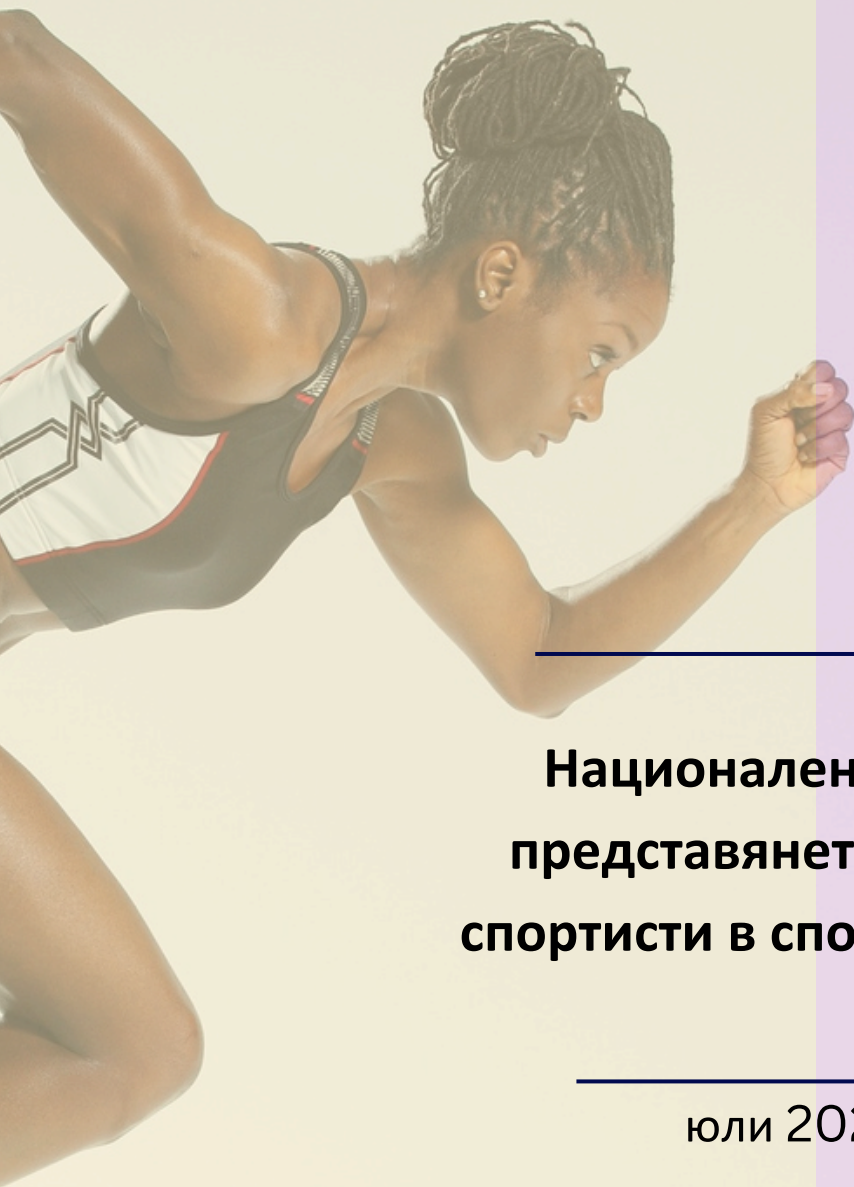


POWER

WOMEN ATHLETES IN SPORTS MEDIA



Национален доклад за представянето на жените спортисти в спортните медии

юли 2025 г.

ERASMUS-SPORT-2023-SCP
Grant Agreement No: 101185115



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



Финансирано от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче принадлежат изцяло на техния(ите) автор(и) и не отразяват непременно възгледите и мненията на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (EACEA). За тях не носи отговорност нито Европейският съюз, нито EACEA.

Национален доклад

"POWER - Изобразяването на жените спортисти в спортните медии"

ERASMUS-SPORT-2023-SCP

Споразумение за безвъзмездна помощ №: 101185115

(Вид: доклад)

Юли 2025 г.

Финансиран от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче са единствено на автора(ите) и не отразяват непременно тези на Европейския съюз или на Изпълнителната агенция за европейско образование и култура (EACEA). Нито Европейският съюз, нито EACEA могат да бъдат държани отговорни за тях.



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



Съдържание

<i>Контекстна обстановка</i>	4
<i>Въведение</i>	6
<i>1. Анализ на вестници</i>	7
1.1.	71.
2.	71.
3.	91.
4.	111.
5.	131.
6.	192. Анализ на онлайн спортни медийни
<i>платформи</i>	17
2.1	202
.2	212
.3	222
.4	242
.5	282
.6	292
.7	303. Социални медии: Анализ на X
<i>профили</i>	27
3.1	323
.2	333
.3	343
.4	363
.5	383
.6	404. Анализ на TV
<i>епизоди</i>	35

4.1		414
.2		414
.3		424
.4		434
.5	445. Анализ на фокус	40
група		
5.1		465
.2		475
.3	54Обобщение на констатациите -	47
България		



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



Контекстуални условия

За да се осигури цялостно разбиране на начина, по който жените спортисти се представят в спортните медии в Европа, всеки партньор, участващ в проекта POWER, отговаряше за изготвянето на специален национален доклад. Тези доклади представляваха ключова стъпка в контекстуализирането на констатациите от всички етапи на изследването - библиометричен анализ, анализ на медийното съдържание, фокус групи и проучване на аудиторията - в специфичните медийни и културни рамки на всяка участваща страна.

Всеки национален доклад беше изготвен от съответната партньорска организация и представяше основните констатации от емпиричното изследване, проведено на национално ниво. Тези доклади отразяваха конкретни предизвикателства и модели, свързани с медийното представяне на жените спортисти. Първоначално изготвен на националния език, всеки документ впоследствие беше преведен на английски език.

След завършването и превода на всички национални доклади ръководителят на работния пакет (SEA) събра и прегледа документите и координира изготвянето на консолидиран доклад на ЕС. Този краен резултат предлагаше сравнителен анализ на констатациите в шестте партньорски държави, подчертаваше както общите тенденции, така и специфичните за всяка държава различия, и предоставяше международни заключения и препоръки за подобряване на представянето на половете в спортните медии.

**"POWER - Изобразяването на жените спортисти в спортните
медии"**

България



Co-funded by
the European Union



Въведение

В България спортният медиен пейзаж все още отразява забележителни дисбаланси между половете, особено по отношение на видимостта и дълбочината на отразяване. Мъжете спортисти продължават да доминират в дневния ред на новините, със значително повече статии и по-широко медийно внимание. В същото време обаче нашият анализ разкрива и някои окуражаващи развития в начина, по който се представят жените спортисти. Във всички изследвани медийни канали тонът на отразяване е предимно положителен и уважителен, без открит сексистки език и само с отделни фини пристрастия. Всъщност, когато жените спортисти са били представяни, фокусът често е бил върху техните постижения, умения и лидерство - подчертавайки един потвърждаващ и професионален разказ от очакваното. Въпреки че общото медийно отразяване на жените спортисти остава много по-ниско в сравнение с мъжете и тяхната медийна видимост все още е непостоянна, тези положителни елементи предполагат, че някои редакционни практики бавно се насочват към по-приобщаващи стандарти.

Настоящият национален доклад, разработен в рамките на проекта "POWER - Изобразяването на жените спортисти в спортните медии", има за цел да предостави основаващ се на факти преглед на начина, по който жените спортисти понастоящем са представени в българските цифрови спортни медии. Като изследва честотата, тона, рамката и визуалното съдържание в избрани публикации, докладът подчертава съществуващите неравенства и предлага информация за това как може да се постигне по-приобщаващо и балансирано представяне на жените в спорта.

1. Анализ на вестниците

В този раздел са представени резултатите от анализа на съдържанието на българските вестници, свързани с представянето на жените спортисти. Поради структурните ограничения в сектора на българските печатни медии - като например липсата на архивирани печатни издания и липсата на публичен достъп до PDF формати - анализът беше извършен с помощта на цифровите версии на два вестника: един с общ интерес и един със спортен характер. Поради тази причина терминът "издание" в този доклад се отнася до датата на публикуване на статията; всяка отделна дата, на която статията се появява на уебсайта на някой от вестниците, се счита за отделно издание. Бяха разгледани общо 40 издания на вестници, публикувани между юни 2024 г. и февруари 2025 г., като събирането на данни се проведе от февруари до април 2025 г.

1.1. Брой на анализирани издания за всеки вестник

В таблицата по-долу е представено разпределението на 40-те вестникарски издания, анализирани в българския случай, според вестника, от който произхождат. Включени са издания от два широко разпространени национални вестника: **"24 Часа"** (вестник за общи новини) и **"7 дни спорт"** (вестник за спорт).

Таблица 1: Брой на анализирани издания по вестници

Вестник	Това специализиран вестник за спорт ли е?	Брой анализирани издания на вестника	Процент
24 Часа	Не	20	50%
7 Дни Спорт	Да	20	50%
Общо		40	100%

Извадката включва сравнително балансиран брой издания от двата дигитализирани вестника, което дава възможност за сравнителен анализ между редакционните профили. Включването на вестници с общо предназначение е от решаващо значение за разбирането на начина, по който спортът - особено женският спорт - се представя в неспециализираните медии.

1.2. Период на събиране на данни

В таблица 2 е представено разпределението на 40-те вестникарски издания според месеца на публикуването им. Данните са събрани от юни 2024 г. до февруари 2025 г., което позволява да се наблюдават потенциални сезонни или контекстуални вариации.

Таблица 2: Разпределение на изданията на вестниците по периоди на събиране на данни

Месец	Честота	Процент
Юни/24	4	10%
Юли/24	4	10%
август/24	8	20%
Сеп/24	4	10%
Октомври/24	4	10%
ноември/24	4	10%
декември/24	4	10%
януари/25	4	10%
Февруари/25	4	10%
Общо	40	100%

Както е показано в Таблица 2, изданията са добре разпределени във времето и обхващат всички сезони. Леката концентрация през август 2024 г. (20%) може да отразява засиленото спортно отразяване поради Олимпийските игри в Париж. Разнообразието във времето засилва надеждността на извадката, като намалява отклоненията, свързани с конкретни периоди.

В таблица 3 е показано разпределението на 40-те издания на вестниците според деня от седмицата, в който са публикувани, което помага да се определят редакционните модели през седмицата.

Таблица 3: Разпределение на изданията на вестниците по дни от седмицата за събиране на данни

Ден от седмицата	Честота	Процент
Понеделник	10	25%
Вторник	8	20%
Сряда	4	10%



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



Четвъртък	4	10%
Петък	8	20%
Събота	4	10%
Неделя	2	5%
Общо	40	100%

Както е показано в таблица 3, данните показват, че вестниците се показват най-често в понеделник - около 25%. Най-нисък е процентът в неделя - около 5%, което вероятно се дължи на забавянето на публикационната активност през уикенда. Разпределението остава сравнително стабилно през седмицата с дни като вторник и петък, всеки от които представлява приблизително 20%, което показва последователен модел на публикуване през тези дни.

1.3. Брой статии, посветени на мъже и жени спортисти

Това сравнение представя броя на статиите, посветени на спортисти мъже и жени, в едно издание на вестника. Данните са групирани в диапазони въз основа на наблюдавания обем на отразяване. Заслужава да се отбележи, че 14 издания (35%) изобщо не са включвали споменаване нито на спортисти мъже, нито на спортистки жени.

В таблица 4 е посочено дали всяко от 40-те анализирани издания е включвало споменаване на спортисти жени. Променливата е дихотомна (да/не), а броят на изданията без споменаване е подчертан, за да се оцени степента на невидимост на жените в спортния медиен пейзаж.

Таблица 4: Споменаване на спортистки във вестниците

Споменава ли изданието жени спортисти?	Честота	Процент
Да	23	57.5%
Не	3	7.5%
Издания, в които не се споменават спортове	14	35%
Общо	40	100%

Според таблица 4 от 40-те анализирани вестникарски издания 23 (57,5 %) включват поне едно споменаване на жени спортисти, докато само 3 издания (7,5 %) съдържат спортно съдържание, но изобщо не споменават жени. Освен това в 14 издания (35%) изобщо не е включено спортно съдържание. Тези цифри показват, че малко повече от половината издания са осигурили някаква видимост на жените спортисти, докато

значителна част от тях или са пропуснали жените в спортните си материали, или са изключили спорта изцяло.

Таблица 5: Брой на статиите, посветени на мъжете и жените спортисти

Брой статии	Спортисти мъже	Спортисти жени
Няма	14	17
Един	3	4
Между 2 и 4	3	11
Между 5 и 8	1	5
Повече от 8	19	3
Общо (валидни отговори)	40	

Въз основа на данните в таблица 5 анализът разкрива ясен дисбаланс между половете по отношение на обема на спортното отразяване. От 40-те анализирани издания, 19 съдържат повече от осем статии за спортисти мъже, докато само 3 издания достигат същото ниво за спортисти жени. Освен това 17 издания не са включили нито една статия за жени в сравнение с 14 издания, в които не са отразени мъже. Половината от изданията (50 %) включват между две и осем статии за жени спортисти, което показва, че макар жените да присъстват в спортния медиен пейзаж, тяхното отразяване обикновено е ограничено по отношение на дълбочината и честотата. За разлика от тях мъжете спортисти са получили значително по-широко внимание, като само 7,5 % от изданията са включили по-малко от две статии за тях. Тези констатации подчертават трайно недостатъчното представяне на жените спортисти в спортното отразяване на българските вестници, като посочват системни редакционни приоритети, които продължават да фаворизират мъжките спортове.

1.3.1. Сравнение между медийното отразяване на мъжете и жените спортисти в България

Беше проведен t-тест върху извадка от 40 анализирани издания на вестници в България, събрани между май 2024 г. и февруари 2025 г., с цел да се сравни средният брой статии, посветени на спортистите мъже и жени през този период. Резултатите показват, че изданията са съдържали средно 4,74 статии ($SD = 4,28$) за мъже спортисти и 2,41 статии ($SD = 2,88$) за жени спортисти. И двете стойности са статистически по-големи от нула, като резултатите са силно значими ($t(39) = 7,005$ за мъжете; $t(39) = 5,290$ за жените; $p < .001$ и в двата случая). Размерът на ефекта, измерен чрез d на Коен, е 1,11 за мъжете спортисти (голям) и 0,84 за жените спортисти (умерен до голям).

Таблица 6: Сравнение между медийното отразяване на спортистите мъже и спортистките жени

Пол	Средна стойност на статиите в едно издание	SD	t стойност	p (двустранный)	d на Коен
Мъже	4.74	4.28	7.005	< .001	1.11
Жени	2.41	2.88	5.290	< .001	0.84

Тези резултати в таблица 6 потвърждават, че мъжете спортисти получават средно почти два пъти повече статии на издание, отколкото жените спортисти. Макар че и двете групи са представени положително в статистически значима степен, разликата между половете остава забележима, което говори за трайно неравенство в медийната видимост на спорта.

1.4. Анализ на статиите на жените спортисти

От цялата извадка бяха идентифицирани 23 издания на вестници в България, в които се споменават жени спортисти. В рамките на тези 23 издания бяха разгледани подробно **72 статии**, които представляват основата за по-обстоятелствен анализ, фокусиран върху специфичните характеристики на начина, по който жените са представени в спортната журналистика. В следващия раздел са разгледани различни аспекти на тези 72 статии.

Таблица 7: Характеристики на статиите, представящи жени спортисти в България

Променлива	Категория	Честота	Валиден Процент
Брой статии	Общо	72	100%
Статията свързана ли е със спорта?	Да	62	86.1%
	Не	10	13.9%
Вид на представения спорт	Отборни спортове	19	26.4%
	Индивидуални спортове	53	73.6%
Състезателно ниво на спортистите	Професионалисти	49	68.1%
	Олимпийски	22	30.5%
	Grassroots	-	-
	Любителски	1	1.4%

Както е показано в таблица 7, от 72-те статии, в които са представени спортистки, по-голямата част (86,1 %) са свързани със спорт, което подчертава фокуса на медиите върху спортните постижения на жените. В 13,9 % от статиите спортистките са представени извън спорта, като често са изтъкнати лайфстайл или социални теми. В рамките на отразяването на спортните събития 73,6 % от статиите са посветени на индивидуалните спортове, а 26,4 % са посветени на отборните спортове. Професионалните спортисти доминираха в разказите, като се появяваха в почти 70 % от статиите, докато олимпийските спортисти представляваха около една трета. Спортистите аматьори бяха отразени минимално, като се появиха само в 1,4 % от статиите, а масовите спортисти не бяха отразени изобщо. **Това показва липса на медийно внимание към женския спорт, който не е от елита.**

1.4.1. Сексистки език и полови стереотипи в текста

Както вече беше споменато, при събирането на данни в България бяха идентифицирани 72 статии, в които се споменават жени спортисти. Анализът на тези текстове не разкри случаи на откровено сексистки език или унижителни изрази, основани на пола. Това предполага, че в случаите, когато са включени жени, журналистическият дискурс се стреми да избягва открито дискриминационна терминология.

Сексуализацията и обективизацията също са рядкост и се появяват само в две статии. В тези случаи акцентът беше поставен върху външния вид, а не върху спортните постижения, и бяха използвани провокативни или обективизиращи изрази, които свеждаха спортистите до техния външен вид. Забележително е, че тези случаи засягат само чуждестранни спортистки - в извадката няма сексуализирани български спортисти. Всъщност имаше отделни примери, в които спортисти мъже бяха оформени по подобен начин, което предполага, че подобни образи, макар и проблематични, не са насочени изключително към жените. Що се отнася до половите стереотипи, само две статии поставиха под въпрос женствеността на спортистите или ги обрисоваха като второстепенни спрямо мъжете.

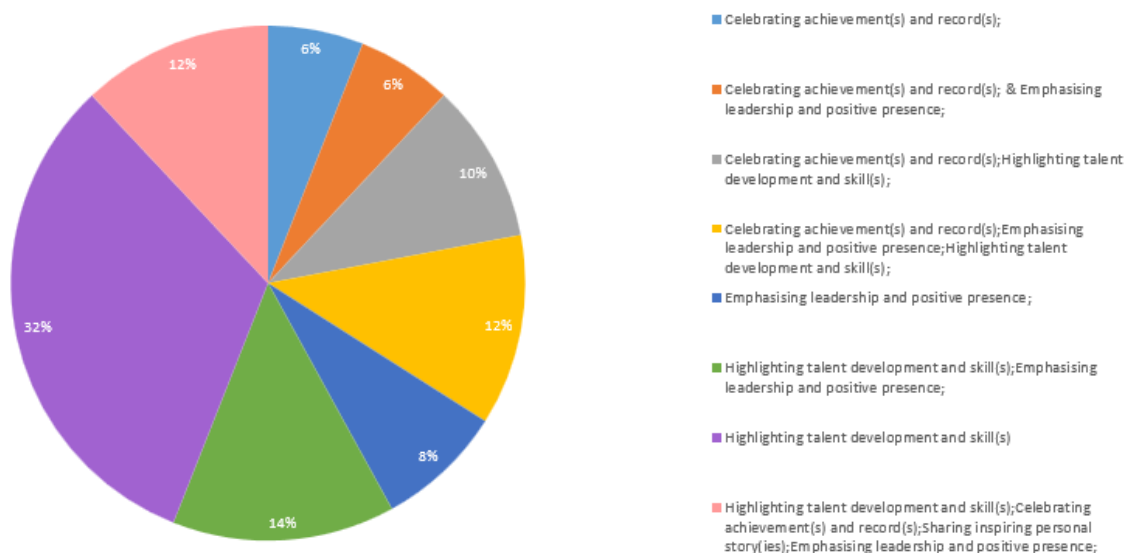
Въпреки че тези цифри са ниски, важно е да се има предвид, че наборът от данни се състои само от статии, които вече включват жени - което означава, че извадката може да отразява по-благоприятно представяне, отколкото по-широката медийна среда. Все пак ниската честота на пристрастния или вреден език сочи към предпазливо положителна промяна в начина, по който българските вестници отразяват жените спортисти, дори и да остават по-дълбоки неравенства по отношение на видимостта и дълбочината на разказа.

1.4.2. Негативно и позитивно рамкиране в текста

Сред 72-те анализирани статии само 3 (4,2 %) включват негативно рамкиране на жените спортисти, като разказът се фокусира върху дисциплинарни въпроси - случай, който поражда опасения за засилване на стигмата, дори и да е изолиран. От друга страна,

50 статии (69,4 %) демонстрират положително оформяне на жените спортисти, докато 19 статии (26,4 %) поддържат неутрален тон. Качественият анализ на позитивно оформените статии разкри няколко повтарящи се модела. В 12 % от случаите (6 статии) текстът съчетава отбелязване на постижения, лидерски качества и развитие на таланта. В други 10 % (5 статии) се изтъкват както постиженията, така и талантът, а 6 % (3 статии) съчетават постиженията с лидерството. Единственият фокус върху таланта и уменията е най-често срещаният модел, който се появява в 32% от позитивно оформените статии (16 статии). Само лидерството е включено в 8 % (4 статии), а лидерството, съчетано с развитие на таланта, се появява в 14 % (7 статии). По-малка част от тях (6 статии или 12 %) отбелязват постиженията, като същевременно изтъкват вдъхновяващи лични истории, лидерство и талант.

Positive Framing of Female Athletes in Bulgarian Newspapers (n=50)



Фигура 1: Категоризация на текстовете с положително съдържание

Тези констатации показват, че когато жените спортисти са представени в положителна светлина, **българските медии са склонни да наблягат на техните умения и потенциал, следвани от лидерството и постиженията** - което показва **предпочитание към рамкиране на жените чрез разкази, основани на компетентността, а не на сензацията или стереотипните ъгли.**

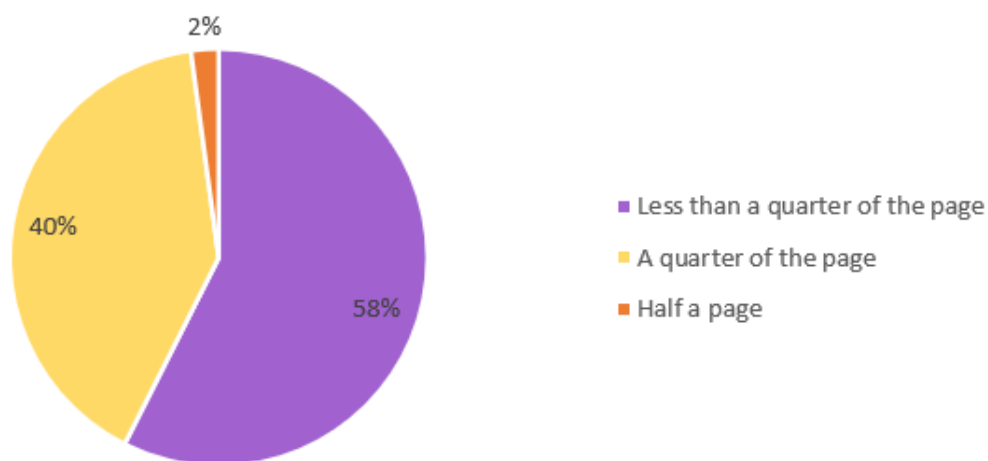
1.5. Присъствие и брой на изображенията в статиите

Сред 72-те статии, в които бяха представени жени спортисти, всички бяха анализирани за наличието на изображения. Данните показват, че в 35 % от статиите (25 статии) не са включени изображения на споменатата спортистка, в 61 % от случаите (44

статии) има само едно изображение, а в 4 % от случаите (3 статии) са идентифицирани две или повече изображения.

Що се отнася до размера на изображенията, ясно се очертава превес на по-малките визуални формати (вж. фигура 2). Тези констатации показват, че дори когато жените спортисти са представени визуално, изображенията обикновено заемат скромно редакционно пространство, което потенциално ограничава тяхното въздействие.

Size of images featured in newspaper articles on female athletes (n = 47)



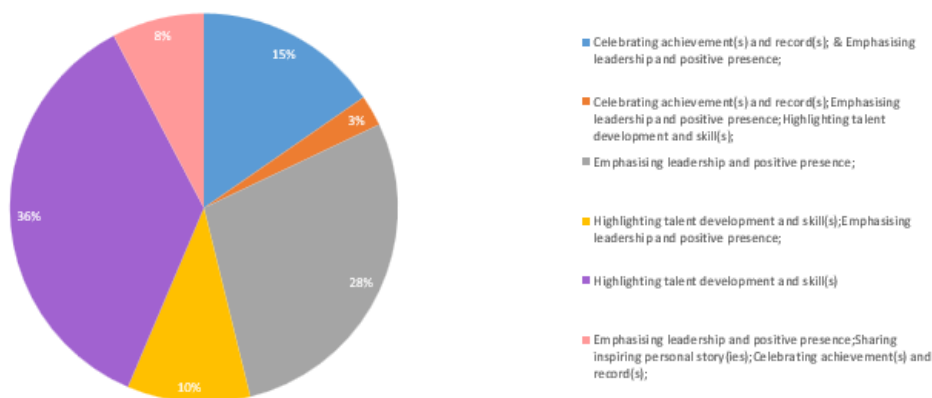
Фигура 2: Размер на изображението

1.5.1. Сексистки език и стереотипи за пола в изображението и негативно рамкиране

Сред 47-те статии, съдържащи изображения на спортистки, **не бяха установени случаи на сексуализация, обективизация, полови стереотипи или тривиализиране на постиженията във визуализациите.** От друга страна, 39 статии - по-голямата част от разгледаните статии (83%) - включват положително рамкиране във визуалното представяне, докато останалите 8 статии (17%) запазват неутрални изображения на жени спортисти. **Това показва преобладаващо оценъчен подход към изобразяването на жените в спорта.**

1.5. 2. Положително рамкиране в изображенията

Positive Framing of Female Athletes in Bulgarian Newspapers (n=39)



Фигура 3: Категоризация на изображенията с положително рамкиране

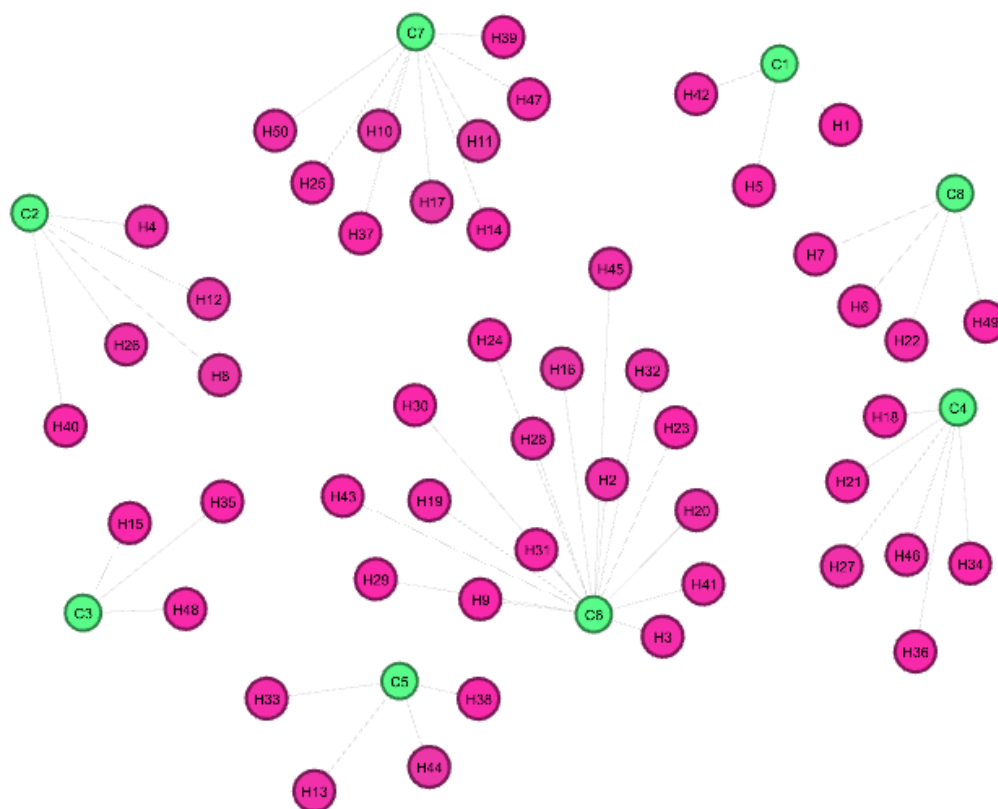
Анализът на 39 статии разкри последователно използване на позитивно рамкиране при визуалното изобразяване на жени спортисти. Най-често срещаният наратив е подчертаването на развитието на таланта и уменията (36%), следван от подчертаването на лидерството и положителното присъствие (28%), което показва нарастваща редакционна тенденция за представяне на жените спортисти като успешни, квалифицирани и влиятелни фигури. **Макар че размерът на извадката е ограничен, данните показват благоприятна промяна към многоизмерно и овластяващо представяне на жените в спорта.**

С цел задълбочаване на качествения анализ на позитивните медийни представяния на жените спортисти беше създадена двустранна мрежова визуализация с помощта на софтуера Gephi (версия 0.10.1). Мрежата беше изградена чрез кръстосани препратки между заглавията на новинарските статии и предварително кодираните категории на позитивното оформяне, като например "отбелязване на постиженията", "развитие на таланта" или "лидерство и позитивно присъствие".

За тази цел мрежовите възли са организирани в два различни типа: заглавия на статии и тематични категории, което позволява визуално представяне на връзката между публикуваното съдържание и символните рамки, приписвани на спортистите. Връзките (ребрата) показват наличието на конкретна категория в рамките на дадено заглавие.

Данните бяха организирани в две електронни таблици, като в едната бяха изброени възлите, а в другата - връзките, и бяха импортирани в софтуера Gephi (V. 0.10). След импортирането беше приложен алгоритъмът за оформление ForceAtlas2, тъй като той е особено подходящ за мрежи, които имат модулна или общностна структура.

Цветът и размерът на възлите също бяха коригирани, за да се улесни визуалното разграничаване на двата типа възли и да се подчертае относителната им важност в мрежата, като синият цвят беше използван за представяне на категориите, а розовият - за заглавията. Тази методологична стъпка позволи визуално идентифициране на моделите на съвместна поява, плътността на връзките и семантичната централност в рамките на журналистическия дискурс, като ясно разкри основните форми на символична оценка, приписвана на жените спортисти в анализирания заглавия.



Фигура 4: Мрежа между заглавията и положителните категории

Таблица 8: Характеристики на статиите с участието на жени спортисти в България

Код	Категория и заглавия
C1	Празнуване на постижения и рекорди
C2	Отбелязване на постижения и рекорди; подчертаване на развитието на таланти;
C3	Празнуване на постижения и записи; Лидерство и положително присъствие
C4	Празнуване на постижения и резултати; подчертаване на развитието на таланта; лидерство и положително присъствие
C5	Лидерство и положително присъствие
C6	Подчертаване на развитието на таланта

C7	Лидерство и положително присъствие; подчертаване на развитието на талантите
C8	Празнуване на постижения и рекорди; Подчертаване на развитието на таланта; Лидерство и позитивно присъствие; Вдъхновяваща лична история
H1	Голям успех за България с 6-то място на Европейското първенство по плуване с артистични спортове
H2	Тяя Николова: Седем стотни от секундата са само едно мигване на окото. Надявам се следващия път да е в моя полза.
H3	Виктория Томова загуби битката си с китайска тенисистка на Уимбълдън
H4	Българка е най-бързата европейка в категорията до 18 години, като счупи 30-годишен рекорд.
H5	Бронзовата медалистка канадска атлетка популяризира профила си за еротични снимки заради олимпиадата
H6	Боряна Калейн подари своя талисман от Париж на Мадлен Радуканова, която я вдъхнови със своя от Токио.
H7	Съдбата отне лявата ръка на Сара Стори, но след това я покри с купчина злато.
H8	Милена Тодорова и Лора Христова с победи на Балканското първенство по летен биатлон в Банско.
H9	Повече пари и отбори в женския волейбол след нов договор със спонсор
H10	Момичетата на България до 15 години се представят добре на турнира за развитие на УЕФА
H11	Виктория Томова елиминира шампионката на старта в Токио, като я чака още един мач.
H12	Калояна Налбантова си осигури медал на европейското първенство по бадминтон
H13	Сабаленка вдигна трофея в Бризбейн след завръщане
H14	Синер и Свитек са световни шампиони по тенис
H15	Боряна Калейн стана номер 1 в София
H16	Прекрасните Севда Асенова, Злати Чуканова и Венелина Поптолева на финала на турнира за купа "Странджа
H17	Вики Томова дебютира в Топ 60 на ранглистата
H18	Публиката в Париж обра оваците след представянето на България! Златните ни момичета в момента са на второ място на Олимпиадата.
H19	Националният отбор до 18 г. победи Турция на европейското първенство
H20	Сестрите Стоеве преди срещата в Париж през 2024 г: Видяхме, че азиатските жени не са работи
H21	Свирепата Боряна Калейн игра така, сякаш нямаше утре, и разплака България! Имаме сребърен олимпийски медалист след 36 години.
H22	Боряна Калейн: Любими ми бяха бухалките; те пресъздават най-трудните моменти, през които съм преминала.
H23	Глушкова печели в Брашов, Каратанчева отпада
H24	Виктория Томова се изкачва с две места в световната ранглиста
H25	Томова остава в топ 50 на световната ранглиста, Сабаленка все още е №1
H26	Дойде 99-ата победа на Шифрин, която загря за 100-ата си пред родна публика.

H27	Валентина Георгиева беше обявена за най-добър млад спортист на България за 2024 г.
H28	Само Биляна Дудова ще представя България на първия голям турнир по борба
H29	България се класира на шесто място в смесената щафета на Световното първенство по биатлон в Йостерсунд
H30	България с шестима спортисти на Олимпийските игри в Париж: Пламена Миткова води отбора
H31	Виктория Томова достигна четвъртфинал във Валенсия
H32	Испанска тенисистка изхвърли шампионката Вондроусова от Уимбълдън
H33	Златните момичета осветиха олимпийското село
H34	Изключителни обръчи и вдъхновяващи ленти и топки изпратиха наследниците на диамантите в битката за медалите с първокласна оценка.
H35	Кимиа Ализаде разказва пред Vogue: "За мен е важно да се справям с тези неща: Таекуондо ме научи да не се отказвам
H36	Нашите състезатели завършиха с две отборни победи и достойно класиране в Истанбул.
H37	Пламена Миткова е номинирана за изгряваща звезда на европейската атлетика
H38	Сестри Стоеви достигат до полуфиналите в София
H39	3 победи за България на Откритото първенство на Австралия
H40	Виктория Томова за първи път е в топ 60 на света
H41	Лия Каратанчева печели в Холандия
H42	Украинската атлетка Махучих благодари на Стефка Костадинова за вдъхновението
H43	Биляна Дудова започна с победа
H44	България не успя да спечели медал на европейското първенство за младежи до 20 години на родна земя, но се класира за световното първенство.
H45	Три български тенисистки в топ 20 на световната ранглиста за девойки
H46	Милена Тодорова е доволна от отличното си представяне в масовия старт
H47	Капитанът на България: След победата над Унгария сме жадни за още
H48	България започна с победа участието си в Европейското първенство по волейбол за жени до 20 години в София
H49	Италианка ще бъде първият транссексуален спортист на параолимпийските игри в Париж
H50	Лия Каратанчева продължава да напредва на два фронта в Пазарджик

Мрежовият анализ разкри няколко ключови елемента:

Тематична централност: Категорията "Подчертаване на развитието на таланти и умения" се откроява като най-свързан възел, който се появява в множество заглавия. Този

резултат засилва доминирането на разказа за успеха и заслугите като основна форма на медийно признание за жените спортисти.

Други релевантни категории: Категорията "Лидерство и позитивно присъствие" също показва висока степен на свързаност, като формира тематични клъстери около символичното оценяване на спортистите като модели за високи постижения и вдъхновение. Освен това много заглавия са свързани с комбинирани категории, което показва сложността на позитивното рамкиране.

Визуално разпределение и клъстериране: Мрежата формира визуално обособени подмножества, като групира заглавията по тематични категории. Това групиране подсилва идеята, че определени видове позитивно рамкиране са склонни да се появяват систематично и последователно в медийния дискурс.

1.6. Окончателно обобщение на резултатите

Констатациите от българските вестници разкриват както обнадяващи признаци, така и продължаващи предизвикателства в медийното представяне на жените спортисти. Макар че много заглавия представят жените в спорта чрез положителни разкази - възхвалявайки техните постижения, талант и лидерство - общият обем, видимостта и последователността на тези представяния все още изостават от тези на мъжете спортисти. Жените спортисти продължават да бъдат недостатъчно представени не само по отношение на броя на публикуваните статии, но и по отношение на визуалното отразяване на техните истории. Медийното отразяване има тенденция да подчертава постиженията на елитно ниво, а на масовите или новопоявилите се спортистки се обръща малко внимание. Въпреки че нашата извадка не разкри явни случаи на сексистки език или силно проблематично рамкиране, това не противоречи на по-широките опасения, изразени в други изследвания и свидетелства на спортисти и журналисти в България. Тенденцията да се разчита на изолирани положителни рамки, а не на по-дълбоки, многоизмерни разкази, сочи все още крехкото пространство за жените в спортната журналистика. Това подчертава необходимостта от по-систематични, широкомащабни изследвания - съчетаващи както качествени, така и количествени подходи - за да се разбере по-добре как ролята на половете и динамиката на властта оформят видимостта на жените спортисти в българските медии. В заключителната част на този доклад ще бъдат представени резултатите от фокус групите, които предлагат допълнителен поглед върху обществените възприятия, устойчивите стереотипи и други ключови показатели, свързани с медийното представяне на жените в спорта.

2. Анализ на онлайн спортни медийни платформи

Анализираната извадка от онлайн спортни издания в България включваше две специфични за спорта цифрови медийни платформи: **Novsport** и **Sportal.bg**. Тези платформи обхващат различни сегменти от по-широката спортна медийна среда, без да се фокусират върху конкретен спорт. Те предлагат широк спектър от съдържание, включително спортни новини, резултати на живо и ексклузивни материали като видеорепортажи и интервюта.

От всяка медия бяха избрани едни и същи 10 дати на публикуване - общо 20 записа на данни, обхващащи периода между юни 2024 г. и февруари 2025 г. Тези дати обхващат различни дни от седмицата и отразяват разнообразието на редакционните календари в различните онлайн медии. В 20-те записа бяха анализирани над 200 статии, за да се прецени как е разпределено отразяването между спортистите мъже и спортистките жени - както по дни, така и по медии. Този подход дава представа за видимостта и представянето на спортистите в контекста на спортната журналистика в България.

2.1 Брой анализирани дати на публикуване по спортни онлайн медии

Таблицата по-долу обобщава броя на събраните данни от всяка от двете спортни медийни платформи. Тя отразява общия брой на анализирани дати на публикации за всяка медия, независимо от фокуса върху пола или типа спортист:

Таблица 9: Разпределение на датите на публикуване по уебсайтове

Онлайн спортна медия	Брой дати на публикуване	Процент
Novsport	10	50%
Sportal.bg	10	50%
Общо	20	100%

Бяха анализирани общо 20 дни на публикуване от онлайн спортни медийни платформи. Тези данни бяха равномерно разпределени между два големи български сайта за спортни новини: **Novsport** и **Sportal.bg**. Всяка от платформите предостави по 10 записа на данни, което представлява 50 % от общата извадка. Това равномерно разпределение предполага балансирано представяне на съдържанието от двата източника, което дава възможност за справедливо сравнение при всеки по-нататъшен анализ на темите, тона или стила на отразяване между двете медии. Данните също така подчертават важната роля, която **Novsport** и **Sportal.bg** играят в онлайн спортния медиен пейзаж в България.

2.2 Период на събиране на данни

В таблици 10 и 11 е представено разпределението на анализираниите 20 материала от българските онлайн спортни медийни платформи според месеца и деня на публикуването им. Данните бяха събрани на между юни 2024 г. и февруари 2025 г., което предлага времева снимка в рамките на няколко сезона и редакционни цикъла.

Таблица 10: Разпределение на записите по периоди на събиране на данни

Месец	Честота	Процент
Юни/24	2	10%
Юли/24	2	10%
август/24	4	20%
Сеп/24	2	10%
Октомври/24	2	10%
ноември/24	2	10%
декември/24	2	10%
януари/25	2	10%
Февруари/25	2	10%
Общо	20	100%

Горната таблица показва, че разпределението на 20-те записа на данни обхваща периода от юни 2024 г. до февруари 2025 г. През повечето месеци се наблюдава стабилен брой от по 2 (10%), с изключение на август 2024 г., който има забележителен пик с 4 анализирани дни на публикуване (20%). Повишената честота през август съвпада с Летните олимпийски игри през 2024 г., което предполага, че повишеният медиен интерес и отразяването на олимпийските събития са довели до временен скок в производството на статии. Освен този пик, равномерното разпределение на записите на данни през другите месеци поддържа цялостен поглед върху моделите на отразяване във времето, като намалява риска от сезонни отклонения.

Таблица 11: Разпределение на въведените данни по работни дни на публикуване

Ден от седмицата	Честота	Процент
Понеделник	4	20%
Вторник	6	30%
Сряда	4	20%
Четвъртък	-	-
Петък	4	20%
Събота	-	-
Неделя	2	10%
Общо	20	100%

Както е показано в таблица 11, най-голям брой издания се появяват във вторник (30 %), което може да отразява усилията на медиите да обобщават и анализират спортните събития през уикенда в началото на седмицата. На понеделник, сряда и петък се падат по 20 %, което предполага, че това също са активни дни за публикуване, вероятно свързани с провеждащи се състезания и отразяване на събитията преди тях. В неделя присъствието е най-слабо (10 %), а в четвъртък и събота няма избрани издания, което вероятно показва намалена редакционна активност или по-малък обем на съдържанието в тези дни. Това разпределение отразява динамиката на календара на спортните медии и тенденцията отразяването да се концентрира около ключови състезания и периоди на отразяване.

2.3 Брой статии, посветени на мъже и жени спортисти

В този раздел се сравнява броят на статиите, посветени на спортисти мъже и спортистки, за всяка онлайн спортна медийна платформа. Данните бяха групирани в диапазони въз основа на наблюдавания обем на отразяване.

В таблица 12 е посочено дали във всяка от 20-те анализирани дати на публикуване са споменати спортистки. Променливата е дихотомна (да/не), а броят на дните без споменаване е подчертан, за да се оцени степента на невидимост на жените в онлайн спортните медии.

Таблица 12: Споменаване на жени спортисти в онлайн спортните сайтове

Споменават ли се жени спортисти анализирания дата публикуване?	Честота	Процент
на		
на		

Да	19	95%
Не	1	5%
Общо	20	100%

Както се вижда от Таблица 12, жените спортисти са споменати в 19 от 20-те анализирани дати на публикуване (95%), което показва, че жените не са напълно изключени от онлайн спортното отразяване. Въпреки това едnodневното отсъствие (5%) все още сигнализира, че видимостта на жените не е гарантирана във всеки редакционен цикъл. Макар че високият процент може да отразява известен напредък към приобщаване, по-задълбоченият анализ по-долу разкрива, че жените спортисти често са недостатъчно представени както по количество, така и по значимост в сравнение с мъжете. Това подчертава продължаващия дисбаланс между половете в спортната журналистика, който надхвърля обикновената видимост.

Разпределението на броя на статиите, посветени на мъже и жени спортисти, в 20-те дати на публикуване е представено в следващата таблица.

Таблица 13: Брой статии, посветени на спортисти мъже и жени, по дати на публикуване

Брой статии	Спортисти мъже	Спортисти жени
Няма	-	1
Един	-	5
Между 2 и 4	-	2
Между 5 и 8	-	1
Повече от 8	20	11
Общо (валидни отговори)	20	

Както е показано в Таблица 13, през 20-те анализирани дати на публикации от Novsport и Sportal.bg мъжете спортисти неизменно получават обширно отразяване. На всяка една дата повече от осем статии са посветени на мъжките спортове, което показва силен и неизменен редакционен фокус върху мъжките състезания. Тази 100-процентова последователност отразява доминиращия модел, при който мъжете спортисти са основните обекти на спортните репортажи, което засилва тяхната видимост и възприемана важност в дигиталния спортен медиен пейзаж.

За разлика от тях представянето на жените спортисти е по-неравномерно. Само в 11 от 20-те дати на публикуване (55%) бяха включени повече от осем статии, посветени на женските спортове. В пет издания (25%) имаше само една статия, посветена на жените спортисти, докато две дати включваха между две и четири статии, а една дата - между

пет и осем. Забележително е, че на една дата на публикуване изобщо не е имало статии за жени спортисти, което подчертава, че пълното включване все още не е гарантирано.

Тези резултати потвърждават, че макар **жените спортисти да присъстват в българските дигитални спортни медии, вероятността те да получат голям обем или последователно отразяване е много по-малка**. Яркия контраст с непрекъснатото отразяване на мъжете спортисти подсказва явен дисбаланс между половете. Въпреки че има признаци на напредък - особено във факта, че в повечето дни е включено поне някакво съдържание с женска насоченост - мащабът и редовността на това отразяване остават значително по-ниски. Това подкрепя продължаващото наблюдение, че спортната журналистика продължава да дава приоритет на мъжките спортове, както по отношение на видимостта, така и на редакционната тежест.

2.4 Анализ на статиите за жени спортисти

В рамките на разгледаните 20 дати на публикуване в две големи български спортни медии бяха прегледани над 200 статии, за да се оцени как е разпределено отразяването между мъжете и жените спортисти. От тях общо 59 статии, посветени на жени спортисти, бяха **анализирани подробно**, за да се проучи как всъщност са представени жените в спортните медийни платформи в България.

Таблица 14: Характеристики на статиите с участието на жени спортисти в България

Променлива	Категория	Честота	Валиден Процент
Вид спорт, в който са представени	Отборни спортове	18	30.51%
	Индивидуални спортове	45	76.27%
	Смесен отборен спорт	2	3.39%
Състезателно ниво на спортистите	Аматьори	2	3.39%
	Ниско ниво	1	1.69%
	Професионален	47	79.66%
	Олимпийски	22	37.29%

Таблица 14 показва, че от 59 статии по-голямата част са посветени на индивидуалните спортове, които се появяват в 76,27% от случаите (45 статии). Отборните спортове бяха представени в 30,51% от статиите (18), а смесените отборни спортове - само в 3,39% (2 статии). Тези цифри показват, че индивидуалните спортове получават значително по-голямо редакционно внимание, когато става въпрос за спортистки, което

предполага предпочитание към изтъкване на индивидуалните постижения, а не на отборните.

При разглеждане на състезателното ниво на представените спортисти, професионалните жени доминират в отразяването - те се появяват в 79,66% от статиите (47). Спортисти на олимпийско ниво бяха включени в 37,29 % от извадката (22 статии), което показва солидно присъствие на жени с високи постижения в медиите. От друга страна, спортистите аматьори бяха представени само в 3,39 % (2 статии), а участничките на масово ниво - в едва 1,69 % (1 статия), което сочи явна липса на видимост за жените спортисти извън елитната сфера.

Важно е също така да се отбележи, че категориите не са изключващи се - в много статии вероятно са били представени спортисти, които попадат в няколко класификации, като например професионалист, състезаващ се на олимпийско ниво, или лица, участващи както в индивидуални, така и в отборни дисциплини. Това припокриване отразява известна степен на сложност в начина, по който се представят жените спортисти. Въпреки това **цялостната картина разкрива силна редакционна пристрастност към отразяването на професионалното и индивидуалното ниво, докато жените в масовия и аматьорския спорт остават до голяма степен невидими.** Въпреки известно разнообразие в представянето, фокусът върху елитните, индивидуални спортисти засилва съществуващите йерархии в спортната журналистика и ограничава представянето на по-широкия спектър на участието на жените в спорта.

2.4.1. Сексистка лексика и стереотипи, свързани с пола, в текста

В българската извадка от 59 статии, посветени на жените спортисти, публикувани на 20 различни дати, преобладаващата част от съдържанието поддържа неутрален или уважителен тон. Повечето статии избягваха открито дискриминационен език и се фокусираха предимно върху представянето, постиженията или участието на спортистките в състезания. Въпреки това все пак бяха наблюдавани няколко проблемни случая, които предполагат фини - а понякога и явни - предразсъдъци в начина, по който се представят жените в спорта.

В три статии беше установен сексистки език. Един особено ярък пример идва от заглавие, което гласи: "Жена поема Англия?". - в което женският субект е представен като аномалия. Още по-явен беше случаят с жена боксьор, когато две заглавия от един и същи вестник я споменаваха с фрази като "Тялото ѝ е момчешко" и "Има мъжко телосложение". Подобен език свежда идентичността на спортиста до физически характеристики и налага вредни полови очаквания.

Тривиализирането на постиженията се среща в една статия, която омаловажава успеха на спортистка в бадминтона, като го оформя по сензационен начин, който отклонява вниманието от самото спортно постижение. В три статии бяха установени

стереотипи, свързани с пола. В една от тях статията наблягаше на външния вид или личния живот на спортистката, а не на професионалните ѝ заслуги.

Сексуализацията или обективизацията също присъстваха в две статии. Например едно от заглавията се фокусира върху външния вид на баскетболистката, а не върху нейната спортна роля. Една статия дори се съсредоточи почти изцяло върху личния живот на спортистката, включително използването на несвързан с нея личен образ, и почти не спомена спортните ѝ постижения.

В по-положителен план, някои материали изтъкват постиженията на жените по достоен и овластяващ начин. Например един репортаж отразяваше признанието на Стефка Костадинова - една от най-емблематичните български спортистки - избрана да представи България в изложбата на Европейския парламент "Жените и спортът в ЕС". Този вид отразяване показва потенциала на спортната журналистика да издига и почита жените в спорта.

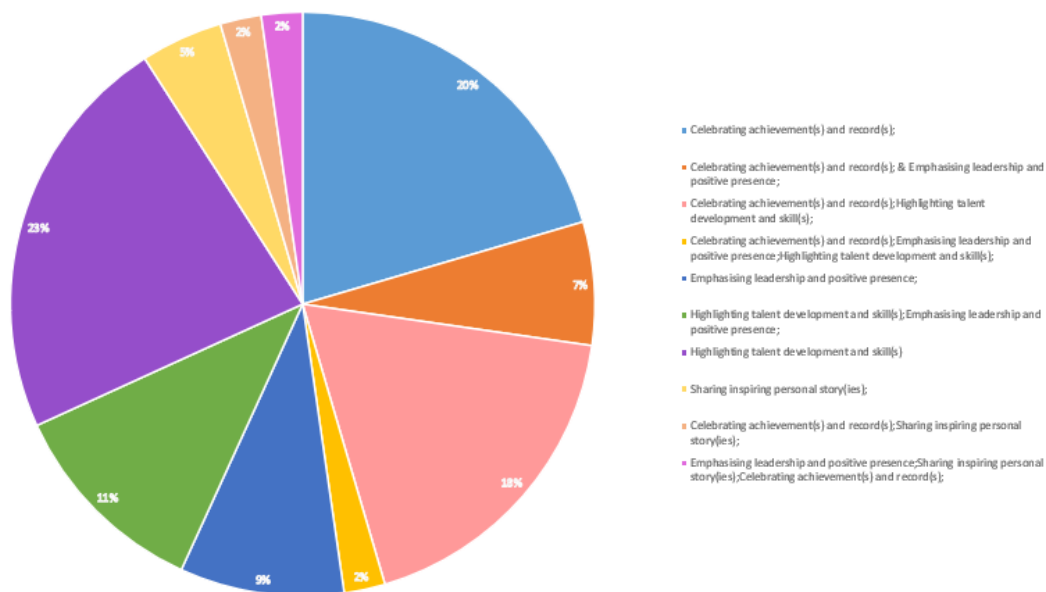
Като цяло проблематичните изображения са ограничени до малък дял от извадката (приблизително 8 %). Повечето статии не включваха открита сексуализация, обективизация или открито сексистка терминология. Все пак тези изолирани, но повтарящи се примери показват, че фините предразсъдъци и остарялото джентълър рамкиране все още съществуват в част от българските онлайн спортни медии.

2.4.2. Отрицателно, неутрално и положително рамкиране в текста

В извадката от 59 статии, в които се споменават жени спортисти в българските онлайн спортни издания, само в 2 статии (3,39 %) се наблюдават елементи на негативно рамкиране. И в двата случая фокусът беше върху изтъкването на санкции или дисциплинарни въпроси. Освен тези два примера, 13 статии (22 %) възприеха неутрален и обективен тон - отразяваха спортни събития или участия на спортисти, без да добавят символично значение или интерпретативен коментар. Останалите статии (приблизително 75 %) бяха оформени по положителен и утвърждаващ начин, както е разгледано в следващия раздел.

Позитивното оформяне на жените спортисти в българската извадка разкрива ясна редакционна тенденция към овластяване, признаване и оценяване на спортните заслуги. От анализираните 59 статии 44 (около 75%) представят спортистките в положителна светлина - често изтъкват техните постижения, лидерски качества, развитие на умения или вдъхновяващи лични пътувания.

Positive Framing of Female Athletes in Bulgarian Sports Media Platforms (n=44)



Фигура 5: Категоризация на положителните текстове

Най-често наблюдаваният символен елемент е **акцентът върху развитието на таланта и умението(ята)**, който присъства в приблизително 23 % от позитивно оформените статии. Той е плътно следван от статиите, в които се отбелязват спортни постижения и рекорди (20 %), и тези, в които се подчертава комбинацията от умения и постижения (18 %). Други 11 % от статиите комбинираха рамкиране, свързано с лидерството и уменията, а 9 % се фокусираха единствено върху лидерството и положителното присъствие.

Макар и по-рядко, вдъхновяващите лични истории също бяха включени, като се появиха в 5 % от статиите сами по себе си и в други 4 %, когато бяха комбинирани с други овластяващи елементи като лидерство или рекордни успехи. Само малка част (2 %) от статиите представят изцяло многопластова рамка - едновременно отбелязване на постижения, лидерство и развитие на умения в една статия.

Тези данни отразяват един нюансиран и многопластов редакционен подход в българските цифрови спортни медии. Когато се появява позитивно рамкиране, то често включва множество символични елементи, представящи жените спортисти не само като победители или модели за подражание, но и като квалифицирани професионалисти с развиваща се кариера. Такива образи допринасят за по-широк разказ за приобщаване и компетентност, като сигнализират, че спортните медии в България са все по-способни да надхвърлят стереотипните или редуциращи образи.

2.5 Присъствие и брой на изображенията в статиите

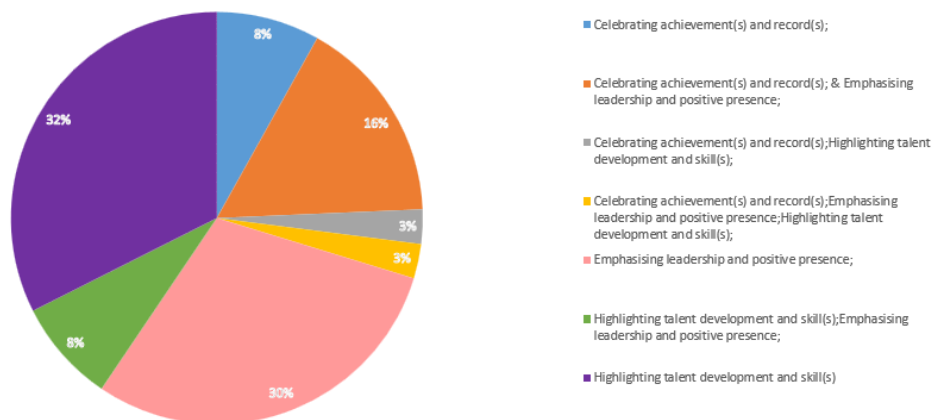
Всички 59 статии в българската извадка, в които се представят спортистки, включват поне едно изображение на споменатите спортистки, което води до 100% визуално включване. Това последователно присъствие предполага ясни редакционни усилия за визуално представяне на жените спортисти, когато те се споменават в спортните новини. От 59-те статии 47 (79,66%) включват само едно изображение, докато 6 статии (10,17%) съдържат повече от три изображения, което показва по-силен визуален акцент в малък брой случаи. Тези цифри показват като цяло стабилен, но неравномерен подход към визуалното представяне. Макар да е ясно, че жените спортисти не са пренебрегвани по отношение на изображенията, степента на визуално отразяване варира - най-често се ограничава до една снимка, като само няколко статии предлагат по-подробно и визуално богато представяне.

2.5.1. Сексистки език и стереотипи за пола в изображенията

Сред 59-те анализирани статии, съдържащи изображения на спортистки, 5 статии (8%) включват случаи на проблематично визуално представяне. Например в 3 статии имаше ясни елементи на сексуализация и обективизация чрез неподходящо или ненужно фокусиране върху телата на спортистките. Други 2 статии съдържаха стереотипни изображения на спортистки, поставящи под въпрос тяхната "женственост". **Тези констатации сочат, че макар жените спортисти да са визуално представени, качеството на изобразяването им в значителна част от случаите остава повлияно от предразсъдъци по отношение на пола и редуциращи стереотипи.**

От друга страна, 37 статии - по-голямата част от изследваните статии (63%) включват положителни рамки във визуалното представяне, докато останалите статии (29%) запазват неутрални образи на жените спортисти. Това показва преобладаващо оценъчен подход към изобразяването на жените в спорта.

Positive Framing of Female Athletes in Bulgarian Sports Media Platforms (n=37)



Фигура 6: Категоризация на изображенията с положително оформяне

Анализът на 59 статии разкри последователно използване на позитивно рамкиране при визуалното изобразяване на жени спортисти. Най-често срещаният наратив е подчертаването на развитието на таланта и уменията (32 %), следван от подчертаването на лидерството и положителното присъствие (30 %), което показва нарастваща редакционна тенденция за представяне на жените спортисти като успешни, квалифицирани и влиятелни фигури. **Въпреки че извадката е ограничена, данните показват благоприятна промяна към многоизмерно и овластяващо представяне на жените в спорта.**

2.6 Анализ на връзката между размера на изображението и представянето на жените спортисти

За да проучим връзката между размера на публикуваните изображения и положителното рамкиране на жените спортисти, анализирахме 37 статии от българската извадка от онлайн спортни медийни платформи, които включват визуални изображения на жени в спорта. Тази качествена подпроба е забележително малка и поради това изисква предпазливо тълкуване, но все пак предоставя релевантен поглед върху символичните медийни репрезентации.

При анализа бяха взети предвид две основни променливи:

Размер на изображението: кодиран въз основа на визуалното покритие в статията (т.е. по-малко от ¼ от страницата, ¼ от страницата, половин страница и повече от половин страница);

Положително оформяне на образа: идентифицирано чрез предишна качествена кодификация в категории като отбелязване на постижение(я) и рекорд(и), изтъкване на

развитието на таланта и уменията, подчертаване на лидерството и положителното присъствие и споделяне на вдъхновяваща(и) лична(и) история(и).

Размер на изображението	Категории за позитивно оформяне	Честота	Процент
Малък размер (< ¼ от статията)	Подчертаване на развитието на таланта и уменията(ята);	5	13.5%
¼ от статията	Отбелязване на постижение(я) и рекорд(и)	5	13.5%
	Подчертаване на лидерството и положителното присъствие;	3	8.1%
	Подчертаване на развитието на таланта и уменията(ята)	6	16.2%
Половината от статията	Отбелязване на постижение(я) и рекорд(и) и споделяне на вдъхновяваща(и) лична(и) история(и)	7	18.9%
Повече от половината статия	Подчертаване на лидерството и позитивното присъствие и Подчертаване на развитието на таланта и уменията(ята)	11	29.7%

Таблица 15: Кръстосана табулация на размера на образа и категориите на позитивното рамкиране (n = 37)

Както е показано в Таблица 15, анализът на 37-те статии в онлайн спортни медии от българската извадка, които съдържат положителни визуални представяния на жени спортисти, не разкрива строга или последователна връзка между размера на образа и вида на положителното рамкиране. Макар че при по-големите изображения - тези, които заемат половината или повече от пространството на статията - е малко по-вероятно да се съчетаят множество символни елементи като лидерство и талант, подобни форми на позитивно представяне (напр. отбелязване на постиженията или подчертаване на уменията) се срещат и в статиите с по-малки визуализации. Това предполага, че в българския контекст позитивното оформяне не зависи непременно от визуалната значимост на изображението. Това, което се откроява най-ясно, е, че подчертаването на лидерството и позитивното присъствие и изтъкването на развитието на таланта и уменията(ята) остават най-често наблюдаваната символна тема, което отразява общата редакционна тенденция да се признават и утвърждават спортните постижения на българските спортистки, независимо от това колко силно са представени визуално.

2.7 Обобщение на резултатите

Анализът на съдържанието на онлайн спортните медии в България разкрива пейзаж както на напредък, така и на запазващи се различия в представянето на жените

спортисти. Жените спортисти са споменати в 19 от 20-те анализирани дати на публикации (95%), което показва, че жените не са напълно изключени от онлайн спортното отразяване. В пълната извадка от 59 статии, разгледани в детайли, преобладава позитивното рамкиране - появява се в 44 случая (75%) и се фокусира върху постижения, лидерство, развитие на таланта или лично вдъхновение. Визуалното представяне беше постоянно присъстващо, като всяка статия включваше поне едно изображение, въпреки че повечето съдържаха само една снимка. По-големите визуални изображения имаха малко по-голяма вероятност да включват многостранни положителни образи, но все пак овластяващото рамкиране беше често срещано и при по-малките формати на изображенията, което предполага, че положителният тон не зависи единствено от визуалната изява.

Въпреки тези силни страни спортистите мъже все пак получиха значително по-голямо отразяване както по брой, така и по дълбочина, като всяка от разгледаните дати на публикуване съдържаха над осем статии, посветени на мъжете, в сравнение с по-малък и по-непостоянен брой за жените. Макар че откритият сексизъм или дискриминационният език бяха рядкост, фините стереотипи, тривиализацията и обективизиращите елементи се появиха в малък брой случаи, а 13 статии бяха оформени неутрално, като само в 2 статии (3,4 %) бяха представени негативни образи. Като цяло българските спортни медии показват ясна тенденция към по-приобщаващо и уважително отразяване на жените спортисти, но структурните дисбаланси в редакционните приоритети и медийната видимост продължават да засилват неравенството между половете в спорта.

3. Социални медии: Анализ на X профили

В този раздел се анализира присъствието и представянето на жените спортисти в публикациите, публикувани в българските профили на платформата X (преди това Twitter), в рамките на проекта POWER. Този етап има за цел да разбере как институционалните и индивидуалните профили в спортния сектор допринасят (или не) за видимостта на жените в дигиталното пространство, като се обръща специално внимание на X, една от най-широко използваните социални медийни платформи от федерации, клубове, журналисти и спортисти за разпространение на спортно съдържание в реално време. В българския контекст обаче X не е широко използвана платформа - особено за съдържание, свързано със спорта - което пряко влияе върху обхвата и нивата на активност на местните акаунти. В резултат на това, въпреки че анализираните профили имат сравнително скромна база последователи (под 50 000), те все пак представляват някои от най-активните и известни български акаунти, налични в платформата.

Анализът се фокусира върху един-единствен ден, избран на случаен принцип в периода между юни 2024 г. и февруари 2025 г., което позволява пунктуално, но същевременно показателно изследване на динамиката на половете в рамките на постовете. Събирането на данни следва общ протокол, установен от проекта POWER, като се разглеждат български профили със съответната активност в платформата. Бяха анализирани два медийни профила с голям брой последователи: единият специализиран в областта на спорта (*Gong_Bg*), а другият - генералист (*SegaBG*).

3.1 Брой на анализираните публикации на профил X

В таблица 16 е представено разпределението на 60-те анализирани публикации в българския казус според институционалния профил X (преди Twitter), от който произхождат. Включени бяха два национални профила с голям брой последователи: ***Gong_bg***, специализирана новинарска медия в областта на спорта, и ***SegaBG***, вестник с общо предназначение.

Таблица 16: Разпределение на статиите по профили X

Вестник	Това специализиран за спорт профил ли е?	Брой публикации	Процент
Gong_Bg	Да	30	50%
SegaBG	Не	30	50%
Общо		60	100%

Както е показано в Таблица 16, извадката включва сравнително балансиран брой публикации от двата профила, което позволява сравнителен анализ между новинарски канал с фокус върху спорта и общ профил. В случая с *Gong_Bg* е очевидно, че има статии, свързани със спорта, тъй като това е чисто спортен профил. Въпреки това значителното включване на *SegaBG* позволява да се оцени как женският спорт е представен извън специализирания контекст.

3.2 Период на събиране на данни

Разпределението на 60-те X публикации според месеца на публикуването им е представено в следващата таблица. Данните са събрани от юни 2024 г. до февруари 2025 г., което позволява да се наблюдават потенциални сезонни или контекстуални вариации.

Таблица 17: Разпределение на публикациите в X по периоди на събиране на данни

Месец	Честота	Процент
Юни/24	6	10%
Юли/24	8	13,33%
август/24	8	13,33%
Септември/24	6	10%
Октомври/24	8	13,33%
ноември/24	6	10%
Декември/24	6	10%
януари/25	6	10%
Февруари/25	6	10%

Както се вижда от таблица 17, анализираният постове X са добре разпределени във времето и обхващат всички сезони. Леката концентрация през юли и август 2024 г. (26,67%) може да отразява засиленото спортно отразяване поради Олимпийските игри. Разнообразието във времето засилва надеждността на извадката, като намалява отклоненията, свързани с конкретни периоди.

Таблицата по-долу показва разпределението на 60 X публикации според деня от седмицата, в който са публикувани, което помага да се определят редакционните модели през седмицата.

Таблица 18: Разпределение на публикациите на X по дни от седмицата за събиране на данни

Ден от седмицата	Честота	Процент
------------------	---------	---------

Понеделник	6	10%
Вторник	12	20%
Сряда	6	10%
Четвъртък	6	10%
Петък	14	23.33%
Събота	6	10%
Неделя	10	16.67%
Общо	60	100%

Както се вижда от таблица 18, забележима е концентрацията на публикациите, публикувани в петък (25,4 %), което вероятно отразява редакционната рутина, свързана със спортните репортажи в края на работната седмица.

3.3 Брой на публикациите X, посветени на мъже и жени спортисти

Това сравнение представя броя на публикациите в платформата X, посветени на спортисти мъже и жени в дните, в които са събирани данните.

Таблица 19: Споменаване на спортисти в профилите на X

Споменават ли се спортисти в публикациите на X?	Честота	Процент
Не	2	3.33%
Да - само мъже	28	46.67%
Да - само жени	8	13.33%
Да - и двете	22	36.67%
Общо	60	100%

Таблица 19 показва, че от 60-те анализирани дни на публикации в българските профили X само в 2 дати не се споменава нито един спортист. Въпреки това почти половината от датите на публикациите (28) се фокусират изключително върху спортисти мъже, докато само 8 дати споменават само спортисти жени, което подчертава ясната полова неравнопоставеност. Датите, които включваха както мъже, така и жени спортисти, съставляваха 22 записа, което предполага, че представянето на смесен пол съществува,

но остава второстепенно спрямо видимостта само на мъжете. Като цяло данните затвърждават тенденцията за доминиране на мъжете в българското спортно медийно съдържание на X, като жените все още заемат маргинално място.

Таблица 20 предоставя някои данни за представянето на жените спортисти в тези публикации в X. Променливата е дихотомна (да/не), а броят на обхванатите дни без споменаване на жени спортисти е подчертан, за да се оцени степента на невидимост на жените в спортния медиен пейзаж.

Таблица 20: Споменаване на жени спортисти в публикациите на X

Споменават ли се жените спортисти в публикациите на X?	Честота	Процент
Да	30	50%
Не	30	50%
Общо	60	100%

Според Таблица 20 в 30 дни (50%) са посочени жени спортисти, което е високо съотношение.

Таблица 21: Брой публикации, посветени на спортисти мъже и жени

Брой статии	Спортисти мъже	Спортисти жени
Няма	10	30
Един	17	18
Между 2 и 4	29	12
Между 5 и 8	4	0
Повече от 8	0	0

В българския случай бяха анализирани публикации за общо 60 дни, разпределени в рамките на девет месеца. Въпреки че в 30 публикации (50 %) по някакъв начин се споменават жени спортисти, по-внимателният поглед върху данните разкрива много по-дълбок дисбаланс между половете по отношение на нивото на внимание, което всеки пол е получил.

Според Таблица 20 30 от 60-те дати на публикации не включват никакво споменаване на спортисти жени, докато само 10 дни на публикации не споменават спортисти мъже. Сред дните на публикуване, в които се споменават спортистки, по-голямата част (18) включват само една публикация X, а 12 дни включват между 2 и 4

публикации за спортистки. Важното е, че нито една от датите на публикуване не включва повече от 4 споменавания на спортистки. Това показва, че дори когато жените са включени, тяхното присъствие е ограничено.

За разлика от тях мъжете спортисти са били много по-присъстващи и видими. В 29 дни на публикуване бяха включени между 2 и 4 публикации, посветени на мъже спортисти, а в други 4 дни бяха споменати между 5 и 8 мъже спортисти. Въпреки че нито един от дните на публикация не включваше повече от 8 X публикации за спортисти мъже, общият обем и повтораемост на споменаванията на спортисти мъже беше значително по-голям.

Тези констатации насочват към един продължаващ проблем в българските дигитални спортни медии: недостатъчното представяне и маргиналната видимост на жените спортисти, дори в публикациите, които технически ги включват. Този вид символично включване - при което жените присъстват, но по минимален или периферен начин - може да допринесе за по-широката маргинализация на жените в спорта. То оказва влияние не само върху общественото признание, но и върху възможностите за спонсорство и по-широка подкрепа.

3.4 Анализ на публикациите на жените спортисти в X

От пълния набор от наблюдения бяха идентифицирани 30 публикации, които включваха споменаване на жени спортисти в X публикациите от българските профили (т.е. *Gong_bg* и *SegaBG*). Тези записи служат като основа за по-подробен анализ на начина, по който жените спортисти са представени в този сегмент на спортните медии. Анализираните характеристики включват вида на съответния спорт и състезателното ниво на представените спортистки.

Таблица 22: Характеристики на статиите, в които се представят жени спортисти в България (n=30)

Променлива	Категория	Честота	Валиден Процент
Вид спорт, в който са представени	Отборни спортове	7	23%
	Индивидуални спортове	23	77%
	Смесени (отборни и индивидуални спортове)	0	-
Състезателно ниво на спортистите	Професионалисти	14	46%
	Олимпийски	16	53%

Както се вижда от таблица 22, от 30-те публикации, в които се споменават спортистки в българските профили X, преобладават индивидуалните спортове, които са 77% от случаите, докато отборните спортове се появяват само в 23%. Това предполага тенденция медиите да се фокусират повече върху личните спортни постижения, които по-лесно се изтъкват в отделните дисциплини. Що се отнася до състезателното ниво, повече от половината от представените спортисти (53 %) са били състезатели на олимпийско ниво, а 46 % са били професионални спортисти. Важно е да се отбележи, че изобщо не са споменати състезателки от масовия спорт или аматьорки, което разкрива ясна разлика в медийната видимост на жените от по-ниските нива на спорта. Тази липса на представителство затвърждава идеята, че българските спортни медии са склонни да обръщат внимание на елитните спортистки, оставяйки по-широката женска спортна общност до голяма степен пренебрегната в цифровото пространство.

Важно е да се подчертае, че тези резултати се отнасят конкретно за настоящата извадка от специализирания профил X, *Gong_bg*, и неспециализирания профил X, *SegaBG*. Въпреки че констатациите не могат да бъдат обобщени за цялата българска спортна медия, те съвпадат с моделите, установени в предишни изследвания: тенденция към маргинализиране на жените спортисти, особено извън големите събития или дисциплините, възприемани като традиционно женски.

3.4.1. Сексистки език и стереотипи за пола в публикациите в X

От 30-те поста, в които се споменават жени спортисти, по-голямата част (60%) са формулирани по неутрален начин, нито открито положително, нито отрицателно. Положително рамкиране - в което се подчертават постижения, талант или възхитителни качества - се открива в 11 поста (37%), докато само един пост (3%) е с ясно изразено отрицателно рамкиране, свързано със санкция или дисциплинарен проблем.

Слабото присъствие на негативно или сексистко съдържание може да предполага положителна промяна в начина, по който жените спортисти се представят в българските цифрови спортни медии, особено в X. Все пак, предвид ограничения размер на извадката, тези констатации трябва да се тълкуват предпазливо. Освен това преобладаването на неутралното кадриране може да показва по-скоро липса на дълбочина или интерес към разказа, отколкото наистина балансирано отразяване - което предполага, че жените спортисти често се споменават без значим сюжет или признание, което е друга форма на маргинализация.

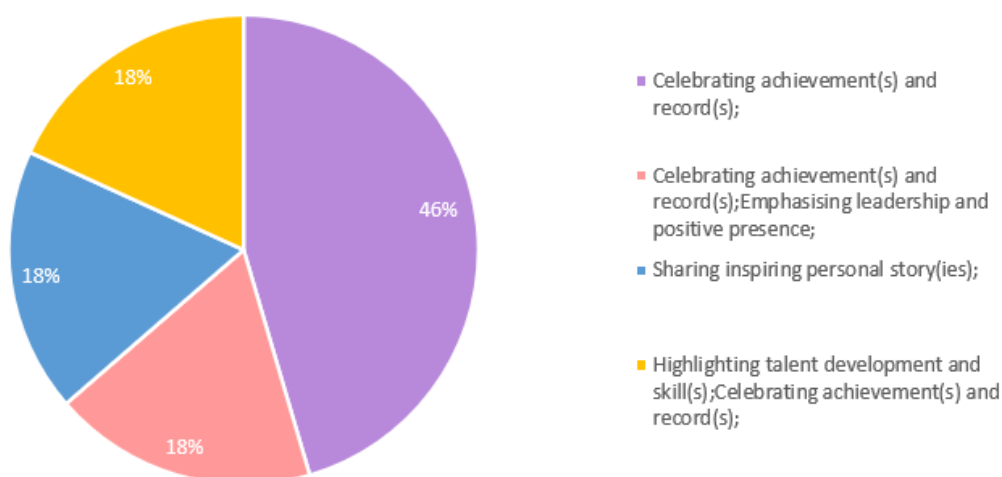
Таблица 23: Рамкиране на жените спортисти

Как жените спортисти са оформени в публикациите	Брой публикации	Процент
Положително оформяне	11	37%

Негативно оформяне	1	3%
Неутрално рамкиране (нито положително, нито отрицателно)	18	60%

Що се отнася до постове, които очертават положително жените спортисти, те са предадени чрез подчертаване на развитието на таланта и уменията, споделяне на вдъхновяващи лични истории, подчертаване на лидерството и положителното присъствие, отбелязване на постиженията и рекордите. Такива представяния сочат **към тенденцията да се оценяват ролята и постиженията на жените, когато те са видими в спортния медиен дискурс.**

Positive Framing of Female Athletes on Bulgarian X profiles
(n=11)



Фигура 7: Категоризация на положителните рамкиращи текстове

Въпреки че тези констатации не могат да се обобщят за целия български спортен медиен пейзаж, те дават показателна картина за това как жените спортисти са представени в анализираният профили X. **Ниската честота на негативните стереотипи или обективизирането, съчетана с честотата на позитивните образи, може да послужи като важен индикатор.**

3.5 Присъствие и брой на изображенията в публикациите в X

От 30-те публикации в X, в които се споменават жени спортисти, всички бяха анализирани за наличието на изображения. Данните показват, че 4 публикации (13,33 %) са включвали поне едно изображение на споменатата(ите) спортистка(и), докато 26 публикации (86,67 %) не са съдържали никакво изображение. **Това разкрива значителна**

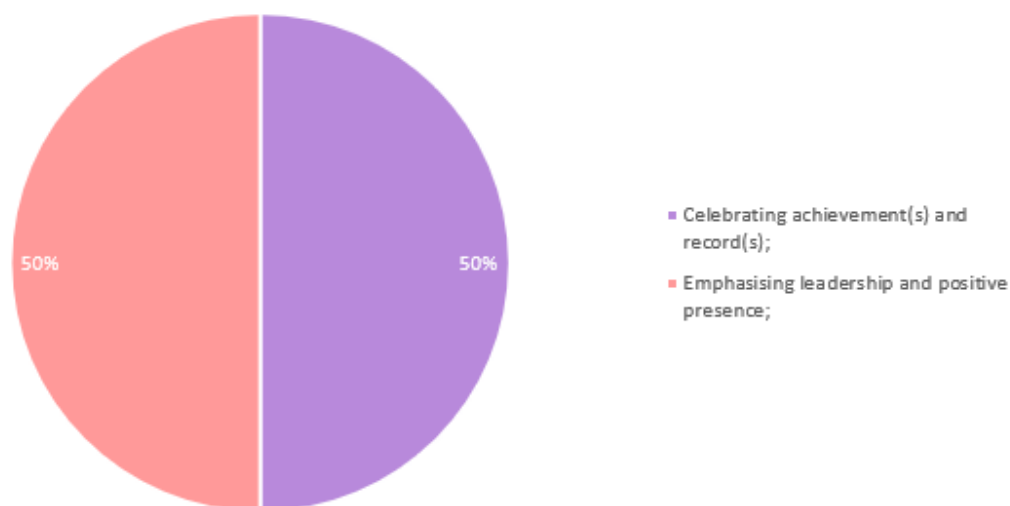
липса на визуално представяне на спортистки в X публикации в българския контекст. В резултат на това видимостта на жените спортисти е намалена. Без използването на изображения разпознаваемостта на спортистите и запознаването на аудиторията не се повишават, а взаимодействието на потребителите със съдържанието обикновено е по-слабо.

В крайна сметка **липсата на изображения подчертава, че на жените спортисти все още не се отделя същото ниво на рекламнo внимание като на техните колеги мъже.** Важно е да се отбележи, че тези констатации се отнасят до ограничена извадка от български профили, анализирани в рамките на настоящото проучване, и не следва да се обобщават за целия медиен пейзаж на цифровите спортни медии.

3. 5.1. Сексистки език и полови стереотипи в изображенията на X пост

Сред 4-те X поста с изображения, в които се споменават жени спортисти, не бяха установени случаи на сексуализация, обективизация, полови стереотипи или тривиализиране на постиженията във визуалните репрезентации.

Positive Framing of Female Athletes on Bulgarian X profiles (n=4)



Фигура 8: Категоризация на положителните изображения на феймъри

Въпреки че анализираната извадка е ограничена, отсъствието на сексистки представяния и преобладаването на позитивни визуални разкази може да показва по-уважителен и конструктивен подход в изследваното цифрово отразяване.

3.6 Обобщение на констатациите

Анализът на българските профили в платформата X, в рамките на проекта POWER, предлага ценни прозрения за цифровото представяне на жените спортисти. Констатациите подчертават лек дисбаланс между половете в спортното отразяване, като в 30 поста (50 %) жените спортисти изобщо не се споменават. Важно е да се отбележи, че в 10 публикации (16,67 %) не се споменават и спортисти мъже.

Тези закономерности приличат на установените в други части на настоящото изследване: лек превес на представянето на спортистите мъже в българските медии.

Въпреки този дисбаланс тонът и съдържанието (както текстово, така и визуално) на публикациите почти не показват явни примери за сексистки език и почти никакви случаи на обективизация или сексуализация. Нещо повече, повечето от тези публикации запазват неутрален тон или съдържат положително обрисувание на спортиста. Това предполага, че когато са включени, жените спортисти са склонни да бъдат представяни с достойнство и заслуги.

Тези констатации обаче трябва да се тълкуват, като се имат предвид ограниченията на анализа. Извадката е малка (N = 60) и се основава само на два медийни профила, които не отразяват напълно редакционните стратегии на тези издания или по-широката сложност на представянето на пола в българските спортни медии. Освен това ограниченият брой публикации ограничава възможността за провеждане на инференциални статистически анализи. Въпреки че е възможно да се идентифицират описателни тенденции, извадката не е достатъчно стабилна, за да подкрепи обобщения или статистически валидна проверка на хипотези.

И накрая, данните сочат, че жените спортисти остават недостатъчно представени в българската дигитална спортна медийна среда, дори в платформи като X, които предлагат възможности за по-непосредствено и приобщаващо разпространение на съдържание. Бъдещи изследвания с по-големи извадки, по-широк спектър от профили (напр. спортисти, федерации) и по-дълъг период от време ще бъдат от съществено значение за потвърждаване на тези тенденции и насърчаване на по-справедлива видимост на жените в българския спорт.

4. Анализ на телевизионни епизоди

Този анализ се отнася до българската извадка от онлайн телевизионни епизоди, кодирани между юни 2024 г. и февруари 2025 г., в рамките на проекта POWER. Проучването изследва видимостта и рамкирането на жените спортисти в новинарските сегменти, свързани със спорта, излъчвани от националните телевизионни канали.

4.1 Брой на анализираните епизоди за всеки телевизионен канал

В таблица 24 е представено разпределението на 39-те анализирани епизода според телевизионния канал на произход. Извадката включва издания от два широко разпространени национални телевизионни канала: **BTV** и **Nova TV**. И двата канала са общодостъпни и редовно отразяват спортни събития в новинарските си емисии.

Таблица 24: Разпределение на епизодите по телевизионни канали

Телевизи я	Брой епизоди	Процент
BTV	20	51.3%
Нова телевизи я	19	48.7%
Общо	39	100%

Извадката е сравнително балансирана по двата канала, което позволява сравнителен анализ. На BTV се пада малко повече от половината от извадката (51,3 %), което предполага малко по-често включване на епизоди на този канал.

4.2 Период на събиране на данни

По-долу е представено разпределението на 39-те епизода според месеца на излъчването им. Анализът обхваща периода от юни 2024 г. до февруари 2025 г., като обхваща различни сезони и новинарски цикли.

Таблица 25: Разпределение на епизодите по месеци

Месец	Честота	Процент
Юни/24	4	10.3%
Юли/24	4	10.3%

август/24	7	17.95%
Септември/24	4	10.3%
Октомври/24	4	10.3%
ноември/24	4	10.3%
декември/24	4	10.3%
януари/25	4	10.3%
Февруари/25	4	10.3%
Общо	39	100%

Както се вижда от таблица 25, разпределението е добре разпределено по месеци. През август 2024 г. се наблюдава най-голяма концентрация на кодирани епизоди (17,95%), което се дължи на Олимпийските игри, докато през всички останали месеци броят на епизодите е еднакъв.

4.3 Разпределение по дни от седмицата

Таблица 26 показва разпределението на епизодите според работния ден, в който са излъчени. Това позволява да се идентифицират редакционни процедури или тенденции, свързани с конкретни дни.

Таблица 26: Разпределение на епизодите по дни от седмицата

Ден от седмицата	Честота	Процент
Понеделник	8	21%
Вторник	12	31%
Сряда	6	15%
Четвъртък	4	10%
Петък	9	23%
Събота	-	-
Неделя	-	-
Общо	39	100%

Разпределението на отразяването на спортните новини по дни от седмицата разкрива някои забележителни закономерности. Въпреки че в повечето дни има последователни репортажи, вторник се отличава с най-висока честота - 31 % от всички репортажи. Това разпределение подсказва, че макар и да има доста балансиран редакционен подход, може да има стратегически акцент върху отразяването в средата на седмицата, вероятно съобразен с големи спортни събития, графици на мачовете или тенденции в ангажираността на аудиторията.

4.4 Анализ на телевизионните репортажи на спортистки

От цялата извадка от 39 телевизионни репортажа в България, в 25 репортажа се споменават жени спортисти. Тези репортажи са основата за по-подробен анализ, който се фокусира върху специфичните характеристики на начина, по който жените са представени в спортните новини по телевизията.

Таблица 27: Характеристики на репортажите с участието на жени спортисти

Променлива	Категория	Честота	Валиден Процент
Свързан ли е репортажът със спорта?	Да	16	64%
	Не	9	36%
Вид на представения спорт	Отборен спорт	5	20%
	Индивидуален спорт	20	80%
Състезателно ниво на спортистите	Професионален	9	36%
	Олимпийски	16	64%
	Grassroots	-	-

Таблица 27 показва, че в 25-те епизода 64% от тях включват репортажи, свързани със спорта, за жени спортисти, като се поставя силен акцент върху участието на олимпийско ниво. Индивидуалните спортове преобладават в 80% от епизодите, докато отборните спортове са представени в 20%. Спортистите на олимпийско ниво бяха представени в повечето епизоди (64 %), докато професионалните спортисти се появиха само в 36 %. Спортистите от масовия спорт изобщо не бяха представени. Това още веднъж подсказва, че **медиите се фокусират върху елитните, индивидуални женски спортове, като ограничават видимостта на нововъзникващите таланти или талантите на местно ниво.**

4.4.1. Сексистка лексика и стереотипи, свързани с пола

Нито един от 25-те репортажа не омаловажава представянето на жените спортисти и във визуалните материали няма случаи на полови стереотипи. Това може да показва положителна редакционна еволюция. Освен това нито един доклад не съдържахме сексуализирани или обективизиращи изображения на спортистки.

Напротив, във всички 25 репортажа (100 %) спортистките са представени положително, най-вече чрез отбелязване на постиженията или подчертаване на постиженията:

- 40 % съчетават отбелязването на постиженията с подчертаване на лидерството и положителното присъствие;
- 24% са поставили акцент върху лидерството или положителното присъствие;
- 20 % се фокусират изключително върху постиженията;
- 16% подчертават развитието на таланта и уменията.

Това предполага нарастващи усилия за представяне на жените спортисти в многоизмерна светлина, въпреки че постиженията остават доминираща леща. Забележително е, че включването на лидерството и присъствието в някои епизоди бележи леко редакционно разширяване отвъд традиционното представяне, фокусирано единствено върху спортните постижения.

4.4.2 Присъствие на половете и ефирно време в телевизионните спортни репортажи

От анализираните 39 епизода:

- Всички епизоди (100 %) - включваха репортажи за мъже спортисти;
- Само в 25 епизода (64%) са споменати жени спортисти;

Във всички епизоди общото изчислено ефирно време за жените спортисти е приблизително 33 минути. Това отразява **лек дисбаланс по отношение на присъствието и редакционната тежест. Докато мъжете бяха представени във всеки епизод, жените се появиха в две трети от тях, но дори и тогава отразяването им често беше кратко и изолирано.**

4.5 Обобщение на констатациите

Този анализ на 39 епизода от онлайн телевизионни новини, излъчени от двете водещи национални телевизии в България - БТВ и Нова телевизия - между юни 2024 г. и февруари 2025 г., предлага ценен поглед върху видимостта и рамкирането на жените

спортисти в телевизионните спортни репортажи. Проведено като част от проекта POWER, проучването разкрива леко разминаване в представянето на половете, като във всички епизоди (100%) се появяват спортисти мъже, а само в две трети (64%) се споменават жени. Това несъответствие е допълнително подчертано от приблизително 33-те минути общо ефирно време, посветени на жените спортисти през целия осеммесечен период - подчертавайки трайно недостатъчното представяне не толкова по отношение на честотата, колкото на редакционната тежест.

Сред 25-те епизода, в които се появяват жени, 92,3 % включват съдържание, свързано със спорта, като се набляга силно на **индивидуалните спортове (80 %)** и на **спортистите на олимпийско ниво (64 %)**. Професионалните спортисти се появяват само в 36 % от епизодите, а масовият спорт отсъства напълно. Това показва ясни редакционни предпочитания към отразяването на елитни, високопоставени индивидуални спортистки. Спортистките от отборните спортове и тези, които са на етап развитие на кариерата си, са отразени ограничено или изобщо не са отразени, което предполага пропуснатата възможност да се разшири разказът за жените в спорта.

Важно е да се отбележи, че тонът и рамката на репортажите, които включват жени, са преобладаващо положителни. В 25 от 25-те епизода (100 %) жените спортисти са представени в благоприятна светлина, като често са отбелязани техните **постижения, талант** и положително **присъствие**. Освен това липсват окуражителни сексуализирани или обективизиращи образи и не се наблюдават визуални стереотипи, свързани с пола. Тези констатации могат да свидетелстват за постепенна промяна в начина, по който спортистките се представят на екрана, като се върви към по-уважително и фокусирано върху постиженията представяне.

В заключение, въпреки че има признаци на редакционен напредък - особено по отношение на тона и избягването на явни стереотипи - данните ясно показват, че женският спорт продължава да бъде периферна тема в основните телевизионни новини. Представянето е селективно, често ограничено до елитни професионалисти, а отразяването остава както количествено, така и качествено по-ограничено от това на мъжете спортисти. За да се постигне истинско равенство в спортните медии, трябва да има по-последователен и приобщаващ подход, който да издига по-широк спектър от женски спортен опит, включително масови, младежки и индивидуални постижения, наред с професионалните и олимпийските успехи.

5. Анализ на фокус група

5.1 Подробности за фокус групата, организирана в България

Дата: 4/17/2025

Място: Онлайн - среща в увеличен формат

Цели: Разсъждавайте върху представянето на жените спортисти в спортните медии, обсъдете причините и последиците от неравнопоставеността между половете в медиите

Брой участници: 8

Профил на участниците: вж. таблицата по-долу

Таблица 28: Участници във фокус-групата - обобщение на профила

Код	Пол	Професионална роля/принадлежност	Съответна биография	Категория на включване
P1	Мъж	Спортен журналист в телевизионна медия	Отразявал е множество спортни теми и спортни събития	Журналист
P2	Мъж	Журналист в онлайн медия	Отразявал спортни теми; има собствен спортен подкаст	Журналист
P3	Мъж	Редактор в онлайн медия	Редакторска работа; обхваща множество спортни теми и спортни събития	Професионалист в областта на медиите
P4	Жена	Радиокоментатор и спортен журналист	Бивша спортистка и настоящ журналист	Професионалист в медиите
P5	Жена	Създател на съдържание и мениджър на спортна онлайн платформа	Създава собствена онлайн платформа за отразяване на спортни събития	Създател на съдържание
P6	Жена	Треньор по художествена гимнастика	Активно се занимава с треньорска дейност за младежи (ниво Grassroots)	Жена спортист
P7	Мъж	Футболист на ниско ниво	Спорт и представяне на високо ниво	Допълнителен участник (спортист от мъжки пол)
P8	Мъж	Председател на спортна организация	Активен треньор на младежи	Допълнителен участник (спортист мъж)

5.2 Тематичен анализ

Таблица 29: Тематичен анализ от българската фокус група

Категория: Неравенство в медийното отразяване		
Подкатегории	Тематичен анализ	Участници
Разлика в отразяването на спортистите мъже и жени	Половината от участниците се съгласиха, че има неравнопоставеност в медийното отразяване между мъжете и жените, като мъжете получават повече внимание.	P5, P6, P7, P8
	Другата половина от участниците се съгласиха, че няма съществена разлика в медийното отразяване между мъжете и жените спортисти, поне в известните медии. Те подчертаха, че отразяването зависи повече от успеха, отколкото от пола.	P1, P2, P3, P4
Преобладаване на футбола и незабележимост на други спортове	Участниците са единодушни, че българските спортни медии са склонни да се фокусират върху традиционно доминирани от мъже спортове като футбола, като често пренебрегват жените спортисти, освен ако не са в областта на гимнастиката, леката атлетика или не печелят големи международни медали	P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8
Разликата в отразяването се дължи единствено на предпочитанията на аудиторията	Българската аудитория просто се интересува повече от спортове, доминирани от мъже, следователно медиите се фокусират върху тях, за да генерират гледания.	P2, P8
Липса на отразяване на жените спортисти в местните медии	Местните медии рядко разпознават жените спортисти, особено тези в не-масовите спортове.	P4
Категория: Стереотипи и сексуализация		
Подкатегории	Тематичен анализ	Участници
Качество на изобразяването в зависимост от вида на медията	В известните медии (т.е. националните телевизионни канали) няма стереотипни изображения на жени спортисти. От друга страна, спортните уебсайтове и онлайн платформите често залагат на сензационността, като се фокусират върху по-повърхностно съдържание или такова, което е насочено към кликане.	P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8

Фокус върху външния вид вместо върху постиженията	Жените спортисти често са оценявани повече заради външния си вид, отколкото заради постиженията си. Често се наблюдава сексуализиране на жените спортисти, особено в онлайн и комерсиални платформи, с цел привличане на повече внимание и увеличаване на зрителския интерес.	P2, P3, P7,P8
Сексуализация на жените спортни журналисти	Макар че жените спортисти не са често обект на стереотипи или сексуализация, жените спортни репортерки и водещи в телевизионните студия често се сблъскват с обективизация - тяхното присъствие изглежда по-скоро насочено към привличане на зрители, отколкото към предлагане на журналистически прочит.	P1, P4, P7
Възприемане на развлекателната стойност и биологични предположения	Повтаряща се тема е убеждението, че женските спортове са по-малко развлекателни, често обосновано от биологични стереотипи или стереотипи, свързани с представянето. Това схващане допринася за по-ниския медиен интерес и обществена ангажираност.	P8
Засилване на стереотипите в медиите	Вместо да оспорват остарелите вярвания, медиите често ги отразяват - представяйки жените спортисти чрез повърхностни разкази.	P5, P6
Категория: Липса на фокус върху представянето		
Подкатегории	Тематичен анализ	Участници
Обществените очаквания оказват силно влияние върху начина, по който се представят жените спортисти.	В миналото медиите са оформили общественото мнение, но днес обществеността - особено онлайн аудиторията - е тази, която оформя медийното съдържание. И тъй като по-голямата част от обществеността е привлечена повече от сензацията и по-малко от спортните постижения, медиите се фокусират именно върху това.	P1, P2, P3, P4, P6, P7,
Ролята на цифровите медии за качеството на медийното отразяване	Поради дигитализацията и отдалечаването от традиционните медии медиите се фокусират върху задържането на вниманието, а не върху образоването, което води до по-сензационно и по-малко балансирано представяне. Тази промяна отслабва ролята на медиите за формиране на уважително и нюансирано представяне на жените спортисти.	P1, P3, P5
Загриженост, която е еднакво актуална както за мъжете, така и за жените спортисти.	Мъжете спортисти често попадат в медиите и заради скандали и лични истории, дори по-често от жените спортисти.	P1, P2, P7, P8
Категория: Въздействие върху кариерата на спортистите		
Подкатегории		

По-голямо участие и ранно ангажиране	Виждайки успехите на жените в спорта, повече момичета ще бъдат насърчени да се присъединят към клубове, академии и отбори в ранна възраст.	P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8
По-добри шансове за привличане на спонсори и подкрепа	Силното и висококачествено медийно отразяване би било изключително полезно за по-малко популярните спортисти от по-малките спортни клубове, които тепърва започват да градят кариерата си. В момента те получават малко медийно внимание, което значително ограничава шансовете им да бъдат забелязани и да получат подкрепа.	P4, P5
Повишаване на увереността и амбицията	Представителството насърчава вярата и амбицията на младите момичета. Медийната видимост мотивира усилията и вдъхновява момичетата да виждат себе си като сериозни спортисти.	P6
Формиране на модели за подражание за бъдещите поколения спортисти	Когато спортистите станат видими и достъпни чрез значими житейски истории и професионални пътешествия, споделени в медиите, те могат да се превърнат в модели за подражание, които вдъхновяват бъдещите поколения да се развиват, да останат устойчиви и да се стремят към по-високи цели в спортната си кариера.	P3
Категория: Сексистките и половите стереотипи		
Подкатегории	Тематичен анализ	Участници
Количество спрямо качество на отразяването	Макар че днес има повече отразяване на женските спортове, съдържанието често не е достатъчно задълбочено или затвърждава стереотипите, свързани с пола - което предполага напредък по отношение на обема, но не непременно по отношение на съдържанието.	P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8
Значение на индивидуалните журналистически инициативи	Смисленото и уважително отразяване на жените спортисти често се дължи на индивидуални усилия, а не на институционална политика, което разкрива липсата на системна промяна.	P2, P3, P5
Категория: Необходимост от промяна		
Подкатегории	Тематичен анализ	Участници
Положителни институционални промени и повишаване на видимостта	Налице са ясни подобрения в начина, по който жените спортисти са представени - с по-голяма видимост в събитията на национално равнище, церемониите по награждаване, отразяването на новините и онлайн платформите. Тези промени показват напредък към нормализиране на присъствието на жените в спорта.	P1, P3, P6, P8



WOMEN ATHLETES IN SPORTS MEDIA

Необходимост от по-смислено разказване на истории в медийното отразяване	По-дълбокият фокус върху значимите лични истории и спортната идентичност би увеличил популярността и разбирането на жените спортисти сред аудиторията.	P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7
Роля на индивидуалните и гражданските инициативи	Промяната често се задвижва от отделни журналисти. Тези усилия са основен двигател на положителното отразяване и повишената видимост.	P3
Възникване на онлайн платформи, посветени на балансирано отразяване на спортни събития, свързани с пола	Инициативи като " <i>Спортен календар</i> " се открояват като добри примери за балансирано и уважително медийно отразяване, при което се отделя еднакво внимание на всички спортове и на спортистите мъже и жени.	P5

Категория 1: Неравенство в медийното отразяване

Участниците изразиха различни мнения по въпроса дали има значителна разлика в медийното отразяване на спортистите мъже и жени. Някои настояваха, че отразяването се основава повече на успеха, отколкото на пола, особено в известните медии. Други ясно посочиха разликата, като подчертаха, че жените спортисти, освен ако не са в дисциплини като гимнастиката или не печелят международни медали, често остават невидими - особено в местните или регионалните медии.

Имаше обаче пълен консенсус по отношение на свръхпредставянето на традиционно доминирани от мъже спортове като футбола. Това засяга не само женските спортове, но и по-малко комерсиалните дисциплини като цяло. Някои участници твърдяха, че това не се дължи непременно на медийни пристрастия, а по-скоро на предпочитанията на аудиторията, които оформят редакционните решения. Все пак резултатът е един и същ: жените спортисти често получават по-малко последователно, по-малко видимо и по-малко уважително медийно внимание.

Извод: Без да се обърне внимание на по-широката редакционна насоченост и пристрастността към обществения интерес, жените спортисти - особено тези в масовите или по-малко видимите спортове - ще продължат да бъдат недостатъчно представени, пропускатки важни възможности за признание, спонсорство и кариерно развитие. *Категория 2: Стереотипи и сексуализация*

Категория 2: Стереотипи и сексуализация

Във всички видове медии - от националната телевизия до цифровите платформи - участниците забелязаха, че жените спортисти по-често са оценявани по външния им вид, отколкото по постиженията им. Сензационността е особено видима в онлайн и търговските платформи, където сексуализираното съдържание често се използва за увеличаване на гледанията и вниманието.

Интересно е, че участниците подчертаха, че жените спортни журналисти също се сблъскват с този проблем. Тяхното присъствие в телевизионните студия понякога се оформя по-скоро като визуална атракция, отколкото като професионален принос. Освен това идеята, че женските спортове са биологично по-малко забавни или интензивни, все още присъства в общественото мнение, което често се отразява в медийните разкази. В резултат на това репортажите не успяват да подчертаят техническата или стратегическата страна на женските постижения.

Последици: Тези стереотипи, независимо дали са насочени към спортистите или към журналистите, намаляват доверието и сериозността на жените в спорта. Те обезкуражават младите момичета да видят себе си в тези роли и допринасят за продължаващото неравенство между половете в професиите, свързани със спорта.

Категория 3: Липса на фокус върху постиженията

Много участници се съгласиха, че настоящите медийни разкази често пропускат смисъла, когато става въпрос за спортни постижения. Преобладават емоционалните истории, физическият вид или личните борби, а не постиженията, тренировките или стратегическите аспекти на спорта.

Тази промяна до голяма степен се дължи на развитието на цифровите медии. За да се конкурират за внимание, медиите дават предимство на съдържанието, базирано на кликания, пред образователните или фокусираните върху постиженията репортажи. Медиите вече следват предпочитанията на аудиторията, вместо да я водят, което води до повърхностно отразяване, засягащо както спортистите, така и мъжете.

Последици: Ако не се акцентира върху спортните постижения, това отслабва имиджа на жените като способни и сериозни състезателки. Това ограничава доверието към тях в спорта и намалява шансовете за вдъхновяване на нови поколения спортистки.

Категория 4: Въздействие върху кариерата на спортистите

Участниците се съгласиха, че медийната видимост играе важна роля за формирането на кариерата на спортистите. Когато жените не са достатъчно представени или са представени през стереотипни представи, за тях става по-трудно да привличат спонсори или признание - особено в началото на кариерата си в по-малки клубове или в спортове, които не са основни.

В същото време доброто представяне може да доведе до обратния ефект. Когато момичетата виждат жени спортистки в медиите, това повишава тяхното самочувствие, мотивация и вяра, че и те могат да успеят. Медиите също така имат силата да създават модели за подражание - особено когато се споделят истории не само за резултати, но и за личностно развитие и израстване.

Последици: Справедливото и вдъхновяващо медийно отразяване е от съществено значение не само за кариерното развитие, но и за активизиране на ранното включване на момичетата в спорта. То изгражда амбиция, отваря врати и допринася за дългосрочното равенство между половете в тази област.

Категория 5: Сексистки и джендър стереотипи

Въпреки че количеството на медийното отразяване на женския спорт леко се е подобрило, качеството често остава проблематично. Участниците отбелязаха, че много статии и репортажи все още включват сексистки разкази - показват жените по-скоро като емоционални, драматични или визуално приятни, отколкото като технически умели. Тези модели са по-често срещани сред по-възрастните или по-малко обучени медийни специалисти и често отразяват по-широки обществени предразсъдъци.

За разлика от тях, по-уважителното и балансирано отразяване обикновено идва от индивидуални инициативи - като по-млади журналисти, нови платформи или жени професионалисти, които настояват за промяна.

Последици: Без повече системни промени и институционална подкрепа напредъкът ще остане бавен. Обучението на медийни специалисти и редакционните насоки, насочени към равенството между половете, са от ключово значение за разчупване на тези модели.

Категория 6: Необходимост от промяна в представителството

Въпреки всички предизвикателства има ясни признаци на положителна промяна. Участниците споменаха, че жените спортисти вече получават по-голяма видимост по време на национални събития, церемонии по награждаване и чрез нововъзникващите цифрови платформи. Инициативи като "Спортен календар" бяха изтъкнати като добри примери за справедливо и приобщаващо отразяване, което третира всички спортове - и всички спортисти - с еднакво уважение.

Много от тези усилия обаче все още са по-скоро индивидуални, отколкото структурни. Участниците подчертаха необходимостта от по-смислено разказване на истории - подчертаване на личните пътувания, предизвикателства и идентичност, а не само на резултатите. Това би могло да помогне за повишаване на обществен интерес и нормализиране на присъствието на жените във всички области на спорта.

Последици: Промяната трябва да надхвърли изолираните усилия. Медийните организации трябва да инвестират в приобщаващи редакционни стратегии, да подкрепят балансиран по пол платформи и да дават място на разнообразни истории. Тези стъпки са от съществено значение за създаването на дълготрайни културни промени както в спорта, така и в обществото.

5.3 Анализ на облака от думи

За да допълним тематичния анализ, създадохме облак от думи въз основа на честотата на термините, споменати в изказванията на участниците във фокус групата. Собствените имена, предлозите и наречията бяха изключени, за да се съсредоточим само върху смислените думи от съдържанието. Окончателният списък беше прецизиран, за да включи само термини, които съответстват на шестте тематични категории, установени в нашата аналитична рамка. Това визуално представяне предлага интуитивен преглед на обсъжданите ключови идеи и проблеми, като най-често споменаваните термини се появяват с по-голям размер на шрифта.



Фигура 9: Облак от думи от тематичния анализ

Синтез на констатациите - България

Междуплатформеният анализ на българските спортни медии разкрива трайни дисбаланси между половете при видимостта и представянето на жените спортисти. Въпреки че има окуражителни промени - по-специално като цяло уважителен тон в отразяването и наличието на някои специализирани онлайн инициативи - тези подобрения остават фрагментирани, непоследователни и недостатъчни, за да се осигури равностойно медийно представяне.

Във вестниците, онлайн платформите, X (бивш Twitter) и телевизията жените спортисти са постоянно недостатъчно представени както по честота, така и по значимост. Отразяването често е концентрирано около елитните изпълнители, особено тези, които се състезават в отделни олимпийски спортове като художествена гимнастика, лека атлетика или тенис, и до голяма степен липсва за масовите спортисти или аматьорите. В местните медии спортистките извън традиционно "женските" спортове остават почти невидими.

В печатните медии жените се споменават спорадично, като съдържанието е силно доминирано от мъжки спортове, особено футбол. Положителният тон е често срещан, но статиите за жени обикновено са кратки, визуално второстепенни и ограничени до събития с висок обществен интерес. Сексистките изрази и явните стереотипи са рядкост, но не са премахнати.

Онлайн спортните платформи се справят по-добре с последователното включване на жени спортисти, но дълбочината на отразяването все още е в полза на мъжете. Фокусът често е обвързан с върхови събития (напр. Олимпийските игри), а не с продължителни репортажи. Визуалното оформяне е непоследователно, като в много истории липсват въздействащи изображения. Търговската логика и логиката на кликване продължават да насърчават повърхностното представяне, особено в сайтовете с голям трафик, докато алтернативните онлайн издания показват, че е възможно балансирано и ангажиращо отразяване.

X публикации показват символично включване: малко над половината споменават жени спортисти, но почти две трети от тези публикации не съдържат изображения. Преобладава позитивното оформяне, но липсата на визуална подкрепа и минималното последващо отразяване ограничават потенциала за изграждане на обществено признание.

Телевизионното отразяване показва най-силен дисбаланс. Жените спортисти се появяват рядко, получават минимално ефирно време и рядко са представяни извън елитния контекст. Когато присъстват, кадрите се фокусират върху постиженията и лидерството, но без тематична дълбочина или приемственост.

Дискусиите във фокус-групата потвърждават тези констатации. Медийните специалисти, журналистите и спортистите са единодушни, че българското спортно отразяване се определя в голяма степен от търсенето на аудиторията за спортове, в които доминират мъжете, и от редакционните приоритети, които се определят от кликванията. Участниците идентифицираха устойчиви стереотипи - като фокус върху външния вид на жените или предположения за развлекателната стойност - които все още влияят върху отразяването, особено в цифровото и търговското пространство. Сексуализацията и обективизацията на жените спортни журналисти в телевизионните студия се очертаха като отделен, но свързан проблем.

Участниците подчертаха и въздействието на видимостта върху кариерата: значимото и последователно отразяване може да увеличи възможностите за спонсорство, да вдъхнови младите момичета да се занимават със спорт и да помогне за изграждането на модели за подражание за бъдещите поколения. Те подчертаха, че положителните промени - като например по-доброто разказване на историите по националните телевизии и появата на балансиран по отношение на пола онлайн платформи - често са резултат по-скоро от индивидуална инициатива на журналисти, отколкото от системна реформа.

Като цяло българският медиен пейзаж се намира в преходен етап: тонът и отделни примери за добри практики се подобряват, но структурните неравенства остават дълбоко вкоренени в редакционния избор, разпределението на ресурсите и разнообразието на разказите. Напредъкът ще изисква координирани действия - обучение на спортни журналисти, редакционни и институционални ангажименти за равенство между половете и насърчаване на алтернативни и масови гласове за разнообразяване на спортните разкази.



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya

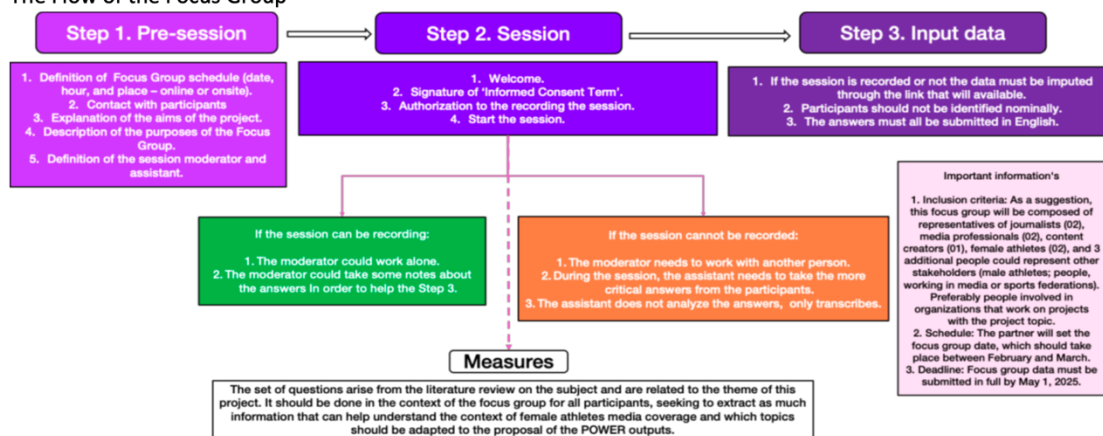


ПРИЛОЖЕНИЕ 1: Методологическа рамка за фокус-групата

Всяка фокус група трябва да включва:

- Журналисти (най-малко 2);
- професионалисти в областта на медиите (най-малко 2);
- създатели на съдържание или мениджъри (поне 1);
- жени спортисти (най-малко 2);
- Допълнителни участници могат да представляват други заинтересовани страни (напр. хора, работещи в медиите или спортните федерации, най-малко 3).

The Flow of the Focus Group



Фигура 10: Протичане на сесиите на фокус групите

Тематичните категории, използвани в настоящото проучване, възникнаха чрез хибриден подход, съчетаващ индуктивни прозрения от българската фокус група с дедуктивна рамка, обоснована в съществуващата литература. Въз основа на модела за тематичен анализ на Braun и Clarke (2006) процесът на кодиране включваше многократно четене на стенограмата, идентифициране на значими модели и последващо групиране на тези модели в по-широки аналитични категории.

Рамката, която е в основата на този процес, е оформена от влиятелна научна работа върху представянето на пола в спортните медии. Основополагащите изследвания на George et al. (2001) и Sherwood et al. (2016) подчертаха продължаващото несъответствие в начина, по който жените спортисти са представени, както по отношение на видимостта, така и на наративното оформяне, в писмени и визуални формати. Тези изследвания също така обърнаха внимание на

влиятието на редакционните решения и очакванията на аудиторията върху характера на медийното отразяване. Въз основа на това Martínez-Abajo et al. (2020) изследват как жените спортисти интерпретират собственото си медийно представяне, като подчертават последователни опасения относно ограниченото представяне, емоционалните стереотипи и липсата на акцент върху техните спортни постижения.

Kane, LaVoi и Fink (2013 г.) въвеждат критични прозрения за обективизирането и сексуализирането на жените спортисти, особено чрез визуални образи, докато Jones и Greer (2011 г.) демонстрират как женският външен вид влияе върху възприятията на аудиторията и медийното отношение към жените в спорта. Тези трудове предоставиха теоретична и емпирична основа за определяне на категориите, използвани в настоящия анализ.

В този смисъл шестте крайни категории: Неравнопоставеност в медийното отразяване, Стереотипи и сексуализация, Липса на фокус върху постиженията, Въздействие върху кариерата на спортистите, Сексистки и джендър стереотипи и Необходимост от промяна. отразяват както тематичните модели, идентифицирани във фокусната група, така и концептуалните основи, установени в предишни изследвания. Този подход гарантира, че анализът ще остане едновременно обоснован от гледната точка на участниците и теоретично издържан.

Категории, определения и въпроси за фокус-групата

1. Неравенство в медийното отразяване

Определение: Жените спортисти получават значително по-малка видимост от своите колеги мъже, както по отношение на количеството, така и по отношение на известността. Това неравенство се отразява на общественото признание и намалява възприеманата им стойност в света на спорта.

Въпроси за фокус групата:

Какво според вас може да се направи, за да се увеличи количеството на медийното отразяване, посветено на жените в спорта? *(задължително)*

Кои спортове, в които участват жени, според вас получават достатъчно покритие? Защо? *(задължително)*

Смятате ли, че липсата на отразяване влияе върху общественото възприятие за стойността на постиженията на жените в спорта? *(допълнително, ако е необходимо)*

2. Стереотипи и сексуализация



Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



Определение: Медийното представяне често засилва традиционните стереотипи за пола или сексуализира жените спортисти, като се фокусира повече върху физическия вид и емоционалните черти, отколкото върху спортната компетентност.

Въпроси за фокус групата:

Смятате ли, че обществеността очаква да вижда жените спортисти по определен начин? Ако е така, как това влияе на начина, по който медиите ги изобразяват? *(задължително)*

Забелязали ли сте сексуализирано представяне на жени спортисти в медиите? Как смятате, че това влияе на възприятията на обществото и на спортистите? *(допълнително, ако е необходимо)*

Според вас има ли разлика в начина, по който медиите разглеждат физическия вид на жените спортисти в сравнение с мъжете спортисти? Как трябва да се промени това? *(ако е необходимо, допълнително)*

3. Липса на фокус върху представянето

Определение: Отразяването на женските спортове обикновено пренебрегва спортните постижения, като вместо това се фокусира върху начина на живот, външния вид или личните истории, което подкопава техните спортни постижения.

Въпроси към фокусната група:

Защо според вас медиите се фокусират повече върху личните или повърхностни аспекти на жените спортисти, отколкото върху техните умения и спортни постижения? *(задължително)*

Смятате ли, че спортистите трябва да имат по-голям контрол върху разказите за себе си?

истории? Какви инструменти или платформи биха могли да помогнат в този процес? *(допълнително, ако е необходимо)*

4. Въздействие върху кариерата на спортистите

Определение: Ограниченото и необективно отразяване на жените спортисти оказва отрицателно влияние върху способността им да си осигурят спонсорство, медийни договори и дългосрочна устойчивост на кариерата си в спорта.

Въпроси за фокус групата:

Какво би било въздействието на по-голямата видимост на спортните постижения на жените за вдъхновяване на бъдещите поколения? *(задължително)*

Смятате ли, че начинът, по който медиите отразяват жените в спорта, влияе пряко върху шансовете им да си осигурят спонсорство и финансова подкрепа? *(допълнително, ако е необходимо)*

Какъв вид подкрепа според вас би била необходима, за да се помогне на жените спортисти да изградят по-устойчива кариера? *(ако е необходимо, допълнително)*

5. Сексистки и джендър стереотипи

Дефиниция: "Сексуални и стереотипни различия" (вж: Медийният дискурс често подсилва сексистките допускания, като представя жените през ограничената леща на емоционалността, зависимостта или непълноценността, а визуалното съдържание може да обективизира или маргинализира тяхното присъствие.

Въпроси за фокус групата:

Смятате ли, че медиите се променят към по-добро по отношение на намаляването на половите стереотипи? Какво все още се нуждае от подобрение? *(задължително)*

Какви примери за представяния, основани на стереотипи, сте виждали в спортните медии? *(допълнителни, ако е необходимо)*

Как могат да бъдат обучени професионалистите/студентите в областта на медиите и комуникациите, за да избягват сексистки или стереотипни представяния? *(допълнително, ако е необходимо)*

6. Необходимост от промяна

Определение: Все повече се признава необходимостта от по-приобщаващо, точно и овластяващо представяне на жените в спорта. Представянето трябва да отразява многообразието, да насърчава равенството и да служи като средство за социална промяна.

Въпроси за фокус групата:

Какви примери за добри практики при представянето на жените в спорта сте виждали в медиите? Какво можем да научим от тях? *(задължително)*



Co-funded by
the European Union





Co-funded by
the European Union



Unió de Federacions
Esportives de Catalunya



Sport
Evolution
Alliance



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.