

ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE

**Influența politicilor editoriale ale revistelor pentru femei în formarea culturii
politice feministe în România**

REZUMAT

Coordonatoare Științifică: Prof. Univ. Dr. Mihaela Miroiu

Doctorandă: Alice Buciuta

BUCUREȘTI, SNSPA

2017

Scopul acestei cercetări este stabilirea legăturii dintre politicile editoriale practicate de revistele pentru femei din țara noastră și cultura politică feministă. Considerând rețeaua revistelor pentru femei dintr-o țară drept o structură simbolică a tipologiei reprezentării și autoreprezentării feminine din țara respectivă, felul în care această structură este construită direcționează socializarea cititoarelor, căpătând astfel un rol extrem de semnificativ în formarea opiniilor, ideilor și credințelor și având, totodată, un cuvânt important de spus în analizarea, evaluarea societății precum și în luarea deciziilor legate de felul în care femeile se poziționează în cadrul acesteia.

Am pornit în cercetarea mea de la premisa asumată că o cultură politică democratică presupune dezvoltarea unui model de femeie autonomă, implicată civic, cu interes față de politică. De aceea, am cercetat evoluția relației dintre feminismul românesc și presa pentru femei, analizând publicațiile din acest segment media de la primele reviste și până în prezent, urmărind repercusiunile politicilor media ale prezentului asupra menținerii conservatorismului de gen sau/și a emancipării femeilor în sensul implicării civice și politice. Supoziția de plecare este că deficitul general de cultură politică în țara noastră (vezi *Democracy Index*, 2016) afectează o dată în plus dezvoltarea și asumarea culturii, ideologiei și mișcării feministe de către femeile române.

Ipoteza de la care am plecat este aceea că politicile editoriale ale publicațiilor pentru femei din țara noastră pot influența formarea unei culturi politice feministe în rândul audienței, fie susținând și promovând idei, mesaje și valori feministe menite să genereze o schimbare de atitudine față de patriarhat sau chiar o formă de activism la nivelul vieții sociale, fie ignorându-le, negându-le sau contrazicându-le, în mod direct sau indirect, prin inducerea unor mesaje sexiste, antifeministe, a unor stereotipii sau prejudecăți legate de gen, manifestate la nivel ideatic sau la nivel de limbaj.

În prima parte a lucrării am arătat, la nivel teoretic, cum s-au corelat etapele de dezvoltare a feminismului în lume cu formele pe care feminismul le-a îmbrăcat în țara noastră, în funcție de epoca politică parcursă și de stadiul drepturilor civile ale femeilor existente la momentul respectiv în societatea românească, urmărind dacă există sau nu sincronicitate între spațiul autohton și țările superior dezvoltate din punct de vedere economic și democratic, și cum a fost reflectată această realitate în revistele pentru femei apărute în perioada respectivă.

În partea a doua a lucrării, am aplicat metoda analizei critice de discurs asupra materialelor din revistele pentru femei selectate ca fiind relevante pentru cercetarea de față, desprinzând concluzii separate pentru fiecare etapă istorică în parte și, în final, făcând comparație între etapele parcurse de piața revistelor pentru femei din țara noastră și felul în care politicile lor editoriale s-au raportat la feminism. Astfel, lucrarea are șase capitole, primele trei fiind dedicate cadrului teoretic al cercetării, iar ultimele trei cuprinzând cercetarea propriu-zisă, realizată prin analiza critică de discurs a materialelor selectate și interpretarea interviurilor calitative realizate.

De asemenea, lucrarea include trei anexe cu materiale ce pot fi consultate separat.

Anexa 1 conține imaginile copertelor a câte două ediții pe an din colecția revistei *Femeia* din perioada comunistă (martie și decembrie), care oferă o spectaculoasă trecere în revistă în imagini a felului în care revista și-a schimbat conținutul și politica editorială sub influența transformărilor impuse de cele trei etape ale epocii comuniste (stalinistă, de deschidere spre Occident, de promovare intensă a dictaturii ceaușiste), dar și, pentru exemplificare, noua copertă *Femeia* din 1990 sau *Timpul femeilor... în țara bărbaților*

Anexa 2 cuprinde, câteva dintre imaginile de copertă ale revistei *Săteanca*.

Anexa 3 conține în versiunea lor integrală 13 interviuri cu jurnaliști sau publisheri care au participat/participă la realizarea publicațiilor analizate, materiale din care am extras informații originale și relevante pentru cercetarea de față, reconstituind într-un fel inedit epoci publicistice încheiate și putând corela anumite informații obținute la prima mână, referitoare la atmosfera din redacție și mentalitățile editorilor, cu idei sau atitudini ce răzbat din articolele publicate.

Teza este astfel structurată:

Capitolul I - Metodologia cercetării și perspectiva teoretică asumată

În general, studiile feministe sunt angajate civic și politic și nu pretind neutralitate și obiectivitate, ci, mai degrabă, cunoaștere în scopul emancipării femeilor, a echilibrului și echității de gen, a creșterii gradului de autonomie și

afirmare a femeilor în societate, mai precis, în sfera publică. Ele sunt studii asumate perspective (Harding, 1886, Ramazanoglu, Caroline, 1992, Grünberg, 2002).

Cum începând cu al doilea val al feminismului, cel al diferențelor, avem de-a face cu o diversificare ideologică în interiorul acestuia și pentru că lucrarea mea se așază în domeniul științelor politice, îmi asum preferința pentru feminismul liberal, din mai multe considerente. În primul rând, interesul meu spre problematica studiilor politologice feministe a plecat de la experiența mea de redactoră de revistă pentru femei, respectiv din insatisfacția că abordarea generală, în revistele pentru femei, în peisajul presei românești, nu contribuie la așezarea civică și politică a femeilor în societate, în concordanță cu nevoia de participare ca cetățene depline într-un regim de democrație liberală. În multe cazuri, dimpotrivă, aceste reviste anesteziază, dacă nu cumva subminează, componenta cetățenească a cititoarelor. În al doilea rând, cititoarele fac parte, predilect, din clasa de mijloc și interesele lor pot să coincidă mai mult cu direcția liberală a feminismului. În al treilea rând, împărtășesc abordarea Mihaelei Miroiu (2004, 2007, 2015), potrivit căreia feminismul este un drum (cultural, ideologic, politic) către autonomia femeilor. Autonomia este o valoare care aparține preponderent liberalismului etic (deci și feminismului liberal), chiar dacă, pentru realizarea ei sunt necesare uneori strategii socialiste sau radicale.

Ipoteza de la care am pornit a fost aceea că politicile editoriale ale publicațiilor pentru femei din țara noastră pot influența formarea unei culturi politice feministe în rândul audienței, fie susținând și promovând idei, mesaje și valori feministe menite să genereze o schimbare de atitudine față de patriarhat sau chiar o formă de activism la nivelul vieții sociale, fie ignorându-le, negându-le sau contrazicându-le, în mod direct sau indirect, prin inducerea unor mesaje sexiste, antifeministe, a unor stereotipii sau prejudecăți legate de gen, manifestate la nivel ideatic sau la nivel de limbaj. În spiritul metodologiilor feministe care s-au conturat complementar sau uneori în răspăr cu metodele tradiționale de cercetare ce pun accentul pe neutralitatea științifică și pe metodele cantitative, am utilizat metode calitative în cercetare: analiza critică de discurs, ca o formă complexă și cu valențe interpretative potrivite unei cercetări feministe a analizei de conținut, ambele ca metode de analiză calitativă menite să permită o urmărire mai complexă a ipotezelor de lucru, alături de interviul activ, nestructurat, considerând că informațiile specifice, detaliate și așezate într-un anumit context pot fi mai pregnante explicativ și pot ajuta în formularea unor concluzii valide

pentru tema abordată în cercetarea prezentă decât ar fi putut fi orice fel de alte informații.

Această analiză aplicată asupra textelor extrase din revistele pentru femei am realizat-o având în vedere trei perioade complet diferite ale evoluției presei pentru femei:

1. perioada antecomunistă, când feminismul românesc evolua sincron cu feminismul țărilor industriale dezvoltate, iar revendicările legate de obținerea de drepturi ale feminismului egalității, cel al valului întâi, erau pe larg exprimate și în manifestările din societatea românească
2. perioada comunistă, în care nu erau permise manifestările altor ideologii în afara celor totalitare, însă în care a existat o breșă îngustă de deschidere către Occident între anii 1966- 1973/1974, care a permis reflectarea unor idei vestice în societate, inclusiv feministe, preluate din agenda feminismului de valul al doilea
3. perioada post decembristă și deschiderea ideologică a societății ieșite de sub dictatură spre Occidentul ajuns între timp la feminismul valului al treilea sau chiar la așa-numitul postfeminism, deschidere manifestată printr-o inflație de publicații românești, prin dorința de schimbare a revistelor pentru femei din țara noastră și prin reconfigurarea completă a pieței media

Pentru cea dintâi perioadă am recurs la analiza documentelor și la analiza calitativă de conținut a unor materiale relevante selectate de cercetătoarea Ștefania Mihăilescu și incluse în cele trei lucrări de referință ale sale (Mihăilescu, 2001, 2002, 2006), oprindu-mă cu precădere asupra celor apărute în revistele pentru femei ale vremii.

În ceea ce privește etapa comunistă, am realizat analiza de conținut a materialelor pe care le-am considerat relevante din perspectiva raportării la feminism din revista *Femeia*, a cărei colecție aproape integrală am consultat-o în Biblioteca Academiei Române din București.

În anii de după Revoluție, revista *Femeia* a continuat să fie, pentru o vreme, singura revistă pentru femei semnificativă din peisajul media, rămasă pe piață cu aproximativ același colectiv redacțional și aceeași conducere din anii comunismului, dar anunțând o radicală schimbare de ideologie. Din această etapă postdecembristă,

respectiv cea cuprinsă între anii 1990 și 1994, am studiat și realizat analiza textelor relevante din punct de vedere al raportării la ideile feministe din revista *Femeia*, și m-am oprit asupra câtorva ediții din revista *Doina*, continuatoare a publicației comuniste *Săteanca*. De asemenea, întrucât foarte multe lucrări de specialitate o consemnează ca pe o apariție publicistică specială, respectiv ca o revistă destinată publicului larg, dar cu conținut subsumat ideologiei feministe, am analizat și conținutul celor nouă ediții care s-au păstrat în arhiva Bibliotecii Centrale Universitare ale publicației *Timpul femeilor... în țara bărbaților*, revistă existentă pe piață în intervalul iulie 1992 și februarie 1994.

Analiza critică de discurs am aplicat-o și asupra textelor edițiilor pe care le-am considerat relevante din colecția primei reviste glossy având un concept românesc original, revista *Unica*, din care am analizat primii trei ani ai apariției sale pe piața românească, 1997-1999, ediții extrem de importante deoarece, prin prisma noutății aduse în peisajul publicistic autohton, a faptului că a fost prima revistă românească din categoria glossy pentru femei și a promovării intense, se difuza într-un tiraj extrem de mare (100.000 de exemplare în decembrie 1997; 150.000 de exemplare în iulie 1998) și avea o audiență pe măsura acestui tiraj.

Revista *Unica* a continuat să rămână un titlu important pe piața publicațiilor feminine din țara noastră și am realizat analiza materialelor pro sau antifeministe din paginile sale și pentru intervalul ultimilor patru ani, 2013 – 2016, perioadă în care am analizat și edițiile relevante pentru acest subiect ale revistelor *Tango-Marea Dragoste*, *Avantaje și Psychologies*, în încercarea de a oferi o imagine actuală a felului în care publicațiile pentru femei din țara noastră tratează temele subsumate problematicii feministe și, astfel, contribuie la (sau dimpotrivă, subminează) formarea culturii politice feministe și modelează atitudinea cititoarelor în raport cu emanciparea și autonomia femeilor în societate. Chiar dacă *Avantaje* este un titlu internațional, o licență după publicația britanică *Essentials*, felul în care a ales să abordeze subiectele locale, să se implice în proiecte valoroase pentru promovarea, recunoașterea și premiarea realizărilor femeilor în societate prin *Galele Femeia Anului* și să prezinte teme însemnate din perspectiva lucrării de față m-a făcut să o cuprind în cercetarea prezentă ca pe un titlu care nu ar fi putut fi exclus din descrierea peisajului mai mult sau mai puțin feminist al revistelor pentru femei din România – așa cum încearcă să se poziționeze în ultimii ani și revista *Psychologies*.

Întreaga mea cercetare s-a desfășurat din perspectiva culturii politice, ca termen general, și a culturii politice feministe, în special. Conceptul de cultură politică poate fi privit ca o evoluție normală în dezvoltarea abordării comportamentale în analiza politică, deoarece reprezintă o încercare de a aplica la problemele analizei sistemice o serie de cunoștințe care au fost dezvoltate inițial prin studierea comportamentului politic al indivizilor și al grupurilor mici. Conceptul de cultură politică a fost dezvoltat ca răspuns la nevoia de a depăși un decalaj tot mai mare în abordarea comportamentală între nivelul microanalizei, pe baza interpretărilor psihologice ale comportamentului politic al individului și a nivelului de macroanaliză, bazată pe variabile comune sociologiei politice, mai general, a științei politice. În cea mai importantă lucrare referitoare la cultura politică, *The Civic Culture/ Cultură civică: Atitudini politice și democrație în cinci națiuni* (1963)¹, Gabriel Almond și Sidney Verba au realizat o amplă cercetare, ce a inclus 1.000 de persoane din Statele Unite, Marea Britanie, Germania, Italia și Mexic, iar în urma acestei cercetări, Almond și Verba au identificat trei tipuri de cultură politică:

- (1) participativă, în care cetățenii înțeleg și iau parte la politică și fac asocieri voluntare,
- (2) supusă, în care cetățenii respectă legile într-o măsură semnificativă, dar participă foarte puțin, și
- (3) parohială/retrogradă, în care cetățenii nu au nici cunoștințe politice, nici interes față de politică.

Considerând cultura politică drept genul proxim al definiției, diferența specifică ce permite diferențierea culturii politice feministe se naște din includerea componentei de gen în raportarea la sistemul politic. O cultură politică feministă poate fi definită, așadar, drept totalitatea atitudinilor, credințelor și sentimentelor care contestă misoginismul (prejudecățile), sexismul (discriminările de gen) și patriarhatul (regimul de putere de gen în contextul căruia femeile au un rol inferior în privința puterii sau nu au niciun rol în privința puterii politice). Rostul culturii politice feministe este să influențeze femeile și bărbații să aibă un comportament politic care revendică și pune în practică egalitatea de tratament a femeilor cu bărbații în fața

¹ Lucrarea a fost tradusă în limba română, în 1996, la editura Du Style: *Cultura civică - Atitudini politice și democrație în cinci națiuni*

normelor, instituțiilor și practicilor publice și private ale unui sistem democratic, precum și egalitatea de șanse în accesul la resurse publice și putere politică.

Ignoranța la alternativele ideologice, lipsa conștiinței puterii politice, cantonarea în atitudini supuse sau chiar retrograde, toleranța față de sau perpetuarea stereotipiilor de gen, a atitudinilor și limbajului sexiste sunt toate manifestări ale unei scăzute culturi politice feministe, cu efecte pe termen lung asupra dezvoltării unei democrații consolidate, echilibrate, în care procesul electoral și pluralismul, eficiența guvernamentală, participarea politică a femeilor și bărbaților în mod egal, libertățile civile pentru ambele genuri, alături de cultura politică democratică să se îmbine armonios. Toate acestea nu sunt o utopie. Orice analiză întreprinsă asupra *Democracy Index* relevă o corelație foarte relevantă între campioanele consolidării democrației (Țările Scandinave, Islanda, Australia, Noua Zeelandă) și paritatea de gen în politică, respectiv feminismul de stat.

În aceste condiții, pot spune că politicile media incoerente și jurnalismul practicat fără o cultură politică feministă înțeleasă și asumată, cu superficialitate civică, ignoranță sau intenție conservatoare în special în revistele adresate targetului feminin, perpetuează climatul inculturii politice ca premisă defavorabilă a democrației, promovează și ajută la menținerea unui model de femeie pasivă din punct de vedere civic și social, puțin capabilă să își recunoască și urmărească propriile interese politice.

În ceea ce privește limitările și neajunsurile cercetării, trebuie să precizez că, determinată de cantitatea enormă de informație și de durata limitată alocată cercetării, am selectat din perioada postcomunistă doar anumiți ani de apariție a revistelor incluse în demersul analitic, cei pe care i-am considerat reprezentativi pentru cercetarea prezentă, excluzând alte perioade, deși asum ideea că o cercetare completă, a fiecărei ediții a fiecărei publicații pentru femei considerate reprezentative pentru relația cu feminismul și cultura politică feministă ar fi putut genera concluzii mai nuanțate.

Alte limitări ale cercetării pot fi corelate cu numărul relativ restrâns al interviurilor cu jurnaliști, respectiv 13 interviuri și faptul că doar o parte dintre aceste interviuri au fost făcute față în față, iar o altă parte pe baza unui set de întrebări scrise, în funcție de acceptul sau disponibilitatea interlocutorilor. Precizez și faptul că, deși

am reșit să contactez câteva personalități care ar fi putut oferi informații extrem de relevante referitoare la contextul realizării presei pentru femei în anii comunismului sau al primilor ani de tranziție, acestea au refuzat ferm implicarea în asemenea cercetare și, în general, discuțiile pe această temă. Totuși, acest număr trebuie privit contextual, în cadrul metodologic în care am realizat cercetarea care a avut ca miză obținerea de informații inedite care să clarifice și să aprofundeze o temă de analiză abordată la nivel discursiv, nu referențial. Chiar dacă un număr amplu de interviuri ar fi permis extinderea analizei prin comparație și stabilirea de similarități și contradicții, faptul că toate informațiile obținute sunt inedite și acoperă epoci extinse permit nu doar stabilirea unor elemente extrem de valoroase pentru abordarea discursivă a contextului investigat, ci și pentru eventuale analize ulterioare.

Analiza cantitativă de conținut poate aduce rigoare și claritate în interpretarea documentelor, permițând evidențierea tendințelor în politica redacțională, dar, dată fiind limitările sale, dintre care, la nivelul unei cercetări ample, cea mai pregnantă este dificultatea stabilirii unei grile de categorii, iar o alta validitatea sau fidelitatea procedurii (Iluț, 1997), am ales să evit analiza pe baza inventarierii unor teme, sintagme, cuvinte sau atitudini și să mă axez pe aspectele legate de implicațiile sociale ale atitudinilor pro sau antifeministe ale autorilor și publicațiilor și pe perspectivele de gen ale discursului analizat.

Capitolul al II-lea - Primul val al feminismului. Contribuția revistelor pentru femei la demersul pentru drepturi civile și politice

“Peste o sută de ani, legile noastre de azi, în care femeia măritată - devotata, eroica soție și mamă - este pusă în rând cu minorii și cu interzișii, în care soțul - autorul legilor - n-a uitat să-și asigure, între alte privilegii, și exclusiva administrare a dotei... au să fie citate în comunicările Academiiilor ca niște curiozități de necrezut și ca o rușine a vremurilor noastre”.

Al. Vlahuță, 1918

În *Buletin trimestrial*, anul I, nr. 2, aprilie 1918, Iași, p. 1-3, Asociația pentru emanciparea civilă și politică a femeilor române

În secolul al XIX-lea, într-o lume aflată în schimbare economică, dar rămasă însă sub povara unei legislații înrobitoare și înjosoare pentru jumătate din populație, mișcările de emancipare feminină s-au născut și au crescut firesc, având o miză clară și pe înțelesul tuturor și un obiectiv precis, care putea fi vizat, urmărit, analizat: obținerea și consfințirea juridică a acestor drepturi. Feminismul egalității s-a manifestat prin lucrări de referință ale istoriei feministe, prin declarații, marșuri, luări de poziție care, uneori, au sfidat moartea. Pornind de la Christine de Pisan și *Cartea cetății doamnelor*, apărută în 1405, ajungând la impactul puternic al cărților lui Mary Astell, scriitoare și oratoare, autoarea lucrărilor *A Serious Proposal to the Ladies, for the Advancement of Their True and Greatest Interest* (1694) și *A Serious Proposal, Part II* (1697), care au cunoscut patru reeditări în doar șapte ani, străbătând anii de fierbere și moarte ai Revoluției Franceze în care scriitoarea și activista Olympe de Gouges a redactat în 1791 Declarația Drepturilor Femeii și a Cetățenei (*Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne*) ca un răspuns la Declarația Drepturilor Bărbatului și ale Cetățeanului (*Déclaration des droits de l'homme et du citoyen*), curaj pe care l-a plătit, la propriu, cu viața, ajungând și la prima lucrare de filosofie feministă timpurie, *A Vindication of the Rights of Woman*, apărută în 1792, în care autoarea Mary Wollstonecraft afirmă clar faptul că femeile nu sunt inferioare bărbaților, dar pot părea astfel datorită lipsei de educație, și apoi la piatra de hotar în istoria feminismului, cartea așezată sub condeiul unui bărbat, reputat filosof, specialist în filosofie, economie politică, teorie socială și politică și activist civic: John Stuart Mill care publică lucrarea *Subjection of Women (A servirea femeilor)* în 1869, feminismul s-a așezat în slove de carte și și-a clarificat ideile, făcându-le accesibile.

Nu putea lipsi din valul unei asemenea mișcări nici militantismul revistelor pentru femei care, deși inițial au fost născute din inițiative masculine, căci afacerea de presă era tot o îndeletnicire bărbătească la început, au ajuns să fie nu doar scrise, ci create și conduse de femei. Astfel, feminismul primului val a fost susținut de formele moderne, recent răspândite ale comunicării, iar presa, aflată în maximă expansiune pretutindeni în lumea secolului XIX, a contribuit din plin la susținerea cererilor și

valorilor feministe. Prelegerile tipărite și lucrările de specialitate dedicate feminismului au fost tot mai mult dublate de apariții ale unor publicații care nu puteau ocoli subiectele cele mai arzătoare ale vremii, multe dintre ele dedicate publicului larg și atingând tiraje extrem de mari și audiențe colosale (în special în Statele Unite).

În perioada amintită, și în Țările Române situația familială, juridică și politică a femeilor constituia cea mai evidentă premisă pentru alinierea la acest prim și puternic val al mișcării. Femeile din Țările Române erau obligate prin lege să se supună bărbaților lor. Vechile pravile legale rămase în vigoare dădeau dreptul soților inclusiv la pedeapsa corporală aplicată nevestelor, pe care le puteau bate și sechestra, cu singurul și ridicolul amendament „dar nu prea din cale-afară”. Dota lor revenea soțului, femeile căsătorite nu puteau avea averi proprii, nu puteau deține proprietăți, nu-și puteau stabili alt domiciliu decât cu acordul soțului, nu puteau semna contracte și nu puteau primi rolul de tutore pentru propriii lor copii legitimi. În schimb, în cazul copiilor din afara căsătoriei, toate obligațiile le reveneau lor, în timp ce legea oprea cercetarea paternității și impunea cercetarea maternității. Dacă se căsătoreau cu un cetățean străin, își pierdeau naționalitatea, în timp ce bărbați și-o puteau păstra în orișice context.

În plan cetățenesc, femeile românce pur și simplu nu existau. Nu aveau drept de vot, nu puteau alege și nu puteau fi alese, nu puteau avea funcții de conducere în ministere, nu puteau profesa ca avocate, de altfel, până la sfârșitul secolului XIX, nici nu puteau accede în instituții universitare, iar analfabetismul era o plagă extrem de extinsă, în cadrul general demografic, dar, desigur, într-un procent mai mare în rândul femeilor.

Condiția umiltoare oferită de tradiție și de societate româncelor a determinat un activism intens manifestat pe toate planurile – personal, organizațional, publicistic, prin organisme de presă generaliste sau de specialitate, menite să reflecte și să împărtășească ideile și proiectele asociațiilor pentru femei. Este, cu siguranță, epoca cea mai înfloritoare a feminismului românesc, aliniat feminismului occidental nu doar prin sincronicitatea revendicării de drepturi născută firesc într-o țară în plină modernizare, dar și prin deschiderea către Occident și libera circulație a elitelor dintr-o țară în alta. O parte dintre feministe românce aveau studii făcute în școli Occidentale, iar apoi, ca activiste, participau la Congrese ale organizațiilor

internaționale feministe, iar asociațiile locale conlucrau cu cele din țările Occidentului, primind îndrumare și ajutor din partea acestora.

Analiza publicațiilor românești din secolul XIX și începutul secolului XX demonstrează o aliniere clară și netă la pașii străbătuți de feminismul occidental în țările vestice, având nu doar sincronități, ci chiar acțiuni petrecute în avans pe teritoriul românesc față de cel Vestic, demne de consemnat în orice istorie a emancipării feminine din întreaga lume, cum ar fi citirea Proclamației de la Islaz, 9/20 iunie 1848, în care se cerea educație egală pentru amândouă sexele cu mai bine de o lună înainte de Convenția de la Seneca Falls (19-20 iulie 1948), considerată ca un certificat oficial de naștere a mișcării feministe moderne americane, sau cu intervenția revoluționarului Cezar Bolliac care a cerut în Parlamentul României, în 1866, votul universal, fără deosebire de clasă, avere sau sex – deci cu un an înainte ca marele feminist John Stuart Mill să facă această revendicare în Parlamentul Englez.

În afară de acești pași care ar merita consemnați de orice mare istorie internațională a feminismului, aparițiile editoriale și acțiunile femeilor de până la intrarea în era comunistă demonstrează existența unei mișcări feministe românești puternice, reprezentate de personalități remarcabile, care au simțit nevoia exprimării în presa vremii, ca organ de instrucție de masă, și care au acționat atât ca teoreticiene, cât și ca activiste ale mișcării feministe, fiind extrem de prezente în lunile Revoluției de la 1848 sau ca susținătoare a celor plecați pe front în războaie.

Presa s-a adresat femeilor de pe poziții care au variat în raport cu preponderența acordată rolurilor din familie și societate, unele dintre femei afirmându-și cerințele civice de pe poziția susținătoarelor obligațiilor familiale ca fiind primordiale pentru orice femeie (*Curier de ambe sexe, Amicul familiei, Mama și copilul, Rândunica*), altele ca locuitoare ale cetății, care simt nevoia să-și ajute semenele să-și reclădească viețile din temelii, atât în societate, cât și în raport cu obligațiile matrimoniale (*Femeia română, Dochia, Revista noastră, Viitorul româncelor*), iar pe lângă acestea funcționează publicațiile angajate, militante, ale organizațiilor pentru femei (*Buletinul Ligii Femeilor - ca organ al Ligii Femeilor Române de la Iași, Unirea Femeilor Române - ca publicație a asociației Unirea Educatoarelor Române, Drepturile femeii - ca organ al asociației Drepturile femeii, Acțiunea Feministă - revista Asociației pentru Emanciparea Civică și Politică a Femeilor ș.a.*)

Presă pentru femei este oferită publicului său și ca loc de refugiu al întâlnirilor în gând și idei, dar și ca posibilitate de susținere economică, fiindcă, așa cum se întâmplă și în cazul unor trusturi de presă internaționale care editau reviste pentru femei (ex. trustul englezesc Victoria Press) anumite publicații românești, în special cele de la începutul secolului XX, s-au poziționat ca centre ale susținerii economice pentru femei – oferindu-le cititoarelor talentate nu doar loc de exprimare, ci și de muncă.

Chiar dacă primele decenii ale secolului XX aduc din partea feministelor remarcabile, având deja o bogată cultură politică, o sistematizare a revendicărilor, necesităților și cerințelor, articole și prelegeri în care explică pe îndelete, cu răbdare și înțelepciune, ce este feminismul și care sunt virtuțile lui, dorind a se face înțelese în fața publicului larg, presa feminină începe să consemneze și primele reacții de împotrivire din partea altor femei care consideră că ralierea la feminism ar aduce cu ea abdicarea de la valorile feminității, ale frumuseții și iubirii, dând naștere unor prejudecăți care se vor perpetua peste ere până în zilele noastre. Aceste deziceri apar, însă, deocamdată, sporadic, fără să poată umbri dorința de emancipare femeiască a româncelor epocii.

Capitolul al III-lea Feminismul valului a II-lea. Contribuția revistelor pentru femei la demersul politic de eliberare din ordinea patriarhală

Odată îndeplinite scopurile civile și politice pentru care femeile lumii militaseră aproape un veac, feminismul părea a-și fi pierdut rațiunea de a continua, la mijlocul secolului XX. ONU impusese tuturor țărilor membre obligația unei legislații care să asigure egalitatea în drepturi între bărbați și femei, dar, obținută doar la nivel legislativ, egalitatea între femei și bărbați a continuat să reprezinte o problemă reală în contextul vieții de zi cu zi, în care femeile au rămas pe mai departe marginalizate și discriminate. De aceea, feminismul și-a continuat drumul, într-un al doilea val, în care accentul nu a mai căzut pe egalitatea în drepturi, ci pe diferențe și pe eliberare. Ideea diferențelor din feminismul celui de-al doilea val este privită din două perspective, cea dintâi fiind aceea conform căreia femeile se vor distanța de vechea perspectivă de

obiect și se vor privi prin lumina experiențelor lor femeiești, ca pe subiecți ai propriei existențe, dar și din perspectiva diversificării feminismului însuși și dezvoltarea formelor sale teoretice și de manifestare în direcții multiple, în grupări variate.

Agenda valului doi se extinde și include probleme din ce în ce mai subtile, care vizează toate planurile existenței, de la cele economice și sociale, la cele personale. Agenda feministă a valului doi ia în discuție teme precum plata egală la munca egală, accesul liber la orice fel de educație sau profesie considerată anterior masculină, dar și autonomia sexuală, problema violenței sexuale și a hărțuirii sexuale în mediu profesional sau privat, precum și chestiunea inefabilă, poziționată nu într-o legislație greșit construită, ci în mentalități diforme, a felului în care se simt sau sunt făcute să se simtă femeile, poziționate pe rangul al doilea al palierelelor umanității, afectate de ceea ce Betty Friedan numește „problema fără nume”, acea discretă așezare în cutume a subordonării femeii.

Cele două lucrări teoretice de referință ale perioadei sunt *Al doilea sex*, opera franțuzoaicei Simone de Beauvoir apărută în 1949 și *The Feminine Mystique / Mistica Feminină*, a americancei Betty Friedan (1963), ambele încercând să clarifice aceleași chestiuni și să lămurească de ce femeile sunt privite și tratate ca cetățene de rang secund și dacă societatea le cere să devină bărbați pentru a le trata ca fiind egale cu bărbații. În afara analizei făcute asupra principalelor idei din cele două lucrări de referință, deosebit de relevant pentru lucrarea de față și a analizei pe care mi-am propus-o (aceea de a stabili legătura dintre revistele pentru femei și felul în care cititoarele lor se construiesc ca personalități politice sau sociale) este faptul că *Mistica feminină* atrage atenția pentru prima oară într-un mod sistematic asupra felului în care publicațiile pentru femei conturează trăsăturile unor generații. Cel de-al doilea capitol al volumului, “Fericita eroină casnică”, se referă pe larg la acest subiect analizând sumarul ediției de iulie 1960, în care toate subiectele abordate conturează imagina unei femei rupte de lume, care trăiește doar în interiorul casei și al grădinii sale, având grijă de soț și de copii, îngrijindu-și silueta și vestimentația pentru a fi atractivă în ochii soțului, atentă să-și educe băieții să devină bărbați autentici și fetițele ca ființe dezirabile, când vor crește mari, pentru băieții care au crescut și ei și au devenit bărbați, despre cum să organizezi un grătar reușit în familie, având invitată la grătar o altă familie...

Ca reacție la revistele dedicate „fericitelor eroine casnice”, cum le numește Betty Friedan continuă să existe și să apară pe piața americană publicații de nișă, feministe, multe dintre ele ca organe de presă ale unor organizații sau asociații ale activistelor sau teoreticienelor feministe – rămase extrem de implicate în mișcarea emancipării femeilor într-o țară puternic dezvoltată economic, cu o populație, la 1970, de aproximativ 200.000.000 de locuitori de etnii și rase diferite.

Cu siguranță cea mai cunoscută publicație din această nișă, ajunsă la o audiență semnificativă, este *Ms.*, o revistă feministă de orientare liberală fondată de activistele valului al doilea al mișcării, Gloria Steinem și Dorothy Pittman Hughes. Ambele erau activiste feministe, membre în organizațiile *The National Women's Political Caucus* (1971) și *Women's Action Alliance* (1971- 1997), dar și jurnaliste, iar experiența lor plurivalentă le-a ajutat să găsească o formulă care să îmbine exprimarea valorilor ideologice cu succesul comercial și afacerea profitabilă – lucru care nu le-a reușit în permanență sau cu mare ușurință, însă abaterile le-au făcut, atunci când a fost nevoie, în zona comercială.

Ms. a fost prima revistă americană care a prezentat feminismul pe înțelesul tuturor, făcându-l accesibil publicului larg și dând glas și putere vocilor feministe, prima revistă care a avut curajul să vorbească despre abrogarea legilor care interzic avortul, care a analizat prestațiile candidaților la președinția americană din perspectiva aplecării lor asupra intereselor femeilor, care a luat atitudine și a făcut subiecte de copertă din lupta împotriva violenței domestice, din problematica hărțuirii sexuale, care a făcut un studiu la nivel național asupra violului și care a tras un semnal de alarmă legat de influența publicității asupra conținutului media și a jurnalismului de calitate.

Perioada în care feminismul diferențelor și eliberării se manifesta intens în Occident, redefinind felul de a se vedea și înțelege al femeilor din întreaga lume, re poziționându-se din locul obiectului, în cel al subiectului, în care se rediscutau chestiunile legate de controlul reproducerii și libertatea sexualității, accesul la profesii socotite ca teritorii deja cucerite ale masculinității sau de echitatea profesională între genuri coincide, la nivel istoric, cu perioada dictaturii comuniste instaurate asupra României. În acest caz, cel de-al doilea val al feminismului nu a putut pătrunde și nu s-a putut dezvolta și în țara noastră, în mod simultan cu mișcarea Occidentală. Marxism-leninismul pe baza căruia în statul comunist se aplica principiul egalității

sexelor, precum și politicile demografice dictatoriale excludeau ideea dezvoltării unei ideologii a autonomiei feminine, femeile în comunism fiind, de fapt, condamnate la îndatoriri egale în muncă ajunse să le dezavantajeze grav în posibilitățile de afirmare în condițiile politicii pronataliste.

Deși la nivel temporal, comunismul românesc s-a manifestat în perioada de dezvoltare a feminismului valului al doilea în întreaga lume, întrucât diferențele față de atitudinea permisă față de această mișcare sunt radicale în România, am preferat să tratez epoca anilor comuniști și revistele pentru femei din acei ani într-un capitol separat.

CAPITOLUL al IV-lea Evoluții ale politicilor redacționale în revistele pentru femei în perioada comunistă din România

Dacă agenda valului întâi feminist occidental se suprapune aproape perfect ca timp și preocupări cu valul întâi al feminismului în țările române, perioadei celui de-al doilea val internațional îi corespunde, în plan temporal, era comunistă a republicii populare, apoi socialiste române. Dictaturile succesive, stalinistă (1948-1965- sub conducerea lui Gheorghe Gheorghiu Dej), și apoi ceașistă (1966-1989), nu lasă loc pătrunderii altor ideologii decât celei impuse cu forța, deci feminismul, considerat atât de către Lenin, cât și de către Stalin, o ideologie burgheză, reacționară, (Miroiu, 2004, pp. 1993-1994) nu reușește să răzbată în politicile editoriale ale presei vremii. Totuși, în perioada de tranziție între dictaturi, incluzând perioada de început a dictaturii ceușiste, (între anii aproximativ 1966 – 1972, fără o delimitare precisă în ceea ce privește politicile editoriale care s-au schimbat treptat, adaptându-se vremurilor) sunt câțiva ani în care presa feminină manifestă mai multă deschidere și uneori, cu aparență accidentală și nu programată, apar subiecte care au legătură cu teme prezente în agendele feministe, mai mult ale valului întâi, precum egalitatea în drepturi, salariu egal la muncă egală și chiar și, rar, câte ceva ce ar putea fi corelat cu agenda feminismului de al doilea val, precum echitatea în treburile casnice sau cumva, doar sugerată, ideea de posibilă hărțuire sexuală la locul de muncă. (Buzatu, 1977).

„Feminismul comunist reprezintă o contradicție în termeni”, afirmă Mihaela Miroiu și argumentează această afirmație în lucrarea „Communism was a State Patriarchy not State Feminism”² inclusă în revista *Aspasia*. Analiza citată precizează că în epoca comunistă patriarhul nu este un bărbat sau capul familiei cum se întâmplă în comunitățile tradiționaliste sau religioase, ci însuși statul. În mod paternalist, statul permite femeilor doar o emancipare în câmpul muncii, oferindu-le dreptul să muncească cot la cot cu bărbații și să ocupe posturi de conducere, dar nu le propune sau nu încurajează emanciparea din rolurile familiale prestabilite – ele fiind în continuare prezentate ca având rolurile adiacente de mame, soții, educatoare, păstrătoare și îngrijitoare ale căminelor - sau autonomia și autoafirmarea.

Revistele *Femeia* și *Săteanca* au fost, pe toată durata apariției lor, principalele instrumente de susținere a politicilor Partidului unic și de promovare, conform directivelor comuniste, a femeilor. Ambele reviste au fost lansate o dată cu organizația feminină de masă a partidului, Consiliul Național al Femeilor, și sub directa supraveghere a Comitetului Central al PCR, au acționat în slujba idealurilor partidului de la primele lor apariții în 1948 și până la ultimele - *Săteanca* în 1974, iar *Femeia* în decembrie 1989.

Oscilațiile de abordare editorială, mai servilă sau mai independentă față de politicile partidului, pot fi lesne corelate cu cele trei perioade ale epocii: anii stalinismului, când Gheorghe Gheorghiu Dej era la putere, el fiind cel dintâi dictator al țării (1948-1965). Nefiind atât de afectat de cultul personalității, Gheorghe Gheorghiu Dej nu era foarte vizibil în presa vremii, așa cum avea să fie cel care-i va urma la putere, Nicolae Ceaușescu.

După moartea lui Gheorghiu Dej în 1965, în ciuda instaurării atât a decretului 779 de descurajare a divorțului, dar, în mod special a decretului antiavort, 770, care avea să genereze numeroase tragedii în rândul femeilor, anul 1966 deschide câteva breșe către Occident, următorii cinci, șase, șapte ani fiind singurii în care presa pentru femei manifestă o deschidere către subiectele internaționale, către modernitate, către câteva idei avangardiste. După care, există ultima perioadă a comunismului, în care

² Miroiu, Mihaela, *Aspasia*, 2007, Vol. 1, pag 197-201

realitatea este prezentată ca fiind absolut perfectă, iar viața cetățenilor și cetățenelor condusă către mari împliniri de politica de stat.

În toate aceste etape ale comunismului, femeile dețineau la nivel juridic drepturi cetățenești și acces la putere, numai că, în comunism, participarea civică era doar un exercițiu formal, cu valoare nulă.

Femeile aveau, în sfârșit, dreptul la vot, însă acest drept devenise absolut irelevant în condițiile în care alegerile nu erau libere, iar opoziția fusese anihilată.

Aveau dreptul de a alege și de a fi alese în toate organele de stat, dar asta se întâmpla în condițiile în care tradiția patriarhală obliga femeile să se ocupe integral de treburile casnice și de îngrijirea și de educația copiilor.

Dreptul la muncă în mod egal cu bărbatul era un drept care masca, de fapt, nevoia societății tot mai dezvoltate industrial de noua forță de muncă. Nu o favoare, ci o necesitate socială.

Dreptul la salariu egal cu al bărbaților - la muncă egală- era un drept dezavantajat de faptul că nu existau măsuri care să susțină femeile în perioadele de sarcină și de îngrijire a nou-născutului sau a copilului bolnav, când singura posibilitate pe care o aveau era să lucreze cu jumătate de normă sau să renunțe la turele suplimentare, deci să câștige mai puțin.

Dreptul la participare politică devenise, practic, o obligativitate care se adăuga celorlalte două obligații legate de activitatea profesională și de cea casnică.

Dreptul la egalitate în îngrijirea copiilor cu celălalt părinte era recomandat, dar obligațiile casnice și concediul de îngrijire a copilului, inclusiv în caz de boală, se acordau doar mamei.

Familia era, conform Constituției, întemeiată pe egalitate, prietenie și ajutor reciproc, dar treburile domestice îi reveneau femeii, iar ajutoarele casnice, creșele, cooperativele Gospodina, oferta de aparate electrocasnice erau promovate doar în legătură cu femeile.

Decretul de interzicere a avortului și prigoana femeilor care încălcau această lege a venit la pachet cu cel mai inuman dintre „drepturile” comuniste, acela ca femeile să

facă obligatoriu copii sau să facă mai mulți decât își doreau, până la limita impusă de partid, mai întâi patru copii, apoi cinci.

Toate aceste drepturi erau promovate și reamintite periodic și în revistele epocii comuniste. Dar, așa cum nu se poate vorbi despre o mișcare feministă în anii comunismului, cu atât mai puțin se poate vorbi despre politici editoriale coerent feministe, deși în publicațiile pentru femei ale vremii, *Săteanca* și *Femeia*, revin din când în când teme de discuție din agenda feminismului din valul întâi – obținerea de drepturi sociale și legale egale între genuri, deschiderea porților meseriilor considerate exclusiv masculine, plată egală la muncă egală, care se suprapuneau peste drepturile garantate de regimul comunist - și reflectarea ca pe niște mari nedreptăți a acestor inechități în societățile în care ele s-au păstrat, așa cum reiese mai ales din rubrica *Femeia pe glob* care se străduiește să aducă informații din țările în care persistă chestiuni nerezolvate în agenda valului întâi și să pună în valoare condițiile sociale din România, prezentate ca fiind ideale.

Și înainte de 1966, dar în special după 1966, se insistă asupra importanței maternității. În anii conducerii Gheorghiu-Dej, acest lucru se face prin referire la modelul sovietic propus ca model demn de urmat. După 1 octombrie '66, dată de la care avortul este interzis prin lege, nu se mai face nici cea mai mică referire la impunerea legală legată de maternitate, ci se preferă abordarea manipulativă și „politica duplicității” (Kligman, 2000) extrem de insistentă, concretizată în articole care subliniază toate binefacerile aduse de hotărârea de a avea cât mai mulți copii, atât asupra trăinicieii și bucuriei cuplului, cât și din punct de vedere psihologic, medical, social, precizându-se de fiecare dată cât de mari și folositoare sunt ajutoarele oferite de stat mamelor-eroine și cât de mult s-au îmbunătățit condițiile de creștere a copiilor și de lucru pentru tinerele mame.

Așa cum voi arăta referindu-mă la o serie de articole relevante din anii comuniști ai revistei *Femeia*, idei feministe, totuși, apar și în comunism, ca manifestări ale convingerilor personale ale jurnaliștilor și jurnalistelor implicate în realizarea edițiilor respective, fie prin reflectarea opiniilor cititoarelor, fie prin atingerea firească a unor subiecte legate de viața femeilor care, chiar dacă nu sunt abordate programatic, în slujba unei ideologii sau subsumat unei teorii coerente, oricum își fac simțită existența în societate și, astfel, apare nevoia de clarificare a lor.

Capitolul al V-lea - Politici redacționale ale revistelor pentru femei după 1990.

Între feminism, postfeminism și antifeminism

În primii ani ai perioadei de tranziție, ziarele și revistele românești s-au autoproclamat „libere”. După patruzeci de ani în care au lipsit complet informațiile oficiale legate de feminism și, în general, de orice altă doctrină în afara celei comuniste (altfel decât restrâns și filtrate prin critici marxiste), se presupune că, după 1989, femeile care s-au manifestat ca mari cititoare de reviste - în epocă atingându-se recordurile maxime de tiraj și audiență ale oricărei reviste pentru femei din toate epocile de până acum, și-au format noua viziune despre felul în care să se poziționeze în societate, în lume, în familie și cu ajutorul revistelor dedicate lor, alături de cele destinate altor categorii de nevoi și interese ale lor.

Dorința de aliniere la stilul occidental a dus, însă, adesea, la o preluare fără nicio trecere prin filtrul realităților locale a unor teme existente în presa vestică, unde, postfeminismul era proclamat tocmai ca soluție de anihilare sau măcar minimizare a realizărilor valurilor anterioare de feminism. De aceea, impactul atitudinii de contestare a feminismului, venite pe fundalul în care, în țara noastră, nici măcar nu s-au manifestat realitățile contestate și negate în Occident – întrucât feminismul diferențelor n-a putut să se manifeste în anii comunismului – a avut un efect devastator.

O vreme, singura revistă pentru femei care a funcționat pe piață, străduindu-se să se îndrepte către o abordare editorială făcută de pe poziții democratice, a fost revista *Femeia* care și-a păstrat și colectivul redacțional de dinainte de 1989, având la conducere un bărbat, pe Vasile Tincu, și o echipă de jurnaliști care cuprindea încă 8 bărbați (deci 9 împreună cu redactorul-șef), alături de 11 femei.

Tirajul revistei a crescut de zece ori față de anii comunismului, ajungând la 500.000 de exemplare- așa cum a anunțat redactorul șef în editorialul său. Nu există cifre de difuzare furnizate din exteriorul publicației, întrucât Biroul Român de Audit al Tirajelor (BRAT) a luat ființă abia în 1997, anul în care au început măsurătorile oficiale de tiraje și de audiență, însă se poate presupune că, la un tiraj de 500.000 de

exemplare (nemaiafins vreodată în întreaga istorie a presei pentru femei din România), audiența atingea 2.000.000 de persoane, având, deci, un impact enorm în rândul publicului.

Din majoritatea abordărilor editoriale realizate în paginile revistei *Femeia* răzbat prejudecățile consacrate împotriva feminismului, care este văzut ca mișcare menită să anihileze, minimizeze sau excludă bărbații din viața femeilor, revenindu-se la confuzia prefeministă între termenii de egalitate și identitate. Rarele teme feministe dezbătute – din agenda valului al doilea, referitoare mai ales la drepturi salariale și de promovare în muncă – sunt anihilate prin întoarcerea aproape obsesivă la ideile legate de refuzul conceptului de egalitate, de ironizarea atitudinilor feministe și de revenirea obsesivă a îndemnurilor umilitoare de păstrare a bărbaților ca pe niște trofee, cu prețul oricăror sacrificii referitoare la propria persoană – căci o viață în care nu ai un partener, chiar și dacă acesta te înșală sau te bate, este prezentată în paginile revistei ca o viață risipită. Împreună cu un bărbat îți faci și „îți refaci” viața... Relația promovată și recomandată pentru cuplu nu este cea partenerială, ci una profund patriarhală, în care femeia este îndemnată la supunere, prefăcătorie și abdicare de la drepturile proprii. Nici măcar iubirea, liantul tradițional al oricărei relații, nu este considerată un element esențial *sine qua non* al relației, pentru că forma de relaționare propusă în reviste nu îmbracă niciuna dintre formele posibile ale iubirii, *eros*, *agape* sau *filia*, ci este o formă stranie de dependență bazată pe teama de a nu pierde jumătatea puternică a cuplului sau de interes acceptat din orgoiu în fața societății, în care nu exiști dacă nu ești căsătorită cu acte – concubinajul este dezavuat. Și în interiorul cuplului, bărbatul este tratat ca pol al tuturor intereselor și salvator în fața zădărniciilor unei vieți trăite în celibat, chiar dacă păstrarea cu orice chip a mariajului presupune ca femeia să renunțe la propriile aspirații, să accepte povara dublei zile de muncă, să renunțe la manifestarea pleneră a drepturilor sale sexuale sau reproductive și să abdice la pretenția sa la fidelitate din partea partenerului.

În mod tranșant, propunerile de promovare a femeilor, în general, dar în special a promovării lor prin politici afirmative sau pe cote de gen sunt refuzate *a priori* și tratate fie ca reminiscențe ale sistemului comunist dezavuat, fie ca dovezi ale recunoașterii slăbiciunii femeii și poziționării sale greșite în societate, printr-o fraudă comisă împotriva adevăratei meritocrații. Chiar femeile intervievate se pronunță

împotriva politicilor afirmative, așa cum, deși recunosc circumstanțele sociale nefavorabile lor, totuși, se declară antifeministe.

Nici temele grave ale societății, cele care se presupunea că analizate fie și doar la nivelul simțului comun nu îngăduie mai multe versiuni de interpretare, precum violul sau violența în cuplu, nu sunt privite din perspectivă feministă și nu atrag obligatoriu o poziționare de partea victimelor și o revendicare a protecției pentru acestea. Felul antiuman în care sunt relatate cazurile de viol - cu înțelegere pentru agresori și dezaprobare față de victime cărora li se atribuie automat o parte din vină prin comportamentul sau vestimentația lor, lipsa de condamnare fermă a cazurilor de violență asupra femeilor, cu justificarea că femeile violentate fie și-au încălcat obligațiile conjugale de fidelitate sau întreținere a căminului, fie „și-au meritat” lovitura primită printr-un comportament agasant, lipsa de empatie, înțelegere și umanitate față de femeile-prostitute și marginalizate, tratate cu dispreț sau ură consider că sunt elemente care transformă presa pentru femei din primii ani de capitalism românesc într-un element profund patriarhal, care subminează încrederea femeii în sine și consolidează imaginea masculină stăpânitoare, care a condus la perpetuarea și creșterea atitudinii nu doar de lipsă de simpatie și susținere, ci de reală dușmănie sau dispreț față de feminism, o stare în care a intrat țara noastră după 1989.

Intervenția atitudinii ipocrit religioase după 1990 complică și mai mult înțelegerea mersului firesc al emancipării femeilor, religia ortodoxă fiind, prin excelență, o religie patriarhală, care propovăduiește supunerea femeii față de bărbat. Acest reviriment al încrederii față de biserică și al importanței acordate moralei religioase duce la condamnarea dorinței femeilor de autonomie, la discuții în care se revine la blamarea avortului și coteștarea legitimității unei asemenea proceduri medicale, de data aceasta cu argumente religioase, nu comuniste, la ideea păstrării familiei cu orice preț pentru a evita păcatul desfrânării sau traiul în păcat, la mesajul sacrificării propriilor aspirații în numele asigurării unui cadru familial complet copiilor, la îndemnul supunerii față de bărbat, inclusiv în plan sexual, căci el este considerat jumătatea puternică a unui întreg divin pe care îl reprezintă familia.

De asemenea, un element esențial al jurnalismului practicat în acea perioadă în presa pentru femei din România este lipsa de cultură politică a ziariștilor, lipsa de instruire jurnalistică din perspectiva promovării și respectării egalității de gen și de

șanse între bărbați și femei, pe care incoerența editorială o dovedește la fiecare ediție. Redactorii nu sunt instruiți și nu urmează o politică editorială coerentă, nu respectă viziunea brandului, pentru că nu există o astfel de viziune, ci se străduiesc să iasă fiecare în evidență după posibilități, nu cunosc și nu respectă principiile egalității de gen și, din acest motiv, alături de toate celelalte enumerate anterior, ideile susținute chiar și în ediția unei singure luni se contrazic între ele, creând o imagine de haos și dovedind o lipsă radicală de deschidere a realizatorilor acestor publicații față de numărul enorm de cititori.

Așa cum vor declara în interviurile pe care le-am inclus în Anexa 3, jurnaliștii din presa acelor ani nu știau nimic despre feminism, despre egalitate de șanse, despre scriitura corectă din perspectivă de gen, declarând, onest, fie că nu știau absolut nimic, fie că luau în răs chestiunile referitoare la asemenea problematică. În plus, cu referire directă la redacția revistei *Femeia*, trei dintre redactorii fostei publicații declară că atmosfera în redacție era complet străină de ideea de feminism sau de tratare echitabilă a femeilor, politica editorială fiind bazată pe răbufnirile de nemulțumire ale celor care-și exercitau profesia în condiții bazate pe incorectitudine, pe inegalitate, pe favorizare a nepotismelor și favorurilor sexuale.

Revista *Doina*, continuare a lunarului *Săteanca* retras de pe piața comunistă în 1974, a apărut și ea între anii 1991 și 1997. Fiind, însă, realizată de același colectiv redacțional ca și *Femeia*, a abordat, cu mici variațiuni, același gen de articole ca și cea dintâi publicație, dar, spre deosebire de aceasta, evitând evident să atingă subiecte de profunzime și mergând în special pe ideea de sfaturi practice, folositoare femeilor de la țară.

O altă publicație consemnată (în opinia mea, în mod greșit) în mai toate lucrările de sinteză drept primă apariție editorială cu target de masă, dar având o sorginte feministă, *Timpul femeilor... în țara bărbaților*, probabil în special datorită colectivului său redacțional având-o ca directoare pe Ecaterina Oproiu și redactoră-șefă pe Sanda Faur, jurnaliste cunoscute pentru opiniile lor feministe - prima venind de la conducerea revistei *Cinema*, cea de-a doua chiar din colectivul revistei *Femeia* -, nu reușește să se impună pe piață și nu rezistă decât un an și jumătate. Apare în iulie 1992 și dispare la început de 1994, fără să reușească mari performanțe editoriale, din niciun punct de vedere – nici al calității materialelor publicate, nici al izbânzilor de

business, considerente care au făcut-o să aibă o viață scurtă și să nu lase urme. Totuși, mi s-a părut relevant să o includ în analiza acestor ani în speranța că mă va ajuta să înțeleg mai bine cum s-au format (sau deformat) părerile româncelor despre feminism prin intermediul publicațiilor dedicate lor.

Revistele analizate promovează în perioada imediată ieșirii din dictatură (1990-1994) o întoarcere violentă la valorile tradiționale și construiesc mai degrabă o contracultură a drepturilor femeilor și reazăază, fie luând în derâdere procesul de emancipare și democratizare, fie contracarându-l cu argumente cutumiar-religioase, un patriarhat tradițional în locul celui de stat, existent în perioada comunistă. În acești ani publicațiile nu numai că nu au fost feministe, ci au fost, cel mai adesea, anti-feministe, în mod preventiv, refuzând cunoașterea reală a conceptului și valorilor sale și manifestând, adesea, atitudini de-a dreptul reacționare. Preluarea fără nicio analiză a atitudinii de contestare a feminismului ajuns în Occident la declaratul stadiu de postfeminism, în contextul în care în țara noastră realitățile contestate și negate de neofeminismul postmodernității vestice nici măcar nu s-au manifestat, căci valul al doilea feminist n-a putut răzbate în România comunistă, a avut un efect devastator și a condus la atitudini de-a dreptul retrograde.

CAPITOLUL al VI-lea - Evoluții actuale ale revistelor pentru femei în România.

Studii de caz

Anii următori de evoluție a presei pentru femei în ultimul deceniu al secolului XX au adus pe tarabe și în casele cititoarelor și alte vehicule de presă purtătoare ale mentalităților semnalate în capitolul anterior.

Deși ocupă un loc însemnat în istoria presei pentru femei din țara noastră, fiind cel dintâi titlu al unei publicații autohtone din categoria glossy creat pe tărâm românesc, și nu un import de licență deja verificată într-o altă țară, revista *Unica* nu reușește să marcheze vreo izbândă autentică pe drumul către emancipare sau, așa cum se anunță ca obiectiv în editorialul primei ediții, către evoluția femeilor. În paginile revistei *Unica*, femeile sunt în continuare tratate ca purtătoare de drept ale poverii dublei zile de muncă și validate prin intensitatea și seriozitatea cu care acceptă să-și asume cariera profesională și muncile domestice simultan. Relațiile de cuplu continuă

să fie privite din perspectivă tradițională, în care femeia este supusă și dornică să împlinească voia și plăcerea soțului. Ca și în *Femeia* anilor anteriori, relațiile de cuplu nu sunt partenoriale și nici nu sunt bazate pe iubire, considerentele care țin legăturile în viață trecând de la cele economice la cele sociale, dar fără să fie atinse de arderea formelor autentice ale iubirii (*eros, agape, filia*). Interlocutorii și interlocutoarele se declară preponderent antifemiști, ba chiar în mod oficial misogini, fără ca acest gen de afirmații să stârnească în jurnaliștii echipei reacții ale vreunei dorințe de elucidare a motivelor care stau la baza acestei alegeri – legitimând astfel, prin tăcerea lor, atitudinile discriminatorii din perspectivă de gen.

Deși s-ar fi presupus că revista construită pe baza unor indicații de specialitate venite din Occident- căci revista *Unica* a apărut în cadrul trustului de presă elvețian Ringier și a fost lansată sub atenta supravegherea unor profesioniști veniți special pentru a sprijini ieșirea pe piață a publicației – ar urma să aibă o atitudine mai modernă și mai deschisă către valorile unei societăți emancipate, de fapt, din interviurile cu jurnaliștii fondatori *Unica* a reieșit că specialiștii în publishing ai trustului elvețian care a lansat revista românească, Ringier, s-au orientat preponderent către partea comercială a produsului și către aspecte care țin de imaginea grafică și fotografică a revistei, trainingurile făcute în străinătate vizând partea de imagine a publicației și nu conținutul ideatic și forma sa de exprimare, aceste aspecte fiind lăsate la latitudinea redactorilor.

Din interviurile realizate cu jurnaliștii din echipa fondatoare *Unica* mai reiese faptul că niciunul nu avea experiență în domeniul publicațiilor pentru femei, *Project Managerul* Claudiu Șerban venind din presa sportivă și tabloidă, primele două redactore șefe, Nora Ioniță și Diana Mețiu, din presa cotidiană generalistă (ambele de la ziarul *Ziua*) iar majoritatea redactorilor direct de pe băncile facultății, în care nu învățaseră absolut nimic despre modalitățile de redactare și abordare a subiectelor editoriale din perspectiva combaterii discriminării sau a stereotipurilor de gen, neavând informații științifice despre feminism și eventual preluând într-o manieră superficială prejudecățile îndreptate împotriva acestei ideologii.

Deși discutau despre feminism, deci îl considerau o temă importantă, totuși redactorii *Unica* nu știau nimic despre această temă, căzând în prejudecata comodă că

feminismul este rău și, cum spune Mihaela Miroiu, „trebuie stârpit de mic”. (Miroiu, 1998)

“În mod clar, la facultate (Școala Superioară de Jurnalistică) nu a existat subiectul feminism. Doar în ironiile profesorilor, din care am înțeles că feminismul e la fel de rău ca misoginismul, doar că e mai puțin tolerat”, a declarat Roxana Iliescu, una dintre cele mai active prezențe în anii respectivi și membră fondatoare a revistei *Unica*, în interviul pe care mi l-a acordat special pentru această analiză.

O altă explicație pentru compoziția editorială incoerentă, în care revin frecvent idei antifeministe și abordări sexiste sau misogine, este aceea că revista a fost concepută și direcționată chiar de jurnaliști și jurnaliste care aveau, la momentul respectiv, vederi misogine și antifeministe.

Claudiu Șerban, realizatorul conceptului *Unica* și project manager al primelor ediții vorbește în interviul său pe care mi l-a acordat special pentru a reuși să înțeleg mai bine etapa *Unica*, despre implicarea sa în politica redacțională și în munca propriu-zisă de redacție, precum și despre avantajele și dezavantajele prezenței sale masculine în cadrul unei reviste pentru femei, situându-se, și azi, pe o poziție masculină superioară și manifestând un sexism subtil.

“Am avut mai mult dezavantaje decât avantaje, în poziția asta de co-lider al unei reviste pentru femei. Ca un exemplu, ceva ce nu am înțeles niciodată au fost paginile cu machiaje și coafuri. Nici în ziua de astăzi nu am răbdare să studiez paginile de acest gen. Apoi, faptul de a fi bărbat în lumea asta nu e deloc confortabil fiindcă nu poți participa la niciuna din discuțiile relaxate - "ca fetele" - pe care colegele le pot avea cu clienți, parteneri sau vedete. Am întâlnit și bărbați care făceau față cu brio la așa ceva, dar majoritatea dintre ei se află într-o anumită minoritate” a declarat Claudiu Șerban în 2016.

Prima redactoră-șefă a revistei, Nora Ioniță, declară, în 2017, la douăzeci de ani de la lansarea *Unica*: „Pe mine nu mă interesează feminismul și nu consider asta o problemă. Acum câțiva ani cei de la MediaFem au făcut un proiect și mi-au cerut un interviu și eu le-am spus că nu mă simt discriminată în nici un fel, nu consider că trebuie să fim egali, eu aș vrea ca bărbatul să schimbe roata la mașină și eu să îl șterg

de sudoare. Eu niciodată nu m-am simțit discriminată, niciodată, poate doar pozitiv, fiind fată și fiind o fată drăguță, îmi dădeau mie prima paharul cu apă”. (Anexa 3)

Într-o revistă care a fost concepută și condusă de pe poziții antifeministe, doar contexte absolut nesperate, precum întâlnirea cu personalități apropiate feminismului academic, care începuse să se afirme tot mai intens în țara noastră, au furnizat vremelnice deschideri către abordările care să țină seama de principiile egalității de gen sau de valorile feminismului.

Faptul că, totuși, în ciuda tuturor ezitărilor și revenirilor, redactorii *Unica* și-au dorit să înțeleagă feminismul și au inclus acest subiect în agenda lor editorială a primilor ani de apariție pe piață, poate fi considerat, până la urmă, o dovadă de deschidere și o recunoaștere a semnificației unei asemenea teme ascendente în interesul public.

Ultimii patru ani de apariție a revistelor românești *Unica*, *Avantaje*, *Tango și Psychologies*, între 2013-2016, asupra cărora am continuat studiile de caz și aplicarea analizei critice de discurs asupra textelor din reviste au condus la concluzia că publicațiile continuă să fie realizate din perspectiva unei politici editoriale haotice, fără să se raporteze la vreun cod etic al tratării genului sau al combaterii discriminării femeilor. În România, în paginile revistelor accentul cade, în continuare, preponderent pe imagine și pe valorile comerciale și succesul afacerii de presă. În mod special revistele pentru femei care, din cauza formulei lor glossy (pe hârtie foarte scumpă) sunt condiționate de atragerea veniturilor din publicitate, neexistând în nicio formulă de business varianta de supraviețuire din încasările provenite din vânzările către public, fac compromisuri în această direcție a complimentării producătorilor de mărfuri cosmetice sau de servicii de înfrumusețare, instaurând un soi de dictatură a frumuseții obligatorii. Copierea fără adaptare a formulelor publicațiilor occidentale de succes, multe dintre ele promotoare ale unui postfeminism asumat – realizată tot din considerente comerciale, din dorința de a le concura la nivel de clienți de publicitate și vânzări către public și mai puțin de valori, este amestecată cu răbufnirile tradiționale ale unei societăți care, la aproape 30 de ani de la ieșirea din comunism, continuă să trăiască după valori patriarhale. Refuzul, dezinteresul sau disprețul față de politicile afirmative (menținut în viața politică în toată perioada posttotalitară) face ca și în prezent femeile să fie slab reprezentate politic, iar politica, tot mai disprețuită în

mediile largi, să fie un subiect dezavuat în presa pentru femei. Regulile de redactare a revistelor glossy amplasează interesul față de politică pe ultimul loc, iar consecințele se văd în dezinteres civic, incultură politică, lipsă de participare electorală și cetățenească. (“Mai bine cinema decât televiziune, mai bine televiziune decât muzică, mai bine muzică decât sport și orice e mai bine decât politică. Acesta este dictonul celui care și-a pus semnătura pe primul people magazine din lume, *People*, Richard Stonely” - Cristina Stănciulescu, Anexa 3)

Toate publicațiile la care m-am referit în acest capitol oscilează adesea între imaginea utopică a femeii din tipologia *femeii-minune*, care a reușit în toate domeniile existenței sale și femeia văzută în mod tradițional, întrebată obligatoriu în interviuri cum împacă profesia și cariera și dacă gătește, căzând în stereotipii și abordări cu iz tradițional, probabil în virtutea obișnuinței, a unei școli jurnalistice făcute sub supremația valorilor patriarhale și a unei mentalități care încă este foarte răspândită și considerată firească în țara noastră.

Felul în care este alcătuit sumarul unei ediții în anii recentți se apropie foarte mult de conținutul editorial din primii ani ai presei glossy, demonstrând că presa pentru femei nu a evoluat semnificativ, ci reia multe subiecte dintre cele propuse în urmă cu 10, 15 ani, fără să se observe o evoluție substanțială în felul lor de abordare, iar jurnaliștii dintr-o presă intrată în criză se declară tot mai dezinteresați de valorile și răspunderile pe care le implică profesia lor, migrând de la o publicație la alta, într-un fel de turism publicistic care nu poate fi decât de rău augur pentru stabilitatea produselor media.

CONCLUZII

Într-o societate în care viața publică, discursurile politicianilor, și bărbați și femei, publicitatea și presa generalistă sunt invadate de mesaje și simboluri profund afectate de stereotipii de gen, s-ar fi putut presupune că presa pentru femei s-ar putea dezvolta, modern sau chiar subversiv față de sistemul dominator, ca un tărâm aparte, eliberat de schemele rigide de poziționare a feminității în subordonare față de masculinitate și în care să existe interes pentru promovarea discursurilor emancipatoare, care să sporească încrederea, curajul, implicarea femeilor în societate și să diminueze separarea dintre masculin și feminin prin eternul *gender gap* instalat,

de atâtea generații, între cele două entități de sex și de gen. În lumina acestei poziționări, principala ipoteză de la care am pornit în această cercetare a fost aceea că politicile editoriale ale publicațiilor pentru femei din țara noastră pot influența dezvoltarea culturii politice feministe în rândul audienței, susținând și promovând idei, mesaje și valori menite să genereze o schimbare de atitudine față de patriarhat sau chiar o formă de activism feminist la nivelul vieții sociale.

Felul în care această ipoteză s-a confirmat sau a fost infirmată diferă radical de la o etapă la alta a istoriei țării noastre ale cărei schimbări drastice de regim au influențat enorm relația cetățenilor cu feminismul și activismul de gen.

Dacă în lucrarea *Mișcări feministe și ecologiste în România (1990- 2014)*³ autoarele lansau întrebarea “Cum au devenit feministe... feministe?”, privind fenomenul în țara noastră ieșită din comunism, întrebarea care se naște firesc după o trecere în revistă a principalelor reviste pentru femei adresate publicului larg este „Cum au devenit antifeministe... antifeministe?”

Un element esențial de care trebuie să se țină seama în orice analiză a presei pentru femei este lipsa de cunoaștere, de informație, de instruire la nivel redacțional, pe care incoerența editorială extrem de pregnantă o dovedește la fiecare ediție. Redactorii nu sunt instruiți și nu urmează o politică editorială anume, nu respectă viziunea brandului - care nici nu este clar formulată, cel mai adesea- ci se străduiesc să iasă fiecare în evidență după posibilități, nu cunosc și nu respectă principiile egalității de gen și de șanse și, din acest motiv, alături de toate celelalte enumerate anterior, ideile susținute chiar și în ediția unei singure luni se contrazic între ele, creând o imagine de haos și dovedind o iresponsabilitate a realizatorilor acestor publicații față de cititorii lor. De altfel, toate jurnalistele interviewate, reprezentante ale publicațiilor pentru femei din perioada tranziției românești, recunosc că nu știu nimic despre feminism sau, dimpotrivă, aflaseră „din auzite” elemente defăimătoare și refuzau să se identifice în vreun fel cu terminologia feministă, dezicându-se de ea și, implicit, transmițând către cititoare mesajul dezicerii.

Fie că sunt sau nu instruite pentru asta, fie că știu sau nu acest lucru, vocile editorialistelor le preschimbă pe acestea în formatoare de opinie, chiar dacă ele nu

³ Miroiu, M (coord), 2015, pag 53

sunt pregătite să transmită către public mesaje viabile, valoroase în materie de etică, democrație sau simț civic. După cum reiese din interviurile furnizate de jurnaliștii care au făcut parte din redacțiile publicațiilor analizate, numirea redactorilor-șefe (implicit devenite editorialiste) a avut loc, însă, aproape întotdeauna, pe baza unor alegeri strict subiective și a testării unor aptitudini fără nicio legătură cu valorile democratice. Redactorele șefe au fost adesea alese să ocupe funcțiile respective prin câte un concurs de împrejurări fără nicio legătură cu competențele lor de a reflecta societatea dintr-o perspectivă dezbrăcată de prejudecăți și stereotipii de gen, ci, eventual, cel mult, prin testări legate de talentul lor literar. Astfel s-a ajuns și în presa pentru femei la aceeași situație generală din presă, unde deținătorii unor funcții de conducere editorială în vehicule media de mare impact, deși nu sunt pregătiți pentru discursul democratic, își exercită influența la nivel mare și lansează mesaje care pot deveni fie lămuritoare, fie generatoare de confuzie pentru publicul larg, fără să existe niciun fel de cenzură sau de sancțiuni legate de minima deontologie a jurnalismului practicat într-o societate democratică și nici organisme-arbitru, cum este Consiliul Național al Audiovizualului (care își limitează activitatea la nivelul programelor audiovizuale), care să supravegheze conținutul vehiculelor de presă din acest segment media.

Din interviurile cu jurnaliștii acestor publicații reiese faptul că, în special în primii ani de tranziție, atmosfera redacțională nu era deloc propice dezvoltării libere a ideilor, existând mereu nepotisme și favoritisme în defavoarea unei prese făcute cu simț de răspundere și cu autentic simț civic și că, pe măsura apropierii de epoca glossy a publicațiilor pentru femei, asupra redacțiilor s-a instaurat dictatura comercială, în care conținutul trebuia să susțină sau să genereze venituri din partea advertiserilor. Presa pentru femei trebuie să aibă vânzări cât mai mari și către public, și către advertiseri, iar în acest scop dictatura frumuseții influențează conținutul întregii publicații și alegea imaginii de copertă, ca o formă de susținere a machetelor publicitare din partea produselor pentru frumusețe, cele care dețin cele mai mari bugete de marketing.

O altă dovadă că revistele pentru femei nu sunt create pe baza rațiunii de a-și ajuta cititoarele să evolueze este chiar faptul că discursurile majorității celor implicați în procesul editorial nu reflectă o atenție specială pentru nevoile targetului feminin, ci, primordial, acceptarea și supunerea față de interesele afacerii de presă. Pe deasupra,

culisele realizării revistelor analizate sunt pline de intrigi, nedreptăți, ilegalități, violență, corupție. Așadar, condițiile de lucru nu erau tocmai prielnice transmiterii către public a mesajelor emancipatoare.

Revista *Avantaje* a fost și ea, în primii ani ai apariției, un mediu al promovării stereotipiilor de gen și atitudinilor patriarhale, așa cum a demonstrat-o cunoscuta cercetare bazată pe analiza critică de discurs, “Limbaș, gen și putere” (Dragomir, 2002), devenind, pe parcursul anilor, o dată cu evoluția personală a redactorei-șefe Daniela Palade Teodorescu, mai implicată în problemele sociale ale femeilor, aceste teme neocupând însă niciodată mai mult de 20% din conținutul ediției, orientat preponderent către sfaturi și produse de îngrijire și înfrumusețare personală, de îngrijire a casei ori culinare – context propice advertisingului.

Revista *Unica*, prima revistă glossy cu un concept românesc, a fost creată într-un colectiv care a asigurat un context foarte nefavorabil feminismului, unul dintre realizatorii acestui concept, *project managerul* publicației, afirmându-se până în zilele noastre ca un personaj ce nu îmbrățișează ideile feministe, așa cum nici primele redactore-șefe ale publicației nu îmbrățișau ideile feministe, afirmându-se deschis împotriva lor în paginile publicației și declarându-se, în bună parte, împotriva acestei ideologii, până în zilele noastre, la 20 de ani de la crearea revistei. Rațiunile cărora declară că li se supuneau erau preponderent cele comerciale. De asemenea, atmosfera de lucru era marcată de incertitudini și dușmănie, ambele redactore-șefe din primii ani ai revistei *Unica* fiind demise într-un mod care le-a nedreptățit, cea dintâi înaintând și un proces în justiție împotriva companiei, proces pe care l-a câștigat.

Nici măcar revistele românești pentru femei ajunse, printr-o evoluție, la momentul prezent, și analizate în anii cei mai recentți, 2013, 2014, 2015, 2016, nu și-au găsit, încă, o linie coerentă în raport cu feminismul, evitând subiectul în cea mai mare parte a timpului și având o atitudine cumva indiferentă, în care subiectele ce vizează dezechilibrele sociale de gen sunt luate mai degrabă în derâdere prin condeiul contributorilor invitați.

Revista *Unica* pare să se ralieze la nivel de concept editorial (probabil involuntar, prin inspirație de la publicațiile din Occident), feminismului de valul trei, și postfeminism, punând accentul aproape exclusiv pe competențe, inițial pe emancipare sexuală și evitând programatic orice temă a nedreptății sau victimizării,

asta în timp ce în sumar continuă să apară abordări tradiționale, din perspectivă patriarhală, în timp ce *Avantaje*, *Tango-Marea Dragoste și Psychologies* își asumă, nu neapărat explicit și destul de rar, teme ale feminismului de valul al doilea, rămase restante în discuțiile societății noastre.

Un element de autenticitate în toate epocile și în toate revistele pentru femei analizate îl constituie rubricile ce găzduiesc scrisori de la cititoare. Punctul de vedere al celor care citesc revista și-și doresc să contribuie la valoarea acesteia semnalând probleme de interes aduce mereu un aer proaspăt, nesupus nici considerentelor comerciale, nici tendințelor editoriale de moment, scrisorile de la cititoare fiind adevărate ferestre deschise spre lumea reală a femeilor epocii respective.

Privind în perspectivă, de la primele publicații pentru femei în care sunt vizate și anunțate mari schimbări sociale și până la analizele de astăzi, se remarcă și o trecere de la entuziasm și optimism la neputință, pesimism, neîncredere că lucrurile evoluează spre bine sau, oricum, că ar evolua într-un ritm care să conteze. Pe plan internațional se fac în permanență pași înapoi în raport cu mai vechile cuceriri ale feminismului, iar pe tărâm românesc, cercetările actuale nu semnalează nicio evoluție semnificativă în ceea ce privește egalitatea de gen. *Cartea neagră a egalității de șanse între femei și bărbați în România*, lucrarea semnată de Laura Grünberg (coordonatoare), Ioana Borza și Theodora Eliza Văcărescu, publicată în 2006, și-ar putea adăuga, de fapt, lună de lună capitole noi, la fel de negre, doar realizând revista presei pentru femei din țara noastră. Analiza revistelor pentru femei a epocii posttotalitare din perspectiva definiției formulate de Almond și Verba arată o preponderență a culturii politice parohiale/retrograde, în care cetățenii nu au nici cunoștințe politice, nici interes față de politică, combinată cu aceea supusă, în care cetățenii respectă legile într-o măsură semnificativă, dar participă foarte puțin, stilul de cultură politică participativă, în care cetățenii înțeleg și iau parte la politică făcând asocieri voluntare, fiind complet absent în revistele pentru femei din primii zece ani ai tranziției și apoi extrem de slab reprezentat în politica editorială a revistelor pentru femei din ultimii ani.

În anul 1990, Gloria Steinem se întreba într-un articol din revista *Ms.*: “Dacă arheologii viitorului ar da peste revistele pentru femei și ar judeca femeile americane

după ele, ce-ar crede despre noi?”⁴ Întrebarea poate fi, cu siguranță, reformulată și pentru femeile din România și revistele pe care le citesc.

Dincolo de semnalarea situației actuale a presei, prin această cercetare ce reprezintă doar începutul unei munci de înțelegere a contextului în care presa pentru femei se poziționează în societate, consider că trebuie cât mai urgent întrerupt cercul vicios al promovării gândirii în stereotipii și modele patriarhale în presa pentru femei, prin politici media coerente, prin diversificarea obligatorie a programei școlilor de jurnalism, prin obligativitatea cursurilor de specializare a celor ocupă poziții editoriale, prin instaurarea unor organisme viabile, funcționale, care să supravegheze corectitudinea presei scrise în raport cu reflectarea valorilor democrației. Socializarea femeilor în tiparele unor asemenea modele de gândire are consecințe extrem de grave în timp, făcându-le să se identifice cu normele gândirii stereotipe și să dubleze subminarea valorilor unei vieți autonome chiar din interiorul feminității. Corelând mesajele tradiționale ale educației românești cu cele extrem de conservatoare ale bisericii ortodoxe, cu lipsa de susținere a politicilor afirmative și cu mesajele sexiste ale presei generaliste, femeile însele vor ajunge să tindă către modelul de femeie supusă și resemnată propus de revistele care îi sunt dedicate, fie conformându-se tiparelor impuse și acceptând tirania frumuseții și tinereții veșnice, toate acestea sporind efectele perverse ale acceptării stereotipiilor prin autoîmplinirea profețiilor și anularea completă a oricăror șanse de izbândă a demersurilor normative ale egalității.

Un prim pas către regăsirea optimismului poate fi observația, onestă, că, în ansamblu, oricât de încet ne-am deplasa în direcția emancipării citind revistele pentru femei, nu poate fi negată valoarea esențială a existenței acestor reviste, a diversității lor și a faptului că prin simpla lor existență pe piață și ofertă de promovare a unor teme de interes pentru cititoare, chiar dacă acestea nu sunt echilibrat așezate în schema editorială, revistele pentru femei pot forma, în timp, o contracultură bazată pe experiența feminină care să crească, să se reajusteze prin evoluție și să contribuie la formarea unor mentalități curajoase, în stare să redescopere valorile feministe liberale și oportunitățile deschise de îmbrățișare a unei asemenea ideologii. Și poate că, în

⁴ Gloria Steinem, 1990, “Sex, Lies and Advertising”, *Ms Magazine*, iulie-august 1990, p. 18-28

timp, chiar din interacțiunea cu cititoarele, dacă nu din aceea cu politicile media care este posibil să se lase îndelung așteptate, așa cum se lasă și cele educaționale, se vor naște idei și posibilități de a apărea și de a rezista pe piață - fără compromisurile cerute azi presei pentru femei de imperativele marketingului – a unor publicații feministe românești de larg interes, care să redefină valorile „poporului feminin”, cum își numea suratele Adela Xenopol, determinându-l să devină un popor activ, conștient de puterea sa și a transformărilor pe care, prin parteneriat cu poporul masculin și deplină egalitate a drepturilor și respectare a diferențelor dintre ei le poate dăruia întregii lumi.

Surse bibliografice fundamentale

Almond, Gabriel and Sidney Verba, 1980, *The Civic Culture Revisited*, Boston. Little-Brown

Băluță, Oana (edit.), 2006, *Gen și putere, Partea leului în politica românească*, Polirom, Iași

Băluță, Oana (coord), 2007, *Dragolea, Alina, Iancu, Alice, Parteneri egali. Competitori egali*, Centrul Filia, Editura Maiko, București

Beauvoir, Simone de, 1998, *Al doilea sex*, trad. Diana Bolcu și Delia Verdeș, București, Editura Univers (prima ediție 1949)

Botez, Calypso, 1919, *Problema drepturilor femeii române. Examen social-politic și juridic. Cu o introducere asupra feminismului în România*, București, Atelierele grafice SOCEC&CO

Bucur, Maria, Mihaela Miroiu, 2017, *The Birth of Democratic Citizenship*, Indiana University Press, Bloomington IN (în curs de apariție)

Bulai, Ana, Irina Stănciugelu, 2004, *Gen și reprezentare socială*, Editura Politeia, SNSPA

Câncea, Paraschiva, 1976, *Mișcarea pentru emanciparea femeii în România*, București: Ed. Politică

Ciupală, Alin (edit), 2004, *Despre femei și istoria lor în România*, Universitatea din București

Cixous, Hélène, Preface de Frédéric Regard, 2010, *Le Rire de la Méduse*, Galilé

Dobrescu, Paul, Bârgăoanu, Alina, *Mass Media și societatea*, SNSPA, București, 2001

Dragomir, Otilia (coord.), 2002, *Femei, cuvinte și imagini*, Polirom, Iași

Dragomir, O, Miroiu, M. (editoare) 2002, *Lexicon feminist*, Polirom, Iași

Fairclough, Norman, 1995, *Critical Discourse Analysis: the Critical Study of Language*, Longman, London

Flora, Cornelia Butler, 1979, „Changes in Women's Status in Women's Magazine Fiction: Differences by Social Class” in *Social Problems*, Volume 26, Issue 5, Pages 558–569

Gal, Susan, Kligman, Gail, 2003, *Politicile de gen în perioada postsocialistă. Un eseu istoric comparativ*, Ed. Polirom, Iași

Gauntlett, David, 2008, *Media, Gender and Identity: An Introduction*, Routledge, New York

Gender Barometer, Romania August 2000, The Gallup Organization

Grünberg, Laura (coord.), 2005, *Mass media despre sexe*, Tritonic, București

Iluț, Petru, *Abordarea calitativă a socioumanului*, Polirom, 1997

Jinga, M. Luciana, 2015, *Gen și reprezentare în România comunistă 1944-1989*, Polirom, Iași

Kligman, Gail, 2000, *Politica duplicității. Controlul reproducerii în România lui Ceaușescu*, trad. Marilena Dumitrescu, București, Ed. Humanitas

Mihăilescu, Ștefania, *Emanciparea femeii române*, Antologie de texte vol I, (1815-1918), Ed. Ecumenică, 2001

Mihăilescu, Ștefania, *Emanciparea femeii române*, Antologie de texte, vol. II, 1919 – 1948), Ed Ecumenică, 2001

Mihăilescu, Ștefania, *Din istoria feminismului românesc*, Ed. Polirom, 2002

Mihăilescu, Ștefania, *Din istoria feminismului românesc. Studiu și antologie de texte (1929-1948)*, Polirom, 2006

Miroiu, Mihaela, 1995, *Gândul Umbrei*, Abordări feministe în filosofia occidentală, Editura Alternative, București

Miroiu, Mihaela, 1996, *Convenio. Despre natură, femei și morală*, Polirom

Miroiu, Mihaela, Laura Grünberg (Coord), 1997 *Gen și Societate*, Editura Alternative, București

Miroiu, Mihaela, “Feminismul ca politica a modernizării”, *Doctrine Politice Contemporane (Contemporary Political Doctrines)*, coord. Alina Mungiu Pippidi, Polirom, Iasi, 1998

Miroiu, Mihaela, Bucur, Maria (editoare), *Patriarhat și emancipare în istoria politicii românești*, Iași, Editura Polirom, 2002.

Miroiu, Mihaela, 2003, Prefață, în Pasti, V., *Ultima Inegalitate. Relațiile de gen din România*, Iași, Editura Polirom

Miroiu, Mihaela, *Drumul către autonomie*, Polirom, Iași, 2004

Miroiu, M. (coord), 2015, *Mișcări feministe și ecologiste în România (1990-2014)*, Polirom

Neaga, Diana, 2012, *Gen și cetățenie*, Polirom, Iași

Nicolaescu, Mădălina, (coord), 1996, *Cine suntem noi? Despre identitatea femeilor din România modernă*, Editura Anima, București

Pasti, Vladimir, 2003, *Ultima inegalitate. Relațiile de gen din România*, Iași, Editura Polirom

Pasti, Vladimir, Ilinca, Cristina, 2001, *Discriminarea de gen, O REALITATE A TRANZIȚIEI*, București, Institutul de Studii ale Dezvoltării

Petcu, Marian, 2012, *Istoria jurnalismului din România în date. Enciclopedie cronologică*, Editura Polirom, Iași

Pinker, Susan, 2009, *The Sexual Paradox - Men, Women and the Real Gender Gap*, Scribner, New York

Popescu, Liliana (edit.), 1999, *Gen și politică. Femeile din România în viața publică*, Ed. Meta Graphos, București

Popescu, Liliana, 2004, *Politica sexelor*, București, Editura Maiko

Pye, Lucian W.; and Verba, Sidney (editors) 1965 *Political Culture and Political Development*. Princeton Univ. Press.

Ritchie, Rachel, Hawkins, Sue, Philips, Nicola, Kleinberg, S. Jay, 2016, *Women in Magazines – Research, Representation, Production and Consumption*, Routledge

Ramazanoglu, Caroline, 1992, *On feminist Methodology: Male Reason vs. Female Empowerment*, în *Sociology*, 26 (2)

Roventă-Frumușani, Daniela, 2004, *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, Editura Tritonic, București

Simion, Cristina, Ionescu, Răzvan, 2005, *Cartea Albă a Presei II, Probleme economice ale Presei*, Agenția de Monitorizare a Presei, București

Simion, Cristina, Gheorghe, Anca, Comănescu, Iulian, 2007, *Cartea Albă a Presei III, Probleme economice ale presei*, Agenția de Monitorizare a Presei, București

- Simion, Cristina Angela, 2010, Dimensiuni ale structurilor organizaționale și rolul liderului în procesul de schimbare a industriei media, Universitatea Tehnică “Gheorghe Asachi”, Iași
- Steinem, Gloria, 1993, *Revolution from within: A book of self-esteem*, Little, Brown and Company, New York
- Ștefănescu, Doina, 2003, *Dilema de gen a educației*, Polirom, Iasi
- Vlăsceanu, Lazăr, 2007, *Sociologie și modernitate*, Polirom, Iași
- Weiner, Susan, 2001, *Enfants Terribles: Youth and Femininity in the Mass Media in France, 1945-1968*, Johns Hopkins University Press
- Wolf, Naomi, 1997, *The Beauty Myth*, Vintage, Toronto
- Zamfir, E, Zamfir, 2001, C., *Situația femeii in Romania*, București, Editura Expert
- Zirin, Mary Fleming, Livezeanu, Irina, Worobeck, D.Christine, Farris, June Pachuta, (editors), 2007, *Women and Gender in Central and Eastern Europe, Russia and Eurasia*, A Comprehensive Bibliography, M.E. Sharpe, Armonk, New York
- Zuckerman, Mary Ellen. 1991, *Sources on the History of Women's Magazines, 1792-1960: An Annotated Bibliography*, New York: Greenwood Press

PERIODICE

AnAlize, Revistă de studii feministe, editată de Societatea de Analize Feministe „AnA”, București, 1998-2002

Avantaje, ianuarie 1997 – decembrie 1997

Avantaje, ianuarie 2013 - decembrie 2016

Doina, anul I, 1991, numerele 1-6

Femeia, martie 1948 – decembrie 1989

Femeia, serie nouă, ianuarie 1990 - decembrie 1994

Psychologies, februarie 2013- decembrie 2016

Săteanca, martie 1948- martie 1972

Tango –Marea Dragoste, mai 2005- decembrie 2016

Timpul femeilor... în țara bărbaților, anul I, 1992, numerele 1-6

Timpul femeilor... în țara bărbaților, anul II, 1993, numerele 7-8

Unica, decembrie 1997 – decembrie 1999

Unica, ianuarie 2013- decembrie 2016

