

Téma aktivity Bílého kruhu bezpečí v bulváru

Nejvýznamnějším bulvárním periodikem a zároveň nejprodávanějším a nejčtenějším celostátním deníkem je Blesk. Ten, stejně tak jako bulvární Aha! Vlastní vydavatelství Ringier Axel Springer CZ. Toto vydavatelství vzniklo fúzí dvou vydavatelství¹ a kromě České republiky působí také na Slovensku, v Polsku a Srbsku. Ringier v České republice dosahuje 36% podílu na zdejšímu trhu. Je významným hráčem především v oblasti tištěných celostátních deníků a časopisů (Blesk pro ženy, Reflex, ABC, to jsou jen některé z titulů, které dosahují vysokého procenta čtenosti²). Ringier je rovněž významným „hráčem“ v segmentu online médií. Ringier Axel Springer lze tedy považovat za významného „ovlivňovatele“ českého mediálního prostoru. Nutno dodat, že tento trh je malý a značně konzervativní. Blesk je na českém trhu od roku 1992 a jde o obdobu Švýcarského Blick. V čele společnosti stojí generální ředitelka Libuše Šmuclerová, která má předchozí zkušenosti z TV Nova.³ Jde o veřejně známou osobnost, která se v různých žebříčcích úspěšnosti objevuje na předních příčkách (viz např. lednové vydání české mutace časopisu Forbes).

Při hledání požadovaného vzorku článků jsme užili spojení *Bílý kruh and domácí násilí*. Nakonec jsme našli 21 článků za analyzované období (1.1.2010 - 31.12.2011). Zkoumaná bulvární média lze rozdělit na tištěná (deníky, časopisy⁴) a audiovizuální (televize, rozhlas). Nejprve se věnujme druhé skupině. V té se o aktivitách Bílého kruhu hovoří letmo a např. v závěru nedělních televizních novin na TV Nova ze dne 22.11.2011 moderátor Pavel Dumbrovský diváky pozve ke sledování seriálu Ulice, kde se v daném dílu řeší partnerský spor mezi Libuší a Eliášem, postavami ze seriálu, a jen tak letmo (v moderátorské řeči se tomu říká „oslí můstek“) se zmíní, že problematice domácího násilí bude věnovat pozornost na tn.cz, kde bude k dispozici (moderátorem nejmenovaná) odbornice z organizace Bílý kruh, která bude online odpovídat na otázky. Bulvární rozhlas (komerční stanice Impuls či Frekvence 1) organizaci a její aktivity ve zkoumaném období nezmiňují vůbec. Přesto bulvární audiovizuální média o domácím násilí často hovoří. Ovšem z hlediska senzacechtivosti a vyvolání šoku, nebo zhnusení u svých čtenářů, diváků.

U tištěných médií jsme měli větší štěstí. Jednoznačně převažovaly články z celostátně nejčtenějšího deníku Blesk.⁵ Ve zkoumaném období jsme objevili nejvíce článků upozorňující

¹ Axel Springer je původem z Německa, kde je třetím nejvýznamnějším časopiseckým vydavatelstvím v této zemi. Ringier je rodinná firma ze Švýcarska a je zde jedním z nejvýznamnějších vydavatelství.

² Aktuální odhad čtenosti jednotlivých titulů dostupný na <http://www.unievydavatelu.cz/>

³ Ta převažovala ve výši televizních příspěvků.

⁴ Blesk pro ženy, Svět ženy, Juicy

⁵ Kromě Blesku ještě Šíp a Aha!

na tzv. vykázaní násilníka⁶. Ve všech článcích však tato problematika byla čtenářům podávána povrchně, jenom krátká informace o tomto zákonném způsobu a hned za ní několik sáhodlouhých příběhů, kdy byla tato metoda užitá, s patřičným akcentem na násilné detaily nejenom onoho činu, díky němuž byl pachatel z domova vykázan, ale i samotného vykázaní. Na konci pak byla stručná zmínka o možnosti využít služeb organizace Bílý kruh bezpečí. Z toho vyplývá, že bulvární tisk k domácímu násilí přistupuje jako k dramatu či akčnímu filmu, který je potřeba náležitě akčně popsat. Infomativně k tomuto tématu přistupuje v rámci rubrik typu rádce či poradna, ale i zde lez spíše hovořit o populárním podání tématu, než o seriózní diskusi. Nejvíce článků referujících o organizaci Bílý kruh bezpečí jsme našli v období srpen, září 2010.

Bulvár diváka neinformuje, nepředkládá mu fakta, na základě nichž by měl zaujmout subjektivní postoj, ale baví ho, předkládanými hotovými postoji. Nevyvolává otázky, ale ukazuje odpovědi. Bulvární média relativizují pozici oběti a pachatele. Staví je takřka na stejnou úroveň (vždyť jsou podle nich účastníky jedné dramatické situace). Existují případy, kdy tomu tak není a to ty, kdy v domácím násilí figuruje známá osobnost, tehdy se pak podle jejího konkrétního společenského statusu staví buď na její stranu či proti ní. V takovýchto článcích či TV šotech obvykle marně hledáme zmínku o Bílém kruhu bezpečí. Je také zajímavé zmínit, že Bulvár se vůbec nezaobírá preventivními akcemi např. organizace Bílý kruh bezpečí, které nejenom že informují o problematice domácího násilí, ale snaží se mu předejít. Bulvární média se zajímají především o čin. Lze tedy říci, že bulvár k tématu domácí násilí přistupuje na pozadí pojmů zločin-trest (což se trochu podobá behavioralistickému stimul – reakce). I sem se dostává tradiční „vzorec“ oběť – žena, pachatel – muž. Články, kde je tomu naopak, bychom mohli spočítat na prstech jedné ruky.

⁶ Pouze v jednom případě bulvární tisk (Blesk 15.8 2011) uvažoval i o možnosti, že násilníkem by mohla být i žena.