

# ЯЗЫК ВРАЖДЫ в предвыборном дискурсе КР

выпуск 1  
июль-август 2020



Отчет подготовлен Школой миротворчества и медиатехнологий в ЦА при поддержке проекта «Медиа-К» Интерьюс в КР. Данная публикация стала возможной благодаря помощи американского народа, оказанной через Агентство США по международному развитию (USAID). Школа миротворчества и медиатехнологий в ЦА несет ответственность за содержание публикаций, которое необязательно отражает позицию USAID, правительства США или Интерьюс в КР.

При перепечатке любого материала, изложенного в отчете, ссылка на источник обязательна.

Для использования материалов, не имеющих четкого указания на принадлежность Школы миротворчества и медиатехнологий в ЦА, требуется получение предварительного разрешения у авторов.

Ряд примеров в докладе приведен в исследовательских целях со ссылками на первоисточники, и составители не несут ответственности за их дальнейшее распространение.

Использованные в настоящей публикации названия репортажей, заголовки статей, постов и материалов не являются выражением какого-либо мнения со стороны составителей доклада, а служат ссылками на проанализированные медиатексты в период исследования.

Редакционная коллегия и аналитическая группа:

И. Сикорская;  
Г. Гадельянова;  
А. Амилаева;  
Б. Токоева;  
Д. Эргешов;  
М. Расулиев;  
Н. Наумов.

Обложка: [Canva.com](https://www.canva.com)



**Содержание:**

Введение.....	4
Методология, анализ и квалификация языка ненависти.....	4
Рекомендации.....	6
Контекст.....	7
Тренды и сравнительный анализ.....	8

## **Введение**

Данный отчет является результатом мониторинга и анализа онлайн-контента в отобранных интернет-изданиях и социальных сетях на предмет языка вражды (ненависти) в дискурсе о предстоящих парламентских выборах в Кыргызстане.

Выводы базируются на изучении задокументированных материалов из онлайн-изданий и пользовательского контента на кыргызском и русском языках с 15 июля по 15 августа 2020 года.

Основной анализ дискриминационной лексики был сфокусирован на медийном отношении к женщинам-кандидатам, а также к представителям разных групп и меньшинств, изучении изображения этих групп в медиа, транслировании их образов на аудиторию в дискуссиях на различных онлайн-площадках.

## **Методология, анализ и квалификация языка ненависти**

Предвыборный мультязычный медиамониторинг основан на количественном и качественном методах. При первичном сборе информации и документировании использовались как компьютерные лингвистические системы анализа, так и ручной метод для изучения контента с помощью специальных индикаторов:

- ключевые слова, клише и стереотипы по отношению к этническим, религиозным, гендерным меньшинствам и социальным группам, таким как ЛОВЗ, пожилые, молодежь, представители разных географических регионов, люди, имеющие разное социальное происхождение и статус, лица, живущие с ВИЧ, люди, имеющие разные политические взгляды, диссиденты. Количество социальных групп при экспертизе не ограничено, оно может варьироваться в зависимости от их уязвимости.

Также учитывались:

- количество статей и постов в онлайн-изданиях и соцсетях;
- частота публикаций;
- жанр материалов: пост, новости, аналитика, мультимедиа (для онлайн, содержит все компоненты (текст, фото, видео или аудио), фоторепортаж, интервью, опрос, комментарий/мнение (редакционный или авторский));
- тема статьи/репортажа;
- цитаты – простые и трансляционные;
- персонифицированный анализ упоминания женщин, меньшинств и других социальных групп.

Данная методология разработана и усовершенствована экспертной группой Школы миротворчества и медиатехнологий в ЦА для продолжающихся медиаисследований и мониторингов дискриминационного дискурса<sup>1</sup>.

*Количественный компонент* охватывает отобранные для мониторинга СМИ, социальные сети (группы и персональные аккаунты в Facebook и Instagram), а также комментарии пользователей на некоторых сайтах информационных агентств при обсуждении новостей.

На этом этапе эксперты фиксировали частоту ненавистнических атак в медийном пространстве по гендерному, региональному, территориальному, этническому, расовому, религиозному и другим социальным признакам, таким как пожилые, представители разных географических регионов,

<sup>1</sup> Дискриминация и нетерпимость в публичном дискурсе КР, исследование, 2020 г., Школа миротворчества и медиатехнологий в ЦА, стр. 35, Методология, URL <http://www.ca-mediators.net/ru/issledovaniya/media-monitoring/5369-diskriminaciya-i-neterpimost-v-publichnom-diskusre-kyrgyzstana.html>

люди, имеющие разное социальное происхождение и статус, лица, имеющие разные политические взгляды и симпатии к тем или иным политическим партиям, а также тональность обнаруженных статей, репортажей, постов, дискуссий при освещении предвыборных вопросов.

Материалы документировались в специальные аналитические таблицы, куда прилагался скриншот обнаруженной статьи, репортажа, поста, комментария или визуального контента, содержащего язык вражды.

Тональность материала оценивалась по нескольким категориям, таким как государственная пропаганда, критика (эмоционально окрашенная лексика и оценка мнений авторов по отношению к объектам, иногда содержащая негуманные метафоры, очерняющие ту или иную группу), стереотипный, нейтральный, позитивный, научный тон.

Персонифицированное упоминание групп в различных контекстах и ссылки на идентичность являются показателями, которые помогают определить уровень содержания языка ненависти в исследованных медиа.

Любая обнаруженная и задокументированная статья, репортаж, пост, визуальный контент, где упоминается хотя бы один раз группа людей по гендерному, региональному, территориальному, этническому, расовому, религиозному и другим социальным признакам и характеристикам с использованием конфликтных стереотипов, клише, дискриминационной лексики, рассматриваются как аналитический блок.

*Качественный компонент* мониторинга включает анализ, квалификацию типов (мягкий, умеренный, жесткий) и видов обнаруженного языка ненависти на основе определенных ключевых слов и выражений, часто встречающихся в медийных текстах местных СМИ. Согласно методологии, может быть категоризован 31 и более вид ненавистнических речей – от создания негативного образа той или иной группы до призывов к насилию. К качественному анализу также относятся неуместное упоминание и актуализация идентичности и признаков принадлежности к группе/меньшинству, указания на связь (принадлежность) территорий и регионов, унификация и обобщение индивидов в группу, подмена понятий, ненавистнические сравнения групп между собой.

*Троллинг* на веб-страницах информационных агентств в комментариях и социальных сетях тоже рассматривался как одна из категорий языка ненависти.

Креолизованные тексты (визуальный контент) были проанализированы визуально на основе изображений и слов, содержащихся там. Исходя из качественного метода, были определены текущие тренды языка вражды и квалифицированы по видам нетерпимости.



Диаграмма 1. Количество отобранных онлайн-медиа и аккаунтов в социальных сетях для данного периода мониторинга

Результаты количественного анализа представлены в диаграммах в процентном соотношении. Под 100% понимается общее количество задокументированных материалов, содержащих язык вражды в течение определенного периода мониторинга, который указан в заголовке каждого выпуска отчета. Мониторинг на кыргызском и русском языках проводился пять раз в неделю с 1 по 15 августа 2020 года в режиме реального времени. Отобранные страницы<sup>2</sup> просматривались ежедневно не менее трех раз. С 15 по 30 июля был проведен анализ в режиме ретроспективного мониторинга уже

<sup>2</sup> Ссылки на изученные медиа приведены на стр.10 настоящего отчета.

опубликованных материалов.

## Рекомендации

Основной пакет рекомендаций будет разработан по результатам финального медиамониторинга в конце октября этого года.

Однако промежуточные данные подчеркивают необходимость для СМИ соблюдать следующие правила при освещении предвыборной тематики:

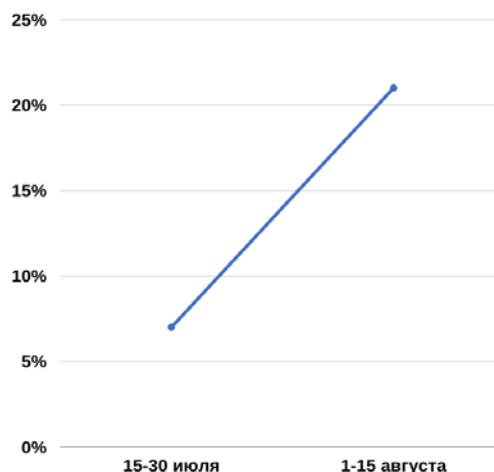
1. СМИ должны соблюдать стандарты освещения выборов и понимать угрозу поощрения ненависти и дискриминации. Если кандидаты и другие деятели допускают в политических дискуссиях язык вражды, следует информировать аудиторию о ценностях этих спикеров.
2. СМИ должны избегать цитирования непубличных персон (например, респондентов при опросах), если их высказывания содержат язык ненависти.
3. Не использовать социальные сети в качестве источника без тщательной проверки информации или обзора мнений, содержащих троллинг в отношении отдельных персон.
4. При подготовке репортажей о предвыборной кампании учитывать гендерные аспекты, корректно изображать в СМИ женщин-кандидатов, способствовать плюрализму и равной представленности женщин и мужчин.

## Контекст

Общественно-политический контекст оказал влияние на количество и распространение языка ненависти. В середине июля 2020 года Центральная комиссия по выборам и проведению референдумов (ЦИК) КР завершила регистрацию уполномоченных представителей от политических партий.

Постепенно активизировались общественные дискуссии в медиапространстве, интернете на тему предстоящих выборов в Жогорку Кенеш (парламент). Пандемия коронавируса, всплеск заболеваемости и социальная изоляция сильно повлияли на настроения в обществе. Поэтому обсуждение предвыборной тематики понемногу стало нарастать лишь в конце июля и начале августа.

*Диаграмма 2. Динамика языка ненависти в обнаруженных кейсах за исследованный период*



Например, в середине июля было зафиксировано чуть более 5% контента с языком вражды. Эксперты изучили 180 отобранных различных материалов, опубликованных с 15 по 30 июля, в которых поднималась предвыборная тематика, и обнаружили девять медиатекстов (5% из отобранного количества), содержащих язык вражды. Это были в основном комментарии в социальных сетях с ксенофобными заявлениями по этническим и возрастным признакам, некоторые журналистские материалы, а также троллинг, нацеленный на определенных персон.

Однако уже к середине августа в дискуссиях и на веб-сайтах информационных агентств содержание языка вражды в анализируемом контенте увеличилось по отношению к начальному этапу медиамониторинга. Было задокументировано в четыре раза больше медийных материалов, содержащих клише, стереотипы и экспрессивную лексику по отношению к кандидатам от политических партий.

### Определение языка вражды

*Язык вражды* (ненависти) (*англ. hate speech*)<sup>3</sup> – это все формы самовыражения, которые включают распространение, провоцирование, стимулирование или оправдание расовой, этнической, религиозной ксенофобии, гомофобии, трансфобии, мигрантофобии и других видов ненависти на основе нетерпимости и дискриминации в отношении меньшинств и групп людей по различным социальным признакам. Такими признаками, согласно ст. 16 п. 2 Конституции КР, могут быть «инвалидность, возраст, политические или иные убеждения, образование, происхождение, имущественное или иное положение, а также другие обстоятельства».

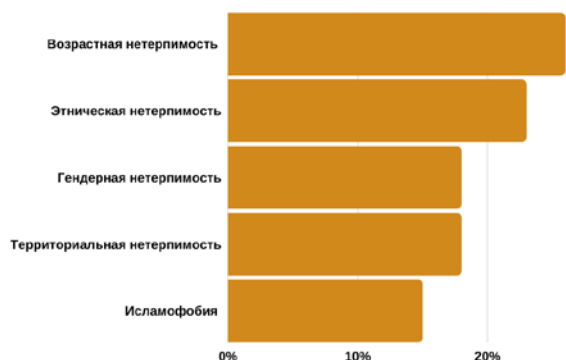
В речевых конструкциях язык вражды имеет гибкую структуру и две формы – негативнооценочную, допустимую с точки зрения свободы выражения, которая чаще всего встречается в публичном дискурсе, и противозаконную, криминализируемую законодательством.

*Контентная дискриминация*<sup>4</sup> – это содержание публикаций, речей, медийных материалов, в которое включены ксенофобные стереотипы и клише, стигматизирующие меньшинства и уязвимые группы. Контентная дискриминация может выражаться в недостаточной представленности или невидимости меньшинств и социальных групп в СМИ и публичном дискурсе, или осуждении людей и групп, бросающих вызов ксенофобным практикам. Публичное отрицание существующих явлений дискриминации (и связанных с ними идеологий и действий) также является контентной дискриминацией.

*Троллинг* (*англ. trolling*) применительно к интернету представляет собой преднамеренный акт (троллинга), когда он делает нежелательные и/или противоречивые комментарии на различных интернет-форумах с намерением вызвать эмоциональную реакцию читателей и вступить с ними в спор<sup>5</sup>.

### Тренды и сравнительный анализ

Анализ выявил, что ненавистнические и дискриминационные высказывания по отношению к различным группам увеличивались, как только появлялись новости в СМИ о формировании списков политических партий, их съездах или выступлениях кандидатов. Кроме того, были зафиксированы уничижительные комментарии и троллинг по отношению к разным персонам.



Эти факторы указывают на существующую культуру дискуссий и уровень конфликтности в обществе. В промониторенных 1 103 (100%) материалах 44 (4%) содержали разные формы нетерпимости и лексику ненависти, включая троллинг и пропаганду. Далее они были подвергнуты более тщательному анализу.

Диаграмма 3. Тренды по видам нетерпимости в онлайн-дискуссиях

Основные тренды по видам нетерпимости, обнаруженные в онлайн-медиа, высказываниях пользователей и дискуссиях на форумах, выявили, что наибольшее количество используемых клише касалось возрастной принадлежности (26%).

<sup>3</sup> Определение языка вражды, стр. 3, исследование «Язык вражды в СМИ и публичном дискурсе КР», 2015-2016 гг., Школа миротворчества и медиатехнологий в ЦА, URL <http://www.ca-mediators.net/ru/issledovaniya/216-rezume-issledovaniya-yazyk-vrazhdy-v-smi-internete-i-publicnom-diskurse-2015.html>

<sup>4</sup> CONTENT DISCRIMINATION REVISITED <https://www.istor.org/stable/23124168?seq=1>

<sup>5</sup> Urban Dictionary, URL <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Trolling>

Скриншот 1. Пример демотиватора на Facebook-странице Элита сатирасы<sup>6</sup>



Это было связано с различными месседжами и мемами о том, что «старым политикам нет места в парламенте», «пора избавиться от пожилых». Основные атаки были направлены на политическую партию «Бутун Кыргызстан», в списке которой известные политики из предыдущих созывов парламента.

Скриншот 2. Пример коллажа на Facebook-странице Маалымат майданы, оригинал на кыргызском языке «Йооо.. ЧАЛЖЫРАМАЙ ЧАЛДАРДЫН ЗАМАНЫ КЕЛЕБИ ЭМИ?» (рус. «Йооо.. Теперь придет



время стариков, несущих околесицу? »)<sup>7</sup>

В других дискуссиях, даже где присутствует нейтральный тон, пользователи часто подчеркивают национальность людей без необходимости либо атакуют их уничижительными клише, обозначающими этнос, и возмущаются присутствием этих граждан в списках партий (23%).

Пример из поста на Facebook-странице Маалымат майданы, где зафиксированы неуместное упоминание и ссылки на идентичность: «Ата-Мекендин тизмесинде кытай эмне кылып жүрөт?» (рус. «Что делает китаец в списке «Ата-Мекена»?) Речь идет о кандидате, представляющем корейский этнос<sup>8</sup>

Гендерная нетерпимость выражалась в клише и стереотипах в том, что «место женщины дома, а не в парламенте» (18%). Сторонники патриархальных ценностей в социальных сетях критикуют как действующих женщин-депутатов, решивших вновь баллотироваться по партийному списку, так и новых.

“ЫЙМАН НУРУ” АШЫНГАН РАДИКАЛДУУ ИСЛАМЧЫЛАРДЫН ПАРТИЯСЫБЫ?  
692 10-август 14:40



Тангалычтуу "Ыйман Нуру" партиясы да БШКдан каттоодон өтүп, парламенттик шайлоого кылуу даярдыкта баратат. Сууроолор жаралууда. Булардын офисинде сакалчандар, баштарына чүпөрөк жамынгандар жүргөнүн караганда, ашынган радикалдуу исламчылар эмеспи? Өнүккөн демократиялуу өлкөлөрдө иралды улуттун кызыкчылыгын, мамлекеттин бүтүндүгүн, коопсуздугун камсыздоо үчүн партия түзүшүп, чоң күрөшкө аттанышат. Дегеле дин саясаттан тышкары болушу керек! Анда "Ыйман Нурунун" дымагы, көздөгөнү эмне? Ислам мамлекетин куруу үчүн жандалбастал жатышабы? Шек жаралды го, ыя? Бул партия "Ихлас" курулуш компаниясына таяндык экени айтылууда. Ошондо олигархтар Кыргыз Республикасынын Конституциясына каршы аракеттерди былгытып башташкан жокпу? Албетте, мындай соболдорго жооп болушу зарыл!

Агуьа.kg

<https://www.facebook.com/eshakq/photos/a.1252502680882660/1749896368659559/?type=1&theater&fbid=165221541>

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=142502680882660&set=g.1749896368659559&type=1&theater&fbid=142502680882660>

<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/groups/mmaidan>

Такой же процент (18%) зафиксированных шаблонных высказываний приходится на тип языка вражды, квалифицируемого как территориальная нетерпимость. Эксперты зафиксировали материалы с использованием уничижительных клише «мырки», «мыркбек», «мыркгул», «колхоманы».

Материалы, содержащие исламофобские подтексты, составили 15%. Сюда отнесен как пользовательский контент, так и журналистские статьи, в которых проводятся параллели ислама с радикальными группами, публикуется неэтичный визуальный контент с изображением верующих.

Скриншот 3. Пример статьи «ЫЙМАН НУРУ» «АШЫНГАН РАДИКАЛДУУ ИСЛАМЧЫЛАРДЫН ПАРТИЯСЫБЫ?» (рус. «Ыйман Нуру» – партия



радикальных исламистов?»), опубликованной онлайн-изданием Aryba<sup>9</sup>

Исследование показало, что оскорбительные, стереотипичные высказывания транслируются в основном в критическом (43%), негативном (38%) и нейтральном (19%) тонах с преобладанием мягкой и умеренной форм ненавистнической лексики.



Диаграмма 4. Тональность проанализированного контента

#### Язык вражды и троллинг

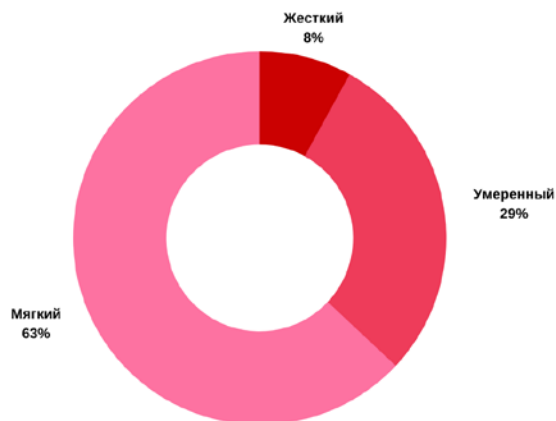
Если язык вражды рассматривается как ненависть по групповым признакам и защищенным характеристикам личности, то троллинг квалифицируется как размещение заведомо оскорбительных, обидных и унижительных комментариев в дискуссионных группах и на онлайн-форумах и нацелен чаще на отдельных людей. Тролли, особенно в избирательный период, работают над своей «концепцией нетерпимости». Они настроены сеять ненависть к противостоящим кандидатам, чтобы изменить ситуацию в свою

пользу и повышать оценку своих претендентов в парламент. Поэтому при документировании и квалификации ненавистнических речей троллинг тоже идентифицировался как инструмент субъектов-трансляторов.

Диаграмма 5. Классификация проанализированных форм языка вражды в обнаруженном контенте

За проанализированный период язык вражды и троллинг были в основном зафиксированы в социальных сетях и комментариях под статьями, где публиковались новости.

Пользователи и участники на форумах в онлайн-медиа активно обсуждали известных людей из политических партий, о которых появлялись сообщения в СМИ, их прошлое, связи, партийные списки.

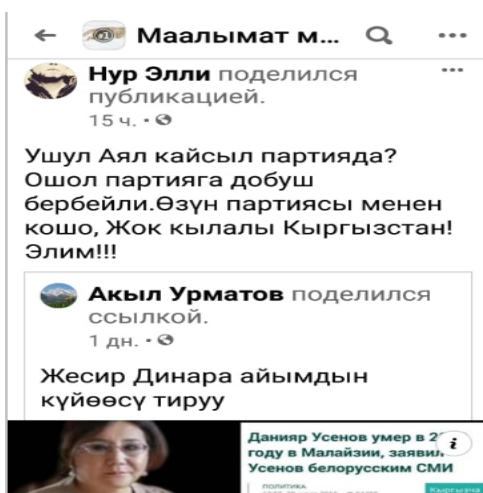


#### Гендерные стереотипы и дисбаланс

Анализ задокументированных кейсов показал, что в статьях, репортажах и постах кандидаты-мужчины были больше представлены, чем женщины. Почти в половине проанализированных материалов из СМИ при описании предстоящих парламентских выборов «гендерный баланс» отсутствовал, журналисты чаще уделяли внимание мужчинам, потенциальным кандидатам.

В группах и персональных аккаунтах в Facebook были зафиксированы использование гендерных стереотипов в отношении женщин-кандидаток и экспрессивные высказывания в их адрес. Словесным атакам подверглись как действующие женщины-депутаты, которые находятся в

<sup>9</sup> <https://aryba.kg/sayasat/3305-yjman-nuru-ashyngan-radikalduu-islamchylardyn-partijasby.html>



списках зарегистрированных на выборы партий, так и новые лица, известные в обществе в других сферах деятельности – журналисты, активисты, преподаватели.

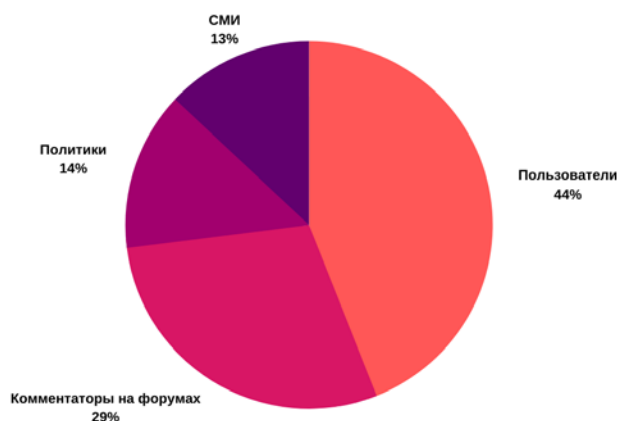
*Скриншот 4. Пример из поста, опубликованного в Facebook-группе Маалымат майданы 14.08.2020, адресованного Динаре Исаевой: «Өзүн партиясы менен кошо Жок кылалы Кыргызстан!» (рус. «Давайте уничтожим ее и ее партию, Кыргызстан!»)<sup>10</sup>*

Когда Айсулуу Тыныбекова, чемпионка мира по борьбе, написала в своем Instagram, что не намерена баллотироваться на предстоящих выборах, и об этом также сообщили СМИ, ряд комментаторов, обсуждая ее персону, использовал язык вражды для указания ее социального статуса.

*Пример уничижительных клише, создающих негативный образ женщины, включая нетерпимость, по территориальному типу из комментариев под новостью «Айсулуу Тыныбекова не намерена баллотироваться в Жогорку Кенеш», онлайн-издание «Кактус.Медиа», 12.08.2020: «мырка», «колхозница», «без нее хватает тупых чимкириков»<sup>11</sup>*

Диаграмма 6. Основные трансляторы языка ненависти за исследованный период

На первом месте по распространению языка ненависти находятся интернет-пользователи. 44% из общего количества обнаруженных высказываний и визуального контента было задокументировано в социальных сетях. Там эксперты зафиксировали наибольшее количество клише и стереотипов, посты часто содержали оскорбительные сообщения и ксенофобные подтексты в адрес этносов, а также неэтичные изображения верующих в материале со ссылками на идеологию политической партии, в которой они состоят.



Следом в 29% случаев язык вражды использовали комментаторы на онлайн-форумах. Они транслировали оскорбительные мнения с дискриминационными лексемами и упоминанием персон в различных контекстах.

Другая группа – политики, которые не были корректны в своих высказываниях (14%), и СМИ (13%), транслирующие их цитаты и способствующие таким образом распространению ненавистнических речей.

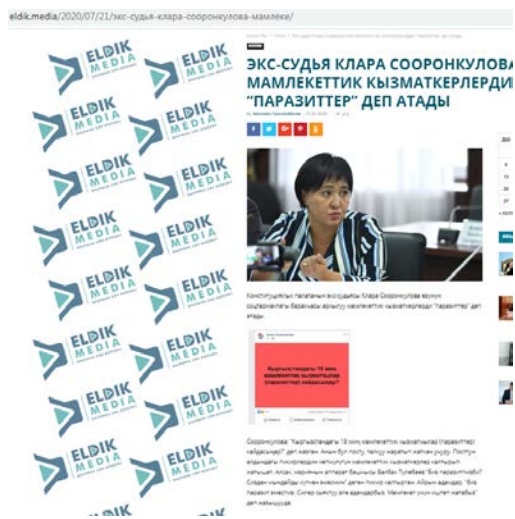
Например, в опубликованной 05.08.2020 новости на веб-портале ИА «Апрель» и ряде других медиа под названием «Бектур Асанов призвал президента принять меры в отношении группировки Раима-миллиона» приводится высказывание депутата ЖК И. Матраимова в ответ на критику, содержащее конфликтотенный стереотип: «Кому нужны советы человека .....который поддерживал сепаратистов (*сепаратист – стереотипичное высказывание в местных СМИ и*

<sup>10</sup> <https://www.facebook.com/groups/mmaidan>

<sup>11</sup> [https://kaktus.media/doc/418700\\_aysylvy\\_tynybekova\\_ne\\_namerena\\_ballotirovatsia\\_v\\_jogorky\\_kenesh.html](https://kaktus.media/doc/418700_aysylvy_tynybekova_ne_namerena_ballotirovatsia_v_jogorky_kenesh.html)

публичных дискуссиях, имеющее ксенофобные подтексты, возникшее в 2010 году, до и после ошских событий в КР. – Прим.), а потом был осужден по тяжким статьям?»<sup>12</sup>

Трансляционные цитаты и некорректные высказывания политиков часто перепечатывают СМИ без соответствующего контекста и пояснения.



(паразитов)?» (рус.)

Когда в июле Клара Сооронкулова, лидер политической партии «Реформа», экс-судья Конституционной палаты, на своей странице в Facebook обозвала 18 тысяч госчиновников Кыргызстана «паразитами»<sup>13</sup> (экспрессивная и грубая лексика. – Прим.), многие СМИ, публикуя это, отреагировали заголовками и добавлением негативных комментариев от пользователей социальных сетей как в адрес автора, так и в адрес чиновников.

Скриншот 4. Пример поста, опубликованного в Facebook-аккаунте лидера партии «Реформа», – «Где вы, 18 тысяч государственных служащих

Представленные тренды и основанный на них сравнительный анализ языка вражды в предвыборном дискурсе соответствуют проанализированному периоду и могут меняться в соответствии с общественно-политической повесткой.

#### Ссылки на изученные медиа:

- [https://eldik.media/;](https://eldik.media/)
- [https://aryba.kg/;](https://aryba.kg/)
- [https://kyrgyztoday.org/;](https://kyrgyztoday.org/)
- [https://24.kg/;](https://24.kg/)
- [https://www.super.kg/;](https://www.super.kg/)
- <http://www.sayasat.kg/kg/;>
- [https://bagyt.kg/;](https://bagyt.kg/)
- [https://kadam-media.kg/;](https://kadam-media.kg/)
- [https://pk.kg/;](https://pk.kg/)
- [http://akipress.org/;](http://akipress.org/)
- [http://www.turmush.kg/;](http://www.turmush.kg/)
- [https://ru.sputnik.kg/;](https://ru.sputnik.kg/)
- [https://vesti.kg/;](https://vesti.kg/)
- [http://yntymak.kg/uz/;](http://yntymak.kg/uz/)
- [https://kloop.kg/;](https://kloop.kg/)
- [http://t-media.kg/;](http://t-media.kg/)
- [https://barometr.kg/;](https://barometr.kg/)
- [https://govori.tv/;](https://govori.tv/)
- [https://april.kg/;](https://april.kg/)
- [https://delo.kg/;](https://delo.kg/)
- [https://www.vb.kg/;](https://www.vb.kg/)
- [https://chyndyk.media/;](https://chyndyk.media/)
- [https://knews.kg/;](https://knews.kg/)
- [https://reporter.kg/;](https://reporter.kg/)
- [https://www.facebook.com/groups/456498167859115/;](https://www.facebook.com/groups/456498167859115/)
- <https://facebook.com/groups/migrantar;>
- [https://www.facebook.com/groups/541386569352399/?ref=pages\\_profile\\_groups\\_tab&source\\_id=1545625505747971;](https://www.facebook.com/groups/541386569352399/?ref=pages_profile_groups_tab&source_id=1545625505747971;)

<sup>12</sup> <https://april.kg/ru/article/bektur-asanov-prizval-prezidenta-privat-meri-v-otnoshenii-gruppirovki-ravimamilliona>  
<sup>13</sup> <https://www.facebook.com/profile.php?id=100001543883725>

<https://www.facebook.com/groups/1782596268690189/>;  
<https://www.facebook.com/groups/1897168236966385/permalink/3275086832507845/>;  
<https://www.facebook.com/groups/540883016366024/>;  
<https://www.facebook.com/bespredelKG/>;  
<https://www.facebook.com/%D0%90%D0%B9%D0%B6%D0%B0%BD-%D0%A7%D1%8B%D0%BD%D1%8B%D0%B1%D0%B0%D0%B5%D0%B2%D0%B0-271389356696785/>;  
[https://www.facebook.com/aprilmassmedia/?ref=search&\\_tn\\_=%2Cd%2CP-R&eid=ARCN4\\_E80G3whHPPDxFqUOCTKKi71Qh94M3GuuGYMrbcM7yaf-F6nYFNPZDx7yivPd18tLFoYRGbWBDy](https://www.facebook.com/aprilmassmedia/?ref=search&_tn_=%2Cd%2CP-R&eid=ARCN4_E80G3whHPPDxFqUOCTKKi71Qh94M3GuuGYMrbcM7yaf-F6nYFNPZDx7yivPd18tLFoYRGbWBDy;);  
[https://www.facebook.com/profile.php?id=1450894586&ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/profile.php?id=1450894586&ref=br_rs;);  
<https://www.facebook.com/groups/420486925437227/>;  
[https://www.facebook.com/profile.php?id=100054302702290](https://www.facebook.com/profile.php?id=100054302702290;);  
[https://www.facebook.com/groups/mmaidan](https://www.facebook.com/groups/mmaidan;);  
[https://www.facebook.com/groups/ulukbek](https://www.facebook.com/groups/ulukbek;);  
<https://www.facebook.com/Мекеним-Кыргызстан/>;  
<https://www.facebook.com/groups/540883016366024/>;  
[https://www.facebook.com/groups/271478863515240/?multi\\_permalinks=608733719789751](https://www.facebook.com/groups/271478863515240/?multi_permalinks=608733719789751;);  
[https://www.facebook.com/groups/KGvsTS/?multi\\_permalinks=4310944298947662](https://www.facebook.com/groups/KGvsTS/?multi_permalinks=4310944298947662;);  
[https://www.facebook.com/groups/chongkazat/?multi\\_permalinks=1677033352472251](https://www.facebook.com/groups/chongkazat/?multi_permalinks=1677033352472251;);  
[https://www.facebook.com/groups/540883016366024/?multi\\_permalinks=1023889381398716](https://www.facebook.com/groups/540883016366024/?multi_permalinks=1023889381398716;);  
[https://www.facebook.com/groups/2460307844214788](https://www.facebook.com/groups/2460307844214788;);  
[https://www.facebook.com/groups/1642751369326400](https://www.facebook.com/groups/1642751369326400;);  
[https://www.facebook.com/groups/1897168236966385](https://www.facebook.com/groups/1897168236966385;);  
[https://www.facebook.com/groups/576572249372930](https://www.facebook.com/groups/576572249372930;);  
[https://www.facebook.com/groups/rabota23](https://www.facebook.com/groups/rabota23;);  
[https://www.facebook.com/groups/atheism.kg](https://www.facebook.com/groups/atheism.kg;);  
[https://www.facebook.com/groups/851275358252549](https://www.facebook.com/groups/851275358252549;);  
[https://www.facebook.com/groups/1707739766137338](https://www.facebook.com/groups/1707739766137338;);  
[https://www.facebook.com/groups/620547904961378](https://www.facebook.com/groups/620547904961378;);  
<https://www.facebook.com/birbolparty.kg/>;  
<https://www.facebook.com/ReporterKGrus>

**Об организации.** Школа миротворчества и медиатехнологий в ЦА – организация по развитию медиа, связей с общественностью, поощрению свободы выражения, борьбы с языком вражды и дискриминацией в медиа. Специализируется на медиаисследованиях и экспертизах онлайн-контента, языка нетерпимости в СМИ, интернете и публичном дискурсе, создании медиакампаний на чувствительную тематику, тренингах для журналистов и создателей онлайн-контента, правозащитников, в том числе и в конфликтной зоне.

[www.ca-mediators.net](http://www.ca-mediators.net);  
<https://www.facebook.com/peacemakingS/>;  
[peacemakingschool@gmail.com](mailto:peacemakingschool@gmail.com)