



## ПОЛУГODOVOЙ ОТЧЕТ О МОНИТОРИНГЕ СМИ НА ПРЕДМЕТ УПОМИНАНИЯ ЛГБТИК

Период: 1 января - 30 июня 2018



---

Общественное объединение  
«Кыргыз Индиго»  
г.Бишкек, Кыргызстан  
kyrgyz.indigo@gmail.com, www.indigo.kg

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Кыргызстанский сегмент СМИ переживает значительные перемены с наступлением эпохи социальных медиа и культуры коротких, содержательных информационных сообщений. По мере развития социальных сетей у читателей появились больше возможностей быть в курсе событий, при этом посещение веб-сайтов и порталов СМИ стало необязательным. Данная возможность есть у каждого читателя, который зарегистрирован в социальных сетях как Facebook, Twitter и Instagram, Одноклассники. Завоеывая все больше онлайн-пространства данные агрегаторы информации сделали СМИ зависимым от них - теперь СМИ должны в обязательном порядке работать на площадках социальных сетей для получения широкого распространения своих сообщений и для расширения своей аудитории.

Однако, как показывают наблюдения и исследования, с ростом влияния социальных сетей параллельно растут речи ненависти и призывы к насилию в отношении представителей различных религий, национальностей, рас и отдельных социальных групп<sup>1</sup>. ЛГБТИК нередко оказываются в центре внимания и мишенью речи ненависти, призывов к насилию и стигматизации<sup>2</sup>. Содержание материала, заголовки и его подача через социальные сети значительным образом влияют на формирование отношения к ЛГБТИК<sup>3</sup>.

Предметом для мониторинга послужили материалы новостных редакций, которые имели упоминания о ЛГБТИК сообществах. Данный подход позволил понять, для каких СМИ приоритетно освещать вопросы ЛГБТИК и какие инструменты для освещения используются. Поиск материалов по ключевым словам помог определить в каких социальных, культурных, географических и политических контекстах упоминаются ЛГБТИК-люди. В рамках мониторинговой работы были выбраны следующие новостные агентства:

- ❖ Azattyk.org
- ❖ Akipress.kg
- ❖ Delo.kg
- ❖ Kabarlar.kg
- ❖ Kaktus.kg
- ❖ Kloop.kg
- ❖ Knews.kg
- ❖ Sputnik.kg
- ❖ Vb.kg
- ❖ Vesti.kg
- ❖ 24.kg

Выборка производилась на основе разнообразия повесток, географического охвата, местоположения и целевой аудитории СМИ.

Был применен метод сбора и ведения ежемесячных дайджестов на основе материалов СМИ. Основой для подготовки данного обзора стали собранные дайджесты за последние шесть месяцев.

---

<sup>1</sup> «Язык вражды в СМИ, Интернете и в публичном дискурсе-2015», Школа миротворчества и медиатехнологий, <http://www.ca-mediators.net/ru/issledovaniya/216-rezyume-issledovaniya-yazyk-vrazhdy-v-smi-internete-i-publichnom-diskurse-2015.html>

<sup>2</sup> «Как СМИ мешают ЛГБТ людям жить. Проведен анализ» - [https://kaktus.media/doc/360785\\_kak\\_smi\\_meshaut\\_jit\\_lgbt\\_ludiam\\_proveden\\_analiz.html](https://kaktus.media/doc/360785_kak_smi_meshaut_jit_lgbt_ludiam_proveden_analiz.html)

<sup>3</sup> «Распространение ненависти онлайн или как СМИ формируют образ ЛГБТИК», ст 8 [http://indigo.kg/wp-content/uploads/2018/03/News-release\\_2017\\_Kyrgyz-Indigo.pdf](http://indigo.kg/wp-content/uploads/2018/03/News-release_2017_Kyrgyz-Indigo.pdf)

Для разностороннего анализа были использованы следующие критерии:

- количество выпущенных материалов;
- темы материалов;
- использование чувствительной терминологии к ЛГБТ;
- объективность автора и/или авторки.

В сборник вошли 44 материалов, прямо или косвенно упоминающие ЛГБТИК сообщества. Рисунок 1 показывает частоту публикаций материалов о ЛГБТИК и их географический контекст. Примечательно, что почти 70% материалов являются новостями из зарубежных стран, как политическая ситуация ЛГБТ, прайды, мероприятия и другие темы.

## КТО ЧАЩЕ ПИШЕТ О ЛГБТИК?

### Кто чаще пишет о ЛГБТИК?

Издание "Азаттык" опубликовало 18 материалов в период мониторинга, тем самым занимает первую строку. Затем редакция информагентства "Спутник" отличилась своей активностью по сравнению с прошлым годом, опубликовав шесть информационных материалов с упоминанием ЛГБТИК. Издания "Кактус Медиа" и "Клооп Медиа" опубликовали меньше, чем за предыдущий период, таким образом занимая средние строки чарта.

### Что превагирует?

По содержанию, большинство материалов были основаны на международных событиях, связанные с ЛГБТИК и не имели прямого отношения к Кыргызстану. Стоит отметить, заинтересованность СМИ в освещении вопросов прав человека, международных институтов и мероприятий как прайды является положительным фактором.

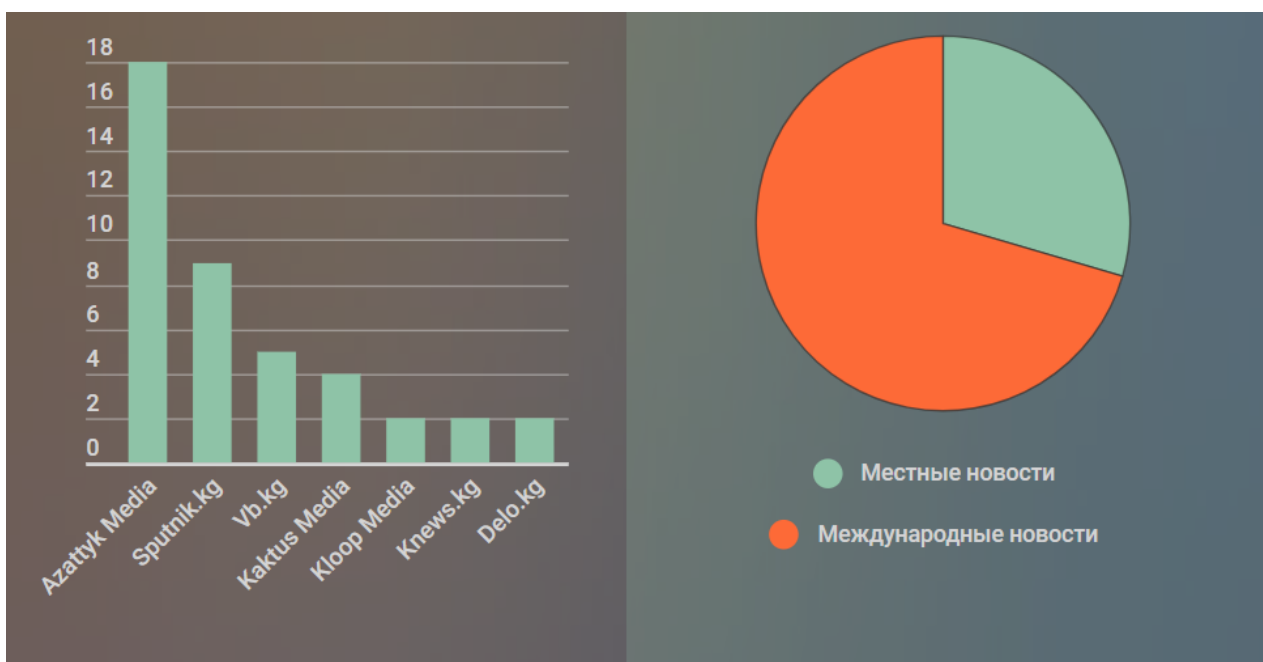


Рисунок 1. Частота и контекст публикаций о ЛГБТИК

## О ЧЕМ ПИШУТ СМИ?

Были рассмотрены также темы материалов СМИ. Таким образом выяснилось, что в период мониторинга наибольшее количество статей были написаны о транс\* вопросах как трансгендерный переход, права и безопасность трансгендерных людей. Большинство материалов содержали корректную терминологию, однако, неправильные термины и выражения все же встречаются среди них. Следующей наиболее популярной темой оказалась права человека, насилие и дискриминация. СМИ также часто публикуют новости о правозащитной деятельности. Подробнее смотрите Рисунок 2.



Рисунок 2. Темы статей СМИ

## РЕЙТИНГ СМИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ КОРРЕКТНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ И ОБЪЕКТИВНОСТИ

Объективность материалов была оценена с использованием принципов, опубликованных в Medialaw.Asia<sup>4</sup>. Таким образом, были рассмотрены следующие критерии для оценки:

- сбалансированное освещение тем и взглядов;
- отражение разных мнений;
- изучение противоположных точек зрения;
- проверку того, что ни одна сторона не оказалась недостаточно отраженной в материале.

По результатам тщательного изучения содержаний материалов, были расставлены оценки по 10-бальной шкале каждому изданию для совокупного количества материалов.

<sup>4</sup> <http://medialaw.asia/node/8373>

Таким образом, издания “Клооп Медиа” и “Кабарлар” заняли верхние строчки чарта, получив полных 10 баллов за свои материалы. Следует отметить, что оценки зависели от количества выпущенных материалов, так как чем больше материалов, тем вероятнее, что СМИ допускают ошибки и используют некорректную терминологию. Предположение связана с тем, что материалы подготавливаются разными журналистами и журналистками, у которых разные уровни понимания и чувствительности к ЛГБТИК. В сборник вошел всего один материал издания «Кабарлар», который получил максимальный балл, однако, предыдущие материалы издания являются не совсем объективными и чувствительными.



### 3. Рейтинг СМИ по использованию корректной терминологии и объективности

Как показано в рисунке №3, следующие строки заняли издания “Азаттык”, “Кактус медиа” и “Спутник”. Издание “Дело №” отличилось резко негативным содержанием своих материалов, использованием большого количества некорректных терминов и субъективностью материала. Материал «Обиделись авторки, не пошли к редакторкам» был полностью основан на личном мнении автора, что значительным образом снизил рейтинг издания. Таким образом, издание оказалось в самой нижней точке рейтинга, получив оценку ниже нуля.

## ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ



**Вывод 1. Среди ведущих новостных агентств превалирует интерес к теме ЛГБТ сообществ**

Этот интерес вероятнее всего обусловлен резонансностью темы ЛГБТ, что повышает количество просмотров, следовательно, рейтинг издания. Однако, существует

здоровый интерес и комплексный подход к описанию ситуации с правами ЛГБТ сообществ. Материалы «Клооп Медиа» и «Кактус медиа» про приезд Спецдокладчика ООН по здравоохранению и новой редакции МКБ-11 являются отличными примерами проявления журналистской профессиональности и приверженности к идее прав человека.



**Вывод 2. Вопрос использования чувствительной терминологии остается актуальным**

Многие издания зачастую применяют некорректные термины и выражения в отношении ЛГБТ. Наиболее часто встречающиеся термины: «Люди с нетрадиционной ориентацией», «гомосексуалисты», «гомосексуализм» и «секс-меньшинства».



**Вывод 3. Отдельные СМИ продолжают воспроизводить и распространять негативный образ ЛГБТ**

Ярким примером является статья “Дело №” под заголовком “Обиделись авторки, не пошли к редакторкам”. Статья состоит практически из точки зрения автора, которая выражается в использовании мизогинистических, гомофобных высказываний и в оскорблениях в адреса феминистических и ЛГБТ движений. Таким образом, абсолютно неприемлемый и непрофессиональный подход к подготовке материалов остается актуальным для издания “Дело №”.

## РЕКОМЕНДАЦИИ СМИ

- 1. Ознакомиться и применять руководства ЛГБТИСК организаций по чувствительной терминологии к ЛГБТИК сообществам;**
- 2. Придерживаться принципов беспристрастности/объективности;**
- 3. Вести деятельность в рамках Закона КР «О средствах массовой информации» и Этического кодекса журналистов КР.**