
„LOM“ = „zLOM“ v prosazování a realizaci rovných příležitostí?

Sledovaná organizace

Liga otevřených mužů (používající zkratku LOM) je nezisková organizace, která byla založena v roce 2006. Cílovou skupinou, na kterou je její činnost zaměřena, jsou muži, samotná organizace používá motto a propaguje model označovaný jako „muži mužům“.

Posláním organizace je prosazovat genderovou senzitivitu vůči ženskému i mužskému pohlaví a hájit muže před stereotypy, paušálními soudy a generalizovanými doktrínami.

Organizace realizuje programy a projekty, které jsou zaměřeny na podporu reflexe mužských rolí, mužské identity a celkově pak na kvalitu života mužů v České republice, kde nabízí možnosti, jak ji zvyšovat a dále rozvíjet, např. se věnují podpoře aktivního otcovství, terapeutické podpoře v krizi či poradenství ve výchově chlapců a teenagerů.

Financování organizace je vícezdrojové. Některé z projektů organizace (např. projekt „Táto jak na to?“) jsou financovány prostřednictvím prostředků poskytnutých Ministerstvem práce a sociálních věcí. Vzhledem ke svému charakteru jako neziskové organizace je Liga rovněž závislá na finančních příspěvcích dobrovolných (sponzorských) darů. O možnostech sponzorské podpory podrobně informuje na svých webových stránkách <http://web.ilom.cz/>.

Zhodnocení mediálního obrazu LOMu

Analýza mediálního pokrytí LOMu probíhala prostřednictvím internetové databáze společnosti Anopress. Výzkumný vzorek byl ve sledovaném období 1. 1. 2010 – 16. 6. 2010 tvořen 26 dostupnými mediálními texty pod klíčovým slovem „Liga otevřených mužů“, jejichž zdroji byla česká tištěná média, rozhlasové a televizní vysílání.

Následující tabulka uvádí četnost zveřejněných textů v jednotlivých měsících:

Měsíc	leden	únor	březen	duben	květen	červen
Četnost	1	0	2	7	11	5

Z hlediska rozsahu se jedná o zprávy a televizní relace kratšího rozsahu.

Významný atribut při sledování témat jednotlivých příspěvků výzkumného vzorku tvoří samotné zdroje článků, na jejichž základě můžeme provést základní rozdělení:

Příspěvky uvedené v regionálním tisku byly zaměřeny především na představení aktuálních projektů, kterými se organizace zabývá. Tím lze také vysvětlit výrazně vyšší četnost článků v období květen 2010 oproti ostatním sledovaným měsícům, kdy regionální tisk ve svých příspěvcích reagoval na aktuální kampaně a workshopy konaných v rámci projektu v daném regionu, méně často se pak objevovaly články jako reakce na květnový „Svátek matek“ v konfrontaci s „Dnem otců“.

V televizním a rádiovém vysílání se oproti tisku objevovala témata, která se týkala širších společenských témat (např. aktivní otcovství, platové podmínky) a netýkala se tak přímo samotné organizace. Jednalo se o především o diskusní pořady, kterých se za LOM účastnil ředitel Ligy Martin Jára.

V časopisech mělo sledované klíčové slovo zastoupení pouze v jednom periodiku – časopisu Vlasta. Téma článku oproti ostatním bylo zaměřeno na samotný vztah mužů a žen, jehož součástí také byl názor Martina Járy a zároveň představení činnosti LOMu.

Jak již bylo výše zmíněno, většina příspěvků je spojena se jménem ředitele Ligy Martinem Járou vystupujícího jako zástupce organizace, který podává informace, a jako expert zabývající se danou problematikou. Pouze v jednom případě se objevuje zástupce regionální pobočky LOMu Petr Miklas.

Závěrečné shrnutí

Organizace LOM působí v České republice již pátým rokem, přesto se její mediální obraz může zdát být stále poněkud rozpačitý a není tolik atraktivní. Většina témat se týká širších společenských problémů než samotné organizace, LOM je však ve všech případech pozitivně

prezentován v pozici odborníků doplňujících informace k danému tématu, čímž dochází k rozšíření všeobecného podvědomí o existenci a činnosti organizace.

Domnívám se, že důvodem je poměrná „novost“ témat, které organizace přináší, a která se stává další rovinou vnímání dané problematiky. A právě aktuálnost a především neočekávanost - novost témat, kterými se organizace zabývá, představuje její velký potenciál.

Tématy obou pohlaví ve společnosti, jejich vztahy a samotnou identitou a rolí mužů a žen ve společnosti se média zabývají pravidelně. V tématech prosazování rovných příležitostí však dlouhodobě dominují ženy, proto otevření diskusí, které poukazují na potřeby mužů, kteří se mohou v určitých oblastech rovněž cítit znevýhodňováni oproti druhému pohlaví (zvláště pak projekty, které jsou zaštitěny známějšími institucemi – např. MPSV), mohou získat na mediální atraktivnosti.

Z výsledné analýzy vyplývá, že i přes nižší četnost příspěvků se média o činnost organizace zajímají a informují o ní, zvláště u širších společenských témat týkajících se prosazování rovných příležitostí, se objevuje zájem o rozšíření diskuse ze strany organizace LOMu.

Použité zdroje

1. Informační portál rovných příležitostí www.muziazeny.cz
<http://www.osops.cz/muziazeny/>
2. Liga otevřených mužů. www.web.ilom.cz
3. Databáze Anopress <http://muni.anopress.cz.ezproxy.muni.cz/>