

Anda Rožukalne, asoc.prof., RSU Komunikācijas studiju katedras vadītāja

07.01.2015., Rīga

Verbālā agresivitāte un auditorijas „dienas kārtība” Latvijas ziņu portālos



RĪGAS STRADIŅA
UNIVERSITĀTE

VITA BREVIS ARS LONGA

65 RSU
IZAUGSMES
GADI

Par pētījumu

- **Pētījuma periods:** 2013.gada augusts – 2014.gada oktobris
- **Mērķis:** redakciju profesionālo rutīnu, auditorijas uzvedības un visagresīvāk komentēto ziņu satura kopsakarību analīze
- **Pētījuma metodes:**
 - interneta agresivitātes indeksa dati no 42 tā virsotnēm - **kopā 392 ziņas (indekss no 2,68 – 3,17)**;
 - ziņu kontentanalīze;
 - daļēji strukturētas intervijas ar portālu redaktoriem.
 - ziņu komentētāju uzvedības analīze pēc IP adresēm.

Par pētījumu

■ Pētnieciskie jautājumi:

- Kādas ir likumsakarības starp ziņu portālu piedāvāto saturu un verbālo agresivitāti auditorijas komentāros?
- Kādas ir kopsakarības starp verbālās agresivitātes līmeni un ziņu pasniegšanas profesionālajām pieejām?
- Kāds, spriežot pēc portālu lietotāju IP adresēm un verbālās agresivitātes „svara“, ir verbālo agresiju saturošo komentāru īpatsvars portālu komentāros?

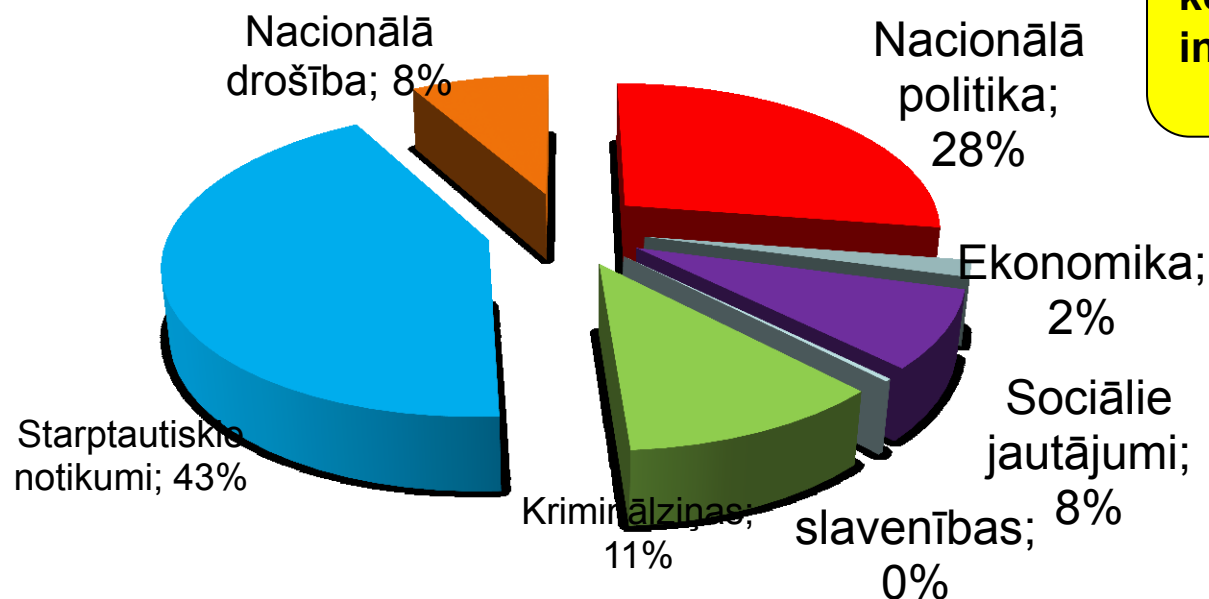
Teorētiskais pamatojums

- **Interneta satura kvalitāte: profesionāļu un auditorijas prasību pretrunas** (Levin 1948, Shudson, 1989; Shoemaker 2002; Deuze and Paulussen, 2002; Quandt, 2006; Windhal, Signitzer, Olson, 2009; Robinson, 2011; Meijer, 2013, 2014; Vobic, Milojevic, 2014; Shoemaker Vos, 2011)
- **Interneta ziņu menedžments** (; Vobic, Milojevic, 2014; Shoemaker Vos, 2011; Vu 2014 u.c.)
- **Verbālā agresivitāte** (Joinson, 2001; Nau, Stewart, 2014; Hutchens, Cicchirillo, Hmielowski, 2014)
- **Auditorijas interaktivitāte, “audience gatekeeping” un naidīgums** (Deuze, 2003; MacGregor, 2007; Ruiz et.al. 2011; Ksiazek, 2014; Nielsen (2014;Weber, 2014; Van den Bulck, Nathalie Claessens, 2014)

Galvenie secinājumi: ziņu kvalitāte

- Redaktoru prioritāte: savienot profesionālos principus ar auditorijas vēlmēm.
- *Web – metrics* rīku ietekmēta virsrakstu veidošanas, ziņu saraksta veidošanas pieeja un auditorijas uzvedības uztvere;
- Konkurentu uzvedības nepārtraukta monitorēšana;
- **Redaktoru izvēle vai ziņu veidošanas forma var tikai pastiprināt vai novirzīt sabiedrībā jau esošu agresivitāti.**

Galvenie secinājumi: ziņu saturs un agresīvie komentāri



67% ziņu ir pievienots konteksts un fona informācija

- Politika, politiķi un notikumi, kuru pamatā ir ar agresivitāti saistīti fakti – kriminālziņas, negadījumi, jaunumi no terora aktiem, citiem starptautiskiem konfliktiem.
- 2013.g. ziņu analīzē nozīmīga vieta ir konfliktam Sīrijā, 2014.gadā - Ukrainas notikumi.

Galvenie secinājumi: auditorija un verbālā agresivitāte

Komentārus katru dienu raksta 4% no interneta lietotājiem, 12% - dažas reizes nedēļā.
(SKDS, 2014)

- Tiešsaistē cilvēkiem ir tendence sevi atklāt daudz augstākā līmenī nekā starppersonu komunikācijā - tas ir anonimitātes psiholoģiskais efekts (Joinson, 2001).
- Verbāla agresija - indivīda vēlme uzbrukt cita cilvēka personībai, nevis diskusijas tēmai; tā var būt argumentācijas forma vai liecināt par cilvēka izjūtām (Hutchens, Cicchirillo and Hmielowski, 2014).
- Atšķirībā no žurnālistiem, kuri lielākoties publicē neitrālus faktus, komentētāji izsaka savus vērtējumus un viedokļus.
- Tiešsaistes komentāru vidē - **pārsvarā vērojama reaktīvā agresivitāte uz ziņas saturu vai cita komentētāja agresivitāti.**

Galvenie secinājumi: auditorija un verbālā agresivitāte

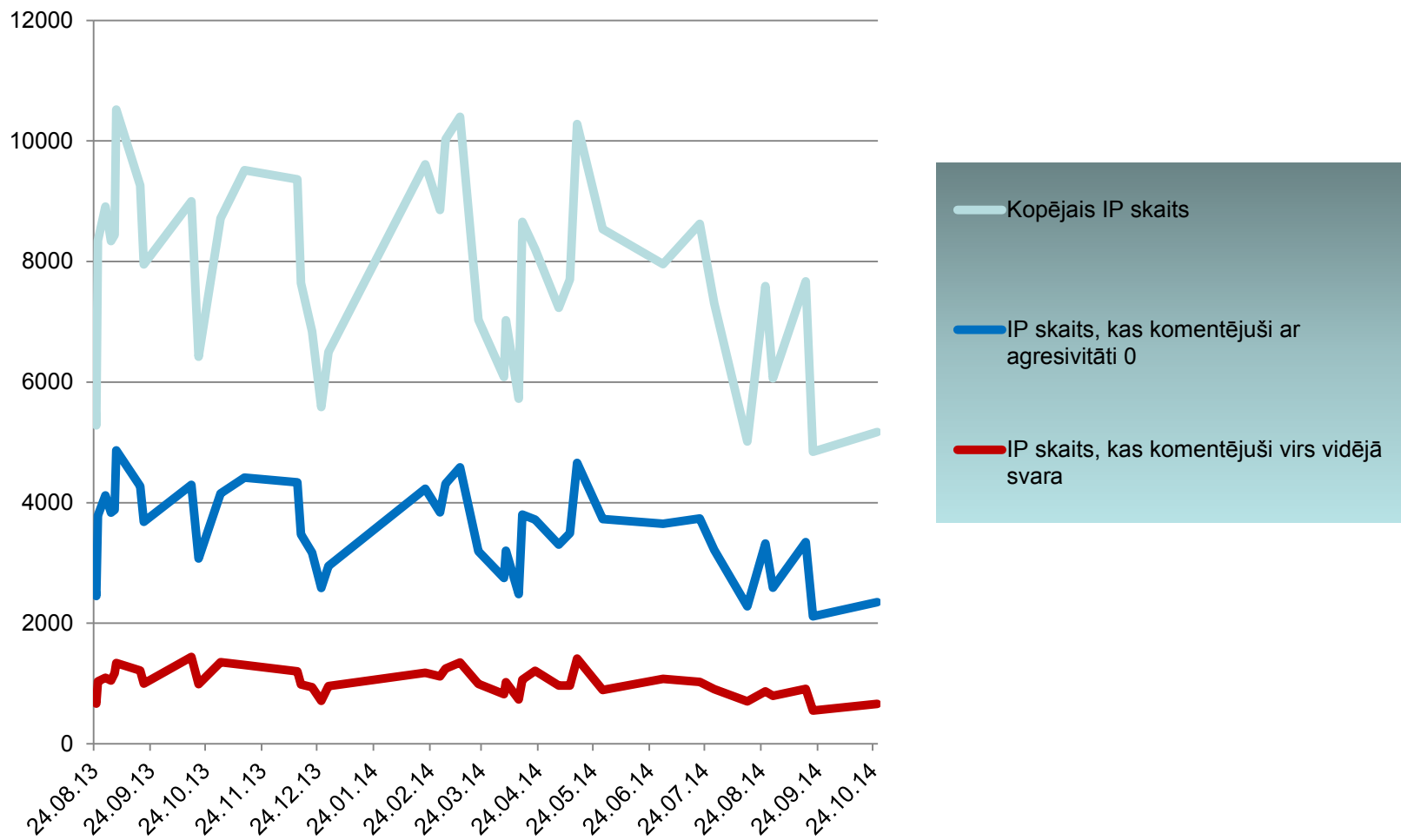
- **Vai ziņas saturs nosaka komentāros lietotos vārdus?**
- 81,2% ziņu sastopamie vārdi ir atrodami agresivitātes indeksu veidojošo vārdu vidū.
- Komentētāji atkārtoti vārdus, kas minēti ziņās, turklāt komentāri satur arī reakciju un vērtējumus par ziņā minētajiem faktiem, cilvēkiem, viedokļiem.
- Tā kā daudzas agresīvi komentētās ziņas veido citu cilvēku viedokļi un vērtējumi, tad komentētāji izmanto šajos viedokļos sastopamos vārdus.
- **Ziņu portālu lietotāju komentāri parāda, ka auditorijas pārstāvji kopē ziņu avotu izmantotos vārdus, kāpinot verbālās agresijas līmeni.**

Galvenie secinājumi: komentētāju ietekme

Pētījumā - atslēgvārdu
ģenerētais indeksa svars, nevis
agresīvo komentāru skaits.

- Vidēji no katras otrās IP adreses tiek nosūtīti 2 - 3 komentāri no tiem komentāriem, kas veido agresivitātes indeksa virsotnes.
- Salīdzinot agresīvo atslēgvārdu vidējo svaru ar IP adrešu skaitu, var secināt, ka vidējais svars uz vienu IP adresi svārstās no 0,6 līdz 1,3. **Katrs otrais vai katrs trešais komentārs satur verbālo agresivitāti identificējošus atslēgvārdus.**
- Komentētāju IP adrešu un to radīto agresivitātes svara salīdzinājums rāda, ka vidēji puse no komentētājiem neveido komentārus ar agresīviem atslēgvārdiem, savukārt vidēji 10% - 20% no IP adresēm komentāros ģenerē par vidējo augstāku agresivitātes svaru.

Galvenie secinājumi: komentētāju ietekme



Galvenie secinājumi: komentētāju ietekme

Verbālās agresivitātes analīze
ilgākā laikā parāda stabilu
“naidīgas komentēšanas
paradumu”

- Stabils komentētāju skaits, kuru komentāru saturu nosaka gan ziņu temati, gan to varoņi, gan citi komentētāji. Noturīgā attieksme pret vienādiem notikumiem var liecināt par noskaņojumu sabiedrībā kopumā.
- To netieši apliecina arī citi dati, kuros mērīta sabiedrības uzticība politiķiem, valsts varai, masu medijiem, ticība nākotnei un stabilitātei.
- **Diskusija nenotiek!**
- Pētījuma dati parāda interneta komentāru un demokrātijas mijiedarbības pētījumos minēto skeptisko skatījumu, kas definē dzīvi “komerciālajās demokrātijās” (Ruiz et.al. 2011) vai pamato, ka sarunas jeb troksnis pats par sevi nenozīmē demokrātiju (Sartori, 2003).

■ Paldies!

Nākamo pētījumu idejas

- **Indeksa metode komentāru analīzei citās valstīs.**
- **Anonīmo komentāru uztveres un efektu analīze:** kā komentāri ietekmē portālu auditorijas izpratni par notikumiem, sabiedriskās domas veidošanos un indivīdu uzvedību?
- **Interneta lietotāju līdzdalības analīze:** cik lielā mērā komentētāji piedalās diskusijā ar rakstu autoriem un savā starpā?
- **Agresīvāko komentētāju (troļļi?) uzvedības analīze un efekti:** kā aktīvākie un agresīvākie komentētāji ietekmē «klusuma spirāli» (Noelle-Neumann, 1984) un citu mediju efektu izpausmes.
- **Citu emociju pētījums.**