

EXPUNERE DE MOTIVE

MOTIVAȚIA JURIDICĂ

România este parte semnatară a tuturor convențiilor și tratatelor internaționale de importanță majoră pentru drepturile omului în general și pentru drepturile femeii în special. Încă din 1981, România a ratificat *Convenția ONU cu privire la eliminarea oricăror forme de discriminare împotriva femeilor* iar în iunie 2003 a ratificat *Protocolul Opțional CEDAW*.

Prezenta inițiativă are în vedere transpunerea legislativă a principiului egalității între femei și bărbați prevăzut, de asemenea, în *Tratatul de la Amsterdam* (art. 2, art. 3.2, 13 și 141), în *Constituția României* (art.4.2, art.16.3, art.16.1, 36, 37, 32, 41 și 49), în *Codul familiei* etc.

Legea contribuie la îndeplinirea obligațiilor pe care statul român și le-a asumat ca parte semnatară a *Platformei de acțiune de la Beijing* (1995) – cu precădere în capitolul *Femeile și media*.

Momentul actual este extrem de oportun pentru adoptarea măsurilor de realizare efectivă a egalității de gen ca o dovadă practică a adeziunii României la valorile și obiectivele asumate prin decizia de integrare în Uniunea Europeană. Subliniem că cel mai recent *Raport de monitorizare al Comisiei Europene* (mai 2006) consideră egalitatea între femei și bărbați drept singurul domeniu monitorizat în care „*situația s-a deteriorat*” în ultima perioadă.

MOTIVAȚIA SOCIO – POLITICĂ

Legea instituie o măsură stimulativă pentru combaterea și evitarea acelor clișee mediatice prin care atitudinile discriminatorii și inegalitare dintre genuri sunt promovate și conservate în societatea românească. Legea aduce pe agenda publică probleme sociale fundamentale – valorile și modelele comportamentale transmise prin mijloacele de comunicare în masă, importanța acestora în procesul de socializare a copiilor și tinerilor, nevoia parteneriatului de gen, a respectării dreptului la demnitate și imagine. Se adresează producătorilor emisiunilor de radio și televiziune și creatorilor de reclame comerciale.

Stereotipurile, inclusiv cele de gen, sunt expresie directă a valorilor și credințelor dintr-o societate. În anumite limite, aceste clișee mentale pe care le folosim pentru a defini și aprecia pe alții sunt utile. Dincolo de aspectul funcțional însă, gândirea stereotip are efecte negative, putând lua forma unor prejudecăți și discriminări față de anumite categorii de oameni.

În societatea românească, dar nu numai, există o schemă rigidă de definire a masculinității și feminității, schemă în care „puterea”, succesul, afirmarea în viața publică sunt mai curând apanajul bărbaților iar locul femeilor este în primul rând în familie, unde își manifestă grija și empatia față de ceilalți.

Ziarele, emisiunile de radio și televiziune, publicitatea abundă în mesaje care valorizează negativ diferențele dintre femei și bărbați, ceea ce conduce la promovarea unei imagini a femeii subordonată și inferioară bărbatului; constant, femeile sunt prezentate în sfera privată iar bărbatul în cea publică. Se mențin în mod evident stereotipurile de gen arhi-cunoscute (femeia pasivă-bărbatul activ; femeia casnică-bărbatul public; femeia dependentă - bărbatul independent).

Stereotipurile de gen se combină cu cele de vârstă, de aspect fizic, tip de activități. Imaginea feminității echivalează cu frumusețea și tinerețea iar masculinitatea cu maturitatea și reușita în viața publică. Ocupațiile femeilor se reduc, mai ales în reclame, la femeia casnică, vedeta și, foarte rar, femeia de carieră. Producțiile se concentrează asupra femeilor de o anumită vârstă (extrem de tinere). De asemenea, erotismul și sexualitatea feminină sunt folosite excesiv și în orice context (inclusiv în programe cu caracter științific cum ar fi, de exemplu, prezentarea previziunilor meteorologice).

Bărbații sunt și ei victime ale unor asemenea clișee – își iubesc doar mașina, se uită la fotbal și beau alcool.

Realitatea ne spune că structura educațională, ocupațională și de vârstă a populației României este cu totul diferită de cea prezentată la televizor.

Conservarea stereotipurilor și prejudecăților într-o societate este rezultatul, cel mai adesea inconștient, al procesului de socializare.

În societatea contemporană, mas-media are un rol fundamental în socializare, educație și formarea opiniei publice. Televiziunea, radioul, internet-ul impun un anumit model normativ, ne influențează opțiunile, criteriile de evaluare și de raportare la situații și persoane. Ele pot promova modelele contemporane și mesaje pozitive în privința parteneriatului în familie și societate, a participării femeilor la viața publică. Rolul mas media în socializarea copiilor și tinerilor este însă dublu. Mas media poate schimba obișnuințele de gândire întărite în secole de cultură patriarhală și să producă o „dezosificare a gândirii” la noile generații dar poate și să conserve anumite clișee în ciuda schimbărilor reale pe care societatea le-a suferit. Până în acest moment, mas media a fost mai mult o parte a problemei decât soluția ei, promovând prejudecăți și comportamente discriminatorii la adresa multor categorii de cetățeni.

Independența editorială a fost folosită ca pretext de Consiliul Național al Audiovizualului pentru a evita aplicarea măsurilor punitive prevăzute de lege pentru încălcarea drepturilor omului în programele de radio și televiziune, în special cele care ar fi protejat demnitatea femeilor .

Trebuie să subliniem că, cel mai adesea, aceste încălcări nu sunt acte intenționate ale realizatorilor ci consecințele lipsei de sensibilitate și de educație din societatea noastră în privința egalității dintre bărbați și femei, a lipsei de toleranță și deficitului democratic.

Legea instituie un premiu cu caracter anual destinat acelor emisiuni sau reclame comerciale difuzate de mijloacele audiovizuale de comunicare în masă care combat atitudinile discriminatorii și promovează parteneriatul de gen, contribuind astfel la o socializare a noilor generații în spirit democratic și la subminarea obișnuințelor negative de gândire pe care populația adultă le conservă.

Adevărata schimbare democratică a societății noastre presupune o puternică restructurare a sistemului de valori pe care l-am preluat prin propriul proces de socializare. Acest sistem de valori a filtrat istoria și cultura române într-o manieră în

care se creează aparența că ele sunt exclusiv rezultatul contribuției masculine, că femeile au fost absente, nu au lăsat urme.

Sofia Nădejde (1856- 1946), scriitoare, publicistă și traducătoare este una dintre primele și cele mai remarcabile reprezentante ale feminismului românesc. Poate fi considerată un simbol pentru felul în care grila valorică aplicată pentru selectarea a ceea ce trebuie reținut de istorie și ceea ce merită uitat din istorie a permis ignorarea contribuției feminine.

Alegerea Sofiei Nădejde din mulțimea femeilor reprezentative pentru istoria noastră se datorează polemicii pe care a purtat-o în epocă cu Titu Maiorescu.

Maiorescu poate fi considerat unul dintre fondatorii al culturii noastre moderne. Acest statut îi este recunoscut și de frecvența cu care numele său este menținut în conștiința publică prin atribuirea sa unor străzi, instituții de învățământ și cultură, etc. Sofia Nădejde este o parte aproape uitată. Punerea față în față a celor două personalități ne evidențiază caracterul profund discriminator al felului în care istoria însăși a fost scrisă și ne oferă argumente pentru rescrierea ei. Un prim pas în această rescriere este această lege.

Atribuirea numelui „SOFIA NĂDEJDE” premiului pe care această lege îl instituie este un act de reparație istorică și culturală pentru acele femei care au contribuit la dezvoltarea spirituală a poporului român și evoluția lui democratică.

Ca argument suplimentar, anexăm textul articolului publicat în *Contemporanul*, nr.24 din 1881-1882 și republicat în antologia de texte *Din istoria feminismului românesc* apărută la Editura Polirom în 2002 , antologie realizată de Ștefania Mihăilescu.

DEPUTAT P.S.D.

GABRIELA CRETU

