

LGBTIQ PRAVA U MEDIJIMA PRIJE, TOKOM I NAKON POVORKE PONOSA



Monitoring medijskog izvještavanja

21. avgust – 20. oktobar 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)

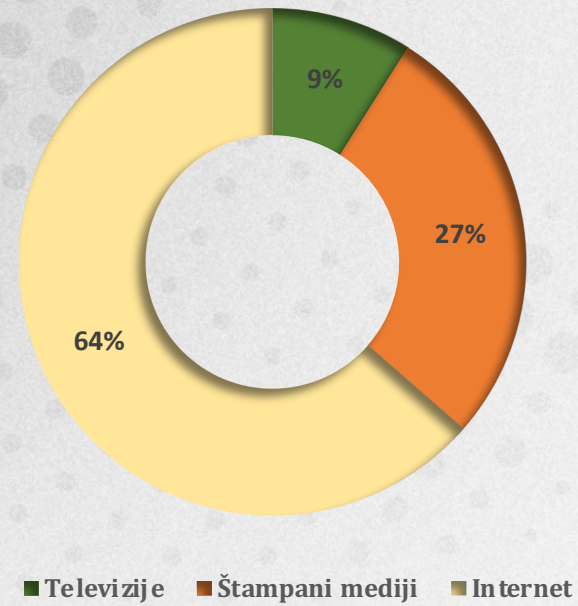
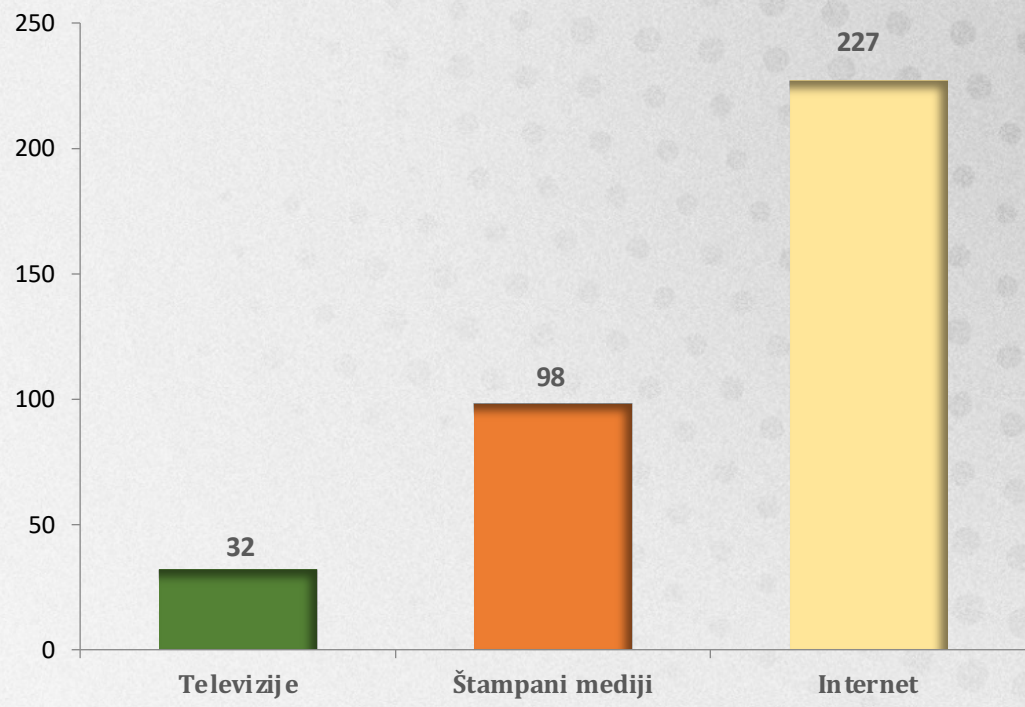
Period posmatranja: 21. avgust – 20. oktobar 2019.

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*

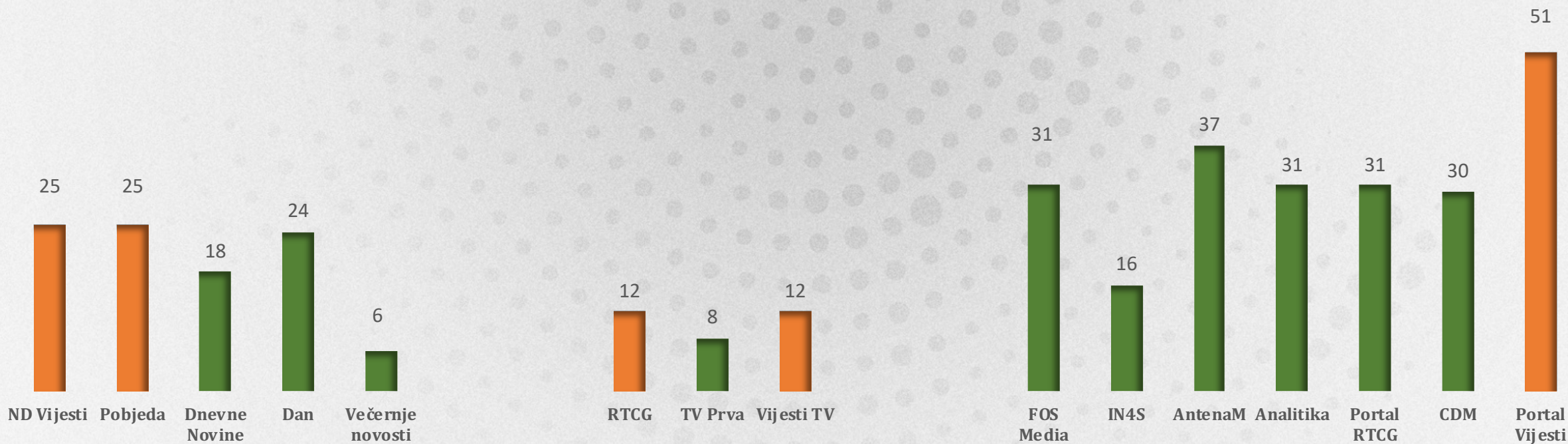
BROJ OBJAVA O TEMI

Ukupan broj medijskih objava u vezi sa LGBTIQ zajednicom, kod sve tri vrste posmatranih medija, iznosi **357 objava**, od čega je najviše plasirano na portalima **64%** (u prosjeku su na portalima plasirane 4 objave dnevno), a najmanje u televizijskom sadržaju (9%).



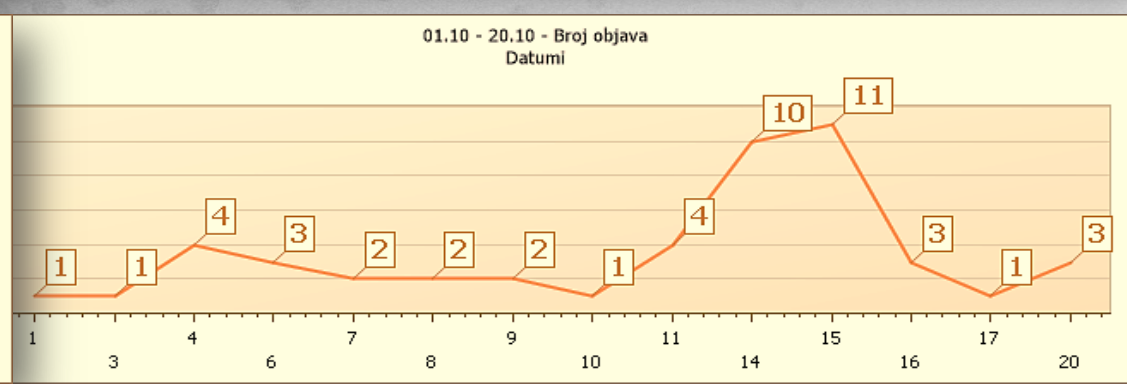
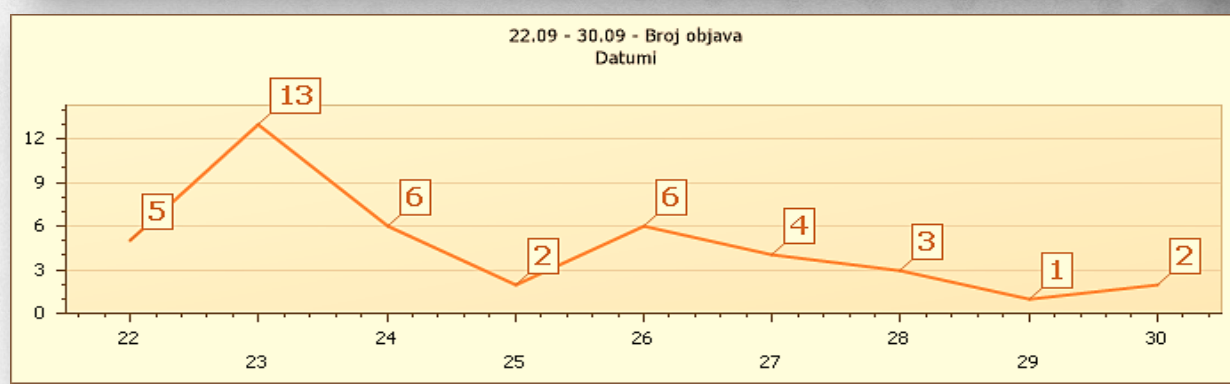
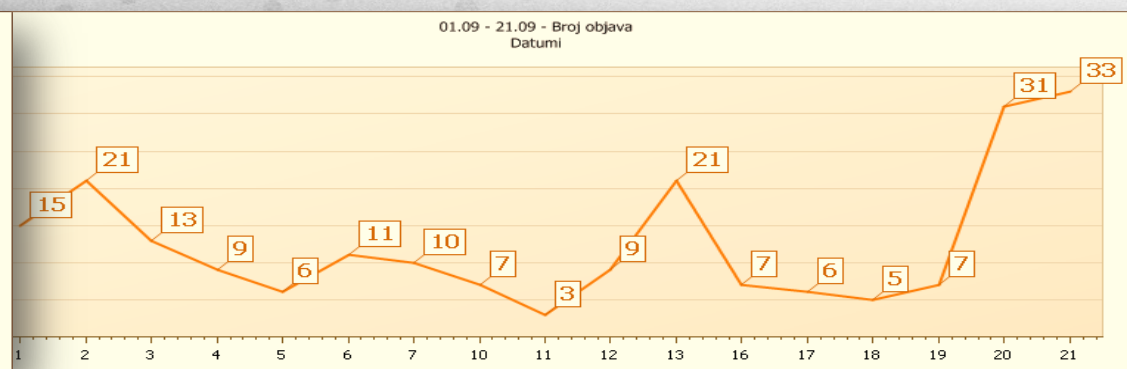
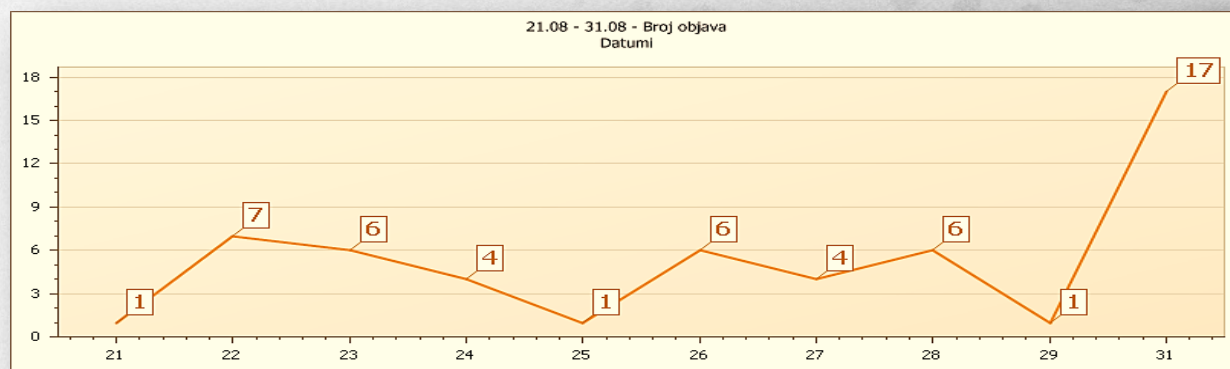
BROJ OBJAVA PO MEDIJIMA POJEDINAČNO

Najviše objava o temi plasirano je na portalu *Vijesti* (14% ukupnog korpusa). Posmatrano po vrsti medija, najviše objava u online medijima našlo se na portalu *Vijesti*, u štampanim medijima u *Pobjedi* i *ND Vijesti* i u elektronskim medijima na *Javnom servisu RTCG* i *TV Vijesti*. Najmanje objava o temi bilo je u *Večernjim novostima*, na *TV Prva* i portalu *IN4S*.



TREND OBJAVA

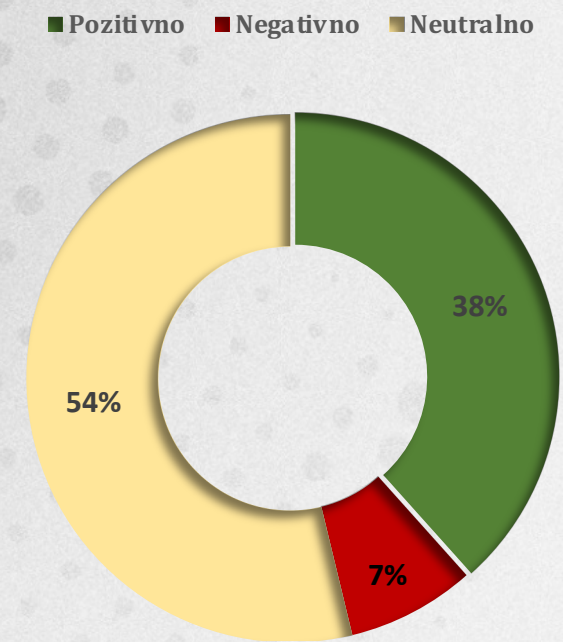
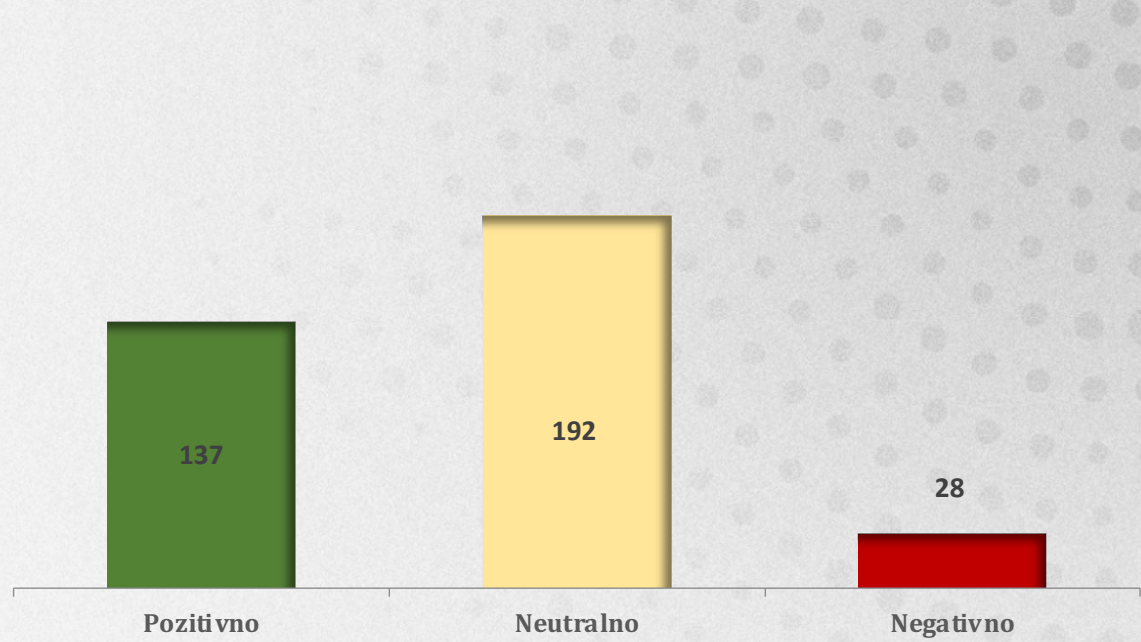
Najviše objava o temi plasirano je 20. i 21. septembra 2019. (održavanje Povorke ponosa), a najmanje prvog dana monitoringa (21. avgust). Značajan publicitet tema je ostvarila i 31. avgusta (napad na transrodnu osobu u Kolašinu).



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 **38%** je **afirmativno**, dok je **7% negativno** u odnosu na LGBTIQ zajednicu.

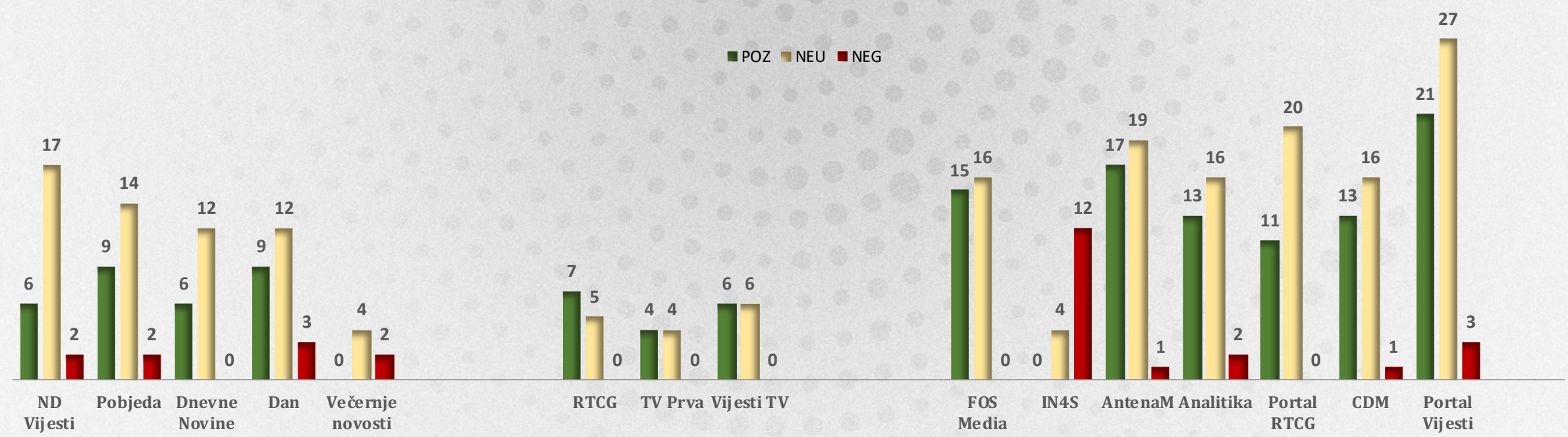


VRIJEDNOSNI KONTEKST – TON OBJAVA PO MEDIJIMA POJEDINAČNO

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

Posmatrano po medijima pojedinačno, najveći procenat negativnih u odnosu na ukupan broj plasiranih objava našao se na portalu *IN4S* (75%), pozitivnih na *Javnom servisu RTCG* (58,33%), a neutralnih u *ND Vijesti* (68%).

U televizijskom sadržaju nije evidentirano prisustvo negativnog publiciteta.

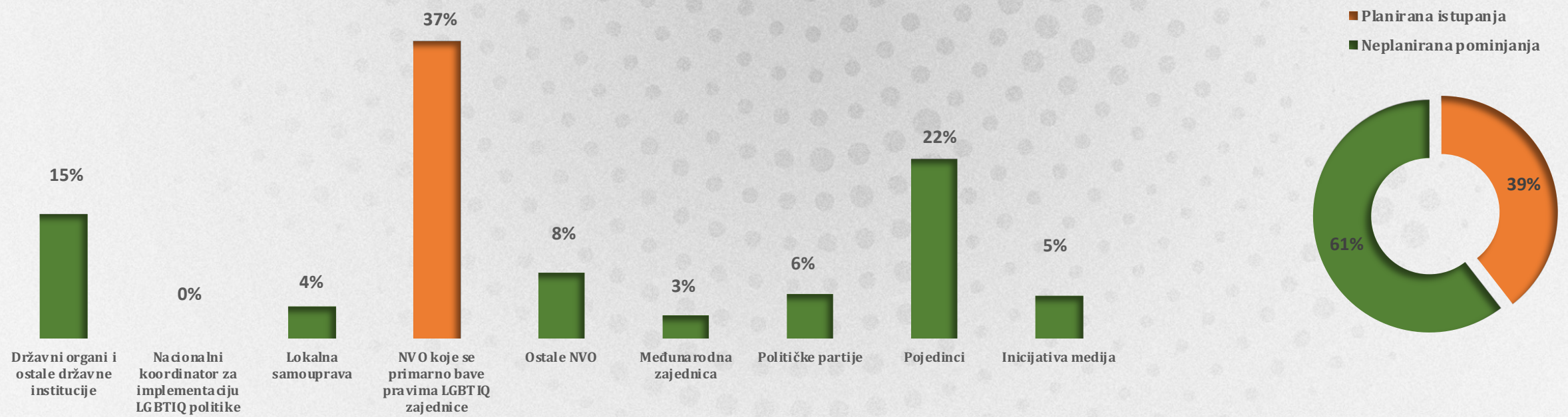


STAV INSTITUCIJA

Pripadnike LGBTIQ zajednice su u najvećoj mjeri pominjale NVO koje se primarno bave pitanjima ove zajednice (131 objava). Slijede ih pojedinci (79 objava) i državni organi i ostale državne institucije (55 objava).

Planirana istupanja NVO koje se primarno bave pitanjima LGBTIQ zajednice imala su 39% udjela.

Medijska inicijativa uočena je kod 19 objava (5% ukupnog korpusa) od čega najviše na portalu *Vijesti* (8) i dnevnim novinama *Vijesti* (5).

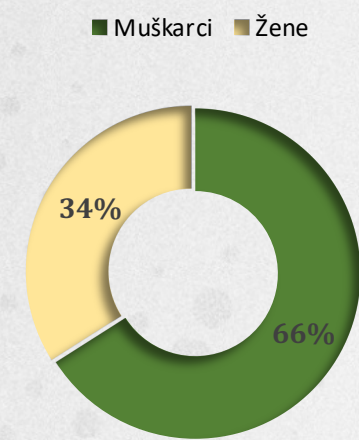
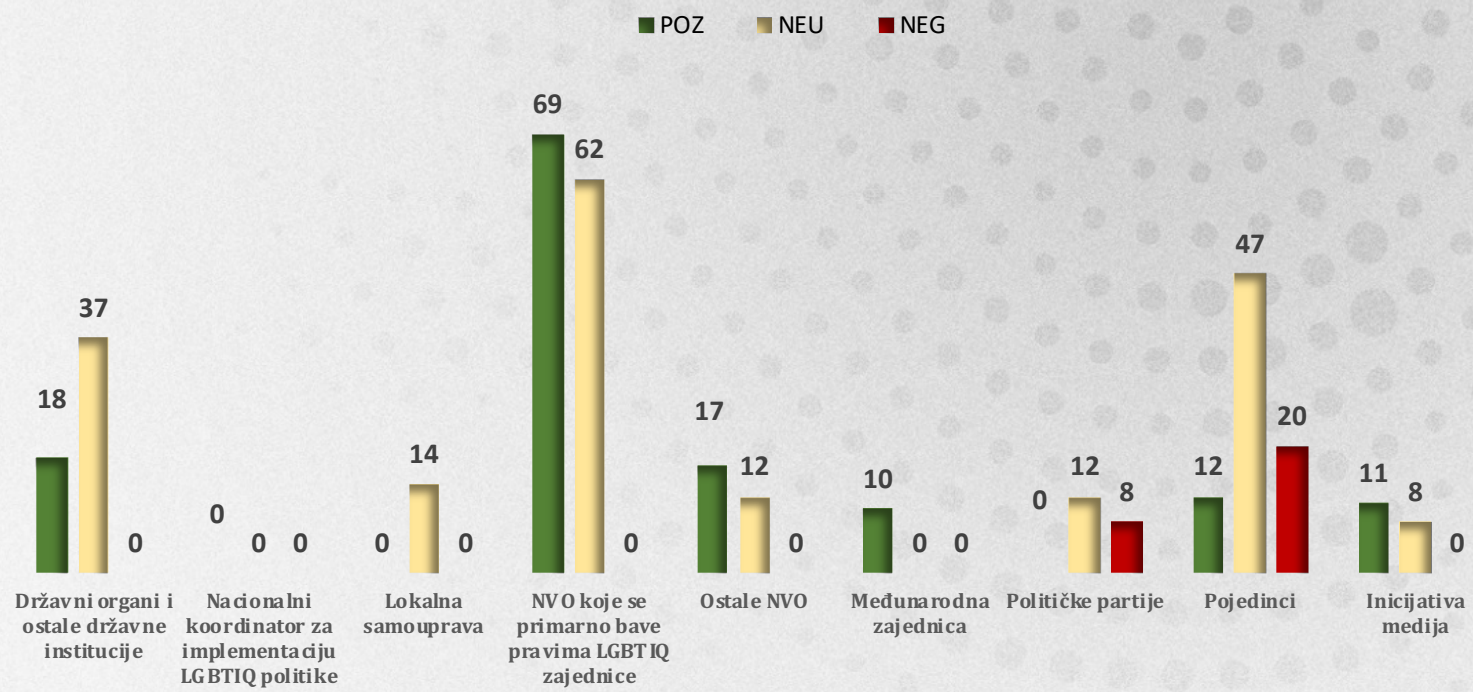


STAV INSTITUCIJA – TON OBJAVA

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.

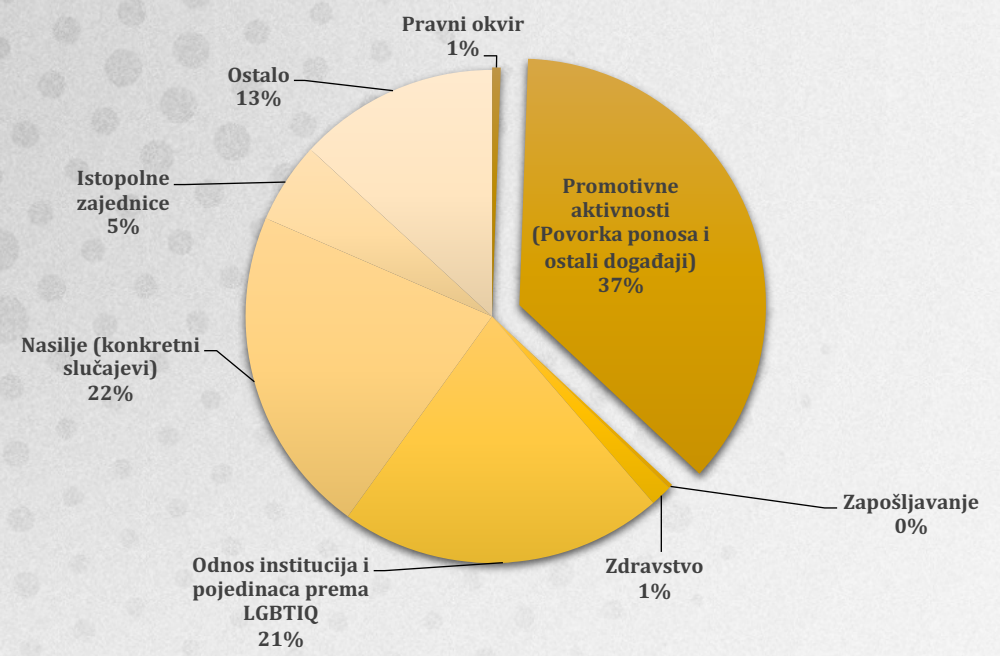
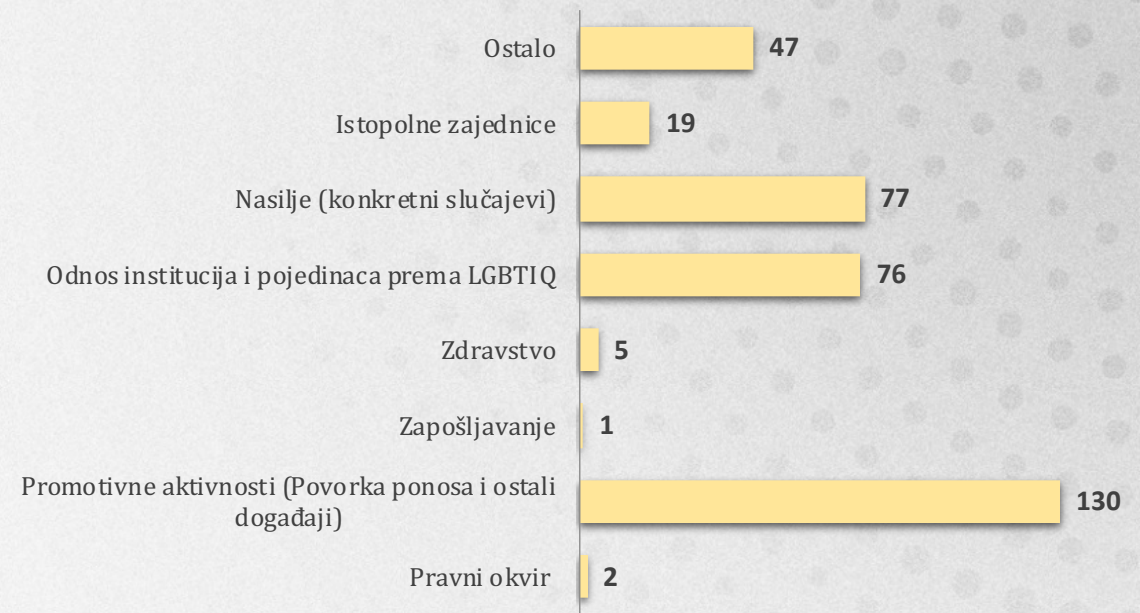
Kod neplaniranih pominjanja LGBTIQ zajednice muškarci su se kao sagovornici pojavili kod 66%, a žene kod 34% objava.



TEMATSKI PREGLED OBJAVA

Promotivne aktivnosti (Povorka ponosa i ostali događaji) kao i konkretni slučajevi nasilja, najzastupljenije su teme u ukupnom tematskom korpusu sa 37% odnosno 22% udjela. Tema koja obrađuje odnos institucija i pojedinaca prema LGBTIQ zajednici takođe je ostvarila značajan publicitet (21%).

O ostalim temama, takođe bitnim za LGBTIQ zajednicu, poput pravnog okvira, zdravstva i zapošljavanja gotovo da se i nije govorilo.

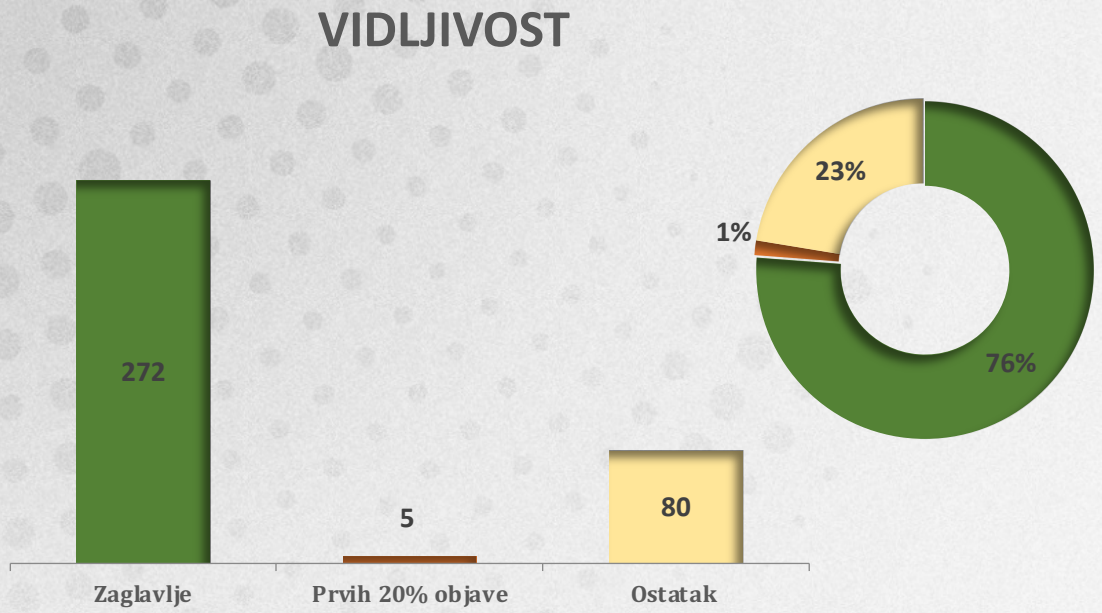
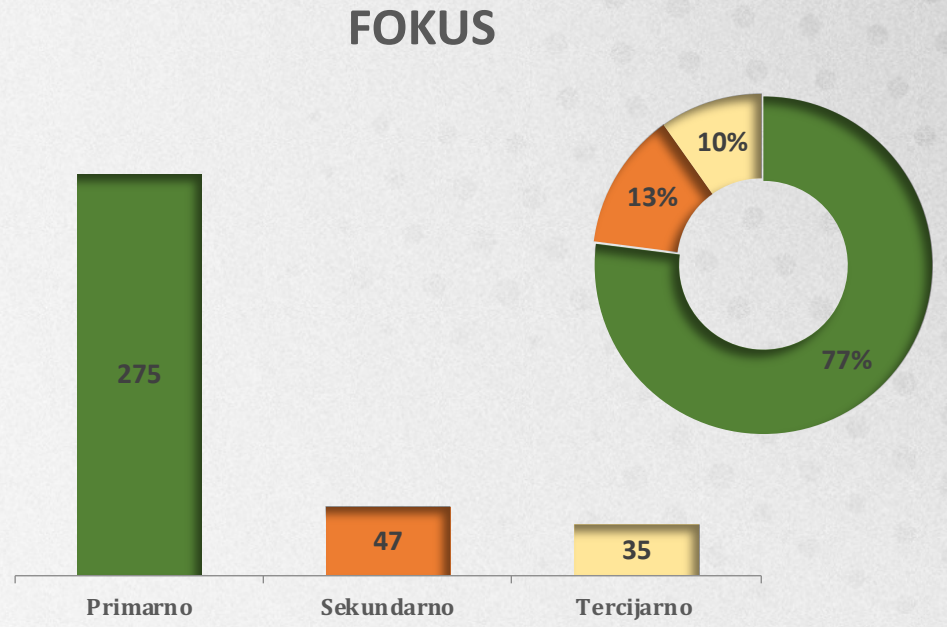


* Iako su se uoči i tokom održavanja Povrke ponosa pokrenula pitanja o životnom partnerstvu osoba istog pola, pitanje zakonodavnog uređenja kao i odnos institucija i pojedinaca prema LGBTIQ zajednici, sve su ove teme tretirane sporadično i obuhvaćene su temom: Promotivne aktivnosti jer je cilj ispitati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

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

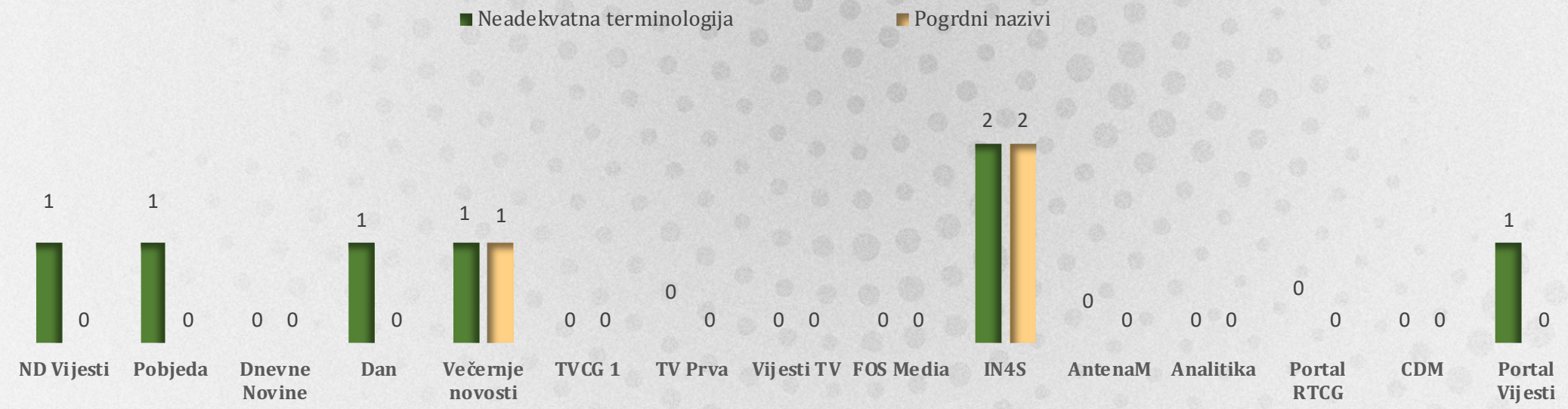
Kada mediji izvještavaju o LGBTIQ zajednici, te teme se u najvećem broju slučajeva pojavljuju kao primarne (77% objava u potpunosti ili najvećim dijelom obrađuje tematiku u vezi sa LGBTIQ zajednicom).

Kod najvećeg broja objava (76%) tema se našla na najvidljivijoj poziciji – u zaglavlju.



UPOTREBA NEADEKVATNE TERMINOLOGIJE ILI POGRDNIH NAZIVA

Kod **10 objava** primjećena je upotreba neadekvatne terminologije ili pogrđnih naziva, od čega je upotreba neadekvatne terminologije evidentirana kod 7 objava, a upotreba pogrđnih naziva u 3 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.

