

Η Πτώση των Φύλ(λ)ων

κείμενα-προτάσεις για το σεξισμό και τη βία

Επιμέλεια Ελευθερία Γκόβα



Νοάμβριος 2002

Διαφήμιση και σεξισμός

Καθημερινά ξοδεύονται χιλιάδες εργατοώρες για να παραχθούν “έξυπνες” διαφημίσεις, παρουσιάζοντας το προϊόν με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να ανεβούν οι πωλήσεις του κατακόρυφα. Οι περισσότερες διαφημίσεις ακολουθούν δοκιμασμένες συνταγές, για να αποφύγουν το ρίσκο της αποτυχίας. Προωθούν συγκεκριμένα στυλ συμπεριφοράς και αναδεικνύονται στερεότυποι ρόλοι. Ρόλοι που είναι παραδοσιακοί, αποδεκτοί και κυρίως συνηθισμένοι ώστε να μην προκαλούν.

Στον περιοδικό τύπο και στις γιγαντοαφίσες υπάρχουν δύο κατηγορίες διαφημίσεων: **α)** αυτές που απευθύνονται στον άνδρα, στη γυναίκα, είτε και στους δύο. **β)** αυτές που προβάλλουν άνδρα, γυναίκα, ή και τους δύο. Το 99% των παραπάνω διαφημίσεων όταν δείχνουν γυναίκα, τη δείχνουν γυμνή ή ημίγυμνη ανεξάρτητα από το προϊόν. Αντίθετα, το 99% αυτών στις οποίες φαίνεται άνδρας, τον δείχνουν ντυμένο ή το πολύ πολύ... ξυπόλυτο. Αυτή είναι η κυριότερη διαφορά και γίνεται αντιληπτή αμέσως: ένα σώμα γυναικείο, γυμνό, λευκό, αδύνατο, νεανικό, υγιές, χωρίς σημάδια. **Προβάλλεται με σεξιστικό τρόπο γιατί**

- α)** χρησιμοποιεί το γυναικείο φύλο για να διαφημίσει οτιδήποτε
- β)** κυριαρχεί το γυμνό, θεωρώντας ότι αυτό που αξίζει πρωτίστως στη γυναίκα είναι το κορμί της και όχι το μυαλό της και η ψυχή της
- γ)** αναπαράγει την αντίληψη ότι η γυναίκα είναι αντικείμενο πόθου και πρέπει να είναι σε κοινή θέα όλων. Ότι είναι σύμβολο της ομορφιάς και πρέπει να διακοσμήι ιδιωτικούς και δημόσιους χώρους προς τέρψιν των πάντων. Δηλαδή είναι κυρίως στην υπηρεσία των άλλων.
- δ)** παρουσιάζεται σε στάσεις που είτε είναι ξαπλωμένη είτε είναι γονατιστή, φορώντας το πολύ πολύ κάποιο εσώρουχο ή γόβες και προβάλλεται κυρίως ή το στήθος της ή τα οπίσθιά της. Σε πολλές διαφημίσεις μάλιστα δε φαίνεται καν το κεφάλι της, η εικόνα δείχνει το σώμα από το λαιμό μέχρι τα γόνατα! Το μήνυμα της παθητικότητας και της νωχελικότητας περνάει αδιόρατα μέσα από τις χιλιάδες κουκίδες αυτών των διαφημίσεων. Η γυναίκα με ή χωρίς κεφάλι-σκέψη, επιδεικνύει τα κάλλη της και ρίχνει τα δίχτυα της γοητείας της. Για να πιάσει όσο το δυνατόν περισσότερες/ους καταναλώτριες και καταναλωτές. Αυτό που αξίζει να παρατηρηθεί είναι

ότι το ανθρώπινο βλέμμα έχει συνηθίσει τόσο πολύ σε αυτού του είδους τις διαφημίσεις, ώστε να μην ενοχλείται πια η αισθητική και η ιδεολογία αυτής και αυτού που τις βλέπει. Η προπαγάνδα της διαφήμισης πέτυχε το σκοπό της. Είναι φυσικό να προβάλλεται η γυναίκα γυμνή. Γίνεται λοιπόν πλήρης εμπορευματοποίηση του γυναικείου φύλου.

Τρόπος Διαφήμισης

Ας δούμε όμως αναλυτικότερα τον τρόπο που παρουσιάζουν οι διαφημίσεις τη γυναίκα.

Σε πολλά περιοδικά κυριαρχούν διαφημίσεις για τσιγάρα. Σε μία από αυτές κάθεται η γυναίκα γυμνή και αφήνεται στα χέρια ντυμένου ζωγράφου, ο οποίος με πινέλο απλώνει στην πλάτη της το κόκκινο χρώμα. Υπάρχει και ανάλογη λεζάντα όπου παρακινεί (άραγε ποια ή ποιόν;) να συμπεριφερθεί ελεύθερα! Σε μια άλλη ξαπλώνει ανάσκελα, ντυμένη ελαφρά και πάντα φορώντας γόβες με μυτερό τακούνι. Στην επόμενη φωτογραφίζεται ακέφαλη μέχρι τα γόνατα, με ένα λευκό διαφανέστατο φόρεμα πάνω της, όπου διακρίνεται το σώμα της χωρίς να φορά κανένα εσώρουχο. Και ξεκάθαρα το λογότυπο αναφέρει ότι αυτό είναι πρόκληση! Διαφημίζοντας πάλι τσιγάρα, μια μαυροφορεμένη γυρνάει την πλάτη της σε έναν τύπο που έχει προσκολλημένο το βλέμμα του στον ...πισινό της. Δίπλα του η συνοδός του, με ζήλια και κακία του τραβά απειλητικά τη γραβάτα. Σε γιγαντοαφίσα σε τέντα περιπτέρου, κυριαρχεί μόνο του το πολύ μεγάλο στήθος που ίσα-ίσα χωράει στο στενό εσώρουχο και ανάμεσα στα στήθη στηρίζεται ένα πακέτο τσιγάρα...

Πάρα πολλές είναι και οι διαφημίσεις για αρώματα, καλλυντικά και κέντρα αδυνατίσματος. Γυμνά σώματα, λάγνες εκφράσεις, υποσχέσεις ομορφιάς, χαμόγελα με υπονοούμενα, ξαπλωμένα κορμιά, έτοιμα να δοθούν. Επίσης, γυναίκα ντυμένη με μαύρο φόρεμα και στιλάτες γόβες με αλυσίδες, διαφημίζει... λάστιχα αυτοκινήτου! Για τα κινητά, πάλι η ίδια συνταγή : γυμνόσθηθη γυναίκα ποζάρει στην οθόνη. Αλκοολούχο ποτό, με φόντο τη γυμνή της πλάτη σε προφίλ, χωρίς κεφάλι και μέχρι τη μέση. Μοτοσικλέτα, δίπλα σε ακέφαλο πάλι σώμα με μαύρο εσώρουχο, και... ζαρτιέρες. Εσώρουχα που διαφημίζουν το παγκόσμιο πρωτάθλημα ποδοσφαίρου, με σουτιέν που έχει σχήμα μπάλας και φιλέ. Φωτιστικά που κρέμονται σαν κολιέ σε ημίγυμνο ντεκολτέ ακέφαλης γυναίκας! Μάρκα ρούχων που προβάλλει δύο ντυμένους άντρες να παίζουν βόλεϊ με δύο ημίγυμνες γυναίκες, οι οποίες είναι σε πρώτο πλάνο. Υγρό πλυσίματος που δοκιμάζεται σε γυναικείο μαύρο εσώρουχο και προτρέπει για πρόκληση. Τηλεφωνική γραμμή για σέξι ανέκδοτα, δείχνει δύο ντυμένα αγόρια να ονειρεύονται δύο γυμνές ακέφαλες γυναίκες. Γιγαντοαφίσα σε εμπορικό κέντρο, διαφημίζει τηλεόραση δείχνοντας γυναίκα με

μαγιά σε στάση προβολής του στήθους της. Παπούτσια, ίσα που διακρίνονται σε αφίσα σε στάση λεωφορείου, φορεμένα από ημίγυμνη γυναίκα. Αναψυκτικό που καθρεπτίζεται σε βρεγμένο και φιλήδονο γυναικείο πρόσωπο!

Όλες αυτές οι διαφημίσεις είναι απλώς ένα μόνο μέρος του σεξισμού που κυριαρχεί στο χώρο. Μια παρατηρητική ματιά στα περιοδικά, στο δρόμο, στις στάσεις, φανερώνει το μέγεθος του προβλήματος. Πρόβλημα το οποίο δεν αναγνωρίζουν ότι υπάρχει, ούτε οι άνδρες ούτε οι γυναίκες. Γιατί οι μεν θα χάσουν τα προνόμια της οφθαλμολαγνείας, οι δε θα χάσουν τη χαρά να αρέσουν πρώτα στους άλλους.

Ο τρόπος με τον οποίο δημιουργούν οι διαφημιστές/στριες, αποκαλύπτει και την σκέψη τους και αυτό που ζητά η κοινωνία. Παρουσιάζονται αυτά που επιθυμεί η πλειοψηφία, εδραιώνονται όλα τα στερεότυπα και συνεχίζεται η ύπαρξή τους χωρίς εμπόδια. Η εικόνα της άβουλης γυναίκας, της μη σκεπτόμενης, αυτής που καλείται να ικανοποιεί ερωτικά τους άλλους, περνά στο ασυνείδητό μας καθημερινά, εδώ και εκατοντάδες χρόνια χωρίς καμιά αντίσταση. Παγιώνεται σαν αντίληψη, κυκλοφορεί ανενόχλητη στο μυαλό και στο σώμα και όταν δίνεται η αφορμή να εκφραστεί μια άποψη για τα φύλα, αυτή η σεξιστική αντίληψη, ξεπροβάλλει ως... φυσική.

Αν υπάρχει πραγματικά η επιθυμία για μια ισότιμη κοινωνία, χωρίς βιασμούς και σεξουαλικά εγκλήματα, είναι ανάγκη να σταματήσουν να υπάρχουν τέτοιες διαφημίσεις. Αυτό μπορεί να γίνει μέσα σε ένα νομικό πλαίσιο που θα οριοθετεί το τι είναι αξιοπρεπές και τι όχι για το γυναικείο φύλο (και για το ανδρικό, αλλά προς το παρόν δεν υφίσταται τέτοιο πρόβλημα). Να απαγορευθούν αναπαραστάσεις που υποτιμούν τη γυναίκα και την απεικονίζουν ως πορνογραφικό υλικό. Να υποχρεώνονται όλες οι εταιρείες που θέλουν να διαφημιστούν, να χρησιμοποιούν στις μισές διαφημίσεις άνδρες και στις μισές γυναίκες, αν θέλουν να χρησιμοποιούν ανθρώπινες φιγούρες. Να γίνουν μελέτες για την επίδραση των διαφημίσεων στη δημιουργία των ιδεολογιών και των απόψεων για τα φύλα, για τον έρωτα και την ισότητα. Γιατί οι άνθρωποι γίνονται αυτό που βλέπουν και αυτό που τους δείχνουν ότι είναι. Επειδή είναι πολύ επίπονο να ανακαλύψουν τον προσωπικό τους δρόμο, εκφράζονται μέσα από αυτόν που τους καθορίζουν οι άλλες και οι άλλοι.

Ακόμη, μέσω της εκπαίδευσης μπορούν να διδαχθούν τα παιδιά την έννοια του σεξισμού και πώς να ξεχωρίζουν τα στοιχεία του στις διαφημίσεις, στα λόγια, στις πράξεις. Να οξυνθεί η παρατηρητικότητά τους και να βλέπουν πέρα από το αρχικό πέπλο. Να υπάρχουν ομάδες παρέμβασης σε κάθε δήμο, που θα ελέγχουν τις διαφημίσεις που “στολίζουν” την περιοχή τους. Να καταγγέλλονται οι παραβαίνοντες το νόμο και να επιβραβεύονται αυτές/αυτοί που παράγουν διαφημίσεις χωρίς ίχνος σεξισμού, ρατσισμού και διάκρισης.

Γιατί και η σιωπή είναι συνενοχή! Η σιωπή δεν οδηγεί στην αλλαγή. Αντίθετα την εμποδίζει. Και χρειάζεται επειγόντως να αλλάξει η κατάσταση των εξευτελιστικών διαφημίσεων. Πρέπει επιτέλους να παρουσιάζεται η γυναίκα, ως οντότητα που σκέφτεται, που έχει άποψη και την εκφράζει. Ως πρόσωπο που θα φαίνεται το πρόσωπό της, με ρούχα και φυσικούς τρόπους. Ως άτομο που στόχος της δεν είναι η σεξουαλική ικανοποίηση του άλλου. Γιατί απλά δεν είναι προϊόν, δεν είναι εμπορεύσιμο αντικείμενο. Είναι μία ανθρώπινη ύπαρξη που δικαιούται και στη διαφήμιση, ίση μεταχείριση. Να σπάσει ο ασφυκτικός κλοιός των στερεότυπων. Να προβληθούν προς τα έξω, εικόνες που όταν δείχνουν τη γυναίκα, να την παρουσιάζουν: έξυπνη, δραστήρια, προβληματισμένη, ντυμένη, κοινωνικοποιημένη, ενημερωμένη, που αμφισβητεί τους κοινωνικούς καταπιεστικούς φυλετικούς της ρόλους. Για να σπάσει επιτέλους ο ασφυκτικός κλοιός των στερεότυπων!

Όλες οι παραπάνω διαφημίσεις υπάρχουν στο αρχείο της αρθρογράφισσας.

E- mail: bebas@otenet.gr

Βίλμα Μενίκη