



Inštitút pre výskum práce a rodiny
Institute for Labour and Family Research

MONITORING MÉDIÍ A REKLAMY Z HĽADISKA NÁSILIA PÁCHANÉHO NA ŽENÁCH ZA ROKY 2016 - 2017

Sára Činčurová, Anna Mondeková

2017

„Domov musí byť bezpečné miesto pre všetkých“

Monitoring médií a reklamy z hľadiska násilia páchaného na ženách za roky 2016 - 2017

Autorky: Mgr. Sára Činčurová, Mgr. Anna Mondeková MA.

Bratislava, 2018



Odborná garancia: Oľga Pietruchová

Vydanie: Prvé vydanie

Vydavateľ: Inštitút pre výskum práce a rodiny

Rok vydania: 2018

Rozsah: 56 strán

Text neprešiel jazykovou korektúrou.

Obsah

ÚVOD	7
HLAVNÉ ZISTENIA	9
1. MONITORING SPRAVODAJSTVA.....	10
1.1 METODIKA MONITORINGU SPRAVODAJSTVA.....	10
1.2 VÝSLEDKY MONITORINGU ZA ROK 2016	13
1.2.1 Tematické spektrum.....	13
1.2.2 Rozloženie správ vzhľadom na médium a tematické zameranie.....	15
1.2.3 Spravodajské pokrytie témy pomoci obetiam násilia.....	18
1.3 VÝSLEDKY MONITORINGU ZA ROK 2017	24
1.3.1 Rozloženie správ vzhľadom na médium.....	26
1.3.2 Tematické spektrum.....	27
1.3.3 Obsahová analýza správ 2017.....	30
2. PRÍPADOVÝ MONITORING - SEXISTICKÝ KIX	40
3. ZÁVERY A ODPORÚČANIA	49
LITERATÚRA.....	52
PRÍLOHY	53

POUŽITÉ SKRATKY

EIGE - Európsky inštitút pre rodovú rovnosť

GM - Generické maskulínium

NAP - Národný akčný plán na prevenciu a elimináciu násilia páchaného na ženách na roky 2014 – 2019

NPŽ – Násilie páchané na ženách

ÚVOD

Médiá boli viacerými dokumentmi identifikované ako významná oblasť primárnej prevencie násilia páchaného na ženách¹. Funkcia médií je v tejto oblasti špecifická vzhľadom na značný vplyv, ktorý majú na formovanie nášho vnímania spoločenských fenoménov a problematik, a nadväzne aj na porozumenie problematiky rodovo podmieneného násilia. Médiá zohrávajú kľúčovú úlohu pri formovaní verejného diskurzu, pretože podávajú správy o aktuálnych udalostiach a zároveň poskytujú rámec pre ich výklad. Kto alebo čo je predmetom spravodajstva a ako sú tieto osoby a udalosti vyobrazené má vplyv na postoje, presvedčenie a nadväzne aj správanie recipientov.

Jedným z príkladov negatívneho vplyvu médií na formovanie postojov a verejnej mienky spoločnosti je reprodukcia škodlivých rodových stereotypov. Médiá môžu rodové stereotypy rúcať alebo ich ďalej reprodukovať, a tým ich existenciu zdôvodňovať. Upozorňovať na prítomnosť rodovo stereotypných a diskriminujúcich mediálnych obsahov je pritom kľúčové pre posilňovanie rodovej rovnosti vo verejnom priestore. Svoju úlohu zohráva spravodajstvo, ktoré zvoleným jazykom, výberom zdrojov a tónom vplýva na vnímanie rodovo podmieneného násilia ako neakceptovateľného fenoménu, alebo naopak ako témy marginálnej, ktorá zmienkami o tradíciách a tradičných kultúrnych modeloch násilie trivializuje a normalizuje. Rovnako dôležitú úlohu zohráva reklama a iné marketingové prostriedky, ktoré sprístupňujú a ďalej reprodukujú rôzne typy obsahov, okrem iných aj škodlivé. Ambíciou predkladaného *Monitoringu médií a reklamy za roky 2016 – 2017* je preto preskúmanie ako spravodajských výstupov, tak aj marketingovej komunikácie v kontexte informovania o násilí páchanom na ženách v rozpätí rokov 2016 - 2017.

Monitorovacia správa je zároveň reakciou na úlohu zadefinovanú v rámci *Národného akčného plánu na prevenciu a elimináciu násilia na ženách na roky 2014 – 2019* (ďalej NAP)². Zadávatel'om je Odbor rodovej rovnosti a rovnosti príležitostí Ministerstva práce, sociálnych vecí a rodiny Slovenskej republiky (ďalej MPSVR SR). Úloha pravidelne monitorovať médiá a reklamné výstupy vo vzťahu k zobrazovaniu problematiky rodovo podmieneného násilia teda priamo vyplýva z NAP-u. Aktuálna monitorovacia správa čerpá aj zo zistení a poznatkov poslednej vypracovanej správy pokrývajúcej obdobie rokov 2009, 2010 a 2011. Tá konštatovala nesúlad v mediálnom zobrazovaní násilia páchaného na ženách. Na jednej strane médiá v zobrazovaných prípadoch násilia páchaného na ženách poukazovali na rodové nerovnosti a kritizovali ich, no na druhej strane sa často opierali

¹ WHO, 2013, Promoting gender equality to prevent violence against women. World Health Organization. ISBN 978 92 4 159788 3

COUNCIL OF EUROPE, 2015, Encouraging the participation of the private sector and the media in the prevention of violence against women and domestic violence: Article 17 of the Istanbul convention, <https://rm.coe.int/16805a20d6>

² Národný akčný plán na prevenciu a elimináciu násilia páchaného na ženách na roky 2014 – 2019, http://www.gender.gov.sk/wp-content/uploads/2012/06/NAP_nasilie_print.pdf

o stereotypné prezentácie žien a mužov, ktoré zobrazované násilie v zásade potvrdzovali³. Podobné zistenia prináša do istej miery aj aktuálna monitorovacia správa.

Osobitná kapitola je venovaná predstaveniu dvoch ročníkov reklamnej anticeny *Sexistický kix*⁴. Kampaň je príkladom dobrej praxe v oblasti upozorňovania na prvky sexismu a diskriminácie v marketingovej komunikácii. Za svoju krátku existenciu, spolu dva zrealizované ročníky, dokázal *Sexistický kix* prilákať pozornosť laickej i odbornej verejnosti a iniciovať dôležitú diskusiu o neakceptovateľnosti sexistických a diskriminačných prvkov v reklame a verejnom priestore ako takom. Upozornil tak na príklady zlej, no i dobrej praxe reklamných zadávateľov v slovenskom verejnom a mediálnom priestore.

Nevyvážené a často stereotypné zobrazovanie žien prednedávnom konštatoval aj Európsky inštitút pre rodovú rovnosť („EIGE“) vo svojej publikácii *„Rodová rovnosť v rozhodovaní v mediálnych organizáciách“*⁵, ktorej cieľom bolo dôkladne zmapovať túto oblasť Pekinskej akčnej platformy. Tému ženy a médiá si za svoju prioritu zvolilo írské predsedníctvo v Rade Európskej únie v prvom polroku 2013. Správa medzi iným konštatovala nízku úroveň zastúpenia žien v rozhodovacích pozíciách v médiách, poukázala na sklenený strop brániaci kariérnemu postupu žien a pretrvávajúce mzdové rozdiely. Správa zdôraznila potrebu zvýšenia podielu žien v rozhodovacích pozíciách v médiách, ktoré môže viesť k rodovo citlivejšiemu mediálnemu obsahu. Vyšší počet žien vo vedení by sa zároveň mohol premietnuť do koreknejšieho mediálneho obrazu žien a mužov, čo by malo pozitívny dopad na verejné politiky, postoje a správanie. Správa zdôraznila nutnosť podpory vyváženého a nestereotypného zobrazovania žien v médiách, ktoré mimo iného zohráva kľúčovú úlohu pri znižovaní tolerancie voči rodovo podmienenému násiliu. Stereotypné zobrazovanie žien a mužov prispieva naopak podľa EIGE k jeho ospravedlňovaniu.

Média a ich obsahy tvoria dôležitú súčasť každodenného života, keďže množstvo informácií o našom okolí získavame práve prostredníctvom nich. S využitím technológií dnes viac ako kedykoľvek predtým zohrávajú kľúčovú úlohu v procese socializácie jednotlivca ako ich prijímateľa. Média však kultúru nielen reflektujú, rovnako ju aktívne spoluvytvárajú. Reprodukovaním rodových stereotypov posilňujú status quo a potvrdzujú postoje, ktoré tolerujú násilie na ženách. Primárna prevencia sa preto musí zameriavať na predchádzanie vzniku násillia a situácií, ktoré ho podporujú a prispievajú k jeho tolerancii, čo predpokladá aktívne presadzovanie rodovej rovnosti a rodovo korektných obsahov aj v médiách. Rovnako môžu médiá prispieť k pozitívnej zmene tým, že budú podporovať nulovú toleranciu k násilliu páchanému na ženách. Môžu ponúkať vyvážené obrazy žien a mužov a aktívne zvyšovať

³ Holubová, B., Špringelová, M., 2012: Monitoring médií a reklamy z hľadiska prevencie násillia páchaného na ženách a podpory rodovej rovnosti za rok 2011, IVPR.

http://www.ceit.sk/IVPR/images/IVPR/vyskum/2012/Holubova/2261_holubova_monitoring_medii.pdf

⁴ <https://sexistickykix.sk/>

⁵ <http://eige.europa.eu/rdc/eige-publications/advancing-gender-equality-decision-making-media-organisations-report>

povedomie o tomto druhu násilia a o spôsoboch, ktorými môžu rôzne sektory spoločnosti riešiť problematiku násilia a podporovať jeho obeť.

HLAVNÉ ZISTENIA

Cieľom monitoringu za roky 2016 – 2017 bola analýza mediálneho pokrytia problematiky rodovo podmieneného násilia, a to po kvantitatívnej i kvalitatívnej stránke. Vopred nastavené parametre slúžili na preskúmanie príspevkov verejnoprávnych i súkromných médií. Sledovali sme obsah a korektnosť konkrétnych príspevkov, no rovnako ich počet a taktiež aj konzistentnosť informovania o problematike rodovo podmieneného násilia.

V monitorovanom období nebola v médiách prítomná žiadna tematická ľudsko-právna kampaň, ktorá by do mediálneho priestoru z tohto titulu vnášala napríklad aj tému násilia na ženách. Rezonovalo však niekoľko aktuálnych tém, ktoré sa ďalej premietli aj do spravodajstva a dotvárali tak celkovú realitu informovania o problematike, príp. ho posúvali konkrétnym smerom. Konzistentnosť informovania o násilí preto variovala aj vo vzťahu k aktuálnym udalostiam a kauzám.

Ako veľmi pozitívny vnímame relatívne **vysoký počet príspevkov zameraných na poskytovanie informácií o pomoci ženám zažívajúcim násilie**, ktorý sme zaznamenali najmä v úvode roka 2016 naprieč rôznymi médiami. Vo viacerých prípadoch autori a autorky príspevkov predstavili komplexnejšie informácie o povahe násilia na ženách, jeho druhoch, či charakteristikách násilného partnera, ktoré čitateľkám mohli poslúžiť k identifikácii potenciálne hroziaceho násilia. Vo viacerých prípadoch sa objavili komentáre expertiek a expertov, ktorí rovnako pomohli násilie pomenovať a poskytnúť dôležité rady pre bezpečný odchod zo situácie násilia. Obrátenie sa na expertky a expertov bolo obzvlášť vítané v prípadoch mainstreamových médií, ktoré často siahajú po senzáciách a v spravodajstve volia aj korešpondujúcu optiku a jazyk.

Stále vysoký počet príspevkov sa týkal vražd ženy mužom a iných násilných incidentov. Väčšina príspevkov ich bližšie nekontextualizovala a prezentovala ich ako izolované incidenty bez poskytnutia komplexnejších informácií o sociálnom kontexte alebo dynamike rodovo podmieneného násilia.

Rovnako vo viacerých prípadoch sme identifikovali **prvky senzačnosti** a snahy o upútanie pozornosti divákov a diváčok prostredníctvom grafického jazyka či šokujúcich a explicitných opisov násilných incidentov. Prípady fyzického a sexuálneho násilia, najmä smrteľné udalosti, celkovo prevládali v porovnaní s inými podobami rodovo podmieneného násilia.

V oblasti marketingovej komunikácie sme v mnohých prípadoch identifikovali **prvky sexizmu, trivializácie násilia a hypersexualizácie žien**. Obzvlášť nebezpečné je zobrazovanie ženy ako predmetu, tzv. spredmetňovanie alebo objektifikácia, ktoré neraz redukuje ženu na úroveň predmetu, a prispieva tak k tvorbe prostredia, v ktorom je žena vnímaná ako objekt, ktorý nemá vlastný vnútorný svet a cítenie.

Objavili sa aj **príklady zavádzania** vo vzťahu k motívu násilia, ktoré býva časté najmä v prípadoch keď nie je poukázané na štrukturálnu povahu násilia páchaného na ženách. V niektorých prípadoch sa

objavilo aj použitie formulácií, ktoré minimalizovali alebo trivializovali problém, no v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi išlo o minimum prípadov.

Zároveň sme identifikovali **priestor pre rozšírenie samotného monitoringu o oblasť sociálnych médií**, ktoré v súčasnosti významne tvarujú aktuálne témy a diskurz. Sociálne médiá ako Facebook, Twitter, Instagram či iné, sa najmä u mladšej generácie stávajú dominantným zdrojom informácií a rýchlosť, ktorou sa určitá téma, názor či komentár môžu stať mienkotvornými je neporovnateľná. Z hľadiska vplyvu a potenciálu na zvyšovanie povedomia u verejnosti a vzhľadom na ich rastúci vplyv je preto do budúcnosti relevantné zväziť zaradenie sociálnych médií do monitoringu.

Cieľom aktuálneho monitoringu bolo preskúmať mediálnu prax zaužívanú pri informovaní o násilí páchanom na ženách a následne identifikovať priestor pre zlepšenie. Kombináciou kvantitatívnej a kvalitatívnej analýzy bolo možné odhaliť viaceré vrstvy, nuansy a významy obsiahnuté v mediálnych príspevkoch. Hlavné zistenia len potvrdili komplexnosť pokrývania tejto problematiky v spravodajstve a v mediálnom priestore. Zistené nedostatky na jednej strane poukazujú na priestor pre zvyšovanie povedomia u tvorcov médií, no identifikované pozitívne príklady potvrdzujú aj snahu o adekvátnejšie informovanie o problematike v jej širších súvislostiach.

1. MONITORING SPRAVODAJSTVA

1.1 METODIKA MONITORINGU SPRAVODAJSTVA

V rámci aktuálneho monitoringu sme sa zamerali výhradne na mediálnu reprezentáciu rodovo podmieneného násillia v domácom spravodajstve. V zmysle detailnejšej analýzy mediálneho obrazu problematiky sme preto upustili od skúmania podpory rodovej rovnosti vo všeobecnosti. Rovnako sme v porovnaní s posledným monitoringom ako východiskovú nepoužili medzinárodnú metodiku Global Media Monitoring Project (GMMP). Aktuálna správa preto neobsahuje analýzu rodovej a vekovej prezentácie spravodajstva a profesijnej skladby osôb vystupujúcich v správach. Naopak, priklonili sme sa k obsahovej a kvalitatívnej analýze vybraných mediálnych výstupov informujúcich o problematike násillia páchaného na ženách.

Zdroj dát:

Hlavný zdroj dát predstavovala databáza mediálneho monitoringu Ministerstva práce, sociálnych vecí a rodiny Slovenskej republiky. Tá identifikuje relevantné témy naprieč všetkými médiami, verejnoprávnymi i súkromnými; televíziou, rozhlasom, tlačovými i internetovými médiami. Súhrnný počet správ za monitorované obdobie však v tomto prípade nemal výpovedný charakter nakoľko mediálne výstupy sú agentúrou vopred zredukované na oblasť sociálnej agendy, pracovného trhu a ďalších súvisiacich tém, ktorých súčasťou je aj rodovo podmienené násillie. Celý objem článkov za všetky oblasti však nie je súčasťou databázy. Nebolo teda možné porovnať celkový objem správ za monitorované obdobie a podiel správ obsahujúcich odkaz na rodovo podmienené násillie.

Kľúčové slová

Správy venujúce sa téme násilia páchaného na ženách a domáceho násilia boli vyhľadávané podľa troch kľúčových výrazov: „*domáce násilie*“, „*násilie na ženách*“ a „*týrané ženy*“. V niektorých prípadoch sa tak určitá správa mohla vyskytnúť aj v dvoch, prípadne troch kategóriách naraz. Tri kľúčové výrazy však ponúkli prierez rôznych spravodajských príspevkov, ktoré s témou násilia na ženách pracovali. Cieľom bolo zároveň nájsť čo najväčší počet príspevkov, ktoré sa téme násilia na ženách venovali. Niektoré mediálne príspevky napríklad obsahovali len pojem „*týrané ženy*“, reflektovali však i tému domáceho násilia. Cieľom tak bolo analyzovať čo najväčší počet príspevkov, ktoré sa dotýkali témy monitoringu, a v ktorých sa vyskytol aspoň jeden z kľúčových výrazov.

Výber médií

V oboch skúmaných rokoch sme si dali za cieľ analyzovať všetky mediálne výstupy, ktoré obsahovali zvolené kľúčové výrazy. A to aj v nadväznosti na fakt, že monitoring neskúmal obdobie trvania kampane *16 dní aktivizmu proti násiliu páchanému na ženách*⁶, kedy sa rodovo podmienenému násiliu venuje zvýšená pozornosť a aj objem relevantných správ býva zákonite väčší. Argumentom v prospech takéhoto prístupu bol práve potenciál zhodnotiť mediálne pokrytie problematiky v období, ktoré predstavovalo „bežný štandard“.

Cieľom bolo rovnako poskytnúť priestor regionálnym médiám či iným menším médiám, ktoré v tomto období priniesli relevantné obsahy, a podrobiť ich analýze. Vzhľadom na to, že regionálne médiá majú špecifickú, lokálne determinovanú cieľovú skupinu, vyhodnotili sme, že v konkrétnych prípadoch nám môžu tieto príspevky poskytnúť cenné informácie. Môže ísť o udalosť lokálneho charakteru, prípad násilného činu, či regionálne poradenstvo. Naopak médiá s celoštátnym dosahom môžu byť v konkrétnych prípadoch anonymnejšie.

Vzhľadom na širší záber sledovaných médií sme teda ako kritérium nepoužili čítanosť, sledovanosť ani počúvanosť médií, ale naopak sme pracovali s čo najväčším počtom dostupných mediálnych príspevkov, ktoré sa týkali témy násilia páchaného na ženách v monitorovanom období: spracovanie tejto témy v rôznorodých typoch médií (národných, regionálnych, lokálnych) je taktiež jedným z prvkov, ktorým sa v analýze venujeme, a ktoré majú špecifickú výpovednú hodnotu. Údaje o čítanosti, sledovanosti a počúvanosti majú teda informatívny charakter.

V neposlednom rade sme sa usilovali zabezpečiť dostatok materiálu pre následnú analýzu a tým aj lepší prehľad o prezentácii rodovo podmieneného násilia v slovenských médiách.

Obdobie zberu dát

Zvolené obdobie pracuje s príspevkami uverejnenými v slovenských médiách za prvé tri mesiace rokov 2016 a 2017 (od 1.1. do 31.3.). Obdobie začiatku roka bolo ako vzorka určené arbitrárne: prvé

⁶<http://www.gender.gov.sk/aktivity/kampane-2/16-dni-aktivizmu/>

dni roka nie sú poznamenané na národnej ani na medzinárodnej úrovni žiadnymi výraznými dňami aktivizmu ani kampaní v téme boja proti násiliu páchanému na ženách, zároveň však ponúkajú dostatočný prehľad toho, ako je téma mediálne spracovaná, a v niektorých prípadoch sa venujú aj prevencii ďalšieho násilia a informovaniu verejnosti o dostupných formách pomoci, rovnako tiež ďalšiemu scitlivovaniu. Za uvedené obdobie sme v slovenských médiách podľa kľúčových slov zozbierali niekoľko desiatok príspevkov, ktoré sa priamo dotýkajú témy násilia na ženách a venujú sa jej z rôznych spravodajských alebo tematických dôvodov. V neposlednom rade sme sa pre trojmesačné monitorovacie obdobie rozhodli aj s cieľom preskúmať konzistentnosť spravodajstva vo vzťahu k tejto téme.

Analytická jednotka:

Podobne, ako v predošlom monitoringu médií, je analytickou jednotkou článok, zvuková rozhlasová správa, audiovizuálna televízna správa alebo internetová správa.

Hlavné kvantitatívne parametre:

Predmet násilia páchaného na ženách (NPŽ) - zisťuje druh NPŽ.

Identifikované mediálne výstupy boli kategorizované podľa druhu a podtém násilia páchaného na ženách. Kategórie boli stanovené v rámci posledného realizovaného monitoringu mapujúceho obdobie rokov 2009 – 2011, konkrétne išlo o nasledovné okruhy: „Vražda/ zabitie ženy mužom“; „Psychické násilie“; „Fyzické násilie“; „Sexuálne násilie“; „Partnerské násilie/ týranie blízkou osobou“; „Sexuálne obťažovanie na pracovisku“ a „Informácie o pomoci ženám zažívajúcim násilie“.

Každý príspevok sme ďalej zaradili len do jednej kategórie, aj keď v niektorých prípadoch sa príspevky dotýkali viacerých oblastí, napr. po informovaní o násilnom trestnom čine boli zároveň poskytnuté informácie o pomoci ženám so skúsenosťou násilia a pod. V takomto prípade bol príspevok zaradený do takej kategórie, ktorá sa najväčšmi týkala jeho obsahu, resp. ktorá v príspevku prevažovala.

V danom monitorovacom období nebola téma sexuálneho obťažovania na pracovisku v médiách takmer vôbec prítomná, nakoľko, ako to preukázal aj monitoring, média zväčša reflektujú len aktuálne témy a kauzy.

Súčasťou monitoringu je kvantitatívna a kvalitatívna analýza. V nasledujúcich častiach správy sa budeme venovať tomu, ako sú články spracované a tematicky ladené (v akej rubrike, akým spôsobom sú tematicky spracované a prezentované). Ďalej sa budeme venovať tomu, ako sú jednotlivé príspevky mediálne prezentované, aký jazyk využívajú a aké tematiky a problematiky z nich vyplývajú. Upozorníme na mýty a fakty o násilí, tak, ako sú prezentované a spracované v médiách. Budú nás tiež zaujímať kľúčové slová a témy, ktoré sa v príspevkoch opakovane vyskytujú, a predstavíme aj príklady dobrej praxe. Súčasťou kvalitatívnej časti bude aj podrobná textová analýza mediálnych príspevkov v ich sociálnom a kultúrnom kontexte.

Osobitná kapitola je venovaná analýze reklamných príspevkov, ktoré sa objavili v súvislosti s anticenou Sexistický kix. Tá sa podrobne venuje marketingovej komunikácii a reklamám nominovaným do anticeny, a zároveň analyzuje jednotlivé sexistické prvky, ktoré sa v nich objavili.

1.2 VÝSLEDKY MONITORINGU ZA ROK 2016

V danom monitorovacom období v médiách silno rezonovala téma otvorenia nového krízového domu v Bratislave. Tá so sebou priniesla mnoho príspevkov najmä o pomoci obetiam násilia. Médiá sa venovali aj tragédii, ktorá sa na Slovensku odohrala v úvode roka, a niekoľko správ reflektovalo programy pre páchatel'ov násilia, ktoré zastrešuje organizácia Aliancia Žien.

1.2.1 Tematické spektrum

Ako bolo uvedené v metodike, príspevky pre oba roky boli vyhľadávané podľa troch rôznych kľúčových výrazov, ktoré sa v nich vyskytovali: *domáce násilie*, *násilie na ženách*, *týrané ženy*. V období od 1.1.2016 do 31.3.2016 bol podľa týchto kľúčových slov identifikovaný nasledujúci počet mediálnych príspevkov:

Kľúčový výraz	Počet príspevkov
Domáce násilie	35
Násilie na ženách	32
Týrané ženy	25

Zdroj: monitoring MPSVR SR

Za prvé tri mesiace roka 2016 sa v slovenských médiách objavilo 35 príspevkov v téme domáceho násilia, 32 príspevkov dotýkajúcich sa problematiky násilia na ženách, a 25 príspevkov, ktorých témou boli týrané ženy.

V rámci oboch ročníkov sme identifikovali aj určitý počet príspevkov, ktoré obsahovali kľúčové výrazy, no príspevky s témou nesúviseli a dané výrazy boli použité v inom kontexte a oddelene. Takéto príspevky sme do monitoringu nezaradili.

Nasledujúca kapitola ponúka prehľad najvýznamnejších spravodajských udalostí za rok 2016, na ktoré sa na príspevky viazali.

Tematické zameranie pre kľúčový výraz "domáce násilie"

Ako vyplýva z analýzy v rámci tejto kapitoly, niekoľko udalostí národného aj medzinárodného spravodajstva otvorilo v roku 2016 problematiku domáceho násilia aj z nových uhlov pohľadu.

Tematické zameranie	Počet
Vražda ženy	10
Psychické násilie	1
Fyzické násilie	1
Sexuálne násilie	1

Partnerské násilie/týranie blízkou osobou	3
Informácie o pomoci ženám zažívajúcim násilie	19
SPOLU článkov	35

Zdroj: monitoring MPSVR SR

V porovnaní s mediálnou analýzou, ktorá bola realizovaná v minulých rokoch, sa v roku 2016 objavili dve nové témy, ktoré v predošlých rokoch neboli zaznamenané: prvá sa týkala rómskych komunit a násilia na ženách v týchto komunitách, druhá sa viazala na násilný incident v Kolíne, ktorý sa odohral počas silvestrovských osláv v roku 2016. Ten priniesol niekoľko mediálnych príspevkov v súvislosti s témou migračnej vlny, na ktorú sa do istej miery viazala aj téma násilia na ženách a incident sa objavil vo viacerých príspevkoch. Výraznou udalosťou, ktorá sa v médiách taktiež objavovala systematicky, bolo otvorenie bezpečného domu Dúha v Bratislave: národné i regionálne médiá ponúkli viacero príspevkov, ktoré sa týkali práve možnosti ubytovania v tomto centre, a vo väčšine prípadov sa tak dotýkali témy priamej pomoci obetiam násilia, čo vysvetľuje veľký počet tejto podtémy vo vybraných príspevkoch.

Tematické zameranie pre kľúčový výraz "násilie na ženách"

Tematické zameranie	Počet
Vražda ženy	5
Psychické násilie	6
Fyzické násilie	2
Sexuálne násilie	
Partnerské násilie/týranie blízkou osobou	3
Informácie o pomoci ženám zažívajúcim násilie	16
SPOLU	32

Zdroj: monitoring MPSVR SR

Príspevky k téme násilia páchaného na ženách boli podobne ako príspevky k téme domáceho násilia poznamenané niekoľkými výraznými spravodajskými udalosťami. Jednou z nich bola vražda ženy jej druhom, ktorá sa na Slovensku udiala v januári 2016, a ktorá sa opakovane objavovala v analyzovaných mediálnych príspevkoch. Tie sa týkali práce polície a zväčša boli tematicky spracované v kriminálne orientovaných rubrikách. V médiách sa však systematicky objavovala aj téma pomoci obetiam násilia, v mnohých prípadoch sa tiež viazala na otvorenie krízového centra Dúha. Ďalšou podtémou bol program pre páchatel'ov násilia, ktorý zastrešuje mimovládna organizácia Aliancia Žien. Tomuto programu sa za uvedené obdobie venovalo 6 mediálnych príspevkov.

Tematické zameranie pre kľúčový výraz "týrané ženy"

Tematické zameranie	Počet
Vražda ženy	9
Psychické násilie	
Fyzické násilie	
Sexuálne násilie	
Partnerské násilie/týranie blízkou osobou	2
Informácie o pomoci ženám zažívajúcim násilie	14
SPOLU	25

Zdroj: monitoring MPSVR SR

Najväčšou tematickou oblasťou pre kľúčový výraz "týrané ženy" bolo práve otvorenie krízového centra Dúha v Bratislave, ktoré spomínali viaceré národné aj regionálne médiá (viď nasledujúca kapitola.) Z celkového prehľadu nájdených mediálnych príspevkov sa podstatné množstvo venovalo práve tematike pomoci obetiam násilia (19, 16 a 14 príspevkov v každej z citovaných rubrik). Táto správa je jednoznačne pozitívna, nakoľko šírenie informácií o dostupných zdrojoch pomoci a taktiež núdzových čísel a čísel na linky pomoci môže výrazne prispieť k informovaniu širokej verejnosti, a to nielen dotknutej skupiny obetí, ale napríklad aj pomáhajúcich profesií, či profesií, ktoré sa môžu s potenciálnymi obeťami vo svojej praxi stretávať (napr. zdravotnícke profesie, pracovníci a pracovníčky s mládežou, sociálne služby apod.). V nasledujúcich kapitolách sa bližšie pozrieme na obsah, ktorý sa viaže na dané témy a príspevky, a budeme analyzovať aj jednotlivé prípadové štúdie a výskyt príspevkov v rozličných typoch médií.

1.2.2 Rozloženie správ vzhľadom na médium a tematické zameranie

Vzhľadom na zúženie monitoringu na analýzu reprezentácie násilia páchaného na ženách a upustenie od skúmania mediálneho pokrytia rodovej rovnosti vo všeobecnosti sme získali priestor pracovať aj s príspevkami, ktoré sa vyskytli v regionálnych médiách, a teda analyzovať rozloženie správ tak, ako sa vyskytovali v jednotlivých médiách.

Analýze obsahov jednotlivých správ, rovnako ako aj ich spoločným či rozdielnym znakom sa budeme venovať neskôr v rámci kvalitatívnej analýzy príspevkov.

Nasledujúca kvantitatívna analýza ponúka prehľad mediálnych príspevkov podľa rovnakých kľúčových výrazov tak, ako sa objavovali naprieč slovenskými médiami, a to podľa typu médií, relácie/rubriky a počtu príspevkov s daným kľúčovým výrazom.

Mediálne spektrum pre kľúčový výraz "Domáce násilie"

Druh a názov média		Rubriky/relácie	Počet identifikovaných správ
Printové	SME	Spravodajstvo	4
	Senecké Echo	Región	1
	Pravda	Regióny	5
	Košice Dnes	Servis	1
	Pezinské Echo	Región	1
Televízia	TV Markíza	Reflex	1
	STV	Teleregina	3
	TA3	V politike	1
Rádio	SRO	Rádiožurnál Slovenského rozhlasu	1
	Regina	Žurnál rádia Regina	2
	Expres	Infoexpres	1
Internetové	Aktuality	Domáce správy	1
	Etrend	Ekonomika	1
	Teraz		2
	Topky		1
	Webnoviny	Slovensko	2
	Aktualne.sk	Slovensko	2
	Netky	Domov	3
	24hod.sk		1
	Konzervatívny výber	Slovensko	1

Zdroj: monitoring MPSVR SR

Mediálne spektrum pre kľúčový výraz "Týrané ženy"

Druh a názov média		Rubriky/relácie	Počet identifikovaných správ
Printové	SME	Spravodajstvo	3
	Korzár	Región	1
	Pravda	Regióny	2
	Košice Dnes	Servis	1
	Pezinské Echo	Región	1
	Senecké Echo	Región	1

Televízia	TV Markíza	Správy	1
	JOJ	Noviny	1
	STV	Správy RTVS	2
Rádio	SRO	Rádiožurnál Slovenského rozhlasu	2
	Regina	Žurnál rádia Regina	2
Internetové	Aktuality	Domáce správy	1
	Etrend	Ekonomika	1
	Teraz.sk		3
	Netky	Domov	1
	24hod.sk		1
	Konzervatívny výber	Slovensko	1

Zdroj: monitoring MPSVR SR

Mediálne spektrum pre kľúčový výraz "Násilie na ženách"

Druh a názov média		Rubriky/relácie	Počet identifikovaných správ
Printové	SME	Spravodajstvo	5
	Nový čas	Región	1
	Pravda	Spravodajstvo	5
	Košice Dnes	Servis	1
	Korzár		1
	Senecké echo		1
Televízia	TA3	V politike	1
Rádio	SRO	Rádiožurnál Slovenského rozhlasu	4
	Regina	Žurnál rádia Regina	2
Internetové	Cas.sk		1
	Teraz.sk		3
	Webnoviny	Slovensko	1
	Aktualne.sk	Slovensko	2
	Netky	Domov	2
	24hod.sk		1
	Konzervatívny výber	Slovensko	1

Zdroj: monitoring MPSVR SR

Môžeme si všimnúť, že viaceré príspevky sú zaradené do rubriek ako Slovensko, región, či informácie/žurnál/spravodajstvo. Informovanie o téme domáceho násillia sa často viaže k určitému

mediálnemu aktualizáčnemu momentu, v tomto prípade najčastejšie k otvoreniu krízového centra v Bratislave. Prierez jednotlivými typmi médií ukazuje, že téma sa vyskytuje aj v regionálnych či internetových médiách, a informácie o pomoci obetiam násilia sa uvádzajú aj v lokálnych médiách ako Košice Dnes či Pezinské Echo.

Jednotlivým článkom a správam sa budeme podrobnejšie venovať v nasledujúcej časti, so zvláštnym prihliadnutím na problematiku poskytovania informácii pre obeť násilia.

1.2.3 Spravodajské pokrytie témy pomoci obetiam násilia

Nakoľko obdobie začiatku roka 2016 v spravodajstve vo vzťahu k NPŽ výrazne ovplyvnila udalosť otvorenia krízového domu Dúha v Bratislave, médiá sa do veľkej miery venovali téme pomoci obetiam, dostupným zdrojom pomoci a informáciám pre obeť. Keďže ide o objektívne veľmi dôležitú tému, rozhodli sme sa podrobnejšie preskúmať to, ako je oblasť pomoci obetiam prezentovaná v jednotlivých príspevkoch, aké jazykové prvky sa využívajú, a aké sú kľúčové témy skúmaných príspevkov.

Nakoľko sa tejto téme venovali desiatky rôznych príspevkov v rámci veľkého spektra médií, rozhodli sme sa v analýze sledovať aj konkrétne informácie, ktoré sa žurnalisti a žurnalistky rozhodli sprostredkovať verejnosti o problematike pomoci obetiam, a to v národných aj regionálnych médiách.

Zdroje, ktoré médiá využívajú pri informovaní verejnosti o pomoci obetiam násilia

Vzhľadom na dôležitosť problematiky pomoci obetiam pre širokú verejnosť, pokladáme za podstatné sledovať to, ako je prezentovaná v mediálnom priestore. Analyzované príspevky využívajú viacero zdrojov a odvolávajú sa v niektorých prípadoch aj na celospoločenské mýty, štruktúry či prvky, ktoré sú prítomné v našom kolektívnom podvedomí. Ponúkajú však aj rôzne užitočné a veľmi konkrétne informácie pre potenciálne obeť a ich okolie.

Mnohé mediálne príspevky kladú veľký dôraz na informácie legislatívneho charakteru a informácie o tom, ako postupuje, resp. ako by mala postupovať polícia. Takéto články a príspevky tak využívajú najmä dostupné informácie právneho charakteru, ako to robí napr. článok v denníku Pravda, z 29.1.2016⁷:

Trestné oznámenie ako obrana proti domácejmu násiliu

Ako sa brániť proti domácejmu násiliu radí štátna tajomníčka Ministerstva spravodlivosti SR Monika Jankovská

V prípadoch domáceho násilia ide o jeden alebo o kombináciu dvoch trestných činov:

- trestný čin týrania blízkej a zverenej osoby (§ 208 Trestného zákona) - tu sa postupuje väčšinou veľmi nekompromisne

⁷Trestné oznámenie ako obrana proti domácejmu násiliu, PRAVDA, 29.1.2016

- trestný čin nebezpečného vyhrážania (§ 360 Trestného zákona) - tieto podozrenia polícia niekedy bagatelizuje

Pamätajte si na to, aby boli naplnené znaky skutkovej podstaty trestného činu nebezpečného vyhrážania, musí byť okrem základnej podmienky (existencie vyhrážok adresovaných obeti) splnená aj druhá podmienka - vzbudenie dôvodnej obavy ich uskutočnenia. Musí sa preukázať, že útočník je schopný tieto vyhrážky aj uskutočniť práve toto býva častou komplikáciou, aby bolo konanie násilníka posúdené bez pochybností ako trestný čin nebezpečného vyhrážania. Často sa stáva, že polícia podnet (trestné oznámenie) prijme, vyšetrí, ale sama žena podanie napokon stiahne. Dôvody sú v takých prípadoch takmer v 100 percentách ekonomické. V rodine, kde sa niečo také udeje, je takmer vždy žiteľom výhradne muž a žena je od neho existenčne úplne závislá. Keď žena zistí, že po podaní trestného oznámenia na polícii mužovi hrozí trestné stíhanie (prípadne až väzba) a následne komplikácie v práci (napr. prípadne až skončenie pracovného pomeru), zľakne sa a trestné oznámenie stiahne.

Je tak pozitívnu správou, že podobné informácie sú prístupné širokej verejnosti v celonárodnom médiu s vysokou čítanosťou.

Podobne verejne prospešnou informáciou je fakt, že veľký počet príspevkov uvádza aj čísla na telefónne linky pre ženy zažívajúce násilie, či kontakty na organizácie pomáhajúce v oblasti NPŽ, ako to robí napríklad článok na Košice Dnes z 14.3.2016⁸:

Nulová tolerancia pre DOMÁCE NÁSILIE

(14.03.2016; Košice Dnes; roč. 3, č. 50, SERVIS , s. 16,17; Ľuboš Bušo)

O pomoc a rady možno požiadať úrady aj mimovládne organizácie, polícia je povinná na nahlásené prípady týrania blízkej osoby reagovať hneď.

Slovensko dlho zatváralo oči pred domácim násilím, najmä násilím na ženách. Už roky sa s týmto problémom vyrovnávame a zvyšuje sa ochrana týraných. Dôležitá je nulová tolerancia k násiliu, jasný a odmietavý postoj k nemu, nech je v akejkoľvek podobe - fyzickej, psychickej, ekonomickej.

V minulom roku polícia na Slovensku stíhala 556 páchatel'ov skutkov, kde išlo o násilie medzi manželom a manželkou, druhom a družkou. "Na nahlásené domáce násilie musí polícia reagovať hneď," konštatoval prezident Policajného zboru SR Tibor Gašpar. "Každý deň čítam situačnú správu, kde sa dávajú do väzobného stíhania osoby, ktoré sa dopustili nebezpečného vyhrážania alebo týrania blízkej zverenej osoby. Denne sa realizuje obmedzenie osobnej slobody páchatel'ovi." Napriek tomu nastali prípady, kedy policajť nevyhodnotil situáciu správne. "Ja sám sa ospravedlňujem všetkým obetiam, kde policajť individuálne zlyhal. Naposledy v Starej Turej, kde veľmi zle vyhodnotil oznámenie

⁸Nulová tolerancia pre DOMÁCE NÁSILIE, 14.03.2016; Košice Dnes; roč. 3, č. 50, SERVIS , s. 16,17; Ľuboš Bušo

osoby a neskôr tú osobu páchatel' zastrelil," konštatoval Gašpar. Dodal, že v súčasnosti je tento policajt už mimo služby.

Spolupracujú s organizáciami

Napriek tejto tragédii je polícia právne najdôležitejším miestom, kde by týrané osoby mali smerovať svoje kroky pri hľadaní pomoci. "V uplynulom roku sme v Košiciach zaevidovali 46 takýchto prípadov. Tento rok doposiaľ 15. Pri násilí na ženách a deťoch hovoríme aj o násilí proti skupine obyvateľov, nebezpečnom vyhrážaní, sexuálnom násilí a zneužívaní, ublížení na zdraví, nebezpečnom prenasledovaní, obmedzovaní osobnej slobody alebo nátlaku," povedal nám hovorca KR PZ Košice Alexander Szabó. "Spolupracujeme s organizáciou FENESTRA a ďalšími. Zoznam organizácií je súčasťou poučenia pri podaní trestných oznámení, pri zápisnici o výsluchu poškodených."

Zriadili nonstop linku

Pomôcť sa snaží aj Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny SR. "Podporujeme projekty, ktorých zmyslom je zvýšiť informovanosť, ale aj zlepšiť dostupnosť poskytovaných služieb, či už poradenských, ako aj ubytovacích u žien, zažívajúcich domáce násillie," vysvetlil nám hovorca MPSVaR Michal Stuška. "Dôležité bolo aj spustenie národnej nonstop bezplatnej telefonickej linky 0800 212 212 pre ženy zažívajúce násillie od partnera. Tu im vo všetkom poradia a poskytnú ďalšie kontakty. Linka funguje od marca minulého roka. Vybavili sme viac než 2000 hovorov od žien, hľadajúcich pomoc a máme 380 stálych klientok."

Národná linka pre ženy zažívajúce násillie - 0800 212 212, Linka je bezplatná a dôverná. Nemusíte povedať ani svoje meno. Funguje nonstop. Košice - Poradenské centrum Fenestra - 0911 440 808, pondelok až piatok od 09:00 do 16:00, fenestra@fenestra. sk, www.fenestra.sk Košice - Psychosociálne centrum - 0944 554 522, pre týrané ženy Košice - Arcidiecézna charita - 0904 738 552, zariadenie núdzového bývania, útulok Orgán sociálnoprávnej ochrany detí a sociálnej kurately - 0800 191 222 Linka detskej istoty - 116 111

Z celkového počtu 35 príspevkov, ktoré sa v určenom období venovali tejto téme podľa kľúčového výrazu domáce násillie, drvivá väčšina ponúka všeobecné informácie pre obeť (tieto zahŕňajú napríklad postup polície, vyjadrenia odborníčov a odborníkov, citáty či rozhovory s právnikmi a právnikmi apod.), a dva príspevky ponúkli telefónne čísla na národnú linku pre ženy, prípadne ďalšie miestne organizácie.

Informácie o pomoci obetiam násillia sa často objavovali práve v regionálnych médiách, ako aj článok uverejnený v liste Pezinské Echo z 11.2.2016⁹:

11.02.2016; Pezinské ECHO; roč. 3, č. 03, REGIÓN - INZERCIA , s. 3; TASR, KRISTÍNA SLEZÁKOVÁ
Svedkovia by sa mali ozvať

⁹Svedkovia by sa mali ozvať, 11.02.2016; Pezinské ECHO; roč. 3, č. 03, REGIÓN - INZERCIA , s. 3; TASR, KRISTÍNA SLEZÁKOVÁ

Polícia vyzýva, aby svedkovia domáceho násilia pomohli obeti a poskytli svedectvo polícii. To môže pomôcť pri vyšetrovaní a prípadnému zadržaniu násilníka. Pri násilníkovi totiž často trpia aj deti. Ak aj nie sú priamo fyzicky týrané, napätie v rodine a neustále bitky medzi rodičmi ich môžu psychicky poznačiť na celý život. Psychické utrpenie obeť násilia je niekedy oveľa horšie ako modriny. Preto, ak sa týraná žena zdôverí svojmu okoliu, je zľahčovanie problému absolútne nevhodné. Svedkovia by mali k obeti pristupovať citlivo a prejať pochopenie a podporu.

Výskyt takýchto informácií v regionálnych médiách je zaujímavý jednak z hľadiska analýzy informácií o NPŽ v slovenských médiách, ale aj z hľadiska informačného obsahu, ktorý prinášajú: na tomto príklade môžeme pozorovať ako príspevok informuje o dopadoch psychického násilia v rodine a o jeho vplyve na deti. Vyzýva svedkov k empatickej reakcii a informuje verejnosť o dôležitosti konať, a to aj v prípade, že sa jedná „len“ o psychické násilie. Prispieva tak k búraniam mýtov o konkrétnej podobe násilia a informuje regionálnu verejnosť o dôležitosti konania v oblasti prevencie a pomoci obetiam násilia.

Viaceré médiá sa pri spracovaní tejto témy rozhodli pre spoluprácu s organizáciami pomáhajúcimi v oblasti NPŽ: predstavujú tak problematiku nie len z pohľadu obetí, ale aj z perspektívy pomáhajúcich profesií. Tento výber je zaujímavý aj preto, lebo tradične sa v médiách objavujú príspevky o násilí v prípadoch tragédií, zlyhania policajného postupu, či pri odhalení prípadov násilia u verejne známych osobností, ktoré slúžia ako aktualizčný moment, aby sa téma dostala do mediálneho priestoru. V spomínanom období však pozorujeme aj to, že otvorenie nového krízového centra a celkovo téma pomoci obetiam v slovenských médiách už rezonuje pomerne intenzívne, a žurnalisti a žurnalistky sa jej venujú aj mimo tragických či neobvyklých udalostí.

Napríklad Denník Pravda spracoval tému násilia na ženách počas vianočných sviatkov v článku z 5.1.2017 v nasledujúcom úryvku¹⁰:

Navonok sviatky pokoja, za dverami niektorých domácností však o to viac napätia. Aj tieto sviatky boli pre niektoré ženy pohromou. Bezplatná nonstop telefonická linka pre ženy zažívajúce násilie síce nezvonila od rána do večera či celé noci, no viaceré ženy, ktoré sa ozvali, už boli na pokraji síl a potrebovali urgentnú pomoc.

"Počas troch vianočných dní bolo oveľa viac krízových hovorov. Mali sme až päť žien, ktoré volali po útoku, ďalším trom ženám sme vybavovali krízové ubytovanie," hovorí Mária Ďurčiková, vedúca Národnej linky pre ženy zažívajúce násilie. Na čísle 0800 212 212 mali celkovo počas Vianoc 47 volaní, pričom niektoré ženy volali viackrát. Cez Silvester a predĺžený novoročný víkend, spolu za štyri dni, zaznamenali až 85 telefonátov.

¹⁰Násilie ani cez sviatky nemá dovolenku, 05.01.2016; Pravda; roč. 26, č. 03, mut. , správy Slovensko , s. 9; Daniela Balážová

V prípadoch útokov k niektorým ženám s ich súhlasom posielali policajnú hliadku a záchranku. "V takých situáciách riešime bezpečnostný plán. Nie vždy žena súhlasí s tým, aby sa zavolala polícia, nechávame to na jej zváženie. Ona najlepšie vie, čo ju môže ohroziť a čo jej môže pomôcť. My s ňou preberieme všetky možnosti, aby bola s deťmi v bezpečí, jej rozhodnutie potom rešpektujeme," vysvetľuje postup Ďurčíková. V takýchto situáciách sa zvažuje, kde by mohla žena odísť, ale aj možnosť policajného vykázania tyrana z domácnosti.

Ženám, ktoré počas týchto sviatkov potrebovali krízové ubytovanie, sa ho podarilo nájsť. Aj keď drvivá väčšina krízových zariadení je plná, pred Vianocami ich poradkyne na linke obvolali, aby zistili, kde v čase núdze nájdú voľné miesto.

Viac telefonátov mali už pred Vianocami. "Vtedy napätie narastá, ženy cítia riziko, že partner sa bude správať násilne a aj viac volajú," dodala Ďurčíková. Linka sa rozozvučala tiež v pracovných dňoch medzi sviatkami. "Ženy mali väčší priestor zavolať, ako keď sú ich partneri doma. Už v pondelok sme evidovali 27 telefonátov," hovorí Ďurčíková. Ani prvý pracovný deň v novom roku nebol výnimkou. Včera doobeda sa telefón rozdrnčal trinásťkrát, do večera na linke očakávali ďalšie. "Pondelky máme vždy viac vyťažené," poznamenala.

Príspevok tak priniesol užitočné informácie o práci linky počas sviatkov, jej nepretržitom fungovaní a o tom, kde môžu ženy hľadať pomoc aj počas tohto obdobia.

Môžeme si všimnúť, že na rozdiel od príspevkov, v ktorých sa objavujú odborné informácie z oblasti práva a ochrany obetí, v tomto príspevku je problematika násillia spracovaná menej odborným jazykom. Odborné výrazy ako "obeť" a "páchateľ" sú častejšie nahrádzané výrazmi ako "žena" či "partner".

Ďalším spôsobom, ktorým bola téma indukovaná do mediálneho priestoru, bolo napríklad využitie témy celebrit, ktoré samy zažili násillie¹¹:

Žijete s násilníkom? Po novom ho môžete nechať z bytu vykázať až na desať dní

(11.03.2016; www.etrend.sk; eTREND/Ekonomika, , s. -; Zuzana Devera)

*Čo majú spoločné celebrity Halle Berry, Rihanna, Pamela Anderson či Tina Turner? Skúsenosti s domácim násillím, ktorému čelili zo strany svojich partnerov. **Domáce násillie** sa nedeje len na dedinách, v sociálne slabších domácnostiach a nemusí súvisieť ani so vzdelaním či inteligenciou. Zažívajú ho aj celebrity, učiteľky, manažérky či podnikateľky. A hoci sa o tom hovorí ešte menej ako v prípade žien, obeťami bývajú aj muži. Právny systém na Slovensku prináša od januára obetiam násillia barličku v podobe novej legislatívy, ktorá by zneužívané osoby v najhorších chvíľach mala chrániť.*

¹¹ Žijete s násilníkom? Po novom ho môžete nechať z bytu vykázať až na desať dní, 11.03.2016; www.etrend.sk; eTREND/Ekonomika, , s. -; Zuzana Devera

Je zjavné, že i toto spracovanie sa snaží prelomiť mýty o domácom násilí, ako napríklad, že jeho dejiskom nebývajú len rurálne oblasti či sociálne slabšie rodiny, rovnako, ako že sa nedeje len ženám.

Citované príspevky predstavujú zvyšovanie povedomia o problematike násillia páchaného na ženách, a rovnako aj o prevencii násillia prostredníctvom médií.

Rádio Slovensko prinieslo na jednej strane všeobecné informácie o výskyte násillia, ale zdôraznilo aj to, že miest v krízových domovoch je na Slovensku stále málo¹²:

Nové centrum pre týrané ženy

(07.02.2016; Rozhlasová stanica Slovensko; Rádiožurnál Slovenského rozhlasu; 18:00; por. 9/10; Marián Kukelka / Jaroslav Barborák)

Jaroslav Barborák, moderátor:

"Týraným ženám bude od zajtra v Bratislave k dispozícii nové zariadenie, kde môžu nájsť útočisko v ťažkých životných situáciách. Okrem strechy nad hlavou a na utajenom mieste tam nájdú aj odbornú pomoc. K existencii zariadenia prispela bratislavská župa a peniaze od štátu a z nórskeho fondov. Podobných zariadení je pritom na Slovensku stále málo."

Marián Kukelka, redaktor:

"Nové centrum pre týrané ženy vzniklo na utajenom mieste v budove, ktorá patrí bratislavskej župe. Krajskí poslanci súhlasili, aby v nej občianske združenie zriadilo bezpečný ženský domov. Podpredsedníčka kraja Gabriela Németh."

Gabriela Németh, podpredsedníčka Bratislavského samosprávneho kraja:

"Nebola dlhodobo využívaná, schátraná, čiže tam bola potrebná rekonštrukcia."

Marián Kukelka:

"Zariadenie prevádzkuje občianske združenie Domov Dúha. V prípade potreby môže prichýliť šestnásť žien aj s deťmi a uchrániť ich tak pred príkormi, ktoré im doma spôsobuje manžel či partner. Podľa riaditeľky domu Dagmar Povodovej ale zďaleka nejde len o ubytovacie zariadenie."

Dagmar Povodová, riaditeľka domu:

"Bude tam pracovať jedna sociálna pracovníčka, ktorá bude pomáhať ženám, je tam psychologička, ktorá bude poskytovať poradenstvo, diagnostiku, keď bude potrebné psychoterapiu."

Marián Kukelka:

"Projekt stál celkovo šesťstoštyridsaťtisíc eur a väčšinu zaplatil nórsky finančný mechanizmus. Veľvyslankyňa Nórskeho kráľovstva na Slovensku Inga Magistad."

¹² 07.02.2016; Rozhlasová stanica Slovensko; Rádiožurnál Slovenského rozhlasu; 18:00; por. 9/10; Marián Kukelka / Jaroslav Barborák

Inga Magistad, veľvyslankyňa Nórskeho kráľovstva na Slovensku:

"Domáce násilie predstavuje základné porušenie ľudských práv. Takto postihnuté ženy sa nemajú možnosť rozvíjať, preto je boj proti tomu veľmi dôležitý."

Marián Kukelka:

"Vznik podobných zariadení po celom Slovensku podporuje program Domáce a rodovo podmienené násilie. Podľa riaditeľky odboru rodovej rovnosti na ministerstve práce a sociálnych vecí Olgy Pietruchovej je ale takýchto zariadení na Slovensku stále málo."

Olga Pietruchová, riaditeľka odboru rodovej rovnosti na ministerstve práce a sociálnych vecí:

"Podľa takzvaných minimálnych štandardov Rady Európy by na Slovensku malo byť zhruba dvestoštyridsať takýchto miest. By sme mali budúci rok dosiahnuť dve tretiny z tohto počtu."

Marián Kukelka:

"Nezastupiteľnú úlohu takýchto zariadení dokazujú aj nedávne medializované prípady z Bratislavy a Starej Turej, pri ktorých zahynuli týrané ženy."

Aj zvyšovanie povedomia o problematike nedostatku miest v krízových domoch pre obeť násilia môže byť vnímané ako pozitívny prvok, nakoľko práve dostatočné povedomie o problematike násilia a problémoch, ktoré sa v tejto oblasti vyskytujú, môže prispieť k politickým či sociálnym zmenám v budúcnosti.

1.3 VÝSLEDKY MONITORINGU ZA ROK 2017

Ako bolo uvedené v kapitole „Metodika monitoringu spravodajstva“, v oboch skúmaných rokoch sme si dali za cieľ analyzovať všetky mediálne výstupy, ktoré obsahovali zvolené kľúčové výrazy. Obdobie prvých troch mesiacov bolo v tomto prípade vhodné aj s ohľadom na celoštátnu informačnú kampaň zameranú na zvyšovanie povedomia v oblasti násilia páchaného na ženách („*Pretože hovorím nie*“¹³), ktorá bola zahájená v apríli 2017. Kampaň bola rozsiahla, stimulovala verejnú diskusiu a jej súčasťou bolo aj množstvo platenej inzercie. Z pohľadu monitoringu teda nešlo o stav, ktorý by odrážal bežnú situáciu v oblasti informovania o násilí páchanom na ženách a rodovo podmienenom násilí. Pre rok 2017 bolo aj z tohto dôvodu vhodné zvoliť prvé tri mesiace, ktoré uvedenej kampani predchádzali.

Najviac relevantných príspevkov (viac ako 50%) bolo publikovaných v mesiaci február, kedy v mediálnom priestore rezonovala kauza ukončenia činnosti centra Maják nádeje. Vo všeobecnosti pochádzali identifikované správy najmä zo súkromných médií. Verejnoprávne médiá boli v monitorovanom období zastúpené minimálne (6,8%). Najväčší podiel z celkového počtu správ tvorili printové správy (43,2%), nasledovalo internetové (27%), televízne (24,3%) a rozhlasové spravodajstvo (5,5%).

¹³ <http://www.zastavmenasilie.gov.sk/pretoze-hovorim-nie/>

V porovnaní s predchádzajúcim rokom bol objem správ, ktoré sa venovali problematike násilia páchaného na ženách o viac ako polovicu menší. Dá sa to vysvetliť aj menším počtom incidentov NPŽ, ktoré mávajú spúšťačiaci efekt a zväčša ich nasledujú ďalšie súvisiace príspevky. V predchádzajúcom roku sme rovnako konštatovali relatívne veľké množstvo spravodajských výstupov, ktoré sa venovali prevencii a poskytovaniu informácií obetiam, čo sa v úvode roka 2017 potvrdilo len sčasti. Z obsahového hľadiska ponúkalo len 18% príspevkov akékoľvek informácie o tom, kde hľadať pomoc. Ak správy takéto údaje obsahovali, variovali čo sa týka komplexnosti poskytnutých údajov. Najčastejšie sa objavovali rady, aby sa ženy obrátili na políciu alebo kontaktovali lokálne dostupné služby. Niektoré druhy násilia sa v príspevkoch objavovali častejšie ako iné. Väčšina príspevkov sa týkala telesného a / alebo sexuálneho násilia, ponechávajúc iné druhy násilia, ako psychické zneužívanie, ekonomickú kontrolu, spoločenskú izoláciu a iné formy zastrašovania a kontroly v úzadí. Niektoré z príspevkov uvádzali aj širší kontext a zdôrazňovali, že väčšina žien so skúsenosťou domáceho násilia často podlieha aj iným formám násilia, ktoré sú vzájomne prepojené, a to v mnohých prípadoch po dlhú dobu.

Vo všetkých skúmaných príspevkoch, ktoré obsahovali informácie o konkrétnom incidente, bola páchatelom osoba známa obeti, vo väčšine prípadov sa násilnícky správal práve partner. Aj v prípadoch vraždy boli páchatelia partnermi usmrtených žien. Opätovne sa potvrdzuje fakt, že najviac prípadov rodovo podmieneného násilia a násilia páchaného na ženách sa deje zo strany blízkej, resp. známej osoby.

V monitorovanom období sa medzi skúmanými mesiacmi objavili rozdiely v dôsledku aktuálnych incidentov a udalostí, čo naznačuje, že spravodajstvo zamerané na problematiku násilia páchaného na ženách je značne ovplyvnené kľúčovými udalosťami. Celková konzistentnosť spravodajstva o NPŽ bola v monitorovanom období nízka. Väčšia systematickosť v informovaní o problematike a zodpovedajúca kontextualizácia by spravodajstvu v tejto oblasti boli rozhodne nápomocné.

V roku 2017 bolo v monitorovanom období identifikovaných celkovo 37 správ, ktoré obsahovali jeden alebo viac kľúčových výrazov. Spojenie „domáce násilie“ sa v mediálnom priestore v monitorovanom období objavovalo najčastejšie.

Kľúčový výraz	Počet príspevkov
Domáce násilie	17
Týrané ženy	10
Násilie na ženách	10

Za prvé tri mesiace roka 2017 sa v slovenských médiách objavilo 17 príspevkov s témou domáceho násilia, 10 príspevkov zameraných na tému násilia páchaného na ženách, a 10 príspevkov, ktorých témou boli „týrané ženy“. V porovnaní s predchádzajúcim rokom klesol počet mediálnych výstupov v prípade všetkých kľúčových výrazov o viac ako polovicu.

1.3.1 Rozloženie správ vzhľadom na médium

Nasledujúca tabuľka ponúka prehľad identifikovaných mediálnych príspevkov tak, ako sa objavili naprieč slovenskými médiami, a to podľa typu médií, relácie/rubriky a počtu príspevkov s daným kľúčovým výrazom.

Rozloženie správ pre kľúčový výraz „Domáce násilie“

Druh a názov média		Rubriky/relácie	Počet identifikovaných správ
Printové	Nový Čas	SERVIS, Správy	2
	DennikN	Nezaradené	1
	Pravda	Názory, správy Slovensko	1
	Liptovské noviny	Rozhovor	1
	Nasa Trnava	Krimi	1
	Zo Života		1
Televízia	TV JOJ	Krimi, Noviny o 17:00	2
Rádio	SRO	Rádiožurnál Slovenského rozhlasu	1
	Regina	Správy	1
Internetové	Aktuality	Komentáre, Domáce správy	1
	Tvnoviny	Domáce	2
	Hlavné správy	Z domova	1
	Topky	Domáce	1
	Parlamentnelisty	Politika, Aréna	1

Zdroj: monitoring MPSVR

Rozloženie správ pre kľúčový výraz „Týrané ženy“

Druh a názov média		Rubriky/relácie	Počet identifikovaných správ
Printové	Nový Čas	SERVIS	1
	SME	BRATISLAVA	1
	DennikN	Nezaradené	1
	Pravda	Názory, správy Slovensko	1
Televízia	TV Markíza	Televízne noviny, Reflex	2
	STV	Správy RTVS	1
	TA3	Hlavné správy, Tlačová beseda	2
Internetové	Webnoviny	Slovensko	1

Zdroj: monitoring MPSVR

Rozloženie správ pre kľúčový výraz „Násilie na ženách“

Druh a názov média		Rubriky/relácie	Počet identifikovaných správ
Printové	Nový Čas	Správy	1
	SME	BRATISLAVA	1
	DennikN	Nezaradené	1
	Liptovské noviny	Rozhovor	1
	Zo života		1
Internetové	Parlamentnelisty	Politika, Aréna	2
	Teraz.sk	Regióny	1
Televízia	TV JOJ	Noviny o 17:00	1
	TV Markíza	Televízne noviny	1

Zdroj: monitoring MPSVR

Pri porovnaní súkromných a verejnoprávnych médií sa problematike venovali primárne súkromné médiá. V prípade spravodajstva verejnoprávnych médií (6,8% príspevkov) sme identifikovali takmer výlučne správy informatívneho charakteru, či už poskytovanie všeobecných informácií a policajných štatistík ale aj kontextualizácia rodovo podmieneného násillia bez prvkov senzačnosti, ktoré sa častejšie objavovali v spravodajstve súkromných médií.

1.3.2 Tematické spektrum

Rovnako ako v prípade predchádzajúceho roka sme príspevky zaradili do kategórií podľa druhu násillia a podtému vo vzťahu k problematike násillia na ženách.

Správy sa v monitorovanom období týkali najčastejšie partnerského násillia a týrania blízkou osobou, časté boli aj správy informačného charakteru. Téma „vražda ženy mužom“ sa na rozdiel od minulého roka ako aj posledného monitoringu (2009 – 2011) vyskytovala v nepomerne nižšej miere. Menej príspevkov na túto tému možno vysvetliť prítomnosťou iných aktuálnych udalostí, ktoré sa v období monitoringu stali. Napr. monitoring v roku 2009 zaznamenal vysoké číslo správ týkajúcich sa vraždy ženy mužom aj v nadväznosti na útoky ketamínového vraha z Bratislavy v tomto období.

Objavili sa aj niektoré nové témy, ktoré v skúmanom období rezonovali a spájali sa s problematikou rodovo podmieneného násillia. Relatívne významná časť správ sa počas februára 2017 zaoberala kauzou finančných nezrovnalostí a chýbajúcej akreditácie centra pre týrané ženy Maják nádeje. Téma sa objavila vo verejnoprávnom i súkromnom spravodajstve. Objavili sa aj 2 relevantné správy týkajúce sa akreditácie resocializačného zariadenia Čistý deň.

Tematické zameranie pre kľúčový výraz „Domáce násillie“

Vyhľadávanie výrazu „domáce násillie“ prinieslo súhrnne 17 správ, a to v rámci verejnoprávnych i súkromných médií. Správy boli identifikované nepriech všetkými kanálmi, z toho najčastejšie v internetovej a tlačenej podobe, nasledovalo televízne spravodajstvo a rozhlas.

Tematické zameranie správ	Počet správ	%
Vražda/ zabitie ženy mužom	1	5,6
Psychické násilie		
Fyzické násilie		
Sexuálne násilie	4	22,2
Partnerské násilie /týranie blízkou osobou	8	44,4
Sexuálne obťažovanie na pracovisku		
Informácie o pomoci ženám zažívajúcim násilie	5	27,8
SPOLU	17	100

Zdroj: monitoring MPSVR

Najviac správ za kľúčový výraz „domáce násilie“ sme zaradili do kategórie „partnerské násilie /týranie blízkou osobou“, čo korešponduje s definíciou domáceho násillia, ako násillia, ku ktorému dochádza vždy v intímnych vzťahoch medzi najbližšími osobami a má hlboký dopad na celú rodinu. Ide o dlhodobu trvajúce násillie a týranie, v ktorom je z dôvodu blízkeho vzťahu s páchatel'om žena vystavovaná násilliu opakovane.

Tematicky išlo o široké spektrum počínajúc konkrétnymi prípadmi domáceho násillia na regionálnej úrovni, cez poradenstvo, po správy o policajnej praxi a pribúdajúcich ohlásených prípadoch násillia, čo článok interpretuje ako dobrú správu. Viac nahlásených prípadov znamená jednak vyššie povedomie o neprípustnosti násillia na ženách, no rovnako aj vyššiu úroveň dôvery v policajnú prax. V porovnaní s predchádzajúcim obdobím klesol počet informácií týkajúcich sa zabitia ženy mužom a pozitívnym zostáva trend informovania o pomoci ženám zažívajúcim násillie. Zaujímavým momentom je upozorňovanie na problematiku násillia na mužoch, resp. týrania mužov ženami, ktorá sa v skúmanom období objavila niekoľkokrát.

V neposlednom rade sa niekoľko príspevkov venovalo aktuálnej téme financovania a chýbajúcej akreditácie bratislavského krízového centra Maják nádeje a odobratia akreditácie resocializačného zariadeniu Čistý deň.

Tematické zameranie pre kľúčový výraz „týrané ženy“

Vyhľadávanie výrazu „týrané ženy“ prinieslo 10 správ, opäť v rámci verejnoprávnych i súkromných médií, z toho najviac príspevkov pripadalo na televízne spravodajstvo.

Tematické zameranie správ	Počet správ	%
Vražda/ zabitie ženy mužom		
Psychické násilie		
Fyzické násilie	1	10
Sexuálne násilie		
Partnerské násilie /týranie blízkou osobou	4	40

Sexuálne obťažovanie na pracovisku		
Informácie o pomoci ženám zažívajúcim násilie	5	50
SPOLU	10	100

Zdroj: monitoring MPSVR

Príspevky podobne ako v prípade predchádzajúceho kľúčového slova reflektovali niektoré významné udalosti. Mediálna kauza týkajúca sa krízového centra Maják nádeje bola opäť intenzívne monitorovaná v niekoľkých príspevkoch. Niektoré zo správ pokrývajúcich kauzu odkazovali na násilie len marginálne, dva preto boli z analýzy úplne vyradené. TA3 v hlavnej spravodajskej relácii informovala o rastúcom počte vykázaných páchatel'ov zo spoločného obydlija v reakcii na predĺženie lehoty vykázania na desať dní, ktoré platí už rok. Opäť sa objavili príspevky zdôrazňujúce pozitívny aspekt vyššieho počtu nahlásených prípadov násillia polícii. Tieto poukazujú na vyššie povedomie ohľadom vlastných práv a možností u žien so skúsenosťou násillia. No súčasne rezonovalo aj volanie po adekvátnejšom prístupe zo strany polície v interakciách so ženami nahlasujúcimi násillie ako aj v priebehu riešenia trestného činu. Aj v prípade tohto hľadaného výrazu sa objavila téma týrania mužov ženami.

Tematické zameranie pre kľúčový výraz „násillie na ženách“

Pre výraz „násillie na ženách“ bolo identifikovaných 10 správ, z toho najviac príspevkov v tlačovej a internetovej podobe.

Tematické zameranie správ	Počet správ	%
Vražda/ zabitie ženy mužom	1	10
Psychické násillie		
Fyzické násillie		
Sexuálne násillie	1	10
Partnerské násillie /týranie blízkou osobou	4	40
Sexuálne obťažovanie na pracovisku		
Informácie o pomoci ženám zažívajúcim násillie	4	40
SPOLU	10	100

Zdroj: monitoring MPSVR

Regionálne spravodajstvo košického regiónu predstavilo úspechy Kancelárie prvého kontaktu Úradu Košického samosprávneho kraja. Niekoľko ďalších článkov sa venovalo násilliu v partnerskom vzťahu a prípadu vraždy ženy mužom.

Opätovne sa objavila problematika násillia páchaného na mužoch. Táto téma bola identifikovaná u všetkých troch kľúčových výrazov, pričom bola spracovaná relatívne citlivo a priamo konfrontovala existujúce stereotypné predstavy a stigma, ktorá túto tému sprevádza. Súhrnne šlo o tri príspevky

naprieč všetkými kľúčovými výrazmi. Prínosné bolo informovanie o viacerých možných podobách násillia ako ekonomické vydieranie, príp. bránenie v styku s dieťaťom po rozvode partnerov. V súvislosti s touto problematikou považujeme za veľmi dôležité práve poukázanie na stereotypné predstavy o úlohe mužov a žien v spoločnosti ako aj fakt, že pri jednej z reportáží sa jednalo o jednu z najsledovanejších televíznych staníc - TV Markíza, a to v najsledovanejšom čase. Príspevok bol totiž zaradený do hlavného spravodajstva¹⁴.

1.3.3 Obsahová analýza správ 2017

V rámci obsahovej analýzy príspevkov za rok 2017 sme okrem iného skúmali aj kontext, v ktorom sa rodovo podmienené násillie v správach uvádza, resp. či príspevky približujú spoločensko-kultúrny kontext a zasadzujú násillie do širšieho rámca. Z tohto hľadiska sme identifikovali dva typy spravodajstva, dva prístupy, ktoré ďalej rámcovali ústredné témy príspevkov. **Násillie bolo uvádzané buď ako náhodná udalosť** resp. incident nezasadený do širšieho celku, **alebo naopak bolo prezentované ako širší celospoločenský problém**.

Prvý prístup je logicky značne limitujúci, keďže príbehy sa neviažu na konkrétnu problematiku, sú akoby odtrhnuté od celku, v rámci ktorého by inak mohli efektívne podporiť hlbšie pochopenie celej problematiky. Takéto príspevky boli aj chudobnejšie na informácie a diskusiu.

Druhá forma uchopenia problematiky fungovala opačne. Konkrétne incidenty boli zasadené do širšieho celku a príspevok ponúkal komplexnejší obraz o násillí a jeho elementoch či prítomných faktoroch. Samotný incident potom predstavuje časť skladačky a odkazom býva riešenie problematiky na štruktúrálnej úrovni (napr. dôraz na odstraňovanie diskriminácie žien resp. zavedenie efektívnejšieho sankcionovania v porovnaní s informáciou o konkrétnom treste pre jedného páchatel'a v prípade prvého prístupu). Zasadit' obsah príspevku do širšieho rámca sa môže uskutočniť napr. poskytnutím informácií o rozšírenosti NPŽ, rodových stereotypoch alebo dôrazom na hlbšie štruktúralne faktory, ktoré k násilliu prispievajú a normalizujú ho, či iné informácie bližšie dokresľujúce sociálno-kultúrny kontext, v ktorom sa násillie odohráva.

Opis násillia ako náhodného incidentu sa najčastejšie objavoval v internetových médiách. Komplexnejšie informovanie o problematike bolo rovnomerne rozložené naprieč jednotlivými médiami. Kombinácia oboch prístupov bola tiež rozšírená.

Do kategórie jednorazových či náhodných incidentov boli zaradené príspevky týkajúce sa súčasných alebo minulých prípadov násillia páchaného na ženách, kým tematicky zamerané príspevky sa sústredili na širší kontext poskytujúc priestor pre vykreslenie viacerých aspektov problematiky. Veľká časť správ v roku 2017 bola predovšetkým o jednotlivých prípadoch násillia (38%). No takmer rovnaký počet správ (36%) predstavovali diskusné alebo tematické správy. Zostávajúce príspevky boli

¹⁴ http://www.tvnoviny.sk/domace/1859833_pretrvava-nazor-ze-zeny-nemozu-tyrat-muzov-pravda-to-vsak-nie-je

klasifikované ako kombinácie oboch prístupov, napr. tematický príspevok uvádzajúci konkrétne prípady násillia.

Príspevky poskytujúce viac informácií a širší kontext, či už s odkazom na konkrétny prípad alebo nie, boli ďalej preskúmané s cieľom identifikovať ich kľúčové témy. Tu sme nachádzali témy ako aktuálne otázky v oblasti NPŽ, poskytovanie informácií o pomoci obetiam, legislatívne zmeny, štatistiky, komentáre a názory, resp. ďalšie informácie o konkrétnych udalostiach. Vo viacerých príspevkoch (21%) bola problematika NPŽ súčasťou všeobecnejšej témy (napr. výskyt násillia v konkrétnom období v regióne) alebo bolo NPŽ jedným zo skupiny sociálnych problémov prezentovaných v príspevku (18%).

Jedným z najčastejších odporúčaní pre lepšiu mediálnu reprezentáciu problematiky NPŽ môže byť práve **kontextualizácia**. Rôzne zdroje ponúkajú ďalšie usmernenia, no širšia kontextualizácia napr. prostredníctvom priblíženia štatistík o výskyte násillia, kultúrno-spoločenských faktoroch formujúcich diskurz, rodových stereotypoch a v neposlednom rade poskytovanie informácií o varovných príznakoch, hrozbe zvýšeného rizika vrátane informácií o pomoci a asistencii poskytujú reálnejší obraz o problematike.

O závažnosti výskytu domáceho násillia svedčia aj správy o násillí páchanom na ženách evidovaných políciou na Slovensku za roky 2008 - 2013. Podľa nich má u nás skúsenosť s fyzickým a/alebo sexuálnym násillím počas svojho dospelého života celkovo 34% žien¹⁵.

Ženy veľakrát zostanú s partnerom napriek tomu, že sú týrané. Sú vo veľmi ťažkej situácii, naučené bezmocnosti natolko, že postupne uveria, že to nie je až také zlé. Často sú od takéhoto muža emocionálne, ale aj finančne závislé, nemajú kam ísť alebo sa hanbia pred priateľmi a príbuznými. Sociálny tlak na úplnú a fungujúcu rodinu je silný a ony majú pocit, že ako manželky zlyhali.¹⁶

Domáce násillie je, bohužiaľ, častým problémom mnohých vzťahov. Tyransky sa správajú najmä muži. „Asi 80 percent agresívnych mužov má poruchy osobnosti. Často pochádzajú z násillníckych rodín, kde sa toto správanie naučili akceptovať ako normálne alebo naopak, cítili sa bezmocní a v hlave si uložili, že už nechcú byť slabí. Začali sympatizovať s tyranom, lebo ten bol pánom situácie a určoval pravidlá,“ vysvetľuje psychiatrická a sexuologička Dana Šedivá.¹⁷

V roku 2017 sa k problematike pomoci objavilo menej príspevkov ako v minulom roku. Išlo primárne o printové médiá, ďalej televízne a internetové. V rozhlasovom vysielaní sa príspevky obsahujúce informácie o pomoci nevyskytli. Počet skúmaných príspevkov za toto médium bol však najnižší. Informovanie o dostupných možnostiach pomoci prostredníctvom médií je asi najjednoduchším

¹⁵ Násillie na ženách - sestra ako obeť domáceho násillia; 17.02.2017; Sestra; roč. -, č. 01, ZO ŽIVOTA, s. 18,19,20; PhDr. Andrea Ševčovičová, Bc. Beáta Kopčíková

¹⁶ <https://www.cas.sk/clanok/514667/recidivista-dobodol-mladu-priatelku-ako-spoznate-nasillnika-pri-tychto-znakoch-zbystrite-pozornost/>

¹⁷ <https://www.cas.sk/clanok/514667/recidivista-dobodol-mladu-priatelku-ako-spoznate-nasillnika-pri-tychto-znakoch-zbystrite-pozornost/>

a najúčinnjším spôsobom, ako šíriť dôležité informácie k ženám hľadajúcim pomoc. V sledovanom období roka 2017 len jeden z príspevkov odporučil čitateľky na existujúcu linku pomoci.¹⁸

Spolu 9 príspevkov (24%) obsahovalo informácie o tom, že násilie páchané na ženách zahŕňa viac ako fyzické násilie či informáciu o tom, že násilie v partnerskom vzťahu je omnoho rozšírenejšie než náhodné násilné útoky neznámymi páchateľmi. O niečo menej príspevkov obsahovalo informácie o varovných signáloch v správaní partnera a že násilie môže eskalovať v prípade pokusu o odchod alebo opustenie partnera.

Senzačnosť a jazyk správ informujúcich o NPŽ

Použitie príkladu konkrétnej udalosti môže na jednej strane pomôcť dotvoriť obraz o diskutovanej téme. Na druhej strane sa dá povedať, že konkrétne prípady, obzvlášť tie senzačnejšie ako vražda či iné podoby fyzického násillia sú uprednostňované a mediálne pokrytie NPŽ tak nemôže byť reprezentatívne.

V predchádzajúcom roku sme konštatovali relatívne vysoký podiel príspevkov týkajúcich sa vrážd. Monitoring za roky 2009 – 2011 dokonca konštatoval absolútnu prevahu tohto typu príspevkov. Preferencia senzačnosti a bombastickosti sa nedá poprieť. Problémom je práve fakt, že v prípade uprednostnenia senzačnosti môžu tieto prvky alebo príspevky získať neúmerne väčší mediálny priestor a prispievajú tak k deformovanému obrazu o NPŽ a výskyte jeho jednotlivých podôb. Opätovne je vhodné poukázať na výsledky analýzy za tento rok, kde psychické násilie či ekonomické násilie nedostalo dostatočný mediálny priestor. Tieto podoby NPŽ sa objavili marginálne v menej ako 5 príspevkoch. To ale v žiadnom prípade nedokazuje ich nízky výskyt. To, aký príbeh a udalosť si nájdu cestu do médií má veľký vplyv na vnímanie konkrétnych príbehov ale aj formovanie celej problematiky NPŽ vo verejnom priestore. Obraz ďalej dotvára zvolený jazyk, obrazové prílohy, dôraz na konkrétne fakty a jazyk.

Prvok senzačnosti býva kvôli upútaniu pozornosti prítomný už v titulku príspevku.

Samozrejme jazyk, ktorý sa v príspevku objavuje, býva charakteristický pre konkrétne médium a od média k médiu sa líši. Titulky majú obzvlášť dôležitú úlohu v prípade printových a internetových médií. V oboch prípadoch sú viditeľnejšie a na základe nich sa čitateľka alebo čitateľ rozhodujú, či si príspevok vôbec prečítajú. Hlavná úloha titulkov je teda pritiahnúť pozornosť. To sa deje napr. dôrazom na bombastickosť, snahou šokovať či provokovať. Reálne prípady násillia páchaného na ženách a ich aktérky a aktéri sa tak môžu dostať do odlišného svetla. Nasledujúce príklady potvrdzujú obľubu senzačnosti vo výbere titulkov:

L'ubomír (54) sa nechcel rozvádzať, pred dcérou bodol v spánku manželku¹⁹

¹⁸ Násilie na ženách - sestra ako obeť domáceho násillia; 17.02.2017; Sestra; roč. -, č. 01, ZO ŽIVOTA, s. 18,19,20; PhDr. Andrea Ševčovičová, Bc. Beáta Kopčíková

¹⁹ http://www.tvnoviny.sk/domace/1859130_lubomir-54-sa-nechcel-rozvadzat-pred-dcerou-bodol-v-spanku-manzelku

*Recidivista dobodal mladú priateľku: Ako spoznáte násilníka? Pri týchto znakoch zbystrite pozornosť!*²⁰

*Dobrá správa o zle*²¹

*Islam povedie k útlaku žien?*²²

*Nebud'me hluchí a slepí k týranu!*²³

*Pribúda domáce násilie na ženách*²⁴

Uvedené titulky sme identifikovali naprieč printovými a internetovými médiami. V prípade televízneho spravodajstva a rádia bol tento trend menej výrazný. Prvky bombastickosti a senzačnosti sa ďalej objavovali aj v samotných textoch. Vo viacerých prípadoch tomuto účelu slúžili **explicitné a detailné opisy fyzického násillia či dokonca vraždy** ženy mužom, opäť s cieľom pritiahnúť pozornosť, no dopad na aktérov príbehu resp. príbuzných obete mohol byť veľmi negatívny a podľa všetkého nebol braný do úvahy.

*BRATISLAVA - 59 rán nožom do hlavy, šije a ramien. Tol'ko uštedril svojej priateľke Eve (28) v nedeľu recidivista Miroslav (50) z Banskej Bystrice.*²⁵

*Manžel Ľubomír (54) sa ju ráno o 05.00 h pokúsil zavraždiť - v spánku ju bodol do brucha. V izbe spala spolu s 11-ročnou dcérou.*²⁶

*Redaktor: "Chladnokrvná poprava Miroslavy nebola prvá. Pred tromi rokmi si so samopalom počkal na Zuzanu Dzivú jej bývalý manžel, no a svoju expriateľku zastrelil pred dvoma rokmi aj muž z Pezinka."*²⁷

²⁰ <https://www.cas.sk/clanok/514667/recidivista-dobodal-mladu-priatelku-ako-spoznate-nasilnika-pri-tychto-znakoch-zbystrite-pozornost/>

²¹ <https://nazory.pravda.sk/komentare-a-glosy/clanok/419702-dobra-sprava-o-zle/>

²² <http://www.parlamentnelisty.sk/arena/monitor/Islam-povedie-k-utlaku-zien-Miklos-si-to-za-francuzske-no-go-zony-a-sariu-v-Britanii-poriadne-zlizol-283318>

²³ *Nebud'me hluchí a slepí k týranu!*; 20.02.2017; Televízna stanica JOJ; Krimi; 19:00; por. 16/16; Veronika Daubnerová / Stanislava Kováčik, Michal Farkašovský

²⁴ *Pribúda domáce násilie na ženách*; 20.02.2017; Televízna stanica JOJ; Noviny o 17:00; 17:00; por. 17/27; Veronika Daubnerová / Aneta Sedlmair Parišková

²⁵ <https://www.cas.sk/clanok/514667/recidivista-dobodal-mladu-priatelku-ako-spoznate-nasilnika-pri-tychto-znakoch-zbystrite-pozornost/>

²⁶ http://www.tvnoviny.sk/domace/1859130_lubomir-54-sa-nehcet-rozvadzat-pred-dcerou-bodol-v-spanku-manzelku

²⁷ *Týraná žena*; 07.03.2017; Televízna stanica Markíza; Reflex; 17:25; por. 1/4; Denisa Czibulka / Kveta Horváthová)

*No ten v agresívnom vyčíňaní pokračoval a pritvrdil. Neštítal sa založiť požiar pri dverách, za ktorými spali jeho tri dcéry a Alžbeta.*²⁸

Dôležitým faktorom je aj **priestor, ktorý je venovaný určitým častiam príbehu**, napr. v hore uvedených prípadoch dôraz na opis násilného činu a neposkytnutie širšieho kontextu, v iných prípadoch napr. dôraz na výpovede konkrétnych aktérov, a nie iných či vynechanie faktov a nezasadenie udalosti do širšieho kontextu. Zvolený tón môže rovnako deformovať chápanie opisovaného činu. Zľahčovanie sa docieľi napr. využitím trivializácie alebo zjednodušovaním.

Ďalším faktorom senzačnosti, ktorý dokáže zvýšiť šancu na uverejnenie príspevku býva, ak je **jeden z aktérov publiku známy**. V monitorovanom období sme identifikovali jeden článok, ktorý obsahoval zmienku o násilnom správaní verejne známej osoby - exposlanca Vladimíra Jánoša. Tento prípad najviac rezonoval v roku 2015. Článok nebol analyzovaný hlbšie, keďže problematika NPŽ v ňom bola prítomná len okrajovo.

Najmä v prípade obľúbených osobností si násilný čin dokáže získať veľkú pozornosť. Tejto téme sme sa však venovali už v predchádzajúcich kapitolách monitoringu za rok 2016.

Mýty a nesprávne informovanie o násilí

V sledovanom období za rok 2017 sme v porovnaní s posledným realizovaným monitoringom zaznamenali **menší výskyt chybných, zavádzajúcich a mýtizujúcich správ o NPŽ**, no stále boli prítomné približne v pätine skúmaných príspevkov. Mýtizujúce prvky sa často objavujú v spravodajstve zameranom na NPŽ a sú kritizované vzhľadom na reprodukovanie stereotypných predstáv o násilí.

Najčastejšie sa vyskytujúce negatívne prípady zavádzajúceho informovania o násilí na ženách zahŕňajú: klamlivé predstavy o jeho podstate, o tom prečo muži páchajú násilie, o úlohe ženy v násilnej situácii, podozrenia alebo obvinenia žien z preháňania, zveličovania či klamstva, atď. Násilie na ženách sa tak stáva izolovaným prípadom bez priznania jeho štruktúrálnej povahy. Rovnako fungujú aj incidenty, ktoré násiliu predchádzajú ako odhalenie nevery, žiarlivosť, návrh na rozvod a iné, ktoré pri nesprávnej interpretácii a bez bližšej kontextualizácie akoby poskytujú „pochopiteľnú“ zámienku pre partnera, ktorý následne „nemôže konať inak“.

*Chorobná žiarlivosť brala mužovi zdravý rozum.*²⁹

*Motívom strašného útoku bola žiadosť o rozvod, o ktorej mu Andrea povedala večer pred útokom.*³⁰

²⁸Týraná žena; 07.03.2017; Televízna stanica Markíza; Reflex; 17:25; por. 1/4; Denisa Czibulka / Kveta Horváthová)

²⁹ Týraná žena; 07.03.2017; Televízna stanica Markíza; Reflex; 17:25; por. 1/4; Denisa Czibulka / Kveta Horváthová

³⁰ http://www.tvnoviny.sk/domace/1859130_lubomir-54-sa-nechcel-rozvadzat-pred-dcerou-bodol-v-spanku-manzelku

Podobné mýty o skutkoch z vášne, v dôsledku žiarlivosti a neovláduteľných citov násilie ospravedlňujú. B. Holubová vysvetľuje: „*nelegitímne vlastnícke nároky mužov na sex a služby zo strany žien; normatívne predstavy o tradičnej maskulínnej identite vytvárajú zdanie legitimacy mužov na vnučovanie a vynucovanie si svojej vôle voči ženám*“.³¹

Ďalším druhom deformovania reality násilia na ženách je prisudzovanie neúmernej dôležitosti alkoholu či iným omamným látkam, čo môže vyvolať klamný dojem o povahe a pôvode násilia.

*Mladá žena prešla doslova peklom. Spočiatku bol jej partner mužom snov, ale postupne ho znetvoril alkohol.*³²

*Otec detí sa ale pod vplyvom alkoholu postupne menil doslova na netvora.*³³

*Znalci teraz budú skúmať presný rozsah zranení ale aj to, či Ľubomír pred útokom pil.*³⁴

Zodpovednosť za násilie je v uvedených príkladoch externalizovaná a príspevok zlyháva v identifikácii skutočného pôvodu násilia.

Aj **prisudzovanie zodpovednosti za násilný incident alebo jej časti žene** je ďalším z nebezpečných a škodlivých mechanizmov. To, akým spôsobom médiá konštruujú svoje príspevky môže priamo alebo nepriamo ukladať zodpovednosť za násilie alebo jej časť žene – obeti násilia. V prípade znásilnenia sa objavujú komentáre o oblečení ženy, informácie o tom, či konzumovala alkohol alebo inej podobe správania, ktorá môže byť označená za provokáciu. Médiá tak často poskytnú páchatel'ovi zámienu k spáchaniu násilného činu a tým ho vo svojej podstate ospravedlňujú. Podľa Taylora (2009) je jedným z hlavných faktorov brániacich zmene v percepcii násilia páchaného na ženách práve predstava, že ženy sú zodpovedné za násilie u mužov namiereného voči nim a že samotné ženy môžu zohrať úlohu v prevencii násilia tým, že upravia svoje vlastné správanie.³⁵

³¹ Holubová, B., Špringelová, M., 2012, Monitoring médií a reklamy z hľadiska prevencie násilia páchaného na ženách a podpory rodovej rovnosti za rok 2011, IVPR,

http://www.ceit.sk/IVPR/images/IVPR/vyskum/2012/Holubova/2261_holubova_monitoring_medii.pdf

³² Týraná žena; 07.03.2017; Televízna stanica Markíza; Reflex; 17:25; por. 1/4; Denisa Czibulka / Kveta Horváthová

³³ Týraná žena; 07.03.2017; Televízna stanica Markíza; Reflex; 17:25; por. 1/4; Denisa Czibulka / Kveta Horváthová

³⁴ http://www.tvnoviny.sk/domace/1859130_lubomir-54-sa-nechcel-rozvadzat-pred-dcerou-bodol-v-spanku-manzelku

³⁵ Taylor, R., 2009, Slain and slandered: A content analysis of the portrayal of femicide in crime news. *Homicide Studies*, 13(1), 21-49

V monitorovanom období za rok 2017 sme tentokrát neidentifikovali príspevky, ktoré by zodpovednosť za násilie prisudzovali žene. Morgan a Politoff (2012) však poukazujú na to, že reprodukcia mýtov a zavádzajúcich informácií sa deje často nepriamo a v menej badateľnom rozsahu.³⁶

Ďalším jazykovým prvkom, ktorý prispieva k spochybňovaniu výpovede ženy a incidentu ako takého môže byť aj využívanie slov typu „údajne“ či „údajný páchatel“ atď.

Zdroje informácií

Už na predchádzajúcich stranách bolo spomenuté, že jedným z faktorov, ktoré majú vplyv na naše vnímanie a pochopenie konkrétneho prípadu sú zdroje, ktoré nám informácie sprostredkujú. Perspektíva, ktorú autori alebo autorky informácií, konštatovaní a svedectiev používajú rovnako nemusí byť objektívna a takáto interpretácia môže realitu skresľovať.

Viacere príspevky obsahujú aj **názory osôb, ktoré v opisovanom kontexte predstavujú authority a ich názory sú málokedy spochybňované**. V prípade adekvátnej a komplexnej analýzy násilného činu sú takéto komentáre vítaným príspevkom do diskusie. Ako authority v spravodajstve vnímame napr. policajných vyšetrovateľov a vyšetrovateľky, expertky a expertov, právne zástupkyne a zástupcov, vedkyne a vedcov resp. iné profesie.

Podľa odborníčky je pravdepodobné, že ženy, ktoré vyrastali s otcom tyranom, si budú hľadať veľmi podobných partnerov.³⁷

Podľa šéfky útočiska pre týrané ženy pomoc jestvuje, ibaže to zďaleka nefunguje tak, ako vo filmoch³⁸.

Napadnutá žena podľa polície u nich žiadne domáce násilie nehlásila.

Nie každý názor, hoci expertný, je však nutne adekvátny a primeraný. Aj v týchto prípadoch môže dôjsť ku chybnnej alebo subjektívnej interpretácii násilného činu. Vzhľadom na to, že názory a komentáre spomínaných autorít bývajú zriedka spochybňované, subjektívne a skreslené interpretácie môžu mať veľký dopad na pochopenie príbehu. Ako authority môžu byť v spravodajstve vnímané aj svedkyne a svedkovia násilia, príbuzní obeť a páchatel'a či iné osoby. Najmä v prípade rodinných príslušníkov môže chýbať objektivita.

³⁶ Morgan, J., Politoff, V., 2012, Victorian print media coverage of violence against women: A longitudinal study. Melbourne: VicHealth

³⁷ Týraná žena; 07.03.2017; Televízna stanica Markíza; Reflex; 17:25; por. 1/4; Denisa Czibulka / Kveta Horváthová

³⁸ Týraná žena; 07.03.2017; Televízna stanica Markíza; Reflex; 17:25; por. 1/4; Denisa Czibulka / Kveta Horváthová

*Už predtým bol odsúdený za vraždu mladej gymnazistky a poleptanie tváre a rúk druhej mladej priateľky. Podľa jeho exmanželky bol násilnícky a všetkým naokolo ubližoval. Rodina obete tvrdí, že si známky agresie u neho nevšimli.*³⁹

Pozitívne príklady

V monitorovanom období sme identifikovali aj príspevky, ktoré možno označiť za príklady dobrej praxe. O násilí vo viacerých prípadoch informovali citlivo a komplexne. Primárne sme dobrú prax identifikovali v rámci tematicky zameraných príspevkov, ktoré sa neviazali na konkrétny násilný incident. V prípade uvedenia konkrétnej udalosti, násilie zároveň kontextualizovali a upozorňovali na jeho štrukturálnu povahu.

Pozitívnymi príkladmi boli príspevky informujúce o rastúcom počte nahlasovaných prípadov domáceho násilia. Rast interpretovali ako dôsledok častejšieho nahlasovania incidentov, a teda aj vyššej dôvery v políciu. Nechýbala **kontextualizácia a hlbšia diskusia o špecifickosti násilia, ktoré je páchané v domácom prostredí**, dôvodoch prečo nahlasované väčšinou nebýva a pretrvávajúcej nutnosti zmeny prístupu zo strany polície v prípade nahlásenia a následného vyšetrovania prípadu domáceho násilia.

*Keby bolo domáce násilie čosi ako autonehody, ktoré sa v drvivej väčšine nedajú utajiť, prudký nárast počtu vyšetrovaných trestných činov súvisiacich s domácim týraním by znamenal veľmi zlú správu. Lenže domáce násilie nie sú autonehody. Utajovanie domáceho násilia bolo príliš dlho súčasťou "tradičnej kultúry". Ba priam bontónu.*⁴⁰

Jeden z televíznych príspevkov reagoval na rastúci počet vykázaných páchatel'ov zo spoločného obydla, ktorý je dôsledkom predĺženia lehoty z pôvodných 48 hodín na 10 dní. Nová prax bola v príspevku viacerými odborníkmi a odborníkmi zhodnotená ako pozitívny krok v prospech žien so skúsenosťou násilia, ktoré tak majú viac času a priestoru, a zároveň menej tlaku na premyslenie ďalšieho postupu.

Barbara Štefanovičová: "Predĺženie vykázania na desať dní je v praxi už takmer rok. Počet ľudí, ktorí museli opustiť spoločnú domácnosť výrazne stúpol."

*Martin Wäldl, hovorca Prezídia PZ SR: "V roku 2016 v rámci Slovenskej republiky policajti vykázali zo spoločného obydla 642 osôb. Pričom na porovnanie za rok 2015 to bolo 313 osôb."*⁴¹

Objavili sa tri **príspevky zamerané na problematiku násilia na mužoch**, ktorých cieľom bolo konfrontovať stereotypné rodové roly a z nich plynúce očakávania v súvislosti so správaním mužov a žien, a tak otvoriť diskusiu o existencii násilia na mužoch zo strany žien. Vyjadrenia oslovených

³⁹ <https://www.cas.sk/clanok/514667/recidivista-dobodol-mladu-priatelku-ako-spoznate-nasilnika-pri-tychto-znakoch-zbystrite-pozornost/>

⁴⁰ <https://nazory.pravda.sk/komentare-a-glosy/clanok/419702-dobra-sprava-o-zle/>

⁴¹ <https://www.ta3.com/clanok/1098401/pocet-nasilnikov-vykazanych-zo-spolocnych-domacnosti-vyrazne-stupol.html>

respondentov potvrdzovali fakt, že táto téma je do veľkej miery tabu a spochybňovaná zo strany mužov aj žien.

„To sa mi nechce veriť. Muži sú týraní? Muži sú hlava rodiny a tí týraní nie sú. Nemôžu byť. Oni sa nedajú týrať.“⁴²

Príspevok stereotypné predstavy konfrontoval aj prostredníctvom názorov a komentárov oslovených odborníkov:

Dana Šedivá, primárka psychiatrie, Trnava: "Áno, to sú tie typické postoje, ktoré majú bohužiaľ nielen laici, naša spoločnosť aj nepripúšťa možnosť, že by mohla žena týrať svojho muža."⁴³

Danica Caisová, sexuologička: "Kým týraná žena je považovaná za chuderu a ľudia ju budú ľutovať, týraný muž bude na smiech, budú si myslieť, a ten prečo si doma neurobí poriadok? Ale najmä, kto ho bude zosmiešňovať, sú muži sami."⁴⁴

Medzi pozitívne príklady sme ďalej zaradili aj relevantné príspevky o sociálnych službách a činnosti kontaktných centier⁴⁵.

Ako bolo spomenuté v úvodných kapitolách, médiá významne vplývajú na formovanie povedomia verejnosti vo vzťahu k domácejmu násiliu a násiliu páchanému na ženách. Môžu aktívne zvyšovať povedomie o násilí a o jeho štruktúrálnej povahe, a v neposlednom rade zrozumiteľne a prístupne komunikovať s cieľom poskytnúť potrebné informácie a zaistiť bezpečnosť ohrozených osôb. Rovnako ako v roku 2016 sme preto na vybraných príkladoch skúmali, **akým spôsobom sú poskytované informácie ženám, ktoré zažívajú násilie.**

Vo viacerých analyzovaných príspevkoch sa objavili informácie týkajúce sa varovných príznakov možného budúceho násillia u partnera, hrozby zvýšeného rizika vrátane informácie o pomoci a asistencii v prípade opustenia násillného partnera. Niektoré z príspevkov sa venovali predstaveniu rodovo podmieneného násillia vo všetkých svojich podobách, nesústredili sa teda len na fyzické násillie. Vo viacerých prípadoch však podávané informácie neboli vyčerpávajúce a aj v príspevkoch tohto zamerania sa objavovali rodové stereotypy a vyššie uvádzané zavádzajúce prvky.

Ako príklad sme si zvolili príspevok s názvom „*Recidivista dobdal mladú priateľku: Ako spoznáte násillníka? Pri týchto znakoch zbystrite pozornosť!*“⁴⁶ bol zverejnený v denníku Nový čas na konci

⁴² http://www.tvnoviny.sk/domace/1859833_pretrvava-nazor-ze-zeny-nemozu-tyrat-muzov-pravda-to-vsak-nie-je

⁴³ http://www.tvnoviny.sk/domace/1859833_pretrvava-nazor-ze-zeny-nemozu-tyrat-muzov-pravda-to-vsak-nie-je

⁴⁴ http://www.tvnoviny.sk/domace/1859833_pretrvava-nazor-ze-zeny-nemozu-tyrat-muzov-pravda-to-vsak-nie-je

⁴⁵ <http://cdn.dobrenoviny.sk/c/93206/zaujem-o-sluzby-kancelarie-prveho-kontaktu-kosickeho-regionu-rastie>

⁴⁶ <https://www.cas.sk/clanok/514667/recidivista-dobodal-mladu-priatelku-ako-spoznate-nasillnika-pri-tychto-znakoch-zbystrite-pozornosť/>

februára 2017. Príspevok predstavuje kombináciu negatívnych i pozitívnych prvkov spravodajstva o NPŽ. Rovnako šlo o jeden z najčítanejších denníkov na slovenskom trhu, a tak aj druh zverejňovaných údajov a charakter príspevku v tomto prípade zohrávajú úlohu pri tvarovaní problematiky NPŽ v mediálnom priestore.

Hlavným cieľom článku bolo aj napriek úvodnej bombastickosti poukázať na varovné príznaky násilného správania zo strany blízkej osoby, na čo autorka článku upozorňuje v druhej časti titulku. Článok primárne sprostredkúva prehľad viacerých podôb násilného správania v kontexte rodovo podmieneného násillia, ktoré môžu čitateľkám pomôcť identifikovať a predpokladať prítomnosť násillia zo strany partnera. Na druhej strane poskytuje prehľad niektorých identifikovateľných prejavov správania žien, ktoré sú tomuto druhu násillia vystavené. Tieto môžu byť nápomocné okoliu pri identifikovaní prítomnosti násillia v domácnosti ženy. V neposlednom rade príspevok zdôrazňuje opatrnosť pri odchode od násilného partnera a poskytuje základné inštrukcie pre bezpečný odchod. V tomto prípade však chýbajú konkrétne zdroje, kontakt a prioritne informácia o bezplatnej linke pomoci. Ako bolo uvedené vyššie, zmienka o nej sa v monitorovanom období za rok 2017 objavila len raz.

Väčšinu článku však tvorí prehľad praktických informácií, ktoré môžu čitateľkám pomôcť uvedomiť si svoju situáciu, rozpoznať varovné príznaky v správaní partnera a pri odchode od násilného partnera sa držať niekoľkých zásad, ktoré zvýšia bezpečnosť ženy. Hlavným pozitívnym aspektom je práve identifikácia viacerých objavujúcich sa podôb násillia zo strany blízkej osoby, o.i. psychické či ekonomické násillie, ktoré v správach tradične dostávajú minimálny priestor.

Ako pozitívum rovnako vnímame fakt, že denník zverejnil názor expertky - primárky psychiatrickej ambulancie, na ktorej vyjadreniach je vystavaná časť zameraná na objasnenie povahy násillia. Jej vstupy pomohli dokresliť komplexnosť fenoménu násillia páchaného na blízkej osobe.

„Asi 80 percent agresívnych mužov má poruchy osobnosti. Často pochádzajú z násilníckych rodín, kde sa toto správanie naučili akceptovať ako normálne alebo naopak, cítili sa bezmocní a v hlave si uložili, že už nechcú byť slabí. Začali sympatizovať s tyranom, lebo ten bol pánom situácie a určoval pravidlá,“ vysvetľuje psychiatricka a sexuologička Dana Šedivá.⁴⁷

Názory expertiek a expertov sa objavovali pomerne často, čo vnímame ako pozitívum. Vzhľadom na charakter denníka ako média prinášajúceho prevažne bulvárne a prvoplánovo bombastické obsahy, bolo zverejnenie komplexnejších informácií o povahe domáceho násillia, konkrétnych faktoroch ako aj postup pri odchode od násilného partnera pozitívnym krokom.

⁴⁷ <https://www.cas.sk/clanok/514667/recidivista-dobodal-mladu-priatelku-ako-spoznate-nasilnika-pri-tychto-znakoch-zbystrite-pozornost/>

2. PRÍPADOVÝ MONITORING - SEXISTICKÝ KIX

Problematika sexizmu a diskriminácie žien v reklamnej a marketingovej komunikácii sa od roku 2016 objavovala v slovenskom verejnom priestore najmä vďaka iniciatíve Sexistický kix, ktorú organizuje mimovládna organizácia Aliancia žien – cesta späť. Anticena vznikla, aby tematizovala problematiku sexizmu v reklame, upozornila na dôsledky sexizmu pre reálne životy ľudí, najmä žien, a ponúkla verejnosti nástroj, ako vyjadriť nesúhlas so sexizmom v reklame. Tento projekt zároveň poskytol koncentrovaný priestor pre zber príkladov z reklamnej praxe v rokoch 2016 a 2017, ktorý bol následne vyhodnotený tímom expertiek a odbornou porotou. Zároveň poskytol aj súhrn príkladov dobrej praxe v slovenskom mediálnom priestore za uvedené obdobie. Z týchto dôvodov sme sa rozhodli využiť zozbierané reklamy a materiály aj v prípade mediálnej analýzy, nakoľko poskytujú dobrý prehľad príkladov dobrej aj zlej praxe v slovenskom reklamnom a mediálnom priestore za posledné dva roky, podložené odbornou i verejnou debatou.

Reklamná a marketingová komunikácia je často spätá s otázkami etiky a veľmi často využíva ženské (no i mužské) telo ako komunikačný prostriedok – mnohokrát len na pritiahnutie pozornosti divákov a diváčok bez akéhokoľvek súvisu s propagovaným produktom. Z analýzy reklám, ktorú priniesol projekt Sexistický kix, vyplynulo, že reklamy v slovenskom verejnom priestore využívajú niekoľko rôznych sexistických prvkov, najčastejšie však rodovo stereotypné reprezentácie, spredmetňovanie, sexualizáciu, mýtus krásy, jazykový sexizmus a fragmentáciu (viď nasledujúce časti monitoringu).

Počas doterajšieho prvého i druhého ročníka anticeny dostala slovenská verejnosť možnosť na anticenu nominovať sexistické reklamy, ktoré spozorovala vo svojom okolí. Tím expertiek ich následne v záverečnej správe vyhodnotil podľa kritérií a sexistických prvkov, ktoré sa v nich systematicky objavovali. V roku 2016 prevažovali v nominovaných reklamách sexistické prvky v nasledujúcom poradí:

Sexistický prvok	Počet reklám, v ktorých sa vyskytoval
Rodovo stereotypné reprezentácie	22
Spredmetňovanie	16
Sexualizácia	16
Mýtus krásy	9
Jazykový sexizmus	8
Fragmentácia	7
Celkový počet nominovaných reklám	32

Tabuľka 1 – Sexistické prvky v slovenských reklamách, 2016

Analýza taktiež ukázala, že vo väčšine prípadov reklamy kumulovali niekoľko rôznych typov sexistických prvkov naraz. Je možné sa domnievať, že jednotlivé prvky boli skombinované pravdepodobne preto, aby pritiahli pozornosť čo najväčšieho počtu divákov a diváčok. Taktiež – ako

ukázala hĺbkovejšia analýza – jednotlivé sexistické prvky sú medzi sebou prepojené a často na seba vzájomne nadväzujú.

Jednotlivé typy sexistických prvkov a ich využitie v slovenskom reklamnom priestore

V nasledujúcich statiach sa budeme venovať zhrnutiu dominantných prvkov, ktoré prevažovali v nominovaných reklamách anticeny Sexistický Kix. Definície budú doplnené ilustráciami a príkladmi – všetky použité obrázky sú použité a vložené do textu tak, ako boli označené na stránke sexistickýkix.sk. Rovnako sú všetky obrázky s popismi a vodotlačou dohľadateľné a stále dostupné na zmienenej webovej stránke.

Rodovo stereotypné reprezentácie

Rodovo stereotypné reprezentácie mužov a žien sú prítomné v najväčšom množstve nominovaných reklám z roku 2016; naše vnímanie toho, čo je čisto „ženské“ a čisto „mužské“ sa silno odráža v reklamnej a marketingovej komunikácii a produkcii a funguje takpovediac ako spoločný jazyk našej spoločnosti – je preto dôležité venovať ich analýze dostatočný priestor. Ako skonštatoval aj francúzsky sociológ Jean Baudrillard, autor publikácie *Société de Consommation* (Konzumná spoločnosť⁴⁸), cirkulácia, nákup, predaj a privlastnenie tovaru, predmetov a znakov sú v dnešnej dobe spoločným kódexom, ktorým spolu ako konzumná spoločnosť komunikujeme. Znaky a signály, ktoré vysielajú reklamný jazyk, majú preto mimoriadny vplyv a význam; častokrát sú však aj potenciálne nebezpečné, nakoľko sa podieľajú na vytváraní a upevňovaní prvkov a stereotypov nášho kolektívneho nevedomia – a to sa týka i zjednodušených alebo negatívnych predstáv o určitých skupinách či menšinách.

Rodové stereotypy sú v tomto aspekte mimoriadne významné, nakoľko výrazne zjednodušujú to, čo podvedome vnímame ako „typicky ženské“ a „typicky mužské“ – napr. role, oblečenie, jedlo, prácu, povinnosti a iné. Rodové stereotypy nám však ponúkajú len niekoľko vymedzených charakteristík, s ktorými pracujú ako s univerzálne platnými, a pripisujú (resp. diktujú) ich všetkým ženám (resp. mužom) bez rozdielu. Často pritom vychádzajú z úplne zjednodušených či nerealistických predstáv o „mužskosti“ a „ženskosti“, o tom, aké majú muži a ženy „typické“ vlastnosti, schopnosti a aké úlohy by v spoločnosti mali zastávať. Príkladom takýchto reklám sú napríklad tie, ktoré ukladajú za povinnosť ženám to, že majú, resp. mali by byť krajšie alebo niečo urobiť pre svoju krásu (napr. zakúpiť si ponúkaný produkt). Patria sem aj tie reklamy, ktoré uvádzajú, že len keď má žena muža a dieťa, má skutočne naplnený život, a využívajú motívy gazdinej či ženy v domácnosti na to, aby predali daný produkt cieľovej skupine žien.

Organizátorky projektu Sexistický kix na svojej stránke pri jednej z rodovo stereotypných reklám ponúkajú nasledovnú relevantnú a zhrňujúcu analýzu: „Reklama stereotypne predpokladá, že ženu v živote najviac naplňuje jej rola manželky a matky. Aj keď výrok môže u niektorých žien platiť, je podaný takým spôsobom, ako by išlo o univerzálnu pravdu. Nezohľadňuje fakt, že pre niektoré ženy môže

⁴⁸Jean Baudrillard, *Société de Consommation*, 1970.

„bohatstvo“ spočívať aj v osobnej realizácii mimo rodiny. Implicitne tiež naznačuje, že pre neheterosexuálne, slobodné, nevydaté či bezdetné ženy je skutočné šťastie nedostupné.“⁴⁹

Analýza a vplyv rodových stereotypov

Veľkým problémom rodových stereotypov je to, že nereflektujú a často aj úplne ignorujú realitu a rozmanitosť životov reálnych mužov a žien. Ako sa uvádza aj v publikácii Žena nie je tovar, "texty o podobách ženskosti a mužskosti v našej kultúre si všímajú, ako sa formuje sebaaprežívanie a sebadefinovanie žien a mužov v spoločnosti, kde sú očakávané a vyžadované charakteristiky ženskosti formulované v úplnom protiklade k očakávaným a vyžadovaným charakteristikám mužskosti, pričom má táto "povinná" opačnosť výrazné hodnotové znamienka. Klasická dvojica rodovo odlíšených vlastností, ktorá má svedčiť o opačnosti pohlaví, škatuľkuje ľudí bez ohľadu na rôzne podoby ich práce a výkonu na tzv. slabé a tzv. silné pohlavie. Z takéhoto chápania sa vyvodzuje rad "typicky ženských" vlastností, ktoré u "správnej" ženy nie sú ani trocha mužské, a rad "typicky mužských" vlastností, ktoré u "správneho" muža rozhodne nesmú byť ani trocha ženské."⁵⁰ Publikácia ďalej uvádza, že "stereotyp predpisuje šablónovitý spôsob vnímania, ktorý uprednostňuje tradíciu do takej miery, že skresľuje dokonca i našu vlastnú skúsenosť. Jeho nereflektované zvnútornenie spôsobuje, že z košatej skúsenosti vnímame len to, čo nám tento stereotyp potvrdzuje – "ženy sú slabé pohlavie", "muži sú silné pohlavie" –, a realita nám uniká."⁵¹

Analýzy a štúdie sexistického reklamy si všímajú, že žena je spravidla v reklamách zobrazovaná buď ako sexuálny objekt (viď kapitola "Sexualizácia"), alebo ako "gazdiná", ktorá je posadnutá čistotou, praním, umývaním, starostlivosťou o deti a domácnosťou a domácimi prácami. Tieto dva "modely" sú veľmi úzko späté s našim vnímaním ženskosti aj v reálnom svete a budeme sa im venovať aj v nasledujúcich kapitolách.

Medzi nominované reklamy patrili nasledovné príklady:



⁴⁹Všetky nominované reklamy aj s popiskami sú dostupné na stránke <https://sexistickykix.sk/>

⁵⁰Žena nie je tovar, Jana Cviková, Jana Juráňivá, Ľubica Kobová, Aspekt, 2005, str. 11.

⁵¹Tamtiež, str. 13.



Môžeme si všímať, ako všetkým ženám a mužom pripisujú určitú rolu, povinnosť či charakteristiku, a zároveň im ponúkajú rozličné produkty len na základe rodovej príslušnosti: žena je skutočne šťastná len keď má muža a deti na prvej reklame; plastická operácia žene napomôže aby bola krajšia na druhej reklame a napokon dve rozličné menu ponúkané ženám a mužom, pričom steak je vnímaný ako „mužné“ jedlo a šalát so zeleninou je ponúkaný ako typicky „ženské“ jedlo. Ani jedna z reklám však nereflektuje rozmanitosť či individualitu jednotlivých mužov a žien.

Spredmetňovanie a fragmentácia

Spredmetňovanie (objektifikácia) v reklamnej produkcii spočíva v prezentovaní ľudských bytostí ako produktov a častokrát je úzko spojené s ich fragmentáciou, teda neúplným zobrazovaním. Podobne ako aj pri analýze rodových stereotypov sa pri spredmetňovaní ukazuje, že ak ženy nie sú v reklame zobrazované ako gazdine (*housewives*), sú spravidla zobrazované ako sexuálne predmety (*sex objects*). Podľa Jean Kilbourne, dlhoročnej odborníčky v téme sexizmu v reklame, je takýmto reklamným „predmetom“ napríklad modelka, resp. „škrupina“, ktorej jediným atribútom je jej konvenčná krása. Nemá vrásky, jazvy, ani iné „vady“ – na upravených fotografiách spravidla nemá ani póry.⁵²

Spredmetňovanie a fragmentácia môžu mať rozličné podoby. V roku 2016 bola napríklad jednou z nominovaných reklám reklama na chirurgickú kliniku, ktorá ponúkala možnosť „darovať krásu sebe aj svojim blízkym.“ Na obrázku sme videli len ženské poprsie omotané darčkovou stužkou, akoby táto ženská krása (alebo krásne poprsie) bolo produktom, darčekom, a teda predmetom, ktorý dokonca môže aj „darovať“ alebo zakúpiť žene niekto iný. Hlavu modelky na vizuálne nebolo vidno. Analýza organizátoriek Sexistického Kixu bola nasledovná: „Na reklame propagujúcej zväčšenie prs môže vidieť ženu bez hlavy s ovinutou červenou stuhou okolo hrudníka a reklamným mottom „Darujte krásu sebe aj svojim blízkym“. Zadávatelia tejto reklamy tak verejnosti predávajú posolstvo, že byť krásnou znamená mať veľké prsia a tiež to, že darovať niekomu plastiku prs je všeobecne dobrý nápad.

⁵²Jean Kilbourne, *Beauty... and the beast of advertising*, Center for media literacy, <http://www.medialit.org/reading-room/beautyand-beast-advertising>, 6.8.2018.

Potreba podstúpiť bolestivý zákrok, ktorý môže permanentne znížiť citlivosť bradaviek, a teda aj sexuálne potešenie ženy, by mal vyjsť z jej vlastného rozhodnutia, nie od „blízkeho“ s darčekom poukazom. Stuha s mašľou cez hrudný kôš modelky navyše naznačuje, že chirurgické zväčšenie prs je vlastne darom pre niekoho iného, kto si ich neskôr rozbalí. Nie pre ženu samotnú.“



Spredmetňovanie a jeho vplyv

V reklamnom priestore býva prvok spredmetňovania často úzko spätý s fragmentáciou, teda nezobrazuje ženu ako celok, ale zobrazuje len jednu časť jej tela – veľmi často pritom na daných reklamách nevidno hlavu alebo tvár modelky, čo jej neraz odníma individualitu a redukuje ju na úroveň predmetu. Práve tento fenomén je vo všeobecnosti veľmi nebezpečný, najmä čo sa týka problematiky násillia na ženách. Ako vysvetľuje aj Jean Kilbourne vo svojom vystúpení na konferencii TEDx, aj keď sexistické vizuály síce priamo násillie nevytvárajú, sú napriek tomu nebezpečné, pretože vytvárajú prostredie, v ktorom spredmetňovanie, sexualizáciu a niekedy aj násillie na ženách normalizujú a zľahčujú. Navyše, ženy žijú vo svete, v ktorom im reálne hrozí rodovo podmienené, domáce i sexuálne násillie – zobrazovanie žien ako sexuálnych alebo iných predmetov je preto nebezpečné, pretože im symbolicky často odníma ich ľudskú hodnotu⁵³. A práve vnímanie iných ľudí ako predmetov alebo vecí bez citov je často v centre násillia a diskurzu násillníkov, ktorí ženy vnímajú majetok či tovar, s ktorým môžu zaobchádzať kruto či necitlivo.

Sexualizácia

„Sex sells“ alebo „sex predáva“ je jedným z najväčších reklamných klišé, ktoré je prítomné aj vo veľkom množstve sexistických reklám v slovenskom reklamnom priestore.

„Sexualizáciou ženského tela sa chápe redukcia ženy na jej sexualitu“ – definícia, ktorá bola použitá aj v projekte Sexistický kix, sa dá aplikovať na veľké množstvo nominovaných reklám. Najčastejšie sa jedná o prípady, keď sexualizované ženské (alebo mužské) telo reklama využíva na pritiahnutie pozornosti bez súvisu s predávaným produktom. Jana Debrecéniová v publikácii Žena nie je tovar

⁵³The dangerous ways ads see women, <https://www.youtube.com/watch?v=Uy8yLaoWybk>

vysvetľuje: „Telá žien bývajú v reklamách často odhalené, čo vyvoláva sexuálne stimuly a dojem, že ženy sú ľahko k dispozícii, že sú a chcú byť na predaj, či dokonca „zadarmo“. Tento dojem býva posilnený lascívnymi či zvodnými výrazmi v tvárach prezentovaných žien, ktoré sľubujú oveľa viac než len spokojnosť s ponúkaným produktom. Reklamy prezentujúce obnažené ženské telá dopĺňajú dvojzmyselné narážky, ktoré síce v jednej významovej rovine majú súvislosť s ponúkaným produktom, no v kontexte prezentovanej reklamy v ďalšej významovej rovine už na prvý pohľad ponúkajú vlastne ženu a znižujú ju na úroveň produktu.“⁵⁴

Podobne ako aj pri iných sexistických aspektoch, spredmetňovaní, rodových stereotypoch či mýte krásy, má sexualizácia, vplyv na životy reálnych mužov a žien: ak aj priamo nevlýva na násilie či rodovo podmienenú diskrimináciu, vytvára prostredie, v ktorom bežne vnímame ženy ako produkty a sexuálne predmety, neraz prezentované tak, ako keby boli dostupné „okamžite“ a „zadarmo“.



Mýtus krásy

Jedným z najdôležitejších dôvodov analýzy reklamnej komunikácie je dopad reklamy na životy reálnych žien. Jej vplyv je obzvlášť významný pre určité cieľové skupiny, napríklad mladých žien a dievčat.

Ako si všimla Jean Kilbourne, „reklamy predávajú aj iné veci, než len produkty samotné – predávajú nám hodnoty, reprezentácie, koncepty úspechu, lásky, sexuality, popularity a normálnosti. Hovoria

⁵⁴Žena nie je tovar, str. 81.

nám, kým sme a kým by sme mali byť.“⁵⁵ Práve dospievajúca mládež, ktorá si vytvára názory a hodnoty, nemusí mať zdroje či možnosti kriticky reflektovať to, čo jej reklama ponúka. Mýtus krásy sa nám snaží nahovoriť, že objektívne existuje kvalita zvaná „krása“: pracuje s tým, že správanie ženy, teda konzumentky, ju má vždy doviesť k istému modelu. Ženy a dievčatá, ktoré nespĺňajú striktné kritériá mýtu krásy (ktorými sú najmä štíhlosť a mladosť) to často vedie k pocitom viny a hanby, pretože cieľom mýtu krásy je, aby sa všetky konzumentky snažili priblížiť reklamným modelkám. To je vo väčšine prípadov však nemožné, najmä v dobe photoshopu a retušovania. Ako podotýka aj Jean Kilbourne, ideál, ktorý reklamy ponúkajú, nie je možné dosiahnuť, pretože photoshop dokáže odstrániť či upraviť aj póry alebo tvar tela spôsobom, ktorý by bol v realite anatomicky alebo biologicky nemožný. Mýtus krásy tak často smerom najmä k mladým dievčatám vysiela správu o tom, že sú nehodné alebo nedostatočné, pretože ich na jednej strane núti podobať sa modelu, ktorý je v realite nedosiahnuteľný, a zároveň im tak komunikuje to, že nikdy nebudú vyzerať ako modelky v časopisoch a reklamách, ktorým by sa však mali snažiť priblížiť. Mýtus krásy má teda silný vplyv na ich sebavedomie a sebavnímanie.

Mýtus krásy a jeho vplyv

Kozmetický priemysel, podobne ako výrobcovia, ktorí ponúkajú diétne prípravky, veľmi často využíva mýtus krásy ako imperatív ženskej krásy a jeho diktát je prítomný aj v slovenskom reklamnom priestore. Mimoriadne dôležitú úlohu v ňom pritom zohrávajú ženské časopisy. Naomi Wolfová, autorka známej publikácie s rovnakým názvom, píše: „Viac než storočie sú ženské časopisy jedným z najsilnejších faktorov, ktoré menia roly žien [...] Kým vtedajší inzerenti predávali výrobky do domácnosti, moderní inzerenti predávajú skôr diétne výrobky, „špecializovanú“ kozmetiku a krémy proti starnutiu než výrobky pre domácnosť. Zisk časopisov z reklám na toaletné výrobky a kozmetiku v roku 1989 predstavoval 650 miliónov USD, zatiaľ čo „mydlá, čistiacie a leštiace prostriedky“ vyniesli iba desatinu tejto sumy. Preto sa moderné ženské časopisy teraz orientujú viac na krásu ako na domácnosť. Ako zaistiť, aby zaneprázdnené, stimulované pracujúce ženy pokračovali v nákupoch v rovnakej miere ako predtým, keď na to mali celý deň a nevenovali sa takmer nijakým iným zaujímavým činnostiam? [...] Nieкто musel akosi prísť na to, že ženy budú kupovať viac, ak budú držané v pozícii nádejných „krásavíc“, ktorá ich naplňa sebenenávisťou, neúspechom, hladom a sexuálnou neistotou.“⁵⁶

Mýtus krásy je tak implicitne prítomný takmer na všetkých reklamách a komunikačných objektoch, ktoré charakterizuje prítomnosť modeliek. Z hľadiska semiológie je možné sa domnievať, že ak sa zadávateľ reklamy rozhodnú na vizuále využiť prítomnosť modelky, ktorá nespĺňa kritériá mýtu krásy, majú na to svoje profesionálne dôvody, najčastejšie späté s komunikačnou stratégiou či osobitosťou ponúkaného produktu. V roku 2017 bol napríklad v jednej z nominovaných reklám použitý vizuál, na ktorom bola zobrazená staršia pani – pravdepodobne dôchodkyňa. Aj realizátorky projektu si všimli,

⁵⁵<http://www.medialit.org/reading-room/beautyand-beast-advertising>

⁵⁶Žena nie je tovar, str. 133 – 134.

že takéto zobrazenie pôsobí na diváctvo relatívne mäťúco: „Vizuál je mäťúci. Staršia žena pôsobí atypicky v porovnaní so zvyčajným využívaním mladých žien v tomto type reklám. V kombinácii so samotným produktom sa ponúka interpretácia, že reklama sa pokúša ironizovať svoj vlastný slogan. Zároveň však istým spôsobom ironizuje aj zobrazovanú ženu, keď nám ageisticky podsúva asexuálnosť túžob staršej ženy.“ Podobné zobrazenia na väčšinu divákov a diváčok pôsobia zvláštne či prekvapivo – veľmi často sme ako spoločnosť navyknutí len na istý typ ženskej krásy, limitovaný a obmedzený svojimi striktnými kritériami – reklama nám vo svojej podstate ani neponúka nič iné – a to je jasným dôkazom omniprezentného mýtu krásy a tiež stereotypov, ktoré fungujú takpovediac v každom type reklamy.



Jazykový sexizmus

„Spôsob, akým o javoch, veciach, vzťahoch a osobách hovoríme, aký jazyk na ich označovanie používame, nielenže prezrádza mnohé o našom vnímaní daného javu, veci, vzťahu či osoby, ale toto vnímanie aj výrazne ovplyvňuje. No a keďže jazyk je vecou spoločenskej „dohody“ a produktom kultúry v najširšom slova zmysle, kadečo prezrádza o spoločnosti, v ktorej žijeme,“ uvádza publikácia Žena nie je tovar⁵⁷.

Sexistické prvky nie sú len predmetom reklamných vizuálov; nachádzajú sa neraz aj v slogane či názve produktu. Veľmi často sa tiež pohrávajú so vzťahom vizuál-popis, teda vzájomne nadväzujú či zodpovedajú jeden druhému. Implicitné narážky sú však len jedným z prostriedkov, ktoré jazykový sexizmus využíva. Jazyk ako taký sa v reklame a marketingu používa rôznymi spôsobmi, ktoré implicitne vysielajú správu o našom podvedomom vnímaní žien a mužov. Klasickým príkladom rodovo

⁵⁷Žena nie je tovar, str. 15

necitlivého jazyka je pritom používanie generického maskulína, ktoré sa bežne používa nielen v reklamnej, ale aj v bežnej komunikácii. Počas prvého ročníka Sexistického kixu sa organizátorky dokonca stretli s reklamou, ktorá ponúkala gynekologické služby potenciálnym „pacientom“. Hneď dvakrát bola nominovaná aj reklama, ktorá konzumentom ponúkala „kompletku“: ponúkané služby sa tak priamo pohrávali s pornografickými motívmi.

Zhrnutie – vplyv sexistických prvkov a ich využitie v reklame

V krátkosti sme videli, ako jednotlivé aspekty sexistických reklám nadväzujú jeden na druhý, ako boli postupne vytvorené a vybudované v kultúre konzumnej spoločnosti, ženských časopisov a ekonomických imperatívov inzerentov a zadávateľov. Videli sme, že rodové stereotypy sú prítomné takmer v každom aspekte sexistického reklamy a podobne, ako aj iné komunikačné systémy, sexistické prvky v reklame často fungujú ako svojský jazyk či kódex, ktorý má svoju vnútornú logiku, a v ktorom jednotlivé znaky nadväzujú na ostatné. Napríklad, sexualizácia, spredmetňovanie a fragmentácia sú často medzi sebou úzko späté: fragmentácia vyhraňuje len určité časti ženského tela; spredmetňovanie zobrazuje ženské telo ako produkt a sexualizácia neraz prezentuje ženu len ako sexuálny objekt. Jednotlivé prvky v sexistických reklamách teda fungujú neoddeliteľne spolu. V krátkom prehľade jednotlivých aspektov vidíme, že slovenský reklamný priestor zväčša kopíruje veľké trendy, ktoré sú pozorovateľné v sexistických reklamách inde vo svete. Ich analýza by si samozrejme vyžadovala omnoho väčší priestor, ale v krátkom zhrnutí by sa dalo konštatovať, že jednotlivé sexistické prvky sú systematicky prítomné aj v slovenskom reklamnom priestore, a je pozitívne, že verejnosť dostala možnosť vyjadriť sa k nim aj prostredníctvom anticeny Sexistický kix, ktorá otvorila verejnú debatu na túto tému aj v mediálnom a reklamnom priestore Slovenska. Ďalším pozitívnym bodom, ktorý sa dá vyzdvihnúť, je aj snaha uvádzať na stránke Sexistického kixu príklady pozitívnej praxe. Podobne ako pri reklamách, ktoré vykazujú prvky sexismu, sú aj pri pozitívnych príkladoch reklám popisy, ktoré vyzdvihujú nápad alebo koncept, ktorý reklama vykazuje. Ako príklad môžeme uviesť nasledujúcu reklamu:



„Áno, aj ženy sú schopné kosiť! Asi to nie je prekvapenie, ale väčšina reklám sa tvári, že záhradné činnosti vedia/môžu vykonávať výhradne muži (snáď okrem sadenia kvetov, ktoré je tradične považované za feminínu činnosť). Táto reklama je príjemným osviežením od mainstreamových stereotypných reklamám vychádzajúcich z [rodovo tradičnej del'by práce](#).“

Túto a mnohé ďalšie reklamy je možné nájsť priamo na stránke [sexistickykix.sk](#). Návštevníci a návštevníčky majú možnosť na týchto stránkach nájsť nielen príklady sexistických reklám, ale aj príklady dobrej praxe a inšpirácie. Verejná debata a záujem verejnosti o tému sexistickú reklamu a jej vplyvu na životy žien má veľký prínos z hľadiska eliminácie násillia na ženách a diskriminácie žien, nakoľko otvára citlivé a delikátne aspekty reklamy a jej vplyvu na životy reálnych žien.

3. ZÁVERY A ODPORÚČANIA

Ako bolo spomenuté v úvodných kapitolách, médiá významne vplývajú na formovanie povedomia verejnosti vo vzťahu k domácemu násilliu a násilliu páchanému na ženách. Z tohto pohľadu môže neadekvátne spravodajstvo bez kontextualizácie a spravodajstvo uprednostňujúce senzácie posilňovať rodové stereotypy, ktoré ďalej „zdôvodňujú“ jeho existenciu. Na druhej strane môžu médiá prispieť k sociálnej zmene tým, že budú podporovať nulovú toleranciu k násilliu páchanému na ženách. Môžu aktívne zvyšovať povedomie o násillí a o jeho štruktúrálnej povahe, a v neposlednom rade zrozumiteľne a prístupne komunikovať s cieľom poskytnúť potrebné informácie a zaistiť bezpečnosť ohrozených osôb.

V monitoringu spravodajstva za roky 2016 – 2017 sme sa primárne zameriavali na kvantitu a kvalitu mediálneho pokrytia problematiky násillia páchaného na ženách. Upustili sme od všeobecnejšieho monitoringu podpory rodovej rovnosti a získaný priestor bol venovaný obsahovej analýze a hlbšej analýze vybraných príspevkov s cieľom analyzovať prax v poskytovaní informácií osobám, ktoré zažili násillie. Osobitná kapitola zhodnotila dva roky existencie reklamnej anticeny Sexistický kix ako ďalšieho príkladu dobrej praxe.

Rovnako ako v poslednom realizovanom monitoringu sme v sledovanom období identifikovali **negatívne aj pozitívne prípady informovania o násillí páchanom na ženách**. Niektoré z príspevkov informovali o NPŽ ako o skutku v dôsledku žiarlivosti či skutku z vášne. Objavovali sa prvky senzáčnosti, najmä v titulkoch printových a internetových príspevkov, tiež explicitné opisy násillia v mene získania pozornosti. Viaceré z príspevkov sa venovali len konkrétnym násillným incidentom bez zasadenia do širšieho kontextu a priblíženia štruktúrálnej povahy násillia. V niektorých prípadoch sa o žene a deťoch hovorilo ako o „obetiach“, menší dôraz sa kládol na prezentáciu obetí ako na tie, ktoré prežili násillie (survivors).

Zároveň sa vo viacerých príspevkoch násillie páchané na ženách objavovalo v spojitosti s aktuálnou témou migračnej krízy: niektoré príspevky tak mohli o téme násillia, no i o téme azylu šíriť zavádzajúce a stereotypné informácie.

Z hľadiska **príkladov dobrej praxe** v monitorovanom období vyzdvihujeme v niektorých správach relatívne komplexné informácie o štruktúrálnej povahe NPŽ, o jeho jednotlivých podobách, o druhoch a príznakoch násilného správania u partnera, rovnako tak príkladoch správania žien, ktoré prežívajú násilie a okolie ich tak môže jasnejšie identifikovať. Vo viacerých príspevkoch ich autori a autorky využívajú aj štatistické údaje o NPŽ a poznatky z policajnej praxe. Ako pozitívne hodnotíme aj porozumenie faktu, že viac nahlasovaných prípadov násilia je všeobecne pozitívnym javom. Táto téma rezonovala v úvode roka 2017 vo viacerých príspevkoch. Objavili sa aj príspevky tematizujúce násilie na mužoch zo strany žien a otvorene poukazujúce na rodové stereotypy vo vnímaní úlohy mužov a žien v spoločnosti.

Pozitívne sa dá vnímať aj fakt, že správy o domácom násilí sa do veľkej miery objavovali aj v regionálnych médiách: o téme násilia celkovo informovali rôzne typy médií, pričom mnohé z nich poskytli kvalitné informácie pre obeť, vrátane kontaktov na núdzové zariadenia a linky. Ďalším pozitívnym zistením bolo aj dôležité búranie mýtov o násilí v niektorých príspevkoch, napr. že násilie sa môže diať aj v rodinách s priaznivejším ekonomickým zázemím. Mediá taktiež priniesli informácie o programoch pre páchatel'ov násilia, a v neposlednom rade boli identifikované aj príspevky o dopadoch násilia na deti a o nutnosti konať v tejto téme, čo môže zohrávať dôležitú úlohu pri primárnej prevencii násilia.

V rámci prípadového monitoringu – zhodnotenia dvoch ročníkov anticeny Sexistický kix sme aj napriek viacerým príkladom dobrej praxe konštatovali stále vysoký podiel rodových stereotypov a lingvistických štruktúr, ktoré sa k nim viažu. Sexistické prvky ako spredmetňovanie, fragmentácia či jazykový sexizmus sa systematicky vyskytujú v slovenskom reklamnom priestore a utvrdzujú tak rodové stereotypy a rodovú nerovnosť, ktorá sa v médiách stále vyskytuje. Zároveň sme však zaznamenali aj príklady dobrej praxe, ktoré zohrávajú dôležitú úlohu, a ktoré sú taktiež zverejnené na internetovej stránke projektu. Anticena Sexistický Kix tak pomohla otvoriť a podnietiť debatu o rodovej rovnosti a etike v oblasti reklamy v slovenskom verejnom priestore, čo vnímame ako pozitívny a posilňujúci prvok aj do budúcnosti.

Na základe uvedených záverov pripomínáme odporúčania z roku 2010 a 2011 a ponúkame aj nové návrhy na zlepšenie situácie:

Opätovne zdôrazňujeme potrebu **eliminácie sexizmu a sexualizácie, mediálneho násilia a neprimeraného zobrazovania násilia** v mediálnej produkcii pre deti aj pre dospelých v príslušnej legislatíve a profesijných etických kódexoch.

V zmysle odporúčania posledného monitoringu zdôrazňujeme potrebu zabezpečiť **posilnenie regulačných mechanizmov** a ich efektivity v danej oblasti zriadením osobitnej komisie v rámci už existujúcich slovenských regulačných úradov (Rada pre vysielanie a retransmisiiu, Tlačová rada, Rada pre reklamu), resp. prizvať expertku/ experta na problematiku rodovej rovnosti k posudzovaniu relevantných podnetov. Komisia a rovnako prizvaná expertka/expert by boli dôkladne vyškolení v danej oblasti a zároveň by iniciovali podnety a prešetrenie prípadného porušenia už daných legislatívnych ustanovení príslušných zákonov.

Zrealizovať osobitnú analýzu efektivity samoregulačných a regulačných opatrení v oblasti médií a reklamy.

Vypracovať stručný, prehľadný a zrozumiteľný manuál pre žurnalistov a žurnalistky o citlivom a korektnom informovaní o násilí páchanom na ženách vrátane informácií o dostupnej pomoci pre ženy zažívajúce násilie. Manuál by mal byť pravidelne aktualizovaný, voľne dostupný a mala by byť zabezpečená jeho distribúcia do všetkých médií. Rovnako navrhujeme zväziť jeho dissemináciu na všetkých katedrách žurnalistiky.

Podporiť **implementáciu mediálnej výchovy** na základných a stredných školách ponukou spolupráce s Centrom mediálnej výchovy a doplnenie osnov a študijných materiálov o problematiku sexualizovanej objektifikácie dievčat/adolescentiek a žien, ako významného faktora výskytu násillia páchaného na ženách a dievčatách, sexuálneho obťažovania a udržiavania rodových nerovností.

Zaradiť medzi monitorované médiá aj príklady sociálnych médií, ktoré sú v súčasnosti významným nositeľom zmien, trendov, pokroku, ale aj reprodukcie škodlivých stereotypov. Vzhľadom na ich špecifický charakter a dynamiku ide o zatiaľ nepreskúmanú oblasť s len odhadovaným vplyvom, no bez možnosti ignorovať ho v budúcnosti.

LITERATÚRA

Bútorová, Z., Filadelfiová, J., 2005, Násilie páchané na ženách ako problém verejnej politiky, Násilie páchané na ženách ako problém verejnej politiky, Inštitút pre verejné otázky, ISBN 80 - 88935-78-4 45

COUNCIL OF EUROPE, 2015, Encouraging the participation of the private sector and the media in the prevention of violence against women and domestic violence: Article 17 of the Istanbul convention, <https://rm.coe.int/16805a20d6>

Cviková J., Juráňová J., Kobová Ľ., Žena nie je tovar, Aspekt, 2005

EIGE, 2013, Advancing gender equality in decision-making in media organisations, Report <http://eige.europa.eu/rdc/eige-publications/advancing-gender-equality-decision-making-media-organisations-report>

Holubová, B., Špringelová, M., 2012, Monitoring médií a reklamy z hľadiska prevencie násillia páchaného na ženách a podpory rodovej rovnosti za rok 2011, IVPR,

http://www.ceit.sk/IVPR/images/IVPR/vyskum/2012/Holubova/2261_holubova_monitoring_medii.pdf

Mesochoritsová, A., 2005, Médiá a násilie páchané na ženách, v Bútorová, Z., Filadelfiová, J., (editorky), Násilie páchané na ženách ako problém verejnej politiky, Inštitút pre verejné otázky, ISBN 80 -88935-78-4 45

Morgan, J., Politoff, V., 2012, Victorian print media coverage of violence against women: A longitudinal study. Melbourne: VicHealth

Národný akčný plán na prevenciu a elimináciu násillia páchaného na ženách na roky 2014 – 2019, http://www.gender.gov.sk/wp-content/uploads/2012/06/NAP_nasilie_print.pdf

Renzetti, C., Curran, D.J., 2003, Ženy, muži a spoločnosť, Karolinum, Univerzita Karlova , Praha, ISBN 80-246-0525-2

Taylor, R., 2009, Slain and slandered: A content analysis of the portrayal of femicide in crime news. Homicide Studies, 13(1), 21-49

UNESCO, 1999, Guidelines on Gender-Neutral language, Unit for the Promotion of the Status of Women and Gender Equality

WHO, 2013, Promoting gender equality to prevent violence against women. World Health Organization. ISBN 978 92 4 159788 3

Zoonen, L. van, 2000. Feminists Media Studies. Sage. <http://www.google.com/books?hl=sk&lr=&id=SnT2tnhJ7u0C&oi=fnd&pg=PP9&ots=I0Yr1TOHBv&sig=QAdKNQ3i2Xy14FU-3GyKSY0Xz-4#v=onepage&q&f=false>

PRÍLOHY

PREMENNÉ MONITORINGU SPRAVODAJSTVA - KÓDOVACÍ RÁMEC

Toto je stručný súhrn kódovacieho rámca použitého v rámci kvantitatívnej časti monitoringu. Táto stať zahŕňa (ale nie výlučne):

1. ÚVODNÉ INFORMÁCIE

Kritériá výberu médií:

- druh média: tlačené, elektronické, televízne, rozhlasové
- celoplošné vs. regionálne
- verejnoprávne vs. súkromné
- typ média „kvalita“ vs. „populárne“ médiá;
- titulok;
- dátum vydania;

Kódované: iba správy spravodajstva. V elektronických médiách boli kódované všetky správy.

Predmet NPŽ (násillia páchaného na ženách) – označuje konkrétne predmety v rámci problematiky NPŽ.

- Vražda/zabítie ženy mužom - úmyselné aj neúmyselné, z nedbanlivosti
- Psychické násillie páchané mužmi na ženách – neustála kritika, ponižovanie, nedôstojné správanie sa k žene, vyhrážanie, vyvolávanie strachu, krik a nadávky
- Fyzické násillie páchané mužmi na ženách – facky, buchnáty, zvalenie na zem, škrtenie, pálenie, ohrozovanie nožom/zbraňou, zbitie, napadnutie s ublížením na zdraví, bez ublíženia na zdraví,
- Sexuálne násillie : znásillnenie /nútenie k sexuálnym praktikám, sexuálne napadnutie, pokus o znásillnenie, sexualizované násillie
- Ekonomické násillie páchané na ženách – neprispievanie na domácnosť, na výživu na deti, rozpredávanie spoločného majetku, rozbíjanie spoločných vecí, obmedzovanie zamestnania ženy
- Sociálne násillie – neustála kontrola ženy mužom, zakazovanie vychádzania a stretávania sa s príbuznými, priateľmi/kami, zakazovanie stretávania sa s príbuznými, zakazovanie rozprávania sa s inými mužmi,
- Partnerské násillie, týranie blízkou osobou (bývalým či súčasným partnerom – manžel, druh, milenec, inými príbuzným – otec, brat, strýko, otčím, syn,...)
- Sexuálne obťažovanie na pracovisku: verbálne/neverbálne, bossing/peering, vydieranie
- Obchodovanie so ženami: sexuálne vykorisťovanie, prostitúcia, pornografia, kupliarstvo

- Informovanie o pomoci ženám zažívajúcim násilie, službách, poradenstve, linky pomoci, ženské domy/azylové domy
- Prevencia rodovo podmieneného násilia, kampane, programy, aktivity
- Iné špecifikujte v poznámkach

Príspevky identifikované ako tematicky zamerané a zasadzujúce násilie páchané na ženách do širšieho kontextu obsahovali:

- hlavnú tému príbehu (kampan zameraná na zvyšovanie povedomia, právna reforma; aktuálne štatistiky pre oblasť násilia páchaného na ženách; atď.); a
- kľúčové témy.

Články zamerané na konkrétne incidenty obsahovali všeobecné informácie o prípadoch, ako napríklad:

- počet páchatel'ov / obetí;
- druh násilia (napr. fyzické násilie, sexuálne násilie, psychické násilie atď.);
- či bol incident smrteľný;
- história trestnej činnosti páchatel'a;
- či bolo uvedené, že medzi obeťou a páchatel'om existuje vzťah;
- slávni páchatelia / obeť;
- informácie o pozadí a informácie o konkrétnych udalostiach.

Kontextualizácia príbehu zahŕňala zverejnenie zdrojov, referencií, jazyka a mýtov.

Svedectvá a zdroje:

zdroje citované alebo parafrázované (t.j. právnik, sudca, páchatel', žena, ktorá zažila násilie, svedok, rodinný príslušník páchatel'a a/ alebo obeť, atď.).

Informácie:

- všeobecné informácie o násilí páchanom na ženách (t.j. varovné príznaky, informácie o prevalencii, štatistiky atď.);
- ďalšie zdroje (t. j. linka pomoci a pod.);

Jazyk:

- senzačný titulok;
- explicitné opisy násilia a udalostí;
- zľahčovanie alebo trivializácia domáceho násilia;
- zavádzajúci jazyk (t.j. úmyselné zadržanie informácií, ktoré vyvoláva dojem jednorazového incidentu ako náhodného útoku, keď v skutočnosti ide o domáce násilie);
- použitie slov "údajný".

Mýty a mylné predstavy zahŕňali:

- alkohol / drogy / stres "spôsobujú" násilie voči ženám;
- ženy klamú o sexuálnych útokoch a násilí;
- násilie spôsobilo provokatívne správanie ženy;
- "niečo" (žiarlivosť, návrh na rozvod, iné) "vyvolalo" násilie;
- označenie násilia za niečo iné (napr. "incident"); a
- obeť a páchatel' sú rovnako zodpovední za násilie.

Inštitút pre výskum práce a rodiny vydal túto publikáciu ako súčasť výstupov národného projektu Prevencia a eliminácia rodovej diskriminácie OP ĽZ NP 2018/4.1.2/01., ktorý sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu a Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Ľudské zdroje www.esf.gov.sk