

Mediální obraz organizace Fórum 50%
v období 1. 3. – 31. 7. 2009





Charakteristika organizace

Fórum 50%, o. s. se zabývá vyrovnaným zastoupením žen a mužů ve veřejném životě. Od svého vzniku v roce 2004 rozvíjí řadu aktivit pro širokou veřejnost i konkrétní aktéry. Organizace je finančně podporována dlouhodobými partnery a jednorázovými příspěvky na konkrétní projekty. V současné době čerpá prostředky ze strukturálních fondů EU.

Post ředitelky *Fóra 50%* zastává od dubna 2009 Jana Smiggels Kavková, předsedou správní rady je Tanweer Ali.

Mediální potenciál

Fórum 50% se zabývá obecně známým problémem (nejen) české společnosti, který většinové mediální publikum vnímá převážně kriticky. Proto je pravděpodobné, že aktivity organizace budou pro média atraktivní. Z hlediska zpravodajské praxe ale nemůžeme očekávat prioritní postavení takovýchto zpráv. Organizace navíc nemá výhodu patrona či jiné „známé tváře“, která by její činnost zaštiťovala. Pozitivem je vydávání tiskových zpráv a velmi přehledné webové stránky (<http://padesatprocent.cz/>), které nabízejí novinářům/kám dostatek informací.

Metodologie

Zkoumáno bylo 23 mediálních textů dohledaných pomocí databáze společnosti Anopress pod klíčovým slovem „Fórum 50%“. Vzorek tvořilo 17 článků v tištěných médiích (celostátní i regionální deníky, celostátní týdeník), 4 rozhlasové a 2 internetové příspěvky. Organizace nebyla v daném časovém období medializovaná prostřednictvím televize.

Analýza zahrnovala následující kategorie: autor, žánr, rozsah a téma příspěvku; pozice zástupce/kyně organizace a jeho/její citace; jak je organizace líčena (pozitivně, negativně) a zda je organizace zasazena do kontextu.

Analýza

Autory příspěvků byli v drtivé většině profesionální novináři, pouze v 1 případě příspěvek napsala přímo ředitelka sdružení.

Žánry příspěvků byly monotónní, většinou se jednalo o zpravodajství z domova či regionu. Výjimku tvořil komentář ředitelky *Fóra 50%* v názorové rubrice časopisu Týden a dva publicistické příspěvky (jeden rozhlasový, druhý internetový) týkající se oslav MDŽ a postavení žen ve společnosti.

Z hlediska **rozsahu** byla převážná část příspěvků krátká a středně dlouhá (do 2000 znaků). Výjimečná pak byla téměř hodinová diskuse na vlnách Českého rozhlasu 6.

Různorodější byla **témata** příspěvků, i když základní linii tvořilo vždy postavení žen ve společnosti. Příspěvky se vztahovaly zejména k politice (např. zavádění kvót, počty aktivních političek), ale též k trhu práce nebo k výsledkům průzkumů. Ve většině případů média referovala o akcích pořádaných sdružením – o konferencích, školeních, výstupech projektů apod.

Zástupkyně organizace¹ vystupovaly v necelé polovině příspěvků jako expertky vysvětlující danou problematiku a podávající relevantní informace. Zde nechyběla ani jejich přímá **citace**. Ve dvou případech byly hostem diskuse. V ostatních příspěvcích zástupkyně chyběly a bylo zmíněno pouze jméno organizace.

Organizace nebyla ve většině případů nijak zasazena do **kontextu**, příspěvek obsahoval pouze název „*Fórum 50%*“ bez jakéhokoliv vysvětlení. Ve třech případech bylo popsáno jako „organizace, která usiluje o vyšší zastoupení žen v politice“, pouze jednou byla činnost sdružení vyložena hlouběji. S tím souvisí též **vyličení organizace** – až na tři případy lehce pozitivního hodnocení (2x Haló noviny a 1x Liberecký deník) nebylo *Fórum 50%* nijak reflektováno.

¹ Ve všech případech ženy.

Závěr

Fórum 50% bylo ve sledovaném období nejvíce mediálně zajímavé, když zveřejnilo lehce kontroverzní výsledky svých průzkumů. Jedno téma pak bylo reflektováno hned v několika médiích. Týkalo se to např. dílčí části projektu zkoumajícího sestavování komunálních rozpočtů, ze kterého vyplynulo, že ženy využívají častěji hromadnou dopravu. Toto sdělení uveřejnil celostátní deník *MF Dnes*, regionální *Frýdecko-Místecký a Třinecký deník*, bulvární deník *Aha!* i rozhlasová stanice *Radiožurnál*. Lze tedy dovodit, že některá témata mohou být atraktivní pro celé spektrum médií, zvláště pokud přináší neotřelou informaci.

Intenzita referování o organizaci byla stabilní, výrazněji se *Fórum 50%* objevovalo v médiích v době před a po „eurovolbách“, což úzce souvisí s jeho zaměřením. Lze předpokládat, že v době voleb bude organizace vždy více medializovaná, jelikož provádí např. specializované průzkumy veřejného mínění.

Zajímavým faktem je, že v pouhém 1 případě byla autorkou příspěvku členka *Fóra 50%*. Otázkou zůstává, zdali je tento stav záměrem organizace nebo je dán nemožností více se prosadit v médiích vlastním úsilím.

Z ladění všech příspěvků je patrné kritické hodnocení současného stavu společnosti. Autoři, potažmo média, jsou tudíž na straně *Fóra 50%* a souhlasí s jeho aktivitami. Organizace je latentně mediálně atraktivní, mohla by ale tuto výsadu lépe využívat, např. vytipováním konkrétnějších cílových skupin a odpovídajících médií či oslovením veřejně známé osobnosti jako patrona/ky organizace.