

КавкАзия

международная коалиция журналистов

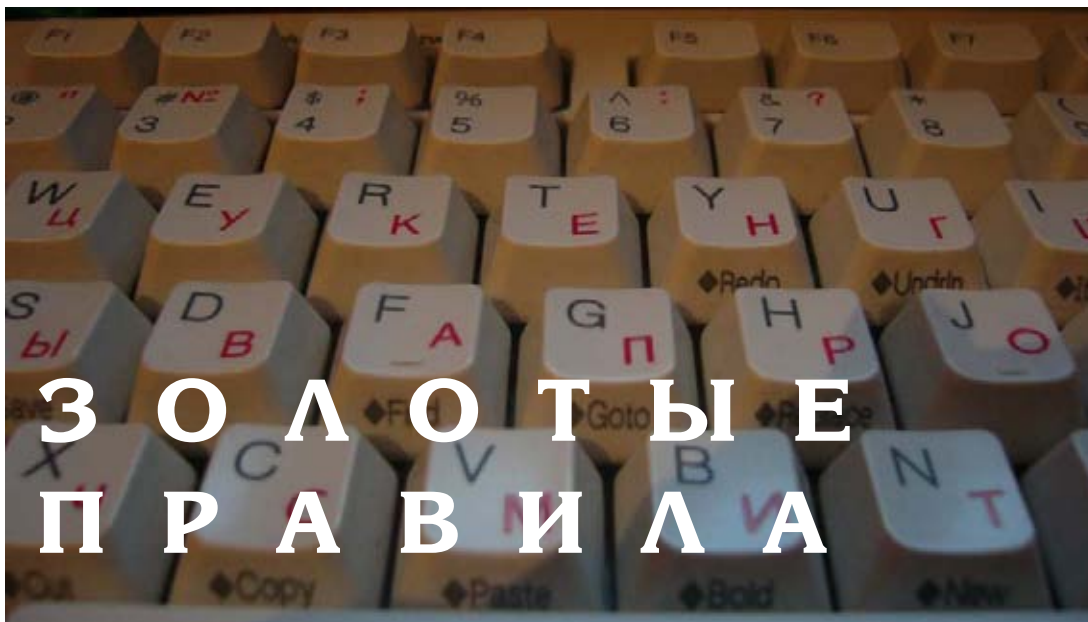
международный
информационно-аналитический
электронный журнал

номер восьмой, август, 2005

тема номера: гендер и СМИ

содержание

Мир	ГЛОБАЛЬНЫЕ МЕДИА-МОНИТОРИНГИ констатируют: женщины остаются невидимками
Швеция	МЕДИА - ЗОНА УПОРНОГО СОПРОТИВЛЕНИЯ даже там, где феминизм победил
КавкАзия	ВОПРОСОВ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ОТВЕТОВ после мониторинга 15 газет из 8 стран
Азербайджан	ВИНОВАТЫ САМИ? думайте, дамы
Украина	ОТРАЖЕНИЕ ЕЩЕ ХУЖЕ РЕАЛЬНОСТИ и даже Юлия ситуацию не спасает
Грузия	РАБОТА ТЯЖЕЛАЯ, потому в журналистике у нас все больше женщин
Грузия	ХОРОШО В ПРОВИНЦИИ чувствует себя сексизм
Эстония	ДАЖЕ САМАЯ ГЕНДЕРНАЯ ГАЗЕТА ПОЛНА СЕКСИЗМА хотя она и выходит в столице
Кыргызстан	КАРТИНКИ С ЯРМАРКИ, которая называется журналистикой
Казахстан	ТРИ СКАЗКИ об Адаме и Еве



КОТОРЫЕ НЕ ВЫПОЛНЯЮТСЯ НИКЕМ, НИКОГДА И НИГДЕ:

- **число мужчин и женщин как источников новостей должно быть равным;**
- **число мужчин и женщин среди журналистов должно быть равным;**
- **материалы не должны содержать гендерных стереотипов;**
- **издания должны признавать тот факт, что как у мужчин, так и у женщин есть своё мнение о происходящих событиях;**
- **издания должны исходить из того, что каждый материал - это в первую очередь материал на гендерную тему.**

(Всемирная Газетная Ассоциация)

. . . И Р Е А Л Ь Н О С Т Ь

КОТОРАЯ СОПРОВОЖДАЕТ МЕДИА В ЛЮБОЙ ТОЧКЕ МИРА

По данным ЮНЕСКО, в 1995 году женщины составляли лишь 3% от общего числа сотрудников СМИ во всём мире.

В 20% материалов женщины выступают в роли жертв, мужчины - в 7%. В криминальных сводках, предоставляемых полицией, всё обстоит практически наоборот.

Семейное положение женщин СМИ указывают в пять раз чаще, чем семейное положение мужчин. Журналисты интересуются семейным статусом у женщин-политиков в 17 раз чаще, чем у политиков-мужчин.

Иллюстрациями статей о массовых волнениях и демонстрациях протеста в 70 процентах случаев служат фотографии женщин, - часто это мусульманки, чаще всего они кричат...

Изображения женщин используются как украшения или для развлечения. В новостях, касающихся шоу-звёзд, половина фотографий отведена женщинам.

Образ женщины эксплуатируется в рекламе, часто - в контексте, принижающем ее достоинство.

ЯЗЫКИ РАЗНЫЕ НО СУТЬ ОДНА

ШВЕЦИЯ Проведённое в 2000 году в исследование 85 газет и 17 профсоюзных журналов показало, что на первой полосе изображается лишь 2% женщин. В том же году 77% высоких должностей в СМИ (главный редактор и т.п.) занимали мужчины.

США В 2002 году среди глав СМИ этой страны было только 14% женщин.

США Вопросы расовой принадлежности и пола часто тесно связаны. Согласно исследованию "Кто в новостях?", которое проводилось среди американских телекомпаний ABC, CBS и NBC, в 92% случаев это белые, а в 85% - мужчины.

ШВЕЦИЯ Исследование телевидения, проведённое в 2003 году, показало, что женщины выступают предметом новостей в 25% случаев. Если рассмотреть тему политики, то о женщинах тут речь идет лишь в 16% случаев. При этом 45% мест в шведском парламенте занимают женщины.

УКРАИНА По данным исследования, проведённого тут в 2003 году, 85% имён, упоминаемых во время новостей, принадлежало мужчинам. В 3,6% случаев прозвучали имена политиков-женщин, в то время как на самом деле их число составляло 5,1%.

ЮЖНАЯ АФРИКА В 2003 году 12 стран этого региона стали объектом мониторинга СМИ. Из 25 000 новостных тем, рассмотренных во время исследования, только 2% имели хоть какое-то отношение к гендерной тематике.

ГЛОБАЛЬНЫЕ МЕДИА- МОНИТОРИНГИ:

ПЕРВЫЙ прошёл в 1995 году, в преддверии Пекинской Всемирной женской конференции. Он был проведён организацией Media Watch, Canada. На протяжении одного дня одновременно группами волонтеров-исследователей гендерному анализу были подвергнуты тысячи мировых СМИ. Мониторинг показал, что женщины стали предметом освещения лишь в 17% всех материалов средств массовой информации.

Пять лет спустя, в 2000 году, был организован **ВТОРОЙ** Глобальный Медиа-Мониторинг. Его провела женская программа Всемирной Ассоциации христианских связей (WAAC) совместно с Media Watch, Canada и Маргарет Галлахер. Он был более масштабным, чем первый: две тысячи групп исследователей делали обзор 16000 новостных материалов во всём мире. Они обнаружили, что в 82% случаев предметом освещения были мужчины и лишь в 18% - женщины.

16 февраля нынешнего года WAAC при широкой поддержке волонтеров из 102 стран организовала **ТРЕТИЙ** Глобальный Медиа-Мониторинг. На этот раз некоторые члены нашей Коалиции "Кавказия" впервые в наших странах приняли участие в этом важном исследовании. Результаты пока обрабатываются, анализ в виде большого отчета готовится WAAC и будет опубликован в скором будущем. Вся информация о самом мониторинге доступна на специальном сайте www.globalmediamonitoring.org (Грузию, Армению, Азербайджан и даже Узбекистан можно найти в разделе "Европа"...)

на снимке:

16 февраля 2005 года, день третьего Глобального Медиа-Мониторинга. Маленькая команда из Грузии - за большой работой. Диана, Мака, Майя, Лали и Цицино, (Ассоциация журналистов ГендерМедиаКавказ") подводят итоги анализа.



И ЧТО ТУТ МОЖНО СДЕЛАТЬ?

- Нужны конкретные долгорочные программы подключения медиа к тем процессам, которые идут в женском движении.
- Медиа-компонент должен максимально присутствовать в проектах, работающих на продвижение гендерных прав и гендерного равенства.
- Необходимы гендерные замеры СМИ при помощи мониторингов.
- Необходим публичный анализ этих мониторингов в виде циклических мероприятий по подведению итогов.
- Крайне желательны общественные дискуссии о гендерном равенстве.
- Крайне необходимы дискуссии внутри журналистского цеха.
- Жизненно необходимо лоббирование законов, обеспечивающих гендерное равенство в связи со СМИ.
- Нужно стимулировать выработку редакциями собственных гендерных концепций.

(из перспективных планов Ассоциации журналистов "ГендерМедиаКавказ", Грузия, 2005.)

**Анна ЯЛАКАС,
Швеция**

в стране победившего феминизма

ЖЕНЩИН В СМИ ВСЕ ЕЩЕ МЕНЬШЕ, ЧЕМ МУЖЧИН

хотя они хорошо видимы и слышимы в реальной жизни

Согласно исследованию, проведённому в 2003 году в Швеции, в новостях бизнеса было представлено несоразмерно большое число женщин, что, по мнению автора исследования Марии Эдстрём, произошло по двум причинам:

- 1) журналисты чувствуют себя виноватыми из-за общей недопредставленности женщин;
- 2) руководство пытается привлечь большую аудиторию читателей.

Это исследование также вновь высветило давно знакомые вещи. Все женщины столь поголовно улыбаются, что это уже кажется чисто женским рефлексом. Большинство женщин были сфотографированы сверху, за счёт они часто выглядят беспомощными.

Вам знаком стереотип, что женщины очень болтливы и постоянно что-то лепечут? На телевидении все выглядит совсем иначе. Там написанным законом остаётся тишина. Исследование 50 телевикторин во всём мире показало один и тот же принцип: контролирует шоу мужчина-ведущий, а его ассистентка-женщина мало говорит и много улыбается (Анна Купер-Чен, "Игры в Мировом Селе", 1994 год).

Имеет ли это какое-либо значение? Да, имеет. И прежде всего потому, что СМИ обладают мощной силой и воздействием. Исторический факт: геноцид в Руанде, во время которого было изнасиловано не менее 250 000 женщин, произошёл в основном из-за той ненависти, которую раздули СМИ. Саса Миркович, генеральный директор Радио В92 в Белграде, рассказывал, что то же можно сказать и о бывшей Югославии. Соседи насиловали и убивали соседей с подачи государственных СМИ - национальных теле- и радиокompаний и газет с большим тиражом, которые убеждали людей в том, что они больше не могут жить бок о бок с теми, с кем у них были замечательные отношения на протяжении десятилетий.

Гендерный аспект особенно ощутим, когда мы говорим об освещении войны. "В общем, женщины больше выглядят как жертвы, чем как активисты. На фотографиях мы видим, как потерянно они жмутся друг к другу в дверных проёмах с ранеными детьми на руках. "И никакой иронии! - эти образы, созданные для того, чтобы вызывать сочувствие, олицетворяют именно тех женщин, которые выстояли",- пишут Элизабет Рен и Элен Джонсон Сирлиф в отчёте Фонда ООН по Развитию Женщин (UNIFEM) "Женщины, Война, Мир, 2004".

После трагедии 11 сентября в Нью-Йорке было проведено исследование, которое показало, что женщины исчезли из средств массовой информации. Например, в "Вашингтон Пост", имеющей солидное

влияние во всем мире, только семь из ста семи статей в колонке обозрений, комментариев и писем в редакцию были написаны женщинами.

Средства массовой информации имеют большое влияние на нашу обычную повседневную жизнь. Одним из видов воздействия во всём мире являются газетные киоски, которые изображают женщин в свете, хорошо описанном Робертом Коннелом, австралийским профессором, исследователем вопросов гендера и, в частности вопроса мужественности: "По пути на работу я прохожу новостное агентство, которое выставляет плакаты еженедельных журналов с массовым тиражом. Почти на каждом плакате - молодая женщина, обычно блондинка, всегда до боли худая, очень накрашенная, симпатичная, занимающаяся ничегонеделанием. Массовая культура всё ещё учит девушек, что им нужно прежде всего быть желанными, как если бы их основная задача - возлежать на шёлковых подушках, ожидая принца на белом коне. Как правило, мальчиков не учат быть привлекательными. Их учат выглядеть непоколебимыми и доминирующими, нравятся им это или нет".

...Плохих новостей не счесть. К счастью, есть и хорошие. Гендерная журналистика оказалась прибыльной. Всемирная газетная ассоциация указывает на тот факт, что было бы глупым пренебрегать нуждами и пристрастиями половины потенциальной аудитории. Во многих странах в последние годы число женщин в журналистике, в том числе занимающих руководящие должности, несколько выросло, хотя это происходит крайне медленно. СМИ сыграли ключевую роль в формировании демократии. В Швеции, например, идеи о гендерном равенстве в парламенте никогда бы не получили своего развития, если бы в девяностых годах СМИ не уделяли столь огромного внимания вопросу женщин в политике.



**Тамара ОВНАТАНЯН,
Армения**

еще раз о мониторинге

ВОПРОСОВ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ОТВЕТОВ

получили мы в результате исследования.

Его (в формате pdf) можно найти тут:

<http://www.gmc.ge/images/02-03motitoring.html>

**15 газет
в 8 странах:**

**октябрь
ноябрь
декабрь
2004**

О чем предпочитают спрашивать женщин?

Мы постарались определить те сферы, в которых к женщинам обращаются за, условно говоря, экспертным мнением. Разнонаправленные издания в различных странах проявили удивительное единодушие, доверив женщинам комментировать вопросы семьи и воспитания детей, социальную сферу, образование, здравоохранение, культуру и искусство, шоу-бизнес. Но самое удивительное, что даже в этих, казалось бы, традиционных сферах женской занятости экспертное мнение женщин не является преобладающим.

Кому больше доверяют журналисты?

Результаты исследования позволяют говорить о дискриминации на уровне предпочтений, которая осуществляется журналистами по отношению к женскому экспертному мнению. Вместе с тем, нельзя утверждать, что журналисты действуют осознанно. Причины гораздо глубже, чем только личные предпочтения того или иного журналиста. Они скрыты в патриархальном общественном укладе и могут быть преодолены только при условии гендерно-чувствительной политики не только медиа, но и государства.

Чьи фото публикуют?

Анализ гендерного контекста фотографий показывает его полную идентичность репрезентации женских образов в плане содержания. Гендерно-сбалансированного фотовизуального ряда ни в одном из исследованных изданий обнаружено не было. Иначе и быть не могло. Для того, чтобы соблюсти баланс в фотографиях, надо, как минимум, иметь его в содержании газеты.

Фотоизображения рассматривались исследователями с двух позиций: характеристика образов (тип образов, динамичность образов и план изображения) степень гендерной корректности снимков.

По первой позиции женщины намного чаще мужчин попадают в нишу неофициальных снимков среднего и общего плана. Результаты анализа по второй позиции в подавляющем большинстве случаев (свыше 90%) исследователи характеризуют как гендерно-нейтральные. Гендерно-некорректных снимков - единицы. Фотоснимков, продвигающих идею гендерного равенства, практически не обнаружено.

"Гендерный сезон" в прессе

Исследование выявило, что в подавляющем большинстве случаев обращение к гендерной тематике носит случайный характер - сезонный, по выражению исследователей. "Гендерный сезон", как правило, наступает либо в контексте мероприятий международных и женских общественных организаций, либо в рамках какого-либо конкурса на эту тему. Эти публикации, словно бабочки-однодневки, отмирают с окончанием проекта, которому бывают посвящены. На постоянной основе гендерная тематика, как правило, не освещается.

КСТАТИ

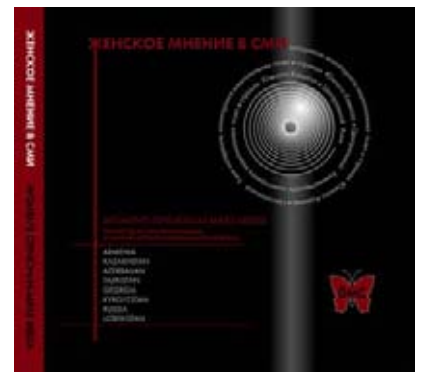
В определённых рамках СМИ являются силой, способной принести изменения. Традиционное восприятие женщины в качестве домохозяйки и низкооплачиваемого работника было начисто выметается образом энергичной, преуспевающей "женской силы". В то же время мужские идеалы твёрдости, непоколебимой уверенности в своих силах и эмоциональной холодности были потрясены новым акцентом на мужские эмоции и вопросом мужественности. И хотя гендерные категории остались незыблемыми, по крайней мере, эти альтернативные идеи и образы создали нишу для большего многообразия индивидуальностей. СМИ стали более либеральными, бросая всё большие вызовы традиционным представлениям. Это стало отображением меняющихся настроений на фоне пропаганды современных ценностей со стороны СМИ.

*Дэвид ГОНТЛЕТ,
профессор журналистики
(из книги "СМИ, Гендер и
Индивидуальность",
Лондон, 2002)*

Проблемных, аналитических материалов на эту тему тоже крайне мало.

Гендер в редакционной политике: скорее нет, чем да

Данные исследования не позволяют говорить хоть о сколько-нибудь гендерно-сбалансированной политике какого-либо издания. Этот вывод относится как к официальным, так и к оппозиционным или независимым изданиям. Проблема внедрения гендерных подходов в редакционную политику является на сегодняшний день одним из трудноразрешимых вопросов. Усилиями отдельно взятых гендерно-чувствительных журналистов эту проблему не разрешить. Гендерная политика СМИ должна формироваться как составная часть гендерной политики государства.



<http://www.gmc.ge/images/02-03motitoring.html>



**Мехрибан Зейналова,
Азербайджан**

зеркало хоть и кривое, но все же...

САМИ ВИНОВАТЫ

мы не очень-то активны в общественной жизни и плохо работаем с медиа - отсюда и результат: СМИ говорят в основном о мужчинах и с мужчинами

Иногда наши газеты пишут и о женщинах. Но что? Такая-то совершила преступление, другая погибла от рук мужа, такая-то, оставшись на улице, борется за справедливый раздел имущества, такая-то продала собственного ребёнка... Иногда по заказу какой-нибудь политической партии, газета (чаще всего основанная самой партией) публикует выступления женщин только для того, чтобы придать себе демократический облик. Излишне говорить, что женщина в этом случае только озвучивает то, что надо этой партии.

Руководители некоторых СМИ прибегают и к другим интересным методам. Например, выступила какая-то очень умная, известная в общественно-политической жизни женщина, но её выступление не публикуют. Почему? Потому что она не из того лагеря, к которому принадлежит редактор. А значит, она умной быть не может.

В таких случаях говорят: у каждого своя правда. А правда в том, что на всём постсоветском пространстве, в том числе и в Азербайджане, проблемы женщин не находят отражение в СМИ. Кто виноват? Женщины или СМИ?

Сегодня для лица, широко известного в прессе и желающего стать лидером, роль СМИ незаменима. Почему же СМИ

безразличны к женщинам? Поставим вопрос по-другому: почему обладающие мышлением и интуицией, способные находиться в центре внимания женщины не могут эффективно представить себя в СМИ?

Некоторые люди сваливают всё на менталитет. Но на самом деле он тут ни при чем. Не надо забывать, что в каком-то смысле СМИ - действительно зеркало общества. Это зеркало, каким бы кривым ни было, все-таки вынуждено отражать то, что происходит в действительности. Этим я хочу сказать, что, как бы то ни было, дефицит женской темы в СМИ наших стран - это отражение недостаточной женской активности в жизни. Если представить, что женская активность бьет через край, что женское движение неустанно проводит акции, вырабатывает законодательные инициативы - особенно если бы оно делало это ярко - могли ли бы СМИ умолчать об этом? Ни в коем случае, они просто вынуждены были бы говорить об этом!

Пока мы не имеем большого влияния в обществе, это факт. Нужно его накапливать, собирать политические силы, умножать организационный опыт. Ясное дело, что попутно необходимо стараться как можно шире донести до общественности то, что мы делаем уже сейчас.

**истина устами
студента**

ПОЧЕМУ ЖЕНЩИН В ЖУРНАЛИСТИКЕ СТАНОВИТСЯ ВСЕ БОЛЬШЕ?

*Наверно, потому, что
работа тяжелей...*

Так уж сложилось, что наш факультет парни не жалуют, тут вполне девичье царство. Чем это объясняется, мне ответить трудно. Журналистика, возможно, одна из немногих профессий, где и женские и мужские обязанности одинаковы. И мужчины и женщины бывают корреспондентами, дикторами, редакторами и т.д. Хотя, например, в Британии, по моим сведениям, лет двадцать назад чтение новостей стало рассматриваться как женская работа. При этом женщине-диктору отводилась своеобразная декоративная роль. Доминирующая модель в настоящее время характеризуется, как определяют сами женщины, работающие на ТВ, стремлением сочетать в себе на экране женственность и профессионализм.

Я немного знаком с историей становления британских радио- и телевещательной корпораций (BBC и BBC-1). В свое время там была разработана четкая политика "сбалансированного участия" женщин в телепрограммах: группа теледикторов обычно состояла из трех мужчин (приглашались с радиоэфира) и одной женщины (профессиональной актрисы). В 1955 году британская телекомпания Independent Television News (конкурент BBC) впервые в истории британских СМИ пригласила читать дневной выпуск новостей женщину-диктора. Конкуренты осмелились поддержать это нововведение только в 1960 году: новости для домохозяйек читались на фоне кухонных декораций.

Несмотря на все, женщины сумели выработать свой стиль изложения новостей и их адресации. Анализ различных передач, ведущихся женщинами, и снятых ими документальных фильмов



на снимке:
грузинские журналистки берут интервью у Надежды Ажгихиной,
председателя Ассоциации журналисток России, февраль, 2005.

(часто с женщинами-героинями), показал, что они отдают предпочтение интерактивному типу коммуникации, настроены на взаимодействие и сотрудничество в эфире. Они более внимательно относятся к представлению новостей в контексте, любят объяснять последствия произошедших событий.

Такая тенденция сложилась и на грузинском телевидении. На двух центральных телеканалах страны (воскресный 9-часовой информационно-аналитический выпуск на "Рустави-2" и информационно-аналитическая программа "Дрозба" на телеканале "Имеди") подготовкой документальных сюжетов занимаются в основном женщины-журналисты (Нино Каджая, Ната Амагобели, Тико Пецкришвили).

Почему же женщин в журналистике становится все больше? Наверно, потому, что работа тяжелей. А может, среди них больше идеалисток? Женщин-журналисток иногда упрекают в амбициозности, излишне развитых волевых качествах и желании покрасоваться. Но так или иначе женский шарм, умноженный на профессионализм и настойчивость, без сомнений, идет на пользу делу.

*Дато ДЗНЕЛАДЗЕ,
выпускник 2005 года факультета журналистики Тбилисского
государственного университета им. Джавахишвили*

**Владимир ХАНАС,
Юрий КОВАЛЬКОВ,
Украина**

отражение еще хуже реальности

НАШИ СМИ МНОГО ГОВОРЯТ О ЮЛИИ ТИМОШЕНКО

несомненно, это несколько скорректировало гендерное соотношение, но создало впечатление, что, кроме премьерки, других женщин в Украине просто нет

Один из первых гендерных мониторингов СМИ в Украине был проведен в 1997 году по методике Media Watch, Канада. Студенты и молодые исследователи Донецкого государственного университета в течении одной недели читали самые популярные центральные и местные издания и смотрели телепередачи. Общий вывод был таким: о женщинах газеты пишут в 5 раз меньше, чем о мужчинах. А в программах четырех самых популярных телеканалов мужчины появлялись в 7 раз чаще, чем женщины. Через четыре года этот опыт повторил Киевский институт гендерных исследований. Замер был сделан в течении недели ноября 2002 года. Анализу подверглись пять самых популярных и тиражных центральных издания. Выяснилось, что среди журналистов число женщин и мужчин относительно сбалансированное: женских авторских подписей под материалами было 40,3 %, мужских - 59,7%. Однако независимо от авторства из общего числа имен, упоминаемых в публикациях, 84,6% были мужскими. Медиафера как площадка для высказываний в Украине является почти чисто "мужской". Это подтверждают и тематические блоки: например, только в 3,6% случаев женщины прозвучали в сфере политики... Такой процент не соотносится даже с общим представительством женщин в политической жизни страны. Можно без преувеличения сказать, что ситуация в печатных СМИ Украины в этой сфере еще хуже, чем сама реальность. Мужчины куда чаще, чем женщины, становятся героями газетных публикаций: 87,2 % статей в массовых изданиях

посвящены им. Интервью с женщиной-профессионалом встречаются в 8 раз реже. Характерен и такой факт: анализ спортивных публикаций свидетельствует, что достижения мужчин и тут освещаются в три раза чаще. Примерно таковы же пропорции и в телепространстве. Женщины (в любом качестве - экспертов, ньюсмейкеров, респондентов) попадают в выпуски новостей главных телеканалов ("Интер", УТ-1, "1+1", ICTV) в семь раз реже, чем их коллеги мужского пола. А ведь эти каналы являются зеркалом государственной политики. Вот и делайте выводы, как государство относится к проблеме развития гендерной демократии, если образ женщины на общенациональных каналах имеет явно выраженный вторичный характер. Женская компетентность не проявляется ни в одной из сфер общественной жизни, даже в бытовой! Можно пока говорить лишь о том, что разрыв между мужским и женским мнением не очень велик в таких областях, как социальная сфера, культура, потребление, шоу-бизнес, криминал.

Конечно, перемены последнего времени: назначение Юлии Тимошенко премьер-министром, разногласия журналистов с министром культуры и туризма Оксаной Билозир, приватизационные скандалы, которые комментирует председатель Госкомимущества Валентина Семенюк, - этот "женский десант" в политику в целом несколько скорректировал соотношение. Однако новых масштабных мониторингов у нас пока не проводилось.



**Нино Сухиашвили,
Грузия,**

по-другому не скажешь

СЕКСИЗМ КРЕПЧАЕТ

особенно в провинции

Грузинская региональная пресса, подобно самим регионам, - традиционно-конформистская, скучная и бедная. Но справедливости ради надо признать, что пресса - еще не самый отсталый институт. Благодаря иностранным донорам, части наших газет удаётся сохранить некую степень независимости. В остальных случаях, региональная пресса по-прежнему возносит хвалу местным чиновникам. Меняются лишь действующие лица. И если до 23 ноября 2003 года возносили Шеварнадзе, то теперь его место занял Саакашвили. У таких газет есть ещё одна характерная особенность: по их мнению, когда в стране дела обстоят не особенно хорошо, в данном районе всё отлично и местным жителям невероятно повезло с руководством, ведь районом правят такие мудрые и опытные люди... Дискриминация женщин так искусно закутана в

традиции, что живущим в регионах людям даже в голову не приходит, что это она и есть. Царящая вокруг бедность делает людей все более замкнутыми. Молодёжь уезжает. Те, кто пока не выехал из страны, едут в столицу. В местном обществе, наряду с разговорами о славном прошлом, всё ещё популярны разговоры о происхождении, родстве с уважаемыми людьми и о том кто, как, когда и каким образом смог выбраться из царящего вокруг болота. Частных бесед об альтернативном варианте выхода из болота лично мне, уже давно живущей и работающей в регионе, слышать не приходилось. Говорят об альтернативных путях, используя средства массовой информации, пока лишь только чиновники и пока лишь только неправду. Но вернёмся к сексизму. Если спросить у любого жителя региона, журналиста или редактора, не

замечали ли вы что-нибудь сексистского в нашей прессе, держу пари, ответ будет отрицательный. Но узнав значение слова, выдадут заготовленный для такого случая стереотипный ответ: "Дискриминация женщин у нас исключена, о равноправии ещё в XII веке писал в своей поэме Руставели..." Вот статья из газеты "Регионис трибуна" ("Региональная трибуна"), в которой рассказывается о работе сотрудницы местного городского органа управления. Заголовок гласит: "НУ И ЧТО, ЧТО ЖЕНЩИНА, - второй человек в правлении!".

По сюжету другой статьи из другой газеты, в деревню для решения важной проблемы из Тбилиси (из государственной структуры!) приехали две женщины. На что управляющий деревни сделал публичный комментарий: "Удивительно, как могут решить проблему приезжие, тбилисцы И ТЕМ БОЛЕЕ ЖЕНЩИНЫ, когда её решение не под силу даже посевшим деревенским мужчинам".

В одной из статей говорится о проведённом в одной из Хашурских школ выборах школьного самоуправления, где особой активностью отличались девочки, но победу на выборах одержал ученик 9 класса Вано Томадзе. В статье не указано, в чём выражается активность девочек, но нетрудно предположить, что они, как и большинство их учительниц, будучи в комиссиях, как на настоящих выборах, обеспечивали объективность его проведения.

Для активных людей совмещение служебных и семейных обязанностей является вечной проблемой. Глупо утверждать, что у мужчин с этим нет проблем, но в основном жертвуют своими профессиональными интересами женщины. Газета "Триалети" предлагает своим читателям интервью с чиновником-мужчиной, в котором принимает участие и его жена. Журналист интересуется, почему жена, экономист по профессии, не работает, на что чиновник-мужчина отвечает: "Особого желая, в общем, не было, а если и было, то моего сурового взгляда было достаточно, чтоб оно исчезло". Вы думаете, он доволен безмолвной покорностью? На вопрос - что бы он изменил в жизни, начав её заново, отвечает: "Не женился бы, меня достали..."



на снимке:
читая нашу прессу, порой чувствуешь некоторое раздражение

Но первое место в моей коллекции перлов такого рода занимает вот эта статья-жемчужина. Судя по названию, она должна быть о грузинской моде, но на самом деле у нее "дидактическое" направление. Автор щедро даёт советы женщинам: как правильно одеваться, чтобы "не раздражать и не волновать мужчин, так как частые возбуждения пагубно влияют на их потенцию". Автор недоволен,

что грузинские женщины носят брюки, глубокие декольте, короткие топы и выносят на всеобщий обзор постыдный орган - пупок. Во всем этом, по его мнению, виновата Европа, и таких женщин нужно "судить по всей строгости закон", а ещё бы лучше - закидать камнями. Приглядывая за женщинами, автор вовсе не касается одежды мужчин, считая её вполне приличной. Углублённый в женское декольте, автор, - как вы уже догадались, мужчина - не заметил, что и мужчины уже давно ходят по-европейски в шортах. "Одеваясь, женщина должна стараться не выделять особенностей анатомического строения тела", - твердит он. О том, как скрыть эти особенности, в статье не говорится. Зато много и подробно говорится о том, что "подобное безобразие" на руку трэффикёрам, которым далеко ходить не надо, ведь весь "товар под рукой в наилучшем виде". Несчастный моралист думает, что трэффикинг - это только торговля женщинами, а форма одежды - наиболее лёгкий способ оценить потенциальную жертву...

После этой статьи детским лепетом кажутся перепечатанные в основном из интернета материалы о НАСТОЯЩИХ мужчинах и женщинах. Но и здесь есть интересные моменты, например: "правду о женщине говорят её ноги", или "настоящая женщина много не говорит, она всегда в форме и улыбается, она верит, что мужчина свободная личность..." Интересно верит ли в нее и мужчина? Лучше на этот вопрос не отвечать! Особенно если вспомнить одну информацию из "Халхис газеты" ("Народная газета"), где говорится о том, как сотрудники финансовой полиции на пять дней опечатали магазин... вместе с продавщицей. На что владелец объекта невозмутимо заявил: "Это не проблема, наши продавщицы время от времени всё равно остаются на ночь караулить магазин"...

Что касается фотоматериалов, то и здесь у мужчин явные привилегии. Женские снимки на первых полосах практически не встречаются. Не пестрят ими и остальные страницы. Много стереотипных фотографий. Если материал о СПИДе, то его непременно, будьте спокойны, украсит фото полуголой блондинки. Зато статью о криминале непременно сопроводит фото одетого мужчины в наручниках или за решёткой.



**Наталия ДОМАГАЛЬСКАЯ,
Кыргызстан**

картинки с ярмарки

ЖУРНАЛИСТ-КА



как непородистая
лошадка -
ест мало,
работает в полную
силу...

картинка первая

Редактор, много лет назад пригласивший меня на работу во "взрослую" газету из молодежной, посулил мне интересные командировки, относительную свободу творчества и 120 рублей в месяц - самый маленький на тот момент оклад корреспондента. "Пишешь ты, конечно, не хуже Н., - назвал он имя моего коллеги, принятого на работу месяцем раньше, - но он все-таки мужик, пойми меня правильно. Не могу же я

вам одинаковую зарплату положить, кормильца семьи обижу! А ты повертись, пошустри, гонораром свое возьмешь, ничего".

картинка вторая

Через несколько лет другой милейший человек, заместитель редактора, думаю, искренне желая меня ободрить и поддержать (над моей головой тогда гремели громы) сказал: "Если честно, ты сейчас на таком творческом взлете. Я считаю, что на сегодня лучше тебя у нас никто не пишет. Ну, из женщин, разумеется".

картинка третья

Директор совхоза, куда я приехала в командировку, увидев меня, крикнул: "Что, мужики уже совсем перевелись в редакции?" Я его не устраивала, потому что ломала привычный сценарий приема - вначале застолье, а потом уже экскурсия по коровникам и молокозаводу. Вечером - банька, а потом уже ответы на вопросы А с бабой - какое застолье? Все-таки позвонил по внутреннему телефону в совхозную столовую, чтобы накрывали в маленьком зале "как положено".

С трудом уговорила директора начать прямо с дела. Получила огромное удовольствие от общения с ним, незаурядным хозяйственником и прекрасным человеком, в беспроглядные социалистические времена умудрившимся управлять рыночной экономикой в отдельно взятом маленьком раю. С трудом отбилась от подарка на прощание - продуктового набора с неизменной бутылкой лучшей по тем временам водки.

"Эх, дочка, как же ты работать дальше будешь? - сокрушался он, провожая меня на станцию. - Разве ж можно традиции ломать? Да и людям спокойнее, когда накормили-одарили тебя. Даже если после этого ты крытичку и наведешь, у них совесть спокойна - сделал, дескать, все, что было положено в таких случаях".

Короче, всем, оказывается, было бы куда спокойнее, если бы я была не журналистка. Я это понимала и чувствовала себя почти виноватой за причиненные неудобства.



**Куаныш ИЕМБЕРДИЕВ,
Алма БЕКТУРГАНОВА-АНДЕРСЕН,
Казахстан**

сказки

О ТОМ, КТО В ДОМЕ ГЛАВНЫЙ

На семинаре, организованном Таразским инициативным центром (Казахстан) "Гендер и СМИ: обучение и просвещение", участниками были придуманы три притчи.

ПЕРВАЯ

Жили-были в раю Адам и Ева. Однажды коварная змея подкинула им яблоко. Адам считал себя главным в доме и чтобы доказать это, взял и съел его.

Так Адам и Ева оказались на грешной Земле.

ВТОРАЯ

Жили-были в раю Адам и Ева. Однажды коварная змея подкинула им яблоко. Ева считала себя главной в доме и чтобы доказать это, взяла и съела его.

Так Адам и Ева оказались на грешной Земле.

ТРЕТЬЯ

Жили-были в раю Адам и Ева. Однажды коварная змея подкинула им яблоко. Адам и Ева увидели, что одного яблока не хватит на двоих, обсудили этот вопрос и решили выбросить яблоко.

И остались Адам и Ева жить в раю.

"Ээсти Пяэвалехт"

**Харда Роосна,
Эстония**

горькая правда

ДАЖЕ САМАЯ

Г Е Н Д Е Р Н О -

ЧУВСТВИТЕЛЬНАЯ

ГАЗЕТА

НЕ ОТКАЗЫВАЕТ СЕБЕ

В СЕКСИЗМЕ

Как член рабочей группы по медиа Эстонской Ассоциации Женских НПО всю первую половину 2005 года я осуществляла мониторинг одной из самых тиражных ежедневных газет - "Ээсти Пяэвалехт". Что я увидела?

Я увидела, что статьи об успешных женщинах - довольно большая редкость в этой газете, что женщина при власти мало интересует журналиста, что женщины на высоких постах гораздо чаще получают критику, чем уважение. В Эстонии женщины работают старостами волостей, уже есть три женщины на постах городских мэров, одна женщина занимает пост уездной старшины. Наш спикер парламента Эне Эргмаб - пришла в большую политику из большой науки. Не слишком уж редки теперь и женщины-министры, почти в каждом эстонском правительстве их две-три как минимум. Несколько лет назад в правительстве, хотя и короткое время, министерствами руководили даже сразу пять женщин.

А как об этом говорит газета? Вот пример, статья называется интересно: "Женщины оказываются на высоких постах довольно случайно". Фотографии еще интереснее, их целых пять. На них изображена министр иностранных дел Эстонии Кристиина Оюланд. Изображена вот как: лежащей на подушках, со своим спутником жизни, в сверх-оригинальных желтых очках, и даже среди овец. Но среди фотографий не было ни одной, где она бы сидела за своим рабочим столом или стояла на кафедре. Изю всех сил журналист старается показать, что к женщинам-политикам нельзя относиться всерьез. Есть предположения, что Оюланд с поста министра и сняли-то не в последнюю очередь благодаря усилиям СМИ,

**ежедневная газета,
январь-июнь 2005 года**

**ЗА ЭТО ВРЕМЯ БЫЛО
НАПЕЧАТАНО:**

126 новостей, передовых статей и комментариев по гендерным темам. Большинство из них были компетентны и свободны от стереотипов.

Однако в 37 процентах из них из них рассматривалась тематика, связанная с насилием против женщин в семье, проституция и траффинг. И только 18 процентов материалов газеты представили женщин у власти или портреты влиятельных женщин.

В 54 процентах случаев авторами статей были женщины-журналисты или женщины-эксперты, авторами 28 процентов статей были мужчины.

внимание которых нередко походило на настоящую травлю.

К министрам-мужчинам, попадавшим под критику, та же газета относится не в пример более уважительно.

Вот еще одна курьезная фотография, напечатанная в "Ээсти Пяэвалехт" - вроде, изображена министр сельского хозяйства Эстер Туйксоо. На верхней части снимка - колени министра, они видны из-под края красной юбки, а на нижнем - отражение лица министра на стеклянном столе. Подобных шуток в связи с высокопоставленными мужчинами я не встречала.

В заключение необходимо сказать, что "Ээсти Пяэвалехт" - одна из трех наиболее тиражных ежедневных газет Эстонии. За отражение гендерных тем эта газета дважды - за 2003 и за 2004 год - получила приз от Эстонской Ассоциации Женских НПО как самая гендерно-чувствительная газета. Вполне вероятно, что "Ээсти Пяэвалехт" - главный претендент на приз и в этом году, так как число и качество статей по гендерным темам в ней намного выросло. (Это особенно заметно на фоне главного конкурента этого издания, газеты "Постимээс", главный редактор которой, Приит Пуллеритс, публично заявил, что если надо, то женщин нужно заставить рожать детей силой закона...) Если такие вещи позволяет себе самая наша гендерно-чувствительная газета, то легко представить себе все другое...

SOS

Это восьмой номер журнала "КавкАзия". Все выпуски сделаны исключительно на волонтерских началах. Тот успех, который наша работа имеет у вас, дорогие читатели, дает нам надежду найти в ближайшее время хотя бы скромное финансирование.

Мы напряженно ждем предложений!

Ваша "КавкАзия"

Над номером работали:

Галина ПЕТРИАШВИЛИ (редактор, автор фото) - Грузия;

Анне ЯЛАКАС - Швеция;

Тамара ОВНАТАНЯН - Армения;

Мехрибан ЗЕЙНАЛОВА - Азербайджан;

Владимир ХАНАС - Украина;

Нино СУХИАШВИЛИ - Грузия;

Дато ДЗНЕЛАДЗЕ - Грузия;

Наталия ДОМАГАЛЬСКАЯ - Кыргызстан;

Алма БЕКТУРГАНОВА-АНДЕРСЕН - Дания;

Харда РООСНА - Эстония

Дизайн и верстка:

дизайн-группа

Ассоциации "ГендерМедиаКавказ" (Грузия)

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОАЛИЦИЯ

КавкАзия

АССОЦИАЦИЯ ЖУРНАЛИСТОВ

ГендерМедиаКавказ



Грузия, 0103, Тбилиси, ул. Иорская, N17

Tel. (995 32) 77 60 18; (995 99) 90 11 24; fax (995 32) 23 09 45;

e-mail galapet@ip.osgf.ge