JURNALISM ŞI ŞTIINŢE ALE COMUNICĂRII

PRODUSELE MEDIA CARE SE ADRESEAZĂ PUBLICULUI FEMININ ŞI MASCULIN. MODALITĂŢI DE REPREZENTARE ECHITABILĂ

Victoria CERNEA

CZU: 070:659.4:305-055.1/.2 j201cerneavictoria@gmail.com

In the last times, discussions on gender representation in the media have become increasingly relevant and necessary, considering the fact that the public interest is always high enough for this topic. We all know that fair gender representation in media products is an important topic, because the media plays a significant role in shaping our perceptions and expectations of men and women. The next article tries to reveal the gender stereotypes, such as those related to the traditional and limited roles of each sex and its level of representation in the media products.

În ultimele decenii, discuțiile despre reprezentarea de gen în media au devenit din ce în ce mai relevante și necesare, întrucât există o recunoaștere tot mai mare a influenței pe care o au acestea asupra percepțiilor, valorilor și stereotipurilor legate de gen. Reprezentarea echitabilă a genurilor în produsele media este un subiect important, deoarece mass-media joacă un rol semnificativ în modelarea percepțiilor și așteptărilor noastre față de bărbați și femei. Stereotipurile de gen, precum cele legate de rolurile tradiționale și limitate ale fiecărui sex, pot perpetua inegalitățile de gen și pot contribui la discriminare și marginalizare. Într-o lume din ce în ce mai conectată și influențată de media, este esențial să explorăm modalități de reprezentare echitabilă a genurilor, care să reflecte diversitatea și complexitatea realității sociale. Aceasta implică evitarea stereotipurilor și oferirea unor modele de rol diverse și autentice pentru femei și bărbați. Prin urmare, *actualitatea* temei constă în necesitatea de a promova o reprezentare echitabilă a genurilor în produsele media, astfel încât acestea să devină instrumente puternice de schimbare socială și de promovare a egalității de gen. Într-o societate în care conștientizarea și sensibilizarea cu privire la problemele de gen câștigă din ce în ce mai multă importanță, cercetarea și abordarea acestei teme aduc o contribuție semnificativă în lupta pentru o societate egalitară și incluzivă.

Metodele cercetării: analiza de conținut, observația, realizarea materialelor proprii.

Prin metoda observației vom căuta a înțelege, la modul practic, unde greșesc jurnaliștii și cum este prezentată imaginea femeii și a bărbatului, ca în baza celor analizate să realizăm propriile exemple de materiale. Metoda analizei de conținut o vom utiliza pentru a analiza conținutul teoretic oferit de suporturile sus menționate. Societatea în care trăim a creat tipare corespunzătoare, încât oamenii atunci când se nasc în funcție de sex

încearcă să intre în rolul genului și să corespundă standardelor de feminitate sau masculinitate, pe care le percep de la semenii lor a fi corecte sau obișnuite într-o anumită situație.

Prin *noțiunea de gen* înțelegem ades un sistem care interpretează relațiile între persoane, în timp ce *sexul* definește diferențele biologice dintre feminin și masculin, genul face referire la deosebirile modului în care este privit „femininul și masculinul" și care sunt caracteristicele acestora. Termenul de gen se include în cel al sexului, însă cel dintâi nu-l înlocuiește pe cel din urma.

Sexul este utilizat pentru a prezenta particularitățile fiziologice și anatomice ale oamenilor în baza cărora sunt repartizați în bărbați și femei. Sexul era considerat factorul de bază care face diferența între femei și bărbați.

Potrivit sociologului american, Judith Lorber, „genul, ca și limbajul, religia sau tehnologia, este invenție umană, care ne organizează viață socială". Termenul *genul social* a fost utilizat pentru prima dată de către psihanalistul american Robert Stoller în anul 1958, acesta propunând distincția dintre natura biologică și cea socioculturală a omului. Psihanalistul consideră caracteristicile biologice aparținând noțiunii de sex, în timp ce sistemul de valori, interpretări, atitudini ale indivizilor sau ale societății față de femei sau bărbați se referă la *noțiunea de gen* [1].

Observăm că relațiile de gen, nu doar în societatea noastră, sunt disproporționale. Bărbații sunt caracterizați drept puteri dominante cu statut înalt în societate, cu putere de decizie și gândire mai înaltă, prin putere și masculinitate. Femeile sunt asociate cu opusul caracteristicilor bărbatului: slabe de fire, subordonate, dezorganizate, ocupând o poziție inferioară bărbaților. Din momentul în care omul vine pe lume, el devine obiect de influență în sistemul numit relațiile de gen. Anturajul de care se înconjoară, care include familia, grădinița, școala, biserica, comunitatea, dezvoltă reguli de comportament adecvate unui „bărbat adevărat" sau „femei adevărate", acestea fiind numite *stereotipurile de gen* [2].

În mod tradiţional şi stereotipizat, discursul masculin este asociat, de regulă, vieţii publice. El a fost caracterizat printr-o capacitate mai mare de abordare a gândirii abstracte, prin organizare logică mai coerentă, argumentare mai clar expusă, concentrare mai pronunţată asupra subiectului discutat. Discursul feminin a fost asociat unui limbaj al emoţiilor, al vieţii private (familie, copii, probleme personale sau care ţin de binele „sufletesc" al celorlalţi), favorizând aluzia, eufemismul mai degrabă, decât concentrarea logică, evitarea oricărei teorii abstracte [3].

În partea de creație a tezei de licență, ne-am propus să scriem o serie de materiale jurnalistice concepute pentru a asigura o reprezentare echitabilă a diversității de gen. Am dezvoltat și publicat cinci articole dedicate exclusiv bărbaților, explorând subiecte relevante și provocatoare care să îi intereseze în mod specific pe aceștia. În același timp, am creat și prezentat cinci materiale jurnalistice dedicate femeilor, abordând teme variate, de la realizări în domenii predominante masculine, până la probleme și subiecte de interes pentru femei, în mod specific. În plus, am elaborat și cinci articole care se adresează ambelor categorii, pentru a sublinia importanța egalității de gen și pentru a promova un dialog constructiv și incluziv între genuri. Prin intermediul acestor materi-

ale, am încercat să reflectăm diversitatea și complexitatea experiențelor și poveștilor de viață ale tuturor persoanelor, contribuind astfel la o reprezentare autentică și echitabilă a ambelor sexe. Materialele jurnalistice au fost scrise și difuzate în perioada *decembrie 2022 – mai 2023* la „Radio Chișinău”, dintre care 12 materiale informative: patru știri, patru relatări, două reportaje, două interviuri și trei materiale analitice: un portret, o recenzie, o investigație jurnalistică. Păstrăm angajamentul de a promova egalitatea de gen și de a oferi o voce echilibrată fiecărei categorii, asigurând că materialele noastre reflectă în mod corespunzător diversitatea și complexitatea experiențelor umane.

În concluzie, produsele media au un impact semnificativ asupra formării percepțiilor și stereotipurilor de gen în societate. Este important ca aceste produse să ofere o reprezentare echitabilă a femeilor și bărbaților, evitând perpetuarea stereotipurilor și discriminării de gen. Studiile și cercetările arată că încă există un dezechilibru în reprezentarea de gen în media. Femeile sunt subreprezentate în roluri de lideri, experți și personaje puternice, în timp ce bărbații sunt adesea prezentați în roluri dominante și stereotipice. Este necesară o implicare activă din partea producătorilor de media pentru a crea conținuturi care să spargă stereotipurile și să promoveze egalitatea de gen. Consumatorii de media au și ei un rol important în promovarea reprezentării echitabile de gen, prin susținerea și promovarea conținuturilor care oferă o perspectivă echilibrată și non-stereotipică. Astfel, se pot adopta strategii precum dezvoltarea de personaje complexe și autentice, acordarea de spațiu și voce femeilor în producțiile media și angajarea de echipe diversificate în procesul creativ. Pornind de la recunoașterea problemei privind reprezentarea inechitabilă de gen în produsele media, este crucial să acționăm în direcția unei schimbări pozitive și durabile. Recomandarea comună pentru jurnaliști în ceea ce privește produsele media adresate publicului feminin și masculin și modalitățile de reprezentare echitabilă constă în adoptarea unei abordări sensibile, responsabile și nediscriminatorii în redactarea și difuzarea conținutului. Este esențial ca jurnaliștii să identifice și să înțeleagă stereotipurile uzuale asociate cu genurile și să le evite în conținutul lor, căutând în schimb să reflecte diversitatea și complexitatea experiențelor umane. Utilizarea unui limbaj adecvat, respectuos și inclusiv, care să nu perpetueze prejudecăți sau discriminare, este de asemenea vitală. Totodată, jurnaliștii ar trebui să se străduiască să includă și să promoveze perspectivele și vocile diverse ale femeilor și bărbaților în cadrul reportajelor și articolelor lor, oferind astfel o reprezentare echilibrată și autentică a diverselor realități și experiențe de gen, care să promoveze înțelegerea și respectul între genuri și să ofere publicului o perspectivă mai cuprinzătoare și reprezentativă a societății.

Referințe:

1. BAURCIULU, A., PÂRȚACHE, I., et all. *Bugetare sensibilă la gen. Manual*. Chișinău, 2016.
2. DRAGOMIR, O., MIROIU, M. *Lexicon feminist*. Iași: Polirom, 2002.
3. GRUMBERG, L. *Mass-media despre sexe*. București: Tritonic, 2005.

Recomandat
***Victoria BULICANU,** dr., conf. univ.*