Ρητορική μίσους, εσωτερικευμένος μισογυνισμός και κοινωνική πίεση στην εικόνα του γυναικείου σώματος

29-07-2021 18:23

Ξένια Σαρατσιώτη

Πριν λίγο καιρό, υποψήφια βουλευτής ανάρτησε ένα video στο Twitter και μίλησε για τα πρότυπα ομορφιάς, χρησιμοποιώντας απαξιωτικές εκφράσεις προκειμένου να επιβάλει ένα συγκεκριμένο πρότυπο ομορφιάς με επίδειξη μηδενικού σεβασμού- για πολλούς- στο διαφορετικό. Η 14χρονη Γωγώ από τη Θεσσαλονίκη έκανε επέμβαση για τοποθέτηση γαστρικού δακτυλίου προκειμένου να απαλλαγεί από το βάρος της. Η έφηβη πήρε αυτή την απόφαση- στην οποία συναίνεσε και η οικογένειά της-, γιατί δεν άντεχε τον χλευασμό που δεχόταν για την εμφάνισή της.

Πώς καθορίζονται τα πρότυπα ομορφιάς; Γιατί είναι κατακριτέο οτιδήποτε διαφορετικό; Ποια τα όρια αναφορικά με την δυνητικά «αποδεκτή» εικόνα του σώματος;

Σύμφωνα με μελέτες (Gallivan 2014), μία από τις πιο σημαντικές επιδράσεις στο αίσθημα της δυσαρέσκειας του σώματος των κοριτσιών (και εν γένει των εφήβων) έχει να κάνει με τον τρόπο εστίασης στην εμφάνιση από τους συνομήλικους τους. Υποστηρίζεται ότι πριν από το Δημοτικό, τα παιδιά- αγόρια και κορίτσια- αισθάνονται εξίσου θετικά για τον εαυτό τους. Στην ηλικία των 11-12 ετών, τα παιδιά έχουν παρόμοια επίπεδα αυτό-εκτίμησης. Μετά την ηλικία των 12 ετών, τα κορίτσια αποκτούν διαφορετική εικόνα λόγω του ότι το σώμα αλλάζει με την έναρξη της εφηβείας. Από αυτή την ηλικία και μετά, υπάρχει έντονος ο κίνδυνος για κατάθλιψη, αυτοτραυματισμό, διατροφικές διαταραχές και άγχος. Η περίοδος του Γυμνασίου συμπίπτει με την εφηβεία και κοινωνικές αλλαγές. Την περίοδο 12-15 ετών, η ικανοποίηση για την εικόνα του σώματος συνιστά τον σημαντικότερο παράγοντα αυτοεκτίμησης.

Σύμφωνα με έρευνα της οργάνωσης Girls Scouts, όπως παρατίθεται στο Gallivan (2014), η οποία διενεργήθηκε διαδικτυακά το 2010 στην Αμερική σε περισσότερα από 1000 κορίτσια ηλικίας 13-17, 9 στα 10 κορίτσια αισθάνθηκαν πίεση από τις βιομηχανίες μόδας και μέσων ενημέρωσης για την εικόνα του σώματός τους και το 46% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι χρησιμοποίησε τα προβαλλόμενα στα περιοδικά μόδας ως πρότυπα για το σώμα που επιθυμούσαν να αποκτήσουν.

Η Dina Borzekowski από το Johns Hopkins έχει αναφέρει ότι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ενδέχεται να έχουν ισχυρότερο αντίκτυπο στην εικόνα του σώματος των παιδιών συγκριτικά με τα παραδοσιακά μέσα (Borzekowski & Bayer 2005). Τα μηνύματα και οι εικόνες είναι στοχευμένες και από τους χρήστες γίνονται αντιληπτές ως «ουσιαστικές και αξιόπιστες». Μάλιστα, τονίζει ότι τα παιδιά που διατρέχουν περισσότερο κίνδυνο είναι εκείνα που εκτίθενται περισσότερο σε μηνύματα των μέσων και λιγότερο σε «λογικά, καθαρά μηνύματα από υποστηρικτικούς ενήλικες».

Σύμφωνα με την Soraya Chemaly στον πρόλογο του βιβλίου που επιμελούνται οι Ging & Siapera (2019), τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ), οι τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας είναι εργαλεία ζωτικής σημασίας για τις γυναίκες. Αυτός ο χώρος όμως συνεχίζει να έχει μια αυξημένη εχθρότητα έναντι όχι μόνο γυναικών, αλλά ατόμων συλλήβδην, που δεν συμμορφώνονται με τις κοινά αποδεκτές κοινωνικές επιταγές. Θεωρεί μάλιστα ότι το περιεχόμενο που παράγουν οι γυναίκες στα ΜΚΔ (υπενθυμίζουμε ότι εκ της φύσεώς τους είναι contentless και το περιεχόμενο ορίζεται από τους χρήστες) αντιτίθεται στα στερεότυπα και τη γνώση, το φύλο και την εξουσία, το φύλο και την πολιτική φιλοδοξία και δύναμη.

Ας μιλήσουμε για τη γλώσσα

Η γλώσσα είναι φορέας πεποιθήσεων και ιδεολογίας. Είναι συχνό το φαινόμενο η γλώσσα να αντανακλά προγενέστερες μορφές της πραγματικότητας και να καταγράφει παλαιότερες πεποιθήσεις που μπορεί πλέον να μην είναι ρεαλιστικές, να μην είναι λειτουργικές ή ενδεχομένως και να αδικούν (Χατζοπούλου 2016; Holmes & Wilson 2017). Αυτό συναντάται στην περίπτωση του σεξιστικού λόγου. Στην περίπτωση του ατόμου που έκανε τις ανωτέρω δηλώσεις στο twitter συναντάται σεξιστικός λόγος, μέσω των σχολίων που αφορούν την εξωτερική εμφάνιση των γυναικών, τις οποίες αντικειμενοποιεί μέσω της ανάδειξης τους σε σεξουαλικά εκτιμήσιμες με διακοσμητικό και χρηστικό ρόλο.

Ο μισογυνισμός αναφέρεται στην υποταγή ή υποτίμηση των γυναικών ως πολιτιστική πρακτική που διατηρεί τη δύναμη της κυρίαρχης ομάδας (Piggot 2004). Δεν εκφράζεται μόνο από άνδρες απέναντι στις γυναίκες. Υπάρχει και ο νεολογισμός «εσωτερικευμένος μισογυνισμός», ο οποίος σύμφωνα με τους Szymanski et al. (2009) συνδέεται άμεσα με την αυτοαντικειμενοποίηση του ατόμου και την παθητική αποδοχή των παραδοσιακών έμφυλων ρόλων. Κατά Piggot (2004), εσωτερικευμένος μισογυνισμός εννοείται η υποτίμηση των γυναικών, δυσπιστία των γυναικών και προκατάληψη προς τους άνδρες έναντι των γυναικών. Η Johnson (2014) θεωρεί ότι αντικατοπτρίζει το πώς το κοινωνικό πλαίσιο του ατόμου μπορεί ασυνείδητα να ερμηνευθεί και να ενσωματωθεί από το άτομο οδηγώντας κατά πάσα πιθανότητα στην απόρριψη του γυναικείου εαυτού του.

Παραφράζοντας αυτό που υποστηρίζουν οι Greenleaf & McGreer (2006), σε μία κουλτούρα που έχει εμμονή με την τέλεια σωματική διάπλαση, δεν προκαλεί έκπληξη ότι οι γυναίκες του δυτικού κόσμου συχνά εσωτερικεύουν τις ιδανικές πολιτισμικές αναπαραστάσεις του γυναικείου σώματος και αισθάνονται δυσαρεστημένες όταν δεν πετυχαίνουν τα μη πραγματιστικά πολιτισμικά ιδανικά. Μελετητές όπως η Bordo (2004) ισχυρίζονται ότι σε συνέχεια της εκβιομηχάνισης της Δυτικής κοινωνίας το σχήμα και το μέγεθος του σώματος συνδέονται με την κοινωνική αξία της γυναίκας, ισχυρισμός που έχει οδηγήσει το φεμινιστικό κίνημα στην έκφραση της άποψης ότι οι γυναίκες έχουν μάθει να εστιάζουν και να προσέχουν υπερβολικά την εμφάνισή τους προκειμένου να διεκδικήσουν κοινωνική επιτυχία.

Η κουλτούρα της εμφάνισης

Στη σύγχρονη κουλτούρα που εστιάζει στην εμφάνιση, οι γυναίκες έχουν πεισθεί ότι το σώμα είναι ένα μέτρο συνολικής ευτυχίας και αξίας για την κοινωνία. Υπάρχουν δε αρκετά περιοδικά υγείας και φυσικής κατάστασης που θεωρούν το σώμα ως έργο με ατελείωτα περιθώρια βελτίωσης που οδηγούν τους αναγνώστες σε μια προσωπική δέσμευση για να βρουν τον δρόμο για την υγεία και την ευτυχία (Serna 2018).

Σε αυτό το πλαίσιο μπορούμε να αναφερθούμε στη θεωρία της αντικειμενοποίησης (objectification), κατά την οποία η σεξουαλική αντικειμενοποίηση συμβαίνει όταν μια γυναίκα υποβαθμίζεται ή αντιμετωπίζεται ως σώμα ή ως συλλογή μερών ενός σώματος, διαθέσιμη για σεξουαλική χρήση (Fredrickson & Roberts, 1997). Βεβαίως, αυτή η νοοτροπία δεν είναι μόνο ταπεινωτική για τις γυναίκες, αλλά μπορεί να συμβάλει σε ένα πλήθος ζητημάτων ψυχικής υγείας για κορίτσια και γυναίκες συμπεριλαμβανομένων του άγχους, των διατροφικών διαταραχών, της κατάθλιψης κ.α. (Mc Lean & LaGuardia 2016; Taylor & Russell-Mayhew 2018).

Κατόπιν τούτων, περνάμε στην εποχή του μετα-φεμινισμού. Κατά τον Gill (2007), ο μετα-φεμινισμός μπορεί να θεωρηθεί μια απάντηση των μέσων και της κοινωνίας στον φεμινισμό, συμπεριλαμβανομένης της διασύνδεσης των αντι-φεμινιστικών και φεμινιστικών ιδεών που σχετίζονται με θέματα ατομικότητας, ευχαρίστησης του εαυτού και της δύναμης της επιλογής. Όπως υποστηρίζει, τα δυτικά μέσα ενημέρωσης έχουν γίνει μέρος του μετα-φεμινισμού εν μέρει διότι είναι εντελώς κορεσμένα από την κουλτούρα της εμφάνισης (appearance culture) που απαιτεί από τις γυναίκες να είναι λεπτές και ελκυστικές, ενώ επιμένει ότι η εικόνα είναι θέμα της κάθε γυναίκας και αποτελεί θέμα προσωπικής επιλογής και ελευθερίας.

Επιπροσθέτως, οι γυναίκες συχνά καλούνται να αξιολογήσουν τη θηλυκότητά τους, τη σεξουαλικότητά τους και τη φυσική ελκυστικότητά τους ως μέσο για την αύξηση της «αξίας» τους. Αυτό θεωρείται ότι τις βοηθά ώστε να είναι πιο επιθυμητές στην ετεροφυλόφιλη αγοράς και συχνά οι γυναίκες χρησιμοποιούν το σώμα τους ως μοχλό για να αποκτήσουν δύναμη στον κόσμο (Salmenniemi & Adamson 2014).

Ο Duncan σε έρευνα που πραγματοποίησε το 1994 σχετικά με τον ρόλο που παίζουν τα μέσα στην καλλιέργεια των πρακτικών της αυτό-αξιολόγησης, επιτήρησης και ελέγχου, διαπίστωσε ότι τα μέσα χρησιμοποιούν τεχνικές που οδηγούν σε ένα πανοπτικό βλέμμα, το οποίο μας βοηθά να κατανοήσουμε τις πρακτικές αυτοπαρακολούθησης. Ουσιαστικά, αντανακλούμε τις πρακτικές μας μέσα από την έρευνα για άλλους, τις εσωτερικεύουμε και παρακολουθούμε πλέον τα σώματά μας για τυχόν «παραβάσεις» ενάντια στα ιδανικά που ορίζει ο δυτικός πολιτισμός της εμφάνισης. Έτσι, τα πρότυπα που προβάλλονται στα μέσα είναι πρότυπα προσωπικά πρότυπα ομορφιάς για κάθε γυναίκα, η οποία πασχίζει να ανταποκριθεί σε αυτή την πρόκληση (Duncan 1994). Η δημοφιλής κουλτούρα είναι πρόσφορο πεδίο ανάπτυξης αυτής της λογικής, κατά την οποία η χαρά και η κοινωνική επιτυχία κατακτάται μέσα από αυτόν τον «αγώνα».

Η διατροφική κουλτούρα

Κατά τη διάρκεια των δεκαετιών του 1970 και 1980, οι φεμινίστριες εντόπισαν το θέμα της απώλειας βάρους και της διαταραγμένης διατροφής ότι έχει έμφυλη διάσταση. Η Orbach (1978) αναφέρει ότι η δίαιτα εδράζεται σε κοινωνικούς περιορισμούς που τίθενται στις γυναίκες, στο πλαίσιο της έλλειψης αυτονομίας. Υπάρχουν όμως και άλλοι συγγραφείς εκείνης της εποχής που συζήτησαν το λίπος και τη μεροληψία του λίπους πρωτίστως ως ζήτημα της γυναίκας. Οπότε, το συμπέρασμα ήταν ότι οι γυναίκες βιώνουν πιο έντονα τις συνέπειες της διατροφικής κουλτούρας περισσότερο από τους άνδρες και είναι πιο πιθανό να λάβουν «διορθωτικά» μέτρα, όπως η δίαιτα, ενώ είναι πολλές οι περιπτώσεις που αναπτύσσουν διατροφικές διαταραχές (O’Shea 2020). Έτσι, οι γυναίκες φαίνεται να πληρώνουν υψηλότερο τίμημα λόγω διακρίσεων (Wooley et al. 1979).

Η διατροφική κουλτούρα, μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης συνιστά εφαρμογή του Πανοπτικού του Bentham κατά τη βιβλιογραφία (βλ. Gailey 2014), με το γυναικείο σώμα να είναι ο φυλακισμένος υπό επιτήρηση που πρέπει να αλλάξει προκειμένου να ευχαριστήσει τον φύλακα, δηλαδή την κοινωνία. Οπότε η διατροφική κουλτούρα αποκτά μια εποπτική φύση που εντείνεται σε πλατφόρμες όπως το Instagram, Facebook κλπ. (Vandenbosch & Eggermont 2012; Fardouly et al. 2017).

Οι κοινωνικές προσδοκίες είναι τοξικές;

Στα πρότυπα ομορφιάς ενυπάρχει τοξικότητα που δεν γίνεται άμεσα αντιληπτή πολλές φορές, παρά μόνο όταν εκφράζεται λεκτικά στοιχειοθετώντας μια μορφή ρητορικής μίσους. Στην σημερινή εποχή, διαφημιστικές καμπάνιες, «μοντέλα» των social media, τηλεοπτικές προσωπικότητες κ.α. δείχνουν και προωθούν μη ρεαλιστικά πρότυπα ομορφιάς προκαλώντας στο κοινό προσδοκίες επιζήμιες για την αυτοεκτίμηση. Ειδικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που έχουν ρόλο πολλαπλασιαστή ισχύος, ασκούν επιπλέον πίεση στο κοινό. Τα πρότυπα ομορφιάς όμως είναι μια κοινωνική κατασκευή και ως τέτοια θα πρέπει να είναι ανοιχτή σε διαφορετικούς τύπους ομορφιάς πέρνα των αναμενόμενων. Όλες οι φυλές, τα σχήματα του σώματος, τα χτενίσματα, οι ραγάδες κλπ. θα πρέπει να είναι κοινωνικά αποδεκτά. Μόνο έτσι θα υπάρξει ένα υγιές μέλλον για όλες τις γυναίκες- που είναι το κυρίως φύλο που δέχεται την κοινωνική κριτική-, έχοντας αυτοπεποίθηση χωρίς τον φόβο της κρίσης. Οτιδήποτε άλλο θα συνεχίσει να αναπαράγει λανθάνουσες εικόνες, θα θέτει σε κίνδυνο την ψυχική και σωματική υγεία ανεξαρτήτως ηλικίας και θα εγχέει τοξικότητα στην κοινωνία εις το διηνεκές.

Πηγές:

Bordo S., 2004. Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body. Univ of California Press.

Borzekowski, D. L., & Bayer, A. M., 2005. Body image and media use among adolescents. Adolesc Med Clin, 16(2), 289-313.

Duncan, M. C. (1994). The politics of women's body images and practices: Foucault, the panopticon, and Shape magazine. Journal of sport and social issues, 18(1), 48-65.

Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R., 2017. ‘Instagram use and young women’s body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways’, New Media & Society, 20 (4), pp. 1380-1395.

Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A., 1997. Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. Psychology of women quarterly, 21(2), 173-206.

Gailey, J. (2014). The hyper (in) visible fat woman: Weight and gender discourse in contemporary society. Springer.

Gallivan, H. R., 2014. Teens, social media and body image. [online] Διαθέσιμο στο <https://www. macmh. org/wp-content/uploads/2014/05/18\_Gallivan\_Teens-social-media-body-image-presentation-H-Gallivan-Spring-2014.pdf>

Gill, R., 2007. Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. European journal of cultural studies, 10(2), 147-166.

Ging D., Siapera E. (ed.) 2019. Gender hate online: Understanding the New Anti-feminism. Cham: Palgrave MacMillan.

Greenleaf C., McGreer R., 2006. Disordered eating attitudes and self-objectification among physically active and sedentary female college students. The Journal of Psychology. 140(3), σελ 187-198.

Holmes, J., & Wilson, N., 2017. An introduction to sociolinguistics. Routledge.

Johnson S., 2014. Perfectionism, the Thin Ideal, and Disordered Eating: Does Internalized Misogyny Play a Role?.

McLean, L. L. & LaGuardia, A. C., 2016. Perceptions of being a woman and strategies for women's body image resilience. The Qualitative Report, 21(6), 1118.

O’Shea, L., 2020. Diet Culture and Instagram: A Feminist Exploration of Perceptions and Experiences Among Young Women in the Midwest of Ireland. Graduate Journal of Gender, Globalisation and Rights

Piggot M., 2004. Double jeopardy: Lesbians and the legacy of multiple stigmatized identities. Unpuiblished thesis, Psychology Strand at Swinbume University of Technology. Australia.

Salmenniemi, S., & Adamson, M., 2015. New heroines of labour: domesticating post-feminism and neoliberal capitalism in Russia. Sociology, 49(1), 88-105.

Serna, S., 2018. Western Appearance Culture, Media, and the Body as a Project. Undergraduate Review, 14(1), 129-139.

Taylor, K. A., & Russell-Mayhew, S., 2018. Working to Balance: A Preliminary Constructivist Grounded Theory of Young Women’s Positive Embodiment. Canadian Journal of Counselling and Psychotherapy, 52(4).

Vandenbosch, L & Eggermont, S., 2012. ‘Understanding sexual objectification: A comprehensive approach towards media exposure and girls internalisation of beauty ideals, self-objectification, and body surveillance’, Journal of Communications, 62, pp. 869-887.

Χατζοπούλου, Κ., 2016. Για την ημέρα της γυναίκας: σεξισμός και σεξιστικός λόγος. Respublica.gr