



## Identitatea feminină și discursul medical în România postcomunistă

Daniela Kovács-Frumușan

La mai bine de zece ani de la colapsul totalitarismului (ca excludere a individului și diferenței), o reproblematică a categoriei „femeie” implică o reflecție legitimă asupra identității, autonomiei și valorilor feminine, dar și asupra unor valori universale, precum subiectivitatea, autosatisfacția, comunicarea (altfel spus, valorizarea experienței, memoriei, relației ca un complement absolut necesar al expertizei și competitivității).

Recompunerea identitară se bazează în egală măsură pe schimbarea voluntaristă a ordinii sociale (dezbaterile actuale privind paritatea în reprezentarea politică, legitimarea unor noi actori sociali) și pe o reflecție critică denunțătoare a stereotipurilor de gândire și acțiune (cf. P. Bourdieu, A. Tourraine etc.).

Dacă oprimarea femeilor – „majoritate tăcută” de-a lungul istoriei – are profunde rădăcini lingvistice și comunicaționale, ansamblul reprezentărilor sociale (cu precădere imaginile mediatizate) și limbajul devin cheia schimbării hegemoniei masculine. Genul nu este doar o „diferență” biologică și culturală, el este în primul rând o problemă de putere și de dominare simbolică exercitată la locul de muncă, pe stradă, în spațiul privat. Cei care dețin puterea decid asupra modului de lectură a realității, asupra normelor de comportament, altfel spus, asupra normei și devianței. Maximele dominante sunt prezentate ca reguli universale, atemporale, emblematice pentru experiența umană în general. Cercetările psihosociologilor și ale antropologilor nu au găsit variații semnificative privind sociabilitatea, motivarea, stima de sine sau abilitățile cognitive legate de diferența sexuală. În ciuda rezultatelor cercetărilor, percepțiile privind rolurile sexuale și de gen sunt departe de a se fi modificat radical. Procesul prin care se construiește identitatea feminină este mai puțin determinat de factori biologici inerenți, cât de norme externe și relații de putere ce consolidează „dominația masculină” (P. Bourdieu).

„Feminitatea și masculinitatea nu sunt esențe, ci moduri de a trăi anumite relații” (R. Connell, 1987, p. 179). De aici definiția masculinității și a feminității în raport cu teoria gramsciană a hegemoniei ca ascendență socială. Această ascendență nu semnifică neapărat recursul la forță, ci este reprezentată de doctrine și practici, conținutul media, structura veniturilor, politicile sociale etc.

Din această perspectivă, reprezentările sociale sunt considerate drept o formă de construcție a realității. Pentru Denise Jodelet, postulatul fundamental în studiul reprezentărilor sociale este „interrelația, corespondența dintre formele de organizare și comunicare sociale și modalitățile de gândire socială concepută prin prisma categoriilor, operațiilor și logicii sale” (D. Jodelet, 1994, p. 46). Reprezentările sociale instaurează o polarizare a valorilor și configurează categoriile de percepere și definire a socialului; ziarele, revistele, televiziunea, ficțiunea, Internetul vehiculează principalele reprezentări ale femeilor și bărbaților.

Anihilarea simbolică a femeii, care a fost observată de Gaye Tuchman acum un sfert de secol, se perpetuează în ciuda „revoluției feminine” (G. Lipovetsky), a bătăliei pentru șanse egale și paritate. În contextul menținerii invizibilității sau marginalității femeii în mass-media (fenomen datorat atât masculinizării sferei publice, cât și reticenței femeilor însele de a intra în politică – situație valabilă mai ales în țările postcomuniste), ni se pare esențial ca discursul mediatic să inițieze o schimbare de paradigmă, susceptibilă să producă erodarea clișeelelor și revalorizarea rolului feminin în spațiul public.

După marile mișcări de eliberare colonială, asistăm, începând cu a doua jumătate a secolului XX, la două mari forme de „recompunere a lumii”: gândirea și acțiunea feministe strâns legate de ecologie, ca responsabilitate față de valorile naturii – sursa vieții – și ale culturii. „După mișcarea muncitorească și mișcările de eliberare națională, mișcarea femeilor luptă pentru depășirea opozițiilor ierarhizate între un pol rațional masculin, burghez și occidental și un pol irațional feminin, popular și indigen” (A. Tourraine, 1999, p. 99).

„Dacă este adevărat că principiul de perpetuare a raportului de dominare masculină nu rezidă în primul rând în cadrul unității domestice, ci în instanțe precum școala, statul – spații de elaborare și impunere a principiilor de dominare care se exercită în sânul universului celui mai privat – câmpul de acțiune deschis luptelor

feministe este imens și se plasează în cadrul luptelor politice contra tuturor formelor de dominare” (P. Bourdieu, 1999, p. 82). În cadrul acestei lupte și dând sens unor construcții identitare de autonomizare se situează prezentul proiect – descriere a stării actuale de fapt și vector de acțiune viitoare.

Deși la modă nu mai sunt marile mișcări sociale, amplele mobilizări colective, ci mai degrabă proiectele identitare individualizate, nu trebuie să uităm că feminismul este *ismul* care a dăunat cel mai puțin de-a lungul istoriei; dimpotrivă, printr-un efort uriaș, el a contribuit la schimbarea destinului unei jumătăți din omenire, mult timp redusă la tăcere.

Îndeobște asociat unor concepte istorice precum postcomunism, postcolonialism, societate postindustrială, în cazul noțiunii de feminism va trebui să distingem între practica militantă, aflată într-un anumit recul, și accepția teoretică poststructuralistă deconstrucționistă, care reprezintă un progres al feminismului spre o gândire mai complexă.

Mișcarea feministă continuă să fie una dintre cele mai importante bătălii pentru justiție, dreptate socială din lumea contemporană precum și o importantă alternativă la gândirea modernă, logocentrică și instrumentală.

Asociat postmodernității și structuralismului, feminismul pledează pentru valorizarea proximității empaticе, a interconexiunii și primatului relației.

Nomadismul promovat de una din cele mai importante voci ale feminismului contemporan, Rosi Braidotti, este pandantul unei politici a rezistenței „periferiei” la noi presiuni hegemonice (R. Braidotti, 1994, pp. 16-17). Estetica nomadă promovează contingentul, schimbarea, istoria individului, nu a conceptelor abstracte. Rezistând asimilării, feministele (și feminiștii) sunt intelectuali critici care nu uită nedreptatea și sărăcia simbolice: memoria lor acționează împotriva curentului; ei actualizează rebeliunea formelor de cunoaștere și comunicare subjugate.

Feminismul ca practică, proiect colectiv și impuls creator poziționează diferența drept forță pozitivă, articulează problemele identității de gen cu subiectivitatea și legitimarea epistemologică (G. Lipovetsky, 1997; P. Bourdieu, 1997; R. Braidotti, 1994 etc.).

Gândirea feministă refuză subiectivitatea lineară, promovând o entitate mobilă, o rețea de interconexiuni. Cultivând o devenire colectivă „poliglotă”, practica feministă construiește și deconstruiește



similaritatea femeilor ca *deuxième sexe*, evidențiind complexitatea condițiilor materiale și simbolice în care femeile reale trăiesc, speră, se frământă, năzuiesc.

Într-o perioadă de așa zis „postfeminism”, etichetată astfel de mass-media occidentale (și funcționând ca *self-fulfilling prophecy*), manifestările feministe sunt văzute ca crize de isterie, și nu luări de poziție ce pun în discuție ordinea socială; numeroase femei împărtășesc această opinie și refuză să se identifice ca feministe. Contrar eroilor masculini care servesc drept model, feministe sunt percepute mai degrabă ca antimodel cu care este desuet, ridicol, nepotrivit să te identifice.

Și totuși, revoluție de catifea sau bătălie de stradă (marșurile tăcute sau protestele violente), transformarea conștiinței femeilor și schimbarea valorilor în majoritatea societăților lumii contemporane (datorată feminismului) „a bulversat ansamblul umanului de la puterea politică la structura personalității” (M. Castells, 1999, p. 171). Această veritabilă schimbare de paradigmă ce a scos din umbră și tăcere jumătate de omenire a transformat complet economia și piața forței de muncă (prin accesul femeilor la educație), viața de familie (prin controlul reproducerii) și, desigur, identitatea „jumătății anonime”, așa cum a fost ea definită de bărbați și statuată de familia patriarhală.

Conștientizarea anonimării și trivializării femeilor este determinată de reconfigurarea identității feminine, operate de feminism.

„Responsabilitatea pleacă de la identitate... ea presupune valorizarea identității colective și regândirea sinelui ca o componentă a acestei identități. Identitatea feministă nu este un dat, ea se construiește... Astăzi, când feministe se întâlnesc, acționează împreună și citesc ceea ce alte feministe au scris, identități feministe se creează sau se consolidează. Când feministe vorbesc și acționează, teoria coboară în stradă și capătă sens. Când feministe citesc, ele mențin contactul și continuă să reflecteze împreună. Aceste două experiențe, transformarea personală și interacțiunea continuă fac feministe «interior responsabile» în fața mișcării feministe” (J. Mansbridge, *apud* M. Castells, 1999, p. 15).

Disoluția identităților rigide și a eului narcisist promovată de poststructuraliști echivalează cu parteneriatul, convivialitatea, non-centralitatea egoului dizolvat în proiectul colectiv feminist.

Sarcina generală și generoasă a feminismului – de deconstruire și reconstruire a unei identități feminine debarasate de sexismul

ancestral al instituțiilor societății – se descompune în varii obiective sectoriale precum critica feministă a limbajului, dinamitarea opozițiilor cultură de elită/cultură de masă, având drept corolar valorizarea experienței și (contra) culturii feminine, critica derapajelor mass-media ca *mâle-médias* etc., chestiuni pe care își propune să le problematizeze (și nu să le narcotizeze) lucrarea de față.

Jurnaliste și cercetătoarele feministe îi critică virulent pe cei care cred în desuetudinea feminismului: „Nu ne aflăm într-o eră postfeministă; expresia mi-a produs întotdeauna alergie. Ea sună ca o înmormântare de lux. Cum spunea ziarista americană Gloria Steinem: «Vorbim oare de postdemocrație?». Nu, feminismul nu a murit. El face o pauză, așteptând poate ca bărbații să participe în următoarea etapă” (C. Maillé, 2000, p. 440).

În același deceniu (1996), ziarista canadiană de televiziune, Madeleine Poulain, propunea în emisiunea sa *Le Point Média* un reportaj privind condițiile de posibilitate ale unei reviste feministe. Întrebând o ziaristă franceză: „Mai este posibil să propuneți un conținut feminist în revista dumneavoastră?”, ea primește răspunsul: „Feminist? Dar e complet demodat!”. Și aceasta pentru că, în cazul generației X, feminismul nu mai este o poziție confortabilă din cauza conotațiilor extremiste și vetuste: „În numeroase cercuri nu mai e de bonton să te afișezi ca feministă. Trebuie să ai 60 de ani, libertate academică și securitatea locului de muncă pentru a o declara fără a fi dezavuat” (F. Descaries, 1999, p. 528).

Ipoteza fondatoare a demersului nostru este simbioza unor categorii mult timp separate: raționalul și afectivitatea, expertiza și empatia, conținutul și relația etc. „Auzim mult mai des femeile spunând: Vreau să am o viață profesională, intelectuală reușită, dar vreau și o viață afectivă, familială. Bărbații se simt obligați să comande sau să fie comandați, se simt închiși în lumea profesională și raționalitatea instrumentală. Femeile știu mai bine astăzi să concilieze universul afectiv și universul cognitiv, ele sunt mai sensibile la metisaj și cosmopolitism. În plan personal, aș fi preferat să trăiesc într-o lume în care genurile să fi fost mai amestecate decât lumea în care am trăit” (A. Tourraine, 2000, p. 255).



## 1. Postmodernism/postmodernitate/societate postindustrială

### 1.1. Modernitate/postmodernitate

Mișcare ambivalentă, postmodernismul marchează atât separarea de modernism (printr-o disociere cronologică și tipologică), cât și redefinirea acestuia (prin reinterpretarea unor mărci caracteristice).

Ceea ce subliniază postmodernismul este faptul că realitatea a fost dintotdeauna „culturală”, bazată pe reprezentări (imagini, idei, produse ale ideologiei). Pe baza noțiunii aristotelice de *doxa* (în sensul de opinie comună, *voix de la nature*), Linda Hutcheon (1997, pp. 14-15) concepe postmodernismul ca pe un proces de dedoxificare culturală, de transformare a reprezentărilor culturale în perimetrul unei critici denaturalizante.

În viziunea lui Gilles Lipovetsky (1983, pp. 89-151), postmodernismul este echivalat cu o logică hedonistă, cu personalizarea carierei, *loisir*-ului, proiectului existențial. Logica disciplinei, privațiunii, sacrificiului (*crêpuscule du devoir* în formularea metaforică a aceluiași Lipovetsky) este înlocuită cu o nouă modalitate (fluidă, non-directivă), *self-protective*, de asumare a relațiilor sociale și a traseului egoului). Dreptul la libertate, la autodeterminare nelimitat în teorie, dar cenzurat de constrângeri economice și politice impune o obsedantă căutare a identității; feminismul, revoluția sexuală, revendicările minorităților regionale și lingvistice, tehnologiile PSI țin de explozia diferențelor și cultul autenticității, al expresiei libere de orice constrângere. În aceasta constă și schimbarea fundamentală de paradigmă operată de postmodernism: preeminența individualului asupra universalului, a psihologicului asupra ideologicului, a diversității asupra omogenității, a permisivului asupra coercitivului.

Dacă epoca modernă era obsedată de revoluție și progres, cea postmodernă este dependentă de comunicare (noile tehnologii de informare și comunicare) și expresie, de supralicitarea personalizării și subiectivizării. „Epoca noastră a realizat o revoluționare a cotidianului și individualului: privatizare extinsă, erodare a identităților sociale, dezafectare ideologică și politică, destabilizare accelerată a personalităților, constituind o a doua revoluție individualistă” (G. Lipovetsky, 1983, p. 7). Postmodernismul suprimă distanța între

culturi (cultura „cultivată” și cultura „de consum”), dedramatizează conflicte și tensiuni, interrelaționează ironic și complice stiluri, tonuri, discursuri eterogene.

O nouă conștiință, din care orice urmă de mentalitate parmenideană axată pe conservare și permanență dispăre, se instalează într-un model heraclitean al mobilității, al „începutului perpetuu, al infinitei lejerități a lumii” (Fr. Ricard, 1994, p. 194).

Este absolut indispensabil să menționăm distincția între postmodernitate ca paradigmă, epistemă, context social, „tip de condiție umană existențială și socială” (V. Nemoianu) și postmodernism ca element în diacronia curentelor culturale. În tentativa de circumsciere a postmodernității, Virgil Nemoianu (1995, pp. 17-19) menționează următoarele elemente fondatoare:

- centralitatea comunicării (și rolul dominant al mass-media în formarea opiniei publice);
- civilizația postindustrială marcată de producerea informației, și nu a materialelor brute;
- tranziția de la revoluția lui Gutenberg la vizualul televizual și prezența virtuală;
- stabilirea de noi raporturi între femei și bărbați, având drept corolar sfârșitul dependenței, dar și declinul familiei;
- tensiunea între globalism și multiculturalism, altfel spus între universalismul generat de iluminism și specificitatea sexuală, etnorasială de origine romantică;
- conștiința de sine, autoanaliza;
- relativizarea și incertitudinea valorilor, dispariția macronarațiunilor concomitent cu insistenta chestionare a valorilor; Marx înlocuit de Nietzsche;
- jocul parodic cu istoria în literatură, dar și în arhitectură, urbanism etc.; propensiunea spre discontinuitate și eterogenitate;
- noua religiozitate de natură spiritual/mistică, și nu teologic/dogmatică, corelată unei morale practice.

Abordarea adecvată a fenomenului pare cea a multimilor vagi, *fuzzy*, în perspectiva unui câmp cultural caracterizat de un wittgensteinian „aer de familie” (cf. și M. Cărtărescu, 1999, pp. 8-9).

Mass-media și noile tehnologii contribuie substanțial la accentuarea fenomenului tranziției (cf. A. Toffler, 1973) ca instabilitate, insecuritate, accelerare exponențială a ritmului vieții, experiențelor profesionale etc. și, ca un corolar, la relativizarea valorilor („perspectivismul lumii moderne, tradus prin dezagregarea oricărei autorități

și prin relativizarea valorilor poate produce un sentiment de dezorientare și perplexitate culturală” – M. Cărtărescu, 1999, p.14).

Postmodernitatea inaugurează conceptul de gândire „slabă” (G. Vattimo), de adevăr influențat de modelul retoricii și experiența estetică, și nu de modelul pozitivist al cunoașterii științifice (G. Vattimo, 1993, p. 6).

O dată cu prăbușirea legitimităților metafizice (moartea „marilor povești”), cunoașterea europeană intră în impas. Determinismul absolut este detronat, arta și știința se vor confrunta cu paradoxul, entropia, indeterminarea. „Nu mai putem vorbi decât de „insule de determinism” instabile, produse de starea locală a sistemului, într-un ocean în mișcare haotică” (M. Cărtărescu, 1999, p. 42).

## 1.2. Postmodernism și feminism

În parcursul descentrant de la autoritarismul cultural modern la dialogul postmodern centru/periferie (etnică, sexuală, religioasă), discursul feminist joacă un rol crucial.

El actualizează principalele trăsături ideologice și sociale ale postmodernismului:

- asocierea cu societatea democratică (în care vocea „bărbaților albi maturi” poate fi polifonic însoțită de vocile „celuilalt sex”, altor vârste, altor rase);
- dependența de noile tehnologii, hegemonia mass-media (în care conceptele de contracultură, de medii alternative dublează *main-stream media* sau *male-stream media*);
- estetizarea și eticizarea existenței (în lumina unui hedonism „confortabil” nu doar pentru elitele sociale, rasiale sau sexuale, ci și pentru noile identități generate de *Women Liberation Movement*, *gay movement*, *Flower Power* etc.).

Dacă, din punct de vedere estetic, postmodernismul (în arhitectură, literatură etc.) este o „sincronie stilistică” (reciclare a miturilor și formelor istoric datate), din punct de vedere social, postmodernitatea este o sincronie sexuală (de la revoluția sexuală și militantismul anilor '70 la ecofeminismul anilor '90, la dezbaterile privind paritatea etc.) care promovează programe și proiecte feminine „biofile”, egalitare, relaționale, empatic.

Obsesia postmodernității este fragmentul, fractalul, ruptura, interpelarea minorității, refuzul oricărei forme de totalizare, potențial totalitare.

*Pattern*-ul global, elocvent formulat de Ihab Hassan, este infrastructurat de indeterminare (convergentă cu principiul incertitudinii formulat de Heisenberg sau incompletitudinea lui Gödel), imanență, prezența simulacrelor și pseudo-evenimentelor, lejeritate și evanescență, abordare ludică și transgresivă a cunoașterii și autorității, revoluția lingvistică și semiotică (*apud* M. Cărtărescu, 1999, p. 118).

**Indeterminarea** care nu trebuie în nici un caz valorizată negativ va fi considerată de Gilles Lipovetsky principala cucerire a femeii moderne.

**Fragmentarea și pluralizarea** sunt principalele caracteristici ale discursului postmodern care construiește, deconstruiește, reconstruiește pe baza țesăturii polifonice existente, a „rostirilor” care se „autosalvează” și autogenerază, fundamentate de un inesizabil *big-bang* discursiv anterior, care însă, departe de a scinda textul și lumea, ficționalizează existența și impune doze de „real” serialelor televizuale, story-urilor contraculturii feminine (*cf.* infra discursul mediatic).

**Decanonizarea culturii clasice** (delegitimarea culturii europene elitiste) a însemnat, pe de o parte, denaturalizarea modelului tradițional vest-european și, pe de altă parte, impunerea unor valori noi aparținând altor rase, religii, zone și evident celuilalt sex.

**Nereprezentabilul** (abjectul la Julia Kristeva) este în egală măsură propensiunea spre „camera interzisă” a basmului Barbă-Albastră prezentă în postmodernism (în literatura autoreferențială a lui Márquez, Eco etc.), dar și în feminism (valorizarea corporalității, experiențialului feminin).

**Ironia sau perspectivismul postmodern** preconizat de Eco tocmai în calitatea sa de irealitate, strategie ludică, fertilizare intra și intertextuală devine un principiu fondator al deconstrucției operate de feminisme asupra codurilor „stăpânilor” (L. Irigaray și deconstruirea freudismului și lacanismului).

**Carnavalescul** ca extraordinară productivitate a formelor, tentație a polifoniei, inversiunii, reconversiei de roluri și discursuri poate fi distins nu doar în colajele (lingvistice și semiotice) artei postmoderne, ci și în scriitura feministă.

**Performanță. Participare.** Situat sub semnul localului, efemerului, textul postmodern invită la performanță: rescriere, revizuire, reanalizare. „It wants to be written, revised, answered, acted out” (I. Hassan), la fel ca textul feminist interactiv, inconfortabil, interpelator.



## 2. Feminismul – teorie și practică

### 2.1. Incidențe în diacronia feminismului

Feminismul este o noțiune (mișcare, ideologie, filosofie?) pe cât de complexă, pe atât de contradictorie, astfel încât tentativa de definire (circumscriere, tipologie) nu poate fi decât provizorie, amendabilă.

Apărut în secolul al XIX-lea și atribuit (justificat sau nu) gândirii utopice a lui Fourier, termenul reapare în scrierile lui Dumas fiul în 1872 și apoi în numeroase texte feministe publicate în Franța și în străinătate; de fapt, Dumas împrumutase termenul din limbajul medical, unde desemna absență (diminuare) a virilității subiecților masculini. În perspectivă medicală sau politică, feminismul apare ca un caz-limită de narcotizare a diferenței sexuale (bărbatul asemănător femeii, femeia egala bărbatului). Deși în definirea sa politică feminismul însemna mișcarea de emancipare a femeii, de egalizare socială cu bărbatul, chestiunea care s-a pus imediat a fost cea a identificării eronate cu bărbatul alb, competitiv, individualist, norma unei societăți machiste, patriarhale, capitaliste. Feminismul se va contura de fapt ca mișcare împotriva multiplelor inegalități ale realității sociale: de clasă, de rasă (conceptul de *black feminism*), de statut social și, nu în ultimul rând, de *gender*. Obiectivul principal al mișcărilor feministe va fi tocmai asanarea societății prin suprimarea dominației și elitismului și instituirea autodeterminării.

Apariția neologismului *feminism* coincide în Franța cu cea de-a treia Republică și apariția individului-cetățean, altfel spus cu aparenta neutralizare a diferenței sexuale („Femmes, mères, amantes... citoyennes! La blouse plébéienne pour tous, le pantalon pour tous” – *Enfantin, Prédications somptuaires, apud M. Angenot, 1977, p. 168*).

Continuu ca mișcare socială (nu întotdeauna echivalentă cu feminismul) și discontinuu ca mișcare politică, feminismul s-a manifestat mai întâi ca atitudine individuală (începând cu secolul al XV-lea – Christine de Pisan, *Trésor de la Cité des Dames*, trecând prin manifestul lui Olympe de Gouges, *Les Droits de la femme*: „La femme a le droit de monter sur l'échafaud; elle doit avoir également celui de monter à la Tribune”), pentru a se contura în secolul XX ca praxis colectiv.

Feminismul ca politică „vizând schimbarea relațiilor de putere între bărbați și femei, relației de putere ce structurează toate spațiile existenței: familie, educație, politică, muncă, cultură, *loisir*” (C. Weedon, 1992, p. 1) își are rădăcinile într-o mișcare politică (*Women's Liberation Movement, Mouvement de Libération des Femmes*) ce a reprezentat o forță activă de schimbare în deceniul șapte.

„Un homme sur deux est une femme”, „À la femme inconnue du soldat inconnu” (inscripție pe coroana depusă în august 1970 la Arcul de Triumf, pe monumentul soldatului necunoscut) – iată doar câteva formule memorabile care au încercat să vizibilizeze „jumătatea anonimă” (M. Miroiu) a populației planetei. Generată și de discursul incendiar din '68, Mișcarea de Eliberare a Femeii denunța ferm valorile standard ale societății: eficacitate, competiție acerbă, dominare, violență, considerate trăsături masculine prin excelență.

Feminismul a contribuit într-o manieră decisivă la impulsivitatea reflecțiilor asupra scriiturii (cf. H. Cixous, J. Kristeva, L. Irigaray), a problematicii sexualității și identității, a subiectivității și înscrierii subiectului în enunț; toate aceste chestionări sunt de neconceput fără impactul feminismului, chiar dacă unele activități au avut loc la periferia sau în afara mișcării propriu-zise (cf. și L. Hutcheon, 1997, p. 24).

Ideologie integrativă – a societății, a eului și a culturii –, feminismul promovează revoluția socială, dar și revoluția limbajului și a codurilor estetice, pe acest din urmă front obținând succese notabile (cf. și Fr. Ricard, 1994, p. 206).

Feminismul a traversat șase valuri:

1. Perioada *Querelle des Femmes* (1400-1600) sub influența Christinei de Pisan, autoarea lucrării *Trésor de la Cité des Dames*, 1405 – problema identității femeii și extinderea influențelor politice;

2. *Feminismul raționalist* al secolului al XVII-lea – egalitatea sexelor în virtutea principiului rațiunii;

3. *Feminismul iluminist* (1750-1800) dominat de ideile lui Mary Wollstonecraft cu discuția conceptelor-cheie: feminin, feminitate, independență, egalitate. Sub influența lui Locke și Rousseau, se cere educație egală, șanse egale pentru ambele sexe;

4. *Feminismul utopic* (1820-1848) lansat de femeile din cercul Saint-Simon. Multe idei se vor regăsi în feminismul radical contemporan;

5. *Feminismul liberal* (1860-1920) sub influența lui John Stuart Mill – *Aservirea femeilor*, 1869. Rațiunea devine arma principală în



emanciparea femeilor. Feminismul liberal face din egalitatea și libertatea femeilor scopul central.

Sub influența liberală, mișcările feministe au condus la obținerea dreptului de vot la sfârșitul secolului al XIX-lea în Australia, Noua Zeelandă, începutul secolului XX – Marea Britanie, SUA;

6. *Feminismul contemporan* (după 1960) inaugurat de Simone de Beauvoir în 1949 cu *Le Deuxième Sexe*: „Nu ne naștem, ci devenim femei”. Diferențele nu mai trebuie tratate ca deficiențe, ci doar ca expresii mai variate ale umanului (M. Miroiu, 1995, p. 21).

Principalele orientări contemporane sunt:

*Feminismul liberal* a fost caracterizat drept feminism al drepturilor, distinct de celelalte socotite ideologice. Feminismul liberal e continuator al celui iluminist și liberal clasic. El este *reformist*. Pledează pentru reformularea sex-rolurilor (insistând asupra procesului de socializare), pentru educarea androgină a copiilor și pentru eliminarea sexismului din educație și limbaj.

*Feminismul marxist și socialist* consideră că doar joncțiunea feminism/marxism ar duce la emanciparea reală a femeii. Munca femeii în familie este destinată reproducerii capitaliste și patriarhale, constituind dubla povară (*double burden*). Feminismul socialist consideră femeile o clasă aparte, de a cărei exploatare depind atât capitalismul, cât și patriarhatul. Analiza de acest tip se combină cu cea psihanalitică în vederea „internalizării opresiunii”.

*Feminismul radical* este antireformist. Diviziunea pe sexe este considerată fundamentală, celelalte (pe clase, rase), secundare. Acest feminism are nuanțe soteriologice: femeile sunt biofile, iar bărbații necrofili.

*Ecofeminismul*: legătura cu materia a fost pierdută în feminismul liberal și socialist, care, mergând pe linia egalității, au preluat distanța tradițională natură/cultură ca distincție sex/gen și au insistat asupra reevaluării imaginii culturale a femeii, dar prin îndepărtarea sa de „natural”.

Vectorii activității feministelor militante au fost:

- definirea feminității și sexualității;
- campanii contra reificării femeii transformate în obiect sexual al consumului masculin;
- campanii împotriva pornografiei și violenței contra femeii în familie și în public;

- analiza dominării patriarhale în corelație cu dominația de rasă și de clasă într-un „reflex de chestionare a normalității”.

Punctul de plecare al feminismului este *structura patriarhală* a societății (interesul femeilor subordonat interesului bărbaților), de la *diviziunea sexuală* a muncii la normele *interiorizate de feminitate* (și anume că femeile sunt în mod natural echipate cu calități particulare: sacrificiu de sine, răbdare etc. care le precondiționează pentru rolul de mamă și soție).

Majoritatea *feminismelor* (feministelor) acuză *ineficiența teoriei care ar oculta centralitatea experienței*, caracteristică feminității.

Aceste argumente sunt asociate formelor occidentale de raționalitate, controlului masculin asupra naturii și femeii, puterii corelate violenței și oprimirii.

În *Gyn/Ecology* (1979), Mary Daly discută definiția masculină a sexualității feminine și practicile care repetă simbolic sacrificarea zeiței Mame (practica legării picioarelor în China, *sutte*-ul indian, cliterotomia). Experiența feminină nemediată de vreo teorie este baza politicii feministe.

*Feminismul radical* (atât cel francez, cât și cel american) întreprinde deconstrucția radicală a *limbajului patriarhal*.

Schimbarea politicii nu poate surveni în afara sau anterior resemantizării feminismului, motiv pentru care psihanaliza lui Lacan va fi reformulată de J. Kristeva, H. Cixous și L. Irigaray, iar limbajul feminin marginalizat de raționalismul masculin va fi revalorizat (limbajul poetic, mistic, magic, al foliei).

*Feminismul liberal* consideră că votul universal, alegerile libere și libertatea de asociere vor duce la eradicarea discriminărilor.

*Feminismul socialist* vizează dezvoltarea unei practici politice subsumate devizei *Le privé est politique*, dezvoltării democrației participative, nu doar a celei reprezentative.

*Feminismul radical* deconstruiește trecutul, autoritatea paternă, mizând pe constituirea unei culturi femino-centrice.

Dacă în teoriile *liberale* neacceptabilă e inegalitatea șanselor, în teoriile *socialiste și marxiste* neacceptabilă e exploatarea, inclusiv cea invizibilă (în familie), în teoriile *radicale* inacceptabilă e inexistența unei lumi de valori feminine, în teoriile *ecofeministe* neacceptabil e orgoliul nostru ca ființe umane, disprețul față de natură.

Dat fiind că feminismul liberal nu pune în cauză fundamentele societății, ci se arată dispus să lucreze (prelucreze) în cadrul existent,

el va fi acceptat ca „vocea publică a feminismului” (M. Mackie, 1991, p. 257), susceptibilă să contribuie la sensibilizarea publicului și la înțelegerea feminismului ca acceptare a modernizării și schimbării.

Conjugând problematica identității și de clasă, altfel spus, reunind conceptele de patriarhat și capitalism ce au drept corolar dubla povară a femeii – exploatarea capitalistă în sfera publică și cea patriarhală în sfera privată –, feminismul socialist propune programe de schimbare socială, alternative la organizarea patriarhală a familiei și, în vederea eliminării dublei opresiuni (de gen și de clasă), alianțe cu toate grupurile feminine (femei imigrante, lesbiene, de culoare etc.).

Feminismul radical consideră sexismul originea tuturor disfuncțiilor societale, precum *age-ismul*, rasismul, dezastrele ecologice sau războaiele. Violența în cele mai diverse forme (viol, pornografie) este chestiunea crucială.

De fapt, analiza pornografiei întreprinsă de Andrea Dworkin și Kate Millett constituie emblema urii împotriva unui grup (sexul slab), pe care societatea nu o mai tolerează de mult față de alte grupuri (evrei, negri, indieni). Indus (*inter alii*) de pornografie, violul se constituie ca metafora ultimă a dominării, violenței, subjugării și posesiei în societățile patriarhale (M. Mackie, 1991, p. 260).

Dacă feministele liberale încearcă să atenueze excrescențele insuportabile ale sistemului (patriarhal), fără a pune în cauză sistemul însuși, legitimitatea puterii și a modelului masculin, propunând eliminarea violenței și abolirea reprezentărilor sexiste în mass-media, educație non-sexistă și libertatea practicilor reproductive, feminismul radical respinge sistemul în ansamblu, raționalitatea și logica masculină opresive, propunând în locul metodolatriei patriarhale căi alternative de cunoaștere și modele diferite de conviețuire socială.

Într-o impresionantă scrisoare adresată cotidianului *Globe and Mail*, scriitoarea canadiană Margaret Atwood afirmă: „There are two things that men do that women don't: they make war and commit rape. That's two good reasons for working towards a future society that derives more of its values from women”.

În anii efervescenti ai radicalizării mișcării feministe, în Québec, de pildă, libertatea femeilor este corelată libertății provinciei:

1) „Pas de libération des femmes sans libération du Québec, Pas de libération du Québec sans libération des femmes”;

2) „Nous nous définissons comme les esclaves des esclaves”;

3) „La libération des femmes n'est pas un principe abstrait. C'est une réalité qui se situe dans un pays, une histoire avec des êtres humains. Le Québec étant un pays colonisé, la Québécoise est donc doublement exploitée” (*apud* M. de Sève, 1988, pp. 159-160).

Feministele din Québec confruntate cu dubla sau tripla lor marginalitate (identitate de gen, identitate națională, orientare sexuală) sunt cele mai în măsură să inventeze „construirea unei strategii politice adaptate fragmentării identității subiectului postmodern” (M. de Sève, 1988, p. 171), poate și pentru că, în Québec, statul a integrat parțial feminismul (s-a creat, în 1975, Consiliul pentru statutul femeii, s-a vorbit chiar de un feminism de stat).

Prin intermediul feminismului, femeile ca grup social au dobândit accesul la discursul public; urmează (în perspectiva descentralizării, pluralizării postmoderne) inaugurarea unui spațiu public de dezbateri, negocieri, articulare a integrării cu autonomia.

Gândirea occidentală fiind infrastructurată de opoziții binare (bine/rău, individ/societate, cunoaștere/ignorantă etc.), una dintre principalele operații întreprinse de cercetarea feministă a fost deconstruirea gândirii binare ca întemeiere a patriarhatului. În *La Jeune née* (1975), Hélène Cixous încearcă să situeze feminismul în raport cu opozițiile activitate/pasivitate, soare/lună, cultură/natură, zi/noapte, inteligență/afectivitate, logos/patos etc., care vor schematiza inevitabil polul feminin ca pasiv, dependent, non-politic, non-social – într-un cuvânt, negativ; logocentrismul (asociat falocentrismului) conduce la același efect: tăcerea și oprirea feminină.

În majoritatea reprezentărilor colective, stereotipurile asociate feminității construiesc polul negativ, efemer, indezirabil, dacă nu chiar reprobabil (infra-sinteza M. Miroiu, 1995, p. 50):

| A               | NON-A       |
|-----------------|-------------|
| • pozitiv       | negativ     |
| • prezență      | absență     |
| • transcendență | imanență    |
| • superior      | inferior    |
| • cultură       | natură      |
| • minte         | trup        |
| • inteligibil   | sensibil    |
| • rațiune       | pasiune     |
| • intelect      | emoție      |
| • rațional      | instinctual |



|              |              |
|--------------|--------------|
| • adevăr     | eroare       |
| • animus     | anima        |
| • logos      | eros         |
| • puternic   | slab         |
| • autonom    | dependent    |
| • dominant   | dominat      |
| • capabil    | incapabil    |
| • creație    | procreație   |
| • scop       | mijloc       |
| • public     | privat       |
| • sacru      | profan       |
| • spiritual  | material     |
| • determinat | nedeterminat |
| • finit      | infinat      |
| • pur        | impur        |
| • cosmos     | haos         |
| • necesitate | hazard       |
| • static     | dinamic      |
| • bine       | rău          |
| • lumină     | întuneric    |
| • invariant  | schimbător   |
| • etern      | muritor      |

De la Platon și Aristotel destinul feminin va fi definit ca non-A, imperfecțiune, inesențial, auxiliarietate etc.

Dincolo de aspectul militant, feminismul propune întemeieri și mize teoretice distincte. El constituie o nouă manieră de a chestiona realitatea socială și ordinea stabilită, o manieră non-necrofilă, empatică, integrativă, pentru că, așa cum spunea Mary Daly (*Gyn/ Ecology*), filosofia masculină este necrofilă nu doar prin obsesia morții, ci și prin propensiunea spre abstract, schemă, structură. Feminismul este mai puțin o ideologie care formulează norme de acțiune socială sau individuală, cât o mișcare de rezistență la Unicitate, în favoarea polimorfismului (cf. Fr. Collin, fondatoarea revistei feministe *Cahiers du Griff*).

Bătălie politică și bătălie epistemologică, feminismul investighează noi forme de expresie și transmitere a cunoașterii, altele decât cele stabilite de sistemul discursiv patriarhal, situate sub semnul subversiunii, emblemelor corporalității (L. Irigaray), semioticii, și nu simbolicului (J. Kristeva).

Stil intelectual, voce discursivă, mod de gândire specific feminin, discursul feminist vizează, „conștient sau inconștient, să constituie o altă identitate colectivă care poate actualiza dorința fiecărei femei de a trăi, vorbi, acționa, gândi, visa, iubi și urî... în numele său” (M. Marini, *apud* O. Kaufman-Blumenfeld, 1998, p. 26). Feminismul diferă de antiumanismul filosofic, fiindcă rămâne o „politică a vieții cotidiene” (Teresa de Lauretis), cu atât mai mult cu cât feministele au realizat că non-participarea în epistemologic, ca și în alte sfere, este periculoasă „politic”, confirmând mitul patriarhal al pasivității, iraționalității, dependenței feminine.

## 2.2. Feminin, feminism și mass-media

Domeniul științelor comunicării și al studiilor mass-media, coextensiv marilor evoluții profesionale (feminizarea jurnalismului și a relațiilor publice), ca și marilor mutații sociale (feminismul *inter alia*), a cunoscut în ultimele decenii câteva importante schimbări de paradigmă:

- integrarea dimensiunii de gen la cele trei niveluri de construcție a mesajului mediatic (producere, conținut, receptare);
- investigarea identității și a poziționării de gen în perspectiva hegemoniei și a parodierii genului „normativ”;
- chestionarea și deconstrucția categoriei de gen (J. Butler, 1991, privind noțiunea de performativitate corporală și discursivă a genului).

Analiza conținutului mediatic a pus în evidență prenanța reprezentărilor conservatoare în presa scrisă și electronică, precum și în publicitate:

- limitarea rolurilor feminine (soție, mamă și gospodină în spațiul privat sau femeie „independentă”, dar dependentă de industriile cosmeticii și ale modei);
- bemolizarea problematicii sociale celei mai recente (feminizarea sărăciei, șomajul, sărăcia familiilor monoparentale conduse de femei, criza adolescentelor-mame etc.);
- segregarea verticală și orizontală a structurii ocupaționale feminine (ghetouri roz sau mai puțin roz).

Din momentul în care mass-media nu au mai fost considerate „oglinda” societății, ci construcția simbolică a acesteia (Berger, Luckman *inter alii*), critica feministă a „obiectivității” știrilor a plecat fie



pentru construcții discursive mai neutre, fie pentru un echilibru între vocile și posturile deținute de femei și de bărbați, fie, în fine, pentru deconstruirea discursului hegemonic patriarhal („ceea ce este perceput ca adevărat într-o situație dată este determinat de cei ce dețin puterea” – S. Allen, 1999, p. 134).

Dimensiunea de gen infrastructurează atât polul producerii (cine produce știrea, emisiunea, jurnalul etc.), cât și polul receptării și natura conținutului (fapte diverse, interviuri, știri cu sau despre femei).

În ceea ce privește actorul jurnalist, deși se constată o feminizare a școlilor de jurnalism și comunicare în întreaga lume și creșterea numărului de jurnaliste (40% în presa scrisă și 50% în televiziune, conform unei monitorizări recente), efectul „plafon de sticlă” (imposibilitate sau dificultate de acces al femeii în posturi de decizie și control) continuă să se mențină: „Cum să avem o democrație și o presă liberă dacă 95% din deciziile luate în mass-media aparțin bărbaților albi?” se întrebă retoric Barbara Reynolds.

Liesbet van Zoonen (1994) identifică pe lângă clivajul vârful ierarhiei – bastion al bărbaților vs. baza piramidei – spațiu feminin prin excelență o discriminare financiară și de rază de acțiune. Femeile tind să se specializeze în sau sunt dirijate spre anumite zone ale jurnalismului: sănătate, educație, cultură, concepute ca un fel de prelungire a responsabilităților domestice (cf. importanta distincție lansată de Carol Gilligan între etica dreptății ce caracterizează comportamentul masculin și etica grijii, definitorie pentru femei). De aceea, domenii prestigioase precum politica, finanțele, relațiile internaționale rămân fiefurile bărbaților.

Ca actori ai știrii, femeile sunt sistematic subreprezentate, pe de o parte din cauza culturii și rețelelor masculine, iar pe de altă parte, din cauza subreprezentativității economice și politice: „Femeile din știri sunt fie exemple anonime ale unui public neinformant, fie menajere, vecine, consumatoare sau mame, soții, fiice ale bărbaților din știri, fie, în fine, victime ale unor crime, accidente, catastrofe” (Holland, *apud* S. Allen, 1999, p. 141).

În afara diviziunii sexualizate a practicii jurnalistice (*hard news* – apanaj al bărbaților vs. *soft news* – domeniu al femeilor), trebuie menționată și arhitectura discursivă diferită: concretă, contextualizată, empatică, centrată pe interesul uman pentru jurnaliste și abstractă, universalistă pentru jurnaliști. Colette Beauchamp afirmă în celebra monografie privind „tăcerea mass-media”: femeile adoptă o abordare comunitară a vieților sociale și practică o mai atentă ascultare a celuilalt (C. Beauchamp, 1987, p. 253). Motivația femeilor

în alegerea profesiei de jurnalist este mai puțin prestigiul sau câștigul material, cât dorința de a crea o lume mai bună: „Femeile manifestă mai mult interes și poate mai mult respect pentru publicul lor. Ele îi acordă un plus de încredere. De asemenea, ele îi consideră pe receptori – lectori, telespectatori etc. – mai puțin naivi și creduli decât bărbații. În plus, ele caută mai puțin să influențeze opinia publică și mai mult să ofere oamenilor simpli șansa să se exprime în mass-media” (D. Pritchard și F. Sauvageau, 1997, p. 253).

În plus, jurnalistele nu intervieveză aceleași personalități; în primul rând, ele se adresează mai des femeilor decât omologii lor masculini. O ziaristă afirmă că își alege în mod deliberat interlocutori feminini, chiar dacă nu reprezintă vârful piramidei (top-managementul), tocmai pentru a contracara invizibilitatea femeii lider. Diverse studii au demonstrat că, în politică, femeile beneficiază de o acoperitură mediatică mai puțin extinsă și mai ironică decât omologii lor masculini, sexism care se exprimă într-o manieră insidioasă, nu manifestă (întrebările în interviuri se îndreaptă neapărat spre aparență, culori, vestimentație preferată înaintea programelor și proiectelor politice).

Mass-media române postcomuniste perenizează stereotipurile privind identitatea feminină și conservatorismul lingvistic. Strategiile de marginalizare a experienței feminine, cu excepția abjectului (mamă denaturată, vrăjitoare, prostituată, femeie criminală), sunt dublate de mecanisme discursive de invizibilizare precum:

- utilizarea profesiilor prestigioase doar la masculin („dna ministru, dna rector”, pe de o parte, dar „secretară, poștăriță, strungăriță”);
- hipertrofierea identității de gen în detrimentul identității profesionale („notarul Maria X” reluat prin *femeia*, în timp ce agresorul care o atacase se bucură de citarea completă a numelui de mai multe ori în textul știrii);
- supraevaluarea indicilor fizici și de statut marital („tânăra femeie”, „frumoasa blondă”, „soția lui X”) în detrimentul identității proprii.

În sfera publică, femeile nu sunt doar mai puțin vizibile decât bărbații (experți, lideri de opinie), ci și tratate după alte standarde („Dacă pentru bărbați contează antecedentele și experiența politică, pentru femei continuă să fie esențiale situația familială și aspectul fizic” – *L'image des femmes dans les médias*, 1997, p. 16).

În ceea ce privește receptarea conținutului mediatic în funcție de gen, opțiunile de lectură și vizionare au pus în evidență anumite preferințe tematice: opțiunea pentru acțiune și narativitatea forte, cu lovituri de teatru și răsturnări bruște de situație pentru bărbați, față de narativitatea emoțională, ciclică, „conversațională” pentru femei.

În ciuda progreselor realizate (conștientizarea subreprezentării și a discriminărilor, bătălii și victorii pentru posturi de top-management), legitimitatea modelelor feminine este departe de fi definitiv instaurată: „Nu este suficient să avem mai multe femei în mass-media. Trebuie să avem mai multe femei cu o comprehensiune politică a modului în care se reproduce subordonarea femeii, precum și dorința de a schimba această stare de lucruri” (S. Allen, 1999, p. 156).

Principalele tendințe ale jurnalismului contemporan: legitimarea perspectivării, personalizarea afectivă (*human interest*), cordializarea comunicării – altfel spus, favorizarea comunicării, a relației, a funcției fatice, și nu a informării, a transferului referențial sunt în egală măsură mărci caracteristice ale culturii feminine (cf. supra non-A) și ale condiției postmoderne (subiectivizare, hedonism, autoafirmare și autoasumare, non-directivitate socială – cf. și G. Lipovetsky, 1997, pp. 179-180).

Tendințele spre juvenilizare, feminizare, privatizare, sexualizare, domesticizare sunt „noile axe ale jurnalismului postmodern”, ca abandonare progresivă a sferei publice a epocii luminilor” (J. Hartley, 1998, p. 61). Atât lectoratul noului jurnalism, cât și tematica (viață privată, sănătate, modă, corporalitate, *loisir*) sunt percepute ca masiv feminine.

Aceste aspecte postmoderne au înlocuit discursul informativ modern organizat în jurul a patru nuclee narrative: *conflict* (război, securitate internă și internațională, apărare), *progres* (buget, economie, industrie), *competiție* (de la sport la cultură), *accidente* (dezastre, anomalii, inovații).

Informația postmodernă (*postmodern news*, feminizată, juvenilizată și privatizată) va fi subîntinsă de:

- *predici laice* sub forma cunoștințelor utile pentru sine, familie și progres social;
- *cordialitate*, convivialitate, „democratizarea democrației” (A. Giddens);

- *sfera privată*: lectoratul este interpelat în calitate de client consumator de *entertainment* sau *infotainment*, și nu ca un cetățean rațional preocupat doar de informații și decizii politice;
- *identitate* confirmată de diverse filosofii și moduri de viață (*lifestyles*), coagulată și nu destabilizată (cf. J. Hartley, 1998, p. 62).

Cercetările din sfera *women studies*, *gender studies*, *media studies* converg în schematizarea dependentă de gen a noului jurnalism, cu o extrem de interesantă inversare axiologică. Valorizarea tradițională a abstracției și raționalității – „Men naturally think in abstract concepts, women think in pictures” (Ryan) – este înlocuită de interesul uman, iar factualitatea excesivă (obsedanta căutare a obiectivității) este ocultată de investigarea cauzelor și a impactului faptelor (opțiune mai degrabă feminină).

|          | Masculin                                     | Feminin   |
|----------|--|---|
| Tematică | politică<br>finanțe<br>crime                 | „interes uman”<br>știri consumeriste<br>cultură<br>politici sociale<br>educație |
| Unghi    | factualitate<br>senzaționalism<br>+ masculin | background și efecte compasiune<br>+ general                                    |
| Surse    | bărbați                                      | femei   |
| Etică    | detașată                                     | orientată spre nevoile audienței  |

(Surse: Creedon, 1983, UNESCO, 1987, Gallagher, 1995, van Zoonen, 1994, apud L. van Zoonen, 1998, p. 36)

De fapt, investirea emoțională, cordialitatea, orientarea spre consumator (cititor, spectator, ascultător), valori esențialmente feminine, vor fi adoptate și adaptate și de bărbați în *talk show* (*happy talk*), în prezentarea știrilor, în animarea dezbaterii.

Modelele feminine vor funcționa ca repere pentru ambele sexe (un candidat la Facultatea de Jurnalism nu se va sfi să afirme în 1998 că susține examenul de admitere la această facultate pentru a



deveni... o Andreea Esca) și, contrar altor evoluții în diacronia carierelor unde feminizarea a atras după sine devalorizarea sau în orice caz non-excepționalitatea, este posibil ca feminizarea jurnalismului să implice doar democratizarea și umanizarea profesiei („Men's news is to write on the front page that a fire happened, women's news is to write inside why the guy lit a fire for the third time” – Peter Brusse, jurnalist olandez în anii '80, *apud* L. van Zoonen, 1998, p. 48).

În orice caz, valorile noului jurnalism *market-driven* concordă mai degrabă cu valorile dominante ale feminității și convivialității decât cu standardele raționale ale jurnalismului de informare.

Cercetările privind genul în *media studies* au evidențiat (în corelație cu *pattern*-ul epistemologic și axiologic al societății) un *proiect public, dependent de modernizarea societății și valorizarea tehnologiei progresului și un proiect privat postmodern, sub emblema culturii de masă – popular culture*.

Proiectul civilizator – *public knowledge project* – este axat pe informație, educație politică (internă și internațională) ca *men's business*, în timp ce proiectul postmodern culturalist are în vedere consumul, plăcerea – *women's pastimes* (*cf.* și J. Hermes, 1997, p. 66).

*Feminitatea în viziune tradițională* (inclusiv modernă, propagată în mass-media) se situează pe izotopia: *maleficului, emoționalului, insecurității, non-credibilității* (de la femeia inferiorizată ca artist la asocierea culturii de masă cu identitatea și trăirea feminină și chiar la perceperea asaltului citadelor masculine de către femei ca amenințare și inferiorizare a domeniului). În schimb, în perspectivă postmodernă, feminitatea nu mai înseamnă pasivitate și inferioritate, ci un nou tip de putere și control, cel puțin mediatic (carnavalesc, subversiune, contracultură apte să deconstruiască normele masculinității serioase, dure, tehnice).

Dacă, în imaginarul modern, masculinitatea prin axa raționalității instrumentale și acțiunii (*agency*) se impune ca normă transversală ce subsumează etnicitatea și vârsta, în imaginarul postmodern, norma (normalitatea) devine chestionabilă la modul ludic, inversiv (ca în oglinzile deformante cu care identitățile marginale – negrii, tinerii, femeile – se intersectează). Emblematică în acest sens este poziționarea semiotică a detectivului Crockett în serialul de televiziune *Miami Vice*.

Diacronia etapelor inserției genului în studiile privind comunicarea mediatică cuprinde:

- 1) evidențierea (primejdioasă și nerealistă) stereotipurilor feminine minorante (B. Friedan, G. Greer);
- 2) construirea semnificațiilor și identităților pe baza cărora textele devin semnificative și generează satisfacția consumului (T. Modleski);
- 3) reconstruirea textelor pe baza specificității contextelor – etnografia receptării (M.E. Brown, 1990), și nu a reperelor semiotice și psihanalitice universaliste ale etapei anterioare.

Pe de altă parte, principalele orientări feministe (*cf. supra* 1.2) au favorizat focalizări complet diferite ale cercetării.

Astfel, *feminismul liberal*, în cadrul legitimării participării politice a femeii, a avut de luptat cu opinia înrădăcinată a futilității educării femeilor, considerate ființe inferioare (Rousseau recomandă o educare complet diferită, bazată pe „arte și meserii”: muzică, broderie, cusut, dar mai ales arta de a fi un tovarăș agreabil al bărbatului; Mary Wollstonecraft, în *Vindications of the Rights of Women*, polemizează cu *Émile* a lui Rousseau, observând că socializarea diferită și îngustimea așteptărilor și rolurilor sociale ale femeilor explică emoționalitatea, dependența și chiar iraționalul comportamentului feminin).

În cercetările privind mass-media, ideile feministe liberale au influențat studiile retorice (femeile ca *public speakers*, ca identități discursive) și analiza de conținut (în special a programelor televizuale și publicității). Propunerile acestor studii empirice vizau în primul rând ameliorarea cantitativă și calitativă a imaginii femeii, ca și a altor grupuri non-dominante subreprezentate.

*Feminismul marxist și socialist* au analizat cu precădere corelația capitalism/patriarhat, dubla exploatare (în spațiul public și privat), prestația gratuită și complet devalorizată a femeii în spațiul privat care asumă *free of charge* sarcina de reproducere a sistemului. Criticat de feminismul radical pentru unilateralitatea viziunii (doar economică și politică, nu și culturală), feminismul socialist a fertilizat totuși studiile privind imaginea femeii în cultura populară și reprezentările (valorizante/devalorizante) activității feminine (cu precădere în *soap opera*).

*Feminismul radical* infrastructurat de dihotomia natură/cultură, și nu de antinomia rațiune/emoție a feminismului liberal sau spațiu public/spațiu privat caracteristică celui marxist, configurează întreaga cultură occidentală ca masculin, anti-natural orientată, esențialmente agresivă în raport cu femeile și natura (studiile lui Andrea Dworkin, Catherine MacKinnon privind pornografia și



violența). De aceea, o componentă a strategiei feministelor radicale a fost separatismul lesbian, altfel spus, instituirea de comunități ale femeilor în care operează un set de valori total distinct de patriarhalismul dominant.

În ciuda extremismului unor concluzii, feminismul radical a contribuit la o mai bună comprehensiune a strategiilor limbajului (inclusiv a comunicării non-verbale) ca manifestare „naturalizată” a dominării masculine (absența femininului profesiilor elitiste: ministră, dar strungăriță, croitoreasă). Statutul instrumental al femininului este evidențiat de faptul că secerătoarea, *la moissonneuse-batteuse*, este în primul rând unealta agricolă, actantul uman fiind privat de femininul corespunzător.

*Feminismul culturalist* analizează dihotomia spirit/trup care a generat în gândirea occidentală supraevaluarea facultăților spirituale ale creației și subevaluarea corporalului ca prelungire a lumii naturale, deci a procreației. Definite în conexiune cu natura și animalele, femeile erau predestinate doar creșterii copiilor și îngrijirii familiei (cf. și *Kinder, Küche, Kirche* în propaganda hitleristă, privind rolul crucial al femeii ca păstrător al arianismului), iar în eventualitatea părăsirii gineceului, ele puteau să prelungească în spațiul public aceleași funcții primordiale: asistență medicală, asistență socială, învățământ. Pentru a contrabalansa efectele negative ale suprasaturării (în film, pictură, mass-media) cu imagini ale corpului (nudului) feminin, teoreticienele feministe au „reinventat” trupul ca spațiu al unor experiențe complexe, contradictorii, dar esențiale în formarea/transformarea identității. De asemenea, au accentuat natura simbolic și lingvistic preconstruită a imaginilor corporalității feminine în film, publicitate, fotografie. Cercetări recente privind fotografia în presa sportivă evidențiază posturile emoționale radical diferite (femeile apar fie în lacrimi dacă sunt învinse, fie ajustându-și „cosmetic” costumul înaintea competiției, în timp ce bărbații sunt prioritar prezentați în atitudini de concentrare, pregătire „îndârjită”; în plus, cadrajul feminin este metonimic, fragmentar, fie chipul, fie bustul, iar încadrarea bărbaților – totală, completă).

În genere, abordările feministe în istorie, literatură, comunicare au contribuit la elucidarea naturii construite a cunoașterii prin determinarea modului în care aceasta depinde de limbaj, obiceiuri, perspectivă și experiență personală, precum și la acceptarea spațiului privat ca *locus valid* al cercetării (cf. K. Cirksena și L. Cuklanz, 1992, p. 40).

### 2.3. Discurs feminin și feminist în Europa postcomunistă

Asistăm oare în primii ani ai mileniului la finele fără *happy-end* al feminismului?

Industria pornografiei este la fel de înfloritoare ca la începutul marilor campanii feministe ale anilor '70, barurile cu femei goale înseamnă profituri fabuloase, glume cu femei blonde idioate sunt colportate de toate vocile, inclusiv ale fetițelor de zece ani deloc idioate și totuși blonde, și lista ar putea continua *ad libitum* și *ad infinitum*. Și totuși, se aud prea puține proteste împotriva acestor practici pe care le-am naturalizat, după cum afirmă Pierre Bourdieu în *La domination masculine*.

Mai mult chiar, denunțarea acestor practici discriminatorii, degradante mai mult plictisește decât deranjează, iar autoarele sunt taxate ca radicale intolerante – constată cu amărăciune sociologul canadian Simone Landry într-o pasionantă analiză a feminismului quebechez, „Où va le féminisme québécois?”.

Deși Simone de Beauvoir afirma programatic în *Le deuxième sexe* că aproape nimic nu s-a schimbat în definirea femininului de la greci încoace, că feminitatea se revelează în imanentă, e capricioasă, utilitaristă, teatrală, dar că aceste comportamente nu sunt dictate de hormoni sau predeterminate de structura creierului, ci sunt modelate de situația femeii, totuși anchete recente relevă o tendință globală (John Naisbitt ar spune megatendință) spre independența economică și profesională, spre „eliberare”, dar fără abandonarea rolurilor tradiționale (de mamă, soție, „tovarăș” de drum). În SUA, dacă studentele nu mai aspiră doar la statutul marital, studenții acceptă să preia din „sarcinile” cuplului sau familiei.

Totuși, persistă stereotipuri tradiționale extrem de polarizate în care familia, școala și mass-media joacă un rol covârșitor. Numeroase cercetări au subliniat importanța modelelor de masculinitate și feminitate prezentate copiilor în benzi desenate sau filme, constatându-se că majoritatea copiilor supravalorizează masculinul, ignorând sau devalorizând femininul.

Interiorizarea rolurilor tradiționale începe cu vârsta de 3-4 ani (familia încurajând autonomia, eventual agresivitatea unora și blândețea, răbdarea altora) și continuă neîntrerupt prin bombardament mediatic, astfel că deși se afirmă egalitatea șanselor, inserția femeilor este încă orizontal și vertical segregată (acces dificil în vârful piramidei).

În societatea contemporană a exploziei comunicării, mass-media joacă un rol esențial în formarea imaginilor publice, a interacțiunilor particulare, menținând sau schimbând reguli, reprezentări, stiluri de viață, presupuziții ideologice. De aceea, este vital să sensibilizăm opinia publică și decidenții politici asupra stereotipurilor, distorsiunilor și prejudecăților din universul mediatic.

Este important să subliniem de la început, chiar dacă este un truism, că nici țările postcomuniste, nici femeile nu constituie o entitate generică. În spatele aceleiași identități socialiste asexuate se ascundeau așteptări și frustrări diferite (instrumentalizarea corpului feminin și transformarea lui în mașină reproductivă în România, virilizarea femeii-stahanovist perfect în fosta Uniune Sovietică etc.).

Ni se pare important să relevăm trei dimensiuni ale femininului: rolul actanțial al femeii în viața publică și privată, imaginea (așa cum este percepută de femei și de ceilalți în diferite actualizări: de la sufrageta spațiului public la victima datoriei în ghetoul roz), discursurile (de la discursuri mai mult sau mai puțin congruente cu discursul patriarhal dominant la mesajele periferiei: folie, magie, poezie, vrăjitorie).

În perspectiva vizibilității și valorizării diferenței (minorități etnice, sexuale, religioase), se pare că triada femeii/mass-media/societate reprezintă un *challenge*, o provocare a societății postcomuniste.

În pregătirea Congresului Internațional al Femeii – Beijing, 1995, Media Watch din Canada a pregătit, cu sprijinul UNESCO, o monitorizare globală a principalelor mijloace de comunicare în masă (presă scrisă și audiovizual) privind prezența femeii ca subiect (creator) și obiect al informației mediatică într-o singură zi, aleasă aleator – 18 ianuarie 1995. Au participat 80 de țări din toate continentele.

Selecția materialelor a fost determinată de următoarele criterii:

- echilibru între național și regional, public și privat;
- utilizarea informației furnizate de minimum două posturi de radio, două posturi TV și două ziare în fiecare țară. Noi am prelucrat informații furnizate de televiziunile publice Antena 1 și Tele 7 Abc, Radio România Actualități și Antena Bucureștilor, *România liberă*, *Adevărul*, *Evenimentul Zilei* și două ziare regionale (*Adevărul de Arad* și *Opinia* – Buzău).

În final, rezultatele au fost raportate pe regiuni: Asia de Est, Asia de Sud, Africa, Orientul Mijlociu, Europa de Est, Europa de Vest, America de Nord, America Centrală și Caraibe, America de Sud, regiunea Pacificului.

În ceea ce privește prezența femeii în știri, s-au înregistrat două mutații semnificative: în ultimii 30 de ani a crescut considerabil numărul femeilor-jurnalist (43% în 1995), dar în schimb a crescut extrem de lent, aproape imperceptibil, numărul femeilor intervievate în știri. „Știrile sunt adesea prezentate de femei, dar rareori despre femei” (*Global Media Monitoring Project*, 1995, p. 10). În Asia de Sud, chiar dacă 68% dintre jurnaliști sunt femei, doar 13% dintre persoanele intervievate sunt femei. În Europa de Est și în Europa de Vest, 37% din totalul jurnaliștilor sunt femei (mai multe la radio și TV decât în presa scrisă), dar numai 14, respectiv 15% dintre persoanele intervievate sunt femei.

Această investigație globală a evidențiat un clivaj între femeia ca autor al știrii și femeia ca obiect al știrii. Dacă reporterii de ambe sexe prezintă în mod echilibrat știrile locale, naționale și internaționale, există o diferență semnificativă privind actorii evenimentelor: femeile apar mai des în știrile locale, bărbații în cele naționale, confirmând faptul că în majoritatea țărilor politica e dominată de bărbați.

Procentul femeilor-jurnalist în Europa de Est se subcategorizează astfel: 18% pentru știri locale, 42% pentru știri naționale și 41% pentru internaționale; femeile intervievate sunt 16% în *story-uri* locale, 24% în știri naționale și 30% în *story-uri* internaționale.

Focalizarea tematică este și ea diferită: arta, divertismentul și chestiunile sociale sunt feminine; economia, sportul, războiul, terorismul sunt permanent acoperite de bărbați. Bărbații acoperă, de asemenea, mai multe știri centrale (peste 60%): politică, dezastre, crize internaționale.

Cel mai mare număr de femei intervievate apare în domeniul sănătății și medicinei, socialului, artei, problemelor casei și familiei (30%), în timp ce numărul cel mai mare de bărbați intervievați apare în politică (93%), economie (91%), război, terorism (90%), crize internaționale (88%).

Doar 11% din totalul știrilor tratează probleme ale femeilor: 3% schimbarea rolului tradițional asignat femeii, 2% portretul femeii în mass-media, 2% sănătatea femeilor, 1% educația pentru femei. Este interesant că trei regiuni: America de Nord (prin tradiția și ponderea mișcării feministe), Africa (prin supremația femeii în economie) și Orientul Mijlociu relatează numeroase știri despre femei în raport cu celelalte regiuni ale lumii.

Profesiile femeilor și bărbaților, incluse în trei grupe ocupaționale – politicieni/alte ocupații/fără ocupație specifică –, reflectă o



altă prejudecată puternic înrădăcinată : pentru 28% dintre femei nu se specifică profesia, dar numai pentru 9% dintre bărbați. Această diferență înseamnă fie lipsa de importanță a carierei feminine (celebrul *Le deuxième sexe* al Simonei de Beauvoir), fie absența unei imagini socio-profesionale în existența femeilor.

Cinci ani mai târziu, mai exact la 1 februarie 2000, rezultatele unei monitorizări similare sunt aproape neschimbate din punct de vedere cantitativ : 18% știri despre femei, față de 82% știri despre bărbați. Femeile sunt în continuare 41% reportere și prezentatoare, față de 18% obiect al știrii, altfel spus, personalitate demnă de a fi prezentată opiniei publice. Această disproporție se datorează faptului că, din cele circa 16.000 de știri, peste 50% se referă la domenii masculine prin excelență : politică, finanțe, chestiuni juridice etc.

În schimb, femeile-jurnalist își fac o intrare triumfală în jurnalismul de televiziune, unde reprezintă deja majoritatea – 56%. Este interesant de menționat faptul că reporterile selectează mai multe știri despre femei decât bărbații, dar este greu de stabilit dacă e vorba de o orientare proprie sau de atribuirea de sarcini din partea superiorilor care le încredințează subiecte feminine (*soft*).

Diferența fundamentală între prezența mediatică a femeii în 1995 față de 2000 este legată de extinderea reprezentării politice : de la 7% în 1995 la 12% în 2000 ; în finanțe-business, știrile despre femei aproape s-au dublat : de la 9% în 1995 la 17% în 2000.

În ciuda schimbărilor cantitative nespectaculoase, nu se poate ignora îmbunătățirea calității relațiilor între comunitatea academică și ONG-uri, între cercetarea de gen și vizibilitatea mediatică a acestei cercetări, la nivel internațional și național (recentele dezbateri la radio și televiziune privind dimensiunea de gen în societate, economie, educație etc., cf. *Barometrul de Gen, inter alia*).

Dacă această diferență de gen este corelată influenței și puterii, mesajele mediatice ar trebui să-și lărgescă atât sfera de interes, cât și orizontul de așteptare al lectorilor, incluzând toate rasele, vârstele, sexele, grupurile ocupaționale sau chiar practicând, atunci când este necesar, o discriminare pozitivă – vizibilitatea prezenței feminine în afaceri, politică, economie, știință.

### 3. Condiția femeii în societatea românească postcomunistă

#### 3.1. Comunicare și schimbare socială în era postcomunistă

Observațiile noastre vor încerca să redefinească rolul și statutul femeii în societatea postcomunistă, în cadrul unei schimbări economice, societale, ideologice fundamentale.

Într-o manieră sintetică, am putea evidenția faptul că **presupozițiile ontologice** (materia ca nucleu al performanței umane), **presupozițiile antropologice** (specificul uman redus la activitatea productivă) și **presupozițiile politice** (relațiile politice ca instrument de dominare, cf. A. Marga, 1994, p. 10) au fost înlocuite de noi concepte și principii după 1989 : principiul autonomiei, al concurenței, al orientării în raport cu cererile pieței, al democrației dialogice. Ultimul concept lansat de Anthony Giddens (1994, pp. 12-16) infrastructurează spațiul privat și public, explică relațiile părinți/copii, relațiile de prietenie etc. : „Democrația dialogică poate apărea în măsura în care aceste relații sunt guvernate prin dialog, și nu prin structurile puterii” (A. Giddens, 1994, *op. cit.*, p. 16). Optimizarea dialogului și „democratizarea democrației” (în termenii lui Giddens) pot fi realizate prin restructurarea relațiilor de gen, de muncă, de stil de viață (colaborativ, și nu competitiv).

Mass-media joacă un rol important în societatea contemporană, configurând relații publice și practici private, menținând și schimbând reguli, reprezentări și presupoziii ideologice. Se poate afirma că, dintr-un agent de control social (anii 1960-1980), mass-media au devenit (peste tot în lume) – și ar trebui să devină într-o mai mare măsură și în România – un agent al schimbării sociale.

Mass-media promovează *pattern*-uri de gândire pentru o populație planetară, reduce clivajul între microsocioal și macrosocioal, construiește reprezentări, realități (hiper-realități) sociale. Or, asimilarea rutinieră a conținutului mediatic în viața cotidiană introduce, consolidează sau extinde distorsiunile ideologice dominante conținute de ele (stereotipuri etnice, sexuale, religioase etc.); de aceea este vitală sensibilizarea opiniei publice și a actanților mediatice asupra acestor stereotipuri și imagini distorsionate vehiculate prin mass-media.



Dacă dorim să trecem de la un prim nivel, cantitativ al democrației (mai multe mijloace pentru mai mulți oameni) la cel calitativ (calitatea legilor, instituțiilor, vieții cotidiene, democrație participativă, gândire critică etc.), investigarea discursurilor și valorilor periferiei (etnice, religioase, sexuale) devine o condiție *sine qua non*.

### 3.2. Femeile în procesul tranziției

Poziționarea femeilor în perioada tranziției ar putea fi schematic configurată drept trecere de la „democrația populară” la cea liberală, metamorfoză complexă, dificil de asumat și gestionat. Pentru a înțelege corect semnificația reală a imaginii feminine, ni se pare indispensabilă o întoarcere la originile imaginarului comunist al condiției feminine.

Ca în orice sistem totalitar, anularea solidarităților tradiționale, distrugerea individualității în favoarea colectivității au însemnat confiscarea vieții private în general și a celei de familie în particular. „Modelul unei egalități mecanice a sexelor – revendicată mai degrabă pentru femei decât de către femei – este deja instalat în discursul «mobilizator» al anilor '50, cu eroizarea femeilor practicând profesii tradiționale masculine, de la siderurgie și muncă în subteran la chirurgie și științele experimentale... Senzația derutantă de lume ieșită din matcă, pe care răsturnarea unor valori și practici sociale blajin patriarhale o crea propunând drept paradigmă a feminității asemenea contraexemple, nu poate să nu se înscrie în tentativa de ansamblu de inversare inițiativă a tuturor reflexelor societății, în care, sistematic, ceea ce fusese bun era proclamat rău, ceea ce fusese alb devenea negru, în care marginalii erau proiectați în centru și în care femeia era cu atât mai exemplară cu cât uzurpa rolurile tradiționale masculine, de la minerit la decizia politică de vârf și necruțătoare” (Z. Petre, 1998, pp. 259-260).

| Democrație populară   | Democrație liberală                   |
|---|---------------------------------------|
| – de la omogenizare forțată (natura <i>gender blind</i> a statutului socialist în sintagma bine cunoscută a lui Margaret Gallagher) | – la diferența sexuală liber asumată; |

| Democrație populară   | Democrație liberală  |
|---|--|
| – de la „egalitate” în folosul statului (femeia-tractorist, eroină a muncii socialiste, dar și mamă eroină, asigurând creșterea demografică în aberanta politică ceaușistă a natalității) | – la inegalitate <i>de facto</i> , nu <i>de jure</i> (discriminare în angajare: „tânără fără obligații” ca în ofertele de serviciu, în timp ce pentru bărbați, competențele cerute sunt: mobilitate, energie, limbi străine, PC, calități manageriale etc.);   |
| – de la paternalismul statului socialist  | – la patriarhalismul capitalist (deși există multe femei-șomer, 40% nu caută activ slujbe; această resemnare și rezistență s-ar datora unei duble moșteniri: rurale și paternaliste, cf. Maria Bucur);   |
| – de la promovarea pe criterii ideologice (apartenență la Partidul Comunist, obediență, conformism în gândire și comportament)  | – la promovare pe criterii de competență profesională, dar și pe considerente tactice, non-transparente (sexiste). Discriminarea în angajare este reflectată de cifre precum 61% femei sub 25 de ani în căutare de lucru și doar 38,1% bărbați. De fapt, rarefierea prezenței femeii pe piața muncii ( <i>part time jobs</i> , munca la negru și șomajul) este un indice al înlocuirii patriarhalismului cu o dominanță masculină occidentală ce redefineste rolul social al femeii (cf. N. Funk, 1992, p. 326); |
| – de la o participare adesea artificială la producție – 45%   | – la o sensibilă reducere a participării (șomajul atinge cote dramatice pentru femei);   |

| Democrație populară   | Democrație liberală  |
|---|--|
| - de la <b>idealul bolșevic al sexualității oculte</b> (entuziasta muncitoare stahanovistă, căreia i se adaugă modelul rural al supunerii feminine)                     | - la <b>explozia corporalității (pornografia și publicitatea oferă un model de feminitate orientat spre privirea și fantezmele masculine și subordonat plăcerii masochiste)</b> . Narcotizarea sexualității (de la criminalizarea avorturilor la cea a machiajului, <i>inter alia</i> ) a fost înlocuită de narcisism, obiectualizarea femeii și hipertrofierea sexualității ( <i>sex sells</i> , conform unui slogan mediatic bine cunoscut); |
| - de la <b>vizibilitatea ostentativă</b> (faimoasa prezentare procentuală: 40% dintre secretarii de partid, membrii ai tuturor comisiilor, comitetelor etc. erau femei) | - la <b>anihilarea simbolică</b> definită de Gaye Tuchman ca <b>trivializare</b> (comercializarea sexului și explozia pornografiei), <b>polarizare</b> (defeminizarea muncii intelectuale și feminizarea celei necalificate), <b>invizibilitate</b> (efectul de bumerang al vizibilității impuse înainte de 1989);   |
| - de la <b>violența generalizată</b> (indiferent de sex) în <b>spațiul privat</b> (violarea corespondenței, ascultarea conversațiilor telefonice) și <b>public</b>      | - la <b>feminizarea violenței</b> în spațiul privat și public (femeile sunt agresate, atacate, furate, bătute, violate etc.);  |
| - de la <b>mitologia scorpiei</b> (Elena Ceaușescu și puterea sa satanică – metonimie demonică a socialismului)   | - la o <b>nouă Cenușăreasă</b> ce se duce rareori la bal, își deleagă soțul să vorbească pentru ea în spațiul public. <b>Modelul superwoman</b> : superlider, supermuncitor, mamă eroină este deconstruit în submuncitor (subutilizat) și actor social tăcut;  |

| Democrație populară  | Democrație liberală  |
|--|--|
| - de la <b>egalitatea exclusiv retorică a șanselor profesionale</b> pentru cele două sexe (în realitate, distrugere a vieții spirituale, „asasinare” a elitelor) | - la <b>egalitatea de tratament profesional</b> din punct de vedere financiar, dar nu în termeni de egalitate de acces și promovare pe piața muncii, însoțită de aceeași inegalitate flagrantă în viața familială (dubla zi de muncă pentru femei, efect al deteriorării sistemului instituționalizat de sprijinire a familiei). |

În ciuda calificării lor (47% dintre tinerii absolvenți de facultate), femeile sunt subreprezentate în posturi decizionale, integrate în ghetouri de catifea, similare sferei domestice (relații publice, protecția consumatorului, educație, asistență socială). Din 22.680.951 de români în iulie 1995, 11.156.974 sunt bărbați și 11.156.974 femei reprezentând 46% din totalul populației active (5.500.000 de persoane active).

Principala caracteristică a perioadei de tranziție este spectrul ocupațional feminin redus (segregare verticală și orizontală): 26% în agricultură, 35% în industrie, 33% în servicii.

Cercetările au evidențiat două tendințe ale forței de muncă feminine: una atipică, de creștere a numărului de femei în agricultură (de la 1.700.000 în 1989 la 1.843.800 în 1993) și cealaltă tipică, de comprimare a numărului lor în industrie (de la 1.756.000 în 1990 la 1.377.000 în 1993), având drept revers recuperarea lor în sectorul serviciilor, nu însă în proporția și semnificația impuse de economia de piață (cf. G. Predoșanu, 1996, p. 88).

În țările foste comuniste, femeile se confruntă cu un dublu handicap: mentalitate patriarhală în familie și paternalistă în sfera publică, mentalitate paternalistă căreia i-au căzut victime femeile și bărbații deopotrivă. Elena Ștefci (jurnalistă) definește dependența ca un stereotip feminin de insecuritate și subordonare: „Eram cu toții dependenți prin spaima noastră de toată lumea: vecini, șefi, colegi, profesori”.

Or, societatea capitalist-patriarhală a transformat diferențele sexuale în diferențe politice cu repercusiuni în domeniul profesiei (segregare verticală și orizontală, șomaj feminin accentuat) și al vieții sociale: imobilizare în roluri tradiționale și invizibilitate politică.



Într-un chestionar privind „Atitudinile bărbaților și femeilor în raport cu munca și condiția femeii în România”, elaborat în cadrul Programului Națiunilor Unite pentru dezvoltare dedicat participării femeilor la dezvoltare, apare net *clivajul între situația de jure și nivelul de aspirație* (la întrebarea privind egalitatea în drepturi, 51,5% dintre cei intervievați au răspuns afirmativ, din care 67,7% bărbați și 41,4% femei; la întrebarea vizând acceptabilitatea unui lider feminin, 52,5% au răspuns pozitiv, dintre care 62,6% femei și 52,5% bărbați) și *situația de facto* (46,6% dintre cei chestionați estimează că situația femeii s-a degradat după '89, din care 54,2% femei și 42,4% bărbați; 12,6% văd o ameliorare, din care 15,2% bărbați și 11,5% femei, iar 37,1% consideră că nu s-a produs nici o schimbare).

Colapsul comunismului și instaurarea democrației în România au coincis și cu „reîncetățenirea”, cel puțin la nivel discursiv, al femeilor. Acestea primesc dreptul de a-și exprima în mod liber opinia politică prin vot. Și totuși, după 1990, nu au apărut în spațiul public prea multe figuri feminine, iar cele care au apărut au fost demonizate sau inferiorizate („deși este femeie, X poate fi om politic”, pandant al unui sexism generalizat de tipul „mașina de tuns iarba este atât de ușor de manevrat, încât poate fi folosită până și de o femeie”). Din comunismul patriarhal, societatea română nu a abolit decât comunismul, păstrând consecvent componenta patriarhală fenomen evidențiat și de recentul *Barometru de Gen*, sondaj realizat de Institutul The Gallup Organization Romania, august 2000. Conservatorismul mascat de aparențe democratice și liberale rezultă din coliziunea între discursul pronunțat (în acord cu normele democratice egalitare) și practicile cotidiene.

Cu excepția funcției supreme în stat (președinte) și a funcțiilor din Consiliul Parohial, unde sunt net preferați bărbații (peste 70%), femeilor nu li se neagă dreptul de a avea acces la funcții publice jumătate dintre respondenți indicând faptul că nu contează sexul pentru ocuparea unei funcții publice; totuși, preferințele în cazuri concrete nu lasă decât o singură funcție de conducere femeilor, aceea de președintă a comitetului de părinți pe școală. Rezerva față de poziționarea femeii în funcții de conducere este determinată de un model cultural paseist („femeile sunt învățate că a fi la conducere nu e treaba lor” – 46% acord, 42% dezacord), precum și de argumentul tradițional, dar determinat și de economia de supraviețuire a tranziției „femeile sunt prea ocupate cu treburile gospodărești și nu mai au timp pentru posturi de conducere”. Această explicație se suprapune perfect cu titlul unei celebre piese de teatru feminin canadian, *Maman ne travaille pas, elle a trop d'ouvrages*.

*Barometrul de Gen* evidențiază de-a lungul celor cinci capitole („Imagine de gen”, „Viața privată”, „Violența”, „Viața publică”, „Gen și economie”) două realități: cea a opiniilor subiecților și cea a practicilor curente. Răspunsurile au permis evidențierea a două modele polare: un model conservator de sorginte tradiționalist-patriarhală, care presupune o ierarhie a sexelor cu bărbatul deținător al rolului dominant, și un model mai nou, egalitarist, care presupune egalitatea femeilor și bărbaților – percepută ca egalitate în drepturi și acces teoretic egal la competiția socială (V. Pasti; C. Ilinca, 2001, pp. 46-47). Discriminarea femeilor se manifestă atât în familie, cât și în societate (în familie, prin dubla zi de muncă, iar în societate, prin discriminarea salarială și cvasiinvizibilitatea în viața publică). Circa o cincime dintre femei sunt casnice, limitându-și prin aceasta interacțiunea cu societatea din jurul lor. Pentru eșantionul investigat de *Barometru*, diferența de venituri este extrem de mare: veniturile femeilor sunt în medie jumătate din cele ale bărbaților, iar proporția femeilor care nu au nici un fel de venituri este de patru ori mai mare decât a bărbaților care nu primesc venituri. Mecanismul de diferențiere a veniturilor este o sursă importantă a discriminării de gen (femeile au vechime în muncă mai mică decât bărbații, iar în domeniile în care au lucrat sau lucrează femeile, salariile sunt mai mici decât în cele în care au lucrat sau lucrează bărbații). Tendința cea mai importantă a „patriarhatului românesc actual” este eliminarea femeii din zona muncii salariate sau împingerea spre categorii ocupaționale cu venituri reduse, ceea ce implică dependența femeii și a copiilor de veniturile bărbaților (cf. V. Pasti; C. Ilinca, 2001, p. 71). Marginalizarea sau excluderea economică este dublată și de o slabă reprezentativitate politică (cf. infra).

Ponderea femeilor în guvernele de după 1989

|         | Petre Roman (I) | Petre Roman (II) | Teodor Stolojan | Nicolae Văcăroiu | Victor Ciortbea | Radu Vasile | Mugur Isărescu | Adrian Năstase |
|---------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|-------------|----------------|----------------|
| Bărbați | 44              | 29               | 30              | 40               | 38              | 19          | 18             | 22             |
| Femei   | 0               | 0                | 0               | 1                | 0               | 0           | 1              | 5              |

Chestionările, aspirațiile și modificările survenite în primul deceniu postcomunist configurează o nouă identitate feminină, nesubordonată „dorințelor” de producție și reproducție ale statului socialist,

ci orientată de autonomia, responsabilitatea și autenticitatea proiectului existențial al femeii. În mod paradoxal însă, în ciuda acestei descătușări, femeile se percep întâi ca mame și soții, și mai puțin ca cetățeni cu drepturi și datorii similare bărbaților (D. Pasca-Harsanyi, 1992, p. 46); ca un corolar, respingerea feminismului în bizara „alianță” *antifeminism fără feminism* este percepută ca separare de orice moștenire ideologică socialistă, cum ar fi emanciparea femeii instrumentată de statul socialist.

De fapt, societatea românească actualizează un paradox: „Pe de o parte, multe din punctele de pe agenda mișcărilor feministe sunt atinse fără o mișcare feministă: dreptul la vot, participarea la activitatea productivă (peste 47% din totalul forței de muncă în comunism, peste 44% în 1996), dreptul la avort și, foarte recent (1997), concediul parental. Pe de altă parte, evidența indică în continuare o societate sexistă cu tendințe profund conservatoare (ba chiar reacționare) în privința femeilor” (M. Miroiu, 1998, pp. 255-256).

Femeile sunt reduse la tăcere în gineceu prin argumente „cultural-teoretice” (militantismul feminist este depășit, Europa intrând deja în epoca postfeminismului) și argumente pragmatice, de supraviețuire domestică, ce nu permit idealuri de satisfacție profesională feminină, ci doar mitul sacrificial al Anei care ocazionalizează creația bărbatului și eventual șansa copiilor. Abolirea procentajelor obligatorii din „vremurile de tristă amintire”, „premodernismul” societății românești (M. Miroiu), „misoginismul ca boală națională” (S. Roșca Stănescu) au contribuit la „gradul zero” de participare a femeii în viața publică: 15 membre în Parlament din 500 (3%) în perioada 1993-1996, o ministru secretară de stat (5%), 46 de primărițe (1,1%).

Deficiențele de promovare a femeii în poziții manageriale și de leadership politic nu vor fi corectate atâta timp cât funcționează numirea *top-to-bottom*, lobby-ul de tipul „clubul băieților” (*old boys network*), clientelismul politic și legăturile de rudenie.

În România, foarte puține femei ajung să fie mediatizate: vedetele sportului, *show business*-ului, mass-media și, în ultimă instanță, personalitățile politice („în virtutea funcțiilor lor publice”). În această categorie, cercetătoarea Mihaela Miroiu include doar trei femei: Zoe Petre, consilieră prezidențială, Ana Blandiana, președinta Alianței Civice, Alina Mungiu, directoarea Departamentului Emisiunilor Informative al TVR, în jurul cărora s-au construit trei mituri malefice: al maternității iraționale (Zoe Petre), al sensibilității delicat-perverse (Ana Blandiana), al virilității castratoare (Alina Mungiu) (cf. M. Miroiu, 1998, p. 261).

Informația – afirma Simone de Beauvoir – este primul pas spre eliberare. Or, informația privind „condiția femeii”, „universul feminin” este trunchiată, distorsionată, negativizată: „Un mit tenace susține că presa este fatalmente reflexul societății în care se înscrie, al evoluției, aspirațiilor, descoperirilor, luptelor și cuceririlor sale. (...) Suntem distruse de conflicte, aspirăm la fericire, la plăcere, armonie, pace, autorealizare. Presa ne menține în violență, agresivitate, teamă, negativ, superficial și ne reține departe de noi însene, de viață, de tot ce este important pe plan personal și social” (C. Beauchamp, 1987, p. 88). Aceasta pentru că informația este filtrată de modele și decizii masculine, elaborată de actori masculini, evaluată de experți masculini.

În momentul în care perspectiva (enunțarea) este feminină, apar semne ale unei atitudini ireverențioase față de autorități, tendința de a privilegia cotidianul contextualizat, și nu abstracția impersonală (cf. *Image de la femme dans les médias*, 1997, p. 11). Totuși, o asemenea perspectivă rămâne marginală în ciuda transformărilor importante înregistrate în societate.

În pofida drepturilor stipulate de constituție și alte reglementări, femeile sunt mai vulnerabile decât bărbații pe piața muncii și în confruntarea cu șomajul, mai afectate de sărăcie, frustrări, marginalizare, suportând în cea mai mare măsură costurile dure ale tranziției:

- ponderea activității feminine se diminuează, cu excepția câtorva profesii liberale (avocat, jurnalist, economist, în acord cu tendința generală a Europei Occidentale);
- venitul mediu feminin este mai scăzut decât cel masculin;
- femeile disponibilizate au șanse de reinsertie profesională mai mici decât bărbații, datorită nivelului mai scăzut de educație și calificare; violența împotriva femeilor crește (70% din totalul divorțurilor sunt rezultatul violenței domestice, efect al consumului de alcool al bărbaților);
- feminizarea și îmbătrânirea forței de muncă în agricultură.

În mod paradoxal, femeile însele sunt astăzi reticente în a intra în sfera publică nu doar ca rezultat al unei mentalități tradiționale, ci și ca respingere a unei politici de emancipare corelate negativ cu comunismul. Acest atentism sau absentism al femeilor din sfera publică – sindrom al invizibilității – este dublat de reticența jurnalistelor de a prezenta problematici feminine (șomaj, familii monoparentale, violență domestică, feminizarea sărăciei).



În anumite privințe, degradarea identității feminine în țările postcomuniste care traversează un **antifeminism fără feminism** (epoca comunistă nefiind decât o neutralizare forțată a diferenței de *gender*) este corelabilă antifeminismului vest-european actual (P. Watson, „[Anti]Feminism after communism?”), bazat pe reasertarea identității feminine *family based* (derivând în *part-time jobs, travail à domicile*, până la feminizarea sărăciei și discriminarea salarială și profesională).

În Rusia, un politician nu se va sfi să afirme: „Dacă ne imaginăm umanitatea ca o mare familie, atunci femeile răspund de continuitatea și stabilitatea sistemului, în timp ce bărbații experimentează, înaintează, își asumă riscurile... Femeile nu pot juca un rol primordial, nici măcar egal” (P. Watson, 1997, p. 149).

**Democratizarea țărilor ex-comuniste s-a dovedit misogină** în toate statele, deși din rațiuni diferite: resurecția Bisericii Catolice în Croația și Polonia, a Bisericii Ortodoxe în România, alături de relevanța sindromului Elena Ceaușescu. În măsura în care femeile au fost considerate beneficiare ale sistemului socialist sau având drept aliat statul socialist, feminismul a fost identificat în toate țările ex-socialiste cu socialismul și repudiat ca antinațional și antinatural.

### 3.3. Femininul în presa scrisă română.

#### Mituri și realități

Recursul la identitate devine obligatoriu în momentele de ruptură, de criză, atunci când comunitatea revine la miturile sale fondatoare, la referințele verticale ale memoriei sale colective pentru a elucida referințele orizontale, sociologice ale lui *hic et nunc*.

Paul Ricœur (1990, *Soi-même comme un autre*) prezenta construcția identității ca operație narativă: pornind de la analiza autobiografiei, el constată că istoria unei vieți este permanent reconfigurată de istoriile veridice sau fictive pe care subiectul le povestește. Altfel spus, individul și comunitatea se identifică cu ceea ce se povestește despre ei. Or, în construirea identității minoritare, inferiorizate în raport cu majoritatea, mass-media joacă un rol esențial prin difuzarea reprezentărilor sociale ca instrument de categorizare a persoanelor și comportamentelor (modelul Margaret Thatcher va permite în contextul culturii britanice o glumă de tipul: „Doi copii se joacă de-a «Ce vei fi când te faci mare». Băiețelul afirmă hotărât: «Prim-ministru»,

dar fetița îl contrazice amuzată: «Nu se poate, nu ești fată», banc ce nu va fi auzit pe malurile Dâmboviței).

Între impersonalul stereotipului și personalizarea mediatică a câtorva figuri, celălalt nu este doar străinul, marginalul, exclusul, ci și termenul lipsă, complementul „indispensabil și inaccesibil” (E. Landowski, 1995, p. 12) pe care mass-media vor trebui să îl construiască (reconstruiască) atât cantitativ, cât și calitativ.

În contextul schimbărilor produse de căderea regimului comunist, femeile au devenit majoritatea tăcută, evitată, ignorată, discriminată în angajare și promovare, nu însă și în paradigmatica dublă corvoadă – *double burden* – a zilei de muncă în spațiul public și în cel privat.

Analiza a trei cotidiene de mare tiraj – *Adevărul*, *Evenimentul Zilei* și *România liberă* – timp de trei luni (octombrie, noiembrie, decembrie 1995) a evidențiat o disproporție frapantă între actorii sociali bărbați vs. femeii, ca și reprezentarea unilaterală, distorsionată a jumătății anonime. Studiind trei pagini ale fiecărui număr (pagina întâi, ultima pagină și pagina de social), 221 numere și 4280 articole (știri, reportaje, editoriale), Cristiana Ghețau, în lucrarea sa de diplomă, a constatat că, dacă pentru actorii jurnaliști situația este într-un fel echilibrată (60% jurnaliști bărbați vs. 40% femei jurnaliste), pentru actorii evenimentului prezentat raportul este extrem de debalansat: 88% actori bărbați vs. 12% actori femei (și acestea în roluri stereotipe: victime ale dominației forței masculine – viol, tratament brutal, vedete ale aparenței decorative – top modele sau vedete ale *show business*-ului și vedete ale sportului).

Disparitatea este evidentă și la nivelul tematic: bărbații apar în știri politice, economice, militare, religioase, iar femeile – victime ale accidentelor, catastrofelor, crimelor. 1,5% din cele 4280 de articole discută chestiuni esențiale pentru femei și societate și doar un articol privește egalitatea șanselor.

Doi ani mai târziu (20 noiembrie – 20 decembrie 1997), după schimbarea de regim instaurată de alegerile din 1996 (când guvernul considerat de unii criptocomunist a fost înlocuit cu alianța CDR), analiza de conținut realizată pe cotidienele *Adevărul* și *Evenimentul Zilei* relevă următoarea configurație actanțială și tematică:

*Adevărul* – din 38 de articole despre femei, în 26 femeile apar ca victime (ale abuzurilor sexuale, tentativelor de asasinat și rețelelor de proxeneți), în 5 ca indivizi monștruoși (mame și soții criminale),

în 4 ca delincvente („Mătușă proxenetă, nepoată prostituată” etc.), în 3 prin referire la statutul social (femeile în industria minieră, în industria modei etc.) cu procentajul 70%, 13%, 10%, 7%;

*Evenimentul Zilei* – cumulează un total de 47 articole despre femei, 20 privind femeile victime ale violenței domestice sau stradale (o atenție deosebită fiind acordată unei jurnaliste, atacată în fața casei exact în momentul când lucra la o investigație extrem de importantă), 10 articole despre ființe malefice (soții monstroase, prostituate care își fură clienții, vrăjitoare), 8 despre femei-obiect (top modele sau frumoase gitane vândute de părinți conform cutumei acestui grup etnic) și doar 9 despre femeile de carieră (dar numai din domeniul *show business*-ului) cu procentajul 42%, 21%, 17% și 19%.

Monitorizarea prezenței feminine ca subiect și obiect al informației mediatică relevă și la finele anului 2001 aceeași disproporție flagrantă în repartiția pe genuri.

În săptămâna 19-26 noiembrie 2001, trei cotidiane importante (*Adevărul*, *România liberă*, *Național*), la un total de aproximativ 2440 de știri, includ doar 105 informații având ca subiect femeile (4%); din cele 105 titluri, 14 reprezintă materiale în care femeile sunt victimele unei agresiuni – crimă, viol („Omorâtă în timp ce era supusă la perversiuni sexuale” – *Național*, 19 noiembrie 2001, p. 7; „Pensionară din Harghita căsăpită cu cuțitul de bucătărie” – *Adevărul*, 22 noiembrie, p. 9). Alte 14 titluri au ca subiect femei infractoare – criminale, escroace, prostituate („False prezentatoare de detergenți «curățau la minut», de bani și bijuterii, casele celor vizitați” – *Adevărul*, 21 noiembrie 2001, p. 10; „Căutată de poliție pentru că a vrut să-și sugrume copilul aflat la incubator” – *Național*, 19 noiembrie 2001; „Iertată» de Parchet, o escroacă a recidivat” – *România liberă*, 26 noiembrie 2001, p. 10).

Știrile având ca subiect femeile implicate în politică sau în viața economică din România au fost în număr de 13; 5 o aveau ca subiect pe Rodica Stănoiu, ministru al Justiției, 3 o prezentau pe baroneasa Emma Nicholson, oficial european, iar celelalte 3 se refereau la Hildegard Puwak, ministrul Integrării Europene, Corina Crețu, purtător de cuvânt al Președinției și Dana Năstase, soția premierului Adrian Năstase. Celelalte știri prezentau subiecte din zona faptului divers – concursuri de frumusețe, sinucideri sau relatări despre femei simple devenite eroine.

O lună mai târziu, în săptămâna 17-23 decembrie, dintr-un total de 469 de articole publicate în ziarul *Adevărul*, doar 349 sunt semnate. Dintre acestea din urmă, 145 au fost scrise de femei – 41,5%;

dar știrile despre femei sunt în număr de 13 (2,8%), iar rolurile prezentate sunt cele clasice: vedeta în sport sau pe scenă – Andreea Răducan, Nadia Comănești, Felicia Filip, Elena Cârstea, Mariana Nicolesco. Apar doar două ipostaze non-tradiționale: etnologul Irina Nicolau și profesoara universitară în economie Maria Niculescu.

În aceeași perioadă, cotidianul *România liberă* însușește 602 articole, 215 fiind semnate de femei (35%); doar 12 știri sunt „despre” femei – 5 din lumea sportului, 5 din zona faptului divers și 2 știri externe. Dintr-un total de 53 de știri publicate pe prima pagină, doar 16 (dintre care și două editoriale) sunt semnate de femei.

În cazul cotidianului *Libertatea*, din cele 320 de articole publicate în aceeași perioadă, 55 sunt semnate de jurnaliste (17,2%); 48 de articole – 15% – conțin știri despre femei. Doar 3 se referă la personalități publice și subiecte serioase (Rodica Stănoiu, Paula Ivănescu, Mona Muscă). Celelalte perenizează stereotipul femeii malefice – escroacă, deținătoare de arme, „pericol pentru buget” (într-un articol despre cadouri!). De menționat că succesul la public al ziarului și tirajele considerabile pentru un tabloid local se datorează în bună măsură instrumentalizării corpului feminin (vezi rubrica zilnică „Fata de la pagina 5” și cea săptămânală, „Cea mai bună fată de la pagina 5”), imitând un model occidental (vezi și Romina Surugiu, „Oglindă, oglinjoară, cine-i mai frumoasă în țară? Imaginea femeilor în emisiunile românești de divertisment”).

De fapt, numeroase companii vestice au tendința să profite de nemodernitatea mentalităților est-europene, exportând în această zonă tot ceea ce scade sau dispare de pe propriile piețe: noi mărci de țigări și băuturi, produse cu risc cancerigen și cardiac, noi modele de feminitate, respectiv cea de consum, practic opuse emancipării femeilor (vezi și M. Miroiu, 1998, pp. 266-267).

Spre deosebire de influența dominantă a televiziunii în presa scrisă, reprezentată de vizualizarea paginii întâi a ziarelor, se poate vorbi, în cazul *Libertatea*, de o influență inversă, a presei scrise asupra televiziunii, care a preluat modelul fetei de la pagina cinci (*Fata Zilei* de la OTV și *Fata de la miezul nopții*, la B1 TV). Și această observație confirmă sindromul mass-media diagnosticat de Umberto Eco, potrivit căruia presa se privește în oglindă, se citează intermedia, în loc să privească în realitate.

Ziarul *Cotidianul* publică în săptămâna supusă analizei 368 de articole, din care 79 sunt scrise de femei – 21,4%; 12 articole au ca subiect femeile – 3,2%, majoritatea în postura de victimă („Dansatoarele române gravide – sursă pentru traficul cu bebeluși”, *Cotidianul*



din 17 decembrie 2001, sau „Condamnată la moarte de birocrație” – 18 decembrie).

În *Național*, din cele 415 articole publicate în intervalul analizat, 164 sunt scrise de femei – 39,5% –, dar numai 55 au ca subiect femeile (13,5%): „Un medic îndrăgostit de pacienta sa oarbă” (17 decembrie 2001) sau „La 17 ani, amanta propriului tată” (18 decembrie). Din nou milenarul stereotip al pasivității – pacienta sa – și al statutului de victimă.

Cotidianul *Ziua* publică 604 articole, din care 165 sunt semnate de jurnaliste – 27%. Doar 22 de știri se referă la femei (3,6%), prioritar știri din sport, însoțite de fotografii (gimnastele române), precum și menționarea baronei Nicholson și a ministrei Justiției și Învățământului.

În *Jurnalul Național*, din 509 articole, 113 sunt semnate de femei (22%). Despre femei, doar 28 (5,5%) – majoritatea la rubricile „Societate” și „Monden”: „Blondele fac lucruri trăsnete” (21 decembrie 2001), „Silicoanele anului” (20 decembrie), „Bolnavă de sifilis la 14 ani” (17 decembrie).

Analiza de conținut a presei scrise române relevă faptul că autorii știrilor, ca și actorii principalelor fapte relatate sunt bărbați; doar o mică parte a materialelor publicate (circa 10%) sunt consacrate problematicii feminine: violență, pauperizare, șomaj, dubla zi de muncă. Principala tendință este cea a stereotipizării femeii, prezentată fie ca victimă (a soțului sau sorții – accidente), fie ca agent malefic (vrăjitoare, prostituată, mamă asasină etc.). Alături de această reprezentare dihotomică (ce continuă străvechiul clivaj înger/diavol), principalele tendințe sunt *restrângerea rolurilor* (femeia vedetă a sportului sau *show business*-ului) și *anonimizarea* (pentru o treime din prezențele feminine, profesia nu este menționată, ceea ce conținează este numele, vârsta, statutul marital). Dacă presa cotidiană oferă această imagine reduționistă a femeii (banalizantă sau negativizantă), presa-magazin oferă doar variante utopice de superfemei, care au reușit perfect în carieră și familie (modelul *Cosmopolitan* – actuală, activă, atractivă) sau *ideal type*-ul promovat de celelalte reviste-magazin feminine, internaționale sau românești.

Totuși, revistele pentru femei oferă una dintre puținele forme de solidaritate feminină, prin promovarea unei contraculturi feminine, a experienței, a partajului, a proiectelor și dilemelor feminine. De fapt, aceste reviste se situează sub semnul joncțiunii paradoxale *double bind*, care însoțește întreaga existență feminină: editorii fac un pas înainte, definind puterea și realizările femeilor în bastioane

masculine (sport, management, afaceri), dar sunt constrânși de publicitari, de presiunea industriilor cosmetice să facă și un pas îndărăt, prin promovarea constantă a mitului frumuseții. În ciuda acestei ambiguități funciare, revistele pentru femei nu sunt inutile și în nici un caz antifeministe: ele propun alternative în chestiuni fundamentale precum divorțul, menopauza, avortul, sexualitatea etc. Ele sunt și pot deveni un instrument de schimbare socială și un factor de coeziune feminină.

Respingerea, negativizarea sau inferiorizarea a 51% din populația țării este indubitabil legată de:

- 1) **criza economică și politică** ce plasează femeia într-o dublă dependență (față de soț și de stat într-o societate evident patriarhală);
- 2) **masculinizarea spațiului public** (reflex al respingerii politicii comuniste de „emancipare a femeii”) și feminizarea sărăciei;
- 3) **„atentismul”, pasivitatea femeilor** care acceptă diagnosticul ministrului Andrei Pleșu (pentru care „Românii consideră drept cauză a eșecurilor lor pe celălalt: vinovat pentru ceva este totdeauna altcineva”).

Solidaritatea feminină și activitatea jurnalistelor ar putea produce însă erodarea acestor clișee și restructurarea treptată a sferei publice.

Dacă în mediile occidentale apare o nouă personalitate feminină (ironică, sofisticată, autonomă – a treia femeie de care vorbește G. Lipovetsky), în țările postcomuniste asistăm la o subreprezentare și subparticipare a femeii, efect al respingerii oricărei continuități cu ideologia comunistă (incluzând retorica emancipării feminine).

**Integrarea problematicii feminine în conținuturi media-tice adecvate** – nici prezența asexuată din perioada comunistă, nici sex-simbolul de import postcomunist, ci individul autonom cu un mod de gândire, așteptări și frustrări specifice –, **sensibilizarea opiniei publice și a factorilor de decizie** la dilemele și discriminările de gen ar putea contribui, măcar în parte, la soluționarea crizei de legitimitate și participare ce caracterizează societatea română în tranziție, între un trecut sumbru și un viitor nesigur.

Reticența în asumarea deciziei și controlului, și nu doar a sacrificiului (sindromul Ana în viziunea Mihaelei Miroiu), nu poate fi contracarată decât de modificarea imaginii media a femeii, de un nou tip de socializare, de o agendă feministă în câmpul educației.

„Femeile trebuie să lupte pentru educație, să-și dezvolte abilitățile intelectuale. Educația este practica libertății” (b. hooks, 1999, p. 116). Și poate că secolul XXI va deveni feminin în momentul în care valorile vieții, naturii, familiei vor recăpăta drept de cetate după un secol de derive antiumaniste. De fapt, bunăstarea și recompunerea valorizantă a identității feminine vor reprezenta un factor de progres social.

Aceste schimbări care resemantizează valoarea experienței și emoționalului feminin alături sau în pofida intelectualismului abstract nu vor putea fi actualizate decât în momentul în care femeile-jurnaliste se vor decide să ia un interviu vice-președintei de companie, și nu președintelui (cf. Monelle Saindon, ziarista canadiană care își propune să participe la recuperarea întârzierii de 2000 de ani a femeii în istorie), când programele de radio vor încetățeni emisiuni de tipul *Ea și El* (Montréal), cu sloganul „El spune ceea ce gândește, ea gândește ceea ce spune”, momentul în care femeile și bărbații vor milita pentru puterea-mijloc, și nu scop.

### 3.4. În loc de concluzii

În ultimele decenii, asistăm la o profundă reevaluare a conceptelor de identitate, apartenență, autenticitate în noul cadru postmodern. Ideile de progres, raționalitate și obiectivitate care au legitimat modernitatea occidentală sunt puse în cauză de noțiuni precum contingentul, provizoriul etc. („Universalul, generalul, atemporalul sunt subminate de particular, local, efemer” – L. Hutcheon, 1996).

Într-o nouă logică, pluralismul postmodern infrastructurat de multiplicitate și diferență ne instalează într-o paradigmă inclusivă, ce înlocuiește disjunția sau/sau cu emergența conjuncției multiple (cultura elitelor și cultura de masă, modelul cultural integrativ de tip *melting pot* american și multiculturalismul canadian, *leadership*-ul masculin și gestiunea „la feminin” etc.).

Acceptând multiplicitatea în locul unicității securizante, trăind relația, și nu opoziția, numeroasele tensiuni generatoare de conflict ar putea fi transformate în complexități postmoderne stimulative. Or, una dintre mutațiile postmoderne cele mai semnificative este reprezentată de reconstrucția identitară, emergența autenticității. Pentru a împiedica noile comunități tribale definite printr-un intens sentiment de apartenență să devină impenetrabile sau chiar anomice, va trebui se redescoperim, dincolo de hedonismul narcisist, relaționarea socială, responsabilitatea, solidaritatea.

În acest sens, gândirea și practica feministe reprezintă o superbă lecție de solidaritate și *networking*, de deschidere către o cultură comunicatională, empatică, permeabilă la semnificații și valori (ale vieții și naturii în primul rând).

Spre deosebire de libertatea anticilor, bazată pe egalitatea cetățenilor, libertatea modernă se întemeiază pe diversitatea socială și culturală a membrilor societății: „Democrația este instrumentul politic de salvagardare a acestei diversități, de asociere a indivizilor și grupurilor din ce în ce mai diverse într-o societate în care trebuie să funcționeze ca un tot” (A. Tourraine, 1994, p. 171). Altfel spus, provocarea ce se cere rezolvată va consta în stabilirea unui echilibru între diversitatea culturală și coeziunea socială. Ca și societățile în tranziție sau spațiile disciplinare *in progress*, subiectul postmodern nu mai este actualizarea unui principiu universal (rațiune, datorie etc.); el este mai degrabă un travaliu, un parcurs, unitatea narativă a unei vieți (P. Ricœur), definită prin libertatea de a se și construi, și nu prin atribuirea de roluri predeterminate. Ideea modernă de subiect combină, de fapt, trei elemente indispensabile: **rezistența la dominare** (fie că este vorba de colonizarea „sălbaticilor” sau de ghetozarea femeilor), **libertatea ca obiectiv central** și **condiție a fericirii și recunoașterea celuilalt ca subiect** (A. Tourraine, 1994, pp. 178-179).

Opusă extremismelor de diverse naturi (totalitarism, integrism), democrația, bazată pe un proiect individual și social, își continuă drumul sinuos și nu rareori dificil. Indisociabil legată de tot ceea ce raționaliștii expulzaseră: sexualitatea, inconștientul, universul colonizat, experiența feminină, democrația apropie aceste elemente până nu demult marginale într-o mișcare centripetă, integratoare (A. Tourraine, 1994, p. 201). Pentru a realiza o adevărată schimbare de paradigmă, o nouă formă de socializare și educație (noi manuale, noi publicații, noi *curricula*), precum și noi modele de parteneriat social sunt imperios necesare. „Dacă societatea industrială a fost una a bărbaților, bazată pe opoziția și ierarhia femeilor și bărbaților, societatea contemporană se construiește împotriva rezistențelor ca o cultură ce poate fi numită feminizată, în măsura în care femeile se străduiesc mai activ decât bărbații să articuleze cele două jumătăți separate ale existenței umane” (A. Tourraine, 1997, p. 309).

Mass-media pare instrumentul privilegiat pentru a revendica extinderea rolurilor feminine și a drepturilor femeilor în societatea contemporană. Proiectul emancipator al teoriei și acțiunii feministe



afectează nu numai aspectele cunoașterii, ci și ansamblul practicilor care transformă maternitatea, sexualitatea, căsătoria, familia etc. Principala componentă a procesului de transformare postcomunistă este disjunctia între discursuri și practicile sociale; o perspectivă reflectând dimensiunea de gen devine centrală pentru înțelegerea dinamicii postcomunismului, în care împrumutul de modele culturale și gomarea tradițiilor merg mână în mână, constituindu-se ca emblema acestei transformări. Eforturile actuale privind evidențierea dimensiunii de gen, a marginalizării femeilor sunt prinse între acuzația ilegitimității feminismului ca model occidental de import și acuzația continuării unei retorici comuniste falimentare de emancipare a femeii. Dar, la sesiunea specială (a douăzeci și treia) a Adunării Generale a Organizației Națiunilor Unite, care a avut loc la New York între 5 și 9 iunie 2000, reprezentanții delegațiilor guvernamentale ale statelor membre ONU au adoptat prin consens documentul intitulat „Acțiuni și inițiative viitoare pentru implementarea Declarației și a Platformei pentru acțiune de la Beijing”. În document au fost identificate 12 domenii critice, considerate obstacole majore în calea emancipării femeii, și anume: sărăcia, accesul la educație, violența împotriva femeilor, dificultatea accesului în funcții de decizie, mecanismele instituționale pentru emanciparea femeii, influența mass-media etc.

Femeile în viața publică sunt nu doar mai puțin vizibile decât bărbații, ci și tratate după alte standarde („în timp ce pentru bărbați contează antecedentele și experiența politică, pentru femei esențialul continuă să fie situația familială și aspectul fizic” – *L'Image de la femme dans les médias*, 1997, p. 16).

Dacă mass-media occidentale privilegiază roluri feminine non-convenționale atât în ficțiune (femeia șerif, polițist, femeia neagră procuror etc.), cât și în prezentarea știrilor, în țările ex-comuniste asistăm, după o lungă perioadă de emancipare forțată (femei tractoriste, eroine ale muncii socialiste, femei-comisar etc.), la revitalizarea femeii-obiect sexual, eroină a balurilor, spectacolelor de modă și concursurilor de frumusețe (a se vedea explozia publicității sexiste și a mass-media comerciale, beneficiare ale instrumentalizării corpului feminin).

În ceea ce privește receptarea conținutului mediatic în funcție de gen, tendințele de lectură și vizionare au evidențiat anumite preferințe tematice (opțiunea pentru acțiune și narativitate forte, cu frecvente răsturnări de situații în cazul bărbaților, față de narativitatea ciclică, emoțională, „conversațională” în cazul femeilor),

precum și stiluri diferite de vizionare (neîntreruptă de alte activități pentru bărbați, dar întreruptă, policronă pentru femei). Cercetări calitative au reflectat, pe de o parte, frustrarea femeilor față de reprezentările sexiste sau stereotipe pe care le oferă mai ales televiziunea, dar și confortul unei viziuni feminine a existenței, așa cum apare în rețeta de succes a unor reviste pentru femei (*Elle*, *Femme Actuelle*, iar în România, *Avantaje*, *Unica* și mai nou *Cosmopolitan*). Aceste reviste sunt un mediu contradictoriu, dar important pentru femei în diferite momente ale existenței lor, creând legături între femei, o contracultură feminină și o mai mare putere în relațiile cotidiene de familie (cf. și *L'Image de la femme dans les médias*, 1997, p. 27). Deși revistele pentru femei oferă una dintre puținele forme ale solidarității feminine prin promovarea unei culturi diferite, focalizate asupra experiențelor, proiectelor sau dilemelor femeilor (carieră și/sau viață de familie; comportament masculin asertiv și/sau sensibilitate, solitudine feminină), ele se situează sub semnul aceleiași constrângeri paradoxale (*double bind*) care însoțește întreaga existență feminină. În acest sens, concursul anului 2000 lansat de revista *Cosmopolitan* (varianta românească), menit să promoveze modele de reușită feminină (femei-manager, femei-jurnalist etc.), a funcționat cu sloganul „actuală/activă/atractivă”, perfectă textualizare a trendului autonomiei, dar și a supunerii la „mitul frumuseții”. Totuși, aceste reviste nu sunt inutile și nici anti-feministe; ele propun alternative la dilemele existenței femeilor (divorț, menopauză, singurătate etc.), cu șanse de diseminare la milioane de femei, spre deosebire de revistele feministe cu circuit mult mai restrâns. Aceste reviste pot deveni un instrument de schimbare socială adresat unui public larg, prin autonomizare și sporire a stimei femeilor față de ele însele. De fapt, aceste reviste sunt concepute de editorii lor ca o familie extinsă: „Revista este un club. Funcția ei este să ofere cititoarelor un simț al comuniunii și mândria identității (de a fi femeie)” (N. Wolf, 1997, p. 44).

În ciuda progreselor realizate (conștientizarea subreprezentării și a discriminării, dar și câștigarea de poziții interesante la toate nivelurile de management: director de publicație, producător de emisiune etc.), există încă o multitudine de prejudecăți și bariere ce trebuie dinamitate. „Nu este destul să avem mai multe femei în industria mass-media. E nevoie de mai multe femei cu o înțelegere politică a modului în care se reproduce subordonarea femeii și cu dorința de a schimba această stare de lucruri” (Arthurs, *apud* S. Allen, 1999, p. 156).

Ceea ce apare cu necesitate în construcția identității (atât masculine, cât și feminine) este stima de sine ca fundament al acesteia; or, culturile dominației atacă stima de sine înlocuind-o cu puterea de a-l domina pe celălalt (negru, femeie etc.). Masculinitatea patriarhală încurajează narcisismul legat de privilegiul (relativ totuși) de a te fi născut bărbat. Mulți bărbați își văd existența amenințată dacă aceste privilegii le sunt retrase (privilegiul de a fi capul familiei și principalul furnizor de resurse în condițiile creșterii șomajului, privilegiul de a decide economic și politic în spațiul public etc.). Or, o viziune feministă comprehensivă și nu sexistă, aptă să afirme și să consolideze drepturile, autonomia, autorealizarea femeilor și bărbaților poate și trebuie să rezolve dilemele identitare și sociale ale lumii contemporane.

Alain Tourraine afirmă consecvent că o situație socială „nu poate fi analizată fără a fi văzută atât din perspectiva bărbatului, cât și din cea a femeii” (A. Tourraine, 2000, p. 253) și că, în recompunerea lumii și a sinelui, percepția și strategia identitară feminine joacă un rol esențial; acest rol este determinat de capacitatea de a corela sfera publică și cea privată, de a interacționa și comunica eficient, de a valoriza empatia și afectul (A. Tourraine, 2000, pp. 254-257).

Solidaritatea feminină, conștientizarea rolului economic, social și politic al femeii, realizat de mass-media, societatea civilă și de femeile însele vor putea contribui substanțial la erodarea stereotipurilor și la reconfigurarea spațiului public postcomunist dintr-un spațiu misogin, conservator într-unul realmente democratic, stimulat prin creativitatea diferenței.

Dacă am vrea să răspundem la celebra întrebare lansată de Roland Barthes în anii '70 „Cu ce să începem?”, am putea afirma, fără teama de a greși: în ceea ce privește feminismul românesc, cu începutul (istoric mișcării, rolurile și imaginile femeii în societate, literatură și mass-media, inserțiile profesionale și politice ale femeilor, politici și proiecte pentru femei etc.).