U ovom se odjeljku navodi primjer učinkovitog programa za praćenje medija.

---

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



**Alat za praćenje medijskog pluralizma**<sup>120</sup> razvila je Europska unija u svrhu praćenja medijskog pluralizma, a na temelju 25 ključnih pokazatelja kojima se procjenjuje osnovna zaštita, tržišna pluralnost, politička neovisnost te društvena uključenost u javnim medijima, komercijalnim medijima i medijima u zajednici. Izvješća koja su izrađena pomoću tog alata iz 2018., 2019. i 2020. godine dostupna su na internetu.

### Zaključci stručnjaka

Alati poput ovoga, kad ih upotrebljava neovisni revizor, mogu pomoći lokalnim i nacionalnim akterima u stjecanju boljeg uvida u medijski okoliš svoje države te u uočavanju mogućih prijetnji koje predstavljaju polarizirajući i problematični mediji i u uočavanju trendova koji mogu ugroziti medijski pluralizam.

## Što trebaju razmotriti lokalni stručnjaci

- Svi odgovori moraju biti utemeljeni na dokazima, a trenutno je premalo istraživanja na kojima bi se uistinu mogle utemeljiti učinkovite i održive politike i programi. Iako broj istraživanja o ovoj temi i mogućim posljedicama raste, većina je provedenih istraživanja usmjerena na SAD, državu u kojoj se ti izazovi proživljavaju drugačije. Stručnjaci iz EU-a trebaju uzeti u obzir postojeća istraživanja, ali isto tako trebaju poduzeti ili podržavati nova istraživanja, uključujući lokalizirana istraživanja usmjerena na točno određene zajednice za informirane ciljne intervencije.
- Uzročno-posljedična veza između medija i polarizacije još uvijek je nejasna. Stručnjaci bi izazovu trebali pristupiti predano, ali istodobno paziti da ne preuveličaju povezanost tih pojava i da ne pojačaju negativnu percepciju o medijima koja bi mogla dovesti do produbljivanja nezainteresiranosti građana. Iako je potrebno suočiti se s problemima vezanima za medije koji prenose vijesti, važno je zapamtiti da su ti mediji ključni saveznik i sastavni dio funkcionalne demokracije koji moramo štiti.
- Nedostatno financiranje predstavlja ozbiljnu prijetnju budućnosti medija koji prenose vijesti. Iako je komercijalizacija pomogla medijskim kućama da steknu više političke neovisnosti, istodobno je stvorila veću ovisnost o tržišnim silama i uzrokuje konsolidaciju medijskih kuća u sve veća medijska carstva. Prihodi od reklama nisu dostatni, a građani nisu navikli plaćati za pristup ovoj vrsti medija.<sup>121</sup> U ovom izazovnom okolišu za zaštitu nezavisnog novinarstva možda će biti potrebni politički odgovori. No, za pridobivanje podrške građana bit će potrebno uložiti mnogo truda.
- Razvoj tehnologije gurnuo je medije koji prenose vijesti u virtualni prostor. Pandemija je poslužila kao dodatni katalizator tog procesa, iako su mnogi građani informacije vezane za bolest Covid-19 dobivali iz televizijskih prijenosa. Rezultat je digitalizacije brzo širenje narativa o zavjerama i sadržaja punog mržnje, koji su uglavnom prisutni u alternativnim medijima, cijelim internetom. Stručnjacima su potrebne dodatne sposobnosti za kretanje internetskim prostorima, privlačenje publike i osmišljavanje odgovora primjerenih virtualnom prostoru.
- Cenzura se često predlaže kao dio učinkovitog odgovora na polarizirajuće sadržaje alternativnih medijskih platformi. Potpuno uklanjanje polarizirajućih sadržaja punih mržnje ili zabrana ekstremnih platformi čini se razumnom mjerom na kratkoročnoj razini. Ako se ukloni ponuda problematičnih sadržaja, tada im čitatelji neće biti izloženi. Međutim, cenzura je najvjerojatnije neučinkovita ili čak kontraproduktivna na srednjoročnoj i dugoročnoj razini. Kao prvo, cenzuru vlasti mogu zloupotrijebiti za utišavanje medija koji su prema njima kritični. Kao drugo, čak i ako nema zlouporabe cenzure, cenzurirani mediji mogu se ponovno osnovati u drugoj nadležnosti izvan dohvata zakona ili pod drugim nazivom. Kao treće, osim što je u slučaju cenzure potrebno uzimati u obzir zakone o

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

<sup>121</sup> Newman i sur. (2022) str. 62 – 109.

slobodi govora, cenzuriranjem problematičnih medija, čak i sadržaja ekstremističkih skupina, može se pojačati uvjerenje da je regulacija medija korumpirana i osmišljena za sakrivanje „istine”.<sup>122</sup> To bi pak moglo pojačati uvjerljivost narativa o zavjerama i dati vjetar u leđa ekstremističkim glasovima.

- Novinari su ključna stavka u alternativnim populističkim medijima koji prenose vijesti. Oni su posrednici populističkih aktera i njihovih narativa, tumači koji procjenjuju njihove poruke i radnje ili začetnici populističkih poruka. Stoga je važno raditi s novinarima i osvijestiti ih o rizicima koji su povezani s neopreznim ili neetičnim izvješćivanjem. Osim toga, potrebno je potaknuti novinare da postanu učinkovit dio rješenja za problem populističkih poruka putem pouzdanog novinarstva i odgovaranjem na problematične sadržaje.
- Javni su mediji ključni dio medijskog ekosustava i bit će im potrebna podrška u prilagođavanju na promijenjeni okoliš kojom će se zaštititi njihova jedinstvena uloga. Mnoge javne medijske kuće diljem Europe financiraju se iz poreza, ali taj je model održiv samo dok većina građana ima povjerenja u njih kao u izvor vijesti te vidi njihovu vrijednost. Vlade bi trebale slijediti politike kojima se štite javni mediji i kojima im se osigurava financiranje bez utjecaja na njihovu neovisnost ili kredibilitet, a drugi stručnjaci trebaju javnim medijima pomoći da osvoje srca i umove građana.
- Provjera točnosti navoda i sadržaji u kojima se istodobno predstavljaju različite perspektive korisne su strategije za prevenciju, ali malo je vjerojatno da će imati snažan pozitivan učinak na one koji su već polarizirani ili koji imaju populističke stavove. U nekim se istraživanjima pokazalo da bi u tom slučaju mogli imati negativan učinak. Obje su opcije uobičajene strategije u borbi protiv polarizacije i dezinformacija, stoga stručnjaci trebaju imati na umu konkretne potrebe neke publike pri osmišljavanju projekata kako bi im pristupali u skladu s načelom „ne činiti štetu”.
- Iako se krajnje desnom ekstremizmu i narativima o zavjerama posvećuje sve više razumijevanja i pozornosti, te je napore potrebno podržati državnim financiranjem kako bi relevantni dionici imali dostatne resurse i kapacitete za suočavanje s problemom. Ipak, to ne znači da postojećim programima usmjerenima na nasilni islamski ekstremizam treba smanjiti prioritet. Iako se teritorij ISIL-a smanjuje, kao i broj terorističkih napada u Europi, prijetnja koju predstavljaju nasilne islamističke skupine sveprisutna je. Kad je riječ o medijima i polarizaciji, to znači da stručnjaci trebaju nastaviti zagovarati i savjetovati se s donositeljima odluka o lokalnim prijetnjama radi usmjeravanja s tim povezanih politika. Uloga medija u polarizaciji ključni je stup, što se mora prikladno odražavati i u raspravama o politikama.

## Preporuke

1. Provodite lokalizirana istraživanja koja će pružiti informacije za lokalne i nacionalne strategije te strategije na razini cijele Europe.
2. Izbjegavanje vijesti ozbiljan je problem. Stručnjaci bi trebali potaknuti građane da pokažu zanimanje za vijesti, osobito građane u nepovoljnom obrazovnom položaju te mlade. To se može učiniti boljim građanskim odgojem koji bi pomogao u kontekstualizaciji aktualnih događanja, kampanjama kojima bi se građanima pomoglo razumjeti važnost medija i dokazala netočnost optužbi o pristranosti koje potkopavaju povjerenje u medije te inicijativama kojima bi se vijesti učinile pristupačnijima i razumljivijima.
3. Uključite temu novinarstva i medija u građanski odgoj, kako u formalnom, tako i u neformalnom obrazovanju. Tako bi se građanima pomoglo da promisle o tim temama i shvate važnost novinarstva, ali i postupke i etiku koji su osnova za pripremu i širenje vijesti putem medija.

<sup>122</sup> Vidi Mreža za osvješćivanje o radikalizaciji (2019).

4. Podržavajte programe koji promiču kritičko razmišljanje i medijsku pismenost radi zaštite ranjivih članova publike. Ti programi moraju biti prilagođeni različitim skupinama koje se sastoje od pripadnika različite dobi, roda, etniciteta, religijske pripadnosti i društvenih skupina. Ključni dio takvih programa trebao bi sudionike podržati u neovisnom raspoznavanju činjenica od mišljenja, prepoznavanju pristranosti u izvještavanju i narativima o zavjeri, potvrđivanju i provjeri točnosti vijesti te odgovaranju na problematične sadržaje i aktere.
5. Surađujte s medijima koji prenose vijesti i novinarima u izradi odgovora na negativnu percepciju medija glavne struje kako biste izgradili povjerenje, zadržali čitateljstvo i suzbijali privlačnost alternativnih medija. Ta suradnja obuhvaća poboljšavanje razumijevanja i svijesti medijskih djelatnika o polarizaciji i populizmu te o tome kako njihovo izvještavanje može pooštriti te fenomene.
6. Podržavajte etičko i pouzdano novinarstvo. Novinari se suočavaju s moralnim i pravnim nedoumicama kad izvještavaju o problematičnim i polarizirajućim sadržajima. Potrebno je učiniti više kako bi ih se osvijestilo o utjecaju koji imaju kad izvješćuju o osjetljivim političkim pitanjima ili događajima te kako bi im se pružile metode za uravnoteženo izvještavanje.
7. Kad je riječ o politički osjetljivim temama, tijesno surađujte s medijskim organizacijama za prenošenje vijesti. Izradite komunikacijski plan u kojem mediji sudjeluju kao značajan partner kako bi mogli na odgovarajući način izvještavati o toj temi bez širenja straha, stigmatiziranja zajednica i širenja netočnih informacija.
8. Osmislite strukture i platforme koje olakšavaju međusobnu suradnju stručnjaka, istraživača, tvoraca politika, novinara, vlasnika medijske kuće koja prenosi vijesti te tehnoloških društava. Mediji i polarizacija kompleksna su pitanja na koja zajednički i koordinirano moraju odgovoriti svi relevantni dionici.
9. Cenzuru primjenjujte oprezno, pazeći na zaštitu slobode govora te na sprječavanje zlouporabe cenzure. Budući da postoji mogućnost da cenzura dovede do učvršćivanja uvjerenosti u zavjeru kod skupina koje su već radikalizirane, planirajte odgovore kojima će se ublažiti taj popratni učinak. U situacijama u kojima bi implikacije mogle donijeti više štete nego koristi promislite je li cenzura ispravan pristup.
10. Medijske kuće koje proizvode i šire sadržaje klasificirane kao govor mržnje te njihovo rukovodstvo i osoblje pozivajte na odgovornost za to djelovanje. Sankcije trebaju biti razmjerne kako se profil tih medijskih kuća i osoba ne bi dodatno istaknuo. No, važno je zapamtiti da se taj problem neće riješiti sankcijama. Nužan je širi plan angažmana kako bi se shvatili čimbenici koji su te osobe potaknuli na stvaranje i/ili širenje problematičnih sadržaja te kako bi se izradio odgovor na te čimbenike.
11. Pratite medijske kuće koje prenose vijesti i njihov utjecaj. Taj postupak može obuhvaćati posebne timove za istraživanje otvorenih izvora te izradu platforme na kojoj korisnici mogu prijaviti problematične sadržaje. Osim toga, koristite se softverom temeljenim na umjetnoj inteligenciji za otkrivanje ekstremističkog sadržaja i stjecanje uvida u stavove i poglede građana koji konzumiraju internetske vijesti.



## O autorima:

**Kelsey Bjornsgaard** voditeljica je odjela za praksu za Mrežu snažnih gradova pri Institutu za strateški dijalog gdje vodi razvoj modela za izgradnju kapaciteta u svrhu jačanja lokalnih pristupa sprječavanju i borbi protiv nasilnog ekstremizma. Tijesno surađuje s lokalnim vlastima, stručnjacima na prvoj liniji, civilnim društvom te mladim lokalnim akterima na izgradnji ključnih kapaciteta te na poticanju međusektorske koordinacije, a sve u svrhu promicanja rješenja temeljenih na zajednici u globalnim razmjerima. Kelsey je završila diplomski studij o međunarodnim sukobima na sveučilištu King's College London, a na preddiplomskoj razini završila je europske studije na Sveučilištu u Oklahomi.

**Simeon Dukić** viši je rukovoditelj za Mrežu snažnih gradova pri Institutu za strateški dijalog gdje vodi istraživanje i uključenost mreže te pruža podršku naporima na gradskoj razini za borbu protiv ekstremizma, mržnje i polarizacije u Europi i Aziji. Njegov je rad usmjeren na mapiranje regionalnih prijetećih okoliša na internetu i izvan interneta, dodatno jačanje lokalnih okvira za prevenciju koji se vode na gradskoj razini i imaju više dionika, poboljšavanje nacionalno-lokalne suradnje te osnaživanje mladih za borbu protiv mržnje, polarizacije i ekstremizma. Simeon je završio diplomski studij o obavještajnim službama i međunarodnoj sigurnosti na sveučilištu King's College London te preddiplomski studij o globalnim izazovima na sveučilištu Leiden University College u Haagu.

## Bibliografija

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., ... i 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. i 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. 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.

Brogi, E., Carlini, R. M., Nenadic, I., Palmer, M., Parcu, P. L. i 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. (2018., 26. rujna). 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. i 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](https://content/uploads/2019/07/The-Great-Replacement-The-Violent-Consequences-of-Mainstreamed-Extremism-by-ISD.pdf)

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

Druckman, J. N., Peterson, E. i 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*. Mreža za osvještavanje o radikalizaciji. Ured za publikacije Europske unije. [https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/c1ab85bb-c39d-4006-8b11-0932b23696e1\\_en?filename=ran\\_conspiracy\\_theories\\_and\\_right-wing\\_2021\\_en.pdf](https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/c1ab85bb-c39d-4006-8b11-0932b23696e1_en?filename=ran_conspiracy_theories_and_right-wing_2021_en.pdf)

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

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

Fletcher, R. i Jenkins, J. (2019). *Polarisation and the news media in Europe: A literature review of the effect of news use on polarisation across Europe* (study). Vijeće za budućnost znanosti i tehnologije. Služba Europskog parlamenta za istraživanja (EPRS). [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-03/Polarisation\\_and\\_the\\_news\\_media\\_in\\_Europe.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-03/Polarisation_and_the_news_media_in_Europe.pdf)

Galineau, K. (2019., 16. ožujka). 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. i Mancini, P. (2017). Ten years after comparing media systems: What have we learned?. *Political Communication*, 34(2), 155 – 171.

Hameleers, M. i 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. i 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. i 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. i Nygaard, S. (2021). Right-wing alternative media in the Scandinavian political communication landscape. U E. Skogerbø, Ø. Ihlen, N. Nørgaard Kristensen i L. Nord (urednici), *Power, Communication, and Politics in the Nordic Countries* (str. 263 – 282). Nordicom. <https://doi.org/10.48335/9789188855299>

Krouwel, A., Kutiyiski, Y., Van Prooijen, J. W., Martinsson, J. i 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*. Institut za strateški dijalog. <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*. Istraživanje za Odbor za kulturu i obrazovanje (CULT) Evropskog parlamenta.  
[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. i 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., ... i Taylor, K. (2018., 14. svibnja). *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. i 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. i 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. (2018., 14. lipnja). *"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. i Nielsen, R. K. (2019). *Reuters Institute Digital News Report 2019* (8<sup>th</sup> Edition). Reuters Institute for the Study of Journalism.  
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR\\_2019\\_FINAL\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf)

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

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

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

Nicholls, T., Shabbir, N. i Nielsen, R. K. (2016). *Digital News Project 2016* [Izješće]. 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., 4. srpnja). Szorosra zárt ajtón dörömböl Washingtonban a kormány. *Origo*. <https://www.origo.hu/itthon/20120703-amerikai-kepviselektol-ker-segitseget-orban-az-internetes-gyuloletbeszed-megfekezesere.html>

Mreža za osvješćivanje o radikalizaciji. (2019). *Far-right extremism. A practical introduction* [Factbook]. Centar za izvrsnost Mreže RAN. [https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/dbf80750-0472-4a11-86a6-93ac7c34e568\\_en?filename=ran\\_fre\\_factbook\\_20191205\\_en.pdf](https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/dbf80750-0472-4a11-86a6-93ac7c34e568_en?filename=ran_fre_factbook_20191205_en.pdf)

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

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

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

Schraer, R. (2021., 27. studenog). 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. i 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. i 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. i 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. i Gssime, Y. (2020). *Local Communications for Returning FTFs* [Zaključni rad]. Mreža za osvješćivanje o radikalizaciji. [https://ec.europa.eu/home-affairs/system/files/2020-07/ran\\_local\\_conclusions\\_communication\\_26-25\\_5\\_2020\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/home-affairs/system/files/2020-07/ran_local_conclusions_communication_26-25_5_2020_en.pdf)

Zelizer, B. (2009). Journalism and the Academy. U K. Wahl-Jorgensen i T. Hanitzsch (urednici), *The Handbook of Journalism Studies* (str. 51 – 63). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203877685>

## GDJE PRONAĆI INFORMACIJE O EU-u

### Na internetu

Informacije o Europskoj uniji na svim službenim jezicima EU-a dostupne su na internetskoj stranici Europa na poveznici: [https://europa.eu/european-union/index\\_en](https://europa.eu/european-union/index_en)

### Publikacije EU-a

Besplatne i platne publikacije EU-a možete preuzeti ili naručiti na poveznici: <https://op.europa.eu/en/publications>. Možete pribaviti više primjeraka besplatnih publikacija ako se obratite informacijskom centru Europe Direct ili lokalnom informacijskom centru (vidi [https://europa.eu/european-union/contact\\_en](https://europa.eu/european-union/contact_en)).

### Zakoni EU-a i povezani dokumenti

Želite li pristupiti pravnim informacijama EU-a, uključujući sve zakone EU-a od 1952. na svim službenim jezicima Unije posjetite stranicu EUR-lex na poveznici: <http://eur-lex.europa.eu>

### Otvoreni podaci iz EU-a

Portal otvorenih podataka EU-a (<http://data.europa.eu/euodp/en>) pruža pristup skupovima podataka iz EU-a. Podatke možete preuzeti i ponovno upotrebljavati besplatno, kako u komercijalne, tako i u nekomercijalne svrhe.

Radicalisation Awareness Network

# RANI

Practitioners

