

ANALIZA KOMENTARA KOJI PRATE MEDIJSKI SADRŽAJ

Maja Sedlarević¹

Univerzitet u Novom Sadu – Filozofski fakultet
ORCID not available

DOI: 10.5937/cm19-48963

Sažetak: U radu se analizira kako i na koji način komentari čitalaca medijskih objava prate medijski sadržaj ispod koga su napisani, kao i kakav je sadržaj tih komentara, kome se obraćaju, koji jezički izraz koriste i kako iskazuju svoj stav u vezi sa nekom temom/pojavom/događajem i/ili osobom. Komentari čitalaca medijskih objava pokazuju koliko sloboda koju imaju u digitalnom prostoru sobom nosi diskriminatornog ponašanja, agresije i različitih oblika verbalnog nasilja. Upravo zbog toga, u ovom radu bavićemo se fenomenom komentarisanja medijskih sadržaja. Tema ovog rada je aktuelan i sveprisutan fenomen koji se tiče komentara publike na medijske sadržaje u digitalnoj sferi. Za potrebe ovog istraživanja, analizirani su komentari na tekstove iste tematike objavljene na portalu i Fejsbuk stranici jednog medija i to 2020. i 2022. godine. Ovo istraživanje bi trebalo da pokaže korelaciju i interakciju između medijskog sadržaja i komentara koje čitaoci pišu ispod njega. Posebna pažnja posvećena je pojavi govora mržnje, sa akcentom na seksizam, diskriminaciju LGBT osoba i stereotipno prikazivanje komentarisanih aktera i akterki. Rezultati istraživanja pokazali su da je žena koja je bila tema objava u komentarima bila ili zanemarena ili krajnje negativno prikazana.

Ključne reči: digitalna sfera, interakcija, komentar, LGBT osobe, medijski sadržaj, mizoginija, ravnopravnost, seksizam, verbano nasilje, žene

¹ Kontakt sa autorom: majasedlarevic@yahoo.com

UVOD

Pretpostavka da bi trebalo da svako ima jednako pravo na to da može slobodno da iskaže svoje mišljenje i da smo u svojim slobodama i obavezama svi ravnopravni, nameće i tvrdnju da bi svakom trebalo dati priliku da iskaže svoj stav u vezi sa nekom temom/pojavom/događajem i/ili osobom. Nažalost, komentari čitalaca medijskih objava pokazuju koliko ovo sa sobom nosi opasnosti, agresije i različitih oblika verbalnog nasilja. Upravo zbog toga, u ovom radu bavićemo se fenomenom komentaranja medijskih sadržaja.

Kao vid interaktivnosti u digitalnim medijima pojavom socijalnih mreža, ali i medijskih portala, komentari čitalaca različitih medijskih sadržaja postali su sveprisutni, veoma česti i stvoren je jedan sasvim novi vid uticaja onih koji čitaju na one koji pišu. Taj uticaj je promenljiv, često nije relevantan, ali postoje primeri da se u komentarima razvila potpuno nezavisna rasprava u odnosu na tekst, dati su novi dokazi, upotunjene informacije iz teksta ili se pokazalo da je tema medijskog sadržaja potpuno promašena. Upravo zbog toga, interakcija u digitalnim medijima postala je interesantna za analizu i izučavanje.

Analizirajući žanrovske karakteristike onlajn komentara Kleut (2020) navodi da su komentari korisnika otvoreni za sve i da su najčešće, bar u Srbiji, anonimni. To za posledicu, u stilsko-jezičkom smislu, ima pojavu *javnog narodnog diskursa*, čiji delovi predstavljaju i neučtivost i neuljudnost. Kako pojašnjava, komentari se mogu posmatrati kao prevođenje vesti u narodni jezik, odnosno društvenih tema po izboru medija u one koje su relevantne na ličnom planu, kognitivno i afektivno. „Postojanje emocija, često saopštenih neučtivim izrazima, govori o tome da je nekim građanima do nečega stalo. Delu njih je stalo do toga da mrze druge i da svoju mržnju šire - to im se ne sme dozvoliti” (Kleut, 2020: 175-177). Prema Kleut, ovo otvara jedno od osnovnih pitanja kako upravljati prostorima onlajn komentara tako da se podstaknu njegove dobre strane i ograniče loše strane, a rešenja nisu jednostavna i iziskuju znanje, ljude i tehnologije.

Takođe, poslednjih godina svedočimo potpuno drugačijoj komunikaciji – društvene mreže i medijski portali, kao vid interakcije između medija i publike, pružile su priliku (i poseban vid slobode) da svako može da prokomentariše i/ili direktno se obrati javnim ličnostima koje su aktivne i dostupne, pre svega, na društvenim mrežama. To sobom nosi i rizik, često i opasnost, od mogućnosti da u svojim komentarima pratioci/čitaoci/publika javno napadaju, vređaju i ver-

balno diskredituju javnu ličnost kojoj su sada postali ravnopravni sagovornici. Ovom treba dodati i ekspanziju lažnih vesti, informacija koje su neproverene ili tendenciozno pogrešno interpretirane, te je ovo pogodno tlo i za različite oblike manipulacije.

Tema ovog rada biće aktuelan i sveprisutan fenomen koji se tiče komentara publike na medijske sadržaje u digitalnoj sferi. Za potrebe ovog istraživanja, analizirani su komentari na istovetan tekst objavljen na portalu i Fejsbuk stranici jednog medija i to 2020. i 2022. godine. Ovo istraživanje bi trebalo da pokaže stvarnu sliku korelacije i interakcije između medijskog sadržaja i komentara koje čitaoci pišu ispod njega.

TEORIJSKI OKVIR

Samim svojim učestvovanjem u medijskom digitalnom prostoru danas, svako od nas je i legitiman kreator medijskog i digitalnog sadržaja. U skladu sa tim, moramo biti oprezni i voditi računa o porukama koje šaljemo tim sadržajima. Jedan od uzroka najvećih problema u vezi sa slobodom govora u javnosti i njenom zloupotrebom jeste taj što se govor mržnje ne sankcioniše, ni zakonski dovoljno (različiti zakoni ga zabranjuju, ali je problem u neefikasnoj primeni), niti ga društvo osuđuje u dovoljnoj meri. Čak i najekstremniji primeri govora mržnje koji smo godinama unazad imali prilike da vidimo ostaju nekažnjeni, a reakcije na njih svode se na osude koje su u javnosti mlake i deklarativne. U primerima koje navode Milinkov i Sedlarević (2021: 106-108) jasno se vidi stereotipno predstavljanje žena u politici prepuno seksizama i mizoginije, a takav medijski diskurs i odabir takvog pristupa temi implicira navikavanje čitalačke publike na usvajanje i dalju eksploataciju i takvih sadržaja i takvog daljeg predstavljanja žena u politici. „U pojedinim medijskim tekstovima, najčešće u tabloidima, prenose se pretnje, uvrede i govor mržnje upućeni opozicionim političarkama: „Lepa Rumunka Srbiju i njene građane ne doživljava kao svoje”² (*Alo*), „’Ustaška kurvo, razbićeš njušku narednih dana’. Radikali pretili, vređali i psovali Aleksandru Jerkov”³ (*Espresso*). „’Ti prvo obrij brkove, pa dođi na sednicu’. Šešelj brutalno vređao Čomićevu, predsednik Skupštine ga u tome

² <https://www.alo.rs/vesti/politika/sasa-mirkovic-marinika-tepic/365241/vest> Pristupljeno 27. 12. 2020.

³ <https://www.espresso.rs/vesti/politika/243271/ustaska-kuvo-razbices-njusku-narednih-dana-radikali-pretili-vredjali-i-psovali-aleksandru-jerkov> Pristupljeno 11. 12. 2020.

podržao”⁴ (*Espresso*), „Nestaće ti dlake s glave, policu te katranom i gušćijim perjem’. Šešelj brutalno zapretio Aleksandri Jerkov”⁵ (*Espresso*). „Objavio sam knjigu „Ustaška ku*va Aleksandra Jerkov!”. Šešelj je posle nastavio u svom stilu i nije se zaustavljao”⁶ (*Espresso*). U pomenutom tekstu, objavljenom jula 2020. godine predsednik Srpske radikalne stranke Vojislav Šešelj navodi da je šest ili sedam puta dobijao poziv za saslušanje od zamenika višeg javnog tužioca, međutim nije se osvrtao na poziv pošto je imao poslanički imunitet. „Ja sam podneo kontratužbu i imam veći novčani zahtev pošto me je nazivala ratnim zločincem. To je mnogo gore. Nazvati nekog „ustaškom k...” je teška uvreda, a nazvati nekog ratnim zločincem je najteža moguća kleveta, jer ja nisam proglašen ratnim zločincem, niti sam osuđen za bilo koji ratni zločin”. Reč je o jednostranom, senzacionalističkom pristupu temi, uz kršenje dužne profesionalne pažnje koja ukazuje na to da ne smeju da se prećute činjenice koje mogu bitno da utiču na stav javnosti o određenom događaju. U tekstu je izostavljena informacija da je „Mehanizam za međunarodne krivične sudove, pravni naslednik Haškog tribunala, pravosnažno osudio lidera SRS Vojislava Šešelja na deset godina zatvora zbog podsticanja i počinjenja progona Hrvata u selu Hrtkovci u Vojvodini, 1992. godine”⁷ (*Danas*, 2018)”. (Milinkov&Sedlarević, 2021: 106-107)

To što nema konsenzusa po pitanju nesankcionisanja govori o odsustvu sistema vrednosti da znamo šta je neprihvatljivo, a šta poželjno. Reakcija javnosti na bilo koji oblik govora mržnje pokazuje da li imamo savest kao društvo i da li je u našem sistemu vrednosti tako nešto dozvoljeno.

Bilo da su impulsivni komentari ili da su planirani, pripremljeni, promišljeni, svi komentari pokazuju stav, a vrlo često (gotovo uvek) i emociju čitalaca komentatora. „Bez sumnje, najučestaliji i najznačajniji način uključivanja publike u okviru naših onlajn medija su komentari. Oni su prostor za izražavanje, izvor novih informacija, način kreiranja aktivnih i lojalnih zajednica, dokaz čitanosti i uticaja, magnet za novu publiku i osnova za tržišno pozicioniranje i prodaju oglasa.” (Tomka, 2012: 252)

⁴ <https://www.espresso.rs/vesti/politika/303679/ti-prvo-obrij-brkove-pa-dodji-na-sednicu-seselj-brutalno-vredjao-comicevu-predsednik-skupstine-ga-u-tome-podrzao> Pristupljeno 29. 12. 2020.

⁵ <https://www.espresso.rs/vesti/politika/372761/nestace-ti-dlake-s-glave-policu-te-katranom-i-guscijim-perjem-seselj-brutalno-zapretio-aleksandri-jerkov> Pristupljeno 28. 12. 2020.

⁶ <https://www.espresso.rs/vesti/politika/587561/objavio-sam-knjigu-ustaska-kuva-aleksandra-jerkov-seselj-je-posle-nastavio-u-svom-stilu-nije-se-zaustavljao> Pristupljeno 30. 12. 2021.

⁷ <https://www.danas.rs/drustvo/seselj-osudjen-na-10-godina-kazna-vec-odsluzena/> Pristupljeno 3. 1. 2021.

Trebalo je da komentari medijima daju uvid u razmišljanja i stavove njihove publike, odnosno njenog aktivnog dela – komentatora, da se postavi jasna korelacija između teksta i komentara, kojom će komentari biti svojevrsna nadogradnja teksta, novi izvor informacija i upotpunjavanje diskusije o nekoj temi. Međutim, prvobitna inicijativa i namera medija da se uvedu komentari kao opcija uz tekstove koji se objavljuju na portalima da bi se publici dala prilika da učestvuje i razvija određenu temu, da čitaoci/posetioci kažu svoje mišljenje i imaju mogućnost da budu pitani bila je dobra namera sa, najčešće, veoma lošim krajnjim rezultatom. Pokazalo se da komentari čitalaca medijskih objava veoma često mogu biti neučtivi, neuljudni, vulgarni i agresivni, prepuni nepojmljivog primitivizma i verbalnog nasilja. S druge strane, pokazalo se i da komentari raspravu mogu da usmere u sasvim drugom pravcu i da se ona razvije na sasvim druge teme. Stoga, mediji sve češće odlučuju da isključe mogućnost objave komentara ili barem da ograniče objavu samo na one potpisane, dok anonimne isključuju (ne dozvoljavaju). Primer za to je portal autonomija.info, čiji je uređivački kolegijum doneo odluku da ukine mogućnost komentarisanja 2018. godine⁸.

Iako je otvorenost javne sfere preduslov za njen legitimitet, omogućavanje komentarisanja i na taj način uticanja na javni prostor kroz relaciju redakcija-publika može da izgubi smisao i pređe u svoju suprotnost. Stoga, medijske kuće pribegavaju drugačijim strategijama za prevazilaženje problematičnih situacija. Različiti mediji se na različite načine trude da suzbiju govor mržnje u komentarima, pa tako

„neki mediji objavljuju sve komentare, a potom brišu one problematične. Ovo je, kada izuzmemo digitalni jaz i sve one građane koji nemaju pristup internetu, najotvorenija „komentatorska sfera“. Sa druge strane, neki mediji uz pomoć softvera proveravaju da li komentari sadrže pogrdne izraze i, ako ih nema, objavljuju komentar. Vrlo često mediji nijedan komentar ne objave bez provere, sužavajući dodatno otvorenost prostora za komentarisanje.” (Kleut, 2020: 127)

Odgovori na pitanje zašto su komentari na vesti mahom nepristojni, mogu se podvesti pod nekoliko skupina:

⁸ <https://autonomija.info/autonomija-ukinula-mogucnost-komentarisanja/> (Pristupljeno: 1. septembra 2022. godine)

- Pišu ih osobe koje, po svojoj prirodi, nisu pristojne i neuljudno se ponašaju.
- Pod utiskom opštog trenda korišćenja vulgarnih reči i agresije u javnom diskursu, ljudi potpadaju pod uticaj sve raširenije pojave promocije vulgarnost, teških reči i neargumentovanih izjava, te i sami počinju davati najteže kvalifikacije, ne razmišljajući o utisku koji ostavljaju, niti o eventualnim posledicama svog pisanja.
- S obzirom na anonimnost koja je komentatorima tekstova objavljenih na portalima uglavnom omogućena, deo njih sebi „da oduška“ i koristi vulgarnost i nepristojan govor koji ne praktikuju u realnom svetu, a očigledno su mu skloni i imaju potrebu za njim. Ovo, međutim, ne važi uvek za društvene mreže, posebno Fejsbuk, gde su komentatori najčešće potpisani svojim imenom.
- Emotivne reakcije koje su uočljive posebno kod vesti o nekim negativnim događajima ili izjavama sa kojima se komentatori ne slažu.
- Na tekstove koji su pisani vulgarnim, nepristojnim jezikom, koji vređaju i omalovažavaju aktere, kao reakcija ne mogu se očekivati ni drugačiji komentari – takvi tekstovi podstiču komentare koji su isti takvi.

Uvođenjem mogućnosti komentaranja, odnosno njenom zloupotrebom, gubi se svaki oblik ozbiljne i argumentovane polemike.

„Pretežna anonimnost i depersonalizovanost poruka na mreži uz to podstiče ležerniji odnos prema upotrebljenim jezičkim sredstvima, od leksike i frazeologije do sintakse i interpunkcije. Tim putem jezički standard lako klizi u substandard, pa i žargon [...] Ukupni rezultat jeste da pisanje u rastućoj meri ispoljava svojstva neformalnog govora. Koliko se brzo menjaju ustaljene navike u pogledu čitanja i pisanja kao jasno razgraničenih aktivnosti možda najbolje pokazuje hipertekst, koji briše granicu između pisca i čitaoca time što ovog drugog promovise u koautora, nudeći mu mogućnost da po svojoj volji premešta ili dopisuje delove teksta. Time se, između ostalog, u pitanje dovodi i sam pojam autorstva-a, da uzgred dodamo, i autorskih prava.” (Bugarski, 2005: 24)

Komentari, iako u neku ruku jesu naslednici, nisu zamena za nekadašnja pisma čitalaca koja su kao reakciju na neki novinski tekst dobijali štampani mediji ili, kasnije, forume u okviru kojih su ljudi debatovali na određene teme

u digitalnom prostoru. Isto tako, komentari su raznovrsniji od svojih analognih prethodnika.

Negativni i neargumentovani komentari usmeravaju diskusiju i menjaju percepciju čitalaca u odnosu na članak, odnosno efikasnije oblikuju stavove i svest javnog mnjenja u odnosu na tekst. Nekada je jedan negativan, vulgaran komentar dovoljan da se diskusija usmeri u sasvim drugom pravcu. U kontekstu ovoga, treba napomenuti i to da komentarisanje može da utiče na odabir tema neke redakcije. To što se pročita u komentarima ne znači da je dominantan stav čitalaca. Ali isto tako, komentari, npr, mogu novinara da odvedu do neke teme ili „traga”. Kako smatra Tomka, medijski sadržaji više ne nastaju u zatvorenoj novinarskoj redakciji, nego u interakciji sa publikom.

„...Vrednost jedne vesti danas se često meri brojem komentara. Osim komentara, publika predlaže teme, šalje fotografije, snimke i kratke tekstove, služi kao izvor informacija novinarima, vodi sopstvene blogove i diskusije na medijskim sajtovima, šalje vesti prijateljima, postavlja linkove na druge sajtove, kastomizuje i prilagođava sebi način, mesto, vreme i obim u kojem konzumira vest.” (Tomka, 2012: 243)

Usled poplave mnogobrojnih tradicionalnih i digitalnih medija, da bi zadržali publiku mediji pribegavaju raznim senzacionalističkim pristupima, najavama poput „šokantno“, „skandalozno“, „ekskluzivno“ i slično, ali i plasiranju raznih uznemirujućih sadržaja kao što su fotografije nastradalih, identitet žrtava i slično. „Zarad „podgrevanja” javnog mnjenja, mediji u prvi plan stavljaju vesti koje svojim sadržajem nastoje pre svega da uznemire publiku i kreiraju skandal ili aferu. Izveštavanja o globalnim tragedijama ili detaljima iz života javnih ličnosti idu na uštrb informisanosti građana o bitnim dešavanjima iz njihovog najbližeg okruženja. Na taj način, senzacionalistički mediji banalizuju društveni život u cilju povećanja gledanosti.” (Tomka, 2012: 239-240)

Stiče se utisak da su upravo ovakve objave povod za salve negativnih komentara, obeleženih mizoginijom, šovinizmom, zlobom, mržnjom i vulgarnostima. Fenomen ovakve medijske interakcije široko je rasprostranjen i dokaz je narastajućeg verbalnog nasilja i to ne samo verbalnog.

Računaju se samo klikovi, a svaki klik podiže marketinški potencijal portala. A od tih klikova mediji žive. Ti isti mediji su pristali na skandalozne i uznemirujuće sadržaje koji su postali najčitaniji (i najkomentarisaniji) sadržaji na njihovim internet portalima, pristali su na necenzurisane komentare prepune

nasilja i mržnje. A sve zarad čitanosti i što većeg broja klikova. Sve ovo pravda se demokratizacijom javnog prostora. Ovom vrstom interakcije medijski portali i sajtovi u neku ruku ukidaju distinkciju u odnosu na društvene mreže. Stiče se utisak da je dovoljno pročitati samo naslov nekog teksta i ime autora da bi se krenulo sa negativnim komentarima i uvredama i da sadržaj više nikoga ne interesuje. I mediji pristaju na to, jer „danas se angažovanje publike ne podstiče zato što donosi zametak javnosti, već zato što mediji i društvene mreže na taj način mame korisnike da što duže ostanu na sajtovima. Pojedinačna poruka i njen kvalitet nisu bitni, jedino je bitan obim protoka, kvantitet – da je što više komentatora i što više komentara.” (Kleut, 2019: 178)

Izlivi nekontrolisane mržnje u komentarima viđaju se ispod tekstova bilo koje teme ili žanra. Komentatori se ponašaju (možda i sebe tako doživljavaju) kao koautori medijskih sadržaja koje komentarišu, svesno zadržavajući svoju anonimnost (bezimenost), dajući sebi za pravo i slobodu da se ophode bez bilo kakve moralne i granice pristojnosti, bez bilo kakve zadržke koje bi trebalo da bude barem zbog zakonske legislative.

Poseban vid problema predstavljaju, kod nas pogrešno nazvani, tzv. botovi (trolovi). Komentatori na vesti mogu se grubo podeliti na dve grupe. Jednu, koja predstavlja lojalnu publiku medija koja čita i komentariše tekstove koji izazovu njihovu reakciju – redovni komentatori. Drugu grupu čine organizovani komentatori, oni čiji je zadatak da istovetne komentare u velikom broju objavljuju na neki medijski sadržaj – tzv. botovi (trolovi). Najčešće su organizovani i instruisani od strane neke organizacije, grupacije i komentarišu po zadatku. U neku ruku može se reći da botovi komentarisanjem šire propagandu.

Zbog svega ovoga, nameće se logična dilema - čemu uopšte služe komentari?

Možemo postaviti pitanje da li je putem komentara publici, odnosno javnosti, omogućeno da kreira (ili usmerava?) teme kojima se određeni medij bavi, ili medij temama koje obrađuje usmerava stavove svoje publike.

KONTEKST U KOME SE ISTRAŽIVANJE SPROVODI

U poslednjih par decenija u ovoj zemlji došlo je najpre do ekspanzije elektronskih, ali i novih štampanih medija, pre svega tabloidnog karaktera. Komplementarno sa tim, devalvirane životne i društvene vrednosti i norme našle su utočište i u medijskoj sferi, time nanoseći nesrazmerno veliku štetu javnom diskursu.

Najpre su počele da niču (najčešće u privatnom vlasništvu) senzacionalističke radio i televizijske stanice, tabloidne dnevne novine i časopisi koje niko nije kontrolisao, niti postavljao norme koje moraju da se ispoštuju. U ovom smislu, posebno je važno naglasiti interesantnu pojavu senzacionalističkih, tabloidnih dnevnih novina koje grade stereotipe kao metod boljeg i lakšeg prepoznavanja i razumevanja teksta. „Senzacionalizam predstavlja medijsko 'naduivanje' događaja.” (Valić, 1998: 2). Sve ovo eskaliralo je ekspanzijom novih, modernih medijskih portala, društvenih mreža i drugih sadržaja koji su preplavili internet. Sobia su donele veću slobodu, interaktivnost i velike mogućnosti za iskazivanje sopstvenih stavova javnosti, odnosno zainteresovanoj publici koja želi da putem komentara direktno utiče, usmerava ili preusmerava stavove, diskusiju i temu u vezi sa određenim medijskim sadržajem.

Kao što je zalaganje za raznovrsnost sadržaja u medijima dovelo do apsurdne situacije da u poslednje vreme svedočimo sve većoj popularnosti (samim tim i sve većim tiražima) nekih 'preslobodnih' medija koji su u funkciji vladajućeg režima, krupnog kapitala i moćnih pojedinaca, medija koji ne poštuju nikakve moralne norme, etičke standarde novinarstva, niti granice ljudskosti, pristojnosti i lepog ponašanja, isto tako je 'sloboda govora' onima koji komentarišu medijske sadržaje (najčešće anonimno) dala slobodu koju su zloupotrebili da bi iskazivali svoje neslaganje ili kritiku na najvulgarniji, najagresivniji i veoma nepristojan, uvredljiv način. I sve to bez ikakve sankcije. U vreme u kome svedočimo apsolutnoj komercijalizaciji društva, pa tako i informacija koje se plasiraju i obrađuju u medijima, veoma je lako pretpostaviti i to da takvim sadržajima mediji 'hrane' komentatore i podstiču ih na što češće i zastupljenije komentarisanje, jer tako podižu svoj rejting i zaradu.

Pojavom obilja novih elektronskih medija, došli smo u poziciju da se nadošli 'loš ukus' vrednovanja pogrešnih sistema vrednosti i senzacionalizam uopšte i pripisuju gotovo svim medijima, a novinarska profesija, zbog nezadovoljavanja profesionalnih modela i standarda, sroza na najniži nivo poštovanja. Odnos sličan ovoj oceni imaju i komentatori u najvećoj meri. Bez poštovanja prema autorima medijskih sadržaja, bez poštovanja prema akterima o kojima se piše, oni koji komentarišu najčešće to čine da bi se narugali, vređali i/ili nipodaštavali one koje komentarišu. U moru negativnih komentara, ostaju zanemareni oni retki pozitivni i/ili konstruktivni.

Ovaj proces se, nimalo slučajno, poklopio sa dolaskom konzervativne Srpske napredne stranke (SNS) na vlast. Od 2012. godine, SNS je preuzela primat i apsolutno zavladała u svim segmentima društva, samim tim i najvećim delom medija. To je rezultiralo spregom između vlasti i medija, kontrolom informacija koje se plasiraju, a time i formiranja svesti i stavova javnosti. Zbog toga, pojedine društvene mreže su čak kod jednog dela medija iz Srbije stavile oznaku da su to „mediji koji sarađuju sa Vladom“ i na taj način jasno stavile odrednicu da su to prorežimski mediji.

U takvoj atmosferi, najpre kao nestranačka ličnost, potom kao funkcionerka vladajuće SNS za premijerku je birana Ana Brnabić⁹. Od njenog prvog pojavljivanja kao ministarke u Vladi Republike Srbije zadužene za državnu upravu i lokalnu samoupravu, preko tri mandata kao premijerke Republike Srbije prate je kontroverze. Od toga da je javnosti činjenicu da je lezbejka prvi saopštio predsednik Republike, a ne ona sama, preko toga da su joj svi mandati unapred i najavljeno skraćeni, do toga da sa svojom partnerkom ima dete, a samim tim uživa prava koja druge LGBT osobe nemaju u ovoj državi, do toga da ništa nije uradila da se poboljša položaj LGBT zajednice tokom njenih mandata, nego naprotiv, 2022. godine svedoči se bitnom narušavanju ustavom garantovanih prava i incidentima koji su pratili pripremu i održavanje Evropajda, iako su ranijih godina (deset godina zaredom) parade ponosa održavane bez incidenata u Beogradu i jednom u Novom Sadu. Takođe, u period dok je bila predsednica Vlade Republike Srbije, osim apsolutne poslušnosti i lojalnosti prema predsedniku Republike, pokazala je veliku nefleksibilnost prema svemu što je drugačije u odnosu na dominantne stavove vladajuće partije i njenog tadašnjeg predsednika (i predsednika Republike).

Da bi se razumeo kontekst u kome je Ana Brnabić predložena za mandataru u svom drugom i trećem mandatu, treba znati da su izbori 2020. godine posle odgađanja usled pandemije izazvane koronavirusom održani 21. juna, a da je, bez obzira na dominantnu parlamentarnu većinu koju je ostvarila Srpska napredna stranka, novi saziv Narodne skupštine Republike Srbije konstituisan tek 8. avgusta, a Vlada Republike Srbije tek 28. oktobra 2020, gotovo četiri

⁹ <https://www.srbija.gov.rs/biografija/184/ana-brnabic.php> (Pristupljeno: 28. 9. 2022. godine); <https://www.biografija.org/politika/ana-brnabic/> (Pristupljeno: 28. 9. 2022. godine)

NAPOMENA: S obzirom na to da na zvaničnom sajtu Vlade Republike Srbije podaci u biografiji premijerke nisu ažurirani i precizni, morali smo da pristupimo i drugim izvorima (konkretno, u zvaničnoj biografiji premijerke Brnabić nema podatka kada je stupila na funkciju premijerke Vlade Republike Srbije).

meseca nakon izbora. Kuriozitet ovog mandata bila je odluka predsednika Republike Srbije i tadašnjeg predsednika Srpske napredne stranke Aleksandra Vučića da polovinu resora u novoj Vladi Srbije vode žene. Izbori 2022. godine sprovedeni su 3. aprila, a na konstituisanje novog saziva Narodne skupštine Republike Srbije čekalo se do 1. avgusta, dok je krajem avgusta Aleksandar Vučić, predsednik Republike, saopštio svoju odluku da Ana Brnabić ponovo bude mandatarka. Iako je tom prilikom najavio skoro formiranje Vlade Republike Srbije, ona je izabrana tek 26. oktobra 2024. godine. U oba slučaja, predlažući Brnabić za mandatarku, oročio je rad njene Vlade na skraćene mandate. Ona je bezpogovorno prihvatila ove njegove najave, kao i sve druge odluke koje je donosio u njeno ime i/ili bez konsultacije sa njom.

Zbog svega ovog, izaziva podozrenje, prezir i otvorene kritike i bes dela javnosti koji se prema njoj odnosi veoma kritički. U skladu sa ovim su i komentari kojima se čitaoci tekstova koji se na nju odnose ophode prema njoj.

PREDMET I CILJ ISTRAŽIVANJA

Predmet istraživanja su komentari na istovetan tekst na portalu i Fejsbuk stranici jedne medijske kuće 2020. godine, i istovetan tekst na istu temu na portalu i Fejsbuk stranici iste medijske kuće 2022. godine.

Cilj ovog istraživanja je da utvrdimo na koji način čitaoci portala, odnosno stranice na društvenoj mreži komentarišu aktuelnu medijsku objavu, da li sadržinski ono što pišu odgovara tekstu koji komentarišu i kakvim se jezičkim sredstvima koriste da bi iskazali svoj stav. Rezultatima ovog istraživanja želimo da pokažemo postoji li korelacija između komentara i teksta koji je komentaran.

METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Za potrebe rada urađeno je istraživanje koje je obuhvatilo diskurs analizu svih komentara na tekstove objavljene istim povodom i to: prvi¹⁰ koji je objavljen na portalu N1 Srbija i Fejsbuk stranici N1 Srbija 5. oktobra 2020. godine, kada je Aleksandar Vučić, predsednik Republike Srbije, objavio da je Ana Brnabić mandatarka za sastav nove Vlade Republike Srbije („Vučić: Ana Brnabić mandatar za sastav nove Vlade, rekao sam joj dve želje”, koji je objavljen 5. oktobra 2020. godine u 18.14>20.41 na portalu N1 Srbija i na Fejsbuk stranici

¹⁰ <https://rs.n1info.com/vesti/a657408-vucic-ime-mandatar/> (Pristupljeno 11. marta 2021. godine)

N1 Srbija), i drugi¹¹ koji je objavljen na portalu N1 Srbija i Fejsbuk stranici N1 Srbija 27. avgusta 2022. godine, kada je Aleksandar Vučić, predsednik Republike Srbije, objavio da je Ana Brnabić ponovo mandatarka za sastav nove Vlade Republike Srbije („Ana Brnabić mandatar za sastav nove vlade”, koji je objavljen 27. avgusta 2022. godine u 10.05>10.16 na portalu N1 Srbija i na Fejsbuk stranici N1 Srbija).

Svi komentari obuhvaćeni analizom objavljeni su ispod medijskih objava koje prate.

Kada je reč o kvantitativnoj analizi komentara, oni su razvrstani u tri kategorije: negativni, pozitivni, neutralni. Komentar smeštamo u jednu od navedenih kategorija u odnosu na:

- tekst ispod koga su napisani,
- onog ko saopštava informaciju i
- osobu o kojoj se govori.

Negativnim komentarima smatramo one koje karakterišu vulgarni izrazi, uvrede, ismevanje i negativno obraćanje akterima/akterkama ili komentarisanje samog teksta.

Pozitivnim komentarima smatramo one koji sadrže pohvale u odnosu na tekst, osobu koja informaciju saopštava ili osobu na koju se informacija odnosi, karakterišu ih lepe reči kojima se opisuje zadovoljstvo zbog saopštene informacije ili pohvale na dosadašnji rad i delovanje osobe na koju se informacija odnosi.

Neutralni komentari su oni koji ne sadrže vrednosnu konotaciju ukoliko se posmatraju van konteksta. Kada su smešteni u određeni kontekst mogu se, u zavisnosti od njega, tumačiti i kao pozitivni (pohvala) i kao negativni (ironično napisana „pohvala”). Primeri za to su komentari poput „Bravo”, „Očekivano” i slično.

U sklopu kvalitativne analize analizira se sadržaj napisanog u komentarima. Analiziran je jezik, način obraćanja, argumentovanost tvrdnji, da li komentar ima ili ne veze sa temom teksta, upotreba znakova interpunkcije i emotikoni koji se koriste da bi se iskazalo neko osećanje ili reakcija koju je objavljeni tekst izazvao kod čitalaca komentatora. Prevashodno, analizom komentara utvrđuje se stepen diskriminacije koju komentatori ispoljavaju prema akterima i akterkama.

¹¹ <https://rs.n1info.com/vesti/ana-brnabic-mandatar-za-sastav-nove-vlade/> (Pristupljeno 9. septembra 2022. godine)

Posebna pažnja posvećena je pojavi govora mržnje, sa akcentom na seksizam, diskriminaciju LGBT osoba i stereotipno prikazivanje komentarisanih aktera i akterki.

Analiza sadržaja podrazumeva analizu onog što je u tekstu koji je predmet istraživanja, u ovom slučaju u komentarima, rečeno, odnosno da li postoje neka pravila koja se odlikuju učestalošću ili drugim odlikama koje mogu da se podvedu pod zakonitosti u odabranom korpusu za analizu. „Savremena analiza sadržaja prevazilazi tradicionalne predstave o simbolima, sadržajima i namerama. Ovo se može videti u evoluciji koncepta komunikacije, u tome koliko razvoj medijskih tehnologija oblikuje našu pažnju, a kultura utiče na dodeljivanje značenja onom što se analizira” (Kripendorff, 2003: 17–18).

Bilo koji tekst ne možemo analizirati van konteksta u kom je nastao, te je važno razumeti da je kontekst objave u centru pažnje istraživanja bilo kog medijskog diskursa. „Definišući društvenu moć, Van Dejk navodi da ona podrazumeva kontrolu koju jedna grupa ima nad drugom, te da je medijski diskurs najefektnije sredstvo za distribuciju moći. „Članovi moćnijih društvenih grupa i institucija, a posebno njihovi predstavnici i vođe, imaju manje ili više ekskluzivan pristup i kontrolu nad jednim ili više vrsta javnog diskursa” (Van Dijk, 2008: 9). Upravo zbog toga, odabrana je ova tema, jer komentari na tekstove o izboru premijerke Republike Srbije i na medijskom portalu i na društvenoj mreži kreiraju sliku o njoj kao nevidljivoj osobi bez uticaja. U prvi plan kako u tekstu, tako i u komentarima stavlja se onaj ko saopštava informaciju, odnosno onaj koji je i samoj premijerki vrhovni autoritet, što i sama konstantno potvrđuje svojim ponašanjem u javnom prostoru.

S obzirom na to da je jezik određen društvenim i istorijskim kontekstom, te je kao takav važno sredstvo kreiranja i održavanja patrijarhalne ideologije i istovetne matrice koja podrazumeva jezik agresije, vulgarnosti, uvreda i nepoštovanja, bez obzira na temu i sadržinu medijske objave, mogu se očekivati komentari u kojima nema granice u nepristojnosti i negativnom ophođenju, posebno ukoliko je dozvoljena anonimnost komentatora. Ali i za ovo mora da se nađe rešenje.

KORPUS ZA ANALIZU

Korpus za analizu čine komentari na medijsku objavu koja je objavljena na portalu i na stranici na društvenoj mreži Fejsbuk jednog medija (N1 Srbija).

N1 Srbija je televizija koja predstavlja beogradski studio TV N1, „prvog regionalnog informativnog kanala koji vesti emituje 24 sata dnevno, posredstvom kablovskih operatora. TV N1 je ekskluzivni regionalni partner TV mreže CNN.”¹² Pošto je N1 portal i televizija informativnog karaktera i spada u red retkih medija koji nemaju predznak da su prorežimski i svrstavaju se među one najobjektivnije, važno nam je bilo da istražimo na koji način pojave u društvu i aktuelna politička dešavanja komentarišu njihovi čitaoci i kakva je to publika.

Osnovna jedinica analize u okviru ovog istraživanja je komentar. Ono što je rečeno u komentaru pomaže razumevanju analiziranog teksta, ali je od jednake važnosti i ono što je kontekst, ono što je izostavljeno, ili ono što implicira, ali nije eksplicitno navedeno.

Ukupan broj analiziranih komentara je:

- Za tekst iz 2020. godine: 323 na portalu, a 292 na Fejsbuk stranici N1 Srbija.
- Za tekst iz 2022. godine: 374 na portalu, a 1121 na Fejsbuk stranici N1 Srbija.

REZULTATI ANALIZE KOMENTARA

KVANTITATIVNA ANALIZA

Portal N1 srbija

Portal N1	2020. godina	2022. godina
Negativni komentari	316	357
Pozitivni komentari	5	17
Neutralni komentari	2	0
Ukupno	323	374

– Na portalu N1 u 2020. godini na navedeni tekst bilo je ukupno 323 komentara.

Od toga negativnih komentara bilo je 316. (Primeri¹³: „Zensko sam i ne bih da se nađem u vladi sa Anom.Zene, cuvajte se.”, „Ljudi moji,šta se ovo

¹² <https://www.facebook.com/N1Srbija/> (Pristupljeno 9. septembra 2022. godine)

¹³ NAPOMENA: Svi primeri komentara prepisani su u originalu, onako kako su ih napisali autori/autorke-komentatori/komentatorke.

desi?! Kolika moc u jednoj zeni! Potuče sve sns-ovce minister, najvoljenija, od ana, radna, borbena, nepotkupljiva, pomoci šefa radi na očuvanju Ustava, koji gazi nogama, dokazujući da je štiti neko mocniji od njenog šefa.” „Samohvalisanje... Frižideri sve prazniji, a sve više ljudi se zapošljava na budžet...”, „Nas preCednik sa tugom u ocima iznosi Ani svoje zelje... Mozdo je skromniji malo od kako je postao brucos.” „Nebitan je mandatar. Poteze isključivo povlači AV. Sam, autokratski. Brnabićka odgovara jer ovakav način prihvata i ne meša se u svoj posao.” „Kad kažem žene, mislim sns-ovke”, „Baš skroz podobna... Deca u vrtiću su samostalnija i odgovornija.” „hahahahahahaha! Cirkus se nastavlja. Otvorena nova sezona, a klovnovi isti.” „Priznao je da Ana bolje zna sa Ženama,,da bude „ženska Vlada,, Većinski. E,, Aleksandre, blago tebi!” „Nešto mi govori da Ana Brnabić uopte nije „fikus” već nametnut igrač Brisela.” „Budući trener ženske „momčadi”!” „Ništa neočekivano. Ana .Rnabić je odavno veći AV od njega samog.” „Sprdnja.” „Ana je najposlušnija.” „Kao žena, najviše mrzim ravnopravnost polova „po ključu”. To je ponižavajuće za žene.”

Pozitivnih komentara bilo je 5. (Primeri: „Zena zmaj, Ana je zaslužila da bude ponovo zabrana da bude premijer Srbije, podrška Ani i cestitam joj od srca!” „Dobra je ideja za dva nova ministarstva” „Bravo za rodnu ravnopravnost.” „O Ani Brnabić imam visoko mišljenje, smatram da je radila dobro i u interesu Srbije i nema što veliko da joj se zameri. Mada su mnogi skeptici na samom početku njenog mandata imali mnogo primedbi, ali ih je ona sve demantovala svojim radom u interesu građana Srbije. Mislim da je to dobar izbor, iskrene čestitke.” „Svojim trudom i rezultatima rada, Ana je zaslužila poverenje da sastavi novu Vladu. U proteklom periodu pokazala je sposobnost, profesionalnost i ljubav prema Srbiji i brizi za njene građane. Čestitke premijerki i mnogo uspeha!

Neutralnih komentara bilo je 2. (Primer: „Ravnopravnost polova je jako bitna. Pogotovo u Skupštini, odn. vladi.”

– Na navedeni tekst na portalu N1 Srbija 2022. godine bilo je ukupno 374 komentara.

Od toga negativnih komentara bilo je 357 (Primeri: „Cirkus se nastavlja...”, „Velika promena na isto.” „ Propast Srbije se nastavlja.” „ona se najbolje dodvorava, sve svoje vreme posvećuje zaštiti imena i dela Vučića, inventivna je samo u načinu na koji mu podilazi. Ime nove/stare mandatarke bilo je izvesno samo u Vučićevom diletantskom igrokazu. A zapravo apsurdno je to što nikog istinski

ne interesuje ko je na čelu Vlade, Vučić je i to. Sve ovo, kao i farsične izbore treba bojkotovati.” „Katastrofa, Srbijo šta si dočekala...”, „Nek’ je sa srećom. Do potpunog unistenja i apsolutnog duznickog ropstva.” „Izabrao je opet Anu. Najbolje rešenje. Ona je samo fikus koji ne može da sastavi prostu rečenicu tako da neće moći ništa da kaže, pa će opet sve on umesto nje. Samo se pitam da li je Anu sramota kad ode na bankomat da podigne platu?”, „Sad smo sigurni da smo u najboljim rukama. Mutant stranka nema bolje kadrove i tačka. Zato, idemo...ravno do dna...”, „Čoveče, žena ne zna dve reči da poveže. Glavno da je odana tebi, to je jedina kvalifikacija koju ima.” „Hahahahahahahahahahaha genijalno, Ana za Euro PRAJD, e to su bili dugi noćni razgovori i kompromis.” „Tragikomedija. Trenutak kada je sopstveni interes iznad interesa grupe. I opet je predsednik ispaio faca i dodvorio se vecinskoj Srbiji, a dramaturgijom i patetikom kao da nije za to (a direktno odlucuje). I kad te podrzava, on te ponizava. Strasno je kakvi su licemeri ovi na vlasti, a posebno ta Brnabic.” „Dobro se pokazala jer je isla po svoje misljenje kod „sefa” a dacic ce pokriti sve ono sto je radjeno u slobodno vreme. Ali svi su oni abolirani „jer ih je junacki slobodarski narod” birao.” „Dobro, bićeš predsednica, ali nema prajda! Čini mi da je to bio dil, ona kao ličnost, svejedno, nema nikakvu važnost.” „Са надом да ће за наредне четири године доћи до сазнања где је Јарково?”, „Čestitke? Za sta? Poltronstvo, snishodljivost, nekompetentnost... Ako je to za cestitanje onda smo stvarno u dubokom mulju.” „Fikus očekivano ponovo.” „Može da proslavi na Prajdu, baš bi bilo cool da bude na čelu parede. A da, zaboravih, šef zabranio. A šefova se ne poriče, jel da Ana?”, „Znaci, Ana je kosovka devojka...”, „Najbolja premijerka, ne mesa se u svoj posao”, „Dobra sekretarica se ne menja...”

Pozitivnih komentara bilo je 17 (Primeri: „Sve čestitke i pohvale za Anu Brnabić.” „Cestitam Brnabicki. Zasluzeno.” „Čestitam Ana”, „Najbolje moguće rešenje. Jedino ako bi izbacila retoriku naprednjaka mislim da je skroz ok za predsednika Vlade. Mnogo bitnije je sada ko su ministri i kakve zadatke će im delegirati Vučić.” „Prava odluka.” „Pravi potez, samo još izabrati dobre ministre.” „Bravo”, „Ako je bila dobra za US Aid i Wind Energy, dobra je i za Srbiju”, „Bravo Ana, sve čestitke!”...

Neutralnih komentara nije bilo.

Fejsbuk stranica portala n1 srbija

Fejsbuk stranica N1	2020. godina	2022. godina
Negativni komentari	292	1117
Pozitivni komentari	0	2
Neutralni komentari	0	2
Ukupno	292	1121

– Na navedeni tekst na Fejsbuk stranici N1 Srbija 2020. godine bilo je ukupno 292 komentara.

Od toga negativnih komentara bilo je 292. (Primeri: „Aaaa bravo bravo 50% neka budu zene u vladi , pa mandatarka voli zene hahahaha kalav circus“, „Čale i bratija nastavljaju da uveseljavaju plebs.“, „Е сад ми је лакше.... Могу да спавам мирно (tri emotikona – smajli koji plače od smeha).. Фикус се добро примио (emotikon – smajli koji plače od smeha)“, „Знаči daje KiM i gay hrvatica da brine o demografiji u Srba. Car.Kralj.Prvak u skoku u dalj.“, „100 dana je trebalo da se smisli ništa.“, „Peti oktobar se pokazao kao baksuzan dan za velike političke odluke tako da postavljenje nove stare premijerke na današnji dan nije najpametnije“, „Врхунац фарсе- Вучић је Ани предложио да обрати пажњу на демографију и децу. Жени, или пројекцији жене, која је ментално јалова за рађање и никад оплођена бити неће. (Збиља нисам шовиниста или хомофоб, али је цинизам да се природним прираштајем, рак раном Србије, бави неко чији је репродуктивни допринос- 0)“, „Kurtonu, napisao si joj sve i jednog ministra, da se ne lažemo..“, „Konačno ministarstvo pederizma! Rezultat „sporazuma“ sa stolice u USA. Bedno!!“, „Lezbejka mandatar vlade!!!!Ljudi ovi će još malo pisati po nama bukvalno !!!!“, „Ziveli pederi i lezbejke, bravo sendvicari vi ste ponos srbije...“, „DOSIJE ANA BRNABIĆ HRVAT više puta KAŽNJAVANA, HAPŠENA zbog SADOMAZO (Devojčicu drži na povocu) i NARKOMANIJE ona vlada SRBIJOM“, „Znači pederska vlast opet...“...)

Pozitivnih komentara nije bilo.

Neutralnih komentara nije bilo.

– Na navedeni tekst na Fejsbuk stranici N1 Srbija 2022. godine bilo je ukupno 1121 komentara.

Od toga negativnih komentara bilo je 1117. (Primeri: „Možda konačno nauči da priča Srpski.“, „uslov , gej premijer za gej mir“, „Zavrila Ana i pederi, I

da ima sendvica”, „Još jednom se stavio na stranu gej populacije a protiv crkve i normalne porodice. Eto kakva je u stvari SNS stranka koja koristi slogan „Za našu decu”.”, „Tresla se Srbija za nandataru i opet musko (emotikon – smajli koji plače od smeha)”, „Pederska posla ipak su oni dva drugara.”, „PA ZAR LEZBEJKU OPET U VRHU VLASTI.....E PA BICEMO PROKLETI I SA ONA DVA PEDERA IZ VLASTI....A CRKVA I MANASTIRI CUTE...”, „Ako uzmemo u obzir kako Vlada Srbije funkcioniše, mogao je da postavi bilo kog retarda iz svog tabora. Oni su i ovako obične marionete. Veći problem je to što u Srbiji ima previse debila koji su glasali za to.”, „Čale.”, „Koja sprdnja od Drzave! (14 emotikona – smajlija koji povraća)”, „Ipak se Čale pokazao kao najbolji fikus (emotikon – smajli koji place od smeha)...A i ne ide da se iseljava iz Jovankine vile, a tek što ju je renovirala (emotikon – smajli koji je sarkastičan)”, „Mogli ste za promenu nekog pедера da stavite. Nije valjda da ih nema u stranci?”, „Šta očekivati od pедера.”; „Šta kaže srpski patrijarh na to dal se crkva oglasila dal crkva podržava roditelj broj jedan i roditelj broj dva ili je crkva kako treba da bude za porodicu”, „Pederska posla ! Očekivano”, „Čovek se drži obećanja svaka mu čast. Parola je bila „Za našu decu”. To znači da će naša deca već od zabavišta preko osnovne, srednje škole I fakulteta biti ideološki vaspitana u duhu gej populacije. Ispunio je zadato obećanje. U Srbiji će se ispitivati praktično ta ideologija. Ako bude uspešna onda će se primenjivati u celom svetu. Znači dok je taj projekat na snazi ne razmišljajte o restrikcijama gasa, struje i goriva. Puno se ne brinite ni za cene. Strani investitori će i dalje da dolaze. Raja će da radi u polurobovskim uslovima. Ko se javno verbalno uspostavi toj ideologiji biće prvo satanizovan posle u ćutzu. Tražili ste gledajte.”, „Pederska posla”, „Bravo, napokon jedan mandatar sa mudima!”, „Još jednom se stavio na stranu gej populacije a protiv crkve i normalne porodice. Eto kakva je u stvari SNS stranka koja koristi slogan „Za našu decu”.”, „Opet hrvatica??”, „Opet ga pederi ucjenjiju da bi ćutali!”, „Stara/nova premijerka jedva čeka da otvori kovertu I vidi koje je minister izabrala (emotikon – smajli koji se smeje)”, „Ponovo lezbejka premijer?”, „KOLIKO JE JAK GEJ LOBI !!!”, „Nas narod vecinski glasa za LGBT premijerku a buni se za europajd, isto ovi neki navijaci mrze Vučića a glasaju za SNS. To valjda jer su na lekovima za mentalno zdravlje non stop”, „A šta ste očekivali, pa samo ko je degen čist nije znao od samog početka da će opet ovo čale da bude premijer.”, „Opet pederi vladaju (emotikon – smajli koji je besan)”, „zasluzila je ona je organizator pederske parade”, „A ha ha... Ona

vam je špijunka ubačena da vas upropasti”, „SMRT FAŠIZMU I LEZBEJKA-MA”, „pederska vlada i država”, „Pederska vlast a takav i premijer.Fuuuuujjjj”, „Fikus nastavlja”, „Isplatila se odanost, a znanje i stručnost..ma koga briga za to. U zemlji gde narod mrzi one koji mu uče decu, ponizavaju ucene ljude, bolje nisu ni zasluzili”, „Fikusi su (opet) u modi...” ...

Pozitivnih komentara bilo je 2. (Primeri: „Bravo za Anu.”, „Bravo”)

Neutralnih komentara bilo je 2. (Primeri: „Logicno”, „Ocekivano.”)

KVALITATIVNA ANALIZA

Što se kvalitativne analize tiče, izdvajaju se sledeća opažanja u vezi sa komentarima:

- Neargumentovani, uopšteni, bespredmetni (nemaju veze sa temom);
- Vulgarni, uvredljivi, lascivni;
- Interakcija;
- Odstupanje od teme, komentarisanje teme, preusmeravanje na nešto drugo;
- Direktno obraćanje (premijerki/autoru teksta/predsedniku Republike Srbije...);
- Komunikacija emotikonima ili GIF porukama.

Najveći broj komentara bio je na račun njene seksualne orijentacije, ismevan je njen način govorenja i izgled, kao i odnos prema predsedniku Republike.

DISKUSIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

U većini tekstova dominantno se negativno komentariše to što je za premijerku predložena pripadnica LGBT zajednice, ističe se posebno to da je lezbejka, njena nacionalna pripadnost, to da je strana plaćenica, zatim i to da je žena bez kredibiliteta, a sve je to praćeno nizom stereotipnih, uvredljivih komentara. Negativan odnos prema premijerki ogleda se i tome da se komentatori često obraćaju predsedniku Republike iznoseći kritike na njen račun, kao i da je veoma često zaobilaze u komentarima, te u svom obraćanju njemu naglašavaju to da su svesni da odluke ne donosi ona, niti bilo ko drugi nego isključivo predsednik Republike.

Iz analiziranih komentara vidi se da komentatori u analiziranim tekstovima najčešće iskazuju emocije, od emocija najčešće bes i razočarenje, a reči kojim se obraćaju jasno pokazuju negativan stav prema saopštenoj informaciji, ali i onome ko informaciju saopštava, odnosno osobi na koju se informacija odnosi.

Na ton medijskog diskursa komentara koji su objavljeni na portalu i Fejsbuk stranici dosta utiče i atmosfera koja se stvara u komentarima, što potvrđuje da oni koji komentarišu čitaju i ono što su drugi pisali, a ne samo da se zadrže tu da bi objavili svoj komentar.

Iz svega navedenog proizilazi da čitaoci tekstova i na portalu i na Fejsbuk stranici N1 u ogromnoj većini komentarišu negativno izbor Ane Brnabić za premijerku Vlade Republike Srbije, ali, pre svega, nipodaštavaju njenu sposobnost, omalovažavajući njen uticaj i ophode se prema njoj nepristojno.

Takođe, važno je napomenuti i to da je bitno veći broj komentara na vest o odabiru mandatarke Vlade zabeležen je 2022. godine u odnosu na 2020, posebno kada su komentari na Fejsbuk stranici u pitanju (1121 komentar 2022. godine u odnosu na 292 komentara 2020. godine). Činjenica da se broj komentara, ali i komentatora, uvećao u posmatranom period može se objasniti na više načina. Najpre, može se objasniti i time da je uz informaciju da će Ana Brnabić ponovo biti mandatarica za sastav nove Vlade Republike Srbije predsednik Republike saopštio uz informaciju da će najavljeni Evroprajd u Beogradu biti zabranjen. Isto tako, važno je naglasiti i činjenicu da je 2022. godine u javnosti stvorena i atmosfera takmičenja, do samog kraja nije se znalo za koga od dva kandidata će se predsednik Republike Srbije i najzastupljenije stranke u Narodnoj skupštini Republike Srbije (SNS) odlučiti. Broj komentatora svakako ima veze sa porastom broja korisnika internet, samim tim, može se pretpostaviti, i broja čitalaca portala i Fejsbuk stranice N1. Način na koji čitaoci pišu u komentarima ima veze sa društvenim dešavanjima, kao i sa promenama u političkoj i medijskoj kulturi i načinom na koji vladajuća garniture i tabloidi obraćaju građanima.

Takođe, u mnogo većoj meri su se u komentarima i posetioci portala i posetioci Fejsbuk stranice 2020. godine obraćali predsedniku Republike, nego mandatarici, nego što je to slučaj 2022. godine. Kao razlog za ovo može se navesti činjenica da je Brnabić postala bitno poznatija za ove dve godine, ali i činjenica da je navukla na sebe novi bes i nezadovoljstvo, koji nisu u tolikom meri i u takvom obliku bili vidljivi 2020. godine.

Stereotipična slika se servira o premijerki kao autovanoj lezbejki dominantna je u komentarima, a količina negativnih komentara svedoči o tome da oni koji su joj naklonjeni ili ne žele da je brane u komentarima ili da i ne čitaju ovaj medij. U svakom slučaju, tzv. „bot ekipe” nisu se bavile odbranom premijerke na portalu i Fejsbuk stranici portal N1 Srbija ni 2020, ni 2022. godine.

ZAKLJUČCI

Prema Milinkov i Sedlarević, „govor mržnje predstavlja javno saopštavanje poruka mržnje ili netrpeljivosti prema nekoj rasnoj, nacionalnoj, etničkoj, verskoj, seksualnoj ili drugoj društvenoj grupi ili njenim pripadnicima i pripadnicama... ...Poruke mržnje, bez obzira da li su upućene u realnom ili onlajn, prostoru, nisu usmerene samo ka grupama, nego vrlo često ka pojedincima i pojedinkama koji se targetiraju zbog nekog ličnog svojstva.” (Milinkov & Sedlarević, 2021: 48)

Ovo bi mogla biti i definicija govora koji se koristi u komentarisanju medijskih objava u digitalnom prostoru. Gotovo bez izuzetka, oni su javno iskazivanje netrpeljivosti i otvorene, neskrivene mržnje prema pojedinki/pojedincu i/ili osetljivoj društvenoj grupi.

Kada je reč o analiziranim komentarima, najpre se može zaključiti da ne odudaraju od očekivanja utemeljenih u činjenici da su komentari ispod teksto-va iz domena politike prepuni govora mržnje, vulgarnosti i agresije. Najzastupljeniji su komentari kojima se vređa njena seksualna orijentacija, izgled, način na koji govori i ismejavanje žene koja bi trebalo da je najmoćnija osoba u državi.

Može se zaključiti da se o Ani Brnabić, kao i većini drugih političarki, piše veoma pojednostavljenim, prostačkim i vulgarnim jezikom, prepunim stereotipa, mizoginije i seksizma, govora mržnje uopšte, što se, nažalost, moglo i očekivati s obzirom na to da je žena, lezbejka, pripadnica LGBT zajednice koja predstavlja jednu od osetljivih, najugroženijih grupa kada je u pitanju verbalno, ali i svako drugo nasilje... Ali, isto tako, za deo negativnih komentara sigurno je presudno to što je pripadnica vladajuće partije, što je poslušna i ponizna u odnosu na predsednika Republike i ne uživa poštovanje i uvažavanje dela javnosti zbog svojih stavova i javnih istupa.

Iako napisane još 2005. godine, u momentu kada nije mogla da se pretpostavi ova i ovakva ekspanzija digitalnih medija, a samim tim i ova i ovakva inte-

rakcija na relaciji mediji-publika, reči psiholingviste Ranka Bugarskog možda i najbolje opisuju javnu sferu i komunikaciju kojoj danas svedočimo:

„Tokom poslednjeg stoleća moderna tehnološka sredstva su dovela do pojave tzv. sekundarne usmenosti - obnovljenog i pojačanog oralnog komuniciranja u krilu pismenih zajednica. Telefon, telegraf, radio, televizija, a danas naročito elektronski posredovana komunikacija putem Interneta, umanjili su potrebu za nekima od tradicionalnih oblika pisanja. Ovaj proces, motivisan praktičnim obzirima kao što su ekonomičnost, brzina i široka dostupnost novih načina opštenja, bio je stepenast, premda ne nužno i jednosmeran. Tako je poslovna i privatna korespondencija, i sama u suštini surogat neposredne komunikacije licem u lice, svojevremeno značajno redukovana uvođenjem telefona, koji je potom počeo da se povlači pred elektronskom poštom, da bi u naše dane povratio nešto prostora zahvaljujući širenju mobilne telefonije. Ovakav razvoj događaja uveliko je relativizovao konvencionalne predstave o razlikama između govorenog i pisanog jezika, na razne načine kombinujući prototipska obeležja jednog i drugog. Ovo je najizrazitije u slučaju globalne komunikacijske mreže, koja je oblikovala samosvojan verbalni medijum po sopstvenoj meri. Jezik Interneta - elektronski, globalan i interaktivan - analitičarima se prikazuje kao medijum naročitog formalnog profila i specifičnih funkcionalnih karakteristika. To nije prosto nova forma pisanja ili govora, niti nekakav njihov proizvoljan hibrid, nego nešto treće, s njima paralelno.” (Bugarski, 2005: 23)

Komentari su, iako najnoviji, samo još jedan način interakcije čitalaca medijske objave sa njihovim autorima i medijima koje prate. Bez obzira na to da li komentatori informaciju komentarišu na medijskom portalu ili stranici na društvenoj mreži, evidentna je njihova sloboda i ozbiljnija uključenost u kreiranje medijskih sadržaja u digitalnom svetu, jer svojim komentarima ne samo da iskazuju stav u odnosu na tekst koji komentarišu, nego i stavljaju do znanja koja su im interesovanja, vrednosni sud i odnos prema temama kojima se praćeni medij bavi, odnosno treba da se bavi. Stiće se utisak i da komentatorima nije presudno da li se njihov identitet zna ili ne, veoma otvoreno i kritično komentarišu ono što ih interesuje, najčešće ne birajući reči i koristeći vulgarne i nepristojne izraze. U velikoj meri, kada govore o ženama (ili konkretnoj ženi) u javnom prostoru, mogućnost komentaranja im predstavlja poligon za najotvoreniju mizoginiju, seksizam i sve oblike govora mržnje i verbalnog nasilja.

Gotovo dosledno ne koriste rodno osetljiv jezik, što je još jedan od dokaza nepoštovanja žena i njihove nevidljivosti. Takođe, ne pridržavaju se, ali i ne mare, za pravopisna i gramatička pravila jezika na kome pišu. Sve ovo zajedno jasno pokazuje sliku medijske interakcije kojoj svedočimo u digitalnoj sferi.

LITERATURA

- Bugarski, Ranko (2005). *Jezik i kultura*. Beograd: Biblioteka XX vek i Knjižara Krug.
- Kleut, Jelena (2020). *Ja (ni)sam bot: Komentari čitalaca kao žanr participacije u digitalnom prostoru*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Krippendorff, K. (2003). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Second Edition. London: Sage.
- Milinkov, S; Sedlarević, M. (2021). *Mržnja prema Drugima: solidarnost s Drugima*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Milinkov, S; Šinković, N. (2016). *Izveštavanje Blica i Politike o Bregzitu: identitet za druge u medijskom diskursu u Srbiji*. Beograd: CM Komunikacija i mediji. Broj 37: 63-83.
- Milivojević, S. (2008). *Kritička tradicija u istraživanju medija: kulturne studije*. Beograd: CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem, Broj 8(3): 29–50.
- Tomka, G (2012). *Ka menadžmentu participativnog novinarstva - iskustva iz redakcije*. Beograd: Kultura. Broj 136: 237-261.
- Valić-Nedeljković, Dubravka (1998). *Snaga, sloboda i odgovornost medija*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. <https://novinarska-skola.org.rs/vodic/interes/Snaga,%20sloboda%20i%20odgovornost%20medija.pdf> (Pristupljeno: 10. septembra 2022. godine)
- Van Dijk, Teun Adrianus (2008). *Discourse and Power*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

Maja Sedlarević

University of Novi Sad – Faculty of philosophy

ANALYSIS OF COMMENTS FOLLOWING THE MEDIA CONTENT

Abstract: *The paper examines how and in what manner reader comments on media posts correspond with the text, as well as the content of those comments, their intended recipients, linguistic expressions used, and how they convey their stance on a particular topic/phenomenon/event and/or individual. Reader comments on media posts illustrate the extent to which the freedom they enjoy in the digital space can lead to discriminatory behavior, aggression, and various forms of verbal violence. For this reason, in this paper, we focus on the phenomenon of commenting on media content.*

The focus of this study is a current and pervasive phenomenon concerning audience comments on media content in the digital sphere. For the purposes of this research, comments on texts of the same topic, published on the portal and Facebook page of one media outlet, were analyzed for both 2020. and 2022. This research aims to provide an authentic portrayal of the correlation and interaction between media content and the comments that readers write underneath it.

Special attention is given to the occurrence of hate speech, with a particular emphasis on sexism, discrimination against LGBT individuals, and stereotypical portrayals of the individuals being commented on. The research results indicate that the woman who were the subjects of the posts in the comments were either ignored or depicted extremely negatively.

Keywords: *digital sphere, interaction, comment, LGBT individuals, media content, misogyny, equality, sexism, verbal violence, women*