

# PUBLISKĀ VIDE.

## SIEVIETES OBJEKTIFIKĀCIJA & CILVĒKU TIRDZNIECĪBA



Centrs MARTA  
Gundega Tentere

[centrs@marta.lv](mailto:centrs@marta.lv)

2017.gada 30.maijs  
Valmiera

**TU DOMĀ, KA TAS NEATTIECAS UZ TEVI?  
NOZIEDZNIKI VAR ATRAST TAVU IEVAINOJAMĪBU.  
PADOMĀ, KAS TEVI VAR IEVAINOT!**



# PUBLISKĀ VIDE

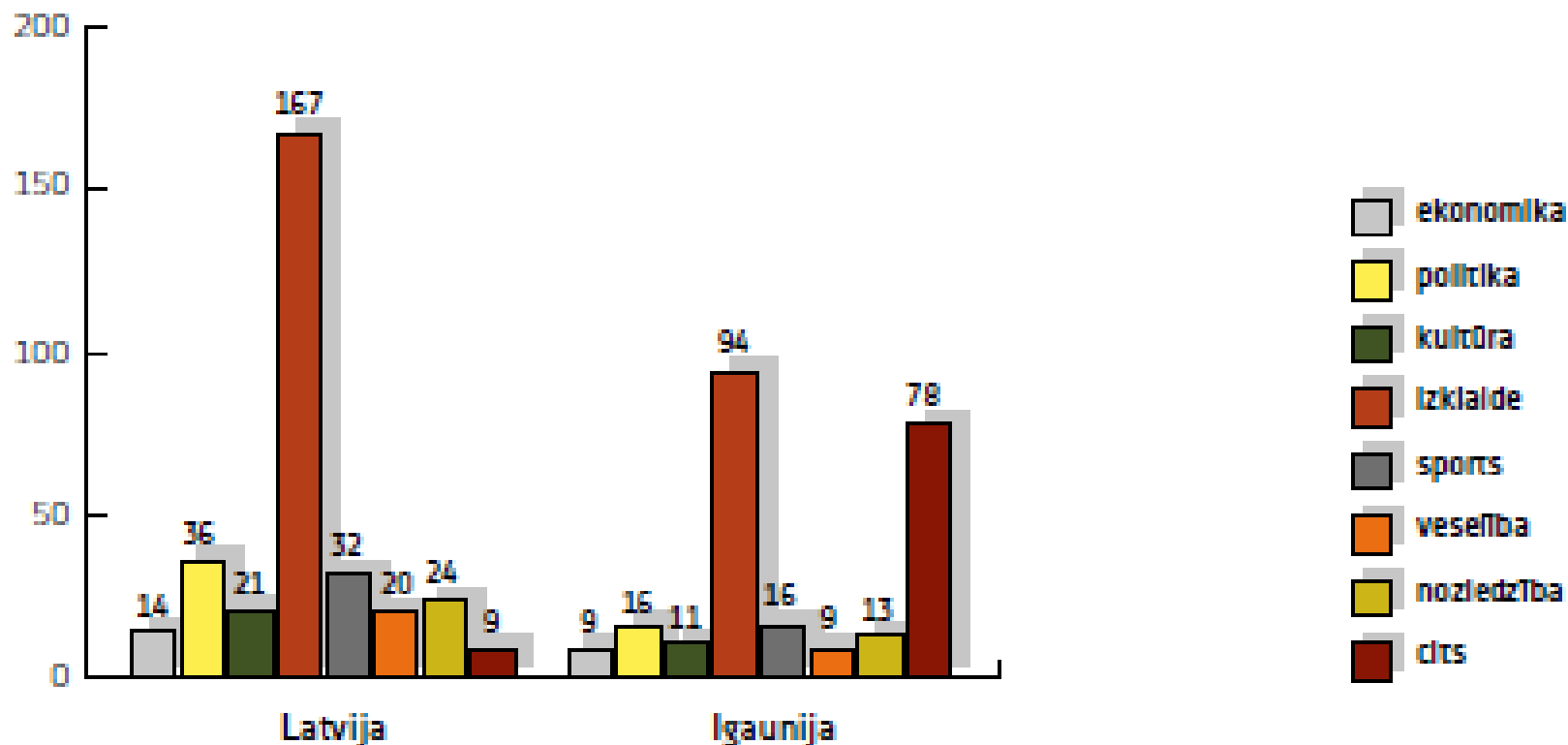
## MEDIJI UN STEREOTIPI

- *Man likās, ka es jau no pašas bērnības zināju. Visur, kur es skatījos, visur bija sekss pielietots. Es no pašas bērnības zināju, ka ar seksu var daudz ko panākt. Ka tu ļauj sev daudz ko nodarīt, ar to var visu ko panākt. (I13)*
- *Ja mums sabiedrībā pastāv tāds uzskats, ka iet pēc pērkaļa seksa ir normāli, to nevar mainīt tikai ar likumu. (VN) Tas nozīmē, ka patērētāju sabiedrības vērtības atbalsta sievietes (un arī vīriešus) ķermeņa pārdošanu*

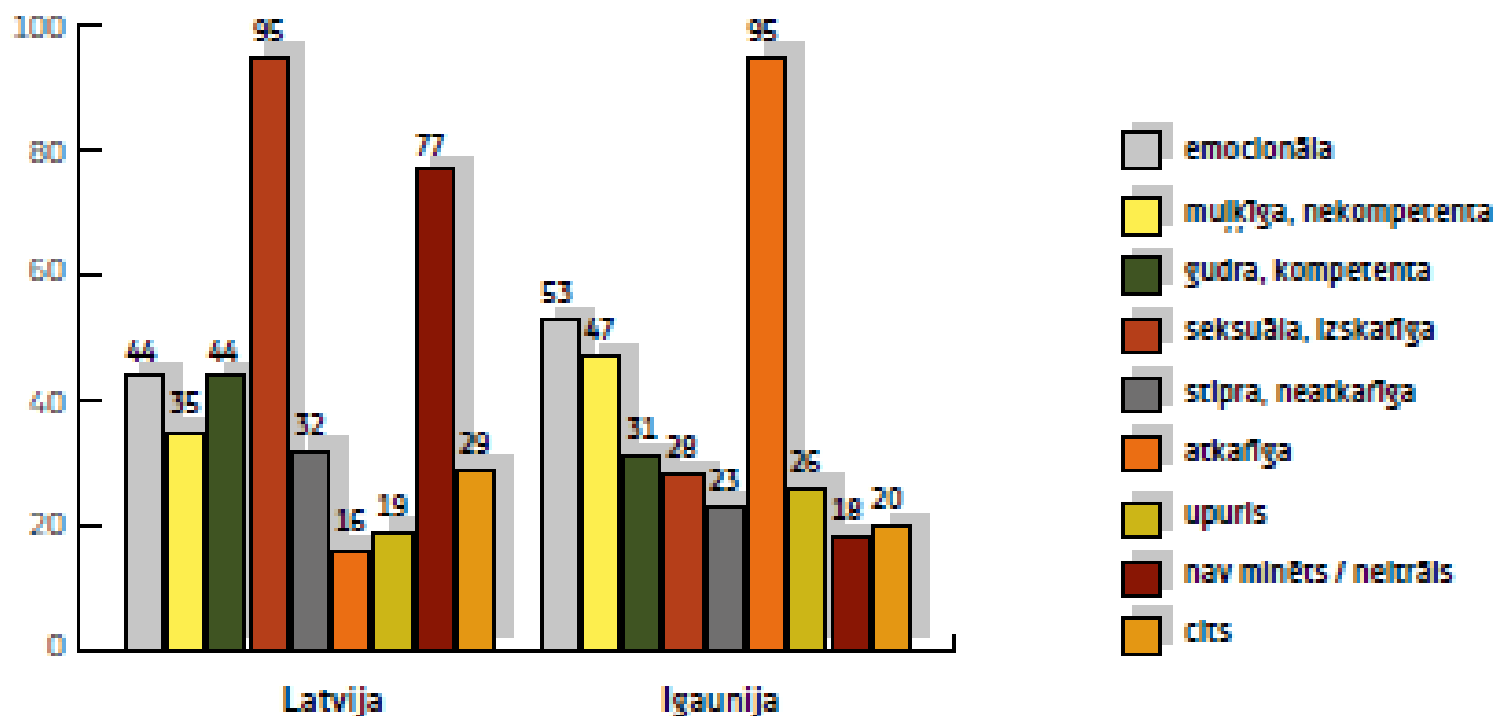
# OBJEKTIFIKĀCIJA

- ja persona tiek uztverta un izmantota kā īpašums un līdzeklis citas personas mērķu sasniegšanai;
- un tāda kurai nav pašnoteikšanās spējas;
- kuru var iznīcināt vai savainot;
- par kuras jūtām un pieredzi nav jāuztraucas;
- kuru iespējams aizvietot.

# SIEVIETES ATSPUGUĻOJUMS INTERNETA VIDĒ



1. attēls. Sievietes pieminēšana tēmu griezumā.



5.attēls. Sievietes emocionālais raksturojums.

Igaņu interneta portālā dominējošā īpašība ir 'atkarīga', savukārt Latvijas analizētajā materiālā visvairāk pieminētā īpašība ir 'seksuāla, izskatīga'. Abos gadījumos tiek veidots sievietes tēls, kas balstās uz tradicionālajām dzimtes lomām, vienā gadījumā uzsverot sievietes pasīvo lomu (īpašība 'atkarība'), bet otrā gadījumā – sievietes ārējā izskata nozīmīgumu (īpašība 'seksuāla, izskatīga').

# SAIKNE

OBJEKTIFIKĀCIJA = CILVĒKU TIRDZNIECĪBA

- **Sociālajai sistēmai raksturīga sievietes kā preces, objekta uztveršana:** *Sākot no mazu meitenīšu pucēšanas bērnībā, mēs viņām iemācām, ka svarīgākā sievietes kvalitāte un loma ir saistīta ar viņas izskatu, reprodiktīvo funkciju un atkarību no vīrieša. Lai viņa vīrietim patiktu, viņai jābūt skaistai un paklausīgai. (NDz)*

# SIEVIETES = OBJEKTI





OUTLET OPTIKA

NU KĀPĒC  
TIKAI SIEVIETĒM?

-70%



# VAI PUBLISKĀ VIDE IEVAINO?

- Kā apliecina projekta ietvaros veiktā pētījuma rezultāti, **prostitūcija un cilvēku tirdzniecība sakņojas sabiedrības priekšstatos par dzimumu sociālajām lomām un sociālo vērtību**. Masu mediji ir tie, kas ļoti lielā mērā veido gan atsevišķu indivīdu priekšstatus, gan kolektīvos atzinumus.
- **Ja masu mediji veido informāciju par sievieti kā pērkamu un pārdodamu objektu, kura svarīgāko vērtību nosaka tā izskats, tad prostitūcija kļūst par normālu un sabiedrības akceptētu nodarbošanos.**

# KO DARĪT?

- **Tiesībsargs/patērētāju aizsardzības centrs/Valsts darba inspekcija:** mediju monitorings – dzimumu diskriminācija, diskriminācija (citi pamati)
- **MEDIJI:** pašu atbildība
  - Lietotāju ziņošanas iespējas: trauksmes pogas; info, kur ziņot;
  - Informēšana/izglītošana: lietotāji, žurnālisti, izpratnes līmenis par dzimumu un diskriminācijas aspektiem

# VAI MANI VAR IEVAINOT?

[http://www.marta.lv/docs/1283/2014/Drosibas-Kompass\\_petijums\\_MARTA.pdf](http://www.marta.lv/docs/1283/2014/Drosibas-Kompass_petijums_MARTA.pdf)

