

2014年彩虹媒体奖媒体监测年度报告

——2013年11月到2014年10月



制作：中国彩虹媒体奖

出品：中国彩虹媒体奖

第一部分 研究背景与研究设计

本报告是由中国彩虹媒体奖制作和出品的性少数媒体监测报告。本次报告抽样主要选取了中国主流门户网站新浪网在2013年11月到2014年10月期间所发表的国内媒体报道的与性少数有关的全部报道，并参考网易、腾讯等门户网站的样本。本报告力图分析这些报道的报道方式及潜含的价值观念及作用，从而揭示大众媒体对同志报道的特征，以及报道背后的媒体常规，并由此探讨民间同志组织未来对大众媒体的传播、倡导策略。

一、大众媒体对同志报道的当前现状

随着同志能见度的不断提升，媒体的报道中不仅是发现同志的敏感度上升，而且越来越多的媒体可以开始保持审慎和客观、中立的态度，甚至一些对LGBT有比较全面认识的媒体可以产出一些LGBT友好的、倡导多元与平等的正面报道。

然而，对LGBT议题的报道还是对媒体人提出了挑战。首先，我们生活在一个“异性恋模式1”中心的社会，在报道LGBT人群尤其是亲密关系时，会用性别二元下建构的的异性恋模式去看一个陌生的群体，由此造成了一些误解、偏见和迷思，多元性别知识的缺乏也会使得不时出现错误；其次，由于缺乏平等意识和很多时候报道的视角要么迎合大众采取猎奇、夸张的手法进行报道，要么在报道的话语中采用居高临下的姿态，强调LGBT和“正常人”是一样的或是要提高对LGBT人群的“容忍”度等；第三，由于长期以来，性少数群体都处于边缘，或是失声，由此造成了群体内的很多问题。在逐渐被大众看见和接纳的过程中涉及到了政治、经济、文化、婚姻家庭、宗教信仰等多方面的议题交叉，在向内重构同志社群文化的同时，也向外激发了争议和讨论；媒体在报道时，由于性别视角和权利意识的缺乏，或是不一定能去做一个客观、公正的报道，或是报道深度不足，没有探寻背后的社会、文化、制度交错的动因。

媒体在当前的文化环境下，是传播的重要载体，也对社会文化和人们的思想观念产生深刻的影响。让媒体走进和了解同志，让同志和媒体建立良好的联系从而增强同志群体的发声力度，既是彩虹媒体奖的宗旨和目的，也是当下同志运动必须要做的事情。

二、何为有社会价值的LGBT媒体报道

有社会价值的LGBT媒体报道，是我们希望倡导和推进的，我们认为，有价值的LGBT报道可以从以下三个维度来衡量：

客观：媒体应该对同志群体与议题进行客观公正的再现，而不是迎合歧视、恐同的观点和猎奇的心理。同时也要直面同志群体的迷思和问题。

平等：媒体应该平等地看待同志群体，既不特殊化，也不刻意贬低，在客观反映实际情况的基础上树立平等理念。

多元：媒体应该在报道有关LGBT群体的人群、社区、议题时，关注他们的生活和文化的方方面面，看到这个群体内部的多元，倾听和报道更多边缘的声音。

三、研究对象和研究意义。

中国彩虹媒体奖通过长期观测LGBT群体媒体报道，试图去真实、全面了解同志群体媒体报道的状况。过去由于对同志议题媒体报道的现状缺乏观察与统计，没有从报道来源、报道形象、报道议题、报道态度等方面来全面审视大众媒体对同志议题的报道，没有从局部到整体的长期监测结论，缺乏实证基础，因此，很多媒体行为都是对零散的媒体报道案例进行沟通与倡导。

因此，建立LGBT议题媒体报道数据库与监测分析的研究的目的和意义不仅是学术，也是与媒体倡导的结合：以研究结果作为证据，揭示报道中存在的问题，从而与大众媒体沟通，促进大众媒体的改善，同时也帮助民间同志组织制定针对性的、有效的行动策略。而且，媒体监测与媒体工作者培训、同志议题的社会宣传推广是彼此相互密切关系的关系。

因此，本研究的意义不仅在于揭示媒介对同志议题的报道状况并反映出它们“报道了什么”、“报道了多少”以及“是怎样报道的，基于怎样的思路和态度”，也在于帮助民间组织在深入了解大众媒体的基础上，评估既有的传播成效，反思以往的媒体策略，为社区广泛开展媒体行动提供实证的基础。

本报告主要基于新浪新闻平台，同时辅以网易新闻、腾讯新闻、财新网、南都网等平台的补充，以“同性恋”等关键词来搜索主流媒体的相关报道，从报道立场、事件类型、报道范畴、报道主题等方面出发分析主流媒体对LGBT新闻的报道，从而探索和讨论LGBT机构媒体策略，从另一方面也希望以此作为与大众媒体进一步对话的基础，让媒体加深对LGBT的全面了解，以备在努力消除对LGBT不公正报道的共识前提下，商讨改善相关报道的方向，进而能够产出更多有价值的报道。

本次报告的搜索数据时限：2013年11月-2014年10月

搜索的报道范畴：社会民生类、文化娱乐类、法律政策类、科学普及类

搜索的报道主题：

名人与同性恋

同志婚姻与亲密关系

恐同报道与性向治疗

HIV艾滋与LGBT群体

LGBT青年

LGBT在职场与其他社会领域

LGBT与犯罪有关报道

LGBT权益、反歧视与LGBT组织

其他

LGBT文化评论及相关作品

其中LGBT文化评论及相关作品是新增监测内容，主要指和LGBT相关的文化评论、探讨以及主要对LGBT相关作品进行的报道。而经济、游戏、时尚等方面与LGBT相关的报道，目前被纳入在“LGBT在职场与其他社会领域”主题下。

搜索的报道对象：

男同

女同

LGBT（未分类）

其中，对于专门报道双性恋、跨性别、间性人、变性人的报道，由于报道数量方面的考虑，在报告中放入LGBT分类当中，但是在具体的监测里，我们已经将群体的特殊性考虑到并会在接下来的报告当中呈现出来。

四、研究视角

本次监测试图回答以下问题：

- LGBT事件和话题，这些事件和话题的具体情况是怎样？
- 事件和话题是如何报道这些事件/话题的，例如，有多少数量和篇幅，采用何种体裁，将其置于什么位置，让谁在其中发言，如何描述相关的各种情节？呈现了LGBT及其内部各个群体怎样的形象？是否提供了有助于推动同志反歧视的信息和知识？
- 媒介对同志事件/话题的报道是否符合民间LGBT组织的观点和主张，报道的作用是正面的还是负面的？
- 这些报道的总体状况反映了怎样的媒体常规？
- 从而，结合民间同志组织以往的工作经验，如何进一步改善未来的传播策略？

五、研究方法

本报告以季度报告为基础，结合季度报告中有代表性的报道和综合性的数据，盘点这一年度发生的有代表性和影响力的同志新闻报道特点，与去年的报道特点进行比较，分析其中的变化和趋势，并提出LGBT议题媒介传播行动中需要反思和面对的问题。

季度报告结合定性方法与定量方法，通过文本分析对传播内容进行细读，揭示出传播内容在一定语境下潜在的观念和意义，并对报道的立场和观点、主题等进行质性研究。再将这些性质化为数项指标，进行横向、纵向以及交叉的比较分析，从而从力图揭示传播内容的实质及趋势。选择部分具有典型性的报道作为案例，在内容分析的基础上进一步指明大众媒介报道的倾向性和价值作用所在。

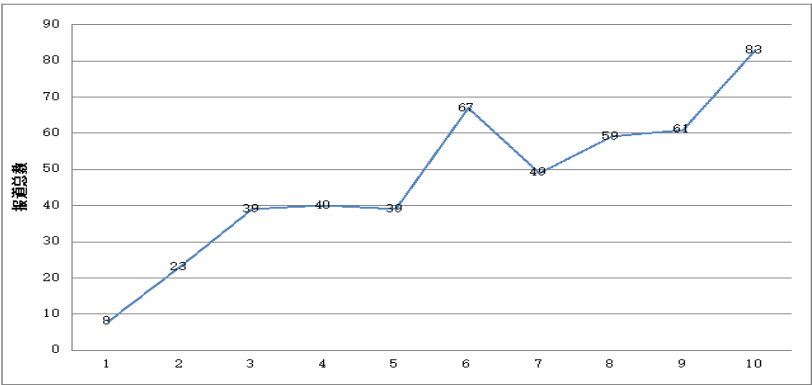
第二部分 内容分析

（1）报道量

2013年11—12月，媒体报道了约128篇关于LGBT人群的报道，2014年截止10月，共监测到468篇关于LGBT的报道，一共收录的报道是596篇。根据2013年度报道，2013年度1—10月报道283篇报道²，增长了110%，这个速度是十分惊人的。从结构上看，报道主题

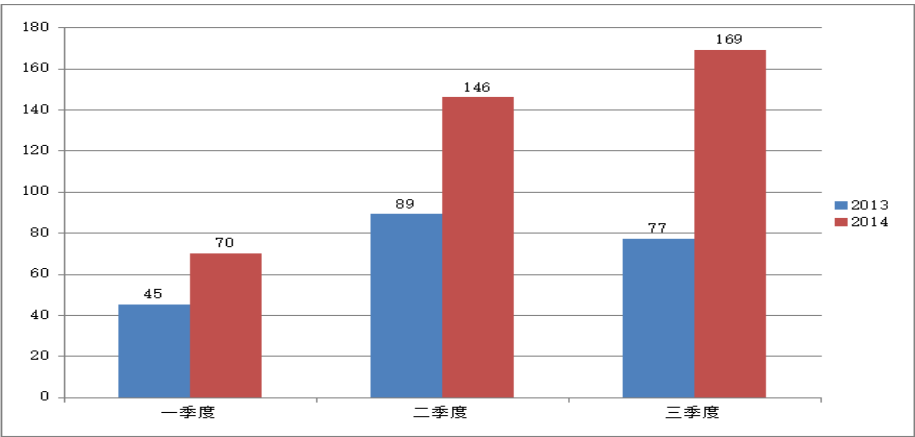
和内容都在扩张和延伸，报道数量的高峰期不再局限于少数的几个月份，从2014年6月份开始，每个月都有较高的报道数量。

图1 2014年1-10月媒体报道数量变化



一般来说，6月由于是全球LGBT骄傲月，所以主流媒体会比较多地呈现相关报道，之后回潮。而今年第三季度，相关报道不降反增。十月份的LGBT新闻报道延续了这一趋势。另外从季度看，每一季度的报道数量也同比呈现大幅上涨的趋势，这不仅说明LGBT的议题在不断地丰富和拓展，也说明关注LGBT群体的媒体越来越多。

图2 2013-1014年度报道数量的季度比较



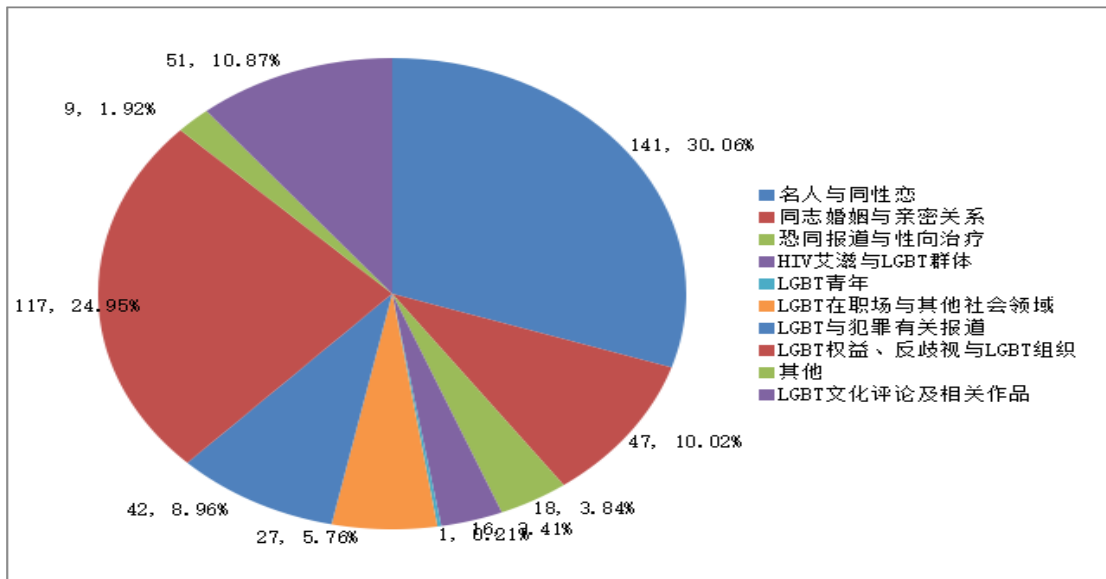
(2) 报道主题与报道范畴

2014度总共486篇报道中，各报道主题分布如下：

- 名人与同性恋主题的报道为141篇，占比30.12%
- 其次是LGBT权益、反歧视与LGBT组织方面的报道，共有117篇报道，占比25%
- 其他主题报道由多到少依次为：
 - LGBT文化评论及相关作品主题的报道，共51篇，占比10.89%
 - 同志婚姻与亲密关系方面的报道，共47篇，占比10.04%
 - LGBT与犯罪有关方面的报道，共42篇，占比8.97%
 - LGBT在职场及其他社会领域主题的报道，共27篇，占比5.76%
 - 恐同报道与性向治疗主题的报道，共18篇，占比3.84%
 - HIV艾滋与LGBT群体主题的报道，共16篇，占比3.41%

LGBT青年主题的报道，共1篇，占比0.21%

其他（即均不在所列主题中的）主题报道9篇，占比1.92%



在报道范畴的分布上，文化娱乐类报道206篇，占总体的44.01%，社会民生类报道195篇，占总体的41.66%，法律政策类报道55篇，占总体的11.75%，科学普及类报道12篇，占总体的2.56%。

首先我们看到，娱乐八卦类报道占据了报道主题的首位，这与2013年的报道特点是相同的。但是报道的分布格局已经发生了显著的变化，从2014年第二季度开始的，文化娱乐类报道与社会民生类报道平分秋色，在报道主题的分布之中，文化娱乐类报道中最多的主题是“名人与同性恋”即公众人物与LGBT相关的新闻，之前多为传闻或绯闻，而现在这一类目当中占比最多的则是名人出柜一类新闻，比如10月底，由于苹果CEO库克出柜，相关的原始报道就有将近20条之多，转载量更是天文数字。紧接着的11月初，一直到11月10日左右，这一事件都是热议话题，围绕着库克出柜，不仅娱乐和科技界、商业界大做文章，就连游戏、时尚、公益倡导等领域都产生了诸多围绕这一事件的报道和论述。文娱类报道中，之前几乎只有“名人与同性恋”即明星八卦内容，从第二季度开始，媒体报道中加入了更多关于同志文艺或文化现象的探讨，所以新增了一个报道主题：“LGBT文化评论及相关作品”，这一主题报道自涌现后增速迅猛，第三季度的相关报道已经占到了15%以上。全年的报道总量为51篇，占总体的10.89%，在全部的话题统计中居于第三位，这一趋势说明，同志文化作为社会多元亚文化的一支已经被充分地看到和呈现，而且这一趋势将会继续下去。

社会民生类报道在2014年与文化娱乐类报道平分秋色。分别占比44.01%和41.66%，这一类的构成比较复杂，既有关于全球的同志权益、同志运动方面的报道，也有涉及民生方面的犯罪、亲密关系（包括伴侣关系与家庭关系）等的报道，就总体而言，权益和反歧视类的报道是比较多的，而且报道的立场和视角也产生了一些变化，讲述亲密关系和犯罪的报道从构成上来说数量大体相当，其中“同志婚姻与亲密关系”主题的报道题材一类是同性伴侣的亲密关系和跨性别、变性人等群体的多元性别家庭，另一类是同志人群的家庭接纳，同志父母的心路历程等。

（3）报道立场与事件类型

本年度监测到的468起同志新闻中，从报道立场，即“采用什么视角去呈现”这一方面来看，以正面立场报道的有201起，占总体的42.94%，以负面立场报道的有53起，占总体的11.32%，以中性立场报道的有214起，占总体的45.72%。而从被报道的事件类型即“事件本身如何”这一角度观察，被报道的正面事件为232起，占总体的49.57%，负面事件为107起，占总体的22.86%，中性事件为129起，占总体的27.56%。从总体上而言，负面角度的报道只占10%左右，新闻中呈现出来的整体环境比较好。

但如果对各项指标进行比较，情况就不仅如此了。

在正面的事件中，约有13.36%以中性视角报道了出来，如果刨除第三季度及十月份大部分正面事件都被正面报道对数据的影响后，那么在2014年上半年中大约有30%左右的正面事件都被以中性视角报道，这之中的差别，正如我们的第二季度（4-6月）报告中指出“正面事件数量和正面报道立场数量之间的差异说明很多正面事件，大众媒体在进行报道时更多地倾向于用中性立场报道是因为对同性恋的合法性有所顾虑，也许离真正的‘客观公正’还有一段距离。”

这一点在第三季度的报告当中被翻转，大量的正面事件开始被正面报道，十月份的报道中，83条报道中有44件正面事件，而被正面报道的事件有43起，而若对其中的报道进行分析，如8月新闻中，针对“同性恋矫正治疗”一案的报道就有4条之多；针对广州同城对教科书的调查，有2条以上的报道；而世界同性恋运动会上，中国唯一代表选手流逝夺得银牌的消息也频频见诸报端，十月份除了库克出柜之外……通过以上事实可以发现，第三季度的这一可喜进步既是媒体对同志的认知度进一步提高的结果，也和同志组织及社群活跃分子的努力分不开。

在对负面新闻的处理当中，媒体也开始更多的采用中性立场和视角进行报道。有一半的负面事件用中性立场进行报道。负面事件中并不一定被负面报道，这说明媒体对发生在同志群体身上的负面事件，开始学会将性身份与犯罪脱钩，以免加剧对同志的刻板印象。虽然会提及受害人或加害人的同志身份，但不一定在报道中对性取向和犯罪事实进行对应。然而这种恶劣的贴标签，将犯罪和性取向联系起来的报道方式仍然会在报道中体现出来，

这说明在一些公共事件发生之时，同志群体一方面要敢于发声，一方面也要运用更积极的媒体策略，用更主动的态度对媒体进行倡导。

（4）报道对象及其形象

本年度男同共被报道151次，占总体的32.26%，女同被报道63次，占总体的13.46%，报道LGBT群体255次，占总体的54.48%，相当于男同被报道3次，女同才有一次被报道，在媒体的呈现当中，女性的身影更少是不争的事实。

之所以大众印象中的同性恋等同于男同性恋，除了男同性恋被更多的看到和报道外，其实和整个社会的性别文化也有关系，一个群体，在不强调女性身份的时候，往往被自动认为是男性的，尤其是在一些对LGBT群体不分类的报道当中，代言的也往往更多是男性，或呈现的形象更多的是男同性恋。这种现象既有历史的因素，也与不同社群的特点有

关，同时，还与女性长期在性别社会化的过程当中，更加不被鼓励去主动表现和发声有关，以及文化当中对女性主体性有意无意的轻视。

但从另一个角度看，媒体呈现的男女同性恋的形象是不一样的，在男女同性恋被报道的主题中：

首先对于男女同性恋的报道都是以名人八卦为多。虽然从整体上看权益类报道与日俱增，但是这类报道往往是针对LGBT群体来说的，通常并不单独针对男同或女同，所以文娱报道相应地占据了更高的比例。而文娱类的LGBT文化报道中，女同的文艺作品相比男同还是较为弱势，当下“搞基”、“耽美”等文化现象十分流行，文化、演艺行业也从来都不缺LGBT群体的身影，但是优秀的LGBT作品中，反映男同或是以男同为蓝本的数量多于女同是不争的事实。而犯罪类报道中呈现的男女同性恋形象也有差异，男同犯罪多半和HIV相关，罪名多和诈骗、抢劫、杀人有关，或是和同妻问题相关。而女同犯罪报道则多半和感情纠纷有关。这在无形当中，也迎合了大众“男同生活比较混乱，拉拉就比较重视精神”的刻板印象。

今年还涌现了一些专门针对跨性别、双性恋、间性人等“边缘中的更边缘”群体的报道，包括视频影像类和英文类报道后，单独关于双性恋的报道为11次，单独关于跨性别的报道25次。但是媒体呈现的形象也各有不同。

对跨性别的报道中，一方面媒体更多地强调接纳和宽容，同时也具有对弱势群体生存现状的关怀。但另外一方面说，由于跨性别的生存境况与大多数人是不同的，报道中对于ta们生存状况的描写着墨重，对于背后的因素，社会的歧视论述少。

而在对双性恋的报道中，名人八卦多半将双性恋与“殴打经纪人”、“感情观随便”或“不负责任”等联系起来，尽管这些其实与性取向没有必然关系；而犯罪类报道和以往报道同性恋犯罪的惯性一样，将性取向与艾滋、犯罪等联系在一起。媒体中目前呈现的双性恋主要还是滥交、花心等不符合实际的形象。

本次报告的抽样来源并不完全，但根据门户网站（新浪）的报道，辅以网易、腾讯、南都网、财新网的样本分析，并结合监测结论如下，

文化娱乐类报道与社会民生类报道占据了媒体对LGBT群体报道的主要部分，这两个部分占据了90%以上的报道空间，科学普及和法律政策类报道则作为补充。这说明现阶段国内的同志平权运动反映在社会上，还远远没有达到改变法律政策层面上，主要还是在文化环境和思想观念上进行着推动。

民间同志组织的倡导作用开始显现。今年的同志新闻报道有两个重要的转变：一是从之前主要以文娱报道为主转变为文娱和社会新闻平分秋色共占大头；二是正面事件被中性视角报道的比例大大降低，大部分正面事件开始能够被予以正面的肯定。这离不开民间同志组织媒体策略的成长和进步，也离不开民间组织对LGBT平权在各个层面上的推动和贡献。但是新闻报道中仍然出现对同志群体的污名和误解，尤其是在报道国内LGBT新闻的时候这个问题更加突出，在“不反对”的基础上，有时候离“支持”还有一段距离，对比报道国内外LGBT新闻的差异，国内的LGBT社群要更加积极地表达自己的意见和看法，执行更加积极的媒体策略；

媒体对同性恋相关的法律政策、平权倡导以及相关国家的友同或恐同政策给予了相当的关注，尽管部分媒体在报道时存在价值观的偏差，但大部分媒体都能从平等的角度去理解同志权益，并对有关情况进行比较客观的报道，在激发的公众讨论中，可以清晰的看到媒体在提高同志能见度、推动LGBT平权方面的努力。

从多元呈现LGBT群体这个角度上说，性别多元群体被更多地呈现和报道，但这之中不同群体被表现为了不同的形象，而这些形象并不符合实际。由于多元性别知识的欠缺，媒体对双性恋、跨性别、间性人等群体的报道当中存在误解和迷思，很多时候也会模糊这些群体和“同性恋”的区别和边界。

具有社会性别意识的报道数量仍然不多，对同志的报道容易流于道德判断和性别刻板。很多媒体依然有将性取向与性别认同与犯罪事件建立暗示性因果关系的报道惯性。

第三部分 延伸：取消媒体权威与社群界限 公民社会应该有自己的议程

网络时代，社交媒体清除了我们表达的障碍，从博客、微博到电子出版，我们可以更快、更真实地说出我们的故事、想法，甚至可以发起集体行动，在这样一个人人都可表达的时代，媒体，作为信息的媒介，相比同志社群的民间发声，它的权威地位还存在吗？我们还需要视大众媒体为唯一的发声出口吗？同志社群是不是可以通过自媒体的推广传播，而引起广泛关注，是不是可以通过策划集体行为，来改变、影响媒体的视角？

另外，同志群体内部对于很多问题都有争议。有些争议还与性别、公共卫生、公共政策等更大的议题交叉起来，有些争议则与同志平权倡导的策略、目标有关，内爆3在发展出运动的想象力和公民理性的过程难以反映在媒体上，或者这种反映有时候是曲折与变形的。所以同运的媒体策略，议程的设置，是一个长期的问题。大众媒体有自己的议程，但是我们并不是要顺应主流议程，而是基于公民理性和对社群、对运动的真实了解，发展出我们的议程和策略。在内部争论之后，更重要的是如何引起外部的讨论。那么如何把这种争议经过包装送进公共视野，就是民间组织需要做的事情。

大众媒体不是我们的最终目标，而是我们发声的一个工具。了解大众媒体，掌握媒体倡导技巧，我们可以影响媒体，我们更可以在当下和未来，利用自己的发声、集体力量进入公众视野，改变公众意识。

数据搜索&报告撰写：李橙

2014.12