

Η αναπαράσταση των κατά φύλο σχέσεων στον Τύπο: Εμπειρικές εργασίες*

ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΟΥ

ΣΤΟ ΑΡΘΡΟ αυτό θα κάνουμε μια σύντομη επισκόπηση των σημαντικότερων εμπειρικών εργασιών που πραγματεύονται το ζήτημα της αναπαράστασης των σχέσεων των δύο φύλων στον Τύπο, με επίκεντρο την αναπαράσταση του κατά φύλο καταμερισμού της εργασίας.¹ Οι εργασίες αυτές έχουν, χωρίς αμφιβολία, επηρεαστεί από τον γενικότερο φεμινιστικό προβληματισμό, με αφετηρία κυρίως τις αρχές του 1960. Στο πεδίο ανάλυσης περιλαμβάνεται το περιεχόμενο (ειδησεογραφικό, λογοτεχνικό και διαφημιστικό) του περιοδικού και ημερήσιου Τύπου.

Σχηματικά, οι σχετικές εργασίες χωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες που αντιστοιχούν σε διαφορετικές μεθοδολογικές προσεγγίσεις και συνδέονται, συνήθως, με διαφορετικές θεωρητικές παραδοχές: (α) αυτές τις οποίες συμβατικά θα ονομάσουμε κλασικές αναλύσεις περιεχομένου, και (β) τις δομικές αναλύσεις που χρησιμοποιούν κυρίως σημειολογικές μεθόδους, αναλύσεις της αφηγηματικής δομής, υφολογικές αναλύσεις κ.λπ.

Α. Κλασικές αναλύσεις περιεχομένου

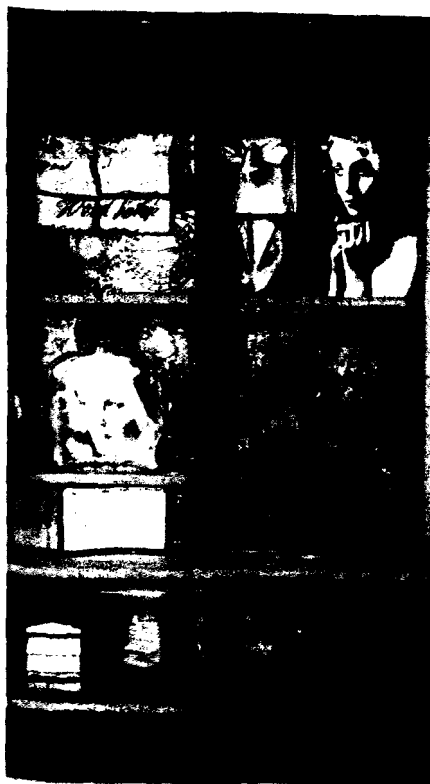
1. Ποσοτικές αναλύσεις

Οι αναλύσεις αυτές έχουν σχετικά περιορισμένο ενδιαφέρον, γιατί οι υποθέσεις, τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματά τους είναι «ερευνητικά» πολύ φτωχά, αφού περιγράφουν απλώς στατιστικά τα μηνύματα των ΜΜΕ και επιβεβαιώνουν το προφανές, «ανακαλύπτουν», δηλαδή, τον ιεραρχικό κατά φύλο καταμερισμό της εργασίας και την υποτελή θέση των γυναικών στη σύγχρονη κοινωνία. Στις εργασίες αυτές χρησιμοποιούνται δύο βασικές αναλυτικές κατηγορίες: η απουσία και η διαστρέβλωση: κατά την ομόφωνη γνώμη των ερευνητών, υπάρχει σαφής τάση των ΜΜΕ να αγνοούν, αφ' ενός, τις γυναίκες και να παρουσιάζουν, αφ' ετέρου, μια «διαστρεβλωμένη» εικόνα τους, προβάλλοντας ακατάπαυστα «παραδοσιακές» στερεότυπες εικόνες. Στην πρώτη περίπτωση, χαρακτηριστικές είναι οι μελέτες που εστιάζουν την προσοχή τους είτε στο φωτογραφικό υλικό (Miller, 1975- Luebke, 1989· Blackwood, 1983) είτε στα

άρθρα των εφημερίδων (Davis, 1982) καταδεικνύοντας ότι, στατιστικά, οι άνδρες εμφανίζονται συχνότερα στα ΜΜΕ.² Στη δεύτερη περίπτωση, επιχειρείται η σύγκριση της «αντικειμενικής πραγματικότητας» και του περιεχομένου του Τύπου.³ Υποστηρίζεται, π.χ., ότι τα ποσοστά και η κατανομή των επαγγελματικά εργαζόμενων γυναικών που παρουσιάζονται στα ΜΜΕ δεν ανταποκρίνονται στις μεταβολές που έχουν καταγραφεί τα τελευταία χρόνια στο γυναικείο εργατικό δυναμικό (Lazer and Dier, 1978). Με αυτή την έννοια, ο Τύπος δημιουργεί και ενισχύει τη στερεότυπη εικόνα της γυναίκας ως νοικοκυράς και μητέρας, και η παρουσίαση των γυναικείων ρόλων είναι διαστρεβλωμένη αφού δεν αντανάκλα τη σημερινή θέση των γυναικών ούτε την επίδραση που έχουν σ' αυτήν οι ευρύτερες κοινωνικές αλλαγές, με συνέπεια τη διεύρυνση της διαφοράς μεταξύ των σύγχρονων εμπειριών των εργαζόμενων γυναικών και της απεικόνισης αυτής της εμπειρίας. Με τον ίδιο τρόπο, η χρήση της «θηλυκότητας» ως σχεδόν αποκλειστικού κριτηρίου για ν' αποφασιστεί κατά πόσο αξίζει να αποδοθεί στις γυναίκες κάποια θέση στον Τύπο συνιστά, κατά την άποψη των μελετητών, έναν έμμεσο υπερτονισμό της στερεότυπης εικόνας των γυναικών ως «σεξουαλικών ή διακοσμητικών αντικειμένων» η μεταχείριση αυτή θεωρείται ότι ενισχύει την εξάρτηση και τη θέση υποτέλειάς τους.

Αφήνοντας κατά μέρος το πολύπλοκο ζήτημα της δυνητικής επίδρασης των ΜΜΕ στην κοινωνικοποίηση των ατόμων και την επιρροή που μπορεί να έχουν τέτοιες εικόνες στη συμπεριφορά τους, θα σταθούμε στις κυριότερες αδυναμίες αυτής της κατηγορίας εργασιών και στις πλέον λανθάνουσα μορφή διαφαινόμενες παραδοχές και υποθέσεις, τις οποίες θεωρούμε απαραίτητο να επισημάνουμε συνοπτικά.

Η βασική παραδοχή που κατευθύνει όλες τις αναλύσεις και τα συμπεράσματά τους αντλείται από την πλουραλιστική θεωρία, σύμφωνα με την οποία τα ΜΜΕ συνιστούν θεσμούς που διαμεσολαβούν μεταξύ της προσωπικής εμπειρίας, της αντίληψης δηλαδή που έχουμε για τον κόσμο γύρω μας, και της «πραγματικότητας».⁴ Κατά συνέπεια, το περιεχόμενο των ΜΜΕ εκλαμβάνεται είτε θετικά, ως αποκαλυπτικό της αλήθειας και αντανάκλα ή



καθρεφτίζει την πραγματικότητα, είτε αρνητικά, ως συνειδητή και σκόπιμη διαστρέβλωση και απόκρυψη της πραγματικότητας (απουσία). Αυτές οι παραδοχές έχουν τόσο θεωρητικές όσο και πολιτικές προεκτάσεις ως προς την ιδεολογική λειτουργία των ΜΜΕ, το ρόλο τους στην κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας, και την πραγματική αυτονομία των παραγωγών των νέων. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερευνών αποδίδει την παραδοσιακή εικόνα των γυναικών στο γεγονός της ανδροκρατίας του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Κατά συνέπεια, ενώ ρητά ή έμμεσα οι ερευνητές υποστηρίζουν την ανάγκη αλλαγής του περιεχομένου των ΜΜΕ, οι προτεινόμενες «στρατηγικές» απίτευξης αυτής της μεταβολής περιορίζονται κυρίως στην αύξηση του ποσοστού των γυναικών δημοσιογράφων, χωρίς να τίθεται σε αμφισβήτηση η οικονομική, πολιτική και κοινωνική δομή των ΜΜΕ.⁵ Έτσι, αυτού του τύπου οι αναλύσεις μένουν στην επιφάνεια των πραγμάτων και δεν ξετάζουν ούτε τη διαδικασία παραγωγής και αναπαραγωγής της κοινωνικής συνείδησης, ούτε ποια είναι η φύση και η βαθύτερη δομή των δημοσιογραφικών οργανισμών και των κανόνων της δημοσιογραφικής δεοντολογίας⁶ και το πώς αυτές επιδρούν στο περιεχόμενο του Τύπου. Ο ιδεολογικός ρόλος των ΜΜΕ ανάγεται σε μία απλή και μηχανιστική διαδικασία, όπου δεν γίνεται διάκριση μεταξύ της διαδικασίας επιλογής (γραφειοκρατικές δομές των επιχειρήσεων) και της βούλησης επιλογής (που υποτίθεται ότι, στην προκειμένη περίπτωση, σχετίζεται με το φύλο των δημοσιογράφων).

Αυτή η γενική θεωρητική προσέγγιση ως προς το ρόλο των ΜΜΕ και την έννοια της ιδεολογίας καθορίζει και τις επιμέρους παραδοχές των ποσοτικών αναλύσεων. Ως σημαντικότερες επισημαίνονται οι ακόλουθες:

— Η ποσότητα κατά έναν, απλοϊκό, τρόπο είναι συνώνυμη της σημασίας,⁷ αφού η «παρουσία» θα σήμαινε δικαιότερη απεικόνιση. Υπό αυτή την οπτική δεν αμφισβητούνται η κατά φύλο κατάταξη, ο κατά φύλο καταμερισμός της εργασίας στην οικιακή μονάδα κ.ά. Εντούτοις, πρέπει ν' αναγνωρισθεί ότι η διαπίστωση της «απουσίας» των γυναικών από τον Τύπο ως στοιχείο είναι σημαντική (βλέπε παρακάτω).

— Η στερεότυπη απεικόνιση είναι συνώνυμη της διαστρέβλωσης της αντικειμενικής πραγματικότητας. Όμως, τα βασικά χαρακτηριστικά των στερεοτύπων είναι η γενίκευση και η απλούστευση, και η αποτελεσματικότητά τους αντλείται από το γεγονός ότι έχουν πυρήνα αλήθειας και ποτέ δεν είναι τελείως «ψευδή» (Jaddou L., Williams J., 1981). Ακόμα, το γεγονός της υπεραπλούστευσης δεν είναι αρκετό

για τέτοιου είδους διαχωρισμό, γιατί πολλά στερεότυπα εκφράζουν, έστω εν μέρει, εκλεπτυσμένα και βαθύτερα χαρακτηριστικά στοιχεία της συνολικής πραγματικότητας.

— Οι ερευνητές υποστηρίζουν ότι οι εικόνες των γυναικών ως συζύγων, μητέρων και σεξουαλικών αντικειμένων είναι ψευδείς, στερεότυπες και ανακριβείς, ενώ η απεικόνιση των εργαζόμενων γυναικών



είναι λιγότερο στερεότυπη και de facto θετικότερη από την απεικόνιση των πρώτων. Με τον ίδιο τρόπο, θεωρούν ότι η απεικόνιση των ανδρών είναι λιγότερο στερεότυπη από αυτήν των γυναικών, αναπαράγοντας, χωρίς να αναλύουν κριτικά, παραδοχές, αξίες και πρότυπα που δεσπόζουν στις συλλογικές παραστάσεις, κυρίως, ως προς την αξιολόγηση και ιεράρχηση των διχοτομικών κατηγοριών ιδιωτικού / δημόσιου, πνεύματος / συναισθήματος, εργασίας/μητρότητας κ.λπ.

Ένα επιπρόσθετο πρόβλημα που παρουσιάζουν οι μαθηματικές αναλύσεις περιεχομένου έγκειται στο γεγονός ότι δεν είναι δυνατόν να ανιχνεύσουν και να καταδείξουν τις υπάρχουσες αντιφάσεις. Μετρώντας τις νοικοκυρές και τις συζύγους δεν μας μαθαίνει τίποτα πέρα από το γεγονός της ύπαρξής τους, αφού δεν αναλύει τις διαφοροποιήσεις (θετική αναπαράσταση ή αρνητική, με ποιους όρους και σε ποια πλαίσια). Ειδικά ως προς τις εργασίες που καταμέτρησαν το φωτογραφικό περιεχόμενο των εφημερίδων οι ενστάσεις είναι πολλές και σημαντικές ως προς τη βαρύτητα που δίνεται στο καταδηλούμενο μήνυμά του, εις βάρος του «συμπαρεδηλούμενου» μηνύματος που παραλείπει στην κουλτούρα της κοινωνίας και στην ιδεολογική ανάγνωση της φωτογραφίας.⁸

2. Ποιοτικές θεματικές αναλύσεις περιεχομένου
Οι αναλύσεις αυτές, αν και μεθοδολογικά

συγγενείς των ποσοτικών αναλύσεων και με παρόμοιες θεωρητικές αδυναμίες, εντούτοις δίνουν πιο ενδιαφέροντα αποτελέσματα και πιο εκλεπτυσμένα συμπεράσματα. Ερευνήτριες σαν τις M. Ferguson (1983), Franzwa (1974), Glazer (1980), Geise (1979), Newkirk (1977) κ.ά., διερευνώντας τους ρόλους και τα πρότυπα των γυναικών στο περιεχόμενο των γυναικείων περιοδικών, θέλησαν να δουν αν η φεμινιστική κριτική της δεκαετίας του '60 προς τα ΜΜΕ⁹ επέφερε μεταβολές στο περιεχόμενό τους. Τέτοιου τύπου εργασίες επιχειρούν κυρίως, μέσω της κωδικοποίησης και της ταξινόμησης των κυρίαρχων θεμάτων και της στατιστικής τους επεξεργασίας, να δώσουν συστηματική και αντικειμενική περιγραφή των μηνυμάτων του Τύπου και της ιδεολογίας τους. Σ' αυτό το πλαίσιο, έχει ασκήσει έντονη επίδραση ο θεωρητικός προβληματισμός που εισάγει η προσέγγιση της G. Tuchman (1978α).

Η Tuchman (1978α, 8), χωρίς να θεωρεί λανθασμένες τις βασικές αναλυτικές κατηγορίες της απουσίας και της διαστρέβλωσης που χρησιμοποιούν οι ποσοτικές αναλύσεις, υποστηρίζει, εντούτοις, ότι οι υποθέσεις της «αντανάκλασης» και της «συμβολικής εξουδετέρωσης» αναλύουν καλύτερα το περιεχόμενο των μηνυμάτων των ΜΜΕ. Σύμφωνα με την πρώτη βασική της υπόθεση, τα ΜΜΕ προσπαθούν συνεχώς να αντανάκλουν τις κυρίαρχες κοινωνικές αξίες προκειμένου να προσελκύσουν το κοινό τους. Αυτές οι

ιδέες και τα ιδανικά είναι ενσωματωμένες στη συμβολική αναπαράσταση της κοινωνίας, αλλά δεν αποτελούν απεικόνιση της ίδιας της αντικειμενικής πραγματικότητας. Με αυτή την έννοια, η ανάλυση περιεχομένου πρέπει ν' αναζητά ποια πρότυπα κοινωνικής οργάνωσης είναι ηθικά αποδεκτά και επιθυμητά μέσω της προβολής των κυρίαρχων απεικονίσεων, και όχι αν οι κυρίαρχες εικόνες αποτελούν διαστρέβλωση ή πιστή αναπαράσταση της πραγματικότητας. Σύμφωνα με την υπόθεση της *συμβολικής εξουδετέρωσης ή εκμηδένισης* (symbolic annihilation) που δανείζεται η Tuchman από τον Gerbner (1972), η υποπαρουσίαση των γυναικών και η στερεότυπη απεικόνισή τους συλλαμβάνει *συμβολικά* την πραγματική τους θέση στις σύγχρονες κοινωνίες. Ο Gerbner θεωρεί ότι όπως η αναπαράσταση στα ΜΜΕ σημασιοδοτεί την κοινωνική ύπαρξη, «αναγγέλλει» δηλαδή στο κοινό ότι αυτός ο τρόπος ύπαρξης ή αυτός ο ρόλος ή η συμπεριφορά συνιστούν κοινωνικές αξίες και αξιολογούνται θετικά, έτσι και η απουσία σημασιοδοτεί τη συμβολική εξουδετέρωση [των γυναικών].

Κατά την ομόφωνη γνώμη των μελετητών αυτής της κατηγορίας, κύριο χαρακτηριστικό του περιεχομένου των σύγχρονων ΜΜΕ είναι η αλλαγή από το πρότυπο των γυναικών που είναι «ευτυχισμένες νοικοκυρές, μητέρες και σύζυγοι» προς ένα άλλο, όπου ναι μεν συνεχίζουν να παρέχουν εικόνα ατόμου προορισμένου να γίνει σύζυγος και μητέρα,¹⁰ αλλά που συνδυάζει και την επαγγελματική απασχόληση. Στα μηνύματα των ΜΜΕ κυριαρχούν γυναίκες που, χάρη στην επαγγελματική τους απασχόληση, κερδίζουν την οικονομική τους ανεξαρτησία και, κυρίως, την ψυχολογική τους χειραφέτηση.¹¹ Αν και η πρωτοκαθεδρία της οικογένειας εξακολουθεί να υπάρχει, η επαγγελματική απασχόληση άμεσα ή έμμεσα καταξιώνεται ως απαραίτητη ή θετική και διαφαίνεται μια τάση αποενοχοποίησης των γυναικών που απασχολούνται επαγγελματικά όταν τα παιδιά τους είναι σε προσχολική ηλικία.

Εντούτοις, όλοι οι μελετητές τονίζουν ότι, παρά τη σημαντική μείωση των παραδοσιακών προς όφελος περισσότερο φιλελεύθερων απόψεων για τους γυναικείους ρόλους και παρόλο ότι τα ΜΜΕ αντανάκλουν τα κοινωνικά ζητήματα με τέτοιο τρόπο ώστε να ενσωματώνουν επιλεκτικά ορισμένες φεμινιστικές απόψεις στη δομή τους, οι αλλαγές δεν είναι ριζικές, και μόνο αριθμητικές διαφορές υποστηρίζουν την ύπαρξή τους (Geise, 1979· Newkirk 1977). Με αυτή την έννοια, είναι επιτρεπτή η βαθμιαία και ελάχιστη αλλαγή, διατηρούνται όμως άθικτες οι βασικές αφηγηματικές δομές.

Έτσι, ενώ επιφανειακά έχουν επέλθει κάποιες αλλαγές που σχετίζονται με τις

ευρύτερες κοινωνικές αλλαγές, αυτό που είναι σημαντικότερο και δεν το δείχνουν οι στατιστικές των ποσοτικών αναλύσεων, είναι ότι μολονότι πάνω από τις μισές γυναίκες εργάζονται, η ασημαντότητα της εργασίας τους και η προτεραιότητα του Άνδρα και της Οικογένειας είναι το κυρίαρχο μήνυμα (Loughlin, 1983). Η Franzwa (1974), π.χ., διαπίστωσε ότι παρόλο που η δεκαετία του 1970 χαρακτηρίζεται από μικρή αύξηση της «κατανόησης» και της «συμπάθειας» προς τις εργαζόμενες γυναίκες και τα προβλήματά τους όταν δίνεται προτεραιότητα στην επαγγελματική τους απασχόληση, τα αποτελέσματα για τις ίδιες τις γυναίκες και τους κοντινούς τους ανθρώπους είναι ολέθρια, αφού αποσαφηνίζονται ψυχολογικά και σωματικά. Όπως τονίζει η Beppoi (1973:84), η καταξίωση της επαγγελματικής απασχόλησης αμφισβητείται με την ίδια ευκολία που υιοθετείται. Έτσι, στις μισθολογικές ανισότητες, στις διακρίσεις προώθησης και ανέλιξης προστίθεται και ένα ακόμα στοιχείο «ψυχολογικής και σωματικής εξουθένωσης», το «δίλημμα» του «διπλού ρόλου».

Το «δίλημμα» του «διπλού ρόλου», δηλαδή το πώς οι εργαζόμενες γυναίκες συνδυάζουν τη μισθωτή εργασία και την απλήρωτη οικιακή εργασία, απασχόλησε ερευνητριες όπως η Glazer (1980). Βασικό της συμπεράσμα είναι ότι, στα μηνύματα των ΜΜΕ, οι γυναίκες επιτελούν δραστηριότητες που υποστηρίζουν τις υπάρχουσες κοινωνικές σχέσεις μεταξύ των φύλων και μεταξύ εργαζομένων και εργοδοτών. Η πειθαρχία, ο προγραμματισμός, η ορθολογική χρήση του χρόνου (η κατανάλωση χρόνου «ποιοτήτων» με τα παιδιά, η εξαφάνιση του ατομικού χρόνου, η επιτέλεση πολλών δραστηριοτήτων ταυτόχρονα και η χρήση της οικιακής τεχνολογίας), είναι από τους συχνότερα προτεινόμενους τρόπους συνδυασμού της επαγγελματικής και της οικιακής εργασίας. Οι κοινωνικές λύσεις μέσω συλλογικών ενεργειών ή κρατικής μέριμνας απορρίπτονται συνήθως, προς όφελος *ατομικών λύσεων* που αμφισβητούν λίγο ή καθόλου τις υπάρχουσες κοινωνικές σχέσεις. Επιπλέον, αν και οι διακρίσεις αναγνωρίζονται ως υπαρκτές, θεωρείται ότι η προσωπική προσπάθεια και αφοσίωση, η σωστή εκπαίδευση, η προσαρμοστικότητα και η διαθεσιμότητα είναι τα κυριότερα στοιχεία που επιτρέπουν στις γυναίκες να υπερβαίνουν τα προβλήματα που δημιουργούν οι διακρίσεις αυτές. Κατά συνέπεια, η διπλή εργασία των γυναικών αντιμετωπίζεται ως *γυναικείο πρόβλημα* και ως πηγή συναισθηματικών και φυσικών εντάσεων και, σπανιότερα, ως αναπαγωγός της θέσης υποτέλειας των γυναικών στην αγορά εργασίας και στην οικογένεια. Ακριβώς αυτό το στοιχείο συνιστά, κατά την άποψη

της Glazer, το βασικό ιδεολογικό μήνυμα του Τύπου. Με αυτή την έννοια, ακόμα και όταν υιοθετούνται νέα «ανδρικά»¹² χαρακτηριστικά στις αναπαραστάσεις των γυναικών, δημιουργούνται νέα στερεότυπα με την ίδια ιδεολογική λειτουργία και ενισχύονται οι παλιές πηγές καταπίεσης.¹³

Συμπερασματικά, όπως τονίζουν οι μελετητές, αν και αρχικά το περιεχόμενο των γυναικείων περιοδικών δίνει την αίσθηση ότι έχει υποστεί βαθιές αλλαγές κατά τη μεταπολεμική περίοδο και ότι το φάσμα των ρόλων και των προσδοκιών έχει διευρυνθεί σημαντικά σε σχέση με την έμφαση στον ρομαντικό έρωτα, το γάμο και την οικογένεια, που χαρακτηρίζει παλαιότερες περιόδους, εντούτοις, προσηκτικότερη ανάλυση κυρίως της μορφής των άρθρων καταδεικνύει ότι οι αξίες είναι παλιές και αμετάβλητες. Ο βιολογικός προσδιορισμός, η κατά φύλο διχοτόμηση και η «γυναικεία» προσέγγιση εξακολουθούν να καθορίζουν όλο το περιεχόμενο των περιοδικών και ν' αποτελούν το ρητό και έμμεσο ιδεολογικό μήνυμά τους.¹⁴ Υπάρχει, βέβαια, σαφής μετατόπιση από τον περιορισμό της γυναικείας εξάρτησης στον ευρύτερο ορίζοντα της *γυναικείας ανεξαρτησίας*, και η «θηλυκότητα»¹⁵ έχει μεταβληθεί και έχει ανταποκριθεί στις κοινωνικές μεταβολές της θέσης των γυναικών. Διαμέσου, όμως, των επιλεκτικών αντιλήψεων και ερμηνειών του ευρύτερου κόσμου από την οπτική γωνία της «Γυναίκας», διαμέσου των κατηγοριών των γυναικείων ενδιαφερόντων και βιωμάτων και της προώθησης της γυναικείας άποψης που ενισχύει την ιδέα της γυναικείας αλληλεγγύης, συντηρείται μια κοινωνική «πραγματικότητα» η οποία είναι «για πάντα γυναικεία», και όπου πάντα το φύλο είναι η έσχατη διαχωριστική γραμμή (Ferguson, 1983).

Μπορούμε, λοιπόν, να πούμε ότι παρόλο που οι θεματικές αναλύσεις παρουσιάζουν τις ίδιες περίπου αδυναμίες με τις ποσοτικές αναλύσεις, αφού δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στη στατιστική συχνότητα των εξεταζόμενων θεμάτων και αναπαραστάσεων, αυτό που τις διαφοροποιεί και συνιστά τη συνεισφορά τους στη σχετική βιβλιογραφία είναι το ότι καταδεικνύουν πως δεν αρκεί η ποσοτική παρουσία των γυναικών σε μη παραδοσιακούς ρόλους για να έχουμε «πιστή αντανάκλαση της πραγματικότητας», «δικαιότερες» αναπαραστάσεις των γυναικών και «εκσυγχρονισμό» των μηνυμάτων των ΜΜΕ.

Β. Δομικές αναλύσεις

Η δεύτερη γενιά των ερευνητών επιχειρεί να ξεφύγει από την προβληματική της ποσοτικής μέτρησης. Αντίθετα, τώρα ανα-

ζητείται ένας τρόπος ποιοτικής καταγραφής της αναπαράστασης των κατά φύλο διακρίσεων, αφού πιστεύεται ότι το ζήτημα της ιδεολογικής λειτουργίας δεν μπορεί να περιοριστεί στις «βελτιωμένες» ή όχι αναπαραστάσεις των γυναικών. Με διαφορετικό θεωρητικό υπόβαθρο και προβληματισμό, οι μελετητές αυτοί θεωρούν απαραίτητο μέσω της ανάλυσης να αναφανερίσει το πώς συμβάλλουν τα ΜΜΕ στη διατήρηση των δεδομένων ταξικών, εξουσιαστικών και ιεραρχικών ισορροπιών. Στις εργασίες αυτής της κατηγορίας τίθεται σε αμφισβήτηση ο αντανάκλαστικός ρόλος των ΜΜΕ και τονίζεται ότι τα μηνύματά τους δεν πρέπει να γίνονται αντιληπτά ως διαστρέβλωση της πραγματικότητας και δευτερεύοντα ως προς την «πραγματική ζωή», αλλά ότι, αντίθετα, οι αναπαραστάσεις γυναικών και ανδρών στον Τύπο ταιριάζουν, ως ένα βαθμό, στις σύγχρονες κατά φύλο σχέσεις, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι προέρχονται ή αντιγράφονται από αυτές, αφού διατηρούν ταυτόχρονα ιδιαίτερη αναπαραστατική πρακτική και παράγουν νοήματα και «κατηγορίες» που δεν βρίσκονται πουθενά αλλού.¹⁶

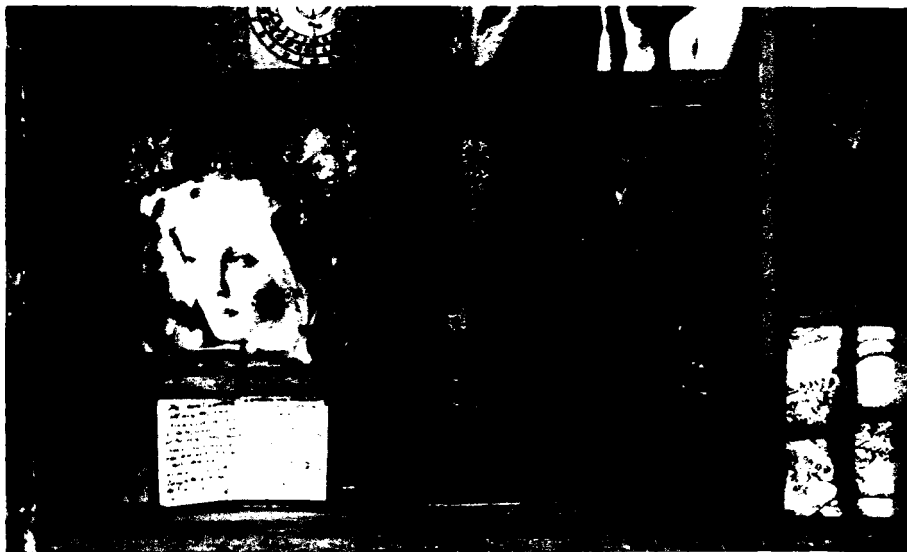
Η πραγματικότητα δεν θεωρείται απλώς ως δεδομένο σύνολο γεγονότων, και η λειτουργία του Τύπου δεν ανάγεται απλώς στη μετάδοση ενός προϋπάρχοντος νοήματος. Αντίθετα, εδώ υιοθετείται η άποψη σύμφωνα με την οποία «τα ΜΜΕ αναπαριστούν την πραγματικότητα, δηλαδή λαμβάνουν ενεργητικό ρόλο στην επιλογή και την παρουσίαση, στη δόμηση και στη διαμόρφωση του νοήματος, στην κοινωνική δηλαδή κατασκευή της πραγματικότητας» (Hall, 1982· ελλ. μτφ. 1988:102). Έτσι, το επίκεντρο της ανάλυσης μετατοπίζεται από το τι αναπαρίσταται στο πώς αναπαρίσταται. Το αν οι γυναίκες απεικονίζονται ως νοικοκυρές και μητέρες ή εργαζόμενες περνάει σε δεύτερη μοίρα, και διερευνάται με ποιους όρους, σε ποιο πλαίσιο και πώς σηματοδοτείται το γεγονός του να είναι μια γυναίκα μητέρα/νοικοκυρά, ή αν υπάρχει ένα μέσο ή και περισσότερα να σημασιοδοτήσουμε αυτήν την εικόνα ως αντίθετη μιας άλλης – π.χ. της επαγγελματικά εργαζόμενης γυναίκας.

Οι Γυναίκες ως Κατηγορία

Για το περιοδικό *m/f* (No 1, σελ. 5), στην ανάλυση των μηνυμάτων προέχει ότι η «γυναίκα παράγεται ως κατηγορία και αυτό προσδιορίζει την υποτελή θέση των γυναικών». Για τη Rakow (1986), η πολιτισμική δημιουργία δύο διακριτών και ασύμμετρων φύλων χρησιμεύει ως οργανωτική αρχή που ενεργεί σε πολλά επίπεδα, αφού «Όντας» ένα φύλο συνεπάγεται ένα «Πράττειν» του φύλου, το φύλο δηλαδή

είναι ταυτόχρονα ένα σύνολο κοινωνικών πρακτικών και ένα σύστημα πολιτισμικών νοημάτων.

Η εμπειρική εργασία της Guillaumin (1972) υιοθετεί αυτή την προβληματική της αναπαράστασης των φύλων (αλλά και των φυλών, της ηλικίας, των τάξεων, κ.ά.) ως κατηγορίας. Κεντρικός στόχος της ανάλυσης της (στις ημερήσιες γαλλικές εφημερίδες από το 1945 ως το 1960)



είναι να ανακαλύψει το μηχανισμό και τα βασικά συστατικά της ρατσιστικής ιδεολογίας και να προσδιορίσει το νόημά της όπως εκδηλώνεται στη δομή και στο λεξιλόγιο της καθημερινής γλώσσας.

Η συγγραφέας υποστηρίζει ότι η ρατσιστική ιδεολογία επιβιώνει σήμερα με τη μορφή ενός νέου τρόπου αντίληψης (mode de perception) της διαφοράς (του Άλλου), ως διαφορά ουσιών, όπου κεντρικό στοιχείο διαφοροποίησης είναι το σωματικο-βιολογικό υπόβαθρο. Αυτό που διακυβεύεται στον ρατσιστικό μηχανισμό δεν είναι η πραγματικότητα ή όχι μιας διαφοράς, αλλά το γεγονός ότι κάθε φυσική (ή, υποτιθέμενα, φυσική διαφορά) ισοδυναμεί με πνευματική διαφορά και αποτελεί εγγύηση της σταθερότητας και της αμεταβλητότητας της κοινωνικής τάξης πραγμάτων. Το συγκεκριμένο γεγονός εκδηλώνεται κατ' αρχήν στις φυλές, στο φύλο, στις ηλικίες και στο χρώμα δέρματος, για να επεκταθεί στη συνέχεια στην εθνικότητα, στη θρησκεία και στην τάξη.

Η κεντρική υπόθεση που υιοθετεί εδώ η συγγραφέας είναι ότι ο ρατσισμός σε όλες του τις μορφές λογοκρίνεται σε «ρητό» επίπεδο, αλλά παρεμφερές ασυνείδητο στο λόγο μέσα από τις «εκτροπές του ασυνείδητου» (echappées de l'inconscient) και εκδηλώνεται διαμέσου των ρηματικών μορφών των μιλημάτων. Η ανάλυση συνίσταται στο να τίθενται ασταμάτητα σε αμοιβαία σύγκριση και σε παράλληλη διε-

ρεύνηση το ρητό¹⁷ και το λανθάνον επίπεδο του ρηματικού λόγου, προκειμένου να διαφωτισθεί ότι αποσιωπάται ή μεταστρέφεται στις κοινότητες εκφράσεις που αναφέρονται στο «κοινωνικό Εγώ» και στις «άλλες» ομάδες. Η Guillaumin, υιοθετώντας τη φροϋδική προσέγγιση, υποστηρίζει ότι το λανθάνον επίπεδο,¹⁸ όπου η αξιολογική κρίση δεν είναι συνειδητή αλλά εντούτοις εκφράζεται μέσα από τις ποικιλίες της μορφής που ακολουθεί αυτός που μιλάει, αναδεικνύει τη βαθιά συνεκτικότητα της έκφρασης, αφού καθορίζει το ρητό επίπεδο και του δίνει το πραγματικό του νόημα.

Στα δύο βασικά τμήματα της εργασίας της, αναλύεται διεξοδικά η διαδικασία κατηγοριοποίησης του Άλλου, που οδηγεί πάντα τις «μειονότητες» στα όρια που τους καθορίζονται. Σύμφωνα με την προβληματική της συγγραφέως, η πρωταρχική σημειωτική πράξη σε μια γλώσσα είναι η πρόσδοση δηλωτικής σημασίας στα «αντικείμενα» – η καταδήλωση –, που σημαίνει ότι καθετί που ορίζεται ως «τέτοιο» είναι «τέτοιο» για ένα κοινωνικό σύστημα. Με αυτή την έννοια, ο προσδιορισμός των «αντικειμένων» σε όλα τα κείμενα είναι κεντρικός και αναφορικός, και το περιγραφόμενο συμβάν παίρνει το νόημά του γύρω από αυτόν. Η δραστηριότητα της ονομάτισης ή καταδήλωσης μπορεί να είναι «αρνητική» ή «θετική»: η αρνητική ονομάτιση ή μη ονομάτιση είναι αυτή που αναφέρεται στο υποκείμενο του λόγου,

στο κοινωνικό Εγώ, και δεν συνεπάγεται περιορισμό ή υποχρέωση, αλλά επιλογή ή πρόταση. Η θετική ονομάτιση ή απλώς ονομάτιση αφορά το αντικείμενο του λόγου, δηλαδή τον Άλλον. Με αυτή την έννοια, η μεταχείριση που εφαρμόζεται στον Εαυτόν είναι και αυτή εξίσου «ιδιαιτέρη» με αυτήν που εκδηλώνεται στον Άλλον, αφού και οι δύο μορφές προσδιορίζονται σε εξάρτηση η μία από την άλλη.

Σύμφωνα, λοιπόν, με την πρόταση της συγγραφέως, από την πρώτη λέξη, όπως πραγματώνεται με την καταδήλωση ως αρχική «ζάξη αντίληψης του Εαυτού και του Άλλου, συναντάμε τη ρατσιστική οργάνωση της γλώσσας: κάθε ονομάτιση γίνεται με βάση την απουσία ή την παρουσία του «φυλετικού» (με την ευρεία έννοια του όρου) σημείου, εισάγοντας τη «φυλετική» ιδιαιτερότητα στο λόγο ως ένα από τα θεμελιώδη στοιχεία του. Η μνεία «γυναίκα» (ή φυλή, τρέλα, ηλικία, εθνικότητα κ.λπ., δηλαδή η μεταχείριση του Άλλου) και η απουσία μνείας στον Εαυτό (cecite logique),¹⁹ δηλαδή η μεταχείριση του Εγώ, οργανώνουν την κατανόηση του συμβάντος που αναγγέλλεται. Η μορφή, «Γυναίκα, ο εγκέφαλος της ληστείας...» ή «Γυναίκα σκότωσε...» εξαιτίας της απουσίας του αντίστοιχου «Ανδρας οργάνωσε τη ληστεία...», θεωρεί ότι παραπέμπει στο φύλο του δράστη ως κεντρικό για την ερμηνεία του συμβάντος. Η επιλογή των μορφών αυτών, κατά την προβληματική της, δεν είναι απαραίτητη αφού υπάρχουν και άλλες εναλλακτικές λύσεις, αλλά συνιστά ιδεολογική επιλογή. Στην περίπτωση της «μεταχείρισης του Εγώ», η απουσία αναφοράς σημαίνει ότι στην επεξεργασία της πληροφορίας το Εγώ προσδιορίζεται από τις προσωπικές του ιδιαιτερότητες (ιστορικές και ψυχολογικές), ενώ ταυτόχρονα η πληροφορία εστιάζεται στον εαυτό της και όχι στην κατηγορία του δρώντος προσώπου. Αντίθετα, στην περίπτωση του Άλλου, το σημαντικό είναι ότι, στην περιγραφή του ατόμου, όλα τα χαρακτηριστικά που του αποδίδονται αποτελούν χαρακτηριστικά που αποδίδονται στην «άλλη» κατηγορία και δεν υπεισέρχεται κανένα «ελεύθερο» χαρακτηριστικό παρά μόνο αντεστραμμένο. Αυτή η αναγωγή μπορεί να πραγματοποιηθεί χωρίς να γίνει άμεση επίκληση στη στερεοτυπία, αλλά ακριβώς φέρνοντας σε αντίθεση την ιδιαιτερότητα της ομάδας με τον μη προσδιορισμό ή τη γενικότητα της κυρίαρχης ομάδας (π.χ., «έξι άτομα, εκ των οποίων δύο γυναίκες και ένα παιδί, σκοτώθηκαν χτες...»).

Η ανάλυση περιεχομένου που πραγματοποίησε η Guillaumin, κατέδειξε ότι μόνο ο λευκός ενήλικος άνδρας της αστικής τάξης συνιστά το Εγώ του κοινωνικού λόγου²⁰ ενώ οι γυναίκες, οι κατηγορίες των φυλών, των τάξεων, της ηλικίας, της

εθνικότητας ή της θρησκείας που διαφοροποιούνται από την κοινωνική νόρμα, όπως επίσης και οι κατηγορίες της κοινωνικής μη ενσωμάτωσης (ψυχοπαθείς, εγκληματίες, τοξικομανείς, κ.ά.) συνιστούν τον Άλλον.

Ειδικά ως προς την κατηγορία των γυναικών, κατ' αρχήν στο συντακτικό και στο γραμματικό επίπεδο, το θηλυκό είναι αυστηρά κατηγορικό (catégoriel), κάτι που δεν ισχύει για το αρσενικό. Το αρσενικό φέρει τη συνέμφαση του γενικού που δεν την εγκαταλείπει ούτε όταν αναφέρεται στο ανδρικό φύλο, αφού δεν παύει ταυτόχρονα να προσδιορίζει το ανθρωπινό είδος.²¹ Θεωρητικά, γι' αυτές τις κατηγορίες δεν υπάρχει υποτιμητικός όρος. Εντούτοις, τονίζεται ότι οι λέξεις που συνδέονται με το ανδρικό φύλο έχουν πιο συχνά θετικές συνεμφάσεις και παραπέμπουν στις έννοιες της εξουσίας, του κύρους και της ηγεσίας.²² Αντίθετα, στο λεξιλογικό πεδίο πολλά παράγωγα της λέξης «γυναίκα» έχουν υποτιμητική απόχρωση,²³ παραπέμποντας στην αδυναμία, στην ανωριμότητα, μια έννοια του κοινότοπου, ή έχουν συχνά υποτιμητικές σεξουαλικές συνεμφάσεις (Thorne B., Henley N., 1975) που επισκιάζουν άλλα νοήματα προσδίδοντας στην κατηγορία γυναικές όλα τα στοιχεία μιας «φυσικής» κατωτερότητας.²⁴

Αλλά πέρα από το γραμματικό και το συντακτικό επίπεδο, η ανάλυση επιβεβαίωσε ότι, στην επεξεργασία της πληροφορίας, διακρίνονται πάντα δύο επίπεδα: το ένα παραπέμπει στην ανθρωπότητα γενικά, το άλλο στην ιδιαιτερότητα της ομάδας των γυναικών στην προκειμένη περίπτωση. Συνοπτικά, μεταξύ των τρόπων επεξεργασίας της πληροφορίας,²⁵ ως βασικές «στρατηγικές» ονομάτισης η Guillaumin διέκρινε, αφ' ενός, μια σταθερή ταυτολογική μορφή όπου επαναλαμβάνεται (και, άρα, τονίζεται) ότι μια γυναίκα είναι γυναίκα ακόμα και αν το γραμματικό γένος το καταδεικνύει σαφώς και, αφ' ετέρου, την αντικατάσταση όπου η λέξη αποσιωπάται ή παραλείπεται από την πληροφορία και εμφανίζεται μόνο υπό μορφή υποκατάστατου, με συγγλίνουσες ενδείξεις (indications convergentes), καθώς και με απλά ή αντεστραμμένα στερεότυπα (conformite/renversement). Στην αντικατάσταση, άλλοτε, η ονομάτιση πραγματοποιείται με τη μνεία μιας ή περισσότερων στερεότυπων ιδιοτήτων που χαρακτηρίζουν την ομάδα που ονομάζεται (π.χ., αναφορά στα κλασικά γυναικεία χαρακτηριστικά ή ιδιότητες), και, άλλοτε, με τη χρήση μιας ή περισσότερων στερεότυπων ιδιοτήτων κατ' αντιστροφήν (π.χ., τονίζεται η ευφυΐα, το πνεύμα, η επιτυχία μιας επαγγελματικά εργαζόμενης γυναίκας ως αντιθέτων των στερεότυπων φυσικών χαρακτηριστικών της κατηγο-

ρίας των γυναικών). Έτσι, ακόμα και αν η γλώσσα κάνει μια απόπειρα απελευθέρωσης από τον περιοριστικό στερεοτυπικό μηχανισμό, θα παραμένει εγκλωβισμένη στις ίδιες ασυνείδητες επιταγές, στην ίδια κατηγοριοποιό λογική.

Κατά συνέπεια, τονίζει η Guillaumin, η κατηγοριοποίηση, ως δραστηριότητα αναγωγής, παραπέμπει κάθε πιθανή πολυπλοκότητα στη γενικότητα μιας ομάδας και περικλείει κάθε πιθανή κοινωνική και προσωρινή ρευστότητα σ' έναν απόλυτο ορισμό, στα όρια ενός χαρακτήρα που είναι από μόνος του αιτία, αποτέλεσμα και λειτουργία (σελ. 183).²⁶ Ταυτόχρονα, ως διαδικασία γνώσης και αναγνώρισης, η κατηγοριοποίηση έχει άμεση σχέση με την ουσιαστική ύπαρξη των κοινωνικών φορέων, αφού παίζει ενεργό ρόλο στο πώς βιώνουν την ετερότητα οι «άλλες» ομάδες μέσω του κοινωνικού λόγου που γίνεται και δικός τους λόγος. Ακριβώς σε αυτά τα δύο επίπεδα εντοπίζει η Guillaumin τον ιδεολογικό ρόλο της γλώσσας και, κατ' επέκταση, των ΜΜΕ.

Η Γυναίκα Αφήγηση

Αξίζει, επίσης, να μνημονευθεί εδώ η εμπειρική εργασία του C. Chabrol (1971). Ο συγγραφέας εφάρμοσε τις αρχές της αφηγηματικής σημειωτικής του A.J. Greimas²⁷ στον γυναικείο Τύπο. Τα κείμενα που αναλύθηκαν ορίζονται ως ένα είδος αφήγησης, και στόχος του μελετητή είναι η αποκάλυψη του εγχειρηματικού ρόλου των διαφόρων λογικών διαδικασιών (διάζευξη/σύνζευξη, συνεπαγωγή), των μετασχηματιστών (transformateurs) δηλαδή εκείνων που έχουν σκοπό να καταστήσουν την αφήγηση συμβατή με την κυρίαρχη ιδεολογία. Οι μετασχηματισμοί πραγματοποιούνται από τον κεντρικό «ήρωα», το υποκείμενο δηλαδή του κειμένου, το οποίο στην προκειμένη περίπτωση είναι κάποια γυναίκα. Όλα τα στοιχεία της αφήγησης διευθετούνται σε συνάρτηση με αυτήν. Στο σύνολο των κειμένων καταγράφηκε μεγάλος αριθμός «τελεστών» (acteurs): γυναίκες διαφορετικές ως προς την ομιλία τους, τις θέσεις τους και τις πράξεις τους. Αλλά αυτή η ποικιλία οδηγεί σε μια Ενότητα: τα κείμενα συγκροτούν ένα σώμα (corpus) προτάσεων, όπου η «Γυναίκα» εισέρχεται ως «συντελεστής / υποκείμενο» (actant - sujet).²⁸ Οι προτάσεις αυτές αποτελούν τη «σφαίρα δράσης» της Γυναίκας. Προσδιορίζουν κατ' αρχήν κάποιες λειτουργίες, οι οποίες στοχεύουν στην πραγματικότητα να ορίσουν «ποιοτικά» τον «συντελεστή» (actant). Η σχέση του «Είναι» του «συντελεστή» με το «πράττειν» του είναι πάντα αμοιβαία, αφού το «Είναι» ισοδυναμεί με κάθε «πράττειν»: «Η Γυναίκα» δεν είναι άλλο από αυτό που κά-

νει, και δεν κάνει τίποτα που να μη συμπίπτει με την ουσία της, το «Είναι» της ως «Γυναίκα» (σελ. 15-16). Κάθε «τελεστής» (acteur)-γυναίκα συμμετέχει σε μια αναζήτηση ταυτότητας. Αν αποτύχει, εκδηλώνοντας συμπεριφορές που δεν ανήκουν στη «Γυναίκα», αντιτίθεται στην ίδια της την αναζήτηση, ενώ στην αντίθετη περίπτωση είναι «βοηθός» του εαυτού της. Πρόκειται, δηλαδή, για μια αναζήτηση όπου το «υποκείμενο» και το «αντικείμενο» συμπίπτουν στο ίδιο πρόσωπο, αφού η Γυναίκα αναζητά ν' ανακαλύψει ποια είναι ως Γυναίκα.

Στις δύο βασικές θεματικές ενότητες με άξονες τα ζεύγη αντιθέτων Έρωτας/Κοινωνικοποίηση,²⁹ Εργασία / Θηλυκότητα, φαίνεται ότι όλα διαδραματίζονται με τέτοιο τρόπο ώστε να υπάρχει *συνεχής αναζήτηση της θηλυκότητας*.³⁰ με τελικό στόχο τη διατήρηση της διαφοροποίησης των φύλων, παρά τη σχετική εξίσωση των ρόλων που χαρακτηρίζει τις σύγχρονες κοινωνίες.

Στη θεματική ενότητα *Εργασία/Θηλυκότητα*, που αφορά κυρίως συνεντεύξεις επαγγελματικά εργαζόμενων γυναικών, μια σειρά από αντίθετα νοήματα οργανώνουν τα κείμενα:

- i. -«Εργασία»/«Προορισμός της Γυναίκας»
- «Ανεξαρτησία» / «Φυσιολογική εξάρτηση της Γυναίκας»
- ii. -«Μη διαφοροποίηση των φύλων»/ «Διαφοροποίηση των φύλων»
-«Εργασία»/«μη Εργασία»³¹ (πρόκειται για ζεύγη, όπου το ίδιο νόημα αλλάζει απλώς πρόσημο, θετικό ή αρνητικό).
- iii. η «αδυναμία» του άνδρα συνδέεται με τη σχέση «ισότητας» ή με τις «συντροφικές σχέσεις», δηλαδή με τη «μη διαφοροποίηση των φύλων».

Τα ζεύγη αυτά ομαδοποιούνται στις δύο γενικές κατηγορίες «Κοινωνική παρουσία» (ΚΠ) και «Διαφοροποίηση των φύλων» (ΔΦ).

Η υπόθεση που προσπαθεί να θεμελιώσει ο Chabrol είναι ότι η «Εργασία» (Ε) και ο «Προορισμός της Γυναίκας» (Π.Γ.) είναι έννοιες αντίθετες, ενώ «μη Εργασία» (μη Ε) ή «μη Γυναικείος Προορισμός» (μη Π.Γ.) είναι τα αντιφατικά τους.³² Έτσι, για να πραγματοποιήσει τον «Π.Γ.» της η γυναίκα θα πρέπει να αρνηθεί την «Ε». Ο εγχειρηματικός τελεστής (opérateur) που δανείζονται οι γυναίκες στις συνεντεύξεις είναι η *διάζευξη* (χρόνου, τόπου, επιλογής, ετερότητας). Η χρονική (ή χωρική) διάζευξη, π.χ., επιτρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ των ασυμβίβαστων, διατηρώντας τα μαζί στο χώρο και στο χρόνο ενός λόγου: ένας χρόνος (ή ένας τόπος) Εργασίας, ένας χρόνος να είσαι Γυναίκα. Ως προς την επιλογή, η γυναίκα διαλέγει το ένα ή το άλλο, και ως προς την

ετερότητα, ορισμένες γυναίκες κάνουν το ένα ή το άλλο. Ο «χρόνος» ή κάθε άλλος διαζευκτής επιτρέπουν να διατηρηθεί η *αρχή της μη αντίφασης*.

Στη συνέχεια, επειδή ένα υποκείμενο δεν μπορεί να κατέχει αντιθετικά χαρακτηριστικά (αφού πρόκειται για συνεντεύξεις εργαζόμενων γυναικών), επιστρατεύονται κάποιοι λογικοί εγχειρηματικοί τελεστές (opérateurs logiques) προκειμέ-



νου να επανεισραφεί μια *σύζευξη* και να επιτευχθεί η *συμφιλίωση της «Ε» και της «θηλυκότητας»*. Η «θηλυκότητα» επανεισάγεται (π.χ. συνέντευξη, σελ. 53 κ.ε.) με την προσφορά στην «απάρνηση» της Εργασίας («θα ήμουν υπερήφανη να αφήσω τη δουλειά μου αν μου το ζητούσε ο άνδρας μου»). Η «θηλυκότητα», δηλαδή, επανεισέρχεται με τη μεσολάβηση της προσφοράς αποποίησης μιας δραστηριότητας που η ιδεολογία εξακολουθεί να τη θεωρεί ανδρικό προνόμιο. Το λογικό λάθος είναι το εξής: αν υποθετικά υπάρχει μια σχέση όπου «Γυναίκα» συνεπάγεται «μη Ε», τότε θα έπρεπε και «μη Ε» να συνεπάγεται «Γυναίκα», κάτι που δεν ισχύει στο υπάρχον σύστημα λόγου και ιδεολογίας που αναλύεται. Με αυτή την έννοια η προσφορά στην αποποίηση της «Ε» αποτελεί λογικά ένα μη νόημα (no-sens logique). Από την άλλη, έχει τη διπλή αρετή να μη διαταράσσει την πραγματική κατάσταση (δεν χρειάζεται να σταματήσει πραγματικά να δουλεύει, αρκεί η βούληση) και εισάγει στην αφήγηση μια πράξη αποποίησης που χρησιμεύει ως μετασχηματιστής.

Από τις αναλύσεις των συνεντεύξεων, γίνεται σαφές ότι η απάρνηση της «Ε» (δηλαδή, η «μη ΚΠ») δεν αποτελεί αυτοσκοπό, αφού συνδέεται πάντα με την κατά φύλο διαφοροποίηση (ΔΦ) που, με τη σειρά της, επικυρώνει (μεταξύ άλλων) την κυριαρχία του άνδρα αφού, στο λόγο του γυναικείου Τύπου, η «αδυναμία» του άν-

δρα δεν αποτελεί παρά συνέπεια της «Κ Π» της γυναίκας («της πολύ μεγάλης ανεξαρτησίας της» ή της «κατά φύλο ουδετερότητας»). Με άλλα λόγια, όπως διευκρινίζει ο Chabrol, η εργασία των γυναικών δεν «απορρίπτεται» για λόγους ενδογενείς, αλλά γιατί παίρνει θέση σ' ένα σύστημα σημασιών που είναι εξωτερικό προς αυτήν και ενέχει την απουσία της κατά φύλο ταυτότητας (τη «μη ΔΦ» και την άρνηση του «ΠΓ») που, με τη σειρά της, συνεπάγεται την απώλεια της ισορροπίας του ζευγαριού και θέτει σε κίνδυνο τον ανδρισμό των συζύγων. Με αυτή την έννοια, η συμπεριφορά και η επιλογή (το δίλημμα) των γυναικών αναφέρεται σ' έναν κοινωνικό κανόνα: την «απαγόρευση» από τον άνδρα, και την αποδοχή ή άρνηση (παράβαση) της «απαγόρευσης».³³ Βέβαια, όπως είδαμε, η «ΔΦ» δεν συνεπάγεται απαραίτητα και την κυριαρχική άρνηση στην «Ε». Υπάρχει ποικιλία πιθανών επιλογών. Η αποποίηση της «Ε» ή η άρνησή της μπορούν να γίνουν πάντα με τρόπο «αποδυναμωμένο». Μια αδύναμη άρνηση (περιστσιασική εργασία, μερική απασχόληση, μικρότερη αμοιβή από τον άνδρα, προτεραιότητα της οικογένειας) έχει το ίδιο αποτέλεσμα αφού δεν αμφισβητείται η «ΔΦ» [και ο άνδρας διατηρεί την εξουσία του] (σελ. 89).

Μια άλλη εναλλακτική λύση είναι η ουδετεροποίηση του κανόνα («προσφορά αποποίησης» της «Ε» από τη γυναίκα προς τον άνδρα ο οποίος, με τη σειρά του, αρ-

νείται αυτή την προσφορά και δεν απαιτεί την «αποποίηση») όταν δεν θεωρείται ότι με την εργασία των γυναικών τίθεται σε κίνδυνο η κατά φύλο διαφοροποίηση. Η μη διαταγή του άνδρα μπορεί να είναι άρρηκτη («αν μου ζητούσε»), αλλά η αποδοχή είναι ρητή («έχει αποδεχθεί και συμφωνεί και ο άνδρας μου»). Αυτή η πιθανότητα επιτρέπει τη συμφιλίωση. Η «Ε» δεν είναι πλέον αντικείμενο παράβασης, γιατί δεν υπάρχει απαγόρευση που πρέπει να γίνει σεβαστή. Με αυτή την έννοια ανοίγεται το ενδεχόμενο μιας ισορροπίας όπου η εργασία (ή «Γ:Ε») και η «ΔΦ» μπορούν να συνυπάρχουν. Σε αντίθεση, λοιπόν, με την πρώτη περίπτωση (της άρνησης της «Ε» ή της «μη ΔΦ») εδώ εκμηδενίζεται κάθε αρνητικός όρος και τίθεται ένας ενδιάμεσος όρος που ενώνει τα δύο θετικά αντίθετα, «ΚΠ» και «ΔΦ» (βλέπε σελ. 59).

Συνοψίζοντας ο Chabrol (σελ. 97 κ.ε.) θεωρεί ότι ο κυρίαρχος λόγος των γυναικείων Τύπων είναι το αποτέλεσμα της διαντίδρασης δύο συστημάτων:

α. αυτού που ονομάζεται σήμερα «**παραδοσιακό**», το οποίο θεμελιώνεται στην εγγύηση που παρέχει μια Ανθρώπινη Φύση αμετάβλητη και παγκόσμια, και επιμένει στον «Προορισμό της Γυναίκας» στις οικιακές ασχολίες και στην ανατροφή των παιδιών, υπογραμμίζει τον αναγκαστικό χαρακτήρα του γάμου ως δεσμό ιερό για το Θεό ή την κοινωνία και τονίζει ιδιαίτερα τις βιολογικές, ψυχικές κ.ά. διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών στις οποίες αντιστοιχούν απαραίτητα και διαφορετικοί κατά φύλο «ρόλοι».

β. αυτού που τονίζει την **ισότητα** και την «ταυτότητα» των φύλων στην εργασία και τη σεξουαλικότητα, το οποίο **αρνείται κάθε διαφορά** και πιστεύει στον **πολιτισμικό χαρακτήρα**, άρα είναι μετατρέψιμο και βελτιωτικό των κοινωνικών σχέσεων. Εδώ, ο δεσμός του γάμου έχει μικρή σημασία όταν δεν αναλύεται ως κοινωνική σύμβαση, και η επιθυμία του ατόμου έχει πρωταρχική θέση.

Τα δύο πρώτα συστήματα είναι τελείως ασυμβίβαστα. Η συνύπαρξή τους σ' ένα λόγο για τη Γυναίκα δημιουργεί σύγκρουση, κρίση στο επίπεδο της ομιλίας, που είναι αξεπέραστη. Από την αντίθεση αυτών των δύο συστημάτων γεννιέται ένα τρίτο σύστημα **ενδιάμεσο**, το οποίο βρίσκεται στο κέντρο του λόγου του γυναικείου Τύπου και το οποίο αντιτίθεται στα δύο προηγούμενα ενώ, ταυτόχρονα, τα επικαλύπτει. Το σύστημα αυτό δεν αρκείται σε απλούς θετικούς όρους και δομεί αναγκαστικά πολύπλοκους και σύνθετους όρους («ΚΠ»+«ΔΦ»), που είναι οι μόνοι ικανοποιητικοί σ' αυτό το επίπεδο. Έτσι, επιτρέπει λόγω του «μεσολαβητικού» του

χαρακτήρα να επανεισαχθεί η συνέχεια και η πιθανότητα ενός μοναδικού λόγου για τη Γυναίκα.

Τέλος, στο περιθώριο του αφηγηματικού λόγου, ο συγγραφέας εντοπίζει μια εναλλακτική οπτική. Σ' ένα κείμενο (No A) η «ΚΠ» των γυναικών τίθεται χωρίς να συνεπάγεται «κίνδυνο για τους άνδρες». Διακρίνει, κατά συνέπεια, δύο τύπους κειμένων: αυτά που θέτουν την «ΚΠ» των γυναικών ως αντίθετη της «ΔΦ» (έμφαση στις αρνητικές συνέπειες), και αυτά όπου η παρουσία των γυναικών τίθεται μόνη της χωρίς αρνητικών συνεπειών ορισμούς και ανεξάρτητα από κάθε αντίθεση με τις διαφορές των φύλων (ως «ΚΠ» ή «μη ΚΠ»). Έτσι η αντίθεση: «ΚΠ»/«ΔΦ» με συμπληρωματικούς και αντιφατικούς όρους τη «μη ΔΦ»/«μη ΚΠ» ανάγεται σε αυτήν της «ΚΠ/μη ΚΠ» που, κατά την εκτίμηση του συγγραφέα, μπορεί ν' αποτελέσει την **αφετηρία ενός νέου διαλόγου για το γυναικείο ζήτημα**.

Το διαφημιστικό μήνυμα

Αρχετές σημειολογικές αναλύσεις έχουν, επίσης, πραγματοποιηθεί στο διαφημιστικό περιεχόμενο του Τύπου. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων μελετών είναι αυτές της J.H. Winship (1981) και της F. Guyon (1984). Παρόλο που ο διαφημιστικός λόγος έχει τέτοια ιδιαιτερότητα που η αναλυτική του προσέγγιση υπερβαίνει τους στόχους του κειμένου αυτού, θεωρούμε σκόπιμο να τις αναφέρουμε γιατί και οι δύο εργασίες επιβεβαιώνουν ότι οι αναπαραστάσεις των ανδρών και των γυναικών δομούνται πάνω στην ύπαρξη ενός ιεραρχικού κατά φύλο καταμερισμού της εργασίας.

Η J.H. Winship διερευνά τη λειτουργία των ανδρικών και γυναικείων χεριών στην πράξη της νοσηματοδότησης, και ειδικότερα στην παράσταση του ανδρισμού και της θηλυκότητας. Ως υλικό, η Winship επέλεξε διαφημίσεις γυναικείων περιονίων που δομούν όλη τη σημασία του μηνύματος ακριβώς γύρω από το φύλο του χεριού. Δανειζόμενη τον προβληματισμό του Goffman (1979:7), που θεωρεί ότι το φύλο (gender) είναι «κάτι που μπορεί να αποδοθεί αστραπιαία σε κάθε κοινωνική περίπτωση» και αρκεί ένα απειροελάχιστο χρονικό διάστημα για να «επικοινωνηθεί» στους κοινωνικούς φορείς, η ερευνήτρια υποστηρίζει ότι, κατ' αναλογία, ένα μικρό μόνο τμήμα της ανατομίας αρκεί για ν' αναπαρασταθεί το φύλο σ' αυτήν την επικοινωνία. Με άλλα λόγια, η αναπαράσταση των χεριών σημασιοδοτεί τις πολιτισμικές πλευρές του φύλου, με τον ίδιο τρόπο όπως και ένα συνολικό πορτρέτο, γεγονός που αποτελεί απόδειξη της διεισδυτικότητας και του βάθους της κοινωνικής κατασκευής των φύλων. Αυτό που α-

ναφάνεται με μεγάλη σαφήνεια από την ανάλυση είναι ότι το φύλο των χεριών είναι αυστηρά προσδιορισμένο, υποδηλώνοντας έναν αυστηρό κατά φύλο καταμερισμό, και δεν μπορεί ν' αντικατασταθεί χωρίς να καταστρέψει το νόημα της διαφήμισης. Στην αναπαράσταση, δηλαδή, ενός χεριού δεν υπάρχει αμφιβολία ως προς το φύλο του: και αυτό όχι εξαιτίας των ενδόμυχων ιδιοτήτων του χεριού, αλλά γιατί η συνεκτικά οργανωμένη παραγωγή όλης της αναπαράστασης — όπου το χέρι αποτελεί μέρος — κατασκευάζει την κατά φύλο διαφοροποίηση και το χέρι προκύπτει ως σημείο, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στη συνολική παραγωγή του νοήματος (σελ. 30).

Η συγγραφέας θεωρεί ότι, συνολικά, η αναπαράσταση της θηλυκότητας, του ανδρισμού και των κατά φύλο διαφοροποιήσεων, κατασκευάζεται με τέτοιο τρόπο ώστε να αναπαράγεται η κοινωνική υποτέλεια των γυναικών. Η ανάλυση των διαφημιστικών μηνυμάτων κατά γενικό κανόνα επαληθεύει την υπόθεση του Berger (1972, ελλ. μτφ. 1980: 47), σύμφωνα με την οποία, στις κατά φύλο αναπαραστάσεις οι γυναίκες εμφανίζονται ενώ οι άνδρες δρουν.³⁴ Οι γυναίκες ταυτίζονται με την οικιακή εργασία,³⁵ την ομορφιά, την κατανάλωση και τη σεξουαλικότητα — που ειδικά για τις επαγγελματικά εργαζόμενες γυναίκες αποτελεί το σημαντικότερο στοιχείο της σημασιοδότησής τους ως εργαζομένων. Οι άνδρες, από την άλλη, ταυτίζονται με τις έννοιες της ηγεσίας,³⁶ της επαγγελματικής εργασίας, και η αναπαράστασή τους εξαρτάται από την υπόσχεση της δύναμης που ενσωματώνουν. Οι εργαζόμενοι άνδρες σημασιοδοτούνται από το τι κάνουν με τα χέρια τους και από την εμφάνισή τους που παραλείπει, συνήθως, στην υψηλή θέση τους στην εργασιακή διαδικασία (κοστούμι, πουκάμισο, γραβάτα).

Η σεξουαλικότητα σ' αυτή τη διαδικασία δεν συμμετέχει καθόλου. Στις διαφημίσεις προϊόντων μέσω της διαφημιστικής ρητορικής τονίζεται η αντίθεση ενός αόρατου χεριού («εμείς» στο κείμενο), που αποτελεί το χέρι των τεχνιτών (ταυτίζοντας την πείρα και την ποιότητα της παραγωγής με τους άνδρες), ενώ το γυναικείο χέρι αποτελεί συμπληρωματικό στοιχείο του διαφημιζόμενου αντικειμένου-σημείου στο επίπεδο της εμφάνισης και της κατανάλωσης.³⁷ Σε όλες τις περιπτώσεις το νόημα αναδύεται «φυσικά», είναι κάτι που αναγνωρίζουμε από την καθημερινή μας εμπειρία πέρα από τις διαφημίσεις. Στο ίδιο πλαίσιο, όταν καταγράφεται απόκλιση από τα γυναικεία και ανδρικά στερεότυπα, δηλώνεται είτε το μη φυσιολογικό (π.χ., ανδρική αδεξιότητα στις «γυναικείες δουλειές»³⁸), είτε το «χιούμορ» και η «ανεκτικότητα» της σύγχρονης

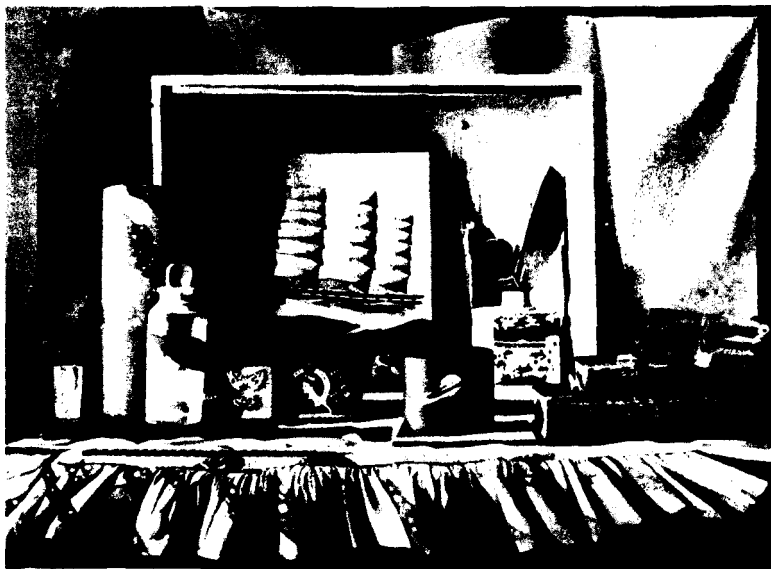
κοινωνίας (κάτι ανάλογο με τη διαδικασία των αντεστραμμένων στερεοτύπων που συναντήσαμε στην Guillaumin). Αυτές οι μετατοπίσεις δεν καινοτομούν, αλλά ενισχύουν ιδιαίτερες ιδεολογίες θηλυκότητας και ανδρισμού.

Η Guyon, από την πλευρά της, ανέλυσε τον ιδεολογικό λόγο των διαφημίσεων που αφορούν το γυναικείο και το ανδρικό ένδυμα. Αναζητώντας, με βάση τη σημειολογική θεωρία,³⁹ το συνυποδηλωτική τάξης ιδεολογικό νόημα των διαφημίσεων, καταλήγει σε παρόμοια συμπεράσματα με την Winship. Διαμέσου των μηνυμάτων διαγράφεται μια διαδικασία διαφοροποίησης του ανδρικού και του γυναικείου κόσμου, της θηλυκότητας και του ανδρισμού, όχι μόνο στο επίπεδο της κατανάλωσης και της εμφάνισης αλλά, βασικά, στο επίπεδο του Πράττειν και του Είναι.⁴⁰ Υπάρχουν «τομείς» αναπαράστασης που είναι αποκλειστικά «προορισμένοι» για κάθε φύλο, και δραστηριότητες αποκλειστικά ανδρικές ή γυναικείες. Αυτή η διαδικασία συστηματικής διαφοροποίησης ανδρών και γυναικών, κατά την ερευνήτρια, εδραιώνει μια ιδεολογία ανδρικής ανωτερότητας που αποδίδει ως προφανές και φυσικό στον άνδρα το πρόνομο της πράξης και στη γυναίκα το ρόλο της αναπαράστασης και της απραξίας.

Η σημαντικότερη, όμως, συμβολή της Guyon νομίζουμε ότι συνίσταται στο ότι καταδεικνύει πως η ιδεολογία της θηλυκότητας και του ανδρισμού αποτελεί τον αναπόσπαστο μέρος της ευρύτερης κυρίαρχης αστικής ιδεολογίας. Όπως αναφαίνεται από την ανάλυση, ως κύριο χαρακτηριστικό των διαφημιστικών μηνυμάτων εντοπίζεται μια «ευδαιμονιστική» ατμόσφαιρα που θεμελιώνεται σ' ένα σύστημα αξιών όπου κυριαρχεί ο ατομικισμός, η αποδοτικότητα και ο κονφορμισμός. Η ηδονιστική επιχειρηματολογία ενσωματώνει το μύθο του «αυτοδημιουργητου ανθρώπου», που είναι ικανός ν' απαλλάξει την κοινωνία από κάθε ευθύνη σε σχέση με τη μοίρα των ανθρώπων. Έτσι, διατηρείται η αυταπάτη της ισότητας των ευκαιριών. Παράλληλα η κυρίαρχη ρητορική, για να δικαιολογήσει το σύστημα που υπερασπίζεται, νομιμοποιεί το μύθο του δημοκρατικού παράδεισου των σύγχρονων κοινωνιών ενσωματώνοντας φαινομενικά, για να τις εξουδετερώσει στη συνέχεια, τις τάσεις αμφισβήτησης και τις διεκδικήσεις διαφόρων κοινωνικών κινημάτων όπως είναι το φεμινιστικό. Με αυτό τον τρόπο θεσμοποιείται μια μυθολογία δημοκρατικοποίησης μέσω των αντικειμένων, το πολύπλοκο πρόβλημα των σχέσεων μεταξύ των φύλων ανάγεται σε μια υπόθεση ετικέτας και οι διεκδικήσεις περιορίζονται σε ζητήματα εμφάνισης και τελετουργικών, διασφαλίζοντας ουσιαστικά την αναπαραγωγή της υπάρχουσας

κοινωνικής τάξης πραγμάτων.

Ακριβώς αυτή η προβληματική οδηγεί την Guyon σε ρήξη με την άποψη πολλών μελετητών που θεωρούν ότι το σύστημα αξιών των διαφημιστικών μηνυμάτων, λόγω των πολλών αντιφατικών στοιχείων τους, χαρακτηρίζεται από ιδεολογική ασυνάφεια. Αντίθετα, η συγγραφέας τονίζει ότι στην πραγματικότητα πρόκειται για μια ιδεολογία της αντίφασης, όπου εκ-



θείάζεται το υποκείμενο για να πεισθεί ότι δεν είναι τίποτα χωρίς το αντικείμενο-σημείο, όπου δίνεται η αυταπάτη της αυτονομίας, της διαφοροποίησης και του πλουραλισμού για να επιβληθεί η ανάγκη της κατανάλωσης, όπου εξουδετερώνεται, τέλος, το άτομο για να κυριαρχήσει μια απλουστευτική «προσωπικότητα», της οποίας η σύνθεση συνιστά μία από τις μυθικές μορφές του αιώνιου θηλυκού ή του αρσενικού.

Οι δομικές αναλύσεις έχουν δεχθεί κριτική κυρίως σε ό,τι αφορά τις μεθοδολογικές προσεγγίσεις που υιοθετούν. Συχνά, κατηγορούνται ως μη συστηματικές και αυθαίρετες με την έννοια ότι δεν πληρούν ικανοποιητικά τους όρους της αντικειμενικότητας, της πιστότητας, της εξαντλητικότητας και της ομοιογένειας, και ότι όλη η ανάλυση εξαρτάται από την υποκειμενική αντίληψη του ερευνητή. Χωρίς να εμπλακούμε στη φιλοσοφική συζήτηση ως προς την αντικειμενικότητα οποιασδήποτε επιστήμης ή μεθόδου, θα διαφωνήσουμε γενικά με τη λογική αυτής της κριτικής, γιατί πιστεύουμε ότι η οικοδόμηση οποιασδήποτε μεθόδου, εφόσον είναι άμεσα συνδεδεμένη με το σύνολο των θεωρητικών υποθέσεων και των βασικών στόχων της μελέτης και εφόσον ο ίδιος ο ερευνητής πρέπει να καθορίσει τους όρους κατάταξης, μέτρησης και ταξινόμησης του υλικού, δεν είναι δυνατόν να αποφύγει κάποιο βαθμό αυθαιρεσίας και «υποκειμενικότητας».

Σύνοψη

Όπως είδαμε, από μεθοδολογική άποψη, και οι δύο κατηγορίες εμπειρικών μελετών παρουσιάζουν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Οποσδήποτε οι αναλύσεις περιεχομένου οργανώνοντας μία ποσότητα δεδομένων σε προ-καθορισμένες και προ-κατασκευασμένες κατηγορίες, σύμφωνα με κάποιες βασικές υποθέσεις, αγνοούν συχνά τη διάκριση μεταξύ του επιπέδου της «ποιότητας» και αυτού της «ποσότητας» (τη συχνότητα της αναπαράστασης), ενισχύοντας, όπως τονίζουν πολλοί μελετητές, την ιδεολογική λειτουργία αυτής της μετατόπισης επιπέδων (Jaddou L., Williams J., 1989). Εξάλλου, συχνά η συγκρότηση των θεματικών κατηγοριών είναι δύσκολη αν θέλουμε να μην αγνοήσουμε την πολυπλοκότητα της γλώσσας: ένα θέμα μπορεί να αναφέρεται σε μια πρόταση ή να αναπτύσσεται σε ολόκληρο κείμενο, μπορεί να εμφανίζεται εμμέσως σε μια μικρή λεπτομέρεια (επιλογή μιας λέξης, μιας γραμματικής μορφής, ενός ρητορικού σχήματος), ή να είναι παρόν υπό διάχυτη μορφή σε ολόκληρο το κείμενο (βλέπε D'Ung, 1974:26). Από την άλλη, η ευκαμψία των σημειολογικών μεθόδων συνιστά ένα από τα ουσιαστικά τους πλεονεκτήματα, παρόλο που θα συμφωνήσουμε ότι η αναλυτικότητά τους είναι ταυτόχρονα περιοριστική, αφού δυσχεραίνει υπερβολικά τη διεξαγωγή μιας ευρείας κλίμακας εμπειρικής ανάλυσης

και ο βαθμός «αυθαιρεσίας» τους δυσχεραίνει τη γενίκευση και τον έλεγχο της εγκυρότητας των συμπερασμάτων. Εντούτοις, παρά τις αδυναμίες τους, θεωρούμε ότι και οι δύο κατηγορίες σε διαφορετικά επίπεδα ανάλυσης είναι απαραίτητες. Πιστεύουμε, λοιπόν, ότι η θεματική ταξινόμηση ενός corpus είναι χρήσιμη, ως το απαραίτητο υπόβαθρο μιας διεξοδικότερης σημειολογικής ανάλυσης, αφού συνιστά το μοναδικό αναλυτικό εργαλείο που μας επιτρέπει να μάθουμε τι έχει ειπωθεί ακριβώς για ένα αντικείμενο. Από την άλλη, η σημειολογική προσέγγιση έστω και τμήματος του corpus μάς επιτρέπει ν' αποσπασθούμε από τη λογική της «αληθινής» ή όχι αναπαράστασης των κατά φύλο σχέσεων» και να αναλύσουμε εις βάθος την ιδεολογική δομή των μηνυμάτων και το πώς αυτή καθορίζει την κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας από τα ΜΜΕ.

Από την άποψη των συμπερασμάτων τους, συνολικά νομίζουμε ότι ο προβληματισμός τους θέτει γόνιμα ερωτήματα. Το σημαντικότερο στοιχείο που αναδύεται, σε εμβρυακή μορφή στις θεματικές και ως κεντρικό στις δομικές αναλύσεις, είναι ότι τα μηνύματα των ΜΜΕ, ανεξάρτητα από τα πρότυπα των γυναικών που προβάλλουν και ανεξάρτητα από το γεγονός ότι εκφράζουν αναμφισβήτητα και μη παραδοσιακές απόψεις για το γυναικείο φύλο και τον κατά φύλο καταμερισμό, ουσιαστικά, μέσω αυτής της «εκλεκτικής» πληροφόρησης, παίζουν ιδιαίτερο ιδεολογικό ρόλο επιβεβαιώνοντας συνεχώς την ισχύουσα κοινωνική τάξη πραγμάτων. Η δύναμη, δηλαδή, των μηνυμάτων των ΜΜΕ έγκειται στο γεγονός ότι παρέχουν τους όρους μέσω των οποίων γίνεται αντιληπτή η πραγματικότητα, όρους που εμπεριέχουν την ερμηνεία και την αξιολόγηση των κοινωνικών φαινομένων υποστηρίζοντας τις υπάρχουσες κοινωνικές σχέσεις μεταξύ των φύλων και μεταξύ των τάξεων.⁴¹

Όπως είδαμε, το ζήτημα των κατά φύλο σχέσεων, και ειδικότερα το ζήτημα του κατά φύλο καταμερισμού της εργασίας, γίνεται αντιληπτό μέσα από μια οπτική που, παρά τις αντιφατικότητες που τη χαρακτηρίζουν, μπορεί να θεωρηθεί ότι ταυτίζεται με την κυρίαρχη φιλελεύθερη ιδεολογία⁴² όπου συναρθρώνονται δύο αντιλήψεις για το ρόλο των γυναικών: Η μία διεκδικεί την ισότητα ενσωμάτωση των γυναικών στην «ανδρική» κοινωνία· η άλλη επιδιώκει να προστατεύσει και ν' αναπτύξει μια γυναικεία «ιδιαιτερότητα». Η πρώτη θεωρεί απαραίτητη την πολιτική, επαγγελματική και πολιτισμική ισοτιμία και επιδιώκει τη με ίσους όρους ένταξη των γυναικών στις σύγχρονες κοινωνίες, δίνοντας έμφαση στην ισότητα ενώπιον των νόμων και την ισότητα των ευκαιριών. Η «επιτυχία» είναι το αποτέ-

λεσμα των ατομικών ικανοτήτων, ενώ η «αποτυχία» τείνει να ερμηνεύεται ως προσωπική αποτυχία, νομομοποιώντας έτσι την ανισότητα, το υπάρχον καπιταλιστικό σύστημα και την αστική κοινοβουλευτική δημοκρατία. Η άλλη, όπως διαμορφώνεται και εκφράζεται στον Τύπο, μεταδίδει την αρχέτυπη εικόνα των γυναικών, την έννοια της θηλυκότητας, που εξαιρεί την ομορφιά, τη γυναικεία φύση και τη γυναικεία ψυχή, τη μητρότητα, τον ιδιαίτερο ρόλο των γυναικών στην οικογένεια κ.λπ., νομομοποιώντας την κατά φύλο ανισότητα ως συνέπεια των βιολογικών διαφορών μεταξύ ανδρών και γυναικών.

Οι περισσότεροι μελετητές συμφωνούν, λοιπόν, ότι καταληκτικό σημείο των μηνυμάτων των ΜΜΕ είναι ο συνδυασμός των δύο «γυναικείων» ρόλων, η συνάρθρωση των «φιλελεύθερων φεμινιστικών» απόψεων και της «θηλυκότητας». Όπως τονίζει πολύ περιεκτικά η Ν. Benoît, αυτό ακριβώς που διαγράφεται ξεκάθαρα στο περιεχόμενο των ΜΜΕ είναι η «μεταρρυθμιστική απορρόφηση»⁴³ της «σύγκρουσης των δύο ρόλων» και η ενσωμάτωση των γυναικών στις υπάρχουσες θεσμικές δομές, χωρίς να υπάρχει απαίτηση μεταβολής της κοινωνικής τάξης πραγμάτων. ■

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

* Θέλω να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στη Μ. Σεραφετινίδου, που διάβασε και σχολίασε το χειρόγραφο.

1. Όπως θα δούμε, ελάχιστες εργασίες διερευνούν αποκλειστικά το ζήτημα της αναπαράστασης του κατά φύλο καταμερισμού της εργασίας. Εντούτοις, όλες οι αναφερόμενες εργασίες, αναζητώντας τις κυρίαρχες εικόνες ή αναπαραστάσεις των γυναικών ή των ρόλων των δύο φύλων, άπτονται εν μέρει και του ζητήματος του κατά φύλο καταμερισμού της εργασίας.
2. Σύμφωνα με τις ποσοτικές αυτές αναλύσεις, οι ανδρικές φωτογραφίες και οι ανδρικοί κεντρικοί χαρακτήρες είναι πολλαπλάσιοι των γυναικείων σε όλες τις σελίδες, πλην των γυναικείων και των κοινωνικών σελίδων. Οι άνδρες κυριαρχούν στην πρώτη σελίδα, στις οικονομικές ειδήσεις, στις αθλητικές σελίδες και στα editorials.
3. Για την ελληνική βιβλιογραφία, βλέπε Δουλήκη Τ. (1990). Η μελέτη βασίζεται στη σύγκριση των βασικών νομικών διατάξεων του Οικογενειακού και του Εργατικού Δικαίου, ώστε να κριθεί αν τα ΜΜΕ έχουν «εκσυγχρονισθεί» και αν «συμβαδίζουν» με το «πνεύμα» του νομοθέτη και την κοινωνική πραγματικότητα (σελ. 29).
4. Για σχετική ταξινόμηση των προσεγγίσεων, βλέπε McQuail (1983-1987: 52-53, 59) και το άρθρο μου «Δημοσιογραφικές αρχές και αξίες. Η δεοντολογία ενός επαγγελματία», υπό δημοσίευση στο *Θεωρία και Κοινωνία*, τόμ. 6.

5. Δες, ενδεικτικά, τις εισηγήσεις στη Διεθνή συνάντηση με θέμα: «Γυναίκα και Μέσα Ενημέρωσης», Ζάππειο 20-22.10.85, ΓΓΠ-ΓΤΠ, Η Farley (1978), εντούτοις, δεν ανιχνεύει καμία διαφορά που να συνηγορεί υπέρ της άποψης ότι το φύλο των δημοσιογράφων καθορίζει ουσιαστικά το τελικό περιεχόμενο των ΜΜΕ.
6. Βλέπε σχετικά «Δημοσιογραφικές αρχές και αξίες...», ό.π.
7. Ακριβώς αυτή η παραδοχή αποτελεί τον κεντρικό άξονα προβληματισμού για μελετητές σαν τη Morris (1973), που θεωρεί ότι η ποσοτική καταμέτρηση (λέξεις κλειδιά, ποσότητα άρθρων σε εκατοστά και θέση στη σελίδα) καταδεικνύει ότι το γυναικείο κίνημα υπέστη «Blackout» από τον Τύπο, με άμεση συνέπεια στην αποτελεσματικότητά των διεκδικήσεών του.
8. Για ανάλυση του δευτερογενούς - ιδεολογικού επιπέδου των φωτογραφιών των ειδήσεων, βλέπε Hall (1981), Barthes (1961) και (1964a), Lambert (1986).
9. Βλέπε ενδεικτικά Friedan (1963), η οποία κατηγορούσε τα γυναικεία περιοδικά ότι καλλιεργούσαν τη «feminine mystique», την αντίληψη δηλαδή ότι οι γυναίκες μπορούσαν να ολοκληρωθούν ως άτομα μόνο μέσω του γάμου και της οικογένειας, ενώ πρέπει ν' απελευθερωθούν μέσω της επαγγελματικής τους απασχόλησης. Την ίδια ε-ποχή, πάντως, έχει ασκηθεί κριτική στα γυναικεία περιοδικά από τελείως αντίθετη οπτική. Οι Hatch and Hatch (1958), π.χ., θεωρούσαν τα μηνύματά τους ως «ανεπίτρεπτα αισιόδοξα» ως προς την ικανότητα των γυναικών να συνδυάσουν την εργασία και το σπίτι, ως προς τις συνέπειες στην ανατροφή των παιδιών κ.ά. Οι Clarke and Esposito (1966), επίσης, άσκησαν κριτική στα περιοδικά του '50 που απευθύνονται στις γυναίκες υψηλού μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου. Η κριτική τους έχει δύο σκέλη: ότι η προτεινόμενη σταδιοδρομία δεν απευθύνεται στη μέση γυναίκα και ότι «εισάγουν και αναπαράγουν διακρίσεις κατά των γυναικείων ενδιαφερόντων», αφού ως κίνητρα εύρεσης εργασίας και ανταμοιβής θεωρούν την επιτυχία και τον ανταγωνισμό («ανδρικά» κριτήρια) ενώ οι κοινωνιολογικές μελέτες έχουν καταδείξει ότι οι γυναίκες επιδιώκουν για άλλους λόγους την εργασία (να γνωρίσουν κόσμο, να βοηθήσουν τους συνανθρώπους τους, να διευρύνουν τις γνώσεις τους, να ξεφύγουν από την αδράνεια κ.λπ.).
10. Αυτή η αντίληψη της φύσης και των γυναικείων ρόλων καθώς και οι παραδοχές που αφορούν τη μεταβολή τους, αντανακλώνται και στις σελίδες και στήλες που είναι ειδικά «αφιερωμένες» στις γυναίκες. Ιστορικά, οι εφημερίδες προσπαθούν να προσελκύσουν το γυναικείο κοινό δημιουργώντας ειδική σελίδα ή ημιαυτόνομο τμήμα γυναικείων ενδιαφερόντων και ειδήσεων. Στην πραγματικότητα, δεν αποτελείται από «νέα» (hard news) που σχετίζονται με την κάλυψη της καθημερινής ειδησεογραφίας, αλλά από ζητήματα σχετικά με τα υποτιθέμενα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα του γυναικείου αναγνωστικού κοινού που αποτελεί και τον πρώτο στόχο των διαφημιστών (soft news: σπίτι, μαγείρεμα, ντύσιμο, ψυ-

χαγωγή, δημόσιες προσωπικότητες, κοινωνικά κ.ά.). Σήμερα, οι σύγχρονες εφημερίδες συχνά αλλάζουν τις «γυναικείες» σελίδες τους και απευθύνονται σε ευρύτερο κοινό, μεταβάλλοντας τη μορφή τους σε γενικού ενδιαφέροντος τομείς και περιλαμβάνοντας στήλες με κοσμικά, γεγονότα πολιτισμικά, ψευδογεγονότα, κόμικς, κ.λπ. Εντούτοις, αυτές οι ειδικές στήλες εξακολουθούν να ορίζουν τα γυναικεία ενδιαφέροντα ως διαφορετικά από αυτά των ανδρών. Δες σχετικά: C. Dichon (1971-72), Guenin (1975), Miller (1976).

11. Η χειραφέτηση, ως κυρίαρχη αξία, γίνεται το βασικό εργαλείο ανάλυσης και αξιολόγησης της επαγγελματικής απασχόλησης των σύγχρονων γυναικών στα μηνύματα των MME (βλέπε Benoit, 1973: 84). Η εργασία των Clarke and Esposito (1966) είναι χαρακτηριστική αυτού του τρόπου αντιμετώπισης της επαγγελματικής απασχόλησης από τα γυναικεία περιοδικά. Με βασικό αναλυτικό εργαλείο τη «θεωρία των κινήτρων» (motivational theory), οι ερευνητές αναζήτησαν στα άρθρα των περιοδικών τα θεμελιώδη προσωπικά χαρακτηριστικά (κίνητρα και ικανότητες) που απαιτούνται για κάποια απασχόληση, και τις κυρίαρχες «ανταμοιβές» – με την έννοια της ικανοποίησης των κινήτρων – για τις γυναίκες που εργάζονται ή που θέλουν να εργασθούν. Διαπιστώθηκε ότι δίνεται ιδιαίτερη έμφαση σε ασυνήθιστες δουλειές και σε συναρπαστικές καριέρες. Η εξουσία εμφανίζεται πάντα ως ανταμοιβή, και οι ατομικές ικανότητες και η ειδικευση ως προϋποθέσεις για την εργασία. Ειδικότερα, η αναζήτηση εργασίας από τις γυναίκες συνδέεται, πρώτον, με την ευκαιρία να βοηθήσουν τους άλλους (affiliation needs), δεύτερον, με την ανάγκη για φιλοδοξία (achievement needs) και, τρίτον, με την ανάγκη για προσωπική αυτονομία (power needs). Η ανάπτυξη της ευφυΐας, η δημιουργία (cognitive needs), η ενεργοποίηση, η χαρά της περιπέτειας (diffuse energy) και η εργασία ως ιδανική για την προετοιμασία της Γυναίκας στο ρόλο της ως συζύγου-μητέρας (feminine mystique) εμφανίζονται στο περιθώριο του «λόγου» των άρθρων. Ακόμα λιγότερο εκφράζονται απόψεις που αφορούν πρακτικές ανάγκες και κίνητρα (terminal values).
12. Στα μηνύματα του Τύπου, οι εργαζόμενες γυναίκες είναι τριών τύπων: οι γυναίκες «σπόγγοι», που αφομοιώνουν όλες τις καινούργιες ευθύνες χωρίς να εγκαταλείπουν τις παλιές, αυτές που κρατούν την ευθύνη της οικιακής εργασίας αλλά την αναθέτουν σε άλλους (υπηρετικό προσωπικό) και, τέλος, οι γυναίκες «καριέρας», που έχουν χάσει όλα τα γυναικεία χαρακτηριστικά θσιάζοντας την οικογενειακή και προσωπική ζωή.
13. Όπως στην περίπτωση της απεικόνισης της γυναικείας και ανδρικής επαγγελματικής αρμοδιότητας (Gaudart D., 1984), όπου η σημασιοδότηση της σχέσης γνώσης, δραστηριότητας και φύλου εδραιώνει την ύπαρξη δύο ενδιάκριτων περιοχών ανδρικής και γυναικείας αρμοδιότητας προβάλλοντας και αναπαράγοντας μια εικόνα «γυναικείας» γνώσης και ειδικευσης και

μία «ανδρική» αντίστοιχη (π.χ., το κλασικό στερεότυπο του άνδρα γιατρού που είναι αρμόδιος σε ζητήματα υγείας που απαιτούν επιστημονική γνώση, και το αντίστοιχο στερεότυπο της γυναίκας νοσοκόμας που η σφαίρα των αρμοδιοτήτων της σε ζητήματα υγείας αφορά μη επιστημονική περιοχή). Βλέπε, επίσης, ενδεικτικά Turow (1974), και για το διαφημιστικό μήνυμα R. Smith (1980: 250).



14. Παρομοίως, η Honey (1984) ανέλυσε την προπαγάνδα του Γραφείου Πολέμου της Αμερικής κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, που είχε στόχο τη μεταβολή των κυρίαρχων εικόνων των γυναικών προκειμένου να «πεισθούν» να ενταχθούν στο εργατικό δυναμικό, σε δουλειές που ως εκείνη τη στιγμή χαρακτηρίζονταν ανδρικές. Η ερευνητρια διαπίστωσε ότι όλη η προσπάθεια εν μέρει αντιτίθεται στην παραδοσιακή δόμηση του κατά φύλο καταμερισμού της εργασίας, στα στερεότυπα για τη γυναικεία δύναμη και υπευθυνότητα, στους οικογενειακούς ρόλους και περιορισμούς, και επιχειρείται η επιβολή της ιδέας των ανεξάρτητων και ικανών εργαζόμενων γυναικών. Από την άλλη, όμως, κατέδειξε επίσης ότι οι παραδοχές περί της φύσης των γυναικών, της οικιακής εργασίας, της ετεροφυλίας και της οικογένειας παρέμειναν αμετάβλητες. Διαμέσου της αφηγηματικής δομής των αναλυόμενων κειμένων, διαπιστώθηκε ότι εξακολουθούσε να κυριαρχεί η παραδοχή σύμφωνα με την οποία μοναδικό κίνητρο των εργαζόμενων γυναικών είναι η πατρίδα και η οικογένεια, και η αναγνώριση της αφοσίωσης και της αυτοθυσίας τους από τους άνδρες αποτελεί την ελπιόμενη του μόχθου τους.
15. Για την έννοια της «λατρείας της θηλυκότητας» βλέπε ανάλυση της M. Ferguson (1983).
16. Coward R. (1978) «Sexual liberation and the family», *m/f*, No 1, p. 15. Αναφέρονται στο Winship (1981), σελ. 27.
17. Η ρητή κρίση υπόκειται σε επεξεργασία (χειρισμό, λογοκρισία, έλεγχο) αφού είναι υποχρεωμένη να συμβιβάζεται μεταξύ των

ασυνείδητων προσαγών και της θέλησης, μεταξύ της κοινωνικής ηθικής και της αμεσότητας της κοινωνικής αντίληψης.

18. Το βασικό υλικό ανίχνευσης του λανθάνοντος νοήματος είναι τα λάθη, οι πλάγιες εκφράσεις, η ανάδυση ακούσιων και περιθωριακών νοημάτων, οι ρηματικοί παραλογισμοί, τα γλωσσικά τεχνάσματα κ.λπ., καθώς και οι συνηθισμένες γλωσσικές «κατασκευές» (διάταξη των φράσεων, επιλογή των λέξεων, μορφές της πληροφορίας που δίνεται – μορφές γενικές και ασυνείδητες του νοήματός τους).
19. Για παράδειγμα, όταν πρόκειται για ανδρικό άθλημα υιοθετείται η μορφή: «Η Α ομάδα κέρδισε τη Β ομάδα στο πόλο», ενώ όταν πρόκειται για γυναικείο η επικρατέστερη μορφή είναι: «τα κορίτσια της Α ομάδας κέρδισαν τα κορίτσια της Β ομάδας στο πόλο».
20. Ανεξάρτητα από το αν το μίλημα εκφέρεται από εκπρόσωπο του κοινωνικού Εγώ ή κάποιας «μειονότητας».
21. Βλέπε, ενδεικτικά, αντίστοιχα λήμματα από το Λεξικό Δημητράκου.
22. Στη δομή της γλώσσας το αρσενικό και το θηλυκό είναι θεμελιώδεις κατηγορίες και είναι δύσκολο να αρνηθούν, αφού κάθε πληροφορία πρέπει απαραίτητα να ταξινομηθεί σε ένα από τα δύο γένη ή στο «ούτε το ένα ούτε το άλλο» (ουδέτερο). Αλλά, όπως έχουν καταδείξει πολλές φεμινιστικές αναλύσεις, η κατάσταση στην πραγματικότητα είναι πιο σύνθετη γιατί στις ινδοευρωπαϊκές γλώσσες η υποκειμενικότητα του άνδρα εδραιώνεται σημαδεύοντας τη διαφορά του από τα «αντικείμενα» του βλέματός του, της επιθυμίας του, του συναι-

- σθμάτός του, ή της περιφρόνησής του. Η γυναίκα γίνεται αντιληπτή ως ο αρνητικός πόλος σε μια σειρά από ιεραρχικές αντιθέσεις: δραστηριότητα/παθητικότητα, πολιτισμός/φύση, μυαλό/καρδιά, λόγος/πάθος κ.ά. Το φύλο όταν εννοματώνεται με αυτό τον τρόπο δεν ταξινομεί απλά ως αντικείμενα ούτε προδιαγράφει τις νόρμες για την αναπαράστασή τους. Επενδύει ένα ολόκληρο σύμπαν από αντικείμενα και συμπεριφορές με αρσενικές και θηλυκές ιδιότητες και χαρακτηριστικά, τα περισσότερα από τα οποία παραμένουν αδήλωτα. Μέσα σ' αυτό τον κώδικα, μόνο όσοι έχουν την εξουσία να ονοματίζουν παραμένουν ασημάδευτοι, αδιαμεσολάβητοι και μη ενσωματωμένοι (disembodied). Με αυτή την έννοια, οι φεμινιστικές αποδομήσεις της συμβολικής οικονομίας επιχειρούν να διαρρήξουν το μύθο της ανδρικής «μη προοπτικής» (aperspectivity), τη θέση δηλαδή ότι η κυρίαρχη άποψη είναι η αδέσμευτη και αμερόληπτη οπτική (βλέπε Jansen, 1989:201, όπου και η σχετική βιβλιογραφία).
23. Βλέπε, ενδεικτικά, από το λεξικό του Δημητράκου τις υποτιμητικές συνεμφάνσεις του λήμματος γυναίκα και των παραγώγων του: *γυναίκα*: επί ανδρῶν, ο δειλός, θηλυπρεπής· *γυναικίος*, *γυναικίως*, *γυναικήσιος*, *γυναικήσια*: ο γυναικώδης, γυναικήσιος· *πολλάκις καθ'* υπονοούμενην αντίθ. προς το ανδρικός, ανδρείος· *γυναικίζω*: φέρομαι ως γυνή, έχω γυναικός ήθος, μιμούμαι τι το γυναικείον, γυναικοφένω, κιναιδίζεσθαι· *γυναικούλα*: γύναιον. απλοϊκή γυναίκα· *γυναικοδουλεία*: τρόποι, λόγοι, ενέργειαι μικροπρεπείς, εις γυναίκας συνήθως προσιδιάζουσαι, ὅθεν εις ἄνδρας ἀνάρμοστοι, οἷον κεναί λογομαχίαι, διαβολαί, δι' ἀνάξια λόγον διενέξεις· *γυναικοκάδης*: ο ἔχων καρδίαν γυναικός, δειλός, φοβιταύρης· *γυναικολογήματα*: ομιλία εις γυναίκας ἀρμόζουσα, γυναικοκουβέντα (αντίθ. αντρίκια).
24. Η R. Lakoff (1975) θεωρεί ότι στην καθημερινή γλώσσα η αντικατάσταση του όρου «γυναίκα» (woman) με τον ευφημισμό «κυρία» (lady) γίνεται όταν ακριβώς επιδιώκεται να μειωθούν οι αρνητικές συνεμφάνσεις της πρώτης έκφρασης από το αντικείμενο του λόγου [κάποια γυναίκα] (σελ. 19 κ.ε.). Βλέπε, επίσης, M. Yaguello (1978).
25. Στην ανάλυση της διαδικασίας της κατηγοριοποίησης, ως ενδείκτες χρησιμοποιούνται μεταξύ άλλων η δόμηση της φράσης, η τάξη των λέξεων, η επιλογή των λέξεων και των συνεμφανών τους, οι παρασιωπήσεις, οι αρνήσεις, τα αντεστραμμένα στερεότυπα, οι άχρηστες αποσαφηνίσεις, οι επιθετικοί προσδιορισμοί, οι γενικεύσεις καθώς και η απουσία μνείας αυτού που θεωρείται προφανές (cecite logique).
26. Βέβαια, από πολλούς μελετητές υποστηρίζεται ότι οι «άλλες» κατηγορίες δεν έχουν μόνο αρνητικά χαρακτηριστικά. Οι Brown P., Jordanova L. (1982), π.χ., τονίζουν την αντιφατική μορφή που παίρνει ο συμβολικός κόσμος και η πολύπλοκη σχέση με τη βιωμένη εμπειρία: «Οι σχέσεις μεταξύ των μεταφορών που χρησιμοποιούν οι άνθρωποι και των πτυχών της βιωμένης εμπειρίας που επικαλούνται και εκφράζουν είναι άκρως πολύπλοκες. Οι μεταφορές εμπεριέχουν αντιφάσεις, εντάσεις ή ακόμα ό,τι μας φαίνεται λογική ανακολουθία, αλλά αυτό δεν υποθάλπει κατά κανένα τρόπο την ιστορική ισχύ των παραστάσεων. Για παράδειγμα, τον 18ο αιώνα, οι γυναίκες συμβολίζουν την αλήθεια με την έννοια της φυσικής λογικής, της αρετής και της καθαρότητας, και αυτή η αναπαράστασή τους συνυπάρχει με τον ταυτόχρονο συμβολισμό τους ως «αισθημάτων» και «συναίσθηματι-σμού», πάλι σε αναλογία με τη φύση, αλλά συνδεδεμένων αυτή τη φορά με το άλογον (ανορθολογικότητα) και την προκατάληψη...» (αναφέρεται στο Rakow, 1986).
27. Βλέπε Greimas (1966, 1970) και Greimas (1983, ελλ. μτφ. στο «Θεωρία της Αφήγησης», 1991). Everaert-Desmedt N. (1988). Στην ελλ. βιβλιογραφία βλέπε, ενδεικτικά, Φιλίππιδης (1990).
28. Για τη διάκριση actant και acteur, βλέπε ενδεικτικά Everaert-Desmedt N. (1988), σελ. 29.
29. Δεν θα μας απασχολήσει αυτό το ζεύγος θεμάτων αφού αντικείμενο του άρθρου είναι η αναπαράσταση του κατά φύλο καταμερισμού της εργασίας.
30. Όπως διευκρινίζει ο Chabrol, η ανάλυση του αφορά το «Άτομο». Εντούτοις, στο λόγο του γυναικείου Τύπου η «Γυναίκα-Άτομο» είναι ισοδύναμη της «θηλυκότητας» (οντότητας) και οι εκφράσεις: «μα γυναίκα πολύ ανεξάρτητη δεν είναι Γυναίκα» και «η θηλυκότητα είναι ασυμβίβαστη με την υπερβολική ανεξαρτησία», είναι πλήρως ομόλογες (σελ. 16).
31. Γίνεται διάκριση μεταξύ του αρνητικού όρου «μη Εργασία» και του όρου «Γυναικίος Προορισμός». Και τα δύο αντιτίθενται στον όρο «Εργασία», αλλά το ένα έχει θετικό περιεχόμενο ενώ το άλλο δεν έχει.
32. Σύμφωνα με το σημειωτικό τετράγωνο του Greimas, κάθε αφηγηματική λογική οργανώνεται σημασιολογικά πάνω σ' ένα αρχικό δίπολο αντίθετων όρων (το «άσπρο» απέναντι στο «μαύρο»), στο οποίο έρχονται να προστεθούν οι αντιφατικοί και συμπληρωματικοί ως προς τους προηγούμενους όροι («μη άσπρο», «μη μαύρο»). Βλέπε βιβλιογραφία υποσημείωσης 30.
33. Η αντίθετη διαταγή αναφέρεται σε «ορθολογικά» ή «αφηρημένα» στοιχεία και όχι στον άνδρα: η σύγχρονη ζωή, οι ανάγκες, το οικονομικό πρόβλημα, αντικαθιστούν τον άνδρα και απαιτούν κάποια συμπεριφορά από τις γυναίκες (π.χ., την ένταξη στην αγορά εργασίας): βλέπε σελ. 79.
34. Χαρακτηριστική είναι η ανάλυση της διαφήμισης μιας τηλεοπτικής συσκευής, όπου το ανδρικό χέρι παίζει με το remote control (ανάβει, σβήνει ή ακινητοποιεί την εικόνα – γυναίκες που χορεύουν σε καμπαρέ), που σημασιοδοτεί τη σχέση του άνδρα με την πράξη, τον άνδρα θεατή και τη γυναίκα θέαμα ή, ακόμα, τον έλεγχο της γυναικείας σεξουαλικότητας.
35. Πρόκειται για μια διαφήμιση πουτίγκας, που εμμέσως παραπέμπει στην εξιδανικευμένη αξία του παραδοσιακού αγγλικού σπιτικού φαγητού, υπερβαίνοντας οποιαδήποτε ιστορικοκοινωνική διαφορά (η απουσία του φόντου ενισχύει τη σημασία ενός μη χρονικού, τοπικού ή ταξικού προσ-
- διορισμού). Το γυναικείο χέρι σημασιοδοτεί την «οικιακή» θηλυκότητα, ενώ τα άβυσθα νύχια παραπέμπουν στην απλότητα, στην καθαρότητα και στη φυσικότητα, αν συγκριθούν με τα σημεία του άλλου τύπου θηλυκότητας (μακριά βαμμένα νύχια, κοσμήματα), που σημασιοδοτούν τη σεξουαλικότητα και τη γυναικεία ομορφιά.
36. Η διαφήμιση των τοιγάρων Rothmans είναι με τέτοιο τρόπο οργανωμένη, ώστε όλα να παραπέμπουν στο ότι Αυτός είναι ο ηγέτης: το βαθύ μπλε (royal blue) φόντο, η ύπαρξη της υδρογείου και των σημαίων παραπέμπουν στον ουρανό, στον ορίζοντα, στο σύμπαν και στον αγγλικό ιμπεριαλισμό. Το ανδρικό χέρι με κοστούμι, άσπρο κολλαριστό πουκάμισο, περιποιημένα δάχτυλα κ.λπ. σημασιοδοτεί τον μεσοαστό άνδρα ενώ, τέλος, η επικεφαλίδα –world leader– επαναλαμβάνει ό,τι αναπαρίσταται στο εικονογραφικό περιεχόμενο της διαφήμισης.
37. Πρόκειται για ερμηνεία ιδέας του Goffman (1979:29), που υποστηρίζει ότι οι γυναίκες εμφανίζονται περισσότερο από τους άνδρες να αγγίζουν ένα αντικείμενο ή να χαϊδεύουν το περιγράμματό του. Αφορά κυρίως αντικείμενα, όπου το διαφημιστικό μήνυμα επιδιώκει να μεταδώσει την αίσθηση της πολυτέλειας, της φινέτσας, της λεπτότητας, της ευθραυστότητας, του στυλ κ.ά.
38. Αφορά τη θηλυκότητα και τον ανδρισμό μιας άλλης τάξης, όπου ο ανδρισμός ως αντίθετος της θηλυκότητας είναι ταυτόχρονα το αντιφατικό της έννοιας της οικιακής εργασίας.
39. Σύμφωνα με τη βασική της υπόθεση, για κάθε σύστημα σημασίας (επίπεδο καταδήλωσης) που έχει ένα επίπεδο έκφρασης (σημαίνον) και ένα επίπεδο περιεχομένου (σημαινόμενο), είναι δυνατόν παράλληλα να υπάρχει ένα δεύτερο σύστημα (επίπεδο συνδήλωσης), για το οποίο το πρώτο σύστημα αποτελεί το επίπεδο έκφρασης ή σημαίνον του. Βλέπε, π.χ., σχετικά R. Barthes (1964b), ελλ. μτφ. σελ. 127.
40. Επιβεβαιώνεται και εδώ η υπόθεση του Berger (1972), σύμφωνα με την οποία «...οι άνδρες κοιτάζουν τις γυναίκες ενώ οι γυναίκες παρατηρούν τον εαυτό τους όταν τις κοιτάζουν... Ο επιθεωρητής της γυναίκας μέσα στο εγώ της είναι αρσενικός: ο επιθεωρούμενος θηλυκός. Έτσι η γυναίκα μετατρέπει τον εαυτό της σε αντικείμενο και, πιο ιδιαίτερα, σε αντικείμενο θέασης: σε θέαμα» (βλέπε ελλ. μτφ. σελ. 47).
41. Προς αυτή την κατεύθυνση, οι «γυναικείες» ή «κοινωνικές» σελίδες του ημερήσιου Τύπου παίζουν ιδιαίτερο ιδεολογικό ρόλο, παρέχοντας θετική εικόνα της κυρίαρχης τάξης (διασημότητες, προσωπικότητες, βασιλικές οικογένειες κ.λπ.), των προτιμήσεών τους (φαγητό, ντύσιμο), των ενδιαφερόντων τους (ταξίδια, αθλητισμός κ.λπ.), των εκδηλώσεών τους (γάμοι, δεξιώσεις) κ.λπ. Βλέπε σχετικά: Domhoff William G., «The Women's Page as a Window on the Ruling Class», in Tuchman G. et al. (1978).
42. Για τον φιλελεύθερο φεμινισμό βλέπε ενδεικτικά: Eisenstein Z., 1981 και 1984.
43. Αφορούν μεθόδους προσωπικής επίλυσης

των προβλημάτων που δημιουργεί ο «διπλός ρόλος» των γυναικών. Βλέπε Benoit (1973:85).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Περιλαμβάνονται μόνο οι τίτλοι που αναφέρονται στο κείμενο.

- Baehr H. (1980) *Women and the Media*, London, Pergamon Press.
- Barthes R. (1961) «Le message photographique», *Communications* 1, ελλ. μτφ. στο *Εικόνα – Μουσική – Κείμενο*, εκδ. Πλέθρον, 1988.
- (1964a) «La rhétorique de l'image», *Communications* 4, ελλ. μτφ. ό.π.
- (1964b) «Eléments de Sémiologie», *Communications* 4.
- Benoit N., «La nouvelle féminité», in Benoit N., Morin E., Paillard B., *La Femme Majeure. Nouvelle Féminité, Nouveau Féminisme*, σελ. 39-89, Paris, Seuil.
- Berger J. (1972) *Ways of Seeing*, Penguin Books, ελλ. μτφ. εκδ. Οδυσσέας, 1986.
- Blackwood R.E. (1983) «The Content of News Photos: Roles portrayed by Men and Women», *Journalism Quarterly*, vol. 60.
- Brown P., Jordanova L. (1982), «The Oppressive Dichotomies: The Nature/Culture Debate», in Whitelegg E. et al. *The Changing Experience of Women*, Oxford, Basil Blackwell with Open University, pp. 389-399.
- Chabrol C. (1971) *Le Récit Féminin*, Paris, Mouton.
- Clarke P., Esposito V. (1966), «A Study of Occupational Advice for Women in Magazines», *Journalism Quarterly*, vol. 43, φθινόπωρο.
- Coward P. (1978) «Sexual Liberation and the family», *m/f*, No1, p.15.
- Γυναίκα και Μέσα Ενημέρωσης*, εισηγήσεις, Ζάππειο 20-22/10/85, ΓΓΓ-ΓΓΤΠ.
- Davis J. (1982) «Sexist Bias in Eight Newspapers», *Journalism Quarterly*, vol. 59.
- Dichon C. (1971-72) «Women as People on "Women's Pages"», *Matrix*, 57:8-9, Winter.
- Domhoff W.G. (1978) «The Women's Page as a Window on the Ruling Class», in Tuchman G. et al.
- Δουλιέρη Τ. (1990) *Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και Ισότητα των δύο Φύλων*, Αθήνα, εκδ. Παπαζήσης.
- Eisenstein Z. (1981) *The Radical Future of Liberal Feminism*, N.Y., Longman.
- (1984) *Feminism and Inequality. Crisis in Liberal America*, N.Y., Monthly Review Press.
- Everaert-Desmedt N. (1988) *Sémiotique du Récit*, De Boeck Université, Belgique.
- Farley J. (1978) «Womens' Magazines and the Equal Rights Amendment: Friend or Foe?», *Journal of Communication*, vol. 28/1, χειμώνας, σελ. 187-192.
- Ferguson M. (1983) *Womens' Magazines and the Cult of Femininity*, Exeter, Heinemann Educational Books.
- Franzwa H.H. (1974) «Working Women in Fact and Fiction», *Journal of Communication*, vol. 24/2, άνοιξη.
- Friedman B. (1963) *The Feminine Mystique*, New York, W.W. Norton and Company, Inc.
- Gaudart D. (1983) *Women and Media in Austria*, Austrian Federal Ministry for Social Affairs.
- Geise L.A. (1979) «The Female Role in Middle Class Womens' Magazines from 1955-1976 - A Content Analysis of Nonfiction Selection», *Sex Roles*, 5/1:51-62.
- Gerbner G. (1972) «Violence in Television Drama: Trends and Symbolic functions», in Comstock G.A., Rubinstein E.A. (eds.) *Television and Social Behaviour*, vol. 1: *Media Content and Control*, Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office.
- Glazer N. (1980) «Overworking the Working Woman: the Double Day in a Mass Magazine», in Baher H. (ed.) *Women and Media*, London, Pergamon Press.
- Goffman E. (1979) *Gender Advertisements*, London, Macmillan, Β' έκδοση, 1985.
- Greimas A.J. (1966) *Sémiotique Structurale*, Paris, Larousse.
- Greimas A.J. (1970) *Du sens*, Paris, Le Seuil.
- Greimas A.J. (1973) «Les actants, les acteurs et les figures», in Chabrol C. (ed.) *Sémiotique narrative et textuelle*, Paris, Larousse Hachette, ελλ. μτφ. στο *Θεωρία της Αφήγησης*, Αθήνα, Εξάντας, 1991.
- Guenin Z.B. (1975) «Womens' Pages in American Newspapers: Missing out on Contemporary Content», *Journalism Quarterly*, vol. 52/1, άνοιξη, σελ. 66-69.
- Guillaumin (1972) *L'Ideologie Raciste. Genèse et Langage Actuel*, Paris, La Haye, Mouton.
- Guyon F. (1984) *La Publicité n'Affiche pas la Couleur*, Paris, Denoël.
- Hall S. (1981) «The Determination of News Photographs», in Cohen S., Young J. (eds.) *The Manufacture of News. Social Problems. Deviance and the Mass Media*, 2d ed., Sage-Constable.
- Hall S. (1982) «The rediscovery of "ideology": return of the repressed in media studies», στο Gurevitch et al. (eds.) *Culture, Society and the Media*, London Methuen. Ελλ. μτφ. στο Μ. Κομνηνού και Χ. Λυριντζής *Κοινωνία, Εξουσία και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*, Αθήνα, εκδ. Παπαζήσης, 1988, σελ. 89-146.
- Hatch M.G., Hatch D.L. (1958-59) «Problems of Married Working Women as Presented by Three Popular Working Women's Magazines», *Social Forces*, vol. 37.
- Honey M. (1984) *Creating Rosie the Riveter: Class, Gender and Propaganda during World War II*, Amherst: University of Massachusetts Press.
- Jaddou L., Williams J. (1981) «A Theoretical Contribution to the Struggle against the Dominant Representations of Women», *Media, Culture and Society*, vol. 3, σελ. 105-124.
- Jansen S.C. (1989) «Gender and the Information Society: A Socially Structured Silence», *Journal of Communication*, 39/3 καλοκαίρι, σελ. 196-215.
- Κωνσταντινίδου Χ., «Δημοσιογραφικές αρχές και αξίες. Η δεοντολογία ενός επαγγέλματος», υπό δημοσίευση στο *Θεωρία και Κοινωνία*, τεύχ. 6.
- Lakoff R. (1975) *Language and the Woman's Place*, Harper Colophon Books, N.Y.
- Lambert (1986) *Mythographies. La Photo de Presse et ses Images*, Paris, Edilig.
- Lazer C., Dier S. (1978) «The Labor Force in Fiction», in *Journal of Communication*, vol. 28/1, χειμώνας.
- Loughlin B. (1983) «The Women's Magazine Short Story Heroine», in *Journalism Quarterly*, vol. 60.
- Luebke Barbara F. (1989) «Out of Focus: Images of Women and Men in Newspaper Photographs», *Sex Roles*, 20, 3-4, Feb. σελ. 121-133.
- McQuail D. (1983-1987) *Mass Communication Theory*, London, Sage Publications.
- Merritt S., Gross H. (1978) «"Women's" Page/Lifestyle Editors: Does Sex Make a Difference», *Journalism Quarterly*, vol. 55/3: 508-514.
- Miller S.H. (1975) «The Content of News Photos: Women's and men's Roles», *Journalism Quarterly*, vol. 52: 70-75.
- Miller S.H. (1976) «Changes in Women's Lifestyle Sections», *Journalism Quarterly*, vol. 53: 641-647.
- Newkirk C.R. (1977) «Female Roles in Non-Fiction on Three Womens' Magazines», *Journalism Quarterly*, vol. 54/4:779-782, χειμώνας.
- Rakow L.F. (1986) «Rethinking Gender Research in Communication», *Journal of Communication*, vol. 36/4.
- Smith R. (1980) «Images and Equality: Women and the National Press», in Christian H. (ed.), *The Sociology of Journalism and the Press*, Keele, University of Keele, Sociological Review Monograph, 29.
- Thorne B., Henley N. (eds.) (1975), *Language and Sex: Difference and Dominance*, Rowley Mass, Newbury House.
- Tuchman G. (1978a) «Introduction: the Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media», in G. Tuchman et al.
- Tuchman G. et al. (eds.) (1978b) *Heart and Home: Images of Women in the Mass Media*, Oxford, Oxford University Press.
- Turow J. (1974) «Advising and Ordering: Daytime, Prime Time», *Journal of Communication*, vol. 24/2, άνοιξη.
- Unrug (d') M.-C. (1974) *Analyse de Contenu*, Paris, Jean Pierre Delarge.
- Φιλίππιδης Σ.Ν. (1990) «Οι αφηγηματικές θεωρίες του Α.Ι. Greimas», περ. *Σπείρα*, 3η περίοδος, τεύχ. 1, καλοκαίρι, σελ. 34-45.
- Weibel K. (1977) *Mirror, Mirror. Images of Women Reflected in Popular Culture*, Garden City, N.Y., Anchor Books.
- Winship J. (1981) «Handling Sex», in *Media, Culture and Society*, vol. 3: 25-41.
- Yagello M. (1978) *Les mots et les femmes*, Paris, Payot.