

Μια αίθουσα αναμονής, ένα έγκλημα τιμής και ένα περιοδικό

Τα ραντεβού περιμένουν στο σαλόνι του ιατρείου. Αγχωμένες πρωτάρες, ζευγάρια, ετοιμόγεννες πριν τον τελευταίο υπέρηχο, κυρίες στην εμμηνόπαυση που χαζεύουν αφηρημένα μια επανάληψη στην τηλεόραση. Οι νεότερες ανακατεύουν τα περιοδικά που βρίσκονται αραδιασμένα στο τραπεζάκι και διαβάζουν τις νέες τάσεις για την άνοιξη-καλοκαίρι 2012. Τι κι αν έξω χιονίζει και βρισκόμαστε λίγο πριν την άνοιξη-καλοκαίρι 2015. Οτιδήποτε για να περάσει η ώρα και να ξεχαστείς, πριν η πόρτα ανοίξει και ο γιατρός σου θυμίσει τον λόγο για τον οποίον είσαι εκεί. Μέσα σε αυτό το κοιμητήριο γυναικείων περιοδικών, ξεχώρισα ένα σπάνιο εύρημα καθώς αναγράφει «Φεβρουάριος 2015». Φρέσκο υλικό, σκέφτομαι. Αμέσως, το όνομα του περιοδικού με πήγε πίσω, κάπου στα μέσα της δεκαετίας του '90, όταν σε ένα ακτοπλοϊκό ταξίδι της εφηβείας μου, μια τότε 25άρα Αγγλίδα του διπλανού καναπέ μου είπε ότι μπορώ να το διαβάσω αν ήθελα, όταν η ίδια το τελειώσει. Ένα «θρυλικό» Cosmopolitan. Θυμάμαι ακόμα την περιέργεια μου όταν το άνοιξα και τη δυσφορία μου όταν το έκλεισα, αφού πρώτα ο δεκαπεντάχρονος εαυτός μου είχε χαθεί σε έναν κυκεώνα ερωτημάτων. Δηλαδή πρέπει να έχω τόσα σύνεργα κοκεταρίας σε λίγο καιρό; Πρέπει να αγοράσω τόσα πολλά, ακριβά και εκκεντρικά ρούχα για να κυκλοφορώ εκεί έξω; Δηλαδή αυτό είναι ο έρωτας, το σεξ; Πολύπλοκο, προσαρμοσμένο στα γούστα του εκάστοτε, ενίοτε προσβλητικό; Πρέπει να μάθω τόσα κόλπα συμπεριφοράς και τόσες ατάκες για να τον κρατήσω και να μην τρέξει μακριά μου; Πρέπει να ξέρω όλους τους τρόπους για να εισπράττω κομπλιμέντα και μέσα από αυτά, να ξεχωρίσω εκείνον τον άνδρα – κατά προτίμηση τον πλουσιότερο – που θα τον πείσω να με περιμένει στα σκαλιά της εκκλησίας;



φώτο Pen Tri

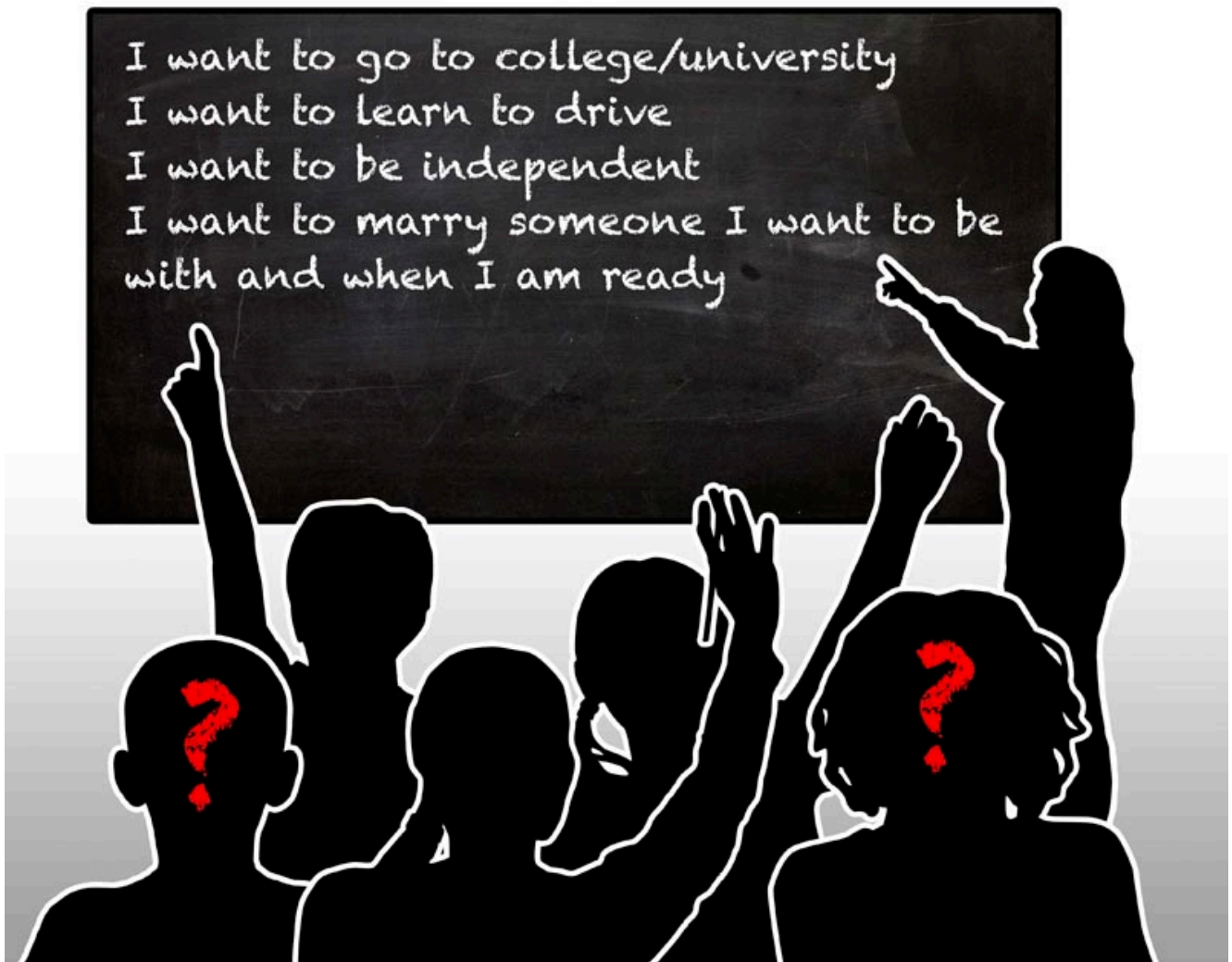
Είκοσι χρόνια μετά, στον καναπέ μιας αίθουσας αναμονής που αφορά την άλλη εκδοχή των υποχρεώσεων μιας γυναίκας απέναντι στον εαυτό της (πρόληψη, έλεγχος, φροντίδα), διαπιστώνω ότι το 1ο περιοδικό στον κόσμο – όπως διαφημίζεται – συνεχίζει να χτίζει τη γυναικεία ταυτότητα με τα ίδια υλικά. Ίσως και να έχει προσθέσει κάποια ρεαλιστικά στοιχεία ενός κόσμου σε κρίση, όπως για παράδειγμα είναι τα «tips» για την εύρεση εργασίας ή επιβίωσης στην υπάρχουσα θέση εργασίας εν μέσω δυσθεώρητης ανεργίας. Όμως, ο βασικός κορμός της θεματολογίας παραμένει ίδιος και απaráλλακτος. Μόδα και ομορφιά, ώστε οι αναγνώστριες – που τυγχάνει να είναι εκείνο το εξαίσιο κοινό-στόχος μεταξύ 16 και 35 ετών για τις εταιρίες επικοινωνίας – να κυκλοφορούν ως κινούμενες διαφημίσεις, αδειάζοντας πορτοφόλια, γεμίζοντας συρτάρια και ντουλάπες με αλλοπρόσαλλα είδη και συμμετέχοντας, με αυτόν τον τρόπο, στην αύξηση της εισροής διαφημιστικών εσόδων στο περιοδικό. Σχέσεις («τα 10 ωραιότερα φιλιά που έχουμε δει σε σειρές», «8 λόγοι που αγαπάμε τους άντρες με μούσια») και σεξ («όταν εκείνος θέλει

να του μιλήσεις βρώμικα») ώστε οι αναγνώστριες να απελευθερωθούν τάχα από τα ταμπού μιας ανδροκρατούμενης κοινωνίας και να σκεφτούν ελεύθερα για το σεξ, ως το πρώτο και κύριο μέσο για τον αυτοπροσδιορισμό και την αυτοπεποίθησή τους. «Καλή Ζωή» ώστε οι αναγνώστριες να ενημερωθούν πολύ συνοπτικά και πρωτίστως επιφανειακά για όσα συμβαίνουν στη μουσική, τα βιβλία, τον κινηματογράφο και επίσης, να μάθουν τρόπους επιβίωσης και ανάδειξης στο εργασιακό τους περιβάλλον. Η επιβίωση και η ανάδειξη σημαίνει άριστες σχέσεις με τον προϊστάμενο και after work ποτά με τους συναδέλφους, τι και αν οι προσωπικότητες αυτές μπορεί να είναι ασύμβατες με τις δικές τους, τι και αν η βελτίωση των εργασιακών συνθηκών τους μπορεί να περνάει μέσα από τα δύσβατα μονοπάτια των αρνήσεων και των διεκδικήσεων. «Αληθινές ιστορίες» ώστε οι αναγνώστριες να καλλιεργήσουν την αίσθηση της κοινότητας μεταξύ τους και να πραγματώσουν ένα από τα συνθήματα του περιοδικού, «όλα τα κορίτσια μαζί». Θέλησα να το ξεφυλλίσω πιο στοχευμένα. Το τεύχος «Φεβρουάριος 2015» έχει 154 σελίδες. Οι 55 σελίδες είναι αφιερωμένες σε μόδα και ομορφιά. Κάθε πρόταση μόδας και ομορφιάς αντιστοιχεί και σε μια μικρή διαφημιστική καταχώρηση, με τιμή (όχι σε όλα, μάλλον για ευνόητους λόγους) και επωνυμία. Οι 30 σελίδες είναι αφιερωμένες σε άντρες, σεξ, σχέσεις. Μεταξύ άλλων μαθαίνεις για το πρώτο πράγμα που θα κοιτάξει τη στιγμή που θα βγάλεις τα ρούχα σου, θα σου ζητηθεί να στείλεις τα στοιχεία αυτού που πιστεύεις ότι είναι ο πιο όμορφος από τους όμορφους είτε είναι φίλος σου είτε τον είδες στο μετρό, θα δεις μια μεγάλη έρευνα σεξ (με την κλασική χρήση ποσοστών) για όσα κάνετε, για το φλερτ στο facebook, για τα ραντεβού και φυσικά ένα επετειακό αφιέρωμα για καυτές συνεντεύξεις την ημέρα του Αγ. Βαλεντίνου. Οι υπόλοιπες σελίδες γεμίζουν με μικρές συνεντεύξεις, ερωτήσεις – απαντήσεις σε προβλήματα αναγνωστριών (κυρίως αισθηματικής φύσεως), αληθινές ιστορίες, επιγραμματικές συμβουλές για τη δουλειά και την εξεταστική και επίσης, υπάρχουν δυο σελίδες με ακόμη πιο επιγραμματικές προτάσεις για τη ζωή στην πόλη (εκθέσεις, μουσική, ταινίες).

Η αναμονή τελείωσε και το περιοδικό τοποθετήθηκε εκεί που ανήκει, πάνω στο τραπεζάκι, ανάμεσα στο σωρό των λοιπών περιοδικών της λήθης.

**

Λίγες ημέρες αργότερα, έτυχε να διαβάσω κάποια [στοιχεία](#) για τα εγκλήματα τιμής σε περιπτώσεις οικογενειών που έχουν μεταναστεύσει και τυπικά έχουν ενσωματωθεί στην αγγλική κοινωνία, αλλά διατηρούν συγκεκριμένα ήθη και πρότυπα συμπεριφοράς. Τα εγκλήματα τιμής έχουν ως θύματα, θυγατέρες της οικογένειας είτε γιατί αρνούνται να προχωρήσουν σε έναν προαποφασισμένο – από τους γονείς – γάμο είτε γιατί οι γονείς δεν εγκρίνουν την επιλογή της κόρης τους ή ακόμη και τον δυτικό τρόπο ζωής της με ότι αυτό και αν σημαίνει. Μόνο στην Αγγλία, υπολογίζεται ότι διαπράττονται τουλάχιστον 12 τέτοιοι φόνοι κάθε χρόνο ενώ οι σχετικές παραβάσεις που δεν καταλήγουν σε φόνο μπορεί να φτάνουν και τις 130 σε διάστημα λίγων μηνών.



πηγή www.karmanirvana.org.uk

Δέκα χρόνια μετά από ένα τέτοιο έγκλημα, με θύμα μια 17χρονη βρετανοπακιστανή που στραγγαλίστηκε από τους γονείς της μπροστά στα αδέρφια της επειδή αρνήθηκε να προχωρήσει στο γάμο που είχαν αποφασίσει οι γονείς της, το βρετανικό *Cosmopolitan* σε συνεργασία με την μη κυβερνητική οργάνωση [Karma Nirvana](http://www.karmanirvana.org.uk) που ασχολείται με το ζήτημα, αποφάσισε να ξεκινήσει μια καμπάνια με σκοπό την ευαισθητοποίηση του κοινού για τα εγκλήματα τιμής. Το διαφημιστικό δείχνει την κοπέλα ενός εξώφυλλου του περιοδικού που ασφυκτιά μέσα σε ένα πλαστικό περιτύλιγμα ενώ δυο χέρια το σκίζουν προκειμένου να την απελευθερώσουν. Όσο και να το σταθμίσει κάποιος, δεν θα ήταν άδικο να πει ότι όπως πολλές πολυεθνικές εταιρίες ψάχνουν και βρίσκουν το πεδίο εφαρμογής της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης τους, έτσι και το

Cosmopolitan ως μια τέτοια εταιρία, με παρουσία σε 100 χώρες και αγοραστικό κοινό που ξεπερνάει τις 100 εκατομμύρια αναγνώστριες, βρίσκει την δική του εταιρική κοινωνική ευθύνη σε μια καμπάνια κατά των εγκλημάτων τιμής. Με τον έναν ή με τον άλλον τρόπο, πολλές δεκαετίες τώρα έχει εκπαιδεύσει τις γυναίκες του κόσμου να βλέπουν τον εαυτό τους με το βλέμμα του άντρα, τις έχει εκπαιδεύσει σε μια ολόκληρη παράδοση υποταγής με ένα περιτύλιγμα φεμινισμού, τις έχει μάθει δήθεν τρόπους επιβίωσης σε έναν πατριαρχικό πολιτισμό χωρίς ίχνος αμφισβήτησης του. Η απελευθέρωση της κοπέλας του περιοδικού από το πλαστικό περιτύλιγμα θα ήταν κέρδος για την παγκόσμια κοινωνία αλλά όχι με τους όρους που προτείνει το κάθε Cosmopolitan για τον απλούστατο λόγο ότι ο δρόμος που έχει να της δείξει μετά την «απελευθέρωση» είναι μια σειρά από αναχρονισμούς και φανταχτερά δεσμά που εξασφαλίζουν τα υπερκέρδη άλλων πολυεθνικών (ένδυση, καλλυντικά κλπ) και διαφημιστικών εταιριών. Φαίνεται ότι δεν θα της μιλήσει ποτέ για το δικαίωμα σε ίσες αμοιβές, για τον αγώνα της διεκδίκησης καλύτερων συνθηκών ζωής, για το δικαίωμα στη μητρότητα σε συνθήκες κρατικής διευκόλυνσης και αρωγής, για την ουσιαστική και διεθνή αλληλεγγύη μεταξύ γυναικών.

Καλή μου Σιμόν ντε Μποβουάρ, πόσο μελάνι και σκέψη για αυτό το Δεύτερο Φύλο και πόσα λίγα βήματα μπροστά.