



ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΞΕΝΩΝ ΓΛΩΣΣΩΝ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΕΡΜΗΝΕΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ : «Ο ΓΛΩΣΣΙΚΟΣ ΣΕΞΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΕΚΦΟΡΑ ΤΟΥ
ΣΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟ ΛΟΓΟ»**

Επιβλέποντες καθηγητές : Καρλάφτη-Μουρατίδη Φωτεινή

Λίβας Σωτήριος

Φοιτήτρια: Καρατσαλιώτη Άννα

A.M. Ξ2017032

Κέρκυρα Σεπτέμβριος 2022

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Πρόλογος.....	4-5
1.Γλώσσα και φύλο	6-7
2.Σεξισμός.....	7-8
3.Ο σεξισμός στην εκφορά του δημόσιου λόγου και τα έμφυλα στερεότυπα	8-9
4.Μ.Μ.Ε. και γλωσσικός σεξισμός.....	10-11
5.Γλωσσικός σεξισμός στις ψυχαγωγικές εκπομπές	11
6. Γλωσσικός σεξισμός στις διαφημίσεις	12-13
7.Προτάσεις για την εξάλειψη του γλωσσικού σεξισμού στην εκφορά του δημόσιου λόγου	13-16

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Πρόλογος

Η χρήση του όρου «γυναικείο ζήτημα» στον ελληνικό δημόσιο λόγο είναι συνυφασμένη με την ευρύτερη προβληματική για την κοινωνική θέση της γυναίκας ή και την αναγκαιότητα παρεμβάσεων για τη βελτίωσή της. Ήδη από τα τέλη του 19ου αιώνα, τα δικαιώματα της Ελληνίδας, άρχισαν να εκφράζονται και να γίνονται πεδίο διεκδίκησης σε μεγάλο ποσοστό, από το φεμινιστικό κίνημα στο πλαίσιο μιας πολυσύνθετης διαδικασίας μετασχηματισμού των γυναικείων αναπαραστάσεων με σκοπό την επανασηματοδότηση του τρόπου που έως τότε αντιμετωπιζόταν η γυναίκα, αίτημα μιας συστηματικής κριτικής από την πλευρά των γυναικών για το ίδιο το φύλο τους. (Αβδελά 2002:87)

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να ανιχνεύσει τη θέση της γυναίκας στη δημόσια εκφορά του λόγου στον 21^ο αιώνα, ώστε να σταθεί εφελκυστικό νέων προβληματισμών για το κατά πόσο ικανοποιήθηκαν τα αιτήματα του φεμινιστικού κινήματος και έχει επιτευχθεί η άρση των στερεοτύπων που αφορούν στο γυναικείο φύλο στη σημερινή εποχή.

Αρχικά, παρουσιάζεται η στενή σχέση του φύλου και της γλώσσας, καθώς ο τρόπος που εκφράζεται το κάθε φύλο διέπεται από συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, αποτέλεσμα κοινωνικών συμβάσεων και στερεοτύπων. Έτσι διαφορετικός είναι ο τρόπος που αναμένεται να εκφραστεί μια γυναίκα σε σχέση με έναν άντρα με αποτέλεσμα να δημιουργείται γλωσσικός σεξισμός, έννοια που αναλύεται στη συνέχεια της παρούσας εργασίας.

Στο επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζεται ο σεξισμός στην εκφορά του δημόσιου λόγου και τα έμφυλα στερεότυπα, όπου και γίνεται αναφορά των όσων συμβαίνουν στην ελληνική δημόσια διοίκηση, η οποία χαρακτηρίζεται από μια ανδροκεντρική οργανωσιακή κουλτούρα που αντανακλάται τόσο στον γραπτό όσο και στον προφορικό λόγο που έχει υιοθετήσει. Αυτό είναι κάτι αναπόφευκτο, αφού οι περισσότερες θέσεις στα κέντρα λήψης αποφάσεων καταλαμβάνονται από άντρες, ενώ ταυτόχρονα παρουσιάζονται τα σημεία, στα οποία τα έμφυλα στερεότυπα είναι εμφανή.

Στο επόμενο κεφάλαιο η εργασία επικεντρώνεται στα Μ.Μ.Ε. και τον γλωσσικό σεξισμό που παρατηρούμε σε αυτά, καθώς διαδραματίζουν καίριο λόγο στη διαμόρφωση των κοινωνικών προτύπων και συμβάλουν στην αναπαραγωγή του γλωσσικού σεξισμού διαμορφώνοντας παράλληλα την αντίληψη ότι οι γυναίκες είτε δεν εκπροσωπούν κανέναν είτε δεν είναι σε θέση να το κάνουν. Προχωρώντας γίνεται αναφορά στον γλωσσικό σεξισμό στις ψυχαγωγικές εκπομπές, οι οποίες παρουσιάζουν ένα πρότυπο γυναίκας που ασχολείται αποκλειστικά με την εξωτερική της εμφάνιση, έχει χαμηλό μορφωτικό επίπεδο και τα ενδιαφέροντά της εστιάζονται αποκλειστικά στην ενασχόληση της με το σπίτι και την ανατροφή των παιδιών. Το ίδιο συμβαίνει και στο χώρο των διαφημίσεων που χρησιμοποιεί το γυναικείο σώμα για την προβολή προϊόντων και υποτιμά τη γυναίκα χρησιμοποιώντας σεξιστικούς χαρακτηρισμούς και παρουσιάζοντας την εξαρτημένη από τον άντρα, χωρίς να γίνεται οποιαδήποτε νύξη σχετικά με το πνευματικό και μορφωτικό της επίπεδο.

Τέλος, παρουσιάζονται προτάσεις σχετικές με την εξάλειψη του γλωσσικού σεξισμού στην εκφορά του δημόσιου λόγου, γεγονός στο οποίο η παρούσα εργασία φιλοδοξεί να συμβάλει. Ο γλωσσικός, άλλωστε, σεξισμός απηχεί τον τρόπο αντιμετώπισης της γυναίκας ως άτομο, ως προσωπικότητα και ως μέλος του κοινωνικού συνόλου. Η εξάλειψή του θα μπορούσε να αποτελέσει ένα σημαντικό βήμα προς τη βελτίωση τόσο της θέσης της, όσο και του τρόπου που αντιμετωπίζεται σήμερα.

1. Γλώσσα και φύλο

Η διάκριση της γλώσσας με βάση το φύλο(γλωσσικός σεξισμός) αποτελεί ένα θέμα που απασχόλησε τους γλωσσολόγους ήδη από τις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα (Sapir, 1915: 34). Ιδιαίτερη έμφαση, όμως, δόθηκε μετά την ανάπτυξη του γυναικείου κινήματος στις Η.Π.Α. το 1960 και ιδιαίτερα στη δεκαετία του 1970, οπότε εμφανίζονται οι πρώτες φεμινίστριες γλωσσολόγοι.

Η πρώτη που ασχολήθηκε με το θέμα του γλωσσικού σεξισμού είναι η Robin Lacoff η οποία εντόπισε τους τρόπους με τους οποίους η γλώσσα λειτουργεί εναντίον των γυναικών. Παράλληλα η Lacoff αποδίδει στη γυναικεία γλώσσα τα εξής χαρακτηριστικά : α) οι γυναίκες γνωρίζουν τις λεπτές χρωματικές διαβαθμίσεις (σομόν, βεραμάν, μπορντώ) β) χρησιμοποιούν ανούσια /κενά επίθετα για να εκφράσουν θετικά συναισθήματα(καταπληκτικό, θεϊκό, υπέροχο) γ) αποφεύγουν τις υβριστικές εκφράσεις και τη χρήση έντονων επιφωνημάτων επιδοκιμασίας δ)προσθέτουν επιτακτικά έννοιας(ευχαριστώ πάρα πάρα πολύ) ε)χρησιμοποιούν ερωτήσεις ηχώ και ερωτηματικό επιτονισμό σε καταφατικές προτάσεις(Θα πάμε βόλτα. Δεν θα πάμε;) στ) επιμηκύνουν τις παρακλήσεις τους με πρόσθεση εκφράσεων ευγενείας.(Μπορείς να με πετάξεις για ψώνια σε παρακαλώ;) ζ)χρησιμοποιούν επισχετικούς συνομιλιακούς δείκτες(ίσως, μπορεί, πιθανόν) η) Χρησιμοποιούν περισσότερους τύπους της πρότυπης γλωσσικής ποικιλίας από τους άντρες (ζέστη αντί για ζέστα)(Lacoff,1975:45).

Η Μακρή- Τσιλιπάκου προσθέτει κάποια επιπλέον χαρακτηριστικά που αφορούν την επικοινωνιακή στρατηγική των γυναικών α) αποφεύγουν τις διακοπές και τις επικαλύψεις, όταν συνομιλούν β)δρουν υποστηρικτικά σε μια συνομιλία γ)Δεν ελέγχουν, αλλά απλά συντηρούν μια συζήτηση) (Μακρή Τσιλιπάκου, 2002:148).

Σε αντίθεση η γλώσσα που χρησιμοποιούν οι άντρες στην επικοινωνιακή τους στρατηγική έχει διαφορετικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα α) Στις συνομιλίες τους τα βασικά θέματα που συζητούν οι άντρες αφορούν στην πολιτική, στα αυτοκίνητα , στα αθλητικά β) μένουν σιωπηλοί ως ακροατές και δεν κοιτάζουν το συνομιλητή ή τη συνομιλήτρια τους γ) κάνουν μεγάλη χρήση καταφάσεων ή προσταγών για τις δικές τους τοποθετήσεις ή επιθυμίες δ) Χρησιμοποιούν βωμολοχίες και τολμηρή γλώσσα

για να εκφράσουν τις διαθέσεις τους ε) αποφεύγουν να εκφράσουν τον τρόπο που νιώθουν και σκέφτονται.

2. Σεξισμός

Η πρακτική της υποτίμησης κάποιου ατόμου με βάση το φύλο του ονομάζεται σεξισμός. Η υποτίμηση αυτή γίνεται συνήθως εις βάρος των γυναικών και αντανακλάται στα συστήματα της γλώσσας, τα οποία ενέχουν σεξιστικά γλωσσικά στοιχεία που αναδεικνύουν την έμφυλη ανισότητα σε κάθε κοινωνία.

Σύμφωνα με το Λεξικό της Κοινής Νεοελληνικής του Ινστιτούτου Νεοελληνικών Σπουδών ο σεξισμός ορίζεται ως «διάκριση με βάση το φύλο, όρος που χρησιμοποιήθηκε κυρίως από το φεμινιστικό κίνημα για να δηλώσει την εξουσιαστική τάση των ανδρών πάνω στις γυναίκες και τις διακρίσεις σε βάρος των γυναικών, ως απόρροια της ανδροκρατικής νοοτροπίας.» (www.greek-language.gr, τελευταία ανάκτηση 21/7/2022).

Ανάλογος είναι και ο ορισμός που συναντάμε στο Λεξικό της Νέας Ελληνικής του Γ. Μπαμπινιώτη «σεξισμός (ο) η συμπεριφορά που βασίζεται στην πεποίθηση, ότι ένα από τα δύο φύλα είναι κατώτερο από το άλλο· (ειδικότ.) η υποτιμητική μεταχείριση γυναικών από άνδρες (πβ. ανδρικός σοβινισμός, λ. σοβινισμός). (Μπαμπινιώτης, 1998: 523)

Τέλος με βάση το English Language Dictionary σεξισμός είναι « Η ιδέα ή η αντίληψη, ότι τα άτομα ενός φύλου είναι λιγότερο έξυπνα ή λιγότερο ικανά από αυτά του άλλου φύλου και ότι συγκεκριμένες εργασίες ή δραστηριότητες είναι κατάλληλες για τις γυναίκες, ενώ άλλες για τους άνδρες. Συχνά χρησιμοποιείται από τις γυναίκες ως έκφραση αποδοκιμασίας για τις σε βάρος τους διακρίσεις. / / Η λέξη σεξισμός χρησιμοποιείται για να χαρακτηρίσει το ιδιαίτερο είδος καταπίεσης που ασκείται σε βάρος των γυναικών. Ο όρος περικλείει δύο έννοιες. Η πρώτη είναι, ότι οι άνδρες είναι πιο σημαντικοί από τις γυναίκες και η δεύτερη, ότι ο ρόλος των γυναικών είναι να προσφέρουν ευχαρίστηση στους άνδρες και να τους βοηθούν. / / Η αναζήτηση ελκυστικού και ικανού συντρόφου, για να συμπληρώνει ο ένας τον άλλο και να υπάρχει αρμονική συμβίωση».(Cellins Cobuild 1987: 355)

Λαμβάνοντας υπόψη πως οι γλωσσικές και κοινωνικές πρακτικές έχουν μια αλληλεπιδραστική σχέση γίνεται αντιληπτό πως οι σεξιστικές αντιλήψεις που αντανακλώνται στο γλωσσικό σύστημα οδηγούν στο να θεωρούνται «φυσικές» οι έμφυλες διακρίσεις της κοινωνίας (Αρχάκης & Κονδύλη, 2011: 147-152).

3. Ο σεξισμός στην εκφορά του δημόσιου λόγου και τα έμφυλα στερεότυπα

Η Ελληνική Δημόσια Διοίκηση απέχει αρκετά από το να θεωρηθεί ένα Σύστημα Διοίκησης «Ανοικτών Θυρών» (Open Doors System), καθώς έως τώρα η δομή της στηρίζεται στην ανδρική εμπειρία και την ανδρική κατανομή και διαχείριση του χρόνου. Επομένως, μπορούμε να μιλάμε για μια ανδροκεντρική οργανωσιακή κουλτούρα, η οποία έχει αντίκτυπο και στον τρόπο διοίκησης, αλλά και στο γραπτό και προφορικό λόγο που αρθρώνεται μέσα στα πλαίσιά της.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως στη Δημόσια Διοίκηση η πλειοψηφία των θέσεων καταλαμβάνεται από γυναίκες, αφού αυτές επιτυγχάνουν υψηλότερες αποδόσεις στους γραπτούς διαγωνισμούς που κατά καιρούς έχουν διεξαχθεί για τη στελέχωση του Δημόσιου Τομέα. Παρόλα αυτά μιλάμε για έμφυλα στερεότυπα, καθώς οι ανώτερες θέσεις, όπως και η πλειοψηφία των θέσεων στα κέντρα λήψης αποφάσεων ανήκουν κατά κανόνα στους άντρες εξαιτίας της ανδροκρατικής οργάνωσης που αναφέρθηκε παραπάνω, και τα έμφυλα στερεότυπα και τις προκαταλήψεις, που διαμορφώνουν ταυτόχρονα και τα κριτήρια αξιολόγησης.

Με βάση έρευνα που διεξήχθη από τη Γενική Γραμματεία Ισότητας των Δύο Φύλων τα έμφυλα στερεότυπα είναι εμφανή σε θέματα, όπως:

- την αξιολόγηση με κριτήριο το φύλο διαφόρων μέτρων και πολιτικών, αλλά και η διερεύνηση των επιπτώσεων της εφαρμογής τους σε κάθε φύλο χωριστά.
- την έλλειψη πληροφοριακών συστημάτων που συνδέονται με τη λήψη των αποφάσεων, τα οποία προσφέρουν κατά φύλο σχετικά δεδομένα, χρήσιμα στο σχεδιασμό των διαφόρων πολιτικών.
- την απουσία ερευνών/μελετών για τον έμφυλο χάρτη της ελληνικής Δημόσιας Διοίκησης, όπως και έμφυλες Στρατηγικές Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού.
- την μη ύπαρξη μόνιμων μηχανισμών διαβούλευσης για ζητήματα φύλου και ισότητας ευκαιριών με κοινωνικούς φορείς και φορείς ισότητας.

- την απουσία Στρατηγικών και Πλάνων Ισόρροπης Συμμετοχής ανδρών και γυναικών στο σύνολο των επιπέδων λήψης των αποφάσεων και μάλιστα σε εκείνα που επιδρούν σημαντικά στην κοινωνία και την οικονομία.

- την έλλειψη ολοκληρωμένης Στρατηγικής Επιμόρφωσης/Εναισθητοποίησης των στελεχών της Δημόσιας Διοίκησης σε ζητήματα Ισότητας των Φύλων και των Ευκαιριών.

- την συστηματική και γενικευμένη χρήση ανδροκεντρικής-σεξιστικής γλώσσας στο σύνολο σχεδόν των εν χρήσει διοικητικών οργάνων κ.ά. (Γενική Γραμματεία Ισότητας των δύο Φύλων, 2018: 74).

Εστιάζοντας στη χρήση της σεξιστικής γλώσσας στη Δημόσια διοίκηση διαπιστώνουμε πως τα ουσιαστικά εκείνα που συνδέονται με επαγγέλματα που θεωρούνται υψηλού κοινωνικού κύρους δυστυχώς χρησιμοποιούνται και για τις γυναίκες και για τους άνδρες με απλή αλλαγή του άρθρου που τα συνοδεύει π.χ. η/ο συνάδελφος. Πληθώρα τέτοιων ουσιαστικών εντοπίζονται σε όλη την τυπολογία των δημόσιων εγγράφων εφόσον αυτά ρυθμίζουν διαδικασίες που αφορούν ομάδες ανθρώπων με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και τη σχέση τους με την κρατική διοίκηση. η χρήση θηλυκών καταλήξεων δεν μειώνει το κύρος των γυναικών στον επαγγελματικό τομέα. Αντίθετα, τις καθιστά ορατές και μπορούν να αποτελέσουν πρότυπα για τις νεότερες γενιές.(Γενική Γραμματεία Ισότητας των δύο Φύλων, 2018: 82.).

Όπως υποστηρίζει η Παυλίδου (2002: 50), «[...] κάτι που εκ πρώτης όψεως μοιάζει να είναι απόλυτα θεμιτό και αθώο –μια ακόμη έκφανση της αρχής της οικονομίας στη γλώσσα- οδηγεί στον αποκλεισμό το μεγαλύτερο μέρος του ελληνικού πληθυσμού, αρχικά από το πεδίο της πρόσληψης και στη συνέχεια από τις νοητικές αναπαραστάσεις του κόσμου μας. Πίσω από τη γενετική χρήση του αρσενικού δεν υπάρχουν άντρες και γυναίκες, αλλά συχνά μόνον άντρες, και ο γλωσσικός εξοβελισμός των γυναικών οδηγεί στον συμβολικό αποκλεισμό τους από όλα τα πεδία και τις δραστηριότητες της κοινωνίας που χαίρουν κάποιας αναγνώρισης ή αξίας.».

4. Μ.Μ.Ε. και γλωσσικός σεξισμός

Η επίδραση που ασκούν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας στις σύγχρονες κοινωνίες δικαίως θεωρείται καταλυτική. Ο ρόλος και η επιρροή τους στην ατομική και κοινωνική ζωή ολοένα ενισχύεται με αποτέλεσμα να διαδραματίζουν πρωτεύοντα ρόλο στον τρόπο οργάνωσης της ζωής των ανθρώπων, στην ατομική και κοινωνική τους ανάπτυξη και στις ποικίλες εκδηλώσεις της συμπεριφοράς τους. Ιδιαίτερα η τηλεόραση, με τη δυνατότητα που την χαρακτηρίζει να μπορεί να εκπέμπει συνδυασμένα οπτικά και ακουστικά μηνύματα, αποκτά όλο και μεγαλύτερες δυνατότητες, και στον τομέα της ενημέρωσης και στον τομέα της ψυχαγωγίας.

Τα ΜΜΕ, λοιπόν, ως η κύρια πηγή πληροφόρησης για κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα, διαδραματίζουν καίριο ρόλο στη διαμόρφωση κοινωνικών προτύπων και στάσεων, έχοντας παράλληλα τη δύναμη να επηρεάσουν πολιτικές. Δυστυχώς, στη συντριπτική τους πλειοψηφία, τα ΜΜΕ, αντί να συμβάλλουν στην κατάργηση, αναπαράγουν έμφυλα στερεότυπα, γλωσσικό σεξισμό έως ακραία προσβλητικό και υβριστικό λόγο, προβάλλοντάς τον μάλιστα σαν κάτι ακίνδυνο και φυσιολογικό.

Δυστυχώς, η γλώσσα που αναπαράγεται στα ΜΜΕ κινείται σε ένα φάσμα μεταξύ ακραίου σεξισμού ή στην καλύτερη περίπτωση, μη-ουδέτερης αντιμετώπισης όσον αφορά στο φύλο. Προβάλλουν κατά κύριο λόγο έναν κόσμο, που οι άνδρες υπερέχουν αριθμητικά σε σχεδόν όλους τους επαγγελματικούς τομείς και πεδία απασχόλησης. Οι γυναίκες παρουσιάζονται με τρόπο τέτοιο, ώστε να εδραιώνεται η πεποίθηση πως οι γυναίκες δεν εκπροσωπούν κανέναν στον πραγματικό κόσμο, ή δεν είναι σε θέση να το κάνουν και διαμορφώνεται η αντίληψη ότι οι γυναίκες ειδήμονες απουσιάζουν από το κοινωνικό και επιστημονικό περιβάλλον. Το πλέον λυπηρό, όμως, γεγονός συνίσταται στην αποτύπωση των γυναικών στα ΜΜΕ ως σεξουαλικών αντικειμένων, ή ως ακούραστων μητέρων.

Έτσι τα Μ.Μ.Ε σύμφωνα με τον Φραγκονικολόπουλο «Παρουσιάζουν μια διαστρεβλωμένη εικόνα του διαχωρισμού των δύο φύλων. Η επικρατούσα κουλτούρα της ελληνικής κοινωνίας επηρέασε τα ΜΜΕ για την παρουσίαση ενός αναχρονιστικού προτύπου του άνδρα ή της γυναίκας, χωρίς να δίνει περιθώρια για μια δικαιότερη και πιο αντιπροσωπευτική απεικόνιση. Τα ΜΜΕ έκλειναν τα μάτια τους μπροστά στις νομοθετικές εξελίξεις, αλλά και στις κοινωνικές αλλαγές που είχαν επέλθει και τα μισάνοιγαν κατά περίπτωση (βλέπε κάποιες εξαιρέσεις σε κάποιες

τηλεοπτικές σειρές ή διαφημιστικές καταχωρίσεις) που όμως δεν ήταν σε ικανοποιητικό βαθμό ικανές να αναστρέψουν τον κανόνα, εδώ τη γενική διαστρεβλωμένη εικόνα.» (Φραγκονικολόπουλος, 2005:152).

5. Γλωσσικός σεξισμός στις ψυχαγωγικές εκπομπές

Οι πρωινές εκπομπές, πραγματεύονται θέματα που στοχεύουν περισσότερο στη γυναίκα που δεν εργάζεται και ασχολείται κυρίως με τις οικιακές εργασίες. Η θεματολογία των εκπομπών αυτών αφορά κυρίως στη μόδα, στον γάμο, στην ομορφιά, στη σεξουαλικότητα, στην αστρολογία και στα ζώδια. Τα θέματα αυτά επιλέγονται με βάση τις προτιμήσεις του κοινού που παρακολουθεί αυτές τις εκπομπές, επιλογές, όμως, που στην ουσία οι ίδιες αυτές οι εκπομπές διαμορφώνουν. Θα πρέπει μάλιστα να επισημανθεί πως όλη αυτή η θεματολογία παρουσιάζεται σε αντιστοιχία με το αντίθετο φύλο, καθώς η γυναίκα οφείλει να γνωρίζει τη μόδα ή τα ζώδια όχι από δική της προσωπική ανάγκη, αλλά με σκοπό να γίνει θελκτικότερη στα μάτια ενός άντρα ή να προσπαθήσει να κατακτήσει έναν άντρα.

Στις εκπομπές αυτού του τύπου η οικοδέσποινα εμφανίζεται πάντα οικεία και ευδιάθετη με συγκεκριμένα εξωτερικά χαρακτηριστικά (ξανθιά, αδύνατη), αλλά και με συγκεκριμένο επίπεδο ευφυΐας και ενδιαφερόντων. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο ψυχαγωγίας αλλά και ενημέρωσης, η γυναικεία ταυτότητα απέκτησε νέες εκφάνσεις, όπως αυτή της γυναίκας που προλαβαίνει και τα κάνει όλα στην εντέλεια και συμβαδίζει με τις τάσεις της εποχής. Παρά το γεγονός ότι η θέση της γυναίκας στην κοινωνία έχει αλλάξει και η απεικόνισή της στα Μέσα μεταβάλλεται ακολούθως, οι γυναίκες συνεχίζουν να υποεκπροσωπούνται στα Μέσα Επικοινωνίας.

Η γυναίκα, όπως προβάλλεται στις ψυχαγωγικές εκπομπές γίνεται συχνά θύμα του γλωσσικού σεξισμού, καθώς τα επίθετα που τη συνοδεύουν αφορούν μόνο την εξωτερική της εμφάνιση, ενώ σε πολλές περιπτώσεις είναι υβριστικά και προσβλητικά. Οι λέξεις που χρησιμοποιούνται, για να την χαρακτηρίσουν δίνουν έμφαση στα εξωτερικά της χαρακτηριστικά, ενώ δεν είναι λίγες οι φορές που χαρακτηρίζεται ως επιπόλαια, αφελής και παθητική.

6. Γλωσσικός σεξισμός στις διαφημίσεις

Δεδομένου ότι οι διαφημίσεις είναι παντού στην καθημερινότητα μας, από την τηλεόραση και το ραδιόφωνο μέχρι επιγραφές και σελίδες περιοδικών ή εφημερίδων, και πλέον στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μπορούμε να πούμε πως αποτελούν μεγάλο κομμάτι της ζωής μας και της έκθεσης μας στη δημόσια σφαίρα, σε βαθμό που η ύπαρξη τους θεωρείται σχεδόν αυτονόητη. Με δεδομένη, λοιπόν τη θέση τους αυτή στην καθημερινότητα μας είναι εύλογο πως οι διαφημίσεις αποτελούν μέρος της κοινωνικοποίησης μας, και κατ' επέκταση ο διαφημιστικός λόγος είναι ικανός να παράγει στερεότυπα, ή έστω να τα αναπαράγει.

Είναι γεγονός ότι η διαφήμιση ενισχύει και προβάλλει όλο και περισσότερο τα σεξουαλικά πρότυπα κι ιδιαίτερα το γυναικείο σώμα για την προώθηση προϊόντων. Στις μέρες μας το σώμα και μάλιστα το γυναικείο γίνεται αντικείμενο πώλησης αγαθών και μέσο προσέλκυσης πελατών. Οι γυναίκες πολλές φορές παρουσιάζονται ως διακοσμητικά στοιχεία ή ως απλά «όμορφες» δίχως να θίγεται το πνευματικό τους στοιχείο, και κυρίως εξαρτημένες από τον άνδρα. Αντίθετα στους άντρες, τονίζεται η δύναμη κι η κυριαρχία καθώς προβάλλονται ως οι «δυνατοί» και «ανεξάρτητοι».

Σημαντικό ρόλο στην διατήρηση των σεξιστικών στερεοτύπων και των ρόλων του κάθε φύλου αποτελούν τα μέσα, είτε παραδοσιακά είτε κοινωνικά, αφού αναπαράγουν συνεχώς στερεότυπα και πολύ συγκεκριμένους ρόλους φύλου. Ημίγυμνες γυναίκες ποζάρουν πάνω σε οχήματα ή προϊόντα με τα οποία δεν έχει καμία σχέση ένα γυναικείο σώμα, μόνο ως σεξουαλική/ρομαντική διασκέδαση, (Πηλαβάκη, 2016: 36). Σύμφωνα με τη μελέτη της επιτροπής ισότητας των φύλων στην απασχόληση και την επαγγελματική εκπαίδευση αυτή η ταύτιση της γυναίκας με τα μέρη του σώματος αφαιρεί από το σύνολο της την ανθρώπινη αξία της, και την παρουσιάζει ως ένα μεμονωμένο εργαλείο για την προώθηση των διαφημιζόμενων προϊόντων και υπηρεσιών. (Πηλαβάκη, 2016: 89).

Ο ρόλος της γυναίκας στη διαφήμιση είναι διττός και επιβεβαιώνει την πολύπλευρη σημασία της κοινωνικά : Από τη μία, η γυναίκα ως αντικείμενο και εργαλείο προώθησης διαφημιζόμενων προϊόντων, πανταχού παρούσα στις διαφημίσεις και στα μέσα, ανεξαρτήτως του κοινού ή της στόχευσης της διαφήμισης, βάσει φύλου ή ηλικίας. Από την άλλη, η γυναίκα ως εκπρόσωπος του καταναλωτικού κοινού. Διαφημιστικές ρητορικές πρακτικές που στοχεύουν στην ευαισθησία, τον

καταναλωτισμό ή την ανασφάλεια της γυναίκας και την κάνουν αυτόματα τον πιο δημοφιλή στόχο της διαφημιστικής βιομηχανίας, υποθέτοντας αυτόματα πως θα αγοράσει, ακόμα και αν το προϊόν δεν προορίζεται για εκείνη. (Πηλαβάκη, 2016: 126).

Η γυναίκα, λοιπόν, μόνιμη σταθερά στη διαφήμιση, μπορεί να προβληθεί ως παραδοσιακή νοικοκυρά, δυναμική εργαζόμενη, τρυφερή μητέρα, θελκτική σύζυγος, αντικείμενο του σεξ, γεροντοκόρη, γυναίκα καριέρας, γυμνασμένη, απεριποίητη ή σε οποιονδήποτε άλλο ρόλο επιλέξει ο διαφημιστικός φορέας κρίνοντας πως εξυπηρετεί καλύτερα το σκοπό της. Ανάλογα με το κοινό που γίνεται η στόχευση και το αντίστοιχο προϊόν ή υπηρεσία, η εικόνα μεταβάλλεται για να προκαλέσει την ταύτιση της δέκτριας ή να προκαλέσει το ενδιαφέρον του δέκτη, κρατώντας μόνο μια σταθερά: τη γυναικεία παρουσία.

Επομένως, η διαφήμιση είναι μια μορφή λόγου που συμβάλλει στην διαιώνιση της ανισότητας των φύλων, προωθεί το σεξισμό και διαστρεβλωμένες εικόνες του σώματος. Το συμπέρασμα αυτό σημαίνει κυρίως την παρουσίαση γυναικών και ανδρών με εικόνα ανώτερη από τις αντικειμενικές τους δυνατότητες στην καθημερινότητα αναπαράγοντας τα ίδια στερεότυπα. Η πρόοδος και η γυναικεία απελευθέρωση, είναι στ' αλήθεια επιφανειακή και εργαλειακά κατασκευασμένη για να υπηρετήσει τους σκοπούς της διαφήμισης και να θυσιάσει τα φεμινιστικά κεκτημένα στο βωμό των πωλήσεων. Παραδοσιακά μηνύματα που αναπαράγουν σεξιστικά πρότυπα κατασκευασμένα από άντρες για τον τρόπο ζωής των γυναικών, περνούν πλέον είτε εμφανώς είτε ασυναίσθητα, μέσα από ελευθεριακές εικόνες προοδευτικών διαφημίσεων, που αναπαράγουν την ψευδαίσθηση πως πρόκειται για μια κοινωνική κατασκευή από γυναίκες για γυναίκες.

7.Προτάσεις για την εξάλειψη του γλωσσικού σεξισμού στην εκφορά του δημόσιου λόγου

Μέσα από την προβολή διαφημίσεων, καθημερινών τηλεοπτικών σειρών, πολιτικών συζητήσεων, ψυχαγωγικών εκπομπών οι γυναίκες προβάλλονται ως κατώτερες των ανδρών σε πολλούς τομείς. Αρκετές προσπάθειες καταβάλλονται για την αποτροπή υποβάθμισης και υποτίμησης των γυναικών από τα ΜΜΕ, χωρίς ωστόσο το επιθυμητό αποτέλεσμα. Οι διάφορες ρυθμίσεις τόσο σε διεθνές και

ευρωπαϊκό όσο και εθνικό επίπεδο δεν έχουν καταφέρει να ανατρέψουν τα υφιστάμενα έμφυλα στερεότυπα.

Ήδη από το 2011 η Σύμβαση της Κωνσταντινούπολης, η οποία και ψηφίσθηκε και κυρώθηκε από την χώρα μας, είχε επισημάνει την σημασία της μη σεξιστικής γλώσσας. Είχε τονίσει την σημασία της χρήσης του θηλυκού γένους και λέξεων που δεν αποκλείουν τις γυναίκες. Να μην ταυτοποιείται /χαρακτηρίζεται η γυναίκα από τον πατέρα της ή τον σύζυγό της, όπως π.χ. στα ψηφοδέλτια όπου δίπλα στο ονοματεπώνυμο της υποψήφιας μπαίνει το όνομα του πατρός ή του συζύγου και όχι της μητέρας.

Πρέπει επίσης να μνημονευθεί η πολλή αξιόλογη προσπάθεια που έγινε το 2018 με τον Οδηγό χρήσης μη σεξιστικής γλώσσας στα διοικητικά έγγραφα της Γενικής Γραμματείας Ισότητας των Φύλων (ΓΓΙΦ), που, όπως επισημαίνει η Φωτεινή Κούβελα, συνιστά ένα καινοτόμο έργο για τη χώρα μας και αποτελεί ένα ιδιαίτερα εξειδικευμένο και συνάμα εύχρηστο εργαλείο, τόσο για την αναγνώριση, όσο και για την κατανόηση του γλωσσικού σεξισμού, όπως αυτός απαντάται στα διάφορα διοικητικά έγγραφα, υποδεικνύοντας με σαφήνεια τις πρακτικές για την εξάλειψή του. Επομένως και στο πλαίσιο της Δημόσιας Διοίκησης ,η σύγχρονη κοινωνική/πολιτισμική πραγματικότητα επιτάσσει έμφυλες δημοκρατικές αλλαγές και στη γλώσσα ή μάλλον κατεξοχήν στη γλώσσα, καθιστώντας ορατά και τα δύο φύλα.

Εν συνέχεια ψηφίσθηκε και ο Ν.4604/2019 «Προώθηση της ουσιαστικής ισότητας των φύλων, πρόληψη και καταπολέμηση της έμφυλης βίας - Ρυθμίσεις για την απονομή Ιθαγένειας - Διατάξεις σχετικές με τις εκλογές στην Τοπική Αυτοδιοίκηση - Λοιπές διατάξεις» - ΦΕΚ 26 Μαρτίου 2019, Αρ. Φύλλου 50) για την ένταξη της διάστασης του φύλου στα διοικητικά έγγραφα, αλλά και τις υποχρεώσεις των ΜΜΕ ως προς τη μη αναπαραγωγή σεξιστικών στερεοτύπων και γλώσσας.

Δυστυχώς , μέχρι σήμερα, πολύ λίγες αλλαγές έχουν παρατηρηθεί. Οι λέξεις έχουν υπόσταση και δύναμη, κουβαλούν και αντανakλούν την τοποθέτηση της κοινωνίας η οποία είναι βαθειά σεξιστική κι αλλάζει πολύ αργά και βασανιστικά. Σε μια κοινωνία όπου υπάρχει ακόμα αυτή η βαθύτατα προσβλητική διάκριση ανάμεσα στην παντρεμένη και την ανύπαντρη γυναίκα, διάκριση η οποία δεν θα έπρεπε καν να υπάρχει, πόσο μάλλον να αποτελεί καθιερωμένο τρόπο κοινωνικής προσφώνησης. Στα γερμανικά, η λέξη Fräulein καταργήθηκε το 1972 με νόμο, ο οποίος όριζε ότι σε

όλα τα επίσημα έγγραφα οι άντρες προσφωνούνται ως Herr (=κύριος) και οι γυναίκες ως Frau (=κυρία). Εκτός, όμως, από την επίσημη κρατική αντιμετώπιση, υπήρξε μεγάλη κινητοποίηση και στο επίπεδο της γερμανικής κοινωνίας.

Στην Ελλάδα, πάντως, η λέξη δεσποινίς στον προφορικό λόγο και στο γραπτό καλά κρατεί, σαν να είναι κάτι απολύτως φυσικό το να πρέπει μια γυναίκα να δηλώσει σε κάποιον άγνωστο αν είναι παντρεμένη ή όχι. Στον άντρα, ο έγγαμος ή άγαμος βίος είναι ένα στοιχείο της προσωπικής του ζωής. Στη γυναίκα, είναι στοιχείο της τυπικής της υπόστασης, όπως το όνομα και η ηλικία της.

Σε περιπτώσεις φυσικής, και αναμενόμενης γραμματικής, συνύπαρξης αρσενικών και θηλυκών οντοτήτων, το αρσενικό γραμματικό γένος υπερισχύει. Για παράδειγμα, η φράση όλοι οι καθηγητές και οι μαθητές μπορεί να αναφέρεται μόνο σε καθηγητές και μαθητές αρσενικού γένους, αλλά ταυτόχρονα και σε μαθήτριες και καθηγήτριες. Η παραδοσιακή χρήση του αρσενικού γένους για να εκφράσει και τα δύο γένη, εκτός από το γεγονός ότι επικαλύπτει το θηλυκό γένος, δημιουργεί και αμφισημία, μια και μπορεί να σημαίνει μια ομάδα ανδρών ή μια ομάδα από άντρες και γυναίκες.

Αν σ' ένα κείμενο κάποια χρησιμοποιεί τότε το αρσενικό, τότε το θηλυκό ως δηλωτικό και των δύο φύλων πιστεύω ότι πολλοί άντρες θα δυσκολευτούν να συμπεριλάβουν τον εαυτό τους. Αυτή η δυσκολία είναι καλό πράγμα! Θα αναγκαστούν να δουν τον εαυτό τους ως εξαίρεση, παρά ως κανόνα. Και σιγά σιγά θα εκπαιδευτούν και θα συνηθίσουν, όπως γίνεται πλέον σε πάρα πολλά κείμενα της αγγλικής, όπου ουσιαστικά που δεν δηλώνουν γένος (client, therapist, interviewer, child) χρησιμοποιούνται με το θηλυκό γένος, π.χ. «A scientist may act in ways that make it clear to herself, as well as to others, that she is careful».

Στην ελληνική γλώσσα κάποιοι χρησιμοποιούν στον γραπτό και προφορικό λόγο το θηλυκό ως συμπεριληπτικό, αντί του αρσενικού. Όσο ρηξικέλευθη κι αν ακούγεται η πρόταση αυτή, είναι παρ' όλ' αυτά μια αντιστροφή της έμφυλης επιβολής στη γλώσσα. Μια λύση που έχει παρουσιαστεί είναι η χρήση του «@». Όταν αυτό αντικαθιστά έμφυλες καταλήξεις, άρθρα κ.ο.κ., είναι μια ικανοποιητική πρόταση, τουλάχιστον για τον γραπτό λόγο.

Ταυτόχρονα το θέμα των επαγγελματικών θηλυκών αποτέλεσε ένα από τα πρώτα και κεντρικά θέματα στη συζήτηση για τη σχέση γλώσσας και φύλου. Σε γλώσσες με

περιορισμένη τη δήλωση του γραμματικού γένους, όπως η αγγλική, τα θηλυκά επαγγελματικά συζητήθηκαν κυρίως σε σχέση με την αρνητική υποδήλωση που συνοδεύει το θηλυκό τύπο ενός επαγγελματικού ουσιαστικού. Σε γλώσσες με έντονη την παρουσία του γένους, όπως η γαλλική, η συζήτηση για τα επαγγελματικά θηλυκά είχε στόχο την προβολή και την κοινωνική καταξίωση των γυναικείων επαγγελμάτων, που θα μπορούσε να επιτευχθεί μέσω της γλωσσικής αναβάθμισής τους σε αυτόνομους μορφολογικούς τύπους. Το 1998 η γαλλική κυβέρνηση προώθησε σε όλες τις δημόσιες υπηρεσίες εγκύκλιο με τίτλο «Γυναίκα, γράφω το όνομά σου» με την οποία συνιστάται η χρήση των θηλυκών εκδοχών.

Η ευκαιρία, στην Ελλάδα, παρουσιάζεται με την εκλογή της κ. Σακελλαροπούλου στην θέση της Προεδρίας της Δημοκρατίας. Ο Τάσος Καπλανης, μόνιμος επίκουρος καθηγητής Νεοελληνικής Φιλολογίας στο ΑΠΘ, γράφει για την μοναδική αυτή ευκαιρία : «Η κ. Σακελλαροπούλου πάντως, που σύντομα, όπως όλα δείχνουν, θα αναλάβει την Προεδρία της Δημοκρατίας, δεν χρειάζεται να αποποιηθεί γλωσσικά το φύλο της. Δεν χρειάζεται να γίνει ΠρόεδρΟΣ. Ας είναι η πρώτη Προεδρίνα της Δημοκρατίας. Ή αν μας ενοχλεί αυτός ο τύπος ως «λαϊκός», «υποτιμητικός» ή ό,τι άλλο, ας νεολογίσουμε με βάση το κλιτικό παράδειγμα και ας την πούμε Πρόεδρη».

Η καθηγήτρια στο Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης και προεδρίνα της Επιτροπής Φύλου και Ισότητας του ΑΠΘ Δήμητρα Κογκίδου. Η κ. Κογκίδου έδωσε “μάχη” όταν το 2008 εκλέχτηκε στην Κοσμητεία της Παιδαγωγικής Σχολής, για τον όρο “Κοσμητόρισα”. «Στην αρχή πολλοί όροι μπορεί να ξαφνιάζουν. Με τη γλώσσα δίνουμε μάχη και για το νόημα. Είναι πολιτική θέση ώστε να συμβάλουμε στην αποδόμηση των κυρίαρχων στερεοτύπων και όχι πολιτική ορθότητα. Ορισμένα ουσιαστικά που δηλώνουν ανώτατα αξιώματα έχουν δημιουργήσει ιδιαίτερο προβληματισμό ως προς τη διατύπωσή τους και στο θηλυκό εξαιτίας του γεγονότος ότι αυτά παραδοσιακά ασκούνταν κυρίως από άνδρες. Στην Ελλάδα, πάντως, υπάρχει καθυστέρηση στην γλωσσική αποτύπωση των θηλυκών επαγγελματικών ουσιαστικών, ή γενικότερα των ουσιαστικών που δηλώνουν ιδιότητα, στο θηλυκό τύπο των αξιωμάτων παρά τη μικρή αύξηση του ποσοστού των γυναικών σε θέσης ηγεσίας σε πολλούς τομείς».

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αβδελά Ε.,(2002), *Δια λόγους τιμής: Βία, συναισθήματα και αξίες σε μια μετεμφυλιακή Ελλάδα*, Αθήνα : Νεφέλη.

Αρχάκης, Α. & Κονδύλη Μ. (2004), *Εισαγωγή σε ζητήματα κοινωνιογλωσσολογίας*, Αθήνα: Νήσος.

Γενική Γραμματεία Ισότητας των δύο Φύλων, (2018), *Οδηγός χρήσης μη σεξιστικής γλώσσας στα διοικητικά έγγραφα*, Αθήνα : Εθνικό Τυπογραφείο.

Cobuild C., (1998), *English Language Dictionary*.

Lakoff R., (1975), *Language and woman's place*, United States: Harper & Row.

Μακρή-Τσιλιπάκου Μ., (2002), *Συμφωνία/διαφωνία Αλληλεγγύη και αντιπαλότητα στις συνομιλίες ανδρών γυναικών*. Στο Θ.Σ. Παυλίδου (επιμ.), *Γλώσσα, Γένος, Φύλο*, 97-144, Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής.

Μπαμπινιώτης Γ.,(1998), *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*, Αθήνα : Κέντρο Λεξικολογίας.

Παυλίδου Θ.Σ.(2002), *Γλώσσα, Γένος, Φύλο : προβλήματα, αναζητήσεις και ελληνική γλώσσα*. Στο Θ.Σ. Παυλίδου (επιμ.), *Γλώσσα, Γένος, Φύλο*, 21-58, Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής.

Πηλαβάκη, Α. (επιμ.) (2016). *Σεξισμός: Μια αφανής πραγματικότητα*. Λευκωσία: Επιτροπή Ισότητας των Φύλων στην Απασχόληση και στην Επαγγελματική Εκπαίδευση.

Sapir, E., (1915). *A sketch of the social organization of the Nass River Indians*. Ottawa: Government Printing Office.

Φραγκονικολόπουλος Χ. (2005), *MME, κοινωνία και πολιτική: Ρόλος και λειτουργία στη σύγχρονη Ελλάδα* Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρης.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

www.greek-language.gr (τελευταία ανάκτηση 21/7/2022).

