

*Елена Делева**

Спортски журнал медијске куће „Политика новине и Магазини”

*Биљана Витковић***

Факултет за спорт, Универзитет „Унион – Никола Тесла”, Београд

КОМЕНТАР КАО НОВИНАРСКИ ЖАНР ДИГИТАЛНИХ МЕДИЈА У ДОБА ПРЕОПТЕРЕЋЕЊА ИНФОРМАЦИЈАМА

Сажетак

Савремени тренутак обележен је апсурдом: све је више информација, а никад мања информисаност. То на најбољи начин илуструје квалитет садржаја у медијима откад су почели незаустављиви техничко-технолошки таласи и доминација друштвених мрежа. Садржај се производи по принципу серијске производње, што доводи у питање његову аутентичност и квалитет. Основна карактеристика медијске сфере је, дакле, хиперпродукција, а друштво је преоптерећено информацијама.

Овај рад разматра најважније карактеристике и квалитет ауторских коментара у дигиталним информативним медијима *Политика*, *Данас* и *Телеграф*. Анализа је обухватила коментаре са циљем да се утврди колико је ова аналитичка новинарска форма заступљена као оригинални, изворно ауторски текст и у којој мери се користи као инспирација за писање оригиналног садржаја.

* Имејл адреса: deleva.1408@gmail.com.

** Имејл адреса: biljana.vitkovic@fzs.edu.rs; ORCID: 0000-0001-5312-0979.

Рад је заснован на теоријском оквиру који обухвата појмове медијске хиперпродукције, селекције медијског садржаја путем алгорита и аналитичког новинарства као одговора на кризу оригиналности. Методом анализе садржаја утврђене су главне одреднице коментара. Садржај прилога је анализиран кроз категорије: тема, актуелност, вредносни суд и значај, тон коментара, графички приказ, извори, стил и ауторство коментара.

Резултати истраживања показују варијабилност у квалитету и заступљености коментара, од добро аргументованих до површних без дубље анализе. Овај феномен указује на изазове у одржавању квалитета и стварању оригиналног садржаја у условима хиперпродукције. Недовољна кадровска и финансијска подршка представља препреку развоју аналитичког новинарства, док улога образовања и алгоритама додатно компликује статус коментара као жанра. Ово указује на потребу за системским и стратешким приступом у дигиталним медијима ради превазилажења наведених проблема. Недостатак оригиналног садржаја продубљује постојећа и отвара нова медијска питања, а овакав рад може бити полазиште за системски приступ и истраживања већег обима.

Кључне речи: коментар, информативни веб сајтови, квалитет, оригиналан садржај, преоптерећеност информацијама, дигитални медији, аналитички жанр, хиперпродукција, комуникација, новинарство

УВОД

У доба дигиталне револуције, медијски простор карактерише хиперпродукција информација, а квалитет и оригиналност медијског садржаја остају на маргини. У том контексту, аналитички коментар је значајан као критичко тумачење друштвених појава који може да обогати јавну дискусију и допринесе информисаности читалаца. На дигиталним порталима, одсутна је тематска разноврсност и ограничен је број извора у аналитичким текстовима, што доводи до површних интерпретација догађаја. Посебно се разматрају степен оригиналности, дубина интерпретације као и начин на

који је изражено лично мишљење аутора уз осврт на тематску ограниченост и употребу извора. Ово захтева детаљнију анализу која ће расветлити квалитативне аспекте медијског садржаја.

Циљ овог рада је да испита особине и квалитет коментара као аналитичког новинарског жанра у дигиталним информативним медијима¹ *Политика*, *Данас* и *Телеграф*, имајући у виду одсуство оригиналног садржаја.

Намера је да се идентификују проблеми у медијској продукцији и понуди основа за даља истраживања и унапређење новинарске праксе у домену аналитичког и ауторског рада, као и да се прикаже колико и како коментар као аналитички новинарски жанр доприноси продукцији оригиналног садржаја у информативним веб издањима.

Предмет истраживања

Предмет истраживања је утврђивање главних жанровских одлика, структуре и квалитета коментара, са фокусом на недостатак оригиналности у медијској продукцији у дигиталним информативним медијима – *Политика*, *Данас* и *Телеграф*. Анализирани су коментари из различитих рубрика током једног месеца, како би се обухватила тематска разноврсност. У средишту пажње је начин на који интерпретирају друштвене појаве и у којој мери испуњавају критеријуме аналитичког новинарства. Посебно је сагледано како коментари функционишу као простор ауторског мишљења и интерпретације, укључујући и изазове у очувању квалитета и оригиналности у условима брзе и масовне производње садржаја.

У савременом медијском окружењу, преношење информација без аналитичке обраде губи на вредности, будући да је дистрибуција података омогућена свима. Понуда интерпретације, позадине догађања, одговора на питања како и зашто, приређивање доброг аналитичког текста – захтевају висок степен интелектуалне и креативне компетентности, те представљају вештину коју поседују само они ствараоци који су временом и дуготрајнијим писањем усавршили свој рад. Светло на крају тунела огледа се у

¹ У овом раду, израз „дигитални информативни медији” обухвата и онлајн издања традиционалних штампаних медија и портале који постоје искључиво у дигиталној форми.

побољшању квалитета садржаја, унапређењу образовног процеса, неговању талената, организовању менторског рада у редакцијама и преношењу вештина са старијих на нове генерације новинара, али и у унапређењу медијске писмености читалаца.

Имати оно што други немају, бити другачији од конкуренције – то је неписано правило у највећем броју редакција.

Теоријски оквир

Једну од бројних дефиниција коментара дао је и српски теоретичар у новинарству Душан Славковић, који је истакао да је коментар јавно изражено или написано мишљење о настанку, развоју и дејству на околину одређеног догађаја или појаве (Slavković 1988, 249). Другим речима, то подразумева разматрање и тумачење једне појаве у друштвеној заједници, уоквирене временским и просторним границама.

Коментар је аналитичка и интерпретативна форма новинарског изражавања у којој аутор, пратећи појаву у настанку и развоју, утврђује њене узроке, а потом заузима ставове о њеном даљем развоју или разрешењу, упозоравајући читаоца, слушаоца и гледаоца на могуће последице. То је тумачење одређеног феномена из личног, коментаторског угла (Todorović 2002, 98).

Отуда се издвајају следеће карактеристике коментара: неопходно је да развије убедљив аргумент, треба да буде фокусиран на једну тему и потребно је да говори о битној теми.

Код новинара преовладава мишљење да аналитички жанрови указују на зрелост друштва. Коментатори играју важну улогу, јер утичу на јавно мњење и постављају дневни ред тако што истичу, анализирају, процењују и тумаче, пре свега, актуелна питања.

Џејн Б. Сингер (*Jane B. Singer*) је писала да су појава и развој интернета и друштвених мрежа, као и нових облика комуникација променили улоге новинарства и новинара (Singer 1997), док Марк Дезе (*Mark Deuze*) сматра да ова промена може да се сагледа из два угла. Интернет је извор информација у различитим медијима и новинари запослени на порталима имају услове рада новинске агенције. С друге стране, они морају да ускладе рад с карактеристикама онлајн медија. Из тог разлога, данас не постоји традиционални медиј који нема дигитално издање (Deuze 1998).

Пракса је показала да се скоро свака информација која је део агенде у традиционалном медију, истовремено прилагођава и за објављивање у дигиталном издању. Због тога, аутори као што је Џеј Розен (*Jay Rosen*) заузимају став да новинарство наликује монополу за прикупљање информација и сервису који преусмерава друштвени ток информација и јавне дискусије (Rosen 1996, 16).

Оваква трансформација отвара нова питања о медијској понуди.

Разноврстан садржај медија је важан аспект политичког и културног плурализма. Разноврсност власништва над медијима представља гаранцију разноврсности медијске продукције све док се не подстиче консолидовање или уједињавање уређивачког садржаја различитих власника (Vitković 2010a).

Разноврсност власника медија је та која обезбеђује разноликост уређивачког приступа и коментара, али уместо тога у пракси долази до уједињавања или понављања сличних уређивачких политика и садржаја, што за коначан исход има више сличних гласова у јавном дискурсу.

Овај недостатак дубине у промишљању није уочљив само на апстрактном нивоу, већ при сваком читању коментара где се јавља осећај понављања, односно да се чита једна те иста информација више пута, а да је само „ојачана” нечијим додатним запажањем, без намере да се читалац коментара доведе до неког самосталног закључка. Оваква интенција, има за последицу – додатно засићење информацијама и уместо да помогне да се разумеју догађања, само збуњује читаоца. Поред фактографије, написани коментари садрже намеравана, погрешна или искривљена читавања смисла и свакодневице. Од неког, коме се по интенцији верује, а то је, на пример, уредник новина, добија се – шум. Људе је, неким разумним промишљањем и вишим степеном разумевања актуелности, потребно усмерити у проактивном правцу. Уместо тога, садржински осиромашеним коментарима се остварује додатна пасивизација грађанства.

Некада су људи „гладовали” за информацијама, а данас је проблем „преобиле” информација. Човек је принуђен да у непрегледном мноштву понуда бира садржај којем ће поклонити пажњу, што му одузима све краће слободно време (Todorović 2010, 88).

Историјска искуства показују да ће ко се брзо прилагоди новим комуникацијским технологијама имати користи од обиља информација. Овај приступ, ослобађа човеков ум и вољу, чинећи борбу за опстанак у новом комуникацијском свету нужном, али и вероватном. Да би промене биле ефикасне, људи морају препознати и анализирати информације, иначе могу постати изгубљени у мору информација (Vitković 2015, 112).

Дигитални медији воде своју битку, али прва борба није добијена. Продали су публику оглашивачима у потрази за кликом и зарадом, а не побољшавају информативне вредности да би угодили публици, већ траже оно што интригира и лако узбуђује, а истовремено не кошта превише.

Резултат се поклапа с оним што је 1980-тих Денис Меквејл (*Denis McQuail*) илустровао реченицом „већи део садржаја који нуде медији је популаран и комерцијално успешан, али је репетитиван, инфантилан, тематски ограничен, идеолошки тенденциозан, празан и антиинтелектуалан” (McQuail 1983, 105).

На информативним веб порталима доминира садржај, који је, углавном, преузет из агенција, ПР индустрије и – све више са друштвених мрежа. Примећују се и упливи вештачке интелигенције. Преноси се основна информација, без контекста, интерпретације и интервенције новинара. Такав начин рада постао је пракса у бројним редакцијама, што су теоретичари препознали као „хиперпродукцију једног те истог”.

Домаћа и регионална истраживања

Подаци из истраживања „Извештај о дигиталним вестима – Србија”, показују да дигиталне вести постају главни начин да се дође до информација, а према учесталости употребе, друштвене мреже (83%) превазилазе ТВ дневник (72%) – користи их чак 95% грађана у било које сврхе, бар на недељном нивоу (Kleut i dr. 2022, 6).

Према истраживању у оквиру пројекта „Информисање у дигиталном окружењу у Србији”, грађани више воле селекцију вести коју алгоритам направи на основу онога што су лично у претходном периоду читали или гледали (41%) него избор који праве новинари и уредници (31%). Овај став је израженији код

младих који за информисање више користе друштвене мреже (Ninković Slavnić 2020).

Мониторинг који је рађен за потребе израде научног рада „Учешће младих у медијима и анализа преливања информација о њима од једне ка другој врсти медија”, резултирао је податком да се ниједна вест са телевизијских гостовања младих није пренела у штампане медије, што указује на изостанак медијског преливања и дубље интеграције садржаја између различитих платформи (Vitković 2023).

Истраживање „Под притиском: медијско извештавање о организованом криминалу и корупцији у Србији”, открива да доминира фактографско извештавање, са чак 75% таквих текстова и прилога у најзначајнијим дневним новинама и информативним програмима, док аналитички текстови чине само око 10% укупног садржаја (BIRN 2017, 2, 5).

Упоредне анализе потврђују да се медијске организације са ових простора не могу похвалити обимним оригиналним садржајем, а ни да ли су испоштовани професионални критеријуми.

Примера ради, истраживање које је анализирано садржај на порталима у Хрватској, довело је до закључка да публику на интернету у већој мери чине особе млађе животне доби, које траже садржаје из забаве и релаксације, па се може претпоставити да уредништва анализираних портала садржај прилагођавају укусу публике (Benković i Balabanić 2010, 43, 49).

С тим у вези, значајно је указати на шире процесе који се не тичу само локалних медија, већ и глобалног медијског окружења у онлајн простору.

Наиме, упркос огромној количини садржаја на интернету, видљиво је да он не доприноси нужно већој разноврсности, већ се публика, углавном, окреће малом броју популарних веб-сајтова, што резултира површним и ограниченим медијским избором. Тај феномен указује на запањујуће оскудан ниво онлајн диверзитета, чиме се доводи у питање претпоставка да интернет доприноси широј медијској плурализацији (Vitković 2010b).

Такви налази додатно осветљавају структурне проблеме савременог медијског простора који уместо да едукује и проширује видике публике, све чешће функционише као механизам за потврду постојећих уверења и површне потрошње садржаја. Врло често,

читаоци су склони и да се окрену медијима чији су им садржаји и ставови блискији.

Резултати, дакле, наводе на то да су медији фокусирани на комерцијализацију садржаја на штету релевантних питања у друштвеној заједници. Они не преиспитују критички и недостаје им устаљена пракса да сагледају перспективу друге стране, а то је основа медијске писмености. Отуда и закључак да се минимално користе технолошке могућности интернета, док је садржај обрађен површински, без дубље анализе (Benković i Balabanić 2010, 49, 51).

У таквом нејасном простору, где је изостао квалитетан садржај? Између вести о ријалити програмима, њиховим актерима и другим тривијалним садржајима, да ли су своје место пронашли аналитичко-критички садржаји у којима се тумаче теме релевантне за друштвену заједницу?

О значају коментара као слободног тумачења стварности, још је 1921. године писао Чарлс Прествич Скот (*Charles Prestwich Scott*) поводом стогодишњице *Гардијана* (*The Guardian*), у есеју под насловом „Сто година” (“A Hundred Years”). Његова позната мисао – „Чињенице су свете, а коментари слободни” – остала је не само мото овог листа, већ и темељна доктрина слободе медија и коментарисања (Bartolo 2018).

Управо је овај став у српској научној и стручној заједници све више прихваћен и доказан, јер тек када аутор да своју процену и анализу, читаоци добијају довољно информација да би могли да закључе шта је истина. Међутим, у савременом медијском амбијенту, та слобода се све више губи у условима комерцијализације, политичког притиска и опадајућег квалитета новинарске продукције.

Веран Матић, председник Комисије за истраживање убистава новинара у Србији и један од аутора истраживања ОЕБС-а, под називом „Анализа: Ментално здравље новинара”, у којем је учествовало 164 новинара и новинарки из Србије, сматра да се смањује број квалитетних и професионалних медија у којима се новинари могу осећати као новинари и људи чији се посао цени. С друге стране, исти је случај и са професионалцима који производе оригиналан садржај. „Све мањи број медија се бави аутентичним садржајем, професионалним новинарством у јавном интересу. Они имају све мањи утицај, тираж и посећеност. Морам да креирамо даљу стратегију ка новинарству окренутом животу грађана” (Latas 2023; Gligorijević i dr. 2023).

Слични закључци су изведени у оквиру стручне конференције, у организацији удружења „Рес Публика”, чија је тема била „Етички и професионални изазови новинарства у локалним заједницама”. Истраживање које је спровео БИРН (Балканска истраживачка мрежа Србије), показало је да је алгоритамска оптимизација и платформизација новинарства умногоме утицала на медијску сцену. Медијска експерткиња, Тања Максић, истакла је да у пракси то значи да су медији често под притиском и да треба да воде рачуна и о томе како ће њихов садржај изгледати. Због тога, на веб сајтовима долази до значајног повећања клик бејт наслова и вести које немају истинску информативну вредност (Res Publika 2023; Nikolić 2023).

„Извештај Репортера без граница указује на то да је у Србији професија новинара често изложена значајним ризицима, као и да лажне вести све више добијају на видљивости и популарности” (Valić Nedeljković i Janjatović Jovanović 2020, 12).

Увид у глобална истраживања

Низак ниво разноврсности и разноликости у извештавању, висок степен политизације у вестима, недостатак плурализма, минимална заступљеност аналитичких жанрова, све је то у понуди онлајн медија. Ово је само један од закључака или резултата после бројних истраживања и анализа који покушавају да утврде квалитет извештавања, улогу аналитичког новинарства и позицију критичких мисли данас у медијима на глобалном нивоу.

Истраживањем уводника у дигиталним издањима штампаних медија, *Ел Паус* (*El País*) – Шпанија, *Тајмс* (*The Times*) – Велика Британија, *Ле Монд* (*Le Monde*) – Француска, *Диарио де Нотисијас* (*Diario de Noticias*) – Португалија, и *Коријере дела Сера* (*Corriere della Sera*) – Италија, установљено је да аутори највише користе уводник као облик изражавања мишљења, чиме се издваја од остатка садржаја. Откривено је и да чак 96,49% уводника користи логичко резонување као главни алат за убеђивање публике. С друге стране, само 8,77% узорка обухвата излагање чињеница, аргумената, хипотеза и предвиђања расплета (Orosa, García, and Santorum 2013, 490–492).

Ова статистика није оправдана јер показује да, иако уводници, углавном, користе логичко резонување, мали је проценат оних који садрже конкретне чињенице, аргументе или предвиђања, што

указује на недостатак темељности и чврстих доказа у текстовима и умањује уверљивост и квалитет.

Криза ауторства, неизналажење одрживог пословног модела, континуирано осиромашење, криза креативне индустрије и напослетку доминација обраде, уместо креирања садржаја, додатно су закомпликовале пре свега професионални, али и етички, социолошки и демократски хабитус у њиховом изворном значењу (Клјајић 2016, 144).

Ове појаве упућују на дубље проблеме у медијском извештавању, где је аналитички и квалитативни приступ често запостављен у корист брзих и површних информација.

Када се узму у обзир ова светска истраживања, може се рећи да су присутна два глобална тренда која су међусобно повезана – дезинформације и (не)поверење публике. Ови изазови, иако глобалног карактера, добијају посебну тежину у контексту локалних медијских система, где институционални оквири не пружају заштиту новинарској професији. Какве ће последице поменути токови произвести на глобалном нивоу, није тешко претпоставити: информациони хаос, слабљење кредибилитета медија и ерозија демократије само су неке од могућих последица. Ако се публици не понуди поуздан садржај, отвара се простор за манипулације, популизам и ширење теорија завере.

Хипотетички оквир

Пред почетак главне анализе, у раду ће, као део хипотетичког оквира истраживања, бити постављена општа и посебне хипотезе да би се прецизније дефинисале основне претпоставке истраживања које ће током рада бити доказиване.

Основна хипотеза:

– У онлајн медијима доминирају коментари који обухватају мишљење аутора, баве се једном актуелном темом и садрже интерпретацију и убедљив аргумент.

Посебне хипотезе:

1. Доминантан број коментара бави се политичким темама.

2. Највећи број коментара има критички и негативан тон.

3. Највише коментара у онлајн медијима ослања се на неку претходну вест.

4. Приближан је број коментара у којима преовладава полемички стил.

5. Већи број коментара се бави актуелном темом, али не садрже тумачење и додатну друштвену вредност.

6. Мањи је број коментара у којима је забележена манипулација информацијама.

МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТУП

Истраживање је спроведено коришћењем метода анализе садржаја. Узорак су чинили дигитални информативни медији – *Политика*, *Данас* и *Телеграф*. Корпус је обухватио период од месеца дана, од 25. фебруара до 25. марта 2025. године. За 30 дана мониторинга, укупно је идентификовано и анализирано 39 коментара – 15 са портала *Политика*, 17 са *Данаса* и 7 са *Телеграфа*.

Ови медији су изабрани на основу њихове различите уређивачке политике и загарантоване разноврсности у ставовима коментара. *Политика* и *Данас* су медији са вишегодишњом традицијом и већ дуго имају своја онлајн издања, а на политичкој линији налазе се на супротним странама позиционо-опозиционог спектра. Са друге стране, *Телеграф* представља модерни портал без штампаног издања, чиме је добијен уравнотежен увид у разноликост дигиталних коментара.

За потребе истраживања коришћене су: метода класификације – приликом класификовања текстова у анализиране категорије; статистичка метода – за бројчани приказ добијених налаза у оквиру истраживања; метода компарације – током поређења статистичком методом добијених података који се односе на количину и квалитет коментара у праћеним дигитални информативним медијима. Дедукција и индукција су примењене за извођење општих и посебних закључака из анализираног садржаја и усвајање препорука за решавање ситуације на порталима. Узимајући у обзир све специфичности, анализиран је узорак за који се претпоставља да ће приказати различитост српских медија.

Критеријуми за анализу засновани су на теоријским основама жанра коментара и представљени у кодном листу са девет категорија: иницијална каписла или повод за коментар, тема и њен значај за јавност, интерпретација, пратећи садржај, извори, потенцијална манипулација, стил писања, тон и ауторство.

Посебна категорија у овом истраживању је како публика реагује на коментаре. Фокус на њиховој анализи је важан да би се уочило да ли су садржински повезани с темом коментара, као и да ли постоји корелација између коментара аутора и коментара читаоца и какав стил језика користе. Поред тога, анализирано је и на који начин портали коментаришу исте теме и догађаје.

Један од кључних индикатора квалитета је провера и налажење информација из што већег броја независних извора. То подразумева и већу независност и веродостојност информација, а навођење више извора чини процес долажења до информација транспарентнијим.

У новинарским текстовима могу се користити информације из „ПР кухиње” или са друштвених мрежа, али оне задржавају новинарски карактер само ако се стављају у контекст и упоређују са подацима из других извора, добијених темељним истраживањем.

РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Оригиналност, аналитичност и квалитет медијског садржаја постају важни у дигиталном окружењу преплављеном информацијама. Истраживање је спроведено с настојањем да се утврде главне карактеристике коментара као аналитичког жанра у три релевантна дигитална информативна медија у Србији – *Политика*, *Данас* и *Телеграф*.

У наредним подтематским целинама представљени су налази анализе садржаја, који укључују тематску разноврсност, присуство извора, стил и тон писања, као и однос публике према објављеним коментарима.

Тематска (не)разноврсност

Теме у коментарима дигиталних информативних медија – *Политика*, *Данас* и *Телеграф*, биле су подељене у четири велика географска оквира. У првом су биле груписане оне које су имале локални карактер (2), у другом теме са националним карактером (25), а у трећем и у четвртном теме из света (11), односно региона (1). За време мониторинга анализирано је укупно 39 јединица.

Оваква статистика указује на занемаривање локалних и регионалних тема, што је озбиљан индикатор суженог фокуса

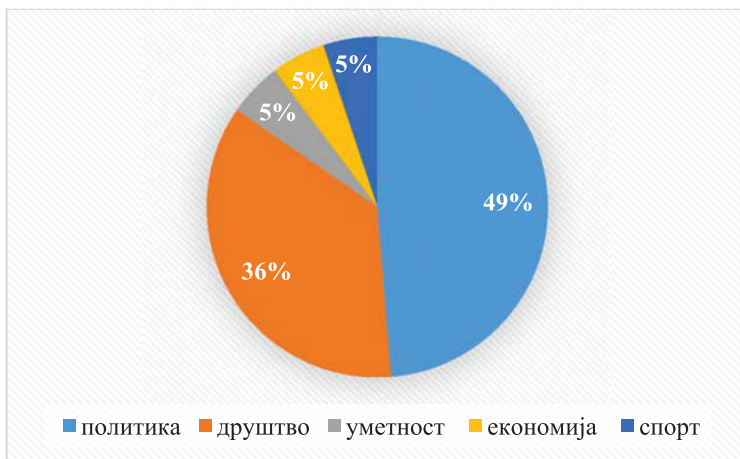
медијских редакција. Локалне и регионалне заједнице извор су важних друштвених и политичких процеса, а њихово одсуство говори о централизацији интересовања и доминацији тема од националног значаја. То додатно отвара питање улоге медија у равномерном информисању грађана.

Најважније теме у анализираним коментарима биле су политичког и друштвеног карактера. У периоду анализе били су актуелни протести студената и грађана. Важне теме из области политике, били су и потенцијални превремени избори.

Чак 19 од 39 коментара било је из области политике, затим 14 из области друштва и, на крају, по два из области уметности, економије и спорта.

Политика и *Данас* доминантно су извештавале о унутрашњој политици док је *Телеграф* највише писао о рату у Украјини – шест од седам коментара. У економији, главна тема били су инострани фондови финансирања у Србији, као и плате просветних радника за време блокада. Представници власти су истицали да иза студентских блокада стоје скривени послови ЦИА-е, УСАИД-а и других, који су коришћени за деформисање политичког система. Изазови, проблеми, права и обавезе новинара на медијској сцени у Србији били су повод за коментар у оквиру друштвене рубрике на порталима. За време мониторинга било је актуелно такмичење за песму Евровизије, које је било тема у оквиру уметности. О спорту – само два коментара за 30 дана, од којих је један био везан за међународну, а други за домаћу сцену. То је очекивано, јер читалачка публика ових сајтова није спортска. Ниједан коментар о спорту неће бити тако огроман генератор интересовања или кликова, док публика која преферира спортске теме посећује специјализоване сајтове о спорту.

Када је реч о динамици објављивања садржаја, највећи број објава на сајту *Политике* и *Данаса*, тачније по три коментара, објављено је првог дана. Само другог и 16. дана на порталу *Телеграфа* забележена су по два коментара, док су у највећем броју случајева имали по један или ниједан. Најслабију динамику објављивања имао је сајт *Телеграфа*, док су *Политика* и *Данас* скоро изједначени.

Графикон 1. Теме у коментарима

Извор: Обрада аутора.

Медији своју улогу у друштву остварују приказивањем различитих политичких, економских, социјалних и културних гледишта и интереса. То је основ демократског слободног и отвореног друштва у којем грађани могу да сучељавају идеје и мишљења, доносе одлуке и самостално управљају својим животима. Отуда и важност разноврсног медијског садржаја и више обухваћених тема. Није довољно бавити се само актуелним политичким темама, већ имати и културно-уметнички садржај, као и садржај научно-образовног карактера.

Скромни извори

Експликација, додатно објашњење и позадина приче – ови елементи су забележени у коментарима приликом тумачења одређеног догађаја. Аутори су понудили интерпретацију, у фокусу је објашњење догађаја и његовог значаја, поготово у *Данасу*.

Писци коментара у *Данасу* су приликом тумачења догађаја износили мишљење и употребљавали писање у првом лицу (што је одлика другог жанра, као што је колумна). У објавама, такође, забележена је – дубља анализа, контекст и позадина приче.

Аутори у *Политици* и *Телеграфу* су се држали оквира. У супротном, сваки пут кад је став аутора био видљивији и израженији у коментару била је забележена и потенцијална манипулација

информацијама. То је свесно или несвесно изостављање релевантних чињеница, селективно представљање података, претеривање и коришћење емоционалног језика ради усмеравања читаочевог закључка ка унапред дефинисаном ставу аутора. У *Политици* је забележено пет коментара са тим карактеристикама. Током 15. дана мониторинга, објављен је текст под насловом „Лекције студената из Пионирског парка”, где је аутор описао да су студенти показали како се мирно и достојанствено протестује, док су други студенти лојалисти. При крају мониторинга, 26. дана, на сајту *Политике* објављен је текст под насловом: „Краљев гамбит – Александар Вучић”. Тема коментара био је председник Србије, који важи за дипломатског мајстора, има мудру стратегију, увек је корак испред и вешто балансира интересе Србије и међународне односе.

На порталу *Данаса* приказ протеста, блокада, па и председника државе је другачији. Аутори отворено пружају подршку студентима, детаљно пишу о блокадама и захтевима. Пример је текст – „Беспоговорно, уз студенте”. Другачије су посматрали и протесте у Пионирском парку. Током 25. дана мониторинга објавили су текст „Ко ће платити тракторијаду у Ћациленду?”. Аутор је написао да не постоји основ по ком ће владајућа странка да подмири трошкове догађаја. Председник Србије је био изазивач нереда, јер је 18. дана објављен текст под тим насловом.

Трећу паралелу није могуће остварити, јер на сајту *Телеграфа* није било коментара који су се бавили домаћом политиком и актуелним протестима у том периоду. У фокусу је била геополитика односно позиција и улога америчког председника Доналда Трампа у рату у Украјини. Уочено је да медији таблоидног карактера, унутрашње проблеме „камуфлирају” или заобилазе, како би избегли критику власти и стављају нагласак на спољнополитичке теме. Иако делује безазлено, они обављају један важан задатак, а то је да усмеравају јавно мњење са унутрашњих на спољнополитичке теме, анестезирају публику и баве се темама на које читаоци не могу да утичу.

Кад је реч о изворима информација, доминантан је један извор, затим два, а најмање јединица има са три или више извора информација. У том погледу, није у потпуности задовољена дубина у анализи коментара. Ослањање на један извор у супротности је са начелима новинарске етике, која се залаже за плурализам у мишљењима, ставовима и информацијама које се добијају од

саговорника. Ако је у тексту или коментару изнет само једна став и тумачење или опажање које га подржава, без другог извора и погледа, то доводи до необјективности и искривљавања стварности у медијском садржају. Навођење више извора подразумева већу професионалност и поузданост саме информације. То гарантује кредибилитет сакупљеног материјала и смањени ризик од пристраности.

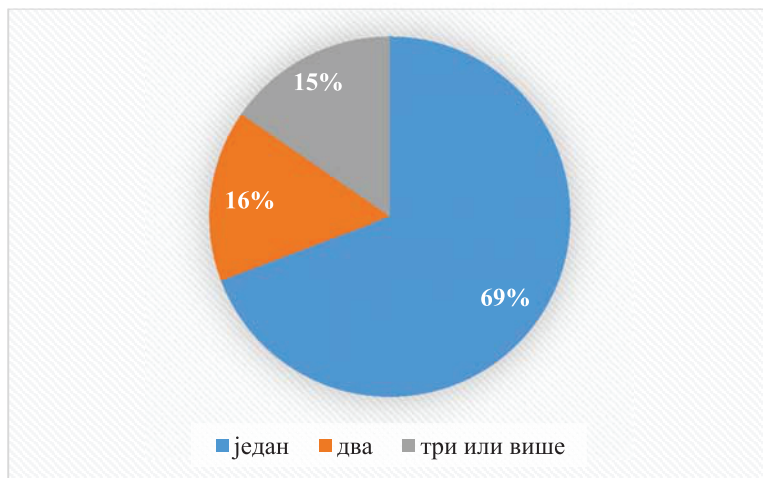
Налаз да се коментари ослањају на један извор, потврђују и различите теоријске тезе о површности новинарства у дигиталној ери данас.

Појединим коментарима недостаје документација, аргументација и закључак са прогнозом. Аутори коментаришу појаве или догађаја из крајње личног угла, без аргументовања за или против, тумачења или анализе (N. Dojčinović, Jevtović i M. Dojčinović 2024, 172).

Ова појава, последица је „убрзаног новинарства” у савременим околностима, које често доводи до некритичног преношења информација и површности у аналитичком приступу (Radović i M. Dojčinović 2022, 471).

Осим тога, приликом анализе коментара у медијима уочено је да се само ретки коментари директно реферирају на претходно објављене вести. Постоји само један пример, и то на сајту *Данаса*, из области уметности. У тексту под насловом „ПЗЕ у знаку црвене шаке: Подршка студентима јача од цензуре”, редакција *Данаса* је направила коментар после изјаве новинарке јавног сервиса Србије (РТС). Ово је због тога што, заправо, врло мало има категорија *претходне вести*. Наиме, вест подразумева да се јавност обавести о неком догађају од јавног интереса о чему ништа не зна и да је реч о информацији до које је дошао новинар. Како у медијима преовладавају саопштења институција и организација или ПР саопштења, тешко је очекивати (не и немогуће) да добар ауторски коментар буде заснован на њима.

У дигиталном окружењу, вести имају ограничен рок трајања, а медији су под притиском да објављују што више новог садржаја (какав год он био). У таквом ритму, информације су потрошна роба, а новинари често немају времена и подршку да склапају мозаик и граде контекст. Због тога се, врло често, свака вест третира као изолован догађај.

Графикон 2. Извори информација

Извор: Обрада аутора.

Категорија из кодног листа – пратећи садржај, у потпуности је испуњена на порталима. У текстовима је било по неколико фотографија и оквира који утичу на структуру објаве.

Анализа, пре свега

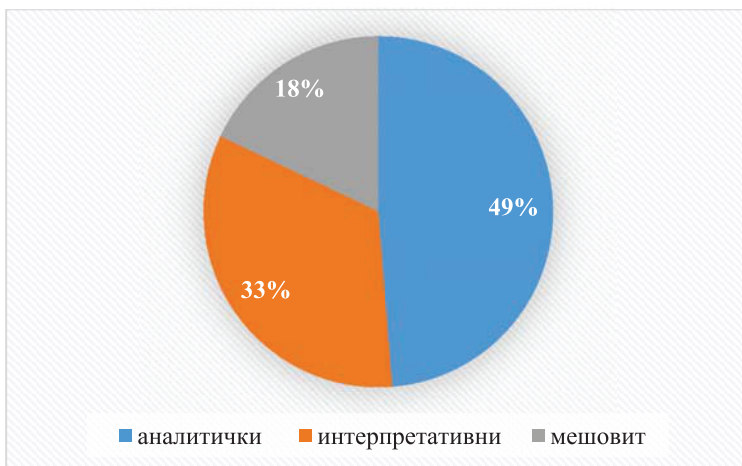
У коментарима на сајтовима, у највећем броју случајева, забележен је аналитички стил писања. Коментаришу се реални догађаји, а у објавама у којима има овакав начин изражавања разматрају се дешавања и проучава се контекст осталих информација који се односи на садржај – све то с циљем да се дође до дубљег разумевања, али и понуди боља критичка процена.

С друге стране, у одређеном броју објава аутори граде наратив око реалног догађаја, пре свега, бирајући угао и начин коментарисања расположивих информација. Такви примери, објашњени су у наставку овог дела рада и, пре свега, указују на разлике у приступу анализираних портала.

Аутори у дигиталним издањима детаљно испитују тему, растављајући је на саставне делове и анализирајући њено значење, значај и импликације. Преовладава сажетост, оригиналност, изражајност и логичност. У *Данасу* има 10 коментара аналитичког стила од 17, у *Политици* је забележено 9 од 15. У осталим

коментарима, присутна је интерпретација где аутори користе аргументе и емоционалну ноту да убеди читаоца да предузме одређену акцију или усвоји одређени став. У *Политици*, у тексту „Лекције студената из Пионирској парка”, студенти који желе да уче су представљени као пример младих особа које треба да послуже као узор. Затим, у тексту „Ко чува уставно уређење Србији”, аутор истиче да је тужилаштво реаговало енергично, да је вештачење било ефикасно и да ниједан од функционера није заштићен од одговорности кад је реч о паду настрешнице у Новом Саду. У *Данасу*, у тексту „Бранити младу Србију”, из једног угла анализирано је зашто је настао студентски протест и с којим циљем. Закључак аутора је да је циљ одбрани Србију. Овим стилем, у коментару се спајају позадина и контекст приче, али и намера да се постави или понуди одговор на питање – шта даље. У *Телеграфу*, доминира мешовит стил – анализе и интерпретације, уз потенцијално решење или предвиђање. Обично такви коментари пружају информације или објашњење о теми на јасан, концизан и директан начин.

Графикон 3. Стил писања



Извор: Обрада аутора.

На сајту *Данаса*, највећи број коментара има позитиван тон – аутор из свог угла „плете” причу око чињеница, па на основу тога испоручује критику, али и нуди решење и одговоре на кључна питања. Коментари у *Политици*, готово су изједначени у овој категорији. Негативан тон је у објавама у којима је представљена

само једна страна приче и покушај аутора да изостави чињенице које не иду у прилог уводној тези у тексту. Разлика у стиливима, најбоље се огледа у примерима где аутори оба сајта извештавају о истој теми.

У текстовима на *Телеграфу* доминира неутралан тон. Аутори коментаром постижу одређену вредносну вертикалу, представљајући обе стране у причи, без опредељивања. Поменуто је раније, да се *Телеграф* бавио спољнополитичком темама и речено је зашто. Овде треба дати напомену у вези са тоном. Написати коментар о рату Русије и Украјине је лакше. Присутна је физичка дистанца и аутори нису директно укључени и острашћени. Поред тога, ту је и идеолошка подела јасна и унапред утврђена – зна се ко је проруско, а ко прозападно оријентисан. Аргументација се зато брзо и једноставно формира.

Коментари *Телеграфа* усклађени су са политичком неутралношћу земље, а такав приступ може се тумачити као стратегија очувања утицаја медија у условима променљивог медијског и политичког окружења. Управо на то указује и Пенезић, који истиче да је таблоид *Курир* током 2016. и 2017. године постао пример како екстерни политички фактори, попут повлачења великих оглашивача, могу значајно утицати на уређивачку политику медија. Насупрот томе, лист *Данас* се профилисао као медиј који доследно негује професионалне стандарде и гради поверење своје публике, што му омогућава већу стабилност и одрживост (Penezić 2021, 155–156).

У том светлу, није тешко закључити да је тон у коментарима у вези са уређивачком политиком, економским интересима листа и политичко-друштвеним вредностима које заступа сајт.

Иза имена редакције

У *Политици* и *Данасу* појављују се 11 различитих имена аутора за 15, односно 17 коментара, а у *Телеграфу* 4 аутора за 7 текстова. Занимљиво је да су у *Данасу*, 5 коментара од 17 потписани под именом редакције, односно означени као „редакцијски коментар”, док су, с друге стране, у *Политици* три објаве непотписане или „без аутора”.

Када коментари стоје као редакцијски или без аутора, то може бити проблем у смислу јасне одговорности и транспарентности, али је уједно и начин да медиј представи свој званичан став.

Табела 1. Аутори коментара

Политика	Број коментара	Данас	Број коментара	Телеграф	Број коментара
Без аутора	3	Редакцијски коментар	5	Милош Бећаговић	1
Бошко Јакшић	2	Александар Латас	1	Марија Милутиновић	2
Дејан Новакковић	1	Марко Видојковић	1	А. П.	3
Милан Јанковић	1	Сена Тодоровић	1	Анита Марковић	1
Слободан Самарџија	1	Сафета Бишевац	1		
Василије Филиповић	1	Зорица Миладиновић	2		
Озрен Милановић	1	Жељко Бошњаковић	1		
Душан Мишковић	1	Јасмина Лукач	1		
Игор Исаиловић	1	Жива Векецки	1		
Мирјана Чекеревац	1	Нађа Вукајловић	1		
Миленија Симић Миладиновић	1	Јелена Диковић	1		
Дражен Живковић	1	Милош Обрадовић	1		

Извор: Обрада аутора.

Једна прича – више страна

Обојена револуција – да или не, звучни топ – да или не? Аутори су различито анализирали и интерпретирали догађаје. У *Данасу*, сви су пружили подршку студентима и речима нападали, како су истакли, „цензуру владајуће странке”.

У *Политици*, аутори су имали различита гледишта. Познати колумниста, Бошко Јакшић написао је да не постоји ни „О” од обојене револуције у коментару „Благородност зарђале виљушке”, док с друге стране, у тексту „Крвава рука Србије пред Трамповим вратима”, Дејан Новаковић тврди да је крвава рука постала незаобилазни део кореографије студентских протеста, иако исти негирају да има симболику обојене револуције у Србији.

У тексту „Како је власт ухваћена у лажи о звучном топу из које не може да се испетља”, редакција *Данаса* представила је серију различитих изјава из Министарства унутрашњих послова Републике Србије о догађају током протеста 15. марта.

Трећа занимљива тема која може да се издвоји је начин на који су аутори у коментарима представили председника Србије Александра Вучића. У редакцијском коментару, *Данас* је написао да је „изазивач нереда”, а главни и одговорни уредник ТВ Прва у Црној Гори, Дражен Живковић, у коментару за *Политику*, да је „краљев гамбит”.

Отуда произилазе и разлике у језику – формалан и институционалан и ироничан и директан.

Одговор публике

Као што су аутори на сајтовима били подељени, тако је било и са реакцијама публике у коментарима испод објаве. У највећем броју, одговор читаоца прати тон коментара и дели исто мишљење с аутором. У *Данасу*, било је 9 таквих коментара, затим 4 објаве без коментара и исто толико објава у којима се реакција публике не слаже са ставом аутора. Занимљив пример је забележен 26. дана мониторинга поводом коментара о звучном топу за време протеста 15. марта. То је био једини коментар са највише реакција – 12. Један део сматрао је да је власт ухваћена у лажи, а други не.

Слична је била слика и на сајту *Политике*. Укупно у 8 објава реакције прате тон коментара, 5 објава су без коментара, једна је мање везана за тему коментара и последња је негативна. Публика која пише коментаре често се несвесно прилагођава доминантном тону већ присутном у тексту или у другим коментарима испод објаве, како би избегла негативне реакције и постала део веће заједнице. Најбитнија карактеристика која прави разлику кад се упореде реакције у *Политици* и *Данасу* види се у томе да ови

медији имају публику сличног мишљења, па коментар не само да информише, већ и потврђује ставове тих читалаца односно у истој је линији са њиховом друштвеном идеологијом или политичком оријентацијом.

Потребно је напоменути да објављивање коментара испод вести није аутоматизовано, већ подлеже уредничкој или администраторској селекцији, што додатно утиче на структуру и тон јавног дискурса на онлајн платформама.

У две објаве, забележено је највише коментара публике – 12, односно 11. Испод текста „Благородност зарђале виљушке” Бошка Јакшића, читаоци су били сагласни да протести у Србији немају карактеристике обојене револуције. Други пример је у тексту „Буџетске уштеде Америке свет плаћа животима”, где су читаоци коментарисали „зашто и одакле паре за финансирање и у Србији, али и који је циљ УСАИД финансирања у овој земљи”.

На *Телеграфу*, коментари у највећем броју немају реакцију публике или она није везана за тему коментара. Треба имати у виду да се на овом сајту често објављују вести без јасног става. То значи да уколико тон текста није провокативан, читаоци немају мотив да реагују. На то се надовезује и друга карактеристика – недостатак емотивне повезаности. Рат у Украјини доживљава се као страни проблем, док, са друге стране, тамо где је био присутан став читаоца о рату у Украјини више је био у знаку подршке председнику Руске федерације Владимиру Путину (*Владимир Владимирович Путин*).

Табела 2. Реакција публике

Позитивна	18
Негативна	7
Неутрална	2
Без коментара	12

Извор: Обрада аутора.

Као и код медија, свако је другачије посматрао протесте у земљи. Реакције публике на блокаде, приказују друштвени однос према млађој популацији чији темељ стварају перцепција, идеолошка оријентација и разлика у генерацијама. Није случајност да мишљење публике прати уређивачку политику медија, јер је, углавном, повезана с њиховим идејама и уверењима. Отуда и овакви резултати анализе – публика се обликује према медију, а вести

изазивају и усмеравају реакције. У највећем броју случајева, није забележен говор мржње. Било је ситуација у којима су читаоци искористили простор за међусобну дебату испод коментара на друге теме као што су протести из 1996/97 против изборне крађе или 2000. године кад су протестирали пред промену власти, али то није нагињало ка говору мржње и разним погрдним квалификацијама.

ЗАКЉУЧАК

Анализа коментара у периоду од 25. фебруара до 25. марта у свим рубрикама дигиталних информативних медија *Политика*, *Данас* и *Телеграф*, показује да је коментар као аналитичко-интерпретативна форма изражавања врло мало заступљен у медијској агенди, где преовладава обиље информација.

Доминирају коментари са мишљењем аутора, при чему се фокусирају на анализу појединачних актуелних тема и садрже интерпретацију и 49% долазе из области политике. Подаци до којих се дошло у истраживању у потпуности потврђују основну хипотезу односно да се доминантан број коментара бави политичким темама. Отуда и закључак да не постоји тематска разноврсност на сајтовима.

Већи број коментара који се бави актуелном темом, садрже тумачење, али се може рећи да недостаје додатна друштвена вредност, пре свега, зато што су у коментарима забележени скромни извори информација. Чак 69% објава има само један извор информација, што значи да изостаје дубинска анализа догађаја. Минималан је број коментара у којима је забележена манипулација информацијама – седам таквих објава од 39.

Није потврђена хипотеза да се највише коментара у онлајн медијима ослања на неку претходну вест, јер је од свих објава забележен само један пример. То је знак да се много променила култура новинарског посла – доминира шаблон убрзаног и плитког информисања, производи се садржај, а не граде се наративи. Не треба заборавити и монопол кликејта и алгоритма где се медији такмиче за пажњу, па свака вест мора да буде нова, независна и сензационална.

Како доминантан број коментара има позитиван критичко-аналитички тон делимично је потврђена једна од последњих хипотеза. Уочено је 25 коментара на сва три портала који имају критичко-аналитички тон позитивног карактера. Истраживање

је показало да у коментарима преовладава стил писања који је фокусиран на анализу и објашњење догађаја, па је у потпуности оповргнута последња хипотеза рада да је приближан број коментара у којима преовладава полемички стил. Ово је позитивно, јер то значи да је у коментарима присутније рационално разматрање него спорење и конфронтација, што се често сматра показатељем квалитета и озбиљности садржаја. Упоредо на тон коментара који је, углавном, позитиван одговара и реакција публике испод објава. Важан део анализе је и начин на који су медији извештавали о истим догађајима, а забележене разлике показују друштвене и политичке оријентације сајтова у Србији. Ови подаци потврђују раније закључке аналитичара јавног мњења да је јавност у Србији подељена (популарно: две Србије), где свака појединачно обитава у својим „информативним балонима”. Студентски протести су делимично разбили те блокаде, али се ова нова реалност није прелила на анализиране коментаре и медијске портале.

Може се закључити да је у дигиталним информативним медијима, потребно значајно повећати присуство коментара и других аналитичких жанрова, јер управо ти облици новинарског израза представљају ефикасан одговор на једноличност у продукцији. Подизање професионалне лествице и писање новинарски садржајног коментара, можда би привукао и публику са оне друге информативне стране.

Овде се треба осврнути и на ограниченост овог истраживања која се огледа у недостатку сазнања како алгоритми одређују који садржај се ставља у први план да би се приказао публици, односно како се и по којим алгоритамским критеријумима, коментари пласирају публици. Алгоритми друштвених мрежа имају своју пословну логику, али и велики утицај на то како садржаји долазе до корисника. Тиме се овај рад није бавио, што није ограничење да се будућа истраживања усмере у том правцу. У новинским редакцијама, текстови пролазе оптимизацију тако што се прилагођавају наслови и поднаслови претраживачима ради бољег позиционирања. Логично је закључити да томе подлежу и коментари, те да се процењује да коментар написан емотивно обојеним тоном, више пријања осећањима публике и њиховим читалачким поривима – нарочито на друштвеним мрежама. Зато би један од праваца даљих опсервација могао да буде испитивање да ли уређивачке одлуке при писању коментара уважавају алгоритамска правила и налазе (Klein, Fondren,

and Arcar 2019), као и у којој мери се та правила свесно примењују ради постизања веће читаности и утицаја.

Да би се прилагодили дигиталном времену и глобалним трендовима, коментари, а то је видљиво из овог анализираног српског искуства, садрже личне ставове што може да значи да је реч о уподобљавању алгоритмима друштвених мрежа, иако то не мора нужно бити случај. Из овог истраживања, не може се извући такав експлицитан емпиријски закључак. Оно што је видљиво је да коментари губе аналитичку дубину, а то може бити повезано са тежњом ка „кликабилности”. Овај тренд познатији је у свету и као платформизација (Van Dijck, Poell, and De Wall 2018) и све више обликује новинарске праксе широм света.

Дакле, савремени медијски простор обележен је „информативном олујом”, у којој је јавност све више изложена брзоплетим, површним и непровереним садржајима. Такав амбијент представља озбиљну опасност за професионалне стандарде новинарства, али и за демократски дискурс у ширем друштвеном контексту. Опстају и напредују они медији који показују способност прилагођавања новим условима, али и који не одустају од суштинских вредности новинарске професије – критичности, аналитичности и ауторског приступа. Зато је будућност одговорног новинарства у проналажењу равнотеже између технолошке адаптације и очувања етичких и професионалних стандарда. Коментар, као новинарски жанр који повезује фактографију и интерпретацију, управо ту добија нову важност – као простор слободне мисли, стручне процене и јавне одговорности.

РЕФЕРЕНЦЕ

- Bartolo, Evarist. 2018. “Comment is free, but facts are sacred”. *MaltaToday*. https://www.maltatoday.com.mt/comment/blogs/88682/comment_is_free_but_facts_are_sacred.
- Benković, Vanesa, i Ivan Balabanić. 2010. „Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala”. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije* 16 (2): 43–56.
- BIRN. 2017. *Pod pritiskom: Medijsko izveštavanje o organizovanom kriminalu i korupciji u Srbiji*. Beograd: BIRN – Balkanska istraživačka mreža Srbije.

- Danas. *Analiza medijskog sadržaja na veb sajtu*. 25. februar – 25. mart 2025. Poslednji pristup 11. jul 2025. <https://www.danas.rs>.
- Deuze, Mark. 1998. "The Web Communicators: Issues in Research into Online Journalism and Journalists". *First Monday* 3 (12). DOI: 10.5210/fm.v3i12.634.
- Dojčinović, Nikola, Ana Jevtović i Milan Dojčinović. 2024. „Analiza komentara i podvrsti komentara u dnevnim listovima Danas i Blic”. *Univerzitetska misao, časopis za kulturu, nauku i umjetnost* 23 (23): 172–199. DOI: 10.5937/univmis2423175D.
- Gligorijević, Jovana, Tamara Džamonja Ignjatović, Branko Čečen, Veran Matić, i Miroslav Janković. 2023. *Analiza: mentalno zdravlje novinara*. Beograd: OEBS.
- Klein, Tim, Elisabeth Fondren, and Leonard M. Apcar. 2019. "News Editing and the editorial process". *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. New York: Oxford University Press. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.802. https://www.academia.edu/51018604/News_Editing_and_the_Editorial_Process.
- Kleut, Jelena, Danka Ninković Slavnić, Vujo Ilić, i Igor Išpanović. 2022. *Izveštaj o digitalnim vestima – Srbija*. Novi Sad: Nezavisno drustvo novinara Vojvodine.
- Kljajić, Veselin. 2016. *Novinarske dokumentarne forme – u štampi*. Beograd: Čigoja štampa.
- Latas, Aleksandar. 2023. „Zbog čega se novinari u Srbiji suočavaju sa mentalnim problemima, ko je kriv za to i zašto su rezultati istraživanja OEBS opominjući?” *Danas*. <https://www.danas.rs/vesti/drustvo/zbog-cega-se-novinari-u-srbiji-suocavaju-sa-mentalnim-problemima-ko-je-kriv-za-to-i-zasto-su-rezultati-istrazivanja-oeps-opominjuci>.
- McQuail, Denis. 1983. *McQuail's Media and Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications Ltd.
- Nikolić, Filip. 2023. „Mediji u doba društvenih mreža: Izazovi, Etika i Uticaj na novinarstvo u Srbiji”. *Glas Šumadije*. <https://www.glassumadije.rs/mediji-u-doba-drustvenih-mreza-izazovi-etika-i-uticaj-na-novinarstvo-u-srbiji>.
- Ninković Slavnić, Danka. 2020. „Mediji u Srbiji i istraživanje: Zašto ljudi sve manje veruju vestima”. *BBC News na srpskom*. <https://www.bbc.com/serbian/lat/srbija-54718127>.
- Orosa, Berta García, Xoxé López García, and Santiago Gallur Santorum. 2013. "Analysis of the adaptation of the editorials of five newspapers from different European countries to the online environment". *Revista*

- Latina de Comunicación Social* 68: 485–501. DOI: 10.4185/RLCS-2013-986.
- Penezić, Slobodan. 2021. „Društveni okvir i karakteristike tržišta dnevnih novina u Srbiji”. *CM: Communication and Media, časopis za upravljanje komuniciranjem* 16 (49/1) : 143–166. DOI: 10.5937/cm16-33659.
- Politika. 2025. *Analiza medijskog sadržaja na veb sajtu*. 25. februar – 25. mart 2025. Poslednji pristup 11. jul 2025. <https://www.politika.rs>.
- Radović, Vladeta, i Milan Dojčinović. 2022. „Veb mediji kao alternativna sfera informisanja u postnovinarstvu”. U *Jezik, književnost, alternative – Language, Literature, Alternatives – Jezička istraživanja*, ur. Biljana Mišić Ilić i Vesna Lopičić, 465–481. Niš: Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu. DOI: 10.46630/jkaj.2022.28.
- Res Publika. 2023. *Etički i profesionalni izazovi novinarstva u lokalnim zajednicama*. Kragujevac: Udruženje Šumadijski centar za građanski aktivizam „Res Publika”.
- Rosen, Jay. 1996. *Getting the Connections Right: Public Journalism and the Troubles in the Press*. New York: The Twentieth Century Fund Press.
- Singer, Jane. 1997. “Changes and Consistencies: Newspaper Journalists Contemplate Online Future”. *Newspaper Research Journal* 18 (1–2): 2–18. DOI: 10.1177/0739532997018001.
- Slavković, Dušan. 1988. *Biti novinar*. Beograd: IRO „Naučna knjiga”.
- Telegraf. 2025. *Analiza medijskog sadržaja na veb sajtu*. 25. februar – 25. mart 2025. Poslednji pristup 11. jul 2025. <https://www.telegraf.rs>.
- Todorović, Neda. 2002. *Interpretativno i istraživačko novinarstvo*. Beograd: Čigoja.
- Todorović, Neda. 2010. “Zagađenje preobiljem informacija”. *CM: Communication and Media* 5 (17): 87–93.
- Valić Nedeljković, Dubravka, i Milica Janjatović Jovanović. 2020. *SNAŽNI: Mediji bez mržnje i dezinformacija – Medijski sistem u Srbiji obeležen delovanjem medija koji sistematično šire dezinformacije, govor mržnje i propagandu*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola.
- Van Dijck, José, Thomas Poell, and Martijn de Wall. 2018. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. New York: Oxford University Press.
- Vitković, Biljana. 2010a. „Konceptualna razgraničenja – pluralizam i diverzitet”. *CM: Communication and Media* 5 (15): 143–162.
- Vitković, Biljana. 2010b. „On-lajn diverzitet”. *CM: Communication and Media* 5 (17): 41–62.

- Vitković, Biljana. 2015. *Preopterećenje obiljem informacija: problem sa odvajanjem bitnog od nebitnog – kako naći relevantne informacije*. Beograd: Institut za političke studije.
- Vitković, Biljana. 2023. „Učešće mladih u medijima i analiza preliivanja informacija o njima od jedne ka drugoj vrsti medija”. *CM: Communication and Media* 18 (54/2): 305–336. DOI: 10.5937/cm18-43849.

Elena Deleva*

Sport Journal of Media Company "Politika Newspapers and Magazines"

Biljana Vitković**

Faculty of Sports, Union – Nikola Tesla University, Belgrade

COMMENTARY AS A JOURNALISTIC GENRE OF DIGITAL MEDIA IN THE AGE OF INFORMATION OVERLOAD

Resume

The modern moment is marked by absurdity: there is more and more information, but never less information content. This is best illustrated by the quality of content in the media since the unstoppable technical and technological waves and the dominance of social networks began. The content is produced on a mass-produced basis, which calls into question its authenticity and quality. The main characteristic of the media sphere is, therefore, hyperproduction, and society is overloaded with information.

This paper examines the most important characteristics and quality of author comments in the digital information media „Politika“, „Danas“, and „Telegraf“. The analysis included comments with the aim of determining the extent to which this analytical journalistic form is represented as an original authorial text and to what extent it is used as inspiration for writing original content.

The paper is based on a theoretical framework that encompasses the concepts of media hyperproduction, algorithmic selection of media content, and analytical journalism as a response to the

* E-mail address: deleva.1408@gmail.com.

** E-mail address: biljana.vitkovic@fzs.edu.rs; ORCID: 0000-0001-5312-0979.

crisis of originality. The main determinants of the comments were determined using the content analysis method. The content of the articles was analyzed through the following categories: topic, topicality, value judgment and significance, tone of the comment, graphic presentation, sources, style, and authorship of the comment.

The research results show variability in the quality and representation of comments, from well-argued to superficial, without in-depth analysis. This phenomenon indicates the challenges in maintaining quality and creating original content in conditions of hyperproduction. Insufficient staffing and financial support are obstacles to the development of analytical journalism, while the role of education and algorithms further complicates the status of comments as a genre. This indicates the need for a systemic and strategic approach in digital media to overcome the above problems. The lack of original content deepens existing and opens up new media issues, and such work can be a starting point for a systemic approach and larger-scale research.

Keywords: commentary, information websites, quality, original content, information overload, digital media, analytical genre, hyperproduction, communication, journalism

*** Овај рад је примљен 31. јула 2025. године, а прихваћен за штампу на састанку Редакције 29. августа 2025. године.