

Nada Zgrabljic, Tamara Kunic, Ljubica Josic
***Reakcije čitatelja i kultura komuniciranja
na hrvatskim informativnim portalima***

316.775.4:077.5(497.5)

077.5:070.11(497.5)

DOI [10.18485/fdu_dhkum.2021.ch13](https://doi.org/10.18485/fdu_dhkum.2021.ch13)

Uvod

Informativni portali (*news* portali) vrsta su mrežnih stranica koje, kao produkt rada najčešće stalnih redakcija, okupljaju dokumente razvrstane prema rubrikama (vijesti, politika, kultura, šport, zabava i dr.) međusobno povezane elektroničkim uputnicama (linkovima) aktiviranjem kojih korisnik kreira vlastiti smjer čitanja sadržaja ponuđenoga na stranici, tj. kretanjem kroz međusobno ravnopravne dokumente stvara vlastiti hipertekst. Hipertekstualnost je jedno od pet razlikovnih obilježja (Newhagen i Rafaeli, 1996, prema Wood i Smith, 2005: 41) računalno posredovane komunikacije (engl. *computer-mediated communication, CMC*) u odnosu na neposrednu komunikaciju (ostala su obilježja: paketno prospajanje, multimedija, interaktivnost te sinkronicitet). Mrežni portali, kao i ostali elektronički tekstovi, tj. hipertekstovi, imaju obilježja asocijativnosti, vizualnosti, nelinearnosti, interaktivnosti, otvorenosti i nestabilnosti. Čitatelji mrežnih portala mogu biti angažirani u različitim stupnjevima; neki prelaze s jednoga dokumenta na drugi ne ostavljajući trag, dok drugi sudjeluju u sadržajnom obogaćivanju hiperteksta jer, stvarajući komentare, upisuju vlastiti tekst u mrežno tkivo te tako postaju odgovorni za stvaranje korisnički generiranoga sadržaja. Takvom aktivnom ulogom čitatelja ili korisnika informativni portali, kao i portali specijaliziranoga tipa,

utječu na tradicionalno shvaćenu autorsku kontrolu nad tekstem, premještajući u komunikacijskome trokutu naglasak na recipijentsku, odnosno produkcijsku ulogu, upućujući, među ostalim, i na dijaloške mogućnosti komunikacijskih praksi novih medija. Pritom korisnici mrežnih portala, kao i ostalih elektroničkih tekstova, svoj identitet oblikuju verbalnim ponašanjem (Wood i Smith, 2005: 60), odbacujući ograničenja neposredne komunikacije te djelujući na potencijalno demokratičnim temeljima računalno posredovane komunikacije, odnosno u virtualnom prostoru (engl. *cyberspace*).

Kad je riječ o novinarstvu, javna sfera je ono gdje se nalazi sadržaj koji novinari objavljuju i u teoriji dostupan je građanima. Pojavom interaktivnoga weba, zahtjevi publike sve se više kreću u smjeru sudjelovanja u kreiranju sadržaja, bilo doprinosom temi članka, bilo izražavanjem svojega mišljenja ili zbog komunikacije s drugim čitateljima. Komentari čitatelja na profesionalne tekstove novinara jedan su od najpopularnijih formi sudjelovanja građana u proizvodnji medijskoga sadržaja (Ruiz i ostali, 2011). Nedavna istraživanja sugeriraju kako su čitatelji spremniji komentirati tekstove na informativnim portalima ako novinski tekstovi već sadrže komentare (Ziegele, 2017), odnosno čitatelji mogu biti potaknuti na komentiranje upravo doprinosima i novinara i čitatelja. Ako se uzme u obzir pretpostavka da je internet omogućio demokraciju kroz nefiltrirani pristup mreži svima onima koji žele sudjelovati, postavlja se pitanje na koji bi način građani trebali komunicirati u toj javnoj, demokratskoj sferi, a da pritom zadovoljavaju kriterije javne rasprave. Neki autori (Ruiz et al., 2011; Habermas, 1995; Dahlberg, 2007) tvrde kako zdrava, deliberativna javna sfera nije moguća ako korisnici nisu pristojni jedni prema drugima i prema autorima teksta. Dahlberg (2007: 49) je definirao set kriterija koji se moraju ispuniti kako bi komunikacija u javnoj sferi trebala biti uključiva, slobodna i autonomna, sposobna pružiti jednakost među svim sudionicima, iskrena i argumentirana. S obzirom na strukturu komentara na mrežnim portalima, očekivano je da se može govoriti o porukama koje se ostvaruju u skladu s komunikacijskim normama (pridonose uključivoj komunikaciji) te o porukama koje komunikacijske norme u različitom afektivnom rasponu krše (ne pridonose uključivoj komunikaciji). Ipak, omjer tih dviju vrsta poruka možda

ponajbolje otkriva sastav korisnički generiranog sadržaja nastaloga bez atribuiranja autorstva osobnim podacima, potom i slobodno objavljenoga na mreži. Drugim riječima, mrežni prostor dopušta slobodnu participaciju, ali ta se participacija, koja inače podrazumijeva poštivanje etičkih i ostalih normi javne komunikacije, često ostvaruje na komunikacijski neprikladne načine. To je jedan od razloga zašto mnoge teorije upozoravaju na manjkavosti računalno posredovane komunikacije u odnosu na neposrednu komunikaciju.

Povijesni razvoj informativnih portala

Pojavom prvih komercijalnih internetskih preglednika, Netscapea 1994. i Microsoft Explorera 1995. godine postalo je jasno kako se nepovratno mijenja i komunikacijska paradigma (Scott, 2005). Brojne profesije svoju budućnost pronašle su upravo na Internetu, pa tako i novinarstvo. Informativni portali počeli su se razvijati početkom 90-ih godina prošloga stoljeća i vrlo su brzo postali jednakovrijedan oblik profesije. Od tradicionalnih medija, informativni portali razlikuju se: 1) velikim rasponom komunikacijskih modaliteta; 2) hipermedijalnošću; 3) većom uključenošću publike; 4) dinamičnim sadržajem i 5) mogućnostima prilagodbe sadržaja (Pavlik, 2001: 217). Internet je sâm po sebi konvergirani medij, nastao spajanjem različitih komunikacijskih platformi: *broadcastinga* (radijskoga i televizijskoga emitiranja), interneta i telekomunikacija, pri čemu su se te platforme transformirale u novi oblik (Zgrabljić Rotar, 2011a: 43). Nove tehnološke mogućnosti za urednike i novinare značile su i velike promjene s tradicionalnih na nove medije. Pavlik (1997) tri faze razvoja internetskoga novinarstva opisuje ovako: u prvoj fazi, novine su samo reciklirale sadržaj iz svojega tiskanoga izdanja i objavljivale ga na internetskoj platformi. Druga faza u internetskom novinarstvu uključivala je neke elemente interaktivnosti, odnosno sadržaj se češće izmjenjivao i osvježavao. U trećoj fazi dolazi do prožimanja (konvergencije), čime se uključuju multimedijaska obilježja (Pavlik, 1997). No, najveći doprinos koji je Internet dao razvoju komunikacijskoga potencijala

dolazi tek kasnije, a riječ je o interaktivnosti, odnosno mogućnosti da korisnici postaju i proizvođači sadržaja čija kolektivna inteligencija sudjeluje u stvaranju „zajednice međusobno povezanih korisnika“ (O'Reilly i Battelle, 2009).

U Hrvatsku je ideja o internetu stigla 1991. godine kad je Ministarstvo znanosti i tehnologije pokrenulo CARNet, prvu nacionalnu širokopojasnu računalnu mrežu. Tijekom 1993. stvaraju se prve hrvatske mrežne stranice te pokreću prvi časopisi na internetu, *Byte* i *Bug*, koji su se bavili digitalnom tehnologijom (Brautović, 2010). Internetsku stranicu 1994. pokrenula je i Hrvatska radio-televizija. Prve dnevne novine koje su imale svoj eksperimentalni mrežni portal bio je *Glas Istre*, i to 1996. godine. Do početka 2000. godine informativne portale imali su gotovo svi hrvatski nacionalni dnevni listovi, magazini i časopisi, a u to vrijeme pokreću se i prvi samostalni informativni portali (Prelog, 2011).

Otprilike u to doba, u svijetu, a i u Hrvatskoj, počeo se mijenjati način rada u redakcijama tradicionalnih medija koji su imali i svoje internetsko izdanje. Počinju se formirati integrirane medijske redakcije, ulaže se u razvoj portala, koji sada počinju u potpunosti ispunjavati funkcije Weba 2.0, stavljajući u prvi plan multimedijalnost i interaktivnost s publikom. Građani više ne žele biti samo pasivni primatelji sadržaja koji im serviraju medijske kuće već žele aktivno sudjelovati u proizvodnji vijesti, analizirati ih, mijenjati i distribuirati nepreglednoj mreži istih takvih (inter)aktivnih korisnika.

Nakon što je televizija dugo vremena bila glavni izvor informiranja za građane, prema istraživanju Reutersova instituta za novinarstvo (*Digital News Report 2019*)⁹, u koji je bila uključena i Hrvatska, 89 % ispitanika danas do vijesti dolazi putem interneta. U Hrvatskoj postoji 349 elektroničkih publikacija¹⁰, a koje se mogu promatrati kroz podjelu na javne medije, komercijalne portale koji

9 Istraživanje je provedeno putem *online* upitnika krajem siječnja i početkom veljače 2019. godine u 36 zemalja na uzorku od 70 000 ispitanika. <http://www.digitalnewsreport.org/>.

10 Prema popisu Agencije za elektroničke medije. <https://pmu.e-mediji.hr/Public/PregledElPublikacije.aspx> (pristupljeno u prosincu 2019).

imaju svoje izdanje i na tradicionalnome mediju (portali radijskih te televizijskih postaja, portali dnevnih novina, magazina i časopisa), komercijalne portale koji imaju isključivo internetsko izdanje (informativni portali na nacionalnoj i lokalnoj razini, specijalizirani portali) te neprofitne portale.

Objedinjenjem hipertekstualnosti, interaktivnosti i multimedijalnosti u digitalnome prostoru otvorile su se nove mogućnosti za uspostavu javnoga dijaloga te se moglo očekivati da će osnaživanje korisničke uloge slobodom govora svih članova pridonijeti učinkovitosti javnih rasprava. S druge strane, brzina, koja je imperativ novih medija, oslabila je mnoge profesionalne norme i pravila, poput odgovornosti, preciznosti, dubine analize, ravnoteže, pouzdanosti informacija i izvora, točnosti činjenica i kvalitete jezika (Zgrabljčić Rotar, 2011b).

Komentari korisnika informativnih portala

Komentari čitatelja portala češće su mjesto istresanja bijesa nego mjesto argumentirane javne rasprave (Ruiz, 2011; Torres da Silva, 2013) te se mogu promatrati kao prostor u kojem izopćenici iz moderne javne komunikacije otkrivaju svoje namjere, dok razmjenjuju mišljenja o svojim osobnim i društvenim ponašanjima (Hordecki, 2014: 3). U tome svjetlu, negativni komentari korisnika postaju oružje kojim informiraju javnost o tome koga krive, zbog čega ih krive, zašto na neke grupe gledaju na određeni način, što očekuju i što bi željeli promijeniti (Hordecki, 2014: 4). McNair (2018: 161) ističe važnost komentara čitatelja, koji se objavljuju odmah nakon što članak postane dostupan na internetu i koji su javno dostupni svim čitateljima.

Komentatori mogu propitkivati argumente koje je iznio novinar ili ga pohvaliti. Mogu se uključiti u debatu s ostalim čitateljima, često agresivno. Zbog toga je pitanje kako povećati civiliziranost u javnom diskursu postalo temeljni element debata o etici na internetu, s obzirom da „trollovi“ i „hateri“ ispoljavaju svoj bijes u komentarima na informativnim portalima. (McNair, 2018: 163)

On uvodi i pojam globalne javne sfere koju je omogućio Internet, brišući granice dostupnosti pojedinih medija. McNair tvrdi kako se današnje novinarstvo odvija u postmodernoj javnoj sferi, jer stvara hibridne forme koje su i zabavne i informativne te se bave marginaliziranim temama. Isto tako, McNair primjećuje kako privatnost sve više postaje dijelom javne sfere, s reality showovima u kojima sudjeluju političari ili talk showovima u kojima se raspravlja o važnim temama poput pitanja pobačaja ili seksualnoga zlostavljanja u Crkvi (2018).

Nedostatak kulture komuniciranja, negativno intonirani govor, pa i govor mržnje, često su tema rasprave u javnosti, među medijskim djelatnicima i znanstvenicima, no i dalje su nedovoljno istraženi. S jedne strane zagovara se pravo na slobodu govora, dok se s druge strane traže stroži i kontroliraniji uvjeti sudjelovanja publike, a ima i najrigoroznijih prijedloga poput potpunoga isključivanja mogućnosti komentiranja. Domingo (2008) je primjerice proveo istraživanje među novinarima u četirima flamanskima mrežnim portalima, od kojih su dva bila isključivo mrežni portali, a dva mrežna izdanja novina. U svojem radu opisao je sustav rada na mrežnom portalu. *Online* novinari u analiziranim redakcijama željeli su pojačati sudjelovanje čitatelja. Kazali su kako u novinama ima malo prilika za interakciju s čitateljima, dok na internetu mogu ponuditi široku paletu platformi za raspravu. Osnovna razlika bila je u tome da su se novinari koji su radili na mrežnom portalu osjećali bliži publici, jer su ih korisnici mogli izravno kritizirati, komentirati ili predlagati (Domingo, 2008: 693). Komentatori nisu morali otkriti svoja imena, ali im se nadimak mogao zabraniti ako im je ponašanje bilo neprimjereno. U svim slučajevima poruke su se pregledavale nakon objavljivanja jer su novinari tvrdili da moderiranje prije objave „ubija raspravu“. Novinari su automatski brisali komentare koji su napadali konkretnu osobu ili koji su sadržavali adresu neke druge mrežne stranice (Domingo, 2008: 697). Noci i drugi autori (2010: 3) utvrdili su da postoje dvije osnovne strategije koje medijske kuće koriste u odnošenju prema komentarima čitatelja. Prva je „intervencijska“, temeljena na moderiranju prije objave, koja znači da osobe zadužene za kontroliranje komentara čitatelja, čitaju i evaluiraju komentare i objavljuju samo one koji su pristojni

i poštuju norme. Druga strategija temelji se na moderiranju poslije objave, po kojoj se komentari automatski objavljuju, ali, ako se njihov sadržaj smatra neprimjerenim, uklanjaju ga. Moderiranje poslije objave način je na koji rade i hrvatski informativni portali. Sve elektroničke publikacije registrirane pri Agenciji za elektroničke medije koje na svojim stranicama imaju mogućnost komentiranja imaju objavljena i pravila komentiranja, kojima zabranjuju uvrede i govor mržnje, a njihovo nepoštivanje dovodi do raznih sankcija, od privremenog do trajnog gašenja korisničkoga računa komentatora.

Osobnosti komentara na informativnim portalima

Iako se od njih očekuje da budu mjesto argumentirane, komentari na članke informativnih portala često sadržavaju uvrede, vulgarizme, pa i poziv na linč, što sve narušava deliberativni potencijal participacije građana. Neki autori (Ksiazek et al., 2014) kao osnovnu problematiku uvredljivog govora u komentarima ističu i činjenicu kako i među znanstvenicima postoji nesrazmjer u konceptualizaciji uvreda, i prve stuba koja joj prethodi, nepristojnosti. Oni su istraživali postojeću literaturu o nepristojnosti u internetskoj komunikaciji te nepristojne komentare objavljene ispod videa na Youtubeu. Pristojnost su definirali kao riječi u kojima nema osobnih napada i gruba, nepristojna jezika u komunikaciji s drugima ili prema sadržaju o kojem se raspravlja, uključujući riječi koje bi razljutile sugovornika, bezobrazne komentare i vrijeđanje (ibid: 4). Neki autori smatraju kako je uvrede i negativno intonirane komentare nužno promatrati kontekstualno, jer previše uljudnosti i susprezanja u izražavanju mišljenja ne slijedi načela deliberativne demokracije i uvelike ovisi o kulturnom naslijeđu komentatora (Papacharissi, 2004). Bez obzira na definiciju, možemo se složiti kako negativno intonirani komentari, tj. oni koji sadrže uvrede, prijetnje, stereotipe i napade, nikako ne pridonose kvalitetnoj raspravi u javnoj sferi.

Istražujući sedam katalonskih novinskih portala Noci et al. (2010) došli su do zaključka da komentari uopće ne poboljšavaju kvalitetu komunikacije na internetu i da su obilježja govora daleko

od one koja se očekuje u Habermasovu modelu javne sfere. Većina komentatora (82 %) uopće nije tražila pojašnjenje tuđega stava, 82 % građana novinara ne prihvaća nikada tuđe argumente, a preostali ih uglavnom ne prihvaćaju (ibid.).

Analiza komentara na hrvatskim informativnim portalima

Zgrabljčić Rotar i Kunić (2019) istraživale su obilježja govora u komentarima na trima hrvatskim informativnim portalima u razdoblju od 1. siječnja do 31. ožujka 2017. Analizirano je ukupno 8819 komentara čitatelja na portalima Net.hr, 24sata.hr i Index.hr (Zgrabljčić Rotar i Kunić, 2019: 95). U tim komentarima, objavljenima ispod devet članaka u navedenom razdoblju, istraživalo se kakav je govor sudionika, odnosno *prosumera*, imajući u vidu načela koja bi takva komunikacija, koja pridonosi deliberativnoj demokraciji (Dahlberg, 2007) trebala slijediti. Ona bi trebala podupirati jednakost među svim sudionicima, poštovati drugoga i biti empatična, a argumenti moraju biti oblikovani tako da se može prihvatiti tuđe mišljenje ili propitati vlastito. Rezultati istraživanja pokazali su da je od 1. siječnja do 31. ožujka 2017. u najkomentiranijim tekstovima na trima najkomentiranijim portalima objavljeno 4379 pozitivnih (49,7 %) i 4252 negativnih komentara (48,2 %), a elemente govora mržnje sadržavalo je 188 komentara (2,1 %) (Zgrabljčić Rotar i Kunić, 2019: 98).

Bockowski i Mitchelstein (2012) primijetili su kako je pri istraživanju komentara nužno u obzir uzeti i novinske tekstove i kako ih je važno promatrati iz pozicije vrijednosti vijesti (Galtung i Ruge, 1965), prema kojoj novinari biraju one vijesti koje zadovoljavaju nekoliko kriterija, odnosno „zaslužuju“ da postanu vijest. Ziegele i ostali (2017) u svom su istraživanju pokazali kako veliki broj komentara imaju vijesti koje u sebi sadrže neku kontroverzu. Autori su zaključili da ton vijesti utječe na komentiranje, a one vijesti koje su sadržavale informacije o nesretnim događajima i neke kontroverze više su poticale sudionike na komentiranje (ibid: 13).

Studija slučaja burnih rasprava na hrvatskim portalima i u tisku koju je izazvao prijedlog Rektora hrvatskog sveučilišta da

se zagrebačkom gradonačelniku¹¹ dodijeli počasni doktorat Zagrebačkog sveučilišta predmet je još jednog opsežnog istraživanja komentara, koje provode autorice ovog članka. Naime, spomenuti slučaj pobudio je veliko zanimanje medija i sudjelovanje javnosti. S obzirom na kontroverznost teme, jer se predloženiku za počasni doktorat sudi zbog zloupotrebe položaja i ovlasti, u središtu istraživanja bila je komunikacija građana na tu temu u komentarima na trima najčitanijim hrvatskim komercijalnim informativnim portalima od 27. studenoga 2018. do 4. svibnja 2019. U gotovo tri tisuće komentara koji su objavljeni ispod 91 članka primijećeno je kako komentatori koriste uvrede, pogrde i negativno intonirani govor kada govore o temi članka, ali i kad se obraćaju jedni drugima. Uvrede se nisu odnosile samo na zagrebačkog gradonačelnika, već su bile upućene i Rektor Zagrebačkog sveučilišta koji je doktorat predložio. Za gradonačelnika korišteni su pogrđni nazivi poput: *Banditić*, *Nosokopač*, *bagerist*, a vrijeđalo ga se i na nacionalnoj osnovi: *'ercegovac*, *Turak*, *Bosanac*, *iz Pogane Vlake*. Autori komentara često koriste nadimke i njima se trajno služe. Ovo su neki od njihovih komentara¹²:

Bluesbob

Nikad veća seljačina nije bila veći kandidat..

Darko Vincetic

Borasov otac je Hercegovac. Tko će kome nego svoj svome.

Caliper

Ma goni tu bandičev stoku preko GRANICE, NA KAMENJAR....

Iz primjera je vidljivo kako se autori komentara služe uvredama na nacionalnoj osnovi i kako se njihov komentar ne odnosi na temu članka, nije argumentiran, već predstavlja samo izražavanje negativnih emocija, pa i psovki.

11 Rektor Zagrebačkog Sveučilišta je Damir Boras, a gradonačelnik Zagreba Milan Bandić.

12 Sve komentare korisnika donosimo u nepromijenjenom i nelektoriranom obliku, uz nadimak komentatora.

Midan Tulek

E, ako je Muzička akademija u pitanju, onda je odluka više nego ispravna. Doktorat je za izvrsno sviranje kurcu / uz kurac ?

Srdjan Batosic

Jesi staro magare, ali možda bi te koji Meksikanac i zaposlio da predajes - vrece gnojiva strucnijima od sebe. Da tako barem jednom u zivotu radis nesto posteno, smradu....

Miro Dosen

Bože sačuvaj a što ga mati nije pobacila da neruži i državu i narod .

Hiroo_Onoda

Njega su zapravo zamijenili u rodilištu. Tamo gdje je zamijenjen on je sasvim drugi Bandić. Ne priča o sebi u trećem licu, nema problema sa zakonom, mrzi fontane i betonizaciju, ne želi postati premijer i tako to. Ovaj kojeg mi imamo je sušta suprotnost onog pravog, zamijenjenog Bandića na kojeg je taj naš u stvari ljubomorani.

U spomenutim primjerima sudjelovanja građana na portalima očito je da ne iskorištavaju dovoljno mogućnost mrežnoga prostora kako bi pridonijeli argumentiranoj javnoj raspravi i dijeljenju novih informacija, već se ograničavaju na ismijavanje, vrijeđanje i iskazivanje negativnih emocija. Navedeni rezultati upućuju na to da se kultura komuniciranja na našim portalima podudara s rezultatima dosadašnjih istraživanja u svijetu, odnosno da, bez obzira na jezičnu zajednicu, ne potiče javnu raspravu u produktivnom smislu.

Zaključak

Internet je idealno mjesto za javnu raspravu između nepoznatih sudionika. Kao što je to uočio Waldman (2014: 169), nema prostornih ograničenja u komunikaciji, zbog čega veoma lako omogućuje samoizražavanje svima koji imaju pristup internetu. Drugo, komentari na internetskim portalima ne diskriminiraju nikoga po ideologiji, kvaliteti komentara ili psihičkom zdravlju. Kako ističe

Waldman, u komentarima se mogu javiti ljudi željni elokventne rasprave, ali i najveći sociopati (2014: 171). Zbog toga ne čudi pojava nekulturnoga govora, uvreda i poruga u komentarima čitatelja, kao ni potpuno neprimjerena komunikacija.

Medijske kuće na to reagiraju na različite načine, neke su isključile mogućnost komentiranja tekstova, a neke dopustile ponašanje slično onomu na Divljem zapadu (ibid: 172). Oba pristupa imaju svoje manjkavosti. Isključivanje mogućnosti komentiranja zbog straha što će se pojaviti u komentarima velik je udarac na demokraciju u novim medijima, dok izostanak kontrole objavljenoga sadržaja odvlači komentatore od tematizirane rasprave (ibid.). Ipak, može se reći da zasad, u području komentara, internet nije odgovorio očekivanjima za mrežnim prostorom kao mjestom osnaživanja demokratskih potencijala.

Jednako kao i u većini stranih istraživanja, provedena analiza komentara na hrvatskim informativnim portalima pokazala je nisku razinu kulture komuniciranja i nedostatak i manjak argumentirane rasprave. Dobiveni rezultati u skladu su s općim trendom neprihvatljivoga komuniciranja, koji nije svojstven samo korisnicima portala u Hrvatskoj, nego je opća pojava, što su pokazala istraživanja znanstvenika u različitim europskim zemljama.

Unatoč tome, u istraživanju komentara građana na tekstove objavljene u povodu prijedloga zagrebačkog rektora da se zagrebačkom gradonačelniku dodjeli počasni doktorat, postojala su očekivanja da će možda građani biti motivirani za drugačiji oblik javne komunikacije i participacije. Ta tema, naime, uključuje i politiku i znanost i kulturu i bila bi vrijedna deliberativne javne rasprave.

Javnost, profesija i znanstvenici još uvijek se ne mogu usuglasiti o tome kako se postaviti prema komentarima kao novom medijskom žanru koji ima veliku vrijednost. Komentari, naime, imaju dobre izgleda za ostvarivanje gotovo idealne javne sfere kako ju vidi Habermas (1995), Dahlberg (2007) i drugi autori, no svoj potencijal još uvijek ne ostvaruju u potpunosti. Osnovni problem participacije građana putem komentara još uvijek je njihova anonimnost, ali svi pokušaji da se normira intervencija urednika portala u tu vrstu komunikacije etički je diskutabilna jer bi se mogla pretvoriti u prijetnju slobodi izražavanja.

Literatura

- Boczkowski, P. J., i Mitchelstein, E. (2012), „How users take advantage of different forms of interactivity on online news sites: Clicking, e-mailing, and commenting“, *Human Communication Research*, 38(1), 1–22.
- Brautović, M. (2010), „Razvoj hrvatskog online novinarstva 1993–2010“, *Medianali*, 4(8), 23–42.
- Dahlberg, L. (2007), „The internet, deliberative democracy, and power: Radicalizing the public sphere“, *International Journal of Media and Cultural Politics*, 3(1), 47–64.
- Domingo, D. (2008), „Interactivity in the daily routines of online newsrooms: dealing with an uncomfortable myth“, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 680–704.
- Galtung, J., i Ruge, M. H. (1965), „The structure of foreign news“, *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–90.
- Habermas, J. (1996), *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*, Cambridge: The MIT Press.
- Hordecki B. (2014), „Contemporary research on hate speech in news websites' comments from the perspective of Jürgen Habermas's theory of knowledge“, *Annales*, 24(3), 501–512.
- Kellner, D. (2004), „9/11, Spectacles of terror, and media manipulation: A critique of Jihadist and Bush media politics“, *Critical Discourse Studies*, 1(1), 41–64.
- Ksiazek, T. B., Peer, L. i Zivic, A. (2014), „Discussing the News: Civility and Hostility in User Comments“, *Digital Journalism*, 3(6), 850–870.
- Noci, J. D., Domingo, D., Masip, P., Mico, J. L. i Ruiz, C. (2010), *Comments in News, democracy booster or Journalistic Nightmare: Assessing the Quality and Dynamics of Citizen Debate in Catalan Online Newspapers*, paper presented to the International Symposium on Online Journalism, Austin, Texas.
- O'Reilly, T., Battelle, J. (2009), *Web squared: Web 2.0 five years on*, http://assets.en.oreilly.com/1/event/28/web2009_websquared-whitepaper.pdf, pristupljeno 20. prosinca 2019.
- Pavlik, V. J. (1997), „The Future of Online Journalism“, *Columbia Journalism Review*, 36(2), 30–38.
- Pavlik, V. J. (2001), *Journalism and New Media*, Columbia university press, New York.
- Prelog, N. (2011), „Novi mediji i novinarstvo na internetu“ u: Peruško, Z. (ur.), *Uvod u medije*, Jesenski i Turk, Zagreb, str. 203–219.

- Reuters Digital News Report 2019, <http://www.digitalnewsreport.org/>, pristupljeno 20. prosinca 2019.
- Ruiz, C., Masip, P., Mico, J.L., Diaz-Noci, J., Domingo, D., (2010), „Conversation 2.0. and democracy. An analysis of reader's comments in Catalan online newspapers“, *Comunicacion y Sociedad*, 23(2), 7–23.
- Ruiz, C., Domingo, D., Mico, J. L., Noci, J. D., Meso, K., Masip, P. (2011), „Public Sphere 2.0? The Democratic Qualities of Citizen Debates in Online Newspapers“, *The International Journal of Press/Politics*, 16(4), 463–487.
- Scott, B. (2005), „A Contemporary History of Digital Journalism“, *Television & new media*, 6(1), 89–126.
- Škarić, I. (1988), *Govorne poteškoće i njihovo uklanjanje*. Zagreb, Mladost
- Torres da Silva, M. (2013), „Online forums, audience participation and modes of political discussion: readers' comments on the Brazilian presidential election as a case study“, *Communication & Society*, 26(4), 175–193.
- Waldman, S. (2014), The (still) evolving relationship between News and Community, u McBride, K., Rosenstiel, T. (ur.), *The New Ethics of the 21st Century*, Sage, CQ Press, str. 167–177.
- McNair, B. (2018), „Journalism on Public Sphere“, u Vos, T.P. (ur.), *Journalism*, str. 149–169.
- Ziegele, M., Weber, M., Quiring, O. I Breiner, T. (2017), „The dynamics of online news discussions: effects of news articles and reader comments on users' involvement, willingness to participate, and the civility of their contributions“, *Information, Communication & Society*. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2017.1324505>.
- Zgrabljic Rotar, N. (2011a), Masovni mediji i digitalna kultura, *Digitalno doba. Masovni mediji i digitalna kultura*, Zgrabljic Rotar, Nada (ur.), Zadar: Sveučilište u Zadru, str. 25–51.
- Zgrabljic Rotar, N. (2011b), „Hrvatsko tranzicijsko novinarstvo – Ispit zrelosti na pragu digitalnog doba“, *Kultura*, 43(132), 39–53.
- Zgrabljic Rotar, N. i Kunić, T. (2019), Obilježja i etička pitanja interaktivne komunikacije građana na hrvatskim portalima, *Zbornik 2. Informacijska tehnologija i mediji 2017.*, Zekanović-Korona, Ljiljana (ur.), Zadar: Sveučilište u Zadru, str. 87–109.
- Wood, A. F., Smith, M. J. (2005), *Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture*. London: Lawrence Erlbaum Associates.

Nada Zgrabljić Rotar, Tamara Kunić, Ljubica Josić
Croatian Studies, University of Zagreb, Croatia

**COMMENTS, EMOTIONS AND CULTURE
OF COMMUNICATION ON CROATIAN NEWS SITES**

In this paper, we analyze the reactions, emotions and culture of communication in the readers' comments on the three most read Croatian commercial news sites. Culture in society is closely linked to politics and represents an activity that requires a high degree of participation, thus building one's own society and one's own identity (Kellner, 2004). The culture of communication in public space is largely defined by the media. In the rhetorical sense, it presupposes respect for the norms of standard language, avoidance of dialectics, provincialism, jargon (Škarić, 1988), and in the political and civic sense, meeting the criteria of public debate (Dahlberg, 2007).

In order to research the extent to which reader interactivity contributes or does not contribute to these norms, the paper uses a content analysis method to explore comments, emotions and culture of communication and multimedia features of electronic texts as potential for strengthening the democratic sphere. The results of the research indicate the prevalence of negative features of the culture of communication in the rhetorical sense, depreciatory statements, derogatory terms and unsubstantiated expression of views. Readers' comments on the news sites do not meet the criteria of public debate and are consistent with the general trend of underutilizing the democratic potential of the network.

Keywords: digital culture, news sites, public, readers, comments, citizen journalism, culture of communication