



## Ματιές στην τηλεόραση

### Η διαφήμιση της Volvo

Το 1994, με την ευκαιρία της επετείου της Ημέρας της Γυναίκας, οι Γυναικείες Οργανώσεις: Εθνικό Συμβούλιο Ελληνίδων, Ελληνικό Γυναικείο Αντιπυρηνικό Κίνημα, Ένωση Ελληνίδων Νομικών, Επιτροπή Γυναικών Πανελληνίας Ένωσης Αγνοιστών Εθνικής Αντίστασης, Κέντρο Έρευνας και Δράσης για την Ειρήνη, Κίνηση Δημοκρατικών Γυναικών, Ομοσπονδία Γυναικών Ελλάδας, Πανελλαδική Οργάνωση Γυναικών «Παναθηναϊκή», Προοδευτική Ένωση Μητέρων Ελλάδας, Σύλλογος Ελληνίδας Νοικοκυράς, Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα της Γυναίκας, Γραμματεία Γυναικών της ΓΣΕΕ είχαν διοργανώσει στις 7 Μαρτίου 1994 στο Πνευματικό Κέντρο του Δήμου Αθηναίων Δημόσια Συζήτηση με θέμα: «Γυναίκα και Μ.Μ.Ε.»:

Μέρος της διοργάνωσης αυτής αποτελούσε και η σύνταξη και υπογραφή από τις παραπάνω Γυναικείες Οργανώσεις **Διακήρυξης - Διαμαρτυρίας για τα Μ.Μ.Ε.**

(βλ. Περιοδικό Ο Αγώνας της Γυναίκας, τ.57/58 σελ.43)

Η Διακήρυξη - Διαμαρτυρία των γυναικείων οργανώσεων για τα Μ.Μ.Ε. περιλαμβάνει ιδιαίτερη μνεία στο ρόλο της διαφήμισης ως έναν από τους συντελεστές προώθησης σεξιστικών προτύπων, λαμβάνοντας υπόψη τον τρόπο προβολής της γυναίκας και κυρίως την εμπορευματοποίηση του γυναικείου σώματος.

Η συγκεκριμένη Διακήρυξη - Διαμαρτυρία απαιτούσε μεταξύ άλλων κώδικες δεοντολογίας που θα περιορίζουν την ασυδοσία που υπάρχει στο όνομα του κέρδους και της σκοπιμότητας, προστατεύοντας έτσι τις ηθικές αξίες και το σεβασμό της προσωπικότητας του ατόμου.

Η επικαιρότητα και αναγκαιότητα της συγκεκριμένης προσπάθειας των Γυναικείων Οργανώσεων ανακαλείται με αφορμή την προβολή τη χρονιά αυτή (2003) της διαφήμισης του αυτοκινήτου Volvo.

Η συγκεκριμένη διαφήμιση **εμπορευματοποιεί τη γυναίκα σεξουαλικότητα, χρησιμοποιώντας λεκτικούς παραλληλισμούς με έντονα σεξιστικό περιεχόμενο, προβάλλοντας τα παγιωμένα διπολικά στερεότυπα της παθητικής γυναίκας (υγρή ασφαλτος εξαιτίας της χαράς που νιώθει στη θέα του συγκεκριμένου αυτοκινήτου) και του ενεργητικού άνδρα - κυνηγού (κατακτήστε την).**

Η διαφήμιση αυτή δεν είναι η μοναδική αυτού του είδους, λαμβάνοντας υπόψη μάλιστα ότι ιδιαίτερα στην κατηγορία προώθησης αυτοκινήτων η πλειονότητα των διαφημίσεων είναι σκηνοθετημένες κατά τρόπο που να απευθύνονται κυρίως στο ανδρικό καταναλωτικό κοινό.

Η τάση αυτή γίνεται κατανοητή, αν την εξετάσουμε υπό το πρίσμα της πατριαρχικής - ανδροκεντρικής συλλογιστικής, δεδομένου ότι το αυτοκίνητο λειτουργεί σημειολογικά ως σύμβολο ανεξάρτητης δράσης - συνυφασμένης με το στερεότυπο της ανδρικής εικόνας.

Γίνεται καθημερινά φανερό, ότι όχι μόνο δεν έχει ολοκληρωθεί η επίτευξη των στόχων του φεμινιστικού κινήματος, αλλά ούτε και η σταθεροποίηση των κεκτημένων.

Πρόσφατα παραδείγματα αποδεικνύουν ότι η σημερινή εποχή του εφησυχασμού αποτελεί το προσφορότερο έδαφος για παλινδρομήσεις.

Χαρακτηριστικές περιπτώσεις, όπως η προσπάθεια ορισμένων δήμων να προσδώσουν χαρακτήρα συνταγματικής ασυμβατότητας στο θετικό μέτρο της ποσόστωσης (1/3) στις δημοτικές εκλογές, αποδεικνύουν ότι πρέπει να βρισκόμαστε σε εγρήγορση, ξεκινώντας από τις πιο καθημερινές μορφές καταπάτησης της ουσιαστικής ισότητας των φύλων.

Γιάνα Προφύρη  
Ιστορικός-Εθνολόγος  
DEA «Γυναικείες Σπουδές»



Σκίτσο της ζωγράφου Βάσως Φλώρου.  
Αναδημοσίευση από το περιοδικό της ΟΓΕ, τ-28, σελ. 18.

### Τηλεόραση και Γυναίκα Το ηλεκτρονικό ναρκωτικό στο στόχαστρο

Η Ομοσπονδία Γυναικών Ελλάδας (ΟΓΕ) με την έναρξη της καινούργιας χρονιάς ξεκίνησε μια πανελλήνια εκστρατεία για το ρόλο της τηλεόρασης στην υπόθεση της ισότητας των φύλων.

Στο ειδικό αφιέρωμα του τεύχους 28 του περιοδικού της, που κυκλοφόρησε πρόσφατα αναφέρονται όλες οι πλευρές της δημόσιας και ιδιωτικής ζωής που παρουσιάζει η τηλεόραση κατά απογοητευτικό και εξοργιστικό τρόπο και καλεί σε οργανωμένη και συντονισμένη αντίσταση ενάντια στην απαράδεκτη κατάσταση που επικρατεί στα τηλεοπτικά πρόγραμμα

Κάποιοι τηλεοπτικοί σταθμοί ειδικεύονται στην κάλυψη θεαμάτων όπως είναι τα διάφορα είδη καλλιστημάτων (Μις Ελλάς, Μις Young, Σταρ Ελλάς, Μις Υφήλιος και πάει λέγοντας) Πρόσφατα είχαμε το θέαμα με τα καλλιστεία για την ανάδειξη της Μις Υφήλιος όπου η συμμετοχή της Ελλάδας έδωσε άλλη μια ευκαιρία για τζόγο: λέγεται ότι πολλοί ποντάρισαν αρκετά χρήματα στην Ελληνίδα υποψήφια. Πριν από μερικούς μήνες η διεξαγωγή των καλλιστημάτων σε Μουσουλμανική χώρα και η τηλεοπτική τους κάλυψη κατέληξε κυριολεκτικά σε σφαγή. Η πανεπιστημιακός Β. Λαμπροπούλου ασχολείται με το θέμα των καλλιστημάτων από φιλοσοφική σκοπιά.

## Τα καλλιστεία

Οι Αρχαίοι πίστευαν ότι διεξάγονταν «Καλλιστεία» στην νήσο Λέσβο και ήταν μυητική τελετή ή φυλετική μύηση. Κατάλοιπο είναι το όνομα της πόλης Καλλονή. Αλλά και στην Κρήτη, την Δήλο, την Φρυγία τελούνταν παρόμοιες τελετουργίες και ήταν περιβλεπτες εορτές.

Οι αρχαιότεροι τελεστές σφράγισαν την τελετή με δοκιμασιακά αγωνίσματα, όπως ο Δρόμος και με διαγωνισμούς ομορφιάς (Καλλιστεία).

Άλλοτε συνδέονταν με τη λατρεία ης Αφροδίτης και έναν λαβυρινθικό χορό από νέους και νέες στα κέντρα λατρείας της. Ήταν η Μεγάλη Θεά από το ιερόν άγαλμα της «στεφάνοισι βαρύνεται». Κατά την αρχική ιερουργία υποκαθιστούσε τη θεά η Κορυφαία του γυναικείου χορού και τον σύντροφο της Θεάς ο κορυφαίος του χορού των νέων.

Είναι η ιερουργική ένωση του Κορυφαίου και της Κορυφαίας των ανδρικών και γυναικείων θιάσων του Αιγαιακού πολιτισμού. Τέλος και της ιέρειας – της ωραιότερης από την εκλογή- που ενσαρκώνει την εντόπια μορφή της Μεγάλης Θεάς και του αρσενικού συντρόφου της. Μυστηριακό, κατάλοιπο λείψανο ίσως του μυκηναϊκού ιερέα – βασιλιά (στη Θήβα), που παίρνει τη θέση του θεού.

Ήταν έτσι μια ιερουργία του Ιερού Γάμου που κατά τους ύστερους χρόνους τελείτο στην Αθήνα. Ο Γάμος της «Βασιλίας» με τον άρχοντα της πόλης ή τον Γάμο του Διόνυσου με την γυναίκα του «άρχοντος βασιλέως» στους Χόες των Ανθεστηρίων, τη δεύτερη μέρα της μεγάλης αυτής εορτής.

Γινόταν λοιπόν μια περιοδική επανάληψη της Στέψης. Η «βασιλεία» ανανεώνεται και τούτο ήταν στοιχείο της Μινωικής Βασιλείας. Στη μυητική τελετή, η Στέψη περικλείει έναν πλασματικό θάνατο του βασιλιά που αναζεί σαν Θεός.

Η Κρίση του Πάριδος να δώσει «τη καλλίστη» το μήλον, να επιλέξει την ωραιότερη για τον Ιερόν Γάμο έγινε επάνω στην Τρωική Ίδη, κάτι που θυμίζει την Κρήτη. Ο βουκόλος Πάρις εκλέγει την Αφροδίτη-Ελένη. Η ομορφιά της Ελένης γίνεται η αιτία να πέσουν τα τείχη της Τροίας. Αργότερα συνδέεται με το «Κάστρο της Ωριάς» τη μεταλλαγή σε ερω-

τικό Τραγούδι και εικόνα σκοτωμένης πολιτείας.

Στα μεγάλα Εποχικά Πανηγύρια αυτή η τελετουργία του Ιερού γάμου με την καλλίστην, την ωραιότερη, ανανεώνει τη Βασιλεία και τον Κόσμο. Ήταν μια άλλη παράσταση του ουράνιου γάμου του Ήλιου και Σελήνης. Το αναζητούμενο ήταν πάντως το Κάλλος, η ομορφιά μιας γυναίκας για νύμφη ή θεονύμφη.

Στις μέρες μας τα Καλλιστεία πήραν μια άλλη μορφή, τελειώσε... σύγχρονη.

Είναι η εμποροποίηση του γυναικείου σώματος, ο θρίαμβος της μόδας και της φωτογραφίας, οι δημόσιες σχέσεις, το μάρκετινγκ, ο διεθνής ανταγωνισμός ζεστός, σάρκινος, ερεθιστικός.

Είναι ένα παιχνίδι δαπανηρό, ολέθριο κάποτε, γεμάτο φώτα, λάμψη, ματαιότητα με πολύ ύποπτο υπόβαθρο και ρηχή απόλαυση.

Αντιμετωπίστηκαν από τις πρώτες φεμινίστριες με φανατισμό και αγώνες. Έγιναν και διαδηλώσεις εναντίον των Καλλιστημάτων. Οι φεμινίστριες αγωνίζονται για τα δίκαια του φύλου τους και οι «κάλλιστες» διαγωνίζονται για να δείξουν το γυμνό κορμί τους στο άλλο φύλο. Να του δώσουν την καλύτερη βορά. Θέλουν να χαρίσουν πάση θυσία απόλαυση σε όλα τα ανδρικά αδηφάγα μάτια. Είναι πιο ...αλτρούστριες! Η «καλλίστη» δεν πρόκειται ποτέ να ανυψώσει τη θέση και το ηθικό της γυναίκας, ούτε το δικό της, μη ματαιοπονεί. Ίσως γεμίσει το πορτοφόλι της για λίγο και κάποιων πλασιέ-εμπόρων αμφοτέρων των φύλων.

Τα Καλλιστεία δεν πρόκειται να σταματήσουν ποτέ. Έστω και αν οι φανατικοί Μουσουλμάνοι λιθοβολήσουν τις καλλονές μέχρι θανάτου, πράγμα που το συνηθίζουν για χερίστες και κάλλιστες.

Πάντως οι Μουσουλμάνοι της Νιγηρίας δεν είχαν δίκαιο που αλληλοφαγώθηκαν. Με την αρχαία έννοια των Μεσογειακών Πολιτισμών όντως η «Καλλίστη» παντρευόταν τον θεό. Ίσως θα θύμωσαν γιατί τις ήθελαν οι ίδιοι και όχι άλλος κανείς!

**Βούλα Λαμπροπούλου**