

LGBTIQ PRAVA U MEDIJIMA PRIJE, TOKOM I NAKON POVORKE PONOSA



Monitoring medijskog izvještavanja

21. avgust – 22. septembar 2019.

METODOLOGIJA

Monitoring obuhvata **kvalitativno i kvantitativno** istraživanje:

- Broj medijskih objava o LGBTIQ zajednici (po vrsti medija i po medijima pojedinačno)
- Broj objava u odnosu na subjekte koji govore o temi
- Planiranost objava
- Broj objava različitog tona
- Broj objava u odnosu na unaprijed precizirane teme
- Broj objava u kojima je uočena upotreba neadekvatne terminologije ili upotreba pogrdnih naziva
- Broj objava u odnosu na pol sagovornika
- Odnos informacija o LGBTIQ zajednici i ostalih informacija koje posmatrana objava sadrži (FOKUS)
- Pozicija selektovanih objava (VIDLJIVOST)

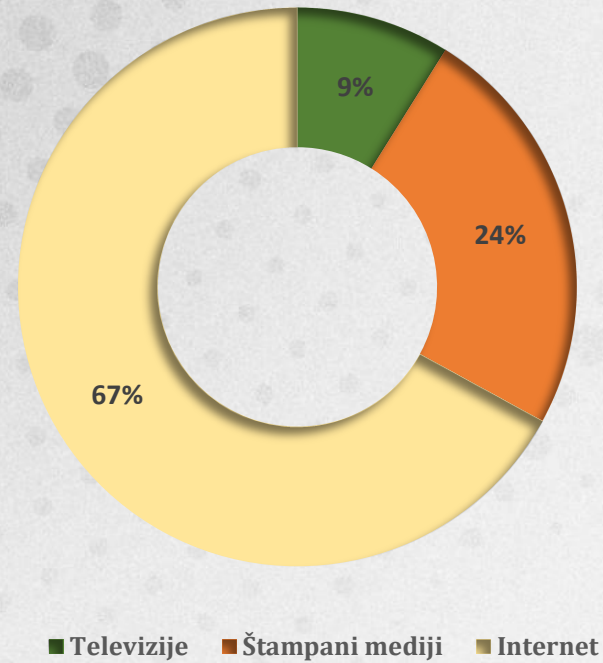
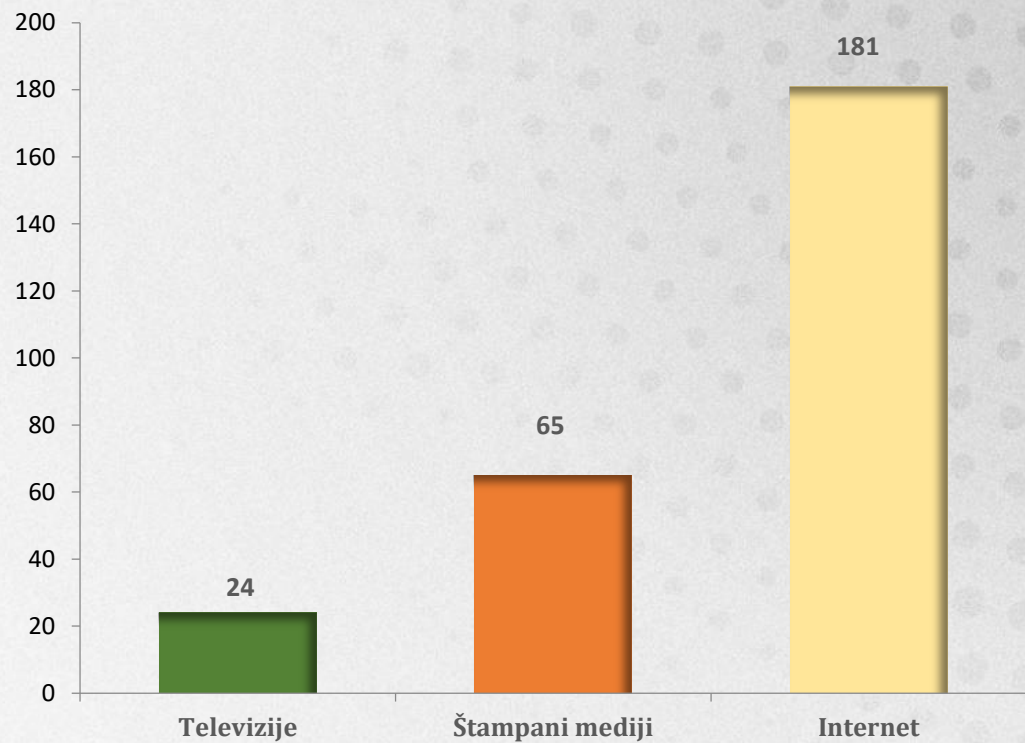
Period posmatranja: 21. avgust – 22. septembar 2019.

Praćeno je **15 medija:**

- **Televizije:** TVCG1, TV Vijesti, TV Prva - glavna centralno-informativna emisija (Dnevnik 2, Vijesti u pola 7, Žurnal)
- **Dnevni listovi:** Vijesti, Dan, Pobjeda, Dnevne novine i Večernje novosti
- **Portali:** Vijesti, CdM, Analitika, Antena M, RTCG, IN4S i FOS media

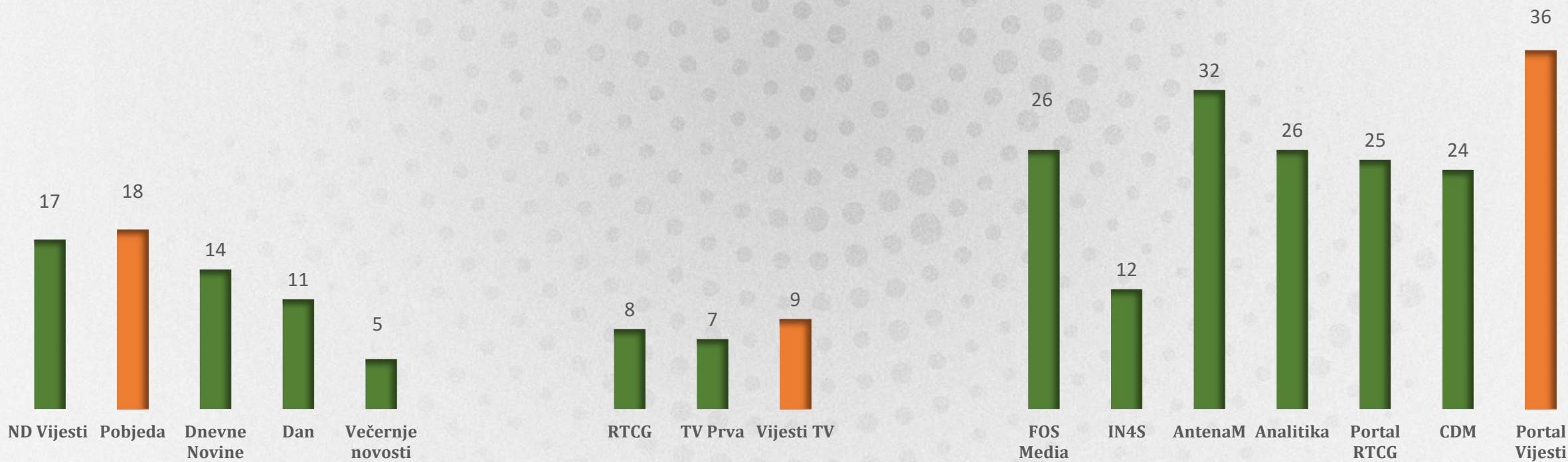
BROJ OBJAVA O TEMI

Ukupan broj objava koja se vezuju za LGBTIQ zajednicu, kod sve tri vrste posmatranih medija, bio je **270 objava**, od čega najviše na portalima **67%** (u prosjeku je na portalima dnevno plasirano 6 objava), a najmanje u televizijskom sadržaju (9%).



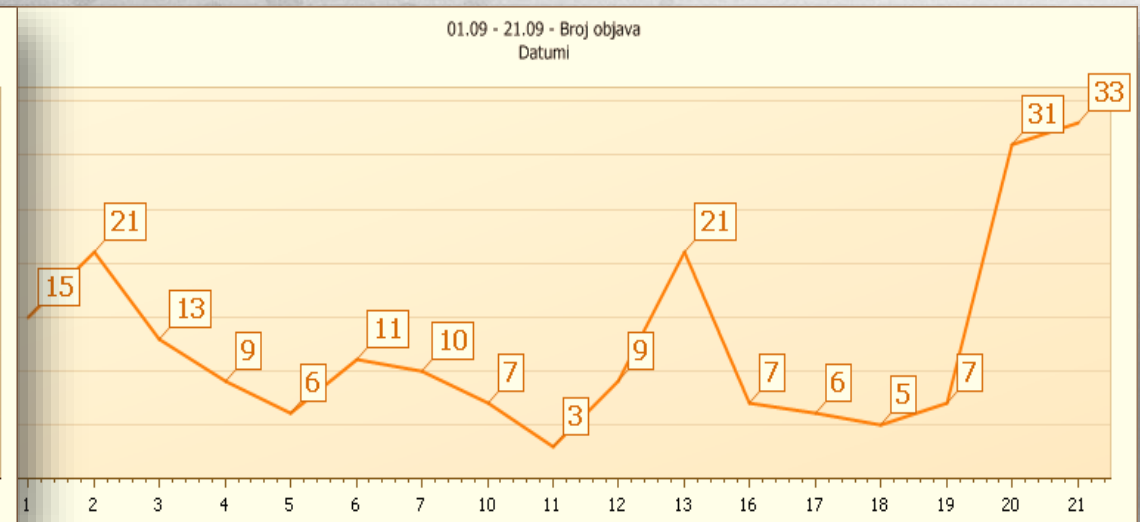
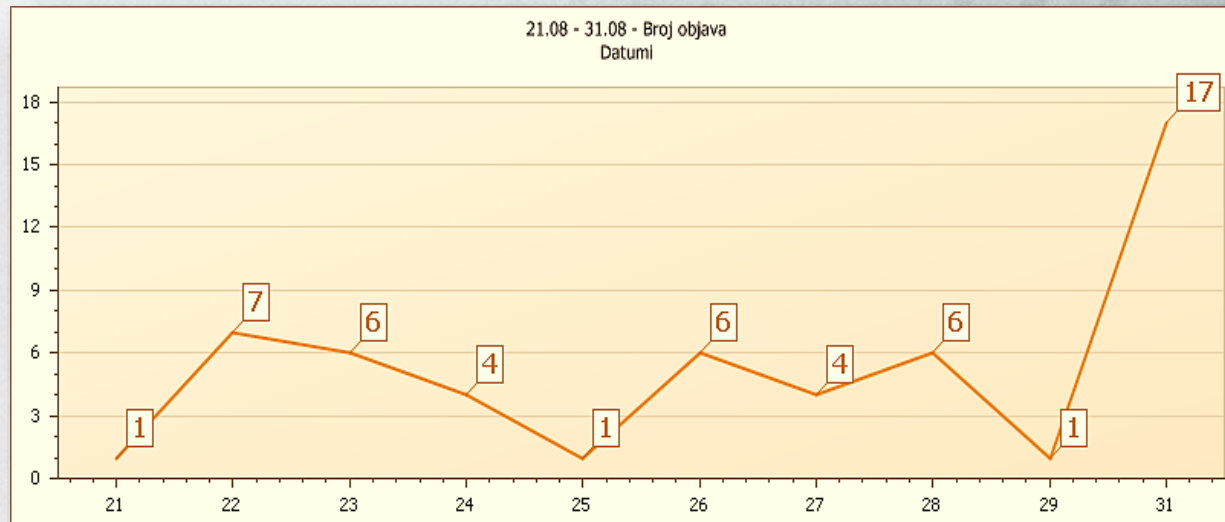
BROJ OBJAVA PO MEDIJIMA POJEDINAČNO

Najviše objava o ovoj temi bilo je na portalu *Vijesti* (13% ukupnog korpusa), u *Pobjedi* i na *TV Vijesti*, a najmanje u *Večernjim novostima*, na *TV Prva* i na portalu *IN4S*.



TREND OBJAVA

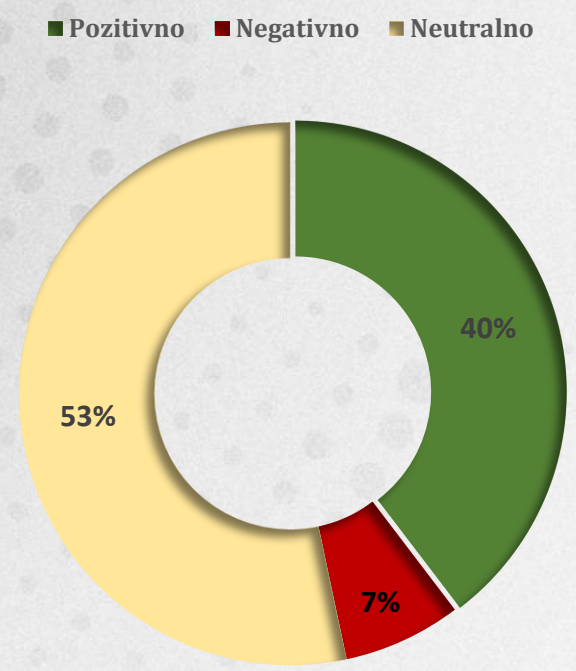
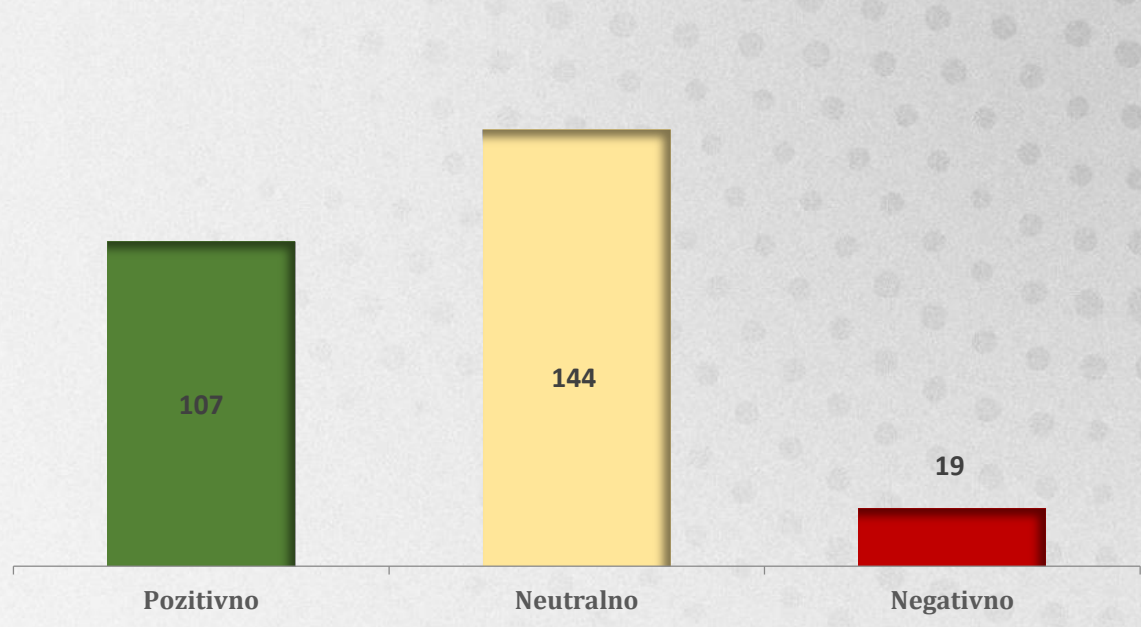
Najviše objava plasirano je 20. i 21. septembra 2019. (održavanje Povorke ponosa), a najmanje prvog dana monitoringa (21. avgust). Značajan publicitet tema je ostvarila i 31. avgusta (napad na transrodnu osobu u Kolašinu).



VRIJEDNOSNI KONTEKST – TON OBJAVA

Mediji i ostali subjekti su, u posmatranom periodu, imali dominantno **neutralan pristup** prilikom plasiranja informacija u vezi sa pripadnicima LGBTIQ zajednice.

Od ukupnog broja objava **40%** je **afirmativno**, dok je njih **7% negativno** u odnosu na LGBTIQ zajednicu.

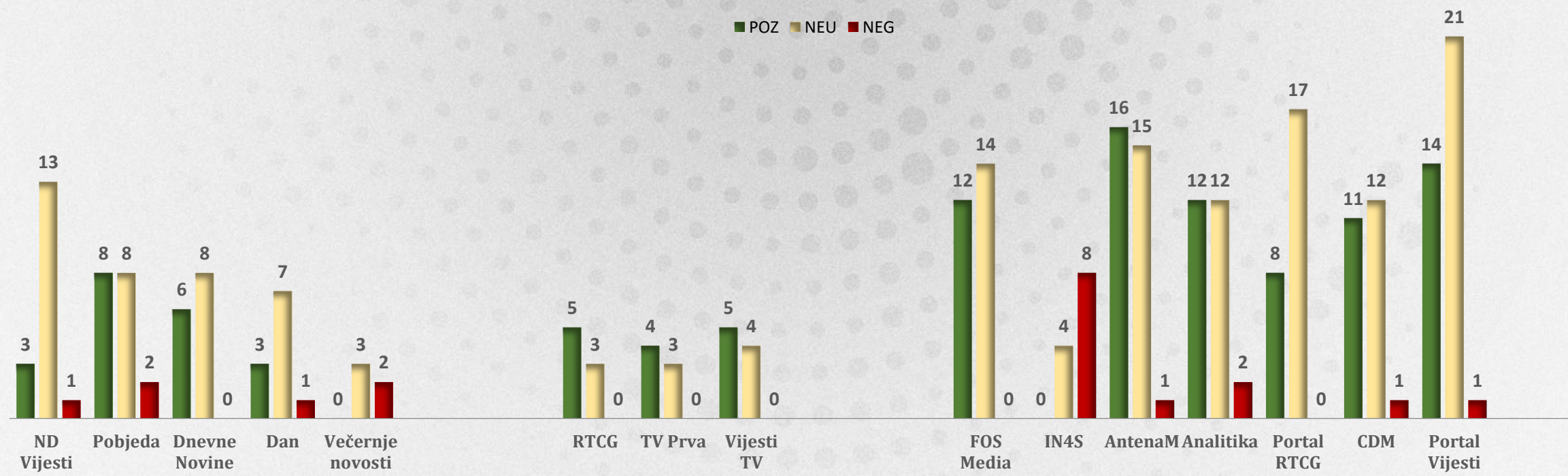


VRIJEDNOSNI KONTEKST – TON OBJAVA PO MEDIJIMA POJEDINAČNO

Na portalima *Antena M Vijesti* bilo je najviše objava pozitivnog, a na portalu *IN4S* najviše objava negativnog tona.

Posmatrano po medijima pojedinačno, najveći procenat negativnih u odnosu na ukupan broj plasiranih objava našao se na portalu *IN4S* (67%), pozitivnih na javnom servisu *RTCG* (62%), a neutralnih u dnevnoj novinini *Vijesti* (76,47%).

U televizijskom sadržaju nije evidentirano prisustvo negativnog publiciteta.

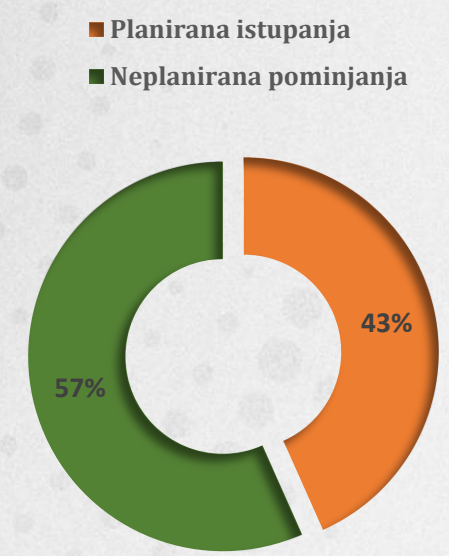
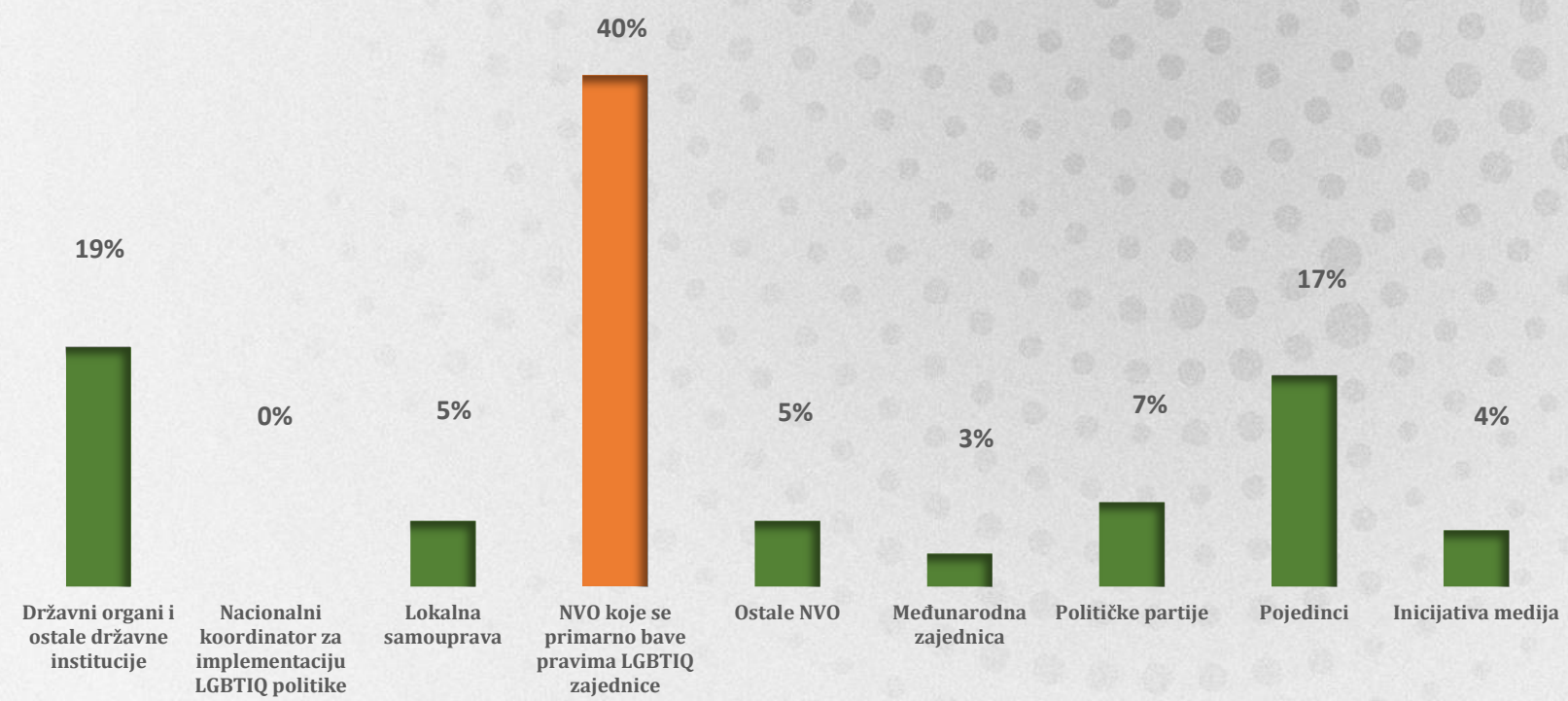


STAV INSTITUCIJA

Pripadnike LGBTIQ zajednice su u najvećoj mjeri pominjale NVO koje se primarno bave pitanjima ove zajednice (109 objava). Slijede ih državni organi i ostale državne institucije (51 objava) i pojedinci (45 objava).

Planirana istupanja NVO koje se primarno bave pitanjima LGBTIQ zajednice imala su 43,33% udjela.

Medijska inicijativa uočena je kod 12 objava (4% ukupnog korpusa) od čega najviše na portalu *Vijesti* (5) i u dnevnim novinama *Vijesti* (3).

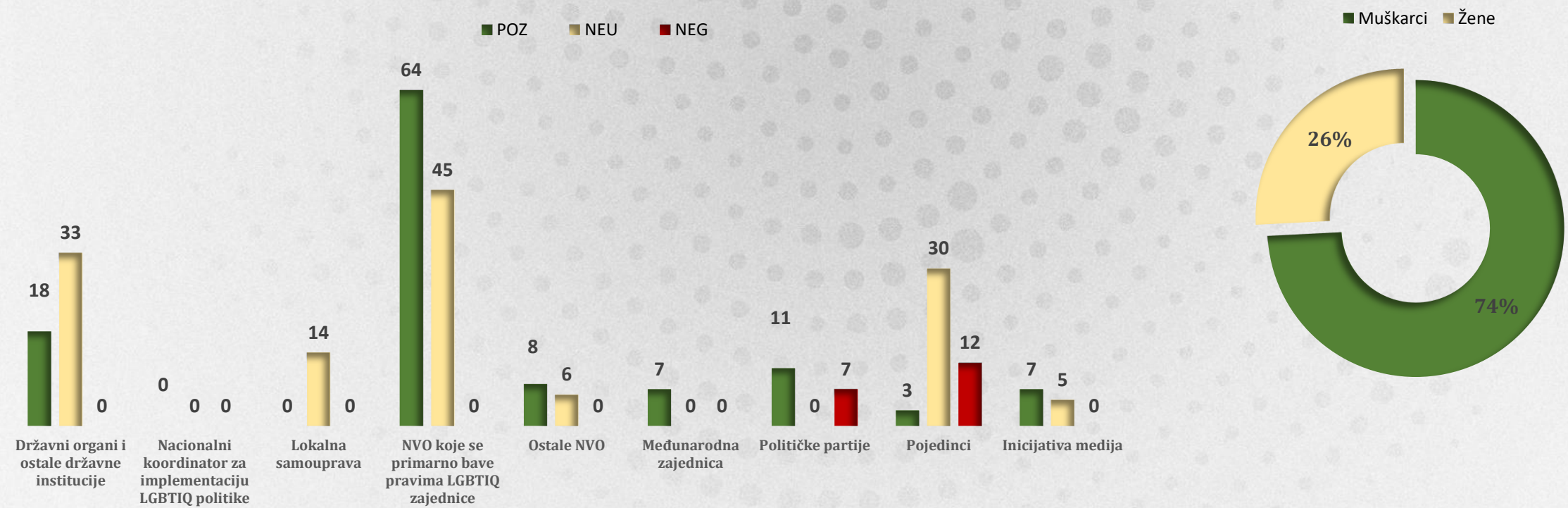


STAV INSTITUCIJA – TON OBJAVA

O temi su u negativnom kontekstu najviše govorili pojedinci i pripadnici pojedinih političkih partija.

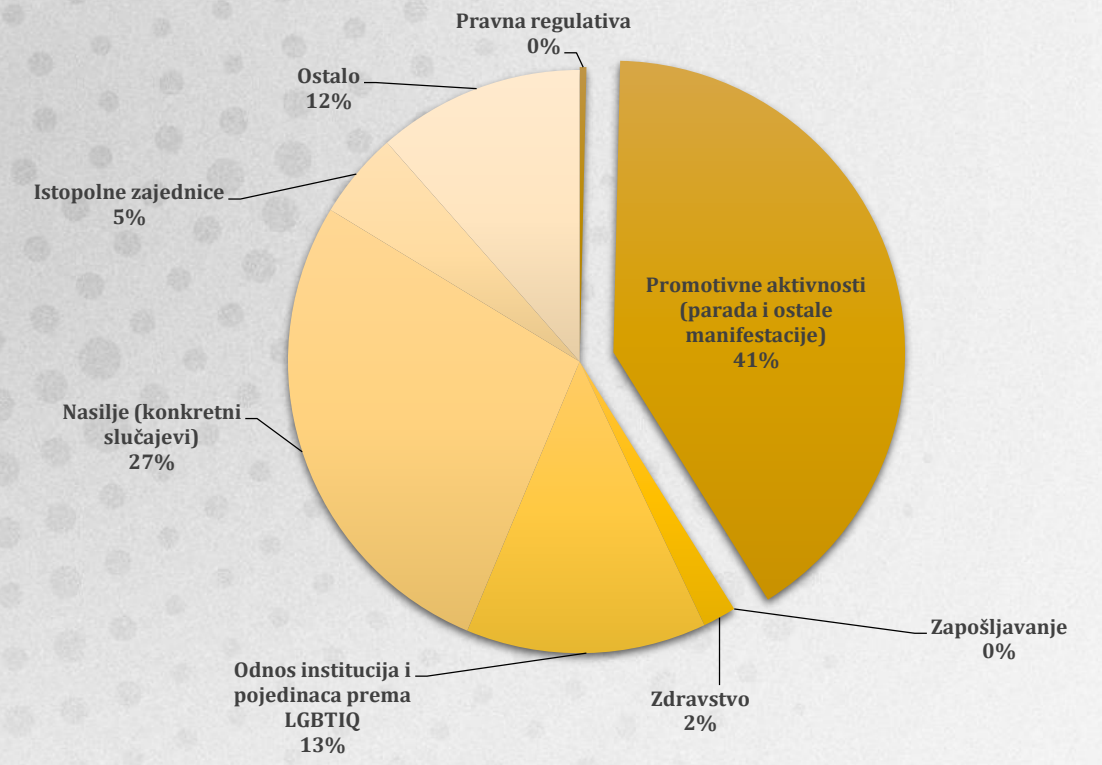
U stavu državnih organa i ostalih državnih institucija, kao i lokalne samouprave, dominiraju neutralna pominjanja.

Kod neplaniranih pominjanja LGBTIQ zajednice muškarci su se kao sagovornici pojavili u 74%, a žene u 24% objava.



TEMATSKI PREGLED OBJAVA

Promotivne aktivnosti (Povorka ponosa i ostali događaji), kao i konkretni slučajevi nasilja, predstavljaju najzastupljenije teme u ukupnom tematskom korpusu sa 41% odnosno 27% udjela. O ostalim bitnim temama za LGBTIQ zajednicu, poput pravnog okvira, zapošljavanja i slično, gotovo da se i nije govorilo.



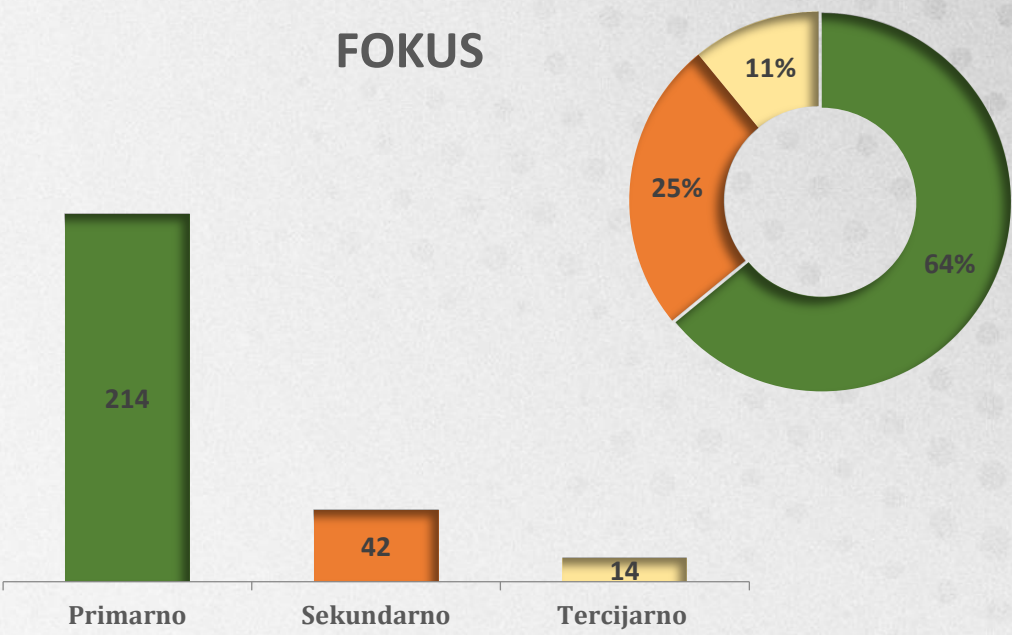
*Iako su se uoči i tokom Povorke ponosa pokrenula pitanja o životnom partnerstvu osoba istog pola, pitanje zakonodavnog uređenja, kao i odnos institucija i pojedinaca prema LGBTIQ zajednici, sve su ove teme tretirane sporadično i obuhvaćene su temom: Promotivne aktivnosti, jer je cilj ispitati koliko su ostale teme bile zastupljene u periodu prije održavanja Povorke.

FOKUS i VIDLJIVOST - odnos informacija o LGBTIQ zajednici i ostalih informacija

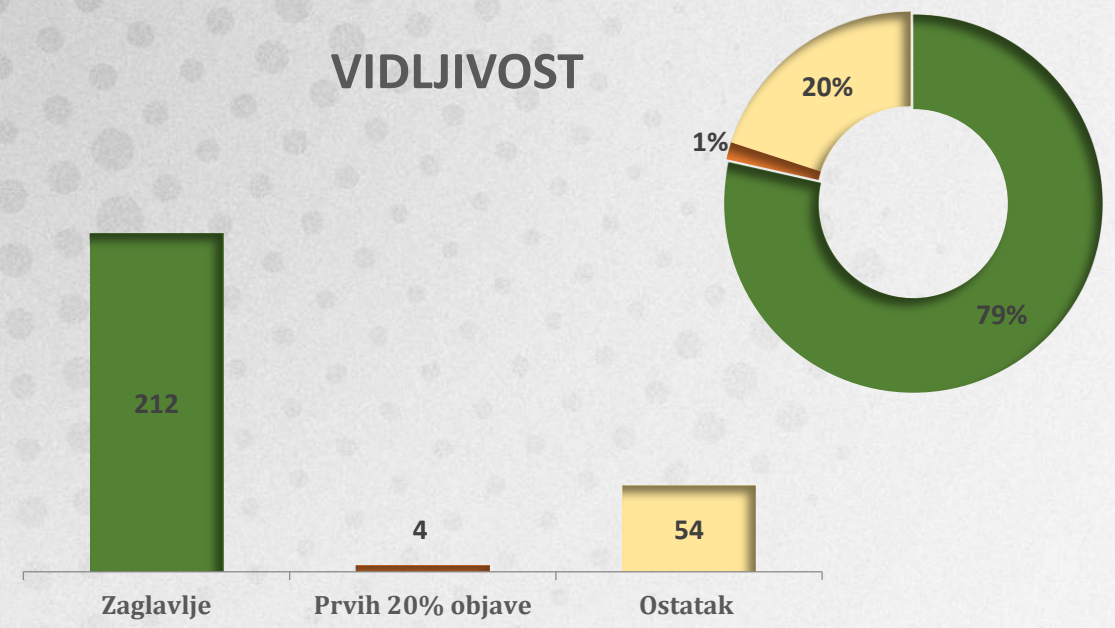
Kada mediji izvještavaju o LGBTIQ zajednici, te teme se onda u najvećem broju slučajeva pojavljuju kao primarne (64% objava u potpunosti ili najvećim dijelom obrađuje tematiku u vezi sa LGBTIQ zajednicom).

Kod najvećeg broja objava (79%) tema se našla na najvidljivijoj poziciji – u zaglavlju.

FOKUS

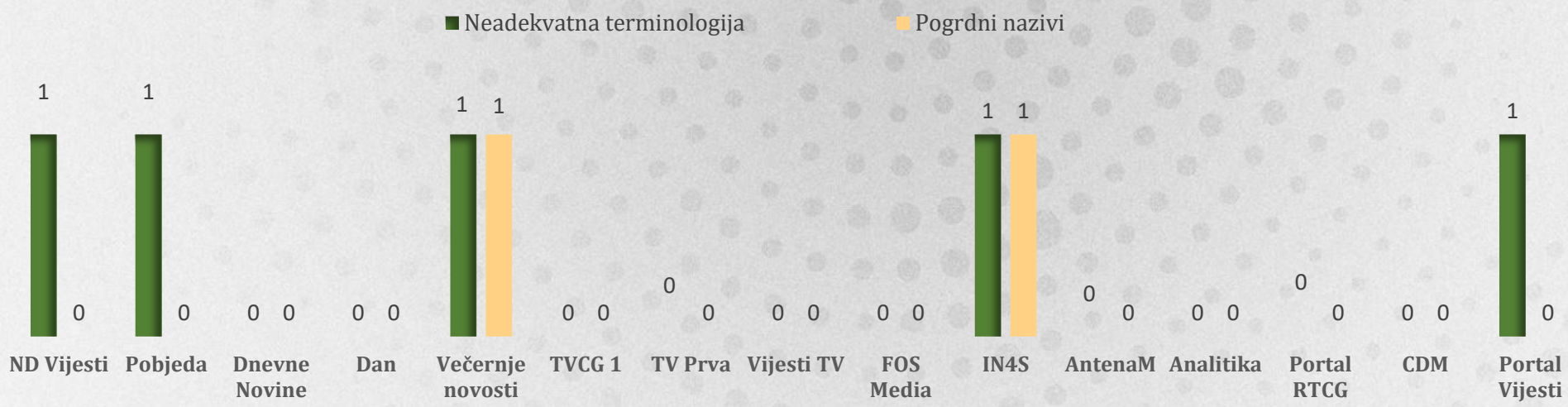


VIDLJIVOST



UPOTREBA NEADEKVATNE TERMINOLOGIJE ILI POGRDNIH NAZIVA

Kod **7 objava** primjećena je upotreba neadekvatne terminologije ili pogrđnih naziva, od čega je upotreba neadekvatne terminologije evidentirana kod 5 objava, a upotreba pogrđnih naziva u 2 slučaja.



*Neadekvatna terminologija uglavnom se odnosila na upotrebu seksualne preference ili opredjeljenja umjesto seksualne orijentacije ili se terminologija karakteristična za pripadnike LGBTIQ zajednice stavljala u drugačiji kontekst (opisivanje drugih), dok su pogrđni nazivi uključivali pominjanje termina peder i izvedenice.

