

Jak bulvár pomáhá obětem domácího násilí?

Analýza mediálního obrazu organizace Bílý kruh bezpečí. (BKB)

Jedná se o neziskovou organizaci, která působí na poli sociálních služeb, poskytuje pomoc obětem trestných činů a to konkrétně právní, psychologické a sociální poradenství. Sociální služby poskytuje ve třech formách – odborné poradenství, telefonickou krizovou pomoc a službu intervenčního centra. Ve své činnosti se zaměřuje jednak na laickou veřejnost, kde kromě zmiňovaného poradenství vydává pro oběti trestných činů informační materiály a brožury. Dále se orientuje na odborníky z pomáhajících profesí – psychology, lékaře, sestry, policisty, sociální pracovníky, kteří mohou s oběťmi trestných činnou přijít do kontaktu. Jedná se o občanské sdružení, které bylo založeno v roce 1992. Organizace je financována z největší části dotacemi z prostředků ministerstva práce a sociálních věcí dále dotacemi jednotlivých krajů a EU, jistým procentem se na financování podílí i finanční sponzorské dary.

Zájem veřejnosti o poskytované služby lze hodnotit jen částečně ze statistik, které BKB na svých stránkách zveřejňuje, tyto statistiky jsou od roku 2004 do současnosti, avšak týkají se pouze osobních kontaktů v poradnách Bílého kruhu bezpečí, nezahrnuje kontaktování pomocí krizové linky.. První údaje jsou z roku 2004 kdy se na jednotlivé poradny v krajích obrátilo 429 zájemců o pomoc, od roku 2005 až po rok 2011 se tento počet pohybuje okolo 1000 lidí, více než ze dvou třetin žen nejčastěji ve věkovém rozmezí od 25-ti do 40-ti let.

Mediální potenciál zmiňované organizace je poměrně nízký v jejím čele nestojí nikdo z veřejné činných nebo mediálně známých osobností. Také její pole působnosti nespadá do mediálně atraktivních. Jedinou mediálně známou osobností je Václav Vydra, který s BKB spolupracoval na televizním seriálu pro ČT 1 „Braňme se“ a je kmotrem knihy „Pomoc obětem a svědkům trestných činnů“, která vyšla v nakladatelství Grada v roce 2007.

Analýza mediálního obrazu organizace byla zpracována za pomoci databáze Anopress. Zkoumány byly příspěvky „bulvárních“ celostátních médií včetně rozhlasu a televize v letech 2010 a 2011, které informují o aktivitách organizace BKB v oblasti domácího násilí – název organizace a oblast byly použity jako klíčová slova pro vyhledávání v databázi. V daném období bylo nalezeno 21 odkazů – polovinu tvoří pořady v televizi a druhou polovinu články uveřejněné v celostátních médiích.

Z televizních kanálů zmiňují organizaci BKB v kombinaci s domácím násilím televizní stanice Nova a Prima. Prezentace organizace existuje ve dvou různých rovinách. V případě, že se jedná o pořad uváděný v hlavním vysílacím čase, v hlavních zprávách, potom převážná část zprávy sestávala ze silně emotivně laděné reportáže popisující rodinnou tragédii ve snaze zaujmout diváky „senzací“. Zpráva jen zcela okrajově odkazovala na možnou pomoc, kontaktováním BKB, avšak bez jakéhokoliv kontextu, který by informoval o tom jakou formu pomoci organizace nabízí. Pokud byla organizace zmiňovaná mimo hlavní vysílací čas – např. ve Zprávách z regionu nebo ve Snídani s Novou, potom byla pozornost soustředěna hlavně na fungování organizace, na to co

organizace nabízí a čím může být obětí trestných činů nápomocná. Jednalo se o rozhovory se zástupci organizace, kteří zde vystupovali jako experti na danou problematiku.

Z celostátních tištěných periodik zmiňují organizaci BKB v rámci tématu domácího násilí Halo Noviny, Blesk a jeden příspěvek byl uveřejněn v Aha. Ve všech článcích je jen krátká informace na konci o organizaci BKB možnosti využití jejich služeb, převažují příběhy akcentující násilné detaily rodinných tragédií. Stejně tak titulky příslušných článků nezmiňují jméno organizace, většinou se jedná o „senzační“ titulky, které mají zaujmout čtenáře a prodat.

Co se týká celkového mediálního obrazu organizace BKB je tento neutrální, organizace není prezentována negativně, pokud se mluví o organizaci konkrétně je obraz spíše pozitivní s ohledem na nabízenou pomoc obětem trestné činnosti. Organizace nebývá v rámci bulvárních médií jak tištěných tak televizních a rozhlasových hlavním tématem, naopak je zmiňována velmi okrajově, většinou na konci zprávy bez zasazení do kontextu v rámci zprávy týkající se trestných činnů. V televizních programech byla situace o něco málo lepší než v tištěných médiích. V rámci rozhovorů v televizi vznikl prostor pro to organizaci prezentovat, popsat její činnost a seznámit s ní veřejnost. Pro tvorbu nebo zlepšení mediálního obrazu by bylo vhodné soustředit se na média, která nepatří do skupiny bulvárních.