

Marta Więckiewicz-Archacka  orcid.org/0000-0002-6873-4794

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

OCENA SPOŁECZNOŚCIOWA JAKO ELEMENT SYSTEMU ZARZĄDZANIA KOMENTARZAMI UŻYTKOWNIKÓW

Abstract

THE COMMUNITY RATING AS AN ELEMENT OF THE COMMENTS MANAGING SYSTEM

The two most important strategies of managing user generated content are premoderation and postmoderation. The community rating can be used as a supporting element of the postmoderation system. It has a crucial role in informational portals where the amount of readers and published comments is large, so professional moderators would have problem in finding all comments that should be deleted. In the moderation process the role of Internet users is growing – they not only comment, but also evaluate comments of other users. Here occurs a transition: from user generated content to user moderated content. The aim of presented paper is to indicate a place of the community rating in the system of postmoderation, on the example of chosen Polish informational portals.

Keywords: moderation, postmoderation, user generated content, Web 2.0, informational portal

Wprowadzenie

Manuel Castells pisał, że Internet został stworzony jako „środek nieskrępowanej wypowiedzi” i na początku sprawiał wrażenie „zwiastuna wieku wolności” (Castells, 2003, s. 191). Tymczasem już w latach dziewięćdziesiątych XX wieku pojawiła się potrzeba regulacji komunikacji internetowej, wyrażana przez administratorów i doświadczonych użytkowników sieci, którzy stykali się z początkującymi internautami, mającymi niewielką wiedzę na temat zasad rozwijających się w środowisku online. Pojawienie się etykiety internetowej, czyli netykiety, było reakcją na zmieniające się potrzeby coraz liczniejszej społeczności internautów (Scheuermann, Taylor, 1997). Już w początkach rozwoju komunikacji internetowej

w dyskusjach online pojawiały się takie zjawiska, jak *flame wars* czy *trolling*. Doświadczeni użytkownicy tworzyli reguły mające przeciwdziałać tego rodzaju zjawiskom, a także zajmowali się moderacją, czyli zarządzaniem treściami publikowanymi przez innych internautów. W związku z procesem profesjonalizacji sieci pojawił się zawód moderatora (*commercial content moderator*). Wcześniej funkcja moderatora sprawowana była jedynie na zasadzie wolontariatu – dla dobra internetowej społeczności. Dziś badacze wskazują na fundamentalne znaczenie profesjonalnych moderatorów w procesie organizowania i budowania kultury dyskusji w sieci. Określa się ich jako niewidzialnych strażników sieci – utrzymują bowiem porządek i bezpieczeństwo (Gillespie, 2018, s. 124; Roberts, 2019, s. 2). Zasoby *user-generated content*, na przykład wypowiedzi na forach internetowych czy komentarze pod artykułami w portalach informacyjnych, są jednak tak liczne, że moderatorzy profesjonalni – dla zwiększenia skuteczności działania – potrzebują wsparcia użytkowników.

Przedmiotem niniejszego artykułu jest ocena społecznościowa stanowiąca element systemu moderacji. Moderacja będzie w tym artykule definiowana jako zarządzanie treściami generowanymi przez użytkowników sieci (*user-generated content*) (Harcup, 2014, s. 180; Veglis, 2015, s. 142). W literaturze przedmiotu uwzględnia się dwie główne formy moderacji – premoderację i postmoderację. Wskazany podział odnosi się do tego, czy proces moderacji odbywa się przed opublikowaniem komentarza (premoderacja, moderacja prewencyjna), czy już po opublikowaniu wypowiedzi internauty (postmoderacja). Poszczególne portale informacyjne, wortale tematyczne, fora internetowe, serwisy społecznościowe czy platformy blogowe mają własne zasady moderowania komentarzy, wpisujące się w normy określone w netykietce. Moderowanie treści publikowanych przez użytkowników sieci stanowi wyzwanie dla dysponentów portali, forów czy blogów – chociażby ze względu na skalę zjawiska – dlatego też coraz częściej elementem systemu moderacji staje się ocena społecznościowa dokonywana przez samych użytkowników sieci.

Celem niniejszego artykułu jest określenie miejsca ocen społecznościowych w systemie postmoderacji. Osiągnięciu tego celu posłuży przedstawienie typologii moderacji oraz analiza narzędzi służących dokonywaniu oceny społecznościowej na przykładzie systemów moderacji w wybranych polskich portalach informacyjnych. Modele teoretyczne moderacji opisywane w literaturze przedmiotu zostaną odniesione do rzeczywistych realizacji, to znaczy form moderacji stosowanych przez wydawców wybranych portali. Poboczny cel badań stanowi przedstawienie oceny skuteczności postmoderacji wspomaganej aktywnością użytkowników. Należy zaznaczyć, że rozważania osadzone są w kontekście koncepcji Web 2.0, co wiąże się z przyjęciem określonego paradygmatu myślenia o sieci – postrzeganiem jej przez pryzmat wzrastającej roli społeczności.

W przedstawionym artykule dokonano analizy porównawczej systemów ocen społecznościowych stosowanych w portalach informacyjnych Wirtualna Polska i Gazeta.pl, które należą do najpopularniejszych polskich serwisów internetowych tego rodzaju. Analizą objęto pola komentarzy pod artykułami publikowanymi

w wymienionych portalach. Porównano następujące funkcje: dodawanie pozytywnych lub negatywnych ocen komentarzy, możliwość zgłaszania komentarzy do moderacji. Określono także wpływ oceny społecznościowej na sposób wyświetlania komentarzy. Uwzględniono również kwestię logowania się jako warunku podejmowania określonych aktywności przez użytkowników. Materiał źródłowy poddany analizom pochodzi z lutego 2020 roku. Pisząc o metodologii, nie można uciec od kwestii możliwości dezaktualizacji badań – zasady funkcjonowania systemu ocen społecznościowych są bowiem dość często zmieniane, co wynika z ewoluujących potrzeb wydawców oraz samych użytkowników.

Moderowanie komentarzy użytkowników sieci stanowi problem praktyczny, dyskutowany przez pracowników mediów społecznościowych, podejmowany na łamach prasy branżowej czy w internetowych serwisach tematycznych. Jest to również kwestia coraz częściej poruszana przez badaczy – na przykład Andreas Veglis (2015) prezentuje klasyfikację systemów moderacji, a David Domingo (2011) omawia problem moderacji z perspektywy dziennikarstwa uczestniczącego. Uwaga badaczy skupia się również na samej roli moderatorów (Gillespie, 2018). Badania nad moderacją mogą być z powodzeniem prowadzone przy współpracy naukowców i praktyków, czego przykładem stanowi raport *Internetowa kultura obrażania?* pod redakcją naukową Krzysztofa Krejtz (2012). Trzeba jednak dostrzec, że kwestia oceny społecznościowej jako elementu systemu moderacji pozostaje na marginesie głównych rozważań podejmowanych przez badaczy, choć jest to istotny problem związany z przemianami Internetu postrzeganymi między innymi w kategoriach zwiększającej się roli społeczności.

1. Od *user-generated content* do *user-moderated content*

Zagadnienie oceny społecznościowej jako elementu systemu zarządzania komentarzami internautów wiąże się z koncepcją Web 2.0. Internet był najpierw postrzegany jako środek komunikacji masowej (Web 1.0), później jako miejsce tworzenia się społeczności (Web 2.0) (Cieniek, 2018, s. 93–94)¹. Web 2.0 stanowi zarówno etap w rozwoju sieci, jak i pewien sposób myślenia o Internecie oraz działania według określonej filozofii, której podstawy wyłożył Tim O'Reilly (2005). Przejawy funkcjonowania nurtu Web 2.0 stanowią takie działania, jak udział użytkowników w tworzeniu zasobów sieci oraz współpraca internautów i dzielenie się przez nich treściami online (Anandarajan, 2010, s. 505–506).

Jednym z najważniejszych pojęć definiujących Web 2.0 jest *user-generated content* (treści tworzone przez użytkowników)². Teresa K. Naab i Annika Sehl

¹ Wprowadzono również termin Web 3.0, odnoszący się między innymi do Internetu rzeczy i zwiększania zakresu zastosowania algorytmów (Cieniek, 2018, s. 93–94).

² Określenie *user-generated content* bywa w opracowaniach dotyczących moderacji używane zamiennie z pojęciem *audience participation* (udział publiczności). O ile określenie pierwsze ma

wyrażają przekonanie, że zjawisko to ma decydujący wpływ na mediasferę. Pod ogólnym pojęciem „tworzenie treści przez użytkowników” rozumie się na przykład: komentowanie artykułów w portalach internetowych, tworzenie treści w ramach udostępnianych użytkownikom serwisów internetowych, publikowanie informacji w Wikipedii, udostępnianie tekstów w blogu czy na forum internetowym, nagrywanie i zamieszczanie materiałów na platformach wideo. Autorki uznają, że *user-generated content* jest charakteryzowany przez stopień osobistego wkładu użytkowników, co określa się również mianem stopnia „wysiłku twórczego”. Jako inne kryterium zakwalifikowania treści do tej kategorii autorki wymieniają konieczność opublikowania treści, czyli jej udostępnienia, aby mogła nastąpić interakcja, dyskusja społeczności i współpraca (Naab, Sehl, 2017, s. 1258).

Jednym z przejawów Web 2.0 było zaproponowanie użytkownikom możliwości komentowania artykułów publikowanych w portalach czy w e-wydaniach gazet i czasopism; ta funkcja cieszy się dużym zainteresowaniem internautów (Friemel, Dötsch, 2015). Udostępnienie możliwości łatwego publikowania opinii zrodziło jednak problemy natury organizacyjnej i prawnej, wymagało bowiem ustalenia, kto ponosi odpowiedzialność w przypadku, kiedy autor komentarza narusza prawa autorskie czy inne chronione prawem dobra osobiste (Pacek, 2011). Uznanie, że wydawca internetowy nie może unikać odpowiedzialności za treści publikowane przez czytelników, przyczyniło się do rozwoju moderacji.

David Wolfgang (2018) zwraca uwagę, że z perspektywy dziennikarzy komentarze w serwisach internetowych są raczej problemem do rozwiązania niż potencjałem, który można wykorzystać. Systemy moderacji pozwalają na osiągnięcie kompromisu między prawami rynku, interesem redakcji i oczekiwaniami społeczności internautów. Dostrzegalna jest tendencja, by *user-generated content* przekształcać w *user-moderated content*, a więc treści mają być moderowane przy udziale samych internautów. Dzieje się to zwłaszcza wtedy, gdy liczba czytelników jest bardzo duża, ponieważ moderatorom pracującym na zlecenie redakcji byłoby trudno samodzielnie docierać do wszystkich komentarzy, które należałoby usunąć. Aby lepiej zrozumieć specyfikę postmoderacji wspieranej oceną społecznościową oraz miejsce tej formy w całym systemie moderacji, określony zostanie charakter poszczególnych modeli moderacji.

2. Modele moderacji

Andreas Veglis (2015) wyróżnia cztery modele moderacji: premoderację, postmoderację, moderację zautomatyzowaną (*automated moderation*) i moderację rozproszoną (*distributed moderation*). Badacz charakteryzuje premoderację jako

charakter dość ogólny i jest odnoszone do różnych sfer aktywności internautów, o tyle termin *audience participation* odnosi się raczej do dziennikarskiego spojrzenia na aktywność użytkowników (Domingo, 2011).

typ zarządzania treściami, który polega na każdorazowym sprawdzeniu materiału przed dopuszczeniem go do publikacji. Postmoderację określa jako metodę zakładającą natychmiastowe publikowanie treści i ich moderowanie w ciągu doby³. Kolejny wymieniony przez Veglisa rodzaj moderacji to moderacja zautomatyzowana, która odbywa się bez interwencji moderatora i polega na stosowaniu oprogramowania filtrującego, reagującego na określone słowa czy pojawianie się komunikatów wysyłanych z danego numeru IP. Jako ostatni rodzaj moderacji badacz wymienia moderację rozproszoną, dokonywaną przez użytkowników.

Tony Harcup (2014, s. 181, 242) wyróżnia jedynie dwa rodzaje moderacji: premoderację i postmoderację. Premoderacja, jak stwierdza autor, występuje wówczas, gdy każdy komentarz czytelnika musi być zaaprobowany przez moderatora przed publikacją online⁴; postmoderację charakteryzuje jako moderację komentarzy już opublikowanych online (mogą być usunięte, kiedy czytelnik oznaczy je jako obraźliwe czy z innych powodów niewłaściwe). Moderator decyduje, czy usunąć wpis, może też upomnieć autora słów lub go „zbanować”, czyli zabronić wypowiedziania się na danym forum. Harcup zakłada, że postmoderacja bazuje na aktywności użytkowników zgłaszających obraźliwe czy z innych powodów niewłaściwe komentarze. Badacz włączył aspekt oceny społecznościowej w ramy postmoderacji jako jej nieodłączny element. Pomiął w związku z tym moderację rozproszoną uwzględnioną przez Veglisa jako odrębny model. Harcup nie uwzględnia też modelu moderacji zautomatyzowanej. Analiza praktyk moderacji wskazuje, że podział uwzględniający premoderację i postmoderację jako kategorie główne jest zasadny, moderacja rozproszona i zautomatyzowana stanowią bowiem narzędzia pomocnicze w procesie postmoderacji.

Premoderację można zdefiniować jako sposób zarządzania treściami stworzonymi przez użytkowników sieci, który polega na wstrzymaniu publikacji danej wypowiedzi do czasu jej sprawdzenia przez moderatora. Moderator określa, czy komentarz jest zgodny z zasadami obowiązującymi w danym serwisie internetowym. Jeśli komentarz nie narusza przyjętych reguł, zostaje opublikowany, w przeciwnej sytuacji – zostaje usunięty. Z uwagi na kolejność podejmowanych działań, premoderacja nazywana jest również moderacją prewencyjną. Internauci, którzy nie są przychylni tej metodzie zarządzania treściami, nazywają ją cenzurą prewencyjną. Stopień kontrolowania treści przy zastosowaniu premoderacji jest wysoki, co czyni ją skuteczną metodą walki z internetowym trollingiem, mową nienawiści, hejtem, rozpowszechnianiem niezgodnych z prawem treści i tym podobnymi. Premoderacja ma jednak niekorzystny wpływ na przebieg dyskusji, ponieważ spowalnia jej tempo (nawet jeśli moderator pracuje sprawnie i na bieżąco weryfikuje dodawane komentarze). Internauci czekają, aż ich wpisy pojawią się w danym serwisie

³ Zastrzeżenie badacza dotyczące dwudziestu czterech godzin jako czasu przeznaczonego na moderację nie wydaje się zasadne.

⁴ Harcup posługuje się określeniem *reader* (czytelnik), jednak właściwsze, ze względu na specyfikę nowych mediów, jest słowo „użytkownik” (Harcup, 2014, s. 242).

internetowym, nie jest więc możliwa dyskusja w czasie rzeczywistym czy zbliżonym do rzeczywistego. Dyskusja toczyłaby się zdecydowanie bardziej dynamicznie, gdyby wypowiedzi pojawiały się automatycznie. Zniechęceni oczekiwaniem na decyzję moderatora użytkownicy opuszczają internetową przestrzeń dyskusji i często już do niej nie wracają. Wpływa to negatywnie na ruch w danym serwisie (Harcup, 2014, s. 242). Premoderacja ma też jeszcze poważniejszą wadę. Zastosowanie tego modelu zarządzania treściami na szerszą skalę – na przykład w dużych społecznościach internetowych, w których komentarzy jest wiele – byłoby niezwykle czasochłonne i kosztochłonne, ponieważ wymagałoby zatrudnienia sztabu moderatorów⁵. Premoderacja nie pozostaje jednak modelem teoretycznym. Może znaleźć i znajduje zastosowanie zwłaszcza w blogach lub serwisach internetowych (na przykład wortalach) odwiedzanych przez stosunkowo niewielką grupę czytelników, w których bloger czy redaktor serwisu chce sprawować pełną kontrolę nad komentarzami⁶.

Postmoderacja stanowi metodę zarządzania komentarzami użytkowników polegającą na natychmiastowym publikowaniu treści i dopiero późniejszym ich weryfikowaniu. Dyskusja użytkowników może toczyć się w sposób dynamiczny – taki, jakiego internauci oczekują i do którego są przyzwyczajeni. Sprawdzania treści zamieszczanych przez użytkowników dokonują zatrudnieni przez redakcję moderatorzy. Wadę postmoderacji stanowi to, iż komentarze z różnych względów niewłaściwe funkcjonują w przestrzeni komunikacyjnej sieci do czasu ich wychwycenia i usunięcia przez moderatora i/lub społeczność internautów. Trzeba dostrzec, że komentarze na stronach internetowych gazet czy czasopism oraz pod artykułami w portalach informacyjnych – jeśli nie są odpowiednio moderowane – mogą mieć negatywny wpływ na odbiór treści redakcyjnych (Sehl, 2018, s. 544; Prochazka et al., 2018, s. 62–78).

Mechanizmem wspomagającym proces postmoderacji może być moderacja automatyzowana polegająca na stosowaniu filtrów blokujących pewne treści. Ta metoda moderacji nie pozwala użytkownikom na publikowanie wyrazów wulgarnych, których listę ustala osoba zarządzająca stroną. Określone słowa zostają wykropkowane lub zasłonięte w inny sposób. Jest to odpowiednik zagłuszania wulgaryzmów, jaki wykorzystują stacje telewizyjne czy radiowe. Mechanizm ten nie wymaga angażowania moderatorów, co stanowi jego niewątpliwą zaletę (Veglis, 2015, s. 143)⁷.

Postmoderacja może się odbywać przy aktywnym udziale społeczności internautów. Jest to model najlepiej wpisujący się w kształt komunikacji w erze Web 2.0.

⁵ Wymowne są dane liczbowe – na przykład na forach związanych z portalem Gazeta.pl od 2001 roku opublikowano 165 468 394 wypowiedzi (Forum Gazeta.pl, 2020).

⁶ Harcup (2014, s. 181) zwraca uwagę na historyczne odniesienie zjawiska premoderacji, wskazując na przykład listy do redakcji. Były one uważnie czytane, a członkowie redakcji wybierali te, które kwalifikują się do publikacji w gazecie czy czasopiśmie.

⁷ Oczywiście internauci korzystający ze stron, na których działa moderacja automatyczna, znajdują sposoby, by ominąć ten system, na przykład używają wyrazu wulgarnego tak, że po każdej składającej się na niego literze stawiają kropkę.

Naturalną konsekwencją rozwoju *user-generated content* wydaje się *user-moderated content* – treści tworzone przez użytkowników również przez nich samych mogą być moderowane, zgłaszane do moderacji lub oznaczane (pozytywna lub negatywna ocena poziomu wypowiedzi). Niewątpliwą zaletą tego modelu moderacji jest współpraca społeczności związanej z danym forum czy serwisem, polegająca na wspólnym sprawowaniu nadzoru nad zgodnością komentarzy z regulaminem czy netykietą. Dzięki aktywnej postawie społeczności internautów postmoderacja może stać się procesem oddolnym⁸. Oznaczanie czy zgłaszanie kontrowersyjnych komentarzy przyczynia się do zwiększenia sprawności procesu moderacji. Tarleton Gillespie (2018, s. 129–130) podkreśla, że aktywność użytkowników może pomóc profesjonalnym moderatorom lepiej zrozumieć działanie danej społeczności i sposób postrzegania norm przez jej członków⁹. System ocen społecznościowych pozwala również zdjąć pewien ciężar odpowiedzialności z moderatorów. Jak wynika z badań, użytkownicy, których komentarze usunięto, uważają, że stało się tak z powodu oznakowania ich wpisów przez innych internautów (Gillespie, 2018, s. 131).

Gillespie (2018, s. 129–130) zwraca uwagę na różnorodne motywacje użytkowników dokonujących ocen społecznościowych – niektórzy działają jak „patrol obywatelski”, inni – którzy przez przypadek znaleźli się na danej stronie – pod wpływem impulsu zgłaszają obraźliwe komunikaty, jeszcze inni oznaczają treści niezgodne z ich poglądami politycznymi. Potwierdza to Sarah Myers West (2018, s. 4373–4374), wymieniając następujące powody dokonywania społecznościowych ocen komentarzy: chęć pilnowania przestrzegania norm i wartości obowiązujących w danej grupie, potrzeba usunięcia obraźliwego komunikatu, interwencja w celu obrony innego uczestnika dyskusji, uciszenie nieulubianego użytkownika. Przekazywanie części moderacji użytkownikom ma przyczynić się do rozwiązania problemu zarządzania komentarzami. Istnieją jednak głosy, że użytkownicy kierują się własnymi poglądami, dlatego poleganie na ich ocenach bywa zwodnicze (Gillespie, 2018, s. 131).

3. Ocena społecznościowa w wybranych polskich portalach informacyjnych

Opisany wcześniej model moderacji zostanie odniesiony do dwóch polskich portali informacyjnych: Wirtualnej Polski i Gazety.pl. Różni je ważne założenie, mianowicie w Wirtualnej Polsce można komentować bez logowania się, w portalu Gazeta.pl

⁸ Należy wskazać, że wiele stron internetowych wręcz opiera się na moderacji oddolnej i na działalności użytkowników pełniących funkcję moderatorów. Są nimi na przykład: Wikipedia, Reddit, Twitch czy grupy na Facebooku (Seering et al., 2019, s. 1419).

⁹ Trzeba zwrócić uwagę na to, które treści wydawały się moderatorom akceptowalne, a były oznaczane przez użytkowników jako wymagające interwencji, które natomiast nie budziły zastrzeżeń użytkowników, ale reagowali na nie moderatorzy (Gillespie, 2018, s. 129).

logowanie się jest natomiast wymagane. Przedmiot analizy stanowią systemy ocen społecznościowych stosowane w obu portalach. Badania przeprowadzono w lutym 2020 roku, należy więc uwzględnić możliwość późniejszych zmian wprowadzanych przez wydawców poszczególnych portali. Analizie poddano obszar komentarzy pod artykułami, a szczególnie tych elementów, które wiążą się z oceną społecznościową. Jako uzupełnienie materiałów źródłowych wykorzystano publikacje z mediów branżowych dotyczące wprowadzania zmian w sposobach zarządzania komentarzami w poszczególnych portalach. W analizie pomijano te działy portali, które odsyłały do serwisów zewnętrznych (linki do artykułów z danego działu prowadziły do innego serwisu internetowego).

3.1. Wirtualna Polska

W portalu Wirtualna Polska istnieje możliwość dodania komentarza oraz opublikowania odpowiedzi na komentarz bez logowania się (należy jedynie podać dowolny nick). Czytelnicy mogą ocenić artykuł pozytywnie lub negatywnie, klikając odpowiednio na oznaczenia: kciuk w górę (na zielonym tle) lub kciuk w dół (na czerwonym tle) (zob. ilustracja 1). Możliwość publikowania pod pseudonimem sprawia, że użytkownicy chętnie komentują artykuły, dlatego też ocena społecznościowa komentarzy stanowi istotne wsparcie dla moderatorów. Każdy czytelnik może zgłosić dany komentarz do moderacji (przycisk „Zgłoś”). Istnieje również możliwość dodania pozytywnej lub negatywnej oceny komentarza (znaki plus i minus).

Ilustracja 1. Pole komentarza pod artykułem w portalu Wirtualna Polska

Podziel się opinią Bądź z nami na bieżąco

👍 6 👎 66 [🔗](#) [Lubię to!](#) na Facebooku

Dzieci widzą i słyszą. #StopMowieNienawiści.

^ Zwiń komentarze ^

☆ **wroclawianka** 04-02-2020 Dlaczego władze Wrocławia zgodziły się, aby turyści wracający z Chin trafili do tutejszego szpitala? Warszawa wolala nie ryzykować zdrowia swoich cennych obywateli i pozbyć się kłopotu? Szkoda, panie prezydencie...
 +175 -50 [Odpowiedz](#) [Pokaż odpowiedzi \(9\)](#) [Zgłoś](#)

☆ **emerytka** 04-02-2020 czemu do cholery nie wstrzymano lotów z Azji, wyniki miały być we Wrocławiu na Wejgla we wtorek wieczorem, czemu właśnie pan premier nie zostawił sobie tych 30 z Wuhan w Warszawie a przylecieli do Wrocławia
 +148 -15 [Odpowiedz](#) [Pokaż odpowiedzi \(4\)](#) [Zgłoś](#)

☆ **Słowianin** 04-02-2020 Jak się zaraził dopiero w samolocie to testy niczego nie wykażą, wirus musi się odpowiednio namnożyć w organizmie. Badania powinny być powtórzone za kilka dni a na razie w izolatkach.
 +67 -0 [Odpowiedz](#) [Pokaż odpowiedzi \(1\)](#) [Zgłoś](#)

Źródło: Wirtualna Polska, 2020.

W polu komentarzy pod artykułami wyróżniane są trzy najlepiej ocenione przez internautów wypowiedzi, a pozostałe wyświetlane są w kolejności dodawania – od najnowszych do najstarszych – niezależnie od ocen. W okienku przeznaczonym na dodanie komentarza wyświetla się komunikat: „Dzieci widzą i słyszą. #StopMowieNienawiści”. Znajduje się tu także link do artykułu na temat hejtu (Machała, 2019).

Zespół moderatorów jest rozbudowywany w czasie istotnych wydarzeń skłaniających internautów do zabrania głosu, dzięki czemu pracownicy redakcji są w stanie reagować na napływające do nich zgłoszenia i usuwać niewłaściwe komentarze¹⁰. Wypowiedzi zawierające groźby pod adresem osób publicznych są zgłaszane organom ścigania. Sporadycznie redakcja decyduje o wyłączeniu możliwości komentowania artykułów, gdy dotyczą one kwestii drażliwych społecznie (Dembowski, 2019).

3.2. Gazeta.pl

W portalu Gazeta.pl istnieje możliwość komentowania oraz odpowiadania na komentarze dopiero po zalogowaniu się z konta założonego na tej właśnie stronie. W portalu istnieje możliwość dokonywania ocen społecznościowych komentarzy, jednak ta aktywność również wymaga logowania się do serwisu. Użytkownicy mogą wyrazić swoje zdanie na temat poszczególnych komentarzy przez naciśnięcie ikonki z kciukiem skierowanym w górę lub w dół (zob. ilustracja 2). Co ciekawe, istnieje możliwość zgłoszenia danego komentarza do usunięcia już bez konieczności logowania się (ikonka kosza), a więc każdy czytelnik może wysłać komentarz do moderacji. Moderatorzy usuwają komentarz po stwierdzeniu, że jest on niezgodny z regulaminem czy z netykietą.

Domyślnie komentarze wyświetlają się w kolejności od najlepiej do najgorzej ocenianych. Użytkownik może jednak uszeregować komentarze w odwrotny sposób lub zastosować kryterium daty publikacji.

W przypadku kontrowersyjnych tematów redakcja podejmuje decyzję o wyłączeniu komentarzy. Zablokowanie możliwości komentowania może nastąpić od razu po publikacji artykułu lub dopiero po jakimś czasie (kasowane są wtedy wszystkie komentarze). Najczęściej dodawanie opinii jest blokowane, kiedy artykuł dotyczy drastycznych zbrodni i śmierci znanych osób (tw, 2013; Dembowski, 2019).

¹⁰ Na przykład w ciągu doby od zabójstwa prezydenta Gdańska Pawła Adamowicza w Wirtualnej Polsce zarejestrowano ponad trzysta tysięcy komentarzy, z czego usunięto ponad sto tysięcy (Dembowski, 2019).

Ilustracja 2. Pole komentarzy pod artykułem w portalu Gazeta.pl

Komentarze (198)

Wybory prezydenckie 2020. Wywiad z Bartoszem Arłukowiczem.

Zaloguj się SKOMENTUJ

najnowsze **popularne** ▾

jpy1 28 dni temu Oceniono 40 razy **16** 🗨️ 👍

Tego dumnia z pałacu raczej nie będzie łatwo pokonać. Stoi za nim pisowska mafia. Dlatego wszyscy ręce na pokład!!! A zwłaszcza kobiety. Tylko Kidawa-Błoriska!!!

Pokaż odpowiedzi (8) **Odpowiedz**

opt 28 dni temu Oceniono 21 razy **13** 🗨️ 👍

Niech Kidawa Błoriska i inni politycy zapytają Pana Prezydenta : Czy waloryzacja renty emerytur na poziomie 3,56% przy inflacji przekraczającej 4,3% jest podwyżką i poprawą warunków życia ludzi. Czy prezydent i kłasnający mu klakierzy myślą się „nie potrafią liczyć, kłamią czy też w perfidny sposób kpią sobie z wyborców

Pokaż odpowiedzi (0) **Odpowiedz**

azbil 28 dni temu Oceniono 38 razy **12** 🗨️ 👍

Należy Gestem środkowego rŃŃ (~_~) rŃŃ pałucha lichockiej i "Kryształowym Marianem" + "Lalą Mafii"... wykonać totalny wyPAD... dudoPiSa yalossiaffa...

Pokaż odpowiedzi (0) **Odpowiedz**

Źródło: Gazeta.pl, 2020.

W przypadku obu omawianych portali informacyjnych podstawową metodę moderacji stanowi postmoderacja – sprawdzanie komentarzy już po ich opublikowaniu. Wirtualna Polska i Gazeta.pl należą do najpopularniejszych portali informacyjnych, stąd też na ich „łamacz” pojawia się znaczna liczba komentarzy. Czytelnicy zarówno zgłaszają komentarze, jak i decydują o kolejności ich wyświetlenia, odpowiednio je oznaczając. W wymienionych portalach internetowych ocena społecznościowa stanowi istotny element wspierający system moderacji, jednak o usunięciu lub pozostawieniu komentarza decydują zatrudnieni przez redakcję moderatorzy. Z pewnością ocena społecznościowa ułatwia moderowanie komentarzy, ponieważ użytkownicy wskazują opinie najbardziej kontrowersyjne. Pojawia się tu istotny czynnik budowania poczucia odpowiedzialności za funkcjonowanie społeczności internautów i dbania o poziom dyskusji. Ma on większe znaczenie w niewielkich internetowych serwisach tematycznych czy na forach internetowych, nie można jednak pominąć tego aspektu w przypadku portali informacyjnych.

Zarówno w Gazecie.pl, jak i w Wirtualnej Polsce stosowane jest wyłączenie komentarzy przy artykułach na najbardziej kontrowersyjne tematy. Warto nadmienić, że w portalach informacyjnych oraz w serwisach internetowych gazet i czasopism istnieje tendencja, aby rezygnować z komentarzy. Na taki krok zdecydował się portal Onet.pl. Był on powszechnie krytykowany za niewłaściwie prowadzoną moderację komentarzy czy wręcz całkowite jej ignorowanie. Z systemu komentarzy online zrezygnowały już takie instytucje, jak Reuters, CNN, „The Boston Globe” (Liu, McLeod, 2019). Dyskusje przenoszone są do mediów społecznościowych.

Tendencja ta może budzić refleksje. Czy brak możliwości wyrażenia opinii nie jest jedynie pozornym rozwiązaniem problemu kłopotliwych komentarzy?

Wnioski

Postmoderacja wspierana oceną społecznościową stanowi często spotykany model zarządzania treściami tworzonymi przez użytkowników. Stosowany jest on również w omówionych portalach informacyjnych. Zarówno w portalu, w którym trzeba się zalogować, by dodać komentarz (Gazeta.pl), jak i w tym, w którym dodawanie komentarzy nie wymaga logowania (Wirtualna Polska), komentarze są publikowane w formie zgłoszonej przez internautów. Dopiero po publikacji komentarza moderatorzy weryfikują jego zgodność z regulaminem i netykietą. Użytkownicy oceniają wpisy, korzystając z łatwych w obsłudze narzędzi, a także zgłaszają wpisy, które ich zdaniem powinny być usunięte – w ten sposób ułatwiają pracę moderatorom, przyczyniając się do zwiększenia skuteczności moderacji. Zestawienie najważniejszych elementów składających się na system oceny społecznościowej w analizowanych portalach informacyjnych zaprezentowano w tabeli 1.

Tabela 1. Elementy systemu oceny społecznościowej komentarzy w portalach informacyjnych Wirtualna Polska i Gazeta.pl

Nazwa portalu Element systemu oceny społecznościowej komentarzy	Wirtualna Polska	Gazeta.pl
Forma ocen komentarzy innych użytkowników	znaki: plus i minus	ikony: kciuk skierowany w górę i kciuk skierowany w dół
Zgłaszanie komentarza do moderacji	przycisk „Zgłoś”	ikona kosza na śmieci
Wpływ użytkowników na sposób wyświetlania komentarzy	wyróżniane są trzy wypowiedzi najlepiej ocenione przez internautów, pozostałe komentarze wyświetlane są w kolejności dodawania	w pierwszej kolejności wyświetlane są komentarze najlepiej oceniane przez internautów (to domyślne ustawienie może być zmienione)

Źródło: opracowanie własne.

Trzeba pamiętać, że w portalach informacyjnych ocena społecznościowa nie stanowi końcowego elementu moderacji – ostateczną decyzję o usunięciu czy pozostawieniu komentarza podejmuje profesjonalny moderator. Oceny użytkowników

są nie tylko wskazówką dla moderatorów, ale także dla innych czytelników. Osoby, które widzą, w jaki sposób były ocenione poszczególne komentarze, mogą je na przykład uszeregować, tak aby przeczytać tylko te ocenione pozytywnie, ignorując wypowiedzi nieodnoszące się do tematu czy nacechowane agresją.

Omówiony powyżej model moderacji bywa krytykowany za nieskuteczność, ponieważ zakłada publikowanie wszystkich komentarzy. Niewątpliwie nawet najsprawniej działający moderatorzy nie są w stanie natychmiast usuwać obraźliwych czy z innych powodów niewłaściwych komentarzy. Dlatego też w przypadku publikacji na kontrowersyjne tematy, które generują wyjątkowo dużą liczbę opinii niezgodnych z regulaminem czy netykieta, coraz częściej stosowanym rozwiązaniem jest blokowanie możliwości komentowania. Choć system postmoderacji uzupełnianej oceną społecznościową nie jest pozbawiony wad, to jego niewątpliwą zaletą jest budowanie odpowiedzialności za poziom dyskusji w sieci. Jest to kierunek zarządzania treściami tworzonymi przez użytkowników oparty na interakcjach międzyludzkich, nie zaś na działaniu algorytmów i filtrów automatycznie usuwających pewne treści (Seering et al., 2019).

Bibliografia

- Anandarajan M. (2010). *Emerging Web Technologies*. W: V.K. Narayanan, G.C. O'Connor (eds.), *Encyclopedia of Technology and Innovation Management* (s. 505–512). Chichester: Wiley. DOI: 10.1002/9781118785317.weom130061.
- Castells M. (2003). *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*. Tłum. T. Hornowski. Poznań: Rebis.
- Cieniek R. (2018). *User-generated content jako przejaw kultury uczestnictwa w Polsce*. „Kognitywistyka i Media w Edukacji”, nr 1, s. 93–114. DOI: 10.15804/kimwe2018109.
- Dembowski P. (2019). *Wydawcy internetowi walczą z lawiną hejtu*. Pobrane z: <https://www.press.pl/tresc/56008,wydawcy-internetowi-walcza-z-lawina-hejtu> (dostęp: 1.03.2020).
- Domingo D. (2011). *Managing Audience Participation: Practices, Workflows and Strategies*. W: J.B. Singer et al. (eds.), *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers* (s. 76–95). Malden–Oxford: Wiley–Blackwell. DOI: 10.1002/9781444340747.ch5.
- Forum Gazeta.pl (2020). Pobrano z: <http://forum.gazeta.pl/forum/0,0.html> (dostęp: 16.03.2020).
- Friemel T.N., Dötsch M. (2015). *Online Reader Comments as Indicator for Perceived Public Opinion*. Pobrano z: <https://www.digitalcommunicationresearch.de/v1/friemel-doetsch> (dostęp: 16.03.2020). DOI: 10.17174/dcr.v1.8.
- Gazeta.pl (2020). Pobrano z: <https://gazeta.pl> (dostęp: 20.03.2020).
- Gillespie T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. New Haven: Yale University Press.
- Harcup T. (2014). *A Dictionary of Journalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Krejtz K. (red.). (2012). *Internetowa kultura obrażania?* Pobrano z: <http://www.komentujnie-obrazaj.pl/kno/ko-raport.pdf> (dostęp: 20.03.2020).

- Liu J., McLeod D.M. (2019). *Pathways to News Commenting and the Removal of the Comment System on News Websites*. „Journalism”, Vol. 1, s. 1–15. DOI: 10.1177/1464884919849954.
- Machała T. (2019). *Dyskusja nie może oznaczać nienawiści. Mówimy hejtowi: STOP*. Pobrano z: <https://opinie.wp.pl/dyskusja-nie-moze-oznaczac-nienawisci-mowimy-hejtowi-stop-6345890206972033a> (dostęp: 20.03.2020).
- Myers West S. (2018). *Censored, Suspended, Shadowbanned: User Interpretations of Content Moderation on Social Media Platforms*. „New Media and Society”, Vol. 20(11), s. 4366–4383. DOI: 10.1177/1461444818773059.
- Naab T.K., Sehl A. (2017). *Studies of User-generated Content: A Systematic Review*. „Journalism”, Vol. 18(10), s. 1256–1273. DOI: 10.1177/1464884916673557.
- O’Reilly T. (2005). *What Is Web 2.0*. Pobrano z: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> (dostęp: 20.03.2020).
- Pacek G. (2011). *Jak należy uregulować odpowiedzialność za treść w Internecie? Wybrane aspekty*. Pobrano z: <https://wolnyinternet.panoptykon.org/sites/default/files/pacek.pdf> (dostęp: 20.03.2020).
- Prochazka F., Weber P., Schweiger W. (2018). *Effects of Civility and Reasoning in User Comments on Perceived Journalistic Quality*. „Journalism Studies”, Vol. 31(1), s. 62–78. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1161497.
- Roberts S.T. (2019). *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*. London: Yale University Press.
- Scheuermann L., Taylor G. (1997). *Netiquette*. „Internet Research”, Vol. 7(4), s. 269–273. DOI: 10.1108/10662249710187268.
- Seering J., Wang T., Yoon J., Kaufman G. (2019). *Moderator Engagement and Community Development in the Age of Algorithms*. „New Media and Society”, Vol. 21(7), s. 1417–1443. DOI: 10.1177/1461444818821316.
- Sehl A. (2018). *Journalism, Audiences and Community Engagement*. W: T.P. Vos (ed.), *Journalism* (s. 531–552). Boston–Berlin: Walter de Gruyter. DOI: 10.1515/9781501500084-027.
- tw (2013). *Gazeta.pl: blokujemy i usuwamy pojedyncze komentarze nie tylko przy Michniku*. Pobrane z: <https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/gazeta-pl-blokujemy-i-usuwamy-pojedyncze-komentarze-nie-tylko-przy-michniku> (dostęp: 1.03.2020).
- Veglis A. (2015). *Moderation Techniques for Social Media Content*. W: G. Meiselwitz (ed.), *Social Computing and Social Media* (s. 137–148). Cham et al.: Springer. DOI: 10.1007/978-3-319-07632-4_13.
- Wirtualna Polska (2020). Pobrano z: <https://wp.pl> (dostęp: 28.02.2020).
- Wolfgang J.D. (2018). *Taming the “Trolls”: How Journalists Negotiate the Boundaries of Journalism and Online Comments*. „Journalism”, Vol. 1, s. 1–18. DOI: 10.1177/1464884918762362.