

18. Pochepczov G. Instrumentarij dlya roboty` z sakral'ny'my` ob'yektamy` : vid anty`chny`x do radyans`ky`x chasiv. Polity`chny`j menedzhment. 2008. # 3. S. 3–16.
19. Pochepczov G. G. Smy`slovi ta informacijni vijny`. Smy`slovi ta informacijni vijny`. Informacijne suspil`stvo. 2013. Vy`p. 18. S. 21–27.
20. Alalawi and Al-Jenaibi, J Mass Communicat Journalism. 2017. URL: https://www.researchgate.net/publication/303440336_A_Research_into_the_Fact_that_Media_have_Direct_Effects_on_Peop_le_in_Different_Ways.

УДК 070:001.12

К. О. Темчур

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Роль моніторингів у боротьбі з мовою ворожнечі в українському медіапросторі

Темчур К. О. Роль моніторингів у боротьбі з мовою ворожнечі в українському медіапросторі. У статті узагальнено функції моніторингів українського медіапростору на предмет мови ворожнечі. Функції цих моніторингів можна звести до таких: освітня (ознайомлюють із визначенням, видами та прикладами мови ворожнечі); саморегулятивна (сприяють самостійному униканню журналістами мови ворожнечі після ознайомлення з її видами та прикладами, наведеними у моніторингу); інформаційна (містять інформацію про правові механізми регулювання мови ворожнечі у ЗМІ); ідеологічна (роз'яснюють причини виникнення та небезпечність поширення мови ворожнечі, її роль у дегуманізації суспільства); рекомендаційна (надають поради щодо боротьби із мовою ворожнечі у професійній журналістській спільноті та на всеряджавному рівні); порівняльна (дають змогу порівнювати результати моніторингів мови ворожнечі різних років та робити висновки щодо її розвитку). Наведені функції моніторингів мови ворожнечі наочно демонструють їхнє виключне значення для боротьби із цим феноменом. Результати дослідження можуть стати аргументом для переконання спонсорських організацій у важливості проведення моніторингів, а отже, необхідності надання коштів для них. Крім конкретних результатів, моніторинги містять визначення мови ворожнечі, порушують питання фактичної відсутності її правового регулювання, надають власні рекомендації щодо організації з протидії мові ворожнечі, наводять приклади позитивних заходів та ініціатив з боротьби з цим явищем. Як показало наше дослідження, останнім часом в Україні проводиться велика кількість моніторингів мови ворожнечі у різних типах медіа. Проте дуже рідко та поверхово ці моніторинги торкаються мови ворожнечі у телевізійному, зокрема новинному, мовленні.

Ключові слова: *медіакритика, журналістська етика, професійні журналістські стандарти.*

Темчур К. А. Роль мониторингов в борьбе с языком вражды в украинском медиапространстве. В статье обобщены функции мониторингов украинского медиапространства на предмет языка вражды. Функции этих мониторингов можно свести к следующим: образовательная (знакомят с определением, видами и примерами языка вражды); саморегулятивная (способствуют самостоятельному избеганию журналистами языка вражды после ознакомления с её видами и примерами, приведенными в мониторинге); информационная (содержат информацию о правовых механизмах регулирования языка вражды в СМИ); идеологическая (разъясняют причины возникновения и опасность распространения языка вражды, её роль в дегуманизации общества); рекомендательная (предоставляют советы по борьбе с языком вражды в профессиональной журналистской общественности и на общегосударственном уровне); сравнительная (позволяют сравнивать результаты мониторингов языка вражды разных лет и делать выводы о его развитии). Приведенные функции мониторингов языка вражды наглядно демонстрируют их исключительное значение для борьбы с этим феноменом. Результаты исследования могут стать аргументом для убеждения спонсорских организаций в важности проведения мониторингов, а следовательно, необходимости предоставления средств для них. Кроме конкретных результатов, мониторинги содержат определения языка вражды, поднимают вопрос фактического отсутствия её правового регулирования, предоставляют собственные рекомендации по противодействию языку вражды, приводят примеры позитивных мер и инициатив по борьбе с этим явлением. Как показало наше исследование, в последнее время в Украине проводится большое количество мониторингов языка вражды в различных типах медиа. Однако очень редко и поверхностно эти мониторинги касаются языка вражды в телевизионной, в частности новостной, речи.

Ключевые слова: *медиакритика, журналистская этика, профессиональные журналистские стандарты.*

Temchur K. The role of monitoring in combating hate speech in the Ukrainian mediaspace. The paper summarizes the functions of monitoring of the Ukrainian media space for hate speech. The functions of these monitoring can be reduced to the following: educational (familiarize with the definition, types and examples of hate speech); self-regulating (contribute to the self-denial of journalists by hate speech after familiarization with its types and examples given in the monitoring); informational (contain information on the legal mechanisms for regulating hate speech in the media); ideological (explaining the reasons for the emergence and danger of the spread of hate speech, its role in the dehumanization of society); recommendation (providing advice on combating hate speech in the professional journalistic community and at the all-state level); comparative (to compare the results of monitoring of different years and draw conclusions about its development). The following features of hate speech monitoring demonstrate their exceptional significance to combat this phenomenon. The results of the study can be an argument for convincing sponsor

organizations of the importance of monitoring, and hence the need to provide funds for them. In addition to specific results, monitoring includes a definition of hate speech, raises the question of the actual absence of its legal regulation, gives their own recommendations to the organization to counteract hate speech, give examples of positive measures and initiatives to combat this phenomenon. As our research has shown, in recent years in Ukraine there is a large number of monitors of hate speech in various types of media. However, these monitors very rarely and superficially affect hate speech in television, in particular, news, broadcasts.

Keywords: *media criticism, journalistic ethics, professional journalistic standards.*

Протягом останніх років набула значного поширення діяльність громадських організацій з моніторингу українського медіапростору, зокрема на предмет мови ворожнечі. Серед активних експертних установ, які регулярно проводять моніторинги українського медіа простору, – Академія української преси, «Детектор Медіа», ГО «Центр «Соціальна Дія» та ін. Результати цих моніторингів у доступній та яскравій формі перебувають у відкритому Інтернет-доступі, тому кожен зацікавлений журналіст має можливість ознайомитися з ними для підвищення власного професійного рівня та обізнаності у наявних проблемах для свідомого подолання їх.

Особливого значення такі моніторинги набувають за умов фактичної відсутності законодавчого регулювання мови ворожнечі в українських медіа. Таким чином, відповідальність за поширення мови ворожнечі у медіапросторі України фактично лежить виключно на журналістах, тобто залежить від їхньої сумлінності та прагненні до самоосвіти. Саме провадженню журналістської самоосвіти сприяють моніторинги, результати яких, як уже зазначалося, можна знайти у великій кількості у відкритому доступі.

О. Гнесь провела власний моніторинг мовлення телеканалу «Інтер» (який на час дослідження (2008 р.) був найрейтинговішим в Україні) на предмет стереотипізації ним ісламу та поширення ісламофобії. На його підставі авторка дійшла висновку, що ЗМІ опосередковано є інструментом розпалювання «міжнаціональної ворожнечі» та формують і підтримують ісламофобні настрої у суспільстві. На думку О. Гнесь, це свідчить про наявність проблеми впровадження нового рівня професійних стандартів в українських медіа [2].

Відома російська дослідниця мови ворожнечі Г. Кожевнікова наголошує, що моніторинги покликані не викривати журналістів, а ініціювати публічне обговорення на тему, як писати, наприклад, на етнічно та релігійно забарвлені теми [4]. Під час проведення досліджень мови ворожнечі вчені все частіше звертаються до методу моніторингу [1].

Фахівці ГО «Центр «Соціальна Дія», які вже понад 8 років займаються проблемою мови ворожнечі, виокремлюють такі функції моніторингів:

1) визначення найвразливіших соціальних груп, які потерпають від мови ворожнечі і, таким чином, найчастіше стають жертвами дискримінації державними структурами або суспільними групами;

2) відслідковування рівня суспільної напруженості щодо окремих суспільних груп та між ними;

3) отримання фактичних даних щодо дотримання журналістських стандартів та поширеності у суспільстві упереджень та стереотипів;

4) аналіз впливу медіа на функціонування мови ворожнечі за допомогою співвіднесення подій та використання мови ворожнечі у ЗМІ;

5) отримання результатів, які можуть допомогти у покращенні медіа-практики та просуванні соціально відповідальної журналістики [7].

Таким чином, моніторинги мають виключне значення для підвищення журналістських стандартів, боротьби з мовою ворожнечі та зниження суспільної напруженості. Отже, необхідно сформулювати їхні функції максимально повно, аби привернути до них увагу журналістів-практиків як до засобу підвищення свого професійного рівня.

Актуальність дослідження. В умовах гібридної війни, в яких наразі перебуває Україна, вживання мови ворожнечі у медіа є особливо небезпечним, адже може бути використане противником як інформаційна зброя, дестабілізувати суспільство, стати причиною міжнародного скандалу. Моніторинги, зважаючи на їхню роль у впровадженні журналістських стандартів, мають виключне значення для боротьби з мовою ворожнечі у медіа, особливо у період військових дій. Систематизація функцій моніторингів має акцентувати цю їхню функцію.

Наукова новизна. У статті запропоновано найбільш повну класифікацію функцій моніторингів мови ворожнечі в українському медіапросторі.

Мета статті – сформулювати загальні функції моніторингу мови ворожнечі в українських медіа. Об'єкт дослідження – п'ять моніторингу мови ворожнечі в українських медіа за 2014–2018 роки.

Завдання статті: 1) проаналізувати зміст моніторингу мови ворожнечі в українських медіа; 2) виокремити основні результати цих моніторингу; 3) узагальнити функції, які виконують моніторинги у боротьбі з мовою ворожнечі у медіа.

Методологія. Базу дослідження склали моніторинги мови ворожнечі в українських ЗМІ за 2014–2018 роки, проведені громадськими, правовими, освітніми установами та самими журналістами. У статті ми виклали їх основні результати. Це дало змогу сформулювати загальні функції моніторингу мови ворожнечі. Таким чином, у дослідженні застосовано методи аналізу, синтезу та індукції.

1. *Академія української преси (АУП) (2014)* [3]. В умовах ведення бойових дій роль медіа в їх зображенні є надзвичайно великою. Від правдивості, точності та об'єктивності подання інформації медіа залежить тлумачення подій громадянами та їхня подальша стратегія дій. Тому тенденційне, неповне, неправдиве висвітлення подій журналістами може призвести до кардинальної зміни настроїв аудиторії, підміни її ідеалів та орієнтирів у соціальному житті. Автори даного дослідження опитали експертів щодо дотримання українськими медіа журналістських стандартів, а також інтенсивності та використання ними мови ворожнечі.

Основні результати моніторингу:

1. Експерти під час оцінки користуються такими видами медіа (за популярністю): онлайн-видання (4,6 бали), соцмережі (4,1 бал), телебачення (3 бали), власні спостереження та джерела (3 бали).

2. Найбільше експерти довіряють таким видам медіа: власні спостереження та джерела (4,3 бали), онлайн-видання, соцмережі, знайомі-колеги (по 3,3 бали), знайомі-друзі (3,2 бали).

Тут дослідники зауважили цікаве явище: експерти мало довіряють інтернет-джерелам, але користуються ними найбільше; і навпаки, експерти найбільше довіряють власним спостереженням та джерелам, але користуються ними найменше.

3. Дотримання основних журналістських стандартів українськими медіа під час висвітлення подій на Сході України експерти оцінили так (загальну оцінку автори

дослідження назвали «вище середнього»): своєчасність (оперативність) – 3,6 бали, достовірність (2,8 бали), баланс точок зору (2,7 бали).

4. За інтенсивністю мови ворожнечі різні види медіа розподілилися таким чином: соціальні мережі (4,4 бали), онлайн-видання (3,8 бали), телебачення (3,4 бали), радіо (2,2 бали), друкована преса (1,9 бали).

5. Спрямування мови ворожнечі в різних медіа суттєво не відрізняється. Об'єкти мови ворожнечі: ЛНР, ДНР, мешканці Донбасу, переселенці зі Сходу України, Путін, терористи, ватники, «паркетні генерали», п'ята колона, члени Партії регіонів.

2. *ГО «Центр «Соціальна Дія» (проект «Без Кордонів»)* (2015) [7]. Період проведення моніторингу – 2013 (підготовчий етап) та 2014 (власне моніторинг) роки – припав на час надзвичайного суспільно-політичного збурення в Україні, що позначилося на результатах. Зокрема, відзначається радикалізація настроїв та зростання напруження в українському суспільстві і зміщення фокусу мови ворожнечі з одних суспільних груп на інші. Автори моніторингу просять розглядати його як постановку проблеми та стимул до фахового обговорення, а також сподіваються, що він покращить ситуацію у медіасередовищі.

Основні результати моніторингу такі:

1) характер використання мови ворожнечі залежить від суспільно-політичних подій у країні, тому зміни кількості та видів мови ворожнечі в інтернет-ЗМІ, на телебаченні, у друкованих ЗМІ впродовж моніторингу були майже ідентичними; 2) основну частину публікацій складають цитування ксенофобських висловлювань, причому для передачі упереджень стосовно окремих груп (жінок, ЛГБТ, темношкірих) журналісти використовують власні слова частіше за цитати; 3) відбувається двосторонній процес: ЗМІ відображують суспільні настрої щодо певних груп і самі ретранслюють упередження, підтримують та підсилюють напруженість у суспільстві, призводять до ескалації конфліктів; 4) вживання мови ворожнечі помічено щодо 45 груп, серед яких найяскравішим прикладом є особи «східної зовнішності», про які згадують у негативному тоні без будь-яких уточнень, керуючись стереотипами; 5) суспільно-політичні події породжують «модні» та «свіжі» вислови, які використовують, щоб приєднатися до загального дискурсу та привернути увагу аудиторії, що часто призводить до розвитку

упереджень та поширення негативного ставлення до певних груп людей.

3. ВГО «Комітет виборців України» (2017) [6]. *Результати моніторингу*. Найбільше випадків використання мови ворожнечі зафіксовано у онлайн-медіа, найменше – у друкованих. Для загальнонаціональних та регіональних медіа вона характерна однаковою мірою. Мова ворожнечі «перетікає» з публікацій медіа до соцмереж із посиленням тяжкості та має прямий або опосередкований вплив на виникнення конфліктів та радикалізацію суспільства.

Значна кількість мови ворожнечі зафіксована не у власних словах журналістів, а у цитуванні ними політиків та чиновників. Відсутність коментарів та оцінок журналіста під час цитування чужих слів робить ЗМІ каналом трансляції упереджень і ворожого ставлення.

За результатами моніторингу, «найпопулярнішими» об'єктами мови ворожнечі (здебільшого, в контексті суспільно-політичних подій) у 2015 році стали: проросійські прихильники та росіяни, національні меншини (роми та вихідці з Кавказу), жителі Донбасу, внутрішні переселенці, мігранти, представники ЛГБТ спільноти. Більш м'яка мова ворожнечі стосувалася різних за статтю осіб (переважно жінок), людей з особливими потребами, наркозалежних осіб, людей без постійного місця проживання, представників різних професій.

Також текст моніторингу містить дані про відсутність правового регулювання використання мови ворожнечі (в Україні та світі), наявні законодавчі механізми регулювання, її особливу небезпечність сьогодні через легкість поширення в Інтернет-середовищі та занепокоєність світової спільноти з цього приводу.

4. Ресурс «Детектор Медіа» (2017) [5]. Т. Кузнецовою було проведено моніторинг одеських медіа («Таймер», «Думская», «УСИ», «Odessit», «048») за лютий-травень 2017 року. Основні результати моніторингу: мова ворожнечі здебільшого має м'який характер, спрямована на відносини України та Росії, а також на окремі етнічні та національні групи.

Найбільша кількість мови ворожнечі спостерігається у медіа під час трагічних подій або подій, що викликають неоднозначне ставлення, сильні емоції та породжують суперечки. Для одеських медіа такими матеріалами, наприклад, є матеріали за травень 2017 року (трагічні події 2 травня в Одесі та

відзначання Дня Перемоги 8-9 травня). В цей період авторкою моніторингу зафіксовано значну кількість мови ворожнечі щодо російсько-українських відносин (зокрема, лексеми «ватник» та «сепаратисти»). Т. Кузнецова підкреслює, що використання цих слів у сильних позиціях тексту (заголовках) призводить до залякування і нагнітання загрози, посилення образу ворога, що породжує дискурс ненависті у коментарях до матеріалів.

Крім цього, моніторинг засвідчив, що залишаються популярними негативно-оцінні характеристики щодо певних етнічних груп, які не лише виносяться у заголовки, а й містяться у самому тексті. Таким чином журналіст створює стереотипний образ національних меншин як ворога. Також зафіксовано некоректне найменування представників певних соціальних груп, наприклад, використання слова «нелегали» замість «мігранти без документів».

5. Організація «Article 19» (2018) [8]. У лютому 2018 року організація «Article 19» оприлюднила звіт моніторингу мови ворожнечі щодо ЛГБТ спільноти у низці країн (Білорусь, Киргистан, Молдова, Росія, Україна), проведеного наприкінці 2016 – на початку 2017 років. Звіт оцінює відповідність законодавства та політичних рамок країн міжнародним стандартам висловлення думок та рівності.

Відзначається, що в Україні, а також Молдові ЛГБТ організації можуть працювати з найменшими обмеженнями порівняно з іншими досліджуваними країнами. В останні роки у цих двох країнах з'явилися значні можливості з просування ідеї рівності для представників ЛГБТ. Однак вони не мали успіху, в основному, через неприйняття цієї ідеї політиками, урядовцями та широкими колами громадськості. В Україні побутує думка, що рівноправ'я представників ЛГБТ-спільноти є вимушеною мірою для задоволення вимог підписання асоціації з ЄС, а представники націоналістичних та релігійних організацій створюють уявлення про ці права як «чужі» для України.

Із 480 проаналізованих статей та повідомлень приблизно дві третини виявилися нейтральними у висвітленні подій, пов'язаних із ЛГБТ-людьми. Інші містили трансфобну та гомофобну риторичку, в тому числі підбурювання до насилля, особливо напередодні значущих для ЛГБТ-спільноти подій, наприклад маршів гідності.

Крім конкретних результатів, моніторинг містить визначення мови ворожнечі, порушує

питання фактичної відсутності її правового регулювання, власні рекомендації організації з протидії мові ворожнечі (зокрема, законодавчі рішення), приклади позитивних заходів та ініціатив інших зацікавлених сторін, наявні у системі світового права статті, які регулюють найбільш жорсткі форми мови ворожнечі (пропаганда ненависті, заснованої на дискримінації, яка включає підбурювання до ворожості, дискримінації або насильства).

Таким чином, можна виокремити такі функції моніторингу:

- озвучення проблеми використання мови ворожнечі, її патогенного впливу на суспільство, формування уявлення про неприпустимість її використання та необхідності боротьби з нею;

- ознайомлення журналістів зі зразками мови ворожнечі, її класифікацією, визначенням, конкретними прикладами з демонстрацією їхнього деструктивного впливу на суспільство;

- роз'яснення норм висвітлення подій, пов'язаних із класичними об'єктами мови ворожнечі, цитування чужих висловлювань, які містять мову ворожнечі;

- ознайомлення журналістів із особливостями правового регулювання використання мови ворожнечі (зокрема, відсутністю законодавчого визначення та покарання за використання мови ворожнечі, що не має бути підставою для її свідомо вільного використання), світовою практикою боротьби з нею;

- ініціювання дискусії у професійних колах щодо неприпустимості використання мови ворожнечі, можливостей її уникання.

Ці функції можна умовно позначити так:

1. Освітня – ознайомлюють із визначенням, видами та прикладами мови ворожнечі.

2. Саморегулятивна – сприяють самостійному униканню журналістами мови ворожнечі після ознайомлення з її видами та прикладами, наведеними у моніторингу.

3. Інформаційна – містять інформацію про правові механізми регулювання мови ворожнечі у ЗМІ.

4. Ідеологічна – роз'яснюють причини виникнення та небезпечність поширення мови ворожнечі, її роль у дегуманізації суспільства.

5. Рекомендаційна – надають поради щодо боротьби із мовою ворожнечі у професійній журналістській спільноті та на вседержавному рівні.

6. Порівняльна – дають змогу порівнювати результати моніторингу різних років та робити висновки щодо її розвитку.

Висновки. Моніторинги мови ворожнечі у ЗМІ ознайомлюють журналістів із класифікацією та конкретними її зразками. Ці знання допомагають журналістам свідомо уникати вживання мови ворожнечі у власному мовленні та цитуванні, ідентифікувати її у мовленні інших осіб. Наразі у всьому світі фактично відсутнє законодавче регулювання використання мови ворожнечі та покарання за неї. За таких умов основним способом боротьби з мовою ворожнечі є саморегулювання медіа, тобто свідоме ознайомлення з професійними нормами та слідування ним. Результати моніторингу перебувають у відкритому доступі, і кожен охочий може безкоштовно ознайомитися з їхніми текстами. В останні роки в Україні проводиться велика кількість моніторингу мови ворожнечі у різних типах медіа. Однак дуже рідко та поверхово ці моніторинги досліджують мову ворожнечі у телевізійному, зокрема новинному, мовленні.

Література

1. Автаева Н. О. Язык вражды в современных СМИ: гендерный аспект // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2010. № 4 (2). С. 811-813.
2. Гнесь О. Стереотипізація ісламу і формування ісламофобії в Україні засобами масової інформації // Українське релігієзнавство. 2010. Випуск 1. С. 15–20.
3. Іванов В., Совенко О., Волошенюк О. Війна у медіа та медіавійна. Експертна оцінка різних аспектів висвітлення воєнних подій на Сході в українських медіа (вересень 2014р.). AUP. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/Reliz_Media_War_Oct_14.pdf (дата звернення: 13.05.2019).
4. Кожевникова Г. В. Язык вражды в предвыборной агитации и вне её: мониторинг прессы: сентябрь 2003 г. – март 2004 г. / Под ред. А. И. Верховского. М.: ООО «Центр “Сова”», 2004. 103 с.
5. Кузнецова Т. Мова ворожнечі як повноцінний учасник спілкування? // Детектор Медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/128321/2017-07-01-mova-vorozhnechi-yak-povnotsinnii-uchasnik-splukuvannya/> (дата звернення: 13.05.2019).
6. «Мова ворожнечі» в українських ЗМІ: досвід моніторингу та навчання / Одеська обласна організація ВГО «Комітет виборців України». Одеса, 2017. 156 с.

7. Проект «Без Кордонів» ГО «Центр «Соціальна Дія»: Звіт за результатами моніторингу мови ворожнечі в українських ЗМІ (2014). К., 2015. 78 с.
8. Противодействие ненависти: мониторинг «языка вражды» в отношении ЛГБТ и меры реагирования на его проявления в Беларуси, Кыргызстане, Молдове, России и Украине URL: <https://www.article19.org/wp-content/uploads/2018/03/%D0%9019-LGBT-Hate-Speech-Report-Rus.pdf> (дата звернення: 13.05.2019).

References

1. Avtaeva N.O. (2010). Hate speech in modern media: gender aspect // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo. № 4 (2). P. 811-813.
2. Gnes O. (2010). Stereotyping Islam and Islamophobia in Ukraine by means of mass media // Ukrai'ns'ke religijeznavstvo. Issue 1. P.15-20.
3. Ivanov V., Sovenko O., Voloshenyuk O. Media War and Media War. Expert assessment of various aspects of the coverage of military events in the East in the Ukrainian media (September, 2014). AUP. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/Reliz_Media_War_Oct_14.pdf (accessed: 13.05.2019).
4. Kozhevnikova G.V. (2004). Hate speech in election campaigning and beyond: monitoring of the press: September 2003 – March 2004 / A. I. Verkhovsky (Ed.). M., ROO Center Sova.
5. Kuznetsova T. (2017). Hate speech as a full member of communication? // Detector Media. URL: <https://detector.media/infospace/article/128321/2017-07-01-mova-vorozhnechi-yak-povnotsinnii-uchasnik-spilkuvannya/> (accessed: 13.05.2019).
6. «Hate speech» in the Ukrainian media: experience of monitoring and learning. (2017). Odessa, Odessa Regional Organization of the NGO «Committee of Voters of Ukraine».
7. The project «Without Borders»: a report on the results of the monitoring of hate speech in the Ukrainian media (2014) (2015). Kiev, NGO «Social Action Center». 78 p.
9. Anti-hatred: monitoring «hate speech» against LGBT and responding to its manifestations in Belarus, Kyrgyzstan, Moldova, Russia and Ukraine (2018). Article19. URL: <https://www.article19.org/wp-content/uploads/2018/03/%D0%9019-LGBT-Hate-Speech-Report-Rus.pdf> (accessed: 13.05.2019).