

# Publikacijų komentarai. Ar tikrai tai yra grįžtamasis ryšys redakcijai: žurnalistų požiūriai ir patirtys

**Jolanta Mažylė**

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto  
Žurnalistikos ir medijų tyrimo centras  
Maironio g. 7, Vilnius  
[jolanta.mazyle@kf.vu.lt](mailto:jolanta.mazyle@kf.vu.lt)

**Santrauka.** *Interneto, o ypač naujienų portalų komentarai sukuria naują problemą – teoriškai jie turėtų užtikrinti žodžio laisvę ir pagerinti naujienų dienraščių (interneto portalų) redakcijų darbą. Grįžtamasis ryšys visuomenės informavimo priemonėms padeda geriau suprasti skaitytojus, jų poreikius. Grįžtamojo ryšio esmė žurnalistui – gauti papildomos informacijos, kad galėtų pagilinti sukurto žurnalistinio darbo temą, ieškotų naujų tirtą objekto aspektų, operatyviai reaguotų į naują, aktualią informaciją, gautą iš auditorijos. Tokia praktika (o būtent tokį principą ir deklaruoja nemažai vakarietišku žiniasklaidos priemonių) galėtų prisidėti prie žurnalistikos kokybės ir žiniasklaidos priemonės atskaitingumo auditorijai.*

*Deja, praktiškai prie naujienų dienraščių publikacijų pasirodantys skaitytojų įrašai vis dažniau skatina nepakantumą kitokiai nuomonei ir patyčias, demonstruoja nepagarbą asmeniui. Vartotojų kuriami metaduomenys – internete skelbiami komentarai ir vertinimai – tai vienas iš pagrindinių rodiklių, atskleidžiančių nuolat augantį vartotojų susidomėjimą internetu ir tik patvirtina interneto kaip fenomeno sėkmę.*

Received: 07/06/2021. Accepted: 03/09/2021

Copyright © 2020 Jolanta Mažylė. Published by Vilnius University Press. This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution Licence \(CC BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

*Virtuali interneto erdvė suteikia žmonėms laisvę anonimiškai reikšti nuomonę. Tai suprasdami interneto vartotojai naudojami šia laisve, tačiau jų išreiškiamą nuomonę ne visuomet galima laikyti diskusija. Dažnai tai yra neigiamų jausmų, stereotipų ir prieštarų protrūkis. Web 2.0 technologijos internetą pavertė viešąja erdve. Kai interneto vartotojui buvo suteikta galimybė pačiam kurti turinį, į šią plotmę persikėlė dalis socialinio gyvenimo.*

*Iškyla klausimas – ar padoru ir teisėta viešojoje erdvėje komentarų forma lieti pagiežą ir rodyti savo nepakantumą kitam asmeniui ar asmenų grupėms. Nors teisinė ir etinė žiniasklaidos priemonių atsakomybė už komentarus šiuo metu jau turi apibrėžtis, tačiau dažnai žiniasklaidos priemonių vadovai mano, kad didesnio kiekio (o ne kokybės!) komentarų interneto erdvėje palaikymas, orientuotas tik į verslo rezultatą, gali likti nepastebėtas. Tai aiškinama ir tuo, kad redakcijos negali užsiimti skaitytojų komentarų cenzūra. Šitoks požiūris (kad žurnalisto publikacija sulauktų kuo daugiau komentarų) turi ir tiesioginę neigiamą įtaką publikacijų autoriams. Kartais jie patys yra ižeidinėjami, žeminami jų tekstų komentatorių, tačiau nedrįsta naikinti tų komentarų, nes mano, kad tai gali būti suprasta kaip tam tikra savicenzūra.*

**Reikšminiai žodžiai:** žurnalistika, grįžtamasis ryšys, publikacijos, skaitytojų komentarai.

---

## **Article Comments: Is This Truly Feedback for Editorial Boards? Views and Experiences of Journalists**

**Summary.** *In the modern society, online comments, especially comments on news websites, create a new problem: in theory, they should guarantee the freedom of speech and improve the work of editorial boards of daily newspapers (news websites). Feedback helps the media to better understand readers and their needs. The essence of feedback for the journalist is to obtain additional information in order to expand the topic of the article, to explore new aspects of the researched subject and to react promptly to relevant information received from the audience. Exploratory research was carried out in May 2021 striving to analyse how much actual feedback works when a media outlet publishes reader comments, as well as to examine how media staff evaluate the necessity of comments under articles and their value*

*for direct work. Fifteen professional journalists – who have more than four years of journalistic experience in national, regional and local media – participated in the research.*

*Research participants were asked 9 questions, of which only several were closed-ended, while the rest were open-ended. The survey was thus carried out in person, seeking to ascertain the questions discussed and clarify situations or circumstances. The duration of each interview was 45-80 minutes. Meetings took place with interviewees or they were contacted via Skype and ZOOM platforms.*

*The article discusses research results, provides examples from editorial experience, as well as reveals views of editorial boards and journalists concerning the phenomenon in question and its problematic aspects.*

**Key words:** *journalism, articles, feedback, reader comments*

Analizuojant etiško elgesio taisyklių taikymą, ypač viešojoje erdvėje, sąlygas, kurios būtinos visapusiškam visuomenės dialogui, mokslininkai pabrėžia, kad svarbu įvertinti ir įvairius žurnalistines praktikas veikiančius veiksnius, tarp kurių vieni svarbiausių yra institucinės aplinkos arba organizacinės struktūros, kuriančios atitinkamas vidiniais sprendimais grįstas praktikas (Larson, 1977; May, 2001; Ohmann, 2003). Vis dažniau žurnalistikos teoretikai ir praktikai tiria interneto galimybes bei įtaką žurnalistikai, auditorijos įtraukimą naudojant interaktyvias žiniasklaidos funkcijas, kad kuo daugiau būtų skatinamas piliečių įtraukimas ir dalyvavimas, kuriant dialogą viešojoje erdvėje (Shove, Pantzar, Wattson, 2012; Scott, Millard, Leonard 2015).

Siekiant iširti, kiek veikia tikrasis grįžtamasis ryšys žiniasklaidos priemonei publikuojant skaitytojų komentarus, taip pat išsiaiškinti, kaip redakcijų darbuotojai vertina komentarų prie publikacijų būtinybę ir jų vertę savo tiesioginiam darbui, 2021 metų gegužės mėnesį buvo atliktas žvalgomasis tyrimas.

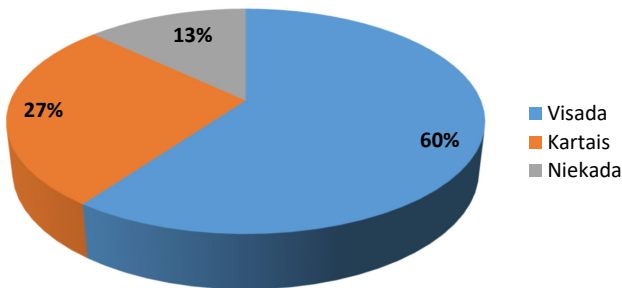
Jame dalyvavo 15 profesionalių žurnalistų, turinčių daugiau nei keverterius metus žurnalistinės praktikos. Atitinkamai 5 apklausos dalyviai dirba nacionalinėje žiniasklaidoje, 5 – regioninės žiniasklaidos priemo-

nėse ir 5 – vietinėje žiniasklaidoje (žymėjimas NŽ; RŽ;VŽ)<sup>1</sup>. Tyrimo dalyviams buvo užduoti 9 klausimai, iš kurių tik keli buvo uždari, visi kiti – atviri, todėl apklausa vyko kontaktiniu būdu, stengiantis išsiaiškinti aptariamus klausimus, tikslinant situacijas ar aplinkybes. Kiekvieno interviu trukmė – 45-80 min. Su visais tyrimo dalyviais buvo susitikta arba bendrauta pasitelkus *Skype*, *ZOOM* platformos įrankius.

Straipsnyje aptariami tyrimo rezultatai, taip pat pateikiami pavyzdžiai iš redakcinės praktikos bei atskleidžiami redakcijų ir žurnalistų požiūriai į reiškinį bei probleminius jo aspektus.

## Rezultatų aptarimas

Į pirmąjį, uždaro tipo klausimą – ar žurnalistai skaito savo publikacijų komentarus – 60 proc. tyrimo dalyvių atsakė, kad visada skaito savo publikacijų komentarus, 27 proc. teigė, jog kartais ir 13 proc. respondentų pažymėjo, kad niekada neskaito komentarų, kuriais prie jų publikacijų dalijasi skaitytojai (1 pav.).



**1 paveikslas.** Ar žurnalistai skaito savo publikacijų komentarus?

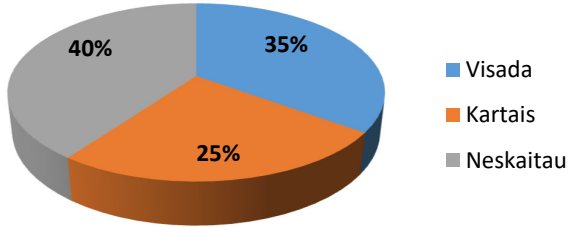
Šaltinis: sudaryta autorės.

Analizuojant atsakymus į šį klausimą pagal žiniasklaidos kategorijas (nacionalinė, regioninė, vietinė), nustatyta, kad 35 proc. nacionalinės

<sup>1</sup> NŽ – nacionalinės žiniasklaidos respondentas; RŽ – regioninės žiniasklaidos respondentas; VŽ – vietinės žiniasklaidos respondentas.

žiniasklaidos žurnalistų, dalyvavusių tyrime, visada skaito skaitytojų komentarus prie savo publikacijų, 25 proc. skaito komentarus kartais, visai neskaito 40 proc. respondentų (2 pav.).

### Nacionalinė žiniasklaida

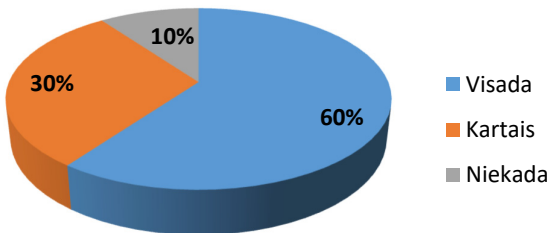


**2 paveikslas.** Ar nacionalinės žiniasklaidos žurnalistai skaito savo publikacijų komentarus?

Šaltinis: sudaryta autorės.

60 proc. regioninėje žiniasklaidoje dirbančių žurnalistų teigia, kad visada skaito komentarus prie savo publikacijų, 30 proc. – kartais skaito, visai neskaito skaitytojų komentarų prie savo publikacijų 10 proc. regioninės žiniasklaidos darbuotojų (3 pav.).

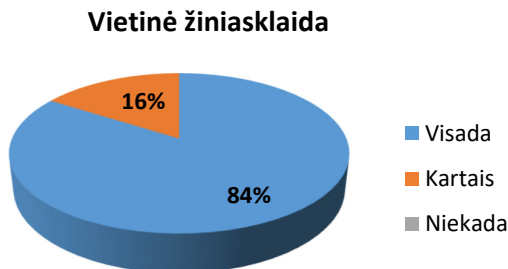
### Regioninė žiniasklaida



**3 paveikslas.** Ar regioninės žiniasklaidos žurnalistai skaito savo publikacijų komentarus?

Šaltinis: sudaryta autorės.

Vietinės žiniasklaidos darbuotojų atsakymai į šį klausimą pasiskirstė taip: 84 proc. žurnalistų teigė, kad visada skaito skaitytojų komentarus prie savo publikacijų, 16 proc. atsakė, kad tai daro kartais (4 pav.).



**4 paveikslas.** Ar vietinės žiniasklaidos žurnalistai skaito savo publikacijų komentarus?

Šaltinis: sudaryta autorės.

Interviu metu prašyta plačiau atsakyti į tokius klausimus:

- kodėl skaito (arba neskaito),
- kaip vertina komentarus, skaitytojų talpinamus prie jų publikacijų,
- ar tie komentarai, juose pateikta informacija padeda tiesioginiam žurnalistui darbui.

Taip pat prašyta refleksijų atsakant į klausimus:

- ar tokio pobūdžio komentarai tikrai yra tas grįžtamasis ryšys,
- kaip kitaip (kokiomis formomis) redakcija ir žurnalistas gali gauti grįžtamąjį ryšį iš savo auditorijos.

Apklaustos dalyvių mintis būtų galima grupuoti pagal tam tikras potemes, kurios išryškėjo interviu su profesionaliais žurnalistais metu, todėl publikacijoje respondentų teiginiai paryškinti kursyvu, o skliaustuose pažymėta žiniasklaidos priemonė pagal dydį (kategoriją).

Keletas žurnalistų akcentavo, kad skaito komentarus, nes jiems rūpi publikacijų herojai, pašnekovų geras vardas, taip pat žurnalistai teigė, jog baiminasi, kad skaitytojų komentaruose žurnalistų pašnekovai ar publikacijų herojai nebūtų užgauliojami, įžeidinėjami.

*Skaitau, nes rūpi dėl herojų. Ypač, kai interneto versijoje be mūsų žinios (žurnalistų) pakeičiami pavadinimai. Tai labai erzina. Mažai kas sureaguoja, nebent paskambina pats herojus (NŽ). Jei konkrečiai publikacijoje rašoma apie žmogų (herojų), tai visada skaitau, kad nebūtų jį žeidžiančių komentarų (VŽ).*

Kai kurie žurnalistai teigė, kad skaito komentarus, nes jiems smalsu, kaip į jų tekstus reaguoja skaitytojai.

*Pasiskaitau komentarus. Nelabai daug jų būna. Smalsu, kaip reaguoja skaitytojai. Ar patiko, ar ne. Jei ir geras žodis, tai būna malonu „Ačiū. Įdomu“ (RŽ). Skaitau dažnai, tačiau priklauso, kokia yra publikacija. Jei yra politinės temos, tai žinau, kad nėra ko skaityti, nes bus „varoma“ ant vienu ar kitų politikų, ir tik tiek (VŽ).*

Žurnalistams svarbu informacijos tikslumas, naujų temų paieškos, todėl respondentai teigė, kad tikisi komentaruose rasti aktualių dalykų savo žurnalistiniam darbui.

*Pasitaiko komentary, kurie suteikia kitą temos matymą. Pavyzdžiui, rašiau apie mokslo metų ilginimą. Daug komentavo moksleiviai. Jų komentarų esmė – nereikia ilginti mokslo metų trukmės, mes norime per vasarą padirbėti, užsidirbti lėšų, nesijaust pinigų prašytojais namie. Tai praplėtė temą, rengiau kitą publikaciją, pavyko parašyti probleminį straipsnį (VŽ).*

*Mūsų leidinyje komentarų nedaug. Gana nuosaikūs, nes turinys mūsų žiniasklaidos priemonės ir skaitytojai tokie patys. Prisimenu, kai po interviu su Bažnytinio meno paveldo direktore vienas komentatorius parašė kažko nesupratęs. Tai nebuvo labai mandagus komentarus. Tuomet pati Bažnytinio meno paveldo direktorė prisijungė prie komentatorių, pasirašė savo vardu ir pavarde, ir paaiškino žmogui tai, ko jis nesuprato. Naujų temų nelabai randame iš komentarų (RŽ).*

Ypač naujų temų paieškas, auditorijai rūpimas aktualijas akcentavo vietinės žiniasklaidos darbuotojai, pažymėdami, kad būtent tokios informacijos ir randa skaitytojų komentaruose. Todėl, teigia apklausos dalyviai (VŽ), jie linkę skaityti ne tik savo, bet ir kitų publikacijų komentarus, kuriuos skaitytojai viešai skelbia jų interneto svetainėje. Vis dėlto, apklausos dalyvių nuomone, ir vietinėje žiniasklaidoje pasitaiko, kad skaitytojų paviešinta informacija nepasitvirtina.

*Yra atvejų, o pastaruojų metu jų net padaugėjo, kai skaitytojų informacija nepasitvirtino. Pavyzdžiui, žmonės rašė komentaruose, kad švietimo ministrė kadencijos pabaigoje jau ruošia sau vietą vienoje Kretingos gimnazijoje. Ir buvo ne vienas toks komentaras. Pasitikrinau informaciją. Ji nepasitvirtino. Ir temos nebuvo ☺ (VŽ).*

Regioninės žiniasklaidos žurnalistai teigė, kad skaitytojų komentarų dažnai skaito iš elementaraus smalsumo, taip pat ir ieškodami naujų temų. Tačiau dauguma šios grupės apklausos dalyvių pastebėjo, kad tai nedaug tepadeda jų darbui ieškant naujų temų. Taip pat atkreipiamas dėmesys, kad skaitytojų komentarai tiesioginiame darbe padeda retai (RŽ).

Dauguma apklausos dalyvių išsakė nuomonę, kad juos stebina proporcingai didelis neigiamų komentarų kiekis.

*Labai daug neigiamų komentarų. Juk komentatoriai tėra nedidelė skaitytojų dalis, palyginus su tuo skaičiumi, kiek žmonių perskaito (arba atsidaro) tavo publikaciją (RŽ). Kartais matai, kad žmogus net nepaskaitė teksto iki galo, nepasigilino į temą, tačiau komentuoja neigiamai nusiteikęs visos aplinkos, visos bendruomenės atžvilgiu (VŽ).*

Nacionalinės žiniasklaidos žurnalistai nurodė, kad dažnai komentarai tėra galimybė žmonėms išlieti savo neapykantą, neigiamas emocijas. Tai žurnalistai mėgina paaiškinti tuo, kad dažnai skaitytojai nedrįsta tie-



siogiai parašyti ar paskambinti publikacijos autoriui, nors leidinyje yra nurodyti žurnalistų kontaktai. Taip pat pabrėžia, jog tokią padėtį suponuoja redakcijų taisyklės, kad galima skelbti anoniminius komentarus: *Anonimiškai žmonės drąsiau pasisako* (NŽ, RŽ). Tačiau tokia praktika, apklausos dalyvių manymu, sudaro galimybę rašyti komentarus bet kam, dažnai būna, kad komentarai visai neatliepia komentuojamos publikacijos turinio; susidaro įspūdis, jog komentatoriai visai neskaitė teksto, bet rašo komentarus prie jo. Tai iš esmės menkina redakcinį darbą, todėl beveik visi apklausos dalyviai pasisakė, kad būtina įvesti bendrą komentavimo taisyklę – būtiną komentatoriaus registraciją.

Dauguma žurnalistų teigė, kad dėl netinkamų, įžeidžiančių komentarų šalinimo dažniausiai redakcijų žurnalistai turi kreiptis į interneto svetainės administratorių, o tai jau papildomas laikas ir ne visada žurnalistai turi galimybių tuo užsiimti.

*Į žurnalistų reakciją niekas nereaguoja. Kad nebūtų įžeidimų, sekame, tačiau mes patys negalime ištrinti, reikia kreiptis į administratorių. Jei skaitytojais paspaudžia „pašalinti“, bet nepašalina, kreipiuosi į redaktorių. Nepadedą. Galėtum nekreipti dėmesio, labai retai kada būna kas pasakyta konstruktyvesnio. Būna, kad užėina banga: giria. Nusivylimo daug – ar tu kalbinai herojų ne taip, kad susirenka komentaruose tos nešvarios musės* (NŽ).

*Žurnalistui labai svarbu jausti, kaip jis dirba ir ar tai naudinga. Jei papildo, praplečia temą, atsiranda diskusija. Tai čia ir matau tą ryšį. Neteko susidurti dėl pašalinimo. Žinau, kad dėl politikos komentarų redaktoriai yra prašę administratoriaus šalinti. Mūsų skaitytojais ir komentatoriai nuosaukesni. Tačiau skaitytojų tiesioginis ryšys – tai jų laišškai į el. paštą ar telefono skambučiai* (RŽ).

Dauguma apklausos dalyvių išsakė, kad labai abejoja tuo, jog skaitytojų anoniminius komentarus būtų galima laikyti natūraliu, tikruoju redakcinio darbo grįžtamuju ryšiu.

*Nežinau, ar tai grįžtamasis ryšys. Nesveika redakcijos politika – asmeniškumai, „nenusileidžia“ iki mūsų redaktorės. Galbūt nepasitiki; pritraukia skaitytojus. Kodėl pavadinimus keičia? Kad pritrauktų kuo daugiau šiukšlių. Kartais paskaičius komentarus, atrodo, kad iš kalėjimų užplūsta tie komentatoriai, su tokiau žodynu ir antivitybėmis. Palaikomas anonimas komentuotojas, o ne savi darbuotojai ir jų kūryba. Jokio kolegiskumo. Atsiskleidžia juodoji žmogaus pusė. Nė karto nėra ištrinta, kai tave, žurnalistą, anonimas sudirba kaip žmogų. Kaip rašančių žmogų (NŽ).*

Vis dėlto regioninės ir vietinės žiniasklaidos darbuotojai apklausoje nurodė, kad jaučia grįžtamąjį ryšį su skaitytojų auditorija.

*Grįžtamąjį ryšį jaučiam. Kartais iš komentaruose išsakytų minčių randam nuorodų naujoms temoms. Pavyzdžiui, komentatorius rašė, kad neaišku, kaip kompensuojamos išlaidos neįgaliajam įsigyti a/m. Pasigavom iš karto temą. Taip pat aktualu dėl tikslinimo. Esame ne kartą taisę klaidas, darę patikslinimus (RŽ).*

Nacionalinės žiniasklaidos darbuotojai atkreipė dėmesį, kad jų redakcijose klaidos pranešimas interneto svetainėje turi atskirą funkciją, t. y. skaitytojui pranešus apie klaidą publikacijoje, visa redakcija gauna šią žinią.

Dėl komentarų šalinimo dalis apklausos dalyvių buvo kategoriški: jie mano, kad tai laikytina žiniasklaidos priemonės savicenzūra (NŽ, VŽ). Tačiau kita dalis apklausos dalyvių šiuo klausimu kategoriškesni: jų nuomone, reikėtų konkretesnių ir griežtesnių pačios redakcijos taisyklių (NŽ, RŽ).

*Būna labai daug neigiamų komentarų žurnalistų atžvilgiu. Apmaudu. Juk stengiamės atlikti savo darbą kuo geriau, o kai paskaitai komentare prie savo pavardės penkiolika keiksmažodžių, niekinamųjų epitetų, rankos nusvyra. Matai, kad tos neigiamos emocijos nukreiptos prieš autorių. Skaudu skaityti. Yra savisauga ir savigarba. Na, jei rašo, kad žurnalistai beraščiai, tai į tokius*

*net dėmesio nekreipi (NŽ, RŽ). Jeigu yra komentarai, išeidžiantys herojų, tri-  
name. Turime pranešti administratoriui. Jei žurnalisto menkinimas – neteko  
spręsti tokios problemos (RŽ).*

*Mes galime patys šalinti, jei jie neduoda jokios naudos. Bet mums svarbiausia  
yra mūsų herojai. Pavyzdžiui, rašiau publikaciją, kad mokytojui padidėjo at-  
lyginimas tik 12 eurocentų popieriuje. Kažkoks komentatorius mane išplūdo  
ne šiaip, kad esu nekompetentinga, jog esu kvaiša, nes nerašiau kaip nepadidėjo  
pensijos. Buvau išvadinta visokiausiais epitetais. Kas beliko? Trinti. Bet tokių  
atvejų nėra daug, kad reikėtų šalinti (RŽ).*

Be to, interviu metu beveik visi apklausos dalyviai palaikė nuostatą, jog žiniasklaidoje yra jautrių temų, kurių iš viso nederėtų komentuoti. Kaip antai, skelbiant pranešimus apie eismo įvykius, katastrofas, pranešant apie asmenų mirtį. Žurnalistų manymu, pareikšti užuojautą dėl mirusio asmens šiais laikais yra ir kitų būdų, o jeigu, tarkim, skaitytojai turi svarbios informacijos apie kokį nors nelaimingą įvykį (eismo įvykiai, nelaimės etc.), manytina, tokiu atveju jie tiesiai tą informaciją gali pranešti suinteresuotoms tarnyboms arba parašyti redakcijai, žinoma, nurodydami savo kontaktus.

## **Apibendrinimas**

Apklausos dalyviai išryškino kelias publikacijų komentavimo problemas. Kaip didžiausią apklausos dalyviai įvardijo anoniminių komentatorių viešai skleidžiamą ir platinamą negatyvą, racionaliai nepaaiškinamą priešiškomą publikacijų autoriams – žurnalistams ir asmenybėms.

Apklausos dalyvių nuomone, reikėtų reglamentuoti interneto žiniasklaidos priemonėse komentarų skelbimą įvedant komentuotojų registraciją. Šiuo svarbiu įrankiu būtina kuo skubiau pasinaudoti, nes matyti, kaip patyčios, atskirų asmenų ar asmenų grupių niekinimas bei žeminimas savotiškai randa „eterį“ interneto dienraščių komentarų skiltyse.

Žurnalistų manymu, privaloma komentuotojų registracija, kuri jau ne vienerius metus naudojama 15min interneto dienraštyje, akivaizdžiai

rodo, kaip, siekiant žiniasklaidos atskaitingumo ir kultūringo dialogo, moderuojamo žiniasklaidos priemonės, galima pasiekti, kad žiniasklaidos priemonėje būtų skelbiamos konstruktyvios skaitytojų pastabos ir pasiūlymai, dalijamasi idėjomis.

Viešumas, pasirašymas savo vardu ir pavarde skelbiant asmeninį komentarą žiniasklaidos priemonėje, manytina, viešojoje erdvėje skatintų didesnę visų komunikacijos lauko dalyvių atsakomybę ir tuo prisidėtų prie pagarbaus visuomenės dialogo.

Apklausoje dalyviai publikacijų interneto dienraščiuose komentarų nevertina kaip tinkamo grįžtamojo ryšio redakcijoms ir jų žurnalistams. Manytina, kad tik įvedus būtiną komentuotojų registraciją būtų galima atlikti tyrimą dėl grįžtamojo ryšio efektyvumo.

## Šaltiniai

MAY, W. F. (2001). *Beleaguered Rulers: The Public Obligation of the Professional*. Louisville, London: Westminster John Knox Press.

OHMANN, R. (2003). *Politics of Knowledge: The Commercialization of the University, The Professions, and Print Culture*. Middletown, CT: Wesleyan University Press.

SCHUDSON, M., ANDERSON, C. (2009). "Objectivity, professionalism, and truth seeking in journalism." Ed. K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch. *The handbook of journalism studies* (pp. 88-101). New York: Routledge

SCOTT, Jonathan, MILLARD, David, LEONARD, Pauline (2015). "Citizen Participation in News." *Digital Journalism* 3 (5): p.p. 737–758.

SHOVE, Elizabeth, PANTZAR Mika, WATTSON Matt (2012). *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and how it Changes*. Los Angeles: Sage.