



Πανεπιστήμιο
Κύπρου

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΑΓΩΓΗΣ

Η ΕΜΦΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΑΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ:

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΛΟΓΟΙ «ΟΜΟΡΦΙΑΣ»

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

ΓΑΛΑΤΕΙΑ ΚΑΛΛΙΤΣΗ

2018



Πανεπιστήμιο Κύπρου

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΑΓΩΓΗΣ

Η ΕΜΦΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΑΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ:

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΛΟΓΟΙ «ΟΜΟΡΦΙΑΣ»

ΓΑΛΑΤΕΙΑ ΚΑΛΛΙΤΣΗ

Διατριβή η οποία υποβλήθηκε προς απόκτηση διδακτορικού τίτλου σπουδών
στο Πανεπιστήμιο Κύπρου

Μάιος 2018

ΓΑΛΑΤΕΙΑ ΚΑΛΛΙΤΣΗ

ΣΕΛΙΔΑ ΕΓΚΥΡΟΤΗΤΑΣ

Υποψήφια Διδάκτορας: Γαλάτεια Καλλίτση
Τίτλος Διατριβής: Η Εμφυλοποίηση της Παιδικότητας: Πρακτικές και Λόγοι
«Ομορφιάς»

Η παρούσα Διδακτορική Διατριβή εκπονήθηκε στο πλαίσιο των σπουδών για απόκτηση Διδακτορικού διπλώματος στο Τμήμα Επιστημών της Αγωγής και εγκρίθηκε στις 20 Απριλίου 2018 από τα μέλη της Εξεταστικής Επιτροπής.

Εξεταστική Επιτροπή:
Ερευνητική Σύμβουλος: Μιράντα Χρίστου
Επίκουρη Καθηγήτρια, Τμήμα Επιστημών της Αγωγής,
Πανεπιστήμιο Κύπρου

Μέλη Επιτροπής: Μαίρη Ιωαννίδου – Κουτσελίνη (Πρόεδρος)
Ομότιμη Καθηγήτρια
Τμήμα Επιστημών της Αγωγής, Πανεπιστήμιο Κύπρου

Ζέλεια Γρηγορίου
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Τμήμα Επιστημών της Αγωγής, Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σπύρος Σπύρου

Καθηγητής, Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμιο Κύπρου

.....

Χρυσή Βιτσιλάκη – Σορωνιάτη

Καθηγήτρια, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

.....(via Skype).....

ΓΑΛΑΤΕΙΑ ΚΑΝΑΤΣΗ

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΥΠΟΨΗΦΙΟΥ ΔΙΔΑΚΤΟΡΑ

Η παρούσα διατριβή υποβάλλεται προς συμπλήρωση των απαιτήσεων για απονομή Διδακτορικού Τίτλου του Πανεπιστημίου Κύπρου. Είναι προϊόν πρωτότυπης εργασίας αποκλειστικά δικής μου, εκτός των περιπτώσεων που ρητώς αναφέρονται μέσω βιβλιογραφικών αναφορών, σημειώσεων ή και άλλων δηλώσεων.

Γαλάτεια Καλλίτση

.....

Περίληψη

Η παρούσα διδακτορική διατριβή μελετά διαδικασίες εμφυλοποίησης κατά την παιδική ηλικία με βάση την ανάλυση των λόγων των παιδιών περί «ομορφιάς». Γενικότεροι στόχοι της έρευνας είναι: α) η διερεύνηση των τρόπων με τους οποίους τα παιδιά συγκροτούνται ως έμφυλα και σεξουαλικά υποκείμενα μέσα από τη διαπραγμάτευση μηνυμάτων για την ομορφιά και β) η διερεύνηση του ρόλου της παιδαγωγικής προσέγγισης του κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ στην καλλιέργεια ικανοτήτων εμπρόθετης δράσης στα παιδιά σε θέματα σχετικά με την ομορφιά. Ο θεωρητικός φακός της διατριβής στηρίζεται στη φεμινιστική θεωρία για την ομορφιά και τη διαπραγμάτευση των θέσεων που αντιμετωπίζουν την ομορφιά είτε ως καταπίεση ή ως ενδυνάμωση. Μέσα από τη διατριβή, ακόμα, δίνεται έμφαση σε θεωρητικές προσεγγίσεις που αναδεικνύουν την ηγεμονική διάσταση στη συγκρότηση του φύλου, καθώς και τη μεταδομιστική οπτική που ερμηνεύει τις διαδικασίες υποκειμενικοποίησης με βάση τις έννοιες του λόγου, της επιτελεστικότητας και της εμπρόθετης δράσης.

Η διατριβή είναι στηριγμένη σε εθνογραφικές προσεγγίσεις και μελετά τα παιδιά σε πολλαπλά κοινωνικά πλαίσια δράσης: στο οικογενειακό τους περιβάλλον, στο σχολείο και μέσα από θεσμούς, όπως η υλική κουλτούρα και τα ΜΜΕ. Δείγμα αποτελούν εικοσιτέσσερα παιδιά από διαφορετικό κοινωνικοοικονομικό και δημογραφικό υπόβαθρο στην Κύπρο. Η συλλογή δεδομένων στηρίχτηκε σε κατ' οίκον συνεντεύξεις με παιδιά όπου διεξήχθησαν βιωματικές δραστηριότητες όπως επίδειξη αγαπημένων αντικειμένων ένδυσης, συζήτηση περιοδικών μόδας, χάρτινων κούκλων και φωτογραφιών της τάξης. Πραγματοποιήθηκαν επίσης συνεντεύξεις με τους γονείς των παιδιών με σκοπό την παράθεση της δικής τους οπτικής σε θέματα σχετικά με την ομορφιά και τον καταναλωτισμό. Τέλος, δεδομένα συλλέχθηκαν μέσα από ομάδες εστίασης με παιδιά στον χώρο του σχολείου, μέσα από σημειώσεις πεδίου στον χώρο του σχολείου και μέσα από τη διεξαγωγή μιας εκπαιδευτικής παρέμβασης στηριγμένη στην προσέγγιση του κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι ο λόγος και οι εμπειρίες των παιδιών κινούνται σε μεγάλο βαθμό στα μονοπάτια της φεμινιστικής θεωρίας σχετικά με την ομορφιά, εκδηλώνοντας ποικίλες σχετικές ιδέες, διλήμματα και προβληματισμούς. Διαφαίνεται επίσης από τα λόγια των παιδιών η ρευστότητα που χαρακτηρίζει τη σχέση μεταξύ «γνώσης» και «επιθυμίας», αφού η ικανότητά τους για κριτική προσέγγιση των ΜΜΕ σε θέματα ομορφιάς δεν αποκλείει απαραίτητα τον θαυμασμό, την επιρροή ή την απόλαυση που τα μηνύματα ομορφιάς προκαλούν. Τα παιδιά, ακόμα, προσδίδουν έντονα στην ομορφιά το στοιχείο της

έμφυλης διάστασης. Για αυτά, η «ομορφιά» συσχετίζεται άμεσα με κυρίαρχα πολιτισμικά ιδεώδη αρρενωπότητας και θηλυκότητας, για αυτό ακολουθούν σε μεγάλο βαθμό ηγεμονικούς λόγους συγκρότησης του φύλου τους. Ωστόσο, υπάρχουν παιδιά που αναδομούν δημιουργικά τις έμφυλες συμβάσεις και με εμπρόθετη δράση επανακαθορίζουν τις έμφυλες και σεξουαλικές τους υποκειμενικότητες, διαφοροποιούμενα από συμβατικές μορφές αρρενωπότητας και θηλυκότητας. Τα παιδιά, επίσης, προσδίδουν συχνά στην ομορφιά ηθική διάσταση, μέσα από σύνθετους και διαφορούμενους συσχετισμούς ανάμεσα στο «καλό» και το «όμορφο». Ειδικά για τα κορίτσια, το πρότυπο της (ετερο)σεξουαλικής θηλυκότητας, ένας από τους πιο κυρίαρχους τρόπους επιτέλεσης θηλυκής ομορφιάς, συχνά αποτελεί δίκωπο μαχαίρι, αφού αποτελεί ταυτόχρονα πηγή ενδυνάμωσης και αποδυνάμωσης για αυτά. Τέλος, διαφάνηκε ότι οι εκπαιδευτικές παρεμβάσεις κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ συμβάλλουν στην αύξηση των ικανοτήτων κριτικού χειρισμού, αντιμετώπισης και εμπρόθετης δράσης των παιδιών στα μηνύματα που μεταφέρονται από τα ΜΜΕ σχετικά με τα πρότυπα ομορφιάς.

Abstract

This PhD dissertation investigates processes of gendering during childhood by analyzing children's "beauty" discourses. The study's goals are: a) the exploration of the ways children are constructed as gendered and sexual subjects through the negotiation of beauty messages and b) the study of critical media literacy approaches in cultivating children's agency in issues related to beauty. The dissertation's theoretical framework relies on feminist perspectives on beauty, namely, on approaches that interpret beauty as oppression and approaches that view beauty as empowerment. In addition, the theoretical perspective of this dissertation employs theoretical approaches that point out the hegemonic aspect in gender construction and on the post structural perspective that discusses subjectification processes based on concepts of discourse, performativity and agency.

This dissertation is based on an ethnographic approach and it investigates children in multiple social settings: family environment, school and through institutions such as material culture and media. The dissertation sample consists by twenty-four children coming from different socioeconomic and demographic backgrounds in Cyprus. Data were collected by interviews that were conducted in children's home space. Children were engaged in tasks such as wardrobe audits, discussions of fashion magazines, paper dolls and school pictures. Interviews with children's parents were also conducted and aimed in understating their own views in issues related to beauty and consumerism. Finally, data were collected through focus groups with children in the school setting and through the implementation of an educational intervention based on the critical media literacy approach.

Results indicate that children's discourses and experiences highly follow feminist theory debates regarding beauty. Children's views illuminated the fluidity that characterizes the relationship between "knowledge" and "desire", since children's ability for media critical interpretation of issues relating to beauty does not necessarily erase admiration, influence or pleasure that beauty messages bring to children. Moreover, beauty to children highly relates to questions of gender and power. Beauty is related to mainstream masculinity and femininity cultural ideals, therefore children often construct their gendered selves in hegemonic ways. However, there are children who redefine their gendered and sexual subjectivities by creatively deconstructing conventional femininity and masculinity models. Children also attribute to beauty a moral dimension, through complex and multiple connections between "good" and "beautiful". Especially for girls, the (hetero)sexual femininity model, one of the

most dominant ways of performing female beauty, often becomes a double-edged sword, since it constitutes a source of empowerment and subjection at the same time. Finally, results showed that critical media literacy interventions contribute in enhancing children's agency and critical thinking skills towards beauty messages promoted by the media.

ΓΑΛΑΤΕΙΑ ΚΑΜΙΤΣΗ

Ευχαριστίες

Καταρχάς, οι σκέψεις μου και ένα εγκάρδιο ευχαριστώ πάνε στα παιδιά και στους γονείς που συμμετείχαν στην έρευνα αυτή, οι οποίοι με εμπιστοσύνη μου άνοιξαν φιλόξενα τις πόρτες των σπιτιών τους. Χωρίς τη δική τους γνώση και τα διαφωτιστικά τους σχόλια, αυτή η διδακτορική διατριβή δεν θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί. Ελπίζω να κατάφερα να «αποδώσω δικαιοσύνη» στη δική τους οπτική και να κατάφερα να διαχειριστώ σωστά τον τεράστιο πλούτο πληροφοριών και εμπειριών που επέλεξαν να μοιραστούν μαζί μου. Ευχαριστώ ακόμα τους/τις διευθυντές/ριες και τις δασκάλες των τριών σχολείων που με υποδέχτηκαν θερμά στις τάξεις τους, επιτρέποντάς μου να μεταφέρω την έρευνά μου και στον χώρο της εκπαίδευσης.

Ένα τεράστιο ευχαριστώ οφείλω στην ακαδημαϊκή σύμβουλο και επιβλέπουσα της διδακτορικής μου διατριβής, Μιράντα Χρίστου, η οποία εξ' αρχής πίστεψε σε εμένα και στη συνεργασία που θα μπορούσαμε να έχουμε μαζί. Την ευχαριστώ με όλη μου την καρδιά για το μεγάλο της ενδιαφέρον της σε καθετί που αφορούσε την πορεία μου κατά τη διάρκεια των διδακτορικών μου σπουδών, για όλο τον χρόνο που αφιέρωσε, καθώς και για την ενίσχυση και τη θετική ενέργεια που πάντα μετέφερε σε εμένα, τονώνοντας την αυτοπεποίθησή μου. Την ευχαριστώ για τη στενή της καθοδήγηση στην έρευνα αυτή και για τα εποικοδομητικά σχόλια και γνώση που πρόσθεσε σε κάθε κεφάλαιο της διατριβής, τα οποία συνέβαλαν στο μέγιστο στη διαμόρφωση του τελικού αποτελέσματος. Η Μιράντα αποτέλεσε πηγή έμπνευσης και υποστήριξης για εμένα και είμαι πολύ χαρούμενη για την τόσο όμορφη συνεργασία που είχα μαζί της.

Ευχαριστώ επίσης θερμά τα άλλα δύο μέλη της εξεταστικής επιτροπής από το Τμήμα Επιστημών της Αγωγής του Πανεπιστημίου Κύπρου, την Μαίρη Ιωαννίδου - Κουτσελίνη και τη Ζέλεια Γρηγορίου, οι οποίες σε διάφορα στάδια της διατριβής με τα στοχευμένα σχόλια, ερωτήματα και προβληματισμούς που παρέθεσαν ενίσχυσαν σημαντικά τη διατριβή αυτή και την έστρεψαν σε πολύ ενδιαφέροντα και παραγωγικά μονοπάτια. Ένα πολύ μεγάλο ευχαριστώ ακόμα οφείλω στα δύο εξωτερικά μέλη της εξεταστικής επιτροπής, τον Σπύρο Σπύρου από το Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμιο Κύπρου και τη Χρυσή Βιτσιλάκη - Σορωνιάτη από το Πανεπιστήμιο Αιγαίου για τα τόσο θετικά και συνάμα εποικοδομητικά σχόλια που έκαναν για τη διδακτορική μου διατριβή, καθώς και για τις ενδιαφέρουσες τους εισηγήσεις για τη μελλοντική πορεία της έρευνας αυτής.

Τις πιο ιδιαίτερες ευχαριστίες και τεράστια αγάπη στέλνω στην οικογένειά μου, και ειδικότερα στη μητέρα μου Πανδώρα και στον σύζυγό μου Χρίστο, για τη συνεχή τους στήριξη, τον ενθουσιασμό και την αστείρευτη αγάπη και δύναμη που μου πρόσφεραν καθ' όλη τη διάρκεια των επτά χρόνων που είχε κρατήσει το ταξίδι αυτό. Τους ευχαριστώ από τα βάθη της ψυχής μου για το ότι πάντοτε ήταν κοντά μου, ενθαρρύνοντάς με και βοηθώντας με να συνεχίσω. Τέλος, ευχαριστώ γλυκά τον δίχρονο γιο μου Γιώργο, ο οποίος με τη γέννησή του με έκανε να βιώσω τα πιο πρώιμα στάδια διαμόρφωσης της υποκειμενικότητας του ατόμου. Ο Γιώργος αποτέλεσε κινητήρια δύναμη για την ολοκλήρωση της διατριβής αυτής.

Στον Γιώργο μου, με πολλή αγάπη

ΓΑΛΑΤΕΙΑ ΚΑΜΙΤΣΗ

Πίνακας Περιεχομένων

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	12
Θεωρητικές Προσεγγίσεις στη Γυναικεία και Ανδρική Ομορφιά.....	13
Γυναικεία Ομορφιά και Φεμινιστική Σκέψη. Καταπίεση ή Ενδυνάμωση;.....	13
Η κοινωνικά αμειβόμενη αξία της ομορφιάς: «Η ομορφιά ως κάτι καλό».....	14
Ομορφιά ως πηγή καταπίεσης των γυναικών.....	15
Μεταφεμινιστική προσέγγιση της ομορφιάς: Ομορφιά ως ενδυνάμωση.....	24
Γνώση, εξουσία και υποκειμενικότητα: Μια πολύπλοκη, ρευστή μετακίνηση μεταξύ καταπίεσης και εμπρόθετης δράσης.....	28
Αρρενωπότητα, Υποκειμενικότητα και Ομορφιά.....	35
Πολιτισμικές αναπαραστάσεις και αλλαγές στην εικόνα του ανδρικού σώματος.....	35
Συγκρότηση Έμφυλων Υποκειμενικοτήτων: Η Θεωρητική Προσέγγιση της Ηγεμονικής Διάστασης του Φύλου και της Μεταδομιστικής Οπτικής.....	42
Φύλο και Ηγεμονία.....	42
Μεταδομιστική Προσέγγιση στις Διαδικασίες Υποκειμενικοποίησης. Η Οπτική της Butler.....	46
Εμπρόθετη δράση και επιτελεστικότητα.....	47
Λογοθετική εμπρόθετη δράση και επιτελεστικές πολιτικές.....	48
Το παράδοξο της υποκειμενικοποίησης: κυριαρχία και υποταγή.....	50
Έμφυλη Επιτέλεση και Παιδιά.....	52
Συγκροτώντας Λόγους Αρρενωπότητας.....	52
Ακολουθώντας το πρότυπο της ηγεμονικής αρρενωπότητας.....	52
Αγόρια και εναλλακτικές αρρενωπότητες.....	54
Αρρενωπότητα και κοινωνική τάξη.....	55
Κορίτσια και Θηλυκές Υποκειμενικότητες.....	57
“Girlie” (ετερο)σεξουαλικοποιημένοι εαυτοί στο πλαίσιο της τονισμένης θηλυκότητας.....	57
Δημιουργώντας «Άλλες» θηλυκότητες.....	58

Θηλυκότητα, σεξουαλικότητα, σώμα και κοινωνική τάξη.....	60
3. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	63
Ερευνητική Θεώρηση	63
Δειγματοληψία.....	64
Συλλογή Δεδομένων	66
Συνεντεύξεις.....	67
Επισκέψεις στο υπνοδωμάτιο των παιδιών – Χρήση παιδοκεντρικών μεθόδων.....	69
Ομάδες εστίασης.....	74
Παρατήρηση και σημειώσεις πεδίου, φωτογραφίες	75
Εκπαιδευτική παρέμβαση	76
Ανάλυση Δεδομένων	78
Αξιοπιστία και εγκυρότητα.....	79
Αναμενόμενα Προβλήματα	80
Ζητήματα Ηθικής.....	82
Η αναστοχαστική ερευνήτρια	85
4. ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	88
4.1 «Η ΟΜΟΡΦΙΑ... ΠΑΙΖΕΙ ΡΟΛΟ». ΕΞΕΡΕΥΝΩΝΤΑΣ ΤΗΝ «ΟΜΟΡΦΙΑ» ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΠΤΙΚΗ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ.....	88
Ομορφιά και Παιδιά: Βιβλιογραφική Ανασκόπηση	88
Κοινωνικο-Πολιτισμικοί Παράγοντες Προώθησης Προτύπων Ομορφιάς.....	88
Πρότυπα ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ.	88
«Κουλτούρες εμφάνισης» στο δίκτυο των συνομηλίκων.....	91
Ομορφιά Μέσα από την Οπτική των Παιδιών.....	92
Πρότυπα και πρακτικές ομορφιάς.	92
Ηθική διάσταση στην εμφάνιση.	94
Σκοπός Κεφαλαίου και Ερευνητικά Ερωτήματα.....	96
Αποτελέσματα.....	97
«Αυτό Είναι η Ομορφιά»: Η «Ομορφιά» Μέσα από τα Μάτια των Παιδιών	97
Πρότυπα Ομορφιάς και Έμφυλες Υποκειμενικότητες	97
Πρακτικές Ομορφιάς και Ελκυστική Εμφάνιση.....	105
Ομορφιά Πέρα από Φυσικούς Όρους: Εξερευνώντας την Ηθική Διάσταση της Ομορφιάς .	108

Ομορφιά και Προσωπικότητα – «Όμορφες Προσωπικότητες».....	108
Ομορφιά και Απόδοση Δημοτικότητας	112
Τονισμένη θηλυκότητα και κοινωνική αποδοχή: «Είναι πολύ όμορφη, για αυτό είναι δημοφιλής και έχει και πολλούς φίλους».....	112
Αγόρια, μαγκιά και σκληρότητα.....	117
Εμφάνιση, Εξυπνάδα και Σχολική Επίδοση	119
Η Τυραννία της Ασχήμιας	121
«Η Ομορφιά... Παίζει Ρόλο»:	
Αναλύοντας το Δίλημμα Εσωτερικής - Εξωτερικής Ομορφιάς	124
Ομορφιά: Γυναικεία Υπόθεση;.....	128
Ομορφιά: Πηγή Ενδυνάμωσης ή Καταπίεσης;.....	131
Ομορφιά Μέσα από το Μεταφεμινιστικό Πλαίσιο.....	132
Ομορφιά, Πειθαρχία, Καταπίεση.....	135
Συμπεράσματα	142
4.2 ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΜΟΔΑ: Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΠΑΙΔΙΚΗΣ ΜΟΔΑΣ	147
Εισαγωγή	147
Θεωρητικό Πλαίσιο	151
Παιδιά, Μόδα και Ταυτότητα: Η Συμβολική Αξία της Κατανάλωσης	151
Μόδα και Σεξουαλικοποίηση των Παιδιών	156
Σεξουαλικοποίηση της παιδικότητας: Μια ιστορία ανησυχίας.....	156
Έρευνα στο πεδίο: Τι συμβαίνει στην αγορά και στα ΜΜΕ;.....	160
Η οπτική των παιδιών.....	164
Αποτελέσματα.....	166
Τα Παιδιά ως Ενεργοί Καταναλωτές: Γνώσεις, Απόψεις και Πρακτικές Σχετικά με την Κατανάλωση στην Ένδυση.....	166
Υποκειμενικότητες και Κατανάλωση	168
Άξονες διαμόρφωσης καταναλωτικών επιλογών στη μόδα.....	168
Αναπτύσσοντας καταναλωτικές ταυτότητες: Σημαντικοί κοινωνικοί και πολιτισμικοί παράγοντες διαμόρφωσης.....	190
Κατασκευάζοντας αρρενωπότητες και θηλυκότητες μέσω της μόδας.....	204

Συμπεράσματα	224
4.3 ΔΙΑΒΑΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΠΟΠ ΜΟΥΣΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ: ΠΟΙΚΙΛΙΑ, ΣΥΝΘΕΤΟΤΗΤΑ, ΑΝΤΙΘΕΣΕΙΣ	231
Εισαγωγή	231
Αποτελέσματα.....	236
Μουσικές Προτιμήσεις των Παιδιών και Πηγές Επηρεασμού	236
Αντιμετωπίζοντας τα Πρότυπα Ομορφιάς της Ποπ Κουλτούρας: Ρευστές Ταυτότητες και Αντιθέσεις	239
Μουσικές Επιλογές και Έκφραση Σεξουαλικών Υποκειμενικοτήτων	248
Διαπραγματευόμενοι «Αμφιλεγόμενα» Ποπ Αστέρια	252
Miley Cyrus vs. Hannah Montana.	252
Justin Bieber.....	257
Συμπεράσματα	264
4.4. “LIKE ΣΤΗΝ PROF”: ΠΛΟΗΓΗΣΗ ΣΤΙΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΜΦΥΛΕΣ ΚΑΙ ΣΕΞΟΥΑΛΙΚΕΣ ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΙΚΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΣΤΟ FACEBOOK	269
Εισαγωγή	269
Θεωρητικό Πλαίσιο	271
Επιτήρηση και Επιτελεστικότητα στα Κοινωνικά Δίκτυα: Facebook ή “Stalkerbook”;... 271	
Ψηφιακές Επιτελέσεις και Αναπαραστάσεις Θηλυκότητας και Αρρενωπότητας	277
Αποτελέσματα.....	284
Έμφυλες Διαδικτυακές Επιτελέσεις στην κουλτούρα των παιδιών στο Facebook	284
Χαρτογράφηση της υλικής διάστασης του προφίλ των παιδιών στο Facebook.....	284
Επιτελέσεις κοινωνικών σχέσεων μέσω Facebook.....	288
Ψηφιακές αναπαραστάσεις του εαυτού: Περιήγηση στην οπτικοποιημένη κουλτούρα των παιδιών στο Facebook.....	292
Αξιολογώντας και αστυνομεύοντας τις έμφυλες διαδικτυακές επιτελέσεις -	300
«Επιτρεπόμενες» και «απαγορευμένες» πόζες.	300
“Like and Comment please!”: Σχολιάζοντας τις διαδικτυακές επιτελέσεις.	302
Κίνδυνοι στο Facebook.....	308
Συμπεράσματα	310

4.5 ΠΑΙΔΙΚΟΤΗΤΑ, «ΣΕΞΟΥΑΛΙΚΟΠΟΙΗΣΗ», ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΚΑΙ ΜΜΕ: ΕΞΕΡΕΥΝΩΝΤΑΣ ΤΗ ΓΟΝΙΚΗ ΟΠΤΙΚΗ.....	314
Εισαγωγή	314
Θεωρητικό Πλαίσιο	316
Γονείς, «Σεξουαλικοποίηση» και Καταναλωτική Κουλτούρα	316
«Σεξουαλικοποίηση» της παιδικότητας: Γονικές αντιλήψεις και «ανησυχίες».	316
Αντιλήψεις για το ιδεατό σώμα και γονική επιρροή.....	321
Καταναλωτική Διαπαιδαγώγηση στο Οικογενειακό Πλαίσιο. Μια Κοινωνιολογική Προσέγγιση.....	322
Γούστο, κατανάλωση και η θεωρία πολιτισμικής αναπαραγωγής του Bourdieu.....	322
Μοτίβα επικοινωνίας στην οικογένεια και γονικές πρακτικές καταναλωτικής διαπαιδαγώγησης	327
Στρατηγικές Γονικής Εμπλοκής στα ΜΜΕ	331
Γονική παρέμβαση στα ΜΜΕ και θεωρία πολιτισμικής αναπαραγωγής.....	331
Γονική παρέμβαση στα ΜΜΕ ως προστατευτικό μέσο στη «σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας».	332
Αποτελέσματα.....	334
Γονικός Ρόλος και Διαπραγμάτευση της «Σεξουαλικοποίησης της Παιδικότητας».....	335
«Σεξουαλικοποίηση» των κοριτσιών: Ανησυχία ή ένα αθώο παιδικό παιχνίδι;	335
Αγόρια, «σεξουαλικοποίηση» και κατανάλωση: «Τα αγόρια είναι πιο βολικά».	344
Γονικές Στρατηγικές Καταναλωτικής Διαπαιδαγώγησης των Παιδιών και Χειρισμού της Ενασχόλησης τους με Πρακτικές «Ομορφιάς»	350
Παράγοντες διαμόρφωσης καταναλωτικής πολιτικής: Γονικές ανησυχίες και προβληματισμοί.	350
Χαρτογράφηση γονικών πρακτικών καταναλωτικής διαπαιδαγώγησης.	362
Επιδράσεις των ΜΜΕ στα Παιδιά και η Γονική Εμπλοκή.....	367
Εμπλοκή των παιδιών με τα ΜΜΕ και γονικές ανησυχίες.....	367
Γονικές πρακτικές παρέμβασης στην κατανάλωση των ΜΜΕ	372
Προκλήσεις στη γονική παρέμβαση στα ΜΜΕ.....	379
Συμπεράσματα	381

4.6 ΚΡΙΤΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΜΜΕ: ΜΙΑ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΟΜΟΡΦΙΑΣ ΣΤΑ ΜΜΕ.....	389
Εισαγωγή	389
Θεωρητικό Πλαίσιο	390
Διερεύνηση του όρου Γραμματισμός στα ΜΜΕ	390
Φεμινισμός και Κριτικός Γραμματισμός στα ΜΜΕ.....	392
Βασικές Παιδαγωγικές Αρχές Εκπαιδευτικής Παρέμβασης	394
Η Παρούσα Εκπαιδευτική Παρέμβαση	398
Αποτελέσματα.....	404
Διαφοροποίηση με βάση το δημογραφικό, πολιτισμικό και κοινωνικοοικονομικό υπόβαθρο	404
Ενδείξεις ύπαρξης ή/και έλλειψης κριτικής σκέψης μαθητών/ριών.....	407
Αξιολόγηση αποτελεσματικότητας εκπαιδευτικής παρέμβασης.....	412
Συμπεράσματα	414
4.7 ΠΩΣ ΦΤΙΑΧΝΟΝΤΑΙ ΤΑ «ΑΓΟΡΙΑ» ΚΑΙ ΤΑ «ΚΟΡΙΤΣΙΑ»: ΚΑΤΑΝΟΩΝΤΑΣ ΤΗ ΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗ ΘΗΛΥΚΩΝ ΚΑΙ ΑΡΡΕΝΩΠΩΝ ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΙΚΟΤΗΤΩΝ ΜΕΣΩ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΟΜΟΡΦΙΑΣ	418
Εισαγωγή	418
Αποτελέσματα.....	420
«Κορίτσια» και «Αγόρια» μέσα από Κυρίαρχους Έμφυλους Λόγους.....	420
«Κοίτα, είμαι άνδρας»: Επιτελώντας ηγεμονικούς λόγους αρρενωπότητας.	420
Κατανοώντας την «τονισμένη θηλυκότητα»: Κορίτσια και (ετερο)σεξουαλικότητα. ..	433
«Άλλα» Αγόρια και Κορίτσια: Συγκροτώντας Εναλλακτικές Έμφυλες Υποκειμενικότητες	445
Η περίπτωση του Αλέξη.	446
Η περίπτωση της Άννας.....	452
Η περίπτωση του Φοίβου.....	456
Συμπεράσματα	462
5. ΣΥΖΗΤΗΣΗ	464
Σύνοψη Βασικών Αποτελεσμάτων	464

Περιορισμοί Έρευνας.....	475
Συνεισφορά Έρευνας	477
Καταληκτικά Σημεία.....	479
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	493
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	519
Παράρτημα Α: Πληροφορίες για το Δείγμα των Παιδιών.....	519
Παράρτημα Β: Οδηγοί Συνέντευξης.....	521
Παράρτημα Γ: Κούκλες/οι Ντυμένοι/ες στο Διαδικτυακό Παιχνίδι “Dollz Mania”	525
Παράρτημα Δ: Πορεία Εργασίας Διδασκαλίας	527
Παράρτημα Ε: Ενδεικτική Κωδικοποίηση Δεδομένων	535
Παράρτημα Ζ: Έντυπα Συνειδητής Συναίνεσης.....	538
Παράρτημα Η: Άδεια Διεξαγωγής Έρευνας.....	542

Εισαγωγή

Μαργαρίτα: Οι πιο δημοφιλείς, εννοείται ότι είναι και οι πιο όμορφοι. Δηλαδή... εντάξει γενικά στα αγόρια αρέσει όταν τα κορίτσια φορούν τόσο κοντά ρούχα.
(12 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Ηλίας: Στο πράσινο πουκάμισο (μου αρέσει) το κενό που έχει εδώ (στο στήθος) για τα κορίτσια... Να το βλέπουν και να με θαυμάζουν. [...] (Μπορείς να κάνεις) Ερωτική σχέση, φιλική σχέση και να γίνεις διάσημος στο σχολείο.
(10 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Κορίνα: Αλλά εγώ είπα στη μαμά μου στο τηλέφωνο κι έκλαια, επειδή δεν εκλέχθηκα, και της λέω: «Τι έχουμε εμείς, είμαστε τίποτε άσχημες;».
(Κορίνα, 8 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Αλέξης: Και με φωνάζουν γκέι τάχα επειδή κάνω έτσι. Δεν έχει καμία σχέση. Επειδή μου αρέσει το fashion, να ντύνω (κούκλες) κι έτσι.
(10 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Ιωάννης: Κοίτα, είμαι άντρας!
(9 χρονών, σημειώσεις πεδίου, χωριό)

Φοίβος: Η Justin Bieber, η! [...] Εκείνο το πράμα αγόρι δεν είναι! [...] Εγώ νομίζω ότι ή κορίτσι είναι ή ακόμα δεν μπήκε στην εφηβεία.
(Φοίβος, 12 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Ξένια: Τις περισσότερες φορές, όταν δεις κάποιον, δεν θα πεις «τι καλός άνθρωπος που είναι». Θα πεις «τι όμορφος που είναι».
(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Η παρούσα διδακτορική διατριβή μελετά διαδικασίες εμφυλοποίησης κατά την παιδική ηλικία με βάση την ανάλυση των λόγων των παιδιών περί «ομορφιάς». Συγκεκριμένα, η διατριβή στηρίχθηκε σε εθνογραφικές προσεγγίσεις για να ερευνησει πώς παιδιά ηλικίας 8-13 διαπραγματεύονται θέματα που αφορούν την ομορφιά μέσα από καθημερινές πρακτικές και πώς «γίνονται» έμφυλα και σεξουαλικά υποκείμενα. Ο θεωρητικός φακός της διατριβής αποτελείται από τη φεμινιστική θεωρία για την ομορφιά και τη ρήξη ανάμεσα στην ιδέα της ομορφιάς ως καταπίεση και ως ενδυνάμωση. Μέσα από τη διατριβή, ακόμα, δίνεται έμφαση στην πολύπλοκη σχέση μεταξύ λογοθετικής εμπρόθετης δράσης και καταπίεσης που χαρακτηρίζει την αλληλεπίδραση των παιδιών με μηνύματα ομορφιάς.

Όπως απεικονίζουν τα πιο πάνω αποσπάσματα, η έννοια της «ομορφιάς» είναι παρούσα στην καθημερινή ζωή των παιδιών και χρωματίζει ποικίλες διαστάσεις της αλληλεπίδρασής τους. Τα κεφάλαια που ακολουθούν έχουν στόχο να αναδείξουν αυτές τις κοινωνικοποιητικές διαδικασίες μέσα από τις αγωνίες, τις δυνατότητες, τις ανησυχίες και τις απολαύσεις των παιδιών τόσο σε προσωπικό, όσο και σε συλλογικό επίπεδο.

Προκειμένου να μελετηθούν διεξοδικά τα σύνθετα αυτά θέματα είναι σημαντική η μελέτη και αντιμετώπιση των παιδιών όχι μεμονωμένα ως άτομα, αλλά μέσα στο ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο που ζουν και δρουν. Για αυτό η έρευνα μεταφέρεται στο οικογενειακό περιβάλλον των παιδιών μέσα από συζητήσεις που γίνονται με τα παιδιά, αλλά και τους γονείς τους στο σπίτι τους, καθώς και στο πλαίσιο του σχολείου, όπου λαμβάνουν χώρα πλούσιες και σύνθετες αλληλεπιδράσεις με τους συνομηλίκους. Επιπλέον η οπτική των παιδιών είναι σημαντικό να μελετηθεί μέσα από τους θεσμούς που παισιώνουν τη δραστηριοποίηση τους σε θέματα ομορφιάς, δηλαδή την υλική κουλτούρα και τα ΜΜΕ.

Σκοπός μου στην έρευνα αυτή είναι η διερεύνηση των τρόπων με τους οποίους τα παιδιά συγκροτούνται ως έμφυλα και σεξουαλικά υποκείμενα μέσα από τη διαπραγμάτευση μηνυμάτων σχετικά με τα ιδανικά της ομορφιάς και η μελέτη του ρόλου της προσέγγισης του κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ στην καλλιέργεια ικανοτήτων εμπρόθετης δράσης στα παιδιά σε θέματα σχετικά με τους τρόπους αναπαράστασης ιδανικών ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ.

Συγκεκριμένα, τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα που με απασχολούν είναι τα εξής:

- 1) Πώς τα κορίτσια και τα αγόρια κατανοούν την έννοια της «ομορφιάς»; Τι σημαίνει για ένα παιδί η έννοια της «ομορφιάς» και με ποιες άλλες αντιλήψεις, συμπεριφορές και ικανότητες πιθανόν να συνδέεται;
- 2) Πώς η κατανόηση της έννοιας της «ομορφιάς» από τα παιδιά σχετίζεται με πρότυπα και μηνύματα ομορφιάς που τα παιδιά καταναλώνουν από τα ΜΜΕ;

- 3) Τι είδους ικανότητες αντιμετώπισης διαθέτουν τα παιδιά όσον αφορά την πρόσληψη και διαχείριση των μηνυμάτων που προέρχονται από τα ΜΜΕ σε σχέση με τα μοντέλα ομορφιάς και σεξουαλικότητας;
- 4) Με ποιους τρόπους οι γονείς των παιδιών συμμετέχουν στη διαμόρφωση των νοημάτων που φέρουν οι έννοιες της «ομορφιάς» και της «σεξουαλικότητας» για τα παιδιά και με ποιες διαδικασίες και καταναλωτικές πρακτικές είναι πιθανόν να επηρεάζουν τα παιδιά στην κατασκευή των νοημάτων αυτών;
- 5) Με ποιο τρόπο οι πιθανές έντονες επιρροές στα παιδιά από τα ΜΜΕ, σε σχέση με την ομορφιά, καθώς και φαινόμενα σεξουαλικοποίησης των παιδιών (αν υπάρχουν) μπορούν να αντιμετωπιστούν μέσα από την εκπαιδευτική πράξη;
Συγκεκριμένα, σε ποιο βαθμό και με ποιο τρόπο η γνώση που αποκτούν τα παιδιά σχετικά με τον τρόπο δημιουργίας και προβολής προτύπων ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ μπορεί να συμβάλει στην αύξηση ικανοτήτων χειρισμού, αντιμετώπισης και αντίστασης στα προωθούμενα μηνύματα και πρότυπα;

Για τη μελέτη των πιο πάνω θεμάτων είναι απαραίτητη η ερμηνεία της υλικής, συναισθηματικής, ιδεολογικής και κοινωνικής σημασίας που η έννοια της «ομορφιάς» φέρει για τα παιδιά μέσα από το φακό της πλούσιας φεμινιστικής θεωρίας (π.χ. Bartky 1990· Bordo, 1993/2003, 1999· Davis, 1991, 2002· Gill, 2008α· Jeffreys, 2005· Renold & Ringrose, 2011· Wolf, 1991/2002) σχετικά με τη φύση και το νόημα της ομορφιάς, η οποία αναδεικνύει σημαντικές οπτικές σε σχέση με την έμφυλη, σεξουαλική, πολιτική, πολιτισμική και καταναλωτική της διάσταση. Επίσης, σημαντικό θεωρητικό φακό για τη διατριβή αυτή αποτελεί η προσέγγιση της Raewyn Connell (1987, 1995) σχετικά με την ηγεμονική διάσταση στη συγκρότηση του φύλου, καθώς και η μεταδομιστική προσέγγιση της Judith Butler (1993/2008, 1997, 1997/2009) σχετικά με τις διαδικασίες υποκειμενικοποίησης, η οποία αναλύει τις διαδικασίες συγκρότησης του υποκειμένου με βάση τις έννοιες του λόγου, της υποκειμενικοποίησης, της επιτελεστικότητας και της εμπρόθετης δράσης.

Σκοπός του δεύτερου κεφαλαίου της διατριβής είναι να δώσει τη βασική θεωρητική σκοπιά στην οποία στηρίζεται η έρευνα, η οποία συμβάλλει στην ερμηνεία και στο ξεκλείδωμα των έμφυλων και σεξουαλικών κοινωνικών κόσμων των παιδιών μέσα από τη διαπραγμάτευσή τους στο θέμα της ομορφιάς. Ένας βασικός σκοπός της διατριβής είναι η προσπάθεια να διασταυρωθεί η φεμινιστική θεωρία για την ομορφιά με μελέτες για την παιδικότητα και το φύλο. Έτσι, βασικό θεωρητικό πλαίσιο στη διατριβή αποτελούν φεμινιστικές θεωρητικές προσεγγίσεις σχετικά με τη γυναικεία και ανδρική ομορφιά. Όσον αφορά τη γυναικεία ομορφιά, παρατίθεται το βασικό δίλημμα αντιμετώπισής της ως

φαινόμενο που προωθεί την καταπίεση ή την ενδυνάμωση των γυναικών. Παρουσιάζονται, λοιπόν, φεμινιστικές θέσεις που αντιμετωπίζουν την ομορφιά ως πηγή καταπίεσης για τις γυναίκες, ασκώντας κριτική στις νορμαλιστικές πρακτικές ομορφιάς (π.χ. Bartky, 1990· Bordo, 1993/2003· Jeffreys, 2005· Wolf, 1991/2002), καθώς και η μεταφεμινιστική οπτική αντιμετώπισης της ομορφιάς ως μέσο ενδυνάμωσης, ικανοποίησης και ευχαρίστησης για τις γυναίκες (π.χ. Davis, 1991). Προβάλλεται, επίσης, μια τρίτη φεμινιστική θεωρητική προσέγγιση, η οποία απομακρύνεται από το πιο πάνω θεωρητικό δίπολο, αναγνωρίζοντας την πολυδιάστατη σχέση μεταξύ υποκειμενικότητας και κουλτούρας, όπου εξουσία-ευχαρίστηση, εμπρόθετη δράση-πειθαρχία δεν αποτελούν απαραίτητα αντιθετικούς πόλους, αλλά μπορούν να συνυπάρξουν (π.χ. Gill, 2007α, β, 2008α· Jackson κ.ά., 2012· Renold & Ringrose, 2011· Stuart & Donaghue, 2011).

Η τελευταία θεωρητική προσέγγιση, η οποία τονίζει την πολύπλοκη σχέση μεταξύ λογοθετικής εμπρόθετης δράσης και καταπίεσης σε θέματα που αφορούν την ομορφιά, προβάλλεται στη διατριβή μέσα από βιβλιογραφία από τις σπουδές παιδικότητας. Η βιβλιογραφία αυτή αναδεικνύει τους τρόπους διαπραγμάτευσης από τα παιδιά -κατά κύριο λόγο από κορίτσια στην εφηβεία- της δημοφιλούς κουλτούρας και των αναπαραστάσεων των MME, αναδεικνύοντας τη ρευστή μετακίνηση που υπάρχει μεταξύ δομής και υποκειμενικότητας και των διαδικασιών εμποτισμού/επιρροής και αντίστασης που σκιαγραφούν τη συγκρότηση θηλυκών υποκειμενικοτήτων (Gill, 2008α· Renold & Ringrose, 2011· Jackson κ.ά., 2012).

Όσον αφορά την ανδρική ομορφιά, αυτή περιορισμένα έχει θεωρητικοποιηθεί. Ωστόσο, παραθέτω βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις σε σχέση με την αρρενωπότητα και την ομορφιά, οι οποίες κυρίως αφορούν την κεντρική θέση που έχει αποκτήσει το ανδρικό σώμα στην καταναλωτική κουλτούρα τις τελευταίες δεκαετίες, το οποίο συχνά σεξουαλικοποιείται (Simpson, 1994· Bordo, 1999· Nixon, 1996). Ακόμα παραθέτω τη θέση κάποιων θεωρητικών (π.χ. Davis, 2002· Kimmel, 2006· Pope κ.ά., 2000) σχετικά με την πολιτισμική παγίδα στην οποία και οι άνδρες –εκτός από τις γυναίκες– πέφτουν για μη ρεαλιστική ελκυστική εμφάνιση μέσω της μόδας, της αισθητικής, της ενασχόλησης με το σώμα και της αποπλάνησης από τον καταναλωτικό καπιταλισμό.

Ένα άλλο βασικό ερώτημα της διατριβής διαπραγματεύεται τη συγκρότηση έμφυλων υποκειμενικοτήτων από τα παιδιά μέσα από ιδανικά και πρακτικές ομορφιάς. Για αυτό τον λόγο η διατριβή θεωρητικά πλαισιώνεται από τη θεωρητική προσέγγιση της Raewyn Connell (1987, 1995) σχετικά με τις έννοιες της ηγεμονικής αρρενωπότητας και της τονισμένης θηλυκότητας. Μέσα από τον θεωρητικό φακό της Connell για την

ηγεμονική διάσταση του φύλου εξηγείται ο τρόπος με τον οποίο ιδεώδη πολιτισμικά μοντέλα θηλυκότητας και αρρενωπότητας αντανakλούν ιεραρχικές σχέσεις εξουσίας, αποτελώντας πεδίο ανάδειξης έμφυλης ανισότητας.

Επιπλέον η διατριβή στηρίζεται σημαντικά στη μεταδομιστική προσέγγιση της Judith Butler (1993/2008, 1997, 1997/2009) σχετικά με τις διαδικασίες υποκειμενικοποίησης, με βάση τις έννοιες του λόγου, της υποκειμενικοποίησης, της επιτελεστικότητας και της εμπρόθετης δράσης. Ο θεωρητικός φακός της Butler προτείνει έναν τρόπο κατανόησης των διαδικασιών έμφυλης υποκειμενικοποίησης, τονίζοντας ταυτόχρονα τόσο τους περιορισμούς που το υποκείμενο βιώνει, αλλά και τις δυνατότητες που διαθέτει για αλλαγή. Με τον τρόπο αυτό, η συγκρότηση της έμφυλης υποκειμενικότητας κατανοείται ως μια διαδικασία όχι απαραίτητα και αποκλειστικά αμετάβλητη, ντετερμινιστική και ουσιοκρατική, δίνοντας έμφαση στη βουλησιαρχική φύση, την «αντίσταση» και την εμπρόθετη δράση του υποκειμένου.

Το τρίτο κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στην περιγραφή του μεθοδολογικού σχεδιασμού της έρευνας. Η έρευνα αυτή στηρίζεται σε ποιοτικές μεθόδους έρευνας και είναι βασισμένη στην εθνογραφική προσέγγιση. Η παρούσα έρευνα ακολουθεί το μοντέλο του αναδυόμενου σχεδιασμού (Maykut & Morehouse, 1994), κατά το οποίο ο σχεδιασμός της έρευνας είναι δυναμικός και εξελίσσεται στην πορεία. Δείγμα της έρευνας αποτελούν παιδιά στην προεφηβεία, μεταξύ 8-13 χρονών, και οι γονείς τους. Το δείγμα της έρευνας χαρακτηρίζεται από ποικιλία στο δημογραφικό και κοινωνικοπολιτισμικό υπόβαθρο. Η συλλογή δεδομένων γίνεται σε ποικίλα πλαίσια (προσωπικός χώρος παιδιών, κοινωνικές δραστηριότητες, σχολική τάξη) και με διάφορα μεθοδολογικά μέσα (συνέντευξη, ομάδες εστίασης, παρατήρηση, διδασκαλία).

Συγκεκριμένα, διενεργώ συνεντεύξεις σε δεκαεννιά παιδιά (10 κορίτσια και 9 αγόρια) και τους γονείς τους (13 μητέρες και 4 πατέρες). Οι συνεντεύξεις με τα παιδιά διεξάγονται στον προσωπικό τους χώρο, συνήθως στο υπνοδωμάτιό τους, με τη χρήση βιογραφικών, ρεαλιστικών και παιδοκεντρικών μεθόδων, όπως επίδειξη αγαπημένων αντικειμένων μόδας και ομορφιάς, χρήση σεναρίων και οπτικών ερεθισμάτων. Διενεργώ, επίσης, δύο ομάδες εστίασης, μια με τέσσερα κορίτσια ηλικίας 10-11 χρονών και μια με έξι αγόρια 10-11 χρονών σε αγροτική περιοχή, παρατηρήσεις και σημειώσεις πεδίου κυρίως στην αυλή του σχολείου όπου δίδασκα, κατά τη διάρκεια κάποιων διαλειμμάτων, σε σχολικές εκδρομές ή σε κάποιες οικογενειακές κοινωνικές δραστηριότητες. Ακόμα, μεταφέρω την έρευνα στον χώρο της σχολικής τάξης, όπου πραγματοποιώ μια διδασκαλία σε τρία σχολεία –ένα σε αστική, ένα σε ημιαστική και ένα σε αγροτική περιοχή- σε παιδιά Ε΄ και Στ΄ τάξης. Σκοπός είναι η καλλιέργεια ικανοτήτων κριτικής σκέψης των παιδιών

μέσα από θέματα φύλου και ομορφιάς. Για την ανάλυση των δεδομένων ακολουθώ τη στρατηγική της συνεχούς σύγκρισης, χρησιμοποιώντας το λογισμικό NVIVO.

Ο λόγος των παιδιών και οι δικές τους φωνές βρίσκονται στο επίκεντρο της προσοχής στην έρευνα αυτή. Οι οπτικές των παιδιών παρουσιάζονται στο τέταρτο και εκτενέστερο κεφάλαιο της διατριβής, στο κεφάλαιο «Συζήτηση Αποτελεσμάτων», το οποίο στηρίζεται σε εμπειρικά δεδομένα. Το κεφάλαιο αυτό αποτελείται από έξι υποκεφάλαια στηριγμένα στον λόγο των παιδιών, ενώ ένα υποκεφάλαιο αφιερώνεται στη γονική οπτική. Το κάθε υποκεφάλαιο «αφηγείται» από μια διαφορετική –αλλά όλες μαζί πολύ συσχετιζόμενες μεταξύ τους ιστορίες– σε σχέση με τους δυναμικούς, δημιουργικούς, περιοριστικούς, ενδυναμωτικούς, καταπιεστικούς, προσδοκώμενους και μη τρόπους με τους οποίους τα παιδιά συγκροτούν και επιτελούν όψεις του έμφυλου και σεξουαλικού τους εαυτού μέσα από τη διαπραγμάτευση ιδανικών ομορφιάς. Σε κάθε υποκεφάλαιο παραθέτω αναλυτικά βιβλιογραφική ανασκόπηση από σχετικές εμπειρικές έρευνες που αφορούν το εκάστοτε υπό μελέτη θέμα. Ακόμα, παραθέτω τον σκοπό και τα επιμέρους και πιο εξειδικευμένα ερευνητικά ερωτήματα που με απασχολούν στο εκάστοτε κεφάλαιο και στη συνέχεια αναλυτικά παραθέτω και ερμηνεύω τα εμπειρικά δεδομένα της έρευνάς μου.

Ξεκινώ την παράθεση των αποτελεσμάτων με το υποκεφάλαιο «Η Ομορφιά... Παίζει Ρόλο». Εξερευνώντας την ‘Ομορφιά’ Μέσα από την Οπτική των Παιδιών». Παρουσιάζω το υποκεφάλαιο αυτό πρώτο, γιατί, μέσα από την ανάλυση του λόγου των παιδιών δίνεται μια σφαιρική ιδέα για τα νοήματα που η έννοια της «ομορφιάς» παίρνει στα μάτια τους. Συγκεκριμένα, στο κεφάλαιο διερευνώ τα ιδανικά –εμφανισιακά και μη– πρότυπα ομορφιάς και μοντέλα θηλυκότητας και αρρενωπότητας για τα παιδιά, καθώς και τις πρακτικές ομορφιάς που τα παιδιά ακολουθούν με σκοπό την πραγμάτωση μιας «όμορφης» εμφάνισης. Πέρα, όμως, από τη διερεύνηση της έννοιας της ομορφιάς σε φυσικό, σωματικό, πρακτικό και εμπειρικό επίπεδο, στο υποκεφάλαιο αυτό μελετώ την ιδεολογική και ηθική διάσταση που λαμβάνει η «ομορφιά» στα μάτια των παιδιών και συγκεκριμένα τους τρόπους με τους οποίους η «ομορφιά» συνδέεται με άλλες ικανότητες, θετικά και αρνητικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του ατόμου. Ακόμα, συζητώ τη βαρύτητα που λαμβάνει για τα παιδιά η έννοια της ομορφιάς σε επίπεδο εξωτερικής εμφάνισης, σε συνδυασμό ή και αντιδιαστολή με την «εσωτερική ομορφιά» και την προσωπικότητα του ατόμου. Επιπλέον, συζητείται κατά πόσο η «ομορφιά» τελικά αποτελεί «γυναικεία υπόθεση» και κατά πόσο και τα αγόρια εμπλέκονται σε διαδικασίες ομορφιάς, αλλά κυρίως κατά πόσο είναι πρόθυμα να παραδεχτούν τη δική τους εμπλοκή. Τέλος, μέσα από τον λόγο των παιδιών αναλύεται και μεταφέρεται στην έρευνα το βασικό δίλημμα της φεμινιστικής θεωρίας σε σχέση με την ομορφιά –κατά πόσο αυτή αποτελεί

πηγή καταπίεσης ή ενδυνάμωσης– με τα παιδιά να δίνουν τη δική τους θέση και τεκμηρίωση.

Στα επόμενα τρία υποκεφάλαια των αποτελεσμάτων, αναλύω επιμέρους πρακτικές των παιδιών σε σχέση με την εμπλοκή τους με την ομορφιά και την κοινωνικοπολιτισμική σημασία των πρακτικών αυτών για τη συγκρότηση «όμορφων» έμφυλων και σεξουαλικών υποκειμενικότητων. Συγκεκριμένα, στο υποκεφάλαιο «Παιδικές Ταυτότητες και Μόδα: Η Κοινωνική και Πολιτισμική Σημασία της Κατανάλωσης Παιδικής Μόδας» μελετώ τους ποικίλους τρόπους με τους οποίους τα παιδιά χρησιμοποιούν τη μόδα ως μέσο συγκρότησης της υποκειμενικότητάς τους. Συγκεκριμένα, αναλύω τη συμβολική αξία της μόδας για τα παιδιά και τους τρόπους με τους οποίους διαχειρίζονται τη συμβολική διάσταση της μόδας για να δομήσουν και να επιτελέσουν την έμφυλη, προσωπική, κοινωνική και συλλογική τους υποκειμενικότητα. Ακόμα, στο υποκεφάλαιο αυτό μελετώ την εμπλοκή και διαπραγμάτευση εκ μέρους των παιδιών «σεξουαλικοποιημένων» αγαθών μόδας και τους ποικίλους τρόπους και πρακτικές με τους οποίους αγόρια και κορίτσια χρησιμοποιούν τα αγαθά αυτά στην καθημερινότητά τους, καθώς και το πώς διαπραγματεύονται τα νοήματα που μεταφέρουν.

Στο επόμενο υποκεφάλαιο, με τίτλο «Διαβάζοντας την Ποπ Μουσική Κουλτούρα: Ποικιλία, Συνθετότητα, Αντιθέσεις», μελετώ τους τρόπους χειρισμού και νοηματοδότησης της σύγχρονης (μεταφεμινιστικής) μουσικής κουλτούρας και των αναπαραστάσεων φύλου, ομορφιάς και σεξουαλικότητας που προωθούνται από αυτήν με βάση την οπτική των ίδιων των παιδιών. Ακόμα αναλύω τη συνθετότητα της σχέσης που υπάρχει μεταξύ κουλτούρας και υποκειμενικότητας, ερμηνεύοντας τον τρόπο που τα παιδιά αντιμετωπίζουν τις αρρενωπότητες και θηλυκότητες που προβάλλονται από τα ΜΜΕ.

Στο υποκεφάλαιο «‘Like sthn prof’: Πλοήγηση στις Ψηφιακές Έμφυλες και Σεξουαλικές Υποκειμενικότητες των Παιδιών στο Facebook» μελετώ τους τρόπους με τους οποίους τα παιδιά συγκροτούν και επιτελούν έμφυλες και σεξουαλικές υποκειμενικότητες μέσα από τη ψηφιακή τους δράση στο Facebook. Συγκεκριμένα προβάλλεται η αλληλεπίδραση πολύπλοκων κοινωνικών και πολιτισμικών δυναμικών στον καθορισμό του τρόπου προβολής της έμφυλης ταυτότητας των παιδιών στα κοινωνικά μέσα, οι σύνθετες αποφάσεις που έχουν να πάρουν σε σχέση με τον τρόπο δράσης τους στα κοινωνικά δίκτυα, καθώς η κριτική και αντίσταση που συχνά κάποια παιδιά προβάλλουν σε κυρίαρχες διαδικασίες ψηφιακής προβολής εαυτού στην κουλτούρα των συνομηλίκων.

Το επόμενο υποκεφάλαιο των αποτελεσμάτων έχει τίτλο «Παιδικότητα, ‘Σεξουαλικοποίηση’, Καταναλωτική Κουλτούρα και ΜΜΕ: Εξερευνώντας τη Γονική

Οπτική». Σε αυτό πραγματεύομαι τους τρόπους με τους οποίους οι γονείς συμμετέχουν στη διαμόρφωση των νοημάτων που φέρουν οι έννοιες της «ομορφιάς» για τα παιδιά και τους τρόπους με τους οποίους διαπραγματεύονται πρότυπα ομορφιάς που απευθύνονται στα παιδιά. Επίσης, ερμηνεύω την οπτική των γονιών και τις πιθανές τους ανησυχίες σχετικά με τη σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας και τα «σεξουαλικοποιημένα» πρότυπα ομορφιάς που απευθύνονται στα παιδιά. Για τη διερεύνηση των πιο πάνω εντοπίζω τις πολιτισμικές και κοινωνικές πρακτικές που οι γονείς ακολουθούν σχετικά με την ενασχόληση των παιδιών τους με την ομορφιά, τη σεξουαλικότητα και τον καταναλωτισμό.

Στο υποκεφάλαιο «Κριτικός Γραμματισμός στα ΜΜΕ: Μια Πρακτική Εφαρμογή Εκπαιδευτικής Παρέμβασης σχετικά με τα Πρότυπα Ομορφιάς στα ΜΜΕ» μεταφέρομαι στον χώρο της εκπαίδευσης. Συγκεκριμένα στο υποκεφάλαιο αυτό μελετώ τους τρόπους με τους οποίους η προσέγγιση του κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ μπορεί να συμβάλει στην καλλιέργεια των ικανοτήτων χειρισμού, αντιμετώπισης και εμπρόθετης δράσης των παιδιών απέναντι στα μηνύματα που μεταφέρονται από τα ΜΜΕ σχετικά με τα πρότυπα ομορφιάς.

Το τελευταίο υποκεφάλαιο των αποτελεσμάτων έχει τίτλο «Πώς Φτιάχνονται τα 'Αγόρια' και τα 'Κορίτσια': Κατανοώντας τη Συγκρότηση Θηλυκών και Αρρενωπών Υποκειμενικοτήτων μέσω Πρακτικών Ομορφιάς». Το υποκεφάλαιο αυτό αποτελεί το επιστέγασμα της έρευνας αυτής, όπου αναλύω το ανώτερο και πιο γενικευμένο μέρος της διαδικασίας με την οποία τα παιδιά συγκροτούνται ως έμφυλα υποκείμενα μέσω καθημερινών πρακτικών που αφορούν την ενασχόληση με την ομορφιά, το σώμα και τον καταναλωτισμό, αλλά και μέσα από τη διαπραγμάτευση ιδεών και ιδανικών για την ομορφιά. Στο υποκεφάλαιο αυτό, στηριζόμενη σε μεγάλο βαθμό στη θεωρία της Connell για την ηγεμονική διάσταση του φύλου, αλλά και στη μεταδομιστική οπτική της Butler όσον αφορά τη σχέση του υποκειμένου με τις έννοιες του λόγου, της υποκειμενικοποίησης, της επιτελεστικότητας και της εμπρόθετης δράσης, ερμηνεύω διάφορες διαστάσεις συγκρότησης τόσο κυρίαρχων, όσο και διαφοροποιημένων λόγων θηλυκότητας και αρρενωπότητας από τα παιδιά.

Τέλος, στο κεφάλαιο «Συζήτηση» φέρνω μαζί κάποια από τα πιο βασικά και ουσιώδη «ευρήματα» που προκύπτουν από τα επτά εμπειρικά υποκεφάλαια των αποτελεσμάτων. Δεν είναι πρόθεση μου στην εθνογραφική αυτή έρευνα να παραβάλλω γενικευμένα «αποτελέσματα» και «ευρήματα», αλλά να δώσω μια όσον το δυνατόν πιο πλήρη εικόνα και να παραθέσω σκέψεις σχετικά με τις πολυδιάστατες διαδικασίες εμφυλοποίησης κατά την παιδικότητα και την αμφιταλάντευση μεταξύ εμποτισμού και

αντίστασης που χαρακτηρίζει την αλληλεπίδραση των παιδιών με πολιτισμικά μηνύματα ομορφιάς. Στα συμπεράσματα υπογραμμίζω τα πιο βασικά στοιχεία και προβληματισμούς που προκύπτουν σχετικά με την επιτέλεση του φύλου και της σεξουαλικότητας κατά την παιδικότητα, ακολουθώντας τη σκοπιά και την εμπειρία των ίδιων των παιδιών.

Προκειμένου να μελετήσω σφαιρικά όλες τις διαστάσεις που παίρνει η έννοια της «ομορφιάς» για τα παιδιά, είναι αναγκαίο να χτίσω μια διατριβή βασισμένη σε διατομική προσέγγιση, μελετώντας και συνδυάζοντας θέματα που προκύπτουν από διάφορα κοινωνιολογικά πεδία: από τις σπουδές φύλου, τις σπουδές παιδικότητας, τις σπουδές που αφορούν τον καταναλωτισμό και τον χώρο της εκπαίδευσης. Από αυτούς τους τομείς μελετώ σημαντικές θεωρητικές προσεγγίσεις αλλά και εμπειρικές έρευνες, ενώ ταυτόχρονα συνεισφέρω με την έρευνά μου, προσθέτοντας στην υπάρχουσα βιβλιογραφία, σε ζητήματα στα οποία παρατηρείται κενό γνώσης.

Είναι απαραίτητη η ερμηνεία της έννοιας της «ομορφιάς» από τα παιδιά μέσα από το πεδίο των σπουδών φύλου και συγκεκριμένα μέσα από τη φεμινιστική θεωρία σχετικά με την ομορφιά. Ωστόσο, ένα βασικό κενό που παρατηρείται στις συζητήσεις αυτές, είναι ότι παραμένουν σε θεωρητικό επίπεδο και τείνουν να αφορούν στο μεγαλύτερο τους μέρος τις γυναίκες. Η βασικότερη συνεισφορά της έρευνας έγκειται στη σύνδεση του φεμινιστικού θεωρητικού πλαισίου σε σχέση με την ομορφιά με εμπειρικά δεδομένα που προκύπτουν από την καθημερινότητα και τον λόγο των παιδιών, κάτι που μπορεί να εμπλουτίσει την παραγωγή γνώσης και στους δύο τομείς. Συγκεκριμένα, μέσα από τις συζητήσεις και τις δραστηριότητες που τελούνται με τα παιδιά, αναδεικνύεται σε βάθος η δική τους οπτική σε σχέση με τα διάφορα νοήματα που προσδίδουν στην ομορφιά. Ταυτόχρονα, μελετούνται οι ποικίλοι τρόποι αλληλεπίδρασης των παιδιών με μηνύματα και προωθούμενα μοντέλα ομορφιάς που προέρχονται από τα ΜΜΕ κι από το κοινωνικοπολιτισμικό τους περιβάλλον. Έτσι, τα παιδιά επιχειρηματολογούν για τις επιλογές τους, αναδεικνύοντας αντιλήψεις, ερμηνείες κι αντιφάσεις σχετικά με την εμπλοκή τους στην κουλτούρα ομορφιάς. Επιπρόσθετα, εμπλέκονται σε προβληματισμούς και διλήμματα σχετικά με τη σημασία και τα νοήματα που η ομορφιά φέρει για αυτά και δίνουν τη δική τους σκοπιά σε συζητήσεις που απασχολούν τη φεμινιστική σκέψη σε σχέση με την ομορφιά,

Η έρευνα αυτή, επίσης, σε μεγάλο της μέρος μελετά θέματα που αφορούν τη σεξουαλικοποίηση της παιδικότητας. Το φαινόμενο της σεξουαλικοποίησης της παιδικότητας –κυρίως των κοριτσιών– είναι ένα θέμα που εγείρει ποικίλες ανησυχίες και αντιπαραθέσεις στον δημόσιο και ακαδημαϊκό χώρο. Όμως το πώς στην πραγματικότητα τα παιδιά βιώνουν την κουλτούρα αυτή, το τι πιστεύουν για το φύλο και τη

σεξουαλικότητα και το πώς αυτά τα θέματα έχουν αντίκτυπο στη ζωή τους αποτελούν θέματα που συχνά περιθωριοποιούνται ή υπομελετώνται. Η φεμινιστική θεωρία, αλλά και οι σχετικές εμπειρικές έρευνες για την ομορφιά και τη σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας, συνήθως επικεντρώνονται στη σχέση της κουλτούρας με νεαρά ενήλικα άτομα ή με έφηβους/-ες κι όχι με παιδιά. Ακόμα, όμως και στις περιπτώσεις που οι έρευνες έχουν στο επίκεντρο τους τα παιδιά, η έμφαση δίνεται στα κορίτσια, αφήνοντας πίσω αναπάντητα ερωτήματα για την εμπλοκή των αγοριών με τη σεξουαλικοποιημένη κουλτούρα. Έτσι, μεγάλο μέρος της σχετικής βιβλιογραφίας στηρίζεται σε υποθέσεις ενηλίκων που αφορούν την κατανόηση των παιδιών σχετικά με τη σεξουαλικότητα, τη δόμηση έμφυλων και σεξουαλικών ταυτοτήτων και την παιδική αθωότητα. Στην παρούσα έρευνα, μελετώντας πηγές σε θεωρητικό και ερευνητικό επίπεδο σχετικά με τη σεξουαλικοποίηση της παιδικότητας, αλλά και κυρίως «ακούγοντας» τις φωνές των παιδιών για τα θέματα αυτά, επιχειρώ να δώσω απαντήσεις στις συζητήσεις περί «σεξουαλικοποίησης της παιδικότητας», λαμβάνοντας υπόψη τις πολύπλοκες κοινωνικές και πολιτισμικές δυναμικές που αλληλεπιδρούν και καθορίζουν τους τρόπους επιτέλεσης της έμφυλης και σεξουαλικής διάστασης της υποκειμενικότητας των παιδιών. Η μελέτη των τρόπων αλληλεπίδρασης της υποκειμενικότητας των παιδιών με τον κοινωνικό και πολιτισμικό παράγοντα και συγκεκριμένα με τη σύγχρονη «σεξουαλικοποιημένη» κουλτούρα, αποτελεί ένα από τα κύρια σημεία που αναδεικνύουν την αναγκαιότητα της έρευνας αυτής.

Η έρευνα ακόμα εξαπλώνεται στη μελέτη του τρόπου αλληλεπίδρασης των παιδιών με την υλική κουλτούρα και τον καταναλωτισμό. Στον τομέα της κοινωνιολογίας της κατανάλωσης υπάρχει περιορισμένη εμπειρική έρευνα που να διερευνά την οπτική των παιδιών σχετικά με την εμπλοκή τους με την υλική κουλτούρα. Στην έρευνα αυτή προσπαθώ να καλύψω το κενό αυτό, αφού μελετώ την κοινωνικοπολιτισμική σημασία της κατανάλωσης μόδας και άλλων προϊόντων ομορφιάς στις ζωές των παιδιών, αντιμετωπίζοντάς τα ως οντότητες που ποικίλουν στον βαθμό εμπρόθετης δράσης, στην αίσθηση του εαυτού, στη γνώση και στην εμπειρία της υλικής και καταναλωτικής κουλτούρας.

Η γονική οπτική συμπληρώνει την κατανόηση των πιο πάνω θεμάτων. Εμπειρικές έρευνες που να διερευνούν τη γονική οπτική σε σχέση με το ιδεώδες της ομορφιάς, τα πρότυπα ομορφιάς που προωθούνται από τα ΜΜΕ, την καταναλωτική κουλτούρα και το ζήτημα της σεξουαλικοποίησης της παιδικότητας είναι πολύ περιορισμένες. Η συνεισφορά της έρευνας αυτής, όσον αφορά τη γονική εμπλοκή στα θέματα αυτά, έγκειται στην κριτική μελέτη και ανάλυση του τρόπου διαπραγμάτευσης –των αντιλήψεων,

«ανησυχιών» και κοινωνικών και πολιτισμικών πρακτικών– εκ μέρους των γονιών σε θέματα που σχετίζονται με την ομορφιά, τη σεξουαλικότητα και τις έμφυλες υποκειμενικότητες των παιδιών.

Τέλος, στην έρευνα αυτή διερευνώ τη διαπραγμάτευση ζητημάτων που αφορούν την «ομορφιά» από τα παιδιά, μελετώντας όψεις του ζητήματος και μέσα από το θεσμό της εκπαίδευσης. Το εκπαιδευτικό σύστημα τείνει να δίνει έμφαση σε παραδοσιακές μορφές και πρακτικές γραμματισμού, δηλαδή σε μεθόδους και διαδικασίες που στοχεύουν στην ανάπτυξη των ικανοτήτων των παιδιών στο γνωστικό τομέα, αγνοώντας την προσέγγιση ευρύτερων κοινωνιολογικών ζητημάτων που απασχολούν τα παιδιά, όπως, στην προκειμένη περίπτωση, την αλληλεπίδραση των παιδιών με τη δημοφιλή κουλτούρα και δημοφιλή πολιτισμικά κείμενα των ΜΜΕ σε θέματα ομορφιάς. Ταυτόχρονα, υπάρχει περιορισμένη ερευνητική κατανόηση για τους τρόπους με τους οποίους η κριτική ανάλυση των ΜΜΕ μπορεί να ενσωματωθεί αποτελεσματικά στο εκπαιδευτικό σύστημα. Στην παρούσα έρευνα δίνω στοιχεία για το πώς εκπαιδευτικές παρεμβάσεις, στηριγμένες στη φιλοσοφία του μιντιακού κριτικού γραμματισμού και με φεμινιστική οπτική, μπορούν να καλλιεργήσουν στα παιδιά την ερμηνευτική τους ικανότητα και εμπρόθετη δράση στη διαπραγμάτευση μηνυμάτων ομορφιάς και σεξουαλικοποίησης από τα ΜΜΕ και την καταναλωτική κουλτούρα, προκαλώντας σχέσεις εξουσίας και ιδεολογίες σε σχέση με την έμφυλη υποκειμενικότητα και τη σεξουαλικότητα.

Θεωρητικό Πλαίσιο

Ένα βασικό ερώτημα στη διατριβή αυτή είναι το πώς τα παιδιά συγκροτούν έμφυλες υποκειμενικές ταυτότητες μέσα από ιδανικά και πρακτικές ομορφιάς. Εφόσον η έννοια της ομορφιάς αποτελεί κεντρική θεματική αυτής της διατριβής, είναι απαραίτητη η θεωρητική πλαισίωσή της από τη σκοπιά της φεμινιστικής σκέψης. Στο κεφάλαιο αυτό λοιπόν θα παρουσιαστεί μια ανασκόπηση της φεμινιστικής θεωρίας γύρω από την ομορφιά, αναδιπλώνοντας τις πιο βασικές θέσεις, διλήμματα και προβληματισμούς σε σχέση με τη γυναικεία και ανδρική ομορφιά. Ωστόσο, ενώ η έννοια της ομορφιάς αποτελεί βασική θεματική στη φεμινιστική σκέψη, η καθημερινή διαπραγμάτευση της μέσα από πρακτικές ομορφιάς από παιδιά, δεν συμπεριλαμβάνεται σε αυτή τη θεώρηση. Επιπλέον, ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία αναζητούν απαντήσεις στις καθημερινές επιλογές και ερμηνείες των παιδιών, προϋποθέτουν ένα θεωρητικό πλαίσιο το οποίο να αντιμετωπίζει την έμφυλη ταυτότητα ως πολύπλοκη κοινωνική διαδικασία, μέσα σε συγκεκριμένο ιστορικό και πολιτισμικό πλαίσιο. Είναι σημαντική, λοιπόν, η χρήση μιας θεωρητικής προσέγγισης που να εξηγεί πώς οι πολιτισμικά ιδεώδεις μορφές θηλυκότητας και αρρενωπότητας αντανακλούν σχέσεις εξουσίας και αποτελούν ένα πεδίο ανάδειξης έμφυλης ανισότητας. Έτσι, οι έννοιες της ηγεμονικής αρρενωπότητας και της τονισμένης θηλυκότητας της Raewyn Connell (1987, 1995) θα χρησιμοποιηθούν ως ένα επιπλέον οπτικό πρίσμα για την κατανόηση της έμφυλης παιδικότητας. Επίσης, η μεταδομιστική προσέγγιση της Judith Butler (1993/2008, 1997, 1997/2009) αποτελεί ένα άλλο σημαντικό θεωρητικό φακό σε αυτή τη διατριβή εφόσον συσχετίζει το υποκείμενο με τις έννοιες του λόγου, της υποκειμενικοποίησης, της επιτελεστικότητας και της εμπρόθετης δράσης στις διαδικασίες προσδιορισμού και επαναπροσδιορισμού της έμφυλης υποκειμενικότητας. Το παρόν κεφάλαιο προσφέρει μια βασική αναδρομή στις πιο πάνω θεωρίες της Raewyn Connell και της Judith Butler, έτσι ώστε να αναδιπλώσει τους τρόπους με τους οποίους μπορούν να αποτελέσουν ένα φακό ερμηνείας του εθνογραφικού υλικού. Τέλος, στο κεφάλαιο αυτό γίνεται επισκόπηση της βιβλιογραφίας από εμπειρικές έρευνες με παιδιά, οι οποίες διαπραγματεύονται τη συγκρότηση έμφυλων υποκειμενικοτήτων μέσα από ιδανικά ομορφιάς.

Θεωρητικές Προσεγγίσεις στη Γυναικεία και Ανδρική Ομορφιά

Βασικό ερώτημα στη διατριβή αυτή είναι η κατανόηση του τρόπου νοηματοδότησης εκ μέρους των παιδιών των εννοιών της «ομορφιάς» καθώς κι ο τρόπος αλληλεπίδρασης των παιδιών σχετικά με την πρόσληψη και τη διαχείριση των μηνυμάτων που προέρχονται από τα ΜΜΕ σε σχέση με μοντέλα ομορφιάς και σεξουαλικότητας. Απώτερος σκοπός της έρευνας είναι η σύνδεση της φεμινιστικής θεωρίας για την ομορφιά και των βασικών προβληματισμών που την αφορούν με δεδομένα κι εμπειρίες που προκύπτουν από την οπτική των ίδιων των παιδιών. Για αυτό είναι σημαντική η ανασκόπηση φεμινιστικής θεωρίας σχετικά με το νόημα και τη φύση της ομορφιάς, καθώς και η συζήτηση βασικών διλημμάτων που την απασχολούν σε σχέση με τη γυναικεία ομορφιά. Στο σημείο αυτό, επίσης, θα συζητηθεί η πολύπλοκη σχέση μεταξύ λογοθετικής εμπρόθετης δράσης και καταπίεσης σε θέματα που αφορούν την ομορφιά. Η θεωρητικοποίηση της ανδρικής ομορφιάς σε σχετικές συζητήσεις είναι περιορισμένη, ωστόσο θα παρατεθούν βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις σε σχέση με την αρρενωπότητα και την ομορφιά.

Τέλος, η πιο κάτω θεωρητική επισκόπηση παρουσιάζεται με πλήρη επίγνωση της περιορισμένης εφαρμογής αυτών των προσεγγίσεων στον τρόπο με τον οποίο τα παιδιά εμπλέκονται με θέματα ομορφιάς. Γι' αυτό τον λόγο, η προσπάθεια να διασταυρωθεί η φεμινιστική θεωρία για την ομορφιά με μελέτες για παιδικότητα και το φύλο θεωρείται σημαντική εφόσον μπορεί να εμπλουτίσει την παραγωγή γνώσης και στους δύο τομείς.

Γυναικεία Ομορφιά και Φεμινιστική Σκέψη. Καταπίεση ή Ενδυνάμωση;

Στον φεμινιστικό χώρο υπάρχει μια σημαντική επιστημονική βιβλιογραφία σχετικά με τη φύση και το νόημα της ομορφιάς για τις γυναίκες. Κάποιες θεωρητικές θέσεις (π.χ. Etcoff, 1999) αντιμετωπίζουν την ομορφιά μέσω της οπτικής της εξελικτικής θεωρίας, δίνοντας έμφαση στην κοινωνικά αμειβόμενη της φύση. Το μεγαλύτερο μέρος της φεμινιστικής σκέψης σε σχέση με την ομορφιά, ωστόσο, καταπιάνεται με το δίλημμα της αντιμετώπισής της ως φαινόμενο που προωθεί την καταπίεση ή την ενδυνάμωση των γυναικών. Έτσι παρατηρούμε ένα θεωρητικό δίπολο: από τη μια, υπάρχουν φεμινιστικές προσεγγίσεις, οι οποίες συνδέονται κυρίως με το «δεύτερο φεμινιστικό κύμα» (Lazar, 2011) και αντιμετωπίζουν την ομορφιά ως πηγή καταπίεσης για τις γυναίκες, ασκώντας κριτική στις νορμαλιστικές πρακτικές ομορφιάς και στην υψηλά κερδοφόρα βιομηχανία ομορφιάς (π.χ. Bartky, 1990· Bordo, 1993/2003· Jeffreys, 2005· Wolf, 1991/2002). Από την άλλη, μέσα από μια μεταφεμινιστική κυρίως οπτική (π.χ. Davis, 1991), η ομορφιά αντιμετωπίζεται ως

ένα θεμιτό μέσο ενδυνάμωσης, ικανοποίησης και ευχαρίστησης για τις γυναίκες. Ωστόσο μια άλλη θεωρητική προσέγγιση απομακρύνεται από τον διπολισμό αυτό, μιλώντας για τη σημασία της κατανόησης της πολυδιάστατης σχέσης που υπάρχει μεταξύ υποκειμενικότητας και κουλτούρας (π.χ. Gill, 2007α, β, 2008· Jackson κ.ά., 2012· Renold & Ringrose, 2011· Stuart & Donaghue, 2011).

Η κοινωνικά αμειβόμενη αξία της ομορφιάς: «Η ομορφιά ως κάτι καλό».

Όπως αναφέρθηκε, κάποιο μέρος της φεμινιστικής θεωρίας βλέπει την ομορφιά μέσω της οπτικής της θεωρίας της εξέλιξης, αιτιολογώντας την ως βιολογικό θέμα. Σύμφωνα με την Etcoff (1999), η ομορφιά αποτελεί αγαθό γενετικά δοσμένο και συνεπώς διαμοιρασμένο στους ανθρώπους με μη δίκαιο τρόπο. Παρόλο που η Etcoff συμφωνεί ότι η εξωτερική εμφάνιση στην πραγματικότητα πολύ λίγα μπορεί να πει σχετικά με τη νοημοσύνη, την ευγένεια, την προσωπικότητα του ατόμου, πιστεύει ότι είναι υποκρισία να προσποιούμαστε ότι το ιδανικό της ομορφιάς αποτελεί μια ασήμαντη κοινωνική κατασκευή. Ένα μεγάλο μέρος της βιβλιογραφίας αναδεικνύει την κοινωνικά αμειβόμενη αξία της ομορφιάς, αναφέροντας το κοινωνικό στάτους και τα πλεονεκτήματα που οι «όμορφοι» άνθρωποι απολαμβάνουν, εξαιτίας του εγγενούς τους αυτού χαρίσματος (Etcoff, 1999). Σε αυτή τη προσέγγιση υποστηρίζεται η θέση ότι «η ομορφιά αποτελεί κάτι καλό» (the beauty-as-good thesis) και δίνεται έμφαση στο φαινόμενο “halo effect”, στο οποίο η ελκυστική εμφάνιση συνδέεται με υψηλά θετικές προσδοκίες για ένα άτομο (Webster & Driskell, 1983).

Πράγματι, υπάρχουν έρευνες που δείχνουν ότι οι θετικές προσδοκίες για τους όμορφους ανθρώπους ξεκινούν από την παιδική ηλικία, αφού ακόμα και οι εκπαιδευτικοί, αναμένουν ότι τα πιο «όμορφα» παιδιά θα είναι πιο έξυπνα, κοινωνικά και δημοφιλή με τους συνομηλίκους τους (Clifford & Walster 1973). Τα παιδιά, επίσης, από την ηλικία των τεσσάρων, επιθυμούν να έχουν όμορφα παιδιά για φίλους, ενώ η ελκυστικότητα θεωρείται από τα έφηβα κορίτσια ως σημαντικός παράγοντας που ενδυναμώνει τις φιλικές σχέσεις (Carey κ.ά., 2010). Οι άνθρωποι με ελκυστική εμφάνιση φαίνεται να δηλώνουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, να έχουν περισσότερες κοινωνικές δεξιότητες, μεγαλύτερο έλεγχο της ζωής τους και θάρρος έκφρασης της άποψής τους, ενώ γενικά γίνονται δέκτες καλύτερης μεταχείρισης από τους συνανθρώπους τους (Etcoff, 1999). Οι όμορφοι άνθρωποι θεωρούνται πιο έξυπνοι, αξιόπιστοι, ταλαντούχοι, συμπαθείς και επιθυμητοί από τους μη συμβατικά όμορφους ανθρώπους (Dion κ.ά., 1972· Langlois κ.ά., 2000). Επιπλέον, υπάρχει η προσδοκία και η πεποίθηση ότι οι όμορφοι άνθρωποι έχουν πιο

επιτυχημένη προσωπική και επαγγελματική ζωή, ενώ το ονομαζόμενο “beauty premium” τονίζει ότι οι άνθρωποι που συμβαδίζουν με τα πολιτισμικά πρότυπα ομορφιάς λαμβάνουν μεγαλύτερα εισοδήματα από αυτούς που δεν τα ακολουθούν (Varian, 2006). Η ομορφιά εκλαμβάνεται ως μέσο με το οποίο οι γυναίκες ενδυναμώνουν το στάτους και την κυριαρχία τους στην κοινωνική τάξη (Bordo, 1993/2003), ενώ, σύμφωνα με την Etcoff (1999) το ιδεώδες της ομορφιάς συνδέεται ακόμη και με την αναπαραγωγική ικανότητα της γυναίκας. Η ομορφιά παίζει ρόλο, όχι μόνο σε προσωπικό επίπεδο, αλλά και σε θεσμικό επίπεδο, αφού τα ελκυστικά άτομα απολαμβάνουν μεγαλύτερα κοινωνικά προνόμια στο χώρο εργασίας (βλ. Hammermesh & Biddle, 1994· Hosoda κ.ά., 2003), στην εκπαίδευση (βλ. Clifford & Walster, 1973· Dion κ.ά., 1972) και στον γάμο (Conley & Glauber, 2005). Αντιθέτως οι μη ελκυστικοί άνθρωποι, που αποκλίνουν από πρότυπα ομορφιάς, στιγματίζονται πιο εύκολα και είναι πιο συχνά θύματα διακρίσεων (Webster & Driskell, 1983).

Παρόλα αυτά, η ομορφιά επίσης συνδέεται με αρνητικά ψυχολογικά χαρακτηριστικά, όπως η ματαιοδοξία και ο εγωκεντρισμός, ενώ ειδικότερα οι όμορφες γυναίκες θεωρούνται πιο επιρρεπείς στη μοιχεία, στην υπεροψία (Dermer & Thiel, 1975) και με μεγαλύτερα προβλήματα στις φιλίες τους (Etcoff, 1999). Γενικότερα, όμως, καθίσταται σαφές ότι η ομορφιά αποτελεί προνόμιο για τις περισσότερες εκφάνσεις της ζωής του ατόμου, ενώ οι συχνές θετικές προσδοκίες των ανθρώπων για τους όμορφους συναθρώπους τους, πολλές φορές λειτουργούν υπέρ των δεύτερων, μέσω των μηχανισμών της αυτο-εκπληρούμενης προφητείας (Etcoff, 1999).

Ομορφιά ως πηγή καταπίεσης των γυναικών. Σε αντίθεση με τις εξελικτικές θεωρίες της ομορφιάς, υπάρχουν φεμινιστικές θεωρίες που προσφέρουν δραματικά διαφορετικές ερμηνείες σχετικά με την έμφαση στην ομορφιά. Βασικές φεμινιστικές κριτικές σχετικά με τα δυτικά πρότυπα ομορφιάς εκφράζονται από τη Bordo (1993/2003), τη Wolf (1991/2002), τη Jeffrey (2005) και τη Bartky (1990), οι οποίες, αν και δεν μιλούν πάντα με την ίδια γλώσσα, εντούτοις έχουν ένα βασικό κοινό: την εξέταση των κοινωνικών και πολιτισμικών σημασιών που αποδίδονται στο σώμα όσον αφορά το φύλο, την εξουσία και την εγκαθίδρυση της πατριαρχίας, κατανοώντας έτσι την ομορφιά ως μέσο καταπίεσης των γυναικών (Forbes κ.ά., 2007). Οι φεμινιστικές αυτές θεωρίες, λοιπόν, δίνουν έμφαση στους τρόπους με τους οποίους η γυναικεία υποκειμενικότητα υφίσταται πειθαρχική δύναμη με το συνεχή βομβαρδισμό ιδεατών απεικονίσεων ομορφιάς, τονίζοντας ταυτόχρονα τα προβλήματα σε σχέση με την εικόνα του σώματος και την αυτοπεποίθηση που οι απεικονίσεις αυτές φέρουν (Gill, 2008α).

Η Naomi Wolf (1991/2002), στο βιβλίο της *The Beauty Myth. How Images of Beauty are used Against Women*, εξηγεί τους τρόπους με τους οποίους ο μύθος της ομορφιάς λειτουργεί ως πολιτικό όπλο καταπίεσης εναντίον των γυναικών σε διάφορους τομείς, όπως η γυναικεία εργασία, η σεξουαλική απόλαυση, η οικονομική ανάπτυξη και απελευθέρωση. Συγκεκριμένα, η Wolf (1991/2002) κάνει τη σύνδεση μεταξύ γυναικείας απελευθέρωσης και γυναικείας ομορφιάς, με το επιχείρημα ότι, ενώ οι γυναίκες σήμερα είναι απελευθερωμένες, οικονομικά και επαγγελματικά επιτυχημένες και συχνά σε θέσεις εξουσίας, ο τρόπος με τον οποίο αντιλαμβάνονται τον εαυτό τους σωματικά είναι κατά πολύ χειρότερος από ότι οι γυναίκες του παρελθόντος, αφού η εμμονή με την ομορφιά αποτελεί «κρυφή ανασφάλεια», ένα εμπόδιο που δηλητηριάζει την ελευθερία τους. Με άλλα λόγια, ενώ οι γυναίκες στον δυτικό κόσμο έχουν πετύχει, μετά από αγώνες, την παρουσία τους στη δημόσια σφαίρα, εντούτοις η ελευθερία αυτή συγχρόνως δηλητηριάζεται από τον «μύθο της ομορφιάς» (σελ. 10).

Ο «μύθος της ομορφιάς» λοιπόν και το προβαλλόμενο ιδεώδες ομορφιάς που συνεπάγεται, αποτελεί, σύμφωνα με τη Wolf, μια «πολιτική συνωμοσία» (σελ. 15) εναντίον του φεμινισμού και εναντίον των επιτευγμάτων των γυναικών. Ο μύθος λοιπόν δεν λειτουργεί σε προσωπικό επίπεδο, αλλά σε πολιτικό. Ο μύθος είναι τόσο βίαιος και έντονος, αφού η ιδεολογία της ομορφιάς (περισσότερο ακόμα από τον μύθο της μητρότητας, της οικιακής αφοσίωσης, της γυναικείας παθητικότητας), είναι η μοναδική που έχει τη δύναμη να ασκήσει τόσο δυνατό κοινωνικό έλεγχο στις γυναίκες και ψυχολογικά να τους πάρει πίσω από όλα αυτά που ο φεμινισμός τόσα χρόνια έχει επιτύχει. Έτσι, κυρίαρχες πολιτισμικές αναπαραστάσεις ομορφιάς λειτουργούν με τρόπο που να κάνουν τις γυναίκες να νιώθουν ευάλωτες, επιζητώντας την επιβεβαίωση μέσω της εξωτερικής τους εμφάνισης. Όπως λέει (σελ. 14): “women’s identity must be premised upon our ‘beauty’ so that we will remain vulnerable to outside approval”.

Η έννοια της ομορφιάς, συνεχίζει η Wolf, λειτουργεί ως μια πειστική, ρεαλιστική, τρισδιάστατη οπτασία (hallucination) που έχει δημιουργηθεί ως εμπόδιο στην πρόοδο και στην ανάπτυξη της προσωπικότητας και ατομικότητας των γυναικών. Γίνεται το “Iron Maiden” (σελ. 17), ένα βασανιστήριο που παγιδεύει τις γυναίκες με ένα τρόπο τόσο σκληρό και άγριο και όσο όμως σαγηνευτικό επιφανειακά. Έτσι, ο μύθος της ομορφιάς εξαφανίζει τη γυναικεία ταυτότητα και ατομικότητα, αφού υποβαθμίζει την αυτοπεποίθηση της γυναίκας, η οποία πια δεν αντιλαμβάνεται τον εαυτό της ως άτομο, αλλά μέσω της θέσης της στο μύθο της ομορφιάς.

Συνεπώς, σύμφωνα με τη Wolf, η ομορφιά αποτελεί ένα σύστημα συναλλάγματος, το οποίο, όπως κάθε οικονομία, καθορίζεται από πολιτικά συμφέροντα. Στην περίπτωση

αυτή το συμφέρον είναι η επικράτηση της ανδρικής κυριαρχίας, κρατώντας τις γυναίκες σε κάθετες σχέσεις στην ιεραρχία. Όπως λέει: “‘Beauty’ is a currency system like the gold standard. Like any economy, it is determined by politics, and in the modern age in the West it is the last, best belief system that keeps male dominance intact” (σελ. 12). Ο μύθος αυτός λοιπόν είναι αποτέλεσμα της ανάγκης για κατακράτηση των γυναικών σε θέση πολιτικής, οικονομικής, συναισθηματικής υποτέλειας και καταπίεσης. Επιπρόσθετα, η σύγχρονη οικονομία εξαρτάται άμεσα από τις αναπαραστάσεις των γυναικών μέσω του μύθου της ομορφιάς. Ο ρόλος της γυναίκας ως καταναλώτριας, εξάλλου, είναι βασικότατος στην ανάπτυξη των βιομηχανοποιημένων κοινωνιών. Ο περιορισμός των γυναικών στις συγκεκριμένες και συνεχώς απρόσιτες αναπαραστάσεις ομορφιάς, με το άγχος και την αγωνία που αυτές μεταφέρουν, τοποθετούν τις γυναίκες σε μια κατάσταση οικονομικής σκλαβιάς, προκειμένου να μπορέσουν να ανταποκριθούν επάξια στο προβαλλόμενο ιδεώδες. Έτσι, η οικονομική ανεξαρτησία των γυναικών και η ικανότητα τους να χρησιμοποιήσουν το δικό τους οικονομικό κεφάλαιο, ξοδεύεται στην αγορά πολιτισμικού κεφαλαίου στον τομέα της ομορφιάς, το οποίο συνεχώς τους υπενθυμίζει ότι δεν είναι αρκετά όμορφες.

Επιπλέον, ο καταγιγισμός από αναπαραστάσεις ομορφιάς καθώς και η διαφημιστική χρήση της «όμορφης» αλλά και «σέξι» γυναίκας για να προωθήσει τα πάντα -από μασκάρα μέχρι αυτοκίνητα, από παπούτσια μέχρι απορρυπαντικό- έχει δημιουργήσει, σύμφωνα με τη Wolf, μια «πορνογραφία της ομορφιάς» (“beauty pornography”). Η Wolf χρησιμοποιεί τον όρο αυτό για να περιγράψει την κυριαρχία αυτών των αναπαραστάσεων στα ΜΜΕ και τον τρόπο με τον οποίο η διάχυσή τους κανονικοποιεί, όχι απλά ανέφικτα πρότυπα, αλλά και επικίνδυνα, αφού συνδέεται άμεσα με την αύξηση των διατροφικών διαταραχών, κυρίως στις γυναίκες. Για παράδειγμα, η Wolf επισημαίνει ότι το βάρος των μοντέλων μόδας έχει μειωθεί δραματικά τα τελευταία χρόνια, ενώ η ενασχόληση των γυναικών με τις θερμίδες, τα κιλά τους και τη σιλουέτα τους δημιουργεί γυναίκες πολιτικά ενουχισμένες, χωρίς ενέργεια για να διεκδικήσουν τα δικαιώματά τους. Οι γυναίκες είναι αποφασισμένες να πεινάσουν -μια πείνα που λειτουργεί εναντίον των όσων έχει πετύχει ο φεμινισμός. Το ιδανικό του λεπτού σώματος, λοιπόν, δεν είναι όμορφο αισθητικά, αλλά όμορφο ως πολιτική λύση. Επιπλέον, η γυναικεία ομορφιά συνδέεται άμεσα με τη γυναικεία σεξουαλικότητα η οποία, τονίζει η Wolf, ορίζεται πλέον με όρους σαδομαζοχισμού. Αναπαραστάσεις «σέξι» γυναικών σε glamour περιοδικά παρουσιάζουν τις γυναίκες σε θέσεις υποταγής με μια έκδηλη απόλαυση της βίας που εξασκείται πάνω τους. Η βίαιη σεξουαλική φαντασίωση κυριαρχεί σε ταινίες, διαφημίσεις, κόμικς και το σεξ πια δεν είναι σεξ αν δεν υπάρχει βία σε αυτό. Έτσι οι φαντασιώσεις βιασμού και οι

υποτακτικές σεξουαλικές φαντασιώσεις γίνονται κοινότητες, τόσο στους άνδρες, αλλά και στις γυναίκες, με αποτέλεσμα την ερωτικοποίηση της σεξουαλικής βίας.

Σύμφωνα με τη Wolf, για να ξεπεραστεί το “Iron Maiden”, δηλαδή το όργανο βασανισμού των γυναικών που είναι η ομορφιά, πρέπει οι γυναίκες να καταθέσουν τις δικές τους επιθυμίες, μέσα από πίνακες, βιβλία, θέατρο και ταινίες, έτσι ώστε να προβάλλονται εναλλακτικές απεικονίσεις της γυναικείας ομορφιάς. Επιπλέον, τα ερωτήματα που πρέπει να προωθηθούν, υποστηρίζει η Wolf, δεν είναι μόνο το πως τα σώματα και τα πρόσωπα των γυναικών πρέπει να μοιάζουν, αλλά τι σχέσεις εξουσίας κρύβονται πίσω από τα πρότυπα, ποια συμφέροντα εξυπηρετούν, ποιος τα καθορίζει και ποιος κερδίζει από αυτά. Τονίζει, επίσης, ότι το πιο σημαντικό είναι η συνεργασία και η υποστήριξη μεταξύ των γυναικών, αφού ο μύθος λειτουργεί με το να φέρνει τις γυναίκες σε διαιρετότητα, ανταγωνισμό, σύγκριση, ακόμα και μίσος. Τα πρόσωπα και τα σώματα γίνονται το όργανο με το οποίο οι γυναίκες τιμωρούν η μια την άλλη, με τη συνεχή σύγκριση και τον φθόνο για την ομορφιά της άλλης γυναίκας. Συνεπώς, η αλλαγή θα επιτευχθεί όταν σταματήσει να υφίσταται η ανταγωνιστική εμπειρία της ομορφιάς. Οι γυναίκες, επίσης, θα ενδυναμωθούν, σύμφωνα με τη Wolf, αρνούμενες να παγιδευτούν στο “Iron Maiden”, με τη δημιουργία ενός προτύπου γυναίκας που θεωρεί τον εαυτό της όμορφο και προκαλεί και τον υπόλοιπο κόσμο να την δει έτσι: η γυναίκα που δίνει στον εαυτό της, αλλά και στις άλλες γυναίκες την «άδεια» για φαγητό, που φοράει αυτό που την εκφράζει, που κάνει αυτό που θέλει με το σώμα της. Η γυναίκα που δεν ακολουθεί εξωγήινους κανόνες και που δεν γίνεται μια μασκαράτα, μια θεατρική αναπαράσταση του τι ορίζουν οι κανόνες του μύθου. Η γυναίκα που κάνει τις δικές της επιλογές, αλλά ανέχεται και τις επιλογές των άλλων γυναικών και που αυτή αποφασίζει τι θα δει όταν κοιτάξει στον καθρέφτη.

Η Susan Bordo είναι μια άλλη θεωρητικός η οποία συζητά τη γυναικεία ομορφιά υπό το πρίσμα του καταπιεστικού μοντέλου. Στο βιβλίο της *Unbearable Weight. Feminism, Western Culture, and the Body* (1993/2003), αναλύει την καταπιεστική φύση της γυναικείας ομορφιάς και υποστηρίζει ότι το έμφυλο γυναικείο σώμα έχει ταυτιστεί με μια σωρεία από αρνητικούς συνειρμούς που σχετίζονται με τις διάφορες πολιτισμικές και θρησκευτικές μυθολογίες της Δύσης: αποπλάνηση από τον Θεό, απομάκρυνση από τη γνώση, σεξουαλική επιθυμία, βία, επιθετικότητα, αποτυχία, ακόμα και θάνατο. Οι κλασικές αναπαραστάσεις ομορφιάς των γυναικών στη δυτική κουλτούρα απεικονίζουν τη γυναίκα ως πειρασμό, με αποτέλεσμα τη νομιμοποίηση της εξάσκησης σεξουαλικής βίας ενάντια σε αυτήν που «προκαλεί». Έτσι, σε μια πατριαρχική κουλτούρα που αναπαράγει τη μυθολογία του βιασμού, τα κορίτσια και οι γυναίκες συνεχίζουν να εναποθέτουν στον

εαυτό τους την ευθύνη για ανεπιθύμητες σεξουαλικές επαφές και επιθέσεις. Οι ενοχές αυτές μεταφράζονται σε ντροπή των γυναικών για τα σώματά τους και απέχθεια για τον εαυτό τους, κάτι που είναι πιθανόν να οδηγήσει σε διατροφικές διαταραχές ως άμυνα εναντίον της θηλυκότητας του σώματος τους και ως τιμωρία για τις επιθυμίες τους. Έτσι για τη γυναίκα, καταλήγει η Bordo, δύο πιθανές επιλογές υπάρχουν: είτε μετατροπή του σώματός της σε «ανδρικό», είτε παράδοση στο υποβαθμισμένο γυναικείο σώμα, στην «τυραννία του λεπτού σώματος» (“tyranny of slenderness”, σελ. 185) με την πείνα που αυτό προϋποθέτει.

Η πείνα και το λεπτό σώμα, συνεχίζει η Bordo, λειτουργούν και ως ιδεολογία. Οι αναπαραστάσεις, κυρίως μέσα από διαφημίσεις γυναικών και ανδρών στον τρόπο που τρώνε, διαφέρουν και καθοδηγούν γυναίκες και άνδρες σε εντελώς διαφορετικές στάσεις: η γυναικεία όρεξη απαιτεί έλεγχο και περιορισμό, ενώ η ανδρική νομιμοποιείται και ενθαρρύνεται. Εξάλλου, το λεπτό και παχουλό σώμα εμπερικλείουν πολιτισμικές ηθικές αξίες, με το λεπτό και γυμνασμένο σώμα να αποτελεί σύμβολο «σεξουαλικής» υπεροχής στις επιθυμίες του σώματος που βιώνεται ως απειλή στον εαυτό.

Όσον αφορά διάφορες κοσμητικές επεμβάσεις ομορφιάς, φεμινίστριες όπως η Charkis (1886) και η Bordo (1993/2003) χρησιμοποιούν την έννοια της «λαθεμένης συνείδησης» (“false consciousness”) για να εξηγήσουν γιατί οι γυναίκες συμβάλλουν με δική τους βούληση, και μάλιστα με ευχαρίστηση, στις πρακτικές που τις περιθωριοποιούν. Οι γυναίκες, σε αυτή την περίπτωση, τοποθετούνται στη θέση των «πολιτισμικά αφελών» (“cultural dopes”), αφού θεωρούνται κακώς πληροφορημένες και παραπλανημένες, έχοντας τη ψευδαίσθηση ότι η ομορφιά θα αποτελέσει το μέσο με το οποίο θα αποκτήσουν τον έλεγχο της ζωής τους.

Τέλος, ίσως την πιο αρνητική προοπτική στη διάσταση αυτή διατηρεί η Sheila Jeffreys (2005) με το έργο της *Beauty and Misogyny. Harmful Cultural practices in the West*. Σύμφωνα με τη Jeffreys, τα ιδεώδη της ομορφιάς και οι πρακτικές που τη συνοδεύουν αποτελούν ένα από τα μεγαλύτερα όπλα της πατριαρχικής εξουσίας και γυναικείας καταπίεσης τα οποία επισφραγίζουν την έμφυλη ανισότητα και υποβαθμίζουν τη γυναικεία αυτοπεποίθηση. Η Jeffreys, γράφοντας αρκετά χρόνια μετά τη Wolf (1991/2002), τονίζει ότι η σπατάλη συναισθηματικών και οικονομικών πόρων από γυναίκες για την επιδίωξη της ομορφιάς και η ανάδειξη της γυναίκας ως αντικείμενο του σεξ προχωρεί παράλληλα με τη γυναικεία οικονομική και κοινωνική πρόοδο.

Η Jeffreys όμως, πάει ένα βήμα πιο κάτω για να αναδείξει τον παραλογισμό αυτών των πρακτικών ομορφιάς του δυτικού κόσμου, συγκρίνοντας τις με παραδοσιακές πολιτισμικές πρακτικές που αναφέρονται σε συνθήκες των Ηνωμένων Εθνών (The UN

Convention on the Elimination of all forms of Discrimination against Women) (1995) ως πρακτικές καταπάτησης ανθρωπίνων δικαιωμάτων που είναι επιζήμιες για την υγεία των γυναικών και των κοριτσιών και επιτελούνται προς όφελος των ανδρών. Πολιτισμικές πρακτικές που εφαρμόζονται στη δύση και αφορούν το ιδανικό της ομορφιάς, όπως είναι το μακιγιάζ και οι πλαστικές αισθητικές επεμβάσεις, δικαιολογούνται στον δυτικό χώρο με το επιχείρημα της «προσωπικής επιλογής» του καταναλωτή, που καθορίζεται από τις επιταγές της μόδας, της επιστήμης και της ιατρικής προόδου. Τέτοιες πολιτισμικές πρακτικές για χάρη της ομορφιάς, όμως, σύμφωνα με τη Jeffreys, αποτελούν μορφές βίας και διάκρισης εναντίον των γυναικών, αφού αποτελούν το κύριο όργανο μέσω του οποίου οι γυναίκες καθλώνονται ως αντικείμενα του σεξ ενώ αναλώνουν τον χρόνο και το χρήμα τους στην επιδίωξη ανέφικτων προτύπων. Η εμμονή, επίσης, που δημιουργείται με το λεπτό σώμα οδηγεί εκατομμύρια γυναίκες στον δυτικό κόσμο στην πείνα και σε διατροφικές διαταραχές, αλλά και σε επικίνδυνες για την υγεία κοσμητικές επεμβάσεις που υπόκεινται, προκειμένου να φτάσουν το πολιτισμικό στάνταρτ της ομορφιάς. Το ιδανικό της ομορφιάς, ακόμη, εξυπηρετεί το σεξουαλικό ενθουσιασμό των ανδρών, γεγονός που υποδηλώνει την κατώτερη τάξη των γυναικών.

Η Jeffreys (2005) επιχειρηματολογεί με το να τοποθετήσει το βέλος στον ισλαμικό κόσμο και το μακιγιάζ στον δυτικό κόσμο σε παράλληλη πορεία: και στις δύο περιπτώσεις εμφανίζονται ως μια εθελοντική πρακτική, η οποία όμως είναι αποτέλεσμα της ανδρικής κυριαρχίας. Έτσι, μέσω της κάλυψης που προσφέρουν, τόσο το βέλος, όσο και το μακιγιάζ, οι γυναίκες αισθάνονται πιο άνετα να εμπλέκονται σε δραστηριότητες στον δημόσιο χώρο, αφού αυτές οι πρακτικές αποτελούν τη «μάσκα» που θα τις καλύψει, έτσι ώστε να μπορούν να παρουσιάζονται ως ισότιμες και ισάξιες προσωπικότητες. Με το βέλος και την υποταγή που αυτό επιφέρει, οι μουσουλμάνες γυναίκες θα μπορούν να απαιτήσουν την τιμή του συζύγου τους και την αναγνώριση των ισλαμικών τους δικαιωμάτων, ενώ με το μακιγιάζ, οι γυναίκες στο δυτικό κόσμο αποκτούν το μέσο να είναι σεξουαλικά επιθυμητές στους άνδρες, ενδυναμώνονται και αποκτούν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση. Στην πραγματικότητα όμως η καταπίεση και οι προσδοκίες για τη υποδεέστερη θέση των γυναικών συνεχίζονται, αφού και οι δύο περιπτώσεις αποτελούν τεκμήριο των πιέσεων που οι γυναίκες δέχονται από την ανδρική κυριαρχία, παρόλο που οι ίδιες μπορεί να επιμένουν ότι επιλέγουν ελεύθερα το βέλος ή το μακιγιάζ.

Γενικότερα, αυτή η φεμινιστική προοπτική που αντιμετωπίζει την ομορφιά ως μέσο γυναικείας καταπίεσης, φέρνει στην επιφάνεια την «πολιτική του σώματος», δηλαδή, τους τρόπους με τους οποίους το υλικό σώμα αποτελεί πεδίο πολιτικής μάχης. Σε τέτοιου είδους αναλύσεις, οι έννοιες του Foucault για «πειθαρχημένα σώματα» (“docile bodies”),

βιοεξουσία (“biopower”) και μικροπρακτικές (“micropractices”) είναι κεντρικά στοιχεία στην ανάλυση του τρόπου με τον οποίο η πατριαρχική εξουσία εξασκείται στα σώματα των γυναικών (Bordo, 1993/2003). Η Sandra Lee Bartky (1990), στηριζόμενη στη θεωρία του Foucault σχετικά με τις πειθαρχικές πρακτικές και την επιτήρηση (“panopticon”) που απευθύνονται προς το σώμα, μιλά για μια «πολιτική ανατομία» (“political anatomy”) που δημιουργεί «πειθαρχημένα σώματα» και συζητά τη θεωρία αυτή σε σχέση με τη γυναικεία ομορφιά. Η Bartky συνεχίζει, γεννιόμαστε αρσενικά ή θηλυκά, όχι όμως με αρρενωπότητα ή θηλυκότητα. Η θηλυκότητα αποτελεί τέχνασμα που δημιουργείται μέσω πειθαρχικών πρακτικών, δημιουργώντας μια αναγνωρίσιμη μορφή θηλυκότητας που επιτυγχάνεται μέσω της παραγωγής του σώματος σε συγκεκριμένο μέγεθος και φιγούρα, μέσω συγκεκριμένου ρεπερτορίου κινήσεων και χειρονομιών και μέσω της παρουσίας του σώματος ως μια ελκυστική επιφάνεια.

Η πειθαρχία στη γυναικεία ομορφιά και φιγούρα προβάλλεται κυρίως μέσω των ΜΜΕ και αφορά κάθε πτυχή της εμφάνισης. Υπάρχουν ακόμα, έμφυλες διαφορές στις πόζες, ενώ τα περιοδικά μόδας παρουσιάζουν άρθρα σε κάθε τεύχος για δίαιτες που πειθαρχούν την όρεξη, την πείνα του σώματος που επιβάλλει η τυραννία της λεπτότητας (“tyranny of slenderness”) βασανίζοντας τις γυναίκες. Από την άλλη, υπάρχει και το θέμα της άσκησης που εξυπηρετεί διττό σκοπό: από τη μια αυτό της σωματικής δραστηριότητας και από την άλλη, την υπακοή στις απαιτήσεις της λιπόσαρκης (αν και όχι έντονα γυμνασμένης) θηλυκότητας. Γενικότερα, η επίτευξη της θηλυκότητας απαιτεί πειθαρχία του σώματος, από τις εκφράσεις του προσώπου μέχρι τις κινήσεις των ποδιών, και όλα αυτά υποβοηθούνται από τα μέσα μεταμπίεσης όπως μακιγιάζ, μανικιούρ και βαφές.

Το έργο της πειθαρχίας της θηλυκότητας, συνεχίζει η Bartky, αποτελεί μια παγίδα, εφόσον η κάθε γυναίκα είναι προορισμένη να αποτύχει και να βιώσει επανειλημμένα ντροπή και ενοχές. Αυτό αποτελεί οικουμενικό φαινόμενο για όλες τις γυναίκες, ανεξαρτήτως τάξης και φυλής. Για όλες, γενικός σκοπός είναι η ικανοποίηση της ανδρικής ματιάς και η θετική τους κρίση, αφού η γυναίκα ζει τον εαυτό της αναλόγως της «επιτυχίας» της σε αυτό. Έτσι, η θηλυκότητα αποτελεί ένα θέαμα. Όσο και να προσπαθήσει η γυναίκα όμως να κερδίσει τον Άλλο, στην πραγματικότητα ο θαυμασμός που θα πετύχει είναι ελάχιστος. Όσο όμορφη και να γίνει, ποτέ δεν θα αποκτήσει το στάτους και την κοινωνική δύναμη που επιθυμεί. Αντιθέτως, οι γυναίκες γελοιοποιούνται εξαιτίας της «εμμονής» και του ενδιαφέροντός τους με την ομορφιά, τα καλλυντικά και τη μόδα.

Σύμφωνα με την Bartky, καταπιεστές των γυναικών αποτελούν θεσμοί όπως το σχολείο, η οικογένεια, καθώς και η επιρροή των ΜΜΕ που κατασκευάζουν την εικόνα του

γυναικείου σώματος ως θέαμα. Πέραν των θεσμών αυτών, όμως, η πειθαρχική δύναμη της θηλυκότητας βρίσκεται παντού και πουθενά, είναι οι πάντες, αλλά και κανένας συγκεκριμένα. Είναι γενικότερα οι «άνθρωποι»: γνωστοί, άγνωστοι, συγγενείς, περαστικοί που πειθαρχούν τις γυναίκες με φευγάτα σχόλια ή και απλές ματιές. Η πειθαρχική αυτή εξουσία είναι ανώνυμη. Εξάλλου, και στην εικόνα του Panopticon το άτομο γνωρίζει ότι παρατηρείται από παντού, κάθε στιγμή, με αποτέλεσμα στο τέλος το ίδιο το άτομο να εσωτερικεύει την επιτήρηση αυτή, να «αστυνομεύει» το ίδιο τον εαυτό του. Και όσο πιο στενός γίνεται ο έλεγχος στο σώμα, τόσο πιο στενός γίνεται και ο έλεγχος του μυαλού. Έτσι, στο τέλος, δεν χρειάζονται ορατές απειλές τιμωρίας για οποιαδήποτε παραβίαση, αφού το ίδιο το άτομο έχει εσωτερικεύσει την ανάγκη για να πειθαρχήσει και μάλιστα το κάνει με ευχαρίστηση.

Αυτή η απουσία συγκεκριμένης πειθαρχικής θεσμικής δομής και εξουσίας έχει τη δύναμη να δημιουργεί την ψευδαίσθηση ότι η παραγωγή και ύπαρξη της θηλυκότητας είναι κάτι το εντελώς φυσικό ή κάτι το εντελώς εθελοντικό. Αντιθέτως, όμως, οι πειθαρχικές πρακτικές που παράγουν τη θηλυκότητα δημιουργούν στην πραγματικότητα ένα καταπιεσμένο, χειραγωγούμενο και υποτελές σώμα, το οποίο υπόκειται σε σεξουαλική υποτέλεια. Είναι ένα σύστημα που στοχεύει στο να μετατρέψει τις γυναίκες σε πειθήνιους, υποχωρητικούς συντρόφους των ανδρών, όπως ακριβώς ο στρατός δημιουργεί πειθήνιους στρατιώτες. Είναι μια υπακοή στην πατριαρχία. Και ακριβώς, η ανωνυμία και απουσία ταυτοποιημένων πειθαρχητών εξυπηρετεί στο να επικαλυφθεί ο πραγματικός σκοπός της «θηλυκότητας», ο οποίος είναι η κυριαρχία και η καταπίεσή της.

Γιατί τότε, εφόσον υπάρχει μια τόσο μεγάλη καταπίεση, όσον αφορά τη θηλυκότητα και την ελκυστικότητα του γυναικείου σώματος και προσώπου, δεν αντιδρούν οι γυναίκες, διερωτάται η Bartky; Γιατί δεν είναι όλες τους φεμινίστριες παλεύοντας για την απελευθέρωση τους από την ανδρική καταπίεση και την καταπίεση των θεσμών; Πέραν του γεγονότος ότι η καταπίεση αυτή εξασκείται από άορατες δυνάμεις που δύσκολα γίνονται αντιληπτές, η σημασία που έχει για μια γυναίκα η κατοχή ενός σώματος «θηλυκού» και κοινωνικά αποδεκτού είναι ένα από τα κυριότερα μέσα με τα οποία η γυναίκα μπορεί να αντιληφθεί τον εαυτό της ως «γυναίκα», ως πραγματική ύπαρξη. Επιπλέον, το «θηλυκό της σώμα» δίνει αξία στο άτομό της ως σεξουαλικά επιθυμητό υποκείμενο. Γι' αυτό μια οποιαδήποτε θεωρία, όπως ο φεμινισμός, που αποδομεί τη θηλυκότητα του γυναικείου σώματος, εκλαμβάνεται από τις γυναίκες ως κάτι που απειλεί το νόημα της ύπαρξής τους.

Από την άλλη, η Bartky αναγνωρίζει ότι μια μειονότητα γυναικών εξασκούν έντονη κριτική στη συσχέτιση της θηλυκότητας με την ομορφιά, αντιλαμβανόμενες την

πολιτική, οικονομική και σεξουαλική καταπίεση που συνεπάγεται. Άλλες γυναίκες που ανήκουν σε επαναστατικές λεσβιακές κοινότητες, επίσης απορρίπτουν ηγεμονικές μορφές θηλυκότητας και παλεύουν στο να αναπτύξουν μια καινούργια γυναικεία αισθητική. Στο πλαίσιο αυτό, φυσικά χαρακτηριστικά γήρανσης, π.χ. άσπρα μαλλιά, ρυτίδες ή γραμμές έκφρασης ενισχύουν την ελκυστικότητα της γυναίκας. Το πιο σημαντικό, σύμφωνα με τη Bartky, είναι να μάθουν οι γυναίκες να διαβάζουν τα καταπιεστικά πολιτισμικά μηνύματα και να προωθούν εναλλακτικά και ενδυναμωμένα πρότυπα.

Η επέκταση αυτής της θεωρητικής προσέγγισης σε πιο σύγχρονους προβληματισμούς έχει εστιαστεί στην κουλτούρα του Girly-Girl και στην εξάσκηση κριτικής στα πρότυπα παιχνιδιών, κούκλων και πριγκιπισσών. Η Peggy Orenstein (2011) και η Natasha Walter (2011), παρουσιάζουν στα βιβλία τους την εφαρμογή της φεμινιστικής θεωρίας στην ανάλυση της κουλτούρας παιχνιδιών για κορίτσια, προσφέροντας έτσι κείμενα που είναι προσιτά σε ευρύτερο κοινό. Για τη Walter (2011), παρόλο που η κουλτούρα της ομορφιάς και της σέξι εμφάνισης επικεντρώνεται γύρω από την ιδέα της ενδυνάμωσης, της απελευθέρωσης, της επιλογής και της περιπέτειας, στην ουσία ενθαρρύνει τον βιολογικό ντετερμινισμό της παραδοσιακής θηλυκότητας, κατά τον οποίο οι γυναίκες και τα κορίτσια εκ γενετής προτιμούν το «ροζ», τις Barbie και θέλουν να είναι όμορφες, σεξουαλικά επιθυμητές, υπάκουες και παθητικές. Οι γυναίκες και τα κορίτσια μαθαίνουν, λοιπόν, ότι η σεξουαλική αυτοπεποίθηση είναι η μόνη αυτοπεποίθηση που αξίζει να έχουν. Συνεπώς, καταλήγει, η επίδραση της σχεδόν πορνογραφικής εικόνας του ηλιοκαμένου, αποτριχωμένου, με μεγάλα στήθη κοριτσιού μάλλον περιορίζει παρά να αυξάνει την ελευθερία των γυναικών.

Τέλος, όσον αφορά το φαινόμενο της σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας και της «πορνο-σικ» αισθητικής και επιλογών των γυναικών και κοριτσιών, ενώ υπάρχουν συγγραφείς που βλέπουν τη σεξουαλικοποίηση ως μεταφεμινιστικό φαινόμενο που εορτάζει την επιλογή και ενδυνάμωση, υπάρχουν φεμινιστικές τοποθετήσεις και βιβλία, κυρίως πιο εμπορικά κι όχι ακαδημαϊκά, που είναι κριτικά στη σεξουαλικοποίηση. Η Pamela Paul (2007) δίνει έμφαση στις επιζήμιες επιρροές που φέρει στον ψυχικό κόσμο των γυναικών η πορνογραφική φύση της σύγχρονης κουλτούρας. Η Ariel Levy (2005) επιτίθεται στο “raunch culture” (την «κουλτούρα του ξέκωλου»), υποστηρίζοντας ότι αποτελεί μια προέκταση της πορνογραφίας στα σύγχρονα ΜΜΕ. Θεωρεί ότι, ενώ η σεξουαλική αντικειμενικοποίηση των γυναικών παρουσιάζεται από τη μεταφεμινιστική σκέψη ως ενδυνάμωση, αυτό αποτελεί κυνική ρητορική, ένα τύλιγμα και μετάλλαξη της σεξουαλικής αντικειμενικοποίησης μέσα σε ένα λαμπερό μεταφεμινιστικό πακέτο που αποκρύπτει τον σεξισμό που υπάρχει σε αυτή (Winship, 2000· Levy, 2005). Όπως

υποστηρίζει η Levy (2005), η «κουλτούρα του ξέκωλου» δεν αποτελεί άνοιγμα στις πιθανότητες και τα μυστήρια της σεξουαλικότητας, αλλά ένα ατελείωτο ξεπούλημα της σεξουαλικότητας και του sexiness, με την εμπορικότητα και τον καταναλωτισμό που προωθεί. Η Durham (2008), επίσης, επιχειρηματολογεί με παρόμοιο τρόπο, μιλώντας για την καταναλωτική κουλτούρα που ωθεί τα παιδιά, και κυρίως τα κορίτσια, να γίνονται αντικείμενα σεξουαλικής ματιάς, με όλες τις ανησυχίες και τις αρνητικές συνέπειες που φέρει αυτό.

Φαίνεται λοιπόν, μέσα από την ανασκόπηση μιας μεγάλης τάσης της φεμινιστικής θεωρίας για την ομορφιά, η οποία συνδέεται κυρίως με το δεύτερο κύμα, ότι η εμμονή των γυναικών με αυτήν, θεωρείται ως μέρος σύνθετων κοινωνικών δομών και πρακτικών, όπου αναπαράγονται οι άνισες σχέσεις εξουσίας μεταξύ των φύλων και εδραιώνεται η καπιταλιστική πατριαρχία, με αποτέλεσμα οι γυναίκες να συμμετέχουν ενεργά στην διαδικασία υποβιβασμού και εξευτελισμού τους. Σύμφωνα με αυτή τη γραμμή σκέψης, η ομορφιά είναι πολιτικό και όχι προσωπικό θέμα (Charakis, 1986). Καθίσταται σαφές, λοιπόν, ότι σε αυτό το ρεύμα της φεμινιστικής σκέψης υπάρχει αρνητική στάση απέναντι στην ιδεολογία και τις πρακτικές της ομορφιάς, ως σημείο καταπίεσης, παραγωγής και αναπαραγωγής επιβλαβών και ανεπαρκών κοινωνικών και πολιτισμικών μοντέλων θηλυκότητας, αλλά και μισογυνισμού.

Μεταφεμινιστική προσέγγιση της ομορφιάς: Ομορφιά ως ενδυνάμωση. Από την άλλη, προς τα τέλη της δεκαετίας του 1980 εμφανίζεται μια άλλη φεμινιστική οπτική στη θηλυκότητα και στην ομορφιά, εκφραζόμενη κυρίως από το «τρίτο φεμινιστικό κύμα», τον μεταμοντερνισμό και τον μεταφεμινισμό, όπου το θέμα της ομορφιάς και των κοσμητικών επεμβάσεων δεν ορίζεται αποκλειστικά ως σημείο γυναικείας καταπίεσης και υποταγής στην ανδρική κυριαρχία. Αντιθέτως, η ομορφιά και οι πρακτικές της υποστηρίζονται ως μέσο προσωπικής ενδυνάμωσης, ελεύθερης επιλογής, εμπρόθετης δράσης και ευχαρίστησης για τις γυναίκες (Davis, 1991· Gill, 2009· Jackson, 2006· Lazar, 2009). Στο μεταφεμινιστικό πλαίσιο, δηλαδή, προωθείται η ιδέα περί γυναικείας ενδυνάμωσης (girl power), η οποία δίνει έμφαση στη δύναμη, στην ανεξαρτησία και στην εμπρόθετη δράση των γυναικών, οι οποίες μέσω της κατανάλωσης γυναικείων προϊόντων, όπως ρούχα και παπούτσια, και μέσα από πρακτικές ομορφιάς κερδίζουν στάτους και εκφράζουν την ενδυναμωμένη τους επιλογή (Attwood, 2006· McRobbie, 2008). Ο μεταφεμινισμός, επίσης, τονίζει την κυριαρχία του makeover paradigm, όπου με συμβουλές ομορφιάς και lifestyle από ειδικούς και με συγκεκριμένες καταναλωτικές

συνήθειες, (συνήθως) οι γυναίκες μπορούν να μεταμορφωθούν σε πιο «επιτυχημένες» εκδόσεις του εαυτού τους.

Ο μεταφεμινισμός συχνά εκλαμβάνεται ως μια αντίδραση στο δεύτερο κύμα φεμινισμού, εστιάζοντας στο μήνυμα ότι οι γυναίκες μπορούν να προωθήσουν το απελευθερωτικό κοινωνικό τους στάτους αγκαλιάζοντας τη θηλυκότητά τους, η οποία αναδεικνύεται κυρίως μέσω του σώματός τους. Έτσι, στη μεταφεμινιστική οπτική η γυναίκα από αντικείμενο επιθυμίας μετατρέπεται σε επιθυμητό σεξουαλικό υποκείμενο (Gill, 2007). Η δυνατότητα των γυναικών για ελεύθερη επιλογή στην εμπλοκή τους στις πρακτικές ομορφιάς θεωρείται από τη μεταφεμινιστική οπτική ως ένα από τα μεγαλύτερα επιτεύγματα του φεμινισμού (Stuart & Donaghue, 2012), ενώ ταυτόχρονα η ελευθερία της ομορφιάς απελευθερώνει τις γυναίκες από την «τυραννία της ασχήμιας» (Lazar, 2011). Στην περίπτωση αυτή, η φεμινιστική θεωρία έχει μετακινηθεί από το καταπιεστικό μοντέλο στο μοντέλο του λόγου (discourse model). Στο μοντέλο του λόγου δεν υπάρχει μια μονολιθική κατηγορία «γυναίκα», η οποία λίγο ή πολύ καταπιέζεται με παρόμοιους τρόπους από την ανδρική κυριαρχία κι από νόρμες ομορφιάς, όπως συμβαίνει στο καταπιεστικό μοντέλο. Αντιθέτως, στο μοντέλο του λόγου υπάρχουν πολλαπλές θηλυκότητες. Η θηλυκότητα στο μοντέλο του λόγου γίνεται αντιληπτή ως λογοθετική κατασκευή, όπου οι γυναίκες διαθέτουν εξουσία στη συγκρότηση της θηλυκότητάς τους. Έτσι, η εξουσία δεν αποτελεί απλά ζήτημα καταπίεσης, αλλά αποκτά παραγωγική και συγκροτική διάσταση (Davis, 1991).

Οι φεμινίστριες που κινούνται στο μεταφεμινιστικό πλαίσιο αντικρούουν το επιχείρημα της «πολιτισμικής αφέλειας» των γυναικών στις αποφάσεις τους για κοσμητικές επεμβάσεις. Τονίζουν επίσης ότι εφόσον το εγχείρημα του φεμινισμού, κατά ένα βαθμό, ήταν να φέρει στην επιφάνεια τις εμπειρίες και συναισθήματα των γυναικών, τότε οποιαδήποτε κριτική η οποία έχει στόχο να αποσιωπήσει τις γυναίκες που μιλούν για την αγάπη τους για το μείκ-απ είναι στη βάση της αντιφεμινιστική. Έτσι, χωρίς να αμφισβητούνται οι πολιτισμικές πιέσεις που μια γυναίκα υφίσταται για να είναι όμορφη, είναι σημαντικό οι κοσμητικές επεμβάσεις να αναγνωριστούν, σε κάποιες περιπτώσεις, ίσως ως και το μοναδικό μέσο περιορισμού της δυστυχίας τους σε σχέση με την εμφάνισή τους, με την προσπάθειά τους να φτάσουν στα όρια του «φυσιολογικού», παίρνοντας τη ζωή στα χέρια τους. Έτσι, μέσω αυτών, οι γυναίκες γίνονται διαμεσολαβήτριες της μεταμόρφωσης και της αλλαγής του δικού τους σώματος και των δικών τους ζωών (Davis, 1991).

Το Lipstick Feminism ανήκει επίσης στο τρίτο κύμα φεμινισμού, το οποίο ενθαρρύνει παραδοσιακές μορφές θηλυκότητας και σεξουαλικής ενδυνάμωσης των

γυναικών μέσω της ομορφιάς. Η Linda Scott (2005), στο βιβλίο της *Fresh Lipstick: Redressing Fashion and Feminism* υποστηρίζει ότι η φεμινιστική σκέψη έχει τις ρίζες της στον πουριτανισμό και στον ηθικό κονσερβατισμό. Η αρνητική αντιμετώπιση της μόδας και της ομορφιάς από τις φεμινίστριες του δεύτερου κύματος είναι χαρακτηριστικό αυτού του συντηρητισμού, ισχυρίζεται, εφόσον τα περιοδικά μόδας και ομορφιάς αποτελούν πηγή προοδευτικών φεμινιστικών ιδεολογιών. Θεωρεί ότι ο φεμινισμός, μέσα από την anti-fashion και anti-beauty ιδεολογία που προβάλλει παραμένει μια εσωστρεφής ακαδημαϊκή άσκηση, αφού εκφράζει μόνο τις λευκές, ελίτ και μορφωμένες γυναίκες στα πανεπιστήμια. Έτσι, αποξενώνει τις εμπειρίες της πλειονότητας των γυναικών και ιδιαίτερα όσων προέρχονται από περιθωριοποιημένες ομάδες, παραβλέποντας το γεγονός ότι η μόδα και η ομορφιά συχνά αποτελούν για αυτές πηγή περηφάνιας και απελευθέρωσης, καθώς και μέσο με το οποίο μπορούν να πετύχουν κάποιο είδος κοινωνικής κινητικότητας. Η Scott θεωρεί επίσης ότι η σεξουαλική ελευθερία που εκφράζεται μέσω της μόδας, κυρίως από τις νέες γυναίκες, δεν αποτελεί μόνο μέσο έκφρασης, αλλά και μορφή αντίστασης. Όπως λέει: “Sexually aggressive women [. . .] who exhibit any sexual behavior except that sanctioned for females [. . .] are a far more direct threat to the system than women who do men’s work or wear men’s clothes” (σελ. 217).

Στο μεταφεμινιστικό πλαίσιο εντάσσονται, ακόμη, οι Girlie Feminists, οι οποίες θεωρούν την έμφαση στη θηλυκότητα, τη σέξι εμφάνιση και τη μόδα ως πρακτικές που ευχαριστούν τις γυναίκες, οι οποίες, ακόμα κι αν επιλέγουν να «αντικειμενικοποιηθούν» μέσω αυτών, η επιλογή τους πρέπει να γίνεται σεβαστή. Ωστόσο, ενώ οι Girlie Feminists, έχουν δεχτεί κριτική για έλλειψη πολιτικής ατζέντας, οι Riot Grrrl, χρησιμοποιούν την ομορφιά και τη θηλυκότητα (ξανθά μαλλιά, δαντέλες, κοκκινάδι) σε υπερβολικές μορφές, με ειρωνική διάθεση και παρωδία, ώστε να δώσουν προσοχή σε θέματα όπως η οικογενειακή βία, ο βιασμός και οι εκτρώσεις (Ioannou, 2014).

Οι Duits και van Zoonen (2006), χρησιμοποιώντας δύο πολύ διαφορετικά παραδείγματα ενδυματολογικών επιλογών γυναικών, τα headscarves ως μέρος της παραδοσιακής ισλαμικής ενδυμασίας και τα G-strings ως σύμβολο «υπερ-σεξουαλικοποιημένης» ενδυμασίας, αναφέρονται στον πανικό που υπάρχει στις ευρωπαϊκές κοινωνίες σχετικά με τη σεξουαλικοποίηση των κοριτσιών και των νεαρών γυναικών και την τοποθέτηση των σωμάτων τους ως αντικείμενα ανησυχίας και ρύθμισης. Υπογραμμίζουν τον τρόπο με τον οποίο οι επιλογές των νεαρών γυναικών δεν γίνονται αντικείμενο σεβασμού, αλλά συχνά κατανοούνται ως αποτελέσματα εξωτερικών πιέσεων, π.χ. από τη θρησκεία, την καταναλωτική κουλτούρα κλπ. Θεωρούν σημαντικό λοιπόν η

κριτική για τις ενδυματολογικές επιλογές των γυναικών να ξεπεράσει τον λόγο της ηθικολογίας, αναγνωρίζοντας στις γυναίκες την ικανότητά τους να εκφράζονται ελεύθερα (“capable and responsible agents, who produce ‘speech acts’ with their choice of clothing”, σελ. 115). Εντοπίζουν επίσης το διπλό στάνταρτ που υπάρχει στην αντιμετώπιση των ενδυματολογικών επιλογών αγοριών και κοριτσιών, λέγοντας ότι, ενώ οι επιλογές στην ένδυση των αγοριών τοποθετούνται στα πλαίσια ελεύθερης επιλογής και έκφρασης, οι αποφάσεις των κοριτσιών υπόκεινται σε σκληρή κριτική και εκτιμώνται ως προβληματικές, μη αυθεντικές και ότι χρήζουν παρέμβασης και αντιμετώπισης. Με τον τρόπο αυτό οι επιλογές των γυναικών στην ένδυση τοποθετούνται σε ένα ηθικό παρά σε πολιτικό λόγο, αφού δεν τους αναγνωρίζεται η πιθανότητα να «κάνουν πολιτική» (doing politics), μέσω της ένδυσης και της εμφάνισης, κάτι που μπορεί να λειτουργεί ως δυνατή επικοινωνιακή πράξη.

Τέλος, η μεταφεμινιστική προοπτική τονίζει ότι οι αναλύσεις σχετικά με την εμπλοκή των γυναικών σε διάφορες πρακτικές ομορφιάς πρέπει να ξεκινήσουν από τις γυναίκες (grounded theory), δίνοντας ταυτόχρονα σε αυτές φωνή και σεβασμό στις επιλογές τους, καθώς και την ευκαιρία να δώσουν τις δικές τους εξηγήσεις, αντιθέσεις ή ακόμη και αντιφάσεις (Davis, 1991· Duits & van Zoonen, 2006). Η Etcoff (1999) επίσης, υποστηρίζει ότι λύση για τις γυναίκες δεν αποτελεί η αποδυνάμωση τους με την παύση της προσπάθειάς τους για ομορφιά. Οι γυναίκες, συνεχίζει, θα πετύχουν περισσότερα όταν κερδίσουν περισσότερες πηγές δύναμης και ευχαρίστησης, όταν αποκτήσουν περισσότερα νομικά και κοινωνικά προνόμια και δικαιώματα και όχι όταν σταματήσουν να είναι όμορφες. Αυτό που μπορεί να επιτευχθεί είναι η διεύρυνση των κριτηρίων για τον ορισμό της ομορφιάς, εκπαιδύοντας τη ματιά μας σε αναγνώριση και άλλων μορφών ομορφιάς. Η ομορφιά και η κοινωνική αμοιβή της δεν αποτελεί διαβολικό κακό. Συνεπώς, θεωρεί, αντί να προσπαθούμε να υποβαθμίσουμε τη σημαντικότερη πηγή δύναμης των γυναικών, θα πρέπει να προσπαθήσουμε να καλλιεργήσουμε κι άλλες μορφές εξουσίας για αυτές.

Ωστόσο, αν και η μεταφεμινιστική προοπτική κατέχει σημαντική θέση σε ερωτήματα περί ομορφιάς και ελευθερίας των γυναικών, εντούτοις παραμένουν ασάφειες για το τι πραγματικά σημαίνει. Συχνά ο μεταφεμινισμός εκλαμβάνεται ποικιλοτρόπως και αντιφατικά: είτε ως τύπος φεμινισμού που αναπτύχθηκε μετά το δεύτερο φεμινιστικό κίνημα, είτε ως οπισθοδρομική πολιτική στάση (Gill, 2007α). Η φιλοσοφία του μεταφεμινισμού, σύμφωνα με τη Gill, φέρει αντιθέσεις, αφού από τη μια στοχεύει στην ενδυνάμωση των νεαρών γυναικών, ενώ από την άλλη δίνει έμφαση στο σώμα ως σεξουαλικό αντικείμενο, και ενώ από τη μια οι γυναίκες παρουσιάζονται ως ενεργά και επιθυμητά σεξουαλικά υποκείμενα, από την άλλη δέχονται έντονες κριτικές και εχθρική

επιτήρηση. Η κυριότερη κριτική που ο μεταφεμινισμός συνήθως δέχεται από διάφορες θεωρητικούς (π.χ. Bartky, 1990· Gill, 2007α, 2008· Wolf, 1991/2002) αφορά τη ρητορική σε σχέση με την «ευχαρίστηση» που προσφέρει στις γυναίκες η ομορφιά, με το επιχείρημα ότι η «ευχαρίστηση» αυτή αποκρύπτει τις σοβαρές κοινωνικές συνέπειες που ο μη συμβιβασμός με τα στενά πρότυπα ομορφιάς φέρει στις γυναίκες. Αυτό γιατί η ευχαρίστηση, η ενδυνάμωση και η προσωπική επιλογή των γυναικών υλοποιούνται μέσω της κατανάλωσης, της (ετερο)σεξουαλικότητας και της έμφασης στην «κοριτσίστικη» θηλυκότητα. Η μεταφεμινιστική οπτική, τονίζουν, συνδέει άμεσα τη «σέξι» εικόνα με τη γυναικεία ενδυνάμωση, γεγονός προβληματικό, αφού οδηγεί σε μια υπερθηλυκή, υπερσεξουαλικοποιημένη εκδοχή της μετα(θηλυκότητας) που για να επιτευχθεί απαιτείται ενεργή συμμετοχή στην καταναλωτική κουλτούρα (Jackson κ.ά., 2012). Οι κριτικοί του μεταφεμινισμού θεωρούν ότι παραδόξως ο κομπορμισμός στα (στενά) ιδανικά ομορφιάς παρουσιάζεται ως ελευθερία έκφρασης για τις γυναίκες, αφού η επιλογή να ντυθούν ή να εμφανιστούν με τρόπο διαφορετικό δεν είναι πραγματική επιλογή, έτσι δεν προκαλούνται οι περιοριστικές και ανέφικτες νόρμες ομορφιάς και μόδας (Lazar, 2011). Τέλος, σύμφωνα με τη Gill (2007β), ο μεταφεμινισμός συχνά επιβεβαιώνει την έμφυλη διαφορά ανδρών-γυναικών, η οποία στηρίζεται κυρίως σε βιολογική βάση, με συχνό αποτέλεσμα την αναπαραγωγή των «αναπόφευκτων» ανισοτήτων.

Γνώση, εξουσία και υποκειμενικότητα: Μια πολύπλοκη, ρευστή μετακίνηση μεταξύ καταπίεσης και εμπρόθετης δράσης.

Επιλογή, εμπρόθετη δράση και το νέο αυτόνομο υποκείμενο. Η Gill (2007β) έχει ασχοληθεί συστηματικά με τον μεταφεμινισμό και εντοπίζει μια έντονα αντιφατική κατάσταση που χαρακτηρίζει τις μεταφεμινιστικές θέσεις, στις οποίες ταυτόχρονα ενσωματώνονται φεμινιστικοί και αντιφεμινιστικοί λόγοι και ιδανικά. Έτσι, ενώ θεωρείται ότι η έμφυλη ισότητα και η γυναικεία ενδυνάμωση έχουν επιτευχθεί στη δημόσια σφαίρα, δίνοντας έμφαση στην ατομικότητα, στην επιλογή, στην ενδυνάμωση μέσω του καταναλωτισμού, του παραδείγματος της μεταμόρφωσης (“makeover paradigm”) και των συμβουλών ομορφιάς, στην πραγματικότητα όλα αυτά όχι μόνο δεν ενδυναμώνουν, αλλά αυτο-επιτηρούν, ελέγχουν και πειθαρχούν. Αυτές οι αντιφάσεις δημιουργούν τη «μεταφεμινιστική ευαισθησία» (“postfeminist sensibility”) που υπάρχει στο μεταφεμινιστικό πλαίσιο σε σχέση με την ομορφιά, όπου έννοιες αυτονομίας, επιλογής, ενδυνάμωσης συνυπάρχουν με την επιτήρηση, την πειθαρχία και την τιμωρία όσων κάνουν «λάθος επιλογές», έχοντας λάθος βάρος ή εμφάνιση.

Η Gill (2008β) αναφερόμενη στη φεμινιστική οπτική, η οποία δίνει έμφαση στην εμπρόθετη δράση των υποκειμένων, απορρίπτοντας ισχυρισμούς για πειθαρχικά υποκείμενα, πολιτισμική αφέλεια και θυματοποίηση λόγω λαθεμένης συνείδησης, θεωρεί σημαντική την κατανόηση των τρόπων με τους οποίους η κουλτούρα σχετίζεται με την υποκειμενικότητα και την ενσώματη εμπειρία του εαυτού και συγκεκριμένα το πώς ο κοινωνικός και πολιτισμικός παράγοντας μετατρέπει, δημιουργεί τη σχέση με τον εαυτό μας και τους άλλους. Κάτι τέτοιο, θεωρεί, θα δώσει απαντήσεις στους τρόπους με τους οποίους τα κοινωνικά δομημένα ιδανικά ομορφιάς και sexiness εσωτερικεύονται τόσο βαθιά από το άτομο σε σημείο που να μην αναγνωρίζονται καν οι εξωτερικές επιρροές που πιθανόν να δέχεται, θεωρώντας τις ως αυθεντικά δικές του.

Αναφέρεται λοιπόν στο παράδοξο των σύγχρονων «κριτικών» μεταφεμινιστικών κειμένων, τα οποία αντιμετωπίζουν την κουλτούρα ως επιφανειακό φαινόμενο, κι όχι ως ένα σύνολο πρακτικών που φέρουν πραγματικές, υλικές επιρροές στη δόμηση της υποκειμενικότητας. Αν και θεωρεί σημαντική την αναγνώριση της «αυτονομίας» και «επιλογής» του υποκειμένου, θεωρεί επίσης σημαντική την αναγνώριση του κοινωνικού, πολιτισμικού πλαισίου στο οποίο τα κορίτσια και γυναίκες κινούνται. Δίνοντας ως παράδειγμα τις μαζικές τάσεις που υπάρχουν στη μόδα, υποστηρίζει ότι δεν μπορούν να θεωρηθούν όλες οι επιλογές στην εμφάνιση αυτόνομες, αφού η καθημερινή έκθεση σε πολιτισμικές εικόνες σχηματίζει συχνά το γούστο, τις επιθυμίες για το τι θεωρούμε όμορφο και έχουν τη δύναμη να πειθαρχήσουν, να ρυθμίσουν και να δημιουργήσουν τις υποκειμενικότητες, καθώς και να δημιουργήσουν αντιστάσεις. Βρίσκει προβληματικό το γεγονός, λοιπόν, ότι στο μεταφεμινιστικό πλαίσιο αγνοείται παντελώς η κυριαρχία, η πειθαρχική εξουσία, ο σεξισμός που πιθανόν να βιώνουν οι γυναίκες, ιδιαίτερα σε μια περίοδο όπου οι νεαρές γυναίκες βιώνουν μεγαλύτερες πιέσεις όσο ποτέ όσον αφορά την τελειότητα στην εμφάνιση (Gill, 2007α, 2008).

Η Gill (2007α, 2008) αντιλαμβάνεται ακόμα τις «πορνο-σικ» επιλογές νεαρών γυναικών, καθώς και τη μεταφεμινιστική κουλτούρα των MME, ως πιθανή προσπάθεια επαναδόμησης της θηλυκότητας μέσα από το “technology of sexiness” (βλ. Radner, 1993, 1999): στην περίπτωση αυτή το σέξι σώμα, η σεξουαλική γνώση και εμπρόθετη δράση της γυναίκας αποτελεί το πρότυπο που αντικαθιστά παραδοσιακά νοήματα θηλυκότητας, όπως τη φροντίδα, την οικιακή κατάσταση, την αθωότητα. Σε αυτό το πλαίσιο λοιπόν υπάρχει μια υποχρεωτική «σεξουαλική» εμπρόθετη δράση, όπου η ομορφιά και οι σεξουαλικές ικανότητες των γυναικών αποτελούν απαραίτητες προϋποθέσεις της σύγχρονης μεταφεμινιστικής, νεοφιλελεύθερης υποκειμενικότητας που χαρακτηρίζεται από ελευθερία, επιλογή και παιχνιδιάρικη διάθεση, απομακρύνοντας έννοιες όπως αυτο-

πειθαρχία και αυτο-έλεγχος. Αυτή όμως η μεταφεμινιστική υπόσχεση απελευθέρωσης μέσω της ενδυναμωμένης επιλογής συνοδεύεται από σκληρές αναπαραστάσεις ομορφιάς που οι γυναίκες στη δύση αντιμετωπίζουν και κρίνονται αυστηρά (Gill, 2007α, 2007β, 2008· Jeffreys, 2005· Wolf, 1990).

Ένα άλλο πρόβλημα που εντοπίζει η Gill (2007α) στην έμφαση που δίνεται στην επιλογή και στον λογικό, απελευθερωμένο εαυτό, είναι ότι δεν αφήνει καθόλου περιθώριο για τη φαντασίωση, επιθυμία, υποσυνείδητες επενδύσεις, ακόμα και για τις αντιφάσεις που υπάρχουν στον εαυτό. Έτσι αγνοείται ο τρόπος με τον οποίο η εξουσία λειτουργεί στα υποκείμενα, όχι με όρους σκληρής εκμετάλλευσης του εαυτού, αλλά δημιουργώντας συγκεκριμένα είδη υποκειμενικότητας. Επίσης, με την έμφαση που δίνεται στο αυτόνομο υποκείμενο δεν απαντιούνται σύνθετα ερωτήματα που αφορούν τις σχέσεις μεταξύ ψυχής και κοινωνικού/ πολιτισμικού, όπως για παράδειγμα, το πώς τα κοινωνικά δομημένα ιδανικά ομορφιάς και sexiness εσωτερικεύονται από το υποκείμενο. Για αυτό θεωρεί σημαντική την κατανόηση της πολυδιάστατης σχέσης μεταξύ υποκειμενικότητας και κουλτούρας και της συνθετότητας στις επιλογές κοριτσιών και γυναικών π.χ. για την παρουσίαση του σεξουαλικού σώματος, ζητήματα πολύ σημαντικά στην κατανόηση του λόγου για τον ατομικιστικό, μεταφεμινιστικό νεοφιλελευθερισμό.

Επιλογή και κομφορμισμός στο πλαίσιο του Λόγου. Στις φεμινιστικές συζητήσεις που αφορούν το δίλημμα ενδυνάμωσης και ελεύθερης επιλογής σε σχέση με την ομορφιά είναι σημαντική η μετα-κονστρουκτουβιστική οπτική, μέσα από την οποία αναδεικνύεται η συγκρότηση υποκειμένων μέσω του λόγου και της ιδεολογίας. Σε αυτή την περίπτωση οι έννοιες της ενδυνάμωσης και της ελεύθερης επιλογής σχετικά με την ομορφιά είναι σημαντικό να εξεταστούν σε σχέση με τις συχνά κρυμμένες επιρροές της ιδεολογίας που ρυθμίζουν τη θέση του υποκειμένου, τονίζοντας τη σημασία συγκεκριμένων «επιλογών» που φέρουν κοινωνικές επιβραβεύσεις και αντίστοιχα περιορίζοντας άλλες, οδηγώντας σε ένα σύστημα που πειθαρχεί και περιορίζει τις «επιλογές» (Stuart & Donaghue, 2011).

Σε αυτή την περίπτωση χρειάζεται μια πιο σύνθετη, πολύπλοκη κατανόηση των εννοιών της επιλογής και εμπρόθετης δράσης (Gill, 2007α, 2008β· Evans κ.ά., 2010), στην οποία οι γυναίκες δεν εκλαμβάνονται με απόλυτους δυϊσμούς: ούτε ως αποκλειστικά παθητικά και πειθήνια υποκείμενα, αλλά ούτε κι ως αυτόνομα, με ελεύθερη επιλογή φιλελεύθερα άτομα (Gill, 2008β). Είναι οι περιπτώσεις στις οποίες οι γυναίκες ακολουθούν μια μέση λύση, ένα συμβιβασμό, όπου είναι πιθανόν άλλοτε να ακολουθούν καταπιεστικά και νορματικά πρότυπα και πρακτικές ομορφιάς κι άλλες φορές να

αντιστέκονται και να επαναστατούν σε ρυθμιστικές κοινωνικές νόρμες και κανόνες σε σχέση με την εμφάνιση. Είναι επίσης οι περιπτώσεις κατά τις οποίες οι γυναίκες, αν και αναγνωρίζουν ότι η ομορφιά δεν πρέπει να ορίζει την αξία τους, ταυτόχρονα αναγνωρίζουν ότι οι πρακτικές ομορφιάς αυξάνουν την αυτοπεποίθησή τους και τις ενδυναμώνουν (Stuart & Donaghue, 2011).

Αυτό το νέο, μεταφεμινιστικό υποκείμενο, που είναι υποχρεωτικά σέξι και εγκαλείται μέσω λόγων ότι το σεξ είναι κάτι που απαιτεί συνεχή δουλειά και εξειδίκευση, δεν αποτελεί απαραίτητα αποτέλεσμα πατριαρχικής συνωμοσίας, αλλά αποτέλεσμα διαφόρων αλλαγών, όπως η σεξουαλική απελευθέρωση κι ο καπιταλισμός. Αυτά δημιουργούν το πεδίο για μια νέα μορφή θηλυκότητας, η οποία όμως είναι δύσκολο να διαβαστεί, είναι υβριδική σε λόγους σεξουαλικής απελευθέρωσης, οι οποίοι συνυπάρχουν με τον ανδροκρατούμενο καταναλωτικό καπιταλισμό. Σε αυτό το πλαίσιο εξουσία-ευχαρίστηση, εμπρόθετη δράση-πειθαρχία δεν αποτελούν αντιθετικούς πόλους, αλλά συνυπάρχουν (Harvey & Gill, 2011).

Όπως είναι φανερό από την πιο πάνω θεωρητική ανασκόπηση, η σημασία της έννοιας της ομορφιάς για τη φεμινιστική σκέψη είναι αναμφισβήτητη. Είναι σημαντικό να αναφερθεί πως η φεμινιστική θεωρία σε σχέση με την ομορφιά, όπως και οι σχετικές εμπειρικές έρευνες, εστιάζουν κυρίως στις γυναίκες και στα κορίτσια στην εφηβεία, καθώς οι άνδρες και τα αγόρια φαίνεται να είναι απόντες στις περισσότερες από αυτές τις συζητήσεις. Η παρούσα διατριβή, με την έμφαση που δίνει σε αγόρια και κορίτσια στην προεφηβεία, έχει ως στόχο να προωθήσει ένα παραγωγικό διάλογο ανάμεσα στη φεμινιστική σκέψη και τις σπουδές παιδικότητας (Childhood Studies), ειδικά για το θέμα της ομορφιάς.

Κορίτσια και κουλτούρα ομορφιάς: Μια ρευστή μετάβαση επιρροής-αντίστασης. Έρευνες σχετικά με το πώς τα ίδια τα παιδιά διαπραγματεύονται την κουλτούρα ομορφιάς στην καθημερινότητά τους είναι περιορισμένες, ειδικά σε σχέση με το γεγονός ότι η θεωρητική παραγωγή στον τομέα αυτό είναι μεγάλη. Εντούτοις είναι σημαντικό να εξεταστεί η βιβλιογραφία αυτή, η οποία χαρακτηρίζεται από τα εξής: πρώτο, αναφέρεται κυρίως σε κορίτσια στην εφηβεία και περιστρέφεται γύρω από την κατανάλωση της δημοφιλούς κουλτούρας (pop culture). Η βιβλιογραφία αυτή αναδεικνύει ότι η σχέση αυτή είναι πολύπλοκη και δεν περιορίζεται στα δίπολα δομής/υποκειμενικότητας ή εξουσίας/αντίστασης. Στο πλαίσιο αυτό κινούνται οι «κριτικοί θεωρητικοί», οι οποίοι επικρίνουν το απλοϊκό μοντέλο σύνδεσης μεταξύ των αναπαραστάσεων των ΜΜΕ και των αρνητικών συνεπειών τους στα υποκείμενα (Gill, 2008β). Οι θεωρητικοί αυτοί ασκούν

κριτική στην επικινδυνολογία (“scary futurology”) που αναπτύσσεται σχετικά με τις βλαβερές επιρροές των ΜΜΕ, που τοποθετεί τα παιδιά, και κυρίως τα κορίτσια, στη θέση των μη κριτικών θυμάτων (Egan & Hawke, 2008) και δίνει έμφαση στην υπερπροστασία, στη θυματοποίηση και στην αντικειμενικοποίηση τους, αγνοώντας τη σεξουαλική εμπρόθετη δράση και επιθυμία των κοριτσιών (Renold & Ringrose, 2011). Με τον φακό των κριτικών θεωρητικών τα παιδιά εκλαμβάνονται ως πολύπλοκοι καταναλωτές και γνώστες των ΜΜΕ (media savvy), που διαθέτουν τις ικανότητες για κριτική ερμηνεία των απεικονίσεων που τους βομβαρδίζουν (Boden, 2006α). Υποστηρίζουν ακόμη ότι οι ανησυχίες για τις αρνητικές επιρροές της μεταφεμινιστικής δημοφιλούς κουλτούρας στα κορίτσια και ο φόβος για μίμηση των «σεξουαλικοποιημένων» θηλυκοτήτων αποτελούν προβληματικό επιχείρημα, μιας και αυτό βασίζεται στην υπόθεση ότι όλα τα κορίτσια αποτελούν ομοιογενή ομάδα (Jackson & Vares, 2011). Οι Vares κ.ά. (2011) υποστηρίζουν εξάλλου ότι αυτή η τάση ομοιογενοποίησης της οπτικής και των πρακτικών των κοριτσιών σε σχέση με την αλληλεπίδραση με τα ΜΜΕ και την ποπ κουλτούρα, είναι κάτι που δεν επιβεβαιώνεται, αφού υπάρχει ποικιλοτροπία στην αλληλεπίδραση τους που σχετίζεται με την ηλικία, τις προσωπικές προτιμήσεις, το δίκτυο των συνομηλίκων, τη γονική καθοδήγηση και την πρόσβαση σε συγκεκριμένες μορφές ΜΜΕ και χόμπι. Είναι σημαντικό φυσικά να επισημανθεί ότι οι περισσότερες από αυτές τις έρευνες τοποθετούνται γεωγραφικά στο Ηνωμένο Βασίλειο, τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Αυστραλία και ότι η παραγωγή δεδομένων από άλλες χώρες είναι περιορισμένη.

Έρευνες επίσης δείχνουν ότι τα παιδιά δεν αποτελούν αφελείς και παθητικούς καταναλωτές, αλλά είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν ενεργά και με κριτικό τρόπο τις σεξουαλικές αναπαραστάσεις των ΜΜΕ, τον τρόπο που οικοδομούνται και μπορούν με ιδιαίτερα σύνθετους τρόπους να κρίνουν τη σχέση μεταξύ πραγματικότητας και φαντασίας, ενώ αποτελούν εγγραμματοσιμένους καταναλωτές με γνώση για τις πρακτικές της αγοράς (Buckingham κ.ά., 2010). Τα κορίτσια έχουν τα εφόδια λοιπόν για αναγνώριση των τεχνικών με τις οποίες τα ΜΜΕ λειτουργούν, όπως το μακιγιάζ, τις στυλιστικές παρεμβάσεις και την ηλεκτρονική επεξεργασία (Photoshop) που υφίστανται τα διάφορα πρότυπα, και είναι σε θέση να αναγνωρίσουν τη μη ρεαλιστικότητα των προτύπων και να εμπλακούν σε κριτικές αναγνώσεις των αναπαραστάσεων που προωθούνται από τα ΜΜΕ (Vares κ.ά., 2011· Buckingham κ.ά., 2010). Επίσης, τα κορίτσια όχι μόνο αναγνωρίζουν την επιτέλεση της θηλυκότητας μέσω των πρακτικών ομορφιάς, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο αυτές οι αναπαραστάσεις τοποθετούν το γυναικείο σώμα σε θέση υποδεέστερη και σε ανάγκη συνεχούς βελτίωσης. Έτσι αντιστέκονται και ασκούν κριτική στις αναπαραστάσεις της ιδεατής θηλυκότητας που συμπεριλαμβάνουν αποκαλυπτικό ντύσιμο

και «σεξουαλικοποιημένη» θηλυκότητα, συνεπώς φαίνεται ότι δεν διαβάζουν αυτές τις αναπαραστάσεις μέσα σε ένα μεταφεμινιστικό λόγο που προωθεί την σεξουαλική ενδυνάμωση και ελευθερία (Gill, 2007), αλλά τις απορρίπτουν χαρακτηρίζοντας συχνά τα πρότυπα αυτά ως «τσούλες» (Vares κ.ά., 2011). Ωστόσο, οι Vares κ.ά. υποστηρίζουν, αν και τα κορίτσια έχουν την ικανότητα για κριτικές αναγνώσεις των ΜΜΕ, εντούτοις η ικανότητα αυτή δεν σημαίνει ταυτόχρονα και εξάλειψη των πολιτισμικών επιρροών των ΜΜΕ σε αυτές, αφού συχνά αισθάνονται την πίεση για ικανοποίηση του λεπτού ιδεώδους και του λείου δέρματος και συχνά νιώθουν άσχημα συγκρίνοντας τον εαυτό τους με την ιδανική εμφάνιση των προβαλλόμενων προτύπων. Έτσι, η κριτική τους εμπλοκή και η εμπρόθετη τους δράση μπορεί ταυτόχρονα να συνυπάρξει με την επιθυμία τους για ομοιότητα με κάποια προωθούμενα πρότυπα. Συνεπώς, υποστηρίζουν, είναι σημαντικό να δοθεί σημασία στην πολλαπλότητα, τη συνθετότητα και τις αντιθέσεις στην εμπλοκή των κοριτσιών με τα ΜΜΕ, κάτι που ξεπερνά την απλοϊκή διχοτομία επίδρασης-αντίστασης και ενεργούς-παθητικής εμπλοκής.

Σε αυτή τη βάση κινούνται και οι Renold και Ringrose (2011), οι οποίες, στηριζόμενες στην ιδέα ότι φύλο και οι σεξουαλικές νόρμες είναι δύσκολο να διαβαστούν στις σύγχρονες καπιταλιστικές κοινωνίες, αναπτύσσουν την έννοια των «σχιζοφρενών υποκειμενικότητων» (“schizoid subjectivities”), κατά την οποία ερμηνεύουν τα σώματα των κοριτσιών και τη σεξουαλική τους υποκειμενικότητα, όχι με γραμμικούς τρόπους και δυϊσμούς, όπως π.χ. σεξουαλική αθωότητα εναντίον σεξουαλικής γνώσης ή παθητική θυματοποίηση εναντίον ατζεντικής (agentic) και γνωστικής κατάστασης της σεξουαλικοποιημένης κουλτούρας, αλλά με μια κριτική κοινωνιολογική οπτική που επιτρέπει την εξερεύνηση των πολλαπλών μεταβάσεων και τοποθετήσεων μεταξύ διαφόρων ειδών σεξουαλικότητων, «παλιών» και «νέων». Άρα δεν υπάρχει μια γραμμική μετάβαση από το ένα στάδιο στο άλλο, αλλά μια μετατροπή (“becoming”) που φανερώνει ότι η νεαρή θηλυκότητα είναι σε διαρκή κίνηση και χαρακτηρίζεται από πολλαπλές μεταβάσεις και αντιθέσεις. Σε αυτό το πλαίσιο, διάφορα «αντιθετικά» στοιχεία και λόγοι, όπως π.χ. η αθωότητα και το σέξι στοιχείο, μπορούν να συνυπάρξουν ταυτόχρονα σε μια πολύπλοκη «σχιζοφρενή» δυναμική, στην οποία δεν υπάρχουν ξεκάθαροι δυϊσμοί, κατηγορίες ή τεολογικές ευθείες, όπως η μετάβαση από αθώο παιδί σε σεξουαλική γυναίκα, αλλά η ανάπτυξη και εκτέλεση της υποκειμενικότητας μπορεί να ακολουθήσει πολλαπλές κατευθύνσεις. Υποστηρίζουν λοιπόν, ότι η φεμινιστική έρευνα πρέπει να μετακινηθεί από το στατικό, διχοτομικό μοντέλο και να βρει νέους τρόπους ερμηνείας των σύγχρονων θηλυκότητων, με τρόπο που να ρίχνει φως στις πολλαπλές τους διαστάσεις και

μεταβάσεις και στη συνθετότητα και «σχιζοφρένεια» των σεξουαλικών υποκειμενικοτήτων.

Ακόμα, όσον αφορά τα κορίτσια στην προεφηβεία, η μεταφεμινιστική προσέγγιση έρχεται σε αντίθεση με τον λόγο περί παιδικής αθωότητας, όπου τα κορίτσια στην ηλικία αυτή συχνά τοποθετούνται και σύμφωνα με τον οποίο τα νεαρά κορίτσια αρνούνται τη σεξουαλικότητά τους και έχουν τη θέση του «καλού κοριτσιού». Συνεπώς, οι Jackson κ.ά. (2012) υποστηρίζουν ότι πρέπει να ληφθεί υπόψη το σενάριο των ρευστών ταυτοτήτων, κατά τις οποίες τα κορίτσια μετακινούνται μεταξύ των δύο λόγων, του μεταφεμινισμού και της παιδικής αθωότητας, της «κοριτσίστικης» και της «σέξι» ταυτότητας, κάτι που συχνά φανερώνεται μέσα από τις ενδυματολογικές τους επιλογές. Οι συγγραφείς θεωρούν σημαντικό να μελετηθεί ο τρόπος με τον οποίο τα κορίτσια διαπραγματεύονται την υποκειμενικότητα (subjectivity) τους μέσα σε κοινωνικά περιβάλλοντα στα οποία συνυπάρχουν συγκρουόμενα μηνύματα και λόγοι σχετικά με το νόημα του να είναι κανείς κορίτσι (και «σέξι» και «καλό κορίτσι») και κατά πόσο ο μεταφεμινιστικός λόγος που υπάρχει στη δημοφιλή κουλτούρα αποτελεί πολιτισμική πηγή για τη δημιουργία συγκεκριμένης εκδοχής του να «είναι» κανείς γυναίκα ή κορίτσι. Υποστηρίζουν ότι παρόλο που υπάρχει η σύγχρονη μεταφεμινιστική εκδοχή της «σεξουαλικοποιημένης» θηλυκότητας, αυτό δεν σημαίνει ότι έχουν διαγραφεί παλαιότερες κατασκευές της θηλυκής σεξουαλικότητας. Οι συγγραφείς προτείνουν ότι υπάρχει μια ρευστή κινητικότητα μεταξύ agency και complicity (για παράδειγμα, κάποτε υπάρχει αντίσταση και κάποτε επηρεασμός), ο οποίος σκιαγραφεί τη θηλυκότητα και τους κοριτσίστικους (girlhood) λόγους που τα κορίτσια ακολουθούν (Jackson κ.ά., 2012).

Από μια άλλη οπτική, όπως αναλύθηκε και πιο πάνω, υπάρχουν θεωρητικοί, όπως η Gill (2008), η οποία αντιμετωπίζει με σκεπτικισμό την έμφαση στην «αυτονομία», στην «επιλογή» και στην «αντίσταση» και στην τάση εκμηδένισης της δύναμης που οι πολιτισμικές αναπαραστάσεις έχουν στο να πειθαρχήσουν, να ρυθμίσουν και να δημιουργήσουν υποκειμενικότητες, καθώς και αντιστάσεις. Έχοντας ως αφετηρία το σκεπτικό ότι η κουλτούρα αποτελεί σύνολο πρακτικών που φέρουν πραγματικές και υλικές επιρροές στη δόμηση της υποκειμενικότητας, θεωρεί ότι υπάρχουν πολύπλοκα ερωτήματα αναφορικά με τη σχέση κουλτούρας και υποκειμενικότητας, όπως για παράδειγμα το πώς τα κοινωνικά δομημένα ιδανικά ομορφιάς και sexiness εσωτερικεύονται τόσο βαθιά από το άτομο σε σημείο που να φυσικοποιούνται, δημιουργώντας δυσκολία στην αναγνώριση των εξωτερικών επιρροών της κουλτούρας στο άτομο.

Φαίνεται λοιπόν ότι υπάρχει μια ιδιαίτερα σύνθετη κατάσταση που χαρακτηρίζει τη σχέση μεταξύ κουλτούρας και υποκειμενικότητας, αφού υπάρχουν «φεμινιστικοί» και «αντιφεμινιστικοί» λόγοι, οι οποίοι ερμηνεύουν τη μεταφεμινιστική κουλτούρα με αντιθετικούς τρόπους: από τη μια ως πηγή δύναμης, από την άλλη ως σεξουαλική αντικειμενικοποίηση, από τη μια δίνοντας στο υποκείμενο τη δύναμη για ενεργή εμπλοκή, από την άλλη τοποθετώντας το άτομο σε θέση που δέχεται εχθρική επιτήρηση. Φαίνεται επίσης να υπάρχει περιορισμένη κατανόηση αναφορικά με τους τρόπους με τους οποίους η κουλτούρα σχετίζεται με την υποκειμενικότητα, την ταυτότητα και την ενσώματη εμπειρία του εαυτού και συγκεκριμένα για το πώς ο κοινωνικός και πολιτισμικός παράγοντας μετατρέπει και δημιουργεί τη σχέση με τον εαυτό μας και τους άλλους. Η φεμινιστική θεωρία μπορεί να αποτελέσει σημαντικό κλειδί στην κατανόηση της σύγχρονης κουλτούρας των ΜΜΕ και του τρόπου με τον οποίο σχετίζεται με την υποκειμενικότητα, με τρόπο που να προσφέρει δυναμικές και ιστορικές αναγνώσεις της υποκειμενικότητας, στον τρόπο δόμησης και επαναδόμησης διαφόρων έμφυλων ταυτοτήτων, όπως ο «νέος άνδρας», ο «μετροσέξουαλ» άνδρας, ο “new lad”, η “yummy mummy” κλπ (Gill, 2008α). Ωστόσο, είναι σημαντικό να αναγνωριστεί το κενό που υπάρχει στη φεμινιστική θεωρία και στις σχετικές εμπειρικές έρευνες, τα οποία αναλύουν κυρίως τη σχέση της μεταφεμινιστικής κουλτούρας με τη θηλυκή υποκειμενικότητα, αφήνοντας αναπάντητα ερωτήματα σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο τα αγόρια διαπραγματεύονται την αρρενωπότητα τους μέσω της δημοφιλούς κουλτούρας, κάτι που η παρούσα διατριβή θα διαπραγματευτεί παρακάτω.

Αρρενωπότητα, Υποκειμενικότητα και Ομορφιά

Πολιτισμικές αναπαραστάσεις και αλλαγές στην εικόνα του ανδρικού σώματος.

Οι αναπαραστάσεις αρρενωπότητας στα ΜΜΕ τις τελευταίες δεκαετίες έχουν υποστεί ραγδαίες αλλαγές με την αυξανόμενη έμφαση που δίνεται στη φροντισμένη, περιποιημένη ανδρική εμφάνιση και στην αισθητική εικόνα του ανδρικού σώματος (Frank, 2014· Wienke, 1998), καθώς και με το φαινόμενο του “Adonis Complex” (Pope κ.ά., 2000) να αναπτύσσεται. Όσον αφορά το ανδρικό σώμα, ενώ αυτό πριν τη δεκαετία του '90 ήταν σχεδόν απόν από τις απεικονίσεις κι η έμφαση δινόταν στα γυναικεία σώματα ή στο ανδρικό πρόσωπο, μέσα από την πάροδο του χρόνου παρατηρείται δραματική αύξηση στην ορατότητα του ανδρικού σώματος στα ΜΜΕ και τη δημοφιλή κουλτούρα (Attwood, 2005α· Bordo, 1999· Davis, 2002· Gill κ.ά., 2005). Η αλλαγή αυτή, όμως, δεν αφορά μόνο

την ποσότητα των αναπαραστάσεων, αλλά και τις πρακτικές και τον τρόπο αναπαράστασης του ανδρικού σώματος, την αισθητική και τη μόδα που το αφορά (Davis, 2002· Gill κ.ά., 2005). Έτσι, τα τελευταία χρόνια το ανδρικό σώμα άρχισε να παρουσιάζεται ως αγαθό που «κοιτάζεται» με ερωτικοποιημένο τρόπο, σεξουαλικοποιείται και γίνεται αντικείμενο επιθυμίας (Simpson, 1994· Bordo, 1999· Nixon, 1996), ενώ προωθείται η φροντισμένη, περιποιημένη εμφάνιση με έμφαση στο δέρμα, τα μαλλιά τα ρούχα, την υγεία και την άσκηση (Nixon, 1996). Το ανδρικό σώμα, ντυμένο ή γυμνό, πλέον είναι ευρέως διαθέσιμο για σεξουαλικές φαντασιώσεις και αισθητικό θαυμασμό και οι ετεροσεξουαλικοί λευκοί άνδρες έχουν πλέον την «άδεια» για παρουσίαση ενός αισθησιακού, μοντέρνου, φροντισμένου εαυτού (Bordo, 1999). Με όλες αυτές τις αλλαγές στις αναπαραστάσεις αρρενωπότητας εορτάζεται ο ανδρικός αισθησιασμός και ναρκισσισμός, με το ανδρικό σώμα να θυμίζει μια θηλυκοποιημένη και ομοσεξουαλική φιγούρα (McNair, 2002).

Το ανδρικό σώμα, λοιπόν, έχει αποκτήσει από τη δεκαετία του '80 κεντρική θέση στην καταναλωτική κουλτούρα και μεγάλη κοινωνικοπολιτισμική σημασία. Σε αυτό το πλαίσιο οι οικονομικές επενδύσεις που γίνονται στο σώμα συνδέονται άμεσα με την ταυτότητα και τον τρόπο με τον οποίο το άτομο αναπαριστά το σώμα και την υποκειμενικότητα του μέσω του στυλ, της μόδας, του σχήματος και του μεγέθους του σώματος (Budgeon, 2003). Συνεπώς το ανδρικό σώμα να γίνεται όλο και πιο εμπορικοποιημένο, ενώ διαφαίνεται πια η ανάγκη να απεικονίζεται με πολύ προσεγμένο κι ελεγχμένο τρόπο (Bordo, 1999). Το ανδρικό σώμα πλέον παρουσιάζεται ως ένα πρότζεκτ το οποίο καλλιεργείται, αναπτύσσεται και δουλεύεται (Attwood, 2005α).

Η έμφαση στην ανδρική αισθητική και εικόνα του σώματος, αποδίδεται σε μια ποικιλία πολιτισμικών παραγόντων. Έναν από αυτούς αποτελεί η κρίση στη σύγχρονη αρρενωπότητα, κατά την οποία η ηγεμονική αρρενωπότητα φαίνεται να προκαλείται εξαιτίας των αλλαγών στον χώρο εργασίας, στην οικογένεια, στις έμφυλες σχέσεις και στην αυξανόμενη ορατότητα και αποδοχή των μη ετεροσεξουαλικών και μη λευκών αρρενωποτήτων (Kimmel, 2006). Όσον αφορά την προβολή υπερμυώδων προτύπων που ξεκίνησαν να προβάλλονται κατά τη δεκαετία του '80, τονίζοντας την επιθετικότητα, τη βία, τον έλεγχο, κατανοούνται ως προσπάθειες αποκατάστασης αισθημάτων κοινωνικής αδυναμίας που προέρχονται από την ήττα των Αμερικανών στον πόλεμο του Βιετνάμ, καθώς και ως μέσο αποκατάστασης της θέσης και των κοινωνικών προνομίων των ανδρών με την αυξανόμενη πολιτική δύναμη που οι γυναίκες κερδίζουν τις τελευταίες δεκαετίες (Jeffords, όπως αναφέρεται στο Wienke, 1998). Επιπλέον, οι άνδρες άρχισαν να στρέφονται στην κουλτούρα του γυμναστηρίου από τότε που άρχισαν να απομακρύνονται

από τις χειρωνακτικές εργασίες που τους πρόσφεραν μυώδες σώμα μέσω της δουλειάς (Pope κ.ά., 2000· Wienke, 1998).

Άλλοι παράγοντες εντοπίζονται στην αυξανόμενη πολιτισμική σημασία που δίνεται στο ανδρικό σώμα, μέσω της δημοφιλούς κουλτούρας και των ΜΜΕ (Pope κ.ά., 2000) και την αύξηση των απεικονίσεων των ανδρών στα δημοφιλή ΜΜΕ ως αντικείμενα ματιάς (Connell, 1995· Gill κ.ά., 2005· Edwards, 1997· Frank, 2014), κάτι που ενισχύει την πίεση που βιώνουν οι άνδρες για επένδυση στην εμφάνισή τους, κάνοντας τους όλο και πιο ευάλωτους στην καταναλωτική κουλτούρα σε σχέση με την ομορφιά (Parker, όπως αναφέρεται στο Wienke, 1998). Επιπλέον, η αυξανόμενη επιρροή της κουλτούρας των γκέι στην Αμερική και η ραγδαία ανάπτυξη της αγοράς ομορφιάς που απευθύνεται σε άνδρες (Pope κ.ά., 2000) αποτελούν βασικούς λόγους ανάπτυξης της ανδρικής κουλτούρας ομορφιάς. Έτσι, σύμφωνα με τη Bordo (1999), οι άνδρες πλέον συχνά στρέφονται στα σώματα τους ως μια προσπάθεια επανάκτησης αίσθησης ελέγχου και αυτοπεποίθησης.

Ενσαρκώνοντας την αρρενωπότητα: Το μυώδες και λεπτό σώμα ως ανδρικό ιδανικό ομορφιάς. Το πρότυπο του μυώδους σώματος αποτελεί το κυρίαρχο πολιτισμικό ιδανικό στη δυτική κουλτούρα (Gray & Frederick, 2012· Pope κ.ά., 2000), αποτελώντας πολιτισμικό ιδανικό που συμβολίζει στερεοτυπικές αντιλήψεις της αρρενωπότητας και αποτυπώνει την «ηγεμονική αρρενωπότητα» (Connell, 1995), αφού δίνει ενδείξεις για τη δύναμη, την ικανότητα, τη σεξουαλική ισχύ, την ανεξαρτησία, την κυριαρχία, την αυτοπεποίθηση, την επιθετικότητα και την υγεία (Mishkind κ.ά., 1987). Οι μυς, με άλλα λόγια, γίνονται πρωταρχική ένδειξη αρρενωπότητας (Ricciardelli κ.ά., 2010).

Πέρα από το μυώδες σώμα, το σφιχτό και λιγνό αρρενωπό σώμα έχει εμπορικοποιηθεί στη δημοφιλή κουλτούρα (Bordo, 1999· Gill κ.ά., 2005), με αποτέλεσμα το θέμα της παχυσαρκίας να μην αποτελεί ένα «φεμινιστικό ζήτημα» που ανησυχεί αποκλειστικά κορίτσια και γυναίκες (Bell & McNaughton, 2007). Υπάρχει μια σύζευξη της υγείας με την αισθητική, μιλώντας πια για την «αισθητική υγεία», όπου αγόρια και άνδρες καλούνται να έχουν σφιχτά, λεπτά, γεροδεμένα, μυώδη σώματα ως μέρος ενός συγκεκριμένου τρόπου ζωής, που είναι πειθαρχημένος και καταναλωτικά γνωστικός (Crawshaw, 2007). Πέρα όμως από ενδείξεις υγείας, το λεπτό, καλοδιατηρημένο και γυμνασμένο σώμα μεταφέρει και ηθικές ενδείξεις, αφού συνδέεται με το λευκό και μεσαίας τάξης σώμα, ενώ το χοντρό σώμα με τη φτώχεια και με τον Εθνικό Άλλο (LeBesco, 2004· McPhail, 2009). Απόδειξη του ότι το ανδρικό σώμα γίνεται όλο και πιο μυώδες είναι η αύξηση τα τελευταία χρόνια της δημοτικότητας μηχανημάτων

γυμναστικής, των συνδρομών σε γυμναστήρια και των συμπληρωμάτων διατροφής (Peixoto, 2002). Το πάχος, επίσης, χαρακτηρίζεται από έμφυλη διάσταση και θεωρείται «θηλυκό» χαρακτηριστικό στον δυτικό πολιτισμό, αφού υπάρχουν πολιτισμικές συνδέσεις του πάχους με την αποτυχία, την ανηθικότητα, την αδυναμία, τη δειλία, στερεότυπα που απειλούν την αρρενωπότητα και τα πατριαρχικά προνόμια που οι άνδρες απολαμβάνουν (Forth, 2009· Gilman, 2004). Αξίζει βέβαια να αναφερθεί και η άλλη οπτική, όπου τα μεγάλωσώμα, χοντρά ανδρικά σώματα θεωρούνται ιδιαίτερα δυνατά, κυρίαρχα, επιθετικά και αρρενωπά (Gard & Wright, 2005), κυρίως σε κάποιους τομείς του αθλητισμού ή της κουλτούρας, όπως π.χ. οι μαύροι άνδρες καλλιτέχνες του χιπ χοπ (Gross, όπως αναφέρεται στο Norman, 2013). Το ανδρικό χοντρό σώμα, λοιπόν, αποκτά διαφορετικά νοήματα αναλόγως του κοινωνικού, εθνικού και πολιτισμικού πλαισίου (Norman, 2013).

Μετροσέξουαλ αρρενωπότητα: ένα πρότζεκτ ομορφιάς. Μια άλλη μορφή αρρενωπότητας που αναπτύχθηκε γύρω στη δεκαετία του '80 (Simpson, 1994) κι έχει εξελιχθεί ως αρχέτυπο αρρενωπότητας, αποτελεί το metrosexuality, ο άνδρας δηλαδή που μετατρέπει τον εαυτό του σε πρότζεκτ στη διαδικασία ενασχόλησης με την ομορφιά (Brumberg, 1997). Αυτή η ταυτότητα διαφέρει και προκαλεί την παραδοσιακή αρρενωπότητα, αφού χαρακτηρίζεται από στοιχεία που προηγουμένως συνδέονταν με τη θηλυκότητα ή τους γκέι άνδρες, όπως η ματαιοδοξία, ο ναρκισσισμός, η φροντίδα της εμφάνισης και η απόλαυση του να γίνεται κανείς αντικείμενο θαυμασμού από τη ματιά των άλλων (Segal, 1993· Simpson, 1994). Αυτή η νέα ετεροσεξουαλική ανδρική ταυτότητα προκύπτει από την επιρροή της γκέι κουλτούρας στην κυρίαρχη κουλτούρα, ειδικά μέσω τηλεοπτικών προγραμμάτων, όπου γκέι άνδρες διδάσκουν ετεροσεξουαλικούς άνδρες πώς να καταναλώνουν με ένα παραδοσιακά θηλυκό τρόπο, διατηρώντας ταυτόχρονα το προνομιούχο ηγεμονικό τους στάτους (Sender, 2006).

Η μετροσέξουαλ αρρενωπότητα συνδέεται άμεσα με την επαγγελματική επιτυχία, αφού η φροντίδα του σώματος, η όμορφη εμφάνιση και οι πρακτικές ομορφιάς θεωρούνται ουσιώδη στον επαγγελματικό κόσμο (Salzman κ.ά., όπως αναφέρεται στο Barber, 2008). Αν και μπορεί να υπάρξουν ταξικές και εθνικές διαστάσεις στο φαινόμενο αυτό, η Barber (2008) υποστηρίζει ότι οι άνδρες που εμπλέκονται σε πρακτικές ομορφιάς και φροντίζουν τα μαλλιά τους σε γυναικεία κομμωτήρια προωθούν τη λευκή μεσαίας τάξης επαγγελματική τους αρρενωπότητα. Η συμμετοχή τους σε αυτή την πρακτική ομορφιάς, η οποία ταυτόχρονα εξυπηρετεί ένα χρηστικό σκοπό, όχι μόνο δεν θέτει σε ρίσκο την αρρενωπότητα τους, αλλά αποτελεί πρωταρχικό σημείο για το επιτυχημένο επαγγελματικό και ταξικό τους στάτους,

Όσον αφορά, επίσης, την ανδρική τριχοφυΐα, ενώ προηγουμένως το τριχωτό σώμα συνδεόταν με το νορματικό αρρενωπό ιδανικό, πλέον η αποτρίχωση, μια πρακτική που ανήκει στη μετροσεξουαλ ταυτότητα, αποτελεί κοινή πρακτική ανάμεσα στους λευκούς, ετεροσεξουαλικούς μεσαίας και ανώτερης τάξης άνδρες στην Αμερική (Frank, 2014) ως πρακτική που προωθεί την καθαριότητα, το sex appeal και την ανάδειξη του μυώδους σώματος (Boroughs κ.ά., 2005).

Έμφυλες ανισότητες στις πρακτικές ομορφιάς. Ένα διπλό στάνταρτ; Με τις πολιτισμικές απεικονίσεις του ιδανικού σώματος και της ηγεμονικής αρρενωπότητας, λοιπόν, να είναι πιο απαιτητικές από ποτέ, έρευνες δείχνουν ότι πολλοί άνδρες βιώνουν αυξανόμενη αγωνία σε σχέση με την εξωτερική τους εμφάνιση (Bordo, 1999· Frank, 2014· Klein, 1993· Lorenzen κ.ά., 2004· Mishkind κ.ά., 1987· White & Gillett, 1994), φανερώνοντας την επιρροή των ΜΜΕ στον τρόπο που οι άνδρες αντιλαμβάνονται και εσωτερικεύουν τη δική τους εμφάνιση και έμφυλη ταυτότητα (Agliata & Tantleff-Dunn, 2004). Συχνά οι ανησυχίες αυτές εστιάζονται στην υγεία τους και συνοδεύονται από μειωμένη αυτοπεποίθηση, κατάθλιψη, δυσαρέσκεια για την εικόνα του σώματος και διατροφικές διαταραχές (Frank, 2014· Gill κ.ά., 2005· Grogan, 1999), καθώς και φαινόμενα όπως το muscle dysmorphia, ένα είδος αντίστροφης ανορεξίας, στο οποίο οι άνδρες δεν μπορούν να δουν το σώμα τους ως αρκετά μυώδες (Bordo, 1999).

Συνεπώς, με τους άνδρες να εμπλέκονται όλο και περισσότερο στην κουλτούρα ομορφιάς και τις αυξανόμενες ανησυχίες που βιώνουν για την εικόνα του σώματος τους, υπάρχει η άποψη ότι πέφτουν στην ίδια πολιτισμική παγίδα με τις γυναίκες για μη ρεαλιστική ελκυστική εμφάνιση μέσω της μόδας, της κατανάλωσης, της αισθητικής, της ενασχόλησης με το σώμα και της αποπλάνησης από τον καταναλωτικό καπιταλισμό (Davis, 2002· Kimmel, 2006· Pope κ.ά., 2000). Ενώ λοιπόν ιστορικά οι άνδρες επωφελούνταν από ένα διπλό στάνταρτ, το οποίο επιβράβευε πολιτισμικά τις ρυτίδες και τα γκρίζα μαλλιά ως ενδείξεις σοφίας και εμπειρίας, πλέον η πολιτισμική εμμονή με τη νεότητα, την ομορφιά και το fitness δείχνουν ότι οι άνδρες καλούνται όλο και περισσότερο να επενδύουν στην ομορφιά τους, όπως και οι γυναίκες (Bordo, 1999). Επιπλέον, κάποιου/ες ερευνητές/τριες τονίζουν ότι όπως το λεπτό ιδεώδες αποτελεί μη ρεαλιστικό πρότυπο για τις περισσότερες γυναίκες, έτσι και τα μυώδη και πολύ καλά χτισμένα σώματα αποτελούν μη ρεαλιστικό στόχο που ταλαιπωρεί τους άνδρες (Davis, 2002· Pope κ.ά., 2000· Ricciardelli κ.ά., 2010). Οι άνδρες, επίσης, αντιμετωπίζουν την επιπλέον δυσκολία κατά την οποία ταυτόχρονα καλούνται να πειθαρχούν και να δουλεύουν τα

σώματα και την εμφάνισή τους, αλλά από την άλλη να απορρίπτον κάθε πιθανό ενδιαφέρον και επένδυση στην εμφάνιση και να αρνούνται κάθε επιρροή από πολιτισμικές πηγές, θέλοντας να δείξουν αυτόνομη διάθεση και ατομική ελευθερία (Gill κ.ά., 2005).

Αναλύοντας φωτογραφήσεις μόδας με άνδρες μοντέλα η Bordo (1999) παρατηρεί ότι το ανδρικό σώμα αναδεικνύεται τόσο με τη γύμνια του, όσο και με απαγορευμένες «θηλυκές» ιδιότητες της αρρενωπότητας. Νεαροί άνδρες, λοιπόν, αφήνονται παθητικά στη σεξουαλική «ματιά» του θεατή, με έναν τρόπο που τους κάνει πιο ευάλωτους στην αξιολόγηση και στην κριτική, με έναν τρόπο που οι γυναίκες ντυμένες και μη βιώνουν συνεχώς. Παρόλα αυτά, η Bordo τονίζει ότι αν και το φαλλικό, γυμνασμένο, αθλητικό σώμα γίνεται αντικείμενο του σεξ στη δυτική κουλτούρα και είναι πλέον επιθυμητό από όλους, γκέι και straight, ωστόσο δεν χάνει την παραδοσιακή macho του αισθητική, αφού παρουσιάζεται με δυναμισμό, αυτοπεποίθηση, στυλ, ευχαρίστηση, επιτυχία, «μιλώντας» και αποπλανώντας τον θεατή. Επίσης, τα προϊόντα ανδρικής φροντίδας απευθύνονται όλο και πιο συχνά στους άνδρες με έναν τρόπο που ενισχύουν την εικόνα του «ήρωα δράσης» (σελ 139), του δυναμικού πολυδιάστατου υποκειμένου, με έναν όμως μη ναρκισσιστικό τρόπο και με έναν αντίθετο τρόπο από ότι παρουσιάζονται οι γυναίκες, οι οποίες προβάλλονται στα μάτια του θεατή, περιμένοντας την έγκριση και τον θαυμασμό.

Υπάρχει επίσης σκεπτικισμός σε σχέση με τις υποθέσεις που προβάλλουν τον λόγο της ισότητας σε σχέση με τις εμπειρίες ανδρών και γυναικών όσον αφορά την ομορφιά. Σύμφωνα με τη Bordo (1993/2003), ο λόγος της ισότητας αποτελεί μέρος μιας γενικότερης προσπάθειας στη δυτική καταναλωτική κοινωνία για συγκάλυψη διαφορών με βάση το φύλο, την τάξη, την εθνικότητα και τη σεξουαλικότητα, αφού προβάλλει ένα ομογενές, καθολικό ιδανικό στο οποίο τα άτομα παρουσιάζονται να έχουν τις ίδιες επιθυμίες, ανάγκες, ευκαιρίες στη ζωή τους.

Η Davis (2002), μιλώντας για τη κοσμητική χειρουργική, συμφωνεί με τη Bordo στο ότι ο λόγος περί ισότητας λειτουργεί σε μια διαδικασία ομογενοποίησης και ουδετεροποίησης των έμφυλων ανισοτήτων, θεωρώντας ότι η κοσμητική χειρουργική είναι και μάλλον θα παραμείνει μια θηλυκή πρακτική. Όπως λέει, στις δυτικές κουλτούρες το ηγεμονικό αρρενωπό ιδεώδες δεν είναι η σωματική δύναμη και η μυώδης εμφάνιση, αλλά η επαγγελματική και οικονομική δύναμη. Άρα, με τις κοσμητικές επεμβάσεις οι άνδρες δεν μπορούν να «ενθαρρύνουν» την αρρενωπότητά τους με τον ίδιο τρόπο που οι γυναίκες ενθαρρύνουν τη θηλυκότητά τους, αφού οι άνδρες που εμπλέκονται σε τέτοιες επεμβάσεις θεωρούνται ότι αποκλίνουν από τη νόρμα της παραδοσιακής αρρενωπότητας και θεωρούνται ότι εμπλέκονται σε θηλυκές πρακτικές. Επίσης, μπαίνοντας οι άνδρες στη θέση του «ασθενή», τοποθετούνται σε μια θέση απώλειας ελέγχου του σώματος τους και

συνεπαγόμενα της εξουσίας και ελέγχου που συνδέεται με αρρενωπή δύναμη, για αυτό και αποφεύγουν τις κοσμητικές επεμβάσεις. Ο λόγος της ισότητας, λοιπόν λειτουργεί με τρόπο που εξουδετερώνει τις ανισότητες και τη φεμινιστική κριτική σε σχέση με την πολιτισμική εμμονή με την ομορφιά. Έτσι, αν και τα ταμπού σε σχέση με την εμπλοκή των ανδρών με την ομορφιά μειώνονται, η μέρα που άνδρες και γυναίκες θα εμπλέκονται και θα ταλαιπωρούνται το ίδιο σε αυτές τις πρακτικές είναι ακόμα μακριά.

Όσον αφορά την εκτίμηση της εμπλοκής των ανδρών με την ομορφιά και με «θηλυκές» πρακτικές ως σύμβολο αλλαγής στις παραδοσιακές έμφυλες νόρμες και ως σημάδι πρόσβασης στο «δικαίωμα» τους για εμπλοκή στην ομορφιά, η Frank (2014) υποστηρίζει ότι η συμμετοχή σε «θηλυκοποιημένες» πρακτικές φαινομενικά διαταράσσουν έμφυλες και σεξουαλικές νόρμες, αφού στο τέλος διαιωνίζουν, παρά προκαλούν πατριαρχικές δομές και ταξικές και εθνικές/ρατσιστικές ανισότητες μεταξύ των ανδρών. Με την ηγεμονία των ετεροσεξουαλικών λευκών ανδρών να απειλείται από την αυξημένη επιρροή των ταξικών και εθνικών Άλλων σε προηγούμενα ομοιογενείς σφαίρες, φαίνεται ότι η ανάπτυξη «θηλυκών» αισθητικών πρακτικών, όπως η αποτρίχωση, είναι βασική για την επανεγκατάσταση αυτών των ανδρικών ηγεμονικών ταυτοτήτων, ως μέσα άσκησης εξουσίας και προσωπικής επιλογής. Επιπρόσθετα, άνδρες που συμμετέχουν σε τέτοιες πρακτικές συνεισφέρουν στην κοινή αντίληψη ότι οι έμφυλες σχέσεις και ισότητα στην κοινωνία έχουν φτάσει σε νέα επίπεδα, συνεχίζοντας έτσι την αόρατη δύναμη της ανδρικής ετεροσεξουαλικής εξουσίας και προνομίου κι αφήνοντας ανεξερεύνητες τις έμφυλες ανισότητες.

Τα ερωτήματα που προκύπτουν είναι πολλά, αφού υπάρχει ελλιπής κατανόηση σχετικά με την οπτική των ανδρών σε σχέση με την ομορφιά και την εμφάνιση, μιας και αυτά είναι θέματα που έχουν παραμεληθεί από την προηγούμενη έρευνα (Barber, 2008· Wienke, 1998). Για αυτό είναι σημαντικό να διερευνηθεί το νόημα της εικόνας του σώματος στη καθημερινή ζωή των ανδρών και αγοριών, το πώς διαπραγματεύονται τα ιδανικά ομορφιάς και το νόημα που αποδίδουν στην κουλτούρα ομορφιάς. Είναι επίσης σημαντικό να μελετήσουμε πώς οι άνδρες και τα αγόρια εκτιμούν, χειρίζονται πρότυπα και στερεότυπα σε σχέση με την εικόνα του σώματος και πώς οι ίδιοι βιώνουν τη δική τους εικόνα σώματος σε σχέση με τα πολιτισμικά ορισμένα ιδεώδη ομορφιάς.

Συγκρότηση Έμφυλων Υποκειμενικοτήτων: Η Θεωρητική Προσέγγιση της Ηγεμονικής Διάστασης του Φύλου και της Μεταδομιστικής Οπτικής

Στο σημείο αυτό παρατίθενται θεωρητικές προσεγγίσεις που ερμηνεύουν τις πολύπλοκες διαδικασίες συγκρότησης έμφυλων υποκειμενικοτήτων. Συγκεκριμένα, επειδή η έρευνα μελετά αγόρια και κορίτσια στην προεφηβεία, κρίνεται σημαντική η χρήση μιας θεωρητικής προσέγγισης που να αναδεικνύει τις σχέσεις εξουσίας που χαρακτηρίζουν τη συγκρότηση πολιτισμικά ιδεώδων μορφών θηλυκότητας και αρρενωπότητας. Οι έννοιες της ηγεμονικής αρρενωπότητας και της τονισμένης θηλυκότητας της Raewyn Connell (1987, 1995) αποτελούν χρήσιμο εργαλείο στην κατανόηση της έμφυλης ανισότητας κατά τις διαδικασίες εμφυλοποίησης κατά την παιδικότητα. Επίσης, η μεταδομιστική προσέγγιση της Judith Butler (1993/2008, 1997, 1997/2009) αποτελεί ένα άλλο σημαντικό θεωρητικό πρίσμα, συσχετίζοντας το υποκείμενο με τις έννοιες του λόγου, της υποκειμενικοποίησης, της επιτελεστικότητας και της εμπρόθετης δράσης στις διαδικασίες νοηματοδότησης της έμφυλης υποκειμενικότητας.

Φύλο και Ηγεμονία

Η προσέγγιση της Raewyn Connell επιχειρεί να εξηγήσει τον τρόπο με τον οποίο μοντέλα αρρενωπότητας και θηλυκότητας δομούνται ιστορικά, κοινωνικά και πολιτισμικά γύρω από σχέσεις εξουσίας. Η Connell ξεκινά με την παρατήρηση ότι το κοινωνικό φύλο στην καθημερινή ζωή θεωρείται τις περισσότερες φορές δεδομένο και οι έμφυλες συμβάσεις σε σχέση με τη θηλυκότητα και την αρρενωπότητα τόσο οικείες, σε σημείο που συχνά θεωρείται σκανδαλώδες όταν οι άνθρωποι δεν ακολουθούν τη δεδομένη έμφυλη τάξη. Επιπλέον, η έμφυλη τάξη αποτελεί πηγή ευχαρίστησης, αναγνώρισης και προσδιορισμού ταυτότητας, αλλά και ταυτόχρονα πηγή αδικίας και προβλημάτων. Κι ενώ οι έμφυλες σχέσεις χαρακτηρίζονται από διαφορά και διχοτομία μεταξύ θηλυκότητας και αρρενωπότητας, ταυτόχρονα προσδιορίζονται κι από άλλα μοντέλα, που στηρίζονται στις ποικίλες ιεραρχικές σχέσεις εξουσίας που υπάρχουν μεταξύ των ανθρώπων του ίδιου φύλου, οι οποίες βασίζονται σε κοινωνικές συμβάσεις, δραστηριότητες και πρακτικές της καθημερινής ζωής που κυβερνούν οι συμβάσεις αυτές. Το κοινωνικό φύλο, λοιπόν, είναι μια σειρά από πρακτικές που αναπαράγουν έμφυλες συμβάσεις και ανισότητες. Ωστόσο, στην πραγματικότητα οι έμφυλες συμβάσεις δεν είναι αμετάβλητες, αλλά βρίσκονται σε διαδικασία αλλαγής, αφού η ανθρώπινη πρακτική δημιουργεί νέες καταστάσεις κι οι δομές αναδομούνται (Connell, 2005/2006). Στο σημείο αυτό, θα συζητηθούν τα ζητήματα αυτά

υπό το θεωρητικό πρίσμα της Connell για την ηγεμονική διάσταση του φύλου, κυρίως με βάση την εννοιοδότηση της ηγεμονικής αρρενωπότητας, της τονισμένης ή εμφατικής θηλυκότητας και των διαδικασιών αλλαγής στις οποίες οι έννοιες αυτές υφίστανται.

Αν και η αρρενωπότητα δομείται διαφορετικά σε διαφορετικές περιόδους της ιστορίας, σε διαφορετικές κουλτούρες και κοινωνικές τάξεις και συνεπώς δεν υπάρχει ένα κοινό μοτίβο αρρενωπότητας που να ισχύει παντού και πάντοτε, η Connell υποστηρίζει ότι σε κάθε ιστορικό συγκείμενο υπάρχει κάποια αρρενωπότητα που είναι κυρίαρχη και ηγεμονική. Αυτό σημαίνει ότι, αν και μεταβάλλεται το περιεχόμενο του πως πρέπει να συμπεριφέρεται «σωστά» ένας «άντρας», εντούτοις υπάρχουν πάντα προδιαγραφές και μάλιστα κάποιοι άντρες καταφέρνουν να ενσωματώσουν ένα ηγεμονικό πρότυπο αυτής της αρρενωπότητας. Συγκεκριμένα, η Connell ορίζει την ηγεμονική αρρενωπότητα ως εξής: "The configuration of gender practice which embodies the currently accepted answer to the problem of the legitimacy of patriarchy, which guarantees (or is taken to guarantee) the dominant position of men and the subordination of women" (Connell, 1995, σελ. 77). Απαντώντας σε κριτικές για το ότι η έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας είναι νορμαλιστική και ουσιοκρατική, οι Connell και Messerschmidt (2005) ξεκαθαρίζουν σε ένα πλέον κλασσικό άρθρο ότι υπάρχουν πολλαπλές, ποικίλες και διαφορετικές αρρενωπότητες όμως δεν τυγχάνουν της ίδιας εκτίμησης. Η μεταξύ τους σχέση είναι ιεραρχική και κατά συνέπεια κάποιες μορφές αρρενωπότητας εκτιμούνται περισσότερο από άλλες, ενώ άλλες περιθωριοποιούνται (Connell, 1996).

Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο της θεωρίας της Connell είναι ότι η ηγεμονική αρρενωπότητα δομείται πάντα σε σχέση με τη θηλυκότητα, και συχνά ως απόρριψη οποιουδήποτε στοιχείου που μπορεί να συσχετιστεί με το γυναικείο φύλο. Ταυτόχρονα, όμως, η ηγεμονία αυτή λειτουργεί και με τρόπο που επιτρέπει τη περιθωριοποίηση «Άλλων» μορφών αρρενωπότητας, που συνήθως συνδέονται με χαρακτηριστικά θηλυκότητας, εκφράζοντας έτσι την ανισότητα που δίνει το προνόμιο σε διαφορετικές ομάδες ανδρών (Connell, 1995· Connell & Messerschmidt, 2005). Επομένως, η ηγεμονική αρρενωπότητα επιβεβαιώνει συνεχώς την κυριαρχία της, τόσο απέναντι σε πρότυπα θηλυκότητας, όσο και σε άλλες, περιθωριοποιημένες μορφές αρρενωπότητας. Ωστόσο, η ηγεμονική αρρενωπότητα δεν αποτελεί τη νόρμα (normal) με τη στατιστική έννοια, αφού μόνο μια μειοψηφία ανδρών την επιτελούν. Είναι όμως σίγουρα νορμαλιστική (normative), αφού αποτελεί τον πιο επιβραβευμένο τρόπο να είναι κανείς άνδρας. Είναι δηλαδή ιδεολογικά νομιμοποιημένη, αναγκάζοντας τους άνδρες να τοποθετούν τον εαυτό τους σε σχέση με αυτήν, ενώ ταυτόχρονα συμβολίζει την κοινωνική άνοδο μέσω της κουλτούρας και των θεσμών. Επίσης, αν και τα μοντέλα της ηγεμονικής αρρενωπότητας

μπορεί να μην ανταποκρίνονται στην πραγματική ζωή των ανδρών, ωστόσο, αποτελούν και εκφράζουν με διάφορους τρόπους ιδανικά, φαντασιώσεις και επιθυμίες για την ιδανική αρρενωπότητα (Connell & Messerschmidt, 2005).

Από την άλλη, όσον αφορά τις θηλυκότητες, σύμφωνα με την Connell (1987), δεν υπάρχει κάποια μορφή θηλυκότητας που να θεωρείται «ηγεμονική», αφού όλες οι μορφές θηλυκότητας στην κοινωνία δομούνται κάτω από την υποταγή των γυναικών στους άνδρες. Έτσι, δεν υπάρχει κάποιο είδος θηλυκότητας που να δίνει στις γυναίκες τη θέση που η ηγεμονική αρρενωπότητα δίνει στους άνδρες. Για αυτό, η Connell, αναπτύσσει την έννοια της εμφατικής ή τονισμένης θηλυκότητας (emphasized femininity) λέγοντας:

One form [of femininity] is defined around compliance with this subordination and is oriented to accommodating the interests and desires of men. I will call this 'emphasized femininity'. Others are defined centrally by strategies of resistance or forms of non-compliance. Others again are defined by complex strategic combinations of compliance, resistance and co-operation. (1987 σσ. 184-185)

Μιλώντας για την εμφατική θηλυκότητα, η Connell αναφέρεται στον τρόπο που αυτή συμμορφώνεται στην υποτακτική, παθητική τοποθέτηση των γυναικών έναντι στους άνδρες. Η Connell, επίσης, αν και υπονοεί την ύπαρξη πολλαπλών θηλυκότητων, εντούτοις και πάλι τοποθετεί το βάρος στη σχέση τους με τις αρρενωπότητες κι όχι στη μεταξύ τους ιεραρχία (Schippers, 2007). Ωστόσο, αν και υπάρχει ποικιλία έρευνας και θεωρίας γύρω από τις έννοιες της Connell για την ηγεμονική αρρενωπότητα και τις πολλαπλές αρρενωπότητες (Connell, 1995), η έννοια της θηλυκότητας είναι υποερευνημένη και για αυτό θεωρείται απαραίτητη η ανάπτυξη περαιτέρω θεωρίας και έρευνας στις θηλυκότητες και στην έμφυλη κυριαρχία (Connell & Messerschmidt, 2005).

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, η έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας έγινε στόχος κριτικής. Ιδιαίτερα μέσα από τη μεταδομιστική προσέγγιση, η έννοια της αρρενωπότητας προκαλείται με το επιχείρημα ότι δίνει μια ουσιοκρατική και καθολική διάσταση στον χαρακτήρα των ανδρών, χωρίς να λαμβάνει υπόψη τη ρευστή και αντιφατική τους πραγματικότητα, ενώ ταυτόχρονα δεν δίνει έμφαση στη λογοθετική συγκρότηση ταυτοτήτων. Με άλλα λόγια, η έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας είναι ετερονομαλιστική και νομιμοποιεί τη διαφορά ανδρών-γυναικών, αγνοώντας τη διαφορά που υπάρχει μέσα στις έμφυλες κατηγορίες. Ταυτόχρονα, η κριτική εστιάζεται στο ότι η θεωρία δεν κάνει αρκετά για να ξεπεράσει τη διχοτομία βιολογικού και κοινωνικού φύλου.

Οι Connell και Messerschmidt (2005) όμως ξεκαθαρίζουν ότι το πρότυπο της ηγεμονικής αρρενωπότητας δεν εξισώνεται με το μοντέλο της κοινωνικής αναπαραγωγής. Αντιθέτως, αναφέρουν, υπάρχουν κοινωνικές μάχες μέσα από τις οποίες οι περιθωριοποιημένες αρρενωπότητες επηρεάζουν τις κυρίαρχες μορφές αρρενωπότητας, ενώ τονίζουν την ύπαρξη πολλαπλών αρρενωποτήτων, αλλά και την έμφαση που πρέπει να δίνεται στην αλλαγή. Οι συγγραφείς, έτσι, προτείνουν ένα πιο σύνθετο μοντέλο έμφυλης ιεραρχίας στο οποίο δίνουν έμφαση σε τέσσερα σημεία: πρώτο, τονίζουν τη φύση της έμφυλης ιεραρχίας και την εμπρόθετη δράση περιθωριοποιημένων ομάδων, δεύτερο, αναγνωρίζουν τη σημασία της γεωγραφίας των αρρενωποτήτων, τρίτο, δίνουν περισσότερη έμφαση στη διαδικασία «κοινωνικής σωματοποίησης» (“social embodiment”) (Connell (2005/2006, σελ. 129), σε σχέση με τα προνόμια και την εξουσία και, τέλος, αναλύουν τις δυναμικές της ηγεμονικής αρρενωπότητας.

Όσον αφορά τη φύση της έμφυλης ιεραρχίας, οι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι τα μοτίβα ηγεμονικής αρρενωπότητας μπορούν να αλλάξουν και να ενσωματώσουν στοιχεία από άλλες αρρενωπότητες. Με αυτό τον τρόπο αναγνωρίζουν την εμπρόθετη δράση που διαθέτουν περιθωριοποιημένες ομάδες, αλλά και την αλλαγή δυναμικής στις κυρίαρχες ομάδες, κάτι που είναι δυνατό να δημιουργήσει διαφορετικά μοτίβα αρρενωπότητας σε τοπικά εργατικής τάξης πλαίσια, σε εθνικά περιθωριοποιημένους άνδρες ή άνδρες με στιγματισμένη σεξουαλικότητα ή αναπηρία. Οι συγγραφείς, λαμβάνουν υπόψη επίσης τη γεωγραφική διάσταση των αρρενωποτήτων, θεωρώντας ότι υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ του τοπικού (οικογένειες, οργανισμοί), περιφερειακού/εθνικού, αλλά και διεθνούς (διεθνείς πολιτικές και MME) επιπέδου στη δόμηση ηγεμονικών αρρενωποτήτων. Αναγνωρίζουν έτσι τη σημασία του χωρικού πλαισίου, χωρίς να πέφτουν στην παγίδα του μοναδικού κόσμου και της ανεξάρτητης κουλτούρας ή λόγων.

Επιπλέον, δίνουν έμφαση στο παράδοξο της «κοινωνικής σωματοποίησης», όπου τα σώματα αποτελούν τόσο φορείς κοινωνικής δράσης, αλλά και κατασκευάζονται κοινωνικά, αποτελούν δηλαδή τόσο αντικείμενα, αλλά και ατζέντες κοινωνικής πρακτικής. Έτσι, ενώ υπάρχει η έμφυλη διαφορά στα σώματα, ταυτόχρονα υπάρχει και μια τεράστια πολλαπλότητα σωμάτων που ορίζεται από τις κοινωνικές πρακτικές των ανθρώπων στην καθημερινότητα τους, δείχνοντας ότι τα σώματα συμμετέχουν ενεργά στις κοινωνικές διαδικασίες και πρακτικές και συνδέονται στενά με κοινωνικές δομές (Connell, 2005/2006· Connell & Messerschmidt, 2005).

Τέλος, οι Connell και Messerschmidt τονίζουν τη δυναμική των αρρενωποτήτων, θεωρώντας ότι η συγκρότηση της αρρενωπότητας αποτελεί ένα πρότζεκτ, στο οποίο παιδιά και ενήλικες δεν είναι «πολιτισμικά αφελείς», αλλά έχουν τη δυνατότητα να

επαναδομήσουν έμφυλους δυΐσμούς και να ασκήσουν κριτική σε αυτούς. Η δράση του αρρενωπού υποκειμένου υπάρχει, έχει θέση στον λόγο, συνεπώς η ηγεμονική αρρενωπότητα μπορεί να πάρει πολλαπλά νοήματα αναλόγως του τρόπου δράσης των ανδρών, αφού κάποτε οι άνδρες μπορεί να την υιοθετήσουν, αλλά άλλες φορές να απομακρύνουν στρατηγικά τον εαυτό τους από αυτή. Σύμφωνα με τους συγγραφείς, η έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας δεν μειώνει το υποκείμενο, ούτε περιορίζεται στο δομικό ντετερμινισμό, αλλά αντιθέτως δίνει έμφαση στη δυναμική και ιστορικότητα του φύλου, στις πολλαπλές έμφυλες σχέσεις και στην εμπρόθετη δράση του υποκειμένου.

Συνεπώς, η θεωρία της Connell είναι πολύ πιο κοντά στη μεταδομιστική θεωρία, απ' ό,τι η κριτική που δέχεται εισηγείται. Όχι μόνο υπάρχουν πολλαπλές αρρενωπότητες και θηλυκότητες, αλλά αυτές υπόκεινται και σε προκλήσεις, αφού οι έμφυλες σχέσεις και ιεραρχίες τοποθετούνται μέσα σε ιστορική οπτική και υπόκεινται στην αλλαγή. Υπάρχει λοιπόν μια κοινωνική μάχη για την ηγεμονία, αφού παλιότερες μορφές αρρενωπότητας μπορούν να αντικατασταθούν από νεότερες (Connell & Messerschmidt, 2005). Έτσι, τα συμβατικά έμφυλα μοντέλα είναι δυνατό να ακυρωθούν, να αλλάξουν, να γίνουν λιγότερο σημαντικά αναλόγως της περιστάσης και να υπάρξει ανυπακοή στη συμβατική έμφυλη τάξη. Η ανθρώπινη δράση είναι δημιουργική. Έτσι παιδιά και ενήλικες αποτελούν ενεργά και δρώντα υποκείμενα στην εκμάθηση του φύλου κι έτσι, ενώ παίρνουν μαθήματα από το κοινωνικό τους περιβάλλον για τις διαθέσιμες ταυτότητες και την κυρίαρχη έμφυλη τάξη, τα ίδια πράττουν ενεργά, με τους δικούς τους όρους, άλλες φορές στηρίζοντας κι άλλες φορές ξεπερνώντας τα έμφυλα όρια, δείχνοντας ότι το φύλο δεν αποτελεί προκαθορισμένο πλαίσιο που τα μετατρέπει σε μαριονέτες. Οι έμφυλες κατηγορίες δεν χρησιμοποιούνται πάντοτε μηχανιστικά και μονοδιάστατα, αλλά συχνά διαπραγματεύονται, αποδομούνται, διαμορφώνονται συχνά με αντικρουόμενους και πολύπλοκους τρόπους και δεν καθορίζουν πάντοτε τις πράξεις και πρακτικές του ατόμου, το οποίο είναι δυνατό να δημιουργήσει δικούς τους δρόμους «θηλυκότητας» και «ανδροπρέπειας» (Connell, 2005/2006).

Μεταδομιστική Προσέγγιση στις Διαδικασίες Υποκειμενικοποίησης. Η Οπτική της Butler

Η επιρροή του έργου της Judith Butler στη φεμινιστική σκέψη είναι δύσκολο να καταγραφεί με συντομία, όμως σε αυτό το κεφάλαιο θα χαράξω τις βασικές παραμέτρους του έργου της για να εξηγήσω τον τρόπο με τον οποίο η θεωρητική της προσέγγιση είναι σημαντική σε μια εθνογραφική μελέτη της έμφυλης παιδικότητας. Σε γενικές γραμμές, η Butler ανήκει στη μεταδομιστική παράδοση (post-structural perspective). Το έργο της έχει

ως στόχο την ανάλυση των διαδικασιών συγκρότησης του υποκειμένου με βάση τις έννοιες του λόγου, της υποκειμενικοποίησης (subjectivation), της επιτελεστικότητας (performativity) και της εμπρόθετης δράσης, δίνοντας έμφαση τόσο στους περιορισμούς για το υποκείμενο, όσο και στις πιθανότητες για αλλαγή. Τα πιο αντιπροσωπευτικά βιβλία της Butler για τη θέση αυτή είναι: *Σώματα με σημασία* (1993/2008), *Excitable Speech* (1997) και *Η ψυχική ζωή της εξουσίας. Θεωρίες καθυπόταξης* (1997/2009), τα οποία συζητούνται παρακάτω. Σε αυτά τα βιβλία η Butler, ίσως πιο πολύ από κάθε άλλη/ο θεωρητικό στη φεμινιστική σκέψη, ανέπτυξε συστηματικά ένα τρόπο κατανόησης της έμφυλης ταυτότητας ως βαθιά εδραιωμένη, όχι όμως αμετάβλητη, σπρώχνοντας έτσι τη φεμινιστική θεωρία πέρα από το φτιαχτό δίλημμα ανάμεσα σε essentialism/ουσιοκρατία (McNay, 1999) και agency/εμπρόθετη δράση.

Εμπρόθετη δράση και επιτελεστικότητα. Εξερευνώντας την παραγωγική εξουσία του λόγου στην παραγωγή έμφυλων και σεξουαλικών υποκειμένων, η Butler, στη δουλειά της *Σώματα με σημασία* (1993/2008), χρησιμοποιεί την έννοια της επιτελεστικότητας (performative), υποστηρίζοντας ότι το φύλο παράγεται ως επαναληπτική παράθεση ηγεμονικών κανόνων, κάτι που εκλαμβάνεται ως ένα είδος επιτελεστικότητας. Η λογοθετική επιτελεστικότητα φαίνεται να παράγει αυτό που ονομάζει, να ενεργοποιεί το αναφερόμενο της, να το ονομάζει και συγχρόνως να το κατασκευάζει (Youdell, 2006). Στην ουσία η Butler ασχολείται με το τι ακριβώς είναι το φύλο, το πώς ένα άτομο αντιλαμβάνεται την ταυτότητα φύλου, και τον ρόλο της γλώσσας στην αντίληψη αυτή. Γι' αυτό τον λόγο, η προσέγγιση της είναι σημαντική σε θέματα κοινωνικοποίησης παιδιών. Η έννοια της Butler για επιτέλεση (performative) είναι μια προσπάθεια κατανόησης της έμφυλης ταυτότητας ως κάτι πέρα από τον ντετερμινισμό, ρίχνοντας φως στη βουλησιαρχική φύση του υποκειμένου που διαθέτει εμπρόθετη δράση (McNay, 1999).

Η Butler (1993/2008), λοιπόν, βλέπει το φύλο ως *προσωρινή ρύθμιση των κοινωνικο-συμβολικών νόρμων και πρακτικών*, όπου η ιδέα της επιτέλεσης εκφράζει τόσο την πολιτισμική αυθαιρεσία ή την «επιτελεστική» φύση της έμφυλης ταυτότητας και επίσης τη βαθιά πίστη ότι κάθε επιτέλεση εξυπηρετεί την επαναχάραξη πάνω στο σώμα. Με άλλα λόγια, η επιτελεστικότητα δεν αναφέρεται σε μια βουλησιαρχική διαδικασία, αλλά σε μια «υποχρεωτική ετεροσεξουαλικότητα» που παρακινεί και συγκροτεί την έμφυλη ταυτότητα. Αν και οι περιορισμοί είναι βασικοί, αυτό δεν σημαίνει ότι η πολιτισμική προσταγή για ετεροσεξουαλικότητα είναι αδιάλλακτη. Αντιθέτως, υπάρχει αλλαγή που προέρχεται από την ουσιώδη αστάθεια των συμβολικών και λογοθετικών

(discursive) δομών που επενδύουν στο σώμα και στο νόημα του. Η πολιτισμική αναγκαιότητα για επιτελεστική επανάληψη των συμβολικών νορμών τονίζει το ότι τα υποκείμενα δεν είναι ουδέτερα και αδιάλλαχτα, αλλά είναι ανοιχτά στην αλλαγή, υπογραμμίζοντας έτσι τη δυνατότητα του υποκειμένου για εμπρόθετη δράση.

Κεντρικό σημείο στην ιδέα της Butler για επιτελεστική εμπρόθετη δράση είναι η κατανόηση της προσωρινότητας. Η συγκρότηση του φύλου είναι μια προσωρινή διαδικασία που λειτουργεί μέσω της επανάληψης των κανόνων. Όπως λέει η Butler: «Το φύλο παράγεται και συνάμα αποσταθεροποιείται στη ροή τούτης της επανάληψης» (Butler, 1993/2008, σελ. 55). Κατανοώντας το φύλο ως αποτέλεσμα επαναληπτικών πρακτικών, αντιλαμβανόμαστε την αστάθεια που το χαρακτηρίζει, τη δυνατότητα αποσυγκρότησης που υφίσταται στη διαδικασία της επανάληψης και την πιθανότητα απόκλισής του από τη νόρμα. Η επαναληψιμότητα λοιπόν των συμβολικών νορμών της ετεροσεξουαλικότητας πάνω στο σώμα και ο τρόπος ζωής μέσω αυτών των νορμών επιτρέπει τη δημιουργία σταθερού ενσώματου εγώ, αλλά ταυτόχρονα δημιουργεί τις δυνατότητες ανάπτυξης εμπρόθετης δράσης και αντίστασης στις πρακτικές ταύτισης με τις νόρμες αυτές.

Λογοθετική εμπρόθετη δράση και επιτελεστικές πολιτικές. Στο σημείο αυτό αναλύεται η θεωρητική προσέγγιση της Butler για την επιτελεστική συγκρότηση του υποκειμένου, μια θεωρία η οποία χτίζεται στην αναδιάρθρωση της κατανόησης της έννοιας του Althusser για έγκληση (interpellation). Συγκεκριμένα, συζητείται η θεωρητική εισήγηση της Butler, μέσα από το έργο της *Excitable Speech* (1997), για καθυπόταξη του υποκειμένου, αλλά και τη δυνατότητα του υποκειμένου για εμπρόθετη δράση στον λόγο (discursive agency), κάτι που δημιουργεί πιθανότητες για πολιτικές επιτελεστικής επανανοματοδότησης. Η Butler βλέπει την έννοια της επιτελεστικότητας με όρους speech-act theory, δίνοντας κεντρική θέση στον λόγο, ο οποίος πάντοτε, σε κάποιο βαθμό είναι ανεξέλεγκτος και εμπλέκεται σε διαδικασίες μη εξουσιοδοτικής χρήσης, μη σταθερότητας και ανανοματοδότησης (*excitability of discourse*). Έτσι, ανοίγεται η συζήτηση για μιας εναλλακτικής μορφής εμπρόθετης δράσης, με βάση την οποία το άτομο είναι δυνατό να ξεφύγει από τους περιορισμούς (McNay, 1999).

Η Butler (1997), ακολουθώντας τον Althusser (1971), μιλά για τη θεωρία της έγκλησης του υποκειμένου (interpellation), την κοινωνική σκηνή κατά την οποία μια κλήση απευθύνεται προς ένα υποκείμενο, το οποίο γυρίζει, αποδεχόμενο έτσι τους όρους της προσφώνησής του. Αυτό, σύμφωνα με τον Althusser, είναι μια σκηνή τιμωρητική, αφού η κλήση αρθρώνεται από ένα λειτουργό του «Νόμου», συνεπώς το υποκείμενο

«γυρίζει» στο κάλεσμα της εξουσίας. Το να εγκαλείται κανείς, να ονομάζεται είναι μια πράξη που τον κάνει «αναγνωρίσιμο» (Butler, 1997, σελ. 5, original emphasis) ως υποκείμενο. Ενώ, όμως, σύμφωνα με την Butler, αυτή η κλήση μπορεί να πληγώνει, ταυτόχρονα συγκροτεί το άτομο ως κατανοητό υποκείμενο (intelligible subject). Το υποκείμενο που έχει εγκαλεστεί, που έχει γίνει «αναγνωρίσιμο», μπορεί πλέον να εγκαλέσει κάποιον άλλο. Με άλλα λόγια αποκτά “linguistic agency” (σελ. 15) ή “discursive agency” (σελ. 127) κι έτσι μπορεί επιτελεστικά να συγκροτήσει και κάποιον άλλο. Αυτός/η που καλεί, σύμφωνα με την Butler, είναι αυτός που λογικά έχει ήδη εγκαλεστεί, έχει ήδη πάρει μια θέση ως υποκείμενο στον λόγο, άρα πλέον αποτελεί ένα υποκείμενο που μπορεί να δράσει με πρόθεση και εμπρόθετη δράση.

Η επιτέλεση, ακόμα, μπορεί να εμπεριέχει και πολιτική πρόκληση ή να συγκροτήσει τα υποκείμενα διαφορετικά. Θεωρητικό κλειδί σε αυτό αποτελεί η κατανόηση του Derrida (1988), σύμφωνα με τον οποίο η έγκληση του υποκειμένου δεν αποτελεί μια άμεση πράξη υποκειμενικοποίησης. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει πιθανότητα ο λόγος να είναι ανοικτός στην αποτυχία, την παραγνώριση (misfire), να πάει «στραβά» κι έτσι να προκαλέσει ακούσιες και μη προσδοκώμενες συνέπειες στην υποκειμενικοποίηση. Αυτό σημαίνει ότι το υποκείμενο που μιλά δεν έχει τον απόλυτο έλεγχο και αυτό μπορεί να οδηγήσει στην πιθανότητα για επανανοηματοδότηση. Μπορεί δηλαδή να φέρει ή «τη γλωσσική επιβίωση του υποκειμένου ή πιθανόν τον γλωσσικό θάνατο του υποκειμένου» (1997, σελ. 28). Η Butler, ακολουθώντας τον Derrida, αναφέρει ότι κάθε επιτέλεση είναι ανοικτή στην αποτυχία και μπορεί να φέρει μη σκόπιμα και απρόσμενα αποτελέσματα και ότι συνεπώς, η αποτελεσματικότητα αυτών των πρακτικών του λόγου δεν μπορεί ποτέ να είναι εγγυημένη.

Αυτό το θεωρητικό πλαίσιο εισηγείται ότι κατηγορίες ταυτότητας, όπως αυτές του φύλου και σεξουαλικότητας, π.χ. κορίτσι, αγόρι, γκέι, κούηρ, είναι βασικές στη συγκρότηση των υποκειμένων (Youdell, 2006). Τα κατηγοριακά ονόματα είναι κεντρικά στην επιτελεστική έγκληση του υποκειμένου, το οποίο δεν μπορεί να γίνει κατανοητό χωρίς αυτά. Παρόλα αυτά είναι δυνατό οι κατηγορίες αυτές να υποστούν ραγδαίες αλλαγές, να συγκροτηθούν ξανά διαφορετικά (Youdell, 2004, 2005, 2006α, 2006β), να ανοίξουν την πιθανότητα για λογοθετική εμπρόθετη δράση και για μια παρεκβατική δράση του υποκειμένου. Έχοντας υπόψη ότι αυτές οι επιτελεστικές ονομασίες φέρουν διαφορετικά νοήματα, αντιλαμβανόμαστε ότι φέρουν τόσο περιορισμούς, όσο και πιθανότητες για στρατηγικό επανακαθορισμό, αφού μπορεί να λάβουν μη καθορισμένα μηνύματα και να λειτουργήσουν σε πλαίσια που προηγουμένως δεν ανήκαν (Youdell, 2004, 2005). Επιπλέον, η θεωρία της Butler μπορεί να εφαρμοστεί στην παρούσα

εθνογραφική μελέτη της παιδικότητας σε σχέση με το φύλο ειδικά σε περιπτώσεις που παρατηρούμε τόσο την «αναγνωρισιμότητα» του έμφυλου λόγου, αλλά κυρίως τα “misfires”, τις περιπτώσεις, δηλαδή, στις οποίες τα διαφορούμενα μηνύματα αποτελούν ευκαιρίες για παρεκβατική δράση και επανακαθορισμό της κατηγορίας του φύλου.

Το παράδοξο της υποκειμενικοποίησης: κυριαρχία και υποταγή. Ένα άλλο βασικό σημείο που εντοπίζεται στη δουλειά της Butler (1997/2009) *Η Ψυχική Ζωή της Εξουσίας*, είναι η εξερεύνηση της διαδικασίας της υποκειμενικοποίησης και των τρόπων με τους οποίους η υποκειμενικοποίηση λειτουργεί στην ψυχική ζωή του υποκειμένου. Σύμφωνα με την Butler κεντρικό σημείο στη διαδικασία υποκειμενικοποίησης είναι η αμφιθυμία που τη χαρακτηρίζει, δηλαδή η ταυτόχρονη ύπαρξη κυριαρχίας και υποταγής (mastery and submission), τα οποία παραδόξως συμβαίνουν την ίδια στιγμή. Όπως αναφέρει:

Είθισται να σκεφτόμαστε την εξουσία ως κάτι που ασκείται στο υποκείμενο απ' έξω, ως κάτι που υποτάσσει, που υποβιβάζει και εκτοπίζει σε μια κατώτερη τάξη. [...] Αν όμως, ακολουθώντας τον Φουκώ, κατανοήσουμε την εξουσία ως κάτι που επίσης *διαμορφώνει* το υποκείμενο, ως αυτό που προσφέρει στο υποκείμενο τη συνθήκη της ύπαρξής του και την τροχιά της επιθυμίας του, τότε η εξουσία δεν είναι απλώς αυτό το οποίο εναντιωνόμαστε, αλλά επίσης, με την αυστηρή έννοια του όρου, αυτό από το οποίο εξαρτάται η ύπαρξή μας, αυτό που στεγάζουμε και φυλάσσουμε μέσα μας ως όντα. (σσ. 9-10)

Έτσι, αν και σύμφωνα με την Butler το υποκείμενο δεν μπορεί να υπάρξει έξω απ' τις δράσεις δημιουργίας, οι οποίες εμπερικλείονται στον λόγο και σε πολιτισμικές νόρμες εξουσίας που προηγούνται και μας ξεπερνούν, συγκροτώντας μας ουσιαστικά, ωστόσο κάτι τέτοιο δεν πρέπει να συγχέεται με τον ντετερμινισμό, στον οποίο τα υποκείμενα παθητικά, αναπόφευκτα και με μονολιθικό τρόπο δημιουργούνται κάτω από ένα σετ πρακτικών λόγων. Αντιθέτως, τα υποκείμενα της Butler διαθέτουν εμπρόθετη δράση, με ένα ριζοσπαστικό τρόπο, όπου ταυτόχρονα αντανάκλουν και κριτικά εξετάζουν τις προϋποθέσεις ύπαρξής τους, αλλά επίσης μπορούν να υποσκάψουν και να ξεφύγουν από την εξουσία που δρα πάνω τους. Συνεπώς, η δημιουργία του υποκειμένου δεν μπορεί να γίνει υπαρκτή χωρίς την ταυτόχρονη ύπαρξη των δύο όρων, της υποταγής και της

κυριαρχίας. Έτσι, ενώ το υποκείμενο μπορεί να εξαρτάται από δυνάμεις που κυριεύουν την ύπαρξη του, την ίδια ώρα αντιστέκεται και αγωνίζεται εναντίον των δυνάμεων αυτών.

Η παραγωγική εξουσία (productive power), λοιπόν, ταυτόχρονα συγκροτεί και περιορίζει:

Η έννοια της υποκειμενικοποίησης είναι από μόνη της παράδοξη: ο όρος *assujettissement* σημαίνει τόσο το γίγνεσθαι του υποκειμένου όσο και τη διαδικασία της καθυπόταξης, με την έννοια ότι μπορεί κανείς να εισέλθει σε ένα σχήμα αυτονομίας μόνο εφόσον καθυποτάσσεται σε μια εξουσία. [...] Η καθυπόταξη είναι, κυριολεκτικά, η κατασκευή ενός υποκειμένου, η καταστατική αρχή ρύθμισης με βάση την οποία διατυπώνεται ή παράγεται ένα υποκείμενο. Μια τέτοια καθυπόταξη είναι ένα είδος εξουσίας που δεν δρα απλώς με μονομερή τρόπο *επί* ενός ήδη υπάρχοντος ατόμου, ως μορφή κυριαρχίας, αλλά που επίσης *ενεργοποιεί* ή διαμορφώνει το υποκείμενο. Άρα, η καθυπόταξη δεν είναι ούτε απλά η κυριαρχία *επί* ενός υποκειμένου ούτε η παραγωγή του, αλλά υποδηλώνει ένα είδος περιορισμού στην παραγωγή, έναν περιοριστικό όρο δίχως τον οποίο δεν μπορεί να γίνει η παραγωγή του υποκειμένου, έναν περιοριστικό όρο μέσω του οποίου γίνεται η συγκεκριμένη παραγωγή. (σσ. 101-102 original emphasis)

Είναι πολύ σημαντική λοιπόν η συμβολή της φεμινιστικής μεταδομιστικής σκέψης όσον αφορά τις διαδικασίες υποκειμενικοποίησης σχετικά με την ώθηση πέρα από τη διχοτομία υποταγής και κυριαρχίας και της θέσης ότι το υποκείμενο υποκειμενικοποιείται μέσα από μια παράδοξη ταυτόχρονη κατάσταση που συγκροτεί την αμφισημία της υποκειμενικοποίησης (Taguchi, 2005). Η συμβολή της Butler για την επιτελεστικότητα είναι σημαντική όσον αφορά την προσπάθεια της να ξεπεράσει το αδιέξοδο μεταξύ ψυχαναλυτικών και κονστρουκτουβιστικών θεωριών για τη συγκρότηση υποκειμένου.

Όπως θα διαφανεί και μέσα από τα δεδομένα της έρευνας, ο θεωρητικός προβληματισμός για το πώς συγκροτούνται έμφυλες υποκειμενικότητες μέσα από κυρίαρχους λόγους (Connell) ή το πώς εκφράζεται ο στρατηγικός επανακαθορισμός μέσα από την επιτέλεση (Butler) εκφράζει κλασικά ερωτήματα της κοινωνιολογίας ανάμεσα στην κοινωνία και το υποκείμενο ή ανάμεσα στη δομή και την εμπρόθετη δράση. Αυτά τα

ερωτήματα είναι ίσως πιο επιτακτικά όταν αναφερόμαστε στην κοινωνικοποίηση των παιδιών, ιδιαίτερα σε θέματα φύλου. Ο στόχος της παρούσας μελέτης είναι να μελετήσει τα ερωτήματα αυτά μέσα από τις καθημερινές εμπειρίες των παιδιών και τον τρόπο με τον οποίο διαπραγματεύονται την έννοια της «ομορφιάς» στην κατανόηση τους για το τι σημαίνει να είναι κορίτσια ή αγόρια.

Έμφυλη Επιτέλεση και Παιδιά

Οι πιο πάνω θεωρητικές συζητήσεις στον φεμινιστικό χώρο σε σχέση τις έμφυλες υποκειμενικότητες, καθώς και για τη φύση της ομορφιάς εστιάζονται σε ενήλικες γυναίκες και άνδρες, ενώ επίσης κινούνται σε καθαρά θεωρητικό επίπεδο, χωρίς να συνδέονται με εμπειρικά δεδομένα. Δύο βασικά κενά λοιπόν που εντοπίζονται στις παραπάνω συζητήσεις, είναι η απουσία των παιδιών από αυτές, καθώς και ο έντονος διαχωρισμός της σχετικής βιβλιογραφίας: από τη μια, σε συζητήσεις θεωρητικές και από την άλλη, σε έρευνες εμπειρικές, όπου η σύνδεση μεταξύ τους είναι περιορισμένη. Παρακάτω, παραθέτω εμπειρικά ερευνητικά δεδομένα από τη σχετική βιβλιογραφία με παιδιά σε σχέση με την έμφυλη επιτέλεση από παιδιά. Έχοντας κατά νου τόσο θεωρητικές προσεγγίσεις σε σχέση με την ομορφιά, όσο και σχετικές εμπειρικές έρευνες, επιτυγχάνεται πιο εύκολα ο βασικός μου σκοπός στη διατριβή αυτή, δηλαδή η σύνδεση θεωρητικών συζητήσεων σε σχέση με την ομορφιά και τις διαδικασίες έμφυλης υποκειμενικοποίησης των παιδιών με ερευνητικά δεδομένα που προκύπτουν από τις εμπειρίες των παιδιών.

Συγκροτώντας Λόγους Αρρενωπότητας

Ακολουθώντας το πρότυπο της ηγεμονικής αρρενωπότητας. Αν και το πρότυπο της ηγεμονικής αρρενωπότητας αποτελεί πολύ συχνά για τα αγόρια ένα άφταστο ιδανικό και «απίθανη αποστολή» (Renold, 2005), ωστόσο πολλές εθνογραφικές έρευνες εντοπίζουν την ύπαρξη κυρίαρχων μορφών αρρενωποτήτων και τη συνειδητή απομάκρυνση των αγοριών από λόγους/discourses θηλυκότητας (βλ. Connell, 1995), με τρόπο που τα βοηθά να αγκαλιάσουν νορματικούς και πιο «ώριμους» λόγους αρρενωπότητας. Πολλές από αυτές τις έρευνες εντοπίζουν κοινά μοτίβα στους τρόπους με τους οποίους τα αγόρια επιτυγχάνουν την αρρενωπότητα τους (π.χ. Connolly, 2008· Renold, 2005· Skelton, 2001· Swain, 2000, 2002, 2003· Thorne, 1993). Σε αυτό το πλαίσιο ο αθλητισμός, η βία, το μυώδες σώμα και η ένδυση με την κατάλληλη και δημοφιλή μόδα,

καθώς και η επίδειξη ετεροσεξουαλικότητας αποτελούν κλειδιά στις ενσώματες πρακτικές των αγοριών και στο πώς τα αγόρια ορίζουν και συγκροτούν την «ηγεμονική αρρενωπότητα».

Όσον αφορά τον αθλητισμό, αυτός αποτελεί έναν από τους κυριότερους λόγους ενσωμάτωσης ηγεμονικής αρρενωπότητας (π.χ. Mac an Ghail, 1994· Connell, 1995· Connolly, 1998) και ιδιαίτερα το ποδόσφαιρο αποτελεί την κυριότερη αθλητική δραστηριότητα που δημιουργεί μια έμφυλη κυριαρχία, η οποία νομιμοποιείται ως για τα αγόρια αποκλειστικά (π.χ. Gilbert & Gilbert 1998· Renold, 1997, 2005· Skelton, 2001· Swain, 2000, 2003· Thorne, 1993). Στο κέντρο αυτού του ηγεμονικού αρρενωπού ιδανικού βρίσκεται η σωματική δεξιότητα, η επιθετικότητα, η κυριαρχία, η δύναμη και συνεπώς η παραγωγή ενός δυνατού και αθλητικού σώματος (Renold, 2005). Τα αγόρια που επιτελούν την αρρενωπότητα τους μέσω ανταγωνιστικών δραστηριοτήτων όπως ο αθλητισμός θεωρούνται πιο δημοφιλή (Gilbert & Gilbert, 1998).

Μια άλλη συμπεριφορά που φαίνεται να λειτουργεί υποχρεωτικά ως μέρος του να είναι κανείς «αγόρι» είναι η σωματική βία, η σκληρότητα, οι τσακωμοί και η macho αρρενωπή υποκειμενικότητα (Adler & Adler, 1998· Renold, 2005· Skelton, 2001· Thorne, 1993), κάτι που φαίνεται να αποτελεί τη νόρμα για αγόρια διαφόρων τάξεων και ακαδημαϊκής επιτυχίας (Renold, 2005). Η ιεραρχία των αρρενωποτήτων και η διχοτομία μεταξύ πρέπουσας και μη πρέπουσας αρρενωπότητας τονίζεται με τη περιθωριοποίηση αγοριών που είναι μελετηρά, με ακαδημαϊκή επιτυχία και συμμορφώνονται στους κανόνες του σχολείου, στα οποία συχνά αποδίδονται υποτιμητικοί χαρακτηρισμοί (Renold, 2001, 2005).

Η εικόνα της «ώριμης» μυώδους και δυνατής αρρενωπότητας συνοδεύεται από τη “cool” και «μοντέρνα» εμφάνιση όσον αφορά την ένδυση, την υπόδηση και το γενικότερο στυλ (π.χ. κούρεμα στα μαλλιά) (Renold, 2005· Swain 2002, 2003), στοιχεία που συμβάλλουν σημαντικά στην παρουσίαση της «σωστής», εξιδανικευμένης αρρενωπότητας. Τα αγόρια επίσης προσπαθούν να πετύχουν την ηγεμονία μέσω της συγκρότησης μιας πιο «ώριμης» αρρενωπότητας που θυμίζει μεγαλύτερα, έφηβα αγόρια, ξεφεύγοντας δηλαδή από την ανώριμη, παιδική αρρενωπότητα που υπάρχει στο πλαίσιο του δημοτικού σχολείου. Σε αυτό το πλαίσιο το ρομάντζο και η ετεροσεξουαλικότητα αποτελούν βασικούς τρόπους με τους οποίους τα αγόρια κτίζουν την αρρενωπή τους ταυτότητα (Renold, 2000, 2005).

Αγόρια και εναλλακτικές αρρενωπότητες. Η ακαμψία που υπάρχει στην πόλωση θηλυκότητας-αρρενωπότητας βιώνεται τόσο έντονα από τα παιδιά, συνεπώς το να «κάνουν» το φύλο τους διαφορετικά, είναι κάτι που συμπεριλαμβάνει μεγάλη μάχη με τους κυρίαρχους ρυθμιστικούς ετερονορματικούς λόγους και με τις κοινωνικο-ιστορικές και πολιτισμικές σχέσεις εξουσίας (Renold, 2004). Παρόλα αυτά, σε αρκετές έρευνες εντοπίζονται περιπτώσεις αγοριών που δεν επιτελούν την ηγεμονική αρρενωπότητα, αλλά επιλέγουν να επιτελέσουν το φύλο και τη σεξουαλικότητα τους με μη ηγεμονικούς τρόπους (π.χ. Renold, 2001, 2004, 2005· Thorne, 1993). Στο πλαίσιο αυτό προκαλούν τα όρια του φύλου τους απορρίπτοντας ηγεμονικά αρρενωπές δραστηριότητες και συγκροτώντας πιο «ήπιες» (softer) (Renold, 2004, σελ. 248) αρρενωπότητες, όπως η μελετηρή συμπεριφορά, η συμμόρφωση στους κανονισμούς του σχολείου, η απόρριψη δημοφιλών τάσεων μόδας και η προτίμηση στις ρομαντικές μπαλάντες από τη metal μουσική και τα παιχνίδια φαντασίας.

Αν και η «εναλλακτική» επιτέλεση της αρρενωπότητας δεν βιώνεται από τα αγόρια πάντοτε με τον ίδιο τρόπο, συνήθως η πρόκληση των ορίων του (ετερο)νορματικού φύλου εμπερικλείει ρίσκο, άλλοτε πιο ψηλό και άλλοτε πιο χαμηλό. Συχνά επιφέρει κοινωνικές και συναισθηματικές συνέπειες, όπως κοινωνική περιθωριοποίηση και απόδοση υποτιμητικών χαρακτηρισμών με θηλυκή ή ομοσεξουαλική διάσταση (Renold, 2004, 2005). Για αυτό, τα αγόρια που αντιστέκονται στους νορματικούς έμφυλους και σεξουαλικούς λόγους, συχνά αναπτύσσουν διάφορες στρατηγικές επιβίωσης και διατήρησης των «Άλλων» έμφυλων/σεξουαλικών υποκειμενικοτήτων. Αυτό συμβαίνει συχνά με συλλογική αντίσταση στο πλαίσιο της παρέας (Currie κ.ά., 2009· Renold, 2001, 2004, 2005) και με τον περιορισμό της δράσης τους σε πιο ιδιωτικά και «ασφαλή» περιβάλλοντα, όπως η τάξη ή κάποιο απομονωμένο μέρος της σχολικής αυλής που θα τα προστατεύσει από την κοροϊδία των συμμαθητών τους (Renold, 2001, 2004). Σε άλλες περιπτώσεις, αγόρια αποζημιώνουν τη χαμηλή τους θέση στην αρρενωπή κυριαρχία, απομακρύνοντας έντονα τον εαυτό τους από οτιδήποτε θηλυκό και αναπτύσσοντας μισογύνικες στάσεις και συμπεριφορές (Reay, 2001· Renold, 2004). Έτσι, ενώ από τη μια αναπτύσσουν εναλλακτικές αρρενωπότητες, από την άλλη ειρωνικά ενθαρρύνουν μορφές ετερονορμαλιστικής αρρενωπότητας (Renold, 2004). Τέλος, αγόρια μελετηρά και με υψηλή ακαδημαϊκή επιτυχία αναπτύσσουν συχνά τεχνικές όπως χιούμορ (having a laugh), πείραγμα και γελοιοποίηση των άλλων, συμμετοχή σε ταραχώδεις συμπεριφορές και μείωση της σχολική τους επίδοσης, ως μέσα συγκάλυψης της κομορμιστικής τους στάσης στο σχολείο, προκειμένου να αποφύγουν την περιθωριοποίηση (Renold, 2001).

Αρρενωπότητα και κοινωνική τάξη. Σύμφωνα με τους Connell και Messerschmidt (2005) η έμφυλη τάξη δεν αποτελεί στατικό μοντέλο, αλλά είναι σημαντική η ιστορική της διάσταση, η οποία φέρει διαφοροποιήσεις και αλλαγές στους κοινωνικούς ορισμούς της αρρενωπότητας και της θηλυκότητας, δημιουργώντας πολλαπλές μορφές αυτών, αναλόγως του κοινωνικού πλαισίου, της τάξης και της γενεάς, στο χώρο και στο χρόνο.

Μεγάλο μέρος της έρευνας για τις αρρενωπότητες εργατικής τάξης δείχνει ότι οι νεαροί άνδρες επιδεικνύουν ένα ορθόδοξο αρχέτυπο αρρενωπότητας, το οποίο σχετίζεται άμεσα με την περιοχή και την κοινωνική τάξη (Nayak & Kehily, 1996). Η κυρίαρχη εικόνα σε σχέση με την αρρενωπότητα εργατικής τάξης ανταποκρίνεται σε παραδοσιακές αναπαραστάσεις, όπου οι άνδρες είναι οι κουβαλητές του σπιτιού, επιδεικνύουν σωματική σκληρότητα και έχουν ομοφοβικές και μισογύνικες στάσεις (Roberts, 2013). Ο Willis (1977), στο κλασικό του πλέον βιβλίο *Learning to Labour*, ερεύνησε τους “lads”, μαθητές εργατικής τάξης, οι οποίοι δείχνουν έντονη αντισχολική και παρεκβατική συμπεριφορά και κάνουν συνεχώς πλάκες. Ο Willis τόνισε ότι η επιθυμία τους να δείξουν μια πιο ώριμη και σκληρή κοινωνική συμπεριφορά τους οδηγεί στο αλκοόλ, το κάπνισμα, τους καυγάδες, καθώς επίσης τη δημοφιλή μόδα και τις ακριβές μάρκες, ενώ παράλληλα επιδεικνύουν έντονη ετεροσεξουαλικότητα και σεξιστικές στάσεις.

Μεταγενέστερες έρευνες επιβεβαιώνουν ότι συχνά τα αγόρια εργατικής τάξης στα σχολεία επιδεικνύουν ομοφοβικές και μισογύνικες συμπεριφορές (Epstein, 1997), συχνά εμπλέκονται σε σωματική βία, αλλά και λεκτική, ομοφοβική γλώσσα (Vicars, 2006), ενώ μαθητές από σεξουαλικές μειονότητες σε σχολεία εργατικής τάξης ανέφεραν αρνητική σχολική εμπειρία και υψηλά επίπεδα σχολικού εκφοβισμού και παρενόχλησης (Rivers, 2001). Αγόρια και νέοι εργατικής τάξης παρουσιάζονται μέσα από έρευνες να αναπτύσσουν αντισχολική συμπεριφορά και να επιδεικνύουν μια παραδοσιακή, σεξιστική αρρενωπότητα και laddish συμπεριφορές, τόσο στο σχολείο, όσο και σε χώρους αναψυχής, στο σπίτι και στην εργασία τους (Jackson, 2006). Οι λόγοι ηγεμονικής αρρενωπότητας που τα αγόρια εργατικής τάξης ακολουθούν, οι οποίοι αλληλεπιδρούν με τους λόγους της τάξης, φυλής και εθνικότητας, σχετίζονται άμεσα με την επιλογή μαθημάτων, την αντίστασή τους στα σχολικά μαθήματα και τη σχολική εγκατάλειψη, παράγοντες που τα τοποθετούν σε μειονεκτική θέση, περιορίζοντας τις ευκαιρίες για εκπαιδευτική επιτυχία (Gilbert & Gilbert, 2001).

Αγόρια και νεαροί άνδρες επιτελούν την αρρενωπότητα τους μέσω δημόσιας έκθεσης του εαυτού τους, ενασχολούμενοι με τις μοτοσικλέτες, αυτοκίνητα, surfing,

δραστηριότητες που συντηρούν και αναπαράγουν αρρενωπές ταυτότητες (Connell, 1995· Ivinson, 2014). Για παράδειγμα, η ενασχόληση έφηβων αγοριών σε μετα-βιομηχανική ημιαγροτική περιοχή με μοτοσυκλέτες αποτελεί βασική πηγή ευχαρίστησης, περηφάνιας, ελευθερίας, μέσο ενδυνάμωσης δεσμών με προηγούμενες γενιές, καθώς και βασικό στοιχείο μετάβασης των νεαρών αγοριών από την εφηβεία στην ενήλικη εργατικής τάξης αρρενωπότητα (Ivinson, 2014).

Η κυρίαρχη μορφή αρρενωπότητας εργατικής τάξης ρυθμίζει αυστηρά τις αποδεκτές αρρενωπές συμπεριφορές και περιθωριοποιεί ότι είναι εκτός από αυτή. Έτσι, τα αγόρια εργατικής τάξης υιοθετούν συγκεκριμένα συμπεριφορικά και διανοητικά χαρακτηριστικά ώστε να αποφύγουν τον κοινωνικό στιγματισμό (π.χ., Nayak, 2006), υπερβάλλοντας στην επίδειξη πολιτισμικών στοιχείων φύλου και σεξουαλικότητας (Epstein, 1997· Renold, 2000, 2004· Savage, 2003). Αγόρια από χαμηλά κοινωνικά υπόβαθρα, αποζημιώνουν τη δυσμενή τους θέση αναπτύσσοντας μιας επιθετικής μορφής “laddism” (Jackson, 1998). Σε αυτή την περίπτωση βασικά χαρακτηριστικά της συμπεριφοράς τους είναι η έντονη ενασχόληση με το ποδόσφαιρο κι όχι με την ακαδημαϊκή τους επίδοση και η μισογύνικη, επιθετική τους στάση προς κάποια κορίτσια, τα οποία αντικειμενικοποιούν και στα οποία αποδίδουν προσβλητικούς χαρακτηρισμούς, σε μια προσπάθεια να κερδίσουν την αποδοχή των συνομήλικων τους αγοριών (Reay, 2001). Στην έρευνα του Mac an Ghail (1994) οι “macho-lads” εκφράζουν μια υπεραρρενωπή συμπεριφορά, αποφεύγουν δραστηριότητες που μπορούν να χαρακτηριστούν ως θηλυκές ή ομοφυλοφιλικές και περιορίζουν τα ενδιαφέροντα τους στα 3 F“S”—football, fucking, fighting—προκειμένου να αποφύγουν την ομοφοβική κακοποίηση. Άλλες φορές τα αγόρια ασχολούνται ιδιαίτερα με το σώμα και συγκεκριμένα με το ποδόσφαιρο ως μέρος συγκρότησης μιας αρρενωπότητας με κύρος στο περιβάλλον τους (Nayak, 2003). Τα βασικά τους ενδιαφέροντα εντοπίζονται στις πλάκες με τους φίλους, στην κατανάλωση αλκοόλ, στην παρεκβατική συμπεριφορά, στην αντικειμενικοποίηση γυναικών και σε ασχολίες που θεωρούνται αρρενωπές (Francis, 1999).

Παρόλα αυτά, ένα άλλο μέρος της βιβλιογραφίας προκαλεί αυτή τη δόμηση της αρρενωπότητας εργατικής τάξης, δίνοντας στοιχεία για αναπαραγωγή «συμπεριληπτικών αρρενωποτήτων» (“inclusive masculinities”) (Anderson, 2011) στους έφηβους (π.χ., Anderson, 2011· Blanchard κ.ά., 2015· Roberts, 2013). Οι έρευνες αυτές υποστηρίζουν πως η στατική κατηγοριοποίηση της αρρενωπότητας εργατικής τάξης είναι σημαντικό να επανανοηματοδοτηθεί, αφού υπάρχει μια προοδευτική συγκρότηση του φύλου αγοριών

εργατικής τάξης, σε σχέση με παλαιότερες έρευνες. Φαίνεται λοιπόν ότι η σύγκριση και αντιδιαστολή των αρρενωποτήτων εργατικής τάξης με αυτές της μεσαίας τάξης αποτελεί απλοϊκή προσέγγιση που δεν αναδεικνύει τη πολυδιάστατη φύση των αρρενωποτήτων (Roberts, 2013).

Σε αυτό το πλαίσιο υπάρχουν έρευνες που δείχνουν ότι η στάση και οι συμπεριφορές των αγοριών εργατικής τάξης σε αγροτικές περιοχές φαίνεται να αλλάζουν με θετικούς όρους και ότι οι άνδρες και τα αγόρια εργατικής τάξης μπορούν να αντισταθούν στα κυρίαρχα και ηγεμονικά πολιτισμικά ιδανικά αρρενωπότητας (Blanchard κ.ά., 2015· Roberts, 2013). Έτσι, μόνο μια μικρή πλειοψηφία των αγοριών αυτών ενσωματώνουν το ορθόδοξο αρχέτυπο της αρρενωπότητας που παραδοσιακά συνδέεται με τη νεολαία εργατικής τάξης. Φαίνεται λοιπόν να μειώνεται η πολιτισμική ομοφοβία και ο μισογυνισμός, αφού πολλά αγόρια πλέον δεν δομούν τις ετεροσεξουαλικές τους ταυτότητες μέσω πρακτικών ομοφοβίας, μισογυνισμού, σεξισμού και επιθετικότητας. Αντιθέτως, κάποιες πιο πρόσφατες έρευνες ισχυρίζονται ότι τα περισσότερα αγόρια δείχνουν θετικές στάσεις έναντι στη ομοσεξουαλικότητα, έχουν μεγαλύτερη σωματική και συναισθηματική οικειότητα με τα άλλα αγόρια, καταδικάζουν το σεξισμό και αγκαλιάζουν τις πιο «θηλυκές» συμπεριφορές (Blanchard κ.ά., 2015). Αυτή η αλλαγή στάσης αποδίδεται στην εμπλοκή με την ευρύτερη νεανική κουλτούρα, π.χ. μέσω των κοινωνικών δικτύων που τους φέρνουν σε επαφή με ευρύτερες πολιτισμικές και έμφυλες νόρμες, καθώς και με τις συχνές τους επισκέψεις σε κοντινές πόλεις που τους επέτρεπε να συμμετέχουν σε ευρύτερους πολιτισμικούς λόγους (Robards, 2012).

Κορίτσια και Θηλυκές Υποκειμενικότητες

“Girlie” (ετερο)σεξουαλικοποιημένοι εαυτοί στο πλαίσιο της τονισμένης θηλυκότητας. Έρευνες που αφορούν τη συγκρότηση θηλυκοτήτων από νεαρά κορίτσια εισηγούνται ότι ένας από τους πιο δημοφιλείς και κυρίαρχους τρόπους να «είναι κορίτσια» είναι η συγκρότηση και επίδειξη μιας ετεροσεξουαλικής θηλυκότητας, η οποία κινείται στο λόγο της συμβατικής, τονισμένης θηλυκότητας (βλ. Ali, 2003· Reay, 2001· Renold, 2005). Στο πλαίσιο αυτό τα κορίτσια ενσωματώνουν τη “girlie”, ετεροσεξουαλική τους ταυτότητα, μέσω της ενασχόλησης με την εξωτερική τους εμφάνιση και με πρακτικές ομορφιάς, όπως το μακιγιάζ, με τη δημιουργία και επίδειξη του «τέλειου» σώματος», το οποίο ικανοποιεί το πολιτισμικό λεπτό ιδεώδες και αναδεικνύεται μέσω της υπερ-θηλυκής μόδας, στην οποία η Renold αναφέρεται ως “flirty fashion discourse”, καθώς και την

έμφαση στις ετεροσεξουαλικές σχέσεις, στο φλερτ και στο ρομάντζο (Reay, 2001· Renold, 2005).

Ακόμα και σε πιο πρόσφατες έρευνες, φαίνεται ότι το ενδιαφέρον των κοριτσιών για το λεπτό σώμα και την «ομορφιά», μεταμορφώνεται σε «κοινωνικό» και «σεξουαλικό» κεφάλαιο, με τα οποία κατορθώνουν να γίνονται αντικείμενα ετεροσεξουαλικής επιθυμίας, κάτι που αποτελεί πηγή εξουσίας, εμπρόθετης δράσης και ευχαρίστησης (Reay, 2001· Renold, 2005· Walkerdine, 2003). Τα κορίτσια που θεωρούνται «όμορφα», που ασχολούνται με την εμφάνιση τους και με τα αγόρια, με άλλα λόγια τα κορίτσια που ενσωματώνουν επιτυχώς το δόγμα της εξιδανικευμένης ετεροσεξουαλικής θηλυκότητας και της τονισμένης θηλυκότητας, είναι αυτά που αμείβονται περισσότερο κοινωνικά και θεωρούνται πιο δημοφιλή στην κουλτούρα των συνομηλίκων, φανερώνοντας ότι επιτελώντας το φύλο τους με το συμβατικό τρόπο είναι πρακτική κοινωνικά αμειβόμενη (Currie κ.ά., 2009· Renold, 2005, 2013· Thorne, 1993).

Δημιουργώντας «Άλλες» θηλυκότητες. Μέσα από σχετικές έρευνες (π.χ. Thorne, 1993· Reay, 2001· Renold, 2005· Jackson, 2006) προκύπτουν περιπτώσεις κοριτσιών που ενεργά αντιστέκονται στους νορματικούς έμφυλους και σεξουαλικούς λόγους, δίνοντας πολλαπλές διαστάσεις στην επιτέλεση της θηλυκότητας. Τέτοια ευρήματα βρίσκονται σε συνάρτηση με τη μεταδομιστική οπτική, φανερώνοντας ότι οι έμφυλες σχέσεις δεν μπορούν να στηριχτούν σε απλοϊκούς δυϊσμούς, αλλά ότι υπάρχουν πολλαπλοί και σύνθετοι τρόποι συγκρότησης θηλυκότητας.

Υπάρχουν λοιπόν κορίτσια που απορρίπτουν τα κοινωνικά και πολιτισμικά έμφυλα όρια της “girlie” κουλτούρας, ακολουθώντας «αγορίστικα» μοτίβα και δρώντας με επαναστατικό τρόπο, όπως με τη loud, παρεκβατική, σκληρή και κάποτε βίαιη συμπεριφορά τους. Αν και τα κορίτσια αυτά συχνά δέχονται περιθωριοποίηση και υποτιμητικούς χαρακτηρισμούς, αυτό δεν αποτελεί αποθαρρυντικό παράγοντα για αυτά. Κάτι τέτοιο, δείχνουν οι έρευνες, συμβαίνει σε ομάδες κοριτσιών, τα οποία χαρακτηρίζονται ή αυτο-προσδιορίζονται ως “tomboys” (Jackson, 2006· Reay, 2001· Renold, 2005) ή “top-girls” (Renold, 2005) και τα οποία προκαλούν την έμφυλη κυριαρχία, υιοθετώντας αρρενωπές συμπεριφορές, όπως την ενασχόληση με «αρρενωπά» αθλήματα, όπως το ποδόσφαιρο και το κρίκετ και ντύσιμο με πρακτικά, αθλητικά ρούχα. Είναι ενδιαφέρον, ωστόσο, ότι σε κάποιες περιπτώσεις τα “tomboys” φαινομενικά μόνο προκαλούν την έμφυλη ιεραρχία, αφού στο τέλος την ενθαρρύνουν, θεωρώντας τις αρρενωπές συμπεριφορές ανώτερες κι εκφράζοντας μισογυνικές στάσεις (Reay, 2001).

Παρόλα αυτά κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει πάντοτε, αφού υπάρχουν “tomboys” που δεν απορρίπτουν όλα τα θηλυκά πράγματα και συμπεριφορές, ούτε προτιμούν να είναι αγόρια (Jackson, 2006).

Κάποιες ομοιότητες με τα “tomboys”, παρουσιάζουν τα κορίτσια που συγκροτούν τη θηλυκότητα τους μέσα από το λόγο της “ladette”, αναπτύσσοντας συμπεριφορές αντίστοιχες με αυτές της “laddish” αρρενωπότητας: ποτό, κάπνισμα, καυγάδες, βρισιές, αγένεια, έντονη επίδειξη σεξουαλικότητας, αντισχολική συμπεριφορά, εκπαιδευτική αποτυχία και ενασχόληση με αθλητικές μάρκες. Είναι συμπεριφορές που κατά κύριο λόγο τις τοποθετούν σε αντίθεση με τη νορματική θηλυκότητα, αν και συχνά συνδυάζουν και κλασικές θηλυκές συμπεριφορές όπως επίδειξη έντονης ετεροσεξουαλικότητας, δημοτικότητα με τα αγόρια και ενασχόληση με τη σέξι μόδα, το μακιγιάζ και τα κοσμήματα (Archer κ.ά., 2005· Jackson, 2006).

Η Renold (2001, 2005) παρουσιάζει επίσης την περίπτωση των “square-girls”, μιας παρέας κοριτσιών μεσαίας τάξης που αντιστέκονται με κομφορμιστικό τρόπο στην τονισμένη “girlie” ετεροθηλυκότητα με την υψηλή ακαδημαϊκή τους επίδοση, τη σκληρή μελέτη, την υπακοή στους σχολικούς κανόνες και με την απόρριψη οποιουδήποτε ενδιαφέροντος για τη μόδα και για τα «αγόρια». Παρόμοιες συμπεριφορές παρουσιάζουν τα “nice girls” (Reay, 2001), λευκά κορίτσια μεσαίας τάξης, τα οποία, είναι μελετηρά, με ακαδημαϊκή επιτυχία και πολύ καλή συμπεριφορά. Τα “nice girls” περιθωριοποιούνται και υποτιμούνται συχνά, αφού κορίτσια και αγόρια εργατικής τάξης τα χαρακτηρίζουν ως «βαρετά» και «χαζά», ενώ ταυτόχρονα συνδέουν τη λευκή μεσαίας τάξης θηλυκότητα με την έλλειψη σκληρότητας. Στην έρευνα της Reay παρουσιάζεται επίσης μια άλλη παρέα κοριτσιών, τα “spice girls”, κορίτσια εργατικής τάξης, τα οποία επιδεικνύοντας το girl power που διαθέτουν, είναι πολύ ενεργά στη συγκρότηση παραδοσιακών όψεων ετεροσεξουαλικότητας και στις σχέσεις τους με αγόρια. Για αυτό συχνά θεωρούνται από εκπαιδευτικούς ως σεξουαλικά πολύ ώριμες, κακή επιρροή για τις συνομήλικες τους, ενώ συχνά χαρακτηρίζονται ως «σκύλες».

Ενώ οι πιο πάνω έρευνες προέρχονται από το Ηνωμένο Βασίλειο, οι Currie κ.ά. (2009, 2011) στον Καναδά δίνουν ως παράδειγμα νέας, εναλλακτικής θηλυκότητας τα “skater girls”. Τα κορίτσια αυτά δείχνουν εμπρόθετη δράση, αφού συνειδητά τοποθετούν τον εαυτό τους εναντίον της συμβατικής θηλυκότητας, της κυρίαρχης νεανικής κουλτούρας και της παθητικής τοποθέτησης τους σε σχέση με τα αγόρια, προκαλώντας έτσι το σεξισμό της skater κουλτούρας. Αρνούνται να σπαταλήσουν την ενέργεια τους ανησυχώντας για τον καταναλωτισμό, το σέξι στυλ και τα αγόρια, κάτι που θεωρούν «ψεύτικο» και «χαζό», και αντιτίθενται στο “preppy culture”, δηλαδή στα παιδιά που είναι

πλούσια, ακολουθούν τη μόδα και φορούν ακριβά ρούχα. Αντιθέτως, υιοθετούν το “skater style”, το οποίο είναι “funky” και άνετο, τις κάνει να ξεχωρίζουν από τα mainstream παιδιά, κάνοντας τη δική τους δήλωση. Με πάθος υποστηρίζουν το “underground culture”, ταυτίζονται με την εναλλακτική ροκ, punk ή metal μουσική και τονίζουν τη σημασία του να είναι κανείς ο εαυτός του και να αντιστέκεται σε πιέσεις κομφορμισμού.

Οι Currie κ.ά. (2009) παρουσιάζουν και μια άλλη ομάδα κοριτσιών που ανοικτά προκαλούν του κανόνες της συμβατικής θηλυκότητας, παρά τη γνώση για τις πιθανές αρνητικές συνέπειες που αυτό μπορεί να φέρει. Είναι τα “online girls”, κορίτσια που παίζουν με το φύλο τους διαδικτυακά, παρά την έμφυλη, αρρενωπή φύση της τεχνολογίας. Χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ως ένα πεδίο που θα τους επιτρέψει να δραπετεύσουν από τις έμφυλες δυναμικές της τοπικής κουλτούρας των συνομηλίκων κι από το ετεροσεξουαλικό matrix που διατηρεί την έμφυλη ανισότητα. Έτσι, μέσω της ενασχόλησης και της γνώσης τους για τα βιντεοπαιχνίδια, αποκτούν κοινωνική δύναμη, εκφράζοντας διαδικτυακά τον εαυτό τους με τρόπο που ίσως να μην μπορούσαν στο σχολείο.

Στην ίδια έρευνα παρουσιάζονται και οι “in-betweeners”, μια άλλη ομάδα κοριτσιών, τα οποία επιτυχώς κινούνται μεταξύ διαφόρων κοινωνικών ομάδων, κοινοτήτων και λόγων στο σχολείο. Είναι κορίτσια που συνειδητά πλοηγούνται σε πολλαπλούς, εναλλασσόμενους, κάποτε ανταγωνιστικούς λόγους, που συμπεριλαμβάνουν τόσο τον κυρίαρχο λόγο της τονισμένης θηλυκότητας, αλλά και άλλους, εναλλακτικούς λόγους. Δημιουργούν έτσι μια φεμινιστική, ενδυναμωμένη και με εμπρόθετη δράση, «νέα υποκειμενικότητα» (σελ. 178) αποσταθεροποιώντας έτσι την έννοια της θηλυκότητας ως μονολιθική κατηγορία.

Θηλυκότητα, σεξουαλικότητα, σώμα και κοινωνική τάξη. Η σεξουαλικότητα των κοριτσιών επιδέχεται πολύ λεπτή οριοθέτηση σχετικά με την «πρέπουσα» και μη «πρέπουσα» έκφραση της, κάτι που σχετίζεται άμεσα με το κοινωνικό πλαίσιο και τάξη. Έτσι, οι λόγοι υποχρεωτικής, sexy, ετεροσεξουαλικότητας ενώ συχνά φαίνεται να ενδυναμώνουν τα κορίτσια, σε άλλες περιπτώσεις τα τιμωρούν με πολλαπλούς και σύνθετους τρόπους (Renold, 2005).

Κορίτσια μεσαίας τάξης, λοιπόν, μπορούν να επενδύσουν στην “girlie” ετεροσεξουαλική θηλυκότητα και επιτυχημένα να ισορροπήσουν μεταξύ θηλυκότητας, εξυπνάδας και εκπαιδευτικής επιτυχίας, απολαμβάνοντας κοινωνική κινητικότητα, δύναμη, στάτους και ετεροσεξουαλική έγκριση (Hey, 1997· Reay, 2001· Renold, 2005). Εξάλλου, η θηλυκότητα μεσαίας τάξης κωδικοποιείται ως σεξουαλικά περιορισμένη, ελεγχόμενη, παθητική, ενώ συμβαδίζει απόλυτα με την ιδεατή αντίληψη της «αθώας

μαθήτριας» (Walkerdine, όπως αναφέρεται στο Archer κ.ά., 2007). Αντιθέτως, οι θηλυκότητες και η (ετερο)σεξουαλικότητα κοριτσιών εργατικής τάξης χαρακτηρίζονται στον κυρίαρχο λόγο ως «υπερβολικές», «κακόγουστες», «αηδιαστικές» και ότι συνεπώς απαιτούν έλεγχο και ρύθμιση (Skeggs, 1997).

Στην έρευνα της Julie Bettie (2003) στις Ηνωμένες Πολιτείες φαίνεται καθαρά πώς η επιτέλεση της θηλυκότητας λαμβάνει διαφορετικά νοήματα αναλόγως τάξης και φυλής, φανερώνοντας τις δομικές ανισότητες που υπάρχουν. Έτσι, ενώ η επιτέλεση ετεροσεξουαλικότητας από λευκά κορίτσια μεσαίας τάξης, τις "preps", ερμηνευόταν ως η μόνη νόμιμη ενσωμάτωση της έννοιας του «καλού κοριτσιού» και της «καλής μαθήτριας», αντιθέτως, η ετεροσεξουαλικότητα των Las Chicas, Μεξικανο-Αμερικάνικης καταγωγής κοριτσιών εργατικής τάξης, ερμηνεύονταν από εκπαιδευτικούς ως υπερβολική και εκτός ορίων. Αν και οι δύο ομάδες, λοιπόν, ενσωματώνουν την ετεροσεξουαλικότητα τους ως νόμιμη και επιθυμητή, η εθνικότητα και η τάξη διαφοροποιούν την κοινωνική της ερμηνεία, με τη σεξουαλικότητα κοριτσιών εργατικής τάξης να θεωρείται κατώτερη, προβληματική, αποκλίνουσα και εκτός των λόγων της «καλής θηλυκότητας», δείχνοντας την ιεραρχία που υπάρχει στη θηλυκότητα αναλόγως τάξης και φυλής και ότι η έμφυλη ηγεμονία επωφελείται από την ηγεμονία της φυλής και της τάξης.

Επίσης, ενώ κορίτσια εργατικής τάξης επενδύουν σε μια glamorous και επιθυμητή ετεροσεξουαλική θηλυκότητα, ως μέσο αύξησης κοινωνικού κεφαλαίου, εμπρόθετης δράσης και έγκρισης από το πλαίσιο των συνομηλίκων, η υπερ-θηλυκή συγκρότηση της υποκειμενικότητας τους λειτουργεί για αυτές με καταπιεστικό τρόπο που ενδυναμώνει την κοινωνική ανισότητα, αφού συγκρούεται με τους κανόνες του σχολείου. Η επίδειξη ετεροσεξουαλικότητας τα φέρνει σε δυσμενή θέση, αφού προκαλούν την κυρίαρχη και ταξική δόμηση της ιδανικής θηλυκής μαθήτριας, η οποία συμβαδίζει με τις ενσώματες και διανοητικές πρακτικές κοριτσιών της μεσαίας τάξης, κάτι που φανερώνει τις κοινωνικές ανισότητες που σχετίζονται με την κοινωνική τάξη, οι οποίες αναπαράγονται μέσα από τα σώματα, καρδιά, μυαλό νεαρών γυναικών εργατικής τάξης (Archer κ.ά., 2007).

Ωστόσο, η μελέτη των εμπειριών των γυναικών και κοριτσιών μέσα από την εμπειρία της τάξης, είναι κάτι ιδιαίτερα σύνθετο (Skeggs, 1997). Αυτό γιατί, αν και το πολιτισμικό κεφάλαιο αποτελεί σημαντικό παράγοντα και πηγή πληροφόρησης για τη συγκρότηση θηλυκοτήτων και αρρενωποτήτων, εντούτοις δεν αποτελεί οντολογική κατηγορία κι ούτε μπορεί να δημιουργήσει ομοιογενείς ομάδες. Οι πολιτισμικές διαδικασίες είναι σημαντικό να αναγνωρίζονται, αλλά είναι επίσης σημαντικό να μην ερμηνεύονται επιδερμικά και να αντιμετωπίζονται ως δυναμικές κατηγορίες που παίρνουν διαφορετική μορφή στο λόγο (Ali, 2003).

Φαίνεται λοιπόν μέσα από την παραπάνω ανασκόπηση ερευνητικών δεδομένων ότι η «ομορφιά» αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό πεδίο εξερεύνησης σε έρευνες με παιδιά. Καθίσταται σαφές ότι η ομορφιά δεν αποτελεί μόνο μια φιλοσοφική έννοια με ιστορικές και πολιτισμικές διαστάσεις, αλλά αποτελεί ζήτημα με μεγάλη σημασία στη ζωή των παιδιών από πολύ μικρή ηλικία. Η εμπλοκή των παιδιών με την ομορφιά εμπερικλείει πλήθος συγκεκριμένων καθημερινών πρακτικών, οι οποίες αποτελούν έντονο κοινωνικοποιητικό στοιχείο και διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη συγκρότηση της έμφυλης τους υποκειμενικότητας. Είναι σημαντικό να μελετηθούν λοιπόν οι διαδικασίες διαπραγμάτευσης εκ μέρους των παιδιών εννοιών, ζητημάτων και πρακτικών που αφορούν την ομορφιά και ο ρόλος τους στη δόμηση όψεων της υποκειμενικότητάς τους.

Σχεδιασμός Έρευνας και Μεθοδολογία

Ερευνητική Θεώρηση

Η έρευνα αυτή βασίστηκε στην ποιοτική προσέγγιση, η οποία με την επαγωγική της φύση, τη στοχευμένη επικέντρωση σε ανθρώπους και καταστάσεις και την έμφαση που δίνει στο λόγο, παρά στους αριθμούς (Maxwell, 2005) συμβάλλει στην εις βάθος διερεύνηση των ερωτημάτων μου. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Maxwell, η ποιοτική έρευνα δίνει μια ερμηνευτική προσέγγιση στην οπτική των συμμετέχοντων/ουσών, συμβάλλει στην κατανόηση του συγκεκριμένου πλαισίου στο οποίο οι συμμετέχοντες/ούσες δρουν και στους τρόπους με τους οποίους το πλαίσιο αυτό πιθανόν να επηρεάζει τις πράξεις τους. Γενικότερα η ποιοτική έρευνα τονίζει τις διαδικασίες και τις σχέσεις αιτιότητας που οδηγούν στη δημιουργία συγκεκριμένων φαινομένων και αποτελεσμάτων, δίνοντας μεγαλύτερη έμφαση στις διαδικασίες και στο πώς δημιουργούνται τα συγκεκριμένα αποτελέσματα/συμπεριφορές.

Συγκεκριμένα, στη διατριβή αυτή εργάστηκα εθνογραφικά, θεωρώντας ότι η εθνογραφική προσέγγιση ήταν η πιο κατάλληλη για τη λεπτομερή διερεύνηση και μελέτη της κατανόησης της έννοιας της ομορφιάς εκ μέρους των παιδιών. Σύμφωνα με τον Patton (2002), η εθνογραφία είναι μια μορφή συστηματικής επιστημονικής έρευνας, η οποία έχει ως αντικείμενο τη βαθιά μελέτη των κοινωνιών και των δομών τους. Έχει σχεδιαστεί για να περιγράψει και να αναλύσει την κουλτούρα (πρακτικές, πεποιθήσεις κτλ) πολιτισμών και κοινοτήτων. Σκοπός της εθνογραφικής έρευνας είναι η δημιουργία μιας όσο το δυνατό πιο «ζωηρής» αναδόμησης της κουλτούρας των ομάδων που βρίσκονται υπό εξέταση (LeCompte & Preissle, 1993). Στην εθνογραφική έρευνα, επίσης, ο ερευνητής κάνει προσπάθεια για *blend-in* και γίνεται «μέρος» της κουλτούρας που μελετά, συνεπώς αναπτύσσεται μεγαλύτερη οικειότητα μεταξύ συμμετέχοντα/ούσας – ερευνητή/ριας (Pole, 2007). Δουλεύοντας λοιπόν εθνογραφικά με τα παιδιά, μου δόθηκε η ευκαιρία να αναμειχθώ σε βάθος και πολύ έντονα στη δική τους κουλτούρα, όσον αφορά τις πρακτικές, τα ιδανικά και τις αντιλήψεις που αναπτύσσονται στην παιδικότητα σε σχέση με την ομορφιά και τη σεξουαλικότητα.

Στην παρούσα έρευνα ακολούθησα το μοντέλο του αναδυόμενου σχεδιασμού (Maykut & Morehouse, 1994), κατά το οποίο ο σχεδιασμός της έρευνας είναι δυναμικός και εξελίσσεται στην πορεία. Έτσι, ενώ από την αρχή της έρευνας είχα δημιουργήσει το πρωταρχικό εννοιολογικό πλαίσιο, ένα σύνολο ερευνητικών ερωτημάτων και κάποιες

ιδέες αναφορικά με τη δειγματοληψία, τα ερευνητικά εργαλεία και τις προσεγγίσεις που θα ακολουθούσα, στην πορεία της έρευνας γίνονταν ανακατατάξεις, μέχρι να καταλήξω στην τελική μορφή της έρευνας.

Από την αρχή της έρευνας κρατούσα ένα «ημερολόγιο έρευνας» (“researcher identity memo”) (Maxwell, 2005), στο οποίο κατέγραφα οτιδήποτε σχετιζόταν με την έρευνά μου: έκανα καταιγισμό ιδεών (brainstorming), κατέγραφα τους σκοπούς της έρευνας, τις ιδέες μου, τις αντιλήψεις και προκαταλήψεις μου, οτιδήποτε ερχόταν στο μυαλό μου ως έμπνευση. Κατέγραφα επίσης το προσωπικό στίγμα που θα έφερα στην έρευνα μου, καθώς και τους τρόπους με τους οποίους θα πάλευα με τις πιθανές μου προκαταλήψεις, προσδοκίες και αντιλήψεις σε σχέση με τα υπό μελέτη θέματα. Κρατώντας σημειώσεις στο ημερολόγιο αυτό για την πορεία της έρευνας, με βοήθησε τόσο στην καλύτερη μεθοδολογική οργάνωση της έρευνας, όσο και στην ταξινόμηση και οργάνωση των σκέψεών μου. Είχα επίσης δημιουργήσει τον εννοιολογικό χάρτη της έρευνας μου, καταγράφοντας έννοιες, καταστάσεις, γεγονότα, διαδικασίες και το πλαίσιο της έρευνας. Η κατασκευή εννοιολογικών χαρτών αποτελεί μια συνεχή και δυναμική διαδικασία (Maxwell, 2005), συνεπώς αρκετές φορές διαφοροποιήθηκε μέχρι η έρευνα να σχεδιαστεί στο τελικό της σημείο.

Δειγματοληψία

Για τους σκοπούς της έρευνας μου είχα κάνει σκόπιμη και στρατηγική επιλογή περιπτώσεων (purposive sampling), επιλέγοντας περιπτώσεις που θα προσέφεραν πλούτο πληροφοριών με στόχο την εις βάθος κατανόηση του υπό μελέτη θέματος. Είχα πραγματοποιήσει δειγματοληψία μέγιστης απόκλισης/ετερογένειας (Patton, 2002) κι έτσι είχε ικανοποιηθεί η ανάγκη για κάλυψη ενός μεγάλου φάσματος περιπτώσεων (παιδιά διαφορετικού φύλου, οικογένειες με ποικιλία μορφωτικού και κοινωνικοοικονομικού επιπέδου, ποικιλία στο χώρο διαμονής). Είχα ακολουθήσει ακόμη τη βολική δειγματοληψία, κατά την οποία είχα επιλέξει άμεσα «διαθέσιμα» άτομα, όπως γειτονόπουλα, συγγενείς και φίλους.

Το δείγμα της έρευνάς μου αποτελείται από είκοσιτέσσερα παιδιά, δώδεκα αγόρια και δώδεκα κορίτσια, ηλικίας 8-13 χρονών (βλ. Παράρτημα Α για περαιτέρω πληροφορίες για το δείγμα της έρευνας). Επέλεξα να ασχοληθώ με τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα, παιδιά στην προεφηβεία –οι λεγόμενοι “tweens” και “tweenagers”- γιατί, παρόλο που υπάρχει μια τεράστια ανάπτυξη στην αγορά ένδυσης και αξεσουάρ και στη βιομηχανία ομορφιάς που απευθύνονται στα παιδιά (Cook & Kaiser, 2004), οι σχετικές εμπειρικές

έρευνες αφορούν κυρίως ενήλικες γυναίκες ή κορίτσια στην εφηβεία (Bragg κ.ά., 2011), αφήνοντας πίσω ανεξερεύνητα τα παιδιά (Buckingham κ.ά., 2010).

Τα αγόρια, επίσης, είναι απόντα στο μεγαλύτερο μέρος της υπάρχουσας βιβλιογραφίας και θεωρίας που αφορά την ομορφιά, τη μόδα και την κατανάλωση (Buckingham κ.ά., 2010). Αυτός ο περιορισμός στη βιβλιογραφία αποτέλεσε πρόκληση για εμένα, θέλοντας, παρά τη δυσκολία που η έλλειψη αυτή έφερε, να συμβάλω στην διερεύνηση και κατανόηση του φαινομένου από τη σκοπιά και των αγοριών. Εξάλλου, τις τελευταίες δεκαετίες δίνεται αυξανόμενη έμφαση στη φροντισμένη ανδρική εμφάνιση και στην αισθητική εικόνα του ανδρικού σώματος και στις αναπαραστάσεις αρρενωπότητας μέσα από τα ΜΜΕ (Frank, 2014· Wienke, 1998). Είναι σημαντική λοιπόν η κατανόηση της σημασίας του φαινομένου αυτού μέσα από τις φωνές των ίδιων των αγοριών,

Στο δείγμα μου υπήρχε ποικιλία στο δημογραφικό και κοινωνικοπολιτισμικό επίπεδο των παιδιών. Για αυτό τον σκοπό στις κατ' οίκον συνεντεύξεις συμμετείχαν παιδιά και γονείς από αστικό χώρο διαμονής, αλλά και οικογένειες από αγροτικό χώρο διαμονής και συγκεκριμένα από το χωριό στο οποίο εργαζόμουν ως δασκάλα τη συγκεκριμένη σχολική χρονιά. Πήρα την απόφαση για συμπερίληψη παιδιών από το αγροτικό πλαίσιο τον Σεπτέμβρη του 2014, όταν είχα διοριστεί στο συγκεκριμένο χωριό. Ο (τυχαίος) αυτός διορισμός συνέβαλε καθοριστικά στην πορεία της έρευνας μου, προσθέτοντας τον σημαντικό παράγοντα του κοινωνικοοικονομικού και πολιτισμικού υπόβαθρου.

Στο δείγμα επίσης υπήρχε ποικιλία στο κοινωνικοοικονομικό και πολιτισμικό επίπεδο των οικογενειών που είχα μελετήσει. Υπήρχαν λοιπόν οικογένειες από χαμηλή μέχρι ανώτερη-μεσαία κοινωνική τάξη. Θεώρησα σημαντική τη διαφοροποίηση στο κοινωνικοπολιτισμικό επίπεδο, αφού οι έξεις, οι επιλογές και το γούστο και οι προτιμήσεις σχετικά με τις πρακτικές ομορφιάς, τις καταναλωτικές πρακτικές και τις επιλογές του ατόμου στην ένδυση συνδέονται στενά με την ταξική διάκριση και το οικονομικό και πολιτισμικό κεφάλαιο της οικογένειας (Bourdieu, 1979/2006).

Λαμβάνοντας υπόψη τη φύση της έρευνας, η οποία απαιτούσε πρόσβαση στον προσωπικό χώρο της οικογένειας και η οποία διαπραγματευόταν ευαίσθητα θέματα, θεώρησα απαραίτητη την οικειότητα με τις οικογένειες, αφού κάτι τέτοιο θα συνέβαλλε στην ενίσχυση του θετικού και άνετου κλίματος. Γνώριζα προσωπικά τις οικογένειες που είχα επισκεφθεί: Τα παιδιά και οι γονείς που επισκέφθηκα στην πόλη προέρχονταν από το φιλικό και οικογενειακό μου περιβάλλον και το περιβάλλον της γειτονιάς, ενώ τα παιδιά που επισκέφθηκα στο χωριό ήταν οι μαθητές και μαθήτριες της τάξης μου.

Όσον αφορά τις εκπαιδευτικές δραστηριότητες, αυτές έλαβαν χώρα σε τρία σχολεία το καθένα σε διαφορετικό δημογραφικό πλαίσιο -ένα σε αστική, ένα σε ημιαστική και ένα σε αγροτική περιοχή- προκειμένου να εξασφαλίσω ποικιλία στο κοινωνικοοικονομικό υπόβαθρο των μαθητών. Την είσοδο μου στα σχολεία αστικής και ημιαστικής περιοχής μου εξασφάλισαν άτομα από το επαγγελματικό και φιλικό μου περιβάλλον, τα οποία αποτελούσαν «ιθύνοντες» στα συγκεκριμένα σχολεία (διευθύντρια, βοηθός διευθύντρια). Κάτι τέτοιο ήταν αναγκαίο, αφού η πρόσβαση μου θα ήταν αρκετά δύσκολη λόγω της «αδιάκριτης» εισβολής σε πολύ «προσωπικής» φύσης δεδομένα και πληροφορίες που πιθανόν να προκαλούσαν τις αντιδράσεις των γονιών -όπως μου είχε πει η διευθύντρια ενός αστικού σχολείου, δικαιολογώντας την άρνηση της για είσοδό μου στο πεδίο. Το σχολείο αγροτικής περιοχής ήταν το σχολείο όπου υπηρετούσα ως δασκάλα, για αυτό πραγματοποίησα την παρέμβαση στα παιδιά της τάξης μου. Στην περίπτωση αυτή είχα ταυτόχρονα διπλό ρόλο, αυτόν της ερευνήτριας και της δασκάλας, κάτι που θεωρώ ότι λειτούργησε με θετικό τρόπο στην έρευνά μου, αφού τα παιδιά ένιωθαν πιο άνετα έχοντας να συνεργαστούν και να εκφραστούν με ένα οικείο πρόσωπο.

Συλλογή Δεδομένων

Σύμφωνα με τον Spyrou (2011) συγκεκριμένα κοινωνικά και θεσμικά πλαίσια είναι δυνατόν να δημιουργήσουν διαφορετικές φωνές και απόψεις, να δώσουν εναλλακτικούς λόγους, ενώ ταυτόχρονα μπορούν να διαφοροποιήσουν τις σχέσεις εξουσίας μεταξύ ερευνητή-συμμετέχοντα. Για τους λόγους αυτούς θεώρησα σημαντικό όπως η συλλογή πληροφοριών για την έρευνα μου να πραγματοποιηθεί σε ποικιλία κοινωνικών και θεσμικών πλαισίων: στο υπνοδωμάτιο των παιδιών, στη σχολική τάξη, στη σχολική αυλή, στις εκδρομές, σε κοινωνικές τους δραστηριότητες. Στην έρευνα αυτή συνέλεξα δεδομένα με διάφορες μεθόδους: ημι-δομημένες συνεντεύξεις, επισκέψεις στο υπνοδωμάτιο των παιδιών, ομάδες εστίασης, παρατήρηση με σημειώσεις πεδίου και φωτογραφίες και εκπαιδευτική παρέμβαση.

Πριν την κυρίως έρευνα, είχε προηγηθεί η πιλοτική έρευνα σε μικρό δείγμα (8 παιδιά και τις μαμάδες τους) με σκοπό τον έλεγχο των ιδεών, των οργάνων συλλογής δεδομένων, τη λειτουργικότητά τους και τον εντοπισμό τυχόν προβλημάτων (Maxwell, 2005), προκειμένου να διαβεβαιωθώ ότι η έρευνα βρίσκεται στο σωστό δρόμο. Οι εισηγήσεις που προέκυψαν ενσωματώθηκαν στο τελικό σχεδιασμό της έρευνας και στον οδηγό συνέντευξης.

Πίνακας 1

Χρονοδιάγραμμα Συλλογής Δεδομένων

Ιούλιος – Αύγουστος 2012	Πιλοτική έρευνα
Οκτώβρης 2013 – Απρίλης 2014	Συνεντεύξεις με 19 παιδιά και τους γονείς τους και επισκέψεις στα σπίτια τους
Απρίλης 2014	Ομάδες εστίασης με 10 παιδιά
Μάης 2014	Εκπαιδευτικές παρεμβάσεις σε τρία σχολεία
Οκτώβρης 2013 – Απρίλης 2015	Παρατηρήσεις – Σημειώσεις πεδίου

Συνεντεύξεις

Οι συνεντεύξεις αποτελούν ένα σημαντικό όργανο στη μελέτη ανθρώπινων συμπεριφορών, αντιλήψεων και αξιών (Easterby-Smith κ.ά., 1994). Αυτές επιτρέπουν την εις βάθος μελέτη και κατανόηση των αντιλήψεων του ατόμου (Bell, 1999), ενώ η προσωπική επαφή που προϋποθέτουν εξασφαλίζουν ότι ο/η ερευνητής/ρια θα έχει την προσοχή του/της συμμετέχοντα/ουσας και ότι ο/η συμμετέχοντα/ούσα θα έχει την ευκαιρία να εκφράσει με άνεση τις απόψεις του/της (Creswell, 2003). Επιπρόσθετα, οι συνεντεύξεις δίνουν την ευκαιρία στους ερευνητές/ριες να ζητήσουν διευκρινιστικά σχόλια και να θέσουν επιπλέον ερωτήματα σε περιπτώσεις που οι απαντήσεις δείχνουν να είναι διφορούμενες ή μη κατανοητές. Οι ημι-δομημένες συνεντεύξεις, συγκεκριμένα, επιτρέπουν στους συμμετέχοντες/ούσες να εκφραστούν και να μιλήσουν για τον εαυτό τους και τις μοναδικές τους εμπειρίες, ενώ δίνουν το χώρο για να εμποδίσουν άσκοπες συζητήσεις και σχολιασμούς (Bryman, 2008).

Για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας οι ημι-δομημένες συνεντεύξεις ήταν το πιο κατάλληλο όργανο για συλλογή δεδομένων από τα παιδιά και τους γονείς τους, αφού θα έδιναν πλούσια δεδομένα για την κατανόηση της οπτικής τους και τις πρακτικές τους σε σχέση με θέματα που αφορούν την ομορφιά. Είχα διενεργήσει συνεντεύξεις σε δεκαεννιά παιδιά (10 κορίτσια και 9 αγόρια) και τους γονείς τους (13 μητέρες και 4 πατέρες). Είναι σημαντικό να διευκρινιστεί ότι κάποια από τα παιδιά ήταν αδέρφια, έτσι δικαιολογείται ο μικρότερος αριθμός γονέων σε σχέση με τα παιδιά. Οι συνεντεύξεις μαγνητοφωνούνταν, ενώ κρατούσα και σημειώσεις πεδίου κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, ώστε να εξασφαλίσω μεγαλύτερη ακρίβεια στην ανάλυση των δεδομένων (Robson, 2002).

Οι συνεντεύξεις με τα παιδιά είχαν διεξαχθεί στον προσωπικό τους χώρο, συνήθως στο υπνοδωμάτιό τους και με τους γονείς σε κάποιο κοινόχρηστο χώρο του σπιτιού, συνήθως στο σαλόνι ή στην κουζίνα. Οι συνεντεύξεις είχαν την μορφή φιλικής και χαλαρής συζήτησης, με πολλά κεράσματα, καφέ και σε μια περίπτωση παίρνοντας μαζί με την οικογένεια το μεσημεριανό μας γεύμα. Ένιωθα αρκετά άνετα στις συνεντεύξεις με άτομα από το οικογενειακό και φιλικό μου περιβάλλον, λόγω της οικειότητας που υπήρχε μεταξύ μας. Ωστόσο, είχα αρκετές ανησυχίες και ενδοιασμούς για τις συνεντεύξεις με τις οικογένειες στο χωριό όπου δίδασκα. Πρόκειται για ένα χωριό που αποτελεί μια ιδιαίτερα κλειστή κοινωνία με μόλις τετρακόσιους κατοίκους, όπου παραδοσιακά -όπως γνώριζα ότι συνέβαινε και σε προηγούμενες σχολικές χρονιές, πληροφορούμενη από συναδέλφους που τα προηγούμενα χρόνια υπηρετούσαν στο σχολείο κι από τον επιθεωρητή του σχολείου- υπήρχε ένα χάσμα και καχυποψία μεταξύ γονέων και εκπαιδευτικών του σχολείου. Είχα τους ενδοιασμούς μου κατά πόσο οι γονείς και τα παιδιά θα με δέχονταν στο σπίτι τους και κατά πόσο -αν με δέχονταν- θα το έπρατταν αυτό αναγκαστικά, λόγω της θέσης μου ως δασκάλα στο σχολείο του χωριού, κάτι που πιθανόν να δημιουργούσε ψυχρό κλίμα στις επισκέψεις μου. Ακόμα, η ιδέα της συνέντευξης είναι μια αρκετά άγνωστη έννοια στην Κύπρο, αφού επικρατεί συχνά η ιδέα ότι «συνέντευξη» παραχωρούν σε δημοσιογράφους άτομα – «ειδικοί» σε κάποια θέματα κι όχι απλοί πολίτες σε μια ερευνήτρια. Συνεπώς, είχα την ανησυχία ότι πιθανόν παιδιά και γονείς, κυρίως στο χωριό, να ένιωθαν άβολα με την ιδέα να μου παραχωρήσουν συνέντευξη. Με μεγάλη μου έκπληξη και ακόμα μεγαλύτερη χαρά είδα ότι όλα τα παιδιά της τάξης μου, με εξαίρεση ένα παιδί, συμπλήρωσαν θετικά το έντυπο συνειδητής συναίνεσης. Τα παιδιά με ανυπομονησία με ρωτούσαν πότε θα τα επισκεφθώ στο σπίτι τους, ενώ παιδιά κι από άλλες τάξεις με καλούσαν να πάω και στο δικό τους σπίτι. Οι μαμάδες (στο χωριό οι συνεντεύξεις είχαν γίνει μόνο οι μαμάδες -οι πατεράδες εργάζονταν μέχρι αργά το βράδυ) με υποδέχονταν θερμά, ανάβοντας το τζάκι, φτιάχνοντας διάφορα σπιτικά εδέσματα και προσπαθώντας να με φιλοξενήσουν όσο καλύτερα μπορούσαν.

Οι συνεντεύξεις ήταν ατομικές (εκτός από τις περιπτώσεις που συμμετείχαν και οι δύο γονείς ή δύο αδέρφια μαζί), πρόσωπο με πρόσωπο. Στην αρχή της κάθε συνέντευξης εξηγούσα γενικά τον σκοπό της έρευνάς μου, ενώ παράλληλα τόνιζα ότι δεν υπήρχαν σωστές και λάθος απαντήσεις, καλώντας παιδιά και γονείς να απαντήσουν όσο πιο αυθόρμητα, ειλικρινά και ελεύθερα μπορούσαν και χωρίς το άγχος της κριτικής. Απέφευγα να φέρω πρώτη στη συζήτηση λεξιλόγιο-έννοιες όπως «όμορφος/η», «σέξι» κλπ, περιμένοντας να δω αν αυτές θα προκύψουν αυθόρμητα από τα ίδια τα παιδιά ή τους γονείς, προκειμένου να φανεί αν αυτές αποτελούν έννοιες με νόημα και ενδιαφέρον για

τους/τις συμμετέχοντες/ούσες. Οι συνεντεύξεις ήταν ημι-δομημένες και με ανοιχτού τύπου ερωτήσεις που σκοπό είχαν την εις βάθος ανάλυση θεμάτων. Ξεκινούσα τη συζήτηση με πιο γενικού τύπου ερωτήσεις με σκοπό το «σπάσιμο του πάγου» και το κτίσιμο σχέσης οικειότητας και εμπιστοσύνης με τους/τις συμμετέχοντες/ούσες. Στις ημιδομημένες συνεντεύξεις η διαδικασία της συνέντευξης είναι ευέλικτη (Bryman, 2008). Για αυτό, αν και είχα προετοιμάσει ένα ενδεικτικό οδηγό συνέντευξης (βλ. Παράρτημα Β για τον Οδηγό Συνέντευξης με παιδιά και γονείς), έκανα επιπρόσθετες ερωτήσεις ή παρέβλεπα κάποιες, αναλόγως της διάθεσης και των ενδιαφερόντων των συμμετεχόντων. Αρκετές φορές κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων υπήρχαν παρεμβολές και διακοπές (τηλεφωνήματα, διακοπές από παιδιά, γονείς, αδέρφια κλπ). Στο τέλος της κάθε συνέντευξης ρωτούσα τους συμμετέχοντες αν ήθελαν να προσθέσουν ή να με ρωτήσουν κάτι άλλο, ενώ ζητούσα να μου δώσουν μια γενική εκτίμηση της εμπειρίας της συνέντευξης, προκειμένου αυτή να κλείσει ομαλά, παίρνοντας ταυτόχρονα τη δική τους ανατροφοδότηση. Τέλος, τους ευχαριστούσα ξανά για τη συμβολή τους στην έρευνα, προσφέροντας τους ένα ευχαριστήριο μικρό δωράκι και μια ευχαριστήρια κάρτα. Οι επισκέψεις μου στο σπίτι της κάθε οικογένειας κρατούσαν περίπου 2-3 ώρες. Πρώτα έκανα τη συνέντευξη με τα παιδιά, η οποία κρατούσε συνήθως μία με μιάμιση ώρα και στη συνέχεια γινόταν η συνέντευξη με τους γονείς, η οποία κρατούσε 30-60 λεπτά, αναλόγως της έκτασης των απαντήσεων των συμμετεχόντων/ουσών.

Επισκέψεις στο υπνοδωμάτιο των παιδιών – Χρήση παιδοκεντρικών μεθόδων

Παραδοσιακά, η κοινωνιολογική μελέτη για όψεις της παιδικότητας και της ζωής των παιδιών τείνει να γίνεται μέσω της μεθόδου της παρατήρησης και μέσα από θεσμούς, όπως είναι το σχολείο (Pole, 2007). Ωστόσο, στη νέα κοινωνιολογία της παιδικότητας (James & Prout, 1997· Mayall, 2002) είναι ουσιώδης η προσπάθεια για τοποθέτηση της ζωής και των εμπειριών των παιδιών στο κέντρο της ερευνητικής διαδικασίας, ενδυναμώνοντας τη θέση των παιδιών ως ενεργοί συμμετέχοντες, παρά ως παθητικά αντικείμενα έρευνας. Είναι σημαντικό ακόμα τα παιδιά να γίνονται αντιληπτά ως άτομα που διαθέτουν ανεξάρτητη και ατομική εμπρόθετη δράση. Οι παιδοκεντρικές μέθοδοι έρευνας, λοιπόν, προσφέρουν πολλές ευκαιρίες στους ερευνητές για συλλογή πλούσιων και λεπτομερών δεδομένων για πολλές όψεις της ζωής των παιδιών.

Ταυτόχρονα, σύμφωνα με την Coffey (2002), η εθνογραφική μελέτη χαρακτηρίζεται από τη βιογραφική διάσταση, κατά την οποία οι εθνογράφοι μελετούν, αναδομούν και γράφουν για τις ζωές και τις εμπειρίες των Άλλων –υπάρχει δηλαδή μια

κοινωνική αναδόμηση (social constructionism) για την ανάλυση του Άλλου. Στο πλαίσιο αυτό είναι σημαντικό να δίνονται στο πεδίο της έρευνας πολλές ευκαιρίες για «ρεαλιστικές» μεθόδους, οι οποίες αντικατοπτρίζουν καλύτερα τα υπό μελέτη θέματα και την κοινωνική τους διάσταση. Όπως αναφέρει η Coffey, αυτό που είναι αληθινό στους συμμετέχοντες μετρά πιο πολύ.

Επιπρόσθετα, συμβατικές μέθοδοι έρευνας, όπως οι συνεντεύξεις, είναι πιθανό να φαντάζουν ως «ανάκριση» στα μάτια των παιδιών, κάνοντάς τα να νιώθουν άβολα κι επηρεάζοντας κατά συνέπεια τις απαντήσεις τους (Spyrou, 2011). Για αυτό, σύμφωνα με τον Spyrou, είναι βασική η χρήση εναλλακτικών μεθόδων έρευνας, όπως η χρήση σεναρίων, η δραματοποίηση κλπ, αλλά και οπτικών ερεθισμάτων, που να αποδίδουν τις απόψεις και τις εμπειρίες παιδιών με πιο έμμεσο τρόπο. Τέτοια μέσα δίνουν διαφορετικές απαντήσεις και επιτρέπουν στα παιδιά να συμμετέχουν στην έρευνα με πιο ευχάριστο, δημιουργικό τρόπο, ενώ αφηγούνται «ανείπωτες» ιστορίες.

Η έρευνα αυτή μελετά τις κοινωνικά κατευθυνόμενες όψεις που δίνουν τα παιδιά στην έννοια της ομορφιάς, χρησιμοποιώντας εύρος εθνογραφικών και παιδοκεντρικών μέσων συλλογής δεδομένων. Στην έρευνα, λοιπόν, οι συμβατικές εθνογραφικές μέθοδοι συλλογής δεδομένων (συνέντευξη, παρατήρηση) συνυπάρχουν με εναλλακτικές και «ρεαλιστικές» μεθόδους έρευνας, οι οποίες αναγνωρίζουν το στάτους της παιδικότητας ως σημαντικό μέρος της πορείας της ζωής με έντονη την κοινωνική της σημασία, ενώ τα παιδιά γίνονται αντιληπτά ως άτομα με ανεξάρτητη και ατομική εμπρόθετη δράση. Τέτοια εθνογραφική μεθοδολογία αναζητά να κατανοήσει την εσωτερικότητα της ζωής των παιδιών, μέσα από τη δική τους οπτική, αναγνωρίζοντας την αναγκαιότητα αποφυγής της ουσιοκρατίας στην κοινωνική κατανόηση της παιδικότητας (Komulainen, 2007).

Στο πλαίσιο αυτής της ερευνητικής προσέγγισης, λοιπόν, θεώρησα απαραίτητη τη μεταφορά της έρευνας στο πιο προσωπικό κι αυθεντικό περιβάλλον των παιδιών, το «βασιλείο» τους, που δεν είναι άλλο από το υπνοδωμάτιο τους. Αφού τα παιδιά με οδηγούσαν στο υπνοδωμάτιο τους, καθόμασταν αναπαυτικά στο κρεβάτι ή στις καρέκλες του γραφείου τους και τότε η συζήτηση ξεκινούσε με μια πολύ χαλαρή και φιλική διάθεση. Τα παιδιά καλούνταν, όχι απλά να απαντούν στις ερωτήσεις μου, όπως συμβαίνει σε μια συμβατικού τύπου συνέντευξη, αλλά συμμετείχαν σε διάφορες παιδοκεντρικές και ρεαλιστικές δραστηριότητες.

Αφού λοιπόν τα παιδιά με «ξεναγούσαν» στον προσωπικό τους χώρο, μου μιλούσαν για το υπνοδωμάτιο τους, τη διακόσμησή του, τα αγαπημένα τους αντικείμενα σε αυτό κλπ, συνεχίζαμε με την πρώτη ρεαλιστική, «βιωματική» δραστηριότητα: την επίδειξη αγαπημένων και με ιδιαίτερη σημασία για αυτά ρούχων, παπουτσιών,

καλλυντικών και αξεσουάρ (wardrobe audits). Τα wardrobe audits αρχικά είχαν ελεύθερη μορφή, όπου τα παιδιά μου παρουσίαζαν αγαπημένα αντικείμενα μόδας και αξεσουάρ, μιλώντας μου για αυτά. Στη συνέχεια παρέθετα στα παιδιά πιο συγκεκριμένα σενάρια (π.χ. «Αν απόψε πήγαινες στο πάρτι ενός συμμαθητή/ριας σου, τι θα επέλεγες να φορέσεις;»), ώστε η συζήτηση να πάρει πιο δομημένη μορφή, αλλά και να υπάρχουν πιο συγκρίσιμα δεδομένα μεταξύ των συνεντεύξεων των παιδιών. Τόσο τα ελεύθερα σχόλια, όσο και η συζήτηση πιο συγκεκριμένων σεναρίων έδιναν πλήθος ενδιαφερουσών πληροφοριών. Εγώ ταυτόχρονα φωτογράφιζα τα παιδιά με τα αντικείμενα και τα κοστούμια που μου παρουσίαζαν.

Μια άλλη βιωματικής φύσης δραστηριότητα στηριζόταν στις σχολικές φωτογραφίες. Τα παιδιά έφερναν τη φωτογραφία της τάξης τους και αρχικά τους έδινα την ευκαιρία να εκφραστούν ελεύθερα για αυτήν και να κάνουν οποιοδήποτε σχόλιο ήθελαν, ενώ στην πορεία έθετα πιο συγκεκριμένα ερωτήματα που πιθανόν να σχετίζονταν με πιο έμμεσο τρόπο με το ιδανικό της ομορφιάς και οι οποίες αφορούσαν τη δημοτικότητα κάποιων παιδιών, λόγους που κάποια παιδιά εκλέγονται στο μαθητικό συμβούλιο κλπ. Δεν πραγματοποίησα τη δραστηριότητα αυτή με τα παιδιά της τάξης μου στην αγροτική περιοχή, καθώς έκρινα ότι δεν θα ήταν σωστό και ηθικό εκ μέρους μου να σχολιάζω με τους/τις μαθητές/ριές μου άλλα παιδιά της τάξης μας, αλλά κι ότι τα παιδιά πιθανόν να έρχονταν σε δύσκολη κι άβολη θέση με τη δραστηριότητα αυτή.

Σε μια άλλη δραστηριότητα, χρησιμοποίησα κούκλες/ους τις/τους οποίες είχα ντύσει στο διαδικτυακό παιχνίδι “Dollz Mania”, ακολουθώντας την μεθοδολογία που παρουσιάζουν οι Starr και Ferguson (2012) στο άρθρο τους “Sexy dolls, sexy grade-schoolers? Media and maternal influences on young girls’ self-sexualization” (βλ. Παράρτημα Γ για τις εικόνες από τις κούκλες). Οι Starr και Ferguson χρησιμοποίησαν δύο πανομοιότυπες θηλυκές κούκλες, όπου και οι δυο ήταν ντυμένες με μοντέρνο ντύσιμο, με τη διαφορά ότι η μια είχε πιο αποκαλυπτικό «σέξι» ντύσιμο. Στο άρθρο τους αναφέρονταν στην κούκλα με το αποκαλυπτικό ντύσιμο ως «σεξουαλικοποιημένη» και στην άλλη ως «μη σεξουαλικοποιημένη». Στην έρευνα αυτή ακολούθησα κι εγώ τους ίδιους όρους για σκοπούς συνέχειας, συνέπειας και σύγκρισης με το άρθρο των Starr και Ferguson. Ωστόσο, αναγνωρίζω ότι η χρήση των συγκεκριμένων όρων είναι λιγότερο περιγραφική και περισσότερο συμβατική, αφού το πώς κρίνει κανείς το στυλ της κάθε κούκλας εναπόκειται στη δική του/της κρίση κι ερμηνεία. Έτσι, για παράδειγμα, για ένα άτομο και οι δύο κούκλες μπορεί να φαίνονται υπερβολικά «σέξι» ή και καμία. Τους όρους αυτούς δεν τους ανέφερα επίσης στα παιδιά, αφήνοντάς τα να εκφραστούν ελεύθερα και να κάνουν τις δικές τους κρίσεις. Παίρνοντας ερέθισμα ακόμα από τη μεθοδολογία των Starr

και Ferguson, προέκτεινα τη δραστηριότητα αυτή, προσθέτοντας κι αγόρια κούκλους. Σε αυτή την περίπτωση δεν λειτούργησα με αντίστοιχο τρόπο όπως με τα κορίτσια κούκλες, ντύνοντας δηλαδή έναν «σεξουαλικοποιημένο» και έναν «μη σεξουαλικοποιημένο» κούκλο, θεωρώντας πιο ενδιαφέρον να ντύσω πέντε διαφορετικούς κούκλους με πέντε διαφορετικά στυλ: «επίσημο», «αθλητικό», «συγυρισμένο», «σέξι», με γυαλιά. Οι όροι αυτοί ήταν επίσης συμβατικοί και δεν τους ανέφερα στα παιδιά.

Αφού τύπωσα σε χάρτινες κάρτες τις κούκλες, τις παρουσίαζα στα παιδιά. Η χρήση των καρτών στηριζόταν σε μεγάλο βαθμό στο μοντέλο ερώτηση/παράθεση σεναρίου και απάντηση. Παρέθετα ερωτήματα/σενάρια τα οποία αφορούσαν τον πραγματικό εαυτό των παιδιών, τον ιδανικό εαυτό, την απόδοση ικανοτήτων και χαρακτηριστικών (π.χ. δημοτικότητα, εξυπνάδας) και την προτίμηση για παιχνίδι (βλ. Παράρτημα Β για τις σχετικές ερωτήσεις). Η χρήση χάρτινων κούκλων ως οπτικό στήριγμα συστήνεται για χρήση σε έρευνα με παιδιά (Starr & Ferguson, 2012). Η μέθοδος αυτή είχε μεγάλη πρακτική χρησιμότητα, αφού ήταν πιο συγκεκριμένη και δομημένη, έτσι τα παιδιά απαντούσαν με μεγαλύτερη ευθύτητα και αμεσότητα στα στυλ που προτιμούν. Ήταν σημαντικό για εμένα να αποφύγω διχοτομίες, όπως «ναι ή όχι», «συμφωνώ ή διαφωνώ», οι οποίες θα οδηγούσαν σε μια γραμμική και στεγνή επικοινωνία. Για αυτό πάντοτε παρακινούσα τα παιδιά να δώσουν ερμηνευτικά, διευκρινιστικά σχόλια και εξηγήσεις για τις επιλογές τους. Ήταν ένα έργο που έδωσε πάρα πολλές πληροφορίες, κυρίως όσον αφορά τις θηλυκότητες και αρρενωπότητες που συγκροτούνται μέσω της μόδας, λόγω του ότι ξέφευγε από την αφηρημένη πορεία της συζήτησης, ήταν πιο συγκεκριμένο και άφηνε μεγάλα περιθώρια για επιχειρηματολογία. Ήταν ένα εργαλείο που βοήθησε παιδιά της ηλικίας αυτής να εκφραστούν πιο άμεσα. Το γεγονός επίσης ότι στηριχθήκαμε σε σύμβολα εικονικής επικοινωνίας (picture communication symbols) και σε υλικά και συγκεκριμένα αντικείμενα συνέβαλε στην ενίσχυση της κοινής κατανόησης και γλώσσας μεταξύ των παιδιών και εμένα (Komulainen, 2007).

Η τελευταία μου δραστηριότητα είχε ως βάση περιοδικά ποικίλης ύλης και περιοδικά μόδας. Συγκεκριμένα χρησιμοποίησα τα περιοδικά Teen Vogue (τεύχος Φεβρουαρίου 2014), Madame Figaro (τεύχος Οκτωβρίου 2013), British GQ (τεύχος Ιανουαρίου 2014), περιοδικά που απευθύνονται τόσο σε κορίτσια στην εφηβεία, όσο και σε ενήλικες. Το έργο αυτό είχε κυρίως ελεύθερη μορφή: Τα παιδιά μετροφυλλώνοντας τα περιοδικά, σχολίαζαν αυθόρμητα όσα τους έκαναν εντύπωση, ό,τι τους άρεσε ή δεν τους άρεσε. Ήταν μια δραστηριότητα που άρεσε ιδιαίτερα στα παιδιά, αφού στηριζόταν σε καθημερινά οπτικά ερεθίσματα που τους προκαλούσαν έντονο ενδιαφέρον. Δεν ήταν λίγες οι φορές που, ενώ πίστευα ότι η συζήτηση με τα παιδιά είχε τελειώσει, τα περιοδικά

έδιναν νέο ενδιαφέρον και ώθηση στη συζήτηση, η οποία συνεχιζόταν για αρκετή ώρα ακόμα.

Ωστόσο, ενώ η χρήση παιδοκεντρικών μεθόδων έρευνας φέρει πολλά πλεονεκτήματα, η τοποθέτηση των παιδιών στο κέντρο της ερευνητικής διαδικασίας, διαθέτει προκλήσεις σχετικά με την οικειότητα και σχέση ενήλικα-παιδιού και την αναπόφευκτη ανισορροπία δύναμης και εξουσίας που μια τέτοια σχέση συνεπάγεται (Christensen & Prout, 2002· Grover, 2004). Υπάρχουν, για παράδειγμα, ηθικά διλήμματα για διασφάλιση προστασίας των παιδιών όταν οι ερευνητικές διαδικασίες φέρνουν στην επιφάνεια ευαίσθητα ζητήματα και προσωπικά θέματα στα οποία η άποψη των παιδιών εύκολα μπορεί να επηρεαστεί από την/ον ερευνήτρια/ή. Με άλλα λόγια, παρουσιάζεται μια ένταση μεταξύ των παιδοκεντρικών μεθόδων έρευνας και της ευαισθησίας που σχετίζεται με διάφορες όψεις της παιδικότητας. Αυτή η ένταση γίνεται ακόμα πιο έντονη και χρειάζεται περισσότερη προσοχή στις περιπτώσεις που το πεδίο της έρευνας γίνεται μια ενσώματη εμπειρία, υπάρχει δηλαδή αλληλεπίδραση στα σώματα ερευνητών – ερευνώμενων, παιδιών-ενηλίκων σε χώρους ιδιωτικούς (Pole, 2007).

Η μετακίνηση της έρευνας μου στο πλαίσιο του υπνοδωματίου είχε τεράστια συμβολή στην έρευνα μου και στην καταγραφή εξαιρετικά πλούσιων και αυθεντικών εθνογραφικών δεδομένων. Παρόλα αυτά, το να κάθομαι μαζί με τα παιδιά στο κρεβάτι τους, να βγάζω φωτογραφίες τα προσωπικά τους αντικείμενα και να συζητώ για μέρη του σώματος ή για «σέξι μόδα» δίνει μια ιδιαίτερη διάσταση στην έρευνα, πολύ πιο προσωπική και ευαίσθητη, όπου απαιτείτο ιδιαίτερη προσοχή για τη θεματολογία, τον τρόπο συζήτησης και χειρισμού των θεμάτων. Αυτή η ανησυχία δεν θα υπήρχε αν η έρευνα σχετιζόταν με ένα πιο «ουδέτερο» πεδίο, π.χ. για κάποιο γνωστικό αντικείμενο. Αντιλαμβάνομαι, λοιπόν, ότι το στάτους μου ως νεαρή γυναίκα, παντρεμένη (και επομένως ετεροσεξουαλικής κατεύθυνσης) αποτελεί σε μεγάλο βαθμό μέρος του ερευνητικού «προνομίου» που μου επέτρεψε να χρησιμοποιήσω αυτές τις μεθόδους, κάτι που μάλλον θα ήταν απαγορευτικό για ένα πενήντάχρονο άντρα, για παράδειγμα.

Οι συνεντεύξεις με τα παιδιά και τους γονείς είχαν μαγνητοφωνηθεί και στη συνέχεια απομαγνητοφωνηθεί. Στις συνεντεύξεις, τόσο εγώ, όσο και τα παιδιά και οι γονείς, εκφραζόμασταν στην κυπριακή διάλεκτο. Ωστόσο, στην απομαγνητοφώνηση μετέτρεψα την κυπριακή διάλεκτο στη νεοελληνική κοινή, τόσο σε επίπεδο λεξιλογίου, όσο και σύνταξης, στις περιπτώσεις όμως που αυτή η μεταφορά δεν έφερε κάποια μετατροπή στο νόημα. Κράτησα όμως λέξεις με ιδιαίτερη φόρτιση και νόημα στην κυπριακή διάλεκτο, οι οποίες επίσης δεν μπορούν να μεταφερθούν με την ίδια σημασία στη νεοελληνική κοινή, όπως π.χ. «κιλιτζίρες», «πουπούξιους», «πετσιές», «ζάμπες».

Επίσης, κράτησα όλους τους αγγλικούς όρους που είχαν προκύψει, όπως “gay”, “cool”, “trendy” κλπ.

Ομάδες εστίασης

Είχα διεξαγάγει δύο ομάδες εστίασης, μια με τέσσερα κορίτσια ηλικίας 10-11 χρονών και μια με έξι αγόρια 10-11 χρονών. Τα παιδιά ήταν οι μαθητές/ριες της τάξης μου στο σύμπλεγμα της Ε΄ και Στ΄ τάξης στο σχολείο στην αγροτική περιοχή. Οι ομάδες εστίασης είχαν πραγματοποιηθεί σε πρωινό χρόνο την ώρα του σχολείου –σε χρόνο κάποιου άλλου μαθήματος ή του διαλείμματος. Τα παιδιά ήταν ιδιαίτερα εκφραστικά και ομιλητικά, έτσι οι συζητήσεις στην κάθε ομάδα εστίασης διήρκεσαν περίπου 75 λεπτά. Εξαιτίας της μεγάλης τους διάρκειας οι ομάδες είχαν διεξαχθεί σε δύο μέρη-συναντήσεις. Οι ομάδες έλαβαν χώρα στη μικρή κουζίνα του σχολείου, όπου είχαμε το χώρο να καθίσουμε άνετα και να αποφύγουμε διακοπές και φασαρία από τα υπόλοιπα παιδιά του σχολείου. Οι συζητήσεις πραγματοποιήθηκαν σε πολύ χαλαρό κλίμα: καθίσαμε άνετα γύρω από το τραπέζι και τα παιδιά είχαν την ευχέρεια να τρων κάποιο σνακ ή να πίνουν το ποτό τους. Έτσι τα παιδιά ένιωθαν άνετα να εκφράσουν τις απόψεις τους σε ένα φιλικό περιβάλλον εκτός της «αυστηρότητας» του κλίματος της τάξης, απομακρυνόμενοι από την άνιση σχέση εξουσίας δασκάλας-μαθητών και χωρίς διακοπές και παρεμβολές.

Ξεκαθάρισα στα παιδιά εξ΄ αρχής ότι ήταν σημαντικό να εκφράσουν τις ιδέες τους ελεύθερα, ειλικρινά, χωρίς να προσπαθούν να με ικανοποιήσουν ως ερευνήτρια ή ως δασκάλα κι ότι όλες οι απόψεις ήταν εξίσου αποδεκτές και σεβαστές. Ήταν σημαντικό το ότι οι ομάδες εστίασης μου έδωσαν την ευκαιρία να συζητήσω για δεύτερη φορά με κάποια παιδιά, αφού πέντε παιδιά τα είχα ήδη επισκεφθεί για συνέντευξη στο σπίτι τους. Ήταν πολύ ενδιαφέρον ότι, αν και τα παιδιά στο σπίτι τους ήταν ιδιαίτερος ενθουσιασμένα για το θέμα, ομιλητικά και εκφραστικά, ωστόσο η δυναμική της ομάδας και η αλληλεπίδραση με τους/τις φίλους/ες τους έδωσε διαφορετική ώθηση στα υπό συζήτηση θέματα, ένα νέο ενθουσιασμό και διάθεση για συζήτηση. Έτσι, ενώ ο οδηγός συνέντευξης ήταν πολύ κοντά με τον οδηγό που χρησιμοποίησα στις ομάδες εστίασης, πολλά και νέα και εμπλουτισμένα διαφορετικά στοιχεία βγήκαν στην επιφάνεια. Ακόμα, σε κάποιες περιορισμένες περιπτώσεις, όπου τα παιδιά στο σπίτι τους ένιωθαν κάπως άβολα, οι συζητήσεις στις ομάδες εστίασης τα έλυσαν και εκφράστηκαν έτσι πιο άνετα, παραστατικά και με περισσότερο χιούμορ.

Οι πιο πάνω παρατηρήσεις πιθανόν να είναι αναμενόμενες, αφού οι συζητήσεις στις ομάδες εστίασης δίνουν την ευκαιρία στον/στην ερευνητή/ρια να αποκτήσει

σημαντικές πληροφορίες μέσα από τη δυναμική και την αλληλεπίδραση της ομάδας, ενώ ταυτόχρονα οι συμμετέχοντες/ουσες είναι πολύ πιθανόν να είναι πιο άνετοι/ες και συνεπώς να εκφράσουν σε μεγαλύτερο βαθμό τις απόψεις και τα συναισθήματά τους. Επιπρόσθετα, το μοίρασμα, η ανταλλαγή απόψεων και εμπειριών στο θέμα συχνά οδηγεί τον/την ερευνητή/ρια στην εξερεύνηση του θέματος με τρόπους απροσδόκητους (Burgess κ.ά., 2006).

Παρόλα αυτά οι ομάδες εστίασης παρουσιάζουν και μειονεκτήματα. Ένα βασικό μειονέκτημα είναι ότι κάποια μέλη της ομάδας είναι πιθανόν να κυριαρχούν στη συζήτηση, αποθαρρύνοντας άλλα μέλη να εκφράσουν την άποψη τους, η σύνθεση της ομάδας πιθανόν να είναι προβληματική, ο/η ερευνητής/ρια είναι πιθανόν να αντιμετωπίσει δυσκολίες στο χειρισμό της ομαδικής συζήτησης, ενώ προβλήματα πιθανόν να προκύψουν από τη μαγνητοφώνηση και απομαγνητοφώνηση των δεδομένων (Burgess κ.ά., 2006). Επιπρόσθετα στις ομάδες εστίασης τα άτομα μπορεί να εκφράσουν διαφορετικές απόψεις/θέσεις από ότι θα έκαναν σε μια ατομική συζήτηση. Προσπάθησα να καλύψω τις πιο πάνω δυσκολίες, διενεργώντας τη συλλογή δεδομένων με ποικίλα μέσα: ατομικές συνεντεύξεις, παρατηρήσεις, σημειώσεις πεδίου.

Στις ομάδες εστίασης ακολουθούσα τις ίδιες ερωτήσεις που υπήρχαν στον οδηγό συνέντευξης, με εξαίρεση τις πιο εναλλακτικές και βιωματικές δραστηριότητες (π.χ. τα wardrobe audits) που διενεργήθηκαν μόνο κατά τις επισκέψεις μου στο υπνοδωμάτιο των παιδιών. Παρόλα αυτά οι συζητήσεις έπαιρναν πολύ ελεύθερη μορφή, ενώ προσπαθούσα να μην καθοδηγώ με το ύφος ή τα σχόλιά μου τη συζήτηση, αλλά να αφήνω την πρωτοβουλία στα παιδιά να οδηγούν τη συζήτηση, αποκαλύπτοντας όσο το δυνατόν πιο πλούσια δεδομένα σε εμένα (Burgess κ.ά., 2006). Όπως οι Burgess κ.ά. αναφέρουν, μια καλή ομάδα εστίασης αποτελείται λιγότερο από τον/την ερευνητή και περισσότερο από τους/τις συμμετέχοντες/ουσες, αφού η έμφαση πρέπει να τοποθετείται στις πληροφορίες, τις σκέψεις και τις εμπειρίες των δευτέρων. Οι συζητήσεις είχαν μαγνητοφωνηθεί και στη συνέχεια απομαγνητοφωνηθεί, με τον ίδιο τρόπο που εξηγείται στις συνεντεύξεις.

Παρατήρηση και σημειώσεις πεδίου, φωτογραφίες

Πέρα από τα δεδομένα που είχα συλλέξει από τις συνεντεύξεις, τις ομάδες εστίασης και τις επισκέψεις στα υπνοδωμάτια, είχα συλλέξει δεδομένα και μέσω της μεθόδου της παρατήρησης. Οι παρατηρήσεις διεξάχθηκαν κυρίως στην αυλή του σχολείου όπου δίδασκα, κατά τη διάρκεια κάποιων διαλειμμάτων, σε σχολικές εκδρομές και σε σχολικές δραστηριότητες όπως ημέρες ταλέντων και γιορτές. Επίσης έκανα κάποιες παρατηρήσεις

σε κοινωνικές δραστηριότητες των παιδιών του οικογενειακού μου περιβάλλοντος, όπως παιδικά πάρτι και οικογενειακές συγκεντρώσεις. Οι παρατηρήσεις ήταν ημιδομημένες, υπήρχε δηλαδή εστίαση σε υπό μελέτη θέματα και κάποιες προκαθορισμένες κατηγορίες παρατήρησης, όχι όμως με αυστηρό τρόπο.

Οι παρατηρήσεις προσθέτουν στην πιο λεπτομερή και περιγραφική κατανόηση του ευρύτερου συγκειμένου μέσα σε ένα φυσικό ανθρώπινο-κοινωνικό πλαίσιο, στο οποίο λάμβαναν χώρα τα υπό μελέτη φαινόμενα, ενώ ταυτόχρονα προσφέρουν πρόσβαση στις δραστηριότητες, τις αυθόρμητες συμπεριφορές και τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των συμμετεχόντων, στη λεκτική, αλλά και μη λεκτική επικοινωνία τους/δράση τους (Patton, 1986). Στην περίπτωση της δικής μου έρευνας, οι παρατηρήσεις πρόσθεσαν στην καταγραφή των συνηθειών και των αντιλήψεων των παιδιών όσον αφορά τις πρακτικές ομορφιάς σε φυσικά περιβάλλοντα και χρόνο και μέσα από αυθόρμητες αλληλεπιδράσεις.

Κατά τη διάρκεια των παρατηρήσεων κρατούσα σημειώσεις πεδίου, με σκοπό τη συλλογή πλούσιων και περιγραφικών πληροφοριών όσον αφορά το φυσικό πλαίσιο, τις δραστηριότητες και τις ενέργειες των συμμετεχόντων/ουσών, τα διάφορα γεγονότα, τις αλληλεπιδράσεις των συμμετεχόντων/ουσών και την επικοινωνία τους—λεκτική και μη λεκτική. Σε αυτές κατέγραφα, επίσης, τις δικές μου εντυπώσεις, σκέψεις, συναισθήματα, διλήμματα και εντάσεις σε σχέση με όσα παρατηρούσα. Τα στοιχεία αυτά ήταν σημαντικά γιατί κατέγραφα αυθεντικά, αληθινά περιστατικά και γεγονότα που έδιναν μεγαλύτερο νόημα, σάρκα και οστά, σε όσα τα παιδιά περιγραφικά και θεωρητικά μου ανέφεραν στις συνεντεύξεις και στις ομάδες εστίασης.

Εκπαιδευτική παρέμβαση

Ένας άλλος τρόπος συλλογής δεδομένων ήταν και οι εκπαιδευτικές παρεμβάσεις, οι οποίες σχεδιάστηκαν με διπλό στόχο: από τη μια να λειτουργήσουν ως μια άλλη ευκαιρία ομαδικής συζήτησης σε ένα παιδαγωγικό πλαίσιο, αλλά ταυτόχρονα και ως προσφορά της ερευνήτριας στην κοινότητα που τη φιλοξένησε ερευνητικά. Έτσι, σχεδίασα μια εκπαιδευτική παρέμβαση, την οποία πραγματοποίησα σε τρία σχολεία—ένα σε αστική, ένα σε ημιαστική και ένα σε αγροτική περιοχή. Η παρέμβαση απευθυνόταν σε παιδιά της Στ' τάξης, εκτός από την περίπτωση του αγροτικού σχολείου, το οποίο λειτουργούσε με συμπλέγματα, έτσι η διδασκαλία έγινε σε παιδιά Ε' και Στ' τάξης. Η δραστηριότητα εντασσόταν στο μάθημα των Ελληνικών και είχε χωριστεί σε δύο μέρη/επισκέψεις, όπου το κάθε ένα είχε διάρκεια 80 λεπτών. Σκοπός της παρέμβασης ήταν η καλλιέργεια ικανοτήτων κριτικής σκέψης των παιδιών μέσα από θέματα φύλου και ομορφιάς,

αναδεικνύοντας ζητήματα έμφυλων και ανισοτήτων. Για τη συμμετοχή των παιδιών στη συγκεκριμένη διδασκαλία είχα ζητήσει τη συγκατάθεση των γονιών/κηδεμόνων, μέσα από το έντυπο συνειδητής συναίνεσης, στο οποίο τους πληροφορούσα τον σκοπό της έρευνας και τη διαδικασία της διδασκαλίας. Στη διδασκαλία συμμετείχαν μόνο όσα παιδιά είχαν επιστρέψει το έντυπο με υπογραφή από τους γονείς/κηδεμόνες τους.

Οι δραστηριότητες (βλ. Παράρτημα Δ για την πορεία εργασίας) σχεδιάστηκαν με στόχο να επιτρέψουν στα παιδιά να έχουν ενεργό ρόλο και την ίδια στιγμή να είναι αναπτυξιακά κατάλληλες. Για αυτό στις δραστηριότητες υπήρχε ανάληψη ρόλων, εργασία σε ομάδες και χρήση εποπτικοποιημένων μέσων. Επίσης τα παιδιά εξέφραζαν τις απόψεις τους, τόσο μέσω του λόγου, προφορικού και γραπτού (π.χ. συζητήσεις, τηλεμαχία) όσο και με δραστηριότητες που βασίζονταν σε οπτικά ερεθίσματα (π.χ. ιδεοθύελλα, κολλάζ κλπ), δραστηριότητες που προσφέρουν πλούσια δεδομένα (Nomakhwezi & Wood, 2015). Χρησιμοποιώντας αυτή την προσέγγιση τα παιδιά συμμετέχουν ενεργά στην έρευνα, καθώς οι φωνές τους και η οπτική τους «ακούγονται», δίνοντάς τους την ευκαιρία να «πουν τη δική τους ιστορία» (Tay-Lim & Lim, 2013). Τα παιδιά με αυτές τις μεθόδους έρευνας αναγνωρίζονται ως όντα με εμπρόθετη δράση (Mannion, 2007).

Ο απώτερος στόχος των δραστηριοτήτων ήταν να δοθεί η ευκαιρία στα παιδιά να προβληματιστούν για τα θέματα αυτά, να εκφράσουν τις απόψεις τους και να έρθουν σε επαφή με θέματα κριτικού μιντιακού γραμματισμού τα οποία δεν συζητούνται συστηματικά στο σχολείο. Επειδή η θεματική αυτή είναι μεγάλη θεωρήθηκε ότι δεν υπήρχε λόγος για τυπικές μετρήσεις αλλαγής στάσεων «πριν» και «μετά» τη δραστηριότητα, οι οποίες χαρακτηρίζουν περισσότερο ποσοτικής φύσης έρευνες. Αντιθέτως η «αξιολόγηση» γινόταν καθ' όλη τη διάρκεια των παρεμβάσεων, ακούγοντας τη φωνή των παιδιών μέσα από τις συζητήσεις και τις διάφορες εργασίες, ενώ ως τελικό επιστέγασμα της παρέμβασης ήταν η τελική γραπτή εργασία «Ομορφιά για μένα, ομορφιά για τα ΜΜΕ» και το σχετικό κολλάζ. Σκοπός μου, εξάλλου, στη συγκεκριμένη παρέμβαση δεν ήταν η μέτρηση και αξιολόγησή της με αυστηρούς όρους, αλλά η συλλογή δεδομένων για την κατανόηση της έννοιας της ομορφιάς από τα παιδιά μέσα σε ένα διαφορετικό πλαίσιο, αυτό της σχολικής τάξης, στο οποίο τέτοια θέματα είναι συνήθως παραμελημένα.

Όσον αφορά την καλλιέργεια ικανοτήτων κριτικής σκέψης, αυτή επιτυγχάνεται μέσω μιας μακράς, συνεχόμενης και συστηματικής πορείας, συνεπώς δεν θεώρησα ότι με μια παρέμβαση των δύο συναντήσεων θα μπορούσα να αλλάξω ή να επηρεάσω δραστικά τον τρόπο σκέψης των παιδιών. Ωστόσο, αυτό στο οποίο αποσκοπούσα ήταν να δώσω κάποια αρχικά ερεθίσματα και προβληματισμούς στα παιδιά, να τα «ταρακουνήσω», σκαλίζοντας στο μυαλό τους την ιδέα της κριτικής αντιμετώπισης των μηνυμάτων

ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ και τη βιομηχανία ομορφιάς κι εντοπίζοντας τρόπους αλληλεπίδρασης των παιδιών με αυτά.

Ανάλυση Δεδομένων

Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποίησα τις απομαγνητοφωνήσεις και τις σημειώσεις πεδίου από τις συνεντεύξεις, τις επισκέψεις στα υπονομάτια των παιδιών, τις ομάδες εστίασης, τις παρατηρήσεις και τις εκπαιδευτικές παρεμβάσεις. Αρχικά είχα διαβάσει όλο το υλικό που είχα συλλέξει και τις σημειώσεις πεδίου που είχα κρατήσει, με σκοπό τη διαμόρφωση μιας γενικής ιδέας και την αναγνώριση των πιο βασικών πληροφοριών και θεματικών που προκύπτουν από αυτά, καθώς και την καταγραφή αρχικών σημειώσεων και ιδεών για την κωδικοποίηση που θα ακολουθήσει. Στη συνέχεια, είχα προσδιορίσει τη μονάδα ανάλυσης, επιλέγοντας τις λέξεις, όπου ήταν εφικτό, ή τις προτάσεις.

Όσον αφορά την ανάλυση των δεδομένων είχα χρησιμοποιήσει το λογισμικό NVIVO. Για την ανάλυση είχα ακολουθήσει τη στρατηγική συνεχούς σύγκρισης (constant comparative method) που προτείνουν οι Maykut και Morehouse (1994):

Βήμα 1: Επαγωγική κωδικοποίηση και ταυτόχρονη σύγκριση μονάδων πληροφοριών (ΜΠ). Σε αυτό το στάδιο είχα προχωρήσει σε συστηματική ανάγνωση και κωδικοποίηση του υλικού με σκοπό την ανάπτυξη κωδικών για κατηγοριοποίηση των δεδομένων. Είχα δουλέψει επαγωγικά, δημιουργώντας τους κωδικούς από τα ίδια τα δεδομένα. Κάτι τέτοιο αποσκοπεί στη σύμπτυξη του όγκου των ποιοτικών δεδομένων και στην απόδοση νοήματος σε τμήματα των δεδομένων. Είχα ξεκινήσει με μια αρχική ιδέα-κωδικό –αυτά ήταν οι «ετικέτες» που χρησιμοποίησα για απόδοση νοήματος σε μονάδες δεδομένων- και κάθε φορά που εντόπιζα μια νέα ΜΠ τη συνέκρινα με την αρχική ιδέα-κωδικό. Εάν ταίριαζε με αυτή, την τοποθετούσα στον ήδη υπάρχοντα κωδικό, διαφορετικά δημιουργούσα έναν καινούριο κωδικό. Υπήρχαν περιπτώσεις όπου μια ΜΠ ταίριαζε σε περισσότερους από ένα κωδικό. Οι κωδικοί αναθεωρούνταν συνεχώς κατά τη διάρκεια της ανάγνωσης, διαγράφοντας κάποιους, προσθέτοντας κάποιους άλλους ή επαναδιατυπώνοντας τους. Οι κωδικοί ήταν σε κάποιες περιπτώσεις *emic* (προέρχονταν άμεσα από τα λεγόμενα των υποκειμένων) ή κάποιες φορές *etic* (είχαν δημιουργηθεί από εμένα) (βλ. Παράρτημα Ε για την ενδεικτική κωδικοποίηση των δεδομένων).¹

¹ Στο μοντέλο των Maykut και Morehouse (1994), στο «Βήμα 2» γίνεται ραφινάρισμα των κωδικών, όπου διατυπώνονται κανόνες συμπερίληψης για τις ΜΠ που ανήκουν στον ίδιο

Βήμα 3: Διερεύνηση σχέσεων και μοτίβων μεταξύ των κωδικών με σκοπό την ανάπτυξη κατηγοριών – θεμάτων. Αφού εντόπισα μοτίβα, συγκλίσεις και αποκλίσεις στους κωδικούς τους οργάνωσα σε ευρύτερες κατηγορίες – θέματα. Οι βασικές κατηγορίες/θέματα που προέκυψαν αφορούσαν την υλική διάσταση της ζωής των παιδιών, πρακτικές παιδιών, ιδανικά ομορφιάς και συγκρότηση φύλου.

Καθ' όλη τη διάρκεια των πιο πάνω διαδικασιών κρατούσα σημειώσεις/memos. Στις σημειώσεις μου συμπεριλάμβανα σχόλια που αφορούσαν τη συλλογή δεδομένων, αρχικές σκέψεις για την ανάλυση των δεδομένων, σκέψεις για τη διασύνδεση των κωδικών, εναλλακτικές υποθέσεις και ερμηνείες, αδιέξοδα και προβληματισμούς, συναισθήματα για την πορεία της έρευνας.

Βήμα 4: Ενσωμάτωση των δεδομένων και παρουσίαση των αποτελεσμάτων, λαμβάνοντας υπόψη τα ερευνητικά μου ερωτήματα. Τα δεδομένα σε αυτή τη φάση συνδέονται αρμονικά σε αφηγηματική μορφή, ώστε να αποδώσουν το φαινόμενο που μελετάται.

Αξιοπιστία και εγκυρότητα

Προκειμένου να διασφαλίσω την αξιοπιστία της έρευνας μου τριγωνοποίησα τα δεδομένα μου (Creswell, 2003). Προχώρησα τόσο σε μεθοδολογική τριγωνοποίηση (χρήση διαφορετικών μεθόδων για μελέτη του ίδιου θέματος), όσο και σε τριγωνοποίηση από τους συμμετέχοντες/ούσες (χρήση ίδιων ερωτήσεων σε διαφορετικούς συμμετέχοντες/ούσες) (Cohen κ.ά., 2000). Ακόμα χρησιμοποιούσα τις απομαγνητοφωνήσεις και τις σημειώσεις πεδίου για συνεχή ανάκριση των προκαταλήψεων μου ως ερευνήτρια, ώστε τα ευρήματα να είναι πιο ακριβή (Robson, 2002).

Τα πιο πάνω, ωστόσο, αποτελούν παραδοσιακά κριτήρια για μεθοδολογική επάρκεια και εγκυρότητα, τα οποία θέτονται από το θετικισμό και την ποσοτική προσέγγιση στην έρευνα, προσεγγίσεις που απαντούν το ερώτημα της εγκυρότητας με όρους αξιοπιστίας (reliability), με βάση δηλαδή την επαναληψιμότητα και τη γενίκευση (Altheide & Johnson, 1994). Οι Altheide και Johnson προτείνουν μια προσέγγιση εγκυρότητας στην εθνογραφική ποιοτική έρευνα σε πιο ανθρωπιστικό και ηθικό πλαίσιο, η οποία λαμβάνει σοβαρά υπόψη τη φύση του ανθρώπινου και πολιτισμικού κοινωνικού

κωδικό. Εγώ παρέβλεπα το βήμα αυτό, θεωρώντας ότι δεν θα εξυπηρετούσε σε μεγάλο βαθμό την έρευνά μου.

πλαisiού. Μιλούν για τον αναλυτικό ρεαλισμό (analytic realism), κατά τον οποίο ο κοινωνικός κόσμος είναι ένας κόσμος που ερμηνεύεται από τα υποκείμενα που μελετούμε, από τον ερευνητή κι από την προσπάθεια να παρουσιαστούν πιστά τα υπό μελέτη φαινόμενα. Αν και, όπως υποστηρίζουν, η εγκυρότητα μετρά για τον εθνογράφο, αναγνωρίζει ότι άλλοι ερευνητές σε διαφορετικές χρονικές στιγμές μπορεί να δημιουργήσουν διαφορετικές ερμηνείες. Το ζητούμενο για τον εθνογράφο δεν είναι απλά να δημιουργήσει μια «ιστορία», αλλά να επικοινωνήσει με τον αναγνώστη για το πλαίσιο και την κατάσταση. Για τον εθνογράφο είναι σημαντικό να παραθέτει τις διαδικασίες που έφτασε στη γνώση, να παράγει δηλαδή κείμενα που να εξηγούν πώς γνωρίζει αυτό που γνωρίζει, με άλλα λόγια να είναι ξεκάθαρος για τη βάση των ισχυρισμών του. Σύμφωνα με τους Altheide και Johnson, είναι σημαντικός ο τρόπος με τον οποίο γίνεται αφήγηση των ιστοριών, κατά την οποία είναι πολύ χρήσιμο να γίνεται παράθεση των ερευνητικών μας εμπειριών και ιδεών, αλλά και οι ισχυρισμοί μας να γίνονται μέσα από ξεκάθαρους τρόπους (αναφορές, αποσπάσματα, vignettes), κάτι που αποτέλεσε τη βάση μου στην παρουσίαση των «ιστοριών» μου στη διατριβή αυτή.

Ακόμα, σύμφωνα με τους Altheide και Johnson, τα διάφορα πολιτισμικά μηνύματα παίρνουν νόημα μέσα από τις περιστάσεις, συνεπώς για μια έγκυρη ερμηνεία και κατανόηση είναι σημαντική η κατανόηση του πλαisiού. Για τον λόγο αυτό, πέρασα αρκετό χρόνο στο πεδίο της έρευνας, μια σημαντική παράμετρος που προσφέρει πλούσια δεδομένα, συμβάλλει στην αντίληψη των πολλαπλών νοημάτων και των οπτικών κι είναι δυνατό να περιορίσει τις προκαταλήψεις του ερευνητή/ριας.

Αναμενόμενα Προβλήματα

Ένα από τα προβλήματα που ανέμενα να αντιμετωπίσω ήταν οι πιθανές προκαταλήψεις των γονιών και των παιδιών και η προσπάθεια τους να με εντυπωσιάσουν ή να με ικανοποιήσουν με τις απαντήσεις τους ως ερευνήτρια, χωρίς να δίνουν ειλικρινείς απαντήσεις ή αποκρύβοντας στοιχεία που θα πίστευαν ότι ίσως δέχονταν κάποια κριτική. Για να αποφύγω παραπλανητικές πληροφορίες συνέλεξα δεδομένα που αφορούσαν τα παιδιά μέσα από πολλαπλά πλαίσια και με ποικιλία μεθόδων (συνεντεύξεις, επισκέψεις στο υπνοδωμάτιο, ομάδες εστίασης, εκπαιδευτικές παρεμβάσεις, παρατήρηση), ώστε να αποκτήσω αξιόπιστες πηγές και να τριγωνοποιήσω τα δεδομένα μου.

Ένα σημαντικό θέμα που προκύπτει στις μελέτες παιδικότητας είναι η «γεφύρωση του χάσματος» μεταξύ του λόγου των παιδιών και των ενήλικων μελετητών/ριών. Για αυτό

είναι βασικό οι ενήλικοι μελετητές που μελετούν τις ζωές των παιδιών να αποφεύγουν εξουσιαστικές και patronizing στάσεις απέναντι στα παιδιά, ενώ είναι αναγκαία η εμπλοκή των παιδιών στην έρευνα ως ισότιμοι συμμετέχοντες (Komulainen, 2007). Προκειμένου να καλύψω το κενό που συνδέεται με την άνιση σχέση εξουσίας που υπάρχει μεταξύ ενήλικα-ερευνητή/ριας και παιδιών- συμμετεχόντων/ουσών, μεγάλο μέρος της έρευνας μου αποτελείτο από παιδοκεντρικές μεθόδους έρευνας, όπως έχω αναλύσει πιο πάνω. Με αυτό τον τρόπο ως ερευνήτρια έδωσα την ευκαιρία στα παιδιά να γίνουν συνεργάτες μου στη γνώση και στην έρευνα, αυξάνοντας την ατζεντική τους θέση σε αυτήν (Spyrou, 2011). Σύμφωνα με τον Spyrou, είναι σημαντικό για τον ερευνητή/ρια να πλησιάσει όσο γίνεται την κουλτούρα των συνομηλίκων και να περιορίσει τα «ενήλικα» του/της χαρακτηριστικά και εξουσία που τον/την αποστασιοποιούν από τα παιδιά. Για αυτό στις συνεντεύξεις ντυνόμουν πολύ απλά και νεανικά, ενώ αφιέρωνα μεγάλο μέρος στα αρχικά στάδια της συνέντευξης για να δημιουργήσω φιλικό και οικείο κλίμα και να «σπάσω τον πάγο», αφήνοντας τα παιδιά να εκφραστούν ελεύθερα για διάφορα θέματα και δείχνοντας μεγάλο ενδιαφέρον και ενθουσιασμό για τα σχόλιά τους, ανταποκρινόμενη με χαμόγελο και φιλική διάθεση.

Είχα επίσης την ανησυχία ότι ίσως να υπήρχε άβολο κλίμα και έλλειψη οικειότητας με τους γονείς στο χωριό, τόσο λόγω της θέσης μου ως δασκάλα στο σχολείο του χωριού, όσο και λόγω του χαμηλού μορφωτικού τους επιπέδου, το οποίο πιθανόν να τους έκανε να νιώθουν άβολα –κάτι που παρατήρησα να συμβαίνει, ειδικά στις πρώτες μου συνεντεύξεις στο χωριό, όπου οι γονείς δεν είχαν ιδέα τι να περιμένουν από την επίσκεψή μου. Για αυτό πριν ξεκινήσει η συνέντευξη επεδίωκα συζητήσεις καθημερινές και φιλικές για διάφορα άλλα θέματα, ώστε να ζεσταθεί το κλίμα και οι γονείς να λυθούν και να μιλήσουν πιο ελεύθερα.

Ένα άλλο πρόβλημα που είχα να αντιμετωπίσω αφορούσε τις αρκετά χρονοβόρες επισκέψεις μου στο σπίτι των οικογενειών, οι οποίες έπρεπε να προγραμματιστούν στον πολύ περιορισμένο ελεύθερο τους χρόνο. Το πρόβλημα αυτό ήταν ακόμα πιο έντονο στις επισκέψεις μου στο χωριό, στις οποίες είχαμε τον επιπλέον περιορισμό της απόστασης από το χώρο διαμονής μου. Συνεπώς οι επισκέψεις θα ήταν πολύ πιο βολικό να προγραμματιστούν νωρίς το απόγευμα, μετά το σχολάσμα. Ωστόσο, με καλό προγραμματισμό και καλή διάθεση και ενημερώνοντας τους γονείς για τη σημαντικότητα της έρευνας αυτό το πρόβλημα είχε ξεπεραστεί, διενεργώντας τις επισκέψεις απογεύματα ή σαββατοκύριακα.

Κάποια δυσκολία, επίσης, είχα αντιμετωπίσει για την είσοδο μου στα σχολεία για την εκπαιδευτική παρέμβαση. Η πίεση της διδακτέας ύλης είναι τεράστια για τους

εκπαιδευτικούς, το πρόγραμμα των σχολείων είναι συνήθως βαρυφορτωμένο με επισκέψεις και δραστηριότητες, ενώ η χρονική στιγμή της επίσκεψής μου συνέπιπτε με το τέλος της σχολικής χρονιάς, όπου γινόταν η προετοιμασία για την τελική γιορτή. Επιπλέον, κάποιοι/ες διευθυντές/ριες μου αρνήθηκαν την είσοδο, ανησυχώντας για την «προσωπική» φύση της έρευνας μου και τις πιθανές αντιδράσεις από τους γονείς, παρόλο που τους είχα ενημερώσει για την κατοχή της αντίστοιχης άδειας από το Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού. Στο τέλος κατάφερα να προγραμματίσω τις επισκέψεις μου σε σχολεία όπου γνώριζα καλά άτομα ιθύνοντες σε αυτά (διευθύντρια, βοηθός διευθύντρια), ενώ έκανα την παρέμβαση και στο δικό μου σχολείο, μετά από συνεννόηση με το διευθυντή μου, αφού είχε προηγηθεί ενημέρωση για το σκοπό της έρευνας, τη φύση της παρέμβασης και τα οφέλη της προς τα παιδιά.

Ζητήματα Ηθικής

Τα θέματα ηθικής στην έρευνα σκοπό έχουν να εμποδίσουν οτιδήποτε επιβλαβές και εσφαλμένο στην έρευνα, προωθώντας το σεβασμό και τη δικαιοσύνη σε αυτήν. Όσον αφορά την έρευνα που μελετά ανθρώπινα υποκείμενα απαιτείται όπως ο/η ερευνητής/ρια ακολουθεί τις τέσσερις βασικές αρχές ηθικής στην κοινωνική έρευνα: ενημέρωση και συναίνεση από τους συμμετέχοντες/ούσες, προσοχή ώστε η έρευνα να μην προκαλεί κάποιο κακό στους συμμετέχοντες/ούσες, να μην εισβάλλει στην ιδιωτικότητά τους και αποφυγή δόλου/απάτης (Bryman, 2008).

Όσον αφορά τη βασική αρχή της ενημέρωσης και συγκατάθεσης από τους συμμετέχοντες/ούσες για τη συμμετοχή τους, αυτά αποτελούν τυπικό πρωτόκολλο στην έρευνα. Για αυτό στην έρευνά μου οι συμμετέχοντες/ούσες είχαν ενημερωθεί για τον σκοπό και τις διαδικασίες της έρευνας, αρχικά τηλεφωνικά (προκειμένου να ορίσουμε ραντεβού για τη συνάντησή μας, εάν επιθυμούσαν συμμετοχή στην έρευνα), ενώ στη συνάντησή μας ενημερώνονταν γραπτώς μέσα από το έντυπο συνειδητής συναίνεσης (βλ. Παράρτημα Ζ για τα έντυπα συνειδητής συναίνεσης για συμμετοχή σε συνέντευξη και διδασκαλία). Στο έντυπο έδινα πληροφορίες για το σκοπό της έρευνας, ο οποίος περιγραφόταν με ειλικρίνεια, αλλά και με κάποιο βαθμό ασάφειας (“truthful but vague”) (Taylor & Bogdan, 1984), προκειμένου η πλήρης αποκάλυψη να μην επηρεάσει την έκβαση της έρευνας. Μέσα από το έντυπο πληροφορούσα τους γονείς για το σκοπό και το περιεχόμενο της έρευνας, χωρίς όμως να γνωρίζουν το πλαίσιο μέσα στο οποίο θα ερμήνευα τις πληροφορίες. Συνειδητά επίσης αποφάσισα να μην αναφέρω εγώ στο έντυπο ή στην ενημέρωση έννοιες με πιθανώς φορτισμένο περιεχόμενο, όπως

«σεξουαλικοποίηση», «σέξι», «όμορφος/η», καθώς τέτοιες έννοιες ίσως να μην ήταν σημαντικές για τα παιδιά ή για τους γονείς, συνεπώς περίμενα να δω αν θα προέκυπταν μέσα από τον δικό τους λόγο, προκειμένου να μην τους προϊδεάσω ή να τους υποβάλω να μιλήσουν για αυτά. Στο έντυπο, επίσης, πληροφορούσα τους/τις συμμετέχοντες/ούσες για τις διαδικασίες που θα ακολουθούσαν, τα κριτήρια επιλογής, τα πιθανά οφέλη ή ταλαιπωρίες για τους συμμετέχοντες/ούσες, τα δικαιώματά τους (π.χ. εθελοντική συμμετοχή και δυνατότητα απόσυρσης σε οποιοδήποτε στάδιο της έρευνας), διαβεβαιώσεις για ανωνυμία και εμπιστευτικότητα, διευκρινίσεις για τη διάχυση των αποτελεσμάτων, τους τρόπους διαχείρισης των παρεχομένων πληροφοριών-δεδομένων και αποτελεσμάτων, ενώ παραχωρούσα στοιχεία επικοινωνίας μαζί μου για οποιαδήποτε απορία/διευκρίνηση. Αφού έδυνα χρόνο στους συμμετέχοντες/ούσες να μελετήσουν προσεκτικά το έντυπο, στη συνέχεια, αν συμφωνούσαν, το υπέγραφαν. Επειδή η έρευνα αφορούσε τη συμμετοχή των παιδιών, λάμβανα την άδεια για συμμετοχή από τους κηδεμόνες τους.

Όσον αφορά τις εκπαιδευτικές παρεμβάσεις, πριν ξεκινήσω την έρευνα είχα υποβάλει Αναλυτικό Σχέδιο Έρευνας στο Κέντρο Εκπαιδευτικής Έρευνας και Αξιολόγησης (ΚΕΕΑ) του Υπουργείου Παιδείας και Πολιτισμού της Κύπρου από το οποίο είχα λάβει επίσημη άδεια (βλ. Παράρτημα Η), η οποία μου επέτρεπε την είσοδο για έρευνα σε σχολεία της Κύπρου. Στη συνέχεια, επικοινωνούσα τηλεφωνικά με τους διευθυντές/ριες, τους/τις ενημέρωνα για το σκοπό και τις διαδικασίες της έρευνας και -σε περίπτωση που έδειχναν ενδιαφέρον για την έρευνα- τους έστελνα ηλεκτρονικά την επίσημη άδεια από το ΚΕΕΑ, καθώς και τα έντυπα συνειδητής συναίνεσης, τα οποία θα στέλνονταν στους γονείς των μαθητών/ριών για να δηλώσουν ενδιαφέρον για συμμετοχή.

Η ανωνυμία και η εμπιστευτικότητα όσον αφορά τα δεδομένα των συμμετεχόντων/ουσών αποτελεί τη νόρμα στη διεξαγωγή της έρευνας. Προσωπικές πληροφορίες όσον αφορά τους συμμετέχοντες/ούσες είχαν κρατηθεί εμπιστευτικές και τα δεδομένα τα κρατούσα με εχεμύθεια σε ασφαλές μέρος. Προκειμένου να εξασφαλίσω προστασία των συμμετεχόντων/ουσών από την ταύτιση/αναγνώριση, χρησιμοποίησα ψευδώνυμα, ενώ κράτησα ανώνυμα τα σχολεία, δίνοντας ως μοναδική πληροφορία το δημογραφικό τους χαρακτηριστικό. Όσον αφορά τις φωτογραφίες, θόλωνα τα πρόσωπα των παιδιών στις περιπτώσεις όπου αυτές θα παρουσιάζονταν δημοσίως, π.χ. στη διατριβή αυτή, σε παρουσιάσεις σε συνέδρια κλπ.

Ένα από τα ηθικά διλήμματα της έρευνας ήταν το κατά πόσο ο διπλός μου ρόλος ως δασκάλα και ως ερευνήτρια (όσον αφορά τα παιδιά στο χωριό) θα δημιουργούσε πίεση για συμμετοχή παιδιών και γονέων, η οποία δεν θα υπήρχε υπό άλλες περιστάσεις. Από τη

μια τα παιδιά μπορεί να ήθελαν να συμμετέχουν για να με ευχαριστήσουν και από την άλλη οι γονείς να με προσκαλούσαν στο σπίτι τους γιατί μπορεί να σκέφτονταν ότι, αν δεν το έκαναν, τότε δεν θα ήμουν «θετική» με τα παιδιά τους. Αντιλήφθηκα, όμως, ότι οι κυριότερες ανησυχίες των γονέων δεν ήταν με το θέμα της πιθανόν ευνοϊκής συμπεριφοράς μου, αλλά με το αν θα μπορούσαν οι ίδιοι να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις μια «συνέντευξης». Με άλλα λόγια, μόλις αντιλήφθηκαν ότι η συζήτηση μας είχε ως επίκεντρο τις δικές τους απόψεις και ότι δεν υπήρχαν «λάθος» απαντήσεις, τότε ξανοίγονταν περισσότερο. Έτσι, το στάτους μου ως εκπαιδευτικός συνέβαλε σημαντικά στην ευκολότερη πρόσβαση στο πεδίο, αλλά και στο κτίσιμο μεγαλύτερης εμπιστοσύνης και οικειότητας με τα παιδιά και τους γονείς.

Επίσης, όπως ανέφερα προηγουμένως, ενώ είχα την ανησυχία ότι πιθανόν να «εισέβαλλα αδιάκριτα» στον προσωπικό χώρο και στις ζωές των παιδιών, με χαρά διαπίστωσα ότι τα παιδιά δεν αντιλαμβάνονταν με τέτοιο τρόπο τις επισκέψεις μου, αντιθέτως έδειχναν τεράστιο ενδιαφέρον και χαρά για τις συζητήσεις μας, πιθανόν γιατί σπάνια τους δίνεται η ευκαιρία για συζήτηση τέτοιων θεμάτων, τα οποία και κατέχουν σημαντικό ρόλο στην καθημερινότητά τους. Σε κάποιες περιπτώσεις υπήρξαν μαμάδες που ήθελαν να είναι παρούσες στις συζητήσεις στα υπνοδωμάτια, κάτι που πιθανόν να έκαναν είτε με σκοπό τον έλεγχο της κατάστασης, είτε απλά επειδή έδειχναν ενδιαφέρον για το θέμα και την έρευνα. Στις περιπτώσεις που αυτό έγινε το αναφέρω στην παράθεση των αποτελεσμάτων.

Ένα άλλο θέμα ηθικής που προέκυψε στην έρευνα σχετίζεται τη χρήση του κοινωνικού δικτύου του Facebook από τα παιδιά, όπου το κατώτερο όριο ηλικίας για δημιουργία λογαριασμού είναι τα δεκατρία έτη. Στην πορεία της έρευνας φάνηκε ότι πολλά παιδιά κάτω των δεκατριών ετών είχαν λογαριασμό στο Facebook παράνομα. Το θέμα αυτό με προβλημάτισε, αλλά στη συνέχεια αποφάσισα να μην «καταγγείλω» το θέμα αυτό στους γονείς, εφόσον αντιλήφθηκα ότι το γεγονός ήταν εις γνώσιν τους κι ότι μάλιστα πολλές φορές οι ίδιοι οι γονείς είχαν βοηθήσει τα παιδιά να δημιουργήσουν το λογαριασμό. Σε κάποιες περιπτώσεις μάλιστα, έβαζαν ως «αποδεικτικό στοιχείο» ηλικίας άνω των δεκατριών, τη χρονολογία γέννησης των ιδίων -της μητέρας ή του πατέρα δηλαδή. Αρκετές φορές, ακόμα, οι γονείς μου ανέφεραν ότι γνώριζαν τον κωδικό πρόσβασης του λογαριασμού, προσπαθώντας έτσι να κρατήσουν τον έλεγχο. Επίσης μέσα από τις συζητήσεις με τα παιδιά είχα αντιληφθεί ότι δεν εμπλέκονταν σε επικίνδυνες πρακτικές, οι οποίες να παραβιάζουν με κάποιο τρόπο τα δικαιώματά και την ιδιωτικότητά τους. Έτσι, ενώ η παράνομη χρήση του Facebook από παιδιά με προβλημάτισε, στο τέλος αποφάσισα να μην θίξω το θέμα αυτό στους γονείς, μη θέλοντας να «αστυνομεύσω» τις

επιλογές τους, αλλά και γιατί θεώρησα –με βάση τα όσα παιδιά και γονείς μου είχαν πει– ότι η χρήση του γίνεται με έλεγχο και χωρίς ιδιαίτερο κίνδυνο. Ωστόσο, έδρασα πιο ενεργά μέσα από την εκπαιδευτική παρέμβαση και τις δραστηριότητες που έκανα με τα παιδιά, συζητώντας εις βάθος και δίνοντάς τους τα εφόδια για κριτική εμπλοκή και χρήση των κοινωνικών δικτύων.

Η αναστοχαστική ερευνήτρια

Το θέμα της «ομορφιάς» με απασχολεί προσωπικά. Με ενδιαφέρει να είμαι «όμορφη» και για αυτό στην καθημερινότητά μου ακολουθώ κάποιες τάσεις της μόδας, σπαταλώ λεφτά σε προϊόντα ομορφιάς, μακιγιάρομαι, φοράω ψηλοτάκουνα παπούτσια, διαβάζω περιοδικά μόδας. Θαυμάζω επίσης διασημότητες για τη στυλάτη εξωτερική τους εμφάνιση και αρκετά συχνά περνώ χρόνο στο διαδίκτυο «κλέβοντας» ιδέες από αυτές. Θεωρώ ότι η αίσθηση που ένα άτομο δίνει μέσα από την εξωτερική του εμφάνιση και ιδιαίτερα μέσα από το ντύσιμο του και τις πρακτικές ομορφιάς που ακολουθεί καθρεφτίζει σε κάποιο βαθμό στοιχεία της προσωπικότητας και του εαυτού. Έχω ταυτόχρονα, όμως, συνείδηση της σκληρής και καταπιεστικής φύσης των «τέλειων» προτύπων ομορφιάς—ειδικά για γυναίκες—της χειραγωγικής φύσης των ΜΜΕ και της βιομηχανίας ομορφιάς σε σχέση με τα πρότυπα ομορφιάς και τα υψηλά ποσοστά περιστατικών ανορεξίας, χαμηλής αυτοπεποίθησης που πηγάζουν από αυτά.

Την πολυπλοκότητα και τα διλήμματα του ζητήματος σε πολλαπλές διαστάσεις αναδεικνύει η φεμινιστική θεωρία σε σχέση με τη γυναικεία ομορφιά. Στη σχετική θεωρία προβάλλεται κατά κύριο λόγο μια διαφορούμενη στάση και τοποθέτηση, στον ένα πόλο της οποίας η ομορφιά εκλαμβάνεται ως καταπίεση και στον άλλο πόλο ως παράγοντας ευχαρίστησης και γυναικείας ενδυνάμωσης. Ο τρόπος προσέγγισης της ομορφιάς από τη φεμινιστική θεωρία αντικατοπτρίζει σε μεγάλο βαθμό τη δική μου διαφορούμενη στάση και προβληματισμούς. Με τον τρόπο αυτό η διατριβή απέκτησε προσωπικό ενδιαφέρον και μου έδωσε επιπλέον πρόκληση και κίνητρο για τη διερεύνηση σχετικών θεμάτων.

Το θέμα της «ομορφιάς» γίνεται ακόμα πιο πολύπλοκο στο πλαίσιο της παιδικότητας. Τόσο στον χώρο εργασίας μου, το σχολείο, όσο και στο οικογενειακό μου πλαίσιο παρατηρούσα παιδιά με έντονο ενδιαφέρον και απόψεις όσον αφορά τη μόδα και την ομορφιά: παιδιά με στυλ μοντέρνο, σέξι, αθλητικό, “cool”, “trendy”, ακριβό, «πριγκιπικό». Παρατηρήσεις που με έκαναν να αναρωτιέμαι για το βαθύτερο νόημα που αυτά φέρουν για τα παιδιά, αλλά και για τον τρόπο με τον οποίο οι γονείς τους καθορίζουν αυτές τις παραμέτρους στη ζωή τους. Συχνά, ακόμα, στα (διεθνή) ΜΜΕ αναπτύσσονται

συζητήσεις σχετικά με τη σεξουαλικοποίηση της παιδικότητας (κυρίως των κοριτσιών), κατά πόσο αυτή οδηγεί σε επικίνδυνα μονοπάτια, συζητήσεις για το πρόωρο τέλος της παιδικότητας ή την έξαρση του καταναλωτισμού. Υπήρχε λοιπόν στο μυαλό μου ένα έντονο προσωπικό δίλημμα και προβληματισμός για τους τρόπους πρόσληψης των θεμάτων που σχετίζονται με την «ομορφιά» από τα παιδιά. Από τη μια, θέλοντας να κρατήσω το μυαλό μου ανοικτό και με αισιόδοξη οπτική, ήθελα να πιστεύω ότι τα παιδιά λειτουργούν ως agents που με εμπρόθετη δράση ελέγχουν τις επιλογές τους, αλλά, από την άλλη, αναλογιζόμουν τους διάφορους κινδύνους που προκύπτουν από τη σεξουαλικοποίηση και εκμετάλλευση των παιδιών. Όλα αυτοί οι προβληματισμοί αποτέλεσαν θέματα με ενδιαφέρον για εμένα, τα οποία θεώρησα σημαντικό να μελετήσω ενδελεχώς, κατευθείαν μέσα από τα μάτια των παιδιών και των πιο άμεσα εμπλεκόμενων ενηλίκων, των γονιών τους. Ξεκινώντας, επίσης, να μελετώ τη σχετική βιβλιογραφία και να συζητώ με την ακαδημαϊκή μου σύμβουλο, το ενδιαφέρον μου ενισχύθηκε, συνειδητοποιώντας την περιορισμένη έρευνα που υπάρχει στα θέματα αυτά, παρά το γεγονός ότι το φαινόμενο και «πρόβλημα» που διερευνά είναι πραγματικά σημαντικό, υπαρκτό, επηρεάζοντας τις ζωές τόσων παιδιών/εφήβων σε διεθνές επίπεδο.

Ωστόσο, αν και τα θέματα ομορφιάς και σεξουαλικότητας φαίνεται να αποτελούν τόσο μεγάλο κεφάλαιο στις ζωές των παιδιών, ως δασκάλα παρατήρησα ότι το εκπαιδευτικό μας σύστημα δεν καταπιάνεται καθόλου με θέματα αυτά. Ακόμα και στις περιορισμένες περιπτώσεις όπου στα παιδιά διδάσκονται θέματα σε σχέση με το φύλο και τη σεξουαλικότητα, η έμφαση τοποθετείται κυρίως στο σωματικό και φυσικό στοιχείο και υγιεινή, παραμελώντας άλλες όψεις των θεμάτων που σχετίζονται με την κοινωνική τους όψη. Επιπρόσθετα, μέσα από την εκπαίδευση δεν αξιοποιείται η φεμινιστική θεώρηση στα θέματα αυτά, αναπτύσσοντας θεματικές ενότητες, δραστηριότητες και πρακτικές που να εκπαιδεύουν τα παιδιά να αναπτύξουν τις κατάλληλες αντιστάσεις και κριτική στάση στα προβαλλόμενα από τα ΜΜΕ μηνύματα και πρότυπα ομορφιάς.

Σύμφωνα με τον Maxwell (2005), η έρευνα είναι σημαντικό να πληρεί προσωπικούς, πρακτικούς και θεωρητικούς στόχους. Στην προκειμένη περίπτωση η έρευνα αυτή κάλυψε τους προσωπικούς μου στόχους, εσωτερικά κίνητρα και προσδοκίες, αφού μου έδωσε την ευκαιρία να μελετήσω εις βάθος ένα θέμα με προσωπικό ενδιαφέρον που αντιμετωπίζω σε καθημερινό επίπεδο. Η έρευνα αυτή κάλυψε πρακτικούς στόχους, μιας και συμβάλλει στην κατανόηση των κοινωνιολογικών φαινομένων της κατανάλωσης, της εμπλοκής με τη βιομηχανία ομορφιάς, ενώ φέρει συνέπειες στην κατανόηση τη χάραξη εκπαιδευτικής πράξης και πολιτικής σε σχέση με την καλλιέργεια κριτικής σκέψης στα θέματα αυτά. Η έρευνα ακόμα κάλυψε θεωρητικούς στόχους, αφού βασικό της στόχο

και συνεισφορά της αποτελεί η σύνδεση της φεμινιστικής θεωρίας σε σχέση με την ομορφιά και τη σεξουαλικοποίηση της παιδικότητας με εμπειρίες από την καθημερινότητα των παιδιών, κάνοντας με άλλα λόγια τη θεωρία να παίρνει σάρκα και οστά μέσα από τα μάτια των παιδιών και των γονιών τους.

Τέλος, θέματα υποκειμενικότητας είναι πολύ σημαντικά για την έρευνα. Όπως κι οι περισσότεροι ερευνητές, αντιμετώπισα τη δυσκολία της αποστασιοποίησης από τα λεγόμενα των συμμετεχόντων/ουσών. Ωστόσο, προσέγγισα την ανάλυση των δεδομένων έχοντας επίγνωση των θεμάτων υποκειμενικότητας και κάνοντας προσπάθειες να αντιμετωπίσω την υποκειμενικότητα μου, κυρίως μέσω των συζητήσεων που έκανα με την ακαδημαϊκή μου σύμβουλο, η οποία έβλεπε τα δεδομένα με ανεξάρτητη ματιά.

Συζήτηση Αποτελεσμάτων

«Η Ομορφιά... Παίζει Ρόλο». Εξερευνώντας την «Ομορφιά» Μέσα από την Οπτική των Παιδιών

Ομορφιά και Παιδιά: Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Στο σημείο αυτό θα γίνει μια βιβλιογραφική ανασκόπηση από έρευνες που μελετούν τη μετάδοση ιδανικών ομορφιάς σε παιδιά από σημαντικούς κοινωνικοποιητικούς πολιτισμικούς παράγοντες στη ζωή τους, όπως τα ΜΜΕ και το πλαίσιο των συνομηλίκων. Στην πορεία θα παρατεθούν έρευνες σχετικά με την κατανόηση των παιδιών σε σχέση με τα πρότυπα ομορφιάς. Φαίνεται, ωστόσο, να υπάρχει περιορισμένη έρευνα σχετικά με τα ιδεώδη ομορφιάς που μεταφέρονται στα παιδιά μέσα από πολιτισμικούς παράγοντες (Northup & Liebler, 2010) και του τρόπου με τον οποίο τα παιδιά διαπραγματεύονται, επηρεάζονται από τα μηνύματα αυτά (Herbozo κ.ά., 2004· McGladrey, 2014). Είναι επίσης περιορισμένη η βιβλιογραφία σχετικά με την κατανόηση της οπτικής των παιδιών όσον αφορά τη δική τους νοηματοδότηση σε σχέση με τα ιδανικά ομορφιάς (McGladrey, 2014), ενώ οι λιγοστές έρευνες που υπάρχουν εστιάζουν κυρίως σε έφηβες και νεαρές ενήλικες γυναίκες (Bettie, 2003· de Vries κ.ά., 2014· McGladrey, 2014· Pomerantz, 2008· Zaslou, 2009), αφήνοντας έξω μικρότερα παιδιά και ιδιαίτερα τα αγόρια (Hargreaves & Tiggemann, 2006).

Κοινωνικο-Πολιτισμικοί Παράγοντες Προώθησης Προτύπων Ομορφιάς

Πρότυπα ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ. Διάφορες έρευνες έχουν δείξει τη σημασία των κοινωνικο-πολιτισμικών παραγόντων και ιδιαίτερα των ΜΜΕ στη διατήρηση, μετάδοση και ενθάρρυνση πολιτισμικών ιδεωδών ομορφιάς στις δυτικές κοινωνίες (Baker-Sperry & Grauerholz 2003· Dittmar, 2009· Levine & Murnen, 2009· Northup & Liebler, 2010). Ο ρόλος των ΜΜΕ έχει εξεταστεί κυρίως στον τρόπο με τον οποίο η προώθηση προτύπων ομορφιάς για άντρες και γυναίκες είναι αναπόσπαστο μέρος της προώθησης καταναλωτικής κουλτούρας. Ωστόσο, μεγαλύτερη έμφαση δίνεται στα θηλυκά ιδανικά ομορφιάς και στο πώς κορίτσια και γυναίκες ωθούνται να αφιερώσουν χρόνο, ενέργεια και χρήμα στην εξωτερική τους εμφάνιση. Οι έρευνες υποστηρίζουν ότι

και σε αυτό τον τομέα φανερώνεται η έμφυλη ανισότητα που αναπαράγεται μέσα από τα πολιτισμικά προϊόντα (Baker-Sperry & Grauerholz, 2003).

Συγκεκριμένα, πολύ στενά ορισμένα ιδανικά ομορφιάς τονίζονται και μεταφέρονται και στα παιδιά από πολύ νεαρή ηλικία, μέσω διάφορων πολιτισμικών προϊόντων, όπως παραμύθια, βίντεο και βιβλία, καρτούν, νεανικές σειρές, κούκλες κλπ, φανερώνοντας έτσι τη δυναμική σχέση που υπάρχει μεταξύ φύλου, εξουσίας και κουλτούρας, όσον αφορά την πολιτισμική και κοινωνική σημασία της ομορφιάς (Karuriyah, 2014). Για παράδειγμα, μέσα από διάφορες μορφές ΜΜΕ που απευθύνονται σε παιδιά και έφηβους τονίζεται το λευκό ιδεώδες ομορφιάς. Η ομορφιά συνδέεται άμεσα με τη λευκότητα τόσο σε κλασικά παραμύθια (Baker-Sperry & Grauerholz, 2003), όσο και σε σειρές και προγράμματα που προβάλλονται από νεανικά κανάλια, όπως το Disney Channel και το Nickelodeon (Northup & Liebler, 2010). Είναι ενδιαφέρον ότι το δυτικό, λευκό πρότυπο ομορφιάς επικρατεί και σε ταινίες μη δυτικών παραγωγών, όπως για παράδειγμα στις ταινίες Tamil², όπου τα τελευταία χρόνια προβάλλονται όλο και πιο συχνά πιο λευκές, ανοικτόχρωμες και νέες γυναίκες ηθοποιοί. Ωστόσο, κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει με τους άνδρες συμπρωταγωνιστές τους, για τους οποίους δεν αναμένεται να ακολουθούν στενά ορισμένα πρότυπα ομορφιάς (Karuriyah, 2014).

Όσον αφορά τα πρότυπα ομορφιάς σε σχέση με το σώμα, συχνά μέσα από τα ΜΜΕ τονίζεται το ιδεώδες του λεπτού σώματος κυρίως για τα κορίτσια και το πρότυπο του μυώδους σώματος για τα αγόρια. Έμφαση στο λεπτό ιδεώδες ως το πιο ελκυστικό δίνεται μέσα από δημοφιλή παιδικά βίντεο και βιβλία (Herbozo κ.ά., 2004), αλλά και μέσα από σειρές νεανικών καναλιών, όπως το Disney Channel και το Nickelodeon. Στις σειρές αυτές το λεπτό σώμα αποτελεί τη νόρμα κυρίως όσον αφορά τους νεαρότερους χαρακτήρες, ενώ υπάρχει έλλειψη προβολής κοριτσιών με αθλητικό στυλ, ενδυναμώνοντας έτσι την ιδέα ότι η θηλυκή ομορφιά δεν συμβαδίζει με τον αθλητισμό (Northup & Liebler, 2010). Το μη ρεαλιστικά λεπτό σώμα μεταφέρεται επίσης μέσα από δημοφιλείς κούκλες, όπως οι κούκλες Barbie και Ken, οι οποίες δεν αντιπροσωπεύουν τα πραγματικά σώματα νεαρών κοριτσιών και αγοριών, αφού παρουσιάζονται πολύ πιο λεπτές από τον μέσο άνδρα και μέση γυναίκα (Norton κ.ά., 1996).

Επίσης, τα αγόρια και οι νεαροί άνδρες στις δυτικές κοινωνίες εκτίθενται, μέσω των ΜΜΕ, στο πολιτισμικό πρότυπο του ιδεατού ανδρικού σώματος, το οποίο είναι πολύ πιο μυώδες από αυτό του μέσου άνδρα (Pope κ.ά., 2000). Το πρότυπο του μυώδους

² Η βιομηχανία κινηματογράφου Tamil παράγει ταινίες που γυρίζονται στη γλώσσα Tamil στην πολιτεία της Ινδίας Tamil Nadu. Συχνά χρησιμοποιείται ο όρος “Kollywood” για να περιγράψει τη βιομηχανία αυτή, ως αντίστοιχος του όρου “Hollywood”.

σώματος μεταφέρεται μέσα από δημοφιλείς ανδρικές φιγούρες δράσης και παιχνιδιών, οι οποίες είναι μη ρεαλιστικά μύθους τα τελευταία 20-30 χρόνια (Pope κ.ά., 1999). Κάτι παρόμοιο συμβαίνει και στις ταινίες του Χόλιγουντ, όπου οι άνδρες ηθοποιοί, ειδικά σε ταινίες δράσης, παρουσιάζονται όλο και πιο μύθους (Pope κ.ά., 2000).

Αυτά τα πολιτισμικά μηνύματα που παιδιά και έφηβοι δέχονται από τα ΜΜΕ σε σχέση με τα πρότυπα ομορφιάς είναι δυνατό να επηρεάσουν την επιθυμία τους για λεπτό σώμα (Levine & Harrison, 2002), συνδέονται συχνά με διάφορες διατροφικές διαταραχές στους άνδρες και δυσαρέσκεια σε σχέση με το σώμα (Pope κ.ά., 1999· Pope κ.ά., 2000), Επιπλέον, είναι πιθανόν να οδηγήσουν σε αυξημένη επένδυση σε πρακτικές ομορφιάς (Herbozo & Thompson, 2006· Slevec & Tiggemann, 2010), όπως πρακτικές για απώλεια βάρους ή για κτίσιμο μύθους σώματος (White & Halliwell, 2010), οι οποίες μπορεί να έχουν αρνητικές συνέπειες για την υγεία τους.

Μια άλλη γραμμή έρευνας λόγου ανέλυσε την ηθικοποίηση της ομορφιάς και τη σύνδεσή της με ηθικές αρετές, προωθώντας το μήνυμα ότι «η ομορφιά είναι καλή» (beauty is good). Μέσα από ανάλυση παραμυθιών (Baker-Sperry & Grauerholz, 2003) και καρτούν (Herbozo κ.ά., 2004) φάνηκε ότι η ομορφιά ενδοξοποιείται, αμείβεται και συνδέεται με την οικονομική άνεση, την καλοσύνη, την ηθική και την αγνότητα, ενώ η ασχήμια συνδέεται με την κακία και τιμωρείται. Η ομορφιά επιβραβεύεται ακόμα και σε νεανικές τηλεοπτικές σειρές. Χαρακτήρες ελκυστικοί και με λεπτό σώμα είναι πιο πιθανόν να λάβουν θετικά σχόλια και ενίσχυση από άλλους χαρακτήρες στις σειρές (Fouts, 1999· Northup & Liebler, 2010), ενώ οι θηλυκοί ελκυστικοί χαρακτήρες καταφέρνουν να κερδίζουν τη σημασία των αγοριών και της «ανδρικής ματιάς» (Northup & Liebler, 2010). Από την άλλη, χαρακτήρες με εναλλακτική εμφάνιση (π.χ. γότθοι, χοντροί) θεωρούνται κακοί, τρομακτικοί κι αποφεύγονται (Northup & Liebler, 2010).

Όσον αφορά απεικονίσεις κοριτσιών από δημοφιλή ΜΜΕ μέσα από το μεταφεμινιστικό πλαίσιο του girl power, συνήθως υπάρχει μια ποικιλία αναπαραστάσεων. Άλλες φορές τα ενδυναμωμένα κορίτσια παρουσιάζονται ως κακά, υπερσεξουαλικά και ladettes κι άλλες φορές να επιτυγχάνουν την τελειότητα σε διάφορους τομείς, να είναι σκληρά, γενναία και επαναστατικά. Ωστόσο, αν και παρουσιάζονται μέσα από ποικιλία λόγων, δεν ξεφεύγουν από την καταπιεστική συγκρότηση φύλου, φυλής, τάξης που προωθεί την ετεροκανονικότητα και την υποχρεωτική ετεροσεξουαλικότητα (Currie κ.ά., 2009).

«Κουλτούρες εμφάνισης» στο δίκτυο των συνομηλίκων. Εκτός από τα ΜΜΕ, οι συνομηλικοί αποτελούν επίσης σημαντική κοινωνικο-πολιτισμική επιρροή σε σχέση με τη μεταφορά νορμών και προσδοκιών για την ιδεώδη εικόνα του σώματος και τα πρότυπα ομορφιάς (Hutchinson & Rapee, 2007· Lawler & Nixon, 2011). Ιδιαίτερα- στο δίκτυο των συνομηλίκων και στο σχολικό περιβάλλον αναπτύσσονται οι «κουλτούρες εμφάνισης» (appearance cultures), οι οποίες αποτελούν σημαντική όψη της καθημερινότητας των παιδιών στο σχολείο (Carey κ.ά., 2010) και σημαντικό πλαίσιο ενσωμάτωσης κοινωνικοπολιτισμικών προτύπων ομορφιάς για τα παιδιά (Clark & Tiggemann, 2006· Jones & Crawford, 2006). Αυτές συμπεριλαμβάνουν συζητήσεις σχετικά την εμφάνιση, επιτήρηση, κριτική και πειράγματα από συνομηλίκους, καθώς και έκθεση σε ΜΜΕ που επικεντρώνονται στην εμφάνιση (Jones κ.ά., 2004).

Οι έρευνες αυτές φανερώνουν ότι η σημασία που αποδίδεται στην εμφάνιση ποικίλει αναλόγως της παρέας. Έτσι, οι ιδιαίτερα «δημοφιλείς» παρέες δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την εμφάνιση τους, δείχνοντας ότι η ελκυστική εμφάνιση εξισώνεται με την κοινωνική αποδοχή από τους συνομηλίκους και αποτελεί ένδειξη κοινωνικής ιεραρχίας. Μια πολύ διαδεδομένη δραστηριότητα στις παρέες των εφήβων είναι οι συζητήσεις, η κριτική και το κουτσομπολιό σε σχέση με την εμφάνιση των συνομηλίκων, φανερώνοντας την έντονη επιτήρηση και ρύθμιση που υπάρχει σε σχέση με την εμφάνιση. Η επίγνωση του γεγονότος ότι τα θέματα αυτά συζητούνται τόσο έντονα στις παρέες, συχνά ενισχύουν την επιμονή για συμμετοχή στην κουλτούρα ομορφιάς, η οποία συχνά μπορεί να μετατραπεί και σε αυτο-επιτήρηση και αυτο-ρύθμιση του σώματος (Carey κ.ά., 2010).

Ακόμη, παιδιά που ανήκουν σε παρέες που δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην εμφάνιση και που συζητούν συχνά σχετικά θέματα, τείνουν να δείχνουν αυξημένη επιθυμία για υιοθέτηση νορμών και ιδανικών ομορφιάς (Jones κ.ά., 2004). Όσον αφορά τις έμφυλες διαφορές τα έφηβα κορίτσια φαίνεται να συζητούν θέματα εμφάνισης πιο συχνά στις παρέες και να ανησυχούν για την απώλεια βάρους (Jones κ.ά., 2004· Jones & Crawford, 2006· Murray κ.ά., 1995), ενώ τα αγόρια συζητούν πιο συχνά για τη μυϊκή ενδυνάμωση (Jones & Crawford, 2006). Οι συχνές συζητήσεις σχετικά με την εμφάνιση στο πλαίσιο της παρέας τείνουν να αυξάνουν τη δυσαρέσκεια σε σχέση με το σώμα, καθώς και την εμπλοκή σε πρακτικές απώλειας βάρους (Clark & Tiggemann, 2006· Jones κ.ά., 2004· Lawler & Nixon, 2011). Η επιτήρηση, η κριτική και τα πειράγματα στις παρέες των συνομηλίκων, επίσης συνδέονται με τη δυσαρέσκεια στο σώμα σε αγόρια και κορίτσια (Barker & Galambos, 2003· Jones κ.ά., 2004· Lawler & Nixon, 2011). Τέλος, κορίτσια που

έρχονται πιο συχνά σε επαφή στο πλαίσιο της παρέας με ΜΜΕ που δίνουν έμφαση στην εμφάνιση, όπως περιοδικά μόδας και ομορφιάς, πιο ενεργά ακολουθούν τα προωθούμενα ιδανικά και νόρμες ομορφιάς (Britton κ.ά., 2006), κάτι που συχνά οδηγεί σε αύξηση της ανησυχίας για το σώμα και την ελκυστική εμφάνιση (Dunkley κ.ά., 2001).

Ομορφιά Μέσα από την Οπτική των Παιδιών

Πρότυπα και πρακτικές ομορφιάς. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, υπάρχει περιορισμένη έρευνα σχετικά με την εκτίμηση των ιδανικών ομορφιάς από παιδιά, ενώ οι περισσότερες σχετικές έρευνες εστιάζουν σε κορίτσια. Μέσα από την παράθεση περιορισμένων ερευνών που θα γίνει παρακάτω, φαίνεται ότι το ιδανικό ομορφιάς για τα παιδιά στηρίζεται σε αρκετά στενά ορισμένα πρότυπα σώματος και ομορφιάς.

Μέσα από μελέτη ζωγραφιών για τη θηλυκή ομορφιά από παιδιά ηλικίας 6-9 ετών στην Κίνα και στις ΗΠΑ, φάνηκαν πολιτισμικές διαφορές που έχουν να κάνουν με τα τοπικά ιδεώδη (Wang, 2014). Στις ΗΠΑ, οι «όμορφες» γυναίκες παρουσιάζονται συνήθως με ξανθά μαλλιά, μπλε μάτια, μακριές βλεφαρίδες, σαρκώδη χείλη, χρωματιστά ρούχα και κοσμήματα, ενώ παιδιά στην Κίνα ζωγράφισαν πιο συχνά γυναίκες με μαύρα μαλλιά, ανοιχτόχρωμη επιδερμίδα, σχιστά μάτια, μικρό στόμα και λεπτά χείλη, μακριά φορέματα, συνήθως σε άσπρο ή κόκκινο χρώμα. Η ερευνήτρια συμπεραίνει ότι τα πολιτισμικά ιδεώδη και αξίες φαίνεται να έχουν μεγαλύτερη επιρροή στα παιδιά, όμως εκεί που τα ΜΜΕ είναι πιο ενταγμένα στην τοπική κοινότητα, φαίνεται να έχουν επιρροή στην εννοιοδότηση ενός κυρίαρχου τύπου ομορφιάς από τα παιδιά.

Οι έρευνες δείχνουν επίσης ότι το λευκό ιδεώδες αποτελεί, ειδικά για τα κορίτσια, σύμβολο ομορφιάς. Στην έρευνα της Azzarito (2009), η πλειοψηφία των παιδιών υποστήριξε ότι είναι “color blind” κι ότι το χρώμα της επιδερμίδας δεν παίζει ρόλο στην ομορφιά. Τα αποτελέσματα όμως έδειξαν ότι αυτό ήταν μια «πολιτικά ορθή» δήλωση, αφού στην πορεία επέδειξαν το λευκό σώμα ως ιδανικό. Ακόμα και έγχρωμα κορίτσια θεωρούν ως ιδεώδες ομορφιάς το λευκό σώμα και δέρμα ή ως μέσο με το οποίο μπορούν να κερδίσουν τη σημασία των αγοριών (Oliver & Lalik, 2004). Επίσης, κορίτσια στο Εκουαδόρ, θεωρούν ως θηλυκό πρότυπο ομορφιάς το λευκό ιδεώδες με καυκασιανά χαρακτηριστικά, πρότυπο που προωθείται πιο έντονα από κυρίαρχα, παγκοσμιοποιημένα ΜΜΕ (De Casanova, 2004· Rahier, 1998). Το ιδανικό σχήμα σώματος για κορίτσια μεταξύ 11-18 ετών διαθέτει καμπύλες, μεγάλα οπίσθια και γοφούς, λεπτή μέση, πλούσιο στήθος και μακριά πόδια. Ωστόσο, αν και θεωρούν πολύ σημαντική την ελκυστική εξωτερική εμφάνιση και φαίνεται να επηρεάζονται από κοινωνικοπολιτισμικά μηνύματα που

προέρχονται από τα ΜΜΕ, στην καθημερινότητα τους διαθέτουν την ικανότητα να εξετάζουν κριτικά τα πρότυπα ομορφιάς και να μην επιζητούν την «τελειότητα» που προωθείται από τα ΜΜΕ. Έτσι ενώ στη θεωρία έχουν ως πρότυπο ομορφιάς το λευκό ευρωπαϊκό ιδεώδες, στην πράξη, στην καθημερινότητα τους, εκτιμούν τα χαρακτηριστικά ομορφιάς της φυλής τους, ενώ ταυτόχρονα δίνουν έμφαση στον «όμορφο» εσωτερικό κόσμο και την προσωπικότητα του ατόμου, στην καθαριότητα και στο προσωπικό στυλ (De Casanova, 2004).

Το ψηλό και λεπτό σώμα θεωρείται για κάποια κορίτσια ως το πιο ελκυστικό (Azzarito, 2009· Carey κ.ά., 2010· Herbozo κ.ά., 2004), ενώ συχνά φαίνεται να έχουν ως πρότυπο διασημότητες με το σώμα αυτό που απεικονίζονται σε περιοδικά (Carey κ.ά., 2010). Σε άλλη έρευνα (McGladrey, 2014), τα κορίτσια ορίζουν το «σωστό» σχήμα σώματος ως το «κανονικό» (“just-right”), το οποίο δεν είναι ούτε παχύσαρκο, αλλά ούτε και λιποβαρές, ενώ κορίτσια που θεωρούν τον εαυτό τους λιποβαρή επιθυμούν να βάλουν κάποια κιλά. Τα κορίτσια στην ίδια έρευνα συνδέουν το «κανονικό» σώμα τόσο με την κοινωνική αποδοχή και την ομαλή προσαρμογή στο κοινωνικό σύνολο των συνομηλίκων (fit in), όσο και με θέματα υγείας. Οι Carey κ.ά. (2010) εντοπίζουν μια ενδιαφέρουσα σύνδεση της εικόνας του σώματος με την υγεία, αφού στη σχέση αυτή υπάρχει μια μεγάλη αντίφαση: αν και τα κορίτσια γνωρίζουν ότι η εμμονή με το βάρος δεν είναι υγιής, ωστόσο υπάρχει μια έντονη πεποίθηση ότι η διατήρηση του χαμηλού βάρους και κατά συνέπεια το λεπτό σώμα αποτελεί ένδειξη υγείας. Άρα η ανησυχία τους για υγεία, δημιουργεί ένα νομιμοποιημένο πλαίσιο για λεπτό σώμα, νομιμοποιώντας έτσι την επιτήρηση του μεγέθους του σώματος.

Η επίτευξη του προτύπου της ιδανικής ομορφιάς σχετίζεται με ένα σετ καταναλωτικών πρακτικών και συμπεριφορικών συνηθειών, οι οποίες έχουν μετατραπεί σε μια ιδιαίτερα κερδοφόρα επιχείρηση, ιδιαίτερα σε ότι αφορά τα κορίτσια στην προεφηβεία. Τα κορίτσια γνωρίζουν ότι για την επίτευξη μιας «όμορφης» εμφάνισης απαιτείται μεγάλη προσπάθεια και πειθαρχία, διαφορετικά είναι πιθανόν να υπάρξουν κοινωνικές και φυσικές κυρώσεις, αναγνωρίζοντας έτσι την κοινωνική επιτήρηση που υπάρχει σε σχέση με την εμφάνιση (McGladrey, 2014). Η έρευνα της McGladrey έδειξε ότι κορίτσια στην προεφηβεία θεωρούν ότι για την επίτευξη του ιδανικού πρότυπου ομορφιάς είναι απαραίτητα η αγορά ελκυστικών και κατάλληλα συνδυασμένων ρούχων, το μακιγιάζ, η σωστή διατροφή και άσκηση (όχι όμως υπερβολικά), τα βουρτσισμένα μαλλιά, το καθαρό δέρμα και τα λευκά δόντια. Όσον αφορά το μακιγιάζ, τα κορίτσια θεωρούν ότι αυτό αποτελεί πρακτική που «ομορφαίνει» τις γυναίκες και με αυτό τον τρόπο δικαιολογούν τη χρήση μακιγιάζ από διάσημες γυναίκες στα ΜΜΕ. Ωστόσο, συχνά

εξέφρασαν σκεπτικισμό για το υπερβολικό μακιγιάζ, το οποίο θεωρούν κακόγουστο, και συχνά δείχνουν προτίμηση στην πιο φυσική εμφάνιση. Έτσι αν και θαυμάζουν πρότυπα ομορφιάς που προωθούνται από διασημότητες, συχνά ασκούν και κριτική για τις πρακτικές ομορφιάς που ακολουθούνται από αυτές και δεν είναι πάντοτε πρόθυμες να τις ακολουθήσουν. Συνεπώς, το ζήτημα δεν είναι αν τα κορίτσια γνωρίζουν καταναλωτικές πρακτικές και μοτίβα συμπεριφοράς για να πετύχουν το ιδανικό για αυτές πρότυπο ομορφιάς, αλλά ο βαθμός στον οποίο αποδέχονται ή απορρίπτουν αυτές τις πρακτικές για τη παραγωγή της δικής τους εικόνας. Όσον αφορά την επίτευξη του λεπτού ιδεώδους, η άσκηση και η δίαιτα θεωρούνται από τα κορίτσια ως απαραίτητες πρακτικές (Carey κ.ά., 2010· Lowes & Tiggemann, 2003). Πολλές φορές τα κορίτσια κάνουν δίαιτα σε παρέες, όχι μόνο ως μέσο απόκτησης του «σωστού» μέγεθος σώματος, αλλά και ως κοινή δέσμευση στο λεπτό ιδεώδες στο πλαίσιο της παρέας (Carey κ.ά., 2010).

Όσον αφορά την αντίληψη των αγοριών για το αρρενωπό ιδεώδες ομορφιάς, αγόρια 5-6 χρονών θεωρούν ως ιδεώδες το μεσόμορφο τύπο σώματος, δηλαδή ανδρικά σώματα με κανονικό βάρος σε σχήμα V –με μεγάλο άνοιγμα στους ώμους, φουσκωμένο στήθος και λεπτή μέση. Άνδρες με αυτό το σωματότυπο θεωρούνται πιο ελκυστικοί και κοινωνικά προνομιούχοι (Mishkind κ.ά., 1987). Και σε άλλες έρευνες φάνηκε ότι για τα αγόρια το ιδεατό σώμα, το οποίο αποτυπώνει πολιτισμικές νόρμες αρρενωπότητας, είναι το αθλητικό, τονωμένο, δυνατό σώμα, κάτι που συνεπάγεται με υψηλό στάτους στην κουλτούρα του σχολείου (Azzarito, 2009· Dittmar κ.ά., 2000· Hargreaves & Tiggemann, 2006· Pope κ.ά., 2000· Renold, 2004). Βασικά κίνητρα για την απόκτηση του σώματος αυτού αποτελούν οι καλύτερες επιδόσεις στα αθλήματα, η αυτοάμυνα και η ετεροσεξουαλική έλξη προς τα κορίτσια (Hargreaves & Tiggemann, 2006). Τα αγόρια συχνά εμπλέκονται και σε διάφορες πρακτικές για βελτίωση του σώματος, κυρίως με την εγγραφή τους στο γυμναστήριο. Δείχνουν επίσης ενδιαφέρον για την εξωτερική τους εμφάνιση, κυρίως για τα μαλλιά, την υγιή επιδερμίδα και τη μόδα (Hargreaves & Tiggemann, 2006). Ωστόσο, αν και η εξωτερική εμφάνιση και η εικόνα του σώματος είναι θέματα που ενδιαφέρουν τα αγόρια, υπάρχει ένα κοινωνικό ταμπού (Pope κ.ά., 2000) που τα κάνει διστακτικά να παραδεχτούν το ενδιαφέρον τους για την εξωτερική εμφάνιση ή την πιθανή δυσαρέσκειά τους για αυτή, θεωρώντας ότι είναι ένα ζήτημα που αφορά μόνο τα κορίτσια και τους γκέι (Hargreaves & Tiggemann, 2006).

Ηθική διάσταση στην εμφάνιση. Η πεποίθηση ότι «αυτό που είναι όμορφο είναι καλό» (Dion κ.ά., 1972) έχει επιβεβαιωθεί ερευνητικά και γνωρίζουμε επίσης ότι τα παιδιά

συνδέουν την ελκυστική εμφάνιση με την κοινωνική επιβράβευση. Φαίνεται ότι αυτό επηρεάζει τα παιδιά από την προσχολική ηλικία, αφού τείνουν να θεωρούν τους ελκυστικούς συνομήλικούς τους πιο φιλικούς και έξυπνους (Dion κ.ά., 1972). Πιο πρόσφατες έρευνες επιβεβαίωσαν ότι η παχυσαρκία συνδέεται με αρνητικά χαρακτηριστικά και τα παιδιά θεωρούν τους λιγότερο ελκυστικούς και παχύσαρκους συνομήλικους τους ως τεμπέληδες, λιγότερο χαρούμενους και λιγότερο δημοφιλείς (Tiggemann & Wilson-Barrett, 1998).

Όσον αφορά τα δημοφιλή κορίτσια, είναι αυτά που καταφέρνουν να ενσωματώσουν το δόγμα της εξιδανικευμένης, «τονισμένης» θηλυκότητας και της «κουλ» ταυτότητας και στάσης (Adler & Adler, 1992· Bloustien, 2003· Currie κ.ά., 2009). Κοινωνικά λοιπόν αμείβονται τα πιο «όμορφα» κορίτσια, αυτά που έχουν μακριά και ξανθά μαλλιά, που ασχολούνται ιδιαίτερα με την εμφάνιση τους, φορώντας τα κατάλληλα ρούχα και μακιγιάζ (Bloustien, 2003). Συνήθως τα δημοφιλή κορίτσια επιλέγουν ακριβά και επώνυμα ρούχα σχεδιαστών (Adler & Adler, 1992· Bloustien, 2003· Currie κ.ά., 2009), ενώ οι ενδυματολογικές τους προτιμήσεις φανερώνουν πολιτισμική γνώση, προσωπική επιλογή και συνήθως συνδέονται με κάποια συλλογική ταυτότητα ή με κάποια ασχολία ή μουσική προτίμηση, όπως π.χ. gothic style, χιπ χοπ (Bloustien, 2003).

Το σώμα επίσης αποτελεί σημαντικό στοιχείο της εμφάνισης που συμβάλλει στην κοινωνική αποδοχή και στάτους των κοριτσιών (Carey κ.ά., 2010). Έτσι, κορίτσια που διαθέτουν ψηλό και λεπτό σώμα, θεωρούνται πιο όμορφα, αλλά και πιο δημοφιλή (Bloustien, 2003· Carey κ.ά., 2010· Northup & Liebler, 2010), ενώ αντιθέτως, κορίτσια που αποκλίνουν από το «σωστό» σχήμα σώματος, δηλαδή είναι παχύσαρκες ή πολύ λεπτές, συχνά παρενοχλούνται και εξοστρακίζονται από τις παρέες (McGladrey, 2014).

Τα κορίτσια ακόμα γίνονται δημοφιλή μέσω της επίδειξης ενδιαφέροντος για συμμετοχή στη κουλτούρα του ρομάντζου με αγόρια, κάτι που θεωρείται σημαντική πηγή δύναμης και κοινωνικής κινητικότητας (Adler & Adler, 1992· Currie κ.ά., 2009). Δημοφιλή επίσης είναι τα κορίτσια που προέρχονται από ανώτερο κοινωνικο-οικονομικό επίπεδο, που διαθέτουν κοινωνικές δεξιότητες, ακαδημαϊκή επιτυχία (Adler & Adler, 1992) και αυτοπεποίθηση (Bloustien, 2003).

Παρόλα αυτά, ακόμα και τα πιο «δημοφιλή» και «όμορφα» κορίτσια βιώνουν ανασφάλειες, επιτήρηση και πίεση σε σχέση με την εμφάνιση και το σώμα τους, κάτι που θυμίζει το σεξουαλικό διπλό στάνταρτ που βιώνουν, αφού από τη μια φαίνεται να εξασκούν δύναμη και εμπρόθετη δράση μέσω της εμφάνισης τους, αλλά από την άλλη μετατρέπονται σε σεξουαλικό αντικείμενο που εξουσιοδοτεί την ανδρική ματιά (Currie

κ.ά., 2009). Επιπλέον φαίνεται να υπάρχει διαχωρισμός μεταξύ της «καλής» και «κακής δημοτικότητας», αφού στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν τα κορίτσια που, ενώ θεωρούνται δημοφιλή και cool, ωστόσο κάτι τέτοιο δεν τα κάνει απαραίτητα συμπαθή από τους συνομήλικους τους. Έτσι, πολλές φορές «όμορφα» κορίτσια χαρακτηρίζονται με αρνητικούς όρους και θεωρούνται ότι εμπλέκονται έντονα στο κουτσομπολιό και σε καυγάδες για τα αγόρια κι ότι χαρακτηρίζονται από υπεροψία, κακή συμπεριφορά, κακία κι επιθετικότητα (Currie κ.ά., 2009). Κάτι ανάλογο δεν φαίνεται να ισχύει για τα δημοφιλή αγόρια.

Όσον αφορά τα αγόρια στην προεφηβεία, αυτά πετυχαίνουν υψηλό στάτους συγκροτώντας εξιδανικευμένες μορφές αρρενωπότητας, κάτι που ορίζεται κυρίως με βάση την αθλητική τους επίδοση (Gilbert & Gilbert, 1998), τη σκληρότητα, την cool στάση και τις κοινωνικές δεξιότητες και την επιτυχία στις ετεροσεξουαλικές τους σχέσεις. Με άλλα λόγια τα αγόρια γίνονται δημοφιλή επιδεικνύοντας μια ώριμη, αυτόνομη και δυνατή εκδοχή αρρενωπότητας, που αποστασιοποιείται από θηλυκά χαρακτηριστικά και από την οικογενειακή και ενήλικη εξουσία και επιρροή (Adler & Adler, 1992· Currie κ.ά., 2009).

Σκοπός Κεφαλαίου και Ερευνητικά Ερωτήματα

Σκοπός του κεφαλαίου αυτού είναι η διερεύνηση της έννοιας της ομορφιάς μέσα από την οπτική των παιδιών, η ανάλυση των ιδανικών ομορφιάς και των διαφόρων νοημάτων που τα παιδιά αποδίδουν στην ομορφιά και η μελέτη της αλληλεπίδρασης των παιδιών με μηνύματα και προωθούμενα μοντέλα ομορφιάς που προέρχονται από τα ΜΜΕ κι από το κοινωνικοπολιτισμικό τους περιβάλλον. Απώτερο σκοπό αποτελεί η σύνδεση της φεμινιστικής θεωρίας για την ομορφιά και των βασικών διλημμάτων που την αφορούν με δεδομένα κι εμπειρίες που προκύπτουν από την οπτική των ίδιων των παιδιών.

Συγκεκριμένα, τα ερευνητικά ερωτήματα που προκύπτουν στο κεφάλαιο αυτό είναι τα εξής:

- 1) Ποια είναι για τα παιδιά τα ιδεώδη πρότυπα ομορφιάς και τα ιδανικά μοντέλα θηλυκότητας και αρρενωπότητας και με ποιες πρακτικές ομορφιάς και τρόπους συμπεριφοράς πιθανόν να εμπλέκονται με σκοπό την επίτευξή τους;
- 2) Πώς τα κορίτσια και τα αγόρια κατανοούν την έννοια της «ομορφιάς»; Τι σημαίνει για ένα παιδί η έννοια της «ομορφιάς» και με ποιες άλλες συμπεριφορές, αντιλήψεις και ικανότητες πιθανόν να συνδέεται;

- 3) Πώς η κατανόηση της έννοιας της ομορφιάς από τα παιδιά σχετίζεται με τα πρότυπα και τα μηνύματα απεικονίσεων ομορφιάς που τα παιδιά καταναλώνουν από τα ΜΜΕ;
- 4) Τι είδους ικανότητες αντιμετώπισης και εμπρόθετης δράσης διαθέτουν τα παιδιά όσον αφορά την πρόσληψη και διαχείριση των μηνυμάτων που προέρχονται από τα ΜΜΕ σε σχέση με τα μοντέλα ομορφιάς και σεξουαλικότητας;

Αποτελέσματα

«Αυτό Είναι η Ομορφιά»: Η «Ομορφιά» Μέσα από τα Μάτια των Παιδιών

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας έδειξαν ότι τα παιδιά στην προεφηβεία έχουν σχηματίζει καθαρή εικόνα για τα πρότυπα ομορφιάς που θεωρούν ως ιδεώδη, μιλώντας και περιγράφοντας τα με αρκετή λεπτομέρεια. Πολύ συχνά χαρακτήρισαν άτομα που θεωρούν ότι έχουν ελκυστική εξωτερική εμφάνιση ως «όμορφη/ος», «κούκλα/ος», «κουκλάρα», «θεά/ός». Αυτοί οι χαρακτηρισμοί αφορούσαν πρότυπα που προωθούνται από τα ΜΜΕ, κυρίως από την ποπ μουσική σκηνή (Katy Perry, Selena Gomez, Shakira, Jennifer Lopez, Justin Bieber, One Direction, Ντέμι), από τον χώρο του ποδοσφαίρου (David Beckham, Cristiano Ronaldo, Sergio Ramos), αλλά και ηθοποιούς που πρωταγωνιστούν σε καθημερινές κυπριακές σειρές. Άλλες φορές τα παιδιά μίλησαν για άτομα του περιβάλλοντος τους τα οποία θαυμάζουν για την όμορφη τους εμφάνιση, όπως φίλες και φίλους, δασκάλες και δασκάλους και ξαδέρφια. Όπως θα συζητηθεί παρακάτω, η έννοια της ομορφιάς παίρνει διάφορες διαστάσεις και γίνεται αντιληπτή μέσα από ένα μεγάλο πρίσμα. Αφορά τόσο φυσικά χαρακτηριστικά της εξωτερικής εμφάνισης του ατόμου, παίρνει καθαρά έμφυλη διάσταση και ορίζει σε μεγάλο βαθμό κυρίαρχα χαρακτηριστικά της θηλυκότητας και αρρενωπότητας. Η ομορφιά για τα παιδιά, όμως, δεν γίνεται αντιληπτή μόνο με φυσικούς όρους, αλλά πολύ συχνά λαμβάνει και ηθική διάσταση, όπου παρατηρείται και μια αμφιταλάντευση των παιδιών μεταξύ των θετικών και αρνητικών χαρακτηριστικών που τη συνοδεύουν.

Πρότυπα Ομορφιάς και Έμφυλες Υποκειμενικότητες

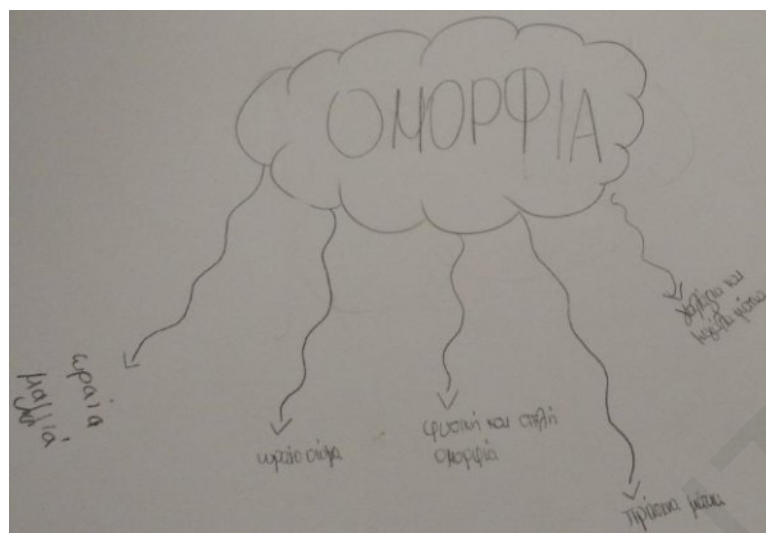
Η εικόνα που τα παιδιά διαμορφώνουν για τη φυσική διάσταση του ιδανικού προτύπου ομορφιάς συμπεριλαμβάνει στοιχεία που αφορούν τα μαλλιά, το πρόσωπο, το σώμα, την επιδερμίδα, την ηλικία, την ένδυση και τη φροντίδα της εξωτερικής εμφάνισης με

διάφορες πρακτικές. Στις περισσότερες περιπτώσεις, όπως θα φανεί από τα αποτελέσματα παρακάτω, τα παιδιά επιβεβαίωσαν κλασικές πολιτισμικές αναπαραστάσεις ομορφιάς που υπάρχουν στις δυτικές κοινωνίες, τονίζοντας το θηλυκό λεπτό ιδεώδες σώματος και το αρρενωπό ιδανικό του δυνατού και μυώδους σώματος και δίνοντας έμφαση σε ηγεμονικά ιδανικά ομορφιάς που τονίζουν τη νεότητα, το προνόμιο της λευκότητας με το λευκό δέρμα, τα ξανθά μαλλιά και τα ανοιχτόχρωμα μάτια. Φαίνεται, ακόμη, ότι η εμφάνιση αποτελεί σημαντικό εργαλείο στην αντίληψη εξιδανικευμένων μορφών έμφυλης ταυτότητας και σεξουαλικότητας.

Τα πιο κάτω αποτελέσματα προέκυψαν από τις ατομικές συνεντεύξεις με τα παιδιά, τις ομάδες εστίασης, αλλά και από συζητήσεις και εργασίες (ομαδική ιδεοθύελλα για την ομορφιά, φύλλο εργασίας για έμφυλα πρότυπα ομορφιάς, τελική εργασία που ήταν η συγγραφή ενός άρθρου και κολλάζ με θέμα «Ομορφιά για μένα, Ομορφιά για τα ΜΜΕ») που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια της εκπαιδευτικής παρέμβασης.



Εικόνες 1 και 2. Δραστηριότητα κολλάζ «Ομορφιά για εμένα» από τις εκπαιδευτικές παρεμβάσεις.



Εικόνα 3. «Ιδεοθύελλα Ομορφιάς» από την εκπαιδευτική παρέμβαση στην αστική περιοχή.

Όπως αναφέρθηκε και στο Κεφάλαιο 3, ως ερευνήτρια απέφευγα να αναφέρω πρώτη στις συζητήσεις όρους όπως «ομορφιά» ή «όμορφος/η», προκειμένου να δω εάν οι έννοιες αυτές όντως υπάρχουν στο λεξιλόγιο των παιδιών και κατά πόσο έχουν σημασία στη ζωή τους. Είναι αξιοσημείωτο ότι τις πλείστες φορές οι έννοιες αυτές προέκυπταν πολύ νωρίς στις συζητήσεις, προερχόμενες από τα ίδια τα παιδιά, φανερώνοντας την κεντρική θέση που η ομορφιά κατέχει στη ζωή και στις εμπειρίες τους. Χαρακτηριστικό περιστατικό που αποδεικνύει τη σημασία της ομορφιάς στην καθημερινότητα των παιδιών είναι το παρακάτω, το οποίο είχε προκύψει από το σχολείο στην αγροτική περιοχή και είχα καταγράψει στις σημειώσεις πεδίου:

Τρεις φίλες της Δ΄ τάξης, το διάλειμμα, με δική τους πρωτοβουλία, αποφάσισαν να δώσουν όνομα στην ομάδα τους (τα παιδιά στην τάξη τους κάθονταν σε ομάδες), ονομάζοντάς την: «Οδός Ομορφιάς 26». Ρωτώντας τις γιατί αποφάσισαν να ονομάσουν έτσι την ομάδα τους, η μια από τις τρεις μου απάντησε με νάζι και τινάζοντας τα μαλλιά της: «Επειδή μας αρέσει να είμαστε όμορφες». Ο αριθμός 26, όπως μου είχαν πει, προέκυψε από το άθροισμα των ηλικιών τους. Αργότερα, κάποια αγόρια, συμμαθητές τους, συνεχίζοντας την ιδέα αυτή, έφτιαξαν τη δική τους πινακίδα για την ομάδα τους με το όνομα «Οδός Μοτόρας 15».

(Απόσπασμα από σημειώσεις πεδίου από σχολείο αγροτικής περιοχής)



Εικόνα 4: Πινακίδα για την ομάδα τους από κορίτσια της Δ΄ τάξης σε σχολείο αγροτικής περιοχής.

Όσον αφορά τα σωματικά ιδεώδη ομορφιάς, φάνηκε ότι τα μαλλιά και το στυλ τους αποτελούν σημαντικό πολιτισμικό τεχνούργημα και πολύ σημαντικό μέρος της εμφάνισης του ατόμου (Gimlin, 1996· Weitz, 2001), αφού τόσο κορίτσια, όσο και αγόρια αναφέρθηκαν σε αυτά πολύ συχνά. Τα ιδεώδη μαλλιά για τα κορίτσια είναι κατά κύριο λόγο τα υγιή, καθαρά, συχνά ίσια, αλλά και κάποτε σγουρά, με ιδιαίτερη προτίμηση στα «φτιαγμένα», βαμμένα, στυλιζαρισμένα μαλλιά. Πολύ συχνά αναφέρθηκαν τα ξανθά μαλλιά ως ιδανικά, όμως σε αρκετές περιπτώσεις και τα σκούρα μαλλιά. Ιδιαίτερα τα μακριά μαλλιά αποτελούν σύμβολο θηλυκότητας, για αυτό στη συντριπτική τους πλειοψηφία τα παιδιά τα θεώρησαν ως απαραίτητο στοιχείο της εμφάνισης ενός «όμορφου» κοριτσιού. Χαρακτηριστικό είναι ότι κάποια παιδιά στην εκπαιδευτική παρέμβαση στο χωριό αντέδρασαν για τη συμπερίληψη της Ellen DeGeneres στη λίστα του περιοδικού People για τους 100 πιο όμορφους ανθρώπους, με κύριο επιχείρημα τα κοντά της μαλλιά, θεωρώντας ότι με τέτοιο κούρεμα δεν είναι όμορφη και ότι θυμίζει περισσότερο άνδρα. Μοναδική αντίδραση στην κυριαρχία των μακριών μαλλιών προέκυψε από την εκπαιδευτική παρέμβαση στην πόλη, από ένα κορίτσι με κοντά μαλλιά, την Κλάρα. Δουλεύοντας ομαδικά στην ιδεοθύελλα ομορφιάς, κάποια παιδιά από την ομάδα της είχαν γράψει «μακριά μαλλιά», κάτι που έφερε την αντίδραση της Κλάρας, λέγοντας ότι κάτι τέτοιο «είναι προσβλητικό για κάποιους που δεν έχουν μακριά μαλλιά». Αν και το κίνητρο της μάλλον ήταν προσωπικό, εντούτοις, προβλημάτισε τα παιδιά της ομάδας της, τα οποία στο τέλος αποφάσισαν να γράψουν «όμορφα μαλλιά», εξηγώντας ότι στον καθένα ταιριάζει διαφορετικό στυλ μαλλιών.

Για τα αγόρια ήταν επίσης πολύ σημαντικά τα μαλλιά, το κούρεμα και το φτιάξιμο τους. Έδειξαν ιδιαίτερη προτίμηση στα ξανθά μαλλιά, αλλά και στα «ωραία», «μοντέρνα», «cool» και «στυλάτα», «περιποιημένα» κουρέματα που προωθούνται από διάσημους

ποδοσφαιριστές, όπως ο Ronaldo κι ο Beckham κι από τραγουδιστές, όπως ο Justin Bieber. Πολύ συχνά τα αγόρια ακολουθούν αυτό το στυλ, έτσι άλλες φορές ξυρίζουν το κεφάλι τους σε συγκεκριμένα σημεία, κάνουν σχέδια με το ξυραφάκι, τα μακραίνουν ή δημιουργούν φράντζα. Παραδέχτηκαν επίσης ότι σπαταλούν αρκετή ώρα προκειμένου να φτιάξουν τα μαλλιά τους με τα κατάλληλα προϊόντα, ώστε να πετύχουν το επιθυμητό στυλ, ενώ συχνά ζητούν τη βοήθεια μεγαλύτερων μελών της οικογένειας τους, προκειμένου να πετύχουν το στυλ που θέλουν.

Το «όμορφο» πρόσωπο αποτελεί σημαντικό στοιχείο για την ελκυστική εμφάνιση. Τα παιδιά θεώρησαν σημαντικό το «ωραίο χαμόγελο» με άσπρα, καθαρά και ίσια δόντια, τα σαρκώδη χείλη και την ανοιχτόχρωμη και καθαρή επιδερμίδα, χωρίς σπυράκια, ακμή, σημάδια ελιές, ρυτίδες ή φακίδες.

Τα παιδιά εξέφρασαν επίσης την προτίμηση τους στα ανοιχτόχρωμα μάτια, θεωρώντας ότι είναι πιο «ωραία» (Σοφία, 10 χρονών, συνέντευξη, χωριό· Μαργαρίτα, 12 χρονών, συνέντευξη, πόλη) και ότι τέτοιου χρώματος μάτια «ομορφαίνουν το άτομο» (Ειρήνη, 13 χρονών, συνέντευξη, πόλη). Πολλές φορές τα παιδιά ανέφεραν παραδείγματα διάσημων προσώπων με ανοιχτόχρωμα μάτια, όπως η Katy Perry, η Ντέμι, οι One Direction, αναφέροντας ότι τα μάτια τους αποτελούν βασικό χαρακτηριστικό ομορφιάς και λέγοντας ότι θα επιθυμούσαν κι αυτά τέτοιο χρώμα ματιών. Άλλες φορές, προέκυψαν άλλα χαρακτηριστικά ματιών ως πρότυπο ομορφιάς για τα κορίτσια, όπως «μεγάλα» και «αμυγδαλωτά» μάτια.

Η προτίμηση σε ανοιχτόχρωμες επιδερμίδες ήταν επίσης ένα συχνό φαινόμενο στις απαντήσεις των παιδιών. Σε κάποιες περιπτώσεις φάνηκε ότι τα παιδιά ταυτίζονταν με πρότυπα ομορφιάς που συμβαδίζουν με τη δική τους εμφάνισή. Έτσι η Ιζαμπέλα (10 χρονών, συνέντευξη, πόλη) έδειξε προτίμηση σε ένα μοντέλο στο περιοδικό, λέγοντας: «Μου αρέσει, είναι όμορφη γιατί είναι *πολύ λίγο* (τονίζει) μελαχρινή, έτσι όπως εγώ».

Μέσα από τις απόψεις των παιδιών σχετικά με το λευκό ιδεώδες ομορφιάς προέκυψαν κάποιες φορές ρατσιστικής φύσης αντιλήψεις σχετικά με τα ιδανικά πρότυπα ομορφιάς. Χαρακτηριστικό ήταν το παρακάτω απόσπασμα από την ομάδα εστίασης με τα κορίτσια, τα οποία, μετροφυλλώντας περιοδικά μόδας, τους κίνησε το ενδιαφέρον ένας έγχρωμος άνδρας μοντέλο, τον οποίο σχολίασαν γελώντας και με ειρωνικό τόνο, λέγοντας: «Οι λευκοί είναι πιο όμορφοι! Όπως εμάς!» (Σοφία, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό). Είναι ενδιαφέρον επίσης ότι κάποια παιδιά στην εκπαιδευτική παρέμβαση παραξενεύτηκαν και αντέδρασαν για τη συμμετοχή της εξηντάχρονης ηθοποιού Alfre Woodard στη λίστα με τους 100 πιο όμορφους ανθρώπους του περιοδικού People. Πηγή αντίδρασης αποτελούσε τόσο το χρώμα της επιδερμίδας της, όσο και η ηλικία της.

Αυτό μας φέρει στο χαρακτηριστικό της νεότητας, το οποίο πολλά παιδιά τόνισαν, θεωρώντας ότι οι «όμορφοι» άνθρωποι είναι «νέοι/ες». Η νεότητα ως βασικό χαρακτηριστικό ομορφιάς αναφέρθηκε τόσο σε σχέση με διάσημα πρόσωπα, όσο και για άτομα του περιβάλλοντος τους, όπως π.χ. δασκάλες. Όσον αφορά τη λίστα με τους 100 πιο όμορφους ανθρώπους του περιοδικού *People*, τα παιδιά αντέδρασαν, εκτός από τη *Alfre Woodard*, και για τη σαρανταενάχρονη *Gwyneth Paltrow*, η οποία ψηφίστηκε ως η πιο όμορφη γυναίκα για το 2013, θεωρώντας ότι είναι «πολύ μεγάλη» για να θεωρείται όμορφη και να παίρνει ένα τέτοιο τίτλο. Σε μια παρόμοια συζήτηση στην ημιαστική περιοχή τα παιδιά αναφέρθηκαν και στην *Julianne Moore*, η οποία επίσης συμμετείχε στη λίστα, λέγοντας:

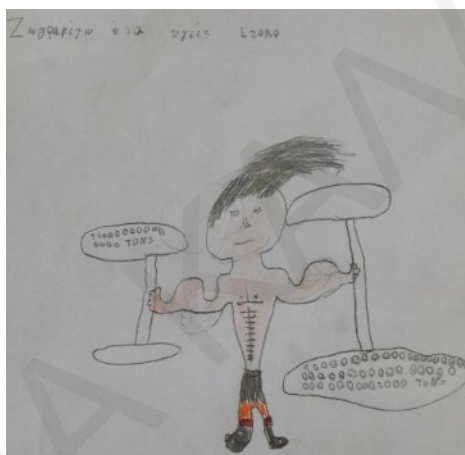
Ελίζα: Κάποιες από αυτές δεν κατάλαβα γιατί τις έβαλαν. [...] Ας πούμε εκείνη που ήταν 52 χρονών... ε κυρία δεν ήταν όμορφη. Έχει πολύ [τονίζει] πιο όμορφες από εκείνη. [...] Άλλο να βάλεις κάποια που είναι 20 χρονών και άλλο μια που είναι 52.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Όσον αφορά τα πρότυπα ομορφιάς για το σώμα, τα παιδιά επιβεβαίωσαν προηγούμενη βιβλιογραφία σχετικά με το λεπτό ιδεώδες που ισχύει για τις γυναίκες και τα κορίτσια (π.χ. *Azzarito, 2009· Carey κ.ά., 2010· Tiggemann & Wilson Barrett, 1998*), το οποίο βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με την τονισμένη και σέξι θηλυκότητα. Γενικότερα τα παιδιά προέβαλαν ως ιδανικό για τις γυναίκες και τα κορίτσια το «λεπτό, ψηλό, ελαστικό σε στυλ μπαλαρίνας» σώμα (*Δανάη, 11 χρονών, συνέντευξη, πόλη*) και «χωρίς κυτταρίτιδα» (*Νίκος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό*) σώμα. Οι καμπύλες του γυναικείου σώματος και ιδιαίτερα το στήθος και τα οπίσθια αναφέρθηκαν συχνά από τα παιδιά. Το πλούσιο στήθος κατέχει σημαντική θέση στο γυναικείο σώμα, για αυτό και κάποια παιδιά στην εκπαιδευτική παρέμβαση της πόλης, αναφέρθηκαν στην κοσμητική επέμβαση προσθετικής στήθους, αναφέροντας ότι είναι μια πρακτική στην οποία καταφεύγουν οι γυναίκες για «να γίνουν πιο όμορφες» (*Αγγέλα, 12 χρονών, εκπαιδευτική παρέμβαση, πόλη*). Η μόδα του Χόλιγουντ, επίσης, με τα μεγάλα οπίσθια κυρίως *Λατίνων* διασημοτήτων, τα οποία θεωρούνται σέξι, επιθυμητά και εξωτικά (*Guzmán & Valdivia, 2004*) ήταν αντιληπτή στα παιδιά. Στην εκπαιδευτική παρέμβαση που πραγματοποιήθηκε στην ημιαστική περιοχή, μια ομάδα παιδιών έγραψε στο φύλλο εργασίας για τα έμφυλα πρότυπα ομορφιάς «πεταχτός ποπός» και «μελαμψός ποπός» ως γυναικείο χαρακτηριστικό

ομορφιάς, ενώ έθεσαν ως παράδειγμα ιδανικών οπίσθιων αυτά της Nicki Minaj, της Rihanna και της Jennifer Lopez.

Τα αγόρια, τόσο σε ατομικές συνεντεύξεις, όσο και στις εκπαιδευτικές παρεμβάσεις και στα τρία σχολεία, επιβεβαίωσαν το ιδανικό του μυώδους σώματος, το οποίο καλλιεργείται μέσω της κουλτούρας του γυμναστηρίου, ως ένα από τα κυρίαρχα πρότυπα ανδρικού σώματος και πρωταρχικής ένδειξης αρρενωπότητας. Έτσι, αναφέρθηκαν πολύ συχνά στο λεπτό, γυμνασμένο, δυνατό, γεροδεμένο, με κοιλιακούς, αγορίστικο σώμα, το οποίο συμβάλλει στις καλύτερες επιδόσεις στα αθλήματα, αλλά και αυξάνει τις πιθανότητες για επιτυχίες με τα κορίτσια. Είναι ενδιαφέρον ότι το μυώδες ανδρικό σώμα, αποτελεί για τα παιδιά πρωταρχική ένδειξη υγείας, όπως είχε προκύψει παλαιότερα μέσα από μαθήματα Αγωγής Υγείας που είχα διδάξει σε σχολείο στην πόλη.



Εικόνα 5. «Ζωγραφίζω ένα υγιές άτομο». Δραστηριότητα στο Μάθημα Αγωγής Υγείας στην Ε΄ τάξη σε σχολείο στην πόλη.

Επίσης, τα αγόρια εξέφρασαν συχνά έντονο θαυμασμό προς διάσημους αστέρες του ποδοσφαίρου και της μουσικής, οι οποίοι αποτελούν ισχυρά εμπορικά σύμβολα που έχουν τη δύναμη να διαμορφώσουν τις παιδικές ταυτότητες (Boden, 2006α), αλλά και προς άτομα του περιβάλλοντός τους με το σωματότυπο αυτό. Άλλες φορές τα αγόρια αναφέρθηκαν στη σημασία της προπόνησης με βάρη σε γυμναστήρια, προκειμένου να γίνει κανείς «δυνατός» και να «κάνει μυς» (Νίκος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό). Ο σωματότυπος αυτός, όπως θα αναλυθεί και σε επόμενα κεφάλαια, θεωρείται σημαντικός για τα αγόρια κυρίως για τα μηνύματα που μεταφέρει σχετικά με την αρρενωπότητα. Είναι ένα σώμα που ταυτίζεται με τη μαγκιά, τον ηρωισμό, τη σκληρότητα, την επιτυχή αντιμετώπιση των κινδύνων και την προσφορά ασφάλειας -ιδιαίτερα στις γυναίκες. Είναι ένα σώμα που επιτελεί μια εξιδανικευμένη μορφή ενήλικης αρρενωπότητας.

Τέλος, τα αγόρια παρακάτω με ένα χαρακτηριστικό απόσπασμα έδωσαν μια καλή εικόνα του ιδανικού ανδρικού προτύπου ομορφιάς και αρρενωπότητας, μιλώντας για τον «Σίφη», τον αγαπημένο τους πρωταγωνιστή από την κυπριακή σειρά «Μπρούσκο». Αναφέρθηκαν τόσο στην αρρενωπή φυσική του εμφάνιση (μούσι, μουστάκι, δυνατό σώμα), όσο και σε χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και της συμπεριφοράς του, τονίζοντας την αγριάδα και τη σκληρότητα που επιδεικνύει. Πολύ ενδιαφέρον στοιχείο στο πιο κάτω απόσπασμα είναι η κανονικοποίηση της έκφρασης του θυμού («νευριασμένος») και της αγριάδας («αγριωπό ύφος») ως σημαντικό μέρος της ομορφιάς ενός άνδρα:

Μιχάλης: Ο Σίφης. [...] Μου αρέσει γιατί είναι όμορφος! Και δυνατός.

Άγγελος: Κι έχει ωραίο ρόλο, έτσι που φωνάζει, είναι νευριασμένος.

[...]

Σίφης: Κι έχει και ωραία μαλλιά!

ΓΚ: Είπατε ότι είναι «όμορφος». Τι εννοείτε με αυτό;

Σίφης: Στην εμφάνιση, στα μαλλιά, στο μουστάκι.

Άγγελος: Τα μαλλιά του δεν τα κουρεύει.

Δημήτρης: Ναι δεν τα κουρεύει, είναι μακριά. Κι έχει και μούσι κανονικό.

Άγγελος: Κι είναι γαλανομάτης, είναι ωραία τα μάτια του, έχει κι έτσι ένα ύφος περίεργο, αγριωπό [δείχνει θαυμασμό].

ΓΚ: Τα μούσια σας αρέσουν; Όταν μεγαλώσετε θα θέλετε να έχετε;

Όλοι: Ναι.

Άγγελος: Ναι, αλλά όχι να γίνουν και έτσι τεράστια. Να έχουμε μερικά.

ΓΚ: [...] Φαίνεται πιο «άνδρας» κάποιος αν έχει μούσι;

Όλοι: Ναι!

Νίκος: Πιο άγριος! Γρρρρρ!

ΓΚ: Είναι ωραίο για ένα άνδρα να φαίνεται πιο άγριος, αρρενωπός³;

Όλοι: Ναι!

(Σίφης, Άγγελος, Νίκος, 11 χρονών, Μιχάλης, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

³ Αυτή είναι μια από τις ελάχιστες περιπτώσεις όπου κάποιος όρος («αρρενωπός» στην προκειμένη περίπτωση) προήλθε από εμένα. Αυτό έγινε γιατί μέσα από τη συζήτηση είχα καταλάβει ότι τα αγόρια ήθελαν να τονίσουν χαρακτηριστικά αρρενωπότητας, αλλά δυσκολεύονταν, μη έχοντας τον αντίστοιχο λόγο για να εκφραστούν. Για αυτό κατεύθυνα κατά κάποιο τρόπο τη συζήτηση. Ωστόσο τα παιδιά αμέσως ανταποκρίθηκαν θετικά και επιβεβαίωσαν την ερώτηση μου.

Φαίνεται λοιπόν ότι στα παιδιά υπάρχει μια αντίληψη για την ομορφιά πολύ έντονα επηρεασμένη από τις ιδεατές αναπαραστάσεις προτύπων ομορφιάς που προωθούνται από τα ΜΜΕ, και που επιβεβαιώνεται από τη διεθνή βιβλιογραφία. Αυτή η αντίληψη του ιδεώδους της ομορφιάς περιορίζεται σε πολύ στενά πλαίσια και δεν φαίνεται να αφήνει χώρο σε εναλλακτικές αναπαραστάσεις ομορφιάς. Είναι ενδιαφέρον, ακόμα, ότι για τα παιδιά τα πρότυπα ομορφιάς δεν περιορίζονται αποκλειστικά στα φυσικά ή εξωτερικά χαρακτηριστικά ομορφιάς, αλλά συμβαδίζουν και εξυπηρετούν τους παραδοσιακούς έμφυλους ρόλους και στερεότυπα και συνδέονται άμεσα με γνωρίσματα κυρίαρχης αρρενωπότητας και θηλυκότητας. Για τα αγόρια, ειδικά, φαίνεται η ομορφιά των ανδρών να παίρνει πιο ευρεία διάσταση και να συνδέεται στενά και με ψυχολογικές διαθέσεις, όπως είναι ο θυμός και η αγριότητα. Για τα κορίτσια η ομορφιά τείνει να παραμένει πιο στενά συνδεδεμένη με το σώμα και να παίρνει σεξουαλικοποιημένη διάσταση μέσα από συγκεκριμένα μέρη του σώματος, όπως είναι το στήθος και τα οπίσθια.

Πρακτικές Ομορφιάς και Ελκυστική Εμφάνιση

Η «ομορφιά» για τα παιδιά, επίσης, γίνεται κατανοητή σε άμεση συνάρτηση με διάφορες πρακτικές ομορφιάς. Η μόδα στην ένδυση και τα παπούτσια κατέχει σημαντική θέση στην «ομορφιά», αφού αρκετές φορές τα παιδιά μίλησαν για τη σημασία των «ωραίων» (Νικολέτα, 11 χρονών, συνέντευξη, πόλη· Ειρήνη, 13 χρονών, συνέντευξη, πόλη) και «όμορφων» ρούχων στο χτίσιμο μιας όμορφης και «κομψής» (Δανάη, 11 χρονών, συνέντευξη, πόλη) εμφάνισης. Κάποια παιδιά ταύτισαν το «ωραίο ντύσιμο» που ακολουθούν οι όμορφοι άνθρωποι με «ρούχα συγυρισμένα, καθαρά, σιδερωμένα» (Ελίζα, 12 χρονών, εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή), ρούχα «μοντέρνα» (Φανή, 11 χρονών, εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή· Νικολέτα, 11 χρονών, συνέντευξης πόλη), «επίσημα» (Δημήτρης, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό), «όχι γύφτικα» (Στέφανος, 11 χρονών, εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή) και ρούχα που είναι «συνδυασμένα σωστά» (Ειρήνη, 13 χρονών, συνέντευξη, πόλη).

Ιδιαίτερα όσον αφορά τα «όμορφα» αγόρια, τα κορίτσια στην ομάδα εστίασης μιλούν ενθουσιασμένα για τον δεκατριάχρονο Μιχάλη, ένα μεγαλύτερο αγόρι στο χωριό τους, τον οποίο βρίσκουν «όμορφο» και πολλές δηλώνουν ερωτευμένες μαζί του. Δικαιολογούν τον χαρακτηρισμό «όμορφος», μεταξύ άλλων, λέγοντας: «Ντύνεται ωραία.[...]. Φορεί ωραίες φόρμες που έχουν μάρκα πάνω» (Βανέσα, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό). Τα κορίτσια έτσι, αναφερόμενα στο αθλητικό στυλ ρούχων από ακριβές

μάρκες, συσχετίζουν την ομορφιά με την οικονομική άνεση και έτσι προσθέτουν μια ταξική διάσταση στην ιδέα του να είναι ένας άντρας όμορφος.

Σύμφωνα με τα παιδιά, το μακιγιάζ και τα καλλυντικά αποτελούν πρακτικές που συμβάλλουν στην «όμορφη» εμφάνιση μιας γυναίκας και κάτι που φέρει πολλά πλεονεκτήματα στις γυναίκες, κάτι για το οποίο συμφωνούν αγόρια και κορίτσια. Η πρακτική του μακιγιάζ εμφανίστηκε τόσο στις ιδεοθύελλες παιδιών για την ομορφιά σε διάφορες περιπτώσεις, καθώς και στο φύλλο εργασίας με τα έμφυλα πρότυπα ομορφιάς, ενώ στο τελικό κολλάζ οι κοπέλες που απεικονίζονταν ήταν σχεδόν πάντοτε μακιγιαρισμένες. Το μακιγιάζ φαίνεται να αυξάνει την αυτοπεποίθηση των κοριτσιών, τα οποία συχνά δικαιολογούν τη χρήση της πρακτικής αυτής, θεωρώντας ότι έτσι γίνονται «πιο όμορφες» (Ιζαμπέλα, 10 χρονών, συνέντευξη, πόλη) κι ότι εμφανιζόμενες μακιγιαρισμένες σε πολύ κόσμο νιώθουν καλύτερα και δεν ντρέπονται (Μαργαρίτα, 13 χρονών, συνέντευξη, πόλη). Ταυτόχρονα, η Έλενα και ο Θεόδωρος (11 χρονών, συνέντευξη, πόλη) ανέφεραν το περιστατικό κατά το οποίο σχολίαζαν με τους συμμαθητές τους τη φωτογραφία με το διδακτικό προσωπικό του σχολείου τους, προσπαθώντας να εντοπίσουν την πιο «όμορφη» δασκάλα του σχολείου. Όπως λένε η πιο «όμορφη δασκάλα» ήταν μια δασκάλα που φορούσε «ωραία ρούχα» και ήταν μακιγιαρισμένη.

Διάφορα αξεσουάρ, όπως τα κοσμήματα, κατέχουν επίσης σημαντικό ρόλο στην ομορφιά, κυρίως για τα κορίτσια. Η Έλενα (11 χρονών, συνέντευξη, πόλη) αγαπά τα κοσμήματα γιατί όπως είπε: «(Νιώθω) όμορφη», ενώ στη δραστηριότητα με τις χάρτινες κούκλες αρκετά κορίτσια και αγόρια επέλεξαν τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα ως την πιο «όμορφη», θέτοντας ως ένα από τα επιχειρήματα τους τα σκουλαρίκια που φορεί.

Η καθαριότητα, ακόμα, αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό ομορφιάς, για αυτό κορίτσια και αγόρια μίλησαν για τη σημασία του καθαρού, μπανιαρισμένου και μυρωδάτου σώματος, ενώ συχνά για αυτό τον λόγο επένδυναν στα αρώματα και τα αποσμητικά. Όπως ανέφερε η Ροδοθέα (10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό): «(Είναι σημαντικό) Να είναι καθαρά, πλυμένα τα κορίτσια. Να φορούν άρωμα». Η προσωπική μου παρατήρηση επίσης για τα αγόρια στο χωριό ήταν ότι συνήθιζαν να φοράνε αποσμητικό, μετά το μάθημα της Γυμναστικής ή το διάλειμμα, ιδιαίτερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Συνήθως προτιμούσαν αποσμητικά από αθλητικές μάρκες, όπως ADIDAS, τα οποία συνδέονται με αναπαραστάσεις αθλητικών και ετεροσεξουαλικών επιθυμητών σωμάτων που προβάλλονται από τα ΜΜΕ.

Τέλος, το ιδεώδες της «φυσικής» ομορφιάς δόθηκε ως ορισμός της πραγματικής ομορφιάς («αυτό είναι ομορφιά») κι εκφράστηκε τόσο σε ατομικές συνεντεύξεις με τα παιδιά, όσο και σε διάφορα σημεία της εκπαιδευτικής παρέμβασης. Τα παιδιά στήριζαν

την άποψη τους με κύριο επιχείρημα τα επιζήμια αποτελέσματα που φέρουν γυναικείες πρακτικές ομορφιάς, όπως το μακιγιάζ και οι πλαστικές αισθητικές επεμβάσεις, τόσο στην υγεία και σωματική κατάσταση του ατόμου, όσο και στον ψυχολογικό τομέα. Εξεφρασαν μια άποψη δηλαδή κατά την οποία οι πρακτικές ομορφιάς, στην όχι μόνο δεν ενδυναμώνουν το άτομο, αλλά το ελέγχουν και το πειθαρχούν.

Ιωάννα: Εγώ προτιμώ τη φυσική ομορφιά γιατί η φυσική ομορφιά δεν είναι για μια φωτογραφία και φτάνει. Είναι για ολόκληρη τη ζωή.

Μιχαέλλα: Κι εγώ θα συμφωνήσω με την Ιωάννα γιατί... άμα βάζουμε make up κάθε μέρα χαλά το δέρμα σου.

[...]

Ελίζα: Κι εγώ προτιμώ τη φυσική ομορφιά γιατί... κάποιες τραγουδίστριες ας πούμε... κάνουν πλαστικές επεμβάσεις στο πρόσωπο τους. Και πολλές φορές χαλά το πρόσωπό τους, παραμορφώνεται και αντί να γίνουν όμορφες, γίνονται, πώς να το πω, σαν το τέρας. Στο τέλος βγάζουν κάτι άσχημο και μετά δεν νιώθουν καλά ούτε οι ίδιες με τον εαυτό τους. Και τις βλέπει ο κόσμος και λέει «μα πώς έγινε έτσι». Και φυσικά, είναι πιο καλή η φυσική ομορφιά γιατί, αν δεν κάνεις έτσι πράγματα, θα είσαι πιο όμορφη, δεν θα χρειάζεται να βάζεις κάθε μέρα και αυτό είναι η ομορφιά.

Διαφορετικά καταστρέφεις τον εαυτό σου.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Είναι ενδιαφέρον ότι το ιδεώδες της «φυσικής ομορφιάς» που τα παιδιά προβάλλουν, έρχεται σε αντίθεση με τις διάφορες πρακτικές που τα παιδιά επίσης θεωρούν απαραίτητες για ικανοποίηση του «όμορφου» ιδεώδες, όπως το μακιγιάζ, η μόδα, οι πλαστικές επεμβάσεις κλπ. Υπάρχει μια αντίφαση λοιπόν, η οποία πιθανόν να δικαιολογείται με το γεγονός ότι τα παιδιά έχουν τόσο έντονα κοινωνικοποιηθεί με βάση συγκεκριμένα ιδεώδη ομορφιάς και συγκεκριμένες πρακτικές, οι οποίες φυσικοποιούνται, θεωρούνται απαραίτητες και αυτονόητες κι όχι ως αντίθεση στο ιδεώδες της «φυσικής ομορφιάς». Επιπλέον, η «φυσική ομορφιά» και το «φυσικό look», όπως συνήθως προβάλλεται μέσα από τα ΜΜΕ, στην πραγματικότητα δεν είναι και τόσο «φυσικά», αφού για την επίτευξη τους είναι απαραίτητη η χρήση συγκεκριμένων προϊόντων και πρακτικών που θα δημιουργήσουν ένα δήθεν ατημέλητο και «φυσικό» στυλ το οποίο να περνά για «ομορφιά».

Συνεπώς, φαίνεται ότι τα παιδιά διατηρούν αντιφατικές αντιλήψεις: από τη μια συγκεκριμένες πρακτικές ομορφιάς γίνονται κατανοητές μέσα από ένα μεταφεμινιστικό φακό ως ενδυναμωτικός παράγοντας που αυξάνει την αυτοπεποίθηση και την αποδοχή του ατόμου. Από την άλλη, τα παιδιά αναγνωρίζουν τις αρνητικές συνέπειες που φέρουν τέτοιες πρακτικές σε διάφορους τομείς και αντιστέκονται στην πίεση των πρακτικών αυτών για να είναι όμορφοι/ες, χωρίς όμως να είναι πάντοτε σε θέση να δραπετεύσουν εντελώς. Στην περίπτωση αυτή διαφαίνεται η πολύπλοκη κατανόηση των σχέσεων μεταξύ εμπρόθετης δράσης – πειθαρχίας, με βάση την οποία είναι αναγκαίο τα υποκείμενα να μην γίνονται αντιληπτά με απόλυτους δυϊσμούς: ούτε ως αποκλειστικά παθητικά υποκείμενα, αλλά ούτε κι ως αυτόνομα, με ελεύθερη επιλογή άτομα (βλ. Gill, 2007α, 2008· Evans κ.ά., 2010).

Ομορφιά Πέρα από Φυσικούς Όρους: Εξερευνώντας την Ηθική Διάσταση της Ομορφιάς

Η έννοια της «ομορφιάς» πολύ συχνά νοηματοδοτήθηκε από τα παιδιά με βάση ηθικούς όρους. Έτσι, τα παιδιά συνέδεσαν την ομορφιά με ηθικές αρετές όπως την καλοσύνη, την ευγένεια, την υπομονή, τη στοργή και με διάφορα θετικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας, όπως το χιούμορ, την ευχάριστη προσωπικότητα, τον τρόπο ομιλίας. Από την άλλη, υπήρξαν παιδιά που ερμήνευσαν την ομορφιά με αρνητικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και ιδιαίτερα με την υπεροψία, τη ματαιοδοξία, το κουτσομπολιό και την άσχημη συμπεριφορά.

Ομορφιά και Προσωπικότητα – «Όμορφες Προσωπικότητες»

Η Κορίνα φάνηκε να συνδέει την ομορφιά με τη συμπάθεια που νιώθει για ένα άτομο και την ευχάριστη προσωπικότητα. Για αυτό, σχολιάζοντας τη φωτογραφία της τάξης της, μίλησε για διάφορα «όμορφα» αγόρια, δικαιολογώντας το χαρακτηρισμό «όμορφος» με βάση το χιούμορ και την «αστεία» προσωπικότητα:

Κορίνα: Από τα αγόρια όμορφος..... Δεν ξέρω. Ο Μιχάλης μου αρέσει, αυτός [τον δείχνει στη φωτογραφία]. Έχει πολλά μαλλιά, αλλά μου αρέσει γιατί είναι *πάρα πολύ* [τονίζει] αστείος. Κι ο Στέλιος μου αρέσει γιατί είναι αστείος.

Μας έκανε Καραγκιόζη και μου άρεσε. Αστείος είναι και ο Κώστας στα αγγλικά που κάνει αστείες γκριμάτσες.

(Κορίνα, 9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Στη συνέχεια η Κορίνα, συζητώντας φωτογραφίες από το περιοδικό μόδας, ανέφερε ότι βρίσκει όμορφο το μοντέλο που διαφήμιζε μια σκυλοτροφή. Εξήγησε πως της αρέσουν τα μαλλιά της, τα ρούχα που φορεί, τα γυαλιά της, ενώ στην πορεία φάνηκε να προβαίνει σε συμπεράσματα για το χαρακτήρα της βασιζόμενη στην εξωτερική της εμφάνιση. Όπως είπε:

Κορίνα: Φαίνεται καλή κοπέλα. [...] Το καταλαβαίνω γιατί αν ήταν κακιά, εγκληματίας, δεν θα είχε σκυλάκι ή αν είχε, το σκυλάκι της θα ήταν άγριο. Και τα χαρακτηριστικά της δεν θα ήταν τόσο γλυκά και τα ρούχα της θα ήταν αλλιώς. [...] Αν ήταν εγκληματίας θα είχε μαύρο με άσπρο-γκρίζο ρούχα. Δεν ξέρω...

(Κορίνα, 9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Ο Νίκος (11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό), επίσης, συνέδεσε την ανδρική ομορφιά με την καλοσύνη και τη στοργή που δείχνει κανείς στις σχέσεις του, π.χ. στη συζυγική του σχέση. Έτσι, ανέφερε ότι ένα από τα χαρακτηριστικά ενός «όμορφου» αγοριού/άνδρα είναι: «Να είναι καλός κι όταν παντρευτεί να αγαπά την κοπέλα του».

Σε άλλες περιπτώσεις, κάποια παιδιά φάνηκε να συνδέουν την ομορφιά με τον τρόπο ομιλίας και συγκεκριμένα με βάση τη χρήση της νεοελληνικής κοινής («καλαμαρίστিকা», όπως τα αποκαλούν), έναντι της κυπριακής διαλέκτου. Φαίνεται να αντιλαμβάνονται τη νεοελληνική κοινή ως πιο εξευγενισμένη μορφή γλώσσας, που συνάδει με την όμορφη εξωτερική εμφάνιση. Ο Άγγελος (11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό) μίλησε για την αγαπημένη του ηθοποιό, την Ελένη Βαΐτσου, λέγοντας ότι τη βρίσκει όμορφη λόγω των μαύρων μακριών της μαλλιών, των σαρκώδων της χελιών, αλλά και για το γεγονός ότι «μιλά λίγο καλαμαρίστিকা». Η Κορίνα (9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη) επίσης μίλησε για τη φίλη της τη Μαριλένα, λέγοντας ότι είναι «πολύ όμορφη» γιατί «είναι από την Ελλάδα [...] και μιλά ωραία τα Ελληνικά».

Οι δασκάλες και δάσκαλοι των παιδιών πολύ συχνά προέκυψαν στις συζητήσεις, φανερώνοντας από τη μια τη σημασία που οι εκπαιδευτικοί διαδραματίζουν στη ζωή των παιδιών, αλλά από την άλλη, την στενή επιτήρηση και κριτική που οι εκπαιδευτικοί

δέχονται σε σχέση με την εμφάνιση, αλλά και τη συμπεριφορά τους⁴. Είναι σημαντικό ότι τα παιδιά, σχολιάζοντας την «ομορφιά» και γενικότερα την εξωτερική εμφάνιση των δασκάλων τους, τις περισσότερες φορές αναφέρθηκαν και σε χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς και της συμπεριφοράς τους, όπως το ύφος, η αυστηρότητα, η ευγένεια. Η Μαργαρίτα (12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη) για παράδειγμα σχολίασε την κα. Στάλω, τη δασκάλα που έβρισκε «πιο όμορφη» στο σχολείο της, λέγοντας ότι ντύνεται ωραία, φοράει ψηλά τακούνια, μακιγιάρεται και ότι «το ύφος της όταν μιλά [...] είναι καλό, δεν είναι θυμωμένο». Η Νικολέτα (11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη) ακόμα, όταν τη ρώτησα αν βρίσκει τη δασκάλα της όμορφη απάντησε «όχι είναι πολύ αυστηρή», δείχνοντας την άμεση συσχέτιση που υπάρχει μεταξύ ομορφιάς, συμπάθειας και χαρακτηριστικών της προσωπικότητας και την ανικανότητα των παιδιών να τα διαχωρίσουν. Επιπλέον, η Κορίνα (9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη) στην ερώτηση εάν βρίσκει τη δασκάλα της όμορφη απάντησε με δισταγμό: «Εεε... τι να πω; Όχι και τόσο». Δικαιολόγησε την απάντηση της αναφερόμενη στην αρχή σε εμφανισιακά κριτήρια και στην πορεία σε στοιχεία της συμπεριφοράς της και συγκεκριμένα στο ότι είναι αγενής και ότι «δεν μιλά πολύ ωραία στους μαθητές της». Ωστόσο, ρωτώντας την αν μια όμορφη δασκάλα μπορεί να είναι και πιο καλή δασκάλα απάντησε ότι «Δεν εξαρτάται από την εμφάνιση, αλλά από το χαρακτήρα, αν έχει καλή ψυχή». Φαίνεται λοιπόν ότι ενώ στην αρχή παρασύρθηκε και εκτίμησε την εξωτερική εμφάνιση με βάση τη συμπεριφορά, στην πορεία έδωσε μια πιο κριτική αντιμετώπιση, αναφέροντας ότι κανείς δεν είναι σωστό να κρίνεται μέσω της εξωτερικής του εμφάνισης, αλλά με βάση τον καλό του χαρακτήρα και ψυχή.

⁴ Εργαζόμενη για αρκετά χρόνια ως δασκάλα σε δημοτικά σχολεία υποψιαζόμουν τη σημασία που αποδίδουν τα παιδιά, κυρίως τα κορίτσια, στην «ομορφιά» της δασκάλας, μέσα από τα διάφορα σχόλια που δεχόμουν για την εμφάνιση, τα ρούχα, τα παπούτσια, το μακιγιάζ μου. Ωστόσο, μέσα από την έρευνα αυτή συνειδητοποίησα με πάσα σιγουριά, όχι μόνο τη σημασία που αποδίδουν στην εξωτερική εμφάνιση της δασκάλας, αλλά και τη σύνδεση της «ομορφιάς» με τον τρόπο συμπεριφοράς της δασκάλας –την ηθικοποίηση της ομορφιάς. Συνειδητοποίησα ακόμα την επιτήρηση και κατηγοριοποίηση που επιδέχονται οι δασκάλες με κριτήριο την «ομορφιά». Αυτόματα διερωτήθηκα σε ποια κατηγορία άραγε να ανήκω, τι «βαθμό ομορφιάς» παίρνω από τα παιδιά και τι σχόλια κάνουν για εμένα, ειδικά όταν αυτά τα σχόλια γίνονται μεταξύ των παιδιών κι όχι μπροστά μου. Συνειδητοποίησα ότι με ενδιαφέρει να είμαι στα μάτια των παιδιών, όχι μόνο μια «καλή δασκάλα», αλλά και μια «όμορφη δασκάλα», με ό,τι αυτό συνεπάγεται για τα παιδιά. Αναστοχαστικά, τέλος, προβληματίστηκα για το γιατί καν αυτό να με ενδιαφέρει, καταλήγοντας στο ότι και για εμένα «η ομορφιά παίζει ρόλο» κι ότι κι εγώ γίνομαι δέκτης της πίεσης και καταπίεσης για πλήρωση μιας συμβατικά όμορφης θηλυκής εμφάνισης που θα ικανοποιεί τους μαθητές και τις μαθήτριες μου.

Από την άλλη, η «ομορφιά» δεν νοηματοδοτήθηκε πάντοτε με θετικούς όρους, αφού κάποια παιδιά τη συνέδεσαν με την υπεροψία, την υποτίμηση, τη ματαιοδοξία και το κουτσομπολιό. Χαρακτηριστικό απόσπασμα αποτελεί το παρακάτω:

Ροδοθέα: Οι όμορφοι είναι ψηλομύτηδες, άρα δεν νομίζω να είναι ευγενικοί.

Άγγελος: Όλη την ώρα θέλουν να επιδεικνύονται!

[...]

Νίκος: Τάχα μπορεί να πουν κάποιου: «Εσύ είσαι άσχημος, ποιος θα σου δώσει εσένα σημασία;» και υποτιμούν τους άλλους.

[...]

Σίφης: Είναι κουτσομπόληδες. Ας πούμε περνά ένας άνθρωπος και τον σχολιάζουν συνέχεια: «Παναγία μου, τι μαλλιά έχει τούτος!», ας πούμε.

[...]

ΓΚ: Όσοι δεν είναι όμορφοι δεν το κάνουν αυτό;

Άγγελος: Το κάνουν και οι άσχημοι.

ΓΚ: Γιατί όμως μιλάς ειδικά για τους όμορφους;

Σίφης: Επειδή τάχα χουμίζονται ότι είναι *πιο* [τονίζει] όμορφοι, *πιο* καλοί από άλλους.

Νίκος: Παίζουν τους έξυπνους!

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Επιπλέον, αρνητικά χαρακτηριστικά προσωπικότητας και συμπεριφοράς αποδόθηκαν και σε κάποια παιδιά, κυρίως κορίτσια, τα οποία εκμεταλλευόμενα την κοινωνική δύναμη και δημοτικότητα που τους προσφέρει η ελκυστική και σέξι τους εμφάνιση, συμπεριφέρονται άσχημα, προσβλητικά και με αγένεια στους γύρω τους. Φαίνεται λοιπόν να υπάρχει διαχωρισμός μεταξύ της «καλής δημοτικότητας» και της «κακής δημοτικότητας». Σε αυτή την περίπτωση, παιδιά που ανήκουν στη δεύτερη κατηγορία, αν και θεωρούνται από τους συνομήλικους τους δημοφιλή και “cool”, κάτι τέτοιο δεν τα κάνει απαραίτητα και συμπαθή, αφού πολλές φορές χαρακτηρίζονται με αρνητικούς όρους:

Δημήτρης: Πιο ευγενική μπορεί να είναι η κούκλα με τα μακριά (ρούχα) γιατί... ας πούμε άμα είσαι δημοφιλής και νομίζεις είσαι όμορφος μπορεί να μην είσαι καθόλου ευγενικός. Και ας πούμε μπορεί να σου σπάσουν τα νεύρα.. [...]
Όπως κάποια κορίτσια ας πούμε. Επειδή είναι δημοφιλή άμα νευριάσουν με

κάποιον, θα αρχίσουν να φωνάζουν. Ενώ οι άλλοι (μη δημοφιλείς) δεν έχουν έτσι πρόβλημα.

(Δημήτρης, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Φαίνεται γενικότερα μέσα από τα παραπάνω αποσπάσματα η δύναμη της εξωτερικής εμφάνισης στη διαμόρφωση απόψεων για την προσωπικότητα και την ηθικότητα ενός ατόμου. Έτσι η ομορφιά φαίνεται να συμβάλλει στην κοινωνική επιβράβευση και στον θαυμασμό του ατόμου, επιβεβαιώνοντας τη θεωρητική προσέγγιση που αντιμετωπίζει την ομορφιά ως «κάτι καλό», συνδέοντας τα «όμορφα» άτομα με θετικές ικανότητες. Ταυτόχρονα, όμως, για τα παιδιά η όμορφη εμφάνιση μπορεί να αποτελέσει και παράγοντα αρνητικής αντιμετώπισης, λόγω αρνητικών αντιλήψεων που σχετίζονται με αυτήν.

Ομορφιά και Απόδοση Δημοτικότητας

Τα παιδιά φαίνεται να συσχετίζουν άμεσα διάφορα χαρακτηριστικά ομορφιάς και εξωτερικής εμφάνισης με τον βαθμό δημοτικότητας του ατόμου στην ομάδα των συνομηλίκων και την κοινωνική αποδοχή. Μέσα από τα παρακάτω αποσπάσματα, φαίνεται ξεκάθαρα η κοινωνική επιβράβευση της επιτυχούς επιτέλεσης της θηλυκής και αρρενωπής εμφάνισης και σεξουαλικότητας, ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά τη δημοτικότητα. Είναι ενδιαφέρον, ωστόσο, ότι η «ομορφιά» που επιβραβεύεται ορίζεται πολύ στενά, τόσο για τα κορίτσια, όσο και για τα αγόρια. Για τα κορίτσια η ιδεατή θηλυκή εικόνα που εξασφαλίζει κοινωνική αποδοχή βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με την τονισμένη θηλυκότητα, με άλλα λόγια με την cool, σέξι εμφάνιση και το λεπτό σώμα, ενώ για τα αγόρια συνδέεται με όψεις της ηγεμονικής αρρενωπότητας, δηλαδή με τη μαγκιά, το δυνατό σώμα, τα τατουάζ, το αθλητικό ντύσιμο και γενικότερα τη macho και cool εμφάνιση και συμπεριφορά.

Τονισμένη θηλυκότητα και κοινωνική αποδοχή: «Είναι πολύ όμορφη, για αυτό είναι δημοφιλής και έχει και πολλούς φίλους». Με αφορμή τη δραστηριότητα με τις χάρτινες κούκλες, κατά την οποία τα παιδιά είχαν να εντοπίσουν την «Άννα το πιο δημοφιλές κορίτσι στο σχολείο», η συντριπτική πλειοψηφία των κοριτσιών διάλεξε τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα. Τα παιδιά συχνά δικαιολόγησαν την απάντησή τους λέγοντας ότι η σεξουαλικοποιημένη κούκλα είναι «πιο όμορφη» και ότι «τα παιδιά πολλές φορές διαλέγουν να κάνουν τις πιο όμορφες παρέα» (Ειρήνη, 13 χρονών, συνέντευξη,

πόλη· Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη). Συγκεκριμένα, μέσα από τα παρακάτω αποσπάσματα τα παιδιά, κορίτσια και αγόρια, τόνισαν τη σημασία της “cool” εμφάνισης, η οποία ερμηνεύεται με βάση το σέξι και αποκαλυπτικό στυλ, ως ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντα δημοτικότητας στα κορίτσια.

Βανέσα: (Οι δημοφιλείς) Είναι cool. [...] Φορούν... κολάν με παντελονάκι κοντό, φορούν μπλούζες σχισμένες, μπλούζες που φαίνεται ο ώμος, η κοιλιά [γέλιο].

(Βανέσα, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Νεοκλής: Η Άννα... Δεν ξέρω, αυτή με τα κοντά τα ρούχα. Επειδή φαίνεται πιο cool, είναι και πιο όμορφα ντυμένη [...] Είναι πιο όμορφη. [...] Με τα ρούχα της φαίνεται πιο ωραία, κάνει πιο όμορφη την εμφάνιση της.

ΓΚ: Οι δημοφιλείς έτσι ντύνονται;

Νεοκλής: Ε ναι.

(Νεοκλής, 10 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Κορίνα: Αυτή είναι η Άννα, αυτή [δείχνει τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα]. Νομίζω πως είναι αυτή επειδή οι δημοφιλείς φορούν κάτι ωραία strapless. Έτσι ωραία ρούχα. [...] Είναι ωραία (και τα ρούχα της άλλης κούκλας), απλά δεν είναι δημοφιλής. [...] Επειδή οι δημοφιλείς φορούν strapless κι έτσι πράγματα.

(Κορίνα, 9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Χαρακτηριστικό επίσης είναι το πιο κάτω απόσπασμα από την Κορίνα, η οποία απέδωσε τη δημοτικότητα της Άννας στο αποκαλυπτικό και ωραίο της ντύσιμο, κάτι που θεώρησε ιδιαίτερα σημαντικό, αφού είναι το στυλ που ελκύει το ενδιαφέρον των αγοριών. Η δημοτικότητα των κοριτσιών, δηλαδή, αποτελεί ένα ζήτημα που εξαρτάται άμεσα, σχεδόν ταυτίζεται, με την ικανότητα για ετεροσεξουαλική έλξη και αποδοχή. Η ετεροσεξουαλική θηλυκότητα, λοιπόν, αποτελεί έναν από τους πιο κυρίαρχους τρόπους ρύθμισης των κοινωνικών σχέσεων των παιδιών και ενίσχυσης κοινωνικού κεφαλαίου των κοριτσιών. Ενδιαφέρον επίσης είναι το γεγονός ότι η Κορίνα άντλησε την πληροφόρηση αυτή από σειρές που παρακολουθεί στο Disney Channel, φανερώνοντας την επιρροή των προτύπων από τα ΜΜΕ στο σχηματισμό των αντιλήψεων των παιδιών όσον αφορά τα πρότυπα ομορφιάς:

- ΓΚ:* Η Άννα είναι το πιο δημοφιλές κορίτσι στο σχολείο. Είναι πρόεδρος της τάξης και έχει πολλούς φίλους. Ποια νομίζεις είναι η Άννα από τις δύο;
- Κορίνα:* Χμ... Νομίζω ότι είναι αυτή [δείχνει τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα] γιατί είναι πολύ όμορφη, για αυτό είναι δημοφιλής και έχει και πολλούς φίλους. Απ' ότι βλέπω στο Disney Channel, έτσι είναι οι δημοφιλείς, αυτές που φορούν τακούνια και ωραία ρούχα. [...] Και το άλλο στυλ είναι ωραίο, απλώς νομίζω αυτό ελκύει παραπάνω, με τα τακούνια και την κοιλιά έξω.
- ΓΚ:* Ποιους ελκύει παραπάνω;
- Κορίνα:* Τα αγόρια νομίζω, και τα μεγάλα και τα μικρά.
- (Κορίνα, 9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Είναι ενδιαφέρον το ότι οι πιο πάνω απαντήσεις των παιδιών για μια υποθετική περίπτωση επιβεβαιώθηκαν στην πράξη από την προσωπική εμπειρία της Νικολέτας, ενός κοριτσιού που όπως η ίδια είπε θεωρείται «όμορφη» από συμμαθητές και συμμαθήτριες της. Η ομορφιά και το ωραίο της στυλ προκαλούν τον θαυμασμό και την κάνουν δημοφιλή στο πλαίσιο των συνομήλικων κι έτσι τα αγόρια την ερωτεύονται και τα κορίτσια την αντιγράφουν και θέλουν να την κάνουν παρέα:

- ΓΚ:* Ποια νομίζεις είναι η Άννα;
- Νικολέτα:* [Παύση, σκέφτεται. Δείχνει τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα]. [...] Επειδή είναι πιο όμορφη [γέλιο];
- ΓΚ:* Βρίσκεις ότι είναι πιο όμορφη κι αυτό την κάνει πιο δημοφιλή;
- Νικολέτα:* Ναι!
- ΓΚ:* Προσέχεις αυτό να συμβαίνει και στο σχολείο σου;
- Νικολέτα:* Ναι!
- ΓΚ:* Τι πρόσεξες δηλαδή;
- Νικολέτα:* (Παύση). Αχά... πρόσεξα ότι... δεν θέλω ακουστά ψωνάρα, αλλά [γέλιο]... ας πούμε... ναι [παύση, δισταγμός].
- ΓΚ:* Βρίσκουν ότι είσαι όμορφη;
- Νικολέτα:* [Γέλιο]. Ας πούμε, οι παραπάνω με αγαπούν [χαμογελά] και ναι.
- ΓΚ:* Τούτο σε κάνει... θέλουν να είναι όλοι μαζί σου;
- Νικολέτα:* Όχι όλοι, πολλοί όμως. Και πολλές κάνουν ότι κάνω και δεν μου αρέσει. Δηλαδή πολλές συμμαθήτριες μου, ας πούμε κάνω τα μαλλιά μου σγουρά, τα κάνουν κι εκείνες, ό,τι κάνω το κάνουν.

ΓΚ: Θέλουν να σε έχουν για φίλη; Σου τηλεφωνούν...

Νικολέτα: Ναι!

ΓΚ: Και θέλουν να είσαστε μαζί το διάλειμμα..

Νικολέτα: Ναι, ας πούμε.

(Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Ένα άλλο σημείο που επιβεβαίωσε τη σημασία της ομορφιάς στη δημοφιλή κατάταξη του ατόμου προέκυψε από την εμπειρία των σχολικών εκλογών, οι οποίες αποτελούν σημαντικό κομμάτι της σχολικής ζωής και ισχυρή ένδειξη της θέσης των παιδιών στην κοινωνική ιεραρχία. Απ' ό,τι φαίνεται από τα παρακάτω αποσπάσματα, πολλές φορές κριτήριο για επιλογή των παιδιών που ψηφίζονται αποτελεί η ελκυστική εξωτερική τους εμφάνιση κι όχι κριτήρια που αφορούν τις ικανότητες και τον εσωτερικό κόσμο του ατόμου.

Η Κορίνα πολύ γλαφυρά περιέγραψε την εμπειρία της με τις εκλογές της τάξης της, κατά την οποία αντιλήφθηκε ότι κάποια παιδιά επιλέγουν να ψηφίζουν μια συγκεκριμένη συμμαθήτριά τους επειδή είναι «όμορφη», ορίζοντας την ομορφιά με βάση το ξανθό χρώμα των μαλλιών της. Η ίδια φάνηκε να διακρίνει ξεκάθαρα την εσωτερική από την εξωτερική ομορφιά, κάτι στο οποίο φαίνεται να έχουν συμβάλει σχετικές συζητήσεις με τη μητέρα της, καταγγέλλοντας έτσι την τάση των συμμαθητών/ριών της να ψηφίζουν με γνώμονα την ομορφιά ως λανθασμένη. Φάνηκε πηγωμένη από τη διάκριση που η ίδια και κάποιες άλλες συμμαθήτριες της επανειλημμένα στις σχολικές εκλογές υφίστανται, φανερώνοντας ταυτόχρονα την καταπιεστική φύση της ομορφιάς, ιδιαίτερα για τα άτομα που πιθανόν να μην συμβαδίζουν με τα αυστηρά πρότυπα που τίθενται. Είναι ενδιαφέρον, ταυτόχρονα, ότι κατανοεί πως η καταπίεση, η επιτήρηση και η αδικία αυτή υφίσταται κυρίως μεταξύ των κοριτσιών και είναι κάτι που δεν αφορά τα αγόρια:

Κορίνα: Όπως έγινε στις εκλογές του σχολείου, εγώ στεναχωρήθηκα, γιατί δε με διαλέγουν ποτέ εμένα. Ούτε κάποια άλλα κορίτσια. Εγώ έτσι κατάλαβα, ότι κάποιοι ψηφίζουν τη Σοφία. Είναι όμορφη εντάξει, είναι ξανθιά. Δεν έχει σχέση αυτό όμως και κάποιοι είναι την εξωτερική εμφάνιση (που ψηφίζουν)... Αλλά εγώ είπα στη μαμά μου στο τηλέφωνο κι έκλαια, επειδή δεν εκλέχθηκα, και της λέω: «Τι έχουμε εμείς, είμαστε τίποτε άσχημες;». Και δεν έχει σημασία η εξωτερική εμφάνιση, έχει σημασία η εσωτερική, πως νιώθουμε.. Ας πούμε, κάποιος μπορεί να είναι άσχημος και να έχει κοινά με κάποιο όμορφο, με κάποιο ωραίο. Ας πούμε εγώ δεν έχω τίποτε

[...] τίποτε που να με κάνει άσχημη. Εντά.. λίγο οι φακίδες που αρέσουν πολύ στη φίλη μου... Εγώ με την κολλητή μου είμαστε μαζί το διάλειμμα και δεν κρίνουμε κανένα: «Δεν είναι ωραίο εκείνο, δεν είναι ωραίο το άλλο». Αλλά η Σοφία και κάποιες άλλες, μπορεί να πουν: «Γιατί έβαλες παντελόνι σήμερα, γιατί έβαλες φούστα, γιατί έβαλες καλτσόν σήμερα, είναι πολλή ζέστη». Εγώ θα βάζω ό,τι θέλω, δεν με νοιάζει τι θα πουν.

ΓΚ: Δηλαδή κατάλαβες ότι κάποιοι από την τάξη σου ψηφίσαν...

Κορίνα: Κρίνουν την εμφάνιση.

ΓΚ: Ψηφίσαν κάποια επειδή ήταν όμορφη;

Κορίνα: Ναι, τούτο πιστεύω. [...] Γιατί πολλοί πηγαίνουν με τη Σοφία γιατί *ελκύει* [τονίζει] τους όλους. Ας πούμε επειδή είναι όμορφη (τονίζει), είπαμε, και δεν ξέρω αν τους *ελκύει* τούτο το πράμα. [...] Ναι, αλλά... κάποιοι είναι 7 χρονών ακόμα. Δεν πολυκαταλαβαίνουν. [...] Δεν καταλαβαίνουν καλά την εμφάνιση αν είναι εξωτερική ή εσωτερική.

ΓΚ: Τα κορίτσια μόνο κρίνουν και ψηφίζουν μόνο με βάση την εξωτερική εμφάνιση ή και τα αγόρια;

Κορίνα: Όχι τα αγόρια δεν νομίζω να ασχολούνται.

(Κορίνα, 9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Η Μαργαρίτα (12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη) επίσης μίλησε για μια αντίστοιχη εμπειρία στη δική της τάξη. Η ίδια ανέφερε ότι δεν ψηφίζει με γνώμονα την εξωτερική εμφάνιση, όμως γνωρίζει ότι άλλα παιδιά στην τάξη της πράττουν με τον τρόπο αυτό. Συγκεκριμένα μίλησε για μια αρκετά κοινή πρακτική αγοριών, τα οποία επιλέγουν να ψηφίζουν τα κορίτσια που θεωρούν «όμορφα» και με τα οποία είναι ερωτευμένα μαζί τους, φανερώνοντας ότι η ομορφιά και ετεροσεξουαλική έλξη αποτελούν βασικά κριτήρια δημοτικότητας. Σε αντίθεση με την εμπειρία της Κορίνας, η Μαργαρίτα ανέφερε ότι τα αγόρια είναι αυτά που πράττουν με τον τρόπο αυτό, ωθούμενα από το ετεροσεξουαλικό ενδιαφέρον που δείχνουν προς τα «όμορφα» κορίτσια.

Μέσα από τα πιο πάνω φαίνεται λοιπόν πώς η «ομορφιά», ειδικά των κοριτσιών, είναι μια σημαντική διάσταση στον καθορισμό της κοινωνικής οργάνωσης των παιδιών και είναι κάτι που όλα τα παιδιά αντιλαμβάνονται, όπου και να ανήκουν σε αυτή την ιεραρχία. Επίσης, είναι ξεκάθαρο στα περισσότερα παιδιά ότι η ομορφιά επιβραβεύεται, κάτι που δημιουργεί αρνητικά συναισθήματα για τα κορίτσια ιδιαίτερα που δεν θεωρούνται όμορφα.

Αγόρια, μαγκιά και σκληρότητα. Όσον αφορά τα αγόρια, ένα πολύ βασικό χαρακτηριστικό εξωτερικής εμφάνισης που φαίνεται να «εγγυάται» την κοινωνική αποδοχή είναι η επίδειξη μια ώριμης, αυτόνομης και δυνατής προσωπικότητας, στην οποία η σκληρότητα, η μαγκιά κι η αρρενωπότητα κατέχουν σημαντική θέση. Τα στοιχεία αυτά αναδεικνύονται με την “cool” εμφάνιση, τα τατουάζ, το γυμνασμένο σώμα και τα κατάλληλα ρούχα. Όπως περιέγραψε ο Νίκος στην ομάδα εστίασης:

Νίκος: (Οι δημοφιλείς έχουν στυλ) Cool. Ας πούμε ένας άνδρας να έχει δυνατό βυζί [γέλιο], να είναι γυμνασμένος. Και να πηγαίνει έτσι κάπως «εγώ είμαι ο δυνατός» [κάνει το περπάτημα].

(Νίκος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Η μαγκιά αυτή προσφέρει στο αγόρι ή στον άνδρα κοινωνική υπεροχή και βαρύτητα. Με άλλα λόγια, η σωματική του δύναμη μεταφράζεται και σε κοινωνική δύναμη, κι έτσι μπορεί να έχει πολλούς φίλους, τους οποίους έχει τη δύναμη να προστατεύει, αλλά και να κατακτά τις γυναίκες ή τα κορίτσια. Το παρακάτω απόσπασμα προέκυψε από τη συζήτηση που είχε γίνει στην εκπαιδευτική παρέμβαση σε σχέση με τον οκτάχρονο αρσιβαρίστα, Brandon Blake (βλ. Παράρτημα Δ για το πλήρες άρθρο):

Άγγελος: Επειδή είναι δυνατός, ότι θα τον φοβούνται οι άλλοι, θα έχει πολλούς φίλους, θα παίζει το μάγκα, θα αρέσει σε καμιά γυναίκα.

[...]

Σίφης: Θα προσέχει τους φίλους του!

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Ωστόσο, ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός ότι η μαγκιά, η σκληρότητα και η σωματική δύναμη λειτουργούν ταυτόχρονα και με ένα διαφορετικό, τρομοκρατικό τρόπο, ο οποίος υποχρεωτικά οδηγεί στη δημοτικότητα και στην αποδοχή των αγοριών με το προφίλ αυτό. Μιλώντας για τις σχολικές εκλογές τα αγόρια ανέφεραν πως:

Άγγελος: Μπορεί να έχει κάποιους που να εκβιάζουν και να λεν «αν δεν με ψηφίσεις θα σου κάνω το τάδε και το τάδε». Ας πούμε κάποιος που να παίζει το μάγκα, να είναι ο πιο δυνατός και κάποιοι συμμαθητές του να τον ακολουθούν και να τον ψηφίσουν εκείνον.

(Άγγελος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Με παρόμοιο τρόπο ο Μιχάλης και ο Νεοκλής δικαιολόγησαν παρακάτω τη δημοτικότητα του Πέτρου, του χάρτινου κούκλου που είναι πολύ δημοφιλής και πρόεδρος της τάξης (βλ. Παράρτημα Γ για την αρίθμηση των κούκλων). Θεώρησαν ότι δημοφιλέστερος ήταν ο κούκλος με το τατουάζ και το αμάνικο μπλουζάκι εξαιτίας της μαγκιάς του, της αγριάδας του και συνεπώς των απειλών του για ψήφους:

Μιχάλης: (Σκέφτεται). Αυτός είναι ο Πέτρος (αρ. 4). Επειδή... είναι παράξενα τα ρούχα του, έχει τατουάζ, μπορεί να τους απειλεί ότι θα τους κάνει κάτι κακό. Για αυτό. [...] Ναι γιατί μπορεί να τους απειλεί και να λέει «εμένα να διαλέξεις». [...] Επειδή έχει τατουάζ, έτσι φανέλα του μάγκα.
(Μιχάλης, 10 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Νεοκλής: Εγώ νομίζω είναι... αυτός (αρ. 4). Επειδή παίζει το μάγκα, φορεί αμάνικη μπλούζα, φορεί τα μαύρα του τα μάγκικα, μπλε τζιν, έχει tattoo, κάνει έτσι τα μαλλιά του, με τέτοιο κούρεμα. [...] Μπορεί να είναι δημοφιλής γιατί φοβίζει τους άλλους για να είναι φίλοι του.
(Νεοκλής, 10 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Μια άλλη διάσταση της μαγκιάς, πέρα από την εμφάνιση με τα ακάλυπτα μπράτσα και τατουάζ, είναι αυτή που συνδέεται με τις αθλητικές μάρκες. Ένα αγόρι που ντύνεται με αθλητικές μάρκες, μεταφέρει την εικόνα τόσο της μαγκιάς, όσο και της εύπορης οικονομικής του κατάστασης, παράγοντες που συμβάλλουν στο να θεωρείται όμορφος και συνεπώς στη δημοφιλής:

Ηλίας: Ο Πέτρος είναι αυτός με τη ΝΙΚΕ μπλούζα (αρ. 5). Γιατί φορεί ΝΙΚΕ, τάχα είναι δημοφιλής. Τα παπούτσια του είναι όμορφα, είναι έτσι μάγκας. Είναι μάγκας, πλούσιος, επειδή φορεί ΝΙΚΕ φανέλα, τα μαλλιά του λίγο.
(Ηλίας, 10 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Σε συνάρτηση με την αγριωπή, macho και αρρενωπή διάσταση της δημοτικότητας για τα αγόρια, βρίσκεται και η άποψη του Δημήτρη, ο οποίος ανέφερε ότι οι «δημοφιλείς» είναι «όμορφα» άτομα και οι «όμορφοι» δεν φορούν γυαλιά. Έδωσε έτσι μια εικόνα εξιδανικευμένης αρρενωπότητας, στην οποία δεν έχουν θέση τα πιο ήρεμα και διανοούμενα αγόρια. Τα παρακάτω του λόγια προέκυψαν από τη δραστηριότητα με τις

χάρτινες κούκλες, στην οποία επέλεξε ως τον «Πέτρο» ένα από τους κούκλους που δεν φορεί γυαλιά:

Δημήτρης: Ο Πέτρος είναι αυτός (αρ. 1). [...] Γιατί είναι όμορφος, δεν φορεί γυαλιά. [...] Και οι δημοφιλείς δεν φορούν γυαλιά. Μπορεί να φορεί φακούς. [...] Γιατί τάχα άμα είναι δημοφιλείς και βάλουν γυαλιά νομίζουν πως δεν θα φαίνονται όμορφοι μετά, έτσι δεν φορούν γυαλιά.

(Δημήτρης, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Μέσα από τα παραπάνω λοιπόν, φαίνεται ο άρρηκτος τρόπος σύνδεσης της εξιδανικευμένης ομορφιάς με τη δημοτικότητα. Είναι ενδιαφέρον ότι τόσο για τα κορίτσια, όσο και για τα αγόρια, η δημοφιλής θέση του ατόμου συνδέεται με τη συγκρότηση μιας ιδεατής μορφής θηλυκότητας και αρρενωπότητας, στην οποία είναι έντονο το χαρακτηριστικό της cool και (ετερο)σεξουαλικής εμφάνισης.

Εμφάνιση, Εξυπνάδα και Σχολική Επίδοση

Για τα παιδιά η εμφάνιση μπορεί να δώσει στοιχεία για τη σχολική επίδοση και την εξυπνάδα του ατόμου. Τα παιδιά εξέφρασαν συχνά το στερεότυπο ότι τα παιδιά με τα γυαλιά είναι έξυπνοι, καλοί μαθητές, μελετηροί, προσεκτικοί στην τάξη και για αυτό τους χαρακτήρισαν ως «σπασίκες», «σπασικλάκια», «γυαλάκηδες», ενώ θεώρησαν ότι η πολλή μελέτη ευθύνεται για τα γυαλιά τους. Επίσης, έδωσαν στα παιδιά με γυαλιά το χαρακτηριστικό του «καλού» και «ήσυχου» παιδιού. Τα παρακάτω αποσπάσματα προέκυψαν από τη δραστηριότητα με τις χάρτινες κούκλες και αφορούν τον κούκλο με τα γυαλιά:

Νίκος: (Πιο έξυπνος) είναι ο γυαλάκιας, το σπασικλάκι.

Άγγελος: Κι εγώ έτσι λέω!

ΓΚ: Ποιος είναι ο πιο καλός μαθητής;

Σίφης: ... Εεε... ο αριθμός 2. Που φορεί γυαλιά. Γιατί είναι πιο προσεκτικός στην τάξη. [...] Και πιο καλός φαίνεται ο ίδιος πάλι. Φαίνεται πιο ήσυχος.

ΓΚ: Γιατί σου φαίνεται πιο ήσυχος;

Σίφης: Επειδή... Δεν ξέρω.

(Νίκος, Άγγελος, Σίφης, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Παράλληλα, τα παιδιά επιβεβαίωσαν αρνητικά στερεότυπα που αφορούν τα κορίτσια με σεξουαλικοποιημένο στυλ, αφού τα χαρακτήρισαν ως λιγότερο έξυπνα και με χαμηλότερες επιδόσεις στο σχολείο, με το επιχείρημα ότι κύρια τους απασχόληση αποτελεί η εμφάνιση, η μόδα, το ενδιαφέρον για τα αγόρια κι όχι το διάβασμα. Οι αντιλήψεις αυτές συνδέονται και με αποτελέσματα προηγούμενων ερευνών, στις οποίες κορίτσια που απομακρύνονται από την τονισμένη και “girlie” θηλυκότητα, όπως τα “square-girls” (Renold, 2001, 2005) και τα “nice girls” (Reay, 2001), είναι αυτά που θεωρούνται ως πιο μελετηρά, με πολύ καλή συμπεριφορά και υψηλή ακαδημαϊκή επιτυχία. Τέτοιες αντιλήψεις είναι πιθανόν να εσωτερικευθούν κι από τα ίδια τα κορίτσια που ακολουθούν την τονισμένη μορφή θηλυκότητας, τα οποία «αποδεχόμενα» τη χαμηλότερη τους ικανότητα, μειώνουν τις θετικές προσδοκίες από τον εαυτό τους. Τα παρακάτω αποσπάσματα προκύπτουν από τη δραστηριότητα με τις χάρτινες κούκλες, σε μια ερώτηση που δεν υπήρχε στον οδηγό των Starr και Ferguson (2012), αλλά είχε προστεθεί από εμένα:

ΓΚ: Ποια είναι η πιο καλή μαθήτριά νομίζεις;

Θεόδωρος: Η ίδια [δείχνει τη μη σεξουαλικοποιημένη κούκλα]. Επειδή αυτήν, όλοι τη θέλουν και δεν ασχολείται με τα μαθήματα, δεν συγκεντρώνεται, μόνο ασχολείται με το να ντύνεται έτσι.

(Θεόδωρος, 11 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Φαίνονται λοιπόν οι έντονες αντιθέσεις και αμφισημίες που χαρακτηρίζουν την ερμηνεία του σεξουαλικοποιημένου στυλ στην κουλτούρα των παιδιών. Έτσι, η ανάπτυξη (ετερο)σεξουαλικής θηλυκότητας αποτελεί, από τη μια, πηγή ενδυνάμωσης για τα κορίτσια, εξαιτίας του αυξημένου κοινωνικού κεφαλαίου και αποδοχής που τους προσφέρει, αλλά, από την άλλη, ταυτόχρονα τα αποδυναμώνει, αφού ενισχύει αρνητικά και σεξιστικά στερεότυπα και αντιλήψεις, που υποβαθμίζουν τον ρόλο των κοριτσιών, εμπερικλείοντας τον κίνδυνο εσωτερικεύσής τους από τα ίδια τα κορίτσια. Ένα άλλο ενδιαφέρον στοιχείο που προκύπτει στο σημείο αυτό είναι ότι, ενώ η δημοτικότητα των κοριτσιών με βάση τη σεξουαλικοποιημένη τους εμφάνιση αποτελεί δίκικο μαχαίρι, κάτι αντίστοιχο δεν ισχύει για τα δημοφιλή και σεξουαλικοποιημένα αγόρια. Τα παιδιά παραπάνω, εκφράστηκαν με θαυμασμό για τον «μάγκα» κούκλο με τα τατουάζ, αποδίδοντάς του κυρίως θετικά χαρακτηριστικά, χωρίς να εντοπίσουν σε αυτόν κάποιο αρνητικό χαρακτηριστικό, όπως μειωμένη επίδοση στα μαθήματα ή μειωμένη ηθική, όπως συμβαίνει με τα σεξουαλικοποιημένα κορίτσια.

Η Τυραννία της Ασχήμιας

Σε αντίθεση με τις έννοιες της ομορφιάς και χαρακτηρισμούς όπως «όμορφος/η», «κούκλος/α» κλπ που πολύ συχνά προέκυψαν στον λόγο των παιδιών, η έννοια της «ασχήμιας» και χαρακτηρισμοί όπως «άσχημος/η» πολύ πιο σπάνια εμφανίστηκαν. Τα παιδιά επιμελώς απέφευγαν αυτούς τους χαρακτηρισμούς, δίνοντας την αίσθηση ότι ερμηνεύουν τα επίθετα αυτά ως βαριούς χαρακτηρισμούς, βρώμικες λέξεις και βρισιά. Αυτό που ξεφεύγει από τα ιδανικά της «τέλειας» εμφάνισης, της ομορφιάς, γίνεται μιλώντας με όρους της Kristeva (1982) «αποκείμενο», βρωμιά (Press, 2011). Το ίδιο αντιλήφθηκα και για τις λέξεις «χοντρός/η», «παχύς/ιά», οι οποίες επίσης δεν εμφανίστηκαν πολύ συχνά ή αναφέρθηκαν με δισταγμό. Ωστόσο, αν και αραιά, υπήρξαν περιπτώσεις κατά τις οποίες τα παιδιά εκφράστηκαν για την «ασχήμια», μεταφέροντας έτσι μια εικόνα για τον τρόπο με τον οποίο την κατανοούν.

Όσον αφορά τα φυσικά χαρακτηριστικά, η «ασχήμια» πρωτίστως ορίστηκε ως απόκλιση από το λεπτό ιδεώδες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτέλεσε το περιστατικό κατά το οποίο, συζητώντας με τη Δανάη (11 χρονών, συνέντευξη, πόλη) το πόστερ της Έλενας Παπαρίζου που υπήρχε κολλημένο στο υπνοδωμάτιο της, από την εποχή που ήταν «λεπτή», η Δανάη δήλωσε ότι πλέον δεν τη θαυμάζει, με το επιχείρημα ότι «πάχυνε, ασχήμισε». Φαίνεται έτσι η στενή σύνδεση της ομορφιάς με το πολύ λεπτό ιδεώδες και της ασχήμιας, όχι μόνο με την παχυσαρκία, αλλά με το «κανονικό» βάρος, έστω και αν πολύ λεπτός σωματότυπος είναι συχνά φτιαχτός ή μη ρεαλιστικός. Σε άλλες περιπτώσεις η ασχήμια εξισώθηκε με τη βρώμικη εμφάνιση και το άσχημο χαμόγελο.

Όπως και η ομορφιά, η ασχήμια επίσης προσλαμβάνει ηθικές διαστάσεις, επιβεβαιώνοντας το στερεότυπο της σύνδεσης της ομορφιάς με την καλοσύνη και της ασχήμιας με την κακία. Σε αρκετές περιπτώσεις κάποια παιδιά συσχέτισαν άμεσα την ασχήμια με την κακία, την αντιπάθεια και την κοινωνική απόρριψη. Για παράδειγμα η Δανάη (11 χρονών, συνέντευξη, πόλη) μίλησε για μια συμμαθήτριά της που αντιπαθεί, χαρακτηρίζοντας την ως «άσχημη» και λέγοντας για να δικαιολογήσει το χαρακτηρισμό: «Με νευριάζει [...]. Επειδή όλη μέρα φωνάζει μέσα στα αυτιά μας. [...] Και δεν έχει ούτε φίλους». Σε παρόμοιο σκεπτικό κινήθηκε και η Κορίνα (9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη), η οποία συσχέτισε την ασχήμια με την αηδία («γιαξ»), την κακία, την αταξία και την κακή συμπεριφορά. Συγκεκριμένα, σχολιάζοντας τη φωτογραφία της τάξης της ανέφερε: «This [δείχνει μια συμμαθήτριά της]. Δεν είναι όμορφη. Γιαξ. [...] Είναι η πιο κακιάρια της τάξης [...]. Τρελή. Και δεν θα την ήθελες για μαθήτριά επειδή είναι άταχτη. [...] Οουου, της φωνάζει συνέχεια η δασκάλα». Επιπλέον, η Ειρήνη (13 χρονών,

συνέντευξη, πόλη), μιλώντας για ηρωίδες παραμυθιών ανέφερε πως «στις ιστορίες οι κακές είναι [...] άσχημες. [...] Μάγισσες».

Η ασχήμια επίσης συνδέθηκε με τη μειωμένη δημοτικότητα και τη φιλία. Η ομάδα εστίασης ανέφερε ότι τα «ασχημούλικά» κορίτσια, με «λίγα παραπάνω κιλά» δεν είναι δημοφιλή, αφού πολλά παιδιά δεν τα εντάσσουν στις παρέες τους, προτιμώντας πιο όμορφα και λεπτά κορίτσια. Η Δανάη στο επόμενο απόσπασμα φάνηκε να διστάζει αρχικά να πει τη λέξη «άσχημη», αποκαλώντας στο τέλος μια συμμαθήτριά της που έχει «περισσότερα κιλά» ως «ασχημούλα». Παρόλα αυτά, τα κορίτσια παρακάτω υποστήριξαν ότι διαφωνούν με το σκεπτικό αυτό, αφού όπως είπαν ο καλός χαρακτήρας είναι πιο σημαντικός από την όμορφη εμφάνιση. Ωστόσο, αυτό έρχεται σε αντίθεση με την παραπάνω άποψη τους, στην οποία οι ίδιες όρισαν και εξίσωσαν την ασχήμια με την κακία και τον εκνευριστικό χαρακτήρα.

Ειρήνη: Ας πούμε, (κάποιοι) δεν θα κάμουν μια... που έχει λίγα παραπάνω κιλά ή μια που είναι λίγο άσχημη, παρέα, δημοφιλή. Θα κάνουν μια πιο όμορφη, πιο λεπτή.
[...]

Δανάη: Κι εγώ έτσι νομίζω. Δεν θα έκαναν ας πούμε μια που έχει.. πολλά κιλά, μπορεί να είναι λίγο... ασχημούλα [Προσέχω ότι και οι δύο αποφεύγουν να πουν λέξεις όπως «χοντρή», «παχιά», «άσχημη»]. [...] Γιατί πιστεύω ότι μερικές φορές έτσι κάνουν κι εκείνους που έχουν κιλά παραπάνω δεν τους κάνουν παρέα. Δεν τους θέλουν. Αλλά εγώ δεν το βρίσκω και πολύ σωστό, σαν να μην είναι άνθρωποι.

Ειρήνη: Εγώ νομίζω ότι δεν έχει σημασία το ποια είναι η πιο όμορφη. Νομίζω είναι ο χαρακτήρας που παίζει ρόλο. Δεν θα ήταν ωραία, μια όμορφη και κακιά. Καλύτερα μια πιο άσχημη, αλλά πιο καλή στη συμπεριφορά.

(Ειρήνη 13 χρονών, Δανάη 11 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Τα αγόρια, από την άλλη, στο παρακάτω απόσπασμα, έδωσαν μια διαφορετική ερμηνεία στο θέμα της ασχήμιας. Περιέγραψαν τις «άσχημες» γυναίκες ως κοντές και χοντρές, με στραβή μύτη και άσχημα χαρακτηριστικά προσώπου, ενώ ήταν ενδιαφέρουσα η άποψη τους ότι δεν υπάρχει περίπτωση κάποιος άνδρας να ενδιαφερθεί ερωτικά για μια «άσχημη γυναίκα», φανερώνοντας έτσι τη σημασία της ομορφιάς στην επιλογή ερωτικού συντρόφου. Ανέφεραν επίσης ότι μια «άσχημη» γυναίκα δεν θα μπορέσει ποτέ, ό,τι και να κάνει, να βελτιώσει την εξωτερική της εμφάνιση, και συνεπώς να γίνει αρεστή σε ένα

άνδρα, παρά μόνο εάν καταφύγει στη πρακτική της πλαστικής χειρουργικής, ενώ γενικότερα φαίνεται να αναφέρθηκαν στο στερεότυπο της απελπισμένης, «άσχημης» γεροντοκόρης γυναίκας που παρακαλά για τη σημασία των ανδρών. Συγκεκριμένα τα αγόρια είπαν:

Δημήτρης: [...] Και κάποιες φορές (οι άνδρες) βγαίνουν ραντεβού και βρίσκουν μια γυναίκα που στη φωτογραφία ας πούμε φαίνεται ψηλή και μετά βρίσκουν μια γυναίκα κοντή, άσχημη, παχιά.

[...]

Άγγελος: Όμως άμα κάποια είναι άσχημη, ακόμα και να περιποιείται τον εαυτό της, άδικα το κάνει. Αν είναι στραβή η μύτη της [γέλιο] κι έχει άσχημη φάτσα και να επιμένει να θέλει να γίνει όμορφη, άμα του άνδρα δεν του αρέσει, πάλι δεν θα του αρέσει.

ΓΚ: Δηλαδή μια άσχημη κοπέλα δεν υπάρχει περίπτωση να βελτιωθεί ό,τι και να κάνει, όσο και να προσπαθήσει. Αυτό εννοείς;

Άγγελος: Ναι.

Νίκος: Μόνο με πλαστικές εγχειρίσεις.

Άγγελος: Ας πούμε να πηγαίνει σε ένα άνδρα και να του λέει: «Με θέλεις;» «Ε όχι» (απαντά ο άνδρας), «Με θέλεις;», «Όχι» και (εκείνη) να καρτερά και να επιμένει και να βάφεται υπερβολικά.

Νίκος: Αν έχει γαμπνή μύτη μόνο με εγχείριση μπορεί να βελτιωθεί.

Φίλιππος: Μια που έχει στραβή μύτη, πρέπει να την αλλάξει να κάνει εγχείριση.

(Δημήτρης, Άγγελος, Νίκος, 11 χρονών, Φίλιππος, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Φαίνεται ότι τα αγόρια συνδέουν άμεσα τη γυναικεία ασχήμια με το πρόσωπο και όχι με την προσωπικότητα ή την υπόλοιπη εμφάνιση. Επιπλέον, είναι ενδιαφέρον ότι για τα αγόρια κατά κάποιο τρόπο η ασχήμια ταυτίζεται με τις γυναίκες, αφού δεν είχαν πολλά να πουν για την ανδρική ασχήμια, δεν ανέφεραν καν πως μοιάζει για αυτούς ένας άσχημος άνδρας. Αυτά επιβεβαιώνουν την καταπιεστική πλευρά της ομορφιάς για τις γυναίκες η οποία συμβαδίζει με το θεωρητικό φακό των Jeffreys (2005) και Wolf (1991/2002), όπου οι γυναίκες επιτηρούνται και ελέγχονται αυστηρά προκειμένου να ικανοποιήσουν την ανδρική ματιά. Εκφράστηκε επίσης η άποψη από τα αγόρια ότι σημαντικότερο χαρακτηριστικό μιας γυναίκας, για το οποίο παρατηρείται και κρίνεται πιο έντονα, αποτελεί η ομορφιά της και όχι άλλα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς της, όπως η

εξυπνάδα, η μόρφωση κλπ, αφού μόνο με αυτό είναι δυνατό να κερδίσει την ανδρική αποδοχή.

«Η Ομορφιά... Παίζει Ρόλο»:

Αναλύοντας το Δίλημμα Εσωτερικής - Εξωτερικής Ομορφιάς

- Ξένια:* Τις περισσότερες φορές, όταν δεις κάποιον, δεν θα πεις «τι καλός άνθρωπος που είναι». Θα πεις «τι όμορφος που είναι». Και μετά βλέπεις την εσωτερική ομορφιά, πρώτα βλέπεις την εμφάνιση και αν πετύχει το ένα, αν πετύχει η εμφάνιση, μετά βλέπεις και το άλλο!
- ΓΚ:* Άρα θεωρείτε ότι η εξωτερική εμφάνιση έχει μεγάλη δύναμη;
- Εύα:* Εγώ δεν συμφωνώ.
- Ξένια:* Ναι. Εννοώ πρέπει να είσαι πολύ καλός άνθρωπος για να μπορέσεις να δεις πρώτα [τονίζει] το εσωτερικό ενός ανθρώπου. Χρειάζεται μεγαλοψυχία, μεγαλοψυχία.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Το παραπάνω απόσπασμα αποτυπώνει εύστοχα το δίλημμα που δημιουργείται για το αν θα δίνεται ή όχι βαρύτητα στην ομορφιά, κάτι που αποτελεί ένα δίλημμα μεταξύ εσωτερικής και εξωτερικής ομορφιάς. Για αυτό η Ξένια ανέφερε ότι χρειάζεται μεγάλη «μεγαλοψυχία» και καλοσύνη ώστε κανείς να μπορέσει «πρώτα» να δει τον εσωτερικό κόσμο του ατόμου, χωρίς να παρασύρεται από την εξωτερική του εμφάνιση. Η διαχείριση του διλήμματος αυτού παρουσιάζεται παρακάτω, με τα παιδιά άλλοτε να εμπλέκονται σε κριτικές συζητήσεις σε σχέση με την ομορφιά, δίνοντας έμφαση στον εσωτερικό κόσμο του ατόμου κι άλλοτε να εμμένουν και να τονίζουν τη σημασία της εμφάνισης και στις εντυπώσεις που δημιουργεί.

Τα αγόρια στο παρακάτω απόσπασμα αναγνώρισαν τη μεγάλη δύναμη της εξωτερικής εμφάνισης στη διαμόρφωση αντιλήψεων για το άτομο, η οποία είναι δύσκολο να παραβλεφθεί, αφού όπως ανέφεραν, αποτελεί το πιο προφανές χαρακτηριστικό του ατόμου. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η ομορφιά να αποτελεί το βασικότερο κριτήριο στην επιλογή ερωτικού συντρόφου. Σημαντικό στο σημείο αυτό είναι ο τρόπος αιτιολόγησης της σημασίας της ομορφιάς στην επιλογή συντρόφου, ο οποίος στηρίχτηκε στην αποφυγή των αρνητικών σχολίων του «κόσμου», του κοινωνικού περίγυρου και στην «προσβολή»

που τέτοια σχόλια δημιουργούν. Η σχέση λοιπόν με έναν «όμορφο» άνθρωπο γίνεται αντιληπτή από τα παιδιά ως ένα δυνατό χαρτί που έχει τη δυνατότητα να αυξήσει το κοινωνικό κεφάλαιο του έτερον ήμισυ, το οποίο θα παρουσιάζει το ταίρι του με περηφάνια:

ΓΚ: Η ομορφιά παίζει ρόλο στις σχέσεις των ανθρώπων;

Νίκος: Ναι γιατί δεν θα διαλέξεις κάποιο άσχημο ή κάποια άσχημη για να έχεις σχέση. Δεν θα τη θέλει ο υπόλοιπος κόσμος και ο άλλος θα προσβάλλεται που θα είναι μαζί της. Είναι το πρώτο πράμα που βλέπεις σε έναν άνθρωπο.

(Νίκος, 11 χρονών, εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Η πιο πάνω άποψη, ωστόσο, δεν αποτελεί τον κανόνα. Η Μαργαρίτα παρακάτω φαίνεται να ακολούθησε μια μέση λύση, θεωρώντας ότι η εμφάνιση αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην επιλογή ερωτικού συντρόφου, αλλά όχι τον πρωταρχικό:

ΓΚ: Στο αγόρι σου θα δεις τον παράγοντα εμφάνιση;

Μαργαρίτα: Εντάξει σίγουρα έχει 1% λόγο η εμφάνιση, αλλά εντάξει δεν πειράζει να μην είναι γυμνασμένος ή να είναι πιο... [...] Φυσικά θα τη δεις (την εμφάνιση). Παντού τη βλέπεις. Απλά για εμένα δεν θα μετρήσει τόσο, όσο θα μετρήσει σε άλλους.

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Υπήρξαν παρόλα αυτά αρκετά παιδιά, τα οποία τόνισαν τη σημασία της εσωτερικής, ψυχικής ομορφιάς και του καλού χαρακτήρα, ως βασικά χαρακτηριστικά «που κάνουν τον όμορφο άνθρωπο», θεωρώντας ότι η εξωτερική εμφάνιση δεν σημαίνει τίποτα αν κανείς δεν είναι όμορφος και εσωτερικά:

Άννα: Βασικά δεν είναι το πρόσωπο, είναι ο χαρακτήρας που κάνει τον όμορφο άνθρωπο. Μόνο όσοι έχουν καλό χαρακτήρα. Μπορεί να είσαι θεά στην εμφάνιση και ο χαρακτήρας σου... να είσαι τελείως... παλιοχαρακτήρας. Και τι να κάμω την εμφάνιση άμα κάποιος είναι παλιοχαρακτήρας; [...] Όλοι λεν ότι η εμφάνιση δεν παίζει ρόλο, αλλά όλοι τελικά εκείνο κοιτούν πρώτα. Όμως είναι σημαντικό κάποια να είναι καλή, να βοηθά, όχι να νομίζει ότι εκείνη είναι και κανένας άλλος. [...] Και για το σώμα. Όλοι θεωρούν (όμορφο) το λεπτό σώμα γιατί είναι εκείνα [τονίζει] τα μοντέλα.

Αλλά αν ήταν διαφορετικά όμως τα μοντέλα, αν ήταν παχουλά, τότε θα ήθελαν τους παχουλούς. Αλλά εγώ δεν νομίζω ότι παίζει ρόλο η εμφάνιση σε κάποιον για να τον κάνω παρέα.

(Άννα, 13 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Στο απόσπασμα αυτό, πέρα από την έμφαση που η Άννα έδωσε στην εσωτερικότητα του ατόμου, είναι πολύ σημαντική η κριτική αντιμετώπιση που διαθέτει σε σχέση με τα στενά ορισμένα πρότυπα ομορφιάς που προωθούνται από τα ΜΜΕ και τα οποία έχουν τη δύναμη να ρυθμίσουν, να πειθαρχήσουν το γούστο, τις προσδοκίες και τις επιθυμίες για το τι εκτιμάται κοινωνικά ως όμορφο (Gill, 2007, 2008). Αναγνώρισε λοιπόν ότι ο λόγος για τον οποίο εκτιμούμε συγκεκριμένα ιδεώδη ομορφιάς, όπως π.χ. το λεπτό σώμα, είναι η καθημερινή έκθεση μας σε πολιτισμικές και κοινωνικές αναπαραστάσεις, οι οποίες φέρουν σημαντικές επιρροές στις επιλογές του ατόμου και στη διαμόρφωση αντιλήψεων για την ομορφιά.

Κι άλλα παιδιά έδωσαν έμφαση σε χαρακτηριστικά της προσωπικότητας ως παράγοντα που ορίζει την «ομορφιά», αλλά και την “cool” κατάσταση. Ο Φοίβος πιο κάτω πολύ ξεκάθαρα έδωσε ένα ορισμό του τι σημαίνει “cool”, σύμφωνα με τον οποίο το coolness δεν συνδέεται με το στυλ και την εμφάνιση, αλλά με την προσωπικότητα. Στην περίπτωση αυτή ο Φοίβος έδωσε έμφαση σε μηνύματα που υπογραμμίζουν τη σημασία της μοναδικότητας και του να είναι κανείς ο εαυτός του, χωρίς να ενδιαφέρεται για την κριτική του κοινωνικού συνόλου:

Φοίβος: Cool δεν νομίζω ότι είναι το στυλ. Είναι η προσωπικότητα cool. [...] Cool δεν είναι εκείνος που... ξέρω 'γω φορεί... δερμάτινα ή γυαλιά ήλιου. Cool είναι εκείνος που κάνει ό,τι θέλει και δεν τον ενδιαφέρουν οι άλλοι, αν τον βρίζουν, αν τον περιπαίζουν, δεν τον ενδιαφέρει.

(Φοίβος, 12 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα στο οποίο τα παιδιά τόνισαν τη σημασία της προσωπικότητας έναντι της εμφάνισης αποτέλεσε το σκεπτικό μιας ομάδας παιδιών στην εκπαιδευτική παρέμβαση στην ημιαστική περιοχή, τα οποία στην ιδεοθύελλα για την Ομορφιά είχαν γράψει τα χαρακτηριστικά «χαρακτήρας» και «ψυχική ομορφιά», δικαιολογώντας την άποψη τους, δίνοντας έμφαση στην εξυπνάδα και τη μόρφωση του ατόμου. Όπως είπε η Κατερίνα: «Να μπορεί άμα του κάνεις μια ερώτηση να σου απαντήσει. Εννοώ, να μπορεί να πει την άποψή του». Η Χριστιάνα, επίσης, στην ίδια

ομάδα, μίλησε για την ευγένεια και γλυκύτητα του είναι σημαντικό να χαρακτηρίζει ένα άτομο, χαρακτηριστικά που θεωρεί πιο σημαντικά από την όμορφη εμφάνιση. Όπως είπε:

Χριστιάνα: Ο καθένας βγάζει κάτι γλυκό με άλλο τρόπο. [...] Καμιά φορά έχουμε στο μυαλό μας κάποια στερεότυπα για το τι κάνουν μια γυναίκα όμορφη, αλλά μπορεί να είναι μια ψηλή και λεπτή και να μη σου βγάζει κάτι όμορφο και μπορεί κάποια άλλη να είναι κοντή και παχουλή και να έχει ένα πολύ γλυκό πρόσωπο ή να σου μιλά και να σε κερδίζει!

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Η Ροδοθέα (10 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό) ακόμα, μιλώντας για τα όμορφα κορίτσια της τάξης της, εξίσωσε την εσωτερική ομορφιά, την ομορφιά στην «καρδιά», με την εξωτερική ομορφιά. Όπως είπε: «Τα κορίτσια που θεωρώ όμορφα στην καρδιά είναι και όμορφα εξωτερικά. Κανονικά τα κορίτσια της τάξης μας είναι όλα όμορφα και από μέσα και από έξω!».

Η εσωτερική ομορφιά του ατόμου, η καλοσύνη και η ευγένεια του, θεωρήθηκαν ακόμα πρωταρχικά κριτήρια και στη διαδικασία επιλογής φίλων κι όχι η εξωτερική ομορφιά:

Φοίβος: Εμένα δεν με ενδιαφέρει η εμφάνιση. Ο φίλος μου δεν είναι όμορφος. Εντάξει, δεν είναι άσχημος, αλλά ούτε και θεός. Αλλά είναι πολύ καλός ο χαρακτήρας του. Είναι πολύ φιλικός, ευγενικός.

(Φοίβος, 12 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Σε αυτό το σκεπτικό κινήθηκαν ο Αλέξης και ο Ηλίας, οι οποίοι συζητώντας για τους χάρτινους κούκλους και ρωτώντας τους με ποιον από αυτούς θα προτιμούσαν να κάνουν παρέα, ο Αλέξης απάντησε: «Βασικά με όλους, δεν έχει σχέση η ομορφιά», ενώ ο Ηλίας συμπλήρωσε ότι: «Ο καθένας έχει τη δική του ομορφιά!». Σε αυτή την περίπτωση τα αγόρια τόνισαν περισσότερο το στοιχείο της μοναδικότητας σε αντίθεση με τα κορίτσια, τα οποία στάθηκαν πολύ περισσότερο στο δίπολο εσωτερικής/εξωτερικής ομορφιάς, τη σχετική αξία τους και το χάσμα ανάμεσά τους.

Μέσα από τα πιο πάνω διαγράφεται ένα μεγάλο εύρος στην αντίληψη της ομορφιάς από τα παιδιά, η οποία σε κάποιες περιπτώσεις κινείται σε μια καταπιεστική τοποθέτηση, στην οποία η «όμορφη» εμφάνιση, ειδικά με την στενή και παραδοσιακή έννοια του όρου, εκτιμάται πιο πολύ από κάθε άλλο χαρακτηριστικό του ατόμου. Από την

άλλη, από τα πιο πάνω διαφαίνεται έντονα και μια εναλλακτική οπτική, σύμφωνα με την οποία τα παιδιά εκφράζουν τον προβληματισμό και την κριτική τους αντιμετώπιση όσον αφορά την ομορφιά, η οποία δεν παραμένει σε επιφανειακό επίπεδο, έχοντας τη γνώση και τη ικανότητα να δώσουν έμφαση και σε άλλες όψεις της προσωπικότητας του ατόμου. Όσο δύσκολο κι αν είναι το έργο αυτό, τόσο λόγω της δύναμης της εξωτερικής εμφάνισης, όσο και λόγω της επιρροής πολιτισμικών παραγόντων, όπως τα ΜΜΕ, τα παιδιά, σε αρκετές περιπτώσεις τουλάχιστον, φαίνεται να διαθέτουν τη «μεγαλοψυχία», την εμπρόθετη δράση, την αντίσταση, ώστε να δουν βαθύτερα και πιο κριτικά το θέμα της ομορφιάς.

Ομορφιά: Γυναικεία Υπόθεση;

Τα παιδιά πολύ συχνά εξέφρασαν την άποψη ότι η ομορφιά αποτελεί γυναικεία υπόθεση. Η αντίληψη αυτή εκφράστηκε πολύ καθαρά και στην ακραία της μορφή μέσα από τη στάση ενός αγοριού, του Δανιήλ, στην εκπαιδευτική παρέμβαση στην πόλη, ο οποίος στη δραστηριότητα της ιδεοθύελλας για την ομορφιά είχε υποστηρίξει ότι πρέπει να γράψουν μόνο στοιχεία θηλυκής ομορφιάς, αρνούμενος έντονα να γράψει πρότυπα και χαρακτηριστικά ομορφιάς για άνδρες. Όταν του είπα ότι το μάθημα αφορούσε και τα αγόρια, εξακολουθούσε να επιμένει ότι η ομορφιά είναι κάτι που ενδιαφέρει αποκλειστικά τα κορίτσια κι ότι είναι πολύ προσβλητικό για ένα αγόρι να προσπαθεί να είναι όμορφο. Παρόλο που ένας συμμαθητής από την ομάδα του προσπαθούσε να τον πείσει ότι η ομορφιά είναι σημαντική και για τα αγόρια, δίνοντας το επιχειρήμα ότι θα ήταν άσχημο και προσβλητικό για ένα αγόρι να δεχτεί το σχόλιο ότι «δεν είσαι όμορφος», εντούτοις ο Δανιήλ δεν φάνηκε να είχε πειστεί εντελώς. Η στάση αυτή του Δανιήλ φανερώνει το κοινωνικό ταμπού που υπάρχει ανάμεσα στα αγόρια και άνδρες όσον αφορά την παραδοχή του ενδιαφέροντος τους για την εξωτερική τους εμφάνιση, θεωρώντας ότι είναι ένα ζήτημα θηλυκό ή γκέι.

Κι άλλα παιδιά εξέφρασαν την άποψη ότι η ομορφιά αποτελεί γυναικείο χαρακτηριστικό και ενδιαφέρον. Με αυτό το επιχειρήμα τα παιδιά στην εκπαιδευτική παρέμβαση και στα τρία σχολεία ερμήνευσαν την ύπαρξη περισσότερων γυναικών στη λίστα του περιοδικού People με τους 100 πιο όμορφους ανθρώπους. Όπως είπε ο Μιχάλης (εκπαιδευτική παρέμβαση, χωριό): «Στις γυναίκες αρέσει να φτιάχνονται. Οι άνδρες... είναι παραπάνω με τη δουλειά». Άλλα παιδιά προσπάθησαν να δικαιολογήσουν την ύπαρξη περισσότερων γυναικών στη λίστα, αναφερόμενα στερεοτυπικά και με

ντετερμινιστικούς όρους στη «γυναικεία φύση» («Είμαι γυναίκες»), η οποία προστάζει έντονη ενασχόληση με την εμφάνιση και εμπλοκή με τη βιομηχανία ομορφιάς:

Κατερίνα: Επειδή οι γυναίκες πάντα προσέχουν... ακόμα και στο περίπτερο να παν [γέλιο] πρέπει να προσέχουν το πώς θα βγουν! Είναι γυναίκες! Οι γυναίκες βάζουν καλλυντικά, προσέχουν τον εαυτό τους περισσότερο από ότι προσέχουν οι άνδρες! [...]

Στέλλα: Είναι πιο λογικό ας πούμε άμα... επειδή οι άνδρες δεν βάζονται ή έτσι πράγματα. Είναι φυσικό για τις γυναίκες να θέλουν να είναι όμορφες! Οι γυναίκες για να δείχνουν όμορφες κάνουν πολλά πράγματα.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Το επιχείρημα ότι οι γυναίκες νοιάζονται περισσότερο για την εμφάνιση τους εκφράστηκε κι από τα παιδιά στην ημιαστική περιοχή. Συγκεκριμένα ανέφεραν ότι όλες οι γυναίκες ενδιαφέρονται για την ομορφιά τους, ακολουθώντας διάφορες πρακτικές ομορφιάς, όπως μακιγιάζ, καλλυντικά κλπ, ενώ, όσον αφορά τους άνδρες, η ομορφιά αποτελεί θέμα που απασχολεί μόνο τους διάσημους κι όχι και άνδρες στην καθημερινή ζωή. Κάποια παιδιά απέδωσαν την έλλειψη ενδιαφέροντος των ανδρών για την ομορφιά στην έλλειψη καλλυντικών προϊόντων που να απευθύνονται σε αυτούς. Η άποψη αυτή στην πορεία της συζήτησης ανατράπηκε, αναγνωρίζοντας ότι υπάρχουν προϊόντα ομορφιάς που απευθύνονται και σε άνδρες και ότι μάλιστα κάποιοι άνδρες, ακόμα και μη διάσημοι, τα χρησιμοποιούν:

Ντίνα: Επειδή οι γυναίκες προσέχουν περισσότερο το πρόσωπο, το δέρμα τους, ενώ οι άνδρες δεν νοιάζονται για τούτα τα πράγματα. Μόνο τους διάσημους τους νοιάζει, τους άλλους δεν τους νοιάζει αν είναι όμορφοι... να προσέχουν την επιδερμίδα τους. Ενώ οι γυναίκες βάζουν κρέμες, βάζονται...
[...]

Βάνα: Εγώ θα διαφωνήσω λίγο με τούτο που είπε η Ντίνα γιατί άμα ένας άνδρας είναι διάσημος τον περιποιούνται, φτιάχνουν τα μαλλιά του, έχει συνέχεια κομμωτές γύρω του, στυλίστες που τον φτιάχνουν, την ώρα που θα βγει στη συναυλία του ας πούμε και θα τον συμβουλέψουν πώς να είναι ντυμένος και περιποιούνται τον εαυτό τους γενικά.

ΓΚ: Οι διάσημοι μόνο ή οι άνδρες γενικά το κάνουν τούτο;

- Βάνα:* Παραπάνω οι διάσημοι άνδρες το κάνουν. Γιατί στην καθημερινή ζωή δεν είδα πολλούς [γέλιο].
- Κλέα:* Ούτε εγώ!
- ΓΚ:* Ενώ στην καθημερινή ζωή των γυναικών το βλέπετε αυτό; Να φτιάχνονται;
- Όλοι:* Ναι, ναι, ναι. Πολλές γυναίκες!
[...]
- Βάνα:* Υπάρχουν όμως και κάποιοι που ενδιαφέρονται για τούτα τα πράματα στην πραγματική τους ζωή.
- Στέφανος:* Ναι επειδή είδα ότι... τα κορίτσια έχουν μάσκες ομορφιάς, αντιρυτιδικές μάσκες, αντιγηραντικές Lancôme και βάζουν make-up και 1000 πράματα για να γίνουν όμορφες, αλλά έτσι πράματα δεν δημιουργήθηκαν για τους άνδρες.
- Λουίζα:* Νομίζω υπάρχουν τα ίδια προϊόντα και για άνδρες. [...] Κάποιοι άνδρες τα ξέρουν... όχι μόνο οι διάσημοι, αλλά και κάποιοι άνδρες που δεν είναι διάσημοι, πάλι ενδιαφέρονται για την επιδερμίδα τους.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Ωστόσο, η άποψη ότι η ομορφιά αποτελεί γυναικεία υπόθεση κι ότι απασχολεί τα κορίτσια αποκλειστικά, προκλήθηκε μέσα από συζητήσεις με διάφορα αγόρια, φανερώνοντας ότι η ομορφιά αποτελεί ζήτημα που επίσης τα απασχολεί έντονα. Πρόκειται κυρίως για αγόρια που ακολουθούν τη μετροσέξουαλ αρρενωπότητα, τα οποία ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για την εμφάνιση τους και εμπλέκονται ενεργά στην κουλτούρα ομορφιάς. Κάτι τέτοιο αποτελεί σύνηθες φαινόμενο, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια που τα πρότυπα ομορφιάς για τους άνδρες γίνονται όλο και πιο αυστηρά με τα ΜΜΕ να τοποθετούν τους άνδρες ως σεξουαλικά υποκείμενα που κοιτάζονται (Bordo, 1999).

Έτσι, όπως συζητήθηκε και σε άλλα σημεία, τα αγόρια γνωρίζουν πολύ καλά τρόπους και πρακτικές με τους οποίους μπορούν να αναδείξουν την ελκυστική τους εμφάνιση και την αρρενωπότητά τους. Για αυτό επενδύουν έντονα στη μόδα, ιδιαίτερα στο αθλητικό στυλ με ακριβές μάρκες, ασχολούνται με το σώμα τους, τα μαλλιά τους, την επιδερμίδα τους. Χαρακτηριστικό είναι το παρακάτω απόσπασμα, στο οποίο ο Νίκος μίλησε για τον τρόπο με τον οποίο φροντίζει την επιδερμίδα του:

- Νίκος:* Βάζουν αγγουράκια στα μάτια κυρία για να φεύγουν οι μαύροι κύκλοι και οι ρυτίδες! [...] Κυρία κάνει δουλειά!
- ΓΚ:* Το δοκίμασες;

Νίκος: Ναι έβαλα μια φορά με την αδερφή μου. Έχει στο περιοδικό μια συνταγή για μάσκα και βάζεις γιαούρτι και αγγουράκι και την έκαμα με την αδερφή μου!

ΓΚ: Άρα είναι σημαντική και για τα αγόρια η υγιής επιδερμίδα;

Νίκος: Ναι.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Αν και λοιπόν τα αγόρια συνήθως δειλά μιλούν για την ενασχόληση τους με την ομορφιά, έχοντας κατά νου τα κοινωνικά ταμπού που συνδέουν την ομορφιά με τη γυναικεία φύση και την ομοφυλοφιλία, ωστόσο η πραγματικότητα και οι πρακτικές των αγοριών φαίνεται να προκαλούν την αντίληψη αυτή. Κάτι τέτοιο φανερώνει την αντιφατική κατάσταση με την οποία τα αγόρια έρχονται αντιμέτωπα: από τη μια δέχονται έντονη επιτήρηση και πειθαρχία σε σχέση με τα περιορισμένα επιτρεπτά όρια και ενέργειες που σχετίζονται με το φύλο τους αναφορικά με την ενασχόλησή τους με την ομορφιά, ενώ από την άλλη βομβαρδίζονται συνεχώς από πολιτισμικές αναπαραστάσεις ανδρικής ομορφιάς και μηνυμάτων για το πώς να είναι στυλάτοι και όμορφοι, επιχειρώντας ταυτόχρονα, σε πολλές περιπτώσεις, να φτάσουν τα ιδανικά αυτά. Η κατάσταση αυτή επιβεβαιώνει όψεις της φεμινιστικής θεωρίας σχετικά με την ανδρική ομορφιά. Καταρχήν, αντικατοπτρίζει την όλο και μεγαλύτερη εμπλοκή, αλλά και τις ανησυχίες των αγοριών σχετικά με την εμφάνισή τους, πέφτοντας στην πολιτισμική παγίδα της επίτευξης μιας μη ρεαλιστικής ελκυστικής εμφάνισης μέσω της μόδας, της αισθητικής, της ενασχόλησης με το σώμα και του καταναλωτισμού. Από την άλλη, τα αγόρια, έχουν να αντιμετωπίσουν την επιπλέον δυσκολία να πειθαρχήσουν τα σώματα και την εμφάνισή τους, απορρίπτοντας όμως ταυτόχρονα και αντιφατικά το ενδιαφέρον τους για την εμφάνισή τους, θέλοντας να δείξουν αυτόνομη διάθεση απέναντι στις πολιτισμικές επιρροές που αφορούν την ομορφιά.

Ομορφιά: Πηγή Ενδυνάμωσης ή Καταπίεσης;

Το βασικό δίλημμα που απασχολεί τη φεμινιστική θεωρία σε σχέση με την ομορφιά, κατά πόσο αυτή αποτελεί πηγή καταπίεσης ή ενδυνάμωσης, είχε συζητηθεί στην εκπαιδευτική παρέμβαση με αφορμή τα άρθρα που είχαν δοθεί κι αφορούσαν την Ουκρανή Barbie Valeria Lukyanova και τον οκτάχρονο αρσιβαρίστα Brandon Blake (βλ. Παράρτημα Δ για τα πλήρη άρθρα και φωτογραφίες). Τα άρθρα αυτά έδωσαν το έναυσμα στα παιδιά να

δώσουν τη δική τους οπτική σε σχέση με το θέμα, εκφράζοντας ποικιλία απόψεων, ενδιαφέρουσες απόψεις και τεκμηρίωση.

Ομορφιά Μέσα από το Μεταφεμινιστικό Πλαίσιο

Αρκετά παιδιά θεώρησαν ότι η εμφάνιση, η «ομορφιά» της Valeria και του Brandon αποτελούν πηγή ενδυνάμωσης και ευτυχίας για αυτούς. Ξεκινώντας από τη Valeria, κάποια παιδιά εξέφρασαν την άποψη ότι οι πρακτικές ομορφιάς που έχει ακολουθήσει και συνεπαγόμενα η επίτευξη του συγκεκριμένου ιδεώδους ομορφιάς, την κάνουν ευτυχισμένη, αφού έχει καταφέρει να υλοποιήσει το όνειρό της και να είναι οικονομικά επιτυχημένη.

Φανή: Εγώ νομίζω ότι επειδή πέτυχε το σκοπό της να μοιάσει στη Barbie, είναι ευχαριστημένη, είναι ευτυχισμένη και ότι της αρέσει πολύ αυτό. [...]

Μαρία: Μπορεί να της αρέσει ο τρόπος που ζει έτσι γιατί η ίδια επέλεξε να ζήσει με αυτό τον τρόπο.

ΓΚ: Σκεφτήκατε όμως πώς ζει; Με τι εξαντλητικές δίαιτες ζει, τι τρόπο ζει;

Μαρία: Το ήξερε όμως αυτό το πράγμα, το ήξερε από πριν. Για να το κάμει σημαίνει ότι το μελέτησε προηγουμένως.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Αννα: Πολλά λεφτά! Τα λεφτά ήταν το κίνητρο της.

Ελένη: Και φήμη! Απέκτησε πολλούς θαυμαστές να την κοιτούν, να λεν ότι είναι πολύ όμορφη, να την ξέρουν όλοι!

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Στα πιο πάνω αποσπάσματα διαγράφεται μια μεταφεμινιστική σύνδεση της παραγωγής μιας σωστής θηλυκότητας και σεξουαλικής εμφάνισης με την ενδυνάμωση και την κοινωνική κινητικότητα, ένα φαινόμενο που εντοπίζεται συχνά στα TV makeover shows. Τα μηνύματα του μεταφεμινισμού υπόσχονται μια μοντέρνα Σταχτοπούτα, η οποία με εφόδιο το ελκυστικό σώμα και πρόσωπο μεταμορφώνεται και συναντά την επιτυχία, το γκλάμουρ, την ευτυχία και την καριέρα (Press, 2011). Στην περίπτωση αυτή, υπάρχει μια ειρωνεία, ωστόσο, αφού παραβλέπεται το γεγονός ότι η προσπάθεια των γυναικών για απόκτηση των αγαθών που θα τους προσδώσουν επιτυχία, συνεπάγεται με τεράστιες οικονομικές δαπάνες.

Είναι ενδιαφέρον, ακόμα, ότι τα παιδιά πιο πάνω κινούνται σε ένα μεταφεμινιστικό πλαίσιο, δίνοντας έμφαση στο θέμα της ελεύθερης επιλογής, της γνωστικής κατάστασης και της εμπρόθετης δράσης που οι γυναίκες επιδεικνύουν σε οποιαδήποτε απόφασή τους (Davis, 1991· Gill, 2009· Jackson, 2006· Lazar, 2009). Κινούνται επίσης σε ένα νεοφιλελεύθερο λόγο που τονίζει την αυτονομία όσον αφορά τις επιλογές στο σώμα, στο οποίο οι κοσμητικές επεμβάσεις δικαιολογούνται όσο αυτές αποτελούν επιλογή του ατόμου και γίνονται για τους «σωστούς» λόγους (Gill κ.ά., 2005). Σε αυτή την περίπτωση οι πρακτικές ομορφιάς γίνονται αντιληπτές ως μέσα εσωτερικής αμοιβής, άνεσης και ευχαρίστησης. Παρόλα αυτά, η νεοφιλελεύθερη πανάκεια, ότι όλες οι επιλογές είναι καλές φτάνει να γίνονται ελεύθερα και αυτόνομα, αγνοεί τις πολιτισμικές συνθήκες στις οποίες οι επιλογές προσφέρονται και τους περιορισμούς που ενδεχομένως φέρουν. Επίσης, αποκρύπτουν οποιαδήποτε ευθύνη από τις επιρροές των κοινωνικών θεσμών στη δημιουργία περιορισμένων έμφυλων προτύπων, αφού το άτομο θεωρείται να έχει τη δύναμη ενεργά να απορρίψει οτιδήποτε δεν συμφωνεί (Bartky, 1990· Gill, 2007α, 2008· Stuart & Donaghue, 2011).

Δικαιολόγησαν επίσης την εμπλοκή σε πρακτικές κοσμητικών επεμβάσεων με το επιχείρημα ότι αυτές έχουν τη δύναμη να απελευθερώσουν το άτομο από δύσκολες καταστάσεις που φέρει η «τυραννία της ασχήμιας» κι ότι με αυτές θα πετύχουν κοινωνική ενδυνάμωση, αποδοχή και «τη σημασία» του κοινωνικού περίγυρου. Όπως είπε η Κατερίνα:

Κατερίνα: Μπορεί πολλές από αυτές τις κοπέλες να νιώθουν μοναξιά και να τα κάνουν όλα αυτά (πλαστικές επεμβάσεις) για τους δώσει ο κόσμος σημασία.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Επιπλέον, κάποια αγόρια θεώρησαν ότι η εμφάνιση της Valeria και ιδιαίτερα το πλούσιο στήθος που έχει αποκτήσει μέσω κοσμητικών επεμβάσεων, της προσδίδει κοινωνική δύναμη και δημοτικότητα, ενώ ταυτόχρονα γίνεται αρεστή και επιθυμητή στους άνδρες. Αυτό σύμφωνα με το παρακάτω απόσπασμα, αποτελεί τον κυριότερο λόγο για τον οποίο η Valeria έχει προχωρήσει στην επέμβαση αυξητικής στήθους. Στο σημείο αυτό φαίνεται ότι η κοινωνική αποδοχή των γυναικών και κοριτσιών συνδέεται άμεσα με την ετεροσεξουαλική τους επιτυχία και έλξη. Η άποψη αυτή, ενώ φαινομενικά παρουσιάζει μια μορφή ενδυνάμωσης των γυναικών, στην ουσία αποδεικνύει την πατριαρχική και καταπιεστική φύση της ομορφιάς και την εμμονή των γυναικών για πρόκληση του

ανδρικού θαυμασμού και ικανοποίηση της ανδρικής ματιάς. Με αυτό τον τρόπο, όμως όχι μόνο δεν επιτυγχάνουν το κοινωνικό στάτους που επιθυμούν, αλλά γελοιοποιούνται για τις προσπάθειες τους αυτές.

Φίλιππος: (Εμοίωσε στη Barbie) Επειδή θέλει να γίνει όμορφη και να την αγαπούν πολλοί άνδρες. Και επειδή θα γίνει διάσημη.

ΓΚ: Άρα στους άνδρες θα άρεσε αυτή η κοπέλα νομίζετε;

Σίφης: Χμ, ναι. [...] (Πλαστική επέμβαση στο στήθος έκανε) Για να επιδεικνύεται στους άνδρες [Γέλιο από κάποια παιδιά].

ΓΚ: Αρέσει δηλαδή στους άνδρες αυτό το στήθος γι' αυτό το έκανε;

Σίφης: Έτσι νομίζω.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Όσον αφορά τον Brandon, αρκετά παιδιά θεώρησαν ότι ο τρόπος ζωής και οι πρακτικές που ακολουθεί, η γυμναστική και η αυστηρή διατροφή, είναι σωστές και προωθούν τον υγιεινό τρόπο ζωής. Όπως είπε ο Στέφανος στην εκπαιδευτική παρέμβαση στην ημιαστική περιοχή, «θα γίνει δυνατός, θα έχει ενέργεια για να κάνει γυμναστική. Και έτσι θα ζήσει περισσότερα χρόνια, λόγω της καλής του διατροφής και του ότι κάνει γυμναστική». Άλλα παιδιά επίσης σχολίασαν για τον Brandon:

Άγγελος: Γιατί όταν είναι έτσι δυνατός μπορεί να παίζει μποξ, μπορεί να είναι καλός στα αθλήματα, να τρέχει όλη μέρα στη μπάλα όταν παίζει και όταν βγαίνει έξω να μπορούν να παίζουν τους μάγκες.

Σίφης: Αν είναι στο σχολείο και κάποιος μεγάλος έρχεται και τον πειράζει, θα του δείξει τους μυς του και θα φοβηθεί ο μεγάλος και θα φύγει.
[...]

Σίφης: Είναι πιο μάγκας! [...] Ναι, πιο σέξι!

Άγγελος: Μοντέλο!

Ροδοθέα: Παναγία μου κυρία, θα τον θέλουν όλες οι συμμαθήτριες του! [...] Είναι το σώμα του! (κάπως ντροπαλά).

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Γεωργία: Εντάξει, σίγουρα παίζει ρόλο η εμφάνιση του άλλου για τη φίλια. Πιστεύω ότι μπορεί να κάμει φίλους γιατί οι φίλοι του θα λεν «α έχω ένα φίλο διάσημο»!

Γιώτα: Θα περηφανεύεται νομίζω για το φίλο του επειδή θα είναι διάσημος.

Μιχαέλλα: Και μετά θα γίνει κι ο φίλος του έτσι διάσημος.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Μελίνα: Εγώ νομίζω ότι (οι συμμαθητές του) μπορεί να τον θαυμάζουν. Ή να τον ζηλεύουν. Επειδή μπορεί να θέλουν κι εκείνοι να έχουν τέτοιο σώμα.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Έτσι, πολλά παιδιά θεώρησαν ότι η εμφάνισή του και συγκεκριμένα το μυώδες του σώμα αποτελεί πηγή ευτυχίας, αφού του προσφέρει πολλά προνόμια και ιδιότητες: μαγκιά, γενναιότητα, δύναμη για αντιμετώπιση κινδύνων, σέξι εμφάνιση, επιτυχίες με τα κορίτσια, πολλούς φίλους, πολύ καλές αθλητικές επιδόσεις. Το μυώδες του σώμα, επίσης, προκαλεί το θαυμασμό, ακόμα και τη ζήλια των συνομηλίκων που θέλουν να του μοιάσουν. Η εμφάνιση του Brandon λοιπόν ανταποκρίνεται στα πιο κυρίαρχα πρότυπα ομορφιάς για το ιδανικό ανδρικό σώμα, ενώ αποτυπώνει πολύ καλά το πρότυπο της ηγεμονικής αρρενωπότητας, το οποίο επιβραβεύεται κοινωνικά.

Ομορφιά, Πειθαρχία, Καταπίεση

Ωστόσο, τόσο για τη Valeria, όσο και για τον Brandon, τα παιδιά εξέφρασαν τους προβληματισμούς τους όσον αφορά την καταλληλότητα των πρακτικών που ακολουθούν και τις αρνητικές επιρροές που φέρουν, τόσο στο θέμα της σωματικής υγείας, όσο και σε κοινωνικό επίπεδο, ενώ συχνά εκλαμβάνουν τις πρακτικές και τον τρόπο ζωής τους ως μια μορφή καταπίεσης. Εντόπισαν επίσης τις πηγές επηρεασμού των ατόμων αυτών στα ΜΜΕ, κυρίως σε αστέρια του Χόλιγουντ, ηθοποιούς, τραγουδιστές και YouTubers, εκφράζοντας μια αντίληψη που τονίζει την επιρροή και ρύθμιση που τα άτομα δέχονται από πολιτισμικές πηγές σε σχέση με τα πρότυπα ομορφιάς και την πολιτισμική αφέλεια που πιθανόν να τα διακατέχει.

Όσον αφορά τη Valeria, ήταν ιδιαίτερα επικριτικοί για την εμφάνισή της και αναφέρθηκαν σε αυτήν με αρνητικούς χαρακτηρισμούς, λέγοντας ότι είναι «σαν σκελετός», «σαν άγαλμα», «ψεύτικη», «παράξενη», «ανορεκτική», «παραμορφωμένη», «σαν εξωγήινος», «αφύσικη», ότι «προκαλεί εφιάλτες» και «νιώθουν άβολα να τη βλέπουν». Εξέφρασαν ακόμα τη γνώμη ότι προτιμούσαν τη Valeria πριν κάνει τις επεμβάσεις, λέγοντας ότι προηγουμένως διέθετε «φυσική ομορφιά».

Τα παιδιά εντόπισαν ως βασικό λόγο που δημιουργήσε στη Valeria την επιθυμία να μοιάσει στη Barbie τον ανταγωνισμό που υπάρχει μεταξύ των γυναικών. Αναφέρονται, δηλαδή, στη διαιρετότητα, τη σύγκριση, το «φθόνο» που καλλιεργείται μεταξύ των γυναικών ως βασικό συστατικό που συντηρεί το μύθο της ομορφιάς (Wolf, 1991/2002). Θεώρησαν ότι οι πρακτικές ομορφιάς αποτελούν τη λύση στις ανασφάλειες που οι γυναίκες βιώνουν λόγω της εμφάνισης τους κι ότι με αυτές ζητούν την αποδοχή, όχι από τους άνδρες, αλλά από τις άλλες γυναίκες ως μέσο αποφυγής αρνητικής κριτικής και απόκτησης στάτους:

Νίκος: Κυρία μπορεί να θαυμάζει μια άλλη κοπέλα και να θέλει να την ανταγωνιστεί; Να συγκρίνουν το στήθος τους, να κάνουν διαγωνισμό!
(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Γεωργία: Ίσως να ήταν ο ανταγωνισμός τους για το ποια είναι η πιο όμορφη, ποια έχει το πιο ωραίο σώμα και ήθελε να ήταν η πιο όμορφη και να έχει το πιο ωραίο σώμα και για αυτό να έγινε έτσι.
(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Αναφέρθηκαν κυρίως στη διατροφή της -στην πρακτική του *breathairism* που ακολουθεί- αλλά και στις πλαστικές επεμβάσεις στις οποίες έχει προχωρήσει και στους κινδύνους στην υγεία που επιφέρουν που μπορεί να προκαλέσουν ακόμα και θάνατο. Σε αρκετές περιπτώσεις την αντιμετώπισαν ως μια μασκαράτα, ως «τέρας» και «μη κανονικό άνθρωπο», που γελοιοποιείται, ακολουθεί εξωγήινους κανόνες, προκειμένου να πετύχει μη ρεαλιστικά, καταπιεστικά και ανθυγιεινά πρότυπα ομορφιάς.

Σίφης: Παρά με τούτο το σώμα, καλύτερα όπως ήταν πριν! Κανονικός άνθρωπος, όχι σαν τέρας!

Άγγελος: Κι εγώ το προτιμώ. Να τρώει, να έχει την υγεία της, να περπατά να κάνει τα ψώνια της, παρά να περπατά και να φοβάται ο κόσμος να τη βλέπει και να κάνει τούτα όλα τα πράγματα απλά για να μοιάσει σε μια κούκλα. Να χαλάσει την υγεία της για μια κούκλα;

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Τα παιδιά αναφέρθηκαν επίσης στην «πεινά», στον έλεγχο της γυναικείας όρεξης που η Valeria βιώνει, κάτι που επιβάλλεται από την τυραννία του λεπτού σώματος

(“tyranny of slenderness”), ταλαιπωρώντας τις γυναίκες, οδηγώντας τις σε διατροφικές διαταραχές και σε επικίνδυνες για την υγεία τους κοσμητικές επεμβάσεις και στερώντας κάθε ίχνος ενέργειας από αυτές (Bordo, 1993/2003· Jeffreys, 2005· Wolf, 1991/2002).

Ροδοθέα: Επειδή μπορεί να ξέρει ότι υπάρχουν κίνδυνοι, όπως καρκίνος, ανορεξία, μπορεί να λιποθυμήσει. Δεν νομίζω να ζει και τόσο ήσυχα!
[...]

Νίκος: Μπορεί να χτυπιέται από την πείνα, αλλά για να μείνει λεπτή δεν θα τρώει τίποτε.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Κλέα: Επειδή έκανε εκείνο που ήθελε είναι ευχαριστημένη, αλλά δεν ξέρω αν νιώθει ευτυχισμένη. Να μην τρώει. [...] Ναι δεν μπορεί να ζήσει καλά χωρίς φαί. Όπου πας βλέπεις φαί, θα θέλει να φάει.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Πέρα από τους κινδύνους στην υγεία που φέρουν αυτές οι πολιτισμικές πρακτικές για χάρη της ομορφιάς, τα παιδιά μίλησαν και για την οικονομική επιβάρυνση που αυτές συνεπάγονται.

Γιώργος: Εγώ πιστεύω ότι κατέστρεψε τη ζωή της με τούτη την ενέργεια, γιατί εκτός του ότι έκανε τούτες όλες τις πλαστικές και τα πράματα, σπατάλησε και πάρα πολλά λεφτά. Τώρα είναι δύσκολο να τα πάρει πίσω.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Τα παιδιά μίλησαν επίσης για τις τύψεις, τις ενοχές που η Valeria πιθανόν να βιώνει σε περίπτωση που απομακρυνθεί από το πολιτισμικά ορισμένο ιδεώδες της ομορφιάς στο οποίο έχει στοχεύσει. Αναφέρθηκαν στην άβολη θέση των γυναικών σε σχέση με τη θηλυκότητα και τα σώματα τους, κάτι που είναι πιθανόν να τις οδηγήσει σε επικίνδυνες πρακτικές.

Αγγελος: Άμα βάλει στόχο να γίνει τόσο λεπτή, θα θέλει να γίνει. Κι αν δεν το κάμει τούτο, θα νιώθει τύψεις ύστερα.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Εύα: Εγώ νομίζω ότι δεν θα αντέξει να μην τρώει τίποτε και ότι θα μετανοιώσει για τούτα όλα. Αλλά αν μια μέρα θα θέλει να φάει, θα φάει και θα χαλάσει μετά τούτο όλο που έκανε. Και θα νιώθει και πολλές τύψεις!

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Θεώρησαν ότι ο τρόπος ζωής που ακολουθεί την κάνει δυστυχισμένη και εκφράζουν την αντίληψη ότι έχει «καταστρέψει» τη ζωή της, αναφερόμενοι στις κοινωνικές και προσωπικές της σχέσεις. Θεώρησαν ότι είναι τόσο ψεύτικη, μη ανθρώπινη και «πλαστική» που και οι σχέσεις της με τους γύρω της δεν μπορούν να είναι αυθεντικές και υγιείς:

Σωτήρης: Έτσι όπως έγινε πώς μπορεί να έχει φίλους και να βγαίνει έξω μαζί τους ή να έχει άνδρα;

Βίκτορ: Έτσι έχει καταστρέψει όλη της τη ζωή και τις σχέσεις της με τους φίλους της, την οικογένεια της και μπορεί να έχει άνδρα, αλλά μπορεί με τον άνδρα της να μην είναι και τόσο καλή η σχέση της. Επειδή μπορεί οι άνθρωποι γύρω της να μην θέλουν να έχουν δίπλα τους ένα άτομο τόσο πλαστικό, δεν είναι άνθρωπος όπως ήταν πριν, τώρα είναι κάτι άλλο.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Όλα αυτά συντελούν στην εκτίμηση των παιδιών ότι πλέον δεν ζει ευτυχισμένη, αλλά καταπιεσμένη: θεώρησαν ότι λειτούργησε σε υπερβολικά πλαίσια, έκανε παράλογες θυσίες κι ότι πιθανόν να μετάνιωσε για τις κινήσεις της, αλλά πλέον είναι αργά για να αλλάξει κάτι. Μίλησαν επίσης για μια ψευδαίσθηση, μια επιφανειακή, παραπλανητική ευτυχία που φέρει η ομορφιά, χωρίς να μπορεί κανείς να καταλάβει την καταπίεση που στην πραγματικότητα βιώνει. Η ομορφιά στην περίπτωση αυτή γίνεται το “Iron Maiden” για το οποίο μιλά η Wolf (1991/2002), μια πειστική οπτασία, ένα κρυφό δηλητήριο, που παγιδεύει, καταπιέζει τις γυναίκες, εξαφανίζοντας την ταυτότητα και την αυτοπεποίθησή τους.

Ιωάννα: Εγώ νομίζω ότι δεν είναι ευτυχισμένη. Πιστεύω ότι είναι λανθασμένο τούτο που έκαμε, επειδή τα έκαμε όλα με υπερβολή. Δεν είναι ευτυχισμένη γιατί σε όλη της ζωή πρέπει να είναι έτσι. Επειδή συνηθίσαμε να τη βλέπουμε έτσι λεπτή, αν χοντρύνει λίγο... θα χαλάσουν όλα. Πρέπει να μείνει έτσι λεπτή γιατί μετά δεν θα αρέσει πλέον στους θαυμαστές της.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Δανιήλ: Εγώ νομίζω, αφού θέλει να μοιάσει στη Barbie, θα είναι ευτυχισμένη, αλλά να μην ξέρει ότι πραγματικά δεν είναι. Μπορεί κάποιες φορές να παρασυρόμαστε, να νομίζουμε ότι είμαστε ευτυχισμένοι, αλλά να μην είμαστε. [...] Επειδή δυσκολεύεται πολύ σε ότι κάνει. Να περπατήσει θα δυσκολεύεται, τα χέρια της είναι αδύναμα, δεν μπορεί να πιάσει πολλά πράγματα ή να σηκώσει κάτι.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Σε σχέση με τον Brandon, τον οχτάχρονο αρσιβαρίστα, τα παιδιά αναφέρθηκαν επίσης στις ανθυγιεινές πρακτικές του, μιλώντας συγκεκριμένα για την υπερβολική γυμναστική που κάνει, αλλά και στα συμπληρώματα διατροφής που πιθανόν να χρησιμοποιεί. Απαντώντας στο ερώτημα του τίτλου του σχετικού άρθρου που διαβάσαμε στην τάξη («Υγεία, ή... αηδία; 8χρονος μπόντι μπίλντερ γίνεται δημοφιλής στο ίντερνετ») θεώρησαν συχνά ότι η εμφάνιση του είναι «αηδία», προκαλεί προβλήματα υγείας, αλλά και αναπτυξιακά προβλήματα.

Είναι ενδιαφέρον ότι, όσον αφορά το πρότυπο του μυώδους ανδρικού σώματος, τα παιδιά δεν φάνηκε να αντιδρούν στις πολιτισμικές προσταγές που το ορίζουν, αντιθέτως, όπως φάνηκε αλλού, επικροτούν και θαυμάζουν το πρότυπο αυτό. Αντέδρασαν όμως στο γεγονός ότι το σώμα αυτό ανήκει σε ένα οκτάχρονο παιδί, ένα «μωρό». Έδωσαν έμφαση στον λόγο της παιδικής αθωότητας, της μη σεξουαλικής κατάστασης στην οποία τα παιδιά πρέπει να βρίσκονται, γεγονός όμως αντιφατικό, αφού όπως φάνηκε σε άλλα σημεία τα ίδια τα παιδιά εμπλέκονται σε παρόμοιες πρακτικές (μόδα, σώμα, πρακτικές ομορφιάς) προσπαθώντας να κτίσουν ενήλικες και κοινωνικά αμειβόμενες θηλυκότητες και αρρενωπότητες. Τα παιδιά δικαιολόγησαν την αντίδρασή τους στο γραμμωμένο σώμα του Brandon με κύριο επιχείρημα την ανθυγιεινές συνέπειες που φέρει:

Έλενα: Είναι μωρό ακόμα κυρία, *είναι μωρό* [τονίζει]! Αν ήταν 15-16 χρονών, ο οργανισμός του μπορούσε να δουλεύει καλύτερα, να αντέχει παραπάνω, τα κόκαλα του μπορεί να είναι πιο γερά. Είναι λάθος όμως να ξεκινά από αυτή την ηλικία να γυμνάζεται τόσο.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Βίκτορ: Έχει μεγάλους που δεν έχουν τους μυς που έχει ο μικρός.

ΓΚ: Μας ενοχλεί δηλαδή το ότι όλοι αυτοί οι μυς είναι πάνω σε παιδί;

Βίκτορ: Είναι λίγο υπερβολικό για ένα οκτάχρονο αυτό το σώμα. Αν ήταν πιο μεγάλος, εντάξει, αλλά τόσο μικρός, όχι!

Μαρία: Για εμένα είναι ωραίο, αλλά είναι λίγο αφύσικο. Εννοώ, τουλάχιστον δεν έχει κλείσει ούτε τα 12 για να το κάνει τούτο, αλλά δεν λέω ότι είναι και τόσο αηδία. Δεν ξέρω. Αλλά για την υγεία του είναι κακό, επειδή θα μείνει κοντός.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Πέρα από το θέμα της υγείας, αναφέρθηκαν στη δυστυχία, στην καταπίεση που βιώνει λόγω του τρόπου ζωής του, καθώς και στις ενοχές που θα νιώθει σε περίπτωση που ξεφύγει από τις πρακτικές και το σωματότυπο αυτό. Πιστεύουν ότι «χάνει τα παιδικά του χρόνια», αφού δεν μπορεί να βιώσει διάφορες δραστηριότητες και όμορφες στιγμές της παιδικής ηλικίας, όπως παιχνίδι, πάρτι γενεθλίων, μόρφωση:

Μιχάλης: Και με τόση γυμναστική που κάνει όλη μέρα, δεν έχει χρόνο να παίζει με τους φίλους του.

Νίκος: Κυρία και κάτι άλλο! Στα γενέθλια του τι θα φάει;
[...]

Άγγελος: Θα νιώθει τύψεις ύστερα! Τάχα «έκανα τόση εξάσκηση να γυμναστώ, να γίνω δυνατός και τώρα θα φάω μια σοκολάτα και να μου τα χαλάσει όλα;». Μπορεί να μην κοιμάται ούτε τη νύχτα!
[...]

Φίλιππος: Χάνει τα παιδικά του χρόνια!

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Σωτήρης: Είναι καταπιεσμένος. Γιατί συνέχεια έχει μια διατροφή που πρέπει να την τηρεί πολύ αυστηρά, ενώ τα άλλα παιδιά στην ηλικία του τρών παγωτό, πίτσα, πάνε σε πάρτι γενεθλίων που έχει γλυκά. Αυτός δεν μπορεί να κάνει τίποτε από όλα αυτά. Μόνο λαχανικά και σωστή διατροφή.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Έφη: [...] Στο σχολείο, με τη μάθηση του τι γίνεται; Έπρεπε να τελειώσει πρώτα το σχολείο του, τις σπουδές του και μετά αν θέλει να συνεχίσει με τούτο.

[...] Μετά δεν θα μπορεί να προχωρήσει επειδή δεν θα έχει αρκετή μόρφωση.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Όπως συζητήθηκε και σε προηγούμενο σημείο, τα παιδιά συχνά πιστεύουν ότι η εμφάνιση επιδρά, κάποτε θετικά και κάποτε αρνητικά, στον κοινωνικό τομέα και ιδιαίτερα στις φιλίες. Όσον αφορά τον Brandon, ενώ προηγουμένως εκφράστηκε η άποψη ότι λόγω της εμφάνισης του θα κερδίζει πολλούς φίλους, στο σημείο αυτό εκφράστηκε από άλλα παιδιά η αντίθετη οπτική. Ο Brandon είναι δύσκολο να κάνει φίλους για δύο λόγους: λόγω έλλειψης χρόνου και λόγω της τρομακτικής του εμφάνισης:

Αννα: Στερείται το παιχνίδι!

Ελένη: Τη φίλια! Μπορεί να μην κάνει εύκολα φίλους γιατί...

Γιώργος: Θα τον φοβούνται μήπως τσακωθούν και τους κάνει μαύρους από το ξύλο [γέλιο]!

Ελένη: Όχι μόνο τούτο που είπε ο Γιώργος, αλλά και επειδή ακολουθεί το όνειρό του και επειδή κάνει και τη γυμναστική δεν θα μπορεί να κοινωνικοποιηθεί αρκετά. Δεν θα έχει αρκετό χρόνο για να κάνει φίλους. Θα χάνει τον χρόνο του στο γυμναστήριο.

ΓΚ: Ο Γιώργος είπε ότι μπορεί να τον φοβούνται. Νομίζετε ότι η εμφάνιση μας μπορεί να επηρεάζει λίγο τη σχέση μας με τους άλλους γύρω μας;

Όλοι: Ναι!

Ελίνα: Άμα δεις ένα άτομο που είναι όπως τον Brandon φουσκωτός, με πολλούς κοιλιακούς... Εγώ αν τον έβλεπα θα τον φοβόμουν, αλήθεια, γιατί αν μαλώναμε μια μέρα...

Στέφανος: Θα πήγαινες σίγουρα στο νοσοκομείο!

Ελίνα: Έτσι και σε χτυπήσει εκείνο το πλάσμα, δεν νομίζω να είσαι και πολλά εντάξει μετά!

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Είναι ενδιαφέρον λοιπόν ότι τα παιδιά μπορούν να δώσουν μια πολυδιάστατη οπτική σε σχέση με τα πρότυπα ομορφιάς, εκφράζοντας ταυτόχρονα όψεις που φανερώνουν άλλοτε την ενδυναμωτική της φύση κι άλλοτε την καταπιεστική. Κάτι τέτοιο φανερώνει πως η πραγματικότητα ίσως βρίσκεται κάπου στη μέση: τα κοινωνικά και πολιτισμικά πρότυπα ομορφιάς έχουν τη δύναμη να ενδυναμώσουν και να προσφέρουν

εμπρόθετη δράση στο άτομο, μέσα όμως σε ένα πολύ στενά ορισμένο, πατριαρχικό πλαίσιο και μέσα σε συγκεκριμένους πολιτισμικούς περιορισμούς.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι τα δύο άρθρα αναφέρονται σε ακραίες περιπτώσεις, συνεπώς οι απόψεις αυτές των παιδιών, ιδιαίτερα όσον αφορά την καταπιεστική φύση της ομορφιάς, πολύ πιθανόν να διαφοροποιούνταν σε λιγότερο ακραία παραδείγματα και πρακτικές. Αυτό εξάλλου, αποδεικνύεται από συζητήσεις που έγιναν προηγουμένως στο κεφάλαιο αυτό, όπου τα παιδιά, στις πλείστες τουλάχιστον περιπτώσεις, δεν ανέπτυξαν παρόμοιες θέσεις και δεν φάνηκε να αναγνωρίζουν την πιθανή καταπιεστική φύση της ομορφιάς.

Συμπεράσματα

Ιωάννα: (Μιλώντας για τη νίκη της Conchita στον διαγωνισμό της Eurovision το 2014) Πιστεύω ότι τόσο πολύς κόσμος την ψήφισε διότι όλα τα άλλα ήταν σχεδόν τα ίδια. Η εμφάνισή της ήταν κάτι πρωτότυπο, κάτι διαφορετικό και τράβηξε την προσοχή έτσι την ψήφισαν!

ΓΚ: Άρα τελικά πού καταλήγουμε;

Ιωάννα: Ότι η εμφάνιση... Παίζει ρόλο!

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Σκοπός του κεφαλαίου αυτού ήταν η ενδελεχής διερεύνηση της έννοιας της ομορφιάς μέσα από την οπτική των παιδιών. Η έννοια της ομορφιάς, όπως έχει φανεί από την παράθεση των αποτελεσμάτων καλύπτει ένα ευρύ φάσμα, το οποίο αφορά τόσο τη φυσική της διάσταση, τα ιδανικά πρότυπα ομορφιάς και τις πρακτικές που την ενθαρρύνουν, αλλά και την ηθική και κοινωνική της νοηματοδότηση, η οποία σχετίζεται άμεσα με πρότυπα θηλυκότητας και αρρενωπότητας, την απόδοση δημοτικότητας, την προσωπικότητα και διάφορες ικανότητες.

Βασική συνεισφορά της έρευνας ήταν η σύνδεση της φεμινιστικής θεωρίας για την ομορφιά με εμπειρίες και δεδομένα που προκύπτουν από την καθημερινότητα και το λόγο των παιδιών. Για αυτό τα παιδιά ενεπλάκησαν σε προβληματισμούς και διλήμματα σχετικά με τη σημασία, τα νοήματα της ομορφιάς κατά πόσο η ομορφιά αποτελεί αποκλειστικά γυναικεία υπόθεση, αλλά και συζητήσεις για το μεγαλύτερο ίσως ζήτημα που απασχολεί τη φεμινιστική σκέψη σε σχέση με την ομορφιά, κατά πόσο αυτή αποτελεί πηγή καταπίεσης ή ενδυνάμωσης, όχι μόνο για τις γυναίκες και κορίτσια, αλλά και για

τους άνδρες και τα αγόρια. Η έρευνα αυτή έριξε φως στις φωνές των παιδιών και στον τρόπο με τον οποίο διαπραγματεύονται επιλογές, πρακτικές αλλά και αντιφάσεις στην εμπλοκή τους στην κουλτούρα ομορφιάς.

Οι απόψεις των παιδιών δείχνουν ότι τα μεγάλα θέματα που απασχολούν τη φεμινιστική θεώρηση, είναι και θέματα που προβληματίζουν έντονα τα παιδιά. Αυτό το ενδιαφέρον και η εμπλοκή ξεκινά από τόσο νωρίς, για αυτό και συχνά γίνεται τόσο αυτονόητη, δεδομένη. Ενώ λοιπόν τα παιδιά έχουν έντονη άποψη για τα θέματα αυτά, ωστόσο, είναι θέματα που θεωρούνται δεδομένα και που δεν τυγχάνουν συνειδητής επεξεργασίας. Συνεπώς, για βαθύτερες οπτικές ήταν απαραίτητα παραδείγματα, ερεθίσματα, σενάρια, όπως τα lifestyle περιοδικά, φωτογραφίες σχολείου, η δραστηριότητα με τις χάρτινες κούκλες, σχετικά άρθρα κλπ, τα οποία συνέβαλαν στη δημιουργία πιο παραγωγικών, κριτικών συζητήσεων, ξεδιπλώνοντας την οπτική των παιδιών σε σχέση με την κατανόηση και την οπτική τους σε διάφορα θέματα που αφορούν την ομορφιά.

Όσον αφορά τα ιδεώδη πρότυπα ομορφιάς τα παιδιά έχουν διαμορφώσει ξεκάθαρη άποψη για αυτά, η οποία εκφράστηκε και επιβεβαιώθηκε μέσα από διάφορους τρόπους, μέσα και δραστηριότητες και υπήρξε σε γενικές γραμμές συναίνεση και συμφωνία. Σε γενικές γραμμές αναδεικνύονται κλασικές πολιτισμικές όψεις ομορφιάς, όπως το θηλυκό λεπτό ιδεώδες σώματος και το αρρενωπό ιδανικό του δυνατού και μυώδους σώματος, η νεότητα, η λευκότητα και τα ανοιχτόχρωμα μάτια και μαλλιά. Τα πρότυπα ομορφιάς δεν είναι ουδέτερα ως προς την έμφυλη τους διάσταση, αφού επιβεβαιώνουν σε πολύ μεγάλο βαθμό ηγεμονικές αναπαραστάσεις θηλυκότητας και αρρενωπότητας.

Στη διαμόρφωση αυτών των ιδανικών ομορφιάς είναι φανερή η επιρροή και εσωτερίκευση πολιτισμικών και κοινωνικών αναπαραστάσεων ομορφιάς μέσα από προωθούμενα πρότυπα από δημοφιλή ΜΜΕ, όπως τραγουδιστές/ριες της ποπ μουσικής σκηνης κυρίως, ποδοσφαιριστές και ηθοποιοί. Στην περίπτωση αυτή, λοιπόν, υπάρχει μια έντονη πολιτισμική επιρροή, τόσο από ντόπια όσο και από παγκοσμιοποιημένα πρότυπα, που αποδεικνύει ότι η κουλτούρα δεν αποτελεί επιφανειακό φαινόμενο, αλλά ένα σύνολο πρακτικών που φέρει πραγματικές, υλικές επιρροές στο άτομο και στις επιλογές του. Αυτό αποτελεί πραγματικότητα ιδιαίτερα στο θέμα της ομορφιάς, όπου η πολιτισμική φαντασίωση της ομορφιάς ξεκινά να προβάλλεται στα παιδιά από τα ΜΜΕ από πολύ νωρίς (Baker-Sperry & Grauerholz, 2003).

Σε αντιδιαστολή με την ομορφιά ορίζεται και η έννοια της «ασχήμιας», η οποία όμως δεν προέκυψε έντονα στο λόγο των παιδιών. Ήταν για αυτά ένα μεγάλο φορτίο να μιλήσουν για αυτήν, ένα φοβερό κοινωνικό ταμπού, μια βρώμικη κατάσταση, μια

τυραννική κατάσταση, για αυτό και επιμελώς απέφευγαν σε κάποιες περιπτώσεις ακόμα και να εκστομίσουν σχετικούς χαρακτηρισμούς. Κάτι τέτοιο φανερώνει την αρνητική ενέργεια που βαραίνει την έννοια αυτή, δίνοντας ενδείξεις για την κοινωνική σημασία της ομορφιάς και της ασχήμιας στην αντίληψη των παιδιών.

Τα παιδιά επίσης μίλησαν και για διάφορες πρακτικές ομορφιάς στις οποίες εμπλέκονται, όπως η μόδα, τα καλλυντικά, το μακιγιάζ, ως μέσα επίτευξης ιδανικών προτύπων ομορφιάς. Αυτές φαίνεται να είναι πρακτικές που δικαιολογούνται από τα παιδιά στη βάση της ευχαρίστησης, της ενδυνάμωσης και της αύξησης αυτοπεποίθησης που τους προσφέρουν. Είναι πρακτικές ομορφιάς τόσο διαδεδομένες και αυτονόητες κοινωνικά, με τις οποίες έχουν τόσο επίμονα κοινωνικοποιηθεί, που συνεπώς αποκρύπτεται η προσπάθεια, η ενέργεια και ο χρόνος που καταβάλλεται σε αυτές. Είναι ενδιαφέρον ακόμα το ότι, αν και τα παιδιά μιλούν τόσο συχνά για πρακτικές ομορφιάς που ακολουθούν, τις περισσότερες φορές δεν αντιλαμβάνονται τη σύνδεση που υπάρχει με το οικονομικό κομμάτι. Φαίνεται να θεωρούν τις πρακτικές αυτές τόσο απαραίτητες, αλλά και δεδομένες, που το κόστος τους –ότι στοιχίζουν πολύ– δεν φαίνεται να τα απασχολεί. Κάτι τέτοιο, ωστόσο, δεν σημαίνει απαραίτητα ότι τοποθετεί τα παιδιά σε θέση πολιτισμικής αφέλειας. Αντιθέτως, η χρήση πρακτικών ομορφιάς μπορεί να μην γίνεται παθητικά, αλλά με τρόπο ενεργό, προκειμένου τα παιδιά - υποκείμενα συνειδητά να αποφύγουν το στίγμα της «ασχήμιας», να αποκτήσουν έλεγχο στη ζωή τους και να νιώσουν «φυσιολογικά».

Ωστόσο, τα παιδιά δεν είναι διατεθειμένα να φτάσουν στα άκρα. Αν και γνωρίζουν διάφορες πρακτικές ομορφιάς που χρησιμοποιούν διάσημα πρόσωπα, δεν είναι πάντοτε διατεθειμένα να τις ακολουθήσουν και συχνά δείχνουν επικριτική στάση προς αυτές. Ιδιαίτερα έντονα αυτό φάνηκε στις περιπτώσεις του Brandon και της Valeria, όπου τα παιδιά έδειξαν ιδιαίτερα κριτική στάση. Φαίνεται λοιπόν ότι τα παιδιά κρατούν μια μέση συμβιβαστική οδό με βάση την οποία δεν θεωρούνται θύματα και ούτε πολιτισμικά αφέλη, αλλά ταυτόχρονα δέχονται έντονες πολιτισμικές επιρροές. Συνεπώς είναι σημαντικό να ερμηνεύσουμε το θέμα της εμπρόθετης δράσης και πειθαρχίας μέσα από ένα σύνθετο τρόπο, στο πλαίσιο του Λόγου και μέσα από μια μετα-κονστρουκτουβιστική οπτική (Gill, 2007α, 2008· Evans κ.ά., 2010), στην οποία τα παιδιά-υποκείμενα δεν εκλαμβάνονται ούτε ως αποκλειστικά παθητικά και πειθήνια υποκείμενα, αλλά ούτε κι ως αυτόνομα, με ελεύθερη επιλογή φιλελεύθερα άτομα (Gill, 2008β). Αντιθέτως πρόκειται, όπως χαρακτηριστικά γράφουν οι Renold και Ringrose (2011) για «σχιζοφρενείς υποκειμενικότητες», όπου υπάρχει μια ρευστή κινητικότητα μεταξύ εμπρόθετης δράσης και επιρροής (Jackson κ.ά., 2012).

Η έννοια της ομορφιάς για τα παιδιά, ακόμη, δεν περιορίζεται στα φυσικά της χαρακτηριστικά, αλλά παίρνει μια έντονα ηθική διάσταση, με τα παιδιά να τη συνδέουν με ηθικές αρετές όπως την ευχάριστη προσωπικότητα, την καλοσύνη, την ευγένεια. Η ομορφιά επίσης που συμβαδίζει με κυρίαρχα πρότυπα θηλυκότητας και αρρενωπότητας αμείβεται κοινωνικά, για αυτό και τα παιδιά που ανταποκρίνονται στα πρότυπα αυτά βρίσκονται πολύ συχνά ψηλά στην πυραμίδα της κοινωνικής ιεραρχίας. Ωστόσο, υπάρχουν περιπτώσεις όπου η ομορφιά γίνεται παράγοντας αρνητικής κριτικής και χαρακτηρισμών. Η ηθική νοηματοδότηση της ομορφιάς συνδέεται με τη φεμινιστική οπτική που βλέπει την ομορφιά μέσω της θεωρίας της εξέλιξης, τονίζοντας τα πλεονεκτήματα που οι «όμορφοι» άνθρωποι απολαμβάνουν, εξαιτίας του εγγενούς τους αυτού χαρίσματος (Etcoff, 1999). Η στερεοτυπική αντίληψη «η ομορφιά ως κάτι καλό» προωθείται και μέσα από τα ΜΜΕ συχνά, φανερώνοντας τις επιρροές της κουλτούρας στα παιδιά. Η κοινωνικά αμειβόμενη αξία της ομορφιάς φανερώνει μια καταπιεστική έκφραση της ομορφιάς, η οποία επιβραβεύει ένα πολύ περιορισμένο αριθμό ατόμων, προκαλώντας δυσάρεστα συναισθήματα και κοινωνική απομόνωση σε παιδιά που δεν ανταποκρίνονται στα πρότυπα αυτά.

Παρόλα αυτά, το παραπάνω δεν αποτελεί την ολοκληρωμένη εικόνα. Τα παιδιά αρκετά συχνά εξέφρασαν την άποψη ότι η εξωτερική ομορφιά δεν σημαίνει πολλά, εάν αυτή δεν συνοδεύεται από ένα όμορφο εσωτερικό κόσμο, αν και αυτό συζητήθηκε περισσότερο από τα κορίτσια παρά από τα αγόρια. Αν και αναγνωρίζουν ότι η παράβλεψη του εξωτερικού πακέτου είναι δύσκολο εγχείρημα κι ότι χρειάζεται «μεγαλοψυχία» για να το πετύχει κανείς, εντούτοις ο προβληματισμός τους αυτός φανερώνει την κριτική αντιμετώπιση, την εμπρόθετη δράση και αντίσταση που διαθέτουν στο να δουν με μη επιφανειακό τρόπο το ζήτημα της ομορφιάς.

Όσον αφορά την εμπλοκή των αγοριών με την κουλτούρα ομορφιάς και το ερώτημα εάν η ομορφιά αποτελεί γυναικεία υπόθεση, υπάρχει συχνά έντονα το κοινωνικό ταμπού που απαγορεύει στα αγόρια την παραδοχή ενδιαφέροντος για αυτή, πιστεύοντας ότι το ενδιαφέρον αυτό είναι θηλυκό και ομοφυλοφιλικό. Ωστόσο, η πραγματικότητα των αγοριών αυτών παραπέμπει σε ενασχόληση με πρακτικές ομορφιάς –χωρίς να σημαίνει απαραίτητα ότι το παραδέχονται πάντοτε. Εξάλλου, τις τελευταίες δεκαετίες δίνεται αυξημένη έμφαση στη φροντισμένη, περιποιημένη ανδρική εμφάνιση μέσα από τα ΜΜΕ (Bordo, 1999· Frank, 2014· Pope κ.ά., 2000), προωθώντας συγκεκριμένα ιδανικά αρρενωπότητας, όπως το μυώδες σώμα, αλλά και τη μετροσέξουαλ, φροντισμένη αρρενωπότητα, κάτι που δεν αφήνει ανεπηρέαστα τα αγόρια. Παρόλα αυτά συχνά δημιουργείται ένταση στα αγόρια, τα οποία καλούνται να διαπραγματευτούν από τη μια

τις αυξημένες πολιτισμικές απαιτήσεις για φροντισμένη εμφάνιση κι από την άλλη τις κοινωνικές προσδοκίες και ταμπού που τα καλεί να απορρίπτουν ενοχικά το ενδιαφέρον τους αυτό. Κάτι τέτοιο αναδεικνύει μια επιπλέον δυσκολία κι αντίφαση που τα αγόρια έχουν να αντιμετωπίσουν εξαιτίας, από τη μια, των αυστηρών και καταπιεστικών προτύπων ανδρικής ομορφιάς, κι από την άλλη, των παραδοσιακών έμφυλων νορμών.

Τέλος, όσον αφορά το βασικότερο ίσως δίλημμα που απασχολεί τη φεμινιστική θεώρηση σχετικά με την ομορφιά, κατά πόσο δηλαδή αυτή αποτελεί πηγή καταπίεσης ή ενδυνάμωσης, τα παιδιά δίνουν τη δική τους οπτική, όχι μόνο σε σχέση με γυναικεία, αλλά και την ανδρική ομορφιά. Το δίλημμα είναι τόσο πολύπλοκο, όσο και οι απαντήσεις των παιδιών, τα οποία προσφέρουν πολυδιάστατες ερμηνείες. Τα παιδιά λοιπόν μπορούν να δουν τη μεταφεμινιστική αντίληψη της ομορφιάς, σύμφωνα με την οποία τα άτομα, στην προκειμένη περίπτωση η Valeria και ο Brandon, προβαίνουν σε διάφορες πρακτικές ομορφιάς που τους ενδυναμώνουν και τους προσφέρουν διάφορα κοινωνικά προνόμια, δίνοντας έμφαση στο θέμα της προσωπικής επιλογής και ελευθερίας του ατόμου να κάνει αυτό την/τον κάνει ευτυχισμένη/ο. Ταυτόχρονα, όμως, είναι σε θέση να εντοπίσουν και την άλλη όψη της ομορφιάς, αυτήν που σχετίζεται με την πειθαρχία, τη δυστυχία και την καταπίεση, προκαλώντας ανθυγιεινές και ανεπιθύμητες, κοινωνικές συνέπειες.

Η αλήθεια φαίνεται να βρίσκεται κάπου στη μέση: η ενδυνάμωση και εμπρόθετη δράση που πιθανόν να προέρχεται μέσα από την ομορφιά επιτυγχάνεται μέσα από πολιτισμικούς περιορισμούς, οι οποίοι αναπαράγουν την κοινωνική τάξη. Η ομορφιά είναι, με άλλα λόγια, μια ενδυνάμωση στο πλαίσιο της καλά κρυμμένης πατριαρχικής ιδεολογίας που προωθεί συγκεκριμένες μορφές θηλυκότητας και αρρενωπότητας. Συνεπακόλουθα, έννοιες της ενδυνάμωσης και ελεύθερης επιλογής είναι σημαντικό να εξετάζονται σχέση με τις επιρροές της ιδεολογίας, που ρυθμίζουν τη θέση του υποκειμένου τονίζοντας τη σημασία συγκεκριμένων «επιλογών» που φέρουν κοινωνικές επιβραβεύσεις και περιορίζοντας άλλες, οδηγώντας σε ένα σύστημα που πειθαρχεί και περιορίζει τις «επιλογές».

Παιδικές Ταυτότητες και Μόδα: Η Κοινωνική και Πολιτισμική Σημασία της Κατανάλωσης Παιδικής Μόδας

Εισαγωγή

Αν και η παιδικότητα και η κατανάλωση αποτελούν κοινωνιολογικούς τομείς με μεγάλο πεδίο ακαδημαϊκής έρευνας, εντούτοις η μεταξύ τους σχέση δεν έχει εξεταστεί συστηματικά και λίγη προσπάθεια έχει γίνει ώστε να θεωρητικοποιηθεί (Martens κ.ά., 2004· Cook, 2008). Έτσι, αν και τα παιδιά και η παιδικότητα αποτελούν κεντρικούς κοινωνικοοικονομικούς παράγοντες όσον αφορά τους τομείς της κατανάλωσης και της οικονομικής ζωής, εντούτοις ιστορικά το κέντρο της προσοχής στους τομείς αυτούς εστιζόταν στον ενήλικα άνδρα, ως τον ιδανικό κοινωνικό παράγοντα που καθορίζει την πορεία της κατανάλωσης. Συνεπώς, υπάρχει μικρή αναγνώριση του ρόλου και της οπτικής τόσο των παιδιών, όσο και των γυναικών ως μητέρες στην καταναλωτική κουλτούρα και στην ερμηνεία των πρακτικών που ακολουθούνται στην καταναλωτική διαδικασία (Cook, 2008).

Ακαδημαϊκές έρευνες σχετικές με την παιδικότητα και την κατανάλωση άρχισαν να αναπτύσσονται κυρίως στη δεκαετία του 1990, τότε που η παιδικότητα άρχισε πιο έντονα να θεωρείται εμπορικοποιημένη και τα παιδιά να εκλαμβάνονται ως ενεργά μέλη της σύγχρονης καταναλωτικής κουλτούρας (Cook, 2004). Στις σχετικές έρευνες, όμως, ιδιαίτερη έμφαση έχει δοθεί σε τομείς όπως τα ΜΜΕ και τα παιχνίδια και ειδικότερα στους σωματικούς, ψυχολογικούς και ηθικούς κινδύνους που προκύπτουν από την κατανάλωση αυτών, δημιουργώντας έτσι μια στενά ορισμένη έννοια της κατανάλωσης (Cook, 2008).

Επιπρόσθετα, στην κοινωνιολογία της παιδικότητας συνήθως εξετάζεται η σχέση των παιδιών με τα πολιτισμικά φαινόμενα μέσω της οπτικής της «παραγωγής της κατανάλωσης», μιας θεωρητικής σχολής η οποία εννοιοδοτεί την κατανάλωση αναλύοντας χαρακτηριστικά που υπάρχουν στη σφαίρα της παραγωγής –κυρίως τις διαδικασίες παραγωγής και προώθησης αγαθών στην αγορά. Η προσέγγιση αυτή, όμως, αποτυγχάνει να αναδείξει την οπτική του «τρόπου κατανάλωσης», τους τρόπους δηλαδή με τους οποίους η κατανάλωση αποτελεί πρακτική που αναπαριστά το στάτους, τις ταυτότητες, την εμπρόθετη δράση και τις διάφορες κοινωνικές αλληλεπιδράσεις των παιδιών (Martens κ.ά., 2004). Ταυτόχρονα, πολύ λίγα έχουν γίνει γνωστά σχετικά με τον τρόπο και τις

πρακτικές με τους οποίους τα παιδιά εμπλέκονται με την κατανάλωση στην πράξη και στη σημασία της κατανάλωσης στην καθημερινή τους ζωή (Martens κ.ά., 2004· Nairn & Spotswood, 2015), αφού συνήθως η έμφαση δίνεται στην «προστασία» των παιδιών από την καταναλωτική αγορά κι όχι στην κατανόηση του τρόπου λειτουργίας των παιδιών ως καταναλωτές. Έλλειψη προσοχής υπάρχει επίσης και στα συμβολικά νοήματα που τα παιδιά προσδίδουν στα υλικά αγαθά και υπηρεσίες που καταναλώνουν, όπως για παράδειγμα το πώς τα παιδιά διαπραγματεύονται και βιώνουν μηνύματα που προκύπτουν από τη δημοφιλή κουλτούρα (Martens κ.ά., 2004), κάτι που θα ήταν πολύ βασικό για την κατανόηση της σχέσης μεταξύ πολιτισμικών κειμένων, τεχνουργημάτων, κοινωνικών υποκειμένων και πρακτικών (Luke, 1994α).

Γενικότερα στη βιβλιογραφία παρατηρείται περιορισμένη εμπειρική έρευνα που να έχει διεξαχθεί με παιδιά (Best, 1998) και να διερευνά τη δική τους οπτική, μέσω παρατηρήσεων, συνεντεύξεων ή διαπραγμάτευσης στο πλαίσιο της αγοράς, δίνοντας στοιχεία για την εμπλοκή των παιδιών με την υλική κουλτούρα. Ως συνέπεια αυτού συχνά τα παιδιά αντιμετωπίζονται ως ομογενής κοινωνική ομάδα καταπιεσμένων και επηρεαζόμενων ατόμων, παρά ως οντότητες που ποικίλουν στην ηλικία, στις ικανότητες, στην αίσθηση του εαυτού, στην εμπρόθετη δράση, στη γνώση και στην εμπειρία της υλικής και καταναλωτικής κουλτούρας, ενώ συχνά υπάρχει μια κατασκευή του παιδιού καταναλωτή ως ον που τίθεται υπό εκμετάλλευση και χρειάζεται την έντονη προστασία από τους ενήλικες (Martens κ.ά., 2004).

Ιδιαίτερα η εμπειρική κοινωνιολογική έρευνα σε σχέση με την κοινωνικοπολιτισμική σημασία της κατανάλωσης ειδών ένδυσης και μόδας στις ζωές των παιδιών και αναφορικά με τις εμπειρίες και τις πρακτικές των παιδιών στην ένδυση και στον τρόπο που τα παιδιά χρησιμοποιούν την ένδυση ως μέσο έκφρασης της ταυτότητας τους είναι περιορισμένη (Cahill, 1989· Cook, 2004· Cook & Kaiser, 2004· Konig, 2008· Pilcher, 2011, 2013· Pilcher κ.ά., 2004· Russell & Tyler, 2002· Swain, 2002). Αυτό οφείλεται κυρίως στην κυρίαρχη δόμηση των παιδιών ως «ενήλικες σε αναμονή», παρά ως αυτόνομα και ενεργά άτομα που κατέχουν σημαντικό ρόλο στον καθορισμό και πλάσιμο του κοινωνικού κόσμου (Pilcher κ.ά., 2004).

Επιπρόσθετα, ο χαρακτήρας της σύγχρονης δυτικής παιδικότητας αποτελεί ένα θέμα που συχνά προκαλεί έντονες ακαδημαϊκές και δημόσιες συζητήσεις και ανησυχίες τις τελευταίες δεκαετίες (Pilcher κ.ά., 2004), οι οποίες εστιάζουν στη σεξουαλικοποίηση της παιδικότητας και συγκεκριμένα στο ρόλο της καταναλωτικής κουλτούρας και συγκεκριμένων μορφών μόδας και ΜΜΕ στη διατάραξη και θολή διάκριση των ορίων

μεταξύ ενήλικης κατάστασης και παιδικότητας (Pilcher, 2010). Συγκεκριμένα, η τεράστια ανάπτυξη της αγοράς μόδας που απευθύνεται στα παιδιά (Cook & Kaiser, 2004), καθώς και η ποπ κουλτούρα με το raunchy και αποκαλυπτικό στυλ που τα ποπ αστέρια πλασάρουν, συχνά εγείρουν ηθικούς πανικούς για τις σύγχρονες μορφές της παιδικότητας, ιδιαίτερα της θηλυκής παιδικότητας, οι οποίες τονίζουν την «ακαταλληλότητα» της μόδας για την ηλικία των παιδιών, κάτι που θεωρείται ότι φέρει ως συνέπεια την ερωτικοποίηση της παιδικότητας και την απώλεια της παιδικής αθωότητας (Pilcher κ.ά., 2004).

Παρόλα αυτά, αν και μέσω της σχετικής βιβλιογραφίας φαίνεται πως η σεξουαλική φαντασίωση (sexual imagery) όλο και πιο ευρέως διαδίδεται στην κοινωνία, εντούτοις το μεγαλύτερο μέρος της εμπειρικής έρευνας σχετικά με τις επιδράσεις της σεξουαλικοποιημένης κουλτούρας αφορά τους ενήλικες και όχι τα παιδιά. Αυτό είναι πιθανόν να οφείλεται στο γεγονός ότι οι συζητήσεις σχετικά με τη σεξουαλικοποίηση συχνά γίνονται κάτω από ηθικούς όρους, κάτι που κάνει δύσκολο για τα παιδιά να συζητήσουν και να δώσουν τα δικά τους νοήματα για το θέμα αυτό. Συνεπώς, οι σχετικές συζητήσεις που αφορούν τα παιδιά στηρίζονται πάνω σε υποθέσεις ενηλίκων που αφορούν τις γνώσεις και την κατανόηση των παιδιών σχετικά με την αγορά και τη σεξουαλικότητα, τη δόμηση έμφυλων και σεξουαλικών ταυτοτήτων και τις συσχετίσεις μεταξύ κοινωνικής τάξης, σεξουαλικότητας και γούστου (Buckingham κ.ά., 2010). Έτσι, ιδιαίτερα για τα αντικείμενα μόδας που προκαλούν αντιπαραθέσεις, λόγω της ανησυχίας για προώθηση της σεξουαλικοποίησης των παιδιών, το νόημα που τα ίδια τα παιδιά αποδίδουν σε αυτά και οι καθημερινές τους πρακτικές είναι εξαιρετικά σημαντικό να διερευνηθούν, σε συνδυασμό με την οπτική των γονέων (Pilcher, 2010).

Υπάρχει λοιπόν ανάγκη για ακαδημαϊκή μελέτη της κοινωνικοπολιτισμικής σημασίας της κατανάλωσης παιδικής ένδυσης (Pilcher, 2010) και σε εμπειρικές έρευνες που θα μελετούν το «ντυμένο σώμα» (“clothed body”) και τις πρακτικές της χρήσης της ένδυσης και της μόδας από τα παιδιά ως μέσο νοηματοδότησης του σώματός τους (Pilcher κ.ά., 2004). Εξάλλου, όπως αναφέρουν οι Entwistle και Wilson (2001), η ένδυση και η μόδα δημιουργούν συγκεκριμένα είδη σωμάτων, καθώς και διακρίσεις με όρους τάξης, φύλου, ηλικίας και πολιτισμικής θέσης που αλλιώς δεν θα ήταν τόσο εμφανείς.

Επομένως, είναι αναγκαίο να επικεντρωθούμε στη σχέση μεταξύ παιδικότητας, παιδιών και κατανάλωσης ένδυσης, προκειμένου να κατανοηθούν οι σύνθετες σχέσεις μεταξύ κουλτούρας και κοινωνικών δομών και των τρόπων με τους οποίους η κουλτούρα δομεί την ανθρώπινη υποκειμενικότητα, αλλά και το πώς τα παιδιά ως γνωστικοί και «εξαιρετικοί» καταναλωτές (“exceptional consumers”) (Pilcher, 2013, σελ. 1) προσδίδουν νοήματα στην κατανάλωση ένδυσης σχετικά με την ταυτότητα τους, μέσα σε

συγκεκριμένα πλαίσια και με καθημερινές πρακτικές (Pilcher, 2013). Είναι εξαιρετικά σημαντικός ο επαναπροσδιορισμός και η κατανόηση του ρόλου των παιδιών στην κοινωνική ζωή και στις διαδικασίες κατανάλωσης, όχι μόνο σε ατομικό επίπεδο, αλλά με βάση πολλαπλές κοινωνικές σχέσεις και αλληλεπιδράσεις σε κοινωνικό και οικογενειακό επίπεδο (Cook, 2008).

Σκοπός του κεφαλαίου αυτού είναι η κοινωνιολογική κατανόηση της κατανάλωσης ειδών ένδυσης και πρακτικών ομορφιάς από παιδιά 8-13 ετών, σε μια οπτική που θα τα εκλαμβάνει ως ενεργούς καταναλωτές της μόδας. Συγκεκριμένα θα μελετηθούν οι τρόποι με τους οποίους τα παιδιά χρησιμοποιούν τη μόδα ως μέσο συγκρότησης της υποκειμενικότητάς τους. Τα αποτελέσματα προκύπτουν από εμπειρικά δεδομένα εθνογραφικής φύσης που αποτελούνται από συνεντεύξεις, ομάδες εστίασης, παρατηρήσεις και σημειώσεις πεδίου, τα οποία περιλαμβάνουν πρακτικές και καθημερινές εμπειρίες των παιδιών σε σχέση με τη μόδα στην ένδυση. Κοινωνικές μεταβλητές που αφορούν το φύλο, την ηλικία, το κοινωνικοοικονομικό υπόβαθρο της οικογένειας, τον αστικό ή αγροτικό χώρο διαμονής και τις σχέσεις με την οικογένεια και τους συνομήλικους υπογραμμίζονται.

Συγκεκριμένα τα ερευνητικά ερωτήματα που θα μελετηθούν είναι:

- 1) Με ποιους τρόπους η κατανάλωση παιδικής μόδας ένδυσης από παιδιά επηρεάζεται από «πολιτισμικούς καθοριστικούς παράγοντες της παιδικότητας» “cultural determinants of childhood” (James & James, 2004), δηλαδή κοινωνικούς, πολιτισμικούς θεσμούς, δομές, λόγους και πρακτικές που ορίζουν πολιτισμικά την παιδικότητα;
- 2) Πώς τα παιδιά αντιλαμβάνονται και αξιολογούν τη συμβολική αξία της μόδας και πώς νοηματοδοτούν συγκεκριμένα αντικείμενα μόδας και πρακτικές ομορφιάς; Συνεπαγόμενα, με ποιο τρόπο τα παιδιά χρησιμοποιούν αυτή τη πιθανή γνώση για τα συμβολικά νοήματα της μόδας για να δομήσουν και να επιτελέσουν την προσωπική, έμφυλη, κοινωνική και συλλογική τους υποκειμενικότητα και πώς εκφράζουν τη σχέση τους με τον κόσμο μέσω της εμφάνισης και της συμβολικής κατανάλωσης;
- 3) Πώς τα παιδιά ερμηνεύουν τα νοήματα της «σεξουαλικοποίησης» της κουλτούρας, με ποιο τρόπο εμπλέκονται με τις σύγχρονες πρακτικές της αγοράς που σχετίζονται με το φαινόμενο αυτό και πώς η εμπλοκή τους αυτή σχηματίζει την καθημερινή τους ζωή κι εμπειρίες;

Θεωρητικό Πλαίσιο

Παιδιά, Μόδα και Ταυτότητα: Η Συμβολική Αξία της Κατανάλωσης

Η κατανάλωση ένδυσης θεωρείται μια σημαντική κοινωνιολογική πρακτική, αφού η εμφάνιση και το ντύσιμο αποτελούν πράξεις, οι οποίες, πέρα από τη λειτουργική τους χρήση για ικανοποίηση πρακτικών αναγκών, έχουν τη δύναμη να αποδώσουν σημαντικά μηνύματα για το σώμα (Entwhistle & Wilson, 2001), ειδικότερα σε σχέση με τον εαυτό και την ταυτότητα. Ιδιαίτερα, οι ενδυματολογικές επιλογές μεταφέρουν σημαντικούς συνειρμούς και αντανakλούν στοιχεία για την ταυτότητα του ατόμου, τις αξίες, τα ιδανικά του, τις πολιτισμικές προτιμήσεις, τις πολιτικές και θρησκευτικές πεποιθήσεις, την κοινωνική θέση, τη συμμετοχή σε ομάδες κλπ. (Solomon & Douglas, όπως αναφέρεται στο Khallouli & Gharbi, 2013). Επιπρόσθετα, η επιλογή, η απόκτηση και η χρήση της ένδυσης αποτελούν πρακτικές δομημένες που υπόκεινται σε κοινωνικούς, πολιτισμικούς, ηθικούς και υλικούς περιορισμούς. Οι κουλτούρες της μόδας, λοιπόν, δεν αποτελούν επιφανειακό μέσο μεταμφίεσης που εύκολα υιοθετούνται και εύκολα απορρίπτονται, αλλά υπόκεινται σε πολιτισμικές νόρμες που σχετίζονται με την ηλικία, το φύλο, το στάδιο ζωής, το πλαίσιο δραστηριοτήτων και ρόλων που επιτελούνται (Edwards, 1997· Kaiser, 2001· Russell & Tyler, 2002). Συνεπώς, η μόδα στις μοντέρνες κοινωνίες αποτελεί σημαντικό μέσο αυτοπαρουσίασης του ατόμου, αποτελώντας σημαντική κοινωνική και δομική διαδικασία (König, 2008).

Τα τελευταία χρόνια, ακόμα, δίνεται όλο και μεγαλύτερη κοινωνικοπολιτισμική σημασία στην κατανάλωση παιδικής μόδας, αφού πλέον, όπως συζητήθηκε παραπάνω, η κατανάλωση αυτή δεν συμβαίνει αποκλειστικά για πρακτικούς και λειτουργικούς σκοπούς, αλλά φαίνεται να έχει αποκτήσει συμβολική σημασία. Εξάλλου τα τελευταία χρόνια η αγορά μόδας για παιδιά έχει διευρυνθεί σε τεράστιο βαθμό, επιφέροντας τεράστια κέρδη, με διάσημους σχεδιαστές μόδας να δημιουργούν τις δικές τους σειρές για παιδιά και με καταστήματα της High Street να λανσάρουν τις δικές τους πολύ επιτυχημένες οικονομικά σειρές (Cook, 2004· Cook & Kaiser, 2004). Σε αυτό το πλαίσιο, και εξαιτίας της τεράστιας ανάπτυξης της αγοράς μόδας και αξεσουάρ που απευθύνονται στα παιδιά, έχουν αναπτυχθεί οι έννοιες των "tweens" και "tweenagers". Οι όροι αυτοί αναφέρονται σε παιδιά 7-13 ετών, κυρίως κορίτσια λευκά, ετεροσεξουαλικά και μεσαίας τάξης, τα οποία διαθέτουν μεγάλη κοινωνικοοικονομική συνείδηση και γνώση σχετικά με τη μόδα και τα ΜΜΕ, και ασκούν ιδιαίτερη δύναμη και επιρροή για αγορές στους γονείς τους (Cook & Kaiser, 2004). Οι "tweenagers", λοιπόν, αποτελούν σημαντικούς

κοινωνικούς παράγοντες, που χαρακτηρίζονται από σπουδαία καταναλωτική δύναμη και οι οποίοι συμπεριφέρονται περισσότερο ως νεαροί ενήλικες, παρά ως «παιδιά», δείχνοντας έντονο ενδιαφέρον στα ρούχα που είναι στη «μόδα» ως μέσο οικοδόμησης και παρουσίασης της ταυτότητάς τους (Pilcher, 2011, 2013).

Συνεπώς, είναι εξαιρετικά σημαντική η κοινωνιολογική κατανόηση της κατανάλωσης ενδυμάτων και μόδας από τα παιδιά, ως συμβολική πρακτική που μεταφέρει μηνύματα σχετικά με τον τρόπο που δομούνται οι ταυτότητες, αλλά και σχετικά με τον τρόπο που μεταφέρονται μηνύματα σχετικά με τις διακρίσεις που προκύπτουν αναλόγως της θέσης των παιδιών στην κοινωνία, όπως με βάση την κοινωνική τάξη (Bourdieu, 1979/2006), το φύλο, την ηλικία (Entwhistle & Wilson, 2001), τον χώρο διαμονής, τις σχέσεις με τους συνομηλίκους και τους γονείς (Pilcher, 2011). Αν και, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, οι πρακτικές κατανάλωσης ένδυσης παιδιών κάτω των δώδεκα ετών δεν έχουν μελετηθεί εμπειρικά εκτενώς στην υπάρχουσα βιβλιογραφία, παρακάτω ακολουθεί μια σύνοψη βασικών σχετικών ερευνών που αφορούν παιδιά και εφήβους.

Η επένδυση στην εμφάνιση, μέσω της συμβολικής κατανάλωσης συγκεκριμένων προϊόντων, αποτελεί σημαντικό κλειδί στον τρόπο με τον οποίο τα παιδιά ορίζουν τον εαυτό τους και τον παρουσιάζουν δημόσια (Khallouli & Gharbi, 2013· Pilcher, 2011· Swain, 2002). Τα παιδιά εξάλλου, πολύ συχνά φαίνεται να βλέπουν τον εαυτό τους μέσα από τα μάτια των άλλων. Επομένως η εικόνα τους εξαρτάται έντονα από την έγκρισή των «άλλων» και πολλές φορές οι επιλογές τους στην ένδυση γίνονται για την ευχαρίστηση και έγκριση των συνομηλίκων (König, 2008· Swain, 2002). Γνωρίζοντας, λοιπόν, τα παιδιά τη συμβολική αξία της ένδυσης που είναι «στη μόδα», επιθυμούν να δημιουργήσουν την κατάλληλη παρουσίαση του εαυτού τους που θα δημιουργήσει θετικές εντυπώσεις στους γύρω τους.

Ιδιαίτερα σημαντική είναι η σχέση μεταξύ παιδικότητας και καταναλωτισμού υπό την οπτική του φύλου, με άλλα λόγια του τρόπου με τον οποίο τα παιδιά γίνονται έμφυλα όντα (becoming gendered) μέσω της κατανάλωσης μόδας (Russell & Tyler, 2002) και πώς μέσω αυτής επιτελούν τις ανάλογες θηλυκότητες και αρρενωπότητες (Butler, 1990, 1999/2009). Από τις λίγες σχετικές έρευνες, η έρευνα του Cahill (1989), με παιδιά προσχολικής ηλικίας δείχνει ότι από πολύ νωρίς τα παιδιά μετατρέπουν τον εαυτό τους, μέσω της μόδας στην ένδυση, σε έμφυλα όντα. Φαίνεται ότι ανάμεσα στα παιδιά υπάρχει έντονη η ανάγκη για συμμόρφωση στα όρια του φύλου τους και για επίτευξη των «σωστών» ηγεμονικών αρρενωποτήτων και θηλυκοτήτων, αφού η εμφάνιση και το στυλ που συμβαδίζει με το φύλο των παιδιών, αποτελεί σημαντικό παράγοντα εξασφάλισης

κοινωνικής αποδοχής (König, 2008· Pilcher, 2011· Swain, 2002). Αντιθέτως, παιδιά που δεν καταφέρνουν να επιτελέσουν το «σωστό» στυλ και να παρουσιάσουν το «σωστό» πακέτο αστυνομεύονται από τους συνομήλικους και εύκολα περιθωριοποιούνται, αλλοτριώνονται, γελοιοποιούνται, χαρακτηρίζονται ως «γκέι», κάτι που τους τοποθετεί στα χαμηλότερα στρώματα της (έμφυλης) κυριαρχίας (Swain, 2002). Ταυτόχρονα, η μόδα στην ένδυση συχνά χρησιμοποιείται από τα παιδιά ως μέσο για ετεροσεξουαλική προσέλκυση (Swain, 2002), αν και αυτό δεν αποτελεί πάντοτε τον κανόνα, αφού συχνά η ενασχόληση με την εμφάνιση, τουλάχιστον στα πιο μικρά παιδιά, δεν γίνεται με σκοπό την προσέλκυση του ετεροσεξουαλικού ενδιαφέροντος, αλλά κυρίως για προσέλκυση θαυμασμού και ενδιαφέροντος από παιδιά που ανήκουν στο ίδιο φύλο με αυτά (Buckingham κ.ά., 2010· König, 2008).

Η ταξική διάκριση, ακόμη, διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις ενδυματολογικές επιλογές του ατόμου, αφού μπορεί κανείς να διαγνώσει το βιοτικό ύψος μιας ομάδας μέσα από τις επιλογές στα πολιτισμικά αγαθά, όπως το ύφος των ρούχων που επιλέγει. Το γούστο στη μόδα βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με τις έξεις που μαθαίνονται και εσωτερικεύονται κυρίως μέσω της οικογένειας, αλλά και με τους κοινωνικούς, πολιτισμικούς και οικονομικούς πόρους του ατόμου. Η μόδα και το γούστο, λοιπόν, αποτελούν σημαντικές μορφές του πολιτισμικού κεφαλαίου και χρησιμοποιούνται ως συνάλλαγμα, με το οποίο το άτομο κερδίζει τη θέση του στην κοινωνική ιεραρχία, ενώ ταυτόχρονα χρησιμοποιούνται ως μέσο με το οποίο κανείς μπορεί να εκφράσει την ταυτότητά του, τη σεξουαλικότητά του, την ένταξη ή τη διαφοροποίηση του από διάφορες κοινωνικές ομάδες (Bourdieu, 1979/2006). Ωστόσο, τα παιδιά είναι κατά κύριο λόγο απόντα από τη θεωρία του Bourdieu, η οποία όμως είναι πολύ σημαντική στην κατανόηση της σχέσης των παιδιών με την κατανάλωση, αφού οι σχέσεις τους με την οικογένεια είναι πολύ βασικές στην εκμάθηση των έξεων και στη μεταφορά μορφών κεφαλαίου στην κοινωνική αναπαραγωγή, μέσω πρακτικών κατανάλωσης (Pilcher, 2013).

Η εμφάνιση που εναρμονίζεται με την ηλικία των παιδιών επίσης αποτελεί παράγοντα που εξασφαλίζει κοινωνική αποδοχή. Για αυτό και τα παιδιά είναι πολύ προσεκτικά στην επιλογή του σωστού στυλ και μόδας, το οποίο θα τα διαχωρίσει από τα μικρότερα παιδιά, προκειμένου το στυλ τους να μην θεωρηθεί πολύ «παιδικό» ή «μωρουδίστικο» (König, 2008· Pilcher, 2011). Ταυτόχρονα, φαίνεται ότι τα παιδιά αντλούν ευχαρίστηση από πρακτικές ένδυσης που συμβαδίζουν με τους κυρίαρχους λόγους της παιδικότητας. Τέτοιες πρακτικές αποτελούν τα παιχνίδια μεταμφίεσης (dressing up games), τα οποία περιλαμβάνουν δανεισμό ρούχων και αξεσουάρ ενηλίκων ή

την αγορά ρούχων που θεωρούνται «χαριτωμένα», «παιδικά» και απεικονίζουν ήρωες από την παιδική κουλτούρα των ΜΜΕ (Pilcher, 2013).

Τα παιδιά αποτελούν γνωστικούς και επιδέξιους παρουσιαστές του εαυτού τους, κάτι που γνωρίζουν να κάνουν με συστηματικό και στοχευμένο τρόπο μέσω της κατανάλωσης. Συνεπώς γνωρίζουν την καταλληλότητα του στυλ που επιβάλλεται να ακολουθήσουν αναλόγως του κατάλληλου κοινωνικού πλαισίου και περίπτωσης, κατηγοριοποιώντας τα ρούχα τους σε βραδινά, ρούχα για γάμους, αθλητικά, “cool” κλπ. Γνωρίζουν ότι η προσωπικότητά τους κρίνεται αυστηρά με βάση την εμφάνισή τους, για αυτό προσέχουν τι και πώς το φορούν, ώστε να καταφέρουν να παρουσιάσουν τον εαυτό τους με τον πιο κατάλληλο τρόπο που θα τους προσφέρει την αίσθηση του ανήκειν στο κοινωνικό σύνολο (König, 2008· Pilcher, 2013).

Η κατοχή αγαθών από επώνυμες και ακριβές μάρκες, ακόμη, είναι κάτι που αποτελεί μια σημαντική όψη επιτέλεσης του εαυτού μέσω της κοινωνικής κατανάλωσης (social consumption performances) από τα παιδιά και τους εφήβους (Nairn & Spotswood, 2015). Οι μάρκες κατέχουν μεγάλη συμβολική σημασία και αποτελούν σημαντικό συστατικό της δημόσιας προώθησης του εαυτού, καθώς και σύμβολο δημοτικότητας που έχει τη δύναμη να ενισχύει την κοινωνική ιεραρχία στο πλαίσιο της ομάδας των συνομηλίκων και την ομαλή συμμετοχή ή απόρριψη από το κοινωνικό σύνολο (Khallouli & Gharbi, 2013· Nairn & Spotswood, 2015· Swain, 2002, 2003). Για αυτό και παιδιά, ακόμη και κάτω των δώδεκα ετών, δείχνουν έντονο ενδιαφέρον στην κατοχή προϊόντων από μάρκες (Pilcher, 2011). Ιδιαίτερα δημοφιλείς αθλητικές μάρκες, όπως π.χ. τα NIKE, συχνά λειτουργούν ως παράγοντας κοινωνικής ενσωμάτωσης ή αποκλεισμού, κάτι που βρέθηκε να συμβαίνει σε κάθε γεωγραφική περιοχή, τόσο σε αστικές, όσο και σε αγροτικές περιοχές (Elliott & Leonard, 2004). Παιδιά του δρόμου (“Street kids”) που ζουν σε φαβέλες στη Βραζιλία, μέσα από την συμμετοχή τους στην κουλτούρα των NIKE, ενεργά προσπαθούν να συγκροτήσουν την κοινωνική τους πραγματικότητα. Γνωρίζουν ότι τα NIKE αποτελούν σύμβολο εξουσίας και στάτους στην κυρίαρχη κουλτούρα της κατανάλωσης, για αυτό η κατοχή αυθεντικών και τελευταίας μόδας μοντέλων, εξισώνεται για αυτά με επιτυχία και υπεροχή, αφού τους δίνει την ψευδαίσθηση ότι βρίσκονται ψηλά στην κοινωνική ιεραρχία. Τα NIKE γίνονται το μέσο με το οποίο διεκδικούν σεβασμό και αποδοχή, υποδηλώνοντας την επιθυμία τους για αναγνώριση της ανθρωπίνης τους υπόστασης (humanization) (Diversi, 2006). Γενικότερα οι αθλητικές μάρκες, μεταφέρουν σημαντική συμβολική δύναμη και ενθαρρύνουν τον θαυμασμό, τη ζήλια, την αντιγραφή και τη δημοτικότητα ανάμεσα στους συνομηλίκους. Αποτελούν το συνάλλαγμα που εξασφαλίζει στάτους, αφού δίνει ενδείξεις για τον πλούτο, το γούστο στο αθλητικό στυλ,

την ελευθερία, την αντισχολική κουλτούρα και το συλλογικό ανήκειν (Swain, 2002). Ιδιαίτερα, όσον αφορά τα αγόρια, οι αθλητικές μάρκες μεταφέρουν έντονα την αίσθηση ενός “cool” και «αθλητικού» στυλ (Swain, 2002, 2003), στοιχεία που συμβάλλουν σημαντικά στην παρουσίαση της «σωστής», εξιδανικευμένου είδους αρρενωπότητας. Για αυτό και τα παιδιά τις φορούν και τις επιδεικνύουν με περηφάνια, αν και συχνά εγείρουν γονικές ανησυχίες, τόσο για ηθικούς, όσο και για οικονομικούς λόγους (Boden, 2006α).

Ακόμα, η δημοφιλής κουλτούρα που προωθείται από τα MME αποτελεί σημείο αναφοράς στη ζωή των παιδιών, με ιδιαίτερες επιρροές στην έννοια της «μόδας» και στις καταναλωτικές τους επιλογές στα ρούχα. Ιδιαίτερα, όψεις της δημοφιλούς κουλτούρας, όπως η ποπ μουσική με τα κοστούμια, την εικόνα και τον τρόπο ζωής των διασημοτήτων, καθώς και η κουλτούρα του αθλητισμού με τα αθλητικά ρούχα με λόγγο από ακριβές μάρκες και το στυλ δημοφιλών αθλητών, φαίνεται να αποτελούν σημαντικούς παράγοντες επιρροής στα παιδιά στο στυλ και στο χειρισμό του σώματος τους, που δημιουργούν την επιθυμητή παρουσίαση της προσωπικής και κοινωνικής τους ταυτότητας. Συνεπώς, τα δημοφιλή αστέρια αποτελούν εμπορικά πολιτισμικά είδωλα που έχουν τη δύναμη να διαμορφώσουν την ταυτότητα των παιδιών, μέσω διαδικασιών όπως η μίμηση, η εξιδανίκευση, η ταύτιση ή η απομάκρυνση από το στυλ τους και του τρόπου έκφρασης του σώματος τους, ενώ μπορούν να δημιουργούν νέες καταναλωτικές ανάγκες στα παιδιά, ενθαρρύνοντας τα να επιλέγουν τα ρούχα τους με βάση συγκεκριμένες τάσεις και στυλ. Μέσω της κατανάλωσης τα παιδιά αποκτούν τη δυνατότητα να αντλήσουν την απόλαυση «να μετατραπούν» ως ένα από τα είδωλά τους και να δημιουργήσουν δεσμούς μεταξύ του εαυτού τους και της διασημότητας που θαυμάζουν, ανεξαρτήτως ηλικίας, χώρου και χρόνου. Παρόλα αυτά, τα παιδιά αποτελούν πολύπλοκους καταναλωτές και γνώστες των MME (media savvy), συνεπώς συχνά έχουν την ικανότητα για κριτική ερμηνεία των απεικονίσεων που τους βομβαρδίζουν και του τρόπου με τον οποίο τα διάφορα στυλ μόδας μεταφέρουν μηνύματα για την προσωπικότητα (Boden, 2006α).

Τέλος, τα παιδιά γνωρίζουν καλά πώς να παρουσιάσουν τον εαυτό τους με τρόπο που να επιδεικνύει την αυθεντική τους ταυτότητα, μοναδικότητα και αυτονομία. Για αυτό, ως ενεργοί καταναλωτές, επιμένουν στο δικαίωμα τους να αποφασίζουν για το δικό τους ντύσιμο, τη δική τους εμφάνιση, το δικό τους γούστο, ξεφεύγοντας από τη γονική καθοδήγηση (Buckingham κ.ά., 2010· König, 2008). Παρόλα αυτά, όπως θα αναλυθεί και στο κεφάλαιο 4.5 που ερευνά τη γονική οπτική, η οικογένεια και οι έξεις που μεταφέρει, αποτελούν σημαντική πηγή οικονομικού, κοινωνικού, πολιτισμικού κεφαλαίου, το οποίο, όμως, τα παιδιά ενσωματώνουν στις επιλογές τους, μετατρέποντάς το ασυνείδητα «σε δικό τους γούστο» (König, 2008).

Φαίνεται λοιπόν ότι η κατανάλωση ένδυσης αποτελεί σημαντική κοινωνική πρακτική που προσδίδει στα υλικά αγαθά συγκεκριμένα νοήματα και ιδιότητες. Ταυτόχρονα, τα παιδιά αποτελούν αποφασισμένους και με εμπρόθετη δράση καταναλωτές ένδυσης και εμπλέκονται ενεργά σε αυτού του είδους την κατανάλωση, χρησιμοποιώντας τα σύμβολά της για να δημιουργήσουν την έννοια του ποιοι είναι ή του ποιοι θέλουν να είναι στο πλαίσιο του λόγου της παιδικότητας, της αγοράς και της καθημερινής ζωής. Ωστόσο, απαιτείται πολυεπίπεδη, σύνθετη θεωρία και ερμηνεία για την ανάλυση των πρακτικών των παιδιών σε σχέση με τις ενδυματολογικές τους επιλογές, προκειμένου να κατανοηθούν σε βάθος οι τρόποι με τους οποίους οι πρακτικές αυτές είναι κοινωνικά δομημένες, κάτι που το παρόν κεφάλαιο επιχειρεί.

Μόδα και Σεξουαλικοποίηση των Παιδιών

Σεξουαλικοποίηση της παιδικότητας: Μια ιστορία ανησυχίας. Όπως αναφέρθηκε και σε άλλα σημεία, πολύ συχνά στον ακαδημαϊκό χώρο και στα ΜΜΕ, εκφράζονται ανησυχίες, οι οποίες πηγάζουν από την εμπορικοποίηση της παιδικότητας και αναφέρονται ιδιαίτερα στην έντονα σεξουαλικοποιημένη κουλτούρα, στην οποία όλο και νεαρότερα παιδιά, κυρίως κορίτσια, στις δυτικές κοινωνίες μεγαλώνουν (APA, 2007· Graff κ.ά., 2013). Οι ανησυχίες αυτές μπορούν να ερμηνευτούν στο πλαίσιο της κυρίαρχης κατασκευής της παιδικότητας ως εποχή της «αθωότητας», κατά την οποία τα παιδιά βρίσκονται σε «καραντίνα» (Eppew, 1986), ώστε να προστατευτούν από τα κακά της ενήλικης ζωής. Συνεπώς, σύμφωνα με κάποιους ερευνητές και ερευνήτριες, η στοχοποίηση των παιδιών μέσω της βιομηχανίας και κατανάλωσης ειδών μόδας που φαίνεται να σεξουαλικοποιούν το σώμα των κοριτσιών και να τα πιέζουν να μεγαλώσουν τόσο γρήγορα, ερμηνεύεται ως μια κατάσταση επιβλαβής για την παιδικότητα, που προωθεί τη σεξουαλική εκκυστικότητα και γι' αυτό θεωρείται ως ένας πιθανός παράγοντας κοινωνικοποίησης που συμβάλλει στην ανάπτυξη της σεξουαλικοποίησης στα κορίτσια (APA, 2007· Goodin κ.ά., 2011· Graff κ.ά., 2013).

Σε αυτό το πλαίσιο, η έμφαση σε πολύ στενά ορισμένα ιδανικά ομορφιάς, που μεταξύ άλλων προωθούν έντονα τη σέξι εμφάνιση, αποτελεί μέρος της σεξουαλικής αντικειμενικοποίησης των γυναικών και κοριτσιών (APA, 2007). Οι αναπαραστάσεις αυτές θεωρούνται ότι επηρεάζουν με αρνητικό τρόπο τα κορίτσια, αφού σύμφωνα με τη θεωρία αντικειμενικοποίησης (objectification theory) (Fredrickson & Roberts, 1997), η έκθεση σε αντικειμενικοποιημένες εμπειρίες οδηγεί στην αυτό-αντικειμενικοποίηση, κατά την οποία γυναίκες και κορίτσια εσωτερικεύουν κοινωνικά μηνύματα που σεξουαλικά

αντικειμενικοποιούν τις ίδιες και τους άλλους, οδηγώντας τις στο να βλέπουν τα σώματά τους ως αντικείμενα που εκτιμώνται με βάση στενά ορισμένα και συχνά σεξουαλικοποιημένα πρότυπα ελκυστικότητας. Κάτι τέτοιο συνδέεται με τη ντροπή και τη δυσαρέσκεια για το σώμα, τις διατροφικές διαταραχές, την κατάθλιψη και το άγχος σε κορίτσια ακόμα κι από 10 ετών (Grabe κ.ά., 2008· Levine & Murnen, 2009· Lindberg κ.ά., 2006), ενώ η έμφαση στην εμφάνιση μπορεί να περιορίσει τις γνωστικές ικανότητες και τις ικανότητες των κοριτσιών σε άλλους τομείς (Fredrickson κ.ά., 1998· Hebl κ.ά., 2004).

Ταυτόχρονα, ο βομβαρδισμός των κοριτσιών από σεξουαλικοποιημένα πολιτισμικά μηνύματα, συχνά τα διδάσκει ότι το δείχνουν «σέξι» και μεγαλύτερες είναι κάτι αναμενόμενο και ιδανικό που φέρει κοινωνικές επιβραβεύσεις, όπως μεγαλύτερη προσοχή από τους συνομήλικους και κοινωνική αποδοχή, μη κατανοώντας τους περιορισμούς και τις αρνητικές συνέπειες που κάτι τέτοιο μπορεί να φέρει (APA, 2007· Goodin κ.ά., 2011· Lamb & Brown, 2006· Levin & Kilbourne, 2008). Έτσι, στη διαδικασία της αυτόσεξουαλικοποίησης το ίδιο το κορίτσι θέλει να προβάλλει τον εαυτό της ως «σέξι» και με τη δική της πρωτοβουλία αποκαλύπτει το σώμα της. Ενώ μια τέτοια πρακτική μπορεί να συνδέεται με προσωρινή κοινωνική προβολή, τα κορίτσια συχνά αντιλαμβάνονται ότι η «σέξι» γυναίκα συνήθως ταυτίζεται με χαμηλότερη ικανότητα, νοημοσύνη και στάτους (Glick κ.ά., 2005· Gurung & Chrouser, 2007) και αξιολογείται με κύριο κριτήριο την εμφάνισή της παρά τις ικανότητες της στην επιτέλεση μιας εργασίας (Glick κ.ά., 2005). Αυτά τα αρνητικά στερεότυπα φαίνεται να μεταφέρονται και σε σεξουαλικοποιημένα κορίτσια, αφού σε έρευνες (Stone κ.ά., 2015) παιδιά 6-11 ετών χαρακτήρισαν κορίτσια με αποκαλυπτικό ντύσιμο ως πιο δημοφιλή, αλλά λιγότερο έξυπνα, αθλητικά και καλά σε σχέση με τα μη σεξουαλικοποιημένα κορίτσια, ενώ εξέφρασαν την πεποίθηση ότι τα σεξουαλικοποιημένα κορίτσια επικεντρώνονται μόνο στην εμφάνιση και στη μόδα και δεν ενδιαφέρονται για τα μαθήματα. Επιπλέον, κορίτσια μέχρι την ηλικία των εννιά ετών αντιλαμβάνονται τις σεξουαλικοποιημένες κούκλες ως πιο δημοφιλείς και επιθυμητές από τις μη σεξουαλικοποιημένες (Starr & Ferguson, 2012). Ενήλικες, επίσης, θεωρούν ότι τα κορίτσια στην προεφηβεία που ντύνονται με σεξουαλικοποιημένο τρόπο, είναι λιγότερο ικανά, έξυπνα και αποφασισμένα να πετύχουν, ενώ τα κορίτσια αυτά θεωρούνται ότι κατέχουν χαμηλή ηθική και αυτοσεβασμό, αφού είναι «υπεύθυνα» για τη σεξουαλικοποίηση τους και το σεξουαλικοποιημένο τους ντύσιμο. Τέτοιες σεξιστικές και στερεοτυπικές απόψεις οδηγούν συχνά στην «αποδοχή» αυτού του υποβαθμισμένου ρόλου εκ μέρους των κοριτσιών και στην επικέντρωση στην εμφάνισή τους (Graff κ.ά.,

2013), περιορίζοντας έτσι το «πεδίο δράσης» τους και την ενασχόληση με άλλες δραστηριότητες και ρόλους (APA, 2007· Cook & Kaiser, 2004· Coy, 2009).

Όσον αφορά τα αγόρια, στη σχετική βιβλιογραφία υποστηρίζεται ότι δεν σεξουαλικοποιούνται όσο τα κορίτσια. Έτσι, θεωρείται ότι η μόνη αρνητική επίδραση που δέχονται σε σχέση με τις σεξουαλικοποιημένες απεικονίσεις των κοριτσιών, είναι η ενίσχυση διαφόρων παραδοσιακών έμφυλων στερεοτύπων και της αντίληψης ότι οι γυναίκες αποτελούν αντικείμενα του σεξ (APA, 2007). Είναι αξιοσημείωτο ότι αναφορικά με τα αγόρια ακολουθείται η αντίθετη κατεύθυνση σε σχέση με τις επιρροές που δέχονται τα «ευάλωτα» κορίτσια από τη σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας. Έτσι στη σχετική βιβλιογραφία δεν προκύπτουν λόγοι ανησυχίας για αυτά, καθώς και για τις αρρενωπότητες που αναπτύσσονται μέσω της σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας. Τα αγόρια, εκλαμβάνονται ως μια ομοιογενής ομάδα, η οποία κατέχει τη θέση του κυρίαρχου και δυνατού υποκειμένου, το οποίο ασκεί την ενεργή ανδρική ματιά και ασκεί τον έλεγχο στα σεξουαλικοποιημένα σώματα των κοριτσιών. Εξισώνεται, έτσι, η αρρενωπότητα με τη δραστηριοποίηση και την ενεργή θέση. Η προσπάθεια τους να ντύνονται με τρόπο που τα κάνει «να δείχνουν μεγαλύτερα» και η επιθυμία τους να αναπτύξουν μυώδη σώματα εκλαμβάνεται ως μια αθώα μίμηση των ηρώων που παρακολουθούν στις οθόνες τους και ως μια προσπάθεια για ανάπτυξη (ετερο)σεξουαλικής ταυτότητας, κάτι όμως που δεν αντιμετωπίζεται με ανησυχία, αλλά με θαυμασμό (Bragg, 2015).

Μέσα από τη φεμινιστική σκέψη, η αυξημένη σεξουαλικοποίηση των κοριτσιών πολύ συχνά εκλαμβάνεται ως αντιφεμινιστική αντίδραση, κατά την οποία τα ΜΜΕ και οι πολιτισμικές βιομηχανίες, τα οποία κυριαρχούνται από άνδρες, καταπιέζουν τις γυναίκες, δίνοντας τεράστια έμφαση στην εξωτερική εμφάνιση και κρίνοντάς τις με βάση ιδιαίτερα αυστηρά και καταπιεστικά πρότυπα ελκυστικότητας που ορίζονται από τους άνδρες. Κάτι τέτοιο φέρει ντροπή, ενοχές και σύγχυση στις γυναίκες, οι οποίες θεωρούνται θύματα ψυχολογικής και ιδεολογικής εκμετάλλευσης (βλ. Wolf, 2002).

Από την άλλη, σύμφωνα με τη μεταφεμινιστική οπτική, το πιο πάνω επιχείρημα αρνείται την εμπρόθετη δράση και την αυτονομία των γυναικών, αφού οι γυναίκες παρουσιάζονται ως πολιτισμικά αφελείς. Ταυτόχρονα, η μεταφεμινιστική οπτική καταδικάζει τις πιο πάνω απόψεις με το επιχείρημα του ηθικού συντηρητισμού, θεωρώντας ότι οι γυναίκες που ακολουθούν τη «σεξουαλικοποιημένη» και «πορνο-σικ» ένδυση το κάνουν ως ελεύθερη έκφραση, επιλογή και αυτονομία και όχι από λαθεμένη συνείδηση. Επισημαίνουν, επιπρόσθετα, την υποκρισία φεμινιστικών ρευμάτων που ενώ, από τη μια, ενθαρρύνουν τις γυναίκες να κάνουν τις δικές τους επιλογές, από την άλλη μηδενίζουν τις επιλογές αυτές σε σχέση με τη σέξι μόδα και την απόλαυση που φέρουν,

θεωρώντας τις γυναίκες ως θύματα της πατριαρχίας (Duits & Van Zoonen, 2006).

Συνεπώς, σε μια μεταμοντέρνα οπτική της κατανάλωσης, οι καταναλωτικές πρακτικές και κυρίως οι επιλογές του ατόμου στην ένδυση, κατανοούνται ως επιλογές που συνδέονται στενά με το στάτους της ηλικίας, του φύλου, της κοινωνικής τάξης και του σταδίου που το κάθε άτομο βρίσκεται στη ζωή.

Μια άλλη φεμινιστική θέση, απάντηση στα δύο παραπάνω επιχειρήματα, αποτελεί η απάντηση της Rosalind Gill (2007β, 2008α), η οποία υποστηρίζει πως ο εορτασμός των επιλογών και της αυτονομίας των κοριτσιών αποτελεί μια επικίνδυνη μορφή μεταφεμινισμού που συνδέεται με το νεοφιλελεύθερο ατομικισμό. Πέρα από ελεύθερη επιλογή, οι πρακτικές ομορφιάς (π.χ. αποτρίχωση, πλαστική χειρουργική κλπ) αποτελούν συνέπειες του καταναλωτισμού, κάτι που εγείρει ευρύτερες συζητήσεις αναφορικά με την πολιτική σημασία του “girl power” και της σεξουαλικοποιημένης θηλυκότητας που έγινε δημοφιλής στα τέλη της δεκαετίας 1990. Είναι δηλαδή μια ανανεωμένη μορφή ανδρικής καταπίεσης, η οποία παίρνει τη μορφή της «ενδυνάμωσης» μέσω του καταναλωτισμού και η οποία εξακολουθεί να αστυνομεύει τις γυναίκες σε σχέση με την εξωτερική τους εμφάνιση.

Παρόλα αυτά, όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενα σημεία, όλες αυτές οι φεμινιστικές συζητήσεις παραμένουν σε θεωρητικό επίπεδο και κυρίως αναφέρονται σε ενήλικες (Buckingham κ.ά., 2010), αφού πολύ λίγες εμπειρικές έρευνες υπάρχουν που να εκτιμούν την κοινωνικοπολιτισμική σημασία του φαινομένου της σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας για τα παιδιά και τον τρόπο με τον οποίο τα παιδιά πιθανόν να χρησιμοποιούν τη σεξουαλικοποιημένη μόδα ως μέσο κατασκευής της ταυτότητάς τους. Όσον αφορά την υπάρχουσα έρευνα που γίνεται με παιδιά, το μεγαλύτερο μέρος της εστιάζεται στις επιρροές που τα παιδιά δέχονται ερχόμενα σε επαφή με τις σεξουαλικοποιημένες αναπαραστάσεις που προωθούνται μέσα από τα ΜΜΕ, όμως λίγη έρευνα υπάρχει για τον τρόπο που τα παιδιά στην πραγματικότητα εκλαμβάνουν τη σεξουαλικοποίηση (Stone κ.ά., 2015), ενώ επίσης πολύ λίγη έρευνα αφορά τα σεξουαλικοποιημένα αγαθά που παρέχονται μέσω της αγοράς στα παιδιά. Επιπλέον, το μεγαλύτερο κομμάτι της έρευνας που αφορά τη σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας επικεντρώνεται στα κορίτσια, αφήνοντας πίσω αναπάντητα ερωτήματα σε σχέση με τα αγόρια, ενώ πολύ συχνά τα κορίτσια, μέσα από τις έρευνες αυτές, παρουσιάζονται ως θύματα της σεξουαλικοποίησης, με πληγμένη ψυχική και σωματική υγεία (Buckingham κ.ά., 2010).

Έρευνα στο πεδίο: Τι συμβαίνει στην αγορά και στα ΜΜΕ;

Σεξουαλικοποιημένες θηλοκότητες. Η έμφαση στον «σέξι» χαρακτήρα της μόδας που απευθύνεται σε κορίτσια διαφαίνεται μέσω της αυξανόμενης πολιτισμικής διαθεσιμότητας προϊόντων και πρακτικών που δίνουν έμφαση στα σεξουαλικά μέρη του σώματος, όπως το ντεκολτέ, την κοιλιά, τα πόδια, καθώς και ρούχων και επεμβάσεων που δημιουργούν πλουσιότερο στήθος κλπ (Jeffreys, 2005· Paul, 2005). Για παράδειγμα έρευνα ανάλυσης περιεχομένου (Goodin κ.ά., 2011) αποκαλύπτει ότι το 30% των αντικειμένων μόδας που απευθύνονται σε κορίτσια στην προεφηβεία διαθέτουν χαρακτηριστικά σεξουαλικοποίησης, αφού συνήθως είτε τονίζουν ή αποκαλύπτουν κάποιο σεξουαλικοποιημένο μέρος του σώματος, είτε μεταφέρουν σεξουαλικούς συνειρμούς, όπως π.χ. τα κόκκινα σατέν φορέματα. Τα αντικείμενα μόδας με τα πιο σεξουαλικοποιημένα χαρακτηριστικά αποτελούν τα μαγιό και τα φορέματα, είδη ένδυσης, δηλαδή, που πιο έντονα διαχωρίζουν τους άνδρες από τις γυναίκες. Κάτι τέτοιο, οι συγγραφείς υποστηρίζουν, πιθανόν να φέρει σε εφαρμογή τη θεωρία της Jeffreys (2005), ότι η ένδυση συχνά χρησιμοποιείται ως μέσο διαφοροποίησης των γυναικών από τους άνδρες, τοποθετώντας συχνά τις γυναίκες στη θέση του σεξουαλικού αντικειμένου. Στην ίδια έρευνα αναφέρεται πως συχνά, τα είδη μόδας με σεξουαλικοποιημένα χαρακτηριστικά ταυτόχρονα διαθέτουν και παιδικά χαρακτηριστικά, όπως για παράδειγμα μίνι λεοπαρδαλέ φούστες σε έντονους ροζ χρωματισμούς, κάτι που τα κάνει «αμφιλεγόμενα» σεξουαλικοποιημένα», κάνοντας έτσι το ζήτημα της σεξουαλικοποίησης πιο υπόγειο και πολύπλοκο, ενώ την ίδια ώρα, η πρακτική αυτή συχνά μπορεί να αποτελέσει μοχλό πίεσης για τη συγκατάβαση των γονιών.

Σε έρευνα που έχει διεξαχθεί στην αγορά της Σκωτίας, έχει φανεί πως υπάρχουν σεξουαλικοποιημένα αγαθά που απευθύνονται σε παιδιά, όμως σε περιορισμένη διαθεσιμότητα. Παρόλα αυτά, τα παιδιά είναι πολύ πιθανόν να αγοράσουν προϊόντα που μεταφέρουν σεξουαλικούς συνειρμούς, χωρίς απαραίτητα τα προϊόντα αυτά να απευθύνονται αποκλειστικά σε αυτά. Αυτό συμβαίνει σε κυρίως σε αλυσίδες καταστημάτων που απευθύνονται σε νεαρούς ενήλικες και τα οποία διαθέτουν πολύ μικρά μεγέθη στα ρούχα (όπως XXS ή μέγεθος 4-6 για γυναίκες), τα οποία κάποιες φορές τα παιδιά επιλέγουν ως μέσο κατασκευής μια επιθυμητής «ενήλικης» ταυτότητας. Ταυτόχρονα, στην ίδια έρευνα αναφέρεται πως σε πολυκαταστήματα που απευθύνονται σε κοινό διαφόρων ηλικιών, οι διακρίσεις με βάση την ηλικία, από τη μια ενθαρρύνονται, αλλά από την άλλη περιορίζονται και δεν είναι ξεκάθαρες. Ενώ δηλαδή, από τη μια, τα προϊόντα που απευθύνονται στα παιδιά είναι ξεκάθαρα διακριτά μέσω της ταξινόμησης, από την άλλη τα παιδιά ενθαρρύνονται να ακολουθούν μόδα που τα κάνει να μοιάζουν

μεγαλύτερα. Ωστόσο, οι διακρίσεις με βάση το φύλο είναι πολύ πιο ξεκάθαρες και ενθαρρύνονται ευθέως μέσα από τον σχεδιασμό, το μάρκετινγκ και τη συσκευασία των αγαθών, ενώ τα σεξουαλικοποιημένα προϊόντα κυρίως απευθύνονται σε κορίτσια παρά σε αγόρια (Buckingham κ.ά., 2010).

Επιπρόσθετα, στην αγορά κυκλοφορούν ευρέως προϊόντα που δίνουν υπέρμετρη σημασία στην εξωτερική και φτιαγμένη εμφάνιση, όπως προϊόντα μακιγιάζ, μανικιούρ και κοσμήματα, τα οποία απευθύνονται ακόμα και σε κορίτσια προσχολικής ηλικίας (Graff κ.ά., 2013). Επίσης, κούκλες που απευθύνονται σε κορίτσια έχουν συχνά σεξουαλικοποιημένα χαρακτηριστικά, όπως μη ρεαλιστικά χαρακτηριστικά προσώπου και σχήμα σώματος, καθώς και σέξι ένδυση και αξεσουάρ, με τις Monster High να αποτελούν τις πιο σεξουαλικοποιημένες κούκλες που κυκλοφορούν στην αγορά (Boyd & Murnen, όπως αναφέρεται στο Graff κ.ά., 2013). Επιπλέον, στην αγορά προσφέρονται δραστηριότητες, όπως μαθήματα pole-dancing, τα οποία απευθύνονται σε κορίτσια από την ηλικία των εφτά ετών, ενώ είναι πολύ συχνή η συμμετοχή κοριτσιών σε επιδείξεις μόδας και άλλα (Durham, 2008).

Επιπλέον, έρευνα ανάλυσης περιεχομένου περιοδικών μόδας που απευθύνονται σε κορίτσια στην προεφηβεία και στην εφηβεία, αποκάλυψε πως τα σεξουαλικοποιημένα αγαθά μόδας, όπως πολύ αποκαλυπτικά και εφαρμοστά ρούχα καθώς και αξεσουάρ που συνδέονται με την ενήλικη σεξουαλικότητα, έχουν αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, ενώ μείωση παρουσίασε η μόδα με παιδικά χαρακτηριστικά, ιδιαίτερα κατά τη δεκαετία του 2000. Ειδικότερα από τη στιγμή που ένα κορίτσι φτάνει στην εφηβεία πιο εύκολα μπορεί να απεικονιστεί με σεξουαλικοποιημένο τρόπο, όπως με αποκαλυπτικά ρούχα, μαλλιά με ανταύγειες, σέξι πόζες κλπ (Graff κ.ά., 2013).

Φαίνεται λοιπόν ότι, με δεδομένη την αυξημένη καταναλωτική δύναμη των tween κοριτσιών στις δυτικές κοινωνίες, παρατηρείται στην αγορά μια «συμπίεση ηλικίας» (“age compression”), κατά την οποία τα σεξουαλικοποιημένα αγαθά και απεικονίσεις που μέχρι πρότινος απευθύνονταν σε ενήλικες, πλέον μεταφέρονται και στα παιδιά, ιδιαίτερα στα κορίτσια (Graff κ.ά., 2013· Lamb & Brown, 2006· Levin & Kilbourne, 2008), με αποτέλεσμα αυτά να έχουν να χειριστούν το θέμα της σεξουαλικής τους ταυτότητας από πολύ νεαρή ηλικία (Cook & Kaiser, 2004). Τα αυξημένα διαθέσιμα σεξουαλικοποιημένα αγαθά και πρακτικές που απευθύνονται σε κορίτσια οδηγούν στην ιδέα “KGOY” (“Kids Getting Older Younger”), όπου το όριο μεταξύ της σεξουαλικότητας των ενηλίκων και των παιδιών δεν είναι διακριτό (Durham, 2008). Στο πλαίσιο αυτό εντάσσονται οι απεικονίσεις μοντέλων έφηβων κοριτσιών που παρουσιάζονται με προκλητική μόδα και πόζες ενήλικων γυναικών που μοιάζουν με νεαρά «αθώα», αλλά συνάμα «σέξι» κορίτσια, δίνοντας έτσι το

μήνυμα ότι τα μικρά κορίτσια είναι σέξι. Είναι ένα μείγμα όπου το απαγορευμένο, η αθωότητα και η σεξουαλική προθυμία αναμειγνύονται, με τρόπο που θολώνει τα όρια μεταξύ παιδικότητας και παιδικής πορνογραφίας (Goodin κ.ά., 2011). Η πραγματικότητα αυτή μυθοποιείται μέσα από τα MME, με αποτέλεσμα τα κορίτσια να ακολουθούν συχνά τα πρότυπα αυτά, προκειμένου να φτάσουν το προωθούμενο ιδανικό της σεξουαλικής θηλυκότητας (Durham, 2008).

Σεξουαλικοποιημένες αρρενωπότητες. Σχετική έρευνα όσον αφορά την ένδυση για αγόρια είναι πολύ περιορισμένη. Εξάλλου, τα αγαθά που απευθύνονται στα αγόρια και μεταφέρουν σεξουαλικά σινιάλα, είναι περιορισμένα αφού οι τάσεις της μόδας όσον αφορά τα αγόρια αποτελούν ρούχα φαρδιά και λιγότερο αποκαλυπτικά, συνεπώς η κάλυψη του σώματος τους θεωρείται κάτι αναμενόμενο και αποδεκτό. Έτσι, η συμπεριφορά ενός αγοριού αποτελεί την κυριότερη ένδειξη ότι ένα αγόρι ενδιαφέρεται να παρουσιάσει τον εαυτό του με σεξουαλικό τρόπο κι όχι τόσο η ένδυση (Buckingham κ.ά., 2010). Οι έρευνες που θα παρατεθούν παρακάτω αναφέρονται σε άνδρες, αν και επίσης πολύ λίγα είναι γνωστά σχετικά με τον τρόπο που οι άνδρες παρουσιάζουν τον εαυτό τους μέσω της μόδας και του σώματός τους. Ωστόσο τα ιδανικά πρότυπα ανδρισμού που μεταφέρονται μέσω της μόδας και των MME αποτελούν ισχυρά πολιτισμικά πρότυπα για τα αγόρια που θέλουν να ακολουθήσουν αποδεκτές ενήλικες αρρενωπότητες.

Συχνά θεωρείται ότι οι άνδρες δεν δείχνουν έντονο ενδιαφέρον για τη μόδα (Kwon, 1997), ότι ξοδεύουν λίγα λεφτά στην ένδυση και ότι εμπλέκονται λιγότερο στα ψώνια ένδυσης (Crane, 2000). Ωστόσο, οι αλλαγές στις αναπαραστάσεις ανδρών στα MME και στη διαφήμιση ανδρικής μόδας και η ραγδαία ανάπτυξη της βιομηχανίας ανδρικής μόδας από τη δεκαετία του '80 (Edwards, 1997) οδήγησε στη δημιουργία νέων ταυτοτήτων, που δίνουν έμφαση σε ναρκισσιστικές όψεις του εαυτού και στην εμφάνιση. Έτσι, οι άνδρες στρατηγικά χρησιμοποιούν την ένδυση ως μέσο διαχείρισης της εμφάνισής τους και ανταπόκρισης στα πολιτισμικά ιδανικά αρρενωπότητας. Με τα κατάλληλα, χρώματα, υφάσματα, υφές κλπ προσπαθούν να παρουσιάσουν ανάλογα το σώμα τους και να δείξουν πιο ψηλοί, αδύνατοι ή μυώδεις, ενώ μέσω της ένδυσης καλύπτουν τα σημεία του σώματος τους που δεν νιώθουν άνετα και τονίζουν αντίστοιχα όσα νιώθουν περήφανοι. Συνεπώς, η ένδυση αποτελεί ένα μέσο μετατροπής του σώματος που για να πετύχει, ωστόσο, απαιτείται η κατάλληλη πολιτισμική γνώση, οικονομική ευχέρεια και προσοχή. Παρόλα αυτά, οι άνδρες συχνά νιώθουν την ανάγκη άρνησης ενδιαφέροντος για την εμφάνιση, ένας δισταγμός που προέρχεται από την προσπάθειά τους να απομακρύνουν τον εαυτό τους από στερεότυπα που αφορούν τις γυναίκες ως θύματα μόδας ή θέλοντας να

απομακρυνθούν από την κοινότητα των γκέι, αποδεικνύοντας έτσι την ετεροσεξουαλικότητά τους (Frith & Gleeson, 2004).

Όσον αφορά αναπαραστάσεις ιδανικής αρρενωπότητας στα ΜΜΕ, το σώμα κατέχει σημαντική θέση, μεταφέροντας συχνά το μήνυμα ότι οι άνδρες πρέπει να δουλέψουν με το σώμα τους για να αποκτήσουν το lifestyle που επιθυμούν (Ricciardelli κ.ά., 2010). Όπως θα φανεί πιο κάτω, μέσα από τα πρότυπα του ιδανικού σώματος, προωθούνται σημαντικά στοιχεία ηγεμονικής αρρενωπότητας. Το μυώδες σώμα, το οποίο καλλιεργείται μέσω της κουλτούρας του γυμναστηρίου, αποτελεί ένα από τα πιο κυρίαρχα πρότυπα για το ιδανικό ανδρικό σώμα. Οι μυς γίνονται πρωταρχική ένδειξη αρρενωπότητας. Έτσι, παιχνίδια με φιγούρες δράσης γίνονται όλο και πιο μυώδη μέσα από τον χρόνο, ενώ πολύ μυώδη μοντέλα αρρενωπότητας απεικονίζονται σε ταινίες και από διάσημους ηθοποιούς (Pope κ.ά., 2000). Όπως, λοιπόν, το λεπτό ιδεώδες αποτελεί μη ρεαλιστικό πρότυπο για τις περισσότερες γυναίκες, έτσι και τα μυώδη και πολύ καλά χτισμένα σώματα αποτελούν μη ρεαλιστικό στόχο για τους άνδρες. Για αυτό το λόγο αρκετοί σύγχρονοι άνδρες βιώνουν δυσαρέσκεια σε σχέση με το σώμα τους, εξαιτίας των συγκρίσεων με τις απεικονίσεις του ιδανικού σώματος και της ηγεμονικής αρρενωπότητας (Davis, 2002· Pope κ.ά., 2000).

Μια άλλη μορφή αρρενωπότητας που μεταφέρεται συχνά μέσω των ΜΜΕ αποτελεί η μετροσέξουαλ αρρενωπότητα. Αυτή δίνει εναλλακτικούς τρόπους έκφρασης του εαυτού στους άνδρες (Connell, 1993), αφού διαφέρει και προκαλεί την παραδοσιακή αρρενωπότητα. Οι μετροσέξουαλ άνδρες περιγράφονται ως άντρες που δίνουν έμφαση στην παρουσίαση της εξωτερικής τους εμφάνισης και στη φροντίδα του εαυτού τους και ως άτομα που διατηρούν πιο ισότιμες σχέσεις με σχέσεις με γυναίκες (Segal, 1993). Διασημότητες που αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτού του είδους αρρενωπότητας θεωρούνται ο Bradd Pitt και ο David Beckham, ετεροφυλόφιλοι άνδρες με μεγάλο όμως ενδιαφέρον για την εμφάνισή τους και για την οικογένειά τους (Ricciardelli κ.ά., 2010).

Μια άλλη ταυτότητα που αναγνωρίζεται πρόσφατα είναι το laddism που αποτελεί στροφή στην αντίθετη κατεύθυνση, δηλαδή στην επαναδιεκδίκηση του «δικαιώματος» των αντρών να έχουν σεξιστική συμπεριφορά. Η ταυτότητα αυτή δίνει έμφαση στη νεότητα, στην ηδονιστική κατανάλωση, στην εργένικη ζωή, στην αντικειμενικοποίηση γυναικών και στη σεξουαλική κατάκτηση. Η laddish ταυτότητα αποτελεί μοντέλο καταναλωτικής αρρενωπότητας που προωθεί στερεοτυπικά αρρενωπά ενδιαφέροντα, όπως τα αθλήματα, τα αυτοκίνητα, τα βιντεοπαιχνίδια και ανθυγιεινές συνήθειες, όπως αλκοόλ, ναρκωτικά και υπερσεξουαλικοποιημένες ετεροφυλόφιλες συμπεριφορές (Attwood, 2005α).

Χαρακτηριστικά πρότυπα αυτού του είδους αρρενωπότητας αποτελούν οι Eminem και Colin Farrell (Ricciardelli κ.ά., 2010).

Φαίνεται λοιπόν ότι το ανδρικό σώμα αποκτά κεντρική θέση στην καταναλωτική κουλτούρα και αποκτά αυξανόμενη κοινωνικοπολιτισμική σημασία, ενώ συνδέεται άμεσα με την έκφραση πολλαπλών και αντιφατικών μορφών αρρενωπότητας, αναλόγως του τρόπου με τον οποίο το άτομο αναπαριστά το σώμα του μέσω του στυλ, της μόδας, του σχήματος και του μεγέθους του (Budgeon, 2003). Οι αναπαραστάσεις του ανδρικού σώματος, η αισθητική και η μόδα που το αφορά, μέσα από τα ΜΜΕ έχουν αλλάξει με την πάροδο του χρόνου (Davis, 2002). Έτσι, ενώ πριν από τη δεκαετία του '90 το ανδρικό σώμα ήταν σχεδόν απόν από τις απεικονίσεις και η έμφαση δινόταν στο ανδρικό πρόσωπο, πλέον το ανδρικό σώμα μονοπωλεί το ενδιαφέρον στα ΜΜΕ (ταινίες, τηλεόραση, διαφημίσεις) (Bordo, 1999· Davis, 2002), τα οποία πλέον προωθούν το σεξουαλικοποιημένο σώμα (Edwards, 1997). Το ανδρικό σώμα γίνεται όλο και πιο εμπορικοποιημένο και ελεγχόμενο, ενώ υπάρχει ανάγκη να απεικονίζεται με πολύ προσεγμένο τρόπο (Bordo, 1999). Έτσι τα τελευταία χρόνια οι άνδρες πέφτουν αρκετά συχνά στην ίδια πολιτισμική παγίδα με τις γυναίκες: της πάλης για μη ρεαλιστική σωματική ελκυστική εμφάνιση μέσω της μόδας, της κατανάλωσης, της αισθητικής και της ενασχόλησης με το σώμα (Davis, 2002· Pope κ.ά., 2000). Έτσι δικαιολογείται η αύξηση των ποσοστών διατροφικών διαταραχών και στα αγόρια και νεαρούς άνδρες τα τελευταία χρόνια (Bulman, 2017), ενώ αρκετά συχνά παρατηρείται σε άνδρες το σύνδρομο «αντίστροφης ανορεξίας (“reverse anorexia”)

, όπου άνδρες μεγάλοςωμοι και μυώδεις, βλέπουν τον εαυτό τους ως μικρόσωμους και αδύναμους (Pope κ.ά., 1993).

Η οπτική των παιδιών. Σε μια από τις ελάχιστες έρευνες που αφορούν την εμπλοκή των παιδιών με σεξουαλικοποιημένα αγαθά, φαίνεται ότι τα παιδιά 9-17 ετών διαθέτουν μεγάλη γνώση αναφορικά με τον τρόπο που λειτουργεί η αγορά, χωρίς να αποτελούν παθητικά θύματά της, αφού φαίνεται να λειτουργούν με συνειδητές επιλογές και προσεκτικές αναγνώσεις των σεξουαλικοποιημένων αγαθών που κυκλοφορούν, ενώ υποστηρίζουν ότι οι αγορές τους αποτελούν προσωπικές τους επιλογές που εκφράζουν την προσωπικότητά τους (Buckingham κ.ά., 2010). Ωστόσο, κάπως αντιφατικά, παραδέχονται ότι συχνά επηρεάζονται από τους συνομήλικούς τους σε σχέση με τις τάσεις της μόδας κι ότι οι επιλογές τους σε σχέση με τα σεξουαλικοποιημένα αγαθά αντανακλούν τις νόρμες που υπάρχουν στην ομάδα των συνομηλίκων, οι οποίες έχουν τη δύναμη να αποδώσουν σε συγκεκριμένα προϊόντα συγκεκριμένα μηνύματα και να σχετίζονται άμεσα με την κοινωνική ενσωμάτωση ή αποξένωση. Τα παιδιά, αγόρια και κορίτσια, στην ίδια έρευνα

αναγνωρίζουν τους κινδύνους που προκύπτουν μέσω της χρήσης σεξουαλικοποιημένων αγαθών, οι οποίοι αφορούν την παιδοφιλία και την ανάπτυξη αρνητικής φήμης. Για αυτό θεωρούν φυσιολογικό την αποφυγή έκθεσης του σώματος μέσω αποκαλυπτικών ρούχων, ενώ δεν δείχνουν προτίμηση σε αξεσουάρ και κουρέματα που κινούν έντονα την προσοχή. Ακόμη, η μη ύπαρξη γούστου αποτελεί χαρακτηριστικό άλλων ανθρώπων, για τους οποίους μιλούν με υποτίμηση, συσχετίζοντας το κακό γούστο με την κοινωνική τάξη. Είναι οι λεγόμενοι “chavs” ή “neds”, οι οποίοι προέρχονται από χαμηλά κοινωνικά στρώματα και θεωρούνται ότι δρουν απρεπώς για την ηλικία τους, μέσα από τις αγορές τους, το στυλ στο ντύσιμο και τη συμπεριφορά τους. Τέλος, στην ίδια έρευνα φαίνεται ότι τα κορίτσια πιο έντονα κρίνουν την εμφάνιση των άλλων από ότι τα αγόρια, κυρίως ως μέσο προσδιορισμού και επιβεβαίωσης του δικού τους γούστου και ταυτότητας, ενώ τα αγόρια βιώνουν πιο έντονα την πίεση να έχουν συγκεκριμένο σχήμα σώματος και να καταναλώνουν συγκεκριμένα αγαθά που τονίζουν το σώμα αυτό.

Σε άλλες έρευνες φαίνεται ότι τόσο τα κορίτσια, όσο και τα αγόρια ενδιαφέρονται για την εμφάνιση τους, με τα κορίτσια, όμως, να επικεντρώνονται και να ανησυχούν για αυτήν πιο συχνά (Dunn κ.ά., 2010). Επιπλέον, ενώ η ελκυστική εμφάνιση δεν συνδέεται πάντοτε με το σέξι στυλ, εντούτοις τα κορίτσια πιο συχνά έχουν σεξουαλικοποιημένο στυλ, παρά τα αγόρια (Hatton & Trautner, 2011), κάτι που εκφράζεται με το έντονο μακιγιάζ και τα πολύ εφαρμοστά ρούχα που τονίζουν σεξουαλικά μέρη του σώματός τους (Smolak κ.ά., 2014). Τα κορίτσια, ακόμα, μέσω της μόδας δημιουργούν την εικόνα της «τέλειας» γυναίκας, η οποία έχει υγιή μαλλιά, «σωστά» ρούχα και παπούτσια, «σωστό» σχήμα σώματος και αποδεκτή εικόνα θηλυκότητας, ρίχνοντας φως στον τρόπο με τον οποίο τα σώματα των κοριτσιών αποτελούν πεδίο εσωτερίκευσης της ετεροσεξουαλικότητας ως κοινωνική νόρμα και διαφόρων μορφών σεξισμού, σε περίπτωση μη ανταπόκρισης σε αναμενόμενα πρότυπα θηλυκής ομορφιάς (Oliver, 1999).

Ωστόσο, όπως παραπάνω αναφέρθηκε υπάρχει περιορισμένη κατανόηση του τρόπου με τον οποίο τα παιδιά ερμηνεύουν και διαπραγματεύονται τη σεξουαλικοποιημένη κουλτούρα. Για αυτό το παρόν κεφάλαιο, μεταξύ άλλων, στοχεύει στην εις βάθος κατανόηση του τρόπου με τον οποίο τα παιδιά κατανοούν τα νοήματα της «σεξουαλικοποίησης», του τρόπου με τον οποίο εμπλέκονται με τις σεξουαλικοποιημένες όψεις της μόδας και του τρόπου με τον οποίο η εμπλοκή αυτή καθορίζει την καθημερινότητά τους.

Αποτελέσματα

Τα Παιδιά ως Ενεργοί Καταναλωτές: Γνώσεις, Απόψεις και Πρακτικές Σχετικά με την Κατανάλωση στην Ένδυση

Τα παιδιά στην έρευνα αυτή φαίνεται να δρουν ως ενεργοί και συνειδητοί καταναλωτές όσον αφορά την αγορά ένδυσης και είναι σε θέση να προβαίνουν σε προσεκτικές αναγνώσεις των καταναλωτικών αγαθών, επιβεβαιώνοντας προηγούμενη έρευνα (βλ. Buckingham κ.ά., 2010· Pilcher, 2011, 2013). Ο τρόπος δράσης των παιδιών, λοιπόν, φαίνεται να αντιτίθεται στην πεποίθηση που τοποθετεί τα παιδιά στη θέση των παθητικών θυμάτων του καταναλωτισμού (π.χ. APA, 2007· Levin & Kilbourne, 2008). Η ενεργή εμπλοκή των παιδιών με την αγορά φανερώνεται από τα συγκεκριμένα κριτήρια που τα ίδια θέτουν σε σχέση με τις αγορές που κάνουν στη μόδα, τα οποία συνήθως αφορούν τα καταστήματα από τα οποία επιλέγουν να ψωνίσουν, το στυλ, την ποιότητα και την τιμή των προϊόντων, τις ανάγκες τους, καθώς και μέσα από πρακτικές που ακολουθούν σε σχέση με τα ψώνια.

Καταρχήν, τα παιδιά στην παρούσα έρευνα, ιδιαίτερα τα κορίτσια, απέδειξαν τη γνώση που κατέχουν όσον αφορά την κατανάλωση μόδας, αφού αναφέρθηκαν αρκετά συχνά στα αγαπημένα τους καταστήματα, τα οποία επιλέγουν για τα ψώνια τους. Τα καταστήματα που κυρίως αναφέρθηκαν από τα κορίτσια είναι το Debenhams, το Next, το Zara, το Terranova, το Pull and Bear, το Bershka και το Accessorize. Τα πιο πάνω καταστήματα αποτελούν διεθνείς αλυσίδες ένδυσης, τα οποία, σε κάποιες περιπτώσεις, διαθέτουν τμήματα παιδικής και γυναικείας ένδυσης. Τα κορίτσια, στις περιπτώσεις αυτές, εξέφρασαν ενδιαφέρον και για τα δύο τμήματα. Κάποια από τα πιο πάνω καταστήματα δεν διαθέτουν είδη παιδικής ένδυσης, μόνο είδη γυναικείας ένδυσης, συνεπώς τα κορίτσια, ιδιαίτερα τα μεγαλύτερα σε ηλικία, έδειξαν το ενδιαφέρον τους στη γυναικεία μόδα. Όσον αφορά την περίπτωση του Debenhams, τα κορίτσια εξέφρασαν έντονο ενδιαφέρον και για το τμήμα καλλυντικών, ενώ για το Accessorize για αξεσουάρ, όπως τα κοσμήματα. Τα αγόρια αναφέρθηκαν πιο συχνά σε καταστήματα αθλητικών ειδών. Η σύνδεση των αγοριών με το αθλητικό στυλ ένδυσης και τις ακριβές αθλητικές μάρκες θα αναλυθεί σε άλλο σημείο.

Τα καταστήματα αυτά επιλέγονται από τα παιδιά κυρίως για το στυλ των ρούχων που διαθέτουν. Είναι κατά κύριο λόγο καταστήματα δημοφιλή στην κουλτούρα των παιδιών και το ψώνισμα από τα συγκεκριμένα καταστήματα φαίνεται να συμβάλλει στην κατασκευή της ταυτότητάς τους, αφού από αυτά ψωνίζουν “trendy”, «μοντέρνα» ή

αθλητικά ρούχα που είναι αποδεκτά και από το πλαίσιο των συνομηλίκων (βλ. Pilcher, 2011). Από την άλλη, κάποιες φορές, οι γονείς είναι αυτοί που μεθοδεύουν τα παιδιά τους στα συγκεκριμένα καταστήματα, όπως αναλύθηκε στο κεφάλαιο με τους γονείς.

Σε κάποιες περιπτώσεις, κυρίως κάποια από τα παιδιά που ζουν στο χωριό, έδειξαν την αρνητική τους στάση απέναντι σε μικρά καταστήματα που βρίσκονται κοντά στο χωριό τους, δείχνοντας φανερή προτίμηση σε καταστήματα γνωστών διεθνών αλυσίδων που βρίσκονται στην πόλη. Θεωρούν ότι τα επαρχιακά αυτά καταστήματα πουλούν «φθηνά» ρούχα, που δεν είναι καλής ποιότητας ή δεν είναι αρκετά μοντέρνα. Όπως θα αναφερθεί και στο κεφάλαιο 4.5 που μελετά τη γονική οπτική, αυτή είναι συχνά μια στάση που τα παιδιά αποκομίζουν από τους γονείς τους, αφού συχνά και οι γονείς αναφέρθηκαν στο σκεπτικό αυτό:

Ένα άλλο κριτήριο στο οποίο κάποιες φορές τα παιδιά αναφέρθηκαν αποτελεί η τιμή ενός αγαθού (βλ. Buckingham κ.ά., 2010· Yalkin & Rosenbaum-Elliott, 2014). Τα καταστήματα διεθνών αλυσίδων που αναφέρθηκαν πιο πάνω, εξάλλου, διαθέτουν αγαθά, τα οποία, κατά κύριο λόγο, είναι οικονομικά, ιδιαίτερα συγκρινόμενα με προϊόντα από επώνυμες, ακριβές μάρκες. Το θέμα της τιμής είναι ένα θέμα για το οποίο, όπως θα αναφερθεί και στο κεφάλαιο 4.5, οι γονείς συχνά ευαισθητοποιούν τα παιδιά τους, ειδικά εν καιρώ οικονομικής κρίσης στην Κύπρο. Έτσι όπως ανέφερε ο Δημήτρης (11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό), ενώ προτιμά τα ρούχα της μάρκας Lacoste, ωστόσο δεν τα αγοράζει, αφού η μάρκα αυτή είναι «ακριβή». Παρόλα αυτά δεν διευκρινίζεται κατά πόσο ο λόγος για τον οποίο δεν αγοράζει τη μάρκα αυτή αποτελεί η πιθανή μειωμένη οικονομική δυνατότητα των γονιών του ή αν αποτελεί μια ιδεολογική θεώρηση, κατά την οποία θεωρεί ότι δεν αξίζει κανείς να σπαταλά χρήματα σε τόσο ακριβά ρούχα. Τέλος, τα παιδιά αναπτύσσουν τις ικανότητες τους ως ενεργοί καταναλωτές, μέσω της ίδιας της κατανάλωσης (Yalkin & Rosenbaum-Elliott, 2014). Αρκετά συχνά, ιδιαίτερα μεγαλύτερα κορίτσια, τα οποία κατοικούν στην πόλη, αναφέρθηκαν στην πρακτική των εξορμήσεων για ψώνια -στο “shopping” όπως το αποκάλυψε η Νικολέτα- με τις φίλες τους, άλλοτε μόνες κι άλλοτε με τη συνοδεία των μαμάδων τους:

ΓΚ: Με τις φίλες σου μιλάς για ρούχα, για νύχια...

Νικολέτα: Ναι, πάρα πολύ! Πάμε και shopping μαζί με τις φίλες μου κι αγοράζουμε τα ίδια!

(Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Η πρακτική αυτή, όχι μόνο ικανοποιεί το καταναλωτικό τους ενδιαφέρον, αγοράζοντας ρούχα, παπούτσια και καλλυντικά που τους αρέσουν και ανταποκρίνονται στο γούστο τους, αλλά ταυτόχρονα αποτελεί κοινωνική δραστηριότητα ενδυνάμωσης της κοριτσίστικης φιλίας, κάτι στο οποίο θα επανέλθουμε αργότερα, συζητώντας τη δημιουργία ταυτοτήτων μέσω της κατανάλωσης.

Φαίνεται, λοιπόν, ότι με διάφορους τρόπους τα παιδιά αποδεικνύουν την ενεργή εμπλοκή τους στην καταναλωτική κουλτούρα όσον αφορά τη μόδα. Αυτό γίνεται μέσω της έντονης άποψης που διαθέτουν σε σχέση με τις καταναλωτικές τους επιλογές, η οποία εκφράζεται με τη θέση συγκεκριμένων κριτηρίων όσον αφορά την επιλογή των καταστημάτων, αλλά και κριτηρίων σε σχέση με την ποιότητα, το στυλ και την τιμή των αγαθών. Επίσης, μέσα από πρακτικές που αναδείχτηκαν, κυρίως από την κουλτούρα των κοριτσιών, όπως τα ψώνια και οι συζητήσεις για μόδα με τις φίλες, διαφαίνεται το έντονο ενδιαφέρον τους για τη μόδα και τον καταναλωτισμό, κάτι που ταυτόχρονα αποτελεί πηγή καταναλωτικής κοινωνικοποίησης τους.

Όπως και προηγούμενη έρευνα αποδεικνύει λοιπόν (βλ. Buckingham κ.ά., 2010· König, 2008· Pilcher, 2011, 2013), τα παιδιά αποτελούν «πολύ αποφασισμένους» και με εξαιρετικές ικανότητες καταναλωτές (Pilcher, 2013). Τα παιδιά, πέρα από τις δεξιότητες πρακτικής φύσης που διαθέτουν σε σχέση με την κατανάλωση μόδας, γνωρίζουν επίσης καλά πως ό,τι φορούν στο σώμα τους υπόκειται σε διάφορες κοινωνικές διαδικασίες. Όπως θα αναλυθεί στο επόμενο μέρος, που αφορά τη συγκρότηση υποκειμενικότητας μέσω της κατανάλωσης, τα παιδιά είναι γνωστικοί και επιδέξιοι παρουσιαστές του εαυτού τους μέσω της κατανάλωσης, κάτι που ξέρουν να κάνουν με συστηματικό και στοχευμένο τρόπο.

Υποκειμενικότητες και Κατανάλωση

Άξονες διαμόρφωσης καταναλωτικών επιλογών στη μόδα. Η συγκρότηση υποκειμενικότητας αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο στην καταναλωτική δραστηριοποίηση των παιδιών όσον αφορά την ένδυση. Τα παιδιά γνωρίζουν πολύ καλά τη σημασία της ένδυσης και της εμφάνισης στην παρουσίαση του σώματος και στην επιτέλεση της ταυτότητάς τους (Entwhistle, 2001) στην καθημερινή τους ζωή. Συνεπώς αναγνωρίζουν τη συμβολική σημασία που φέρουν τα διάφορα είδη εμφανίσεων και αγαθών (Pilcher, 2011), μια γνώση που δομείται σε άμεση συνάρτηση με νοήματα που προκύπτουν από την καθημερινή τους ζωή, δηλαδή μέσα από δραστηριότητες, προθέσεις, εμπειρίες και αλληλεπιδράσεις με σημαντικούς κοινωνικοποιητικούς παράγοντες όπως

είναι η οικογένεια, οι συνομήλικοι και τα ΜΜΕ (Pilcher, 2013). Έτσι, τα παιδιά μαθαίνουν πολύ καλά να καθορίζουν και να κατευθύνουν τις επιλογές τους στη μόδα με βάση πρακτικές που διαδραστικά αλληλεπιδρούν με παράγοντες όπως το κοινωνικό πλαίσιο και την κατάσταση, το κοινωνικοοικονομικό τους υπόβαθρο, την ηλικία και το φύλο τους, καθώς με τη συμβολική αξία που φέρουν συγκεκριμένα αγαθά, όπως είναι οι μάρκες. Γύρω από τους άξονες αυτούς λοιπόν, όπως θα συζητηθεί στο σημείο αυτό, τα παιδιά μαθαίνουν να δημιουργούν και παρουσιάζουν τον εαυτό στους άλλους.

Η σημασία του κοινωνικού πλαισίου. Μια ισχυρή ένδειξη του ενεργού ρόλου των παιδιών ως καταναλωτές είναι η ικανότητα τους να επιλέγουν συγκεκριμένα αγαθά μόδας αναλόγως του κοινωνικού πλαισίου που βρίσκονται και της δραστηριότητας στην οποία εμπλέκονται (Buckingham κ.ά., 2010· König, 2008· Pilcher κ.ά., 2004· Pilcher, 2010, 2011, 2013). Πάρα πολλά παιδιά στην έρευνα αναφέρθηκαν στα «καλά», «καλύτερα» ή «επίσημα» τους ρούχα, τα οποία ταιριάζουν σε κοινωνικές εκδηλώσεις όπως γάμους, βαφτίσεις, πάρτι ή στην εκκλησία. Για τα κορίτσια τα «επίσημα» ρούχα συνήθως προσδιορίζουν ένα κλασικά θηλυκό στυλ, όπως φορέματα, φούστες, τακούνια, τα οποία συχνά συνδυάζουν με κοσμήματα, μακιγιάζ, αρώματα, μανικιούρ και ιδιαίτερα χτενίσματα στα μαλλιά. Για τα αγόρια τα «επίσημα» ρούχα συνήθως σημαίνουν κοστούμια, πουκάμισα και παπιγιόν. Κάποια αγόρια μίλησαν για τα «ακριβά» τους ρούχα και παπούτσια, τα οποία χρησιμοποιούν για τις επίσημες τους εξόδους. Τα παιδιά επίσης αναφέρθηκαν στα «πρόχειρα» και «καθημερινά» τους ρούχα, όπως τζιν, φόρμες και κολάν, τα οποία φορούν στο σπίτι, στην αυλή, στο παιχνίδι ή σε επισκέψεις σε φίλους. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι, αν και παιδιά διαφόρων κοινωνικοοικονομικών στρωμάτων αναφέρθηκαν στα «καλά» τους ρούχα, εντούτοις τα παιδιά χαμηλότερων κοινωνικοοικονομικών στρωμάτων αναφέρθηκαν πιο έντονα και συστηματικά σε αυτά, καθώς και στην έγνοια τους να έχουν μια περιποιημένη εμφάνιση σε συγκεκριμένες περιστάσεις, όπως είναι οι γάμοι, ένα σημείο που θα αναλυθεί περαιτέρω στο υποκεφάλαιο που αφορά τη σύνδεση μόδας και γούστου με το κοινωνικό υπόβαθρο.

Ελενα: Τα ρούχα που τα φοράω συνέχεια, τα βάζω για πρόχειρα και μερικά που τα φοράω λίγο, κάθε τόσο, είναι για καλά. [...] (Τα καλά τα φοράω) ας πούμε σε γάμους, σε πάρτι.

(Ελενα, 11 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Δημήτρης: (Αν πάω σε γάμο) φορώ τα καλύτερα μου ρούχα. Φορώ τα πράγματα που μου έφερε η νονά μου κι είναι ακριβά, φορώ τα παπούτσια που μου έφερε η νονά μου [μου δείχνει ένα ζευγάρι παπούτσια Timberland].

(Δημήτρης, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Ένας σημαντικός λόγος για τον οποίο τα παιδιά επενδύουν στην περιποιημένη τους εμφάνισή σε επίσημες και πολυπληθείς εκδηλώσεις, όπως οι γάμοι, είναι η έγνοια τους για τη θετική αποτίμησή τους από τους γύρω τους, σε μια συνειδητή προσπάθεια να κερδίσουν τις εντυπώσεις. Τα παιδιά αντιλαμβάνονται την επιτήρηση που δέχονται από το κοινωνικό τους περιβάλλον, αναφορικά με τον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζουν τον εαυτό τους, συνεπώς είναι σημαντικό για αυτά να συμβαδίσουν με τις κοινωνικές νόρμες όσον αφορά τη μόδα, ώστε να παρουσιάσουν την προσωπικότητά τους και την ταυτότητά τους με θετικούς όρους.

Όπως φαίνεται πιο κάτω, η Ροδοθέα έχει στο μυαλό της μια πολύ συγκεκριμένη και θηλυκή εικόνα ως την πιο κατάλληλη για να πάει σε ένα γάμο: θα φορέσει φόρεμα, μακιγιάζ και θα φτιάξει τα μαλλιά της. Επίσης, δικαιολόγησε τη σημασία της περιποιημένης αυτής εμφάνισης, αναφέροντας ότι θα ένιωθε «ντροπή» σε περίπτωση που δεν εμφανιζόταν με τον κατάλληλο τρόπο σε «πολύ κόσμο». Αξίζει να σημειωθεί ωστόσο, ότι παιδιά που κατοικούσαν στην κλειστή κοινωνία του χωριού έδειξαν μεγαλύτερη αγωνία για τις δημόσιες εμφανίσεις τους και για τα σχόλια που αποκομίζουν από τον περίγυρό τους, κάτι στο οποίο θα επανέλθουμε στη συνέχεια.

Ροδοθέα: Σε γάμο θέλουμε να φορέσουμε ένα ωραίο φόρεμα, όμορφα παπούτσια, θα κάνουμε ωραία τα μαλλιά μας, θα βάλουμε κοκκινάδι.

ΓΚ: Γιατί το κάνετε αυτό όταν πάτε σε γάμο;

Ροδοθέα: Επειδή μπορεί να δούμε πολύ κόσμο και είναι ντροπή.
[...]

Μαρία: Κι εγώ το ίδιο.

(Ροδοθέα, Μαρία, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Τα παιδιά, ακόμη, έχουν υψηλά αναπτυγμένη την ικανότητα να «διαβάζουν» τα διάφορα πολιτισμικά προϊόντα, ιδιαίτερα αυτά που μεταφέρουν σεξουαλικούς συνειρμούς, αναλόγως του κοινωνικού και χωρικού πλαισίου στο οποίο φοριούνται, αφού αναλόγως του πλαισίου, το νόημα του ίδιου πολιτισμικού αγαθού είναι δυνατό να διαφοροποιηθεί:

Ροδοθέα: Δεν μου αρέσουν τα πολύ κοντά φορέματα, πολύ κοντές φούστες. [...] Μόνο στη θάλασσα. Αλλού, αν πάμε σε πάρκο ας πούμε δεν θα φορέσω κοντή φούστα ή κοντή φανέλα.

(Ροδοθέα, 10 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Όπως θα συζητηθεί εκτενώς στο υποκεφάλαιο που αφορά τη μόδα με σέξι χαρακτηριστικά, τα κορίτσια, ιδιαίτερα, γνωρίζουν πολύ καλά τους τρόπους με τους οποίους μπορούν να προστατεύσουν τον εαυτό τους από τη δημόσια αυστηρή κριτική, δημιουργώντας ένα ασφαλές περιβάλλον, στο οποίο η επιλογή συγκεκριμένων αγαθών για το κατάλληλο κοινωνικό πλαίσιο διαδραματίζει σημαντικό ρόλο.

Κοινωνικό υπόβαθρο και διάκριση του γούστου. Όπως αναφέρει ο Bourdieu (1979/2006), μπορεί κανείς να διαγνώσει το βιοτικό ύψος μιας ομάδας μέσα από τις επιλογές της στα πολιτισμικά αγαθά, όπως το ύφος των ρούχων που επιλέγει, κάτι που προέρχεται όχι μόνο από οικονομική και πολιτισμική αναγκαιότητα, αλλά επιβάλλεται μέσα από βαθιά ασυνείδητες και κληροδοτημένες εμπειρίες, μέσα από μια πρώιμη μάθηση που σχετίζεται με την κοινωνική θέση καταγωγής και το μορφωτικό επίπεδο. Αυτές οι διαθέσεις και γνώσεις επενδύονται και στις πρακτικές που συνοδεύουν τις ενδυματολογικές επιλογές. Έτσι στις λαϊκές τάξεις γίνεται ρεαλιστική, λειτουργιστική χρήση των ρούχων, δίνοντας προτεραιότητα στο «είναι», ενώ ανεβαίνοντας την κοινωνική ιεραρχία, δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στο «φαίνεσθαι», στην εξωτερική εμφάνιση, ενδυματολογική και κοσμητική. Ταυτόχρονα, στις χαμηλότερες τάξεις είναι εμφανέστατη η αντίθεση και διάκριση που γίνεται μεταξύ άνετων ρούχων και ρούχων που εξυπηρετούν λειτουργικές ανάγκες, όπως τα ρούχα της δουλειάς, με τα επίσημα ρούχα, όπως κοστούμια, που αποτελούν προνόμια των ανώτερων τάξεων. Επιπλέον, διαφορετικές τάξεις επενδύουν διαφορετικό ενδιαφέρον και προσοχή στην εμφάνιση, στις προσπάθειες, στερήσεις, φροντίδες που της παραχωρούν, κάτι που βρίσκεται σε συμμετρία με το υλικό, αλλά και το συμβολικό και πολιτισμικό κεφάλαιο που διαθέτουν.

Τα πιο πάνω επιβεβαιώνονται, τόσο στην παρούσα, όσο και από προηγούμενη εμπειρική έρευνα (βλ. Buckingham κ.ά., 2010· König, 2008), φανερώνοντας τη διαφοροποίηση των προτιμήσεων και πρακτικών σε σχέση με τη μόδα με βάση τον κοινωνικοοικονομικό παράγοντα, και συγκεκριμένα με τις έξεις που μεταφέρονται από τους γονείς στα παιδιά. Στο πλαίσιο αυτό παρατηρήθηκαν, ιδιαίτερα σε παιδιά χαμηλότερων κοινωνικοοικονομικών στρωμάτων, που κυρίως διαμένουν στο χωριό, συγκεκριμένο γούστο και πρακτικές όσον αφορά τη μόδα. Αυτές περιλαμβάνουν μειωμένο

ενδιαφέρον για τη μόδα, ιδιαίτερα από τα αγόρια, προτιμήσεις σε αγαθά που ικανοποιούν πρωτίστως τις λειτουργικές ανάγκες, αυστηρό διαχωρισμό των ρούχων με βάση το κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο χρησιμοποιούνται, χρήση μεταχειρισμένων ρούχων που τους χαρίζουν φίλοι και συγγενείς, καθώς και συγκεκριμένη οπτική αναφορικά με το ρόλο των πιέσεων και σχολίων από τον κοινωνικό περίγυρο.

Στο πλαίσιο λοιπόν της ταξικής διάθεσης ότι η μόδα αποτελεί κυρίως ουσία και λειτουργία και όχι αισθητική επιλογή κινήθηκε η άποψη κάποιων αγοριών σε ομάδα εστίασης στο χωριό, τα οποία θεώρησαν ότι τα παιδιά στο χωριό δείχνουν μειωμένο ενδιαφέρον για τη μόδα και την εμφάνισή τους. Τα αγόρια μίλησαν με διάθεση καθαρά πρακτικά προσανατολισμένη, προσδίδοντας χαμηλή αξία στην ενασχόληση με τη μόδα, ενώ δεν αναφέρθηκαν καθόλου στην αισθητική της λειτουργία. Αν και αναγνώριζαν ότι η άποψη «των άλλων» για την εξωτερική εμφάνισή του ατόμου είναι σημαντική, ωστόσο απέδωσαν την έγνοια αυτή στα παιδιά της πόλης, τα οποία αναγκαστικά πρέπει να ασχολούνται ιδιαίτερα με την εμφάνισή τους, αφού εκτίθενται σε μεγάλο κοινό κι έτσι δέχονται μεγαλύτερη κριτική και σχόλια. Αντιθέτως, θεώρησαν ότι τα παιδιά στο χωριό δεν αξίζει να ασχολούνται με την εμφάνισή τους, αφού κανένας στη μικρή κοινωνία του χωριού δεν πρόκειται να ασχοληθεί με αυτό, κανένας δεν θα τους «δει». Το μειωμένο ενδιαφέρον των παιδιών του χωριού στη μόδα ο Δημήτρης παρακάτω το απέδωσε στην ύπαρξη εναλλακτικών ενδιαφερόντων, όπως το παιχνίδι στη φύση, ενώ ο Άγγελος το απέδωσε στις πρακτικές δυσκολίες που τα παιδιά στο χωριό αντιμετωπίζουν όσον αφορά την πρόσβασή τους στην αγορά (βλ. Pilcher, 2011). Στο σημείο αυτό τα παιδιά έκαναν έντονα τον ιδεολογικό διαχωρισμό μεταξύ των αστικών και αγροτικών περιοχών της Κύπρου και της έντονης διαφοροποίησης του βιοτικού ύφους που χαρακτηρίζει το κάθε πλαίσιο. Για αυτό αναφέρθηκαν με κάπως ρομαντική διάθεση στην παραδοσιακή ζωή του χωριού, στην οποία η φύση διαδραματίζει καίριο ρόλο, αλλά ταυτόχρονα παρέχει περιορισμένες δυνατότητες για αναψυχή, ενδιαφέροντα και δραστηριοποίηση:

Δημήτρης: Ειδικά τα αγόρια που μένουν σε χωριά έχουν άλλα πράγματα να ασχολούνται, παρά με τη μόδα. Βγαίνουν έξω να παίζουν. Ενώ στην πόλη τα αγόρια ασχολούνται περισσότερο με τη μόδα και τα ψώνια γιατί δεν έχουν πολύ χώρο να βγαίνουν έξω να παίζουν ή να ασχολούνται με κάτι άλλο.

[...]

Σίφης: Ας πούμε στα χωριά, άμα πάρεις παπούτσια αθλητικά, ποιος θα σε δει ότι φορείς παπούτσια αθλητικά, ποιος να ασχοληθεί; Ενώ στην πόλη, έχει πάρα πολλούς να σε δουν ότι φορείς αθλητικά παπούτσια.

- ΓΚ:* Είναι σημαντικό να σε δουν;
- Σίφης:* Ναι γιατί σε κάνουν πιο όμορφο στην εμφάνιση, πιο ωραίο. Είναι ωραίο να σε βλέπουν.
- Άγγελος:* Στην πόλη, επειδή έχει πιο πολύ κόσμο κι όχι λίγους όπως στο χωριό, αγοράζουν ωραία ρούχα. Και στο χωριό θα θέλουν κόπο να παν στην πόλη (για ψώνια) κι έτσι το αναβάλλουν για άλλη μέρα, όταν θα θέλουν και κάτι άλλο, δεν παν μόνο για ψώνια. Ενώ στην πόλη όταν θέλουν κάτι, εύκολα θα παν την ίδια ώρα να το πάρουν.

(Δημήτρης, Σίφης, Άγγελος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Η στάση αυτή, πέρα από την ταξική διάκριση που υφίσταται, είναι πιθανόν να αποδίδεται στους έμφυλους περιορισμούς που τα αγόρια υπόκεινται και στην ηγεμονική αρρενωπότητα που ιδιαίτερα τα αγόρια εργατικής τάξης αναπτύσσουν, στα οποία το ενδιαφέρον για τη μόδα δεν αποτελεί προτεραιότητα. Για αυτό, και όπως θα συζητηθεί σε άλλο σημείο, τα αγόρια απομακρύνουν τον εαυτό τους από το ενδιαφέρον για τη μόδα και την εμφάνιση, μιλώντας κάποτε και υποτιμητικά για την ενασχόληση αυτή και θεωρώντας ότι αποτελεί καθαρά κοριτσίστικο ενδιαφέρον. Παρόλα αυτά, θα αποτελούσε υπεραπλουστευμένο και πρόχειρο συμπέρασμα ότι τα αγόρια στο χωριό είναι απαλλαγμένα από το ενδιαφέρον τους για τη μόδα και την εμφάνιση, αφού μέσα από τα λεγόμενα των ίδιων αγοριών, σε άλλα αποσπάσματα, διαφάνηκε έντονα το ενδιαφέρον που επίσης παρουσιάζουν για την εμφάνιση τους, καθώς και για την εικόνα που δημιουργούν, μέσα στο κοινωνικό πλαίσιο του χωριού τους.

Επιστρέφοντας όμως στο ζήτημα της ταξικής διάκρισης όσον αφορά την ένδυση, η έξη αρκετών οικογενειών χαμηλότερων κοινωνικοοικονομικών στρωμάτων, απαιτεί κυρίως ρούχα λειτουργικά, πρακτικά και άνετα που θα εξυπηρετούν τις ανάγκες τους, κι όχι τόσο «μοντέρνα» (βλ. Buckingham κ.ά., 2010). Αυτό εξέφρασαν κάποια αγόρια στο χωριό, με κύριο επιχείρημα τη συμμετοχή τους σε αγροτικές ασχολίες και την επαφή τους με δραστηριότητες έξω στη φύση, όπως το κυνήγι και το παιχνίδι στην αυλή. Αγόρια στην πόλη, δεν αναφέρθηκαν στην πρακτική αυτή, ίσως λόγω του περιορισμένου τους ενδιαφέροντος για τις ασχολίες αυτές. Κυρίως, όμως, φάνηκε ότι οι ταξικές διαφορές που παρατηρούνται στο γούστο στην ένδυση, καθώς και οι διαφοροποιημένες πρακτικές σε σχέση με την ένδυση που οφείλονται σε ταξικούς παράγοντες, δεν αναγνωρίζονται συνειδητά και δεν σχολιάζονται από τα αγόρια στην πόλη.

Δημήτρης: Μου αρέσουν και τα... και τα ρούχα του κυνηγιού. Λερώνονται εύκολα και δεν με πειράζει αν είναι λερωμένα.

ΓΚ: Επειδή είναι τα πρόχειρα σου ρούχα; Που τα φοράς πιο συχνά;

Δημήτρης: Ναι. Και μου αρέσουν και λερωμένα ας πούμε. Εγώ έχω δύο προτιμήσεις. Άμα βγω έξω (στη φύση) θέλω να φορώ λερωμένα για να νιώθω ότι είμαι άνετα. [...] Κι άμα θα πάω κάπου, σε γάμο ας πούμε ή κάπου καλά, άμα βγω από το σπίτι δηλαδή, θέλω να φορώ καλά ρούχα.

(Δημήτρης, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Ως συνέπεια του σκεπτικού και έξης αυτής, ο Δημήτρης πιο πάνω ξεκάθαρα διαχώρισε τα ρούχα του με βάση το κοινωνικό πλαίσιο και περίσταση στο οποίο αρμόζουν να φορεθούν. Η πρακτική του διαχωρισμού των ρούχων σε «πρόχειρα» και «καλά» ή «επίσημα», όπως συζητήθηκε και προηγουμένως, είναι πολύ κοινή ανάμεσα στα παιδιά και στους γονείς διαφόρων κοινωνικών στρωμάτων. Ωστόσο, μέσα από τον λόγο παιδιών χαμηλότερων κοινωνικοοικονομικών στρωμάτων, και ιδιαίτερα στο χωριό, τα «επίσημα» ρούχα που ταιριάζουν στους «γάμους» αναφέρθηκαν πολύ πιο συχνά. Πιθανόν αυτό να οφείλεται στο γεγονός ότι τα παιδιά αυτά, σε αντίθεση με τα παιδιά υψηλότερων κοινωνικοοικονομικών στρωμάτων, λόγω γεωγραφικής απομόνωσης, αλλά και περιορισμένης οικονομικής δυνατότητας, έχουν μειωμένες κοινωνικές δραστηριότητες, συνεπώς τις λίγες φορές που αυτό συμβαίνει είναι σημαντικό να είναι κατάλληλα ντυμένα και να παρουσιάσουν τον εαυτό τους στον κοινωνικό περίγυρο με τον καλύτερο τρόπο. Τα παιδιά αυτά ανέφεραν επίσης το γεγονός ότι προσέχουν τα «καλά» τους ρούχα, που σε κάποιες περιπτώσεις είναι και «ακριβά», για να μην «λερωθούν», να μην «χαλάσουν». Αυτό είναι κάτι που συνδέεται με την ταξική τους έξη, όπου εξαιτίας του μειωμένου οικονομικού κεφαλαίου που διαθέτουν για την «πολυτέλεια» της μόδας, αλλά και της πολιτισμικής διάθεσης για ρούχα μεγάλης χρήσης, που είναι απλά και άνετα, έχουν διαμορφώσει την έξη να φυλάνε τα λιγοστά «καλά» τους ρούχα, να τα προσέχουν και να τα κρατούν μόνο για συγκεκριμένες περιστάσεις, «για να έχουν».

Στο ίδιο πλαίσιο, αυτό της ικανοποίησης των αναγκών τους και του περιορισμού της οικονομικής σπατάλης για τα ρούχα, εντάσσεται και μια άλλη αρκετά κοινή πρακτική που ανέφεραν τα παιδιά χαμηλότερων κοινωνικοοικονομικών στρωμάτων: ο δανεισμός ή η χρήση μεταχειρισμένων ρούχων μεταξύ αδελφών, γειτόνων και συγγενών. Η πρακτική αυτή φαίνεται να οφείλεται, τόσο στη συνήθεια της ουσιαστικής, λειτουργιστικής χρήσης των ρούχων, όσο και στην περιορισμένη οικονομική δυνατότητα κάποιων οικογενειών στο χωριό, αλλά και στη δυσκολία πρόσβασης των κατοίκων αγροτικών περιοχών σε

καταναλωτικές υπηρεσίες της πόλης. Παιδιά από υψηλότερα κοινωνικά στρώματα δεν αναφέρθηκαν στην πρακτική αυτή.

Δημήτρης: Έδωσα και κάμποσα (ρούχα) στον Νίκο (γείτονας και συμμαθητής), από αυτά που πλέον εμένα δεν μου κάνουν.

(Δημήτρης, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Παρόλα αυτά, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι, αν και τα παιδιά χαμηλότερων κοινωνικοοικονομικών στρωμάτων αναγκάζονται να ακολουθούν συγκεκριμένες πρακτικές που πηγάζουν από την έξη της οικογένειάς τους, αυτό δεν συνεπάγεται απαραίτητα έλλειψη ενδιαφέροντος για τη μόδα και για απόκτηση αγαθών που εξασφαλίζουν κοινωνική αποδοχή. Εξάλλου, οι πιέσεις και σχόλια που προέρχονται τόσο από τους συνομήλικους, όσο και από τον κοινωνικό περίγυρο είναι ιδιαίτερα έντονες, ιδιαίτερα στις αγροτικές περιοχές. Τα κορίτσια παρακάτω με παράπονο εκφράστηκαν για σχόλια που δέχονται για την πρακτική που εφαρμόζουν για χρήση μεταχειρισμένων ρούχων, ακόμα κι από άτομα που επίσης εμπλέκονται στην πρακτική αυτή:

Βανέσα: Όπως ο Ιωάννης. Φορούμε κάτι και μας λέει: «Μα τι είναι αυτό που φορείς;».

Μαρίλια: Ναι. Ας πούμε ανταλλάζουμε ρούχα και μας λεν: «Μα γιατί φορείς τα ρούχα της αδερφής σου;». Αφού κι εκείνοι ανταλλάσσουν και φορούν ρούχα, παπούτσια φίλων ή αδερφών τους.

Σοφία: Ναι μπορεί κάτι να μην κάνει της φίλης μου, να της μικρύνει και να μου το δώσει εμένα.

Μαρίλια: Ναι γίνεται.

(Βανέσα, 11 χρονών, Μαρίλια, Σοφία, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Τα παιδιά λοιπόν, αναγνωρίζοντας τις κοινωνικές συνδέσεις μεταξύ πλούτου, στάτους και συγκεκριμένων προϊόντων και εμφάνισης (Nairn & Spotswood, 2014) και ως μέρος της προσπάθειάς τους να διαχωρίσουν τον εαυτό τους από την κατηγοριοποίηση τους ως «φτωχοί», κάτι που είναι δυνατόν να τους τοποθετήσει σε χαμηλή θέση στην κοινωνική ιεραρχία, επιθυμούν να δείχνουν προς τα έξω μια «αξιοπρεπή» εμφάνιση. Δείχνουν μια «πολιτισμική καλή θέληση» (Bourdieu, 1979/2006), κατά την οποία προσπαθούν να απομακρυνθούν από το «λαϊκό» γούστο και από πρακτικές «φτωχών»

ανθρώπων, όπως η ένδυση με μεταχειρισμένα ρούχα, επιχειρώντας να δημιουργήσουν μια αίσθηση κοινωνικής κινητικότητας:

Νίκος: Ειδικά τα παντελόνια, δεν μου αρέσουν να είναι μεγάλα και πλατιά. Γιατί αν φορείς κάτι εφαρμοστό θα πεις ότι «είναι καινούριο». Ενώ όταν φορούμε παντελόνια που μας είναι μεγάλα, μπορεί κάποιος να πει «α είναι του αδερφού του» κι έτσι πράγματα. Είναι πιο ωραία να είναι δικά μας, να μην νομίζουν ότι μας δίνουν άλλοι ρούχα. Να φαίνεται ότι «είναι δικό μου αυτό».

(Νίκος, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Κορίτσια, τόσο στο χωριό, αλλά κυρίως στην πόλη, δεν αναφέρθηκαν έντονα στην πρακτική και λειτουργιστική χρήση της ένδυσης, ίσως λόγω εσωτερίκευσης έμφυλων νορμών και προσδοκιών που τα θέλουν να είναι «θηλυκά», «μοντέρνα» και καλοντυμένα. Συνεπώς, τα ενδιαφέρει να κατέχουν αντικείμενα τελευταίας μόδας, ακόμα κι αν αυτά δεν εξυπηρετούν πάντοτε «πρακτικούς» σκοπούς, όπως συμβαίνει συχνά με τα αγόρια στο χωριό. Τα κορίτσια στην πόλη, ωστόσο, εξέφρασαν μια άλλη όψη ταξικής διάκρισης στο γούστο. Έχοντας, σε αρκετές περιπτώσεις, μεγάλη πολιτισμική εξειδίκευση σε θέματα μόδας και εμφάνισης, σχολιάζουν τα χαρακτηριστικά ενός «εκλεπτυσμένου» και «κλασάτου» γούστου, ενώ ταυτόχρονα αναπτύσσουν στρατηγικές οι οποίες είναι προσανατολισμένες στη μεγιστοποίηση της αισθητικής κλάσης (Bourdieu, 1979/2006). Στο πλαίσιο αυτό θεωρούν σωστό να αποφεύγουν τις υπερβολές και το «φανταχτερό» ντύσιμο, έχοντας την ικανότητα να διακρίνουν μεταξύ του “made-up” και του “made-over” (Russell & Tyler, 2002).

Είναι σημαντικό, λοιπόν, όπως χαρακτηριστικά αναφέρει πιο κάτω η Ιζαμπέλα, να μην γίνονται «καρναβάλοι», για αυτό, προκειμένου να ακολουθούν ένα καλόγουστο στυλ, προσέχουν ώστε να έχουν μια θηλυκή, αλλά και απλή εμφάνιση, χωρίς υπερβολικά στοιχεία.

Ιζαμπέλα: (Μου αρέσει να φορώ) Ένα φορεματάκι απλό, να βάλω λίγο [τονίζει] κραγιόν, να φαίνεται λίγο [τονίζει], όπως αυτής (δείχνει ένα μοντέλο σε διαφήμιση του περιοδικού Madame Figaro). Ναι απαλό για να μην φαίνεται πολύ. Δεν πηγαίνουμε και στο καρναβάλι!

(Ιζαμπέλα, 10 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Ταυτόχρονα, κάποια κορίτσια στην πόλη εξέφρασαν έντονη κριτική στα γούστα των άλλων, στα οποία αντιτίθενται θεωρώντας ότι είναι κακόγουστα και «υπερβολικά». Όπως εξάλλου αναφέρει ο Bourdieu (1979/2006), κάθε είδους γούστου ενώνει και χωρίζει, αφού ενώνει όσους αποτελούν προϊόν παρόμοιων συνθηκών, διακρίνοντάς τους από τους υπόλοιπους. Αυτό φαίνεται να ισχύει την περίπτωση της Μαργαρίτας, η οποία με τις φίλες της σχολιάζουν τα «υπερβολικά» βραχιόλια της συμμαθήτριάς τους, τα οποία δεν εγκρίνουν:

Μαργαρίτα: Μου αρέσουν τα ωραία φορέματα. Ας πούμε να έχει σχήματα, χρώματα.. Αλλά, εντάξει, ένα φόρεμα που είναι υπερβολικά στολισμένο... όχι. Μου αρέσει μια λεπτομέρεια, αλλά δεν μου αρέσκει να είναι περίπλοκο. Γιατί απλώς δεν θα μπορώ να το φορώ.

[...]

Εντάξει, μια φίλη μου φόρεσε σήμερα στο σχολείο κάτι βραχιόλια ως εδώ (δείχνει σχεδόν ως τον αγκώνα) και της είπαμε στο διάλειμμα ότι: «Δεν ωραίο να φορείς τόσα βραχιόλια στα χέρια σου».

ΓΚ: Επειδή ήταν στο σχολείο; Αν τα φορούσε αλλού;

Μαργαρίτα: Όχι γενικά, επειδή ήταν πάρα πολλά, υπερβολικά. Να βάλεις 1-2, ok, θα ήταν ωραίο.

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Οι ταξικές διαθέσεις λοιπόν, αποτελώντας σημαντική πηγή οικονομικού, κοινωνικού, πολιτισμικού κεφαλαίου των παιδιών και των οικογενειών τους, ενσωματώνονται και επηρεάζουν άμεσα τις πρακτικές και επιλογές που αφορούν την κατανάλωση μόδας. Ωστόσο, τα παιδιά, ως ενεργοί καταναλωτές, διαθέτουν ταυτόχρονα την ικανότητα προσαρμόζουν τις διαθέσεις αυτές στις δικές τους επιλογές, δημιουργώντας το «δικό τους γούστο» (König, 2008). Με άλλα λόγια, αν και οι έξεις που προέρχονται από το οικογενειακό περιβάλλον επηρεάζουν σημαντικά τις πρακτικές των παιδιών όσον αφορά το γούστο, τη μόδα και την εμφάνιση, εντούτοις, τα παιδιά δεν περιορίζονται αποκλειστικά σε αυτές, και αναπτύσσουν τη δική τους γνώση σε σχέση με την κατανάλωση μόδας, ενώ ενεργά χρησιμοποιούν τη γνώση αυτή, σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες, για να δημιουργήσουν το δικό τους γούστο και να πετύχουν μια «σωστή» παρουσίαση του εαυτού τους.

Ηλικιακή συμβατότητα. Για τα παιδιά είναι ιδιαίτερα σημαντικό η μόδα και τα

αξεσουάρ που καταναλώνουν να συμβαδίζουν με την ηλικία τους, κάτι που επιβεβαιώνουν ευρήματα προηγούμενων ερευνών (βλ. Buckingham κ.ά., 2010· König, 2008· Pilcher κ.ά., 2004· Pilcher, 2011, 2013). Κυρίως υπάρχει μια τάση στα παιδιά να επιθυμούν να διαχωρίσουν τον εαυτό τους από τα μικρότερα παιδιά, για αυτό θέλουν να ακολουθούν τις γραμμές του εφηβικού στυλ, ένα στυλ που είναι δυνατόν να τους προσδώσει μεγαλύτερο στάτους στο πλαίσιο των συνομηλίκων, απορρίπτοντας ρούχα και στυλ που θεωρούν ότι είναι πολύ «παιδικά» και «μωρίστικα»:

Άγγελος: Παπούτσια μου αρέσουν τα αθλητικά. Να είναι της μόδας, έτσι σχισμένα, να μην είναι ούτε μεγάλα, ούτε μικρά και να σφίγγουν το πόδι μου, το χρώμα τους να είναι ωραίο και να μου αρέσει, να μην είναι μωρίστικα, να κάνουν για την ηλικία μας.

(Άγγελος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Νίκος: Εμένα μου αρέσουν τα τζιν και οι μπλούζες που έχουν ωραία σχέδια, αλλά όχι παιδικά. Να έχουν γράμματα.

ΓΚ: Να είναι πιο εφηβικό στυλ, όχι παιδικό;

Νίκος: Ναι.

(Νίκος, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Ταυτόχρονα, τα παιδιά απορρίπτουν ενδυματολογικές επιλογές και αγαθά που αρμόζουν σε μεγαλύτερες ηλικίες, που είναι «μεγαλίστικα». Είναι ξεκάθαρο ότι στο μυαλό των παιδιών υπάρχει έντονος ο διαχωρισμός μεταξύ των παιδικών αντικειμένων μόδας κι αυτών που απευθύνονται σε ενήλικες –ηλικιακά όρια, τα οποία αν και είναι αυθαίρετα, για αυτά είναι πολύ σημαντικά, ίσως σε μια προσπάθεια διατήρησης της παιδικής τους ταυτότητας:

Μαργαρίτα: Εντάξει, μπορεί να κάμω βραχιολάκια ή κολιέ με πλαστικές χάντρες που αγοράζω από το JUMBO. [...] Δεν φορά τέτοια κοσμήματα (δείχνει το χρυσό βραχιόλι που φορά εγώ). Φορώ πλαστικά, που δεν αξίζουν τόσο. Απλώς επειδή είμαστε ακόμα μικρές για αυτό το πράμα.

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Άννα: Βάζω διάφορα σχέδια σκουλαρίκια στα αυτιά, αλλά αυτό (σκουλαρίκι στη μύτη) πιο μετά θα βάλω γιατί δεν κάνει πολύ για την ηλικία μου.

Η στάση των παιδιών για αγαθά και επιλογές που αρμόζουν σε μεγαλύτερες ηλικίες, είναι ιδιαιτέρως συζητήσιμη και αμφίσημη, ωστόσο, αφού από τη μια τα παιδιά είναι πιθανόν να απορρίψουν «μεγαλίστικα» αγαθά, αλλά από την άλλη, σε πολλές περιπτώσεις, όπως θα αναλυθεί στη συνέχεια, ακολουθούν πρακτικές που «τα μεγαλώνουν» (Boden κ.ά., 2004) και θυμίζουν ενήλικες αρρενωπότητες και θηλυκότητες.

Μόδα και έμφυλοι περιορισμοί. Οι πιέσεις που βιώνουν τα παιδιά προκειμένου να συμβαδίσουν με τις έμφυλες νόρμες όσον αφορά την καταλληλότητα της μόδας, τις πρακτικές ομορφιάς και τον τρόπο καταναλωτισμού που ακολουθούν (βλ. Buckingham κ.ά., 2010· Renold, 2013) είναι έντονες στη ζωή τους. Η εξωτερική εμφάνιση του ατόμου, εξάλλου, η οποία εκφράζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τη μόδα και το στυλ που ακολουθεί, αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους τρόπους επιτέλεσης αρρενωποτήτων και θηλυκότητων (Butler, 1990). Αρκετά παιδιά στην έρευνα έχουν μιλήσει για πιέσεις, ιδεολογικές, κοινωνικές και πολιτισμικές, αλλά και πιέσεις που προέρχονται από συνομήλικους και γενικότερα από το κοινωνικό τους περιβάλλον, για έκφραση ενός κοινωνικά αποδεκτού έμφυλου σώματος, το οποίο σχετίζεται άμεσα με την κατασκευή ενός συγκεκριμένου είδους κοριτσίστικης ή αγορίστικης ταυτότητας. Αυτό συμβαίνει στο πλαίσιο της συμβολικής αξίας που μεταφέρει η εμφάνιση όσον αφορά την κατάλληλη παρουσίαση του εαυτού, με τρόπο που να τοποθετεί το άτομο σε υψηλή θέση στην κοινωνία. Αντιθέτως, ένα παιδί που αποκλίνει από τις πολιτισμικά αποδεκτές αρρενωπότητες ή θηλυκότητες, είναι πολύ πιθανό να δεχτεί περιθωριοποίηση και κοροϊδία.

Έμφυλο σώμα και μόδα. Ανάμεσα στα παιδιά κυριαρχεί πολύ συχνά μια παγιωμένη άποψη για τους όρους «κοριτσίστικο» και «αγορίστικο» και το τι αυτά σημαίνουν και εμπερικλείουν, αφού υπάρχουν έντονα οριοθετημένα έμφυλα στερεότυπα, όσον αφορά τα χρώματα, το στυλ και τις συμπεριφορές που ένα αγόρι ή κορίτσι δικαιούται να αναπτύξει. Ενδεικτικά χαρακτηριστικά μιας συμβατικής «κοριτσίστικης» εμφάνισης αποτελούν τα πολλά αξεσουάρ και κοσμήματα, τα βαμμένα μαλλιά, το μακιγιάζ και το piercing. Για την επιτέλεση μιας νορμαλιστικής «αγορίστικης» εμφάνισης, κεντρικό ρόλο διαδραματίζει το αθλητικό στυλ και το ενεργό σώμα, καθώς και «ανδρικά» τατουάζ, όπως τατουάζ με δράκους, σύμβολα ποδοσφαιρικών ομάδων, νεκροκεφαλές, ονόματα συζύγων, κινέζικα ρητά. Τα κοσμήματα και τα στολίδια, ιδιαίτερα για τα αγόρια στο χωριό, θεωρούνται

«άκρως κοριτσίστικα» για αυτό και απορρίπτονται χωρίς δεύτερη σκέψη. Εξαιρέσεις αποτελούν το ρολόι, ο σταυρός ή unisex βραχιολάκια που είναι «στη μόδα» -φτάνει να μην είναι υπερβολικά και πολλά- ή «ανδρικά» κοσμήματα με νεκροκεφαλές.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το πιο κάτω απόσπασμα στο οποίο τα αγόρια συζητώντας, διαπραγματεύονται και κάποτε αμφισβητούν την αυστηρή έμφυλη οριοθέτηση:

Σίφης: Ναι έχει κοριτσίστικα χρώματα. Ας πούμε το ροζ, σε ποιο αγόρι αρέσει; Το ίδιο και το μοβ. Ναι το μοβ και το ροζ και το φούξια. Δεν έχει άλλα χρώματα.

Νίκος: Εγώ δεν συμφωνώ γιατί ροζ έχει και ανδρικές φανέλες, δεν είναι κάτι το γυναικείο.

Σίφης: Ναι όμως παπούτσια ροζ; Θα φορούσες παπούτσια ροζ;

Νίκος: Δεν εννοώ παπούτσια.

Σίφης: Ε είδες; Άλλο η φανέλα, άλλο τα παπούτσια.

[...]

Νίκος: Μπορεί να έχει και ανδρικά ρούχα ροζ. Όχι με πολύ ροζ.

Άγγελος: Κάποιου άνδρα μπορεί να του αρέσουν και τα δύο. Μπορεί να είναι (το χρώμα) της ομάδας του το ροζ ή το κόκκινο. Κι εμένα μου αρέσει το κόκκινο γιατί είναι το χρώμα του Ολυμπιακού.

ΓΚ: Θα φορούσε ένας άνδρας μια μοβ μπλούζα;

Όλοι: Ναι.

Μιχάλης: Αν ήταν ανδρική!

[...]

Μιχάλης: Εγώ έχω κυρία κόκκινο παντελόνι.

Άγγελος: Κι εγώ!

Δημήτρης: Εγώ λέω ότι όλα τα χρώματα κάνουν και για τα αγόρια και για τα κορίτσια. Και το ροζ, και όλα, ο κάθε άνδρας θα μπορούσε να τα φορέσει. Δεν είναι παράξενο.

[...]

Νίκος: Κι αν είναι στη μόδα, θα τα φορέσουμε. Ακολουθούμε τη μόδα!

(Σίφης, Νίκος, Άγγελος, Μιχάλης, Δημήτρης, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Παραπάνω ανάμεσα στα αγόρια εκτυλίσσεται μια διαφωνία και διαπραγμάτευση αναφορικά με τα χρώματα, αφού κάποια παιδιά φαίνεται να έχουν αναπτύξει έντονα

έμφυλα στερεότυπα σε σχέση με τη μόδα και τα χρώματα και κάποια άλλα αγόρια να διαθέτουν μια πιο διευρυμένη και κριτική οπτική σε σχέση με τους έμφυλους περιορισμούς. Ωστόσο, σημαντικές παράμετροι και κριτήρια που θέτουν για αποδοχή ενός «κοριτσίστικου» χαρακτηριστικού είναι η προώθησή του από την αγορά και τη μόδα, κάτι που αποδεικνύει το ενδιαφέρον των αγοριών στη μόδα, αν και όπως συζητείται παρακάτω δεν το παραδέχονται συχνά, η προσφορά του αποκλειστικά σε άνδρες («ανδρικό»), ο συμβολισμός που μεταφέρει (να αντικατοπτρίζει τα χρώματα της ομάδας τους), ενώ σημαντικός είναι ο βαθμός κατά τον οποίο το προϊόν χαρακτηρίζεται από το «κοριτσίστικο» χαρακτηριστικό (πόσο ροζ ή μοβ έχει).

Ο μεγαλύτερος φόβος που αντιμετωπίζουν τα παιδιά είναι αυτός της «κοροϊδίας» και της κοινωνικής απόρριψης σε περίπτωση που οι ενδυματολογικές τους επιλογές δεν συμβαδίζουν με το φύλο τους, ένας παράγοντας αρκετά ισχυρός για να περιορίσει τις επιλογές τους. Την επιτήρηση σε σχέση με την καταλληλότητα της μόδας όσον αφορά το φύλο φαίνεται να υπόκεινται πιο έντονα τα αγόρια, λόγω της εύθραυστης αρρενωπότητας που βιώνουν και της «παρεξήγησης» που πιθανόν να επέλθει σε περίπτωση που ξεπεράσουν τα αποδεκτά όρια, αλλά σε κάποιες περιπτώσεις και τα κορίτσια. Ωστόσο τα παιδιά αντιδρούν με διαφορετικό τρόπο στις πιέσεις αυτές, αφού όπως φαίνεται πιο κάτω ο Μιχάλης υπέκυψε στους περιορισμούς και δεν επέλεξε τα κόκκινα αθλητικά παπούτσια που του είχαν αρέσει, ενώ η Άννα αντιστάθηκε στην σεξιστική και έμφυλη διάκριση που υφίσταται κι εξακολούθησε να υποστηρίζει το αθλητικό στυλ που την εκφράζει, παρόλο που δεν εγκρίνεται από τις φίλες της:

Μιχάλης: (Αν ένα αγόρι φορέσει μια ροζ φόρμα) Μπορεί να τον κοροϊδέψουν.

ΓΚ: Για αυτό μπορεί να αποφύγει να την φορέσει;

Μιχάλης: Ναι.

[...]

ΓΚ: Έτυχε να δεις κάτι που να σου αρέσει και να μην το πάρεις γιατί σκέφτηκες ότι κάποιος μπορεί να σε κοροϊδέψει;

Μιχάλης: Ναι, κάποτε. Ας πούμε κόκκινα παπούτσια, αθλητικά.

ΓΚ: Σου άρεσαν;

Μιχάλης: Αν δεν ήταν όλο κόκκινο, ναι.

(Μιχάλης, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Άννα: Το στυλ μου δεν ταιριάζει με καμιά από τις φίλες μου [γέλιο]. Ας πούμε κάποιες από τις φίλες μου ντύνονται... πολύ... έτσι ωραία, με φούστες,

φορέματα, αλλά εγώ μπορεί να φορώ φόρμες. [...] Ναι ας πούμε εγώ που πηγαίνω μπάλα και φορώ φόρμες το θεωρούν ότι... είναι βλακεία το ποδόσφαιρο και ότι για μια γυναίκα δεν γίνεται. Πρέπει να την αφορά μόνο η μόδα.

(Άννα, 13 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι ένα κορίτσι που συνειδητά υπερβαίνει έμφυλες προσδοκίες, όπως είναι η Άννα, αποτελεί κοινωνικά πιο αποδεκτή κι όχι τόσο «προκλητική» εικόνα από ένα θηλυκοποιημένο αγόρι. Ο λόγος εντοπίζεται στην έμφυλη ιεραρχία: η «αγορίστικη» εμφάνιση ενός κοριτσιού συχνά αντιμετωπίζεται ως προσπάθεια ανόδου στην ιεραρχία, ενώ η «κοριτσίστικη» εμφάνιση του αγοριού το αντίθετο –είναι κάτι που υποσκάπτει την προνομιά του θέση ως αγόρι (Vänskä, 2017). Έτσι ίσως να μπορεί να δικαιολογηθεί η «τόλμη» της Άννας να αψηφήσει νόρμες θηλυκότητας όσον αφορά το ντύσιμό της, σε αντίθεση με την υποταγή του Μιχάλη σε έμφυλους περιορισμούς.

Καταναλωτική δραστηριοποίηση: «Τα κορίτσια ασχολούνται με καταστήματα, μόδα, παπούτσια, ομορφιά. Τα αγόρια δεν τα νοιάζει». Μια άλλη παγιωμένη άποψη, όσον αφορά το καταναλωτικό ενδιαφέρον των παιδιών σε σχέση με τη μόδα, είναι ο χαρακτηρισμός της ενεργούς καταναλωτικής δραστηριοποίησης και τα ψώνια ως «κοριτσίστικη» υπόθεση. Τα ψώνια, μέσα από τα λεγόμενα της Μαργαρίτας, αποτελούν δραστηριότητα με καθαρά έμφυλο χαρακτήρα, που ευχαριστεί και ενδιαφέρει αποκλειστικά τις παρέες των κοριτσιών:

Μαργαρίτα: (Μας αρέσει να συζητούμε για μόδα) επειδή, πρώτον, είμαστε κορίτσια και φορούμε... διάφορα ρούχα. Ας πούμε περιμένουμε τη στιγμή που θα πάμε κάπου, στα μαγαζιά να αγοράσουμε ρούχα ή παπούτσια. Ναι!

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Όπως και στην περίπτωση των ψώνιων, ενδιαφέρον παρουσιάζει η έμφυλη διάσταση που η Μαργαρίτα προσδίδει στις συζητήσεις σχετικά με τη μόδα και την ομορφιά, οι οποίες θεώρησε ότι είναι καθαρά «κοριτσίστικες», αποκλείοντας παρόμοιο ενδιαφέρον από τα αγόρια.

- ΓΚ:* Συζητάς με τις φίλες σου για το τι θα φορέσετε, αν πάτε ας πούμε σε ένα πάρτι;
- Μαργαρίτα:* Ναι [ενθουσιασμός]. Αυτό είναι... επειδή είμαστε κορίτσια τάχα. «Τι θα φορέσεις εσύ;». «Θέλω να φορέσεις αυτό επειδή μου αρέσει πολύ πάνω σου. Σου πηγαίνει πολύ να κάνεις αυτό τον κότσο στα μαλλιά, να φορέσεις αυτό το παντελονάκι». Ε, ναι.
- ΓΚ:* Συμβουλεύει η μια την άλλη δηλαδή;
- Μαργαρίτα:* Ναι.
- ΓΚ:* Μπορεί να πάτε... άμα βρεθείτε σε σπίτια μπορεί να σου δείξει ή να της δείξεις τι σκέφτεσαι να φορέσεις;
- Μαργαρίτα:* Ναι ναι.
- ΓΚ:* Αυτό το κάνουν και τα αγόρια, αν ξέρεις;
- Μαργαρίτα:* Όχι [τονίζει]. Αποκλείεται [χαμογελά], δεν νομίζω.

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Αντίστοιχο ενδιαφέρον από τα αγόρια της παρούσας έρευνας δεν προέκυψε ή τουλάχιστον ήταν μια δραστηριότητα που τα αγόρια δεν παραδέχτηκαν. Αντιθέτως, τα αγόρια επιβεβαίωσαν την αντίληψη ότι τα ψώνια και η ενασχόληση με την ομορφιά αποτελούν κοριτσίστικο ενδιαφέρον (βλ. Buckingham κ.ά., 2010· Renold, 2005, 2013), ενώ μίλησαν με ειρωνική και κοροϊδευτική διάθεση για αυτά. Η ειρωνεία με την οποία τα αγόρια παρακάτω μίλησαν για το ενδιαφέρον των κοριτσιών για την ομορφιά αποτελεί μέρος της προσπάθειάς τους για επιτέλεση της αρρενωπότητάς τους -είναι, με άλλα λόγια, μια ειρωνική επιτελεστικότητα του θηλυκού ως μέτρο αποστασιοποίησής του εαυτού τους από αυτό. Τα αγόρια, εξάλλου, ενεργά ορίζουν και δομούν την αγορίστικη τους ταυτότητα, σε σχέση και βαθιά αντίθεση από τις κοριτσίστικες υπερθηλυκές ταυτότητες (Renold, 2005). Ταυτόχρονα, όπως η Renold το θέτει, τα αγόρια προσπαθούν να συγκροτήσουν μια cool αρρενωπότητα μέσω ενός μοντέρνου στυλ ένδυσης, αλλά η παραδοχή της προσπάθειας τους αυτής δεν θεωρείται καθόλου cool, αφού κάτι τέτοιο είναι πιθανό να συνδεθεί με την ομοφυλοφιλία. Για να είναι δηλαδή ένα αγόρι “cool” πρέπει να ακολουθεί τη μόδα, αθόρυβα όμως και διακριτικά, χωρίς να το παραδέχεται. Παρόλα αυτά, σε επόμενο σημείο θα συζητηθεί το ενδιαφέρον των αγοριών για τη μόδα και την εμφάνιση και οι αντιφάσεις τους στο θέμα αυτό:

Άγγελος: Επειδή τα κορίτσια είναι έτσι με τα καταστήματα, με ρούχα, με παπούτσια, με «ουάο», με ομορφιά, με ροζ, με κόκκινα, τι θα φορέσουν, μπορεί κάποια να φορεί έτσι παπούτσια λαμπερά και να τους αρέσουν.

[...]

ΓΚ: Θεωρείτε δηλαδή ότι τα κορίτσια ασχολούνται περισσότερο με τη μόδα, τα ρούχα, τα παπούτσια;

Άγγελος: Ναι!

Νίκος: Φυσικά.

[...]

Άγγελος: Τα αγόρια δεν τα νοιάζει. Δεν είναι έτσι «ουάο», «φίλε να το πάρουμε τούτο το πράμα!».

Νίκος: Ναι τα αγόρια δεν σχολιάζουν και να λεν «ουάο, τι τέλειο είναι τούτο» και να ασχολούνται πολύ. Θα πάρουν ωραία πράματα, αλλά δεν θα κάτσουν να συζητούν πολύ και να επηρεάζεται ο ένας από τον άλλο.

(Άγγελος, Νίκος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Άγγελος: Ναι υπάρχει σύγκρουση στα κορίτσια, ποια είναι η πιο όμορφη.

Σίφης: «Εγώ είμαι η πιο όμορφη». «Όχι, εγώ είμαι!» [κοριτσίστικη φωνή, ειρωνικός τόνος στη φωνή].

ΓΚ: Στα αγόρια υπάρχει αυτό;

Δημήτρης: Όχι τόσο.

(Άγγελος, Σίφης, Δημήτρης, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Τα παιδιά, λοιπόν, τουλάχιστον στις πλείστες περιπτώσεις, δεν φαίνονται πρόθυμα να αμφισβητήσουν ή να διαπραγματευτούν τα έμφυλα κοινωνικά πρότυπα όσον αφορά τη μόδα, τον καταναλωτισμό και την ενασχόληση με την εμφάνιση. Για αυτό είναι ιδιαίτερα προσεκτικά στον τρόπο επιτέλεσης του φύλου τους, στο νόημα που αποδίδουν σε αυτό μέσω των καθημερινών τους πρακτικών σε σχέση με τη μόδα και την ομορφιά, γνωρίζοντας τις ξεκάθαρες κοινωνικές προσδοκίες, ώστε να είναι με το σωστό τρόπο «αγόρια» και «κορίτσια», εξασφαλίζοντας κοινωνική αποδοχή.

Κατανοώντας τη συμβολική αξία της μάρκας. Τα παιδιά, στο πλαίσιο της ενεργούς τους εμπλοκής με την κατανάλωση μόδας και ως παράγοντες που έχουν τη δύναμη και τη γνώση για διαμόρφωση των κοινωνικών τους κόσμων, αναγνωρίζουν τη συμβολική αξία που μεταφέρουν συγκεκριμένα αγαθά μόδας, όπως οι αθλητικές μάρκες,

κάτι το οποίο αναφέρεται συχνά στην υπάρχουσα βιβλιογραφία (βλ. Boden κ.ά., 2004· Boden, 2006α· Buckingham κ.ά., 2010· Nairn & Spotswood, 2014· Pilcher κ.ά., 2004· Pilcher, 2011· Swain, 2002, 2003· Yalkin & Rosenbaum-Elliott, 2014). Αυτή είναι μια γνώση που σχηματίζεται άμεσα σε συνάρτηση με το κοινωνικό στάτους που τα διάφορα αγαθά κουβαλούν και χρησιμοποιείται από τα παιδιά ως μέσο δημιουργίας και ορθής δημόσιας παρουσίασης της ταυτότητάς τους.

Αθλητικές μάρκες και κουλτούρα ποδοσφαίρου. Ιδιαίτερα όσον αφορά τα αγόρια, αν και, συχνά δήλωσαν μειωμένο ενδιαφέρον για τη μόδα, εξαίρεση αποτέλεσε το θέμα της κατοχής αντικειμένων από αθλητικές μάρκες, ιδιαίτερα παπουτσιών και ρούχων, στα οποία το λόγγο τους είναι ευδιάκριτο και τα οποία προωθούνται ή αναγράφουν το όνομα διάσημων ποδοσφαιριστών. Αν και πολύ συχνά και τα κορίτσια εξέφρασαν ενδιαφέρον και επιθυμία για συγκεκριμένες αθλητικές μάρκες, εντούτοις δεν επέδειξαν τον ίδιο ενθουσιασμό για αυτές, αφού υπήρχαν άλλα αγαθά και στυλ μόδας που συνήθως τα ενδιέφεραν περισσότερο και τα βοηθούσαν να επιτελέσουν τη θηλυκή ταυτότητα που επιθυμούσαν. Αντιθέτως, οι αθλητικές μάρκες και τα λόγγοι τους είναι πιο σημαντικά για τα αγόρια (βλ. επίσης Swain, 2002) ως ένας από τους περιορισμένους και αυστηρούς δρόμους επιτέλεσης ενήλικης αρρενωπότητας. Για αυτό, μεγάλο μέρος της επιτήρησης των αγοριών από τους συνομήλικους σχετικά με τη μόδα, εστιάζεται στην κατοχή αντικειμένων από αθλητικές μάρκες (Boden κ.ά., 2004· Buckingham κ.ά., 2010· Pilcher, 2011· Swain, 2002).

Αγγελος: Τα κορίτσια ασχολούνται με τα καταστήματα, με ρούχα, με παπούτσια, με «ουάο», με την ομορφιά. [...] Ενώ τα αγόρια, δεν ενδιαφέρονται για αυτά, απλώς αθλητικά φορούν. Μπορεί κάποιος να φορεί (ρούχα) του Messi, του Ronaldo και να τον ζηλεύουν οι άλλοι και να παν κι αυτοί να αγοράσουν τέτοιες μάρκες, ας πούμε NIKE, PUMA.

(Αγγελος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Οι μάρκες κατέχουν μεγάλη συμβολική σημασία και αποτελούν σημαντικό συστατικό της δημόσιας προώθησης του εαυτού, αφού η κατοχή τους είναι δυνατόν να εξασφαλίζει σε μεγάλο βαθμό την ομαλή συμμετοχή στο κοινωνικό σύνολο (Pilcher, 2011· Swain, 2002, 2003). Ιδιαίτερα οι μάρκες, αντιπροσωπεύουν μια ιδεατή όψη της ενήλικης αρρενωπότητας (Boden κ.ά., 2004· Buckingham κ.ά., 2010), συνεπώς η κατοχή τέτοιων

αντικειμένων μεταφέρει στα αγόρια μια εικόνα ενηλικίωσης, τα κάνει να αισθάνονται μεγαλύτεροι και για αυτό είναι σημαντικά για το στάτους του ατόμου στην ομάδα των συνομηλίκων. Αυτό συμβαίνει γιατί οι ακριβές αθλητικές μάρκες, όχι μόνο αποτελούν ένδειξη «καλού γούστου», αλλά αποτελούν ταυτόχρονα ένδειξη αυξημένου οικονομικού κεφαλαίου, κάτι που αναδεικνύει την ηγεμονική αρρενωπότητα και καθορίζει την ικανότητα του άνδρα να είναι «ο κουβαλητής».

Η συμβολή των ποδοσφαιριστών, ακόμα, ως πολιτισμικά προϊόντα της μεταβιομηχανικής καπιταλιστικής κοινωνίας (Chung, 2003) και ως ιδανικά πρότυπα αρρενωπότητας (Boden, 2006α), αλλά και πολύ διάσημων ποδοσφαιρικών ομάδων, αναγνωρίστηκε πολύ συχνά από τα αγόρια ως βασικός λόγος για την επιθυμία τους να αποκτήσουν αγαθά από «καλές» και «διάσημες» αθλητικές μάρκες. Για αυτό και συγκεκριμένες μάρκες, όπως τα NIKE, τα ADIDAS και τα PUMA, κατέχουν ιδιαίτερα υψηλή θέση στην ιεραρχία και μεταφέρουν ιδιαίτερα σημαντική συμβολική σημασία, μιας και είναι οι μάρκες που συνήθως προωθούνται από ποδοσφαιριστές και διάσημες ομάδες:

Χριστόφορος: (Μου αρέσουν οι μάρκες) επειδή προβάλλονται γενικά από παντού. Κι από ποδοσφαιριστές, αθλητές, οπότε φαίνονται ότι είναι καλές.

ΓΚ: Τι εννοείς «καλές», στην ποιότητα;

Χριστόφορος: Ναι. Ας πούμε ένα αθλητικό παπούτσι που δεν είναι τόσο γνωστή η μάρκα του δεν θα το έβλεπες σε ένα παιχνίδι που παίζουν ομάδες που είναι πολύ καλές. Εκεί βλέπεις μόνο παπούτσια από διάσημες μάρκες παπουτσιών.

(Χριστόφορος, 12 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Μάρκες ως σύμβολο κοινωνικής κατανάλωσης. Ταυτόχρονα, υπάρχουν έντονες συσχετίσεις μεταξύ κατανάλωσης και κοινωνικής θέσης στην ιεραρχία των συνομηλίκων, αφού η κατοχή συγκεκριμένων αγαθών μόδας συνδέεται με την τοποθέτηση του ατόμου σε συγκεκριμένη κοινωνική θέση, δημιουργώντας κοινωνικές ομάδες, όπως τα «δημοφιλή» ή «cool» παιδιά. Σύμφωνα με τον Bourdieu (1979/2006), η αληθινή εξουσία του ατόμου προέρχεται από την ικανότητά του να μετατρέπει το πολιτισμικό και υλικό κεφάλαιο που κατέχει σε κοινωνικό και συμβολικό κεφάλαιο, το οποίο αντανακλάται στο «καλό γούστο». Στην περίπτωση αυτή, τα αγόρια κατανοούν πολύ καλά ότι οι ακριβές αθλητικές μάρκες αποτελούν σημαντικό μέρος του πολιτισμικού κεφαλαίου που θα τους επιτρέψει να αυξήσουν την κοινωνική τους αποδοχή στο πλαίσιο των συνομηλίκων. Επιπρόσθετα, οι μάρκες αποτελούν μια κατηγορία αγαθών που εκτός από τη δύναμη που

έχουν να τοποθετήσουν τα παιδιά που τις κατέχουν σε ψηλή θέση στην κοινωνική ιεραρχία, ταυτόχρονα η κατοχή τους αποτελεί ένδειξη για συγκεκριμένες ιδιότητες του ατόμου, όπως για τον πλούτο, την καλοσύνη και την ηθική του.

Η άποψη αυτή είχε εκφραστεί από τα παιδιά μέσα από τη δραστηριότητα με τις χάρτινες κούκλες, στην οποία κάποια αγόρια είχαν επιλέξει τον κούκλο που φορούσε αθλητική μπλούζα NIKE ως τον «πρόεδρο της τάξης» και τον πιο «δημοφιλή» επειδή όπως είχαν πει είναι «πλούσιος» (Θεόδωρος, 11 χρονών, συνέντευξη, πόλη). Το παρακάτω απόσπασμα με τον Χριστόφορο, ακόμη, αντικατοπτρίζει καθαρά τις διάφορες θετικές ιδιότητες που φέρει ένα άτομο που έχει την οικονομική δυνατότητα να ντυθεί με μάρκες. Για τον Χριστόφορο ένα άτομο που έχει την οικονομική δυνατότητα να φορέσει ακριβές μάρκες αυτόματα δημιουργεί «καλή εντύπωση» στους άλλους. Με αυτή του αντίληψη ηθικοποιεί τον πλούτο, αφού το πλούσιο άτομο είναι καλό και ακίνδυνο, σε αντίθεση με τον φτωχό που είναι ύποπτος.

ΓΚ: Κάποιος που φορεί μάρκες στο σχολείο ή στην παρέα του, τι εντύπωση κάνει;

Χριστόφορος: Καλή εντύπωση.

ΓΚ: Για ποιον λόγο;

Χριστόφορος: Επειδή φαίνεται ότι προσέχει τον τρόπο που ντύνεται, είναι καλό το ότι ντύνεται με βάση τα πράγματα που φορούν κάποιοι πολύ διάσημοι.

ΓΚ: Όταν λες δημιουργεί «καλή εντύπωση» τι εννοείς; Ποια σκέψη θα περνούσε από το μυαλό σου;

Χριστόφορος: Ότι είναι καλός άνθρωπος. Δεν θα έμπαινε στο σπίτι σου να σου κλέψει κάτι ας πούμε.

Αγάθη: Σωστά δεν θα έμπαινε μέσα στο σπίτι σου να σε κλέψει, βέβαια θα έμπαινε μέσα στην τράπεζα για να σου τα πάρει όλα! Αλλά στο σπίτι σου σίγουρα δεν θα έμπαινε [γέλιο].

ΓΚ: Γιατί θα έκανες αυτή τη σκέψη;

Χριστόφορος: Επειδή θα έμπαινε μέσα στο σπίτι σου να σου κλέψει κάτι κάποιος που δεν θα μπορούσε να αγοράσει κάτι που είναι μάρκα. Οι μάρκες είναι πιο ακριβές από τα κανονικά ρούχα, οπότε κάποιος που μπορεί να αγοράσει μια μάρκα, θα έδειχνε ότι είναι πιο πλούσιος, πιο εύπορος από κάποιον που θα έμπαινε μέσα στο σπίτι σου για να σε κλέψει.

(Χριστόφορος, 12 χρονών, με τη μητέρα του Αγάθη, συνέντευξη, πόλη)

Επιπρόσθετο στοιχείο που φανερώνει τη συμβολική δύναμη της ακριβής μάρκας στην ενίσχυση της θέσης του ατόμου στην κοινωνική ιεραρχία στο πλαίσιο της ομάδας των συνομηλίκων, αποτελεί η αντίληψη ότι τα αγαθά από συγκεκριμένες μάρκες αποτελούν αντικείμενα που είναι δυνατόν να προκαλέσουν τη ζήλια και τον θαυμασμό από τα υπόλοιπα παιδιά, για αυτό και τα φορούν με περηφάνια. Αυτή είναι μια άποψη που εκφράστηκε τόσο στο παραπάνω απόσπασμα από τον Άγγελο, αλλά κι από τη Βανέσα (11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό), η οποία δικαιολόγησε το ενδιαφέρον της για τις μάρκες λέγοντας: «Μπορεί να φορέσουμε φόρμες NIKE που είναι ακριβές και να ζηλέψουν και οι άλλοι». Η αντίληψη αυτή αποδεικνύει την δύναμη της κατανάλωσης ως κοινωνική πρακτική που είναι πιθανόν να οδηγήσει στην αύξηση του κοινωνικού κεφαλαίου του ατόμου.

Ωστόσο, η συμβολική αξία της μάρκας φαίνεται να μην αποτελεί πάντοτε τον αποκλειστικό λόγο για την προτίμησή της, αφού κάποια παιδιά επέλεξαν τις «καλές» μάρκες για πρακτικούς λόγους, όπως για την «καλή ποιότητα», την ανθεκτικότητα, το ωραίο τους στυλ, αλλά και την άνεση που προσφέρουν κι όχι ως μέρος κοινωνικής πρακτικής, κατά την οποία οι μάρκες και τα λόγγο της μεταφέρουν συγκεκριμένες ιδέες, συνειρμούς και νοήματα:

Φοίβος: Εγώ δεν πολυακολουθώ μόδες. Η μόνη μόδα που ακολούθησα ήταν τα Air Max πριν από λίγα χρόνια, αλλά τα φορούσα επειδή ήταν βολικά, όχι επειδή ήταν στη μόδα.

(Φοίβος, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Από την άλλη, αν και σε περιορισμένες περιπτώσεις, υπήρξαν παιδιά, κυρίως μεγαλύτερα σε ηλικία, που άσκησαν έντονη κριτική σε άλλα παιδιά που έχουν εμμονή με τις μάρκες και με άλλα ακριβά αγαθά, μέσα από τα οποία θέλουν να επιδεικνύονται. Είναι παιδιά που αμφισβητούν την πρακτική της χρήσης ακριβών υλικών αγαθών ως μέσο για ανάδειξη του στάτους του ατόμου στο κοινωνικό σύνολο και τα οποία, μέσα από αποσπάσματα που θα παρουσιαστούν σε άλλο σημείο της διατριβής, μεταφέρουν την ιδέα ότι μέσω της προσωπικότητας κανείς πρέπει να «αποδεικνύει» τον εαυτό του. Τα παρακάτω αποσπάσματα είναι πολύ ενδιαφέροντα, αφού φανερώνουν την πολυπλοκότητα και ευθραυστότητα του συστήματος ιεράρχησης των κοινωνικών σχέσεων μεταξύ των συνομηλίκων σε σχέση με την κατοχή συγκεκριμένων υλικών αγαθών. Από τη μια τα παιδιά θεωρούν ότι οι μάρκες έχουν τη δυνατότητα να ενισχύσουν την θέση του ατόμου στην κοινωνική ιεραρχία, αφού προκαλούν τη ζήλια και τον θαυμασμό των συνομηλίκων,

ενώ από την άλλη η υπερπροβολή της μάρκας και η αλαζονική στάση των παιδιών που κατέχουν μάρκες, προκαλεί τα αντίθετα αποτελέσματα στους συνομηλίκους: την αντιπάθεια, να είναι «δήθεν» και το «να μην τους θέλει κανένας».

Αννα: Και τώρα είναι κάτι άλλα, τα Air Force, που είναι 100 κάτι ευρώ και όλοι τα παίρνουν επειδή είναι στη μόδα. Αλλά σε κάποια φάση θα περάσει η μόδα τους και δεν θα τα φορούν, θα θέλουν άλλα. [...] Εγώ πάντως δεν τα θέλω.

Φοίβος: Ούτε εγώ.

(Αννα, 13 χρονών, Φοίβος, 12 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Αννα: Είναι κάποια άτομα που το παίζουν πολύ cool. Είναι αυτοί με τα Air Force, ό,τι είναι στη μόδα. [...] Στην τάξη μου είναι ένα κορίτσι. *Νομίζει* [τονίζει] ότι... δεν ήθελε καν να της αγγίξουμε τα παπούτσια της! [...] Επειδή είναι τα Air Force, δεν ήθελε. Νομίζει ότι είναι η βασίλισσα της τάξης, έτσι. Και πετυχαίνει να μην τη θέλει κανένας σχεδόν μέσα στην τάξη.

(Αννα, 13 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Παρόλα αυτά, αν και σε περιορισμένες περιπτώσεις υπήρξαν παιδιά που έδειξαν να είναι σε θέση να ξεπεράσουν τη συμβολική αξία που μεταφέρουν συγκεκριμένα αγαθά, όπως οι μάρκες, ωστόσο, η κοινωνική πρακτική της κατανάλωσης φαίνεται να ενθαρρύνεται έντονα στην πλειοψηφία των παιδιών, μέσω της αναγνώρισης της στενής σχέσης μεταξύ στάτους και μάρκας. Η σχέση αυτή αποδεικνύει το ρόλο της κατανάλωσης ως κοινωνική πρακτική που επιτελεί και αναπαράγει τη σύνδεση μεταξύ των υλικών αγαθών με συγκεκριμένα νοήματα και ιδιότητες. Οι μάρκες, λοιπόν, αποτελούν ένα δυνατό χαρτί στην ενίσχυση της επιτέλεσης του εαυτού μέσω της κοινωνικής κατανάλωσης (social consumption performances) (Nairn & Spotswood, 2014), αφού αποτελούν ισχυρά σύμβολα ενίσχυσης της κοινωνικής ιεραρχίας στο πλαίσιο της ομάδας των συνομηλίκων.

Συμπερασματικά, στο σημείο αυτό παρατέθηκαν ενδείξεις ότι η κατανάλωση και επιλογές στη μόδα είναι δραστηριότητες πολύ στενά συνδεδεμένες με την έκφραση της προσωπικής, κοινωνικής και έμφυλης ταυτότητας των παιδιών. Τα παιδιά, ως ενεργοί, «αποφασισμένοι» (Pilcher, 2013) και με εμπρόθετη δράση καταναλωτές στον τομέα της ένδυσης γνωρίζουν πολύ καλά τις ενδυματολογικές πρακτικές και επιλογές που δημιουργούν την κατάλληλη παρουσίαση του εαυτού τους και την έννοια του ποιοι είναι ή

του ποιοι θέλουν να είναι στο πλαίσιο του λόγου της παιδικότητας, της αγοράς και της καθημερινής ζωής. Συνεπώς, γνωρίζουν ότι η καταλληλότητα των ενδυματολογικών τους επιλογών κρίνεται αυστηρά αναλόγως του κοινωνικού πλαισίου και περιστασης και των έμφυλων, ηλικιακών και κοινωνικοοικονομικών περιορισμών, αλλά και της συμβολικής αξίας που μεταφέρουν συγκεκριμένα αγαθά. Γνωρίζουν ότι η προσωπικότητα τους κρίνεται με βάση την εμφάνιση, για αυτό προσέχουν τι φορούν και προσπαθούν να επιτελούν τον εαυτό τους με τον τρόπο που θεωρούν πιο κατάλληλο, ώστε να νιώσουν την αίσθηση του ανήκειν στο κοινωνικό σύνολο.

Αναπτύσσοντας καταναλωτικές ταυτότητες: Σημαντικοί κοινωνικοί και πολιτισμικοί παράγοντες διαμόρφωσης. Στο μέρος αυτό συζητούνται βασικοί παράγοντες διαμόρφωσης καταναλωτικών ταυτοτήτων των παιδιών. Τα παιδιά, αρχικά, έχουν να διαχειριστούν το ιδεολογικό δίλημμα μεταξύ αυθεντικότητας και συλλογικού γούστου και να λειτουργήσουν, είτε παρουσιάζοντας τον εαυτό τους με τρόπο που θα προβάλλεται η μοναδικότητά τους, είτε συμβαδίζοντας με κοινωνικές νόρμες που εξασφαλίσουν κοινωνική αποδοχή. Η καθοδήγηση από την οικογένεια επίσης παρουσιάζεται ως ένα σημαντικός παράγοντας διαμόρφωσης γούστου, τον οποίο τα παιδιά εμπιστεύονται για τη σωστή τους κοινωνική παρουσίαση. Ωστόσο, η επιρροή των συνομηλίκων στο πλαίσιο της παρέας, ιδιαίτερα της κοριτσίστικης, αποτελεί μια εξαιρετικά σημαντική πηγή πληροφόρησης όσον αφορά το κτίσιμο αποδεκτών καταναλωτικών και πολιτισμικών συμπεριφορών και ταυτοτήτων.

Αυθεντικότητα ή συμμόρφωση; Αντιμετωπίζοντας αντιφατικά μηνύματα στο θέμα της επιλογής. Στο μέρος αυτό συζητείται ένα σημαντικό δίλημμα που χαρακτηρίζει τις ενέργειες και επιλογές των παιδιών σε σχέση με τη μόδα και την εμφάνιση: Τα παιδιά από τη μια παρουσιάζονται ως ενεργοί καταναλωτές που διαπραγματεύονται την παρουσίαση της ταυτότητάς τους, προκαλώντας κριτικά κοινωνικές και καταναλωτικές πιέσεις που απαιτούν κομφορμισμό και εξομοίωση με το κοινωνικό σύνολο, επιμένοντας στο δικαίωμα τους για ελεύθερη επιλογή και μοναδικότητα. Από την άλλη, αναγνωρίζοντας πολύ καλά τους κοινωνικούς και πολιτισμικούς συμβολισμούς που η μόδα μεταφέρει, επηρεάζονται και υποκύπτουν σε πιέσεις του κοινωνικού τους περιγύρου και των τάσεων της μόδας, επιλέγοντας το δρόμο της συμβατικότητας και της εξομοίωσης. Η Renold (2013), μιλώντας για τα κορίτσια, αναγνωρίζει το δίλημμα αυτό, σχολιάζοντας ότι τα κορίτσια συχνά παγιδεύονται σε συγκρουόμενα μηνύματα της νεοφιλελεύθερης, μεταφεμινιστικής κοινωνίας, η οποία από τη μια προωθεί την ατομικότητα και την

ελεύθερη έκφραση, ιδιαίτερα στο πλαίσιο λόγων για γυναικεία ενδυνάμωση και girl power, αλλά από την άλλη περικυκλώνονται από κουλτούρες των MME και των συνομηλίκων που απαιτούν συμμόρφωση στις τάσεις της μόδας και στα διάφορα πρότυπα ομορφιάς, τιμωρώντας όσους τολμήσουν να αποκλείσουν από αυτά. Το δίλημμα αυτό, στην παρούσα έρευνα, εντοπίστηκε τόσο σε κορίτσια, όσο και σε αγόρια, τα οποία, με τις επιλογές τους στην εμφάνιση, συχνά έρχονται αντιμέτωπα με το ιδεολογικό δίλημμα, την ιδεολογική μάχη μεταξύ ατομικότητας και κοινωνικότητας, μοναδικότητας και συμβιβασμού, αυθεντικότητας και συλλογικότητας.

«Είμαι ο εαυτός μου. Αυτά τα ρούχα μου αρέσουν μου κι ό,τι θέλουν ας πουν οι άλλοι». Όπως και προηγούμενη έρευνα υποστηρίζει (Buckingham κ.ά., 2010· Renold, 2005, 2013), τα παιδιά, αρκετά συχνά, ένθερμα υποστήριξαν ότι οι αγορές τους στη μόδα αποτελούν καθαρά δική τους επιλογή και ότι η προώθηση και διαφήμιση αγαθών από περιοδικά μόδας, καθώς και το γεγονός ότι κάποια προϊόντα θεωρούνται ότι είναι «στη μόδα» τα αφήνει ανεπηρέαστα, υποστηρίζοντας ότι βασικότερό τους κριτήριο για τις επιλογές τους στη μόδα αποτελεί το δικό τους, προσωπικό γούστο:

ΓΚ: Η μόδα που παρακολουθείς στα περιοδικά μόδας ή στο Fashion TV, νομίζεις ότι επηρεάζουν και το δικό σου το γούστο;

Ροδοθέα: Όχι γιατί κάτι πρέπει να αρέσει στο δικό μου το γούστο για να το πάρω, όχι κάποιου άλλου. [...] Δεν με νοιάζει αν είναι στην τηλεόραση ή όχι. Το μόνο που με νοιάζει είναι να μου αρέσει εμένα. Αν δεν μου αρέσει, ακόμα κι αν το είδα στην τηλεόραση, δεν θα με επηρεάσει.

(Ροδοθέα, 10 χρονών, προσωπική συνέντευξη, χωριό)

Κι άλλα παιδιά τόνισαν τη σημασία της αυθεντικότητας στην επιτέλεση της ταυτότητας τους και της ανάπτυξης του ιδιαίτερου, προσωπικού στυλ του καθενός, που θα τα διαφοροποιεί από τους υπόλοιπους, αφού δεν «θα είναι όλοι οι ίδιοι». Κάτι τέτοιο προϋποθέτει να μην ακολουθεί τυφλά κανείς ό,τι είναι «στη μόδα» και «το φορούν όλοι», αλλά να έχει τη δύναμη να γνωρίζει τι είναι αυτό που την/τον εκφράζει και ανταποκρίνεται στην προσωπικότητά της/του. Τόνισαν επίσης το γεγονός ότι η άποψη των άλλων για την εμφάνισή τους δεν τους ενδιαφέρει και ότι είναι σημαντικό κανείς να έχει την αυτοπεποίθηση να εκφράσει την προσωπική του ταυτότητα, μέσω του δικού του γούστου και επιλογών στην εμφάνιση, κάτι που συνάδει και με ευρήματα άλλων ερευνών (βλ. Buckingham κ.ά., 2010· König, 2008· Pilcher, 2013· Renold, 2013). Αυτά αποτελούν

ιδεώδη που πηγάζουν από την ικανότητα των παιδιών να διαβάζουν τα θετικά συμβολικά στοιχεία που μεταφέρει η αυθεντικότητα και η μοναδικότητα στην εμφάνιση. Είναι ενδιαφέρον ότι η άποψη αυτή εκφράστηκε πιο έντονα από μεγαλύτερα και πιο εύπορα παιδιά στην πόλη, τα οποία φαίνεται να κατέχουν μεγαλύτερη πολιτισμική εξειδίκευση, οικονομική ευχέρεια, αλλά και ευκολότερη πρόσβαση στην αγορά ένδυσης.

Άννα: Εγώ δεν παίρνω κάτι επειδή το φορούν οι άλλοι ή επειδή είναι στη μόδα, αλλά επειδή μου αρέσει εμένα. Άμα κάτι μου αρέσει εμένα θα το πάρω, είτε είναι στη μόδα είτε δεν είναι. Ας πούμε όλοι φορούν τώρα τα Air Force. Όπου πας βλέπεις τα Air Force. Απλά δεν μου αρέσουν. Επειδή είναι και άσπρα και θεωρώ ότι λερώνονται και εύκολα. Εγώ δεν τα θέλω. Δεν μου αρέσει να φορώ κάτι που το φορούν όλοι.

[...]

Φοίβος: Κι εμένα. Δεν θα σκεφτώ αν κάτι είναι στη μόδα ή όχι. Επειδή όλοι θα είμαστε οι ίδιοι και θα είναι βαρετό μετά. Κι ας πούμε όλοι παραπονόμαστε: «Μα βάζουμε στολή στο σχολείο και πρέπει να φορούμε τα ίδια». Ε άμα βγαίνουμε έξω και φορούμε όλοι τις ίδιες φόρμες, τις ίδιες μπλούζες, πάλι οι ίδιοι θα είμαστε.

(Άννα, 13 χρονών, Φοίβος, 12 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Επιπλέον, η μίμηση και αντιγραφή των άλλων, με σκοπό τη συμμετοχή στο κοινωνικό σύνολο, ερμηνεύεται ως έλλειψη αυθεντικότητας και μοναδικής προσωπικότητας και αποτελεί πρακτική που σχολιάζεται αρνητικά από τα παιδιά. Η Νικολέτα παρακάτω, στο πλαίσιο της προσπάθειάς της για διατήρηση μιας αυθεντικής και μοναδικής εμφάνισης που θα τη διαχωρίζει από τα υπόλοιπα κορίτσια, εξέφρασε τον θυμό και την ενόχλησή της στις περιπτώσεις που συμμαθήτριές της «αντιγράφουν» το στυλ της:

Νικολέτα: Μας αντιγράφουν όλες και νευριάζω.

[...]

Πολλές συμμαθήτριες μου κάνουν ό,τι κάνω και δεν μου αρέσει. [...] Ας πούμε κάνω τα μαλλιά μου σγουρά, τα κάνουν κι εκείνες, ό,τι κάνω το κάνουν!

(Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Η υποστήριξη της αυθεντικότητας και προσωπικής επιλογής στην εμφάνιση και του ιδεώδες του «να είμαι ο εαυτός μου», προϋποθέτει δύναμη και σθένος για κριτική αντιμετώπιση της πιθανότητας για μη «έγκριση» των ενδυματολογικών επιλογών από τους συνομήλικους, κάτι που, όπως φαίνεται πιο κάτω, κάποια παιδιά διαθέτουν:

ΓΚ: Όταν θα πας κάπου, σε ένα πάρτι ας πούμε, θα σκεφτείς «καλύτερα να βάλω κάτι που θα αρέσει και στις φίλες μου» ή δεν το σκέφτεσαι αυτό;

Κορίνα: Όχι δεν το σκέφτομαι αυτό. Ακόμα κι άμα φορέσω κάτι που δεν ταιριάζει, δεν θα κλαίω. Θα είμαι ο εαυτός μου και θα πω: «Αυτά τα ρούχα μου αρέσουν μου κι ό,τι θέλουν ας πουν οι άλλοι».

(Κορίνα, 9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

ΓΚ: Όταν θα αγοράσεις κάτι σκέφτεσαι ότι μπορεί να είναι σημαντικό να αρέσει και στους άλλους;

Χριστόφορος: Να μου αρέσει εμένα! Αν δεν αρέσει σε εμένα και αρέσει κάποιου άλλου, δεν θα το αγοράσω!

(Χριστόφορος, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Ενδιαφέρον στοιχείο στα πιο πάνω αποσπάσματα είναι η πάλη που εντοπίζεται ανάμεσα στη μοναδικότητα και τη μίμηση. Τα παιδιά παρουσίασαν τους εαυτούς τους ως «επαναστάτες» που αψηφούν τη γνώμη των γύρω τους για την εμφάνισή τους και δρουν αυτόνομα, όπως θέλουν αυτοί. Ωστόσο, η επαναστατική στάση των παιδιών έρχεται σε αντίθεση με την ανάλυση που έγινε παραπάνω για τις μάρκες ως πρακτική που συχνά οδηγεί στην αύξηση του κοινωνικού κεφαλαίου των παιδιών. Η προτίμηση των παιδιών, δηλαδή, σε συγκεκριμένες μάρκες και στυλ, όπως φάνηκε, αποτελεί αντιγραφή δημοφιλών ποδοσφαιριστών ή άλλων διασημοτήτων, μια πρακτική με την οποία συνειδητά ή ασυνειδητά στοχεύουν στην κοινωνική αναγνώριση. Κάτι τέτοιο, όχι μόνο φανερώνει την αντίφαση που υπάρχει μεταξύ αυθεντικότητας και αντιγραφής, αλλά επίσης υποδηλώνει ότι η αυτόνομη διάθεση των παιδιών δεν είναι αποστασιοποιημένη από επιρροές κοινωνικών και πολιτισμικών συμβάσεων σε σχέση με τη συμβολική αξία της κατανάλωσης.

Εμφάνιση και κοινωνική επιτήρηση. Παρόλα αυτά, η αυτόνομη διάθεση σε σχέση με την εμφάνιση δεν αποτελεί πάντοτε τον κανόνα, αφού πολλές φορές τα παιδιά θυσιάζουν το προσωπικό τους γούστο προς όφελος του συλλογικού, ώστε να «ταιριάζουν»

ομαλά στο κοινωνικό τους περιβάλλον. Σε πολλές περιπτώσεις τα παιδιά παραδέχτηκαν ότι η γνώμη των συνομηλίκων, αλλά και γενικότερα του κοινωνικού τους περιγύρου, αποτελεί σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει τις αγορές τους και τις ενδυματολογικές τους επιλογές. Τα παιδιά πολύ συχνά τα παιδιά βλέπουν τον εαυτό τους μέσα από τα μάτια άλλων, άλλοτε συγκεκριμένων και άλλοτε γενικευμένων «άλλων» (König, 2008), συνεπώς η εικόνα τους εξαρτάται έντονα από την έγκριση του περιγύρου τους. Η πίεση, μάλιστα, από τους συνομηλίκους φαίνεται να είναι πιο έντονη από την πίεση που ασκούν τα καταστήματα, μέσω της διαφήμισης ή από την πίεση που ασκείται από την εμφάνιση διασημοτήτων (Buckingham κ.ά., 2010). Επιπρόσθετα, οι επιρροές από τους συνομηλίκους σηματοδοτούν τα αγαθά που είναι «στη μόδα», ορίζουν την «περιποιημένη» εμφάνιση, καθώς και την καταλληλότητα της μόδας, ιδιαίτερα της μόδας με «σέξι» προσανατολισμό, σε σχέση με το κοινωνικό πλαίσιο που χρησιμοποιείται. Οι πιο πάνω άξονες καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τη συμβολική αξία της κατανάλωσης και της μόδας, ενώ ταυτόχρονα ορίζουν την ταυτότητα του ατόμου μέσω της κατανάλωσης.

Η επιτήρηση από τον κοινωνικό περίγυρο όσον αφορά τη μόδα, πολλές φορές παίρνει τη μορφή «κουτσομπολιού» και «κοροϊδίας» και συχνά στηρίζεται σε ταξικές διακρίσεις που αφορούν το πόσο «περιποιημένο», συγκυρισμένο δείχνει κάποιο άτομο (π.χ. να μην φαίνονται σαν «κιλιτζίρες»). Τα παιδιά αντιλαμβάνονται την έντονη επιτήρηση από τον περίγυρό τους, όσον αφορά την περιποιημένη εμφάνιση, για αυτό παίρνουν τα κατάλληλα μέτρα, ούτως να μην γίνουν «ρεζίλι», κάτι που, από τα λεγόμενα των παρακάτω παιδιών, φαίνεται να ισχύει τόσο στην πόλη, όσο και στο χωριό:

ΓΚ: Είναι σημαντική η γνώμη των άλλων (για το τι θα φορέσετε σε ένα πάρτι ή μια εκδρομή);

Μαργαρίτα: Ναι γιατί αν δεν πάμε ντυμένες (καλά) θα μας κουτσομπολεύει το χωριό [γέλιο].
[...]

Σοφία: Θα μας κοροϊδεύουν.

Μαρίλια: Ας πούμε να μην πάμε σαν τις κιλιτζίρες (ασυγύριστες) κάπου, να φορούμε ωραία πράγματα.

ΓΚ: Ποια είναι τα «ωραία πράγματα»;

Μαρίλια: Φορέματα, παντελονάκια κοντά με κολάν, τούτα.

(Μαρίλια, Σοφία, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Μαρίλια: Σίγουρα από πριν. Θα το σκεφτούμε (τι θα φορέσουμε σε ένα πάρτι). . . .

Βανέσα: Ναι είναι σημαντικό για να μην πάμε όπως... τις κλιτζίρες [γέλιο].
ΓΚ: Ναι! Άρα είναι σημαντικό να πάτε περιποιημένες;
Μαρίλια: Χτενισμένες.
Σοφία: Όπως και τις άλλες κοπέλες που θα είναι στο πάρτι και θα ντυθούν ωραία.
ΓΚ: Θα είναι και οι άλλες περιποιημένες δηλαδή! Είναι σημαντικό, επειδή στο πάρτι θα σας δουν και άλλοι συμμαθητές, συμμαθήτριες, θα έχει πολύ κόσμο; Ότι θα σας δουν και πρέπει να πάτε όμορφα ντυμένες;
Ολες: Ναι.

(Βανέσα, 11 χρονών, Μαρίλια, Σοφία, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Σίφης: Είναι σημαντική (η γνώμη των άλλων) γιατί πρέπει να είσαι καλός στην εμφάνιση.
ΓΚ: Σε ενδιαφέρει το τι θα σκεφτούν οι άλλοι;
Σίφης: Ναι, ναι, ναι. Άλλο να πας με σχισμένα ρούχα, μπότες, με ρούχα, άφτιαχτα μαλλιά.
Άγγελος: Θα σε κοροϊδεύουν!
Σίφης: Ναι φυσικά θα σε κοροϊδεύουν. Ενώ αν πας με αθλητικά, τζιν, μοντέρνα ρούχα, κάνεις ωραία τα μαλλιά σου, θα σου λεν ωραία σχόλια.

(Σίφης, Άγγελος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

ΓΚ: Άμα θα πας κάπου σκέφτεσαι αν αυτό που θα φορέσεις θα αρέσει και στους άλλους;
Νικολέτα: Ναι! Επειδή δεν μπορείς να πας κάπου και να είσαι με τις πιτζάμες σου ας πούμε [γέλιο]... Είναι σημαντικό... να δείχνεις ωραία!
ΓΚ: Γιατί είναι σημαντικό;
Νικολέτα: Ε, μπορεί και να γίνεις ρεζίλι αν δεν φορείς ρούχα κανονικά ας πούμε που αρέσουν στους άλλους.
ΓΚ: Θα τους κάνεις πιο καλή εντύπωση αν πας με ωραία ρούχα;
Νικολέτα: Ναι, θα τους κάμεις καλή εντύπωση! Ναι, πρέπει να είσαι περιποιημένη... Για να καταλάβουν ας πούμε το χαρακτήρα σου...
ΓΚ: Νιώθεις ότι από την εξωτερική εμφάνιση κάποιου μπορείς να καταλάβεις κάποια πράγματα και για το χαρακτήρα του;
Νικολέτα: Κάποια πράγματα, ναι... Ας πούμε, αν κάποια έρχεται αναμαλλιασμένη, θα καταλάβεις ότι δεν είναι τόσο [τονίζει] συγυρισμένη, τόσο περιποιημένη...

(Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Στο τελευταίο απόσπασμα είναι ενδιαφέρουσα η άποψη της Νικολέτας, η οποία θεώρησε ότι αν κάποιο άτομο φορεί «ρούχα κανονικά που αρέσουν στους άλλους», τότε θα καταφέρει να κάνει «καλή εντύπωση» όσον αφορά το χαρακτήρα του. Η «συγυρισμένη», «περιποιημένη» εμφάνιση προσδίδει σημαντικά μηνύματα για το ποιόν του ατόμου, φανερώνοντας την ερμηνεία της εμφάνισης με βάση ηθικούς όρους, αλλά και τη ισχύ που η εξωτερική εμφάνιση έχει όσον αφορά την κοινωνική αποδοχή του ατόμου.

Τα παιδιά, ιδιαίτερα στην κλειστή κοινωνία του χωριού, φάνηκε ότι δεν ενδιαφέρονται μόνο για την έγκριση των συνομηλίκων, αλλά ότι αναγνωρίζουν πως η εμφάνισή τους γίνεται συχνά αντικείμενο σχολιασμού και «κουτσομπολιού» γενικότερα ανάμεσα στους κάτοικους του χωριού, ιδιαίτερα όταν η εμφάνισή τους έχει σέξι χαρακτήρα. Για αυτό είναι ιδιαίτερα προσεκτικά και αυτοεπιτηρούν τις ενδυματολογικές τους επιλογές, αποφεύγοντας κάποιες φορές να φορέσουν τα ρούχα που πραγματικά τους αρέσουν, ιδιαίτερα σε συγκεκριμένα πλαίσια, όπως οι δρόμοι του χωριού ή η εκκλησία, αποφεύγοντας έτσι τα κακεντρεχή σχόλια. Η σέξι μόδα και η αντιμετώπισή της από τα παιδιά είναι θέματα που θα συζητηθούν εκτενώς παρακάτω.

Βανέσα: Το καλοκαίρι που πάμε θάλασσα εγώ έτσι ντύνομαι (με κοντές μπλούζες)!

ΓΚ: Μόνο στη θάλασσα φοράτε κοντά ρούχα;

Βανέσα: Κι άμα είμαι μόνη μου σπίτι.

ΓΚ: Για βόλτα;

Μαρίλια: Όχι.

Βανέσα: Μπορεί!

ΓΚ: Εσύ Μαρίλια δεν θα τα φορούσες αυτά για βόλτα;

Μαρίλια: Όχι!

Βανέσα: Αλλά όχι ως εδώ πάνω (τόσο κοντά)! Θα μας περάσουν για... θα μας κουτσομπολεύει το χωριό. Καλύτερα να φορέσουμε ένα κοντό παντελόνι και μια μακριά μπλούζα.

ΓΚ: Αν δεν σας έβλεπε το χωριό και να σας κουτσομπολεύει θα φορούσατε;

Μαρίλια: Εεε ναι.

ΓΚ: Σου αρέσει δηλαδή;

Μαρίλια: Ναι!

ΓΚ: Σου αρέσει, αλλά δεν φορείς επειδή μπορεί να σε κουτσομπολέψει κάποιος από το χωριό;

- Μαρίλια:* Μπορεί... [...] Σχολιάζουν και λεν ας πούμε: «Δες την αυτή πώς ήρθε στην εκκλησιά». Κυρία μπαίνεις στην εκκλησία και σε βλέπουν όλοι από πάνω μέχρι κάτω και ντρέπεσαι να πας να ανάψεις ένα κερί ας πούμε!
Σχολιάζουν τα μαλλιά σου, τα ρούχα σου.
- Σοφία:* Τις μπλούζες που φορείς.
- ΓΚ:* Αν είναι κοντές ας πούμε;
- Σοφία:* Ναι!
- Ροδοθέα:* Με τιράντες δεν γίνεται, μόνο με μανικάκι.
- ΓΚ:* Εσείς φοράτε πιο μακριά ρούχα στην εκκλησία όταν πάτε για να μην σας κουτσομπολέψουν;
- Όλες:* Ναι!
- Βανέσα:* Να μην πουν πως ήρθαμε σαν τους πουπούζιους (τσαλαπετεινούς)!
(Βανέσα, 11 χρονών, Μαρίλια, Σοφία, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Υπάρχουν παιδιά, λοιπόν, που εμπλέκονται κριτικά σε λόγους υποστήριξης της αυθεντικότητας, της διαφορετικότητας, της ατομικότητας, της μη συμβατικότητας και με εμπρόθετη δράση προκαλούν κυρίαρχα ιδανικά ομορφιάς που καθορίζονται από τις κουλτούρες παιδιών, τα ΜΜΕ και την αγορά. Έτσι, εκφράζουν την άρνησή τους για τυφλή υποταγή στη δημοφιλή μόδα και στυλ και διαφοροποιούν πολιτισμικά και κοινωνικά τον εαυτό τους από τους γύρω τους, επιλέγοντας τη μοναδικότητα από την αφομοίωση στο κοινωνικό τους πλαίσιο. Ωστόσο, η αγωνία που προκαλείται από την κοινωνική αστυνόμευση, τον έλεγχο και το κουτσομπολιό που υφίστανται όσον αφορά την εμφάνιση τους και η ανάγκη τους για κοινωνική αποδοχή οδηγεί σε πρακτικές αυτοεπιτήρησης, με τρόπο που να ικανοποιούν τα πρότυπα της ιδανικής περιποιημένης εμφάνισης και μιας εμφάνισης που θα ανταποκρίνεται στους εκάστοτε περιορισμούς του κάθε κοινωνικού πλαισίου. Παρόλα αυτά σημαντικό είναι ότι η απάντηση που τα παιδιά δίνουν στο δίλημμα μεταξύ αυτόνομου και συλλογικού γούστου γίνεται κάθε φορά συνειδητά και με γνώση, έχοντας τον τρόπο να ερμηνεύουν τη στάση και την οπτική τους, με συγκεκριμένα επιχειρήματα, αναλόγως του τρόπου σκέψης και των αναγκών τους.

Καθοδήγηση από το οικογενειακό περιβάλλον και κοινωνική αυτονομία. Τα παιδιά διαθέτουν ισχυρή γνώση για το πώς να «διαβάζουν» τη μόδα, μια γνώση που αναπτύσσεται, όπως συζητήθηκε πιο πάνω, τόσο μέσα από το προσωπικό τους γούστο, όσο και μέσα από την κουλτούρα των συνομηλίκων και άλλους πολιτισμικούς παράγοντες, όπως τα ΜΜΕ και την αγορά. Ωστόσο, θεωρούν σημαντική τη «σωστή»

καθοδήγηση που λαμβάνουν από άτομα του στενού οικογενειακού τους περιβάλλοντος, τα οποία εμπιστεύονται απόλυτα (βλ. Buckingham κ.ά., 2010), όπως η μητέρα τους ή η μεγαλύτερη τους αδερφή. Τα άτομα αυτά θα τα βοηθήσουν ώστε να αναπτύξουν το γούστο τους, να κάνουν τις σωστές καταναλωτικές και εμφανισιακές επιλογές, να μάθουν να «διαβάζουν» σωστά συγκεκριμένα προϊόντα, αποφεύγοντας τα λάθη και την κακογουστιά στην εμφάνισή τους.

Ροδοθέα: Εμένα με ενδιαφέρει μόνο η γνώμη της μαμάς μου. Αν μου πει η μαμά μου: «Τούτο είναι καλό, πάρε το», θα την εμπιστευτώ γιατί ξέρω ότι το γούστο της μαμάς μου είναι πολύ καλό, έχουμε το ίδιο γούστο, ό,τι πάρω εγώ το δέχεται και η μάμα μου.

[...]

Σοφία: Κι εγώ με τη μάμα, την αδερφή μου, τη γιαγιά, τον παππού (πάω για ψώνια)
(Ροδοθέα, Σοφία, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Νίκος: Με την αδερφή μου σπίτι συζητούμε για τα μαλλιά μου, θα διαλέξει εκείνη στυλ, θα διαλέξω κι εγώ και θα συνδυάσουμε με διάφορους τρόπους.

ΓΚ: Σου δίνει ιδέες η αδερφή σου;

Νίκος: Ναι. Μου τα κάνει εκείνη. Μπορεί να μου τα κάνει σπόντες ας πούμε, που μου αρέσουν, αλλά εγώ δεν μπορώ.

(Νίκος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Παρόλα αυτά, τα παιδιά, ιδιαίτερα μεγαλώνοντας και μπαίνοντας στην προεφηβεία, αρκετά συχνά αμφισβητούν και προσπαθούν να ξεφύγουν από τη γονική καθοδήγηση (Buckingham κ.ά., 2010· König, 2008). Ως ενεργοί καταναλωτές διεκδικούν το δικαίωμα τους για κοινωνική αυτονομία και ελευθερία από την καθοδήγηση των ενηλίκων κι έτσι αναπτύσσουν ισχυρή άποψη σε σχέση με την ανάπτυξη του δικού τους γούστου και επιλογών στην εμφάνιση τους. Αυτό συμβαίνει ιδιαίτερα σε επιλογές που τα «μεγαλώνουν» και δημιουργούν μια ενήλικη εικόνα και πολύ πιθανόν, εξαιτίας αυτών, να έρχονται αντιμέτωπα με τη διαφωνία των γονιών τους.

Στο πλαίσιο, λοιπόν, της προσωπικής επιλογής και ανεξάρτητης έκφρασης του εαυτού, η Βανέσα πιο κάτω ανέφερε ότι σε περίπτωση που δεν κατάφερε να πείσει τη μητέρα της να βάλει τα μαλλιά της –λόγω του ότι κάτι τέτοιο θα θεωρείτο «ακατάλληλο»- τότε ήταν διατεθειμένη να «επαναστατήσει» και να το κάνει μόνη της, χωρίς την έγκριση

της μητέρας της. Για αυτή τη στάση η Βανέσα φαινόταν αποφασισμένη, ενώ η Σοφία ήταν πολύ επιφυλακτική, λαμβάνοντας σοβαρά υπόψη την αντίδραση της μητέρας της:

Βανέσα: Μου αρέσουν τα μαλλιά που είναι τα μισά ξανθά και τα μισά άλλο χρώμα και το καλοκαίρι θα τα κάνω.

Σοφία: Εγώ θέλω να κάνω ανταύγειες ξανθές. Το καλοκαίρι θα κάνω.

ΓΚ: Το συζητήσατε με τις μαμάδες σας και δέχτηκαν;

Βανέσα: Ή αν δεν δεχτούν, φυλάμε λεφτά και θα πάμε μόνες μας. (Το κομμωτήριο) είναι κοντά, εδώ στο χωριό.

Σοφία: Όχι κόρη...

[...]

ΓΚ: Αν πάτε μόνες σας και τα κάνετε δεν θα θυμώσει η μαμά;

Σοφία: Εμένα ναι!

Βανέσα: Όχι!

(Βανέσα, 11 χρονών, Σοφία, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Μιλώντας για μόδα με φίλες: Γραμματισμός στη μόδα και στην κατανάλωση στις κοριτσιίστικες παρέες. Η παρέα, ως βασική αρένα στην οποία οι κουλτούρες των παιδιών κτίζονται, αποτελεί σημαντικό πλαίσιο στο οποίο ενισχύονται και μαθαίνονται καταναλωτικές πολιτισμικές πρακτικές και δεξιότητες με κοινά νοήματα που δομούν αποδεκτές καταναλωτικές συμπεριφορές και έμφυλες ταυτότητες. Ένα μέσο, λοιπόν, για σταδιακή απομάκρυνση από την άμεση γονική παρέμβαση, αλλά και ένας τρόπος μύησης στον εφηβικό κόσμο και δραστηριότητες είναι τα ψώνια με συνομήλικους. Είναι μια δραστηριότητα που φαίνεται να προσφέρει αυτονομία από τους γονείς και συμμετοχή σε ένα πιο νεανικό σκηνικό. Αυτή η ομαδική δραστηριότητα με φίλους και φίλες, εκτός από την αυτονομία, αλλά και την ευχαρίστηση και διασκέδαση που προσφέρει, ταυτόχρονα αποτελεί πηγή πολιτισμικής γνώσης, ένα είδος γραμματισμού στη μόδα (fashion literacy) (Yalkin & Rosenbaum-Elliott, 2014) για τη σωστή παρουσίαση του «νεανικού εαυτού» (König, 2008). Όπως θα φανεί πιο κάτω, σε αυτή τη γνώση η συνεισφορά των συνομηλίκων είναι πολύ πιο σημαντική από αυτή των γονιών, αφού οι συνομήλικοι είναι οι «ειδικοί» για τον τρόπο της ορθής παρουσίασης του εαυτού στην κουλτούρα των συνομηλίκων, αυτοί που υποστηρίζουν και συμβουλεύουν, αλλά και κρίνουν πιο αυστηρά. Ταυτόχρονα η συμμετοχή σε τέτοιες δραστηριότητες είναι δυνατόν να ενδυναμώσει τους δεσμούς μεταξύ των μελών μιας παρέας, φανερώνοντας τη δύναμη της μόδας και της κατανάλωσης για κοινωνική ένταξη ή και απομόνωση του ατόμου. Ωστόσο, οι εξορμήσεις

για ψώνια και οι συζητήσεις στο πλαίσιο της παρέας για αυτά, αποτελούν δραστηριότητες καταναλωτικής κοινωνικοποίησης με έμφυλη διάσταση, αφού αναφέρθηκαν μόνο από τα κορίτσια, ενώ ιδιαίτερα τα ψώνια με φίλες είναι μια πρακτική που εφαρμόστηκε σε παρέες κοριτσιών στο πλαίσιο της πόλης. Το αστικό πλαίσιο στο οποίο τα κορίτσια ζουν πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη, αφού τα κορίτσια αυτά περνούν αρκετό μέρος του ελεύθερου τους χρόνου τους σε εμπορικά κέντρα και δρόμους (βλ. Keller & Kalmus, 2009). Αυτό τους προσφέρει την κατάλληλη γνώση για ψώνια από τα «σωστά» καταστήματα, ώστε να συμβαδίζουν με την τελευταία λέξη της μόδας και μέσω αυτών να δημιουργήσουν και να παρουσιάσουν τον ιδανικό εαυτό.

Αρκετά συχνά, λοιπόν, τα μεγαλύτερα κορίτσια στο δείγμα, που βρίσκονται στην προεφηβική ηλικία, κυρίως στην πόλη, αναφέρθηκαν στα ψώνια που πάνε με τις φίλες τους. Στο παρακάτω απόσπασμα, αν και η Νικολέτα ανέφερε ότι η μητέρα της φίλης της τις συνόδευε στα ψώνια, εντούτοις η μητέρα φαίνεται να μην είχε κανένα ενεργό ρόλο και λόγο, πέραν ίσως της χρηματοδότησης για τα ψώνια. Η Νικολέτα ανέφερε ότι η μητέρα απλώς τις ακολουθούσε και ότι οι ίδιες επέλεγαν τα καταστήματα και μόνες τους αποφάσιζαν για τις αγορές τους («παίρναμε ό,τι θέλαμε»), φανερώνοντας την αυτονομία και προσωπική επιλογή που χαρακτήριζε τις καταναλωτικές τους επιλογές:

Νικολέτα: Πάμε και shopping μαζί με τις φίλες μου κι αγοράζουμε τα ίδια.

[...]

Πήγαμε σε καταστήματα (με τη φίλη μου), απλώς μας έτρεχε από πίσω μας η μάμα της φίλης μου. Κι εμείς πηγαίναμε σε ό,τι κατάστημα θέλαμε, παίρναμε ό,τι θέλαμε και μετά φεύγαμε [γέλιο].

(Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Τα κορίτσια, όχι μόνο απολαμβάνουν να πηγαίνουν για ψώνια μαζί, αλλά πολύ συχνά αρέσκονται να συζητούν και να ανταλλάζουν συμβουλές σε σχέση με τη μόδα, και κυρίως σχετικά με την εμφάνιση τους στα διάφορα πάρτι ή σε απογευματινές δραστηριότητες. Φαίνεται η σημασία της «σωστής» εμφάνισης σε τέτοιους χώρους, όπου οι συνομήλικοι είναι παρόντες, για αυτό και οι φίλες, έχοντας την πιο εξειδικευμένη γνώση αναφορικά με τη σωστή παρουσίαση του εαυτού στο κοινωνικό πλαίσιο, είναι οι πλέον αρμόδιες για προσφορά βοήθειας και συμβουλών για επιτυχημένο στυλ που αρμόζει σε τέτοιες σημαντικές περιπτώσεις. Είναι λοιπόν, ένα είδος γραμματισμού στη μόδα, κατά το οποίο τα κορίτσια ανταλλάζουν και μοιράζονται πληροφορίες και κτίζουν κοινά νοήματα βασισμένα σε συγκεκριμένες καταναλωτικές συμπεριφορές. Κάτι τέτοιο

συμβάλλει στην καταναλωτική τους κοινωνικοποίηση, αποκομίζοντας εξειδίκευση στην πολιτισμική γνώση, αλλά και καταναλωτικές δεξιότητες, γνώσεις και εμπειρίες για διάφορες πρακτικές και αγαθά και στυλ που είναι στη μόδα:

ΓΚ: Συζητάτε τι θα φορέσετε πριν πάτε κάπου; Ας πούμε σε ένα πάρτι...

Νικολέτα: Ε, ναι! [...] Κι ας πούμε πάμε χορό κι αγοράσαμε τα ίδια καλσόν και φοράμε καλσόν με σορτσάκια και τζιν... και την ίδια φανέλα και τζιν σακάκι το ίδιο!

ΓΚ: Γιατί σας αρέσει να φοράτε τα ίδια;

Νικολέτα: Είμαστε φίλες!

ΓΚ: Για να δείχνετε ότι είσαστε οι καλύτερες φίλες;

Νικολέτα: Ναι και για τούτο!

ΓΚ: Έχετε κοινό γούστο;

Νικολέτα: Ναι, πάρα πολύ!

(Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

ΓΚ: Όταν θα πάτε κάπου συζητάτε τι θα φορέσετε;

Σοφία: Ναι. Λέμε: «Σοφία τι θα φορέσεις στο πάρτι;». Της λέω: «Θα φορέσω ένα ασπρόμαυρο φόρεμα» ας πούμε.

ΓΚ: Το περιγράφετε δηλαδή;

Σοφία: Ναι. Κι αν έχουμε το ίδιο, φορούμε το ίδιο.

(Σοφία, 10 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Επίσης, στα δύο παραπάνω αποσπάσματα η Νικολέτα και η Σοφία αναφέρθηκαν στην πρακτική που εφαρμόζαν συχνά με τις φίλες τους: να συνεννοούνται εκ των προτέρων για το τι θα φορέσουν, ώστε να φορέσουν «τα ίδια ρούχα», ένδειξη του κοινού τους γούστου, αλλά και της στενής φιλίας που τις δένει. Κάτι τέτοιο φανερώνει τη συμβολική δυναμική της μόδας ως ισχυρό μέσο για σύσφιξη των κοινωνικών δεσμών και παρουσίασης των παιδικών ταυτοτήτων.

Στο πλαίσιο αυτό, της σύσφιξης των φιλικών δεσμών με βάση την ενασχόληση με την ομορφιά, η Νικολέτα και η μητέρα της, μίλησαν για τη διανυκτέρευση της φίλης της Νικολέτας στο σπίτι τους με σκοπό να «κάνουν προετοιμασίες» για το Πανηγύρι Επιστήμης –το οποίο για τα κορίτσια καταλήγει να γίνεται «Πανηγύρι Εμφάνισης»!- που θα διεξαγόταν την επόμενη μέρα στο σχολείο τους. Η πρακτική της διανυκτέρευσης, πέρα από τη διασκέδαση που προσέφερε στα κορίτσια, αποτέλεσε την τέλεια ευκαιρία, κατά την οποία είχαν άπλετο διαθέσιμο χρόνο, αλλά και το χώρο, για ανταλλαγή συμβουλών σε

σχέση με τη μόδα και εφαρμογή πρακτικών ομορφιάς. Η δραστηριότητα αυτή δημιουργεί ένα πλαίσιο κοινωνικοποίησης, στο οποίο οι καταναλωτικές δεξιότητες εξασκούνται και οι ταυτότητες διαπραγματεύονται. Συνεπώς, μέσα από τέτοιες δραστηριότητες, τα κορίτσια όχι μόνο εξασκούνται σε πρακτικές ομορφιάς και μόδας για ανάπτυξη ενός συγκεκριμένου στυλ, αλλά ταυτόχρονα αποκτούν γνώση σχετικά με τους συμβολισμούς και τις ταυτότητες που συνδέονται άμεσα με τη μόδα. Ιδιαίτερα, μέσα από το παρακάτω απόσπασμα, φαίνεται έντονα η σημασία των κοινωνικών σχέσεων στο πλαίσιο της φιλίας στη διαπραγμάτευση και κατασκευή των έμφυλων και σεξουαλικών ταυτοτήτων των κοριτσιών με βάση συγκεκριμένα πρότυπα θηλυκότητας και ομορφιάς (Durham, 1999· Yalkin & Rosenbaum-Elliott, 2014).

Αφροδίτη: Το Σάββατο είχαν παρουσίαση «Πανηγύρι Επιστήμης» στο σχολείο. Φιλοξενήσαμε τη φίλη της εδώ για να κάνουν προετοιμασίες. Οι προετοιμασίες ήταν να κάμουν τα μαλλιά τους πλεξούδες για να τα αφήσουν κάτω μετά, να βάψουν τα νύχια, τους, να διαλέξουν τα ρούχα τους.

Νικολέτα: Αυτοκόλλητα πάνω στα νύχια.

[...]

ΓΚ: Γιατί έγινε όλη αυτή η προετοιμασία με τη φίλη της για το Πανηγύρι;

Αφροδίτη: Για τα αγόρια!

Νικολέτα: Δεν είναι για αυτό [γέλιο]!

Αφροδίτη: Ε και για τα άλλα κορίτσια.

(Νικολέτα, 11 χρονών με τη μητέρα της Αφροδίτη, συνέντευξη, πόλη)

Ένα άλλο σημαντικό θέμα που προέκυψε στις συζητήσεις των κοριτσιών στο πλαίσιο της παρέας, αφορούσε την εμφάνιση άλλων παιδιών, άλλοτε θαυμάζοντας το στυλ και τις επιλογές τους ή άλλοτε επικρίνοντας τις. Ιδιαίτερα οι «κακές» και μη επιτυχημένες επιλογές στη μόδα, συνήθως αφορούν κακόγουστες ή ασυνδύαστες επιλογές ή επιλογές ακατάλληλες για την ηλικία ή το φύλο τους και αφορούν πάντοτε άλλα παιδιά, ποτέ τα ίδια (Buckingham κ.ά., 2010). Τα παιδιά διαθέτουν μια κοινή γνώση και κατανόηση στο πλαίσιο της παρέας, όσον αφορά τα συμβολικά μηνύματα μόδας, ενώ τα αγαθά χρησιμοποιούνται ως μέσα για καλλιέργεια της ταυτότητας, αλλά και ως εργαλεία για τη διαχείριση και την ερμηνεία εντυπώσεων όσον αφορά τον κοινωνικό τους περίγυρο.

Ενδιαφέρον στα πιο κάτω αποσπάσματα παρουσιάζει το γεγονός ότι τα κορίτσια χαρακτήρισαν τις συζητήσεις αυτές ως «κουτσομπολιό», κάτι που γνώριζαν ότι δεν είναι «σωστό», αλλά παραδέχτηκαν ότι απολαμβάνουν να κάνουν, ως μέσο σύσφιξης των

δεσμών μέσα στην παρέα, κάτι που αποτελεί σημαντικό παράγοντα συμμετοχής και ενσωμάτωσης σε μια συγκεκριμένη ομάδα, αλλά και ταυτόχρονα διαφοροποίησης από άλλες.

ΓΚ: Μπορεί να σχολιάσετε μεταξύ σας οι φίλες τι φορούν οι άλλοι;
Μαργαρίτα: Και τα κορίτσια και τα αγόρια μπορούμε να σχολιάσουμε, ναι.
[...]
Ας πούμε, κάποιος δεν είναι φίλος μας, επειδή ο καθένας έχει τη δική του παρέα και η μια παρέα μπορεί να σχολιάσει τα ρούχα της άλλης παρέας: «Μα δεξ την τούτη τι άσχημα ρούχα φόρεσε. Δεν μου αρέσουν εμένα». [...] Εεε εντάξει... ξέρω ονομάζεται κουτσομπολιό, αλλά, εντάξει αρέσει πολύ στα κορίτσια να το κάνουμε, αν και ξέρουμε ότι δεν είναι καλό.
[...]
Γενικά σχολιάζουμε άμα δεν μας αρέσουν τα ρούχα τους... ας πούμε μια φορά κάποια φόρεσε ένα παντελόνι και μια μπλούζα που δεν μας άρεσε. Επειδή ήταν σχεδόν αγορίστικη, κάπως έτσι.

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

ΓΚ: Συζητάτε μεταξύ σας για το τι φορούν οι άλλοι; Αν σας αρέσει ή όχι;
Σοφία: Ναι πολλές φορές!
Μαρίλια: Ναι αυτό λέγεται κουτσομπολιό!
[...]
Βανέσα: Λέμε «Μακάρι να το είχα κι εγώ τούτο».
Μαρίλια: Κυρία με τη Ροδοθέα έτσι κάνουμε. Ας πούμε μια μέρα της είπα εγώ: «Κοίτα τι ωραία ρούχα φορεί κάποια» και την κουτσομπολεύαμε.
ΓΚ: Μπορεί να σκεφτείτε και: «Παναγία μου μα τι φορεί; Γιαξ!»;
Μαρίλια: Ναι.
Βανέσα: Χμ!

(Βανέσα, 11 χρονών, Μαρίλια, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Τη δύναμη της μόδας και της κατοχής συγκεκριμένων υλικών αγαθών στην κοινωνική ένταξη ή απομόνωση του ατόμου στις παρέες αναγνώρισε εύστοχα πιο κάτω η Άννα, η οποία μίλησε για τη στρατηγική που κάποια παιδιά ακολουθούν προκειμένου να πετύχουν κοινωνική αποδοχή, κάτι που όμως η ίδια δεν φάνηκε να εγκρίνει:

Άννα: Ή απλά μπορεί κάτι να μην τους αρέσει, αλλά να παίζουν ότι τους αρέσει, για να αρέσουν στους άλλους. Να ενταχθούν στις παρέες τους. Αλλά όταν αρέσει σε όλους και το παίζουν όλοι, τότε δεν έχεις προσωπικότητα.

(Άννα, 13 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Τα παραπάνω λοιπόν δίνουν ενδείξεις για το σημαντικό ρόλο της καταναλωτικής κοινωνικοποίησης στην αρένα της κοριτσίστικης παρέας, κάτι που αποτελεί ουσιώδη πηγή πληροφόρησης όσον αφορά τον γραμματισμό στον τομέα της μόδας. Τα ψώνια και οι συζητήσεις για μόδα καλλιεργούν τόσο ορθολογικές δεξιότητες για ανάπτυξη καταναλωτικών δεξιοτήτων και γνώσεων, όσο και συμβολικές δεξιότητες, στην ανάγνωση των συμβολικών στοιχείων που συνδέονται με την κατανάλωση μόδας, στην ενδυνάμωση δεσμών στο πλαίσιο της παρέας και έχουν σημαντική δυναμική στο κτίσιμο έμφυλων καταναλωτικών ταυτοτήτων των παιδιών στην προεφηβεία. Φαίνεται λοιπόν ο βασικός ρόλος των συνομηλίκων ως σημαντικοί ατζέντες στη δημιουργία καταναλωτικών ταυτοτήτων, αλλά και στη διδασκαλία συμβολικών καταναλωτικών δεξιοτήτων και γνώσεων ανάμεσα στα παιδιά.

Κατασκευάζοντας αρρενωπότητες και θηλυκότητες μέσω της μόδας.

Να είσαι ή να μην είσαι «σέξι»: Ερμηνεύοντας τις (ετερο)σεξουαλικοποιημένες **θηλυκότητες**. Όπως και η προηγούμενη έρευνα δείχνει, έναν από τους πιο κυρίαρχους δρόμους για δόμηση μιας αποδεκτής θηλυκότητας αποτελεί η είσοδος στον σεξουαλικοποιημένο κόσμο της ενήλικης θηλυκότητας. Έτσι, ένας από τους πιο δημοφιλείς τρόπους επιτέλεσης θηλυκότητας στηρίζεται στο στερεότυπο του όμορφου, μοντέρνου, σέξι, καθαρού και με ενδιαφέρον στη μόδα κοριτσιού (Keller & Kalmus, 2009· Renold, 2005). Είναι ένα είδος θηλυκής ταυτότητας που για την επιτυχή κατασκευή της απαιτείται μεγάλο μέρος πολιτισμικού κεφαλαίου, το οποίο επενδύεται στην καταναλωτική έκφραση του εαυτού και στην κατάλληλη γνώση για τη βιομηχανία μόδας και τις εμφανισιακές επιλογές. Ωστόσο, αυτή η θηλυκότητα, η οποία άμεσα συνδέεται με την εφηβική και ενήλικη ταυτότητα και απομακρύνεται από την αθώα παιδικότητα, συχνά εκλαμβάνεται ως εύθραυστη, οδηγώντας σε κριτικές και ανησυχίες σχετικά με την πρόωρη σεξουαλικοποίηση και εκμετάλλευση των κοριτσιών που θέλουν να δείχνουν και να συμπεριφέρονται ως μεγαλύτερες (Rysst, 2008).

Εδώ θα αναλυθεί η αμφιθυμία στην ερμηνεία της σέξι θηλυκής ταυτότητας και η πολυδιάστατη διαπραγμάτευση της από τα παιδιά στον καθημερινό κοινωνικό και

πολιτισμικό τους κόσμο. Τα δεδομένα φανερώνουν μια πολύπλοκη κατανόηση της σέξι εμφάνισης των κοριτσιών, που εξαρτάται άμεσα από τις προθέσεις, αλλά κι από την καταλληλότητα των πρακτικών που ακολουθούνται, όπως η συμβατότητα με το κοινωνικό και χωρικό πλαίσιο. Παρουσιάζονται επίσης ανησυχίες και ενστάσεις κοριτσιών σε σχέση με τη σέξι μόδα που πολύ συχνά οδηγούν στην απόρριψη και έντονη επίκριση της. Τέλος, αναλύονται τα διπλά στάνταρτς και αντιφάσεις σε σχέση με την ηθική διάσταση που η εμφάνιση με σέξι ύφος προσλαμβάνει και ο αμφίσημος τρόπος ερμηνείας της από τα παιδιά.

Σέξι μόδα: Πού, πώς και πότε. Σε πολλές περιπτώσεις τα κορίτσια έδειξαν έντονο ενδιαφέρον και επιθυμία για απόκτηση ρούχων, παπουτσιών και αξεσουάρ, όπως ψηλοτάκουνα, κοντές μπλούζες, φούστες κλπ, τα οποία θεωρούνται, τουλάχιστον στο δυτικό πολιτισμό, ότι συνδέονται και τονίζουν σεξουαλικοποιημένες αναπαραστάσεις ενήλικης θηλυκότητας (Connell, 1995· Cook & Kaiser, 2004). Ιδιαίτερα τα τακούνια, αποτέλεσαν ένα από τα ιδιαίτερα δημοφιλή αξεσουάρ για αρκετά κορίτσια, ακόμα κι από πολύ μικρή ηλικία. Αξίζει να σημειωθεί ότι όσον αφορά την κατοχή συγκεκριμένων σεξουαλικοποιημένων προϊόντων, όπως π.χ. τα τακούνια, τα κορίτσια διέθεταν ποικίλες σχετικές καταναλωτικές εμπειρίες, αφού τα απέκτησαν με διάφορους τρόπους: άλλες φορές από γονείς, άλλες φορές ως δώρα, ενώ σε αρκετές περιπτώσεις τα κορίτσια δήλωσαν ότι δανείζονται, κάποτε κρυφά, τα τακούνια της μαμάς τους. Τα τακούνια, ιδιαίτερα τα «παιδικά», αυτά που απευθύνονται και ανήκουν στα κορίτσια, χρησιμοποιούνται συχνά ως σημαντικό αξεσουάρ που συμπληρώνει τη θηλυκή τους εμφάνιση -συνήθως συνδυάζονται με φορέματα- σε διάφορες επίσημες περιστάσεις, όπως γάμους, βαφτίσεις, επίσημες εξόδους, γιορτές και πάρτι:

Νικολέτα: Μου αρέσουν τα τακούνια της μαμάς πολύ και τα φορώ συνέχεια! Έχουμε και το ίδιο size!

ΓΚ: Στο σπίτι;

Νικολέτα: Χμ!

ΓΚ: Έχεις κι εσύ δικά σου τακουνάκια;

Νικολέτα: Ναι, αλλά δεν είναι τόσο ψηλά! [...] Ας πούμε, τα φορούσα τα Χριστούγεννα με ένα φορεματάκι. Ε, ναι, τα φορώ. Φόρεσα τακουνάκι και στη βάφτιση της ξαδέρφης μου με φορεματάκι.

(Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)



Εικόνα 6. Τα τακουνάκια της Νικολέτας (11 χρονών, πόλη).

Υπήρχαν επίσης κορίτσια που χρησιμοποιούσαν αξεσουάρ όπως τα τακούνια με σκοπό να κτίσουν μια αμφίεση, που θα τις έκανε να φαίνονται μεγαλύτερες, σε μια προσπάθεια να προσομοιάσουν μια ενήλικη θηλυκότητα, ενσωματώνοντας το σέξι και trendy στοιχείο που χαρακτηρίζει τις γραμμές του στυλ των tweenagers (Cook & Kaiser, 2004· Mintel, όπως αναφέρεται στο Pilcher, 2010). Όπως ανέφερε η Βανέσα (11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό): «(Φορώ τακούνια) σε γάμους, βαφτίσεις, αρραβώνες. [...] Μου αρέσουν γιατί γίνομαι πιο ψηλή, γιατί είναι στη μόδα».

Ωστόσο, μέσα από τις συζητήσεις που έχουν γίνει, τόσο με τα παιδιά, όσο και με τους γονείς, φαίνεται ότι αγαθά που μεταφέρουν σεξουαλικοποιημένα νοήματα, όπως τακούνια, μακιγιάζ, γυναικεία φορέματα κλπ, δεν χρησιμοποιούνται από τα κορίτσια μόνο για εξόδους και ως μέρος δημιουργίας μιας ενήλικης και ίσως σεξουαλικής θηλυκότητας, αλλά πολύ συχνά χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο της παρέας των κοριτσιών ως μέρος παιχνιδιού και μεταμφίεσης που συμβαίνει μέσα στο σπίτι. Συνεπώς, υπάρχει έντονη διαφοροποίηση μεταξύ της πρακτικής, κατά την οποία τα κορίτσια ντύνονται με ρούχα και αξεσουάρ ως μέρος υπόδυσης ρόλου ή πρόβας ενήλικης θηλυκότητας μέσα στο σπίτι, από την πρακτική κατά την οποία ακολουθούν το στυλ αυτό ως αμφίεση για να «βγουν έξω» (Pilcher, 2010). Εξάλλου, τα παιδιά αντλούν ευχαρίστηση από πρακτικές ένδυσης, οι οποίες συμβαδίζουν με τους κυρίαρχους λόγους της παιδικότητας, αφού απολαμβάνουν να παίζουν παιχνίδια μεταμφίεσης (dressing up games), τα οποία περιλαμβάνουν ντύσιμο με ρούχα και αξεσουάρ ενηλίκων, τα οποία συνήθως δανείζονται από τους γονείς τους (Pilcher, 2013). Από την άλλη, υπάρχει η πιθανότητα τα κορίτσια να μην ακολουθούν το στυλ αυτό εκτός σπιτιού, λόγω των απαγορεύσεων που προέρχονταν από τις μαμάδες τους, οι οποίες, όπως φάνηκε μέσα κι από τις συνεντεύξεις τους, διαφωνούσαν με το σεξουαλικοποιημένο στυλ, όπως το «αποκαλυπτικό» ντύσιμο, το μακιγιάζ και τα ψηλά

τακούνια, λόγω των κινδύνων που ελλοχεύουν, τόσο στην υγεία, όσο και σε θέματα σεξουαλικής εκμετάλλευσης.

Κορίνα: Με τη φίλη μου την Ιουλία πάμε η μια στο σπίτι της άλλης. Παίζουμε και μια μέρα που κάναμε συνέντευξη, παιχνίδι, της είπα να βάλει ένα φόρεμα κι εκείνα τα lip gloss και κραγιόν. Πιάσαμε και τα τακούνια της μαμάς της. Έχει κάτι τακουνάρες, να σκοτωθείς!

(Κορίνα, 9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Μαρίλια: Εγώ φορώ (τακούνια) της μάμας μου, αλλά σπίτι μόνο! Διαφορετικά θα πέσω κάτω [γέλιο]. [...] Πάνω σε πλατφόρμες μπορώ (να περπατώ) πολύ, αλλά με τακούνια λίγο.

(Μαρίλια, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Μέσα από τα παραπάνω αποσπάσματα προκύπτει και ο προβληματισμός των κοριτσιών σε σχέση με την ικανότητα και την ισορροπία που χρειάζεται να αναπτύξει κανείς για να περπατήσει σε ψηλά τακούνια. Η Κορίνα πιο κάτω αναφέρθηκε στην καταλληλότητα αξεσουάρ, όπως τα τακούνια, με κύριο κριτήριο την ηλικία, αφού θεώρησε ότι το περπάτημα σε ψηλοτάκουνα είναι μια ικανότητα που διαθέτουν οι γυναίκες στην ενηλικίωση. Ταυτόχρονα, τόσο η Κορίνα παρακάτω, όσο και η Νικολέτα στο προηγούμενο απόσπασμα, αναλόγως του ύψους του τακουριού, έκαναν τον διαχωρισμό μεταξύ «γυναικείων» και «παιδικών» τακουριών. Τα «γυναικεία» ψηλά τακούνια είναι αυτά που δανείζονται από τις μαμάδες τους και φοριούνται μέσα στο σπίτι, ως μέρος παιχνιδιού, και τα «παιδικά», αυτά που έχουν χαμηλό τακουνάκι, απευθύνονται σε κορίτσια κι αρμολούν να φορεθούν από αυτά στις κατάλληλες περιπτώσεις:

Κορίνα: Η άποψη μου για τα τακούνια είναι ότι, άμα είναι ψηλοτάκουνα, δεν κάνει να τα φορούν κορίτσια 15, 16, 17, 18, 19 (χρονών). Δεν ξέρω εικοσάχρονες, 25 ξέρω 'γω αν μπορούν, αν έχουν καλή ισορροπία. Εγώ δεν έχω ψηλοτάκουνα. Έχει στο Accessorize και νομίζω στο Monsoon ωραία παιδικά. Όπως εκείνα που φόρεσα στο γάμο (όταν ήταν παράνυμφος). Μου τα διάλεξε η μαμά μου, γιατί ήταν τα μόνα άσπρα με ωραία λουλούδια.

(Κορίνα, 9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Πέραν όμως από το ενδιαφέρον που τα κορίτσια επέδειξαν σε σχέση με τα

τακούνια, σε πολλές περιπτώσεις φάνηκε η προτίμησή τους σε ένα ευρύτερο στυλ που θυμίζει ενήλικη θηλυκότητα, αφού στη δραστηριότητα κατά την οποία είχαν να επιλέξουν τα «αγαπημένα» τους ρούχα από τη ντουλάπα τους, καθώς και στη δραστηριότητα όπου σχολίαζαν περιοδικά μόδας, πολύ συχνά επέλεξαν ρούχα «παράξενα», «μοντέρνα», «εφαρμοστά», «γυαλιστερά», με glitter και πολλά στολίδια. Ωστόσο, έχοντας να δικαιολογήσουν την προτίμησή τους στη μόδα αυτή, κανένα κορίτσι δεν αναφέρθηκε στο αποκαλυπτικό στυλ των ρούχων αυτών ως κριτήριο για την προτίμηση σε αυτά. Αυτό σημαίνει ότι ο λόγος που δείχνουν προτίμηση στα πιο μοντέρνα ή αποκαλυπτικά ρούχα είναι, όχι η αποκαλυπτική τους φύση, αλλά το στυλ, η μοντέρνα διάθεση, το σχέδιο και τα στολίδια τους, με άλλα λόγια η υπερθηλυκή, κοριτσίστικη εμφάνιση που προωθούν. Άρα η επιθυμία για το στυλ αυτό θεωρείται «αθώα» από τα συμβολικά σεξουαλικά μηνύματα που μεταφέρουν τα αποκαλυπτικά ρούχα (Cook & Kaiser, 2004· Kaiser, 2001· Pilcher, 2010).

Όπως φαίνεται λοιπόν από τα παραπάνω, υπάρχει μια στενή σχέση μεταξύ κατανάλωσης και φύλου, αφού τα κορίτσια συχνά ακολουθούν τη (μετα)φεμινιστική οπτική, κατά την οποία η θηλυκότητα «εορτάζεται» (Russell & Tyler, 2002), μέσω της μόδας και της εμφάνισης. Για αυτό και τα κορίτσια ακολουθούν συχνά τα ιδανικά κοινωνικά πρότυπα ομορφιάς και επιτέλεσης του φύλου τους, στα οποία βασικό ρόλο παίζει η θηλυκή και σέξι εμφάνιση και για αυτό έντονα έδειξαν την προτίμηση τους προς τη μόδα που κτίζει τη θηλυκή τους υποκειμενικότητα, όπως το μακιγιάζ, τα αξεσουάρ, τα τακούνια και τα glitter και μίλησαν για τη σημαντικότητα του να είναι όμορφες και περιποιημένες. Ωστόσο, υπάρχουν σημαντικές παράμετροι που οριοθετούν την αποδεκτή μορφή επιτέλεσης θηλυκής και σέξι υποκειμενικότητας, όπως το κατάλληλο κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο μια θηλυκή και περιποιημένη εμφάνιση αρμόζει, π.χ. μια επίσημη κοινωνική περίσταση. Αξίζει να σημειωθεί, παρόλα αυτά, ότι συχνά τα κορίτσια ακολουθούν το σέξι στυλ, όχι για να «βγουν έξω», αλλά στο πλαίσιο του παιχνιδιού και της μίμησης ενήλικων θηλυκών ταυτοτήτων εντός του σπιτιού, ενώ άλλες φορές η προτίμηση στο στυλ αυτό αφορά τη θηλυκή του φύση και τα στολίδια, κι όχι τη σέξι του διάσταση.

Ανησυχίες, ρύθμιση, επιτήρηση. Αν και λοιπόν τα κορίτσια έδειξαν μεγάλο ενδιαφέρον στη μόδα και στην εμφάνιση με μοντέρνα και σέξι στοιχεία που τα φέρνει πιο κοντά στην ενήλικη θηλυκότητα, ωστόσο οι λόγοι που αυτό γίνεται και ο τρόπος που νοηματοδοτούν τη σέξι μόδα φέρει αντιφατικά και πολυδιάστατα νοήματα. Όπως θα συζητηθεί το σημείο αυτό, η προτίμηση για το στυλ αυτό δεν αποτελεί πραγματικότητα

για όλα τα κορίτσια, αφού για διάφορους λόγους, -όπως η δυσαρέσκεια για το σώμα τους, το αίσθημα ντροπής που τους δημιουργεί έκθεση του γυμνού τους δέρματος στην κοινή ματιά, η καταλληλότητα του κοινωνικού πλαισίου και η πρακτικότητα των ρούχων- εξέφρασαν τη δυσαρέσκεια και τις ανησυχίες τους για το «αποκαλυπτικό» ντύσιμο.

Τα κορίτσια από πολύ νωρίς μαθαίνουν να επιθυμούν και να παρουσιάζουν ένα κοινωνικά αποδεκτό «τέλειο σώμα», ενώ ταυτόχρονα μαθαίνουν να αναγνωρίζουν τρόπους με τους οποίους η μόδα αποτελεί ερμηνευτική συσκευή με την οποία πολιτισμικά κωδικοποιούν τόσο το δικό τους, όσο και το σώμα των άλλων (Renold, 2005). Τα δεδομένα της παρούσας έρευνας επιβεβαιώνουν προηγούμενη έρευνα (βλ. Buckingham κ.ά., 2010· Renold, 2005, 2013· Russell & Tyler, 2002), φανερώνοντας ότι η κοινωνική κατασκευή θηλυκότητας προκαλεί συχνά ανασφάλειες στα κορίτσια σε σχέση με το σώμα τους, για αυτό σε αρκετές περιπτώσεις, εξέφρασαν ανησυχία και δυσαρέσκεια σε σχέση με αυτό, κυρίως όσον αφορά την «τυραννία του λεπτού σώματος» (βλ. Bordo, 1993/2003). Οι επιλογές στην ένδυση συνδέονται στενά με την εικόνα του ατόμου για το σώμα του και συχνά αντικατοπτρίζουν τις έντονες πιέσεις που τα κορίτσια δέχονται για ικανοποίηση του ιδανικού λεπτού σώματος. Οι πιέσεις αυτές, είναι δυνατό σε αρκετές περιπτώσεις να (αυτο)περιορίσουν τις επιλογές των κοριτσιών στην ένδυση, ιδιαίτερα στην περίπτωση που νιώθουν ότι δεν ικανοποιούν το λεπτό ιδεώδες. Μια πρακτική λοιπόν που ακολουθούσαν κορίτσια που δεν ένιωθαν άνετα με το σώμα τους ήταν η κάλυψή του με πιο μακριά και φαρδιά ρούχα, τα οποία δεν διέγραφαν τις καμπύλες του σώματός τους, αποφεύγοντας συνειδητά μόδα με πιο σέξι ή αποκαλυπτικό στυλ.

Παρακάτω η Μαργαρίτα, έχοντας να επιλέξει μια από τις δύο χάρτινες κούκλες ως πραγματικό και ως ιδανικό εαυτό, απέρριψε τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα με κύριο κριτήριο ότι το στυλ της δεν ταίριαζε στον σωματότυπό της. Η Μαργαρίτα, η οποία σε διάφορα σημεία της συνέντευξης εξέφρασε δυσαρέσκεια για το σώμα της και ιδιαίτερα για την κοιλιά της, ανέφερε ότι σε καμία περίπτωση («αποκλείεται») δεν θα φορούσε μπλούζα κοντή που θα αποκάλυπτε την κοιλιά της, αφού αισθανόταν ότι τέτοιο στυλ «δεν της πηγαίνει». Ωστόσο, παραδέχτηκε ότι σε κάποιο άλλο κορίτσι θα θαύμαζε το στυλ αυτό, και σε αυτό το σημείο προκύπτει η μεγαλύτερη προβληματική: ότι η ενδεχόμενη επιθυμία της για αυτό το στυλ έρχεται αντιμέτωπη με τις ισχυρές κοινωνικές πιέσεις και στερεότυπα, οδηγώντας στην αυτοαστυνόμευση της όσον αφορά τη μόδα και την παρουσίαση του σώματός της.

ΓΚ: Ποια από τις δύο κούκλες νομίζεις ότι σου μοιάζει πιο πολύ;

Μαργαρίτα: [Σκέφτεται – παύση]. Αυτή (μη σεξουαλικοποιημένη κούκλα). Επειδή, πρώτον, *αποκλείεται* [τονίζει] να βάλω τέτοια κοντή φανέλα. Επειδή... ξέρω ότι δεν θα μου πηγαίνει καθόλου, επειδή... *έχω κοιλιά* [σιγανά]. Δεν είναι του δικού μου το στυλ αυτό το πράμα. Και το παντελόني. Αν ήταν λίγο πιο μακρύ... εντάξει... θα ήταν ωραίο.

[...]

Δεν είναι πολύ ωραίο να φορείς τόσο κοντά ρούχα. [...] Γενικά δεν είναι του στυλ μου. Ούτε μου πηγαίνει, ξέρω ότι δεν μου πηγαίνει. Σε ένα άλλο κορίτσι, θα μου άρεσε, αν της πήγαινε ας πούμε μια κοντή μπλούζα, θα της έλεγα «Μπράβο».

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Η αστυνόμευση αυτή δεν προκύπτει μόνο από τον ίδιο τον εαυτό, αλλά εκφράζεται έντονα κι από τον κύκλο των συνομηλίκων. Η άποψη που η Μαργαρίτα εξέφρασε πιο πάνω, ότι δηλαδή συγκεκριμένα ρούχα, ειδικά αυτά με σέξι ύφος, ταιριάζουν σε συγκεκριμένα, «λεπτά» σώματα, εκφράστηκε κι από άλλα παιδιά, τόσο κορίτσια, όσο και αγόρια, φανερώνοντας την έντονη επιτήρηση που υπάρχει μεταξύ των συνομηλίκων σχετικά με το σώμα και την ένδυση, η οποία αφορά κυρίως τα σώματα των κοριτσιών.

Τα κορίτσια, επίσης, σε αρκετές περιπτώσεις εξέφρασαν τη δυσαρέσκειά τους και τη μη έγκριση τους για την επίδειξη του σώματός τους μέσω της ένδυσης (βλ. Pilcher, 2010), δείχνοντας προτίμηση σε πιο «σεμνά» στυλ. Στη δραστηριότητα με τις χάρτινες κούκλες κάποια κορίτσια εκφράστηκαν απορριπτικά προς τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα, αναφέροντας με υποτιμητικό τόνο ότι «Δεν φορεί τίποτα αυτή» (Σοφία, 10 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό) και ότι «είναι τιτσιρωμένη» (γυμνή) (Κορίνα, 9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη), ενώ η Ροδοθέα και η Μαργαρίτα παρακάτω εξηγούν τους λόγους που δεν προτιμούν τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα, αναφερόμενες στην έννοια της «ντροπής»:

ΓΚ: Από αυτές τις δύο κούκλες ποια νομίζεις ότι σου μοιάζει περισσότερο;

Ροδοθέα: Τούτη [δείχνει τη μη σεξουαλικοποιημένη κούκλα]! Η άλλη [σεξουαλικοποιημένη κούκλα] με φοβίζει, το ανοιχτό... το κοντό... Ενώ αυτή [μη σεξουαλικοποιημένη κούκλα] είναι λίγο πιο κλειστή, εγώ είμαι παραπάνω αυτό το στυλ! [...] Εντάξει σορτς μπορεί να φορέσω, αλλά όχι τόσο κοντό [τονίζει].

ΓΚ: Τι είναι αυτό που σε φοβίζει σε αυτά τα ρούχα;

Ροδοθέα: Το ότι πρώτον και κύριον αν φορούσα εγώ τέτοια ρούχα πάνω μου θα ντρεπόμουν. Αυτό με φοβίζει. Η ντροπή όταν έχεις αυτά τα ρούχα πάνω σου. Εντάξει, σε άλλους μπορεί να αρέσει δεν λέω, αλλά εμένα με το χαρακτήρα μου, με το γούστο μου δεν μου ταιριάζει.

ΓΚ: Όταν λες «ντρέπεσαι» τι εννοείς; Δηλαδή ντρέπεσαι τους άλλους, τα σχόλια των άλλων;

Ροδοθέα: Εντάξει... Αλλά στη θάλασσα μπορεί να φορέσω μπικίνι ή άλλα πράγματα γιατί ξέρω ότι στη θάλασσα [τονίζει] δεν θα πει κανένας κάτι για εσένα.

(Ροδοθέα, 10 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Μαργαρίτα: Αλλά όμως από την άλλη πλευρά, είναι λίγο... ντρο... *Ντροπή, ντροπή* [τονίζει]. Ντροπή να βγαίνεις έξω, να κυκλοφορείς με αυτά τα ρούχα.

ΓΚ: Γιατί είναι «ντροπή»;

Μαργαρίτα: Επειδή, αν (η σεξουαλικοποιημένη κούκλα) ήμουν εγώ, θα ντρεπόμουν να με βλέπει ο κόσμος με αυτά τα ρούχα.

ΓΚ: Μπορεί να σε σχολίαζε;

Μαργαρίτα: Ναι. Ναι, αλλά όχι μόνο αυτό. Κι ας πούμε ότι δεν θα μου πήγαινε.

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Τα κορίτσια έδωσαν έμφαση στο αίσθημα της «ντροπής» που θα βίωναν εξαιτίας της ενδεχόμενης «γύμνιας» του σώματός τους. Φαίνεται στο παραπάνω απόσπασμα ότι αναγνωρίζουν τους σεξουαλικούς συνειρμούς που τα «κοντά» ρούχα μεταφέρουν και ιδιαίτερα το γεγονός ότι τα αποκαλυπτικά ρούχα και το γυμνό δέρμα εκθέτουν το σώμα των κοριτσιών και των γυναικών στη σεξουαλική «ματιά» κυρίως των αγοριών/ανδρών, κάτι που παραβιάζει την κοριτσίστικη σεμνότητα. Θέλοντας να διατηρήσουν λοιπόν τη σεξουαλική σεμνότητα που αρμόζει στην κοριτσίστικη τους ταυτότητα, καθώς και την καλή τους φήμη, απέρριψαν το σέξι στυλ κι αναφέρθηκαν στις ανεπιθύμητες του συνέπειες.

Το θέμα του κοινωνικού πλαισίου στο οποίο αρμόζει το κάθε στυλ είναι εξαιρετικά σημαντικό για την ερμηνεία των νοημάτων που τα αποκαλυπτικά ρούχα μεταφέρουν κάθε φορά. Χαρακτηριστικά σε προηγούμενο απόσπασμα η Ροδοθέα ανέφερε ότι μόνο στη θάλασσα θα τολμούσε να φορέσει κοντά ρούχα, αφού εκεί δεν θα υπήρχε η πιθανότητα κανείς να παρεξηγήσει τις προθέσεις της και τη σεμνότητά της. Τα κορίτσια στην παρούσα έρευνα, όσο και σε προηγούμενες (βλ. König, 2008· Pilcher, 2010, 2013), ήταν πολύ προσεκτικά, ώστε, εάν επιλέξουν να φορέσουν πιο αποκαλυπτικά ρούχα, να τα φορέσουν

σε πολύ συγκεκριμένες κοινωνικές εκδηλώσεις, περιστάσεις και πλαίσιο, όπου ταιριάζουν, όπως σε πάρτι, σε γάμους, στην παραλία, στις καλοκαιρινές διακοπές, ενώ τα απέρριψαν εντελώς σε κάποιους άλλους χώρους, όπως είναι η εκκλησία, αφού αναγνώριζαν τη συμβολική αξία της ένδυσης και τη σημασία της παρουσίας του εαυτού αναλόγως του πλαισίου. Παρακάτω τα κορίτσια, συζητώντας για το στυλ της Katy Perry, παραδέχτηκαν ότι τους αρέσει και θα ήθελαν να έχουν τα ρούχα της, αλλά έχουν ισχυρή άποψη για το πλαίσιο στο οποίο θα ταίριαζε να τα φορέσουν:

Σοφία: (Τα ρούχα της Katy Perry) θα τα φορούσα σε γάμους.

ΓΚ: Κάπου επίσημα δηλαδή;

Σοφία: Ναι.

ΓΚ: Σε ένα πάρτι θα τα φορούσατε;

Μαρίλια: Όχι. Γιατί μπορεί να τα λερώσουμε. Θα τα φορούσα στην εκκλησία, σε γάμο, σε βάφτιση

Σοφία: Στην εκκλησία δεν γίνεται! Δεν γίνεται να φορείς έτσι ρούχα, μόνο μακρυμάνικα, όχι με λεπτές τράντες και κοντά.

Βανέσα: Εγώ θα τα φορούσα σε πάρτι γενεθλίων.

(Σοφία, Μαρίλια, 10 χρονών, Βανέσα, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Επίσης στο παρακάτω απόσπασμα, το οποίο προέκυψε από τον σχολιασμό περιοδικού μόδας, η Ροδοθέα αναφέρθηκε στον τρόπο με τον οποίο φοριούνται τα ρούχα (βλ. Buckingham κ.ά., 2010) και στις πρακτικές που χρησιμοποιεί για να τροποποιεί τα ρούχα της, ούτως ώστε να μην αποκαλύπτουν μέρη του σώματος της. Αυτό φανερώνει ότι το ίδιο αντικείμενο μόδας μπορεί να μεταφέρει διαφοροποιημένα νοήματα και σεξουαλικά σινιάλα, αναλόγως του τρόπου με τον οποίο φοριέται και συνδυάζεται:

Ροδοθέα: Μπορεί να ήθελα αυτή τη μπλούζα (κοντή και φαρδιά μπλούζα), όχι όμως άλλες. Είδα και τις άλλες, αλλά είναι κοντές. [...] Μου αρέσουν τα φαρδιά. [...] Θα ήθελα να φορέσω αυτή γιατί είναι φαρδιά, αλλά από κάτω να φορώ άλλη φανελίτσα, διαφορετικά θα φαίνεται η κοιλιά μου.

(Ροδοθέα, 10 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Τέλος, η πρακτικότητα και η άνεση των ρούχων αποτέλεσαν βασικούς λόγους για τους οποίους πολλές φορές τα κορίτσια απορρίπτουν το «σέξι» στυλ. Θεώρησαν ότι παραδοσιακά θηλυκά ρούχα και ιδιαίτερα οι πολύ κοντές φούστες και φορέματα, τα

εφαρμοστά ρούχα και οι λεπτές τράντες περιορίζουν τη σωματική τους ελευθερία σε δραστηριότητες όπως το παιχνίδι, που αποτελεί κύριο κομμάτι της επιτέλεσης της παιδικότητάς τους (Buckingham κ.ά., 2010· Cahill, 1989· Pilcher κ.ά., 2004). Για αυτό κάποιες φορές έδειξαν προτίμηση σε πιο άνετα ρούχα, όπως φόρμες, τζιν και κολάν, τα οποία θα διευκόλυναν τις κινήσεις και το παιχνίδι τους:

Ειρήνη: Σε πάρτι γενεθλίων θα φορούσα κάτι που θα με διευκόλυνε να κινούμαι γιατί μπορεί να παίξουμε κρυφτό και να τρέξουμε ή «Λύκους και Αρνάκια» και δεν θα μπορούμε να τρέχουμε με τα ωραία τα φορέματα.

(Ειρήνη, 13 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Συνεπώς φαίνεται ότι το σεξουαλικοποιημένο ντύσιμο, το οποίο παρουσιάζεται ως «μικρογραφία ενήλικης ένδυσης» (miniature adult wear) (Pilcher κ.ά., 2004) φέρει αντιφατικά, και κάποτε συγκρουόμενα νοήματα για τα κορίτσια, κάτι που συμβαδίζει και με προηγούμενη έρευνα (Pilcher κ.ά., 2004· Pilcher, 2010· Renold, 2013). Τα κορίτσια διαθέτουν την ικανότητα να αντανakλούν κριτικά στις κυρίαρχες απεικονίσεις της ενήλικης θηλυκότητας, για αυτό κάποτε συμπεριλαμβάνουν αυτό το στυλ και κάποτε το απορρίπτουν για τους λόγους τους. Σημαντικοί παράγοντες στον τρόπο νοηματοδότησης του σέξι στυλ αποτελούν πολιτισμικά ιδεώδη σε σχέση με το σώμα και ταυτοχρόνως η εικόνα που τα κορίτσια αναπτύσσουν για το σώμα τους, η αναγνώριση της έκθεσης στη δημόσια (ανδρική) ματιά, μέσω του αποκαλυπτικού ντυσίματος και της μειονεκτικής θέσης που κάτι τέτοιο τα τοποθετεί, καθώς και η καταλληλότητα του κοινωνικού πλαισίου, όσον αφορά το πότε, πού και πώς κάτι αρμόζει να φορεθεί. Οι ανησυχίες λοιπόν που εκφράζονται για απώλεια παιδικής αθωότητας μέσω της σεξουαλικοποίησης του σώματος των κοριτσιών, δεν υφίσταται πάντα, αφού συχνά τα κορίτσια έχουν την επίγνωση και αναγνωρίζουν τα ηθικά και συμβολικά νοήματα που φέρει η ένδυση, ειδικά όσον αφορά την αποκάλυψη του σώματος.

Αντιφάσεις στην παραγωγή της (ετερο)σεξουαλικής θηλυκότητας. Στο μέρος αυτό συζητείται το σεξουαλικό διπλό στάνταρτ (Cowie & Lees, 1981) και η πολύ λεπτή γραμμή που χαρακτηρίζει τη νόμιμη από τη μη νόμιμη σεξουαλική παρουσίαση των κοριτσιών μέσω της ένδυσης. Από τη μια, η σέξι και μοντέρνα εμφάνιση χαρακτηρίζει τα πιο όμορφα και ελκυστικά κορίτσια, που εξαιτίας της εμφάνισης τους γίνονται δημοφιλή και ετεροσεξουαλικά επιθυμητά, αλλά από την άλλη, η εμφάνιση αυτή αγγίζει επικίνδυνα απαγορευμένες σεξουαλικότητες που ταιριάζουν σε μεγαλύτερες γυναίκες και αυτό είναι

κάτι που τοποθετεί τα κορίτσια έξω από τον λόγο του καλού, αθώου και έξυπνου κοριτσιού. Συνεπώς, την ίδια στιγμή που τα κορίτσια απολαμβάνουν ευχαρίστηση, ενδυνάμωση και αποδοχή, εκφράζοντας τη σεξουαλικότητα τους μέσω της ένδυσης, από την άλλη, δέχονται κοινωνικό έλεγχο και (αυτο)αστυνόμευση, φανερώνοντας ότι η εμφάνιση αυτή αποτελεί πηγή ευχαρίστησης και πόνου μαζί.

Το «σέξι» tweenager στυλ στη μόδα φέρεται να μεταφέρει διάφορα συμβολικά νοήματα που συχνά τοποθετούν τα κορίτσια που το ακολουθούν ψηλά στην ιεραρχία, προσδίδοντάς τους θετικές ιδιότητες, όπως δημοτικότητα, κοινωνική αποδοχή και ελκυστικότητα. Μέσα από τον λόγο, τόσο κοριτσιών, όσο και αγοριών αντλήθηκαν σχετικές αντιλήψεις που φανέρωσαν μια κοινή αναγνώριση και ερμηνεία του «σέξι» στυλ με θετικούς όρους στην ομάδα των συνομηλίκων. Αντίστοιχες θετικές εκτιμήσεις για τα αγόρια, όσον αφορά στυλ που θυμίζουν ενήλικη αρρενωπότητα, όπως το αθλητικό στυλ και οι μάρκες, θα συζητηθούν παρακάτω.

Η αντίληψη αυτή προέκυψε έντονα μέσα από τη δραστηριότητα με τις χάρτινες κούκλες, κατά την οποία, στα παιδιά είχε δοθεί το σενάριο: «Η Άννα είναι το πιο δημοφιλές κορίτσι στο σχολείο, είναι πρόεδρος του σχολείου, έχει πολλούς φίλους και όλοι θέλουν να παίζουν μαζί της», ενώ στη συνέχεια έπρεπε να επιλέξουν μια από τις δύο κούκλες ως την «Άννα». Όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο 4.1, η συντριπτική πλειοψηφία των κοριτσιών διάλεξε την κούκλα με το σέξι ντύσιμο ως την Άννα, αποδίδοντας τη δημοτικότητά της στο αποκαλυπτικό και ωραίο της ντύσιμο, κάτι που ελκύει το ενδιαφέρον των αγοριών. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε η Μαργαρίτα:

Μαργαρίτα: Αυτή [δείχνει τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα] είναι η Άννα. Επειδή, πρώτον, οι πιο δημοφιλείς, εννοείται ότι είναι και οι πιο όμορφοι. Δηλαδή... εντάξει γενικά στα αγόρια αρέσει όταν τα κορίτσια φορούν τόσο κοντά ρούχα. [...] Για να φαίνεται... ξέρω 'γω... να φαίνονται τα πόδια τους, η κοιλιά τους... ναι. Τους αρέσει τους τόσο πολύ, γι' αυτό είναι και πρόεδρος και έχει και τόσους πολλούς φίλους [τονίζει].

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Άννα: Τούτη [δείχνει τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα] είναι η Άννα. Επειδή το ντύσιμο της είναι κάπως... πιο μοντελίστικο.. Έτσι νομίζω ότι ντύνονται οι δημοφιλείς. [...] Το άλλο στυλ θα το απορρίψουν. [...] Τούτο θα τους αρέσει παραπάνω γιατί δείχνει το σώμα τους πιο... ενώ το άλλο δεν θα τους αρέσει γιατί δε θα δείχνουν το σώμα τους τόσο.

(Άννα, 13 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Σημαντικό στοιχείο το οποίο προέκυψε από τα παραπάνω αποσπάσματα είναι η σύνδεση της δημοτικότητας με την αποκάλυψη και τη γύμνια του σώματος, κάτι που προκαλεί το ετεροσεξουαλικό ενδιαφέρον, αφού με αυτό κυρίως το επιχείρημα τα κορίτσια πιο πάνω δικαιολογούν τη δημοφιλή εικόνα της «Άννας» και γενικότερα των κοριτσιών που επιδεικνύουν το σώμα τους μέσω της ένδυσης. Το γεγονός ότι ένα κορίτσι κατορθώνει με τη σέξι εμφάνιση του να προσελκύσει το ενδιαφέρον των αγοριών, αποτελεί βασικό παράγοντα στη γενικότερη κοινωνική του αποδοχή. Η ετεροσεξουαλική θηλυκότητα, λοιπόν, αποτελεί έναν από τους πιο κυρίαρχους τρόπους ρύθμισης των κοινωνικών σχέσεων των παιδιών και ενίσχυσης κοινωνικού κεφαλαίου των κοριτσιών.

Αντίστοιχη άποψη εξέφρασαν και τα αγόρια, τα οποία, σε αντίθεση με την έρευνα των Buckingham κ.ά. (2010), παραδέχτηκαν ότι εντυπωσιάζονται από τα κορίτσια που ντύνονται με σέξι τρόπο, μακιγιάρονται και φορούν αξεσουάρ, φτάνει, όπως θα αναλυθεί πιο κάτω, να μην ξεπερνούν το σωστό όριο. Επαναλαμβανόμενα τα αγόρια έδειξαν την προτίμησή τους σε κορίτσια με σέξι και αποκαλυπτικό ντύσιμο, κάτι που φάνηκε και από τη δραστηριότητα με τις χάρτινες κούκλες, όπου τα αγόρια προτίμησαν τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα ως πιο επιθυμητή, δημοφιλή, μοντέρνα και όμορφη, κρίνοντας κυρίως με βάση το αποκαλυπτικό της στυλ:

Άγγελος: Αυτή είναι η Άννα [δείχνει τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα]. Αρέσει στα αγόρια αυτό το στυλ. Και θα ήθελαν να έχουν και σχέση μαζί της, σίγουρα!
(Άγγελος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Ηλίας: Αυτή είναι η Άννα [δείχνει τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα].

Αλέξης: Ναι, αυτή! Επειδή είναι η πιο όμορφη.

Ηλίας: Είναι η πιο όμορφη. Και τα ρούχα της δεν είναι άσχημα, όπως της άλλης.

[...]

Νεοκλής: Αυτής είναι πιο ωραία.

Ηλίας: Πιο μοντέρνα.

Αλέξης: Πιο κοντό παντελονάκι, πιο μοντέρνα παπούτσια, πιο ωραία μπλούζα. [...]

Τα μαλλιά της, όλα.

(Αλέξης, Ηλίας, Νεοκλής, 10 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Στη δραστηριότητα με τις χάρτινες κούκλες μισά από τα κορίτσια διάλεξαν τη μη σεξουαλικοποιημένη κούκλα ως ταύτιση με τον εαυτό τους, ενώ τα άλλα μισά τη σεξουαλικοποιημένη. Ωστόσο, στην ερώτηση που αφορούσε τον ιδανικό εαυτό, η πλειοψηφία των κοριτσιών, ακόμα και κάποια από αυτά που δεν ταυτίστηκαν με τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα, τη διάλεξαν ως τον ιδανικό εαυτό, κάτι που συμπίπτει με τα αποτελέσματα της έρευνας των Starr και Ferguson (2012). Πολλά κορίτσια δικαιολόγησαν την απάντησή τους λέγοντας ότι η σεξουαλικοποιημένη κούκλα είναι πιο «όμορφη» (Δανάη, 11 χρονών· Ειρήνη, 13 χρονών· Βανέσα, 11 χρονών· Ιζαμπέλα, 10 χρονών), «πιο κομψή» (Ειρήνη, 13 χρονών), «πιο πολύ στη μόδα» (Μαργαρίτα, 12 χρονών), «πιο λεπτή» (Ιζαμπέλα, 10 χρονών) –αν και έχουν ακριβώς το ίδιο σώμα-, «με πιο ωραία ρούχα» (Ιζαμπέλα, 10 χρονών· Βανέσα, 11 χρονών· Ειρήνη, 13 χρονών), «ωραία σκουλαρίκια» (Μαργαρίτα, 12 χρονών· Ιζαμπέλα, 10 χρονών· Ειρήνη, 13 χρονών). Η παρούσα έρευνα επίσης επιβεβαιώνει την έρευνα των Starr και Ferguson (2012), αφού τα περισσότερα κορίτσια προτίμησαν τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα για παιχνίδι, με κυριότερο επιχείρημα και πάλι ότι είναι «πιο όμορφη» (Βανέσα, 11 χρονών· Σοφία, 10 χρονών· Ειρήνη, 13 χρονών· Δανάη, 11 χρονών) και ότι φοράει «πιο ωραία ρούχα» (Νικολέτα, 11 χρονών· Ιζαμπέλα, 10 χρονών). Φαίνεται λοιπόν ότι τα κορίτσια, αλλά και τα αγόρια αναπτύσσουν θετικές στάσεις προς το σεξουαλικοποιημένο στυλ που θυμίζει ενήλικη θηλυκότητα, προσδίδοντας του θετικές διαστάσεις.

Ωστόσο, τα θετικά χαρακτηριστικά που αποδίδονται στα κορίτσια με σεξουαλικοποιημένο στυλ δεν αποτελούν την πλήρη εικόνα, αφού, όπως θα συζητηθεί παρακάτω, τα κορίτσια αυτά είναι πολύ εύκολο να δεχτούν έντονο κοινωνικό έλεγχο και αρνητική κριτική από τον περίγυρό τους, εξαιτίας της σέξι εμφάνισής τους. Τα παιδιά θέτουν πολύ αυστηρούς περιορισμούς στο όριο που ένα κορίτσι «επιτρέπεται» να είναι σέξι και θηλυκό, ενώ η σέξι εικόνα ελλοχεύει κινδύνους για ανάπτυξη αρνητικής φήμης, καθώς και για στερεότυπα που αφορούν τις μειωμένες τους ικανότητες. Αυτά είναι στερεότυπα που ισχύουν και για γυναίκες με σέξι στυλ στην ενηλικίωση, τα οποία μεταφέρονται και σε κορίτσια παιδικής ηλικίας (βλ. Glick κ.ά., 2005· Graff κ.ά., 2013· Gurung & Chrouser, 2007· Stone κ.ά., 2015).

Τα παιδιά εξέφρασαν έντονη άποψη όσον αφορά το όριο που ένα κορίτσι πρέπει να θέτει σχετικά με την ενασχόληση με την εμφάνισή και τις πρακτικές ομορφιάς που ακολουθεί (βλ. Buckingham κ.ά., 2010). Ενώ, όπως συζητήθηκε προηγουμένως, ένα κορίτσι με σέξι και μοντέρνο στυλ προσλαμβάνεται από τους συνομήλικους πολύ συχνά με θετικούς όρους και με θαυμασμό, εντούτοις είναι εξίσου σημαντικό να αναγνωρίζει και

μην υπερβαίνει τα «σωστά» όρια, προσπαθώντας πολύ σκληρά να εντυπωσιάσει με «υπερβολικές» και υπερθηλυκές εμφανίσεις. Κάτι τέτοιο το θέτει σε κίνδυνο να χαρακτηριστεί ως κακόγουστο και ότι προσπαθεί συνειδητά, μέσω των αγορών της και της εμφάνισής της, να προκαλέσει τον θαυμασμό. Αυτή η επιτήρηση, όσον αφορά το επιτρεπόμενο όριο επίδειξης θηλυκότητας και σεξουαλικότητας, εκφράστηκε τόσο από κορίτσια, όσο και από αγόρια, τα οποία, όπως φαίνεται στο παρακάτω απόσπασμα, έχουν έντονη έποψη για τη «σωστή» εμφάνιση που ένα κορίτσι οφείλει να έχει:

Άγγελος: Κάποια κορίτσια που είναι τόσο πολύ... θέλουν τόσο πολύ να βάζονται, να περιποιούνται, είναι λες και θέλουν να δείχνονται παντού... Δεν μου αρέσει το στυλ, δεν είναι ωραίο.

ΓΚ: Δεν σου αρέσει όταν ένα κορίτσι βάζεται;

Άγγελος: Να βάζεται, να βάζει και τα μάτια, τις βλεφαρίδες, τα μαλλιά της, να φορεί βραχιόλια, σκουλαρίκια, τακούνια...

[...]

Νίκος: Είναι ωραίο να βαφτείς, αλλά όχι να σιλοχριστείς, να βάζεις, να βάζεις, να βάζεις και να γίνεις άσχημη μετά.

Άγγελος: Ναι! Αυτό ήθελα να πω. Είναι ωραίο, απλώς να μην το παρακάνεις, να μην γίνεται υπερβολικό.

(Άγγελος, Νίκος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Είναι ενδιαφέρουσα στο παραπάνω απόσπασμα η έντονη πίεση και επιτήρηση που τα κορίτσια δέχονται από τα αγόρια σε σχέση με την εμφάνισή τους και τη δυσκολία που αντιμετωπίζουν να πετύχουν μια «επιτυχημένη» και αρεστή εμφάνιση. Από τη μια, λοιπόν, τα αγόρια δηλώνουν ως επιθυμητό το σέξι στυλ, αλλά από την άλλη θέτουν πολύ αυστηρά και απαιτητικά όρια για το «σωστό» σέξι στυλ. Αυτό σημαίνει ότι για τα κορίτσια υπάρχει μια πολύ θολή εικόνα για τη «σωστή» θηλυκή εικόνα που είναι «αποδεκτό» να επιτελούν - ένα έργο πολύ δύσκολο για τα κορίτσια να επιτύχουν- που είναι πιθανόν συχνά να οδηγεί σε απογοήτευση και χαμηλή αυτοπεποίθηση (βλ. Wolf, 2002).

Μια άλλη αντίληψη που εκφράστηκε, τόσο στην παρούσα έρευνα, όσο και σε άλλες (βλ. Buckingham κ.ά., 2010· Renold, 2013) είναι η απόδοση του έντονου ενδιαφέροντος των κοριτσιών στη σέξι μόδα και στην κουλτούρα ομορφιάς στη σεξουαλική τους διαθεσιμότητα και στο ενδιαφέρον τους για εξεύρεση αγοριού. Συνεπώς, ένα κορίτσι που ντύνεται με τον τρόπο αυτό αντιμετωπίζει το ρίσκο να αναπτύξει κακή

φήμη όσον αφορά τη σεξουαλική της προθυμία. Η άποψη αυτή εκφράστηκε από τα αγόρια σε ειρωνικό τόνο:

Άγγελος: Μερικές κοπέλες που είναι νέες, όταν θέλουν να αποκτήσουν άνδρα, οι μοναδικές τους ελπίδες [γέλιο] είναι να παζαρεύουν [γέλιο, ντρέπεται], να βάζουν φωτογραφίες στο Facebook, για να αρέσουν σε μερικούς άνδρες, να κάνουν τα χείλη τους έτσι [να στέλνουν φιλάκια, το κάνει, γέλιο].
(Άγγελος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Η Ροδοθέα επίσης συνέδεσε το αποκαλυπτικό ντύσιμο με τη μειωμένη ηθικότητα και καλοσύνη (βλ. Stone κ.ά., 2015), καθώς και με τρελή συμπεριφορά:

Ροδοθέα: Ας πούμε όταν βλέπω μια κοπέλα που φορεί κοντά, κοντό παντελόνι, κοντή φανέλα μπορεί να καταλάβω ότι μπορεί να μην είναι πολύ καλή. Μπορεί να είναι και τρελή, μπορεί να έχει άλλα προβλήματα με το νου της. Δεν ξέρω. Ενώ όταν βλέπω μια κοπέλα έτσι... με το ντύσιμο της να είναι λίγο κλειστό, σεμνό, τα μαλλιά της να είναι λίγο πάνω, μπορεί να καταλάβω ότι είναι καλή κοπέλα!
(Ροδοθέα, 10 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Παράλληλα, τα παιδιά επιβεβαίωσαν αρνητικά στερεότυπα που αφορούν τα κορίτσια με σεξουαλικοποιημένο στυλ, αφού τα χαρακτήρισαν ως λιγότερο έξυπνα και με χαμηλότερες επιδόσεις στο σχολείο, με το επιχείρημα ότι κύρια τους απασχόληση αποτελεί η εμφάνιση, η μόδα και το ενδιαφέρον για τα αγόρια κι όχι το διάβασμα (βλ. Stone κ.ά., 2015). Τέτοιες αντιλήψεις είναι πιθανόν να εσωτερικευθούν κι από τα ίδια τα κορίτσια, τα οποία «αποδεχόμενα» τη χαμηλότερη τους ικανότητα, μειώνουν τις θετικές προσδοκίες από τον εαυτό τους (Graff κ.ά., 2013). Τα παρακάτω αποσπάσματα προέκυψαν από τη δραστηριότητα με τις χάρτινες κούκλες, σε μια ερώτηση που δεν υπήρχε στον οδηγό των Starr και Ferguson (2012), αλλά είχε προστεθεί από εμένα:

ΓΚ: Ποια είναι η πιο καλή μαθήτριά νομίζεις;
Θεόδωρος: Η ίδια [δείχνει τη μη σεξουαλικοποιημένη κούκλα]. Επειδή αυτήν, όλοι τη θέλουν και δεν ασχολείται με τα μαθήματα, δεν συγκεντρώνεται, μόνο ασχολείται με το να ντύνεται έτσι.

(Θεόδωρος, 11 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

ΓΚ: Ποια είναι η πιο καλή μαθήτριά;

Νίκος: Νομίζω αυτή [δείχνει τη μη σεξουαλικοποιημένη κούκλα]. Επειδή τούτη [σεξουαλικοποιημένη κούκλα] μπορεί να ασχολείται παραπάνω με την εμφάνιση της κι έτσι, ενώ τούτη με το διάβασμα της.

(Νίκος, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Φαίνονται λοιπόν οι έντονες αντιθέσεις και αμφισημίες που χαρακτηρίζουν την ερμηνεία του σεξουαλικοποιημένου στυλ στην κουλτούρα των παιδιών. Το «σέξι» είναι ταυτόχρονα καλό και κακό· είναι δελεαστικό, αλλά και αηδιαστικό· είναι επιθυμητό, αλλά χαζό και ανήθικο. Τα όρια για το πόσο «σέξι» ένα κορίτσι «δικαιούται» να είναι και το πόσο δέρμα μπορεί να δείξει είναι ρευστά και ακαθόριστα και χρειάζεται μεγάλη πολιτισμική γνώση και «μαεστρία» από τα κορίτσια ώστε να «γνωρίζουν» τι είναι ακριβώς αυτό που πρέπει να κάνουν για να το κάνουν «σωστά». Η θολή αυτή εικόνα για την ιδανική «σέξι» θηλυκότητα είναι πιθανόν να δημιουργεί στα κορίτσια ανησυχία για τον τρόπο που κοινωνικά είναι αποδεκτό να ντύνονται, ώστε να αρέσουν. Έτσι, η ανάπτυξη (ετερο)σεξουαλικής θηλυκότητας αποτελεί, από τη μια, πηγή ενδυνάμωσης για τα κορίτσια, εξαιτίας του αυξημένου κοινωνικού κεφαλαίου και αποδοχής που τους προσφέρει, αλλά από την άλλη, ταυτόχρονα τα αποδυναμώνει, αφού δημιουργεί ανησυχίες για απόρριψη λόγω υπερβολής. Παράλληλα τα ρευστά όρια ιδανικής προβολής «σέξι» στοιχείου προκαλεί ανασφάλειες για τη σωστή επιτέλεση σέξι θηλυκότητας από τα κορίτσια.

Συμπερασματικά, όσον αφορά την ανάπτυξη (ετερο)σεξουαλικών θηλυκότητων με βάση τη μόδα, φαίνεται να υπάρχει μια πολυσύνθετη σχέση μεταξύ του τι η βιομηχανία παιδικής μόδας προωθεί, των ανησυχιών που εκφράζονται από τους ενήλικες και της ερμηνείας και κατανόησης που προκύπτει από τα ίδια τα παιδιά. Τα δεδομένα δείχνουν μια πολύπλοκη ανάγνωση της θηλυκότητας αυτής από τα παιδιά, που εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, όπως την καταλληλότητα των προθέσεων, των πρακτικών και του πλαισίου στα οποία εφαρμόζονται, συνεπώς η μη κριτική αποδοχή των διάφορων σχετικών ανησυχιών θα ήταν παραπλανητική. Ακόμα η σεξουαλικοποιημένη θηλυκότητα αποτελεί ταυτότητα που μπορεί ταυτόχρονα να ενδυναμώνει, αλλά και να περιορίσει και να τιμωρήσει τα κορίτσια με πολλαπλούς και αντιφατικούς τρόπους, φανερώνοντας το διπλό σεξουαλικό στάνταρτ και παγίδα με το οποίο τα κορίτσια έρχονται αντιμέτωπα. Επηρεαζόμενα κι από τις αναπαραστάσεις της δημοφιλούς κουλτούρας και των ΜΜΕ σε σχέση με τη σέξι φύση της μόδας, τα κορίτσια άλλες φορές επενδύουν κι άλλες φορές

αστυνομεύουν τόσο τα δικά τους σώματα, όσο και τα σώματα άλλων κοριτσιών, πολλές φορές με βάση καταπιεστικούς λόγους που στηρίζονται στα πρότυπα του πολιτισμικά ιδανικού λεπτού σώματος ή με την ηθική καταδίκη των κοριτσιών που αναπτύσσουν σεξουαλικές θηλυκές υποκειμενικότητες.

Στο επόμενο σημείο θα συζητηθεί ο τρόπος επιτέλεσης ηγεμονικών αρρενωποτήτων με βάση τη μόδα και την παρουσίαση του σώματος, ερμηνείες και οπτικές παιδιών αναφορικά με την ανάπτυξη (ετερο)σεξουαλικών αρρενωποτήτων, ενώ θα συζητηθούν ενδεχόμενες αντιφάσεις στον τρόπο κοινωνικής αντιμετώπισης των σεξουαλικών αρρενωπών και θηλυκών ταυτοτήτων.

Αγόρια, ένδυση και το ενεργό σώμα. Στην κουλτούρα των συνομηλίκων υπάρχουν συλλογικά μηνύματα και ξεκάθαρα αναμενόμενες νόρμες, όσον αφορά τη σημασία του να είναι κανείς αγόρι. Συνεπώς υπάρχουν συγκεκριμένα είδη αποδεκτής αρρενωπής ταυτότητας που είναι σε θέση να επιβραβεύσουν κοινωνικά και να τοποθετήσουν τα αγόρια, που επιτυχημένα τις επιτελούν, σε ψηλό σημείο της ιεραρχίας στην ομάδα των συνομηλίκων (Adler & Adler, 1998). Το σώμα χρησιμοποιείται ως κυρίαρχο μέσο στην κατασκευή μιας αποδεκτής αρρενωπότητας και έχει τη δυνατότητα, στην κατάλληλη μορφή του, να προσφέρει στάτους και κοινωνική αποδοχή. Η παρούσα έρευνα επιβεβαιώνει προηγούμενες έρευνες (βλ. Pilcher κ.ά., 2004· Renold, 2005, 2013· Swain, 2002, 2003), φανερώνοντας ότι τα πιο κυρίαρχα χαρακτηριστικά ενός αποδεκτού αγορίστικου σώματος αποτελούν η καλή σωματική του κατάσταση, η οποία προσφέρει μέγιστη αθλητική ικανότητα και υπεροχή στα αθλήματα, η μυώδης σωματική του διάπλαση και η σκληρότητα. Τα αγόρια ακόμα δομούν την αρρενωπή τους ταυτότητα χρησιμοποιώντας το σώμα τους ως κοινωνικό σύμβολο που επιδεικνύεται κατάλληλα μέσω αθλητικών ρούχων και παπουτσιών από ακριβές μάρκες.

Τα αγόρια, όπως αναφέρθηκε και σε άλλα σημεία, διαφοροποιούν έντονα τον εαυτό τους από τα κορίτσια, δηλώνοντας έλλειψη ενδιαφέροντος για την ομορφιά, τη μόδα και ιδιαίτερα για το σέξι και προκλητικό στυλ στην ένδυση. Ταυτόχρονα, τα αγόρια της παρούσας έρευνας δεν φάνηκε να βιώνουν έντονη δυσαρέσκεια σε σχέση με το σώμα τους, ούτε φανερούς περιορισμούς στις ενδυματολογικές τους επιλογές αναλόγως του σωματότυπού τους. Παρόλα αυτά, αυτό δεν σημαίνει ότι τα αγόρια δεν βιώνουν ανασφάλειες σε σχέση με το σώμα τους ή ότι δεν βιώνουν την πίεση να παρουσιάσουν το σώμα τους με συγκεκριμένο τρόπο που θα ανταποκρίνεται στα πρότυπα της αποδεκτής αρρενωπότητας και θα τα κάνει να δείχνουν σέξι και επιθυμητά.

Ωστόσο, τα προϊόντα που απευθύνονται στα αγόρια και μεταφέρουν «σέξι» και

«σεξουαλικά» σινιάλα είναι πολύ περιορισμένα, αφού οι τάσεις της μόδας, όσον αφορά τα αγόρια, αποτελούν ρούχα φαρδιά και λιγότερο αποκαλυπτικά, συνεπώς η κάλυψη του σώματος τους θεωρείται κάτι αναμενόμενο και αποδεκτό. Έτσι, η συμπεριφορά ενός αγοριού αποτελεί την κυριότερη ένδειξη ότι ένα αγόρι ενδιαφέρεται να παρουσιάσει τον εαυτό του με σεξουαλικό τρόπο κι όχι τόσο η ένδυση (Buckingham κ.ά., 2010). Παρόλα αυτά, συγκεκριμένα στυλ ένδυσης όπως αθλητικές μάρκες, σχισμένα τζιν, μπλουζάκια με λόγγο, αλλά και μαλλιά με τζελ και ιδιαίτερα κουρέματα, κυρίως στα πρότυπα των ποδοσφαιριστών, καθώς και καλλυντικά, όπως κολόνιες και αποσμητικά, αυξάνουν την αυτοπεποίθηση τους και είναι αποδεκτά στην ομάδα των συνομηλίκων. Αυτά αποτελούν στοιχεία ενήλικης ετεροσεξουαλικής αρρενωπότητας (βλ. Buckingham κ.ά., 2010· Renold, 2005), αλλά και μετροσέξουαλ αρρενωπότητας, η οποία δίνει έμφαση στην παρουσίαση και φροντίδα της εξωτερικής εμφάνισης (Segal, 1993) και η οποία προωθείται έντονα από lifestyle περιοδικά και διάσημους αστέρες, όπως ο David Beckham (Ricciardelli κ.ά., 2010). Όπως είπε ο Σίφης (11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό): «Αν πας (κάπου) με αθλητικά, τζιν, μοντέρνα ρούχα, κάνεις ωραία τα μαλλιά σου, θα σου λεν ωραία σχόλια», ενώ ο Φίλιππος (10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό): «Κάνω τα μαλλιά μου σαν τον Cristiano Ronaldo. Τα φτιάχνω, βάζω τζελ και προσέχω να μην τα χαλάσω».

Επιπλέον, εξαιρετικά σημαντικό στοιχείο που προσθέτει στην ετεροσεξουαλική ελκυστικότητα των αγοριών αποτελεί το γυμνασμένο, δυνατό, μυώδες, σχηματισμένο, αλλά και κατάλληλα λεπτό σώμα. Το λεπτό σώμα, αξίζει να σημειωθεί, βρίσκεται σε μια αντιφατική κατάσταση και λεπτή γραμμή για τα αγόρια, αφού από τη μια, το σώμα πρέπει να είναι λεπτό, ως απαραίτητο στοιχείο της αθλητικής τους εμφάνισης και ικανότητας, αλλά από την άλλη όχι πάρα πολύ λεπτό, κάτι που θα φανέρωνε σωματική αδυναμία και περιορισμένη μυϊκή δύναμη. Το γυμνασμένο και δυνατό σώμα, λοιπόν, εκτός από την ενίσχυση των καλών αθλητικών επιδόσεων του αγοριού, ταυτόχρονα θα προσφέρει πολλές δυνατότητες, όπως σκληρότητα, επιτυχή αντιμετώπιση των κινδύνων, προσφορά ασφάλειας στους γύρω του (ιδιαίτερα στις γυναίκες), αλλά και σημαντική συμβολή στην όμορφη εμφάνιση του, αλλά και στην υγεία του. Τα αγόρια παρακάτω, φάνηκε να χρησιμοποιούν το γυμνασμένο και δυνατό σώμα ως μέσο που ικανοποιεί τη φαντασίωση τους για την εικόνα του ιδανικού «άνδρα» και της ετεροσεξουαλικά ελκυστικής αρρενωπότητας που θέλουν να κτίσουν, τόσο στο παρόν, όσο και στο μέλλον.

Άγγελος: (Ένας γυμνασμένος άνδρας) Θα μπορεί να τρέχει, να παίζει ποδόσφαιρο, να έχει δύναμη να κλωτσά τη μπάλα, να γυμνάζεται κάθε μέρα για να αρέσει στη γυναίκα του.

[...]

ΓΚ: Άρα στις γυναίκες, στα κορίτσια αρέσουν οι γυμνασμένοι;

Άγγελος: Ναι, όχι οι χοντροί! Οι γυμνασμένοι. Μπορεί να τους αρέσει το κορμί τους, τα μπράτσα τους, να νιώθουν ασφάλεια. Άμα βρει κάποιον άνδρα και τον εμπιστεύεται, επειδή έχει δυνατό κορμί, αν έρθει κάποιος κλέφτης ή κάποιος να της κάνει κακό, θα μπορεί να τη σώσει. Θα νιώθει ασφάλεια μαζί του. Μπορεί να νιώθει τόση πολλή αγάπη μέσα του, στην καρδιά του για εκείνη και να έχει δύναμη να την προστατεύσει.

(Άγγελος, Νίκος, Σίφης, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Για αυτό, κάποια αγόρια έδειξαν ενδιαφέρον προς πιο αποκαλυπτικό στυλ ένδυσης. Παρακάτω ο Ηλίας ανέφερε ότι του αρέσουν τα πουκάμισα που έχουν ανοικτά τα κουμπιά στο στήθος, έτσι ώστε να επιδεικνύει τους μυς και το γυμνασμένο του σώμα. Με αυτό τον τρόπο θα καταφέρει να προσελκύσει το ενδιαφέρον και το θαυμασμό των κοριτσιών και θα καταφέρει να κάνει «σχέση» μαζί τους, κάτι που θα τον κάνει «διάσημο» στο σχολείο.

Ηλίας: Στο πράσινο πουκάμισο (μου αρέσει) το κενό που έχει εδώ (στο στήθος) για τα κορίτσια... Να το βλέπουν και να με θαυμάζουν. [...]

Μπορεί να ανοίξεις σχέση μαζί τους. [...] Ερωτική σχέση, φιλική σχέση και να γίνεις διάσημος στο σχολείο.

(Ηλίας, 10 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Ταυτόχρονα, όπως αναλύθηκε προηγουμένως, τα αγόρια δείχνουν έντονο ενδιαφέρον για αθλητικά ρούχα και παπούτσια από διάσημες μάρκες, ενώ οι μάρκες που συνήθως προωθούνται από ποδοσφαιριστές και διάσημες ομάδες έχουν ιδιαίτερα σημαντική συμβολική σημασία, την οποία κατανοούν ακόμα και πολύ νεαρά αγόρια, μιας και οι αστέρες του αθλητισμού αποτελούν από τα πιο ισχυρά εμπορικά πολιτισμικά είδωλα που έχουν τη δύναμη να διαμορφώσουν τις παιδικές ταυτότητες (Boden, 2006α). Όπως αναφέρει ο Edwards (1997) το αθλητικό στυλ επικαλείται έντονα την αρρενωπή δύναμη και σεξουαλικότητα, ενώ όπως αναφέρεται στη θεωρία της ηγεμονικής αρρενωπότητας (Connell, 1995), υπάρχει έντονος ο συσχετισμός μεταξύ αρρενωπότητας, αθλητισμού, δύναμης και εξουσίας. Τα δεδομένα στην παρούσα έρευνα, συμβαδίζουν με προηγούμενες (βλ. Swain, 2002, 2003), δείχνοντας ότι η ένδυση με μοντέρνο αθλητικό στυλ, εκφράζει ένα αρρενωπό στυλ ενσώματης κατάστασης, με το οποίο τα αγόρια δείχνουν αθλητικά, δημοφιλή και συνεπώς «cool». Περαιτέρω σχετική ανάλυση για την κοινωνική σημασία

των μαρκών, ως μια από τις πιο περιορισμένες οδούς προς επιτέλεση ενήλικης αρρενωπότητας, έχει γίνει σε προηγούμενο σημείο.

Πέραν όμως της συμβολικής αξίας των αθλητικών μαρκών όσον αφορά την επιτέλεση ηγεμονικής αρρενωπότητας, πολλές φορές φαίνεται ότι η προτίμηση για αθλητικό στυλ στην ένδυση σχετίζεται και με την πραγματική εμπλοκή των περισσότερων αγοριών με τον αθλητισμό και με συγκεκριμένα αθλήματα, κυρίως με το ποδόσφαιρο. Όσον αφορά τα κορίτσια, αν και επίσης αναφέρθηκαν συχνά στο ενδιαφέρον τους για αθλητικές μάρκες, ωστόσο στις πλείστες περιπτώσεις δεν ανέφεραν ως αγαπημένο τους στυλ το αθλητικό, αλλά πιο «θηλυκά» αντικείμενα μόδας όπως γυαλιστερά φορέματα με glitter, με έντονα χρώματα, σχέδια κλπ. Η μη προτίμηση στα αθλητικά ρούχα πιθανόν να συνδέεται τόσο με εναλλακτικούς τρόπους που έχουν στη διάθεση τους όσον αφορά την επιτέλεση της θηλυκής τους ταυτότητας, όσο και με το μειωμένο ενδιαφέρον που τα περισσότερα κορίτσια στην έρευνα επέδειξαν για τον αθλητισμό.

Συνεπώς, φαίνεται ότι τόσο η μόδα, όσο και το σώμα, αποτελούν σημαντικά εργαλεία για την επιτέλεση της αρρενωπότητας από τα αγόρια, ενώ υπάρχουν σημαντικές διαφορές στην έκφραση της παιδικής θηλυκότητας και αρρενωπότητας μέσω των εργαλείων αυτών. Παρόλα αυτά, όπως επιτυχημένα οι Buckingham κ.ά. (2010) επισημαίνουν, ενώ το γυμνασμένο, μυώδες και δυνατό σώμα, καθώς και το αθλητικό στυλ, που το αναδεικνύει, αλλά και η μετροσέξουαλ εμφάνιση, ερμηνεύεται από τα αγόρια ως ένδειξη εξιδανικευμένης μορφής ενήλικης αρρενωπότητας και σεξουαλικότητας και συνεπώς μπορεί να εκληφθεί ως μια μορφή σεξουαλικοποίησης των αγοριών και της παιδικής αρρενωπότητας, ωστόσο οι ανησυχίες περί σεξουαλικοποίησης αφορούν κυρίως τα κορίτσια. Ενώ δηλαδή το ιδεώδες του αθλητικού και δυνατού σώματος που θυμίζει ενήλικη ηγεμονική ετεροσεξουαλική αρρενωπότητα επίσης προκαλεί την οριοθέτηση παιδιού-ενήλικα, εντούτοις δεν ερμηνεύεται ως ένδειξη απώλειας της αθωότητας των αγοριών και ως ανησυχητικό φαινόμενο με αρνητικές συνέπειες, όπως συμβαίνει με τη βιβλιογραφία για τη σεξουαλικοποίηση των κοριτσιών. Υπάρχουν λοιπόν διπλά στάνταρτς και διακριτές έμφυλες διαφορές στον τρόπο που οι διάφορες πρακτικές των παιδιών εκλαμβάνονται από τους ενήλικες και από τη σχετική βιβλιογραφία. Για τα κορίτσια υπάρχει η έντονη ανησυχία για απώλεια της παιδικής αθωότητας και ηθικής κατακύλας μέσω της «απρεπούς» σεξουαλικοποίησης των σωμάτων τους και της επιθυμίας να μεγαλώσουν πολύ σύντομα, ενώ η επιθυμία αυτή από τα αγόρια, μέσω του αθλητικού στυλ και σώματος, θεωρείται αποδεκτή και αθώα και συνεπώς δε λαμβάνει την ίδια ανταπόκριση.

Συμπεράσματα

Σε αυτό το κεφάλαιο σκοπός ήταν η εις βάθος κοινωνιολογική ερμηνεία της οπτικής, των εμπειριών και των πρακτικών κατανάλωσης μόδας από παιδιά 8-13 ετών, ως μέρος συγκρότησης των υποκειμενικοτήτων τους. Όπως αναφέρθηκε στην εισαγωγή, υπάρχει μεγάλη κοινωνιολογική θεωρία όσον αφορά την κατανάλωση και την παιδικότητα, ως δύο όμως ξεχωριστούς τομείς, αλλά και για τη φεμινιστική σκέψη σε σχέση με την ομορφιά. Ωστόσο, πολύ λίγα γνωρίζουμε για τη *σχέση* μεταξύ παιδικότητας, κατανάλωσης και ομορφιάς, αφού η εμπειρική κοινωνιολογική έρευνα σε σχέση με την κοινωνικοπολιτισμική σημασία της κατανάλωσης μόδας στις ζωές των παιδιών και στον τρόπο που τα παιδιά, ως αυτόνομα και ενεργά άτομα, χρησιμοποιούν την ένδυση ως μέσο παρουσίασης του εαυτού τους είναι πολύ περιορισμένη.

Λαμβάνοντας λοιπόν υπόψη ότι η κουλτούρα, προκύπτει μέσα από τις πράξεις και τις δράσεις των ανθρώπων κι όχι μέσα από τα τεχνουργήματα (Best, 1998), είναι σημαντικό να μελετήσουμε τον ρόλο των παιδιών ως καταναλωτές, τον τρόπο που εμπλέκονται στην κουλτούρα και τη σημασία της εμπλοκής τους στην καθημερινή τους ζωή και σε ευρύτερα θέματα κοινωνικής οργάνωσης. Είναι ακόμη σημαντικό να μελετήσουμε πώς η κατανάλωση κατευθύνει τις κοινωνικές σχέσεις, αν αντιπροσωπεύει δομικές ανισότητες και πώς συνδέεται με πολιτισμικές ιδεολογίες, με τη δόμηση της υποκειμενικότητας, με την επιθυμία ή με την ευχαρίστηση. Με άλλα λόγια, να μελετηθεί ο τρόπος με τον οποίο τα παιδιά εμπλέκονται με την υλική κουλτούρα, νοηματοδοτώντας τον κόσμο των αντικειμένων και της κατανάλωσης, όχι μόνο σε ατομικό επίπεδο, αλλά με βάση πολλαπλές κοινωνικές σχέσεις και αλληλεπιδράσεις σε κοινωνικό και οικογενειακό επίπεδο.

Ένα θέμα που επανέρχεται συνεχώς στο κεφάλαιο αυτό είναι η χρήση της μόδας από τα παιδιά ως μέσο που ικανοποιεί το στοιχείο της φαντασίας, αφού χρησιμοποιείται, μεταξύ άλλων, ως μέρος πρόβας για παρουσίαση του είδους του ατόμου που θέλουν να είναι, τόσο στο παρόν, όσο και στο μέλλον (Guy & Banim, 2000). Όπως φάνηκε από τον λόγο των παιδιών, μέσω της κατανάλωσης είναι δυνατό να δημιουργηθεί μια συμβολική οργάνωση της πραγματικότητας. Σε αυτό το πλαίσιο, άξονες όπως η κοινωνική κατάσταση, το φύλο, η ηλικία και το κοινωνικοοικονομικό υπόβαθρο των παιδιών, οι σχέσεις με την οικογένεια και τους συνομηλίκους, αλλά και η κατοχή αγαθών με έκδηλη τη συμβολική τους σημασία, κατέχουν σημαντική θέση στον τρόπο με τον οποίο τα παιδιά δημιουργούν και παρουσιάζουν δημόσια τον εαυτό τους, αποδεικνύοντας την ενεργή, «αποφασισμένη» (Pilcher, 2013) και με εμπρόθετη δράση τους ως καταναλωτές στον τομέα της ένδυσης.

Έτσι, όσον αφορά το κοινωνικό πλαίσιο, τα παιδιά έχουν την ικανότητα να αναγνωρίζουν πολύ καλά την καταλληλότητα της μόδας αναλόγως του χώρου και της περιστασης, για αυτό και διαχωρίζουν τα ρούχα τους, αναλόγως, σε επίσημα, πρόχειρα, ρούχα γάμου κλπ. Η θεωρία του Bourdieu (1979/2006), σχετικά με την ταξική διάκριση στο γούστο και στις πρακτικές που συνοδεύουν τις ενδυματολογικές επιλογές ανταποκρίνεται άμεσα στα παιδιά της έρευνας. Στο πλαίσιο αυτό λοιπόν, σε παιδιά χαμηλότερου κοινωνικοοικονομικού υπόβαθρου, κυρίως στα αγόρια στο χωριό, παρατηρείται μια καθαρά λειτουργιστική και πρακτική αντίληψη της μόδας, δίνοντας έμφαση στην ουσία και στο «είναι» και όχι στην αισθητική και στο «φαίνεσθαι», ενώ κάνουν μεγαλύτερη διάκριση μεταξύ πρόχειρων ρούχων που εξυπηρετούν λειτουργικές ανάγκες, με τα ακριβά και επίσημα τους ρούχα που αποτελούν προνόμια των ανώτερων τάξεων. Ταυτόχρονα όμως, αναγνωρίζοντας ότι κάποιες πρακτικές που ακολουθούν, όπως η χρήση μεταχειρισμένων ρούχων, τα κατηγοριοποιούν στη θέση του «φτωχού», δείχνουν πολιτισμική καλή θέληση και θέλουν να απομακρυνθούν από αυτές, ώστε η μόδα και οι πρακτικές που χρησιμοποιούν να μην προδίδουν την ταυτότητά τους. Όσον αφορά κορίτσια, κυρίως στην πόλη, διαθέτουν την αίσθηση του «καλού» και «εκλεπτυσμένου» γούστου, στο οποίο δεν χωρούν οι υπερβολές και τα φανταχτερά στολίδια, τα οποία δημιουργούν μια «καρναβαλίστικη» διάθεση και δεν είναι καλόγουστα. Συχνά τα κορίτσια αυτά έντονα εκφράζουν την αντίθεσή τους στα στυλ που δεν εγκρίνουν, διαχωρίζοντας έτσι τον εαυτό τους από το «κακό γούστο».

Η ηλικιακή συμβατότητα επηρεάζει τις επιλογές των παιδιών, τα οποία, θέλοντας να εκφράσουν μια εφηβική ταυτότητα που αποδίδει μεγαλύτερο στάτους, θέλουν να διαχωρίζουν τον εαυτό τους από «παιδικά» και «μωρουδιακά» ρούχα, αλλά κι από «μεγαλίστικα» ρούχα που δεν αρμόζουν με την ηλικία τους, αν και αυτό είναι ένα θέμα αμφίσημο, που επανέρχεται σε μεγαλύτερη ανάλυση στη συζήτηση σχετικά με τη σεξουαλικοποιημένη μόδα.

Αναφορικά με την επιτέλεση αρρενωποτήτων και θηλυκοτήτων (Butler, 1990), οι επιλογές στη μόδα αποτελούν κλειδί ως ένα από τα πιο κυρίαρχα και ορατά σημεία παρουσίασης της έμφυλης ταυτότητας των παιδιών. Το φύλο φοριέται μέσω των ρούχων (Craik, 1994), συνεπώς υπάρχουν αυστηρά οροθετημένα στερεότυπα σε σχέση με τη συμβατική κοριτσίστικη ή αγορίστικη εμφάνιση. Υπάρχουν, με άλλα λόγια, συγκεκριμένες προσδοκίες βασισμένες σε πατριαρχικά και πολλές φορές καταπιεστικά αισθητικά πρότυπα θηλυκότητας και αρρενωπότητας, στα οποία κορίτσια και αγόρια συχνά περιορίζονται και δεν είναι πρόθυμα να διαπραγματευτούν. Παρόλα αυτά, υπάρχουν παιδιά με αυξημένη κριτική διάθεση, τα οποία τόσο με το ντύσιμό τους, όσο και με τη

γενικότερη συμπεριφορά και δράση τους αμφισβητούν έμφυλες νόρμες σε σχέση με την ένδυση.

Ταυτόχρονα, η ενασχόληση με τα ψώνια και τη μόδα αποτελούν δραστηριότητες που εντάσσονται έντονα στους λόγους της έμφυλης παιδικότητας, αφού τα παιδιά, θεωρούν ότι αποτελούν καθαρά κοριτσίστικες δραστηριότητες, με τα αγόρια έντονα να προσπαθούν να απομακρυνθούν από το ενδιαφέρον αυτό, ως μέσο βαθιάς αντίθεσης από τις κοριτσίστικες ταυτότητες και συνεπώς απόδειξης της αρρενωπότητάς τους. Ωστόσο, οι δηλώσεις αυτές, μέσα από προσεκτικότερη ανάγνωση του λόγου των αγοριών φαίνεται να μην αποτελούν πάντοτε την πραγματικότητα, αφού και τα αγόρια ενδιαφέρονται για τη μόδα και για την παρουσίαση μιας αποδεκτής αρρενωπότητας μέσω αυτής.

Επίσης, κατοχή συγκεκριμένων υλικών αγαθών μόδας, όπως οι αθλητικές μάρκες, βρίσκονται σε άμεση συνάρτηση με το κοινωνικό στάτους του ατόμου, για αυτό χρησιμοποιούνται από τα παιδιά ως μέσο δημιουργίας και ορθής δημόσιας παρουσίασης του εαυτού τους. Είναι ένα αγαθό με βασική πολιτισμική σημασία ιδιαίτερα για τα αγόρια, τα οποία, μέσω αυτών εκφράζουν μια ηγεμονική, εξιδανικευμένη μορφή αρρενωπότητας. Πέρα από την έμφυλη ταυτότητα, οι μάρκες συμβάλλουν στη δημιουργία κι άλλων ταυτοτήτων με θετική χροιά, όπως «πλούσιος», «δημοφιλής» κλπ, αποτελώντας ισχυρά σύμβολα ενίσχυσης της κοινωνικής ιεραρχίας στο πλαίσιο της ομάδας των συνομηλίκων.

Τα πιο πάνω αποδεικνύουν την ενημερωμένη και ενεργή θέση των παιδιών ως καταναλωτές μόδας. Ταυτόχρονα φανερώνουν τη συμβολική δύναμη της μόδας στην κοινωνική ενσωμάτωση ή απόρριψη του ατόμου. Τα παιδιά, γνωρίζοντας πολύ καλά ότι η προσωπικότητά τους κρίνεται σε μεγάλο βαθμό με βάση την εμφάνιση, προσέχουν τι φορούν και πώς το φορούν, ώστε να επιτελέσουν τον εαυτό τους με τον τρόπο που θεωρούν πιο κατάλληλο, βιώνοντας την αίσθηση του ανήκειν στο κοινωνικό σύνολο.

Σε ένα άλλο επίπεδο, τα παιδιά έχουν να διαχειριστούν μια κλασική ιδεολογική καταναλωτική σύγκρουση όσον αφορά τις ενέργειές τους σε σχέση με τη μόδα: αυτή μεταξύ της μοναδικότητας του ατόμου που επιζητεί διαφοροποίηση μέσω της εμφάνισής του και του συμβιβασμού στις νόρμες της ομάδας (Keller & Kalmus, 2009). Στο δίλημμα αυτό δεν υπάρχει ένας και μοναδικός δρόμος και σωστή λύση, αφού άλλα παιδιά επιλέγουν το «δύσκολο» δρόμο της αυθεντικότητας, κάτι όμως που αν γίνει με το σωστό τρόπο εκτιμάται, κι άλλες φορές θυσιάζουν το προσωπικό τους γούστο στο βωμό του συλλογικού εξασφαλίζοντας κοινωνική αποδοχή. Όσον αφορά τα παιδιά που επιλέγουν την αυθεντικότητα, είναι ενδιαφέρον και αντιφατικό το γεγονός ότι η μαζικότητα στην παραγωγή αγαθών μόδας είναι τόσο έντονη, με αποτέλεσμα η αυθεντική παρουσίαση του εαυτού, πέρα από τα όρια της προωθούμενης μόδας, να αποτελεί δύσκολο έργο, αφού

είναι δύσκολο για τα παιδιά να αποστασιοποιηθούν πλήρως από πολιτισμικές επιρροές. Με άλλα λόγια, υπάρχει μια αντίφαση ανάμεσα στην ιδέα ότι κάποιος/α μπορεί να «επιλέξει» το στυλ του/της, αφού στην πραγματικότητα οι επιλογές δεν είναι ποτέ απεριόριστες, αλλά είναι τοποθετημένες σε συγκεκριμένα κοινωνικά, πολιτισμικά και οικονομικά πλαίσια. Ωστόσο, περισσότερη σημασία έχει η ιδεολογική προσέγγιση του διλήμματος και η επιθυμία κάποιων παιδιών για μοναδική παρουσίαση της ταυτότητάς τους, με τρόπο που θα τα διαφοροποιεί από τον περίγυρό τους. Επιπλέον, αναφορικά με το παραπάνω δίλημμα, σημαντικό είναι ότι τα παιδιά, αναγνωρίζοντας τη συμβολική αξία της μόδας, ζυγίζουν τις καταστάσεις και παίρνουν συνειδητές αποφάσεις, χωρίς να λειτουργούν τυχαία και σπασμωδικά. Έτσι βλέπουν τι είναι αυτό που θα αποδώσει καλύτερα τον εαυτό τους, πώς θα αισθάνονται καλύτερα, και αναλόγως κρίνουν, έχοντας κάθε φορά τα κατάλληλα επιχειρήματα για να δικαιολογήσουν και να ερμηνεύσουν τις αποφάσεις τους.

Ο γραμματισμός στη μόδα, η πολιτισμική γνώση που τα παιδιά αποκτούν, τόσο σε πρακτικό όσο και σε συμβολικό επίπεδο, πηγάζει από το οικογενειακό τους περιβάλλον, αλλά κυρίως από το πλαίσιο της παρέας, ιδιαίτερα της κοριτσίστικης παρέας. Ιδιαίτερα η αρένα της παρέας προσφέρει σημαντική γνώση για το κτίσιμο έμφυλων καταναλωτικών ταυτοτήτων των παιδιών στην προεφηβεία, αλλά ταυτόχρονα, συζητήσεις περί μόδας στην παρέα, έχουν τη δύναμη για ενδυνάμωση των φιλικών δεσμών, φανερώνοντας την ισχύ της μόδας και της κατανάλωσης ως μέσα κοινωνικής ένταξης ή απομόνωσης του ατόμου.

Όσον αφορά τα σεξουαλικοποιημένα αγαθά μόδας που απευθύνονται στα παιδιά, αυτά αποτελούν αγαθά που συμβάλλουν στη συγκρότηση υποκειμενικότητας που προσομοιάζουν ενήλικες ή εφηβικές θηλυκότητες και αρρενωπότητες. Τόσο τα κορίτσια, όσο και τα αγόρια ενδιαφέρονται να δομήσουν μια υποκειμενικότητα που θα τα απομακρύνει από τον παιδικό λόγο με διαφορετικούς τρόπους σε κάθε περίπτωση. Συχνά τα κορίτσια στοχεύουν σε μια εμφάνιση υπερθηλυκή, με λεπτό σώμα και με αγαθά μόδας και αξεσουάρ, όπως τακούνια και μακιγιάζ που τις κάνουν να μοιάζουν μεγαλύτερες. Για τα αγόρια η ενήλικη αρρενωπότητα κτίζεται με κύριο όργανο το αθλητικό, μυώδες, δυνατό και ενεργό σώμα που αναδεικνύεται μέσα από συγκεκριμένο ύφος μόδας, όπως τις αθλητικές μάρκες, που εκφράζουν μια ηγεμονική μορφή σεξουαλικής αρρενωπότητας, αλλά συχνά και μέσω της δόμησης μιας μετροσέξουαλ αρρενωπότητας, με ενδιαφέρον προς τη μόδα και τη φροντίδα του σώματος και της εμφάνισης, κάτι που επίσης δημιουργεί μια ετεροσεξουαλική ταυτότητα.

Ωστόσο, οι ανησυχίες που εκφράζονται σε σχέση με τη σεξουαλικοποίηση της παιδικότητας, μέσω της μόδας αφορούν κατά κύριο λόγο τα κορίτσια. Έτσι, αν και τα

αγόρια ενδιαφέρονται να κτίσουν μια ενήλικη αρρενωπότητα με (ετερο)σεξουαλική κατεύθυνση, αυτό δεν ερμηνεύεται ως ανησυχητικό φαινόμενο με αρνητικές συνέπειες, ούτε ως σημάδι απώλειας παιδικής αθωότητας και ηθικής κατρακύλας, όπως συμβαίνει με τη βιβλιογραφία για τη σεξουαλικοποίηση των «ευάλωτων» κοριτσιών, φανερώνοντας διπλά στάνταρτς και διακριτές έμφυλες διαφορές στον τρόπο που οι διάφορες πρακτικές των παιδιών εκλαμβάνονται από τους ενήλικες και από τη σχετική βιβλιογραφία. Τα αγόρια συχνά στη βιβλιογραφία αντιμετωπίζονται ως μια ομοιογενής ομάδα, τα οποία τοποθετούνται στη θέση του κυρίαρχου και δυνατού υποκειμένου που ασκεί την ενεργή ανδρική ματιά και κατέχει τον έλεγχο στα σεξουαλικοποιημένα σώματα των κοριτσιών. Η αρρενωπότητα εξισώνεται με τη δραστηριοποίηση και την ενεργή θέση κι έτσι η προσπάθειά τους να ντύνονται με τρόπο που τα κάνει «να δείχνουν μεγαλύτερα» εκλαμβάνεται ως αθώα μίμηση των ηρώων που παρακολουθούν στις οθόνες τους και μια προσπάθεια για ανάπτυξη (ετερο)σεξουαλικής ταυτότητας, κάτι που αντιμετωπίζεται όχι με ανησυχία, αλλά με θαυμασμό (Bragg, 2015).

Όσον αφορά τα κορίτσια, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι στις περιπτώσεις που ακολουθούν την υπερθηλυκή σεξουαλικοποιημένη εμφάνιση, αυτό γίνεται υπό συγκεκριμένες περιστάσεις και όρους. Υπάρχει λοιπόν διαφοροποίηση στη δημιουργία μιας θηλυκής και περιποιημένης και όμορφης εμφάνισης, προκειμένου να «βγουν έξω», από την πρακτική κατά την οποία η εμφάνιση αυτή χρησιμοποιείται ως μέρος υπόδυσης ρόλου ή πρόβας ενήλικης θηλυκότητας μέσα στο σπίτι. Ταυτόχρονα, η θηλυκή και στολισμένη εμφάνιση των ρούχων συχνά αποτελεί λόγο προτίμησης τους κι όχι απαραίτητα η αποκαλυπτική και σέξι φύση των ρούχων.

Επιπλέον, κορίτσια που βιώνουν ανασφάλειες σε σχέση με το σώμα τους αστυνομεύονται, τόσο από τον εαυτό τους, όσο κι από τους άλλους. Γνωρίζουν επίσης ότι το σέξι στυλ τις αφήνει εκτεθειμένες στη δημόσια σεξουαλική ματιά, συνήθως των αγοριών, έτσι το αποφεύγουν θέλοντας να διατηρήσουν την κοριτσιίστικη σεξουαλική τους αθωότητα. Για τους ίδιους λόγους αναγνωρίζουν ότι το ίδιο αντικείμενο μόδας μεταφέρει διαφορετικούς σεξουαλικούς συνειρμούς αναλόγως της περιστασης που φοριέται, για αυτό είναι πολύ προσεκτικές όσον αφορά την καταλληλότητα του κοινωνικού πλαισίου.

Φαίνεται, ακόμα, ότι η σεξουαλικοποιημένη μόδα διαθέτει σημαντική κοινωνικοποιητική λειτουργία για τα κορίτσια, ως ένδειξη ταυτότητας και κοινωνικού στάτους. Σε αυτό το πλαίσιο, τα κορίτσια παγιδεύονται συχνά σε ένα σεξουαλικό διπλό στάνταρτ (Cowie & Lees, 1981) όσον αφορά τη σέξι εμφάνιση, το οποίο μπορεί να φέρει στα κορίτσια από τη μια ευχαρίστηση και ενδυνάμωση κι από την άλλη πόνο και απόρριψη, αφού από τη μια το σέξι στυλ χαρακτηρίζει τα πιο δημοφιλή και

ετεροσεξουαλικά επιθυμητά κορίτσια, αλλά από την άλλη μεταφέρει το στερεότυπο του κοριτσιού με μειωμένη ηθική και ικανότητες. Δεν υπάρχει καμιά ξεκάθαρη «συνταγή» για το πόσο σέξι και «απελευθερωμένο» ένα κορίτσι «δικαιούται» να είναι, αντιθέτως είναι μια «δύσκολη» πολιτισμική γνώση στην οποία τα κορίτσια πρέπει να βρουν τη χρυσή τομή. Έτσι, ενώ φαινομενικά υπάρχει «ελευθερία» στις επιλογές των κοριτσιών όσον αφορά τη σέξι μόδα, υπάρχουν τεράστιοι περιορισμοί για το αποκαλυπτικό είναι κοινωνικά αποδεκτό να είναι. Ακόμα πιο προβληματικό, όμως, είναι το γεγονός ότι το διπλό αυτό στάνταρτ είναι συνάμα και μη αναγνωρίσιμο. Λειτουργεί τόσο υπόγεια και αόρατα που καθίσταται πολύ δύσκολο για τα κορίτσια (και τα αγόρια) να αναγνωρίσουν τις τεράστιες αντιφάσεις και την αδικία που αυτό το σύστημα φέρει: πως (σχεδόν) ό,τι κι αν κάνουν, μπορεί πάντοτε να «κατηγορηθούν» είτε ως «υπερβολικά σέξι», διαθέσιμες και ανήθικες, είτε ως παλιομοδίτισσες, εμφανισιακά αδιάφορες και μη επιθυμητές. Φαίνεται, γενικότερα, ότι οι κοινωνικές νόρμες και προσδοκίες σχετικά με το ντύσιμο και την εμφάνιση των κοριτσιών είναι πολύ πιο αυστηροί και καταπιεστικοί για τα κορίτσια, σε σχέση με τα αγόρια, τα οποία στις περισσότερες περιπτώσεις δεν έχουν να αντιμετωπίσουν αντίστοιχους περιορισμούς.

Συνεπώς υπάρχει μια πολύπλοκη κατανόηση και σχέση σε σχέση με το τι η βιομηχανία παιδικής μόδας θέλει να προωθήσει, τις γονικές και άλλες ανησυχίες και το τι τελικά τα παιδιά κατανοούν, επιθυμούν και γιατί. Άρα, η μη κριτική αποδοχή των διαφόρων δημόσιων ανησυχιών σχετικά με τη σεξουαλικοποίηση των παιδιών θα αποτελούσε υπεραπλουστευμένη οπτική. Τα ρούχα «μινιατούρες» ενηλίκων που προωθούν ενήλικες σεξουαλικές ταυτότητες υπάρχουν στην αγορά και καταναλώνονται από τα παιδιά σε πολύ μεγάλο βαθμό, αλλά αυτό δεν αποτελεί την πλήρη εικόνα, αφού υπάρχει ποικιλία πρακτικών και σκέψεων σχετικά με το τι τα παιδιά επιθυμούν ή απορρίπτουν και γιατί.

Ταυτόχρονα, οι συζητήσεις για τα σεξουαλικοποιημένα προϊόντα που απευθύνονται σε παιδιά στηρίζονται κατά κύριο λόγο σε υποθέσεις ενηλίκων: υποθέσεις για τη γνώση και κατανόηση των παιδιών σε σχέση με τα προϊόντα αυτά, υποθέσεις για το τι είναι καλό και τι κακό για αυτά, ωφέλιμο και βλαβερό, υποθέσεις για τη σεξουαλικότητα των παιδιών και για τη δημιουργία έμφυλων και σεξουαλικών υποκειμενικοτήτων. Ιδιαίτερα, όσον αφορά την εμπλοκή των αγοριών με τη σεξουαλικοποιημένη κουλτούρα, οι σχετικές έρευνες είναι ακόμα πιο περιορισμένες. Το κεφαλαίο αυτό δεν στηρίχτηκε σε υποθέσεις, αλλά ερεύνησε την οπτική και την κατανόηση των ίδιων των αγοριών και κοριτσιών. Η οπτική των παιδιών φανέρωσε μια πολυσύνθετη κατανόηση που δεν ακολουθεί πάντοτε την ίδια κατεύθυνση. Υπάρχουν

λόγοι, παράγοντες που επηρεάζουν τις πρακτικές και προτιμήσεις των παιδιών και τα παιδιά είναι σε θέση να τις δικαιολογούν και να τις ερμηνεύουν. Αυτή η ερμηνεία είναι εξαιρετικά σημαντική για μια κοινωνιολογική κατανόηση που θα ρίξει φως στις συζητήσεις για τη σεξουαλικοποίηση της παιδικότητας, τις έμφυλες παιδικότητες και την κατασκευή της παιδικότητας στις μοντέρνες καταναλωτικές κοινωνίες.

Γενικότερα στο κεφάλαιο αυτό επιχειρήθηκε σύνδεση και κοινωνιολογική κατανόηση της σχέσης μεταξύ παιδικότητας και καταναλωτισμού, τοποθετώντας τα παιδιά στη θέση των ενεργών και ατζεντικών παραγόντων στη σχέση αυτή, τα οποία δημιουργούν ισχυρή άποψη για τη μόδα και τη χρησιμοποιούν για να μεταδώσουν την αίσθηση του ποιοι είναι τώρα ή ποιοι θέλουν να γίνουν κάποια στιγμή. Η κατανάλωση παιδικής μόδας ένδυσης από παιδιά επηρεάζεται από πολιτισμικούς καθοριστικούς παράγοντες παιδικότητας (James & James, 2004), δηλαδή κοινωνικούς, πολιτισμικούς θεσμούς, δομές, λόγους και πρακτικές που ορίζουν πολιτισμικά την παιδικότητα, αφού η γνώση που τα παιδιά αποκτούν για τη συμβολική σημασία διαφόρων στυλ και αγαθών μόδας δομείται σε άμεση αλληλεπίδραση με σημαντικούς κοινωνικοποιητικούς παράγοντες όπως είναι οι συνομήλικοι, η οικογένεια, η αγορά και βιομηχανία μόδας και τα ΜΜΕ.

Η κατανάλωση στον τομέα της μόδας αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο για δημιουργία τόσο της προσωπικής, όσο και της συλλογικής υποκειμενικότητας και μέσο εξασφάλισης ενσωμάτωσης ή απομάκρυνσης από μια πολιτισμική ομάδα. Η μόδα λοιπόν αποτελεί ένα ερμηνευτικό μέσο, ένα σημαντικό πολιτισμικό κώδικα, ένα μέρος της γλώσσας του σώματος, που φέρει βαθύτερα νοήματα, αφού αυτή αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο με το οποίο τα παιδιά μαθαίνουν να δημιουργούν την εικόνα τους, τη σεξουαλικότητά τους και την προσωπική και συλλογική τους ταυτότητα. Για αυτό είναι σημαντικό να ακούσουμε τις φωνές των παιδιών για να καταλάβουμε τα νοήματα αυτά. Ωστόσο, μέσα από το κεφάλαιο αυτό, διαφαίνεται η ποικιλία στις οπτικές των παιδιών, φανερώνοντας την ανάγκη για αντιμετώπισή τους, όχι ως ομοιογενή κοινωνική ομάδα με κοινές αντιλήψεις, αλλά ως οντότητες που ποικίλουν στην ηλικία, στις ικανότητες, στην αίσθηση του εαυτού, στην εμπρόθετη δράση, στη γνώση και στην εμπειρία της υλικής και καταναλωτικής κουλτούρας.

Διαβάζοντας την Ποπ Μουσική Κουλτούρα: Ποικιλία, Συνθετότητα, Αντιθέσεις

Εισαγωγή

Η μουσική ποπ κουλτούρα αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες κοινωνικοποίησης των εφήβων (Vandenbosch κ.ά., 2013), μεταφέροντας σε αυτούς κυρίαρχες έμφυλες ιδεολογίες και πολιτισμικές επιταγές (Biddle & Jarman-Ivens, 2013). Η δημοφιλής ποπ κουλτούρα, συχνά στη βιβλιογραφία χαρακτηρίζεται ως «μεταφεμινιστική» κουλτούρα, θεωρούμενη ως πεδίο ενδυνάμωσης των γυναικών μέσω του λόγου της σεξουαλικής απελευθέρωσης (Vares κ.ά., 2011). Από την άλλη, η κουλτούρα αυτή βρίσκεται συχνά στο επίκεντρο του δημόσιου και ακαδημαϊκού ενδιαφέροντος (Vandenbosch κ.ά., 2013), εξαιτίας των εμπορικοποιημένων σωμάτων των ποπ καλλιτεχνών, με το MTV να αποτελεί κύριο ρυθμιστή μηνυμάτων ετεροκανονικότητας, ομοφοβίας και μισογυνισμού (Hawkins, 2013). Ανησυχίες, επίσης, προκύπτουν λόγω των «πορνο-σικ» αναπαραστάσεων (McNair, όπως αναφέρεται στο Jackson & Vares, 2011) και της «κουλτούρας του ξέκωλου» (“raunch culture”) (Levy, 2005) που θεωρούνται ότι αποτελούν μεγάλο μέρος της κουλτούρας αυτής και τα οποία προωθούν ένα σεξουαλικά αντικειμενικοποιημένο τρόπο ζωής (Vandenbosch κ.ά., 2013). Οι συζητήσεις εστιάζουν κυρίως στις αρνητικές συνέπειες που φέρει η σύγχρονη «μεταφεμινιστική» κουλτούρα στα κορίτσια στην προεφηβεία (Jackson & Vares, 2011), η οποία αποτελεί μια πηγή πλούσια σε «κοριτσίστικες υπερσεξουαλικοποιημένες» (“girlie hyper-sexualised”) αναπαραστάσεις (Renolds & Ringrose, 2008), οι οποίες ενισχύουν τον πανικό για τη σεξουαλικοποίηση των κοριτσιών (Vares κ.ά., 2011· Jackson & Vares, 2011). Εντούτοις, στη σχετική βιβλιογραφία αντίστοιχες συζητήσεις για τα αγόρια φαίνεται να είναι κατά κύριο λόγο απύσες.

Για τα κορίτσια στην προεφηβεία η ποπ μουσική αποτελεί σημαντικό μέρος της ζωής τους (Baker, 2004) και οι διασημότητες της ποπ κουλτούρας αποτελούν σημαντική πηγή δόμησης της ταυτότητάς τους (Boden, 2006α), για αυτό συχνά εκφράζονται ανησυχίες που περιστρέφονται γύρω από την επιθυμία των κοριτσιών για μίμηση του «κοριτσίστικού» (“girlie”) και σέξι στυλ στη μόδα που προωθείται από τις αγαπημένες τους διασημότητες (Jackson & Vares, 2011). Ακόμα, τα πρότυπα της δημοφιλούς μουσικής σκηνής φαίνεται να προωθούν στενά ορισμένα ιδανικά ομορφιάς για τις γυναίκες, όπως το ενδιαφέρον για τις τελευταίες τάσεις της μόδας, τη νεανική εμφάνιση

και τα ιδιαίτερα λεπτά σώματα (Kim κ.ά., 2007). Οι γυναίκες, σε μεγάλο ποσοστό των μουσικών βίντεο κλιπς, παρουσιάζονται με αποκαλυπτικό και «σέξι» ντύσιμο (Andsager & Roe, 1999), κάνοντας σεξουαλικές πόζες και αγγίγματα και ποζάροντας ως διακοσμητικά αντικείμενα και ερωτικά παιχνίδια (Arnett, 2002· Ter Bogt κ.ά., 2010), ενώ συχνά αποκαλούνται με προσβλητικούς χαρακτηρισμούς, όπως «σκύλες» (bitches, ho's) (Martino κ.ά., 2006). Έρευνες ακόμα δείχνουν ότι συχνά γυναικείες διασημότητες γίνονται αντικείμενο θαυμασμού εξαιτίας αποκλειστικά της σέξι τους εμφάνισης (Kim κ.ά., 2007· Andsager & Roe, 2003). Αυτή η «σέξι» εμφάνιση που τόσο έντονα προωθείται θεωρείται ότι μεταφέρει υπερσεξουαλικοποιημένα και υπερθηλυκοποιημένα μηνύματα σε σχέση με τις «μεταφεμινιστικές» υποκειμενικότητες των ΜΜΕ που προωθούν την κατασκευή των γυναικών ως όντα που στοχεύουν και επιζητούν αποκλειστικά την ετεροσεξουαλική επιθυμία (Gill, 2007α).

Όσον αφορά τους άνδρες, η δημοφιλής μουσική κουλτούρα προωθεί σε μεγάλο βαθμό μη ρεαλιστικά ιδανικά ανδρικής ομορφιάς, τα οποία είναι πολύ δύσκολο να επιτευχθούν (Leit κ.ά., 2002). Πολύ συχνά η ποπ μουσική σκηνή τονίζει ετεροσεξουαλικά χαρακτηριστικά αρρενωπότητας, δίνοντας έμφαση στα μυώδη σώματα, στη νεότητα και στην αθλητική εμφάνιση (Leit κ.ά., 2002· Edwards, 1997), χαρακτηριστικά που συνδέονται με τη σεξουαλική έλξη, ενώ πολύ συχνά οι άνδρες αυτοί παρουσιάζονται ως cool, σκληροί και βίαιοι (Kim κ.ά., 2007). Ωστόσο, γύρω στις δεκαετίες 1980 – 90, σημαντικές αλλαγές άρχισαν να επιτελούνται στα ανδρικά ιδανικά ομορφιάς της ποπ μουσικής, αφού η ανδρική ομορφιά άρχισε να γίνεται όλο και πιο σημαντική, τόσο σημαντική όσο και η μουσική, με αποτέλεσμα συχνά οι άνδρες να δέχονται σχεδόν την ίδια πίεση με τις γυναίκες στο να είναι όμορφοι και να μετατρέπονται σε αντικείμενα επιθυμίας. Στο πλαίσιο αυτό προβάλλονται άνδρες με γυμνά, μυώδη και αποτριχωμένα σώματα, όμορφα χαρακτηριστικά προσώπου, ενώ η τεχνική του airbrush εφαρμόζεται όλο και πιο συχνά και σ' αυτούς. Πρόκειται τους “stylistic straight-queers” (Hawkins, 2013, σελ. 206), straight άνδρες που απασχολούν συνεχώς τον τύπο με τις ετεροσεξουαλικές τους περιπέτειες με όμορφες γυναίκες, οι οποίοι επενδύουν στα στυλάτα τους ρούχα και κουρέματα, στα αποτριχωμένα σώματα και το πεντικιούρ (Hawkins, 2013). Πολύ συχνά επίσης στην ποπ κουλτούρα εμφανίζονται και τα boy bands, τα οποία συνήθως αποτελούνται από τέσσερα-πέντε αγόρια, στο όριο της ενηλικίωσης, όπου ο καθένας εκφράζει μια διαφορετική αρχέτυπη ταυτότητα: σέξι, χαριτωμένη, αθλητική κλπ. Είναι όμορφα αγόρια, τα οποία όμως δεν σχεδιάζονται αποκλειστικά για προσέλκυση της σεξουαλικής επιθυμίας του κοινού. Εξάλλου η εικόνα του «αγοριού» που βρίσκεται

μεταξύ παιδικότητας και ενηλικίωσης είναι σημαντική, αφού από τη μια το «αγόρι» είναι αρκετά μεγάλο για να προκαλέσει σεξουαλική επιθυμία, αλλά από την άλλη αρκετά νεαρό για να κρατήσει την παιδικότητα του. Τα αγόρια αυτά βρίσκονται επίσης σε μια ανδρόγυνη, queer κατάσταση, έχοντας από τη μια θηλυπρεπές όμορφο πρόσωπο και αποτριχωμένο σώμα κι από την άλλη διασφαλίζοντας την ετεροσεξουαλικότητά τους, μέσω των δημόσιων ερωτικών τους ιστοριών (Biddle & Jarman-Ivens, 2013). Είναι μια queer αρρενωπότητα, που προσφέρει μια νέα κατανόηση των δυναμικών που υφίστανται στις έμφυλες ταυτότητες. Αυτοί οι άνδρες καλλιτέχνες συχνά προσελκύουν τόσο γκέι, όσο και straight άνδρες που τους βλέπουν ως πρότυπα ομορφιάς, καθώς και γυναίκες που ελκύνονται από πιο «θηλυπρεπείς» άνδρες (Hawkins, 2013).

Παρόλα αυτά, στη σχετική βιβλιογραφία δεν υπάρχουν έρευνες που να μελετούν τις επιδράσεις της δημοφιλούς μουσικής κουλτούρας, όσον αφορά τα προωθούμενα πρότυπα ομορφιάς, στα αγόρια. Εξαιρετική αποτελεί η έρευνα των Mulgrew κ.ά. (2014), η οποία μελετά τις επιδράσεις της παρακολούθησης μινι-κλιπ και ελκυστικών τραγουδιστών σε μουσικά βίντεο κλιπς από αγόρια στην εφηβεία, βρίσκοντας ότι τα αγόρια που παρακολούθησαν βίντεο κλιπς με μινι-κλιπ τραγουδιστές ανέφεραν χαμηλότερη ικανοποίηση σε σχέση με το πάνω μέρος του σώματός τους, αλλά και γενικότερα σε σχέση με την εμφάνισή τους, καθώς και περισσότερα δυσάρεστα και καταθλιπτικά συναισθήματα, σε σχέση με τα αγόρια που παρακολούθησαν βίντεο κλιπς που παρουσίαζαν τραγουδιστές με μέτρια εμφάνιση.

Στη βιβλιογραφία που αναφέρεται στο φαινόμενο της σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας, συχνά θεωρείται ότι η μεγάλη εμπλοκή των παιδιών με τη δημοφιλή μουσική σκηνή φέρει αρνητικές συνέπειες σε αυτά, αφού συνδέεται με την ανάπτυξη σεξιστικών τάσεων και την εσωτερική στερεοτυπικών αναπαραστάσεων των έμφυλων ρόλων, όπως την ιδέα ότι οι γυναίκες πρέπει να δείχνουν σέξι και οι άνδρες άνετοι και σκληροί. Επίσης, θεωρείται ότι η εσωτερική των προωθούμενων σεξουαλικοποιημένων και αντικειμενικοποιημένων ιδεωδών ομορφιάς είναι πιθανό να οδηγήσει σε αρνητικά συναισθήματα για το σώμα (Aubrey, 2006· Fredrickson & Roberts, 1997) και να δημιουργήσει αρνητικές στάσεις απέναντι στις ρομαντικές σχέσεις και στη σεξουαλικότητα, όπως την ιδέα ότι το σώμα αποτελεί όργανο για προσέλκυση αποκλειστικά του ετεροσεξουαλικού ενδιαφέροντος κι ότι ο μόνος λόγος για να επιθυμεί ένας άνδρας μια γυναίκα είναι το «καυτό της σώμα», μειώνοντας ταυτόχρονα την ικανότητα αναγνώρισης άλλων σημαντικών χαρακτηριστικών, όπως της προσωπικότητας και της εξυπνάδας (APA, 2007· Fredrickson & Roberts, 1997).

Ακόμα, η δημοφιλής κουλτούρα αποτελεί σημείο αναφοράς στη ζωή των παιδιών,

όσον αφορά τις καταναλωτικές τους επιλογές στη μόδα. Η Boden (2006α) για παράδειγμα αναφέρεται στην εμμονή που τα παιδιά στην προεφηβεία έχουν με τις διασημότητες που προέρχονται κυρίως από τη σφαίρα της μουσικής και του ποδοσφαίρου, υποστηρίζοντας ότι τα αστέρια του θεάματος αποτελούν εμπορικά πολιτισμικά είδωλα και πρότυπα για τα παιδιά, που επιδρούν σημαντικά στο ντύσιμο, στο στυλ και στο χειρισμό του σώματος και κατά συνέπεια στον ορισμό και παρουσίαση της κοινωνικής τους ταυτότητας. Αυτή η ταυτότητα διαμορφώνεται μέσω διαδικασιών μίμησης, εξιδανίκευσης, ταύτισης ή απομάκρυνσης από το στυλ και του τρόπου της έκφρασης του σώματος των διασημοτήτων. Φαίνεται λοιπόν ότι τα παιδιά, μέσω της κατανάλωσης, μπορούν να υλοποιήσουν την ιδανική εκδοχή του εαυτού τους και να αντλήσουν την απόλαυση της «μετατροπής» σε ένα από τα είδωλά τους, φανερώνοντας μια μετατρεπτική δύναμη της κατανάλωσης που ταυτόχρονα έχει πνευματική και υλιστική διάσταση.

Βασικό άξονα στις προαναφερθείσες έρευνες, λοιπόν, αποτελούν οι έντονες - συνήθως αρνητικές- πολιτισμικές επιρροές που δέχονται τα παιδιά από τη μουσική ποπ κουλτούρα. Σε αυτό το θεωρητικό πλαίσιο κινούνται και φεμινίστριες θεωρητικοί όπως η Sandra Lee Bartky (Bartky, 1990) και η Susan Bordo (Bordo, 1993/2003), των οποίων οι θέσεις αναλύθηκαν πιο λεπτομερώς στο θεωρητικό πλαίσιο που αναλύεται στο κεφάλαιο 2, και οι οποίες μιλούν για τους τρόπους με τους οποίους η γυναικεία υποκειμενικότητα υφίσταται πειθαρχική δύναμη με το συνεχή βομβαρδισμό ιδεατών απεικονίσεων γυναικείας ομορφιάς, καθώς και για τα προβλήματα που αυτές οι απεικονίσεις φέρουν σε σχέση με την εικόνα του σώματος και τη γυναικεία αυτοπεποίθηση.

Σε μια διαφορετική σχολή της φεμινιστικής σκέψης, όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο 2, βρίσκεται η έννοια του μεταφεμινισμού, η οποία έντονα χαρακτηρίζει πτυχές των ΜΜΕ, όπως τη μουσική κουλτούρα, τηλεοπτικές σειρές κλπ. Στο μεταφεμινιστικό πλαίσιο η θηλυκότητα αναδεικνύεται κυρίως μέσω του σώματος, κι έτσι το άτομο από αντικείμενο επιθυμίας μετατρέπεται σε επιθυμητό σεξουαλικό υποκείμενο, το οποίο μέσω των επιλογών που κάνει και του ελέγχου που έχει στο σώμα του, ενδυναμώνεται.

Παρόλα αυτά, όπως θα αναλυθεί πιο κάτω, φαίνεται ότι οι τα παιδιά αλληλεπιδρούν με τη δημοφιλή κουλτούρα με πολυσύνθετους τρόπους που δεν φαίνεται να περιορίζονται στη γραμμική επίδραση της κουλτούρας στην υποκειμενικότητα ή στην απλοϊκή αντίθεση επιρροής – αντίστασης/εμπρόθετης δράσης. Σε αυτό το πλαίσιο είναι χρήσιμη η έννοια των «σχιζοφρενών υποκειμενικοτήτων» (“schizoid subjectivities”) (Renold & Ringrose, 2011), η οποία επίσης αναλύθηκε στο κεφάλαιο 2, κατά την οποία τα σώματα των κοριτσιών και των γυναικών δεν ερμηνεύονται με βάση το διχοτομικό μοντέλο, όπως π.χ. παθητική θυματοποίηση εναντίον ατζεντικής (agentic) και γνωστικής

κατάστασης της κουλτούρας ομορφιάς, αλλά με μια κριτική κοινωνιολογική οπτική που επιτρέπει την εξερεύνηση των πολλαπλών μεταβάσεων και τοποθετήσεων μεταξύ διαφόρων ειδών θηλυκοτήτων και υποκειμενικότητων, «παλιών» και «νέων» (Renold & Ringrose, 2011). Είναι επίσης σημαντικό να ληφθεί υπόψη το σενάριο των ρευστών ταυτοτήτων, κατά το οποίο κορίτσια και γυναίκες διαπραγματεύονται την υποκειμενικότητά τους μετακινούμενες ανάμεσα σε συγκρουόμενα μηνύματα και λόγους, όπως π.χ. μεταξύ της σύγχρονης «μεταφεμινιστικής» εκδοχής της «σεξουαλικοποιημένης» θηλυκότητας, αλλά και πιο παραδοσιακών κατασκευών θηλυκότητας και ομορφιάς. Στην περίπτωση αυτή υπάρχει μια ρευστή κινητικότητα μεταξύ εμπρόθετης δράσης και επηρεασμού (π.χ. κάποτε υπάρχει αντίσταση και κάποτε επηρεασμός), ο οποίος σκιαγραφεί τους λόγους θηλυκότητας που οι γυναίκες ακολουθούν (Jackson κ.ά., 2012).

Φαίνεται λοιπόν ότι υπάρχει μια ιδιαίτερα σύνθετη κατάσταση που χαρακτηρίζει τη σχέση μεταξύ κουλτούρας και υποκειμενικότητας, αφού η «μεταφεμινιστική» κουλτούρα ερμηνεύεται με αντιθετικούς τρόπους: από τη μια ως πηγή δύναμης, από την άλλη ως σεξουαλική αντικειμενικοποίηση, από τη μια δίνοντας στο υποκείμενο τη δύναμη για ενεργή εμπλοκή, από την άλλη τοποθετώντας το άτομο σε θέση που δέχεται εχθρική επιτήρηση. Ακόμα, στη βιβλιογραφία σχετικά με τη σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας, που πολύ στενά συνδέεται με τη «μεταφεμινιστική» μουσική κουλτούρα, φαίνεται να χρησιμοποιείται ένας «ελαστικός λόγος» που ερμηνεύει κάθε σεξουαλική έκφραση, καθώς και τις σχετικές ανησυχίες, τόσο ως αποτέλεσμα, όσο και ως απόδειξη της «σεξουαλικοποίησης» (Renold & Ringrose, 2011).

Υπάρχει, λοιπόν, περιορισμένη κατανόηση αναφορικά με τους τρόπους με τους οποίους η κουλτούρα σχετίζεται με την υποκειμενικότητα, την ταυτότητα και την ενσώματη εμπειρία του εαυτού και συγκεκριμένα για το πώς ο κοινωνικός και πολιτισμικός παράγοντας μετατρέπει και δημιουργεί τη σχέση με τον εαυτό μας και τους άλλους. Υπάρχει επίσης έλλειψη έρευνας που να μελετά την οπτική των ίδιων των κοριτσιών και των αγοριών σχετικά με την εμπλοκή τους με τη σύγχρονη «μεταφεμινιστική» δημοφιλή κουλτούρα και το κατά πόσο και με ποιο τρόπο εσωτερικεύουν και μεταφέρουν τις αναπαραστάσεις σεξουαλικότητας των ΜΜΕ στο καθημερινό κοινωνικό τους πλαίσιο (Vares κ.ά., 2011· Jackson κ.ά., 2012), μιας και οι διάφορες υποθέσεις περί «σεξουαλικοποίησης» προέρχονται από τη θεωρία, από έρευνες με ενήλικες γυναίκες ή μεγαλύτερους έφηβους (Egan & Hawkes, 2008· Jackson, κ.ά., 2012· Lumby & Albury, 2010). Η φεμινιστική θεωρία μπορεί να αποτελέσει σημαντικό κλειδί στην κατανόηση της σύγχρονης κουλτούρας των ΜΜΕ και του τρόπου με τον οποίο

σχετίζεται με την υποκειμενικότητα, με τρόπο που να προσφέρει δυναμικές και ιστορικές αναγνώσεις της υποκειμενικότητας (Gill, 2008β).

Στο κεφάλαιο αυτό θα μελετηθεί ο χειρισμός και η νοηματοδότηση της (μεταφεμινιστικής) μουσικής κουλτούρας και των αναπαραστάσεων φύλου, ομορφιάς και σεξουαλικότητας που προωθούνται με βάση την οπτική των ίδιων των παιδιών. Σε αντίθεση με την ιδέα ότι τα παιδιά παθητικά και μη κριτικά απορροφούν και γίνονται θύματα των αναπαραστάσεων των ΜΜΕ, τα αποτελέσματα πιο κάτω επιβεβαιώνουν προηγούμενη έρευνα που εισηγείται μια πολυδιάστατη σχέση μεταξύ παιδιών-υποκειμενικοτήτων και προτύπων ομορφιάς και σεξουαλικότητας από τα ΜΜΕ, την οποία τα παιδιά διαπραγματεύονται ενεργά, σε σχέση με το βαθμό που θα επιτρέψουν στα ΜΜΕ να τα επηρεάσουν στη ζωή τους (Bragg κ.ά., 2012· Buckingham, 2012· Duits, 2010· Duits & Van Zoonen, 2009). Φαίνεται ότι τα παιδιά διαπραγματεύονται με διάφορες στρατηγικές τα «μεταφεμινιστικά» πρότυπα και σεξουαλικότητες, με τρόπο ιδιαίτερα σύνθετο, οι οποίες θα αναλυθούν παρακάτω.

Αποτελέσματα

Μουσικές Προτιμήσεις των Παιδιών και Πηγές Επηρεασμού

Τα παιδιά πολύ συχνά ανέφεραν ως μια από τις πιο αγαπημένες τους ασχολίες την ακρόαση μουσικής, η οποία συνήθως γίνεται μέσω του διαδικτύου και συγκεκριμένα μέσω του YouTube ή κάποιες φορές μέσω μουσικών τηλεοπτικών καναλιών. Υπήρξαν μεγάλες συγκλίσεις στις μουσικές προτιμήσεις των παιδιών, αφού τα περισσότερα παιδιά αναφέρθηκαν στο έντονο ενδιαφέρον τους στη κυρίαρχη (mainstream) διεθνή μουσική ποπ σκηνή, τα «αγγλικά τραγούδια» όπως η δωδεκάχρονη Βανέσα τα αποκάλεσε ή «ξένη» μουσική όπως τη χαρακτήρισε ο δωδεκάχρονος Χριστόφορος. Οι πιο δημοφιλείς διεθνείς τραγουδιστές, τραγουδίστριες και συγκροτήματα ανάμεσα στα παιδιά της έρευνας ήταν η Katy Perry, η Rihanna, η Shakira, ο Justin Bieber, η Nicki Minaj, οι One Direction, η Arianna Grande, ο Bruno Mars και ο MattyBRaps. Οι προτιμήσεις αυτές αναφέρθηκαν εξίσου από κορίτσια και από αγόρια στην έρευνα. Είναι επίσης η μουσική που πιο συχνά έπαιζε σε πάρτι, ενώ συχνά αποτέλεσε τις μουσικές επιλογές των παιδιών στο πλαίσιο του σχολείου και ειδικότερα σε περιστάσεις όπου τα παιδιά είχαν την ευκαιρία να επιλέξουν μουσική για να ακούσουν, π.χ. σε εκδρομές, σε μέρες ταλέντων και σε μουσικά διαλείμματα.

Πολύ συχνά επίσης τα παιδιά εξέφρασαν τον θαυμασμό τους και σε Ελλαδίτες τραγουδιστές και τραγουδίστριες, που βρίσκονται στα πρότυπα των διεθνών ποπ καλλιτεχνών, όπως η Ντέμι, η Κατερίνα Στικούδη και η Έλενα Παπαρίζου. Ακόμη, πολύ συχνά τα παιδιά έδειχναν βαθιά επηρεασμένα από καλλιτέχνες που συμμετέχουν σε τηλεοπτικά μουσικά σόου, όπως η Μελίνα Ασλανίδου και ο Μιχάλης Κουινέλης που ήταν οι coaches του The Voice of Greece, ενώ άλλες φορές εξέφρασαν την προτίμησή τους σε νεαρούς πρωταγωνιστές και πρωταγωνίστριες διεθνών μουσικών σειρών που προβάλλονται από νεανικά κανάλια, όπως η Violetta από το Disney Channel. Κάποια παιδιά ακόμα, κυρίως αγόρια, εξέφρασαν την προτίμησή τους στη λαϊκή μουσική και σε καλλιτέχνες όπως ο Δημήτρης Μητροπάνος και ο Βασίλης Καρράς ή σε λαϊκούς καλλιτέχνες με επιρροές από δυτική ποπ μουσική, όπως ο Αντώνης Ρέμος (Βικιπαεδία, n.d.), ο οποίος επίσης αποτελούσε έναν από τους coaches στο μουσικό σόου “The Voice of Greece”. Αυτές οι προτιμήσεις εκφράστηκαν κυρίως από αγόρια στο χωριό, τα οποία επιπρόσθετα εξέφρασαν το ενδιαφέρον τους στην εκμάθηση λαϊκών χορών, όπως ζεμπέκικο, είτε μέσω μαθημάτων χορού, είτε από μεγαλύτερους άνδρες συγγενείς, με τους οποίους συνήθως χορεύουν μαζί σε διάφορες εκδηλώσεις, όπως σε γάμους, πάρτι και ημέρες ταλέντων. Φαίνεται ότι η λαϊκή μουσική για τα αγόρια αυτά πιθανόν να λειτουργεί ως μέσο ανάδειξης, έκφρασης και επιτέλεσης της αρρενωπότητας εργατικής τάξης, και η οποία, όπως αναλύεται σε άλλα κεφάλαια, καλλιεργείται στα παιδιά από πολύ νωρίς. Πιο σπάνια κάποια παιδιά, όπως ο δωδεκάχρονος Χριστόφορος, εξέφρασαν την προτίμησή τους στην ελληνική και ξένη ροκ μουσική, οι δωδεκάχρονοι Ελευθερία και Αλέξανδρος στη ραπ μουσική και σε καλλιτέχνες όπως ο Eminem, ενώ ακόμα πιο σπάνια εμφανίστηκαν εναλλακτικές προτιμήσεις, όπως π.χ. η emo μουσική.

Σε γενικές γραμμές όμως φαίνεται ότι ανάμεσα στα παιδιά κυριαρχούν αρκετά κοινές μουσικές επιρροές και γούστο, που σε πολύ μεγάλο βαθμό εστιάζεται στη διεθνή ποπ μουσική. Η εμπλοκή των παιδιών με αυτού του είδους τη μουσική θα αναλυθεί κυρίως στο κεφάλαιο αυτό, αφού τα πρότυπα που προέρχονται από αυτό το είδος ανήκουν περισσότερο στο πεδίο του ενδιαφέροντος των παιδιών και για αυτό προέκυψαν πιο συχνά στις συνεντεύξεις. Ταυτόχρονα, η (μεταφεμινιστική) ποπ μουσική δέχεται τη μεγαλύτερη κριτική και συζητήσεις, όσον αφορά τις επιδράσεις της στα παιδιά στην προεφηβεία, για αυτό αξίζει να διερευνηθεί μέσα από την οπτική των παιδιών.



Εικόνα 7. Φωτογραφία από την ημέρα ταλέντων στο χωριό. Ο Θανάσης (7 χρονών) χορεύει ζεϊμπέκικο.



Εικόνες 8 και 9. Φωτογραφίες από την ημέρα ταλέντων στο χωριό. Τα κορίτσια (7-8 χρονών) τραγουδούν και χορεύουν τραγούδια από το μουσικό σόου “The Voice of Greece” και τραγούδια από τη σειρά του Disney Channel “Violetta”.

Όσον αφορά τις πηγές επηρεασμού των παιδιών στις μουσικές τους επιλογές, φαίνεται ότι μια από τις βασικότερες επιρροές αποτελούσαν τα ΜΜΕ και συγκεκριμένα πρότυπα που προβάλλονται από διάφορα τηλεοπτικά μουσικά σόου, νεανικές σειρές και περιοδικά. Συχνά, μουσικές επιρροές μετέφεραν στα παιδιά οι γονείς και λοιποί συγγενείς, όπως στην περίπτωση του δωδεκάχρονου Δημήτρη στο χωριό που θαύμαζε τον Δημήτρη Μητροπάνο, επειδή όπως είπε: «Το πήρα από τη μάμα μου, τη θεία μου και τη νονά μου που τους αρέσει πολύ» ή όπως τη δεκάχρονη Ροδοθέα στο χωριό που επηρεάστηκε από την Ουκρανή μητέρα της για τον Ρώσο τραγουδιστή Philipp Kirkorov. Όπως επίσης ανέφερε η τριανταοκτάχρονη Χριστίνα στην πόλη για τις κόρες της, τη δεκατριάχρονη Ειρήνη και τη δεκάχρονη Δανάη: «Νομίζω ότι τις επηρεάζω εγώ, χωρίς να το επιδιώκω, επειδή εγώ έχω μανία με τούτο το πράμα... Κατεβάζω τραγούδια και κάνω CD δικά μου και επειδή όλη μέρα στο αυτοκίνητο παίζουν τα δικά μου [γέλιο]... Ξέρεις ακούν, ακούν, ακούν, έμαθαν στα δικά μου τα ακούσματα και... προτιμούν».

Άλλες φορές οι επιρροές προέρχονται από συνομήλικα ή μεγαλύτερα παιδιά, όπως φίλους, γείτονες, αδέρφια, ξαδέρφια. Η Κορίνα πιο κάτω μίλησε για το πώς η μεγαλύτερη σε ηλικία φίλη της τη «μύησε» στην κουλτούρα των «αγγλικών τραγουδιών» και συγκεκριμένα στην ομάδα θαυμαστών (fan club) του boy band των One Direction. Από τότε η Κορίνα έγινε «One Directioner», κάτι που εμπερικλείει μια ολόκληρη καταναλωτική κουλτούρα:

Κορίνα: Οι μουσικές τους (των One Direction) είναι ωραίες και η γειτόνισσα μου (12 χρονών) μου έδειξε το πρώτο τους βίντεο κλιπ, μου άρεσε και μου είπε το όνομα τους και τότε άρχισα να ψάχνω, μέχρι που έγινα One Directioner. Επίσης έχω το άρωμα των One Direction, έχω πιτζάμες, μπλούζα, τσάντα, βραχιόλια, δύο μολύβια, σβηστήρια, ρίγα, ζύστρα, χρωματιστά, πέννες.

(Κορίνα, 9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)



Εικόνες 10 και 11. Memorabilia της Κορίνας (9 χρονών, πόλη) από τους One Direction.

Αντιμετωπίζοντας τα Πρότυπα Ομορφιάς της Ποπ Κουλτούρας: Ρευστές Ταυτότητες και Αντιθέσεις

Τα παιδιά συχνά αναφέρθηκαν στους κύριους λόγους κατά τους οποίους θαυμάζουν τους διάφορους αγαπημένους τους καλλιτέχνες. Πέρα από τις επιρροές στις μουσικές τους προτιμήσεις που αναφέρθηκαν πιο πάνω, τα παιδιά αναφέρθηκαν έντονα σε διάφορα μουσικά κριτήρια, όπως η μελωδία και οι στίχοι των τραγουδιών και η φωνή των καλλιτεχνών, ως βασικά κριτήρια για θαυμασμό συγκεκριμένων καλλιτεχνών, ενώ πολύ

σημαντική για τα παιδιά ήταν κι η οπτικοποιημένη μεταφορά των τραγουδιών στα βίντεο κλιπς. Πολύ συχνά επίσης τα παιδιά αναφέρθηκαν στην εμφάνιση και στην «ομορφιά» των καλλιτεχνών, παράγοντα που επίσης αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό λόγο για θαυμασμό καλλιτεχνών. Συχνοί χαρακτηρισμοί που τα παιδιά απέδωσαν στους αγαπημένους τους καλλιτέχνες ήταν «κούκλος», «κουκλάρα», «όμορφη», «όμορφος», ενώ φάνηκε ότι τα παιδιά έβλεπαν την ομορφιά των καλλιτεχνών σε συνάρτηση με τη νεότητα, το ιδιαίτερο και «τρελό» στυλ τους στα ρούχα, τα μαλλιά, τα ανοιχτόχρωμα μάτια, το μακιγιάζ, το λεπτό σώμα, αλλά και τα χαρακτηριστικά του προσώπου. Τα πιο κάτω αποσπάσματα δίνουν μια εικόνα σχετικά με τους λόγους που τα παιδιά ξεχωρίζουν συγκεκριμένους καλλιτέχνες:

ΓΚ: Ποιο τραγούδι σου αρέσει παραπάνω;

Δημήτρης: (Βάζει στο iPad το τραγούδι «Ρόζα» του Δημήτρη Μητροπάνου) [...] Η θεία μου, μόλις έμαθε ότι (ο Μητροπανος) πέθανε, έβαλε τα κλάματα, επειδή της αρέσει πολύ και του νονού μου το ίδιο.

ΓΚ: Εσένα γιατί σου αρέσει;

Δημήτρης: Επειδή ακούει πάρα πολύ η μάμα μου κι έτσι ακούω κι εγώ. Δεν μου άρεσε πολύ, αλλά τώρα άρχισα κι εγώ να καταλαβαίνω τι εννοεί στα τραγούδια και μου αρέσει.

ΓΚ: Σου αρέσει κι αυτό το στυλ, το λαϊκό που έχει;

Δημήτρης: Ναι.

(Δημήτρης, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Δημήτρης: Και μου αρέσουν και οι One Direction εμφανισιακά και τα τραγούδια τους. Είναι παιχιδιάρικοι!

(Δημήτρης, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

ΓΚ: Τι σου αρέσει στη Ντέμι;

Νίκος: Που είναι νέα και έχει ωραία τραγούδια.

(Νίκος, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Ιζαμπέλα: Μου αρέσει η Άννα Βίση. Επειδή έχει ωραία μαλλιά, είναι λεπτή, έχει ωραίο πρόσωπο, εεεε έτσι.

(Ιζαμπέλα, 10 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Σίφης: Ας πούμε ο MattyBRaps μου αρέσει γιατί είναι καλός στη φωνή, έχει καλό ρόλο, στο ύφος είναι πολύ ωραίος, η φωνή του είναι πολύ ωραία. Οι One Direction μου αρέσουν γιατί είναι μια ομάδα που τραγουδούν ωραία, τα μαλλιά τους είναι ωραία, η εμφάνιση τους είναι ωραία, αυτά!

(Σίφης, 12 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

ΓΚ: Γιατί σας αρέσει η Bella;

Μαρίλια: Είναι κουκλάρα! Και η Katy Perry είναι κουκλάρα.

Βανέσα: Επειδή βάφουν και αλλάζουν τα μαλλιά τους συνέχεια!

Μαρίλια: Ναι. Και τα μάτια τους είναι γαλάζια. Και που είναι όμορφες.

Σοφία: Και τα κοκκινάδια που φορούν!

ΓΚ: Ο Justin και ο Harry;

Μαρίλια: Είναι όμορφοι!

Ροδοθέα: Κυρία δεν μου αρέσει αυτός εμένα, μου αρέσει ο Zayn.

Μαρίλια: Είναι κούκλος!

ΓΚ: Γιατί είναι κούκλος;

Μαρίλια: Μου αρέσουν τα τραγούδια του, τα ρούχα του, τα παπούτσια του.

(Μαρίλια, 10 χρονών, Βανέσα, 11 χρονών, Ροδοθέα, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

ΓΚ: Τι σου αρέσει στους One Direction;

Κορίνα: Είναι όμορφοι, είναι ωραίες οι φωνές τους και είναι λίγο αστείοι.

ΓΚ: Είναι όμορφοι; Δηλαδή τι σου αρέσει και τους βρίσκεις όμορφους;

Κορίνα: Μου αρέσουν... του Louis, πάνω στο άρωμα, όπως είναι τα μαλλιά του.

Είναι λίγο, πώς είναι έτσι... που είναι φουντωτά έτσι από πάνω.

ΓΚ: Κάνουν σαν φράντζα ας πούμε;

Κορίνα: Ναι. Μου αρέσει που ο Harry τα μαλλιά του παλιά είχε τα λίγο έτσι, λίγο μπροστά ήταν μεγάλα. Αρέσκει μου που ο Zayn στο "Kiss you", το βίντεο κλιπ, είχε λίγο ξανθό εδώ μπροστά.

ΓΚ: Ανταύγειες;

Κορίνα: Ναι, αλλά όχι πολλές, μόνο εδώ μπροστά. Αρέσκει μου τώρα που ο Liam έχει σπόντες και αρέσκει μου που ο Niall που είναι ξανθός και αφήνει τα έτσι και μου αρέσκει που είναι ξανθός και γαλανομάτης.

ΓΚ: Σου αρέσει το στυλ των μαλλιών τους δηλαδή;

Κορίνα: Ναι.

ΓΚ: Τα ρούχα τους;

Κορίνα: Ναι μου αρέσουν. Σε κάποια βίντεο κλιπ είναι λίγο όπως... τους κύριους... Όπως το “Best song ever” ντύθηκαν λίγο... κάποιοι λίγο τρελοί, κάποιοι λίγο γέροι. Έτσι τρελά ντύθηκαν.

(Κορίνα, 9 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

ΓΚ: Τι σου αρέσει στην Katy Perry;

Νικολέτα: Τραγουδά ωραία, μου αρέσουν τα τραγούδια της, η μουσική τους.

ΓΚ: Χμ. Μου είπες και για τον Justin Bieber, τους One Direction...

Νικολέτα: Ναι μου αρέσουν και τα τραγούδια τους και... ναι.

ΓΚ: Εκτός από τα τραγούδια και τη μουσική τους, σου αρέσει και κάτι άλλο πάνω τους;

Νικολέτα: Μου αρέσει και η εμφάνιση τους.

ΓΚ: Δηλαδή;

Νικολέτα: Δηλαδή, είναι όλοι όμορφοι ας πούμε.

ΓΚ: Στην Katy Perry τι σου αρέσει στην εμφάνισή της;

Νικολέτα: Μου αρέσει που τάχα έχει τη δική της εμφάνιση και φορεί ας πούμε καραμελίτσες και... έχει το δικό της στυλ.

ΓΚ: Βρίσκεις δηλαδή ότι έχει ιδιαίτερο στυλ, ωραίο στυλ;

Νικολέτα: Ναι.

ΓΚ: Από τον Justin Bieber, τους One Direction;

Νικολέτα: Ε, απλώς είναι ωραίοι [γέλιο]!

ΓΚ: Τι όμως είναι αυτό που σου αρέσει; Τα μαλλιά τους, το στυλ τους, τα ρούχα τους;

Νικολέτα: Ναι [ενθουσιασμός]!
[...]

ΓΚ: Αν η Katy Perry, για παράδειγμα, είχε τα ίδια τραγούδια, αλλά δεν είχε αυτή την εμφάνιση και δεν φορούσε αυτά τα ρούχα θα σου άρεσε;

Νικολέτα: Δεν ξέρω, μάλλον.

ΓΚ: Δεν θα είναι η εμφάνιση ο αποκλειστικός λόγος για τον οποίο σου αρέσει;

Νικολέτα: Χμ, ναι.

ΓΚ: Θα φορούσες τα ρούχα της; Αν τα έβρισκες σε ένα κατάστημα θα τα αγόραζες;

Νικολέτα: [Γέλιο]. Ναι!

ΓΚ: Ναι; Πού θα τα φορούσες;

Νικολέτα: Στα καρναβάλια [γέλιο];

ΓΚ: Ναι; Αλλού;

Νικολέτα: Δεν θα τα φορώ δημόσια ας πούμε τα ρούχα που φορεί, επειδή εκείνη τα φοράει σε παραστάσεις και σε βίντεο κλιπς.

ΓΚ: Άρα θεωρείς ότι δεν είναι ρούχα που ταιριάζει να τα βάλεις καθημερινά, στα ιδιαίτερα σου, ας πούμε;

Νικολέτα: Ναι!

(Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Φαίνεται από τα πιο πάνω αποσπάσματα ότι πολλά παιδιά παρέθεσαν μια ποικιλία παραγόντων για τους οποίους θαυμάζουν τραγουδιστές και συγκροτήματα, οι οποίοι αφορούν μουσικά και εμφανισιακά κριτήρια, αλλά και στοιχεία της προσωπικότητας του καλλιτέχνη. Κάποτε τα παιδιά παράθεσαν τους λόγους αυτούς σε συνδυασμό και κάποτε αναφέρθηκαν αποκλειστικά σε έναν από τους πιο πάνω παράγοντες, όπως για παράδειγμα η Ιζαμπέλα, η Μαρίλια και η Βανέσα που έθεσαν το κριτήριο της ομορφιάς ως το πιο βασικό. Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να συζητηθεί ο τρόπος με τον οποίο τα παιδιά νοηματοδοτούν την έννοια της «ομορφιάς» σε σχέση με τους αγαπημένους τους καλλιτέχνες, κάτι που προσλαμβάνει διάφορες πτυχές. Ενδιαφέρον είναι ότι συχνά τα παιδιά χρησιμοποιούσαν τους όρους «κούκλος» και «κουκλάρα» για τους αγαπημένους τους τραγουδιστές και τραγουδίστριες, κάτι που παραπέμπει σε μια αντιμετώπιση αντικειμενικοποίησης του αγαπημένου τους «ινδάλματος». Η Κορίνα μίλησε για το πόσο «όμορφοι» είναι οι One Direction εξηγώντας πόσο αγαπά το στυλ τους, όμως ταυτόχρονα αναφέρθηκε και σε μουσικά κριτήρια, στις φωνές τους και στα βίντεο κλιπς τους, αλλά και σε στοιχεία της προσωπικότητάς τους, λέγοντας ότι είναι «αστείοι». Επίσης, στο απόσπασμα που προέκυψε από την ομάδα εστίασης με τα κορίτσια, η Μαρίλια φαίνεται να δικαιολογεί το χαρακτηρισμό «όμορφοι» και «κούκλος» που απέδωσε στον Ζαϋν των One Direction λέγοντας ότι: «Μου αρέσουν τα τραγούδια του, τα ρούχα του, τα παπούτσια του». Φαίνεται συνεπώς να προσδίδει μια ευρεία διάσταση στην ομορφιά που δεν αφορά μόνο χαρακτηριστικά εξωτερικής εμφάνισης, αλλά εμπερικλείει ταυτόχρονα και μουσικά κριτήρια.

Η Νικολέτα, σε μια άλλη προσέγγιση, απάντησε πως αγαπά το ιδιαίτερο στυλ που έχει η αγαπημένη της τραγουδίστρια, η Katy Perry, αναφέροντας όμως ότι ακόμα κι αν είχε διαφορετική εμφάνιση, «μάλλον» θα εξακολουθούσε να τη θαυμάζει, φανερώνοντας μια κριτική αντιμετώπιση των μουσικών προτύπων, κατά την οποία το μουσικό κριτήριο είναι πιο σημαντικό από το εμφανισιακό. Στη συζήτηση με τη Νικολέτα ενδιαφέρον

ακόμη παρουσίασε η άποψη της ότι, αν και της αρέσουν και θα αγόραζε τα ρούχα της Katy Perry, εντούτοις δεν θα τα φορούσε «δημόσια», παρά μόνο στα καρναβάλια. Έχει συνείδηση λοιπόν του γεγονότος ότι το υπερθηλυκοποιημένο, σέξι, μεταφεμινιστικό στυλ (Kassian, 2011· Miller, 2010· Saunders, 2013) που προωθεί η αγαπημένη της τραγουδίστρια δεν είναι «αληθινό», αλλά είναι κάτι που φοριέται μόνο σε «παραστάσεις» και «βίντεο κλιπς», για αυτό και η ίδια το εκλαμβάνεται μόνο ως μέσο παιγνιώδους μίμησης και καρναβαλίστικης μεταμφίεσης. Εξέφρασε μια άποψη κατά την οποία φαίνεται να αναγνωρίζει τη μη ρεαλιστικότητα και τη θεατρικότητα που χαρακτηρίζει τη μεταφεμινιστική ποπ κουλτούρα, συνεπώς έτσι φανερώνει και την κριτική αντιμετώπιση που διαθέτει όσον αφορά τα προωθούμενα πρότυπα ομορφιάς, κάτι που αποτρέπει ίσως τον επηρεασμό της στις καθημερινές της πρακτικές ομορφιάς από τα πρότυπα της κουλτούρας αυτής.

Από την άλλη, υπήρξαν παιδιά που δέχτηκαν πως εάν οι αγαπημένοι τους καλλιτέχνες δεν είχαν «όμορφη» εμφάνιση και σώμα, τότε δεν θα τους θαύμαζαν, όπως φαίνεται στα πιο κάτω αποσπάσματα:

ΓΚ: Αν τα τραγούδια της Ντέμι τα τραγουδούσε τα μια άλλη τραγουδίστρια, ίσως όχι τόσο όμορφη, θα σου άρεσαν;

Νίκος: Όχι [γέλιο]! Επειδή φαντάζομαι ότι θα ήταν κάπως βραχνή κι έτσι. Και άγρια [γέλιο].

ΓΚ: Και δεν θα σου άρεσε να τη βλέπεις;

Νίκος: Όχι.

(Νίκος, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

ΓΚ: (Η Δανάη ανοίγει τη ντουλάπα της, όπου μέσα έχει κολλημένο πόστερ της Έλενας Παπαρίζου). Α έχεις κι εσύ τη Παπαρίζου!

Δανάη: Αλλά τώρα δεν μου αρέσει... Πάχυνε.

Ειρήνη: Πάχυνε, ασχήμισε.

(Ειρήνη, 13 χρονών, Δανάη, 11 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

ΓΚ: Θεωρείτε ότι η εμφάνιση παίζει ρόλο για κάποιο τραγουδιστή;

Νίκος: Για εμένα λίγο παίζει ρόλο.

Σίφης: Ας πούμε, αν κάνει βίντεο και φαίνεται πώς είναι εμφανισιακά και τραγουδά, όχι. Αν ακούς μόνο τη φωνή του, εντάξει δεν θα το καταλάβεις ότι..

ΓΚ: Όταν βλέπεις κάποιον στο βίντεο είναι σημαντική η εμφάνιση του...

Σίφης: Ναι. Μπορεί η φωνή να είναι καλή, αλλά η εμφάνιση όχι.

ΓΚ: Άρα λες όταν βλέπεις κάποιον είναι σημαντικό να βλέπεις και κάτι ωραίο, αλλά όταν απλά ακούς κάποιον, επειδή έτσι κι αλλιώς δεν βλέπεις την εμφάνιση, δεν σε ενδιαφέρει η εμφάνιση;

Σίφης: Ναι. Απλά ακούς ένα ωραίο τραγούδι!

(Νίκος, 11 χρονών, Σίφης, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Ο Νίκος συνέδεσε την όμορφη εμφάνιση με την ωραία φωνή και την ευγενική παρουσία, λέγοντας ότι μια «όχι και τόσο όμορφη τραγουδίστρια» θα έχει «βραχνή» φωνή και θα είναι «άγρια», αποδίδοντας μια σχεδόν αιτιακή σχέση ανάμεσα στην εμφάνιση και την ποιότητα της φωνής· ότι με άλλα λόγια η εμφάνιση είναι αυτό που κάνει τη φωνή «καλή». Υπονοεί επίσης ότι μια όχι και τόσο όμορφη τραγουδίστρια θα είχε φωνή που ίσως είναι πιο αρρενωπή. Η Δανάη και η Ειρήνη, ακόμα, απέρριψαν μια από τις πρώην αγαπημένες τους τραγουδίστριες -στα δωμάτια και των δυο υπήρχαν κολλημένα παλαιότερα πόστερ της Έλενας Παπαρίζου, από την εποχή που ήταν «λεπτή»- επειδή «πάχυνε» και «ασχήμισε», φανερώνοντας μια όψη κατά την οποία η ομορφιά προκαλεί ηθικούς συνειρμούς, είναι υπεύθυνη για όλα τα άλλα «καλά» χαρακτηριστικά του ατόμου, και μπορεί να αποτελέσει βασικό κριτήριο μουσικού θαυμασμού. Ο Σίφης επίσης ανέφερε ότι είναι σημαντικό στα βίντεο κλιπς ο καλλιτέχνης να έχει «ωραία εμφάνιση», γιατί κάτι τέτοιο φαίνεται ότι προσθέτει αξία στο τραγούδι. Στις πιο πάνω περιπτώσεις φαίνεται λοιπόν ότι τα παιδιά παρουσιάζουν χαμηλά επίπεδα κριτικής εμπλοκής και αντίστασης σχετικά με τα πρότυπα των ΜΜΕ και ότι είναι βαθιά επηρεασμένα από τα κυρίαρχα πρότυπα ομορφιάς και ότι συνεπώς θαυμάζουν καλλιτέχνες με αποκλειστικό κριτήριο την «όμορφη» εμφάνισή τους, αντιστεκόμενοι σε οτιδήποτε διαφέρει από τα κυρίαρχα πρότυπα ομορφιάς.

Παρόλα αυτά, η παραπάνω μειωμένη ενεργή και κριτική εμπλοκή των παιδιών με τα ΜΜΕ και τα (σεξουαλικοποιημένα) πρότυπα ομορφιάς που προωθούν δεν αποτελεί την πλήρη εικόνα, η οποία όπως φαίνεται από τα πιο κάτω δεδομένα είναι πολύπλοκη και πολυδιάστατη, με τα παιδιά να αποτελούν ταυτόχρονα «κριτικούς» αναγνώστες με ικανότητες αντίστασης και εμπρόθετης δράσης, αλλά και βαθιά επηρεαζόμενα υποκείμενα σε σχέση με τα ΜΜΕ.

Χαρακτηριστικά είναι τα πιο κάτω αποσπάσματα με τη Ροδοθέα, η οποία αν και έδειξε έντονα επηρεασμένη από τα πρότυπα ομορφιάς της δημοφιλούς κουλτούρας, όπως η Selena Gomez και η Katy Perry, εντούτοις επιθυμούσε να διατηρήσει ανεπηρέαστη τη

δική της προσωπικότητα και προσωπικό στυλ. Όπως είπε: «Μου αρέσει το δικό μου το στυλ, δεν θέλω να έχω το στυλ κάποιου άλλου», ακόμα κι αν αυτός ο «άλλος» αποτελεί το ίνδαλμα της που θεωρεί ως «ιδανική γυναίκα», όπου στην περίπτωση αυτή είναι η Selena Gomez. Η Ροδοθέα στο σημείο αυτό εκφράστηκε σε ένα νεοφιλελεύθερο μεταφεμινιστικό πλαίσιο που προωθεί την ατομικότητα και την ιδέα του «να είσαι ο εαυτός σου» και υποθέτει την επίτευξη της έμφυλης ισότητας (Gill, 2007· Jackson κ.ά., 2012). Δεν «παρασύρθηκε» λοιπόν από την αγαπημένη της τραγουδίστρια, θέλοντας να διατηρήσει το δικό της στίγμα, αν και παραδέχτηκε ότι σε κάποιες περιπτώσεις θα μπορούσε να αντιγράψει από τη Selena Gomez κάτι «που θα της αρέσει πάρα πολύ»:

ΓΚ: Υπάρχει καμιά κοπέλα που την έχεις ως πρότυπο, θεωρείς ότι έχει την ιδανική ομορφιά και λες «τι όμορφη είναι αυτή η κοπέλα, θέλω να της μοιάσω»;

Ροδοθέα: Η Selena Gomez.

ΓΚ: Είναι η ιδανική γυναίκα, έχει την ιδανική ομορφιά για σένα;

Ροδοθέα: Ναι το στυλ της, τα μαλλιά της, μου αρέσουν τα πάντα!

ΓΚ: Θα ήθελες να αντιγράψεις λίγο το στυλ της, να το έχεις κι εσύ;

Ροδοθέα: Κανονικά όχι πολύ. Μου αρέσει το δικό μου το στυλ, δεν θέλω να έχω το στυλ κάποιου άλλου. Μπορείς ας πούμε να κάνω κάτι το ίδιο γιατί θα μου αρέσει πάρα πολύ, αλλά προτιμώ το δικό μου το στυλ.

(Ροδοθέα, 10 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Επίσης, στην παρακάτω συζήτηση στην ομάδα εστίασης, η Βανέσα, η Μαρίλια και η Ροδοθέα ανέφεραν ότι θαυμάζουν τη Katy Perry τόσο για εμφανισιακούς, όσο και για μουσικούς λόγους, που ανάμεσα σε άλλα αφορούν και τα «ωραία» της βίντεο κλιπς:

ΓΚ: Να ξεκινήσουμε με τη Katy Perry που μου είπατε και οι τρεις σας ότι σας αρέσει; Τι σας αρέσει πάνω της;

Βανέσα: Είναι όμορφη... Η φωνή της, τα τραγούδια της.

Μαρίλια: Τα τραγούδια της, ο τρόπος που σκηνοθετεί τα βίντεο κλιπ της.

ΓΚ: Σας αρέσουν τα βίντεο κλιπ της;

Όλες: Ναι.

ΓΚ: Τι σας αρέσει;

Ροδοθέα: Ότι δεν έχουν βλακείες, είναι ωραία τα βίντεο, είναι ωραία η φωνή της.

ΓΚ: Τι εννοείς «βλακείες»;

- Ροδοθέα:* Εεε... βλακείες (κάνει νόημα, φαίνεται εννοεί σεξουαλικού περιεχομένου σκηνές. Τα υπόλοιπα κορίτσια γελούν).
- Σοφία:* Έχει φαντασία η ιστορία που δείχνουν.
- ΓΚ:* Πριν είπατε ότι είναι «όμορφη». Τι σας αρέσει ακριβώς;
- Μαρίλια:* Τα μάτια της που είναι μπλε, τα μαλλιά της, το σώμα της.
- Σοφία:* Τα ρούχα της.
- ΓΚ:* Θα θέλατε να έχετε τα ρούχα της;
- Ολες:* Ναι.

(Βανέσα, 11 χρονών, Μαρίλια, 10 χρονών, Ροδοθέα, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Ενδιαφέρον και αντίφαση παρουσίασε η οπτική της Ροδοθέας, η οποία ανέφερε ότι της αρέσει να παρακολουθεί τα βίντεο κλιπς της Katy Perry γιατί δεν δείχνουν «βλακείες», όπου με τη σιωπή, το δισταγμό και τις χειρονομίες της φαίνεται μάλλον να εννοεί σεξουαλικού περιεχομένου σκηνές. Με αυτό τον τρόπο φαίνεται να εκφράζει την αμηχανία και την άβολη θέση στην οποία βρίσκεται παρακολουθώντας το θέαμα με τις «βλακείες» ή και ίσως ακόμα και την επίκρισή της στη σεξουαλικοποιημένη μεταφεμινιστική κουλτούρα και προωθούμενα πρότυπα. Εντούτοις στο σημείο αυτό δεν είναι ξεκάθαρο για ποια βίντεο κλιπς μιλά και πώς ακριβώς ορίζει τις «βλακείες» στις οποίες αναφέρεται, αφού η Katy Perry αποτελεί χαρακτηριστικό πρότυπο της δημοφιλούς μεταφεμινιστικής σεξουαλικοποιημένης ποπ κουλτούρας με το αποκαλυπτικό της ντύσιμο, τις προκλητικές χορογραφίες και τους στίχους και τα βίντεο κλιπς με σεξουαλικά υπονοούμενα (Kassian, 2011· Miller, 2010· Saunders, 2013). Συνεπώς, φαίνεται να υπάρχει θολή εικόνα αναφορικά με το τι αποτελεί «βλακεία» και απρέπεια στη μουσική σκηνή και συνεπώς τι η Ροδοθέα εγκρίνει ή δεν εγκρίνει. Εντούτοις, στο επόμενο απόσπασμα φαίνεται να δίνει μια πιο ξεκάθαρη εικόνα της οπτικής της:

- Ροδοθέα:* (Η Ροδοθέα βλέπει το εξώφυλλο του περιοδικού Teen Vogue). Α είναι η Ariana Grande! Παίζει σε κάποια έργα που βλέπω!
- ΓΚ:* Σου αρέσει;
- Ροδοθέα:* Ναι κανονικά αυτή είναι πολύ κλειστή! Μπορεί να φορέσει φόρεμα, αλλά... το ντύσιμο της μου αρέσει παραπάνω. Ότι δεν φοράει κοντά που να με φοβίζουν, ούτε με κοντή φανέλα θα βγει στην τηλεόραση, ούτε τίποτε. Μου αρέσει ο χαρακτήρας της!
- ΓΚ:* Έχει σεμνό στυλ δηλαδή!
- Ροδοθέα:* Ναι.

ΓΚ: Από το στυλ της μπορείς να καταλάβεις και κάποια πράγματα για το χαρακτήρα της νομίζεις;

Ροδοθέα: Ε ναι! Ας πούμε όταν βλέπω μια κοπέλα που φορεί κοντά, κοντό παντελόνι, κοντή φανέλα μπορεί να καταλάβω ότι μπορεί να μην είναι πολύ καλή. Μπορεί να είναι και τρελή, μπορεί να έχει άλλα προβλήματα με το νου της. Δεν ξέρω. Ενώ όταν βλέπω μια κοπέλα έτσι.. με το ντύσιμο της να είναι λίγο κλειστό, σεμνό, τα μαλλιά της να είναι λίγο πάνω, μπορεί να καταλάβω ότι είναι καλή κοπέλα! Αλλά παραπάνω με αφορά ο χαρακτήρας.

(Ροδοθέα, 10 χρονών, συνέντευξη, χωριό)

Η Ροδοθέα σχολίασε ότι θαυμάζει την Ariana Grande εξαιτίας του ντυσίματος της, που είναι «σεμνό», «κλειστό», όπως αρχικά το αποκάλεσε η ίδια, χωρίς ρούχα «κοντά που να την φοβίζουν», ενώ στο τέλος πρόσθεσε «μου αρέσει ο χαρακτήρας της». Η Ροδοθέα στην περίπτωση αυτή προσδίδει μια ηθική διάσταση στην ομορφιά, αναφέροντας ότι με βάση την εμφάνιση μπορεί να αντλήσει πληροφορίες για τον χαρακτήρα του ατόμου, κάτι που φαίνεται να αποτελεί το βασικό της κριτήριο για θαυμασμό της Ariana Grande. Με αυτόν τον τρόπο φανερώνει έμμεσα τη μη έγκριση της σε ποπ καλλιτέχνες με «σέξι» εμφάνιση, κάτι που σε επόμενα αποσπάσματα, που θα αναλυθούν στο σημείο που αναφέρεται στη Miley Cyrus, φαίνεται πιο καθαρά. Παρόλα αυτά, όπως φάνηκε σε άλλα σημεία της ατομικής της συνέντευξης και της ομάδας εστίασης είχε εκφράσει το θαυμασμό της για την Katy Perry και τη Selena Gomez, πρότυπα που θα μπορούσαν να θεωρηθούν «σεξουαλικοποιημένα», με βάση τα κριτήρια που θέτει η Ροδοθέα, όπως για παράδειγμα το αποκαλυπτικό τους ντύσιμο, συνεπώς στο σημείο αυτό εντοπίζεται αντίφαση στο τι τελικά εγκρίνει η Ροδοθέα και τι όχι. Η αντίφαση αυτή της Ροδοθέας φαίνεται να αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα ρευστής ταυτότητας και των «σχιζοφρενούς υποκειμενικότητας» (Renold & Ringrose, 2011), φανερώνοντας την πολλαπλότητα στην εμπλοκή των παιδιών με τα MME, η οποία ξεπερνά την απλοϊκή διχοτομία επίδρασης-αντίστασης και ενεργούς-παθητικής εμπλοκής (Vares κ.ά., 2011).

Μουσικές Επιλογές και Έκφραση Σεξουαλικών Υποκειμενικότητων

Υπήρξαν περιπτώσεις κατά τις οποίες κάποια παιδιά έδειχναν να νιώθουν άβολα στο να εκφραστούν σχετικά με την εξωτερική εμφάνιση αγαπημένων τους καλλιτεχνών, ιδιαίτερα όταν αυτοί ανήκαν στο αντίθετο φύλο, εμμένοντας έτσι στην προβολή μουσικών κριτηρίων. Η Νικολέτα, για παράδειγμα, παρουσιάστηκε κάπως διστακτική στο να

εκφραστεί σε σχέση με την εμφάνιση των ανδρών καλλιτεχνών που θαυμάζει, όπως των μελών του συγκροτήματος One Direction, ενώ προηγουμένως πολύ άνετα εκφράστηκε για την εμφάνιση της Katy Perry, θέλοντας ίσως να διαφυλάξει την εικόνα του «καλού κοριτσιού» (Walkerdine, 1990) που βρίσκεται σε μια αθώα και σεξουαλική κοριτσίστικη κατάσταση (Egan & Hawkes, 2008) και δεν επιδεικνύει οποιοδήποτε ετεροσεξουαλικό ενδιαφέρον:

ΓΚ: Μου είπες και για τον Justin Bieber, τους One Direction...

Νικολέτα: Ναι μου αρέσουν και τα τραγούδια τους και... ναι.

ΓΚ: Εκτός από τα τραγούδια και τη μουσική τους, σου αρέσει και κάτι άλλο πάνω τους;

Νικολέτα: Μου αρέσει και η εμφάνιση τους.

ΓΚ: Δηλαδή;

Νικολέτα: Δηλαδή, είναι όλοι όμορφοι ας πούμε.
[...]

ΓΚ: Από τον Justin Bieber, τους One Direction;

Νικολέτα: Ε, απλώς είναι ωραίοι [γέλιο]!

ΓΚ: Τι όμως είναι αυτό που σου αρέσει; Τα μαλλιά τους, το στυλ τους, τα ρούχα τους;

Νικολέτα: Ναι [ενθουσιασμός]!

(Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Πιο έντονα το φαινόμενο αυτό παρουσιάστηκε στο παρακάτω απόσπασμα με τους τρίδυμους Αλέξη, Νεοκλή και Ηλία, οι οποίοι φάνηκαν διστακτικοί στο να μιλήσουν για τις τραγουδίστριες που τους αρέσουν:

ΓΚ: Από τραγουδιστές ποιοι σας αρέσουν;

Αλέξης: Justin Bieber!

Νεοκλής: Δεν έχω.

Αλέξης: Shakira!

Ηλίας: Καμιά γιατί δεν με κόφτει.

Αλέξης: Όχι μάλλον, Rihanna, Rihanna!

ΓΚ: Α η Rihanna! Πες μου πρώτα για τον Justin Bieber, γιατί σου αρέσει;

Αλέξης: Έχει ωραία φωνή μόνο [τονίζει].

ΓΚ: Μόνο! Είναι όμορφος;

Αλέξης:
ΓΚ: Φοράει ωραία ρούχα;
Αλέξης: Γιαξ.
ΓΚ: Η Rihanna γιατί σου αρέσει;
Αλέξης: Γιατί τραγουδά καλά, έχει και πολλά τραγούδια.
ΓΚ: Βρίσκεις ότι είναι όμορφη;
Νεοκλής: Όχι.
Αλέξης: Λίγο.
ΓΚ: Τα ρούχα της;
Αλέξης: Άσχημα. Είναι καλά.
ΓΚ: Α είναι καλά! Αλλά δεν ενθουσιάζεσαι;
Αλέξης: [Γνέφει αρνητικά] Όχι. *Ε δεν είναι ότι την αγάπησα* [θυμωμένα]!

(Αλέξης, Νεοκλής, Ηλίας, 10 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Ο Ηλίας και ο Νεοκλής δήλωσαν ευθέως ότι δεν έχουν αγαπημένους τραγουδιστές και συγκεκριμένα ο Νεοκλής απάντησε ότι δεν του αρέσει «καμία» τραγουδίστρια - παρόλο που η ερώτηση δεν αφορούσε αποκλειστικά γυναίκες καλλιτέχνες- προσθέτοντας ότι «δεν τον κόφτει», ενώ απάντησε ότι δεν βρίσκει τη Rihanna «όμορφη». Έτσι, μη αφήνοντας κανένα άλλο περιθώριο για συζήτηση, προσπάθησαν να απομακρύνουν τον εαυτό τους από οποιοδήποτε πιθανό ενδιαφέρον στα σέξι πρότυπα της μεταφεμινιστικής ποπ κουλτούρας. Τα δύο παιδιά ενδιαφέρονταν πολύ έντονα για το ποδόσφαιρο, οπότεν πιθανόν να ήθελαν να κρατήσουν ανέπαφο το αθλητικό και αρρενωπό τους προφίλ, «σνομπάροντας» την ποπ κουλτούρα, στην οποία πολύ συχνά και τα κορίτσια εμπλέκονται. Ταυτόχρονα, θεωρώντας ότι θα έπρεπε να μιλήσουν για γυναίκες καλλιτέχνες, ίσως να απόφευγαν να το κάνουν για να διατηρήσουν, όπως και η Νικολέτα, την εικόνα τους ως αθώα και μη σεξουαλικά όντα που βιώνουν την παιδικότητά τους.

Ο Αλέξης από την άλλη, ο οποίος και σε άλλα σημεία της συνέντευξης εκδήλωσε το ενδιαφέρον του για την ποπ μουσική και το χορό, με άνεση αναφέρθηκε στους καλλιτέχνες που θαυμάζει. Ωστόσο, αναφερόμενος στον Justin Bieber δήλωσε ότι έχει «ωραία φωνή μόνο» και δεν απάντησε στην ερώτηση κατά πόσο τον θεωρεί «όμορφο», ενώ προσπαθώντας με ομοφοβική διάθεση να δικαιολογηθεί και να ελαχιστοποιήσει οποιοσδήποτε πιθανότητες αμφισβήτησης της ετεροσεξουαλικής του ταυτότητας, έδωσε έμφαση στα μουσικά κριτήρια. Στην ερώτηση αν ο Justin Bieber φορεί ωραία ρούχα απάντησε «γιαξ», κάτι που από τη μια θα μπορούσε να θεωρηθεί ως η ειλικρινής του αντίδραση στο στυλ του. Από την άλλη, αυτή η αποστροφή θα μπορούσε να θεωρηθεί ως

μια ομοφοβική υπερπροσπάθεια (overcompensation) απομάκρυνσης του εαυτού του από οποιαδήποτε ομοφυλοφιλική πιθανότητα, κάνοντας μια δήλωση που υποδηλώνει αρνητικά συναισθήματα και αηδία για επιτελέσεις σεξουαλικότητας που είναι πέρα από τη νόρμα της ετεροσεξουαλικότητας. Αυτός ίσως να ήταν και ένας τρόπος να τοποθετήσει με ασφάλεια τον εαυτό στο λόγο της ετεροσεξουαλικότητας, μεταφέροντας ταυτόχρονα το μήνυμα ότι η σεξουαλικότητα μεταξύ των παιδιών αστυνομεύεται και ρυθμίζεται αυστηρά. Εξάλλου, όπως θα αναλυθεί πιο κάτω στη συζήτηση που αφορά τον Justin Bieber, φαίνεται ότι ο συγκεκριμένος καλλιτέχνης αποτελεί μια επίμαχη προσωπικότητα, με «παρεξηγημένη» τη σεξουαλικότητά του, για αυτό και ίσως ο Αλέξης ήθελε τόσο έντονα να απομακρυνθεί από την «παρεξήγηση» αυτή.

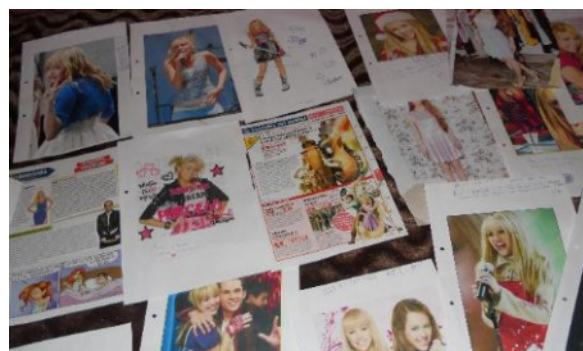
Από την άλλη, μιλώντας για τη Rihanna, ο Αλέξης επίσης αναφέρθηκε σε μουσικά κριτήρια, και συγκεκριμένα στα τραγούδια και στη φωνή της. Στην ερώτηση κατά πόσο τη βρίσκει «όμορφη» απάντησε «λίγο» και κατά πόσο του αρέσουν τα ρούχα της απάντησε μπερδεμένα και χωρίς συνέπεια, λέγοντας αρχικά ότι είναι «άσχημα» και στη συνέχεια «είναι καλά», ενώ στο τέλος θυμωμένα φαίνεται να αμύνεται απαντώντας ότι «ε δεν είναι ότι την αγάπησα». Φαίνεται ότι ο κυρίαρχος και «υποχρεωτικός» ετεροσεξουαλικός λόγος δεν αφήνει στα παιδιά περιθώρια για έκφραση μιας σχέσης θαυμασμού που να εστιάζει καθαρά στο μουσικό ενδιαφέρον και να μην εμπρικλείει κανένα (ετερο)σεξουαλικό ενδιαφέρον. Αυτή η στάση του Αλέξη πιθανόν να ενισχύεται από τα μηνύματα που τόσο έντονα μεταφέρει η μεταφεμινιστική δημοφιλής κουλτούρα, που όπως αναφέρθηκε στο θεωρητικό μέρος, η «σέξι» εμφάνιση των γυναικών καλλιτεχνών συχνά προωθεί σεξουαλικοποιημένα μηνύματα, κατά τα οποία οι διασημότητες αυτές αποτελούν όντα που προκαλούν και στοχεύουν αποκλειστικά στην ετεροσεξουαλική επιθυμία (Gill, 2007).

Ο Αλέξης λοιπόν χρησιμοποιεί την έκφραση αηδίας και τη σιωπή σε μια προσπάθεια τοποθέτησης του εαυτού του στη νορματική και «καθώς πρέπει» σεξουαλικότητα, που από τη μια είναι ετεροσεξουαλική και ομοφοβική, αλλά από την άλλη ανταποκρίνεται στις νόρμες της ηλικίας του και στην σεξουαλική αθωότητα που της αρμόζει. Άρα, είναι ενδιαφέρον ότι ο Αλέξης εμπλέκεται σε ένα ομοφοβικό και ετεροκανονιστικό λόγο, αλλά ταυτόχρονα εμπλέκεται και στον λόγο περί παιδικής αθωότητας και ασεξουαλικότητας, θυμίζοντας μας με τις αντιφάσεις του ξανά τη θεωρία των Renold και Ringrose (2011) περί «σχιζοφρενών υποκειμενικοτήτων».

Διαπραγματευόμενοι «Αμφιλεγόμενα» Ποπ Αστέρια

Miley Cyrus vs. Hannah Montana. Η Miley Cyrus, αρχικά μέσω του χαρακτήρα της στο σόου “Hannah Montana” του Disney Channel, έχει γίνει μια διασημότητα με ιδιαίτερα δυνατή επίδραση στα παιδιά (Boden, 2006α). Η σειρά της, οι συναυλίες της, η ταινία της έχουν φέρει κέρδη εκατομμυρίων δολαρίων (Kilday, όπως αναφέρεται στο Northup & Liebler, 2010), ενώ ταυτόχρονα έχει δημιουργηθεί μια ολόκληρη καταναλωτική κουλτούρα με ρούχα, βιβλία, CDs και γραφική ύλη με το λόγγο της Hannah Montana και τη φιγούρα της πολύ λεπτής και ξανθιάς σταρ (Northup & Liebler, 2010).

Η Miley Cyrus ήταν μια προσωπικότητα που προέκυψε αρκετά συχνά στις συζητήσεις με κάποια κορίτσια, όχι όμως με τα αγόρια, φανερώνοντας ότι είναι μια διασημότητα με έντονες επιδράσεις κυρίως στη ζωή των κοριτσιών. Πολλά κορίτσια διέθεταν τσάντες, κασετίνες, μπλούζες με τη φωτογραφία της Miley Cyrus ως Hannah Montana, ενώ η Δανάη συγκεκριμένα μου έδειξε τη συλλογή της που ξεκίνησε όταν ήταν επτά χρονών με φωτογραφίες της Hannah Montana που είχε μαζέψει από περιοδικά και λεζάντες όπως «Η Χάνα ντύθηκε πριγκίπισσα», «Η Χάνα είναι πολύ όμορφη γιατί έχει λίγο κοκκινάδι και βγήκε να τραγουδήσει στο κέντρο», «Η Χάνα φορεί γυαλιστερό φόρεμα και γυαλιστερή ζώνη», «Τραγουδά και είναι αχτένιστη», καθώς και το σετ μακιγιάζ με τη φωτογραφία της Hannah Montana.



Εικόνες 12 και 13. Η συλλογή της Δανάης (11 χρονών, πόλη) με φωτογραφίες της Hannah Montana.



Εικόνα 14. Το σετ μακιγιάζ της Δανάης (11 χρονών, πόλη) με τη φωτογραφία και το λόγγο της Hannah Montana.

Η εμπλοκή των κοριτσιών με την προσωπικότητα της Miley Cyrus, τόσο ως Hannah Montana, όσο και ως ποπ τραγουδίστρια φαίνεται χαρακτηριστικά στα παρακάτω αποσπάσματα:

ΓΚ: Σας αρέσει η Hannah Montana;

Δανάη: Ναι.

Ειρήνη: Εμένα με νευριάζει.

ΓΚ: Γιατί;

Ειρήνη: Δεν ξέρω.

[...]

ΓΚ: Για τη Hannah Montana, τι έλεγες Δανάη μου;

Δανάη: Ότι μου αρέσει σε μερικά έργα. Σε ένα έργο ήταν πολύ συμπαθητική. Έκλαιγε γιατί την κορόιδευαν στο σχολείο, έκλαιγε γιατί της έβαλαν κάτι αφίσες νομίζω...

Ειρήνη: Α ναι!

Δανάη: Και... τούτα.

ΓΚ: Εσένα γιατί σε νευριάζει Ειρήνη μου;

Ειρήνη: Δεν ξέρω. Επειδή, ας πούμε, μπαίνει στο έργο. Τα κανονικά της μαλλιά είναι μαύρα και φορεί περούκες έτσι ξανθές...

ΓΚ: Την είδατε την τελευταίως που άλλαξε; Που έκοψε τα μαλλιά της...

Δανάη: Ναι και τα έκανε κοντά!

Ειρήνη: Δεν ξέρω, δεν μου αρέσει εμένα.

ΓΚ: Σας αρέσει αυτό το στυλ; Που άλλαξε;

Δανάη: Ναι!
Ειρήνη: Όχι. Εμένα μου άρεσε με μακριά μαλλιά.
ΓΚ: Όπως ήταν πριν;
Ειρήνη: Χμ.
Δανάη: Εμένα μου αρέσει γιατί είναι το καινούριο στυλ.
ΓΚ: Πώς το βρίσκεις αυτό το στυλ;
Δανάη: Της πηγαίνει που έκανε ωραία, πιο ωραία τα μαλλιά της.
ΓΚ: Την είδατε και σε κανένα καινούριο της βίντεο κλιπ;
Ειρήνη: Όχι, δεν τη βλέπουμε.

(Ειρήνη, 13 χρονών, Δανάη, 11 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

ΓΚ: Μιλώντας για τη Miley Cyrus, είδες την αλλαγή της από Hannah Montana...
Άννα: Ναι ναι!
ΓΚ: Πώς σου φάνηκε;
Άννα: Εμένα δεν μου άρεσε προσωπικά έτσι όπως έγινε τώρα, αλλά...
ΓΚ: Τι δεν σου άρεσε;
Άννα: Ο τρόπος που ντύνεται, οι εκφράσεις της, τούτα.
ΓΚ: Το κούρεμα της;
Άννα: Δεν μου πολυάρεσε.
ΓΚ: Τι είναι αυτό που δεν σου αρέσει;
Άννα: Δεν ξέρω. Ο τρόπος που ντύνεται.
ΓΚ: Θεωρείς ότι είναι πολύ προκλητική;
Άννα: Ναι.
ΓΚ: Την προτιμούσες πριν που ήταν πιο «κοριτσάκι», πιο γλυκιά;
Άννα: Ναι, ναι!

(Άννα, 13 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Στα παραπάνω αποσπάσματα εκδηλώθηκε ποικιλοτροπία στον τρόπο ανάγνωσης της Miley Cyrus, όπου σε κάποιες περιπτώσεις εκφράστηκε δυσαρέσκεια και μη έγκρισή της σύγχρονης εικόνας της, ενώ σε άλλες περιπτώσεις εκφράστηκαν θετικά σχόλια και θαυμασμός. Παραπάνω η Ειρήνη εξέφρασε τη δυσαρέσκεια της σε σχέση με τη Miley, λέγοντας ότι τη «νευριάζει», χωρίς όμως να μπορεί να δικαιολογήσει τη δυσαρέσκειά της αρχικά, ενώ στην πορεία αναφέρθηκε στις αλλαγές στα μαλλιά της, στις «ξανθές περούκες» και στη μη έγκριση των κοντοκουρεμένων της μαλλιών, λέγοντας ότι την

προτιμούσε με «μακριά μαλλιά». Τα μαλλιά στην προκειμένη περίπτωση γίνονται ένα σύμβολο επιτέλεσης διαφόρων ειδών θηλυκοτήτων, όπου τα μακριά μαλλιά συμβολίζουν το «καλό κορίτσι» που η Miley παρουσιαζόταν ως Hannah Montana και το κοντό την πιο σέξι και άγρια μεταφεμινιστική εκδοχή της θηλυκότητας που εκφράζει τώρα. Η Δανάη επίσης αγκάλιασε τον χαρακτήρα της Miley ως Hannah Montana λέγοντας ότι ήταν «πολύ συμπαθητική», δείχνοντας ότι συμπαθούσε ιδιαίτερα το εύθραυστο, ευαίσθητο -που έκλαιγε γιατί την κορόιδευαν- και γλυκό κορίτσι που υποδυόταν στη σειρά. Ήταν ένας χαρακτήρας με τον οποίο ήταν πολύ πιο εύκολο να ταυτιστούν, κάτι στο οποίο φαίνεται να συμφωνεί και η Ειρήνη. Η Δανάη όμως υποστήριξε ότι και σήμερα εξακολουθεί να τη θαυμάζει κι ότι το νέο της στυλ στα μαλλιά είναι «καινούριο», «ωραίο» και «της πηγαίνει», δείχνοντας να είναι πιο ανοικτή σε άλλες επιτελέσεις θηλυκότητας πέρα από τη γλυκιά και αθώα κοριτσίστικη ταυτότητα που εξέφραζε η Hannah Montana. Από μια άλλη οπτική, η προτίμηση της Δανάης στη σύγχρονη εικόνα της Miley θα μπορούσε να μεταφραστεί ως παθητικότητα και θυματοποίηση στη σεξουαλικοποιημένη κουλτούρα, κάτι όμως που θα αποτελούσε απλοϊκή ανάγνωση, αφού από την άλλη, σε ένα μεταφεμινιστικό πλαίσιο, η προτίμηση αυτή θα μπορούσε να ερμηνευτεί ως επικρότηση που η Δανάη εκφράζει στο δικαίωμα για σεξουαλική απελευθέρωση και επιλογή (Gill, 2007).

Αντίστοιχη με την Ειρήνη δυσaráσκεια για τη Miley Cyrus εξέφρασε κι η Άννα, μιλώντας συγκεκριμένα για τον «τρόπο που ντύνεται» και «τις εκφράσεις της», δείχνοντας ότι αυτό που την ενοχλεί είναι οι σεξουαλικοί συνειρμοί που οι απεικονίσεις αυτές μεταφέρουν όσον αφορά την έκθεση του σώματος και τις σεξουαλικές της πρακτικές και πόζες. Η Άννα λοιπόν δεν φαίνεται να διαβάζει τέτοιου είδους αναπαραστάσεις στο πλαίσιο του μεταφεμινιστικού λόγου που ενθαρρύνει τη σεξουαλική απελευθέρωση και ενδυνάμωση (Gill, 2007), αλλά αντιθέτως φαίνεται να απορρίπτει τις αναπαραστάσεις αυτές και να αποστασιοποιεί τον εαυτό της από αυτές, επιδεικνύοντας μια κριτική στάση που αντιστέκεται στον παθητικό επηρεασμό από πρότυπα των MME. Ωστόσο, είναι σημαντικό, όπως αναφέρουν οι Jackson και Vares (2011), να ερμηνεύουμε προσεκτικά τις ικανότητες των παιδιών για εμπρόθετη δράση και κριτικές αναγνώσεις των MME, οι οποίες συχνά εγείρουν πολύπλοκους προβληματισμούς σε σχέση με το τι πραγματικά σημαίνει να είναι κανείς «κριτικός». Για παράδειγμα η αντίσταση που παρουσιάζουν η Άννα και η Ειρήνη θα μπορούσε να ερμηνευτεί κι ως επικριτική, ίσως εχθρική ματιά στο πλαίσιο της οποίας τα κορίτσια αστυνομεύουν η μια την άλλη, τόσο όσον αφορά τις ενδυματολογικές τους επιλογές, όσο και τη σεξουαλικότητα τους, κάτι που η Ringrose

(2008) ονομάζει «ετεροσεξουαλικοποιημένη επιθετικότητα» (“heterosexualized aggression”).

Ενδιαφέρον ακόμα παρουσίασε ο διάλογος της Ροδοθέας με τη μητέρα της Μαγδαλένα σε σχέση με την κριτική που ακούν στο πρότυπο της Miley Cyrus:

Μαγδαλένα: Και παλιά η Hannah Montana. Παλιά όμως, πολύ παλιά, πριν 3-4 χρόνια ήταν μανιακή με τη Hannah Montana. Σιγά σιγά προχωρήσαμε, προχωρήσαμε και της λέω: «Κοίταξε δεν σου τα έλεγα; Κοίταξε τώρα τι έπαθε! Δεν σου το είπα παλιά ότι δεν είναι σωστό να κάνει έτσι μια κοπέλα;». Επειδή στη σειρά βλέπει συνέχεια τη Hannah Montana και λέει «μα πόσο έξυπνη, πόσο καλή είναι» και μαζί προχωρήσαμε, συζητήσαμε και τελευταίως αυτό που εγώ προσπάθησα να της δείξω, να μάθει, το κατάφερα! Και τώρα σκέφτεται σωστά, συμφωνεί τώρα μαζί μου λέει!

ΓΚ: Ποια είναι η γνώμη σου για τη Hannah Montana, τη Miley Cyrus, όπως τη βλέπεις τώρα;

Ροδοθέα: Εεεε....

Μαγδαλένα: Πες μας, μόλις χτες ήτανε! Πες μας σωστά!

Ροδοθέα: Παράξενη.

Μαγδαλένα: Όχι, άλλο είπες! Παράξενη, αλλά είπες και κάτι άλλο. Είπες «είναι σαν την άρρωστη».

ΓΚ: Τι εννοείς ακριβώς;

Ροδοθέα: Τα τατουάζ της, ότι βγαίνει στην τηλεόραση με πολύ [τονίζει] κοντά, το στυλ της... Δεν μου αρέσει!

Μαγδαλένα: Ο τρόπος που μιλά... Είναι πολύ χαλασμένη μου είπες!

ΓΚ: Ότι αυτά που κάνει την χαλούν;

Ροδοθέα: Ναι!

(Ροδοθέα, 10 χρονών, με τη μητέρα της Μαγδαλένα, συνέντευξη, χωριό)

Στο απόσπασμα φαίνεται πολύ έντονα η προσπάθεια της Μαγδαλένας να κατευθύνει την κόρη της σε ένα πρότυπο θηλυκότητας «σωστό» και «ηθικό», λέγοντας χαρακτηριστικά «δεν είναι σωστό να κάνει έτσι μια κοπέλα». Φαίνεται ότι κατέβαλε μεγάλες προσπάθειες και επένδυσε χρόνο, συζήτησε πολύ μαζί της, ώστε να την πείσει ότι το πρότυπο της «καλής» και «έξυπνης» Hannah Montana δεν είναι αληθινό, θέλοντας να την καθοδηγήσει σε μια επικριτική αντιμετώπιση της σεξουαλικοποιημένης θηλυκότητας που σήμερα η Miley επιτελεί. Αυτό είχε τελικά μεγάλη επίδραση στη Ροδοθέα, η οποία

θεώρησε ότι η Miley είναι «παράξενη» και «σαν άρρωστη», ερμηνεύοντας τη στάση της με βάση τη «σέξι» εμφάνιση της, τα τατουάζ και τα «πολύ κοντά», αποκαλυπτικά ρούχα. Η «γύμνια» της Miley οδηγεί στην επίκριση της Ροδοθέας που παίρνει τη μορφή «ηθικής καταδίκης» και σε μια έντονη προσπάθεια διαφοροποίησης (othering) του εαυτού της από αυτό που η Miley πρεσβεύει.

Είναι ενδιαφέρον ότι οι αντιδράσεις της Ροδοθέας, της Μαγδαλένας, της Άννας και της Ειρήνης σε σχέση με τη Miley αποτελούν από τη μια αντίσταση στην «υπερσεξουαλικοποιημένη» θηλυκότητα που προβάλλει η Miley στο πλαίσιο της μεταφεμινιστικής ποπ κουλτούρας, αλλά από την άλλη μπορούν να ερμηνευτούν ως κανονικοποίηση και εμμονή στο λόγο της κομορμιστικής θηλυκότητας «του καλού κοριτσιού» (Walkerdine, 1990). Ο χαρακτήρας της Miley ως Hannah Montana αποτελεί το χαρακτηριστικό παράδειγμα της εξιδανικευμένης θηλυκότητας του «καλού κοριτσιού» και παράδειγμα προς μίμηση για τα νεαρά κορίτσια. Η μετατροπή της στη σημερινή της εικόνα, με τις γυμνές της φωτογραφίες και τις προκλητικές της δημόσιες εμφανίσεις και βίντεο κλιπς, έρχονται να παραβιάσουν το στάτους που είχε και να θεωρηθεί ως κακή επιρροή. Η παραβίαση της ιδεατής νόρμας θηλυκότητας από τη Miley απορρίπτεται από τα κορίτσια και από τη μια μπορεί να ερμηνευτεί ως κριτική ανάγνωση της ποπ κουλτούρας, αλλά από την άλλη μπορεί να ερμηνευτεί ως μια ηθική επίπληξη, κομορμισμό και συντηρητισμό σε παλιές εκδοχές θηλυκότητας, γεγονός που αποτελεί παράδοξο και αντιφατική κατάσταση. Η Miley, εξάλλου, αποτελεί μια διασημότητα που πιθανόν να δέχεται περαιτέρω κριτική εξαιτίας των προσδοκιών που είχε δημιουργήσει ως «καλό κορίτσι» όταν είχε πρωτοεμφανιστεί ως Hannah Montana. Συνεπώς η μετατροπή της από «καλό» κορίτσι σε «κακό» θεωρείται ηθική κατακύβηλα και φαίνεται να έχει αποξενώσει κορίτσια, αλλά ίσως και αγόρια, που δεν είναι έτοιμα να δεχτούν ένα υπερσεξουαλικοποιημένο κορίτσι. Η συνεχής σύγκριση μεταξύ του «παλιού» και «νέου» της εαυτού συμβάλλει ακόμα περισσότερο στην αντιμετώπισή της ως κακή επιρροή στα νεαρά κορίτσια, ένα γνωστό φαινόμενο που συνέβηκε και με άλλες νεαρές σταρς, όπως η Britney Spears και η Lindsay Lohan, που ξεκίνησαν από το Disney Channel ως καλά κορίτσια και στην πορεία της καριέρας τους επιτέλεσαν μια μεταφεμινιστική σεξουαλική απελευθέρωση που οδήγησε στην κατακραυγή τους και στον χαρακτηρισμό τους ως «πόρνες» (sluts, fame whores) (Jackson & Vares, 2011).

Justin Bieber. Ο Justin Bieber ήταν μια άλλη προσωπικότητα που δέχτηκε ποικίλες αντιδράσεις και αναγνώσεις από τα παιδιά, έχοντας ταυτόχρονα μεγάλους «θαυμαστές», αλλά και «εχθρούς». Πολλά παιδιά, όπως η Νικολέτα, ο Αλέξης, η Ροδοθέα,

ο Σίφης, η Σοφία και η Μαριάννα ανέφεραν ότι τους «αρέσει» ο Justin Bieber, ότι απολαμβάνουν τα τραγούδια του και συχνά τον χαρακτήρισαν ως «όμορφο», «κούκλο», «τέλειο», ότι έχει «ωραία» μαλλιά και στυλ. Άλλα παιδιά, κυρίως κορίτσια, εμπλέκονταν και στην καταναλωτική κουλτούρα που χτίζεται γύρω από την προσωπικότητά του, όπως τα αρώματα. Χαρακτηριστικός είναι ο παρακάτω διάλογος μεταξύ της Νικολέτας και της μητέρας της Αφροδίτης:

Αφροδίτη: Τον Οκτώβρη ήταν τα γενέθλια της Νικολέτας και η νονά της της έφερε το άρωμα του Justin Bieber...

Νικολέτα: Μάμα, στο μεταξύ του Justin Bieber το πρώτο (άρωμα), τώρα βγήκε με κρέμα δωρεάν!

Αφροδίτη: Ω τι χαρά μεγάλη!

Νικολέτα: Θα πω της νονάς μου να μου το πάρει για τα Χριστούγεννα! . . .

ΓΚ: Με τον Justin Bieber γιατί έχετε όλες μανία;

Νικολέτα: Επειδή είναι τέλειος [τονίζει, γέλιο]!

ΓΚ: Τι σας αρέσει;

Νικολέτα: Είναι όμορφος!

Αφροδίτη: Ενώ που ήταν πιο μικρή, πριν δυο χρόνια ας πούμε, δεν ήθελε να τον δει!

Νικολέτα: Ο Χρίστος (ο αδερφός της) φταίει.

Αφροδίτη: Ακόμα και πέρσι τώρα που το σκέφτομαι, έλεγε «γιαξ, γιαξ»!

Νικολέτα: Τι λες;

Αφροδίτη: Και φέτος...

Νικολέτα: Από πρόπερσι...

Αφροδίτη: Φέτος ήθελε άρωμα Justin Bieber. Της λέω: «Αφού δεν σου αρέσει ο Justin Bieber». «Ναι, αλλά το άρωμα του μου αρέσει».

Νικολέτα: Αφού... το άρωμα... δεν είναι...

Αφροδίτη: Ύστερα την είδα να βλέπει στο Facebook ένα βίντεο που ήταν...

Νικολέτα: Ααα, έβλεπα ένα βίντεο που ήταν ο Justin Bieber με ένα παραγωγό του και γελούσα...

Αφροδίτη: Στην αρχή έλεγε ότι δεν σου άρεσε...

Νικολέτα: Ήταν ένα βίντεο με ένα παραγωγό του και κάθεται (ο Justin Bieber) σε μια καρέκλα και μιλούν για περιοδείες κι έτσι κι εκείνος γύριζε με την καρέκλα του γύρω από το γραφείο κι έκανε «ίχα!» [γέλιο].

ΓΚ: Πού είδες πρώτη φορά τον Justin Bieber και σου άρεσε; Ποιος σου τον έμαθε;

Νικολέτα: Η κολλητή μου!

(Νικολέτα, 11 χρονών με τη μητέρα της Αφροδίτη, συνέντευξη, πόλη)



Εικόνα 15. Το άρωμα του Justin Bieber της Νικολέτας (11 χρονών, πόλη).

Στο πιο πάνω απόσπασμα προκύπτουν διάφορα θέματα: το πρώτο αφορά το ενδιαφέρον αρκετών παιδιών σε προϊόντα που λανσάρονται ή απεικονίζουν καλλιτέχνες της ποπ κουλτούρας. Το φαινόμενο αυτό δεν αφορά φυσικά μόνο τον Justin Bieber, αλλά κι άλλους ποπ καλλιτέχνες, όπως οι One Direction και η Miley Cyrus ως Hannah Montana, των οποίων αρκετά παιδιά κατέχουν προϊόντα τους, όπως μπλούζες, αρώματα, γραφική ύλη κλπ. Είναι επίσης ένα θέμα που έχει προκύψει κι από τις συζητήσεις με τους γονείς και συζητείται στο αντίστοιχο κεφάλαιο. Η Νικολέτα ακόμη μίλησε για τον κύριο λόγο για τον οποίο θαυμάζει τον Justin Bieber, λέγοντας ότι είναι «τέλειος», μεταφράζοντας την «τελειότητα» αυτή ως «όμορφος», ενώ αργότερα αναφέρθηκε σε στοιχεία της προσωπικότητάς του, όπως ότι είναι αστείος και ότι τα βίντεο του την κάνουν να γελά. Το χαρακτηριστικό «αστείος» είχε προκύψει κι από τα λεγόμενα της Κορίνας, αναφορικά με τους One Direction, δείχνοντας ότι τα παιδιά φαίνεται να επηρεάζονται κι από όψεις της προσωπικότητας των καλλιτεχνών, κάτι το οποίο θα συζητηθεί εκτενέστερα και πιο κάτω. Είναι ενδιαφέρον ότι τα παιδιά όταν μιλούσαν για άνδρες καλλιτέχνες αρκετά συχνά αναφέρθηκαν σε όψεις της προσωπικότητάς τους, κάτι που δεν συνέβη τόσο συχνά με γυναίκες καλλιτέχνες. Για παράδειγμα, στην περίπτωση της Miley Cyrus, τα παιδιά δεν αναφέρθηκαν καθόλου σε χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς της, παρά μόνο στην εμφάνισή της. Η Νικολέτα επίσης αντέκρουσε τα λόγια της μητέρας της, ότι μέχρι

πρόσφατα αντιπαθούσε τον Justin Bieber κι εκφραζόταν με αηδία και υποτίμηση για αυτόν («γιαξ»), λέγοντας ότι είναι θαυμάστρια του τα τελευταία δύο χρόνια κι ότι για την αντιπάθεια που έδειχνε προηγουμένως ευθυνόταν ο μεγαλύτερος της αδερφός, ο οποίος άνηκε στην κατηγορία των «εχθρών» του Justin Bieber. Φαίνεται ότι για την ίδια ήταν σημαντικό να παρουσιάσει τον εαυτό της ως θαυμάστρια του Justin Bieber για περισσότερο καιρό, αφού κάτι τέτοιο αποδεικνύει μεγαλύτερη αφοσίωση και θαυμασμό σε αυτόν, κάτι που μεταξύ των συνομηλίκων πιθανόν να αποτελεί ένδειξη πολιτισμικού κεφαλαίου. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι η Νικολέτα στο παραπάνω απόσπασμα, το οποίο αποτέλεσε μέρος της συνέντευξης με τη μητέρα της, εξέφρασε με πολλή άνεση τον θαυμασμό της για τον Justin Bieber, και με φανερό ενθουσιασμό σχολίασε την εξωτερική του εμφάνιση και την προσωπικότητά του, κάτι που στην ατομική της συνέντευξη φαινόταν να διστάζει να το κάνει. Φάνηκε λοιπόν ότι η παρουσία της μητέρας της, με την οποία έχει πολύ στενή σχέση, έλυσε τη σιωπή της, κάνοντάς την να εκφραστεί πιο άνετα.

Παρόλα αυτά, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, ο Justin Bieber αποτελεί μια ιδιαίτερα επίμαχη προσωπικότητα που προκαλεί έντονες αντιδράσεις, άλλοτε θετικές και άλλοτε αρνητικές. Με αφετηρία τα πιο κάτω αποσπάσματα θα συζητηθεί η κριτική που συχνά δέχτηκε από τα παιδιά, και σε κάποιες περιπτώσεις κι από τους γονείς τους:

Μαγδαλένα: Κι όταν μου είπε για τον Justin Bieber (ότι της αρέσει), τον τελευταίο χρόνο, χτες προχτές ξεκινήσαμε να κουβεντιάζουμε και λέω: «Σου αρέσει που έχει όλο τατουάζ στα χέρια;». «Μάμα, Χριστός και Παναγία! Όχι δεν μου αρέσει!». Φαίνεται ότι τον τελευταίο καιρό άλλαξε! Και λέω «κοίταξε, δεν...». Βρήκαμε και μια πληροφορία ότι τον έπιασε η αστυνομία επειδή παίρνει ναρκωτικά και λέω «Σου αρέσει τώρα;».

(Μαγδαλένα, μητέρα δεκάχρονης Ροδοθέας, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Χλόη: Σου είπαν σου ότι τους αρέσκει πολύ ο Justin Bieber δεν είναι; (γέλιο)

Φοίβος: Η Justin Bieber, η!

ΓΚ: Γιατί είναι «η»;

Φοίβος: Εκείνο το πράμα αγόρι δεν είναι!

ΓΚ: Γιατί έτσι;

[...]

ΓΚ: Όλα τα παιδιά είναι ξετρελαμένα μαζί του. Εσείς όχι;

Άννα: Όχι!

- Φοίβος:* Όχι «ο», «η» είπαμε!
[...]
- ΓΚ:* Γιατί είναι όμως «η» Justin Bieber; Είναι κοριτσίστικα τα όσα κάνει;
- Φοίβος:* Δεν είναι κοριτσίστικα, είναι σαν το μωρό που κάνει!
- Άννα:* Όχι και η φωνή του είναι πολύ κοριτσίστικη!
- Φοίβος:* Εγώ νομίζω ότι ή κορίτσι είναι ή ακόμα δεν μπήκε στην εφηβεία.
- Χλόη:* Φέρεται ομοφυλοφιλικά ή απλώς είναι η φωνή του; Επειδή εγώ δεν τον ξέρω!
- Άννα:* Η φάτσα του, δεν ξέρω.
- Χλόη:* Ομοφυλόφιλος; Ε μπορεί να είναι!
- Φοίβος:* Και κάνει όπως το μωρό. Νομίζει ότι επειδή τον ξέρουν, είναι ο σταρ και θεός.
- Άννα:* Πήγε, δεν ξέρω αν είναι αλήθεια, στην Κίνα κι ήθελε να βγει στο Σινικό Τείχος και τον κουβάλησαν για να βγει.
- Φοίβος:* Πήγε σε ένα νοσοκομείο για παιδιά για να τραγουδήσει και πήγε κοντά στα παιδιά κι όταν έφυγαν οι κάμερες έφυγε από κοντά τους γιατί δεν ήθελε να αρρωστήσει τάχα.
- Χλόη:* Πόσων χρονών είναι;
- Φοίβος:* 19.
- Χλόη:* Α δεν είναι και τόσο μικρός δηλαδή;
- Φοίβος:* Μικρή εννοείς.
- Χλόη:* Νόμιζα πως ήταν μωρό.
- Φοίβος:* Μωρό είναι, δεν είναι ψέμα. Ή...
- Άννα:* Γιατί όμως να τον κουβαλήσουν στο Σινικό Τείχος;
- Φοίβος:* Ή πήγε σε ένα mall σε μια χώρα κι ήθελε αυτοκίνητο να πάει και δεν του άρεσε του χρώμα κι είπε ήταν το χειρότερο στη ζωή του. Ή είπαν ότι αρρώστησε κι όταν ήρθε ο γιατρός τον κορόιδευε.
- ΓΚ:* Τα τραγούδια του, η μουσική του σας αρέσουν;
- Φοίβος:* Ναι! Άκου στίχο: «Baby, baby, good» [γέλιο]. Είναι «η»!

(Άννα, 13 χρονών, Φοίβος, 12 χρονών, με τη μητέρα τους Χλόη, συνέντευξη, πόλη)

Η Ροδοθέα με τη μητέρα της Μαγδαλένα, αλλά κυρίως τα αδέρφια Φοίβος και Άννα εξέφρασαν ξεκάθαρα την επικριτική τους στάση και την απέχθειά τους προς τον Justin Bieber, η οποία εστιάστηκε κυρίως σε φήμες που αφορούν την κακή του συμπεριφορά. Τα παιδιά εμπλέκονται έντονα σε μια κουλτούρα ανταλλαγής πληροφοριών,

ιστοριών και κουτσομπολιού (celebrity gossip) όσον αφορά αμφιλεγόμενες διάσημες προσωπικότητες όπως ο Justin, που κάποτε παίρνει τη μορφή «πολιτισμικού συναλλάγματος» (Jackson & Vares, 2011). Ο Φοίβος απέδωσε την αλαζονεία του Justin στην υπέρμετρη δημοσιότητα που δέχεται, η οποία τον οδηγεί στο να συμπεριφέρεται λες και είναι «ο σταρ και θεός». Φαίνεται λοιπόν ότι τα παιδιά δίνουν μεγάλη σημασία στη συμπεριφορά που επιδεικνύουν οι διάφοροι καλλιτέχνες και η συμπεριφορά τους μπορεί να αποτελέσει κριτήριο συμπάθειας ή αντιπάθειας τους.

Πέρα από τις ιστορίες που ο Φοίβος και η Άννα μοιράστηκαν σε σχέση με τη συμπεριφορά του Justin σε διάφορες εκδηλώσεις, μια άλλη πληροφορία που κυκλοφορούσε πολύ έντονα στον κύκλο των παιδιών και μου την είχαν αναφέρει κι άλλα παιδιά (π.χ. Μαριάννα, Κορίνα) ήταν η εμπλοκή του με τα ναρκωτικά και τα μπλεξίματά του με την αστυνομία. Όλα αυτά του προσέδωσαν την εικόνα του «κακού αγοριού» και του «κακού» προτύπου προς τα παιδιά, όπως φάνηκε από τα λεγόμενα της Μαγδαλένας, η οποία προσπαθούσε να απομακρύνει την κόρη της από το ενδιαφέρον της για αυτόν. Τα παιδιά και η Μαγδαλένα εμπλέκονται σε μια ηθική καταδίκη του Justin, η οποία, όπως και στην περίπτωση της Miley Cyrus, επικεντρώνεται στην αρνητική δημοσιότητα που λαμβάνει εξαιτίας των πράξεων και της συμπεριφοράς του κι όχι σε μουσικά κριτήρια. Αυτό βέβαια δεν συνέβαινε πάντοτε, αφού άλλα παιδιά, παρόλο που γνώριζαν τα «ατοπήματα» του, εξακολουθούσαν να τον θαυμάζουν και να τον στηρίζουν. Για παράδειγμα η Μαριάννα (12 χρονών, σημειώσεις πεδίου, πόλη) αναφέρθηκε στον έντονο της θαυμασμό για αυτόν, ότι τον ακολουθεί σε κάθε μέσο κοινωνικής δικτύωσης για να μαθαίνει τα νέα του κι ότι στενοχωρείται για τις πράξεις του, γιατί «αισθάνεται ότι τον γνωρίζει πολύ καλά» κι ελπίζει σύντομα να βρει το δρόμο του, χωρίς όμως να εκφράζεται επικριτικά για αυτόν.

Το άλλο σημείο έντονης επίκρισης που εκφράστηκε από τον Φοίβο κυρίως και σε κάποιο βαθμό από την Άννα αφορά τη σεξουαλικότητα του Justin και τον τρόπο επιτέλεσης της αρρενωπότητάς του. Ο Φοίβος επανειλημμένα αναφέρθηκε στον Justin ως «η Justin», κάτι που φαίνεται να συνδέεται με την επιτελεστικότητα για την οποία η Butler μιλά. Το φύλο είναι κάτι που κάποιος πρέπει να «κερδίσει» και να επιβεβαιώνει συνεχώς, τόσο με τη συμπεριφορά, όσο και με την εμφάνισή του, κάτι που ο Justin δεν κατάφερε. Ακόμα ο Φοίβος ανέφερε ότι «εκείνο το πράμα αγόρι δεν είναι». Μίλησε με σχεδόν αποστροφή για αυτό το «πράγμα», τον αντικειμενικοποιεί και προσπαθεί να απομακρύνει όσο πιο πολύ γίνεται τον εαυτό του από το πρότυπο αυτό. Δικαιολόγησε την αναφορά του στον Justin ως «η», και αργότερα το χαρακτηρισμό ως «μικρή» λέγοντας ότι «ή κορίτσι είναι ή ακόμα δεν μπήκε στην εφηβεία» και ότι «κάνει σαν το μωρό». Είναι ενδιαφέρον

ότι ο Φοίβος τον ονομάζει και θηλυκό και «μωρό», με τρόπο αυτά τα δύο χαρακτηριστικά να ταυτίζονται. Είναι μια ταύτιση που μεταφέρει την κοινωνική άποψη ότι τα κορίτσια και οι γυναίκες «μωρεύονται». Δεν είναι τυχαίο, εξάλλου, ότι ο χαρακτηρισμός «μωρό» χρησιμοποιείται για την περιγραφή μιας κοπέλας ως επιθυμητή, καθώς και η εκφώνηση «μωρό μου!» σε περιπτώσεις σεξουαλικής παρενόχλησης.

Η Άννα, ακόμα, θεώρησε ότι η θηλυπρέπεια του Justin φανερώνεται μέσω της εμφάνισής του, των χαρακτηριστικών του προσώπου του και της φωνής του, μια άποψη που συχνά έχει εκφραστεί και στα ΜΜΕ σχετικά με την εμφάνιση του Justin. Εντούτοις ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι στις δημόσιες συζητήσεις συχνά η θηλυπρεπής εμφάνιση του Justin παρουσιάζεται ως ένας από τους λόγους που τα κορίτσια και οι γυναίκες τον αγαπούν, με το επιχείρημα ότι γενικότερα άνδρες με θηλυκά χαρακτηριστικά στο πρόσωπο έχουν μεγάλη επιτυχία στις γυναίκες (π.χ. Stevens, 2011), μια άποψη όμως που η Άννα και ο Φοίβος φαίνεται να απορρίπτουν.

Συνεπώς, η θηλυκή ταυτότητα που η Άννα και ο Φοίβος του αποδίδουν αφορά τόσο τις συμπεριφορές του που θεωρούνται απρεπείς και ανώριμες για την ηλικία του, όσο και την εναλλακτική μορφή αρρενωπότητας και εμφάνισης που παρουσιάζει. Ο Justin επιτελεί μια *stylistic straight-queer* (Hawkins, 2013) και μετροσέξουαλ αρρενωπότητα, στο πλαίσιο των οποίων ενδιαφέρεται ιδιαίτερος για την εμφάνισή του, παρουσιάζει μια «σέξι» εικόνα και επιδεικνύει συχνά το μυώδες σώμα του στις διάφορες ημίγυμνες του εμφανίσεις. Αυτή η *queer* και μετροσέξουαλ επιτέλεση οδηγεί σε δύο αντιθετικές αντιμετώπισεις, αφού από τη μια αποτελεί «σύμβολο του σεξ», με εκατομμύρια κορίτσια στον κόσμο να δηλώνουν φανατικές του θαυμάστριες, καθώς και αγόρια να τον θαυμάζουν και τον έχουν ως πρότυπο ομορφιάς, κάτι που παρουσιάστηκε και σε παιδιά της έρευνας. Από την άλλη, η σεξουαλικότητα που επιδεικνύει μπορεί να εκληφθεί με αρνητικούς όρους, ως θηλυπρεπής και ομοφυλοφιλική, κάτι που μπορεί να προκαλέσει έντονη κριτική και έχθρα. Εδώ φαίνεται λοιπόν η έντονη αστυνόμευση που συμβαίνει κάποιες φορές εκ μέρους των παιδιών στις περιπτώσεις απόκλισης από τις ηγεμονικές νόρμες σεξουαλικότητας. Συνεπώς, όπως και στην περίπτωση της Miley Cyrus, φαίνεται να υπάρχει ταυτόχρονα αντίσταση στα πρότυπα της σεξουαλικοποιημένης μεταφεμινιστικής δημοφιλούς κουλτούρας, αλλά και κανονικοποίηση και εμμονή σε στερεοτυπικούς και ηγεμονικούς τρόπους επιτέλεσης του φύλου, που μπορεί ακόμα να φτάσει σε ρητορική μίσους εναντίον των εναλλακτικών επιτελέσεων.

Συμπεράσματα

Το κεφάλαιο αυτό είχε σκοπό τη χαρτογράφηση της μουσικής κουλτούρας στην οποία τα παιδιά εμπλέκονται και την ερμηνεία του τρόπου εμπλοκής των παιδιών με την κουλτούρα αυτή. Συγκεκριμένα, έχει μελετηθεί ο τρόπος με τον οποίο τα παιδιά αντιλαμβάνονται και νοηματοδοτούν τη μουσική κουλτούρα με την οποία έρχονται σε επαφή στην καθημερινότητά τους, δίνοντας σημασία στη συνθετότητα της σχέσης που υπάρχει μεταξύ κουλτούρας και υποκειμενικότητας (Vares κ.ά., 2011). Κυρίως αναλύθηκε η σχέση των παιδιών με τη διεθνή μεταφεμινιστική ποπ μουσική κουλτούρα και πρότυπα, μιας και ήταν το είδος της μουσικής που τα παιδιά ανέφεραν ότι τους ενδιαφέρει πιο συχνά. Αναλύθηκε επίσης το είδος αυτό εξαιτίας των συζητήσεων και ανησυχιών που συχνά προκύπτουν στη σχετική βιβλιογραφία σχετικά με την εμπλοκή των παιδιών με την κουλτούρα αυτή και την ανάγκη που προκύπτει για διερεύνηση της οπτικής των ίδιων των παιδιών σε σχέση με το θέμα αυτό.

Φαίνεται ότι κύριες επιρροές στο μουσικό γούστο των παιδιών αποτελούν οι γονείς τους, αλλά πιο συχνά συνομήλικα ή μεγαλύτερα παιδιά, καθώς και συγκεκριμένες πηγές των ΜΜΕ, όπως μουσικά τηλεοπτικά σόου ή διεθνείς τηλεοπτικές σειρές από κανάλια όπως το Disney Channel. Τα παιδιά, εξηγώντας τους λόγους για τους οποίους θαυμάζουν συγκεκριμένους καλλιτέχνες, αναφέρθηκαν σε διάφορα κριτήρια, τα οποία εστίαζαν συνήθως στη μουσική πτυχή, όπως τους στίχους, τη μελωδία και τη φωνή των καλλιτεχνών, αλλά και σε εμφανισιακά κριτήρια που αφορούσαν την εξωτερική εμφάνιση, το σώμα, το στυλ και την «ομορφιά» των καλλιτεχνών, καθώς και κριτήρια που αφορούσαν την προσωπικότητα των καλλιτεχνών. Τις περισσότερες φορές τα κριτήρια αυτά συνυπήρχαν, ενώ σε κάποιες, μεμονωμένες περιπτώσεις υπήρξε αποκλειστική εστίαση στον εμφανισιακό παράγοντα.

Υπήρξαν επίσης παιδιά που είχαν δεχτεί πως εάν οι αγαπημένοι τους καλλιτέχνες δεν είχαν την «όμορφη» εμφάνιση που έχουν σήμερα, τότε δεν θα τους προτιμούσαν, φανερώνοντας έτσι μια οπτική στην οποία η ομορφιά και ο τρόπος επιτέλεσης των θηλυκοτήτων και αρρενωποτήτων, τα οποία ορίζονται με τα αυστηρά κριτήρια της κυρίαρχης κουλτούρας, παίζουν πρωταρχικό ρόλο στην εκτίμηση και αντιμετώπιση ενός ατόμου. Είναι μια οπτική που συμβαδίζει με το φεμινιστικό θεωρητικό ρεύμα που ερμηνεύει την ομορφιά ως πηγή καταπίεσης εναντίον των γυναικών (π.χ. Bartky, 1990· Bordo, 1993/2003· Jeffreys, 2005· Wolf, 1991/2002), αλλά στην προκειμένη περίπτωση μερικές φορές και των ανδρών, κατά το οποίο αποδίδονται στο σώμα έντονες κοινωνικές και πολιτισμικές σημασίες, όσον αφορά το φύλο, την εξουσία και την εγκαθίδρυση της

πειθαρχίας (Forbes κ.ά., 2007). Θυμίζει αυτό που η Wolf (1991/2002) ονομάζει «μύθος της ομορφιάς» (σελ. 10), κατά τον οποίο το προβαλλόμενο ιδεώδες και ιδεολογία της ομορφιάς που ο μύθος μεταφέρει αποτελεί «πολιτική συνωμοσία» (σελ. 15) εναντίον του φεμινισμού και εναντίον των επιτευγμάτων των γυναικών, έχοντας τη δύναμη να ασκήσει δυνατό κοινωνικό έλεγχο στις γυναίκες, δημιουργώντας πάντοτε μια «κρυφή ανασφάλεια», σε περίπτωση που ξεφύγουν από τα πρότυπα ιδεατής ομορφιάς. Αυτός ο «μύθος» και η καταπιεστική ιδεολογία της ομορφιάς που μεταφέρει εκφράζεται από κάποια παιδιά που με ευκολία απορρίπτουν καλλιτέχνες, κυρίως γυναίκες, αλλά κάποτε και άνδρες, επειδή δεν ανταποκρίνονται στα κυρίαρχα πρότυπα ομορφιάς. Η πιο πάνω στάση των παιδιών μπορεί να εκληφθεί ως ένδειξη της μειωμένης τους κριτικής ικανότητας για ενεργή εμπλοκή με την κυρίαρχη δημοφιλή μουσική κουλτούρα, αφού φαίνεται να εκφράζουν μια παθητική εμμονή με τα κυρίαρχα και καταπιεστικά πρότυπα ομορφιάς.

Παρόλα αυτά, κάτι τέτοιο θα αποτελούσε βεβιασμένο συμπέρασμα, αφού, σε αντίθεση με τους διάφορους κινδυνολογικούς ισχυρισμούς που υποστηρίζουν την έλλειψη κριτικής κατανάλωσης και την παθητική θυματοποίηση των παιδιών στο βωμό της «σεξουαλικοποιημένης» δημοφιλούς κουλτούρας, πολλά παιδιά ανέδειξαν τις πολλαπλές διαστάσεις που χαρακτηρίζουν τη σχέση τους με τα πρότυπα των MME και την ικανότητα τους για κριτικές και ενεργές αναγνώσεις. Στις περισσότερες περιπτώσεις, ωστόσο, τα παιδιά εξέφρασαν πολυσύνθετες απόψεις, οι οποίες εμπερικλείουν συχνά αντιφατικούς λόγους, εκφράζοντας ταυτόχρονα το στοιχείο της εμπρόθετης δράσης με το στοιχείο του κομορμισμού και το στοιχείο της παιδικής αθωότητας με το στοιχείο της σεξουαλικοποίησης. Παίρνοντας ως χαρακτηριστικό παράδειγμα τη Ροδοθέα, δείχνοντας κριτική διάθεση και αυτοδυναμία, προωθεί τη νεοφιλελεύθερη μεταφεμινιστική ιδέα της έκφρασης της μοναδικής ατομικής ταυτότητας και της ιδέας του «να είσαι ο εαυτός σου», υποστηρίζοντας ότι μένει ανεπηρέαστη από οποιεσδήποτε πολιτισμικές επιρροές, ακόμα κι όταν αυτές προέρχονται από αγαπημένα της μουσικά ινδάλματα. Στην πορεία επίσης αναφέρει τον θαυμασμό της προς την Arianna Grande, ένα πρότυπο που θαυμάζει για το «σεμνό» της στυλ, κάτι που ταυτόχρονα μεταφράζει σε καλό χαρακτήρα. Την ίδια ώρα όμως, εκφράζει τον θαυμασμό της προς την Katy Perry, ένα χαρακτηριστικό «σέξι» πρότυπο μεταφεμινιστικής κουλτούρας. Παρόλα αυτά η Ροδοθέα αναφέρει ότι θαυμάζει την Katy Perry, γιατί πέρα από το ότι είναι «όμορφη» και έχει ωραία τραγούδια, τα βίντεοκλιπς της δεν προβάλλουν σεξουαλικού περιεχομένου «βλακείες». Τα οποία βίντεοκλιπς της, όμως, καθώς και οι στίχοι και οι εμφανίσεις της Katy Perry, αρκετά συχνά έχουν δεχτεί κριτική σε δημόσιες συζητήσεις εξαιτίας των σεξουαλικών

υπονοούμενων που μεταφέρουν. Επιπρόσθετα, η Ροδοθέα ασκεί έντονη κριτική σε καλλιτέχνες όπως η Miley Cyrus και ο Justin Bieber εξαιτίας της «σέξι» εμφάνισης και της κακής τους συμπεριφοράς. Η μελέτη των λεγόμενων της Ροδοθέας λοιπόν, φανερώσει μια σειρά από αντιφατικά στοιχεία, δείχνοντας τη ρευστότητα και την πολλαπλότητα με την οποία τα παιδιά συχνά αντιμετωπίζουν τις αρρενωπότητες και θηλυκότητες που προβάλλονται από τα ΜΜΕ, ξεπερνώντας την απλοϊκή διχοτομία μεταξύ κριτικής επίγνωσης και παθητικής θυματοποίησης. Συνεπώς, η Ροδοθέα, αλλά και άλλα παιδιά στην έρευνα, αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα αντιφατικών, μη σταθερών και σχιζοφρενών υποκειμενικοτήτων (Renold & Ringrose, 2011) στον τρόπο αντιμετώπισης συμβόλων της σύγχρονης κουλτούρας.

Δίνοντας ακόμα το βήμα στα παιδιά να μιλήσουν για πρότυπα της δημοφιλούς κουλτούρας, εμμέσως μεταφέρονται μηνύματα που αφορούν τη σεξουαλική υποκειμενικότητα που θέλουν να εκφράσουν. Αυτό προέκυψε τόσο από αγόρια, όσο κι από κορίτσια, τα οποία σε κάποιες περιπτώσεις πολύ διστακτικά εκφράστηκαν για διασημότητες που ανήκαν στο αντίθετο φύλο, σε μια πιθανή προσπάθεια τους να διαφυλάξουν την παιδική ασεξουαλική αθωότητα που αναμένεται να διατηρούν και να μην παρεξηγηθούν ως σεξουαλικά όντα που επιδεικνύουν (ετερο)σεξουαλικό ενδιαφέρον. Ακόμη, κυρίως στην περίπτωση κάποιων αγοριών, υπήρξε προσοχή στην έκφραση σχολίων για άνδρες καλλιτέχνες, προκειμένου να απομακρύνουν τον εαυτό τους από οποιοδήποτε ομοφυλοφιλική παρεξήγηση. Συνεπώς, φαίνεται ότι τα παιδιά, μιλώντας για τους αγαπημένους τους καλλιτέχνες της μεταφεμινιστικής ποπ κουλτούρας, εμπλέκονται ταυτόχρονα σε διάφορους σεξουαλικούς λόγους, οι οποίοι σε κάποιες περιπτώσεις τα ορίζουν ως ασεξουαλικά υποκείμενα, τα οποία διατηρούν την παιδική τους αθωότητα, αλλά ταυτόχρονα τα ορίζουν και ως όντα (υποχρεωτικά) ετεροσεξουαλικά με ομοφοβικές στάσεις, μεταφέροντας έτσι μια πολύπλοκη εικόνα της σεξουαλικής τους υποκειμενικότητας.

Κάποιες «επίμαχες» προσωπικότητες, όπως η Miley Cyrus και ο Justin Bieber φαίνεται να ανήκουν έντονα στο πεδίο ενδιαφέροντος των παιδιών και η ανάλυση της πρόσληψής τους από τα παιδιά προσέφερε πρόσφορο έδαφος για καλύτερη απεικόνιση των απόψεων τους για τη μεταφεμινιστική κουλτούρα. Μέσα από την ανάλυση τους επιβεβαιώνεται η άποψη ότι τα παιδιά δεν αποτελούν ομοιογενή ομάδα, αφού υπήρξαν ποικίλες αντιδράσεις και σχόλια στην αντιμετώπισή τους που κυμαίνονταν από έντονο θαυμασμό, αδιαφορία μέχρι και απέχθεια. Η αντιμετώπιση αυτή βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στα στοιχεία της προσωπικότητας, της δημόσιας εικόνας και συμπεριφοράς, αλλά και στην εμφάνιση των καλλιτεχνών, δείχνοντας τη σημασία των πιο πάνω παραγόντων

στη νοηματοδότηση της δημοφιλούς κουλτούρας εκ μέρους των παιδιών, κάτι που αναλόγως πλαισίου, μπορεί από τη μια να αποτελέσει κριτική αντιμετώπιση της μεταφεμινιστικής κουλτούρας, αλλά από την άλλη παθητική ανάγνωση, «ηθική καταδίκη» και κομπορμιισμό. Για παράδειγμα, ο Justin Bieber με τη μετροσέξουαλ και stylistic straight-queer εμφάνιση του θεωρείται από τη μια ως πρότυπο ομορφιάς, «κούκλος» ή «όμορφος» όπως κάποια παιδιά τον χαρακτήρισαν, αλλά από την άλλη δέχεται έντονη κριτική και επιτήρηση λόγω της «θηλυπρεπούς», queer του εμφάνισης. Η Miley Cyrus επίσης, με τη «γύμνια» και τη σέξι της εμφάνιση μπορεί από τη μια να εκληφθεί ως πρέσβυρα ενός «καινούριου» στυλ και ως πρότυπο φεμινιστικής απελευθέρωσης, αλλά ταυτόχρονα να δεχτεί ηθική καταδίκη, αστυνόμηση και ετεροσεξουαλική επιθετικότητα (Ringrose, 2008). Μεταφέροντας τις απόψεις των παιδιών για τη Miley Cyrus στη φεμινιστική θεωρία, μπορούν, αναλόγως της φεμινιστικής οπτικής που ακολουθείται, να θεωρηθεί ταυτόχρονα ως φεμινιστικό είδωλο (Lumpkin, 2013), αλλά και να δεχτεί έντονη φεμινιστική κριτική, ως πρότυπο που εξυπηρετεί το πατριαρχικό, σεξιστικό και καπιταλιστικό σύστημα της μουσικής βιομηχανίας (Gould, 2013· Wade, 2013).

Συνοψίζοντας, λοιπόν, φαίνεται ότι η μουσική αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό κομμάτι στη ζωή των παιδιών, όχι μόνο για ψυχαγωγικούς σκοπούς, αλλά και γιατί μέσω των μουσικών τους επιλογών και την ενασχόλησή τους με συγκεκριμένους καλλιτέχνες τα παιδιά έχουν την ευκαιρία να αναδείξουν την έμφυλη και σεξουαλική υποκειμενικότητα που τα εκφράζει, αναλόγως της εικόνας που ο αγαπημένος τους καλλιτέχνης μεταφέρει. Φαίνεται ακόμη ότι υπάρχει ποικιλομορφία στον τρόπο αντιμετώπισης της σύγχρονης κυρίαρχης κουλτούρας, με τα παιδιά να μην αποτελούν ομοιογενή ομάδα που καταναλώνει τη δημοφιλή κουλτούρα και εσωτερικεύει τα μηνύματα περί σεξ και σεξουαλικότητας με παρόμοιο τρόπο. Για αυτό είναι σημαντικό να διερευνηθούν παράγοντες που πιθανόν να καθορίζουν την ποικιλομορφία αυτή, όπως η ηλικία, οι ατομικές προτιμήσεις, η γονική καθοδήγηση, τα δίκτυα συνομηλίκων και η πρόσβαση σε συγκεκριμένες τεχνολογίες και δραστηριότητες.

Τέλος, τα παιδιά φαίνεται ότι εμπλέκονται με τη δημοφιλή κουλτούρα με σύνθετους τρόπους: άλλοτε αποτελούν εγγραμματισμένους και κριτικούς καταναλωτές των MME κι άλλοτε βαθιά επηρεασμένα όντα, δύο φαινομενικά διαμετρικά αντίθετες οπτικές, που όμως πολλές φορές συνυπάρχουν σε μια πολύπλοκη σχέση. Η ανάλυση των λόγων των παιδιών είναι δυνατόν να μεταφέρει την εκδήλωση από τη μια «αντίστασης» στα πρότυπα της σεξουαλικοποιημένης μεταφεμινιστικής δημοφιλούς κουλτούρας, αλλά ταυτόχρονα και κανονικοποίηση και εμμονή σε στερεοτυπικούς, παραδοσιακούς και ηγεμονικούς τρόπους επιτέλεσης του φύλου, κάτι που φανερώνει τη μεγάλη προσοχή που

απαιτείται στην ερμηνεία του τρόπου «κριτικής» ανάγνωσης της ποπ κουλτούρας από τα παιδιά, αφού συχνά η «κριτική» αυτή εμπλέκεται σε πολύπλοκους λόγους με αντιφατικά νοήματα.

ΓΑΛΑΤΕΙΑ ΚΑΜΙΤΣΗ

“Like sthn prof”:

Πλοήγηση στις Ψηφιακές Έμφυλες και Σεξουαλικές Υποκειμενικότητες των Παιδιών στο Facebook

Εισαγωγή

Η συμμετοχή σε ψηφιακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε εικονικές κοινότητες αποτελεί πλέον αναπόσπαστο μέρος της κουλτούρας των νέων ανθρώπων, οι οποίοι μεγαλώνουν ως “digital natives” (Palfrey & Glasser, 2008). Έτσι, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook, το Instagram, το MySpace και αρκετά άλλα έχουν γίνει εξαιρετικά δημοφιλή σε έφηβους, αρχικά στις ΗΠΑ, και σταδιακά στον υπόλοιπο κόσμο, αποκτώντας μεγάλη πολιτισμική σημασία για τους χρήστες (boyd, 2007). Τέτοια σύγχρονα ψηφιακά περιβάλλοντα προσφέρουν νέες και ποικίλες ευκαιρίες στους χρήστες για δημόσια προβολή όψεων του εαυτού τους στο διαδικτυακό περιβάλλον. Αυτό γιατί από τα chatrooms που ήταν δημοφιλή στις αρχές της δεκαετίας του '90, στα οποία ο χρήστης περιοριζόταν απλά στο να αποδώσει την ύπαρξή του με ένα username-nickname, μέχρι τα avatars σε μορφή cartoon που ακολούθησαν τα επόμενα χρόνια, φτάσαμε τα τελευταία χρόνια στα σύγχρονα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία προσφέρουν στο χρήστη την ευκαιρία για ρεαλιστική και λεπτομερή αναπαράσταση της ύπαρξής του, με τη δημοσίευση φωτογραφιών, βίντεο κι άλλων προσωπικών στοιχείων (Kapidzic & Herring, 2014).

Ωστόσο, συχνά η χρήση των διαδικτυακών κοινωνικών μέσων από παιδιά και έφηβους αποτελεί θέμα αυξημένης δημόσιας συζήτησης και ανησυχίας. Ένας βασικός προβληματισμός που προκύπτει σχετικά με την έντονη ενασχόληση των παιδιών με τα κοινωνικά μέσα αποτελεί ο φόβος για εθισμό στο διαδίκτυο και για περιορισμένη κοινωνικοποίησή τους (O’Keeffe & Clarke-Pearson, 2011). Ένας άλλος προβληματισμός προκύπτει από θέματα που αφορούν την προστασία προσωπικών δεδομένων των παιδιών, κυρίως μέσα από διαδικτυακούς ελέγχους των προφίλ από κυβερνητικούς οργανισμούς, πανεπιστήμια και εργοδότες, κάτι που μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τη μελλοντική τους πορεία (Kapidzic & Herring, 2014). Επιπλέον, πολύ συχνά εκφράζονται ανησυχίες για τους κινδύνους που ελλοχεύουν για την εκμετάλλευση ανηλίκων, με το επιχείρημα ότι η έντονη σεξουαλικοποιημένη παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα των παιδιών, και ειδικότερα

των κοριτσιών, αυξάνει το ρίσκο του grooming, του cyberbullying και της παιδοφιλίας (Ringrose, 2011· O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011).

Ένα βασικό κενό που παρατηρείται στη μελέτη της εμπλοκής των παιδιών με τα κοινωνικά δίκτυα είναι η απουσία της φωνής τους σε σχέση με την σημασία των κοινωνικών δικτύων στη ζωή τους και στην εξήγηση του τρόπου προβολής τους σε αυτά. Τα παιδιά στις σχετικές συζητήσεις παρουσιάζονται κυρίως ως αφελείς καταναλωτές που χρειάζονται την προστασία των ενηλίκων κι όχι ως ενεργά κοινωνικά υποκείμενα (Dinsmore, 2014). Η απουσία αυτή μπορεί εύκολα να οδηγήσει σε υπεραπλουστευμένα συμπεράσματα σε σχέση με την κατανάλωση και εμπλοκή των παιδιών στα κοινωνικά δίκτυα (Harney κ.ά., 2013). Στη σχετική βιβλιογραφία, επίσης, υπάρχει απουσία ερευνών με παιδιά που να βρίσκονται στην προεφηβική ηλικία, αφού οι περισσότερες σχετικές έρευνες έχουν διεξαχθεί είτε με έφηβους, είτε με νεαρούς ενήλικες (π.χ. Manago κ.ά., 2008· Peter & Valkenburg, 2011). Ακόμη, στις περισσότερες σχετικές έρευνες έχει μελετηθεί η κατασκευή θηλυκοτήτων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από κορίτσια (π.χ. Kapidzic & Herring, 2011, 2014· Manago κ.ά., 2008· Peter & Valkenburg, 2011· Ringrose, 2011), ενώ πολύ περιορισμένες είναι οι έρευνες που μελετούν την κατασκευή αρρενωποτήτων (π.χ. Harvey κ.α., 2013· Manago, 2013· Siibak, 2010· Vandenbosch & Eggermont, 2013).

Είναι απαραίτητο λοιπόν να διερευνηθεί ο τρόπος δράσης των παιδιών σε δημοφιλή ψηφιακά κοινωνικά δίκτυα, όπως το Facebook, κάτι που θα συμβάλει στη γνώση και στην κατανόηση του τρόπου επιτέλεσης των σύγχρονων αρρενωποτήτων και θηλυκοτήτων στον διαδικτυακό χώρο. Λαμβάνοντας υπόψη τη μεταδομιστική προσέγγιση και συγκεκριμένα το ότι το φύλο κάτι που οι άνθρωποι «κάνουν» (doing gender) κι όχι κάτι που εγγενώς διαθέτουν (Butler, 1993/2008), είναι σημαντικό να μελετήσουμε τους τρόπους με τους οποίους η δράση των παιδιών στην κοινωνική σκηνή του Facebook, με τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις που αυτή συνεπάγεται, τους δίνει ευκαιρίες έκφρασης των θηλυκοτήτων και αρρενωποτήτων τους.

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλυθούν οι αντιλήψεις και οι δράσεις των παιδιών στο ψηφιακό περιβάλλον του Facebook, σε μια προσπάθεια κατανόησης και ερμηνείας των νέων μορφών επιτέλεσης του φύλου από τα παιδιά σε ένα σύγχρονο ψηφιακό παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον και του τρόπου με τον οποίο οι επιτελέσεις αυτές συμβάλλουν στη συγκρότηση της έμφυλης υποκειμενικότητάς τους. Στόχος είναι η συνεισφορά στη συζήτηση περί σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας και της παιδικότητας, βάσει μιας φεμινιστικής προσέγγισης των δυναμικών που υφίστανται στις διαδικασίες

«σεξουαλικοποίησης» των παιδιών μέσα στο πεδίο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και συγκεκριμένα στο Facebook. Στο πλαίσιο της ανάλυσης αυτής χρειάζεται να ληφθεί υπόψη η «μεταφεμινιστική» τάση στα ΜΜΕ, κατά την οποία κυρίως τα κορίτσια, αλλά κάποτε και τα αγόρια, βρίσκονται κάτω από την πίεση της επιτέλεσης μιας «υποχρεωτικής πειθαρχικής τεχνολογίας του σέξι» (“compulsory disciplinary technology of sexy”) στα ψηφιακά περιβάλλοντα, κατά την οποία η ομορφιά και η σέξι εμφάνιση αποτελούν απαραίτητα χαρακτηριστικά της συγκρότησης της έμφυλης υποκειμενικότητάς τους (Gill, 2007α, 2008β). Συγκεκριμένα, θα συζητηθεί ο τρόπος με τον οποίο οι ψηφιακές αναπαραστάσεις των παιδιών στο Facebook επηρεάζουν τόσο τη σχέση των παιδιών με τον εαυτό τους, δηλαδή την αυτοαντίληψη τους, όσο και τη σχέση τους με τον κοινωνικό τους περίγυρο και συγκεκριμένα με την ομάδα των συνομηλίκων. Θα συζητηθεί ακόμα ο βαθμός κατά τον οποίο τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν χώρους στους οποίους κανονικοποιούνται σεξουαλικοποιημένες συμπεριφορές και λόγοι από τα παιδιά, μέσα από την ψηφιακή παρουσίαση του εαυτού τους και κατά πόσο η παρουσίαση αυτή επηρεάζεται από τις έμφυλες και σεξουαλικές κουλτούρες της ομάδας των συνομηλίκων. Η εθνογραφική φύση της έρευνας δίνει το βήμα στα παιδιά να παρουσιαστούν ως ενεργοί κοινωνικοί παράγοντες που προβάλλουν τις δικές τους κουλτούρες στο πλαίσιο της δράσης τους στα κοινωνικά μέσα. Είναι μια προσπάθεια γεφύρωσης της υπάρχουσας βιβλιογραφίας σε σχέση με τη χρήση των κοινωνικών μέσων από τους νέους και την έμφυλη κατασκευή της ταυτότητάς τους σε αυτά, με τις οπτικές των ίδιων των παιδιών σε σχέση με το θέμα αυτό. Τα αποτελέσματα για τη ψηφιακή δράση των παιδιών προέρχονται από τις συζητήσεις που είχα κάνει με τα παιδιά στο πλαίσιο των συνεντεύξεων, των ομάδων εστίασης και της εκπαιδευτικής παρέμβασης.

Θεωρητικό Πλαίσιο

Επιτήρηση και Επιτελεστικότητα στα Κοινωνικά Δίκτυα: Facebook ή “Stalkerbook”;

Ένα σημαντικό κίνητρο στην εμπλοκή παιδιών και εφήβων σε διαδικτυακές κοινωνικές πλατφόρμες είναι η ευκαιρία που τους δίνεται για συγκρότηση και δημόσια προβολή όψεων του εαυτού τους (boyd, 2007). Η διαδικτυακή υποκειμενικότητα των παιδιών καθορίζεται εν μέρει από τα ίδια, αφού διαθέτουν την ελευθερία να εκφράσουν όψεις της ταυτότητάς τους που τα εκφράζουν, αλλά επίσης καθορίζεται και αξιολογείται σε πολύ

μεγάλο βαθμό κι από τους άλλους, τους διαδικτυακούς τους φίλους. Στο σημείο αυτό παρατίθεται η αντιπαράθεση που εντοπίζεται μέσα από τη βιβλιογραφία σχετικά με τον τρόπο δράσης και έκφρασης και παιδιών σε ψηφιακά περιβάλλοντα, όπως αυτό του Facebook. Στη συζήτηση αυτή κάποιες φορές τα παιδιά τοποθετούνται σε θέση «επιτήρησης» κι υποταγής μέσα από τους μηχανισμούς του Facebook, ενώ σε άλλες περιπτώσεις τα παιδιά τοποθετούνται σε ένα πλαίσιο απελευθερωτικό, μέσα στο οποίο τα κοινωνικά δίκτυα τους δίνουν την ευκαιρία να εκφράσουν ελεύθερα και αυτόνομα την υποκειμενικότητά τους.

Ένα μεγάλο μέρος της βιβλιογραφίας (π.χ. Archibald, 2010· boyd, 2007· Ivana, 2013· Manago κ.ά., 2014· Westlake, 2008) αντιμετωπίζει τα κοινωνικά δίκτυα υπό όρους επιτήρησης, μεταφέροντας τη θεωρία του Foucault για το «Πανοπτικόν» και τα «πειθήνια σώματα» στον τρόπο δράσης των παιδιών στα κοινωνικά δίκτυα. Ο Foucault (1976/1989) στο βιβλίο του «Επιτήρηση και τιμωρία. Η γέννηση της φυλακής» στηριζόμενος στο «Πανοπτικόν» του Bentham, το αρχιτεκτονικό σχέδιο των ιδανικών φυλακών, μιλά για την αρχιτεκτονική οργάνωση χώρων όπως είναι οι φυλακές, τα σχολεία, τα νοσοκομεία, οι στρατώνες και τα εργοστάσια με τρόπο που να επιτρέπει την επιτήρηση και την οργανωτική πειθαρχία όσων βρίσκονται χαμηλότερα στην ιεραρχία από τους προϊστάμενους τους. Το «Πανοπτικόν» αποτελεί ένα βασικό μηχανισμό άσκησης της πειθαρχικής εξουσίας, στο οποίο βασικό ρόλο διαδραματίζει η συνεχής ορατότητα των υποκειμένων που πειθαρχούνται, κάτι που τους τοποθετεί σε θέση υποταγής και αντικειμενικοποίησης. Σε αυτό η εποπτεία και η επιβολή εξουσίας είναι συνεχής σε ένα πλαίσιο όπου το άτομο παρακολουθείται, αλλά το ίδιο δεν μπορεί να γνωρίζει πότε και πως παρακολουθείται. Αυτό είναι κάτι που θεωρητικά διασφαλίζει την τάξη, αφού οι κρατούμενοι, οι άρρωστοι, οι τρελοί και οι μαθητές αδυνατούν να συνωμοτήσουν, να αποδράσουν, να αντιγράψουν και να αντιδράσουν. Το μεγαλύτερο αποτέλεσμα όμως που πετυχαίνει το «Πανοπτικόν», με την ορατή και ανεξέλεγκτη εξουσία που επιβάλλει, είναι ότι καταφέρνει να υποβάλει στο άτομο μια μόνιμη, συνεχόμενη και αδιάκοπη κατάσταση της ορατότητας και επιτήρησης που δέχεται, ακόμα στις περιπτώσεις όπου στην πραγματικότητα δεν παρατηρείται. Το άτομο παγιδεύεται τόσο έντονα στην εξουσία αυτή, σε σημείο που να γίνεται το ίδιο ο φορέας της και να αυτο-επιτηρείται. Η εξουσία έτσι αυτοματοποιείται και απο-ατομικεύεται γιατί πλέον καθίσταται αδιάφορο το ποιος ασκεί την εξουσία και γιατί. Το σημαντικό είναι ότι πλέον το άτομο-κρατούμενος γνωρίζει ότι παρατηρείται και ανησυχεί για τη μη αποκάλυψη των πράξεων του, αλλά ταυτόχρονα βιώνει το καταθλιπτικό καταπιεστικό αίσθημα της παρακολούθησης. Τα υποκείμενα, μέσα από αυτό το μηχανισμό επιτήρησης, μετατρέπονται σε αντικείμενα που παρακολουθούνται

και επιτηρούνται συνεχώς. Η πειθαρχία αυτή δημιουργεί «πειθήνια σώματα» (“docile bodies”), τα οποία εσωτερικεύουν τις εξουσίες, τους καταναγκασμούς, τις απαγορεύσεις και τις υποχρεώσεις που τους θέτει η κοινωνία, κάτι που εκφράζεται στις κινήσεις, τις χειρονομίες, τις στάσεις, και τις συμπεριφορές τους. Για να δημιουργηθούν τα «πειθήνια σώματα» είναι απαραίτητο οι πειθαρχικοί θεσμοί να παρακολουθούν και να ελέγχουν ανελλιπώς τα σώματα αυτά, ώστε τα ίδια τα σώματα να αυτοεπιτηρούνται και να υποτάσσονται με πολιτισμική υπακοή.

Το κλειδί στη μεταφορά της θεωρίας του Foucault στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί η κοινοποίηση από τον χρήστη φωτογραφιών, πληροφοριών, σκέψεων, πεποιθήσεων, προτιμήσεων, κλπ, μια πρακτική που γίνεται σε δημόσιο επίπεδο προς θέαση των «διαδικτυακών φίλων». Η πράξη της κοινοποίησης αποτελεί μια παράσταση η οποία απευθύνεται σε ένα συγκεκριμένο κοινό, ενώ μέσα από την πράξη αυτή δημιουργείται ο ψηφιακός εαυτός και ταυτότητα. Η δημόσια αυτή έκθεση του εαυτού και η συνεχής και κάποτε ανεξέλεγκτη—αν και συναινετική—παρακολούθηση που υπόκειται το άτομο από το κοινό οδηγεί στην αυτοματοποίηση της εξουσίας που δέχεται με αποτέλεσμα την αυτοεπιτήρηση και αστυνόμευση του εαυτού του στα κοινωνικά μέσα, κατά την οποία ρυθμίζει τη συμπεριφορά και τη δράση του με τέτοιο τρόπο ώστε να εντυπωσιάσει και να προκαλέσει το θαυμασμό, ο οποίος θα μετρηθεί με σχόλια στο διαδικτυακό και πραγματικό κόσμο και likes. Συνεπώς, ο χρήστης του Facebook δρα σε ένα ψηφιακό «Πανοπτικόν», όχι μόνο γιατί οι δράσεις του παρακολουθούνται και καταγράφονται μόνιμα στο ίντερνετ, αλλά κυρίως γιατί η δημόσια έκθεση και παρακολούθηση στην οποία υπόκειται είναι δυνατό να επηρεάσει και καθορίσει τη διαδικτυακή συμπεριφορά του ατόμου. Η κοινοποίηση οποιασδήποτε συμπεριφοράς αποτελεί από τη μια μέρος της διαδικασίας για κατασκευή της ταυτότητας του ατόμου, αλλά κυρίως μια επιθυμία για ενδυνάμωση και επιβεβαίωση από την κοινότητα των «φίλων».

Σύμφωνα με την Ivana (2013), το Facebook αποτελεί μια πολύπλοκη πλατφόρμα που επιτρέπει τόσο την από πάνω προς τα κάτω παρατήρηση του ατόμου (π.χ. από κυβερνητικούς οργανισμούς, εργοδότες, πανεπιστήμια), όσο και την μεταξύ ομοίων (lateral surveillance) επιτήρηση από τους συνομήλικους. Στο πλαίσιο της δράσης του ατόμου στο Facebook γίνεται το «κοινωνικό ψάξιμο» (“social searching”), μια διαδικασία που λειτουργεί ελεγκτικά και επιτηρητικά, με βάση τις προσωπικές πληροφορίες που το άτομο αναρτά. Έτσι το Facebook αποτελεί μια νέου τύπου πειθαρχική κοινωνία, στην οποία το άτομο μπαίνει σε «κοινωνική καραντίνα» που σχηματίζει και αυτοπεριορίζει την καθημερινή του συμπεριφορά. Οι χρήστες δημιουργούν αναπαραστάσεις του εαυτού τους

σκεπτόμενοι τον τρόπο με τον οποίο οι αναπαραστάσεις αυτές θα προσληφθούν από το κοινό τους. Στο σημείο αυτό η θετική ανατροφοδότηση από το κοινό του ατόμου στο Facebook αποτελεί σημάδι επιτυχημένης αυτοπροβολής, για αυτό και το άτομο επιλέγει να μοιραστεί με το κοινό του τις δράσεις του που αναμένει ότι θα το τοποθετήσουν ψηλά στον κοινωνικό χώρο, παίρνοντας θετική ανατροφοδότηση.

Όσον αφορά την επιτέλεση της έμφυλης διάστασης του ατόμου, φαίνεται ότι πολύ συχνά οι νέοι χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα, ως μέσο έκφρασης των έμφυλων τους υποκειμενικότητων, κάτι που μάλιστα, αν γίνεται «σωστά», λειτουργεί ως συνάλλαγμα που αυξάνει το κοινωνικό τους κεφάλαιο στην ομάδα των συνομηλίκων (Archibald, 2010). Σύμφωνα με την Archibald, στην κουλτούρα των συνομηλίκων τα «υψηλά επίπεδα επιτήρησης» που τα κοινωνικά μέσα επιτρέπουν, αξιολογούνται με θετικούς όρους, αφού η επιτήρηση αυτή μπορεί να συμβάλει στην αύξηση του κοινωνικού κεφαλαίου, το οποίο, σύμφωνα με τον Bourdieu, αυξάνει την επιρροή του ατόμου στην κοινωνική του σφαίρα. Εξάλλου το τι συμβαίνει στο διαδικτυακό κόσμο σχετίζεται άμεσα και επηρεάζει και τις σχέσεις και αλληλεπιδράσεις του ατόμου και στον πραγματικό κόσμο. Συνεπώς, το κοινωνικό κεφάλαιο που κάποιος κερδίζει διαδικτυακά, πιθανότατα να μεταφραστεί και σε κοινωνικό κεφάλαιο στις καθημερινές του σχέσεις. Έτσι η δημοσιοποίηση προσωπικών πληροφοριών στα κοινωνικά μέσα από τους έφηβους αποτελεί μια πρακτική που εκφράζει την επιθυμία τους να δώσουν τροφή στην επιτήρησή τους, μια «συμμετοχική επιτήρηση» (“participatory surveillance”) (Archibald, 2010) με θετικούς και ενδυναμωτικούς όρους για τα άτομα που συμμετέχουν, αφού έτσι προσθέτουν στο κοινωνικό τους κεφάλαιο. Η «συμμετοχική επιτήρηση» ανατρέπει τις κάθετες σχέσεις εξουσίας του «Πανοπτικόν», αφού πλέον η δύναμη δεν υπάρχει μόνο στα χέρια του παρατηρητή, όπου ο παρακολουθούμενος αποτελεί λίγο ή πολύ παθητικό υποκείμενο ελέγχου, όπως συμβαίνει στο «Πανοπτικόν». Αντιθέτως, στη «συμμετοχική επιτήρηση» ο χρήστης μπορεί να κερδίσει εξουσία και ενδυνάμωση μέσα από τη συγκρότηση και δημιουργική παρουσίαση της υποκειμενικότητάς του στα κοινωνικά μέσα, κάτι που δύναται να ενισχύσει την κοινωνική του παρουσία.

Σύμφωνα με τη boyd (2007) ακόμα, τα παιδιά γνωρίζοντας ότι η δράση τους παρακολουθείται από τους συνομηλίκους, αντιλαμβάνονται τι είδους αναπαραστάσεις είναι κοινωνικά αποδεκτό να δημοσιεύονται στο προφίλ τους, όπως για παράδειγμα το είδος και η ποσότητα των φωτογραφιών που αναρτώνται, αναρτήσεις που αφορούν αγαπημένους τραγουδιστές, σόου, ποδοσφαιρικές ομάδες κλπ. Τα παιδιά, λοιπόν, δημιουργούν τα προφίλ τους, προβάλλοντας όψεις της προσωπικότητάς τους, σε ένα κοινό που συνήθως αποτελείται από συνομηλίκους που γνωρίζουν έξω από το διαδικτυακό

περιβάλλον, στο πραγματικό τους περιβάλλον. Συνεπώς, εξαιτίας αυτής της άμεσης σύνδεσης της online και offline ταυτότητας, τα παιδιά καλούνται να παρουσιάσουν τον εαυτό τους με ένα τρόπο που πιστεύουν ότι θα προσληφθεί και θα εκτιμηθεί θετικά από τους συνομήλικους. Το να είναι κανείς “cool” στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί βασικότατη επιθυμία των εφήβων, αφού αυτό αποτελεί μια ιδιότητα που αξιολογείται θετικά από την ομάδα των συνομηλίκων. Έτσι, συνεχίζει η boyd, οι έφηβοι έχουν να αντιμετωπίσουν την κοινωνική πίεση για να συμβαδίσουν σε αυτό που θεωρείται από τους συνομήλικους “cool”. Και παρόλο που θεωρητικά τα παιδιά έχουν τη δυνατότητα να συμπεριφερθούν με διαφορετικό τρόπο στο διαδικτυακό περιβάλλον, σε σχέση με το πραγματικό, φαίνεται ότι οι κοινωνικές ιεραρχίες που καθορίζουν το πόσο “cool” είναι ένα άτομο στην πραγματικότητα, καθορίζουν και τη ψηφιακή του παρουσία και αναπαράσταση, για αυτό και πρέπει να υπάρχει συνέχεια και ακολουθία στις δύο αυτές παρουσίες, διαφορετικά η ασυνέχεια αναγνωρίζεται και δεν εκτιμάται θετικά.

Επιπλέον, ο τρόπος προβολής του σώματος αποτελεί βασικό στοιχείο στην έκφραση της ταυτότητας του ατόμου και μια διαδικασία που σχετίζεται άμεσα με την αυτοπειθαρχία του Foucault. Με την όλο αυξανόμενη σημασία που δίνεται στην εικονική αναπαράσταση του εαυτού στα κοινωνικά μέσα, έρευνες έχουν δείξει το συσχετισμό μεταξύ χρήσης του Facebook και την εμμονή κοριτσιών και νεαρών γυναικών με τις εντυπώσεις που το σώμα δημιουργεί στους άλλους (objectified body consciousness) (Meier & Gray, 2013). Οι Manago κ.ά. (2014) ακόμη, αναφέρουν ότι τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν ένα ιδιαίτερο μέσο κοινωνικοποίησης σε σχέση με το σώμα, αφού το άτομο εσωτερικεύει πολιτισμικά ιδεώδη για την ομορφιά, με αποτέλεσμα το άτομο να επιτηρεί το σώμα του στα κοινωνικά μέσα και να εκτιμά τον εαυτό του βάσει της εξωτερικής του εμφάνισης.

Μια άλλη κοινωνική πρακτική που ενθαρρύνει την αντικειμενικοποίηση του σώματος είναι η ανάρτηση προσωπικών φωτογραφιών. Έρευνα των Stefanone κ.ά. (2011) έδειξε ότι η δημοσίευση προσωπικών φωτογραφιών στο Facebook συνδέεται με αυξημένη έμφαση στην αξία που προσδίδεται στην εξωτερική εμφάνιση ως μέτρο εκτίμησης του εαυτού, τόσο σε γυναίκες, όσο και σε άνδρες στις ΗΠΑ. Τα σχόλια που συνοδεύουν συνήθως τις «ελκυστικές» φωτογραφίες που δημοσιεύει ένα άτομο στο Facebook, αποτελούν ένδειξη κοινωνικής εκτίμησης από τον περίγυρο. Συνεπώς, νεαροί άνδρες και γυναίκες, δημοσιεύοντας φωτογραφίες τους σε κοινωνικά μέσα, αναζητούν έντονα τη θετική τους «αξιολόγηση» από τους διαδικτυακούς τους «φίλους» ως μέσο έγκρισης της εξωτερικής τους εμφάνισης (boyd, 2007). Παρατηρώντας λοιπόν, αλλά και δημοσιεύοντας φωτογραφίες στα κοινωνικά δίκτυα, οι νέοι άνθρωποι εμπλέκονται όλο και περισσότερο

σε μια αίσθηση και εκτίμηση του εαυτού βασισμένη στις κοινωνικές κατασκευές των εικονικών προτύπων που προωθούνται στα κοινωνικά μέσα. Ακόμα, στηρίζονται σε αυτού του είδους την τεχνολογία και επενδύουν μεγάλη σημασία στην ανατροφοδότηση που παίρνουν από τους ψηφιακούς τους φίλους και αφιερώνουν περισσότερο χρόνο και ενέργεια στη προβολή μιας ελκυστικής ψηφιακής τους εικόνας, γεγονός που άμεσα συνδέεται με υψηλά επίπεδα επιτήρησης του σώματος (Salimkhan κ.ά., 2010). Ανεξαρτήτως φύλου, όσο περισσότερο οι νέοι άνθρωποι εμπλέκουν ενεργά το Facebook ως μέρος της κοινωνικής τους ζωής, τόσο συχνότερα εμπλέκονται σε διαδικασίες επιτήρησης του σώματος και εκτίμησης του εαυτού με κύριο κριτήριο την εξωτερική εμφάνιση (Manago κ.ά., 2014).

Από την άλλη, μέσα από μια άλλη οπτική, σε σχετικές συζητήσεις δίνεται έμφαση στην εμπρόθετη δράση των παιδιών και στην ικανότητα τους για αυτόνομη παρουσίαση του εαυτού τους στα ψηφιακά περιβάλλοντα. Η Westlake (2008) μελετά τη σχέση που οι νέοι έχουν με τα κοινωνικά μέσα αναδεικνύοντας το χαρακτηριστικό της εμπρόθετης δράσης, της κριτικής και της αντίστασης που διαθέτουν. Συγκεκριμένα, αναφέρει ότι οι νέοι χρησιμοποιούν το Facebook για να καθορίσουν τα όρια αποδεκτών συμπεριφορών μέσα από μοναδικές και δυναμικές επιτελέσεις του διαδικτυακού τους εαυτού. Αυτές οι επιτελέσεις μπορεί να θεωρηθούν ως μια μορφή αφύσικης επιδεικτικότητας από τη μια ή ως παθητική αποδοχή της επιτήρησης που δέχονται από τους άλλους, από την άλλη. Σύμφωνα με τη Westlake, όμως, δεν είναι ούτε κάτι το αφύσικο, ούτε το παθητικό: είναι μια ενεργή εμπλοκή στην πανοπτική ματιά (panoptic gaze). Καθώς οι άνθρωποι «προσφέρουν» τον εαυτό τους για επιτήρηση, εγκαθιδρύουν και ενθαρρύνουν κοινωνικές νόρμες, αλλά ταυτόχρονα αντιστέκονται στην ιδέα ενός παγιδευμένου υποκειμένου. Το Facebook δίνει τη σκηνή στο άτομο να λειτουργήσει δραματουργικά, να εκφραστεί και να δώσει έμφαση στα χαρακτηριστικά που τον εκφράζουν καλύτερα, δίνοντας στο προφίλ του ένα χαρακτήρα αστείο, σοβαρό, μελετηρό, πολιτικό, δημιουργικό κλπ. Συνεπώς η νεολαία, η Γενιά Y⁵, όπως αναφέρει η Westlake, προθυμοποιείται να προσφέρει τον εαυτό της για επιτήρηση, μέσω συγκεκριμένων επιτελέσεων και δράσεων, μεταφέροντας τους μηχανισμούς της επιτήρησης για τους οποίους ο Foucault μιλά σε μικροεπίπεδα κοινωνικής αλληλεπίδρασης.

⁵ Η γενιά Y (generation Y), οι επονομαζόμενοι και “millennials”, είναι άτομα που έχουν γεννηθεί μεταξύ του 1980 και του 2002 περίπου. Η νεότερη γενιά, τα παιδιά που μελετώ στην έρευνα, χαρακτηρίζονται ως η γενιά Z (Generation Z). Οι όροι αυτοί προέρχονται από το αμερικάνικο πλαίσιο.

Έτσι, αστειευόμενοι κάποιοι χρήστες να αναφέρονται στο Facebook ως “Stalkerbook” (Westlake, 2008, σελ. 14), αν και γνωρίζουν πώς να είναι ταυτόχρονα και κύριοι (agents) και αντικείμενα (objects) επιτήρησης. Η σχέση τους συνεπώς με την επιτηρητική ματιά, δεν είναι παθητική, αλλά είναι επιτελεστική (Performative Surveillance) (Westlake, 2008). Οι άνθρωποι επιτελούν τους ρόλους τους διαδικτυακά, με παρόμοιους τρόπους με τους οποίους επιτελούν τους ρόλους τους σε πραγματικές συνθήκες, δημιουργώντας ευκαιρίες να επιδείξουν και να αστυνομεύσουν ρόλους και να εκδηλώσουν κοινωνικές αξίες που συνδέονται με αυτούς τους ρόλους. Με άλλα λόγια, το Facebook είναι ένα φόρουμ που αστυνομεύει, αλλά και εγκαθιδρύει συμβατικές συμπεριφορές, όπως και τα διάφορα άλλα φυσικά περιβάλλοντα. Τα κοινωνικά δίκτυα φανερώνουν την εσωτερίκευση της πειθαρχίας για την οποία μιλά ο Foucault, στο βαθμό όπου τα ίδια τα άτομα αστυνομεύουν τη συμπεριφορά τους, βασισμένα στις κοινωνικά ορισμένες ιδέες για τη σωστή συμπεριφορά. Οι νέοι στη Γενιά Y εμπιστεύονται την τεχνολογία, πιστεύοντας ότι μπορούν να επιτελέσουν, να προσφέρουν για επιτήρηση και να διαπραγματευτούν τον εαυτό τους στο επιλεγμένο από τους ίδιους κοινό τους, ανοίγοντας έτσι νέους δρόμους για αντίσταση σε ηγεμονικές εξουσίες. Σύμφωνα με τη Westlake λοιπόν, το ίντερνετ είναι για τη γενιά Y μια σκηνή για επιτέλεση του εαυτού, προσκαλώντας συγκεκριμένο βαθμό επιτήρησης, μια επιτήρηση οδηγημένη, όμως από προσωπική επιθυμία και όχι από υποχρέωση και παθητικότητα.

Στο κεφάλαιο αυτό θα συζητηθεί ο τρόπος παρουσίας των παιδιών στο Facebook ειδικά σε ό,τι αφορά την επιτέλεση των έμφυλων τους υποκειμενικοτήτων σε αυτό, και συγκεκριμένα οι περιορισμοί, αλλά και οι ελευθερίες που βιώνουν σε σχέση με την έκφραση όψεων του έμφυλου και σεξουαλικού τους εαυτού.

Ψηφιακές Επιτελέσεις και Αναπαραστάσεις Θηλοκότητας και Αρρενωπότητας

Σε πολλά σύγχρονα κοινωνικά δίκτυα κι εφαρμογές οι οπτικοποιημένες αναπαραστάσεις του εαυτού, όπως οι φωτογραφίες και τα βίντεο, αποτελούν το επίκεντρο της επικοινωνίας. Συνεπώς, η επιλογή των φωτογραφιών που θα φιγουράρουν στο προφίλ του ατόμου στο Facebook αποτελεί μείζον θέμα, για αυτό και οι χρήστες συνήθως επιλέγουν προσεκτικά τις φωτογραφίες που θα αναρτούν, έτσι ώστε να προωθούν την πιο ελκυστική εκδοχή του εαυτού τους (Ringrose, 2011· Siibak, 2009). Διάφορες μελέτες (Peter & Valkenburg, 2011· Ringrose, 2011) δείχνουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ιδιαίτερα δημοφιλείς χώρους για έφηβους και νέους για δημοσίευση κολακευτικών φωτογραφιών του εαυτού τους, αλλά και σεξουαλικά προκλητικών φωτογραφιών, με στόχο την

επίσημη της προσοχής και της θετικής εκτίμησης από το περιβάλλον τους.

Φαίνεται ότι συγκεκριμένες πρακτικές που ακολουθούν οι έφηβοι, όπως η παρακολούθηση φωτογραφιών των «φίλων» στο Facebook, αυξάνουν την ανησυχία σε σχέση με το σώμα και τον τρόπο που αυτό κρίνεται από τους γύρω τους (objectified body consciousness) (Manago κ.ά., 2008). Βρέθηκε ακόμα, στην ίδια έρευνα, ότι οι φωτογραφίες που αναρτούν οι έφηβοι στο Facebook αποτελούν τη μεγαλύτερη επιρροή στον καθορισμό του επιθυμητού ιδεώδους ομορφιάς για την ομάδα των συνομηλίκων, μεγαλύτερη από την επιρροή που έχουν άλλες αναπαραστάσεις ομορφιάς, όπως για παράδειγμα διάσημων ανθρώπων. Ταυτόχρονα, οι χρήστες του Facebook πολλές φορές φαίνεται να αγνοούν τον βαθμό στον οποίο οι υπόλοιποι χρήστες επιλεκτικά προβάλλουν τις πιο ελκυστικές όψεις του εαυτού τους, με αποτέλεσμα να εμπλέκονται σε μια από κάτω προς τα πάνω διαδικασία κοινωνικής σύγκρισης με τους συνομήλικους, που πολλές φορές οδηγεί σε μείωση της αυτοπεποίθησής τους (Chou & Edge, 2012). Συνεπώς, φαίνεται ότι οι αναπαραστάσεις των συνομηλίκων στις κοινωνικές πλατφόρμες αποτελούν μια εξαιρετικά δυνατή επιρροή και μέσο κοινωνικής σύγκρισης για τους έφηβους, χωρίς οι αναπαραστάσεις αυτές απαραίτητα να είναι πιο ρεαλιστικές από τις αναπαραστάσεις που προβάλλονται από τα δημοφιλή ΜΜΕ. Έρευνες, εξάλλου, δείχνουν ότι ο χρόνος ενασχόλησης με κοινωνικά δίκτυα, όπως το Facebook και το MySpace, συνδέεται με την εσωτερίκευση του ιδεώδους για το λεπτό σώμα, την αυξημένη επιτήρηση του σώματος και την αύξηση των συγκρίσεων σε σχέση με την εμφάνιση σε κορίτσια στην εφηβεία (Tiggemann & Slater, 2013). Οι de Vries κ.ά. (2014), ακόμα, βρήκαν ότι η αυξημένη εμπλοκή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τόσο από αγόρια, όσο κι από κορίτσια στην εφηβεία συσχετίζεται με αυξημένη εμπλοκή με την εμφάνιση και με πρακτικές ομορφιάς, καθώς και με αυξημένη επιθυμία για κοσμητικές επεμβάσεις.

Η Ringrose (2011), μελετώντας τον τρόπο προβολής νεαρών ατόμων στο δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο Bebo, εντοπίζει τη σημασία που οι φωτογραφίες διαδραματίζουν στην κατασκευή της ψηφιακής ταυτότητας των εφήβων. Οι έφηβοι χρήστες καλούνται να κάνουν πολύπλοκες επιλογές σχετικά με τη λήψη της φωτογραφίας σχετικά με την πόζα, το φωτισμό, τη γωνία της κάμερας και να διαπραγματευτούν τις υπάρχουσες νόρμες στην επιλογή των φωτογραφιών που θα θεωρηθούν αποδεκτές από τον περίγυρο. Η εν λόγω έρευνα φανερώνει τις έμφυλες πρακτικές που οι έφηβοι ακολουθούν στις selfie φωτογραφίες⁶. Τα κορίτσια ποζάρουν μπροστά από τον καθρέφτη, με τρόπο και

⁶ Οι υψηλής ευκρίνειας κάμερες, η βελτίωση στο σχεδιασμό των κινητών τηλεφώνων – ειδικά με την ενσωμάτωση κάμερας στο μπροστινό τους μέρος –, καθώς και η διάδοση εφαρμογών κοινωνικών δικτύων όπως το Instagram, το Facebook και το

γωνία που να τονίζει το ντεκολτέ και να κολακεύει το σώμα τους, ενώ τα αγόρια ποζάρουν γυμνά στο πάνω μέρος ώστε να δείξουν τους κοιλιακούς μυς και τους μυς της πλάτης, καθώς και διάφορα καταναλωτικά αγαθά, όπως παπούτσια και φορητούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Κορίτσια στην ίδια έρευνα, επίσης, είχαν αναφέρει ότι συχνά επεξεργάζονται τις φωτογραφίες που δημοσιεύουν, ώστε να δημιουργήσουν μια πιο ελκυστική όψη του εαυτού τους. Η δημιουργία και η δημοσίευση φωτογραφιών σε ψηφιακές κοινότητες συνομηλίκων, τονίζει η Ringrose, διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην επιτέλεση της δημοφιλούς ηγεμονικής αρρενωπότητας και τονισμένης θηλυκότητας στη ψηφιακή σκηνή.

Οι Kapidzic και Herring (2011, 2014) αναλύουν φωτογραφίες που δημοσιεύουν έφηβοι στο προφίλ τους σε ένα δημοφιλές chat site και προσπαθούν να εντοπίσουν πιθανές διαφορές σε σχέση με το ντύσιμο, την πόζα και την απόσταση από την κάμερα μεταξύ αγοριών και κοριτσιών. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι τα κορίτσια δημοσίευαν φωτογραφίες στις οποίες πόζαραν πολύ κοντύτερα στη κάμερα, με βλέμμα που κατευθύνεται απευθείας στη κάμερα, σε πιο προκλητικές πόζες, πιο αποκαλυπτικά ντυμένες και φορώντας make-up, δείχνοντας πιο σεξουαλικά διαθέσιμες, σε σχέση με τα αγόρια, τα οποία επέλεξαν φωτογραφίες που ήταν πιο απομακρυσμένα από τη κάμερα και με βλέμμα σε άλλη κατεύθυνση. Μέσα από την έρευνα των Manago κ.ά. (2008), επίσης, έχει διαφανεί ότι τα κορίτσια και οι γυναίκες δίνουν περισσότερη έμφαση από τα αγόρια και τους άνδρες στην ελκυστική προβολή τους στα κοινωνικά δίκτυα. Οι Manago κ.ά., μελετώντας την παρουσία νεαρών γυναικών στο MySpace, βρήκαν ότι αυτές αισθάνονται την πίεση να προβάλλουν τον εαυτό τους με πιο σεξουαλικοποιημένο τρόπο, φορώντας «προκλητικά» ρούχα και έχοντας «προκλητικό» βλέμμα. Παρόλα αυτά, η ίδια έρευνα βρίσκει και μια αυξητική τάση στους άνδρες χρήστες του MySpace για επιθυμία προβολής μιας σέξι και ελκυστικής όψης του εαυτού, για παράδειγμα με το να δείχνουν γυμνό το πάνω μέρος του σώματός τους.

Τα κορίτσια ακόμη, λαμβάνουν κοινωνική επιτυχία και δημοτικότητα με το να μεταφέρουν μια σεξουαλικοποιημένη όψη της θηλυκότητας, αναρτώντας σεξουαλικοποιημένες φωτογραφίες και κοινωνικές δραστηριότητες, όπως η συμμετοχή τους σε πάρτι (Dobson, 2011). Ως μέρος της επιτέλεσης της θηλυκότητας αυτής, τα κορίτσια συχνά δημοσιεύουν σεξουαλικοποιημένα σύμβολα της ποπ κουλτούρας, όπως το κουνελάκι του Playboy, ημίγυμνες φωτογραφίες της Paris Hilton και της Marilyn Monroe και σχόλια σε σχέση με τη σεξουαλική τους ταυτότητα. Η δράση αυτή των κοριτσιών

Snapchat οδήγησε στην τεράστια προώθηση του φαινομένου των “selfie” φωτογραφιών στις αρχές της δεκαετίας του 2010. Οι selfie φωτογραφίες αποτελούν σημαντικό μέρος της συζήτησης για τους τρόπους προβολής των χρηστών στα κοινωνικά δίκτυα.

εντοπίζεται ως μέρος της ευρύτερης κουλτούρας των συνομηλίκων εκτός διαδικτύου, κατά την οποία τέτοιου είδους συμπεριφορές θεωρούνται η νόρμα. Παρά τις κοινωνικές πιέσεις για έκθεση της σεξουαλικότητας των κοριτσιών, όμως, τα κορίτσια είναι πιθανόν να λάβουν από το κοινό τους αρνητική κριτική για σεξουαλική υπερέκθεση και προκλητικότητα (Ringrose, 2011· Ringrose & Barajas, 2011).

Στην έρευνα τους οι Brandes και Levin (2013) φανερώνουν τη σημασία που τα κορίτσια στην εφηβεία αποδίδουν στην εικόνα που προωθούν στο Facebook και στις εντυπώσεις που η εικόνα αυτή δημιουργεί, κοινοποιώντας φωτογραφίες στις οποίες βγαίνουν «όμορφες». Για τα κορίτσια, στην εν λόγω έρευνα, είναι πολύ σημαντικά τα θετικά σχόλια και η επιβεβαίωση που λαμβάνουν από τα αγόρια, θυμίζοντας το φεμινιστικό επιχείρημα της Malvey σχετικά με την υπέρμετρη σημασία που δίνουν οι γυναίκες στην «ανδρική ματιά» και στο θαυμασμό που αποκομίζουν από τους άνδρες, καθώς επίσης και τη φεμινιστική κριτική για σεξουαλική αντικειμενικοποίηση της γυναίκας και για αξιολόγηση της αποκλειστικά με βάση την εξωτερική της εμφάνιση.

Τέλος, έρευνα του οργανισμού Girlguiding (Marsh, 2017) έδειξε ότι 1 στα 3 κορίτσια ηλικίας 11-21 ετών βιώνουν έντονες πιέσεις για να δημιουργήσουν και να προβάλλουν την «τέλεια» ζωή στα κοινωνικά δίκτυα, ενώ οι πιο μεγάλες τους ανησυχίες περιστρέφονται γύρω από την εμφάνισή τους στις φωτογραφίες που ανεβάζουν και από τις συγκρίσεις που κάνουν με την εμφάνιση των άλλων.

Φαίνεται λοιπόν ότι στη μεταφεμινιστική κουλτούρα των MME (Gill 2008β), βασικό σημείο στη συγκρότηση της ψηφιακής ταυτότητας των κοριτσιών αποτελούν οι πρακτικές «αυτοσεξουαλικοποίησής» τους, προκειμένου να δημιουργήσουν μια «σέξι» και ελκυστική εικόνα, ακολουθώντας με αυτό τον τρόπο τα έμφυλα στερεότυπα σε σχέση με την ομορφιά και τις καταπιεστικές έμφυλες προσδοκίες (Dobson, 2011· Manago κ.ά., 2008· Ringrose, 2011). Έτσι, ενώ το δεύτερο φεμινιστικό ρεύμα ασχολήθηκε με την κριτική των MME για τον ρόλο τους στην σεξουαλικοποίηση των γυναικών, σήμερα αυτή η αντικειμενικοποίηση γίνεται από τα ίδια τα κορίτσια (Gill 2008β). Οι πιο πάνω ερευνητές επίσης, καταλήγουν στο ότι τα παραδοσιακά έμφυλα στερεότυπα και νόρμες συμπεριφοράς, όπως για παράδειγμα ότι οι γυναίκες είναι σεξουαλικά διαθέσιμες και οι άνδρες συναισθηματικά απόμακροι, επηρεάζουν τους έφηβους και καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τη διαδικτυακή τους αυτοπροβολή. Επιπλέον, οι έφηβοι φαίνεται να επηρεάζονται και να μιμούνται διάσημα πρότυπα των MME στην προσπάθειά τους να προβληθούν με ελκυστικό τρόπο.

Ένα πολύ μικρότερο μέρος της βιβλιογραφίας μελετά την επιτέλεση αρρενωποτήτων στα κοινωνικά δίκτυα. Φαίνεται ότι οι αυξημένες αναπαραστάσεις στα κυρίαρχα ΜΜΕ των ανδρών ως σεξουαλικά αντικείμενα συμβάλλουν στην εσωτερίκευση των αντικειμενικοποιημένων προτύπων ομορφιάς και από αγόρια και νεαρούς άνδρες (Vandenbosch & Eggermont, 2013). Έτσι, έρευνες δείχνουν ότι τα τελευταία χρόνια και οι νεαροί άνδρες ενδιαφέρονται για τη δημοσίευση σεξουαλικά προκλητικών φωτογραφιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δείχνοντας ταυτόχρονα ανησυχία για το πώς εμφανίζονται στους άλλους και για τις εντυπώσεις που δημιουργούν (Manago, 2013). Συγκεκριμένα, πολλά αγόρια θέλουν να δείχνουν σέξι, προσέχοντας ταυτόχρονα, όμως, να μη χαρακτηριστούν ως ομοφυλόφιλοι. Συχνά ορίζουν τους εαυτούς τους ως «μετροσέξουαλς» για να δικαιολογήσουν την ενασχόλησή τους με τη μόδα, κάνοντας όμως φανερό το μήνυμα ότι δεν είναι ομοφυλόφιλοι, με το να επιτελούν και να επιδεικνύουν έντονα τον ετεροσεξουαλικό τους ρόλο (Siibak, 2010). Όσο περισσότερο οι άνδρες επενδύουν στη δημιουργία ελκυστικών ψηφιακών προφίλ στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, τόσο οι συμπεριφορές τους θεωρούνται ότι πλησιάζουν τις «θηλυκές» κοινωνικές ιδεολογίες, στις οποίες προτεραιότητα αποτελεί η εξωτερική εμφάνιση και η θετική εκτίμησή της από τον κοινωνικό περίγυρο, γεγονός που συνεπάγεται με την αύξηση της αυτοεκτίμησης του ατόμου (Tolman κ.ά., 2006). Τέτοια ευρήματα αποτελούν ένδειξη του τρόπου με τον οποίο οι κοινωνικές αλλαγές που συντελούνται με την αυξημένη σημασία που τα κοινωνικά μέσα έχουν στη ζωή του ατόμου, καθώς και με τις αλλαγές στα πολιτισμικά μοτίβα επιδρούν στις έμφυλες επιτελέσεις και στο διαδικτυακό χώρο.

Οι Harvey κ.α. (2013) ανέλυσαν τον τρόπο με τον οποίο η επίδειξη στο Facebook καταναλωτικών αγαθών και αντικειμένων μόδας από ακριβές μάρκες από τα αγόρια, αποτελεί, από τη μια, επίδειξη πλούτου και από την άλλη, μορφή κοινωνικού και πολιτισμικού κεφαλαίου στο δίκτυο των συνομηλίκων, το οποίο συμβάλλει στην ανάδειξη μιας “cool” αρρενωπότητας. Για να εκτιμηθούν, όμως, οι μάρκες αυτές στην κουλτούρα των συνομηλίκων πρέπει να είναι αυθεντικές και να αποτελούν προσωπική ιδιοκτησία του ατόμου που τα επιδεικνύει, κάτι που υποδεικνύει, πέρα από το συμβολικό κεφάλαιο που οι μάρκες μεταφέρουν, και το οικονομικό κεφάλαιο του ατόμου. Είναι μια μορφή πολιτισμικού κεφαλαίου, που αφενός αφορά την κατοχή και επίδειξη συγκεκριμένων καταναλωτικών αγαθών και αφετέρου απαιτεί πρόσβαση σε συγκεκριμένη πολιτισμική γνώση που σχετίζεται με τη γνώση για τις σωστές μάρκες που πρέπει να φορεί κανείς, τους σωστούς συνδυασμούς και την «υποστήριξη» τους. Αυτοί είναι τρόποι για ανάδειξη μιας «δημοφιλούς» αρρενωπότητας. Φαίνεται λοιπόν ότι, πέρα από την προβολή του εαυτού με

βάση τα πρότυπα ιδεώδη ομορφιάς, η κατανάλωση υλικών αγαθών λειτουργεί ως μέσο κοινωνικής και πολιτισμικής κατασκευής και επιτέλεσης της ταυτότητας.

Η αξιολόγηση των φωτογραφιών και κατά συνέπεια των έμφυλων διαδικτυακών επιτελέσεων, σύμφωνα με τους Harvey κ.α. (2013), γίνεται ψηφιακά με τα σχόλια, τα likes και tags που γίνονται σε μια ανάρτηση. Τα αγόρια συχνά λαμβάνουν θετική αξιολόγηση προβάλλοντας σεξουαλικοποιημένες απεικονίσεις του εαυτού τους, στις οποίες είναι ημίγυμνοι και προβάλλουν τους κοιλιακούς τους, μια πρακτική κάπως «επικίνδυνη» μερικές φορές, αφού μπορεί να ερμηνευθεί ως “gay”. Τα αγόρια επίσης παίρνουν θετική αξιολόγηση με τη δημοσίευση φωτογραφιών με σώματα κοριτσιών, με την προβολή της συμμετοχής τους σε συγκεκριμένες δραστηριότητες, όπως το ποδόσφαιρο, την προβολή της δημοτικότητάς τους στα κορίτσια και μερικές φορές με την εμπλοκή τους σε παραπτώματα, αλλά και με συμμετοχή σε συγκεκριμένες πολιτισμικές πρακτικές όπως να φορούν το «σωστό» στυλ ρούχων από ακριβούς σχεδιαστές. Η θετική αυτή αξιολόγηση κατανοείται ως μέρος του κοινωνικού και πολιτισμικού τους κεφαλαίου και έχει ιδιαίτερη αξία στην ψηφιακή, αλλά και φυσική κινητικότητα των παιδιών, στο σχολείο και στη γειτονιά. Επομένως, η θετική αυτή αξιολόγηση αποτελεί και συμβολικό κεφάλαιο, αφού στηρίζεται σε σχέσεις εξουσίας και δημοτικότητας στην ομάδα των συνομηλίκων.

Μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας λοιπόν, φαίνεται ότι ο τρόπος με τον οποίο αγόρια και κορίτσια προβάλλουν τον εαυτό τους μέσω των φωτογραφιών στα κοινωνικά μέσα, συχνά επηρεάζεται και αναπαράγει έμφυλες ιδεολογίες, καθώς και πολιτισμικά κυρίαρχες νόρμες ομορφιάς και ελκυστικότητας που ενθαρρύνονται από τα ΜΜΕ. Συνεπώς, οι έμφυλες πολιτισμικές ιδεολογίες πολύ συχνά φαίνεται να αναπαράγονται και μέσα από την προβολή των νέων στα κοινωνικά δίκτυα, δείχνοντας ότι σε αρκετές περιπτώσεις η δράση των νέων στα κοινωνικά δίκτυα μπορεί να λειτουργήσει υπό καθεστώς επιτήρησης όσον αφορά την έκφραση του έμφυλου εαυτού (Kapidzic & Herring, 2014).

Από την άλλη, οι Dean και Laidler (2013), βρίσκουν ότι ψηφιακά κοινωνικά δίκτυα, όπως το Facebook, προσφέρουν στις νεαρές γυναίκες το πεδίο μέσα στο οποίο μπορούν να δημιουργήσουν και να εκφράσουν νέες, μοναδικές και σύνθετες μορφές θηλυκής ταυτότητας. Το Facebook αποτελεί ένα κοινωνικό χώρο που προσφέρει στα κορίτσια τη δυνατότητα να εκφράσουν, να πειραματιστούν και να διαπραγματευτούν διάφορες και εναλλακτικές μορφές θηλυκότητας και αποτελεί μια πλατφόρμα για απελευθέρωση από την ηγεμονική κυρίαρχη μορφή θηλυκότητας. Τα κοινωνικά δίκτυα, επίσης, συχνά χρησιμοποιούνται ως πλατφόρμες που προωθούν την πολιτική και

κοινωνική δικαιοσύνη. Σε αυτό το πλαίσιο αναπτύσσονται σε αυτά θετικές δράσεις για το σώμα (body positive), που στόχο έχουν να προβάλουν το «πραγματικό» σώμα των γυναικών, με όλες του τις ατέλειες έτσι ώστε να βοηθήσουν τα νεαρά κυρίως κορίτσια να νιώσουν άνετα με το σώμα τους και να πάψουν να μετρούν την αυτοπεποίθησή τους με βάση την εμφάνιση τους.

Οι Brandes και Levin (2013) συμφωνούν ότι πολλές φορές το Facebook λειτουργεί ενδυναμωτικά για τα κορίτσια, αφού τους δίνει την αίσθηση του «ανήκειν» στην ομάδα των συνομηλίκων και της δημοτικότητας. Τα κορίτσια, περισσότερο από τα αγόρια, χρησιμοποιούν το Facebook ως αρένα επίδειξης και επιβεβαίωσης της φιλίας, της αγάπης, των συναισθημάτων και της υποστήριξης με άλλα κορίτσια. Οι πρακτικές αυτές για ανάδειξη της φιλίας μπορούν να θεωρηθούν ως επιτελεστικές πρακτικές στις προσπάθειες των κοριτσιών να καθορίσουν την ταυτότητά τους, μέσω των σχέσεων που έχουν στην ομάδα των συνομηλίκων και πρακτικές γυναικείας ενδυνάμωσης (girl power). Γενικότερα το Facebook είναι ένας χώρος μέσα στον οποίο τα κορίτσια και οι νεαρές γυναίκες μπορούν να επικοινωνήσουν, να εκφράσουν τη φιλία τους, τη δημιουργικότητά τους, την ομορφιά τους, κερδίζοντας ταυτόχρονα τον ανδρικό θαυμασμό και κάποιες φορές να επιδείξουν μια υπεροχή του φύλου τους, που δεν είναι εύκολο να αναδείξουν σε φυσικά περιβάλλοντα. Είναι γενικότερα ένας χώρος που επιτρέπει στα κορίτσια να επιδείξουν ένα πνεύμα αυτονομίας, αυτοπεποίθησης και προσωπικότητας, συνεισφέροντας στην ενδυνάμωση των έφηβων κοριτσιών και στην ανάπτυξη στη αυτοεικόνας τους ως δυνατά υποκείμενα.

Παρόλα αυτά, συνεχίζουν οι Brandes και Levin, η δύναμη και η ελευθερία που τα κορίτσια μπορούν να βιώσουν μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα δεν είναι απεριόριστη, αφού εξακολουθούν να υπόκεινται στις υπάρχουσες έμφυλες κοινωνικές δομές και αρκετές φορές κινδυνεύουν να εκτεθούν, όταν η προωθούμενη τους εικόνα δεν ανταποκρίνεται στα προωθούμενα από τα ΜΜΕ πρότυπα. Είναι εμφανές ότι, ακόμα και σε μια μεταφεμινιστική κουλτούρα των ΜΜΕ, υπάρχουν έντονες πολιτισμικές πιέσεις στα κορίτσια για να κατασκευάζουν τον εαυτό τους ως αντικείμενα που ζητούν την έγκριση από την ανδρική ματιά. Είναι έντονοι επίσης οι άγραφοι νόμοι που η ομάδα των συνομηλίκων ορίζει, τους οποίους τα κορίτσια πρέπει να ακολουθούν προκειμένου να αποφύγουν τον κοινωνικό στιγματισμό. Είναι ενδιαφέρον το παράδοξο που η βιβλιογραφία πολλές φορές ανέδειξε σε σχέση με τα κοινωνικά μέσα. Το παράδοξο από τη μια αφορά τον έλεγχο και τη δύναμη που το κορίτσι κατέχει στη συγκρότηση της ψηφιακής του ταυτότητας και στον τρόπο αυτοπαρουσίασης του κι από την άλλη αφορά την έντονη πίεση για τη δημιουργία μιας επιτυχημένης εικόνας που πολλές φορές

προκαλεί στρες, ειδικά όταν η ταυτότητα που μεταφέρεται στα κοινωνικά μέσα αποτύχει να είναι κοινωνικά αποδεκτή. Με άλλα λόγια, τα κοινωνικά δίκτυα από τη μια επιτρέπουν στα κορίτσια να ασκήσουν εξουσία και έλεγχο στον κοινωνικό τους κόσμο, αλλά από την άλλη διατηρούν τις υπάρχουσες κοινωνικές δομές, περιορίζοντας το πεδίο δράσης και επιλογών των κοριτσιών. Όπως και στα φυσικά περιβάλλοντα, έτσι και στα ψηφιακά, τα έφηβα κορίτσια υπόκεινται σε μεγαλύτερες πιέσεις από ότι τα αγόρια και χρειάζεται να καταβάλουν μεγαλύτερες προσπάθειες για να κερδίσουν την αποδοχή, η οποία πολλές φορές στηρίζεται στην εξωτερική τους εμφάνιση και στο βαθμό έγκρισής της από τους άλλους.

Αποτελέσματα

Έμφυλες Διαδικτυακές Επιτελέσεις στην κουλτούρα των παιδιών στο Facebook

Χαρτογράφηση της υλικής διάστασης του προφίλ των παιδιών στο Facebook.

Όπως φάνηκε μέσα από τις συζητήσεις και τις συνεντεύξεις, τα παιδιά διαθέτουν από πολύ μικρή ηλικία παράνομα προφίλ στο Facebook. Η δράση τους στο Facebook σχετιζόταν με τις τυπικές αναρτήσεις φωτογραφιών και προσωπικών ειδήσεων, μέσα από τις οποίες επιτελούσαν διάφορους κοινωνικούς ρόλους, όπως αυτόν του/της καταναλωτή/ριας, του/της φίλου/ης ή του/της ρομαντικού συντρόφου, ακολουθώντας πολλές φορές, όπως θα φανεί πιο κάτω, συγκεκριμένους έμφυλους κανόνες που καθορίζονται από κοινωνικές συμβάσεις κι από την κουλτούρα των συνομηλίκων.

Καταναλωτισμός και έκθεση υλικών αγαθών. Το Facebook αποτελεί συχνά τον χώρο στον οποίο τα παιδιά μπορούν να προβάλουν τα αγαπημένα τους υλικά καταναλωτικά αγαθά, ένα σημαντικό μέρος της ταυτότητας τους, αφού έτσι μπορούν να εκφράσουν τις προτιμήσεις τους και να γνωστοποιήσουν στους διαδικτυακούς τους «φίλους» τους το γούστο τους στη μόδα. Οι καταναλωτικές επιλογές των παιδιών μπορούν να γίνουν γνωστές στο Facebook κυρίως μέσω φωτογραφιών, αλλά μερικές φορές και μέσω σχολίων και συμμετοχής σε σελίδες καταναλωτικού περιεχομένου.

Η δυνατότητα που το Facebook δίνει στο άτομο για έκφραση των προτιμήσεών του, δεν σημαίνει απαραίτητα απεριόριστη ελευθερία στην καταναλωτική έκφραση, αφού φαίνεται να υπάρχουν άγραφοι έμφυλοι περιορισμοί στην παρουσίαση μιας αποδεκτής από τους συνομηλίκους υλικής διάστασης του εαυτού. Ένα αρκετά μεγάλο κομμάτι στην επιτέλεση του κοινωνικού καταναλωτικού ρόλου, κυρίως των αγοριών, αποτελούσε η

προβολή αθλητικών παπουτσιών από συγκεκριμένες ακριβές μάρκες. Η σημασία της κατοχής αντικειμένων μόδας από ακριβές αθλητικές μάρκες έχει συζητηθεί εκτενέστερα σε προηγούμενο κεφάλαιο, ως μέρος επιτέλεσης μιας επιτυχημένης μορφής ηγεμονικής αρρενωπότητας, αλλά και ως μέσο επίδειξης του οικονομικού και πολιτισμικού κεφαλαίου που τα αγόρια κατέχουν. Όπως κάποια παιδιά ανέφεραν στις συνεντεύξεις, υπάρχουν συγκεκριμένα μοντέλα ακριβών αθλητικών παπουτσιών, όπως τα Nike Air Force, που είναι ιδιαίτερα δημοφιλή στην κουλτούρα των παιδιών και συχνά αναρτώνται στο Facebook, ακόμα κι ως φωτογραφία στο προφίλ, επιδεικνύοντάς τα έτσι περήφανα στους διαδικτυακούς τους φίλους. Ο ρόλος των φίλων στο σημείο αυτό ήταν σημαντικός, αφού αποκρίνονταν με αρκετά likes, αλλά και θετικά σχόλια, σημάδια έγκρισης της αγοράς τους.

Κάποια αγόρια, ακόμα, επιδείκνυαν το στυλ και τις καταναλωτικές τους επιλογές μέσα από τη δημοσίευση προσωπικών τους φωτογραφιών στο Facebook, στις οποίες εμφανίζονταν με ρούχα τελευταίας μόδας, αθλητικά παπούτσια από ακριβές μάρκες, αξεσουάρ όπως αθλητικά καπέλα, γυαλιά του ήλιου ή σκουλαρίκι. Όπως είπε ο Νίκος (12 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό): «Κάποια αγόρια βάζουν τα γυαλάκια (του ήλιου) τους, φορούν τα καλά τους τα ρούχα ή κάνουν καλές πόζες και βγάζουν φωτογραφίες». Αυτές οι απεικονίσεις αποτελούν ενδείξεις μιας καθαρά υλικής διάστασης της πετυχημένης επιτέλεσης της αρρενωπότητας τους. Ωστόσο, είναι ενδιαφέρον ότι τα αγόρια στα οποία μίλησα πάντοτε αναφέρονταν σε άλλα αγόρια που δημοσιεύουν τέτοιου είδους φωτογραφίες, ενώ τα ίδια άφησαν να νοηθεί ότι δεν εμπλέκονται σε παρόμοιες πρακτικές

Τα κορίτσια, πολύ περισσότερο από τα αγόρια, προέβαλλαν μέσα από προσωπικές τους φωτογραφίες τις υλικές και καταναλωτικές τους προτιμήσεις, φορώντας αγαπημένα και τελευταίας μόδας ρούχα, αθλητικές μάρκες, αξεσουάρ, μακιγιάζ και κομμώσεις, μεταφέροντας διαδικτυακά μια ιδεατή «θηλυκή» εικόνα: αυτή του κοριτσιού που έχει στυλ, ντύνεται όμορφα και μοντέρνα. Χαρακτηριστικό είναι το επόμενο απόσπασμα από τη Μαργαρίτα:

ΓΚ: Είδα και μια φωτογραφία σου στο Facebook⁷ τις προάλλες που είχες βάλει extensions στα μαλλιά;

⁷ Η Μαργαρίτα είναι γειτονόπουλό μου και αρκετό καιρό πριν τη συνέντευξη είχε δημιουργήσει προφίλ στο Facebook και μου είχε στείλει αίτημα φιλίας, το οποίο είχα αποδεχτεί. Ήταν το μοναδικό παιδί στην έρευνα, με το οποίο ήμασταν «φίλες» στο Facebook, για αυτό και είχα πρόσβαση στο προφίλ της.

Μαργαρίτα: [...] Ναι (έβαλα τη φωτογραφία) για να τα διαφημίσω, να τα «χουμίσω» που λέμε.

ΓΚ: Και τι σχόλια πήρες; Τους άρεσαν;

Μαργαρίτα: Ναι, πολύ!

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Αυτή η τάση των κοριτσιών να δημοσιεύουν στο Facebook φωτογραφίες, στις οποίες «διαφημίζουν» τα αγαπημένα τους υλικά αγαθά, ήταν μια πρακτική η οποία αναγνωριζόταν και σχολιαζόταν, συχνά με ειρωνεία, από τα αγόρια, όπως φαίνεται πιο κάτω. Η ειρωνική αντιμετώπιση συμπεριφορών των κοριτσιών από τα αγόρια έχει συζητηθεί και σε άλλο σημείο, ως μέσο απομάκρυνσης των αγοριών από «θηλυκοποιημένες» συμπεριφορές. Ωστόσο, η ειρωνική αυτή αντιμετώπιση από τα αγόρια αποτελεί παράδοξο, αφού κι αυτά συχνά εμπλέκονται σε αυτή την πρακτική.

Νίκος: Τα κορίτσια, *ό,τι καινούριο αγοράσουν, ό,τι καινούριο κάνουν στο σώμα τους, τους αρέσει να το δείχνουν* [ειρωνικός τόνος φωνής]. Αν για παράδειγμα βάλουν extensions στα μαλλιά τους, θα τα δείξουν με τις φωτογραφίες τους. Για να αρέσουν στον κόσμο.

(Νίκος, 12 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Οι selfie φωτογραφίες ακόμα, προσέφεραν στα κορίτσια και στα αγόρια την ευκαιρία να προωθήσουν τον κοινωνικό τους ρόλο ως καταναλωτές, αφού εκτός από το να προβάλλουν το στυλ τους, εκμεταλλεύονταν και την ευκαιρία να προβάλλουν, να «διαφημίσουν», όπως είπε η Νικολέτα (12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη) τα ακριβά κινητά τους τηλέφωνα, ένδειξη αυξημένου οικονομικού και πολιτισμικού τους κεφαλαίου.

Με διάφορους τρόπους λοιπόν, το Facebook μπορεί να ενθαρρύνει την προώθηση της καταναλωτικής ταυτότητας των παιδιών-χρηστών, δίνοντας τους την ευκαιρία για προσωπική έκφραση των καταναλωτικών τους ενδιαφερόντων. Το σημαντικό στοιχείο είναι ότι τα ενδιαφέροντα αυτά δεν είναι ουδέτερα προς το φύλο, αφού ο τρόπος με τον οποίο τα παιδιά εκδηλώνουν την καταναλωτική τους κουλτούρα είναι έμφυλα οριοθετημένη, προσπαθώντας, ίσως ασυνείδητα, να πετύχουν μια αποδεκτή επιτέλεση του φύλου τους, που συχνά καθορίζεται από τα κοινωνικά πρότυπα, τα δημοφιλή ΜΜΕ, αλλά και την ομάδα των συνομηλίκων.

Facebook και ποπ κουλτούρα. Πέρα από την καταναλωτική τους ταυτότητα, τα παιδιά είχαν την ευκαιρία να κοινοποιήσουν στο Facebook τις μουσικές τους προτιμήσεις και να εκφράσουν το θαυμασμό τους στα αγαπημένα τους διάσημα πρόσωπα, από τραγουδιστές μέχρι ποδοσφαιρικά ινδάλματα, αναρτώντας μουσικά βίντεο κλιπς, φωτογραφίες και σχολιάζοντας. Αγαπημένες διασημότητες της ποπ μουσικής σκηνής που φιγούραραν συχνά στον τοίχο των παιδιών, όπως φάνηκε από τις συνεντεύξεις, είναι η Selena Gomez, η Katy Perry, ο Justin Bieber, οι One Direction, η Rihanna, η Shakira, η Ντέμι και ο MattyBRaps. Μια άλλη κοινή πρακτική είναι τα likes που έκαναν στα προφίλ των διασημοτήτων αυτών ή η συμμετοχή των παιδιών σε ομάδες θαυμαστών τους (fan clubs). Μιλώντας με τη Μαριάννα, ένα δωδεκάχρονο κορίτσι από το οικογενειακό μου περιβάλλον, προέκυψαν τα εξής:

Αγαπώ και θαυμάζω πάρα πολύ τη Selena Gomez. Έχω κάνει παντού λογαριασμούς, στο Facebook, στο Instagram, στο Twitter για να μπορώ να παρακολουθώ τους τραγουδιστές που θαυμάζω, όπως τη Selena Gomez και τον Justin Bieber. Κι έτσι τους αγαπώ ακόμα πιο πολύ γιατί νιώθω ότι τους γνωρίζω προσωπικά. Όταν ήταν τα γενέθλια της Selena Gomez της ευχήθηκα στη σελίδα της στο Facebook και εκείνη μου απάντησε: “You are very cute and sweet”. Όταν διαβάζω για τον Justin Bieber ότι ασχολείται με ναρκωτικά και τέτοια, στενοχωριέμαι γιατί νιώθω λες και τον ξέρω και είναι φίλος μου.

(Μαριάννα, 12 χρονών, σημειώσεις πεδίου, πόλη)

Δεν εκπλήσσει λοιπόν και το γεγονός ότι στο προφίλ της στο Facebook η Μαριάννα, όπως μου είπε, παρουσιαζόταν ως “Marianna Selenator”, δηλαδή ως μανιώδης θαυμάστρια της Selena Gomez που την υποστηρίζει σε ό,τι κάνει (Urban Dictionary). Με αυτό τον τρόπο η Μαριάννα έδειξε πόσο ταυτιζόταν με την αγαπημένη της τραγουδίστρια, ενώ είχε ταυτόχρονα την ευκαιρία να εκδηλώσει δημόσια στους φίλους της, μέσω του Facebook, το θαυμασμό που τρέφει για το ποπ είδωλο αυτό, κάτι που μάλλον θα γίνει αποδεκτό και θα αξιολογηθεί θετικά από τους συνομήλικους, αφού η Selena Gomez αποτελεί ένα από τα δημοφιλέστερα ινδάλματα σε παιδιά και έφηβους σε ολόκληρο τον κόσμο.

Τα αγόρια δεν ανέφεραν έντονα δραστηριοποίηση στο Facebook σε σχέση με τη μουσική. Ωστόσο, συχνά αναρτούσαν στο Facebook τους αγαπημένους τους ποδοσφαιριστές, ποδοσφαιρικές ομάδες, σύμβολα των ομάδων ή σχόλια για ποδοσφαιρικούς αγώνες. Μια άλλη πρακτική για έκφραση της ποδοσφαιρικής τους

ταυτότητας αποτελούσε η πρόσθεση κάποιας, σχετικής με την ομάδα τους, λέξης στο όνομά (username) τους, όπως “Giorgos ThiraTria”, “Aggelos Omonoia”. Η ενασχόληση και δημόσια έκφραση της ενασχόλησης με το ποδόσφαιρο αποτελεί για τα αγόρια εγγυημένη πρακτική επίδειξης όψεων της ηγεμονικής τους αρρενωπότητας. Παρόλα αυτά, η πρακτική αυτή συναντάται και σε κάποια κορίτσια που επιτελούν εναλλακτικές θηλυκότητες.

Η δημόσια έκφραση θαυμασμού προς αγαπημένα δημοφιλή πρόσωπα από τα παιδιά στο Facebook, δίνει ισχυρές ενδείξεις για τον βαθμό επηρεασμού τους από τα πρότυπα της διεθνούς ποπ μουσικής σκηνής, αλλά ταυτόχρονα δίνει τη δυνατότητα χαρτογράφησης καθιερωμένων λόγων, αναπαραστάσεων και πρακτικών, τα οποία συγκροτούν σε μεγάλο βαθμό τη διαδικτυακή κουλτούρα των συνομηλίκων στο Facebook, όσον αφορά την κατανάλωση της δημοφιλούς ποπ κουλτούρας. Στην κουλτούρα αυτή δεν εμπλέκονταν όλα τα παιδιά στον ίδιο βαθμό, αφού υπήρξαν παιδιά που εμπλέκονταν πιο ενεργά με συνεχείς σχετικές αναρτήσεις και άλλα παιδιά που εμπλέκονταν πιο παθητικά, είτε απλά σχολιάζοντας και δίνοντας likes, είτε απλά παρακολουθώντας.

Επιτελέσεις κοινωνικών σχέσεων μέσω Facebook.

Διαδικτυακές ρομαντικές αλληλεπιδράσεις. Οι ρομαντικές σχέσεις μεταξύ των παιδιών στην προεφηβεία και η δημοσιοποίησή τους στην πλατφόρμα του Facebook αποτέλεσε ένα άλλο κλειδί στον τρόπο αποδεκτής παρουσίας και επιτέλεσης του φύλου τους, όπου σημαντικό κομμάτι ήταν η επίδειξη της ετεροσεξουαλικής τους ταυτότητας. Πολλά παιδιά συχνά χρησιμοποιούσαν το Facebook για να δημοσιοποιήσουν τις ρομαντικές τους σχέσεις ή την επιθυμία τους για δημιουργία ρομαντικής σχέσης στον περίγυρο των συνομηλίκων με τη δημοσίευση φωτογραφιών, στάτους και σχολίων. Όπως η Άννα και ο Φοίβος ανέφεραν:

Άννα: Οι φίλοι μου γράφουν διάφορα posts για την προσωπική τους κατάσταση, έτσι πράγματα... Γράφουν στο Relationship status αν είναι single, σε σχέση, ή γράφουν για το φίλο τους ή τη φίλη τους.

Φοίβος: Κι εμένα!

(Άννα, 13 χρονών, Φοίβος, 12 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Η δημόσια αυτή εκδήλωση του ρομάντζου στους τοίχους του Facebook συναντήθηκε κατά κύριο λόγο από αγόρια και φαίνεται να αποτελεί μια επιτελεστική πράξη επίδειξης ετεροσεξουαλικότητας και της cool κατάστασης του να βρίσκεται κανείς

σε σχέση, που κύριο στόχο έχει τους συνομηλικούς φίλους στο Facebook. Εξάλλου αυτοί είναι που δίνουν τα likes και τα περισσότερα σχόλια. Η πρακτική αυτή αποτελεί μια επίδειξη δύναμης και αρρενωπότητας εκ μέρους των αγοριών που εκφράζεται με την ετεροσεξουαλικότητά τους και τη δυνατότητά τους να έχουν κορίτσι. Είναι μια διαφήμιση της σχέσης τους στο κοινό των συνομηλικών και μια πράξη που οδηγεί στην αύξηση του στάτους και του κοινωνικού τους κεφαλαίου.

Η τάση κάποιων παιδιών να μοιράζονται προσωπικές πληροφορίες για τις ρομαντικές τους σχέσεις στο Facebook, εκλαμβάνονταν μερικές φορές αρνητικά από άλλα παιδιά, τα οποία θεωρούσαν ότι τέτοια πράγματα αποτελούν πολύ προσωπικές πληροφορίες που δεν χρειάζεται να τις μοιράζεται κανείς στο Facebook. Ο Φοίβος και η Άννα στο παρακάτω απόσπασμα άσκησαν κριτική στη δημόσια επίδειξη της προσωπικής κατάστασης κάποιων παιδιών, θεωρώντας ότι ξεπερνούν το «επιτρεπτό» όριο της διακριτικότητας. Ακόμη αναγνώρισαν την ύπαρξη άλλων κινήτρων που ωθούν κάποια παιδιά σε τέτοιου είδους συμπεριφορές. Τα κίνητρα εντοπίζονται στην αναζήτηση σημασίας από τον περίγυρό των συνομηλικών, οι οποίοι θα «αναγκαστούν» να ασχοληθούν μαζί τους. Η δημόσια επιτέλεση των ετερο-ρομαντικών σχέσεων θεωρήθηκε από κάποια παιδιά ότι αποσκοπεί στην πρόκληση του θαυμασμού, ακόμα και της ζήλιας και του ανταγωνισμού από τους συνομηλικούς. Η συμπεριφορά αυτή αποδόθηκε κυρίως σε αγόρια. Χαρακτηριστικό είναι το παρακάτω απόσπασμα:

ΓΚ: Έχετε συμμαθητές που έχουν σχέση;

Άννα: Ναι.

ΓΚ: Και τι γίνεται δηλαδή;

Φοίβος: Μπορεί και να μην έχουν σχέση, αλλά γεμίζουν το Facebook καρδούλες, «μου λείπεις», «που είσαι».

ΓΚ: Και υποτίθεται απευθύνονται σε εκείνον που θέλουν;

Φοίβος: Ναι. Και μερικές φορές κάνουν και κάτι... ας πούμε.. έχει μερικούς που όταν τους χωρίσουν κάνουν τη φωτογραφία τους μαύρη και γράφουν «δεν αντέχω άλλο» και μπλα μπλα μπλα.

Άννα: Ή κάποια αγόρια μπορεί να βάζουν φωτογραφίες που μιλούν για αγάπη και να τις αφιερώνουν σε ένα κορίτσι και μετά την άλλη μέρα... Τη μια μέρα να την αγαπά και την άλλη να την βρίζει.

Φοίβος: Και όλα αυτά γίνονται δημόσια, στο Facebook!

Άννα: Ναι. Και να διαγράφουν τις φωτογραφίες που είναι μαζί.. έτσι πράγματα.

- Φοίβος:* Ή γράφουν κάτι πράγματα όπως «πήγα κι εγώ να αγαπήσω μια φορά και...».
- Άννα:* Τη μια μέρα γράφει ας πούμε «είσαι η ζωή μου» και την άλλη την βρίζει ας πούμε.
- ΓΚ:* Γιατί το κάνουν αυτό δημόσια;
- Φοίβος:* Τους αρέσει. [...] Είναι ζήλια, για να κάνουν τους άλλους να ζηλέψουν.
(Άννα, 13 χρονών, Φοίβος, 12 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Είναι σημαντικό ότι η πιο πάνω κριτική αποτελεί μια κριτική στον τρόπο επιτέλεσης των ρομαντικών σχέσεων από κάποια παιδιά στο Facebook, και όχι κριτική περιεχομένου. Ο Φοίβος και η Άννα δηλαδή, δεν ασκούν κριτική στο γεγονός ότι κάποιοι συνομήλικοι τους έχουν σχέση, αλλά στον τρόπο με τον οποίο η σχέση αυτή προβάλλεται μέσω του Facebook και των αλλότριων κινήτρων που ωθούν κάποια παιδιά σε τέτοιες συμπεριφορές.

Τα κορίτσια στην προεφηβεία παρουσιάστηκαν λιγότερο εκφραστικά σε σχέση με τις ρομαντικές τους σχέσεις, ιδιαίτερα σε τόσο δημόσιους χώρους, όπως είναι το Facebook. Αυτό πιθανόν να συμβαίνει λόγω των αυξημένων κοινωνικών περιορισμών και της επιτήρησης που τους επιβάλλεται σε σχέση με τη σεξουαλικότητά τους και την «ηθική» και «αγνή» δημόσια εικόνα που πρέπει να κρατήσουν ως κορίτσια. Υπάρχει επίσης η πιθανότητα κάποια κορίτσια να εμπλέκονταν σε αυτή την πρακτική, αλλά να ένιωθαν άβολα να το αναφέρουν στις συνεντεύξεις τους, θεωρώντας, πιθανόν, ότι η έκφραση ρομαντικών ετεροσεξουαλικών σχέσεων δεν ανταποκρίνεται στο πρότυπο της «αθώας» θηλυκότητας που θα «έπρεπε» να επιτελούν.

Διαδικτυακές επιτελέσεις φιλίας. Η φιλία αποτελούσε μια άλλη βασική προτεραιότητα στην ενασχόληση των παιδιών με τα κοινωνικά μέσα. Τα παιδιά φάνηκε ότι χρησιμοποιούσαν το Facebook τόσο ως πρακτικό μέσο επικοινωνίας με τους φίλους τους, όσο και ως μέσο δημόσιας επίδειξης και επιτέλεσης της φιλικής σχέσης που τους δένει με κάποια άτομα. Ωστόσο, προέκυψαν έντονες έμφυλες διαφορές και στον τρόπο επιτέλεσης της φιλίας μέσω του Facebook.

Σε πρώτο επίπεδο, αγόρια, αλλά και κορίτσια χρησιμοποιούσαν το Facebook ως χρηστικό εργαλείο που διευκόλυνε την επικοινωνία με τους φίλους και τις φίλες τους, χωρίς απαραίτητα να γίνεται ορατή η επικοινωνία αυτή στο δημόσιο χώρο, αφού γινόταν κυρίως μέσω προσωπικών μηνυμάτων και chat. Ο Σίφης και η Νικολέτα παρακάτω ανέφεραν:

ΓΚ: Τι σου αρέσει στο Facebook; Πώς αποφάσισες να κάνεις;
Σίφης: Για να μιλώ με τους φίλους μου. Αν για παράδειγμα δεν έχω το τηλέφωνο τους, αλλά τους έχω «φίλους» μου στο Facebook, μπορώ να τους μιλήσω, να δω τι κάνουν. [...] Και μπαίνουμε και στο chat και μιλάμε.
(Σίφης, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

ΓΚ: Τι κάνετε στο Facebook;
Νικολέτα: Μιλάμε στο chat. Κανονίζουμε να μπαίνουμε και να μιλούμε όλοι μαζί. Και μερικές φορές κάνουμε και τα μαθήματά μας μαζί.
(Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Πιο κάτω ο Σίφης και ο Άγγελος αναφέρθηκαν σε μια διαφορετική δυνατότητα που τους προσέφερε η επικοινωνία μέσω Facebook, η οποία τους επέτρεπε να επικοινωνήσουν με φίλους τους και να τους πουν πράγματα που από κοντά θα ένιωθαν άβολα να εκφράσουν. Είναι μια πρακτική, η οποία εκφράστηκε μόνο από αγόρια κι είχε έντονο το στοιχείο της έμφυλης διάστασης. Τα αγόρια, λόγω έμφυλων προσδοκιών που τα θέλουν αυτόνομα, δυνατά, ανεξάρτητα και μη συναισθηματικά «ντρέπονταν» να εκφράσουν συναισθήματα, σκέψεις κι απολογίες, συνεπώς, ήταν πιο εύκολο για αυτά να εκφράσουν τέτοια «ευαίσθητα θέματα» διαδικτυακά, αποφεύγοντας την πρόσωπο-με-πρόσωπο επαφή που θα τους έκανε να αισθάνονται αμηχανία.

Σίφης: Αν στο σχολείο τσακωθείς με κάποιον και ντρέπεσαι να τον βρεις στο σχολείο και να του πεις να τα ξαναβρείς μαζί του, του γράφεις στο Facebook: «Φίλε μου, γίνεται να τα βρούμε;».

Άγγελος: Ναι είναι πιο εύκολο, επειδή έτσι δεν θα τον βλέπεις. Μερικοί έτσι νιώθουν.

Σίφης: Ναι, να του το γράψεις σε μήνυμα.

ΓΚ: Είναι πιο εύκολο να εκφραστείς έτσι δηλαδή;

Σίφης: Ναι.

(Σίφης και Άγγελος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Μια άλλη μεγάλη έμφυλη διαφορά που εντοπίστηκε στον τρόπο χρήσης του Facebook όσον αφορά την σχέση με τους φίλους και φίλες έγκειται στον τρόπο που τα κορίτσια, κατά κύριο λόγο, επιτελούν και εκφράζουν τη φιλία τους. Φάνηκε ότι τα

κορίτσια χρησιμοποιούν το Facebook ως βάση για δημόσια έκφραση και επιτέλεση μιας φιλικής σχέσης, γεγονός που συμβάλλει στην αύξηση του κοινωνικού τους κεφαλαίου και της κοινωνικής τους αποδοχής από το κοινό των συνομηλίκων. Τα κορίτσια συχνά κοινοποιούσαν στον τοίχο τους σχόλια, με σκοπό να δείξουν την έντονη φιλία που τους έδενε με κάποιο άλλο άτομο, συνήθως κορίτσι, καθώς και φωτογραφίες με τη φίλη ή την παρέα τους, ως απόδειξη της φιλικής τους σχέσης. Ήταν μια συναισθηματική επιβεβαίωση της αξίας της φιλίας τους, της αγάπης και θαυμασμού που τρέφουν η μια για την άλλη, με ταυτόχρονα δημόσιες υποσχέσεις για μακρόχρονη δυνατή φιλία.

Το αξιοσημείωτο στην πρακτική αυτή ήταν ότι τα σχόλια και οι φωτογραφίες στην ουσία απευθύνονταν στην ομάδα των συνομηλίκων κι όχι τόσο στους φίλους ή στις φίλες. Ήταν στην πραγματικότητα μια δημόσια διαφήμιση της φιλίας, που έκανε τα κορίτσια πιο δυνατά στο κοινωνικό σύνολο. Η τάση αυτή συναντήθηκε κυρίως σε φίλιες μεταξύ κοριτσιών, αλλά και σε κάποιες περιπτώσεις σε φίλιες μεταξύ ενός κοριτσιού με ένα αγόρι. Στις συνεντεύξεις τα παιδιά δεν ανέφεραν να συμβαίνει η πρακτική αυτή σε φίλιες μεταξύ αγοριών, πολύ πιθανόν λόγω φόβου για ομοφοβικά σχόλια.

Ψηφιακές αναπαραστάσεις του εαυτού: Περιήγηση στην οπτικοποιημένη κουλτούρα των παιδιών στο Facebook. Όπως θα φανεί μέσα από τα παρακάτω αποτελέσματα, τα παιδιά, μέσω των οπτικοποιημένων αναπαραστάσεων του εαυτού τους, προέβαλλαν με συγκεκριμένο έμφυλο τρόπο όψεις της υποκειμενικότητάς τους στην πλατφόρμα των κοινωνικών δικτύων. Αρκετές φορές, μάλιστα, ζητούσαν την (αυτο)επιβεβαίωση μέσω likes, σχολίων και tags, που αποτελούσαν σημάδια έγκρισης από τους διαδικτυακούς τους «φίλους». Αυτό που «επιβραβεύεται» μέσω της θετικής ανατροφοδότησης και αξιολόγησης από τους συνομήλικους, είναι ότι το άτομο επιτυγχάνει με τις δράσεις του σώματός του στη σκηνή του Facebook να «περάσει» το φύλο του σωστά και για αυτό αμείβεται και δεν δέχεται κάποιου είδους «κύρωση».

Γενικότερα φάνηκε ότι η θεωρία της Butler για τις παραστασιακές επιτελέσεις του φύλου είχε εμφανή εφαρμογή στον τρόπο με τον οποίο τα παιδιά δρούσαν στα κοινωνικά δίκτυα. Υπάρχει έντονο το στοιχείο της θεατρικότητας στη δράση των παιδιών στο Facebook, αφού αυτό αποτελεί μια δημόσια θεατρική σκηνή, στην οποία το άτομο πράττει, ενώ ταυτόχρονα στη θεατρική αυτή πράξη εμπλέκεται ενεργά και το ακροατήριο, που στην περίπτωση αυτή είναι η ομάδα των συνομηλίκων, οι διαδικτυακοί «φίλοι».

Profile pictures και έμφυλες διαφορές. Το προφίλ στο Facebook γίνεται ακόμα πιο προσωπικό, μετατρέπεται σε «ταυτότητα» του χρήστη, με τη φωτογραφία που

ανεβάζει κανείς στο προφίλ. Η φωτογραφία αυτή είναι το πρώτο πράγμα που αντικρίζει κανείς, είτε ψάχνει για φίλους στο Facebook, είτε επισκέπτεται το προφίλ κάποιου ατόμου. Όπως είπε η Νικολέτα (11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη): «Βάζεις τη φωτογραφία για να σε αναγνωρίσουν οι φίλοι σου, να καταλάβουν ότι είσαι εσύ. Να μην βλέπουν μόνο το όνομα».

Δεν εκπλήσσει λοιπόν το γεγονός ότι στην κουλτούρα των παιδιών η επιλογή της φωτογραφίας για το προφίλ αποτελούσε θέμα μείζονος σημασίας και ανησυχίας, κυρίως για τα κορίτσια, που ακολουθούσαν διάφορες πρακτικές, προκειμένου να πετύχουν την «τέλεια» φωτογραφία για το προφίλ τους, που όχι μόνο θα αποτελούσε την αφετηρία αναγνώρισης τους από τον περίγυρό τους, αλλά θα έδινε και την καλύτερη προώθηση στην ψηφιακή αναπαράσταση του εαυτού τους. Τέτοιες πρακτικές έχουν εντοπιστεί και σε προηγούμενες έρευνες (Ringrose, 2011· Harvey κ.ά., 2013) και αφορούν το μακιγιάζ, τα αγαπημένα ρούχα, τον ατελείωτο πειραματισμό με τις πόζες, τον φωτισμό και το ύφος. Είναι μια ιεροτελεστία, που πολλές φορές θεωρήθηκε από τα παιδιά ως γένους θηλυκού, η οποία χρειάζεται, εκτός από ειδική «τεχνική», και πολύ χρόνο προετοιμασίας, προκειμένου να ανταποκριθεί στις αναμενόμενες προδιαγραφές μιας «καλής», εγκεκριμένης από τους συνομήλικους φωτογραφίας, που θα πάρει και τα αναμενόμενα likes. Μια ιεροτελεστία που αρκετά συχνά προωθούσε διαδικασίες αυτοσεξουαλικοποίησης, κυρίως στα κορίτσια, αφού με αυτόν τον τρόπο θεωρούσαν ότι θα προωθήσουν τον εαυτό τους στην πιο «όμορφη» του εκδοχή, μια αντίληψη σαφώς επηρεασμένη από τις σεξουαλικοποιημένες αναπαραστάσεις των MME. Οι διαδικασίες αυτές που ακολουθούσαν τα κορίτσια έγιναν αντιληπτές και σχολιάστηκαν τόσο από τα ίδια, όσο και από τα αγόρια. Χαρακτηριστικά είναι τα ακόλουθα αποσπάσματα από τις συνεντεύξεις κι από τη δραστηριότητα της «Τηλεμαχίας» που είχε γίνει στην εκπαιδευτική παρέμβαση:

Μαργαρίτα: Οι φωτογραφίες είναι πολύ σημαντικό θέμα, επειδή εμείς τα κορίτσια θέλουμε να είναι όλα ok. Ίσια μαλλιά, να φορούμε ωραία, τα πιο κατάλληλα ρούχα, κάτι που να μας αρέσει τόσο πολύ. Για παράδειγμα, μπορεί στο σπίτι να φοράμε ένα παντελόνι και μια μπλούζα, αλλά, άμα θέλουμε να βγάλουμε φωτογραφίες, θέλουμε να είμαστε πιο επίσημες. [...] Θα φορούσα ένα αγαπημένο μου φουστάνι ίσως. Θα βάλω κάτι πάνω μου, μπορεί να βάλω τα μάτια μου... Επειδή μας αρέσει!

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Μαρία: Κυρία σε όλες ή σχεδόν σε όλες τις κοπέλες μας αρέσει να βάζουμε φωτογραφίες που να είμαστε όμορφες, να έχουμε ωραίο ντύσιμο, να είμαστε ωραία βαμμένες. Και τα αγόρια όμως βγάζουν φωτογραφίες, αλλά *συνήθως* δεν είναι όπως των κοριτσιών, δεν είναι τόσο... προκλητικά.
[...]

Κωνσταντίνα: Τα κορίτσια στις φωτογραφίες θέλουν να δείξουν το πρόσωπο τους, αν είναι ωραία, για αυτό και βάζονται.

Ελίνα (Συντονίστρια): Δηλαδή τα κορίτσια και τα αγόρια μόνο το πρόσωπο προσέχουν ή προσέχουν και το σώμα;

Μαρίνα: Και το σώμα, σίγουρα και το σώμα!
[...]

Ιωάννα: Χρονομετρούν την κάμερα του κινητού τους για να παν κάπου μακριά, ώστε να φαίνεται ολόκληρο τους το σώμα... Μπορεί να βγάζουν φωτογραφίες και με μαγιό για φαίνεται πιο πολύ το δέρμα τους, το σώμα τους, αλλά και το ντύσιμο τους είναι σημαντικό να φαίνεται. Και τα παπούτσια και το βάνιμο και όλα!

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Βανέσα: Μου αρέσει να βάζω φωτογραφίες γιατί όλα τα κορίτσια βάζουν.... Με βγάζει αρκετές φωτογραφίες η αδερφή μου ή κάποτε βγάζω μόνη μου, μπροστά στον καθρέφτη. Και διαλέγω να βάλω τις πιο ωραίες, εκείνες που βγαίνω πιο όμορφη...

ΓΚ: Όταν θα βγάλεις μια φωτογραφία που σκοπεύεις να κοινοποιήσεις στο Facebook, κάνεις κάποιες προετοιμασίες;

Βανέσα: Διαλέγω τα ρούχα που θα βάλω.

Μαρίλια: Ναι, η Βανέσα θα βάλει στο φουλ κοκκινάδι, πάρα πολύ κόκκινο κοκκινάδι, βάφεται, βάζει πάρα πολύ μολύβι.

(Βανέσα, 12 χρονών, Μαρίλια, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Αρκετά αγόρια επίσης σχολίασαν τις πρακτικές αυτές των κοριτσιών με ειρωνική και κοροϊδευτική διάθεση. Αυτό ωστόσο αποτελεί παράδοξο, μιας και όπως φάνηκε σε άλλα σημεία, τα αγόρια προτιμούσαν και επιβράβευαν κοινωνικά τα κορίτσια με σέξι στυλ.

Νίκος: Τα κορίτσια στις φωτογραφίες θέλουν να δείξουν το σώμα τους.

Σίφης: Το στήθος τους [γέλιο].

Νίκος: Τα πόδια τους [γέλιο] και τα καινούρια τους ρούχα. [...] Για αυτό φορούν σορτς, φουστανάκια κοντά, κάποτε μαγιό.

(Νίκος, Σίφης, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Παρόλο που κάποια παιδιά ταυτοποιούσαν τις πιο πάνω πρακτικές ως «κοριτσιίστικες», έχοντας την αντίληψη ότι κάτι τέτοιο δεν απασχολεί τα αγόρια, αυτό δεν αποτελεί την πλήρη εικόνα σε σχέση με την ψηφιακή οπτική αναπαράσταση των αγοριών στο Facebook. Μέσα από διάφορες συνεντεύξεις, αλλά και συζητήσεις στην εκπαιδευτική παρέμβαση, φάνηκε ότι και για τα αγόρια αποτελούσε επίμαχο θέμα ο τρόπος προβολής τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ακολουθώντας κι αυτά τους δικούς τους κανόνες για μια επιτυχημένη φωτογραφία. Το Facebook αποτελεί μια σκηνή πάνω στην οποία τα παιδιά έχουν τη δυνατότητα να προωθήσουν την ομορφιά τους, να επεξεργαστούν την εικόνα τους με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, ώστε αυτή να γίνει αποδεκτή και να εγκριθεί από τους συνομήλικους τους. Όπως τα κορίτσια ακολουθούσαν συγκεκριμένες πρακτικές προκειμένου να παρουσιαστούν στο Facebook με αποδεκτά θηλυκό τρόπο, έτσι και τα αγόρια γνώριζαν τους τρόπους που θα τους έδιναν τη δυνατότητα να επιδείξουν μια αυθεντικά ετεροσεξουαλική αρσενική ταυτότητα, που θα εγκρινόταν και θα προκαλούσε τον θαυμασμό στους συνομήλικους. Αυτό φαίνεται καθαρά μέσα από τα παρακάτω αποσπάσματα:

Στέφανος: Βγάζουν και τα κορίτσια και τα αγόρια selfie φωτογραφίες. Τα αγόρια όμως απλά βγάζουμε μια πόζα, έτσι ή κάποια αγόρια μπορεί να είναι και γυμνά από πάνω.

Ελένη: Ναι, είναι γυμνά για να δείξουν τους μυς τους.

Σωτήρης: Ναι τα κορίτσια θέλουν να δείχνουν ότι έχουν στυλ.

ΓΚ: Πώς δείχνουν ότι έχουν στυλ;

Αντρη: Το δείχνουν τούτο με μια πόζα.

Ολγα: Τα αγόρια θέλουν να δείχνουν ότι είναι γραμμωμένοι, ότι είναι δυνατοί.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Σίφης: Κάποια αγόρια βγάζουν φωτογραφίες για να επιδείξουν τον εαυτό τους. Να δείξουν την ομορφιά τους, να θαυμάσουν την ομορφιά τους οι άλλοι και να πάρουν likes.

Αγγελος: Για να παίξουν τους μάγκες, δείχνοντας την εξυπνάδα τους.

Σίφης: Ότι θα τους δουν οι άλλοι στο Facebook και θα πάρουν comments και likes.
Άγγελος: Ότι θέλουν να δείξουν την εξυπνάδα τους, πόσο μάγκες είναι, πόση δύναμη έχουν πάνω τους και βάζουν φωτογραφίες για να κοροϊδέψουν τους άλλους, να τους κάνουν να ζηλέψουν. Ότι «εγώ είμαι όμορφος, κοίτα με»!
(Άγγελος, Σίφης, 11 χρονών, εκπαιδευτική, αγροτική περιοχή)

Ελένη: Μερικά αγόρια κάνουν το αγαπημένο τους look, ας πούμε στα μαλλιά τους που τα κούρεψαν με κάποιο τρόπο και το δείχνουν στις φωτογραφίες.
(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Οι φωτογραφίες που τα αγόρια κοινοποιούσαν φάνηκε να είναι ιδιαιτέρως προσεγμένες και καθόλου τυχαίες λοιπόν, αφού εκτός από το να μεταφέρουν την εικόνα της αρσενικής ομορφιάς, τους απασχολούσε να μεταφέρουν και μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα της ηγεμονικής και «σκληρής» αρρενωπότητας, με επίδειξη της ενασχόλησης τους με συγκεκριμένες αρρενωπές και απαγορευμένες συμπεριφορές, όπως το κάπνισμα, που πιθανόν να τους κάνει πιο αποδεκτούς και δημοφιλείς στους γύρω τους.

Ειρήνη: Έτυχε να δω στο Facebook μιας φίλης μου διάφορα αγόρια από το σχολείο μας να κρατούν τσιγάρο και να κάνουν ότι καπνίζουν κι έτσι πράματα. Δεν ξέρω αν κάπνιζαν στην πραγματικότητα ή αν απλά έκαναν ότι κάπνιζαν. [...] Το έκαναν αυτό για να παίξουν τους έξυπνους στους άλλους.
(Ειρήνη, 13 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Η εικόνα που προωθούν τα αγόρια αυτά μέσα από τις φωτογραφίες τους φωνάζει ξεκάθαρα: «Κοιτάξτε με, είμαι όμορφος, είμαι άντρας». Το μήνυμα αυτό το μεταφέρουν μη γλωσσικά, με την επιτέλεση και το habitus του σώματός τους (Bourdieu, 1990), δηλαδή με το στήσιμο, το στυλιζάρισμα, τις πρακτικές και τις χειρονομίες τους. Με αυτές τις συμβάσεις του σώματός τους συνειδητά παράγουν αποτελέσματα, επιτελώντας την έμφυλή τους ταυτότητα ως σκληρά αρσενικά. Αυτού το είδους η αρρενωπή ομορφιά γνωρίζουν ότι είναι κατανοητή και κοινωνικά αποδεκτή.

Ακόμα και το όνομα που επέλεξαν να βάλουν κάποια αγόρια στο προφίλ τους επιδεικνύει έντονα την αρσενική τους ταυτότητα. Αυτή είναι μια τακτική που ακολούθησε ο Ιωάννης (9 χρονών, χωριό), ο οποίος συστήθηκε στο Facebook ως «Γιαννής Μάγκας». Το «Γιαννής» είναι ένα υποκοριστικό του ονόματός του που χρησιμοποιείται κυρίως για

ενήλικες άνδρες στα χωριά και το «Μάγκας» μια καθαρή δήλωση δύναμης και ανδρισμού. Ο Ιωάννης, λοιπόν, με το ψευδώνυμό του ξεκάθαρα προέβηκε σε μια έγκληση που τον κάνει αναγνωρίσιμο ως υποκείμενο. Απέκτησε λογοθετική εμπρόθετη δράση (discursive agency) (Butler, 1993/2008, 1997), με την οποία συγκρότησε την έμφυλη του υποκειμενικότητα για το είδος αγοριού που θέλει να είναι. Με τον λόγο του, λοιπόν, και τα ιστορικά και πολιτισμικά νοήματα που τον συνοδεύουν, ο Ιωάννης παράγει αυτό που ονομάζει: μια ενήλικη αρρενωπότητα εργατικής τάξης που χαρακτηρίζεται από τα ηγεμονικά αρρενωπά χαρακτηριστικά της μαγκιάς και της δύναμης.

Εντούτοις, ένα μοτίβο που συναντήθηκε συχνά στις συνεντεύξεις με τα αγόρια, ήταν η μη παραδοχή από τα ίδια της σημασίας που έχουν οι φωτογραφίες, αλλά και του τρόπου προετοιμασίας τους για αυτές. Όπως συνέβη και στην προβολή αντικειμένων μόδας, τα αγόρια δεν παραδέχονταν την εμπλοκή τους σε συγκεκριμένη προετοιμασία και πρακτικές ομορφιάς προκειμένου να βγάλουν τις «κατάλληλες» φωτογραφίες, λόγω έμφυλων περιορισμών στην ενασχόληση με την εμφάνιση. Έτσι, όπως φάνηκε από τα πιο πάνω αποσπάσματα, οι πληροφορίες προέκυψαν από αγόρια τα οποία μίλησαν μόνο για τη δράση άλλων αγοριών στο Facebook, αλλά και από συνεντεύξεις κοριτσιών σε σχέση με τις παρατηρήσεις που έκαναν για την παρουσία των αγοριών στο Facebook.

Από την άλλη, για κάποια αγόρια, φάνηκε ότι όντως η διαδικασία των φωτογραφιών ήταν πολύ πιο απλή, με λιγότερη ανησυχία και προετοιμασία. Οι φωτογραφίες που αναρτούσαν προέκυπταν από αυθόρμητες στιγμές στο οικογενειακό τους περιβάλλον και χωρίς την ακολουθία συγκεκριμένων διαδικασιών.

Σίφης: Πρόπερσι, πήγαμε εκδρομή με τους θείους μου σε μια εκκλησία και βγάλαμε εκεί φωτογραφίες, μετά τις έβαλα. Ή όταν στις διακοπές πήγαμε στην πισίνα και έτρωγα παγωτό με τον αδερφό μου στην καφετέρια, μας φωτογράφησε η αδερφή μου, και επειδή ήταν καλή η φωτογραφία, την κοινοποίησα.

ΓΚ: Είναι σημαντικό στις φωτογραφίες που βάζεις στο Facebook να φαίνεσαι όμορφος;

Σίφης: Για εμένα όχι και τόσο. Για τους άλλους, δεν ξέρω.

(Σίφης, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Υπήρξαν ακόμη κορίτσια που θεωρούσαν ότι η προβολή με φωτογραφίες στο Facebook και η έντονη ενασχόληση με αυτές αποτελεί ένα κατεξοχήν «κοριτσίστικο»

χόμπι, επιτηρώντας και αντιμετωπίζοντας αρνητικά ένα αγόρι που πράττει με παρόμοιο τρόπο, όπως φαίνεται ακολούθως:

Μαργαρίτα: Για εμάς τα κορίτσια είναι πιο σημαντικές οι φωτογραφίες γιατί μας αρέσει πάρα πολύ να βγάζουμε φωτογραφίες. Γιατί έτσι μπορούμε να επιδείξουμε τον εαυτό μας, να δείξουμε ότι είμαστε όμορφες και τέτοια. Ενώ τα αγόρια δεν τα ενδιαφέρει και τόσο πολύ αυτό. Αν βάλουν κάποια φωτογραφία, θα βάλουν μια απλή φωτογραφία

ΓΚ: Έτυχε να δεις κι εσύ κάποια παιδιά που ποζάρουν μπροστά στον καθρέφτη και βγάζουν φωτογραφίες;

Μαργαρίτα: Ναι κι εγώ το έκανα αυτό!

ΓΚ: Γιατί το κάνετε αυτό; Απλά επειδή δεν έχετε κάποιον άλλο να σας βγάλει φωτογραφία;

Μαργαρίτα: Όχι μόνο αυτό. Απλώς μας αρέσει να φαινόμαστε ολόκληρες. [...] Να κάμεις και μια πόζα εκείνη την ώρα και να πεις: «Εγώ μπορώ να κάνω αυτό το πράμα». Επειδή είναι μερικά κορίτσια που δεν μπορούν να κάνουν αυτό το πράμα που κάνουμε εμείς κι έτσι τους λέμε: «Μπορώ, το κατάφερα. Προσπάθησε κι εσύ να το καταφέρεις». Επειδή υπάρχει συγκεκριμένος τρόπο που το κάνεις, δεν είναι απλό... Πρέπει να βάλεις την κάμερα ψηλά και να βγάλεις τη φωτογραφία από πάνω για να φαίνεσαι ολόκληρη, τέτοια πράματα.

ΓΚ: Είδες και κανένα αγόρι να το κάνει αυτό;

Μαργαρίτα: Όχι, τα αγόρια δεν το κάνουν αυτό, όχι.

ΓΚ: Κι αν το κάνει ένα αγόρι πώς θα σας φανεί;

Μαργαρίτα: Θα φανεί ότι... ας πούμε... [παύση]. Θα σχολιαστεί, θα τον κοροϊδέψουμε. Επειδή έβγαλε μια φωτογραφία που βγάζουν τα κορίτσια, μια κοριτσιίστικη φωτογραφία.

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Φαίνεται λοιπόν ότι τα αγόρια που δρουν στο Facebook με τρόπο που θεωρείται «θηλυκός», τότε εύκολα θα δεχτούν αρνητική κριτική και έντονη κοροϊδία. Αν και δεν είναι πάντα ξεκάθαρο τι είναι ο «κοριτσιίστικος» τρόπος φωτογράφισης, φαίνεται ότι τα παιδιά καλλιεργούν τις γνώσεις τους σε αυτό τον τομέα μέσα από την καθημερινή τριβή με τις αναρτήσεις άλλων. Αυτό φανερώνει ότι τα κοινωνικά μέσα αποτελούν έναν ακόμη χώρο που ενθαρρύνει τις αυστηρά οριοθετημένες και καθιερωμένες θηλυκές και αρσενικές

επιτελέσεις κι έτσι, ένα αγόρι που δεν καταφέρνει να «περάσει» το φύλο του σωστά και δρα με τρόπο «κοριτσιίστικο» αντιμετωπίζει αυξημένο ρίσκο κοροϊδίας και αμφισβήτησης του ανδρισμού του από τους συνομήλικους.

Τα στερεότυπα φαίνεται να είναι τόσο εδραιωμένα στον τρόπο σκέψης των παιδιών, που ενώ από τη μια η Μαργαρίτα ανέφερε ότι ένα αγόρι θα τύγχανε κοροϊδευτικής αντιμετώπισης από τους γύρω του, εξαιτίας της έντονης ενασχόλησής του με τις φωτογραφίες, από την άλλη τα κορίτσια δυσκολεύονταν να αναγνωρίσουν και να κατανοήσουν τον λόγο για τον οποίο μια τέτοια ενασχόληση τα αφορά τόσο έντονα. Πίσω από τις απροσδιόριστες εξηγήσεις των κοριτσιών, κρύβεται ένα ξεκάθαρο μήνυμα: με την κοινωνική συγκρότηση της εμφατικής θηλυκότητας (Connell, 1987) που προωθεί από τόσο νωρίς τα κορίτσια να ασχολούνται με την ομορφιά, φτάνουν σε ένα σημείο όπου η ομορφιά γίνεται τόσο αυτονόητη για αυτά, σαν δεύτερη τους φύση, ώστε να μην αναγνωρίζουν καν τους λόγους για τους οποίους τις αφορά:

Βανέσα: Τα κορίτσια βάζουν περισσότερες φωτογραφίες και ζητούν πιο συχνά likes.

ΓΚ: Γιατί νομίζετε ότι τα κορίτσια τα ενδιαφέρει πιο πολύ αυτό;

Βανέσα: [Παύση]. Δεν ξέρουμε.

(Βανέσα, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Φαίνεται λοιπόν ότι στην κουλτούρα των παιδιών αποτελεί σημαντικό κομμάτι ο τρόπος αναπαράστασης και προβολής του εαυτού τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στην ομάδα των συνομηλίκων υπάρχουν συγκεκριμένοι έμφυλοι κανόνες που τα παιδιά πρέπει να ακολουθούν προκειμένου να πετύχουν οπτικές αναπαραστάσεις κατάλληλες και εγκεκριμένες από τους διαδικτυακούς τους φίλους. Όπως φάνηκε από τα πιο πάνω αποσπάσματα, υπήρξαν παιδιά που ακολουθούν τις τάσεις αυτές πιστά και κατά γράμμα, ως μέρος μια συλλογικότερης κουλτούρας και αίσθησης του «ανήκειν», τόσο στη διαδικτυακή, όσο και στη φυσική ομάδα των συνομηλίκων. Υπήρξαν, όμως και παιδιά που ασκούν κριτική και προβάλλουν αντίσταση στους άγραφους κανόνες του Facebook, θεωρώντας ότι τέτοιες πρακτικές δεν τα εκφράζουν, βασίζονται σε αλλότρια κίνητρα, είναι ακατάλληλες για την ηλικία ή το φύλο τους και προσπαθώντας, πιθανότατα, να βρουν άλλους τρόπους για συμμετοχή στην ομάδα των συνομηλίκων.

Αξιολογώντας και αστυνομεύοντας τις έμφυλες διαδικτυακές επιτελέσεις - «Επιτρεπόμενες» και «απαγορευμένες» πόζες.

Παρόλα αυτά, σε αυτό το, αρκετές φορές, σεξουαλικοποιημένο περιβάλλον στο οποίο πολλά παιδιά δραστηριοποιούνται, με τρόπο που να προβάλλονται εμφανώς οι κυρίαρχες διαστάσεις της αρρενωπότητας και θηλυκότητας, ταυτόχρονα αντιμετωπίζεται το εξής παράδοξο, το οποίο εντοπίζεται στη σεξουαλικοποιημένη απεικόνιση των κοριτσιών. Ενώ δηλαδή, όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, αγόρια και κορίτσια συχνά προέβαλλαν τον εαυτό τους με σεξουαλικοποιημένο τρόπο, μια πρακτική που συχνά αύξανε τη δημοτικότητά τους, ταυτόχρονα υπήρχε και η ανησυχία στα κορίτσια σχετικά με τον τρόπο προβολής τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Μια ανησυχία που ανακαλεί μια άλλη όψη της τονισμένης θηλυκότητας, πέρα από την όμορφη και σέξι φύση της και απαντάται στην «αγνή», «καλή» και μη «προκλητική» εμφάνισή των κοριτσιών, όπως φαίνεται παρακάτω:

ΓΚ: Πώς πρέπει να είναι μια φωτογραφία για να μπει στο Facebook;

Νικολέτα: Ας πούμε να... μην είναι προκλητική, να είσαι, να φαίνεσαι καλή. Ας πούμε είναι κάποιες που βγάζουν πολύ προκλητικές φωτογραφίες, φορούν προκλητικά ρούχα, κοντά και κάνουν διάφορες πόζες...

ΓΚ: Οι πόζες τους; Τι πόζες είναι;

Νικολέτα: Εεε... [γέλιο]. Πώς να το πω [γέλιο]; Στέλνουν φιλάκια, τέτοια πράγματα...

(Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Τα αγόρια επίσης, συχνά συνέδεσαν την ενασχόληση των κοριτσιών και των νέων γυναικών με τη μόδα και την ανάρτηση σεξουαλικοποιημένων φωτογραφιών στο Facebook, ως σημάδι ετεροσεξουαλικής επιθυμίας και προθυμίας, ακόμα και ως απελπισμένης προσπάθειάς για εξεύρεση συντρόφου. Η αντίληψη αυτή των παιδιών επιβεβαίωσε τους τρόπους με τους οποίους η επιβεβλημένη, «υποχρεωτική» ετεροσεξουαλικότητα καθορίζει και ερμηνεύει τα κίνητρα και τη δράση των παιδιών, ακόμα από τόσο νεαρή ηλικία.

Αγγελος: Μερικές νέες κοπέλες, όταν θέλουν να αποκτήσουν άνδρα, οι μοναδικές τους ελπίδες για να το πετύχουν αυτό [γέλιο] είναι να παζαρεύουν άνδρες στο Facebook [γέλιο]. Βάζουν φωτογραφίες στο Facebook, ώστε να τις βλέπουν οι άνδρες και να τους αρέσουν. Φορούν πολύ κοκκινάδι, κάνουν τα χείλη τους έτσι για να στείλουν φιλάκια [γέλιο].

Δημήτρης: Και η ξαδέρφη μου έτσι βγάζει!

Μιχάλης: Ναι, το κάνουν αυτό για να βρουν άνδρα! Θα βρει ο άνδρας το Facebook της κοπέλας, θα τη δει πώς ποζάρει και θα του αρέσει.

Σίφης: Θα πει ο άνθρωπος: «Παναγία μου τούτη είναι πολύ όμορφη» έτσι όπως ποζάρει.

(Άγγελος, Δημήτρης, Μιχάλης, Φίλιππος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Αυτή η ετεροσεξουαλική προθυμία και προσπάθεια αναζήτησης ενδιαφέροντος μέσω των φωτογραφιών φάνηκε όμως να ισχύει και για τα αγόρια, όμως, αφού όπως ο Μιχάλης (11 χρονών, εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή) είπε: «Τα αγόρια βγάζουν φωτογραφίες για να τους βλέπουν τα κορίτσια και να τους αρέσουν!».

Παρόλα αυτά, η έντονη κριτική στη σεξουαλικοποιημένη εμφάνιση των κοριτσιών συναντήθηκε συχνά στον λόγο των αγοριών. Στο σημείο αυτό το παράδοξο γίνεται εντονότερο αφού η σεξουαλικοποιημένη παρουσία των κοριτσιών στο Facebook αντιμετωπίζεται από τη μια ως δήλωση της ετεροσεξουαλικής προθυμίας των κοριτσιών που θέλουν να εντυπωσιάσουν τα αγόρια, μια προσπάθεια που φαίνεται πολλές φορές να εκτιμάται θετικά και να ενθαρρύνεται από τα αγόρια. Από την άλλη, όμως, η προσπάθεια αυτή των κοριτσιών επικρίνεται έντονα ως ακατάλληλη από τα αγόρια και με υπεροψία, όπως φαίνεται πιο κάτω:

Νίκος: Ένα κορίτσι που είναι πολύ δημοφιλές, για παράδειγμα μπορεί να είναι η πρόεδρος του σχολείου, κάτι που είναι πολύ σημαντικό, μπορεί στο Facebook να βάζει φωτογραφίες που να είναι με τις φίλες της και να έχει συνέχεια εκείνη την πόζα που κάνουν έτσι τα χείλη τους (τα σουφρώνουν για να φιλήσουν κάποιον) και να νομίζουν ότι κάποιες είναι. Ότι τάχα είναι πολύ όμορφες και να συμπεριφέρονται σαν ψωνάρες, να είναι εντελώς ψώνια!

(Νίκος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Τα πιο πάνω αποσπάσματα αποτελούν ένδειξη των πολύπλοκων αποφάσεων που τα κορίτσια, αλλά και τα αγόρια πρέπει να πάρουν όσον αφορά την έκφραση της σεξουαλικής και έμφυλης ψηφιακής τους υποκειμενικότητας, αφού έχουν να αντιμετωπίσουν αντιφατικές επιθυμίες και κοινωνικές αντιλήψεις. Από τη μια πρέπει να παρουσιάσουν τον εαυτό τους όμορφο και επιθυμητό, ακολουθώντας πιστά τα έμφυλα και συνήθως σεξουαλικοποιημένα πρότυπα ομορφιάς που προβάλλονται από τα ΜΜΕ, αλλά

ταυτόχρονα πρέπει να είναι προσεκτικά ώστε να μην παρουσιαστούν με τρόπο πολύ «προκλητικό», δείχνοντας ότι είναι υπερβολικά σεξουαλικά διαθέσιμες. Έχουν να αντιμετωπίσουν έτσι, αναφορικά με την εικονική ψηφιακή αυτοπροβολή τους, μια ένταση που εντοπίζεται στη μια πλευρά στην αυξημένη και φυσικοποιημένη σχεδόν σεξουαλικοποιημένη παρουσία νέων ατόμων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και από την άλλη πλευρά στην αυστηρή κοινωνική επίκριση και επιτήρηση που μπορεί να τους ασκηθεί από τον κύκλο των συνομηλίκων όσον αφορά τη σέξι τους παρουσία.

“Like and Comment please!”: Σχολιάζοντας τις διαδικτυακές επιτελέσεις.

Οι φωτογραφίες στο Facebook συνοδεύονταν από τη δημοσίευση σχολίων, τα οποία, μαζί με την ένδειξη «Μου αρέσει» (like), έπαιζαν καθοριστικό ρόλο στην «επιτυχή» παρουσία μιας φωτογραφίας σε αυτό. Πολύ συχνά γίνονταν σχόλια που υπερτόνιζαν την εξωτερική εμφάνιση των κοριτσιών, τα οποία αποτελούσαν μια ισχυρή ένδειξη αποδοχής κι έγκρισης της όμορφής τους εμφάνισης, κάτι που τόνωνε την αυτοπεποίθησή τους. Όπως η Μαργαρίτα ανέφερε:

Μαργαρίτα: Σήμερα στο σχολείο μου είπαν: «Είναι πολύ ωραία η φωτογραφία που έβαλες στο Facebook». Μου αρέσει όταν ακούω τέτοια σχόλια, γιατί δείχνει ότι είναι ωραίες οι φωτογραφίες. Και αυτό μου αρέσει πολύ, επειδή σου προκαλεί ένα πολύ ωραίο συναίσθημα. Νιώθεις όμορφα αν κάποιος σου πει ότι βγήκες όμορφη στη φωτογραφία. Ενώ τα αγόρια δεν τα ενδιαφέρει τι θα πουν οι άλλοι. Επειδή δεν ασχολούνται με αυτά, έχουν τα δικά τους πράγματα να ασχολούνται.

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Παρόλα αυτά, υπήρχε στα παιδιά έντονα ο κίνδυνος για δημοσίευση αρνητικών ή αγενών σχολίων, τα οποία κυρίως αναφέρονταν στην εξωτερική εμφάνιση, όπως ανέφεραν τα παιδιά στα πιο κάτω αποσπάσματα:

Σίφης: Αν κάποιος σου γράψει σχόλιο «είναι άσχημη φάτσα σου» και σε κοροϊδεύει ότι δεν βγήκες καλός στη φωτογραφία, τότε νευριάζεις και θέλεις να του γράψεις κι εσύ κάποιο σχόλιο και να τον κοροϊδέψεις κι εσύ. Τα likes, εντάξει, δεν με απασχολούν... Κι αν κάποιος σου γράψει κάτι άσχημο στο Facebook, την άλλη μέρα μπορεί να γίνει καυγάς στο σχολείο.

(Σίφης, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Ο φόβος για αρνητικά σχόλια για την εμφάνιση αποτέλεσε για τη Ροδοθέα τον βασικό λόγο για τη μη δημιουργία προφίλ στο Facebook:

Ροδοθέα: Απ' ό,τι είδα, πολλά παιδιά στο Facebook ανεβάζουν φωτογραφίες, αλλά αυτό δεν μου αρέσει γιατί κάποιος μπορεί να σχολιάσει: «Α, είσαι άσχημη». Μπορεί να σε πληγώσουν έτσι! Επειδή σε κάποιους μπορεί να μην αρέσει η φωτογραφία μου, σε άλλους μπορεί να τους αρέσει. Δεν λέω πως πάντα θα πουν άσχημα λόγια. Αλλά δεν μου αρέσει κάποιος να μου λέει: «α, είσαι όμορφη», «ά, είσαι άσχημη», «α, να χτενιστείς» και χαζομάρες. Αυτό με φοβίζει στις φωτογραφίες. Γιατί στις φωτογραφίες μπορεί κάποτε να μην βγω καλή, μπορεί...

(Ροδοθέα, 10 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

Τα παιδιά λοιπόν, ως ενεργοί θεατές των επιτελέσεων που θεατρικά δραματοποιούνται στην πλατφόρμα των κοινωνικών μέσων από τους διαδικτυακούς «φίλους», συνεχώς αξιολογούν την παρουσία και δράση αυτή. Η θετική ανατροφοδότηση από τους συνομήλικους, που έχει ως βασική έκφρασή της τα σχόλια και τα likes, έχει τεράστια σημασία στην οριοθέτηση των αποδεκτών και μη αποδεκτών συμπεριφορών στο Facebook, με αντίκτυπο τον καθορισμό της ψηφιακής δράσης του ατόμου, με βάση τους κανόνες αυτούς. Αποτυχία στην ακολουθία των κανόνων για κατάλληλες έμφυλες επιτελέσεις στα κοινωνικά μέσα, συνεπάγεται ίσως και με πιθανή αποτυχία στα πραγματικά περιβάλλοντα συναναστροφής των συνομηλίκων.

Likes: Ανταλλαγές και διαγωνισμοί.

Βανέσα: Με μια φίλη μου βάζουμε διαγωνισμό ποια θα πάρει τα πιο πολλά likes στις φωτογραφίες [γέλιο].

ΓΚ: Τι κάνετε δηλαδή;

Βανέσα: Λέω στις φίλες μου και στους φίλους μου να μου κάνουν like, επειδή έχουμε το διαγωνισμό.

ΓΚ: Είναι ωραίο κάποιος να έχει πολλά likes;

Βανέσα: Ναι. Γιατί δείχνουν ότι τους αρέσεις πολύ.

ΓΚ: Κάνετε like και σε άλλους;

Βανέσα: Ναι, ανταλλάζουμε likes.

Η αναζήτηση των likes, που πολλές φορές παίρνει τη μορφή «διαγωνισμού», αποτελούσε μια κοινή πρακτική στην κουλτούρα των παιδιών και στον τρόπο δράσης τους στο Facebook. Ήταν από τη μια, μια πρακτική επιβεβαίωσης από τους συνομήλικους, και από την άλλη ένας ανταγωνισμός για επίδειξη υπεροχής και δύναμης στους υπόλοιπους διαδικτυακούς φίλους που «έχουν λιγότερα likes».

ΓΚ: Θεωρείται σημαντικό κάποιος να έχει πολλά likes;

Μαργαρίτα: Ναι. Επειδή υπάρχει η ζήλια για το ποιος θα έχει τα περισσότερα likes. Ο ένας προσπαθεί να πάει του άλλου κόντρα κι έτσι ζητά από όλους να του κάνουν like για να έχει περισσότερα από τον άλλο, να καταφέρει να τον ξεπεράσει.

ΓΚ: Είναι κάτι σαν ανταγωνισμός, ας πούμε;

Μαργαρίτα: Ναι. Και το κάνουν περισσότερο τα κορίτσια, αλλά εντάξει, και τα αγόρια το κάνουν.

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Πολλά παιδιά, επίσης, θεωρούσαν ότι βασικό κίνητρο στην ανάρτηση μιας φωτογραφίας στο Facebook αποτελούσε η αναζήτηση όσο το δυνατόν περισσότερων likes. Τα κίνητρα για την κοινοποίηση φωτογραφιών, και συγκεκριμένα selfie φωτογραφιών, αποτέλεσε ένα από τα θέματα της «Τηλεμαχίας» που είχε πραγματοποιηθεί στο πλαίσιο των εκπαιδευτικών παρεμβάσεων. Τα παιδιά και στις τρεις εκπαιδευτικές παρεμβάσεις που είχαν πραγματοποιηθεί απάντησαν ότι βασικό κίνητρο των παιδιών είναι η θετική ανατροφοδότηση από τους συνομήλικους, η οποία μετριέται σε likes. Χαρακτηριστικά τα παιδιά είπαν:

Ελίνα (Συντονίστρια): Ποιο είναι το κίνητρο των παιδιών που βγάζουν selfie;

Λουίζα: Πιστεύω οι έφηβοι, και ειδικά οι κοπέλες, βγάζουν selfie φωτογραφίες για να δείξουν ότι είναι όμορφες και για να πάρουν likes.

Ιωάννα: Ναι! Προσέχουν και τα ρούχα τους κάθε φορά που θα βγάλουν και τα παπούτσια τους και το βάψιμο και όλα!

Ελίνα (Συντονίστρια): Γιατί τα προσέχουν τούτα όλα τόσο πολύ;

Ιωάννα: Για να πάρουν likes!

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Μάριος (Συντονιστής): Πώς χρησιμοποιούνται οι φωτογραφίες αυτές;

Στέλλα: Συνήθως καταλήγουν στο Facebook. Για να τους δουν οι άλλοι, να τους κάνουν like.

Όλγα: Δεν καταλήγουν πάντα κάπου. Εγώ ας πούμε έχω πολλές φωτογραφίες που έβγαλα μόνη μου, αλλά δεν τις έβαλα στο Facebook ή Instagram. Απλά έχεις τη δυνατότητα να βγάλεις φωτογραφίες με τους φίλους σου. [...] Ναι, εντάξει, κάποιοι βάζουν τις φωτογραφίες τους, αλλά δεν γίνεται πάντα αυτό.[...]

Μαρία: Βασικά ο σκοπός τους είναι να πάρουν πολλά likes. Γιατί αυτό που θέλουν είναι να αρέσουν στο Facebook.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Άγγελος (Συντονιστής): Γιατί τα παιδιά βγάζουν φωτογραφίες selfie;

Φίλιππος: Επειδή θέλουν να φαίνονται όμορφοι, ωραίοι!

Σίφης: Να τους θαυμάσουν οι φίλοι τους!

Φίλιππος: Να επιδεικνύονται στους φίλους τους, ότι είναι ωραίοι, να δείχνουν ότι «είμαστε πιο όμορφοι από τους άλλους, πιο μάγκες», έτσι πράματα!

Σίφης: Ότι δεν ντρέπονται που βγάζουν φωτογραφίες, είναι άνετοι.

Νίκος: Να δείχνονται κιάλας. Ό,τι καινούριο κάνουν στο σώμα τους να το επιδείξουν. Για να αρέσουν στον κόσμο.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Τα πιο πάνω αποσπάσματα φανερώνουν την έντονη ανησυχία των παιδιών για θετική αξιολόγηση από το περιβάλλον των συνομηλίκων, κάτι που ερμηνεύεται ως ένδειξη αποδοχής. Ίσως αυτό να είναι μια έντονη ανασφάλεια των παιδιών, κατά την οποία η αυτοεικόνα τους εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την αποδοχή και κατά συνέπεια, από τα likes που θα πάρει μια φωτογραφία.

Παρόλα αυτά, το να δημοσιεύει κανείς φωτογραφίες ή διάφορα status με σκοπό την αύξηση των likes, ερμηνεύτηκε αρκετές φορές από τα παιδιά αρνητικά, ως μια προσπάθεια αναζήτησης σημασίας. Οι συμπεριφορές και δράσεις των ατόμων που πράττουν με αυτό το κίνητρο, θεωρήθηκαν μη αυθεντικές, αφού βασικό στόχο του ατόμου αποτελεί το κοινό των συνομηλίκων και η θετική ανατροφοδότηση που θα λάβει από αυτό και όχι η ίδια η εικονιζόμενη δράση-συμπεριφορά. Επιπλέον, μόνο σε μια περίπτωση, κατά τη διάρκεια της εκπαιδευτικής παρέμβασης στο σχολείο στην αστική περιοχή,

κάποια παιδιά φάνηκε να αντιλαμβάνονται τα likes όχι μόνο ως σημάδι έγκρισης της εξωτερικής ομορφιάς του ατόμου που εικονίζεται από τους συνομήλικους, αλλά ως ένδειξη δημοτικότητας, κάτι που συσχετίζεται άμεσα και με τον αριθμό των φίλων που διαθέτει κανείς στο Facebook.

Κατερίνα: Τα likes για κάποιους έχουν σημασία γιατί δείχνουν ότι δεν περνάς απαρατήρητος, είσαι περιζήτητος, οι φωτογραφίες σου αρέσουν. Μπορεί κάποιος να έχει 10 likes και ο άλλος να έχει 1000 likes. Τι σημαίνει τούτο; Ότι...

ΓΚ: Τι σημαίνει; Πώς θα κριθούν δύο φωτογραφίες που η μια έχει 10 και η άλλη 1000 likes;

Κατερίνα: Σημαίνει ότι....

Κλέα: Σημαίνει ότι επηρεάζονται από τα likes που έχουν οι φωτογραφίες στο Facebook, αλλά εκείνος που έχει 1000 likes μπορεί να είναι πιο άσχημος από εκείνον που έχει 10 likes.

ΓΚ: Δηλαδή τα likes μπορεί να μην είναι κριτήριο ομορφιάς, να δείχνουν πόσο δημοφιλής μπορεί να είναι κάποιος;

Κλέα: Ναι, αυτό.

Ανδρέας: Κι εγώ πιστεύω ότι τα likes δεν σχετίζονται με την ομορφιά, αλλά με τη δημοτικότητα επειδή για παράδειγμα ένα παιδί στο γυμνάσιο θα έχει περισσότερα likes από ένα παιδί στο δημοτικό επειδή τον ξέρουν περισσότεροι άνθρωποι και λένε: «Άτε να του κάνω like», χωρίς να είναι και πολύ όμορφος, απλά επειδή έχει παραπάνω friends.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Για κάποια παιδιά, επίσης, η αναζήτηση των likes καταντά «καταπιεστική», αφού κάποιοι επίμονα ζητούσαν την ανταπόκριση άλλων παιδιών και σε περίπτωση που δεν έπαιρναν τα αναμενόμενα likes, δημιουργούσαν ακόμα και προστριβές στις σχέσεις τους, όπως φαίνεται παρακάτω:

Ηλίας: Δεν μου αρέσει όταν κάποιος μου ζητούν να τους κάνω like, επειδή νιώθω ότι με πιέζουν. [...] Ε κυρία άμα δεν μου αρέσει η φωτογραφία, γιατί να την κάνω like;

ΓΚ: Πού σου το ζητούν τούτο; Στο σχολείο, στο Facebook;

Ηλίας: Κάποιοι συμμαθητές μου λεν στο σχολείο να κάνω like τη φωτογραφία τους στο Facebook.

(Ηλίας, 10 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

ΓΚ: Σας ζητούν να κάνετε και like;

Άννα: Ναι και αυτό είναι καταπιεστικό γιατί μετά, όταν την άλλη μέρα πας στο σχολείο, ξεκινούν να σε ρωτούν: «Γιατί δεν έκαμες like τη φωτογραφία μου»;

Φοίβος: Κι εμένα έτσι μου κάνουν. Κι εγώ τώρα κάνω like ό,τι βλέπω για να μην μου λέει κανείς τίποτα

Άννα: Μου λένε: «Κάνε like στη φωτογραφία που έχω για προφίλ» ας πούμε.

ΓΚ: Σου το ζητούν στο σχολείο;

Άννα: Ναι. Κι αν δεν τους κάνεις σου στέλνουν και στο Facebook 2-3 φορές για να αναγκαστείς να τους κάνεις.

Φοίβος: Εγώ πάω στοίχημα ότι όλοι έχουν έτοιμη την πρόταση και την κάνουν copy-paste, επειδή όλοι στέλνουν το ίδιο πράμα: «Like sthn prof».

ΓΚ: Κι αν κάποιος δεν κάνει «like sthn prof» τι γίνεται;

Άννα: Θα του ξεκινήσουν.

Φοίβος: Μπορεί να γίνουν και εχθρικοί μαζί του.

Άννα: Ναι, αν τους ενδιαφέρει τόσο πολύ να πάρουν τα likes, ναι.

Φοίβος: Εμένα μου έτυχε ένας συμμαθητής μου να μου ζητήσει να κάνω like στη φωτογραφία του και εγώ δεν την έκανα, και τότε ξεκίνησε τα παράπονα: «α νόμιζα ότι ήμασταν φίλοι» και τέτοια. Εγώ όμως δεν του απαντώ, δεν δίνω σημασία.

(Άννα, 13 χρονών, Φοίβος, 12 χρονών, ομαδική συνέντευξη, πόλη)

Η έντονη αυτή ανησυχία των παιδιών για θετική έγκριση και αποδοχή από τους άλλους, σε συμπεριφορές και απεικονίσεις που κυρίως σχετίζονται με την εξωτερική τους εμφάνιση, αποτελεί ένδειξη της τεράστιας σημασίας που η ομορφιά και η εμφάνιση διαδραματίζει στις ζωές των παιδιών, η οποία γίνεται αντικείμενο διαπραγμάτευσης στο πλαίσιο των συνομηλικών μέσα από τη θετική ή αρνητική ανατροφοδότηση που δέχεται η οπτικοποιημένη ψηφιακή τους παρουσία. Η τεράστια ανάγκη αρκετών παιδιών για θετική ανατροφοδότηση από τους συνομηλικούς σε σχέση με την εμφάνισή τους, ακόμη, φανερώνει την κατανόηση της ομορφιάς από τα παιδιά με καταπιεστικούς όρους και συνεπαγόμενα, την ανασφάλεια που κάποια παιδιά μπορεί να βιώνουν, πιθανόν, λόγω της

εσωτερίκευσης μη ρεαλιστικών και συχνά σεξουαλικοποιημένων προτύπων ομορφιάς. Κάτι τέτοιο αναδεικνύει τις ψηφιακές ζωές των παιδιών ως ένα σημαντικό πεδίο της ψυχικής τους υγείας και κρούει τον κώδωνα κινδύνου σε γονείς και εκπαιδευτικούς για να αντιληφθούν τη σημασία αυτών των δραστηριοτήτων πέρα από απλή διασκέδαση. Για αυτούς τους λόγους είναι σημαντικό να αναπτυχθούν προγράμματα κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ που θα βοηθήσουν τα παιδιά να αντιμετωπίσουν κριτικά θέματα που σχετίζονται με την ομορφιά και το κοινωνικό κύρος.

Κίνδυνοι στο Facebook

Ένα αντιφατικό στοιχείο που παρατηρήθηκε στις συνεντεύξεις των παιδιών, ήταν ότι, παρόλο που είχαν γνώση και αντιλαμβάνονταν τους κινδύνους που ελλοχεύουν στο Facebook, εστιάζοντας κυρίως στην παιδοφιλία και στη σεξουαλική εκμετάλλευση ανηλίκων, εντούτοις πολλές φορές και τα ίδια εμπλέκονταν στις διαδικασίες που θεωρούσαν επικίνδυνες. Ενώ δηλαδή από τη μια αναγνώριζαν ότι το να δημοσιεύουν φωτογραφίες στο Facebook μπορεί να καταστεί επικίνδυνο, από την άλλη η δημοσίευση φωτογραφιών, όπως φάνηκε πιο πάνω, αποτελούσε ιδιαίτερα κοινή πρακτική για αυτά.

Είναι αξιοσημείωτο ότι τα κορίτσια ήταν ιδιαίτερος ενημερωμένα για τους κινδύνους αυτούς, από γονείς κυρίως, φανερώνοντας την κοινωνική πεποίθηση ότι τα κορίτσια κινδυνεύουν περισσότερο από την παιδική πορνογραφία και την παιδοφιλία στο διαδίκτυο. Αξιοσημείωτο επίσης ήταν το γεγονός ότι τα παιδιά αναφέρθηκαν σε κινδύνους που αντιμετωπίζουν μόνο τα κορίτσια. Ακόμα, για τα παιδιά οι μεγαλύτεροι κίνδυνοι εντοπίζονται στους «ηλικιωμένους» ή ενήλικες άνδρες που παρενοχλούν ανήλικα κορίτσια, ενώ κανένα παιδί δεν αναφέρθηκε σε φαινόμενα cyberbullying ή sexting από συνομήλικους, τα οποία είναι επίσης συνηθισμένα σύμφωνα με έρευνες (D'Antona κ.ά., 2010· Siegle, 2010). Είναι άξιο παρατήρησης ακόμη το γεγονός ότι κανένα από τα παιδιά δεν ανέφερε ότι η χρήση του Facebook από άτομα κάτω των δεκατριών ετών θεωρείται παράνομη, κάτι που ορίζεται από τους κανονισμούς του ίδιου του Facebook.

Ιωάννα: Εγώ πιστεύω ότι το Facebook έχει και τα καλά του. Κοινωνικοποιείσαι, βρίσκεις φίλους, αλλά όσα είναι τα καλά του, τόσοι είναι και οι κίνδυνοι του, ίσως να είναι και παραπάνω. Διότι εγώ ξέρω περιπτώσεις πολλές που συνδέθηκαν μαζί δύο άτομα, μιλούσαν, μοιράζονταν μυστικά και ο ένας τελικά ήταν άλλο άτομο από ότι νόμιζε ο άλλος ότι ήταν. Κάποια μπορεί να νόμιζε ότι μιλούσε με μια φίλη της, ενώ τελικά να ήταν ένα ηλικιωμένο άτομο ή κάποιος άλλος.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Ελίζα: Εμένα, πριν από λίγες μέρες, μου είπαν ότι ένας 35 χρονών βίασε μια κοπέλα 15 χρονών. Ήταν άγνωστοι μεταξύ τους, αλλά μιλούσαν στο Facebook. Αυτό που γίνεται είναι ότι κάποιοι που κάνουν προφίλ στο Facebook, θέλουν να κάνουν όσο πιο πολλούς φίλους γίνεται για να παίρνουν και πιο πολλά likes φαντάζομαι. Αυτό όμως είναι επικίνδυνο.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Μαρίνα: Ο πατέρας μου με συμβούλευσε να προσέχω πολύ και μου είπε την ιστορία μιας κοπέλας που σε μια εφαρμογή, που είναι σαν το Facebook, έβαλε μια φωτογραφία που ήταν λυπημένη γιατί είχε χωρίσει από το αγόρι της και έγραφε: «τι να κάνω τώρα, είμαι λυπημένη πολύ, δεν μπορώ, θα πεθάνω» και τότε ένας άγνωστος, που στο προφίλ του δεν είχε ούτε φωτογραφία, της έγραψε: «να αυτοκτονήσεις». Συνέχισαν να μιλούν και στο τέλος το κορίτσι αυτοκτόνησε, έπεσε από το μπαλκόνι κάτω.

Σοφία: Ή μπορεί ένας άνδρας να βιάσει τη γυναίκα!

Γιώργος: Να τη ναρκώσει και μετά να της κάνει κακό, να τη σκοτώσει με μαχαίρι.

Ελίζα (Συντονίστρια): Άρα είναι επικίνδυνο να βάζεις φωτογραφίες και να τις βλέπουν και άγνωστοι;

Άννα: Ναι και ειδικά σε άγνωστους που στο προφίλ τους δεν έχουν κάποια φωτογραφία. Δεν έχεις ξαναδεί φωτογραφίες τους κι έτσι δεν θα ξέρεις αν είναι καλός.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Η αντίφαση αυτή δείχνει την ανάγκη που υπάρχει για συστηματική εκπαίδευση σε τέτοια ζητήματα, τόσο στο πλαίσιο του σχολείου, όσο και στο πλαίσιο της οικογένειας. Είναι σημαντικό τα παιδιά να λάβουν ενημέρωση και εκπαίδευση, η οποία να μην «δαίμονοποιεί» το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά να προσφέρει στα παιδιά τις γνώσεις και τις δυνατότητες για σωστή αξιοποίησή τους, εκτιμώντας σωστά τους κινδύνους που ελλοχεύουν και να αναπτύσσοντας αποτελεσματικές δράσεις για προστασία των παιδιών.

Συμπεράσματα

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάστηκε μέσα από τα λόγια και τις ερμηνείες των παιδιών, ο τρόπος με τον οποίο τα παιδιά στην προεφηβεία επιτελούν την έμφυλη και σεξουαλική τους υποκειμενικότητα στη δημοφιλή κοινωνική πλατφόρμα του Facebook. Σκοπός ήταν η συνεισφορά στις συζητήσεις περί «σεξουαλικοποίησης της παιδικότητας», μέσα από μια οπτική, η οποία θα λαμβάνει υπόψη τις πολύπλοκες κοινωνικές και πολιτισμικές δυναμικές που αλληλεπιδρούν και καθορίζουν τον τρόπο προβολής την έμφυλης ταυτότητας των παιδιών στα κοινωνικά μέσα. Για τον σκοπό αυτό η έρευνα αυτή έδωσε το βήμα στα παιδιά, ώστε να εκφράσουν τους προβληματισμούς και τα διλήμματα που έχουν να αντιμετωπίσουν σε σχέση με τις σύνθετες αποφάσεις που έχουν να πάρουν σε σχέση με τον τρόπο δράσης τους στα κοινωνικά δίκτυα, καθώς και την κριτική και την αντίσταση που πιθανόν να προβάλλουν στις διαδικασίες αυτές.

Μέσα από την ανάλυση των δεδομένων φάνηκε ο τρόπος με τον οποίο υλικά καταναλωτικά αγαθά, όπως τα ακριβά αθλητικά παπούτσια από γνωστές μάρκες για τα αγόρια και τα μοντέρνα ρούχα, αξεσουάρ και μακιγιάζ για τα κορίτσια, αποτελούν μέσα που συμβάλλουν σημαντικά στην κατασκευή και προβολή μιας ταυτότητας που χαρακτηρίζεται από υψηλό οικονομικό κεφάλαιο, αφού τέτοια αγαθά μεταφέρουν τον πλούτο και την ευμάρεια τους, αλλά κυρίως μιας ταυτότητας με αυξημένο πολιτισμικό και κοινωνικό κεφάλαιο, στοιχείο σημαντικό στις κουλτούρες των συνομηλίκων.

Έντονες επίσης είναι οι επιρροές των MME, κυρίως από την ποπ κουλτούρα και τον χώρο του ποδοσφαίρου, με εκφάνσεις τους να εμφανίζονται συχνά στο προφίλ των παιδιών. Κοινές πρακτικές των παιδιών, κυρίως κοριτσιών, είναι η εκδήλωση της αγάπης και του θαυμασμού που τρέφουν προς τα αγαπημένα τους μουσικά ινδάλματα, με την ανάρτηση φωτογραφιών και βίντεο κλιπς και τη συμμετοχή σε ομάδες των θαυμαστών τους. Τα αγόρια συχνά αναρτούν φωτογραφίες και σχόλια σχετικά με το ποδόσφαιρο και αγαπημένους τους ποδοσφαιριστές. Οι δράσεις αυτές φανερώνουν τις σεξουαλικοποιημένες δυναμικές που υπάρχουν και μεταφέρονται στα παιδιά μέσω της ποπ μουσικής, αλλά κυρίως φανερώνουν τις ιδεατές μορφές προ-εφηβικής θηλυκότητας και αρρενωπότητας που τα παιδιά θαυμάζουν.

Το Facebook προσφέρει τον δημόσιο χώρο για επιτέλεση κοινωνικών σχέσεων μεταξύ των παιδιών, κυρίως φιλικών και ρομαντικών. Όπως συμβαίνει και με την επίδειξη των καταναλωτικών αγαθών, η δημόσια προβολή των σχέσεων μέσω του Facebook αποτελεί την τέλεια ευκαιρία για τα παιδιά για ενδυνάμωση του κοινωνικού τους

κεφαλαίου στην ομάδα των συνομηλίκων, προβάλλοντας την ετεροσεξουλικότητά τους και τη δυνατότητά τους να ανήκουν σε κοινωνικές ομάδες και παρέες.

Τη μεγαλύτερη όμως πολιτισμική και κοινωνική αξία στην κατασκευή της έμφυλης υποκειμενικότητας των παιδιών έχει η παραγωγή και δημοσίευση φωτογραφιών στο Facebook, για τις οποίες τα παιδιά ακολουθούν συγκεκριμένους «άγραφους» κανόνες, οι οποίοι ρυθμίζουν την πόζα του σώματος, την έκφραση, το βλέμμα, το στυλ και τον τρόπο λήψης της φωτογραφίας. Η αξία αυτή διαπραγματεύεται μεταξύ των συνομηλίκων με πρακτικές όπως ανταλλαγή σχολίων, likes και tags, τα οποία αποτελούν ένα ισχυρό σύστημα συναλλάγματος που καθορίζει την αξία του ατόμου στο Facebook, αλλά και την κοινωνική του θέση στην ομάδα των συνομηλίκων.

Κλειδί σε όλα τα πιο πάνω αποτελούν οι αυστηροί έμφυλοι κανόνες που διέπουν τον τρόπο ψηφιακής εικονικής παρουσίασης της θηλυκότητας και της αρρενωπότητας των παιδιών και με βάση τους οποίους τα παιδιά επιτηρούν, επιτηρούνται και αστυνομεύουν και αυτοαστυνομεύονται. Τα παιδιά κινούνται σε ένα ψηφιακό «Πανοπτικόν», στο οποίο δεν υπάρχουν φύλακες και φυλακισμένοι, αφού όλοι αποτελούν ταυτόχρονα και τους φύλακες και τους φυλακισμένους, παρακολουθώντας και κρίνοντας ο ένας τη ψηφιακή δράση του άλλου. Φαίνεται κυρίως να λαμβάνει χώρα η «συμμετοχική επιτήρηση» για την οποία η Archibald (2010) μιλά, όπου η επιτήρηση στα κοινωνικά δίκτυα υπάρχει και γίνεται αντιληπτή από τους χρήστες. Ωστόσο αυτή η επιτήρηση κάποιες φορές μπορεί να λειτουργήσει με θετικούς όρους, ενδυναμώνοντας όσα παιδιά γνωρίζουν τρόπους με τους οποίους μπορούν να προβάλουν «σωστά» τον εαυτό τους. Σε αντίθετη περίπτωση, όμως, όταν παιδιά θεωρηθούν από τους συνομηλικούς τους ότι δρουν με «υπερβολικούς» τρόπους ή με τρόπους που δεν συμβαδίζουν με ιδεατά πρότυπα θηλυκότητας ή αρρενωπότητας, τότε η «λάθος» διαδικτυακή τους δράση μπορεί να τα αποδυναμώσει.

Γενικότερα, μιλώντας με όρους της Butler για παραστασιακές επιτελέσεις στη συγκρότηση του φύλου, η παρουσία των παιδιών στο Facebook αποτελεί μια θεατρική παράσταση, μια λογοθετική πράξη, όπου στην αποτελεσματικότητα της παράστασης αυτής παίζει ρόλο η κάθε λεπτομέρεια στην επιτέλεση του ρόλου αυτού: τα ρούχα, το μακιγιάζ, οι ακριβές μάρκες, τα τακούνια, το ύφος, το σώμα. Όσο πιο έγκυρη, ειλικρινής και αληθοφανής είναι η παράσταση που το άτομο δίνει, τόσο πιο θετική αξιολόγηση θα λάβει από το κοινό, τους διαδικτυακούς «φίλους». Αποτυχία στην ακολουθία των κανόνων για ορθή επιτέλεση του φύλου τους στη διαδικτυακή σκηνή, συνεπάγεται «τιμωρία» και έντονη κριτική από τους συνομηλικούς. Το δύσκολο κομμάτι που τα παιδιά έχουν να διαχειριστούν είναι η λεπτή γραμμή που οριοθετεί τις «αποδεκτές» και τις μη «αποδεκτές» έμφυλες συμπεριφορές. Για παράδειγμα, ενώ από τη μια τα κορίτσια ενθαρρύνονται από

τον κοινωνικό περίγυρο να δείχνουν τη σέξι πτυχή του εαυτού τους, εάν περάσουν τη νοητή γραμμή του «αποδεκτού» σέξι εαυτού, τότε είναι εύκολο να αξιολογηθούν αρνητικά και να χαρακτηριστούν από τον περίγυρό τους ως «ψωνάρες», «προκλητικές» και «απελπισμένες» για εξεύρεση αγοριού. Για τα αγόρια τον μεγαλύτερο κίνδυνο αποτελεί η δράση με μη ηγεμονικά αρρενωπούς τρόπους, κάτι που μπορεί να τα φέρει αντιμέτωπα με την κοροϊδία και την αρνητική αντιμετώπιση από τους συνομήλικους, τόσο στο διαδικτυακό, όσο και στο φυσικό περιβάλλον.

Είναι αξιοσημείωτο ότι παρόμοιες πρακτικές, αντιλήψεις και προβληματισμοί παρουσιάστηκαν στα περισσότερα παιδιά που έχουν μελετηθεί στην εν λόγω έρευνα και διαθέτουν προφίλ στο Facebook, ανεξαρτήτως κοινωνικής τάξης και χώρου διαμονής (πόλη, χωριό, ημιαστική περιοχή). Η μόνη διαφοροποίηση που προέκυψε σε κάποιες περιπτώσεις και αφορούσε το κοινωνικό και μορφωτικό υπόβαθρο των οικογενειών των παιδιών, σχετιζόταν με τις γονικές πρακτικές ελέγχου στην πρόσβαση των παιδιών στο Facebook, πρακτικές που θα συζητηθούν σε άλλο κεφάλαιο. Η εικόνα στην Κύπρο σε σχέση με τη δράση των παιδιών στα κοινωνικά μέσα, επίσης, συμβαδίζει σε πολύ μεγάλο βαθμό με τις διαδικτυακές δράσεις των παιδιών που μελετήθηκαν από διεθνείς σχετικές έρευνες (π.χ. Harvey κ.α., 2013· Kapidzic & Herring, 2011, 2014· Manago, 2013· Manago κ.ά., 2008· Peter & Valkenburg, 2011· Ringrose, 2011· Siibak, 2010). Φαίνεται, λοιπόν, ότι υπάρχουν παγκοσμιοποιημένες τάσεις που επηρεάζουν καθολικά τις κουλτούρες των παιδιών και των εφήβων σε σχέση με την ψηφιακή απεικόνιση του εαυτού τους και την κατασκευή της ψηφιακής τους έμφυλης και σεξουαλικής υποκειμενικότητας.

Εν κατακλείδι, φαίνεται ότι το Facebook είναι ένας χώρος που προσφέρει ευκαιρίες στα παιδιά για επικοινωνία, έκφραση της φιλίας και ανάπτυξη πιο στενών δεσμών στην ομάδα των συνομηλίκων. Είναι επίσης ένα μέσο ανάδειξης πτυχών του εαυτού, δημόσιας έκφρασης και ελευθερίας λόγου, κάτι που συμβάλλει στην ενδυνάμωση της προσωπικότητας των παιδιών και στην ελεύθερη έκφραση της υποκειμενικότητάς τους. Από την άλλη, φαίνεται ότι η δημόσια έκφραση και επιτέλεση των έμφυλων και άλλων χαρακτηριστικών του εαυτού, δεν γίνεται πάντοτε ελεύθερα, αλλά συχνά υπό την αυστηρή επιτήρηση των συνομηλίκων, με αποτέλεσμα, πολλές φορές, τον αυτοπεριορισμό των παιδιών σε έκφραση αποδεκτών -από τους συνομήλικους- ταυτοτήτων που συνάδουν με τις κυρίαρχες έμφυλες κοινωνικές και πολιτισμικές προσδοκίες και με τα σεξουαλικοποιημένα πρότυπα της δημοφιλούς ποπ κουλτούρας.

Η απάντηση στις προβληματικές που αναφέρονται πιο πάνω δεν μπορεί να είναι απλοϊκή και να περιοριστεί στην επιβολή πιο «αυστηρών» κανόνων ελέγχου της δράσης των παιδιών στο διαδίκτυο ή στην «προστασία» των κοριτσιών από σεξουαλικοποιημένες

επιρροές, αφού η βιβλιογραφία έτσι κι αλλιώς έχει δείξει ότι κάτι τέτοιο είναι ανεπιτυχές (boyd, 2007). Αυτό που χρειαζόμαστε είναι μια ξεκάθαρη φεμινιστική παιδαγωγική προσέγγιση γύρω από το σύνθετο ζήτημα της σεξουαλικής αντικειμενοποίησης των παιδιών, τόσο στο διαδικτυακό χώρο, όσο και στον πραγματικό, όπως π.χ. το σχολείο. Η Ringrose (2011) αναφέρει είναι απαραίτητη η παραγωγή διδακτικού υλικού που να καταφέρει να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά τις τάσεις σεξουαλικοποίησης στα ψηφιακά περιβάλλοντα, συμπεριλαμβανομένων και των κοινωνικών μέσων, τάσεις τις οποίες συχνά υιοθετούν παιδιά και έφηβοι. Χρειάζεται, επίσης, να εμπλέξουμε τα παιδιά και τους έφηβους σε κριτικές συζητήσεις σχετικά με τη φυσικοποίηση του σεξουαλικοποιημένου χαρακτήρα κάποιων πολιτισμικών προϊόντων και προτύπων της μουσικής ποπ βιομηχανίας, ως ένα βασικό σημείο στη «καθοδήγηση» τους για κριτική κατανάλωση και εμπλοκή στα κοινωνικά μέσα. Φεμινιστική καθοδήγηση σημαίνει κριτικός γραμματισμός σε σχέση με τα νοήματα και τις δυναμικές που εμπλέκονται στην «υποχρεωτική τεχνολογία των σέξι ψηφιακών αναπαραστάσεων» στις οποίες οι έφηβοι εμπλέκονται. Χρειάζεται να βρούμε τρόπους να μιλήσουμε για τη σεξουαλικότητα στο σχολείο, όσο και εκτός σχολείου, ως μέρος της προσπάθειας για ανάπτυξη εναλλακτικών σεναρίων επιτέλεσης σεξουαλικών θηλυκών και αρρενωπών υποκειμενικοτήτων, που δεν θα εμμένουν στους σεξουαλικοποιημένους λόγους της κυρίαρχης κουλτούρας.

Η boyd (2007), έχοντας ως αφετηρία το σκεπτικό ότι τα παιδιά και οι έφηβοι πειραματίζονται, μαθαίνουν και δομούν την κοινωνική τους υποκειμενικότητα μέσα από τις κοινωνικές τους αλληλεπιδράσεις, θεωρεί ότι είναι σημαντικό να τους βοηθήσουμε να καθορίσουν τον τρόπο με τον οποίο θέλουν να ορίσουν τον εαυτό τους στον κοινωνικό κόσμο και να τους υποστηρίξουμε στο να επιλέξουν τις δράσεις με τις οποίες θα δομήσουν τις επιτελέσεις που ονειρεύονται. Τα παιδιά πρέπει να εμπλακούν ενεργά στη δημόσια αρένα, να πειραματιστούν, να κάνουν λάθη και να μάθουν από αυτά και ο ρόλος των ενηλίκων σε αυτό το στάδιο δεν είναι αυτός του αστυνομικού, αλλά του οδηγού. Το πρόβλημα που εντοπίζει η boyd σε αυτό το σημείο είναι ότι οι διαδικασίες και κουλτούρες αυτές, που είναι τόσο οικείες στη νέα γενιά, είναι πολλές φορές άγνωστες στους ενήλικες. Προτείνει λοιπόν ως κοινωνία να βρούμε ένα τρόπο να επιμορφώσουμε τους έφηβους και τα παιδιά σε αυτές τις νέες δημόσιες κουλτούρες των κοινωνικών μέσων κι αντί να προσπαθήσουμε να περιορίσουμε τη χρήση τους, να προσπαθήσουμε να κατανοήσουμε τι είναι αυτό που οι έφηβοι ζουν και αποζητούν από αυτά και τους σύνθετους τρόπους με τους οποίους αναπτύσσουν τον έμφυλο τους εαυτό σε αυτά, ώστε να βρούμε τρόπους με τους οποίους εποικοδομητικά και κριτικά θα τους καθοδηγήσουμε.

Παιδικότητα, «Σεξουαλικοποίηση», Καταναλωτική Κουλτούρα και MME: Εξερευνώντας τη Γονική Οπτική

Εισαγωγή

Στο πλαίσιο της ανάλυσης και κατανόησης των νοημάτων που φέρει η έννοια της «ομορφιάς» στα παιδιά, ένα εξαιρετικά σημαντικό μέρος αποτελεί η μελέτη της γονικής οπτικής στη μεταφορά αντιλήψεων και στάσεων που πιθανόν να συμβάλλουν στη διαμόρφωση της έννοιας της ομορφιάς από τα παιδιά σε ιδεολογικό επίπεδο. Επίσης είναι απαραίτητο να μελετηθούν οι γονικές στρατηγικές χειρισμού της ενασχόλησης των παιδιών με δραστηριότητες που αφορούν την ομορφιά, των θεμάτων καταναλωτικής πολιτικής και της ενασχόλησης με τα MME, κάτι που επίσης μπορεί να συμβάλλει στη διαμόρφωση της κατανόησης της έννοιας της «ομορφιάς» από τα παιδιά σε πρακτικό επίπεδο.

Αν και μεγάλο μέρος της φεμινιστικής θεωρίας αναλύει το ζήτημα της ομορφιάς γενικότερα, αλλά και το ζήτημα της σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας, εντούτοις είναι περιορισμένες οι εμπειρικές έρευνες που να διερευνούν την οπτική των γονιών σε σχέση με το ιδεώδες της ομορφιάς, τα πρότυπα ομορφιάς που προωθούνται στα παιδιά από τα MME και την καταναλωτική κουλτούρα και το ζήτημα της σεξουαλικοποίησης της παιδικότητας (Bragg & Buckingham, 2013). Παρόλα αυτά, στις συζητήσεις για τη «σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας» γίνεται συχνή αναφορά στις έντονες ανησυχίες των γονιών σε σχέση με τα σεξουαλικοποιημένα πρότυπα ομορφιάς, τα οποία θεωρούνται ότι οδηγούν στη σεξουαλικοποίηση των παιδιών. Οι γονικές ανησυχίες αυτές συνδέονται με ηθικά ζητήματα και κυρίως εστιάζονται στην απώλεια της παιδικής αθωότητας, κάτι που θεωρείται ότι διακόπτει τη φυσιολογική πορεία της ζωής, καθώς και στους κινδύνους που ελλοχεύουν για σεξουαλική κακοποίηση των πρόωρα αναπτυσσόμενων σεξουαλικά παιδιών, και κυρίως των κοριτσιών (Roberts, 2013).

Ωστόσο, στις συζητήσεις περί «σεξουαλικοποίησης της παιδικότητας» οι γονείς τοποθετούνται σε μια αντιφατική κατάσταση, αφού από τη μια θεωρούνται ότι μοιράζονται μια καθολική «ανησυχία» σχετικά με το θέμα και για αυτό δρουν με διάφορους τρόπους και καμπάνιες, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τη «σεξουαλικοποίηση» των παιδιών τους. Από την άλλη, οι γονείς, και συνήθως οι «μητέρες», θεωρούνται οι κύριες υπεύθυνες για τη «σεξουαλικοποίηση» των παιδιών τους, εξαιτίας της «ανεύθυνης» καταναλωτικής τους πολιτικής, κατά την οποία επιτρέπουν στα

παιδιά τους την κατανάλωση αγαθών και ΜΜΕ που συμβάλλουν στη σεξουαλικοποίηση τους. Έτσι, από τη μια οι γονείς παρουσιάζονται ως οι κύριοι παράγοντες που ευθύνονται για τη σεξουαλικοποίηση των παιδιών τους, κι από την άλλη, ως η καλύτερη λύση κι ως οι βασικοί φύλακες και προστάτες της παιδικής αθωότητας (Bragg & Buckingham, 2013). Είναι σημαντικό λοιπόν να διερευνηθεί η οπτική των γονιών και οι πιθανές τους ανησυχίες σχετικά με τα πρότυπα ομορφιάς που απευθύνονται στα παιδιά, καθώς επίσης να αναλυθούν κριτικά οι παραπάνω γονικές «ανησυχίες» σε σχέση με τη σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας, σε περίπτωση που επιβεβαιωθούν.

Επιπρόσθετα, η αγορά και οι καταναλωτικές επιλογές που απευθύνονται στα παιδιά, όσον αφορά τη μόδα και γενικότερα την ομορφιά, όλο και επεκτείνεται, γεγονός που διευρύνει τον ρόλο των παιδιών ως καταναλωτές. Η αγορά που απευθύνεται στα παιδιά μετατρέπεται λοιπόν σε ένα σημαντικό κοινωνικό και πολιτισμικό φαινόμενο (Boden, 2004) που για τη μελέτη και την κατανόησή του χρειάζεται να ληφθούν υπόψη οι πολλαπλές κοινωνικές σχέσεις και αλληλεπιδράσεις που υπάρχουν σε οικογενειακό επίπεδο (Cook, 2008), που όπως θα φανεί από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας που ακολουθεί επηρεάζουν σε διάφορα επίπεδα.

Σκοπός του κεφαλαίου αυτού είναι να διερευνήσει τους τρόπους με τους οποίους οι γονείς παιδιών ηλικίας 8-13 ετών συμμετέχουν στη διαμόρφωση των νοημάτων που φέρουν οι έννοιες της «ομορφιάς» για τα παιδιά και τους τρόπους με τους οποίους διαπραγματεύονται τα πρότυπα ομορφιάς που απευθύνονται στα παιδιά, καθώς και το ζήτημα της «σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας». Ακόμα διερευνά τις πολιτισμικές και κοινωνικές πρακτικές που οι γονείς ακολουθούν σχετικά με την ενασχόληση των παιδιών τους με την ομορφιά, τη σεξουαλικότητα και τον καταναλωτισμό. Συγκεκριμένα, το κεφάλαιο αυτό ρίχνει φως στον τρόπο αλληλεπίδρασης γονιών-παιδιών στο πλαίσιο της καταναλωτικής διαδικασίας και στις προκλήσεις που οι γονείς πιθανόν να αντιμετωπίζουν σε σχέση με το χειρισμό των καταναλωτικών απαιτήσεων των παιδιών τους σε ό,τι αφορά την ενασχόληση με την «ομορφιά». Επίσης διερευνά τη στάση των γονιών στις περιπτώσεις που τα παιδιά εμπλέκονται σε συμπεριφορές που πιθανόν να προωθούν τη «σεξουαλικοποίηση» τους, καθώς και τα ενδεχόμενα έμφυλα στερεότυπα και αντιλήψεις που φέρουν και που ίσως τους επηρεάζουν στην αντιμετώπιση των θεμάτων αυτών.

Στο παρόν κεφάλαιο χρησιμοποιείται ως θεωρητικό εργαλείο η θεωρία πολιτισμικής αναπαραγωγής του Bourdieu (1984), προκειμένου να εντοπιστούν πιθανές διαφοροποιήσεις στην καλλιέργεια του καταναλωτικού γούστου και επιθυμιών των παιδιών, αναλόγως του κοινωνικοοικονομικού και πολιτισμικού υπόβαθρου των γονιών, το οποίο ταυτόχρονα πιθανόν να συμβάλλει στη διαμόρφωση των γονικών καταναλωτικών

πρακτικών και παρέμβασης στα ΜΜΕ. Ακόμα, η θεωρία του Bourdieu αποτελεί το φακό με τον οποίο μπορεί να μελετηθεί ο τρόπος με τον οποίο τα παιδιά αντανακλούν το υλικό και πολιτισμικό κεφάλαιο των γονιών τους, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο οι γονείς πιθανόν να «ζουν μέσα» από τα παιδιά τους και να «επανορθώνουν» μέσω αυτών τις διάφορες υλικές και συναισθηματικές ελλείψεις που είχαν βιώσει στη δική τους παιδικότητα. Το κεφάλαιο αυτό έχει στηριχτεί σε ημιδομημένες συνεντεύξεις που έχουν διενεργηθεί με 17 γονείς, 13 μητέρες και 4 πατέρες, παιδιών ηλικίας 8-13 ετών, από ποικίλα κοινωνικοοικονομικά και μορφωτικά υπόβαθρα και χώρο διαμονής.

Θεωρητικό Πλαίσιο

Γονείς, «Σεξουαλικοποίηση» και Καταναλωτική Κουλτούρα

«Σεξουαλικοποίηση» της παιδικότητας: Γονικές αντιλήψεις και «ανησυχίες». Στη βιβλιογραφία, αλλά και στον δημόσιο χώρο, συχνά εκφράζονται οι «ανησυχίες» που υπάρχουν στις κοινότητες των γονιών για τη σεξουαλικοποίηση των παιδιών, και ιδιαίτερα των κοριτσιών, η οποία προωθείται μέσω των κυρίαρχων κοινωνικοπολιτισμικών επιρροών, όπως τα ΜΜΕ και την αγορά. Παρόλα αυτά το ζήτημα αυτό είναι ιδιαίτερα πολύπλοκο και για την κατανόησή του είναι απαραίτητο να ακουστεί διερευνητικά η φωνή διαφόρων παραγόντων που εμπλέκονται, όπως των ίδιων των παιδιών, αλλά και των γονέων, των οποίων οι στάσεις και συμπεριφορές είναι ιδιαίτερα σημαντικές για την καταναλωτική κοινωνικοποίηση των παιδιών (Ricciardelli & McCabe, 2001).

Παρόλα αυτά, όσον αφορά τον τρόπο κατανόησης και αντίδρασης των γονιών στο ζήτημα της σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας, υπάρχει ένα σημαντικό εμπόδιο το οποίο εντοπίζεται στη δυσκολία ορισμού των προϊόντων, των δραστηριοτήτων και των συμπεριφορών που θεωρούνται ότι προωθούν τη «σεξουαλικοποίηση» των παιδιών, αφού το φαινόμενο της «σεξουαλικοποίησης» ορίζεται και κατανοείται με διάφορους τρόπους. Στη σχετική βιβλιογραφία δεν υπάρχουν ξεκάθαροι ορισμοί και συνεπώς είναι δύσκολο να διαχωρίσει κανείς τα καταναλωτικά προϊόντα και συμπεριφορές που θεωρούνται «σεξουαλικοποιημένα» («sexualized») από τα προϊόντα και συμπεριφορές που θεωρούνται «σεξουαλικά» («sexual»). Πολλές έρευνες εξάλλου στηρίζονται στους ορισμούς που το American Psychological Association (2010) και οι Levin και Kilbourne (2008) δίνουν σε σχέση με τη «σεξουαλικοποίηση», η οποία συχνά συνεπάγεται με την

«αντικειμενικοποίηση», όπου η αξία και η ελκυστικότητα του ατόμου εξισώνεται με το σεξ απιλ. Ταυτόχρονα, με βάση τους πιο πάνω ορισμούς, η σεξουαλικοποίηση συγχωνεύεται με τη σεξουαλικότητα, αφού δεν δίνονται παραδείγματα και κριτήρια που να επεξηγούν τι αποτελεί «σεξουαλική» (sexual), αλλά μη «σεξουαλικοποιημένη» απεικόνιση, καθώς και το τι ακριβώς σημαίνει «αντικειμενικοποίηση». Έτσι, οι έννοιες αυτές παρουσιάζονται συγκεχυμένα, αφού οποιεσδήποτε δραστηριότητες και προϊόντα στοχεύουν στην προώθηση της ελκυστικής εξωτερικής εμφάνισης του ατόμου αυτόματα εκλαμβάνονται ως μέρος της «σεξουαλικοποίησης». Συνεπώς, στις συζητήσεις με τους γονείς αναφορικά με το φαινόμενο της σεξουαλικοποίησης, είναι δύσκολο να υπάρξουν κοινά σημεία αναφοράς σε σχέση με προϊόντα και τις συμπεριφορές που προάγουν τη σεξουαλικοποίηση των παιδιών, άρα αυτό αποτελεί μια πρόκληση που πιθανόν να δημιουργεί μεθοδολογικούς περιορισμούς στις εν λόγω έρευνες (Buckingham κ.ά., 2010).

Το γεγονός ακόμα ότι η σεξουαλικοποίηση συνδέεται άμεσα με τη σεξουαλικότητα φέρει ως αποτέλεσμα τη παθολογικοποίηση της σεξουαλικότητας των παιδιών και την ταυτοποίησή της ως ένα ιατρικό και ηθικό πρόβλημα, κάτι που νομιμοποιεί ειδικούς από τους χώρους της ιατρικής, της ψυχολογίας, της εκπαίδευσης κλπ να καθοδηγούν τους γονείς σε πρακτικές που ελέγχουν τη σεξουαλικότητα των παιδιών, προστατεύοντας έτσι την «παιδική αθωότητα». Συνεπώς, η ευθύνη για τη διατήρηση της «αθώας» και «φυσιολογικής» παιδικότητας, που θα είναι απαλλαγμένη από τη σεξουαλικότητα, εναποτίθεται αποκλειστικά στους γονείς και στις πρακτικές που ακολουθούν (Egan, 2013).

Επιπλέον, συχνά υπάρχει εκ μέρους των γονιών μια αυστηρή οριοθέτηση μεταξύ παιδικότητας και ενηλικότητας, κατά την οποία η σεξουαλικότητα υφίσταται αποκλειστικά στον χώρο των ενηλίκων και σε περίπτωση που υπάρξει στη ζωή των παιδιών, θεωρείται ότι προσδιορίζει μια μη «φυσιολογική» κατάσταση (Howard κ.ά., 2014). Επίσης, η ενασχόληση των κοριτσιών με την εξωτερική τους εμφάνιση και το σώμα θεωρείται ως σημάδι σεξουαλικοποίησης, από τη στιγμή που το κορίτσι ασχολείται με θέματα που αφορούν τον κόσμο των ενηλίκων. Συνεπώς, οι μητέρες, κυρίως, αντιλαμβάνονται το ρόλο τους ως «προστάτιδες» των κόρων τους σε μια προσπάθεια να μεγαλώσουν «φυσιολογικά» και να διατηρήσουν την «αθωότητά» τους. Η πρόσβαση σε σεξουαλικοποιημένα πολιτισμικά προϊόντα χρησιμοποιείται για να διαχωρίσει τη «φυσιολογική» από τη «μη φυσιολογική» παιδικότητα. Άρα η οικογένεια αποτελεί ένα σημείο δύναμης, στο οποίο οι γονείς ελέγχουν την πρόσβαση των παιδιών τους στις πολιτισμικές πηγές. Οι γονείς που δεν αντιλαμβάνονται την έντονα σεξουαλικοποιημένη φύση της κουλτούρας, θεωρούνται ότι διακόπτουν τη φυσιολογική τους ανάπτυξη και ότι δηλαδή το στυλ γονικής καθοδήγησης που ακολουθούν δεν είναι το σωστό. Οι

«υπεύθυνοι» γονείς ξέρουν ποιες πρακτικές να χρησιμοποιήσουν για να προστατεύσουν τα παιδιά τους, και ιδιαίτερα τα κορίτσια τους, από τη σεξουαλικοποίηση, κάτι που έρχεται σε αντιπαράθεση με τους «ανεύθυνους» γονείς, οι οποίοι επιτρέπουν στο παιδί τους να έχει σεξουαλική γνώση. Άρα, η εμπλοκή ενός παιδιού με τη σεξουαλικοποιημένη κουλτούρα παθολογοποιείται και θεωρείται απόρροια κακής γονικής διαπαιδαγώγησης, όπου οι γονείς είναι «κατώτερου» κοινωνικού και πνευματικού επιπέδου, με αποτέλεσμα οι κοινωνικές ανισότητες να αναπαράγονται. Είναι αυτοί οι γονείς που αποτυγχάνουν να προστατεύσουν τα παιδιά τους, συνεπώς η σεξουαλικοποίηση υπάρχει μόνο σε οικογένειες που ακολουθούν κακές πρακτικές ή καθόλου πρακτικές και συνήθως τοποθετούνται στα χαμηλά κοινωνικά στρώματα (Howard κ.ά, 2014).

Από την άλλη, μια άλλη μερίδα γονιών ερμηνεύει διαφορετικά το ενδιαφέρον των παιδιών στη «σεξουαλικοποιημένη» κουλτούρα, έχοντας και πάλι όμως ως γνώμονα την απόδοση του χαρακτηριστικού της «αθωότητας» στην παιδική ηλικία. Στην έρευνα των Buckingham κ.ά. (2010), τα «σεξουαλικοποιημένα προϊόντα» δεν φαίνεται να αποτελούν ζήτημα μεγάλης ανησυχίας για τους γονείς, αφού οι γονείς, αν και εντοπίζουν την επιθυμία των παιδιών τους «να μεγαλώσουν πολύ σύντομα» και να «πειραματιστούν» με ενήλικες ταυτότητες, εντούτοις, η επιθυμία αυτή δεν αντιμετωπίζεται με καχυποψία, αλλά κυρίως ως καταναλωτική πίεση. Εξάλλου, οι γονείς αναγνωρίζουν την «εξειδίκευση» και πολιτισμική γνώση που διαθέτουν τα παιδιά τους στη σύγχρονη καταναλωτική κουλτούρα, γεγονός που κάποτε τα τοποθετεί σε θέση κυριαρχίας στην αλληλεπίδραση γονέων-παιδιών σε σχέση με τις καταναλωτικές τους επιλογές. Οι Buckingham κ.ά. (2010) ισχυρίζονται ότι οι γονείς προσδίδουν στην παιδικότητα το χαρακτηριστικό της «αθωότητας» έτσι, συχνά προσλαμβάνουν τους πειραματισμούς των παιδιών τους με δραστηριότητες όπως το μακιγιάζ ή τους «σέξι» χορούς ως αθώο παιδικό παιχνίδι και διασκέδαση και όχι με βάση σεξουαλικούς συνειρμούς. Γενικότερα, οι γονείς αντιλαμβάνονται τα «φυσικά» στάδια ανάπτυξης ενός παιδιού και την τάση που αναπτύσσουν για διεκδίκηση της ανεξαρτησίας τους καθώς μεγαλώνουν, έτσι συχνά ακολουθούν «δημοκρατικά» ιδεώδη σε σχέση με την ανατροφή τους, δίνοντας τους την ευκαιρία να κάνουν δικές τους προσωπικές επιλογές στη μόδα και να αναπτύξουν την προσωπική τους ταυτότητα μέσω αυτής.

Μια άλλη πρόκληση που προκύπτει από το θολό διαχωρισμό μεταξύ «σεξουαλικοποίησης» και «σεξουαλικότητας» και συνεπώς από την αντίληψη ότι τα παιδιά θεωρούνται εκ φύσεως «χωρίς σεξουαλικότητα», αλλά μετατρέπονται σε «σεξουαλικά» υποκείμενα μέσω έκθεσής τους στην αγορά, στον καταναλωτισμό και στα ΜΜΕ που τους «επιβάλλουν» μια «ακατάλληλη» σεξουαλικότητα, είναι η παραγνώριση

του ενεργού ρόλου και της εμπρόθετης δράσης που τα παιδιά και οι γονείς διαθέτουν. Πολλές φορές εξάλλου τα παιδιά, αλλά και οι γονείς παρουσιάζονται μέσα από τη βιβλιογραφία ως αποδυναμωμένα, ευάλωτα και παθητικά θύματα των ΜΜΕ και της καταναλωτικής κουλτούρας. Οι γονείς ιδιαίτερα, παρουσιάζονται να διαθέτουν περιορισμένη και υποβαθμισμένη εξουσία για δύο επιπλέον λόγους, που αφορούν τις έντονες επιρροές που τα «ανώριμα» παιδιά τους δέχονται από ΜΜΕ και την επαναστατικότητα και του πείσματος (pester power) που έχουν να αντιμετωπίσουν από τα παιδιά τους (Buckingham κ.ά., 2010). Συνεπώς, από τη μια οι γονείς παρουσιάζονται ως οι απόλυτοι υπεύθυνοι παράγοντες για την προστασία των παιδιών τους από τη σεξουαλικοποίηση, αλλά από την άλλη παρουσιάζονται ως αδύναμοι και παθητικοί στην προστασία των παιδιών από τη σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας.

Οι γονείς γενικότερα, φαίνεται να έχουν μια βιολογική αντίληψη της σεξουαλικότητας, κατά την οποία το σώμα αποτελεί τον καμβά πάνω στον οποίο η σεξουαλικότητα επιτελείται, μέσω της κατανάλωσης «ακατάλληλων» σεξουαλικοποιημένων προϊόντων και ένδυσης, τα οποία θεωρούν ότι αλλοτριώνουν το σώμα και διακόπτουν τη «φυσιολογική» ανάπτυξη των παιδιών (Howard κ.ά., 2014). Μητέρες κοριτσιών ηλικίας 8-10 ετών, παρατηρούν την έντονη ενασχόληση τους με δραστηριότητες που εστιάζουν στην εμφάνιση και συγκεκριμένα το ενδιαφέρον των κόρων τους στην εφηβική κουλτούρα, όπως στην παρακολούθηση μουσικών βίντεο κλιπς και στον θαυμασμό ποπ ειδώλων, στην ανάγνωση εφηβικών περιοδικών, στο ενδιαφέρον για τη μόδα, καθώς και στην εμπλοκή σε πρακτικές ομορφιάς, όπως μανικιούρ και τακούνια (Tiggemann & Slater, 2014). Συνεπώς, τα σώματα των κοριτσιών θεωρούνται αδύναμα, παθητικά και ευάλωτα, μέσω της κατανάλωσης «σεξουαλικοποιημένων» προϊόντων, ενώ πολλοί γονείς συμφωνούν ότι οι καταναλωτικές προτιμήσεις και συμπεριφορές των παιδιών, και κυρίως των κοριτσιών, που θεωρούνται «ακατάλληλες για την ηλικία τους» (overly grown up), υποδηλώνουν την επιθυμία τους να «μεγαλώσουν γρήγορα» και ενθαρρύνουν «σεξουαλικοποίησή» τους, κάτι που πιθανόν να τους θέτει σε αυξημένο κίνδυνο σεξουαλικής παρενόχλησης (Boden, 2006β· Howard κ.ά., 2014).

Από την άλλη, γνωρίζοντας οι γονείς την αντιδραστικότητα και επαναστατικότητα που χαρακτηρίζει τα παιδιά τους, ειδικά κατά τη διάρκεια της προεφηβείας, είναι ιδιαίτερα διακριτικοί στο χειρισμό διαφωνιών που προκύπτουν λόγω της ενασχόλησης των παιδιών τους με «μεγαλίστικες» συμπεριφορές, όπως μακιγιάζ ή μόδα ακατάλληλη για την ηλικία τους, θεωρώντας ότι πιο έντονες παρεμβάσεις θα διαταράξουν τις αρμόνικες σχέσεις με τα παιδιά τους. Οι παρεμβάσεις για την αντιμετώπιση των «σεξουαλικοποιημένων» καταναλωτικών απαιτήσεων των παιδιών, όμως, γίνονται πιο απόλυτες στις περιπτώσεις

που οι γονείς θεωρούν ότι οι απαιτήσεις αυτές προκαλούν κίνδυνο στη σωματική υγεία των παιδιών τους, όπως στην περίπτωση των τακουινιών. Ενδιαφέρον ακόμα παρουσιάζει το γεγονός ότι, αν και οι γονείς στη θεωρούν ότι τα κορίτσια είναι αυτά που κινδυνεύουν περισσότερο από τη σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας, ωστόσο, κανένας γονιός δεν θεώρησε ότι η δική του κόρη κινδυνεύει ή σεξουαλικοποιείται με κάποιο τρόπο. Γενικότερα φαίνεται ότι οι γονείς αντιλαμβάνονται την ευθύνη που τους «βαραίνει» για δράση απέναντι στις σεξουαλικοποιημένες καταναλωτικές απαιτήσεις των παιδιών τους, ταυτόχρονα όμως θεωρούν το έργο αυτό ιδιαίτερα δύσκολο, εξαιτίας της ευρείας διαθεσιμότητας των προϊόντων στην αγορά, της πίεσης των συνομηλίκων και των επίμονων πρακτικών με τις οποίες τα παιδιά χειρίζονται τις καταναλωτικές τους απαιτήσεις (Buckingham κ.ά., 2010).

Ακόμα, αν και συχνά περιγράφεται μια γενική γονική ανησυχία σχετικά με τις «ακατάλληλες για την ηλικία» των παιδιών καταναλωτικές επιθυμίες, εντούτοις υπάρχει και μια άλλη βασική διάσταση που αφορά την οικονομική και συναισθηματική πίεση που οι γονείς βιώνουν για την επαρκή ικανοποίηση των καταναλωτικών επιθυμιών των παιδιών τους, αφού η κυριότερη τους αγωνία εστιάζεται στην οικονομική τους δυνατότητα για κάλυψη των καταναλωτικών τους απαιτήσεων (Buckingham κ.ά., 2010). Εξάλλου, τα κυριότερα σημεία διαπραγμάτευσης των γονιών με τα παιδιά τους εστιάζονται στο κόστος των καταναλωτικών αγαθών που επιλέγουν και στην εμμονή των παιδιών με την κουλτούρα των ακριβών μάρκων. Οι γονείς συχνά παγιδεύονται σε θέματα που αφορούν τον τρόπο με τον οποίο τα παιδιά «αντιπροσωπεύουν» τους γονείς και την οικογενειακή τους κατάσταση, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο κάποιοι γονείς «ζουν» μέσα από τα παιδιά τους, προσπαθώντας να ικανοποιήσουν τις δικές τους οικονομικές και συναισθηματικές ανάγκες που είχαν ως παιδιά, κάτι που έρχεται σε συνάρτηση με τη θεωρία του Bourdieu για πολιτισμική αναπαραγωγή, η οποία θα αναλυθεί παρακάτω.

Κατά συνέπεια, όσον αφορά την αντιμετώπιση του ζητήματος της σεξουαλικοποίησης της καταναλωτικής κουλτούρας από τους γονείς, φαίνεται ότι το ζήτημα είναι πολύπλοκο, αφού υπάρχουν διάφορες διαστάσεις που πρέπει να ληφθούν υπόψη σε σχέση με τις αποφάσεις και τις πρακτικές που οι γονείς ακολουθούν σχετικά με τις καταναλωτικές τους επιλογές που αφορούν τα παιδιά. Είναι σημαντικό λοιπόν να μελετηθεί ο ρόλος των γονιών στο θέμα αυτό και συγκεκριμένα οι αντιλήψεις και η εμπλοκή τους αναφορικά με την καταναλωτική διαπαιδαγώγηση των παιδιών τους σε σχέση με την κουλτούρα της ομορφιάς.

Αντιλήψεις για το ιδεατό σώμα και γονική επιρροή. Οι αντιλήψεις των γονιών σε σχέση με το ιδεατό σώμα είναι σημαντικές, αφού οι γονείς αποτελούν μια από τις κυρίαρχες πηγές πληροφόρησης και επηρεασμού των παιδιών σε σχέση με το θέμα αυτό. Η έρευνα των Starr και Ferguson (2012) έδειξε ότι οι μητέρες μεταφέρουν στα κορίτσια τους στοιχεία για την επιθυμητή εξωτερική εμφάνιση και εικόνα του σώματος, όπως για παράδειγμα το ιδεώδες του λεπτού σώματος, κάτι που, όπως υποστηρίζουν, έχει επιρροές στη σεξουαλικοποίηση των κοριτσιών. Οι ίδιοι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι μητέρες που «αυτο-αντικειμενικοποιούνται»⁸ είναι πιο πιθανόν να μεταφέρουν αυτήν την τάση και στα κορίτσια τους, με αποτέλεσμα αυτά να δείχνουν προτίμηση στο σεξουαλικοποιημένο τύπωμα και σε συμπεριφορές αυτο-αντικειμενικοποίησης.

Ακόμα, σύμφωνα με τους Tiggemann και Slater (2014), η μητρική αυτο-αντικειμενικοποίηση, η οποία μετρήθηκε σε επίπεδα αυτοεπιτήρησης, και η έντονη ενασχόληση των μητέρων με τον καταναλωτισμό συνδέεται θετικά με την πιο ενεργή εμπλοκή των κοριτσιών τους στην εφηβική κουλτούρα και σε «μεγαλίστικες» συμπεριφορές, την πιο συχνή χρήση προϊόντων ομορφιάς, την έμφαση στη μόδα και την έντονη ανησυχία για την εμφάνιση. Παρόλα αυτά, σύμφωνα με τους συγγραφείς, χρειάζεται περισσότερη έρευνα προκειμένου να ξεκαθαριστεί κατά πόσον οι συμπεριφορές και στάσεις αυτές, έμμεσα απορροφούνται και εσωτερικεύονται από τα παιδιά ή αν οι γονείς ενεργά τα καθοδηγούν σε συγκεκριμένες συμπεριφορές, όπως για παράδειγμα με το να τους αγοράζουν καλλυντικά ή εφηβικά περιοδικά.

Είναι επίσης σημαντικές οι απόψεις των γονιών σε σχέση με τη διαχείριση της παχυσαρκίας και της υγείας, απόψεις οι οποίες επηρεάζονται βαθιά από κυρίαρχους κοινωνικοπολιτισμικούς λόγους σχετικά με τα θέματα αυτά. Κάποιες μητέρες θεωρούν ότι επωμίζονται όλο το βάρος της ευθύνης για την προαγωγή του υγιεινού τρόπου ζωής των παιδιών τους (Ristovski-Slijepcevic κ.ά., 2010), ενώ άλλες έρευνες δείχνουν ότι γονείς αποφεύγουν να συζητήσουν με τα παιδιά τους ζητήματα βάρους, φοβούμενοι ότι κάτι τέτοιο θα δημιουργήσει άγχος και ανασφάλεια για το σώμα τους (Borra κ.ά., 2003). Στην έρευνα των Thomas και συνεργατών (2014) φάνηκε ότι οι γονείς αντιλαμβάνονται την παχυσαρκία ως ένδειξη μειωμένης σωματικής υγείας και θεωρούν ότι είναι προσωπική τους ευθύνη να προστατεύσουν τα παιδιά τους από τον «κίνδυνο» αυτό. Κάποιοι γονείς προσπαθούν να προστατεύσουν τα παιδιά τους από την παχυσαρκία ενημερώνοντας τα

⁸ Οι συγγραφείς ορίζουν τη μητρική «αυτο-αντικειμενικοποίηση» με βάση την έμφαση που δίνουν οι μητέρες στην εξωτερική εμφάνιση.

περισσότερο για τις αρνητικές επιδράσεις της παχυσαρκίας, παρά να προωθήσουν θετικά μηνύματα σε σχέση με τις μακροπρόθεσμες συνέπειες της καλής υγείας. Παρόλα αυτά, οι πρακτικές αυτές είναι μειωμένες στις αλληλεπιδράσεις με τις κόρες, εξαιτίας του άγχους των διατροφικών διαταραχών. Στην ίδια έρευνα φάνηκε ότι οι γονείς θεωρούν τη σωματική άσκηση και την υγιεινή διατροφή ως πρακτικές που στοχεύουν κυρίως στην απώλεια βάρους και όχι ως πρακτικές μιας κουλούρας που προωθεί τον υγιεινό τρόπο ζωής.

Ακόμα, σύμφωνα με το American Psychological Association (2010), η προώθηση των παιδιών από τους γονείς στον αθλητισμό και σε δραστηριότητες που ενθαρρύνουν τις ικανότητες του σώματος, όπως τα μαθήματα χορού, αποτελούν τρόπους αντίστασης στην σεξουαλικοποίηση, αφού τα κορίτσια δίνουν έμφαση στις ικανότητες του σώματός τους και όχι στην εμφάνιση, κάτι που αυξάνει την αυτοπεποίθησή τους. Αυτό συμβαίνει γενικότερα και με άλλες απογευματινές δραστηριότητες που ωθούν τα παιδιά σε μη στερεοτυπικούς έμφυλους ρόλους και δεν ενθαρρύνουν μόνο την έμφαση στην ομορφιά, στο λεπτό σώμα και στο σεξ απίλ.

Καταναλωτική Διαπαιδαγώγηση στο Οικογενειακό Πλαίσιο. Μια Κοινωνιολογική Προσέγγιση

Γούστο, κατανάλωση και η θεωρία πολιτισμικής αναπαραγωγής του Bourdieu.

Η όλο και πιο δυναμική αγορά που απευθύνεται στα παιδιά, κυρίως όσον αφορά τη μόδα και άλλες καταναλωτικές πρακτικές ομορφιάς, εφιστά το κοινωνιολογικό ενδιαφέρον για μελέτη της πολιτικής και πολιτισμικής σημασίας που ασκεί στη ζωή των παιδιών και συγκεκριμένα στις διαδικασίες κατασκευής της προσωπικής τους ταυτότητάς και της επιτέλεσης του εαυτού, αλλά και της συμβολικής αξίας που διαθέτει ως κριτήριο κοινωνικής αποδοχής ανάμεσα στους συνομηλίκους. Στο πλαίσιο της καταναλωτικής διαδικασίας τα παιδιά αποτελούν τους κύριους ενεργούς κοινωνικούς παράγοντες, που διαθέτουν δύναμη, εμπρόθετη δράση και ακολουθούν τους δικούς τους όρους που καθορίζονται τόσο από την κουλτούρα των συνομηλίκων, όσο και από τα δημοφιλή προς τα παιδιά ΜΜΕ (Boden, 2006β). Ωστόσο, στη διαδικασία αυτή βασικότατο ρόλο διαδραματίζουν και οι γονείς, οι οποίοι παρέχουν τους οικονομικούς πόρους, αλλά και την ιδεολογική και πολιτισμική αντίληψη που καθορίζει την καταναλωτική κουλτούρα που θα χαράξουν. Έτσι, είναι σημαντικό να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο οι γονείς έχουν τη

δυνατότητα να καθορίσουν με τους οικονομικούς τους πόρους, αλλά και με τις απόψεις, τις αποφάσεις, τις πρακτικές, τις ανησυχίες, τις επιρροές και το γούστο τους τη μορφή που θα λάβει η καταναλωτική διαδικασία όσον αφορά τη μόδα και τις πρακτικές ομορφιάς στα παιδιά τους.

Βασικό θεωρητικό εργαλείο, το οποίο μπορεί να συμβάλει στην κατανόηση του ρόλου της γονικής καθοδήγησης στην καλλιέργεια του καταναλωτικού γούστου και των υλικών επιθυμιών των παιδιών αποτελεί το έργο του Bourdieu (1984/1999) «Η Διάκριση. Κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης». Σε αυτό ο Bourdieu ερμηνεύει την κατανάλωση ως μια διαδικασία αναπαραγωγής διαθέσεων, οι οποίες αποτελούνται από διαφορετικά γούστα και καλαισθητες κρίσεις που άμεσα σχετίζονται με την κοινωνική θέση του ατόμου. Ο Bourdieu εξηγεί τον τρόπο με τον οποίο τα διάφορα είδη κεφαλαίων προσδιορίζουν τις θέσεις εξουσίας στην κοινωνία και τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν στο κοινωνικό πεδίο της κατανάλωσης. Συγκεκριμένα, το οικονομικό κεφάλαιο ταυτίζεται με τον οικονομικό πλούτο του ατόμου, το κοινωνικό κεφάλαιο αναφέρεται στις κοινωνικές σχέσεις και δίκτυα που κάνουν οι άνθρωποι προς όφελός τους και το πολιτισμικό κεφάλαιο αποτελείται από πολλές πτυχές όπως το πολιτισμικό γούστο, τη γνώση των τεχνών και του πολιτισμικού, τα θεσμικά προσόντα όπως τα πτυχία, τις πολιτισμικές δεξιότητες, την τεχνογνωσία και την ικανότητα διάκρισης. Ο Bourdieu (1986) ασχολήθηκε ιδιαίτερα με το πολιτισμικό κεφάλαιο και αναφέρει ότι αυτό μπορεί να υπάρξει σε τρεις μορφές: στην ενσώματη κατάσταση (embodied state) όπου είναι οι έμφυτες πρακτικές γνώσεις και διαθέσεις, στην αντικειμενικοποιημένη (objectified) μορφή, δηλαδή τα πολιτισμικά αγαθά και στη θεσμική (institutional) μορφή, όπου είναι τα επίσημα πτυχία που επιβεβαιώνουν την ύπαρξη της ενσώματης κατάστασης του κεφαλαίου.

Το πολιτισμικό κεφάλαιο, σύμφωνα με τον Bourdieu, καθρεφτίζει την κοινωνική θέση του κατόχου του. Δείκτη του πολιτισμικού κεφαλαίου αποτελεί το γούστο του ατόμου στις τέχνες και στα πολιτισμικά και καταναλωτικά αγαθά, κάτι που είναι κοινωνικά προσδιορισμένο και διαφοροποιημένο, αναλόγως της κοινωνικής θέσης και της επαγγελματικής ομάδας στην οποία ανήκει το άτομο. Το πολιτισμικό κεφάλαιο ακόμη, διαδραματίζει μεγάλο ρόλο στη διαιώνιση κοινωνικών ανισοτήτων, αφού οι κοινωνικές ελίτ είναι αυτές που καθορίζουν την πιο αποδεκτή και νόμιμη μορφή του πολιτισμικού κεφαλαίου, με άλλα λόγια την υψηλή, σοβαρή και εκλεπτυσμένη κουλτούρα, η οποία αντιτίθεται στη μη νόμιμη, εφήμερη και «λαϊκή» κουλτούρα. Κεντρικό ρόλο στη διαδικασία με την οποία το πολιτισμικό κεφάλαιο αναπαράγει τις κοινωνικές τάξεις είναι η εκπαίδευση, η οποία λειτουργεί με βάση το πολιτισμικό κεφάλαιο και τους πολιτισμικούς κώδικες της αστικής τάξης, ευνοώντας έτσι τα παιδιά των μεσοαστικών οικογενειών.

Συνεπώς, κατά τον Bourdieu, η κοινωνική τάξη και το αντίστοιχο πολιτισμικό κεφάλαιο που αυτή συνεπάγεται είναι σε θέση να χαράζουν τις καταναλωτικές κατευθύνσεις που το άτομο ακολουθεί, και συνεπώς να αναπαράγει ταξικές δομές.

Το πολιτισμικό κεφάλαιο, σε αντίθεση με το οικονομικό και το κοινωνικό κεφάλαιο, κληροδοτείται από το οικογενειακό περιβάλλον του ατόμου, χρειάζεται χρόνια να αναπτυχθεί, είναι βαθιά ενσαρκωμένο στην αυτοσυνειδησία του ατόμου και καθορίζει συγκεκριμένους τρόπους με τους οποίους το άτομο σκέφτεται, αισθάνεται και ενεργεί. Αυτό είναι που ο Bourdieu (1977, όπως αναφέρεται στο Smith, 2006, σελ. 214) ονομάζει «έξη» (“habitus”), δηλαδή τα «συστήματα σταθερών αλλά μεταθέσιμων διαθέσεων, διαρθρωμένων δομών προορισμένων να λειτουργούν ως διαρθρωτικές δομές, δηλαδή, ως αρχές της γέννησης και της διάρθρωσης των πρακτικών». Όπως και το πολιτισμικό κεφάλαιο, έτσι και η έξη είναι μια έννοια πολύπλοκη την οποία ο Bourdieu ορίζει ως τρόπο ζωής, αφού αποτελεί την εμπειρική τάση του ατόμου για ενέργεια με συγκεκριμένους τρόπους, κίνητρα, γούστα και προτιμήσεις. Είναι δηλαδή μια ενσώματη συμπεριφορά, ένα είδος κοσμοθεωρίας, που αποτελείται από ένα σύνολο διαθέσεων, με τις οποίες το άτομο λειτουργεί αυθόρμητα στα διάφορα κοινωνικά πλαίσια. Η έξη συνδέεται και αναπαράγει τις κοινωνικές και ταξικές ανισότητες του συστήματος, αφού εφοδιάζει το άτομο με γνώσεις, δεξιότητες και στρατηγικές που συμβάλλουν στην αναπαραγωγή της κοινωνικής θέσης τους. Όπως αναφέρει ο Bourdieu η έξη είναι τόσο ο παραγωγός, όσο και το προϊόν της εσωτερίκευσης του διαχωρισμού σε κοινωνικές τάξεις.

Ο Bourdieu (1979/1999) εξηγεί τους τρόπους με τους οποίους το πολιτισμικό κεφάλαιο εμπλέκεται στο πεδίο της κατανάλωσης, όπως στο φαγητό, στην εσωτερική διακόσμηση, στη μόδα, στα χόμπι, στη δημοφιλή κουλτούρα και στον αθλητισμό και στους τρόπους με τους οποίους μετουσιώνεται σε συγκεκριμένο γούστο και καταναλωτικές πρακτικές. Η έξη επίσης οργανώνει το γούστο του ατόμου, τον τρόπο με τον οποίο καταναλώνει, τις ιεραρχίες και τις καταναλωτικές του επιθυμίες, φανερώνοντας ότι τόσο το γούστο, όσο και το βιοτικό ύφος (lifestyle) είναι ταξικά διαστρωματωμένα. Το πολιτισμικό κεφάλαιο, μέσω της κατανάλωσης συγκεκριμένων πολιτισμικών αγαθών, μπορεί να συμβάλει στην αύξηση του στάτους του ατόμου που διαθέτει τη δυνατότητα, το γούστο και τις πρακτικές να επενδύσει σε αγαθά που πηγάζουν από το νόμιμο πολιτισμικό κεφάλαιο, όπως οι υψηλές τέχνες.

Σημαντικό στοιχείο αποτελεί η άμεση σύνδεση της έξης με το σώμα, τις κινήσεις και τις χειρονομίες του, κάτι που αποδίδει ο όρος «έξη του σώματος» (“bodily habitus”) (Bourdieu, 1990). Είναι σημαντικό επίσης να τονιστεί η «φυσικοποίηση» της έξης, ότι δηλαδή ενώ ο τρόπος που χειριζόμαστε το σώμα και τις κινήσεις του μας φαίνονται

φυσικά, στην ουσία αυτή είναι μια γνώση που μαθαίνεται και καλλιεργείται πολιτισμικά. Έτσι, για παράδειγμα, ένα μικρό κορίτσι που χορεύει τσιφτετέλι και φαίνεται να διαθέτει έμφυτο, φυσικό ταλέντο σε αυτό, στην πραγματικότητα η ικανότητα αυτή είναι κάτι που της έχει καλλιεργηθεί, μεταφέροντας και συγκεκριμένα νοήματα για την ενηλικίωση και τη σεξουαλικότητα. Στο σημείο αυτό είναι πολύ χρήσιμη η χρήση του όρου από την Butler (1997), η οποία προσθέτει την έμφυλη και σεξουαλική διάσταση στον όρο αυτό, ενώ ο Bourdieu έκανε κυρίως ταξικές διασυνδέσεις. Βασισμένη στην «έξη του σώματος», η Butler αναλύει την επιτελεστική συγκρότηση του υποκειμένου, όπου οι πρακτικές και οι χειρονομίες του σώματος είναι δυνατό να ενσωματώσουν και να επιτελέσουν συγκεκριμένα είδη έμφυλων υποκειμένων, κάτι που αναλύθηκε στο θεωρητικό μέρος της διατριβής.

Γενικότερα, μέσα από τη θεωρία του Bourdieu, φαίνεται ότι η παιδική ηλικία είναι καθοριστικής σημασίας, αφού τότε κληροδοτούνται και εμποτίζονται στο άτομο οι μηχανισμοί του πολιτισμικού κεφαλαίου, των έξεων και των κοινωνικών διακρίσεων του «γούστου», μέσω των καταναλωτικών πρακτικών των γονιών (Boden, 2006β). Για τους γονείς, εξάλλου, είναι σημαντική η διάκριση που θα πετύχουν δια μέσου των παιδιών τους, αφού τα παιδιά αποτελούν συμβολικές αναπαραστάσεις των πολιτισμικών κατευθύνσεων των γονιών τους, αλλά και καθρέφτες που αντικατοπτρίζουν το υλικό και κοινωνικό στάτους των γονιών τους. Συνεπώς, οι γονείς επενδύουν στο κοινωνικό και συμβολικό κεφάλαιο των παιδιών τους και μέσω των οι έξεων τους καθορίζουν τις πολιτισμικές αξίες που θα μεταφέρουν στα παιδιά τους αναφορικά με την καταναλωτική κοινωνικοποίησή τους.

Οι γονείς έχουν τεράστια επιρροή στο θέμα αυτό, αφού όχι μόνο αποτελούν τους φύλακες που καθορίζουν τον επιτρεπόμενο καταναλωτισμό, αλλά είναι αυτοί που ενεργά εμπλέκονται στην καλλιέργεια του επιθυμητού τρόπου κατανάλωσης (Martens κ.ά., 2004). Παρόλα αυτά, οι γονείς δεν είναι οι μοναδικοί παράγοντες που εμπλέκονται στις διαδικασίες αυτές, αφού σημαντικό μερίδιο ευθύνης στην εσωτερικευση του πολιτισμικού κεφαλαίου των παιδιών σε θέματα κατανάλωσης φέρουν και οι επιρροές των ΜΜΕ και της κουλτούρας των συνομήλικων. Συνεπώς, στο σημείο αυτό γίνονται πολύπλοκοι συνδυασμοί, μεταξύ των διαφόρων τύπων κεφαλαίων και των θεσμών. Για παράδειγμα, οι γονείς παρέχουν το οικονομικό κεφάλαιο, το οποίο είναι κρίσιμης σημασίας για την πρόσβαση σε κοινωνικούς δεσμούς και στην κοινωνική αποδοχή, αλλά καθώς τα παιδιά μεγαλώνουν, το κοινωνικό κεφάλαιο αποκτά ακόμα μεγαλύτερη σημασία, αφού τις κυριότερες επιρροές αποτελεί το κοινωνικό τους δίκτυο, όπως οι συνομήλικοι και το σχολείο. Είναι σημαντικό λοιπόν να διερευνηθούν οι μορφές κεφαλαίου που έχουν τη

μεγαλύτερη επιρροή στην καταναλωτική κοινωνικοποίηση των παιδιών (Martens κ.ά., 2004).

Παρόλα αυτά, η κατανόηση της καταναλωτικής συνείδησης και του γούστου με αποκλειστική βάση τους όρους πολιτισμικής αναπαραγωγής πιθανόν να είναι ανεπαρκής, αφού στην ανάπτυξη ενός αυτόνομου και ελεύθερου καταναλωτή κριτικό ρόλο παίζουν η ανάπτυξη και έκφραση της προσωπικής του ταυτότητας, η αυτονομία και η κριτική διάθεση του ατόμου, που στην περίπτωση αυτή είναι τα παιδιά. Έτσι, χρειάζεται να διερευνηθούν σε βάθος κι άλλες διαδικασίες που κατέχουν σημαντικό ρόλο στις διαδικασίες καταναλωτικής κοινωνικοποίησης των παιδιών, όπως ο τρόπος που τα ίδια τα παιδιά αλληλεπιδρούν και νοηματοδοτούν την υλική κουλτούρα, κάτι που μελετάται σε άλλο κεφάλαιο (Martens κ.ά., 2004).

Ο Holt (1998), ακόμα, αναφέρεται στην κριτική που συχνά δέχεται η θεωρία του Bourdieu σε σχέση με το πολιτισμικό κεφάλαιο και το γούστο στις μεταμοντέρνες καταναλωτικές κοινωνίες, λέγοντας ότι στις κοινωνίες αυτές είναι δύσκολο να προβεί κανείς συμπεράσματα για το κοινωνικό στάτους του ατόμου βασιζόμενος στον τρόπο κατανάλωσης του, αφού στις σύγχρονες καπιταλιστικές κοινωνίες η παραγωγή των αγαθών γίνεται μαζικά, κάτι που οδηγεί σε μια πιο αναρχική κατανάλωση αγαθών, η οποία δεν χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένα κοινωνικά μοτίβα. Σύμφωνα με την κριτική αυτή, η θεωρία του πολιτισμικού κεφαλαίου αποτελεί αδύνατο μηχανισμό για διερεύνηση των ταξικών ορίων στην κατανάλωση σε καπιταλιστικές κοινωνίες, αφού πλέον δεν είναι ξεκάθαρη η ιεραρχία μεταξύ της νόμιμης (υψηλής) κουλτούρας από τη μαζική (χαμηλή) κουλτούρα, θέτοντας ως παραδείγματα μορφές κυρίαρχης μαζικής κουλτούρας, όπως τα βιβλία κόμικς ή τη ροκ μουσική που πλέον παράγονται και καταναλώνονται με πιο σοφιστικές, σύνθετους και εσωτερικούς τρόπους που προσομοιάζουν με τη σύγχρονη τέχνη. Επίσης, υποστηρίζει ότι στις σύγχρονες κοινωνίες τα αντικείμενα δεν αποτελούν ακριβείς ενδείξεις των καταναλωτικών στυλ και πρακτικών των ατόμων, αφού από τη μια, υπάρχουν δημοφιλή αγαθά που αποκτούν μεγαλύτερη αισθητική αξία και από την άλλη υπάρχουν ελίτ αγαθά που μαζικοποιούνται, με αποτέλεσμα, οι ελίτ τάξεις να προσπαθούν συνεχώς να διαφοροποιηθούν δίνοντας έμφαση στην ενσωματωμένη (embodied) διάσταση των καταναλωτικών τους πρακτικών.

Είναι ενδιαφέρον λοιπόν να διερευνηθεί ο αντίκτυπος της θεωρίας της κοινωνικής αναπαραγωγής στον τρόπο αλληλεπίδρασης των γονιών με τα παιδιά τους και συγκεκριμένα στον βαθμό κατά τον οποίο οι πολιτισμικές αξίες και οι ιδεολογικές τάσεις των γονιών μπορούν να καθορίσουν την καταναλωτική κοινωνικοποίηση των παιδιών, δηλαδή την καλλιέργεια των καταναλωτικών τους δεξιοτήτων, το γούστο και τον βαθμό

αυτονομίας που θα αναπτύξουν στο ρόλο τους ως καταναλωτές (Martens κ.ά., 2004). Είναι σημαντικό επίσης να μελετηθεί κατά πόσο η θεωρία του Bourdieu για συστηματική διάκριση στο γούστο και στις καταναλωτικές πρακτικές που αναπτύχθηκε στην παριζιάνικη κοινωνία του 1970 μπορεί να μεταφερθεί σε σύγχρονα κοινωνικοϊστορικά και πολιτισμικά πλαίσια. Παρακάτω παρατίθενται ερευνητικά δεδομένα με κύριο θεωρητικό υπόβαθρο τη θεωρία πολιτισμικής αναπαραγωγής του Bourdieu, τα οποία συζητούν την επιρροή της στην καταναλωτική διαπαιδαγώγηση των παιδιών.

Μοτίβα επικοινωνίας στην οικογένεια και γονικές πρακτικές καταναλωτικής διαπαιδαγώγησης. Οι γονείς παίζουν σημαντικότατο ρόλο στη διαδικασία καταναλωτικής κοινωνικοποίησης των παιδιών (consumer socialization), κατά την οποία τα παιδιά αποκτούν δεξιότητες, γνώσεις και στάσεις σχετικά με το ρόλο τους ως καταναλωτές (Ward κ.ά., 1977), κυρίως μέσω της επικοινωνίας και της εκπαίδευσης που παρέχουν στα παιδιά τους σε θέματα κατανάλωσης. Η Gillies (2008) εξηγεί τον τρόπο με τον οποίο οι δομικοί και κοινωνικοί παράγοντες καθορίζουν τις σχέσεις εντός της οικογενειακής ζωής. Συγκεκριμένα, αναφέρει ότι οι γονείς μεσαίων στρωμάτων τείνουν να αλληλεπιδρούν με τα παιδιά τους στηριζόμενοι σε δημοκρατικά ιδεώδη, στη διαπραγμάτευση και στην επεξήγηση, στοχεύοντας στην ανάπτυξη ενός ανεξάρτητου, ελεύθερου, μοναδικού και με εμπρόθετη δράση εαυτού. Αυτό βέβαια, αναφέρει, είναι πιθανόν να οδηγήσει στην πρόκληση και απόρριψη της εξουσίας των γονιών, για αυτό προϋποθέτει πρόσβαση σε οικονομικές, πολιτισμικές και κοινωνικές πηγές, που οι γονείς μεσαίων στρωμάτων διαθέτουν (Lareau, 2003), διαφορετικά είναι πιθανόν να θεωρηθούν «επικίνδυνες» και «ανεύθυνες τακτικές σε περίπτωση που ακολουθηθούν από γονείς που δεν κατέχουν τις πηγές αυτές (Gillies, 2008). Για αυτό, παρατηρεί ότι γονείς χαμηλότερων στρωμάτων ακολουθούν πρακτικές που προάγουν την πειθαρχία και τον έλεγχο των παιδιών τους, θέτουν πιο αυστηρά όρια εξουσίας και δεν ακολουθούν συχνά τις πρακτικές της συζήτησης και της διαπραγμάτευσης στις μεταξύ τους αλληλεπιδράσεις.

Η επικοινωνία των γονιών με τα παιδιά σε θέματα κατανάλωσης μπορεί να πάρει, σύμφωνα με τον Moschis (1987) (όπως αναφέρεται στο Chan & McNeal, 2003), δύο βασικές κατευθύνσεις: την κοινωνικά κατευθυνόμενη επικοινωνία (socio-oriented communication), στην οποία κυριαρχούν οι κάθετες σχέσεις στην επικοινωνία εντός της οικογένειας και στην οποία δίνεται έμφαση στο γονικό έλεγχο και στην περιορισμένη εξουσία των παιδιών και την εννοιολογικά κατευθυνόμενη επικοινωνία (concept-oriented communication), όπου κυριαρχούν τα οριζόντια μοτίβα και σχέσεις επικοινωνίας και η έμφαση τοποθετείται στην αυτονομία του παιδιού και την ενίσχυση της κρίσης του.

Τα μοτίβα επικοινωνίας στην οικογένεια σχετίζονται άμεσα με συγκεκριμένα δημογραφικά χαρακτηριστικά των γονιών, όπως το μορφωτικό και κοινωνικοοικονομικό τους επίπεδο. Σύμφωνα με τη Rose κ.ά. (1998), γονείς με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και οικονομικό εισόδημα τείνουν να ακολουθούν περισσότερο δημοκρατικά ιδεώδη σε θέματα καταναλωτισμού και να δίνουν μεγαλύτερη πρωτοβουλία επιλογής στα παιδιά τους. Ακόμη γονείς με αυτά τα χαρακτηριστικά, έχουν πιο στενή επικοινωνία με τα παιδιά τους σε θέματα κατανάλωσης και τείνουν να τα ενημερώνουν με πιο κριτικό τρόπο σε θέματα διαφήμισης και λειτουργίας της αγοράς, με αποτέλεσμα, να μειώνουν τις ανεπιθύμητες επιπτώσεις της διαφήμισης στα παιδιά (Moschis & Moore, όπως αναφέρεται στο Chan & McNeal, 2003).

Επίσης πολιτισμικοί παράγοντες παίζουν ρόλο στην επικοινωνία των γονιών με τα παιδιά τους σε καταναλωτικά θέματα. Για παράδειγμα, μητέρες στις ΗΠΑ δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην ανεξαρτησία και στην ατομική επιλογή των παιδιών, ενώ μητέρες στην Ιαπωνία, δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στη γονική εξουσία (Rose κ.ά., 1998). Οι Chan και McNeal (2003) παρατηρούν ότι στην παραδοσιακή κινέζικη οικογένεια, όπου τα παιδιά δείχνουν μεγαλύτερη υπακοή στους γονείς τους και δεν εκφράζουν ανοικτά την προσωπική τους άποψη, οι γονείς ασκούν αυστηρότερο έλεγχο στα προϊόντα που τα παιδιά τους αγοράζουν. Συγκεκριμένα, Κινέζοι γονείς με χαμηλότερο μορφωτικό και οικονομικό επίπεδο δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση σε εκπαιδευτικά και δημιουργικά προϊόντα, δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στο οικονομικό κόστος και εμπλέκονται λιγότερο στην παγκοσμιοποιημένη κουλτούρα. Οι λιγότερο φιλελεύθερες καταναλωτικές πρακτικές γονιών με αυτά τα κοινωνικά χαρακτηριστικά πιθανόν να υποδηλώνουν την περιορισμένη τους αυτοπεποίθηση και γνώση σε σχέση με τα προϊόντα που η σύγχρονη αγορά προσφέρει και για αυτό είναι πιο διστακτικοί στην επικοινωνία με τα παιδιά τους, τα οποία πιθανόν να έχουν πιο έντονη και ενημερωμένη άποψη.

Τα μοτίβα επικοινωνίας στην οικογένεια σχετίζονται επίσης με τις προσωπικές αντιλήψεις και επιθυμίες των γονιών για έλεγχο των δεχόμενων επιρροών από τα ΜΜΕ στα παιδιά τους και για αυτό επηρεάζουν και τον τρόπο καταναλωτικής κοινωνικοποίησης των παιδιών. Σύμφωνα με τους Wisenblit κ.ά., (2013), μητέρες που ακολουθούν πιο στενή σχέση με τα παιδιά τους (nurturing mothers) είναι πιο ενήμερες σε θέματα κατανάλωσης και διαφήμισης, συζητούν περισσότερο με τα παιδιά τους για αυτά, με αποτέλεσμα να τα εκπαιδεύουν με πιο σκεπτικιστικό τρόπο απέναντι στη διαφήμιση, σε σχέση με τις μητέρες που έχουν πιο εξουσιαστική σχέση με τα παιδιά τους (authoritarian mothers). Οι μητέρες που έχουν στενή επικοινωνία είναι πιο αποτελεσματικές στην αντιμετώπιση των επίμονων απαιτήσεων των παιδιών τους, όχι με στεγνές απαγορεύσεις και περιορισμούς, όπως

συμβαίνει με τις μητέρες που έχουν πιο εξουσιαστική σχέση, αλλά συζητώντας και εκπαιδεύοντας τα στην πιο κριτική αντιμετώπιση των καταναλωτικών τους απαιτήσεων.

Όσον αφορά την επιρροή που τα παιδιά ασκούν στους γονείς τους στις αποφάσεις για διάφορες αγορές, φαίνεται ότι η δύναμη αυτής της επιρροής καθορίζεται από διάφορους παράγοντες, όπως τα ατομικά χαρακτηριστικά του παιδιού, αφού τα παιδιά από ψηλότερα κοινωνικοοικονομικά στρώματα τείνουν να έχουν μεγαλύτερη επιρροή στους γονείς τους σε σχέση με καταναλωτικά θέματα (Wisnblit κ.ά., 2013). Επιπρόσθετα, σημασία έχει το οικογενειακό πλαίσιο, αφού στις μονογονικές οικογένειες τα παιδιά έχουν μεγαλύτερη επιρροή, καθώς και η ηλικία, αφού τα μεγαλύτερα παιδιά θεωρούνται πιο ενημερωμένοι και ικανοί καταναλωτές κι έτσι ασκούν μεγαλύτερη επιρροή. Πολλοί γονείς αξιολογούν θετικά την εμπλοκή των παιδιών τους στις καταναλωτικές αποφάσεις, ειδικά όταν η γνώση που διαθέτουν πρόκειται να έχει θετική επιρροή στις αγορές (Caruana & Vassallo, 2003). Παρόλα αυτά, οι γονείς στην προσπάθειά τους να κρατήσουν τον έλεγχο, συχνά πρώτα θέτουν κάποιους βασικούς κανόνες και επιλογές και μετά δίνουν την πρωτοβουλία για απόφαση από τα παιδιά (Wilson & Wood, 2004).

Σύμφωνα με τους Lawlor και Prothero (2010), οι γονείς χειρίζονται την πρακτική της έντονης επιμονής των παιδιών για αγορά προϊόντων (pester power) με ποικίλους τρόπους, όπως με συναίνεση, ειδικά εάν η αγορά είναι χαμηλού κόστους, θεωρείται κατάλληλη για την ηλικία των παιδιών τους ή αν αποτελεί μέρος κάποιας αμοιβής. Στην περίπτωση όπου οι απαιτήσεις είναι μεγαλύτερου κόστους, οι γονείς συνήθως αρνούνται να τις ικανοποιήσουν, προτρέπουν τα παιδιά τους να χρησιμοποιήσουν τις δικές τους οικονομίες για την αγορά ή αναβάλλουν την αγορά μέχρις ότου φθάσει η κατάλληλη περίπτωση για να την ικανοποιήσουν, π.χ. γενέθλια. Συχνά οι γονείς διαπραγματεύονται με τα παιδιά τις καταναλωτικές τους επιθυμίες, μια πρακτική που εκλαμβάνεται θετικά από τα παιδιά, αφού οι δύο πλευρές τοποθετούνται σε ισότιμη βάση. Ενώ η έντονη επιμονή των παιδιών εκλαμβάνεται ως μια πρακτική που φέρει δυσαρέσκεια και σύγκρουση στην οικογένεια, εντούτοις μέσα από την έρευνα φαίνεται ότι οι γονείς εκμεταλλεύονται εποικοδομητικά την ευκαιρία να εκπαιδεύσουν με κριτικό τρόπο τα παιδιά τους σε καταναλωτικά ζητήματα, να προωθήσουν την καταναλωτική τους κοινωνικοποίηση και να τα εξοπλίσουν με καταναλωτικές δεξιότητες και γνώση.

Το γονικό στυλ επίσης παίζει σημαντικό ρόλο στον προσανατολισμό των παιδιών σε εξωσχολικές απογευματινές δραστηριότητες. Η Lareau (2003) εξηγεί τον τρόπο με τον οποίο οι πρακτικές και οι αξίες που μεταδίδονται στα παιδιά μέσω της γονικής διαπαιδαγώγησης χαρακτηρίζονται βαθιά από ταξικούς παράγοντες. Συγκεκριμένα, εξηγεί τον τρόπο με τον οποίο οι γονείς μεσαίων κοινωνικών στρωμάτων εμπλέκονται σε

διαδικασίες που καλλιεργούν συγκεκριμένες ικανότητες στα παιδιά τους και για αυτό οργανώνουν για αυτά ένα αυστηρό ωρολόγιο πρόγραμμα, με πολλές απογευματινές δραστηριότητες, ώστε να αφήνουν ελάχιστο χρόνο ανεκμετάλλευτο για τα παιδιά. Οι Vincent και Ball (2007), στηριζόμενοι στη θεωρία του Bourdieu για το πολιτισμικό κεφάλαιο, αναφέρονται στις έξεις, στις διαθέσεις και στις πρακτικές των γονιών μεσαίων στρωμάτων σε σχέση με τη διαπαιδαγώγηση των παιδιών τους και συγκεκριμένα στο ενδιαφέρον των γονιών μεσαίας κοινωνικής τάξης για εγγραφή των παιδιών τους σε απογευματινές δραστηριότητες «εμπλουτισμού», όπως δημιουργικές και αθλητικές δραστηριότητες. Οι δραστηριότητες αυτές, αναφέρουν, είναι καθαρά ταξικά προδιαθετημένες και αποτελούν μέρος της αγωνίας, αλλά και της στρατηγικής των γονιών, για ταξική αναπαραγωγή και διατήρηση του παιδιού τους στο κοινωνικό περιβάλλον της μεσαίας τάξης, κάτι που θα ενθαρρύνει την επιτυχή ανάπτυξη του παιδιού τους. Αυτή η «αναπαραγωγική στρατηγική» προϋποθέτει βέβαια την κατάλληλη γονική γνώση και γούστο σε σχέση με την καταναλωτική κουλτούρα και τον τρόπο λειτουργίας της αγοράς και του εκπαιδευτικού συστήματος.

Οι Vincent και Ball (2007) ακολουθώντας το διαχωρισμό της Lareau (2002) αναφορικά με τη συνεργατική ανάπτυξη (concerted cultivation) και τη φυσική ανάπτυξη (natural growth), αναφέρουν ότι γονείς διαφορετικών κοινωνικών στρωμάτων ακολουθούν διαφορετικές προσεγγίσεις σε σχέση με τις εξωσχολικές δραστηριότητες και το βιοτικό ύψος που θα ακολουθήσουν τα παιδιά τους, αφού διαφορετική ποσότητα οικονομικού κεφαλαίου μπορεί να μετατραπεί σε διαφορετικά κοινωνικά και πολιτισμικά κεφάλαια. Φαίνεται ότι οι γονείς χαμηλών στρωμάτων ακολουθούν την προσέγγιση της φυσικής ανάπτυξης, κατά την οποία δεν βλέπουν τα παιδιά τους ως project προς ανάπτυξη, αλλά περισσότερο ως στατικά υποκείμενα, τα οποία φέρουν εγγενώς κάποια χαρακτηριστικά και ταλέντα και συνεπώς δεν επενδύουν σε απογευματινές δραστηριότητες για την ανάπτυξη δεξιοτήτων των παιδιών τους. Αντιθέτως, γονείς, κυρίως μητέρες, μεσαίων στρωμάτων επενδύουν περισσότερο χρόνο, ενέργεια, λεφτά και συναίσθημα στην ολόπλευρη ανάπτυξη του παιδιού τους. Αισθάνονται έντονα το καθήκον για μετατροπή του οικονομικού τους κεφαλαίου σε συμβολικό, μέσω του γούστου τους (Skeggs, 2004), για αυτό και επενδύουν σε απογευματινές δραστηριότητες που καλλιεργούν τα ταλέντα των παιδιών τους. Δημιουργούν έτσι ένα «αναγεννημένο» παιδί με διανοητικές, δημιουργικές και αθλητικές δεξιότητες και εμπειρία. Συνήθως επιλέγουν δραστηριότητες που συνδυάζουν ψυχαγωγία και εκπαιδευτικούς στόχους, αλλά και πολιτισμική γνώση και δεξιότητες ζωής. Στα κορίτσια κλασική περίπτωση αποτελούν τα μαθήματα μπαλέτου, μια δραστηριότητα με καθαρά ταξικό χαρακτήρα, που αναπτύσσει το κοινωνικό κεφάλαιο

του κοριτσιού, αφού του δίνει τις γνώσεις για αισθητική πειθαρχία του σώματός του (Skeggs, 2004), για ανάπτυξη μιας ευπρεπούς όψης της θηλυκότητας και αυτοελέγχου, κάτι που θα εμποτιστεί στο κορίτσι και θα δημιουργήσει ένα ταξικά προδιαγεγραμμένο σώμα από πολύ νεαρή ηλικία. Άρα οι γονείς μεσαίων στρωμάτων από πολύ νωρίς προσπαθούν να εμποτίσουν στα παιδιά τους νόμιμη γνώση σχετικά με τη μουσική, την τέχνη και το θέατρο και να τους καλλιεργήσουν τη διάκριση μεταξύ της νόμιμης και της δημοφιλούς κουλτούρας. Εντούτοις, αναφέρουν οι Vincent και Ball (2007) θα ήταν σημαντικό να μελετηθεί η γονική αντίδραση στις περιπτώσεις όπου τα παιδιά αντιδρούν στην ενασχόληση με τη νόμιμη κουλτούρα, π.χ. στα μαθήματα μπαλέτου ή βιολιού και απαιτούν εμπλοκή με τη δημοφιλή κουλτούρα, όπως μαθήματα street dance ή κιθάρας.

Στρατηγικές Γονικής Εμπλοκής στα ΜΜΕ

Γονική παρέμβαση στα ΜΜΕ και θεωρία πολιτισμικής αναπαραγωγής. Στις σύγχρονες κοινωνίες τα ΜΜΕ παίζουν κυρίαρχο ρόλο στη ζωή του ατόμου, αφού αποτελούν τις κύριες πηγές ενημέρωσης και ψυχαγωγίας. Ωστόσο, δεν αλληλεπιδρούν όλοι οι άνθρωποι με τα ΜΜΕ με τον ίδιο τρόπο, για αυτό είναι σημαντικό να διερευνηθεί ο ρόλος της οικογένειας και κυρίως η διάσταση του κοινωνικοοικονομικού επιπέδου των γονιών, ως πολιτισμική πρακτική που επηρεάζει τις γονικές δραστηριότητες κοινωνικοποίησης των παιδιών (parental media socialization activities) στα ΜΜΕ, αλλά και το γούστο των παιδιών σε αυτά (Notten κ.ά., 2012). Η βιβλιογραφία, εξάλλου, πολλές φορές έδειξε ότι χαρακτηριστικά του ατόμου παίζουν σημαντικό ρόλο στον τρόπο κατανάλωσης των ΜΜΕ. Για παράδειγμα, άτομα με υψηλό επίπεδο μόρφωσης τείνουν να έχουν πολιτισμικές προτιμήσεις υψηλής αξίας (highbrow cultural preferences) και να παρακολουθούν πιο συχνά τηλεοπτικά προγράμματα πολιτισμικού και ενημερωτικού περιεχομένου, τα οποία ανταποκρίνονται στο κοινωνικό τους κεφάλαιο και στις διανοητικές τους ικανότητες. Από την άλλη, άτομα με χαμηλότερο επίπεδο μόρφωσης συνηθίζουν να ακολουθούν μια κουλτούρα στα ΜΜΕ, η οποία θεωρείται κοινωνικά και γνωστικά λιγότερο αξιόλογη (lowbrow cultural preferences) και να παρακολουθούν πιο συχνά ψυχαγωγικά τηλεοπτικά προγράμματα (Kuipers, 2006).

Μέσα από τις παρακάτω έρευνες φαίνεται ότι το κοινωνικοοικονομικό επίπεδο των γονιών, αλλά και η γονεϊκή καθοδήγηση στην κατανάλωση και χρήση των ΜΜΕ αποτελούν σημαντικούς παράγοντες στην αναπαραγωγή του γούστου και των προτιμήσεων των παιδιών στα ΜΜΕ. Φαίνεται ότι τα παιδιά που βιώνουν πιο αυστηρούς γονικούς περιορισμούς στην παρακολούθηση τηλεόρασης γίνονται πιο μετριοπαθείς και

πιο κριτικοί θεατές (Buijzen & Valkenburg, 2005). Επιπλέον, οι πολιτισμικές προτιμήσεις και αξίες των γονιών οδηγούν σε συγκεκριμένες φιλοδοξίες σε σχέση με τη πολιτισμική ανάπτυξη των παιδιών τους, κάτι που επηρεάζει το είδος της καθοδήγησης που προσφέρουν. Για παράδειγμα, οι γονείς που ανησυχούν ότι η παρακολούθηση τηλεόρασης δεν έχει να προσφέρει πολλά στα παιδιά τους, εμπλέκονται πιο ενεργά σε πρακτικές καθοδήγησης που οδηγούν στην κατανάλωση προγραμμάτων υψηλότερης πολιτισμικής αξίας (highbrow). Από την άλλη, γονείς που προτιμούν τη δημοφιλή κουλτούρα στα ΜΜΕ, μεταφέρουν το γούστο αυτό στα παιδιά τους (Elchardus & Siongers, 2003) και είναι λιγότερο αυστηροί στην καθοδήγηση των παιδιών με τρόπο που θα τους βοηθήσει να γίνουν πιο κριτικοί θεατές (Notten & Kraaykamp, 2009). Το μορφωτικό επίπεδο των γονιών, επίσης, συμβάλλει στην κοινωνική ανισότητα σε σχέση με το γούστο στα ΜΜΕ, εξαιτίας της διαφοροποίησης που προκύπτει στις πολιτισμικές πρακτικές. Έτσι, παιδιά από κατώτερα κοινωνικά υπόβαθρα, διαθέτουν χαμηλότερα επίπεδα πολιτισμικής γνώσης γύρω από τα ΜΜΕ και συνεπώς συχνά προτιμούν δημοφιλή ή lowbrow περιεχόμενο στα ΜΜΕ, ενώ τα παιδιά από ανώτερα στρώματα, των οποίων οι γονείς έχουν πιο επιτυχείς πρακτικές καθοδήγησης στα ΜΜΕ, αποκτούν συνήθειες υψηλότερης πολιτισμικής αξίας (Notten & Kraaykamp, 2010). Φαίνεται ότι η γονική καθοδήγηση στην κατανάλωση των ΜΜΕ είναι τόσο σημαντική, αφού το παράδειγμα που οι γονείς δίνουν στα παιδιά τους κατά την παιδική ηλικία έχει μακροπρόθεσμες επιδράσεις και επηρεάζει και το γούστο τους στα ΜΜΕ ακόμα και στην ενήλικη ζωή (Notten κ.ά., 2012).

Γονική παρέμβαση στα ΜΜΕ ως προστατευτικό μέσο στη «σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας». Συχνά τα ΜΜΕ θεωρούνται ως βασική πηγή πρόωρης σεξουαλικοποίησης των παιδιών, ιδιαιτέρως των κοριτσιών, εξαιτίας του αυξημένου σεξουαλικού περιεχόμενου που προβάλλεται σε τηλεοπτικά προγράμματα, μουσικά βίντεο κλίπς, ταινίες, περιοδικά, διαφημίσεις (Kunkel κ.ά., 2005). Η γονική παρέμβαση στην κατανάλωση των ΜΜΕ θεωρείται να έχει προστατευτική δύναμη όσον αφορά την αποφυγή αρνητικών συνεπειών από τα ΜΜΕ στους έφηβους, όπως επικίνδυνες νεανικές συμπεριφορές, συμπεριλαμβανομένης και της εμπλοκής εφήβων σε σεξουαλικές συμπεριφορές (Fisher κ.ά., 2009). Στη σχετική βιβλιογραφία, η γονική παρέμβαση σε σχέση με την παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων λαμβάνει τρεις κύριες μορφές: την κοινή παρακολούθηση, την ενεργή καθοδηγητική εμπλοκή και την περιοριστική παρέμβαση.

Στην κοινή παρακολούθηση, οι γονείς παρακολουθούν με τα παιδιά τους τηλεόραση άτυπα και χωρίς κάποιο συγκεκριμένο διδακτικό σκοπό και συζήτηση

(Valkenburg κ.ά., 1999). Η πρακτική αυτή δεν φαίνεται να οδηγεί στην ανάπτυξη κριτικών ικανοτήτων στην κατανάλωση των ΜΜΕ, αλλά αντιθέτως, η κοινή παρακολούθηση προγραμμάτων με σεξουαλικό περιεχόμενο συνδέεται με την πρόωρη εμπλοκή των εφήβων σε σεξουαλική δραστηριότητα, αφού, με τον τρόπο αυτό, οι γονείς ασυνείδητα στέλνουν το μήνυμα ότι οι συμπεριφορές που απεικονίζονται είναι αποδεκτές (Guo & Nathanson, 2011). Η πρακτική της κοινής παρακολούθησης συνδέεται ακόμη με θετικότερες στάσεις των εφήβων απέναντι στην παρακολούθηση τηλεόρασης και στην παρακολούθηση προγραμμάτων για ενήλικες (Raavonen κ.ά., 2009).

Οι γονείς που ακολουθούν την ενεργή ή διδακτική/καθοδηγητική εμπλοκή επικεντρώνονται στη συζήτηση του περιεχόμενου που παρακολουθούν, βοηθώντας το να κατανοήσει το περιεχόμενο (Valkenburg κ.ά., 1999). Η τεχνική αυτή εμποδίζει την εσωτερίκευση των προωθούμενων από τα ΜΜΕ έμφυλων στερεοτυπικών μηνυμάτων από τα παιδιά και τον έντονο επηρεασμό της συμπεριφοράς τους από τα πρότυπα της τηλεόρασης (Nathanson κ.ά., 2002), ενώ ταυτόχρονα δίνει το έναυσμα για παραγωγικές συζητήσεις για το σεξ μεταξύ γονιών και παιδιών. Επίσης, οι έφηβοι που συζητούν με τους γονείς τους το περιεχόμενο τηλεοπτικών προγραμμάτων αποκτούν καλύτερες κριτικές ικανότητες σε σχέση με την παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων, έχουν χαμηλότερη σεξουαλική δραστηριοποίηση και τα κορίτσια αυξημένη αυτοπεποίθηση σε σχέση με το σώμα και τον εαυτό (Nathanson & Botta, 2003). Τα κορίτσια που δέχονται την καθοδηγητική μητρική παρέμβαση σε σχέση με την παρακολούθηση τηλεόρασης και συζητούν κριτικά με τις μητέρες τους τη ρεαλιστικότητα των προτύπων, αλλά και των πράξεων απεικονίζονται, είναι πιο πιθανόν να προστατευτούν από τη σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας (Starr & Ferguson, 2012).

Στην τεχνική της περιοριστικής παρέμβασης οι γονείς θέτουν όρια και κανόνες για την παρακολούθηση τηλεόρασης, όπως έλεγχο του περιεχομένου και του χρόνου παρακολούθησης τηλεοπτικών προγραμμάτων (Valkenburg κ.ά., 1999). Παρόλα αυτά οι πολύ αυστηροί κανόνες φέρουν αρνητικά αποτελέσματα και αντιδράσεις από τους έφηβους προς τους γονείς, ενώ κάποιες φορές οι έφηβοι τείνουν να αποζητούν πιο έντονα με τους συνομήλικους τους τα είδη των προγραμμάτων που τους απαγορεύονται (Nathanson, 2002). Γενικότερα, φαίνεται ότι η απλή απαγόρευση σε σχέση με την τηλεόραση δεν είναι αρκετή για την προστασία των παιδιών από τα σεξουαλικοποιημένα μηνύματα των ΜΜΕ, αλλά χρειάζεται ενεργή γονική παρέμβαση και συζήτηση αναφορικά με το προβαλλόμενο περιεχόμενο, ώστε να είναι η προστασία να είναι πιο αποτελεσματική (Starr & Ferguson, 2012).

Άλλες φορές οι γονείς δεν ακολουθούν ξεκάθαρους κανόνες σε σχέση με την κατανάλωση των ΜΜΕ, αλλά ενθαρρύνουν εναλλακτικές δραστηριότητες, ώστε να αντικαταστήσουν τον χρόνο εμπλοκής των παιδιών τους με τα ΜΜΕ. Οι διαφοροποιήσεις στις στρατηγικές παρέμβασης σε σχέση με τα ΜΜΕ σχετίζονται με χαρακτηριστικά του συστήματος της οικογένειας, όπως η κοινωνική τάξη. Για παράδειγμα, γονείς που συνήθως ακολουθούν πιο συστηματική παρέμβαση σε σχέση με την κατανάλωση των ΜΜΕ ανήκουν συνήθως σε υψηλότερα κοινωνικοοικονομικά στρώματα (Vandewater κ.ά., 2005). Οικογένειες που αντιμετωπίζουν στρες, για παράδειγμα λόγω του χαμηλού οικονομικού τους εισοδήματος ή λόγω εργασιακών προβλημάτων είναι πιο δύσκολο να βρουν χρόνο και ενέργεια για να περιορίσουν τα παιδιά τους στη χρήση των ΜΜΕ και επιτυχώς να τα εμπλέξουν σε εναλλακτικές δραστηριότητες (Jordan, 2005).

Παρόλα αυτά, αν και οι γονείς τις περισσότερες φορές είναι θετικοί στην οριοθέτηση των παιδιών τους σε σχέση με την κατανάλωση των ΜΜΕ, εντούτοις αντιμετωπίζουν διάφορες προκλήσεις σε αυτό, όπως την αντίδραση των παιδιών τους στους κανόνες, την έλλειψη οικονομικών, πολιτισμικών πηγών για αντικατάσταση των ΜΜΕ με εναλλακτικές δραστηριότητες και των ωφελημάτων που συχνά προκύπτουν από την κατανάλωση ΜΜΕ, λόγω της απασχόλησης που προσφέρει στα παιδιά, τις εκπαιδευτικές εμπειρίες και το δωρεάν baby sitting (Evans κ.ά., 2011).

Αποτελέσματα

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που έχουν προκύψει από συνεντεύξεις που έχουν διενεργηθεί με δεκαεφτά γονείς, δεκατρείς μητέρες και τέσσερις πατέρες, που έχουν παιδιά ηλικίας 8-13 ετών. Η απουσία των πατέρων οφειλόταν κυρίως στο ωράριο εργασίας τους, αφού τις περισσότερες φορές εργάζονταν κατά τη διάρκεια της συνέντευξης. Αυτό κυρίως συνέβηκε με όλους τους πατέρες στο χωριό, αλλά και με κάποιους πατέρες στην πόλη. Σε μια περίπτωση συνέντευξης στην πόλη, ο πατέρας βρισκόταν στο σπίτι, όμως δεν ενδιαφερόταν να συμμετάσχει στη συνέντευξη, κυρίως γιατί θεωρούσε ότι τα θέματα της συνέντευξης ενέπιπταν στο πεδίο ενδιαφέροντος και υπευθυνότητας της μητέρας. Οι περισσότεροι γονείς ήταν Ελληνοκύπριοι, με εξαίρεση κάποιους γονείς που προέρχονταν από διαφορετικό εθνικό υπόβαθρο (μια μητέρα από Βουλγαρία, μια μητέρα από Ουκρανία, ένας πατέρας από ΗΠΑ), ενώ υπήρξε ποικιλία στο κοινωνικό και οικονομικό και μορφωτικό υπόβαθρο των γονέων, καθώς και διαφοροποίηση στο χώρο διαμονής τους (δώδεκα γονείς από πόλη και πέντε από χωριό). Στις περισσότερες περιπτώσεις οι γονείς ήταν παντρεμένοι και συζούσαν και σε μια

περίπτωση μια μητέρα ήταν μονογονέας. Οι συνεντεύξεις λάμβαναν χώρα στο σπίτι της οικογένειας, συνήθως στο σαλόνι και κάποιες φορές στη συνέντευξη ήταν παρόντα και τα παιδιά.

Γονικός Ρόλος και Διαπραγμάτευση της «Σεξουαλικοποίησης της Παιδικότητας»

«Σεξουαλικοποίηση» των κοριτσιών: Ανησυχία ή ένα αθώο παιδικό παιχνίδι;

Στη βιβλιογραφία αναφέρονται πολύ συχνά οι έντονες ανησυχίες που υπάρχουν στις κοινότητες των γονιών σε σχέση με τη σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας, που προάγεται μέσω των καταναλωτικών προϊόντων που απευθύνονται στα παιδιά και μέσω κάποιων προτύπων που προωθούνται μέσω των ΜΜΕ, τα οποία θεωρούνται ότι οδηγούν στην πρόωρη σεξουαλικοποίηση των παιδιών, κυρίως των κοριτσιών. Στη συντριπτική πλειοψηφία των συνεντεύξεων δεν αναφέρθηκαν από τους γονείς και σκόπιμα από εμένα όροι όπως «σεξουαλικοποίηση» ή «σέξι», όμως, ειδικότερα για τα κορίτσια, εκφράστηκαν παρατηρήσεις που αφορούσαν καταναλωτικές επιθυμίες «ακατάλληλες» για την ηλικία τους. Όσον αφορά τα αγόρια, για τα οποία οι γονικές αντιλήψεις θα αναλυθούν πιο κάτω, δεν υπήρξαν αναφορές σε «ακατάλληλες» καταναλωτικές τους επιθυμίες σε σχέση με τη μόδα και την εμφάνιση, ενώ εκφράστηκε η γενικότερη αντίληψη ότι τα αγόρια «είναι πιο βολικά» σε σχέση με τον καταναλωτισμό.

Αναφορικά με τα κορίτσια, παρόλο που οι γονείς συχνά αναφέρθηκαν σε συμπεριφορές και πρακτικές τις οποίες θεωρούσαν «ακατάλληλες» για την ηλικία τους, όπως τα τακούνια, τα αρώματα, το μακιγιάζ ή τα «γυναικεία» ρούχα όπως μακριά φορέματα, ωστόσο οι γονείς δεν εκφράστηκαν με έντονη ανησυχία σε αυτά και ο τρόπος αντιμετώπισής τους ποικίλει. Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί το κενό το οποίο οι Buckingham κ.ά. (2010) εντοπίζουν σε σχέση με το μη συστηματικό ορισμό της «σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας» και των προϊόντων και των συμπεριφορών που θεωρούνται ότι την προωθούν, καθώς και τη μη ξεκάθαρη διάκριση μεταξύ «sexual» (τι αποτελεί έκφραση της σεξουαλικότητας) και «sexualized» (σεξουαλικοποίηση). Συνεπώς, το τοπίο είναι πολύ θολό σε σχέση με τον ορισμό των «σεξουαλικοποιημένων» συμπεριφορών και αυτό είναι που προκύπτει και μέσα από τις συνεντεύξεις με τους γονείς, αφού δεν φαίνεται να υπάρχει σταθερό σημείο αναφοράς στον ορισμό των αγαθών ή των συμπεριφορών που θεωρούνται «σεξουαλικοποιημένα» ή «σέξι» και το πότε αυτά προκαλούν γονική ανησυχία ή όχι. Είναι επίσης πιθανόν οι γονείς να δικαιολογούσαν με διάφορους τρόπους την εμπλοκή των κόρων τους στη σεξουαλικοποιημένη κουλτούρα και να μην εξέφρασαν ανησυχίες για αυτό, εξαιτίας του γεγονότος ότι στην Κύπρο δεν

υπάρχει σε δημόσιο επίπεδο η σχετική συζήτηση και ο λόγος (discourse), ούτως ώστε να γνωστοποιηθεί το ζήτημα και να δώσει στους γονείς τη βάση και το επιχειρήμα πάνω στον οποίο στηριχθούν και να μιλήσουν για αυτό.

Η Αφροδίτη, ήταν η μοναδική μητέρα η οποία αναφέρθηκε άμεσα στο «σέξι» στυλ που προτιμά η κόρη της, προσδιορίζοντας το ως «shiny», «παράξενο» και με προτίμηση στα στενά, κοντά και αποκαλυπτικά ρούχα, στα τακούνια και στα κοσμήματα, μια εμφάνιση που τη θεωρεί «ακατάλληλη για την ηλικία» της κόρης της. Παρόλα αυτά, αν και προσδιορίζει και αντιλαμβάνεται την επιθυμία της κόρης της για «σέξι» εμφάνιση, δεν εκφράστηκε με ανησυχία για αυτό.

Αφροδίτη: Προτιμά παράξενα ρούχα κυρίως. Έτσι στενά, σέξι, γυαλιστά, shiny. Shiny οπωσδήποτε! Ξέρεις, παντελόνια σε στυλ βράκες ή κάτι...

ΓΚ: Έτυχε να σου ζητήσει κάτι που θεώρησες ότι ταιριάζει για μεγαλύτερες ηλικίες;

Αφροδίτη: Ε τούτα τα κοντά... Να βγαίνει έξω η κοιλιά. Εε... τα στενά, τα βραχιόλια, τα τακουνάκια... Και τώρα στενοχωριόμαστε που μίκρυναν τα τακουνάκια και πρέπει να αγοράσουμε άλλα τακουνάκια. Παπούτσια να κάνουν τακ τακ τακ!

(Αφροδίτη, μητέρα εντεκάχρονης Νικολέτας, πόλη)

Η Αγγελική, μητέρα της εννιάχρονης Κορίνας, φάνηκε να αντιλαμβάνεται με παρόμοιο τρόπο το «σέξι στυλ», αν και δεν αναφέρθηκε άμεσα σε αυτό. Εντούτοις αντιλαμβανόταν ως «ακατάλληλο» για την παιδική ηλικία το εφηβικό και «extreme» στυλ, όπως τα αποκαλυπτικά hot pants. Παρόλα αυτά, θεώρησε ότι η Κορίνα είναι ακόμα «παιδάκι», διακατέχεται από αθωότητα, έτσι δεν έχει τέτοιου είδους επιρροές από το περιβάλλον της, για αυτό και δεν απαιτεί ακόμα τέτοιου είδους αγαθά:

Αγγελική: Δεν ζήτησε κάτι που να μην ταιριάζει στην ηλικία της... Μπορεί ακόμα επειδή είναι παιδάκι. Αν ήταν πιο κοντά τη εφηβεία κι έβλεπε κάτι πιο extreme, ας πούμε hot pants και να ήταν ο μισός της κόλλος [σιγανά] έξω, μπορεί. Αλλά ακόμα δεν φτάσαμε σε εκείνη τη φάση.

(Αγγελική, μητέρα εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Ωστόσο, στην πορεία η Αγγελική μίλησε για επιθυμίες της Κορίνας που θεωρεί «ακατάλληλες» για την ηλικία της, όπως τα τακούνια. Παρόλα αυτά, όπως φαίνεται από το

παρακάτω απόσπασμα, το κατά πόσο μια συμπεριφορά ή αγαθό αποτελεί «σεξουαλικοποιημένη» και «ακατάλληλη για την ηλικία» των παιδιών πρακτική και συνεπώς κατά πόσον εγείρει ανησυχίες στους γονείς, καθορίζεται ανάλογα από το πλαίσιο, τον τρόπο και τον λόγο για τον οποίο συμβαίνει.

- ΓΚ:* Έτυχε ποτέ να σας ζητήσουν να αγοράσουν κάτι που ήταν ακατάλληλο για την ηλικία τους;
- Αγγελική:* Εεε... τα τακουνάκια. Αρχικά είχα αντίσταση, αλλά μετά ενέδωσα.
- Μάριος:* Δεν ήταν, απλώς δεν ήταν χρήσιμο πράμα.
- Αγγελική:* Δεν ήταν, απλώς ήθελαν... Παραπάνω στο σπίτι τα φορούσαν, όταν έρχονταν φίλες τους και ντύνονταν νεράιδες και τα φορούσαν και τους άρεσαν. Δεν μπορώ να πω ότι θέλουν να τα φορούν εκτός σπιτιού.
- Μάριος:* Ναι Αγγελική, αλλά δεν είναι κατάλληλα. Είναι παιδικά, απλώς ήταν useless εκείνα τα πράματα.
- Αγγελική:* Εντάξει, ήταν απλώς για να ικανοποιήσουν εκείνη την ανάγκη που...
- Μάριος:* Δεν μας είπε να της αγοράσουμε κάτι που δεν της πάει, δεν είναι της ηλικίας της, ας πούμε.. Μας είπε ποτέ να πάρει κάτι που εσύ να έκρινες ότι δεν ταιριάζει για την ηλικία της; Ας πούμε μια φούστα κοντή; Όχι.
- Αγγελική:* Όχι, όχι. Μα αφού φορούν και τα κοντά. Όχι. Δεν είχε κάτι που να...
- (Μάριος και Αγγελική, γονείς εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Τα τακούνια στην περίπτωση αυτή θεωρήθηκαν από την Αγγελική ως μέρος ενός «κοριτσίστικου» παιδικού, αθώου παιχνιδιού με τις φίλες, κάτι που δεν μεταφέρει σεξουαλικούς συνειρμούς. Οι «κοντές φούστες» επίσης διαφορετικά εκλαμβάνονταν από τον πατέρα και διαφορετικά από τη μητέρα, αφού ο πατέρας θεώρησε ότι η κόρη του ποτέ δεν ζήτησε κάτι «ακατάλληλο», όπως κοντή φούστα, ενώ η μητέρα ανέφερε ότι ήδη φορεί, χωρίς όμως να εκφράζεται για αυτό με ανησυχία ή να το εκλαμβάνει ως μια ακατάλληλη εμφάνιση για την ηλικία της Κορίνας. Από την άλλη, στο προηγούμενο απόσπασμα, τα hot pants, θεωρήθηκαν από την Αγγελική ως «ακατάλληλα», συνεπώς, φαίνεται ότι υπάρχει μια θολή οριοθέτηση μεταξύ του τι κρίνεται ως «κατάλληλο» ή «ακατάλληλο», που σχετίζεται με το πλαίσιο και τον τρόπο που φοριέται και κατά πόσο θα μεταφέρει σεξουαλικά μηνύματα.

Κάτι αντίστοιχο συμβαίνει και με το ενδιαφέρον των κοριτσιών για το μακιγιάζ, μια επιθυμία που αρκετές μαμάδες έκριναν ως «ακατάλληλη» για την ηλικία τους και εξέφρασαν τη διαφωνία τους:

Αγγελική: Της αρέσουν τα καλλυντικά, θέλει πολύ να μακιγιάρεται. Παίρνει και τα δικά μου και βάφεται και χωρίς την άδεια μου... Όταν θα πάμε κάπου, ειδικά αν είναι γάμος ή βάφτιση, κάτι πολύ πιο ξεχωριστό από μια απλή επίσκεψη νιώθει την διαφορά και επειδή με βλέπει κι εμένα πάει μόνη της και βρίσκει τα δικά της. Κάτι παιδικά. Κάποτε μας τα δίνουν, όταν αγοράζουμε παπούτσια από τα Kickers, δίνουν κάτι Lelli Kelly lip gloss και τα έχει φυλαγμένα και βάζει [γέλιο]. Κι ο παπάς της νευριάζει. Κι εγώ νευριάζω. Προσπαθώ να της τα βγάλω, να αφήσω μόνο λίγο πάνω.

(Αγγελική, μητέρα εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Ωστόσο, από τα λεγόμενα της Αγγελικής δεν ξεκαθαρίζεται τι είναι ακριβώς αυτό που την ανησυχεί σε σχέση με το μακιγιάζ: κατά πόσο αφορά λόγους υγείας, κατά πόσο θεωρείται ως μια πρακτική που αισθητικά δεν συνάδει με την παιδική ηλικία ή κατά πόσο μεταφέρει σεξουαλικούς συνειρμούς. Από την άλλη, από την παρακάτω συζήτηση με τη Ροδοθέα και τη μητέρα της, Μαγδαλένα, καθίσταται σαφές ότι η διαφωνία σε σχέση με το μακιγιάζ αφορά λόγους υγείας και τοξικότητας των προϊόντων.

ΓΚ: Το μακιγιάζ σου αρέσει;

Ροδοθέα: Όχι, δεν βάζω ούτε μάσκαρα, ούτε σκιές, αλλά κάποτε μπορεί να βάλω, όχι κοκκινάδι... από το άλλο, πώς το λεν... lip gloss! Βάζω όταν θα πάω σε γάμο, κάποτε μπορεί να τύχει σε φίλη, αυτά!

ΓΚ: Μάσκαρα και σκιές γιατί δεν βάζεις;

Ροδοθέα: Πρώτον και κύριον δεν με αφήνει η μάμα μου. Δεύτερον, όταν μου λέει ότι αν βάζω πολύ τακτικά κοκκινάδι μπορεί να χάσουν λίγο χρώμα τα χείλη μου και να μην είναι έτσι κόκκινα. Ή τα μάτια... Γιατί μας είπε μια φίλη της μάμας μου, ότι ένα κορίτσι έβαζε σκιές και έχασε το χρώμα της. Κι έτσι φοβάμαι εγώ!

[...]

Μαγδαλένα: Ναι, για το κοκκινάδι της είπα (ότι δεν είναι καλά να βάζει γιατί μπορεί να χάσουν τα χείλη το χρώμα τους). Όπως και η άλλη μου η κόρη. Μέχρι 15 χρονών ούτε μια φορά δεν είχε βάλει κοκκινάδι. Προσπαθούμε έτσι. Ευτυχώς όμως ακούει πολύ τις συμβουλές μας, είμαστε εντάξει. Και προσπαθώ πολύ λίγο με το πιστολάκι ή τη λάκα στα μαλλιά. Όσο πιο λίγο γίνεται. Δεν την

αφήνω να βάζει έτσι πράγματα συνέχεια ή στο σχολείο. Μόνο αν έχουμε γάμο κάποτε ή κάτι άλλο επίσημο.

(Μαγδαλένα, μητέρα δεκάχρονης Ροδοθέας, χωριό)

Την ίδια καθοδήγηση και παρόμοια επιχειρήματα η Μαγδαλένα δίνει στη Ροδοθέα και σε σχέση με τα παιδικά τατουάζ, όπου η Ροδοθέα ανέφερε: «Η μαμά μου είπε ότι λερώνεται το αίμα σου και μετά μπορεί να πάθεις και καρκίνο. Και φοβάμαι πολύ εγώ».

Επίσης, όπως και με τα τακούνια, έτσι και για τα καλλυντικά και τα αρώματα, ορίζεται από τους γονείς κάποιο συγκεκριμένο πλαίσιο και περιστάσεις κατά το οποίο η χρήση τους θεωρείται αποδεκτή και επιτρεπόμενη, όπως σε επίσημες εξόδους, π.χ. σε γάμους, ή στο πλαίσιο του παιχνιδιού. Φαίνεται ότι αντιλαμβάνονται την επιθυμία αυτή των κοριτσιών τους ως μια συνήθεια, μια μίμηση των ενήλικων γυναικείων προτύπων, μια μεταμφίεση και έμφυλη επιτέλεση που γίνεται συνήθως για την ευχαρίστησή τους μέσω ενός αθώου παιχνιδιού, ειδικότερα στην περίπτωση που και οι μητέρες το χρησιμοποιούν και έτσι μεταφέρουν στις κόρες τους το παράδειγμά τους. Ταυτόχρονα, όπως αναφέρουν οι Buckingham κ.ά. (2010), η πρακτική του μακιγιάζ είναι τόσο κοντά στην πρακτική του face painting, η οποία θεωρείται καθαρά «παιδική» δραστηριότητα και είναι πολύ δημοφιλής σε κορίτσια και αγόρια από πολύ μικρή ηλικία. Συνεπώς, είναι πολύ δύσκολο να οριοθετήσει κανείς το σημείο στο οποίο το μακιγιάζ γίνεται μη «αποδεκτή» πρακτική για τα παιδιά.

Κωνσταντίνα: Άμα θα πάμε σε γάμο θέλουν να βαφτούν, σε καμιά άλλη περίπτωση.

Στέφανος: Πάντα.... άμα θα παν κάπου επίσημα. Όχι στο σχολείο ή καθημερινά ας πούμε.

Κωνσταντίνα: Καθημερινά ουδέποτε. Μόνο όταν παίζουν, θα βάλουν πάνω τους. Έχουν τούτο το παιχνίδι που παίζουν και με τη ξαδέρφη της και θα μασκαρευτούν, θα βάλουν πλεξούδες, θα βάλουν περούκες πάνω τους... θα βάλουν... πάνω στο παιχνίδι. Θα βάλουν αρώματα...

(Κωνσταντίνα και Στέφανος, γονείς εντεκάχρονων Έλενας και Θεόδωρου και δεκατριάχρονης Νίκης, πόλη)

Από την άλλη η Αφροδίτη, αν και αντιλήφθηκε την ενασχόληση της κόρης της με πρακτικές ομορφιάς, όπως το φτιάξιμο των μαλλιών και το μακιγιάζ, ως μέρος μιας στρατηγικής για εντυπωσιασμό των αγοριών, αλλά και των άλλων κοριτσιών και ως προσπάθεια ενίσχυσης του κοινωνικού της κεφαλαίου στον κύκλο των συνομήλικων με

κύριο όπλο την ομορφιά, εντούτοις δεν απαγόρευσε τις συμπεριφορές αυτές, φανερώνοντας ότι κατά βάθος δεν το αντιλαμβάνεται ως κάτι ανησυχητικό ή τουλάχιστον θεωρώντας ότι είναι κάτι το ελεγχόμενο.

Αφροδίτη: Το Σάββατο είχαν παρουσίαση «Πανηγύρι Επιστήμης» στο σχολείο. Φίλοξενήσαμε τη φίλη της από την προηγούμενη νύχτα για να κάνουν προετοιμασίες. Οι προετοιμασίες ήταν να κάνουν τα μαλλιά τους πλεξούδες για να τα αφήσουν μετά κάτω, να βάψουν τα νύχια, τους, να διαλέξουν τα ρούχα τους...

Νικολέτα: Βάλαμε κι αυτοκόλλητα πάνω στα νύχια.

Αφροδίτη: Το πρόσωπό της δεν το έβαψε, αλλά της αρέσει.

Νικολέτα: Μου αρέσει η μάσκαρα.

Αφροδίτη: Βάζουν και μάσκαρα στα μαλλιά για να βάψουν κάποιες τούφες.

ΓΚ: Για το «Πανηγύρι Επιστήμης» γιατί έγινε τούτη όλη η προετοιμασία με τη φίλη της;

Αφροδίτη: Για τα αγόρια!

Νικολέτα: Δεν είναι για αυτό [γέλιο]!

Αφροδίτη: Ε και για τα άλλα κορίτσια.

Νικολέτα: Όχι.

(Αφροδίτη, μητέρα εντεκάχρονης Νικολέτας, πόλη)

Η ενασχόληση με την ομορφιά, εξάλλου, είναι κάτι που ενθαρρυνόταν από την Αφροδίτη, αφού όπως ανέφερε συχνά περνούσε τον ελεύθερο της χρόνο με την κόρη της κάνοντας τέτοιες δραστηριότητες. Είναι δραστηριότητες κοινού ενδιαφέροντος που δένουν τη μητέρα με την κόρη και στις οποίες η μητέρα φαίνεται να αποτελεί το πρότυπο για κοινωνική μίμηση από τη Νικολέτα.

Αφροδίτη: (Στον ελεύθερο μας χρόνο) κυρίως είναι τα μαθήματα και τα ιδιαίτερα, αλλά... πηγαίνουμε και ψωνίζουμε. Της αρέσει να την παίρνω στο mall, πηγαίνουμε Λήδρας, κάποτε φτιάχνουμε μπισκοτάκια... Ή χτενιζόμαστε, κάνουμε μόδες στα μαλλιά μας [γέλιο]! Μου κάνει κότσους, ιδίως άμα είναι ισιωμένα τα μαλλιά μου. Κάποτε της αρέσει να με βάφει.

(Αφροδίτη, μητέρα εντεκάχρονης Νικολέτας, πόλη)

Από την άλλη, η Αφροδίτη στην πορεία εξέφρασε την ανησυχία της σε σχέση με την έντονη ενασχόληση της κόρης της με την ομορφιά και την εμφάνιση και για τον πολύ χρόνο που αφιερώνουν σε αυτή. Η κύρια της ανησυχία στο σημείο αυτό εστιάστηκε στην παραμέληση των μαθημάτων, στην παραμέληση της ανάπτυξης άλλων πτυχών της προσωπικότητας, πέρα από την όμορφη εμφάνιση και στην αρνητική εντύπωση που τέτοιες συμπεριφορές δημιουργούν στους άλλους:

Αφροδίτη: Με ανησυχεί και της το λέω συχνά και κάποτε πληγώνεται ότι δεν γίνεται ο νους της να είναι πάνω στα μαλλιά, στα νύχια και στα ντυσίματα.

ΓΚ: Νομίζεις ότι την αποσπούν από άλλες δραστηριότητες;

Αφροδίτη: Όχι είμαι σίγουρη ότι την αποσπούν [γέλιο]!

Νικολέτα: Δεν είναι, δεν είναι [θυμωμένη].

Αφροδίτη: Της λέω ότι το πιο σημαντικό είναι να έχεις μυαλό πρώτα απ' όλα, να είσαι έξυπνη..

Νικολέτα: Έχω! Έχω!

Αφροδίτη: Δεν φτάνει να είσαι όμορφη εξωτερικά και τα ρούχα.

Νικολέτα: Νομίζεις ότι είμαι παλαβή;

Αφροδίτη: Όχι, τούτο μου λέει. Νομίζει ότι νομίζω ότι είναι παλαβή. Ακριβώς, της λέω, είναι για να μην δείχνεις στους άλλους, επειδή ξέρω ότι έχεις νου, αλλά όταν ασχολείσαι μόνο με την εξωτερική σου εμφάνιση οι άλλοι...

Νικολέτα: Δεν είμαι παλαβή! Αφού έχω τους πιο ψηλούς βαθμούς της τάξης.

Αφροδίτη: Ναι, αλλά ένας που θα σε δει θα πει: «είναι μια χαζοβιόλα αυτή που ασχολείται μόνο...». Δεν θα περπατάς στο δρόμο και να δείχνεις τους βαθμούς σου. Μπορείς να δείξεις το νου σου, χωρίς να κρατάς χαρτί. Μπορείς να συμπεριφέρεσαι με τέτοιο τρόπο που να καταλαβαίνει ο άλλος ότι είσαι σοβαρή.

(Αφροδίτη, μητέρα εντεκάχρονης Νικολέτας, πόλη)

Στο πιο πάνω απόσπασμα, αλλά και στα επόμενα που ακολουθούν, καθίσταται φανερό η πρακτική που ακολουθούσαν αρκετοί γονείς, οι οποίοι επιχειρούν να αντιμετωπίσουν τις «ακατάλληλες» για την ηλικία απαιτήσεις των παιδιών τους και την έντονη ενασχόλησή τους με πρακτικές ομορφιάς, κάνοντας τα παιδιά τους να δουν τον εαυτό τους μέσα από ματιά κάποιου άλλου, προσπαθώντας έτσι να τα προστατεύσουν από το να προκαλέσουν αρνητικές εντυπώσεις και κακεντρεχή σχόλια που πιθανόν να τα πληγώσουν. Κυρίως όμως φάνηκε ότι για τους γονείς στην κυπριακή κοινωνία έχει

ιδιαίτερη βαρύτητα η εικόνα που δημιουργείται στον κοινωνικό τους περίγυρο και η γνώμη των άλλων τόσο για τον εαυτό τους, όσο και για τα παιδιά τους, τα οποία αποτελούν προέκταση του εαυτού τους και τα οποία καθρεφτίζουν το οικονομικό, κοινωνικό και πολιτισμικό κεφάλαιο της οικογένειάς τους μέσω του γούστου και των προτιμήσεών τους. Αυτή η προσέγγιση παρουσιάστηκε κυρίως για πρακτικές και καταναλωτικά αγαθά που προωθούν τη «σεξουαλικοποίηση» των κοριτσιών, όπως τα αρώματα και τα τακούνια, τα οποία αναφέρονται στα πιο κάτω αποσπάσματα. Οι γονείς στις πιο κάτω περιπτώσεις φάνηκε ότι προσπαθούν να προστατεύσουν την «παιδική αθωότητα» των κοριτσιών τους, περιορίζοντας τα σε αγαθά που είναι «κοριτσίστικα» και ταιριάζουν σε «κοπελίτσες» και συνεπώς αποτρέποντάς τα από την πρόσβαση σε «σεξουαλικοποιημένα» αγαθά. Ταυτόχρονα, αυτή είναι μια πρακτική προστασίας του εαυτού τους από το στίγμα των «ανεύθυνων» και «κακών» γονιών που εκθέτουν τα παιδιά τους σε σεξουαλικοποιημένα αγαθά, με τα οποία τα παιδιά εκφράζουν τη σεξουαλικότητα τους, κάτι που ταυτίζεται με οικογένειες χαμηλότερου κοινωνικού και πνευματικού υπόβαθρου, κάτι που χαρακτηριστικά η Αγγελική αποκαλεί «χωριάτικο». Αξίζει να σημειωθεί ότι η προσπάθεια για προστασία της «παιδικής αθωότητας» αφορούσε μόνο κορίτσια, αφού φαίνεται ότι για τους γονείς το θέμα αυτό δεν υφίσταται για τα αγόρια, αφού κανένας γονιός δεν εξέφρασε σχετικές ανησυχίες για τα αγόρια του.

Χριστίνα: Έτυχε να θέλουν αρώματα που να είναι πολύ extreme η μυρωδιά, να μην κάνει για μωρό... Καταρχήν, θα τους πω: «Τι έβαλες; Είναι πολύ ενοχλητικό ή πολύ εκνευριστικό να μυρίζει ένα μωρό έτσι. Άλλο να το μυριστείς πάνω σε μια κοπέλα». Μπορεί να τους αρέσει πολύ και να επιμένουν, αλλά μπορεί να πειστούν, ότι, ναι, είναι άσχημο, ας πούμε. Άμα μπαίνεις σε ένα χώρο κι εκνευρίζεις τον άλλο. Ή σε μια τάξη μπαίνεις κι έχει τόσα μωρά που έχουν αλλεργία ή κάτι κι εσύ μυρίζεις έντονα. Θα ένιωθες καλά να σου πουν «ουφ μα τι είναι αυτό που λούστηκες;» [γέλιο]. Φυσικά, άμα μου αρέσκει κι εμένα υπερβολικά και νιώθω ότι: «Εντάξει, είναι ένα απλό κοριτσίστικο άρωμα», θα το πάρουμε, εντάξει.
(Χριστίνα, μητέρα δεκατριάχρονης Ειρήνης και εντεκάχρονης Δανάης, πόλη)

Μάριος: Της λέω: «Κορίνα μου απλώς δεν σου πηγαίνει (τα τακούνια), είναι για μεγάλες γυναίκες αυτό το πράγμα, εσύ είσαι κοπελίτσα και δεν είναι χαριτωμένο πράμα. ... Να βάλεις κάτι που σου πηγαίνει».

(Μάριος, πατέρας εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Αγγελική: Τακούνια της αρέσουν. . . Που εμένα δεν μου αρέσουν για την ηλικία της, το βρίσκω χωριάτικο.

(Αγγελική, μητέρα εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Μια άλλη προσέγγιση της παιδικής αθωότητας έδωσε η Νατάσα, μητέρα της δεκάχρονης Σοφίας. Πρόκειται για μια οικογένεια εργατικής τάξης, που διαμένει στο χωριό και που έχει στενή σχέση με τη θρησκεία, αφού η μητέρα της διδάσκει στο κατηχητικό, ψέλνει στην εκκλησία, νηστεύει συστηματικά η ίδια και τα παιδιά της και το σπίτι τους είναι γεμάτο με αγιογραφίες. Η Νατάσα φάνηκε να αντιμετωπίζει την κόρη της ως «σεξουαλικά αφελή», πιστεύοντας ότι βιώνει μια «αθώα» παιδικότητα, με «παιδικά» ενδιαφέροντα και γούστο στη μόδα και στη μουσική, κάτι που δεν συνάδει με τις προτιμήσεις που η Σοφία εξέφρασε στη δική της συνέντευξη. Η Σοφία, όπως μου είπε, είναι μεγάλη θαυμάστρια της Katy Perry, ξέρει τα τραγούδια της, παρακολουθεί τα βίντεο κλιπ της και θα της άρεσε να έχει το στυλ και τα ρούχα της. Επίσης της αρέσει να μακιγιάρεται, να φτιάχνει τα νύχια και τα μαλλιά της και να μιλά με τις φίλες της για μόδα. Η μητέρα της, από την άλλη, ανέφερε στη συνέντευξη ότι θεωρεί πως η κόρη της δεν επηρεάζεται από τα πρότυπα που προωθούνται μέσα από τα ΜΜΕ και ότι η μουσική που αρέσει στην κόρη της είναι κυρίως θρησκευτικού περιεχομένου, όπως τα τραγούδια που μαθαίνουν στο κατηχητικό, και ότι το κύριο της ενδιαφέρον είναι να παίζει παιχνίδια με τα ξαδέρφια της στην αυλή.

Η μη σύγκλιση στα λεγόμενα μητέρας και κόρης είναι πιθανόν να πηγάζει από διάφορους λόγους: πρώτον η Νατάσα, όπως ανέφερε, δεν ασχολείται με το διαδίκτυο, ούτε έχει επαφή με τη «μοντέρνα» ποπ κουλτούρα, για αυτό πιθανόν να μην είχε την πολιτισμική γνώση που θα της επέτρεπε να αναγνωρίσει και να κατανοήσει το μουσικό γούστο και προτιμήσεις της Σοφίας. Υπάρχει επίσης το ενδεχόμενο η Νατάσα να γνώριζε τις επιθυμίες της Σοφίας, αλλά να απέφευγε να τις αναφέρει στη συνέντευξη, θεωρώντας ίσως ότι τέτοιες προτιμήσεις είναι κατακριτέες και μη αποδεκτές για μια θρησκευόμενη οικογένεια. Ίσως ακόμα να ήταν μια προσπάθεια της μητέρας για διαχωρισμό της οικογένειάς της από τις οικογένειες που επιτρέπουν στα παιδιά τους την ενασχόληση με «χαμηλότερου επιπέδου» κουλτούρα, κάτι που συχνά χαρακτηρίζει το γούστο και τις προτιμήσεις οικογενειών χαμηλότερου στάτους. Από την άλλη, ίσως η Σοφία να ένιωθε άβολα να εκφράσει στη μητέρα της τις πραγματικές της επιθυμίες και προτιμήσεις, γνωρίζοντας τη στενή σχέση της οικογένειάς της με τη θρησκεία και την πίστη σε παραδοσιακές αξίες, όπως το «σεμνό» ντύσιμο και συμπεριφορά, καθώς και τα έμφυλα

στερεότυπα που θέλουν τα κορίτσια «αγνά» και «αθώα». Φαίνεται λοιπόν ότι, παρόλο που στη βιβλιογραφία (Starr & Ferguson, 2012) η θρησκεία και οι αξίες που πρεσβεύει, όπως π.χ. το σεμνό ντύσιμο, παρουσιάζονται ως «προστατευτικός» παράγοντας στη σεξουαλικοποίηση των κοριτσιών, στη συγκεκριμένη περίπτωση η θρησκεία φαίνεται να αποτελεί παράγοντα που προωθεί τον κομορμισμό και συντηρητισμό στο πλαίσιο της οικογένειας, σε επιφανειακό επίπεδο όμως, αφού φαίνεται ότι η επιθυμία των παιδιών για καταναλωτικά αγαθά και MME που προωθούν τη «σεξουαλικοποίηση» υπάρχει, ακόμα και σε θρησκευόμενες οικογένειες, απλά πιθανόν να εκφράζεται με λιγότερο έκδηλο τρόπο. Επίσης, η υπερβολική αυστηρότητα που προέρχεται από τα θρησκευτικά ιδεώδη, μπορεί να επιφέρει τα αντίθετα αποτελέσματα, αφού τα κορίτσια που υπερπροστατεύονται μπορεί να θεωρήσουν τα σεξουαλικοποιημένα ιδεώδη ως «απαγορευμένο καρπό» κι έτσι να τα εξιδανικεύσουν (Starr & Ferguson, 2012). Λαμβάνοντας ακόμα υπόψη το προφίλ της οικογένειας, τότε πιθανόν να ακολουθείται το κοινωνικά κατευθυνόμενο μοντέλο επικοινωνίας (socio-oriented communication), και συνεπώς ένας πιο αυστηρός τρόπος διαπαιδαγώγησης των παιδιών, με αποτέλεσμα η Σοφία να έχει περιορισμένη εξουσία και να αισθανόταν άβολα να εκφράσει στη μητέρα της το γούστο της και τις πραγματικές της επιθυμίες. Ωστόσο, όποιοι κι να ήταν οι πιθανοί λόγοι για τη διαφοροποίηση στην οπτική μεταξύ μητέρας και κόρης, εντούτοις φαίνεται ξεκάθαρα η έντονη πεποίθηση της Νατάσας για την αθωότητα και αγνότητα που χαρακτηρίζει την παιδική ηλικία και συνεπώς τη ζωή και τα βιώματα της κόρης της.

Αγόρια, «σεξουαλικοποίηση» και κατανάλωση: «Τα αγόρια είναι πιο βολικά».

Στις συζητήσεις με τους γονείς πολλές φορές εκφράστηκε η πεποίθηση ότι τα αγόρια είναι πιο «βολικά» στο μέγαλωμα και στην ανατροφή. Συγκεκριμένα, οι γονείς συχνά ανέφεραν ότι τα αγόρια είναι διαφορετικά από τα κορίτσια, δεν βιάζονται να μεγαλώσουν γρήγορα, δεν ζητούν πράγματα που δεν αρμόζουν στην ηλικία τους και δεν έχουν εμμονή με τον καταναλωτισμό. Συζητώντας με τους γονείς κατά πόσο τα παιδιά τους ζήτησαν κάτι που έκριναν «ακατάλληλο» για την ηλικία τους, οι γονείς αγοριών εστίαστηκαν κυρίως σε απαιτήσεις σχετικές με την τεχνολογία, όπως απόκτηση κινητού τηλεφώνου, τηλεόρασης στο υπνοδωμάτιο και συσκευών για ακρόαση μουσικής. Τέτοιου είδους επιθυμίες αναφέρθηκαν σε κάποιες περιπτώσεις κι από γονείς κοριτσιών, ωστόσο, όπως αναλύθηκε πιο πάνω, οι απαντήσεις που έδωσαν οι γονείς κοριτσιών διαφοροποιήθηκαν σε μεγάλο βαθμό, αφού αναφέρθηκαν κυρίως σε καταναλωτικές επιθυμίες όπως τακούνια και αρώματα, καθώς και σε πρακτικές ενασχόλησης με την ομορφιά, όπως το μακιγιάζ.

Αντιθέτως, οι γονείς αγοριών δεν αναφέρθηκαν σε «ακατάλληλες» απαιτήσεις που να σχετίζονται με τη μόδα και την ομορφιά.

Γενικότερα, μέσα από τις συνεντεύξεις φάνηκε έντονα η έμφυλη αντίληψη ότι τα αγόρια δεν ενδιαφέρονται για ρούχα, τη μόδα και τα ψώνια, ενώ κάποιες μητέρες εξέφρασαν την αντίληψη αυτή υπό τη μορφή «παραπόνου, λέγοντας ότι υπάρχει έλλειψη κοινών ενδιαφερόντων με τα αγόρια τους, τα οποία δεν επιθυμούν να τις συνοδεύουν στα ψώνια, μια δραστηριότητα που οι μητέρες αρκετά συχνά απολαμβάνουν με τις κόρες τους:

Αφροδίτη: Ασχολούμαστε με πιο πολλά κοινά πράγματα (με την κόρη μου). Κι αυτής της αρέσει *το φτιάξιμο, τα ντυσίματα...* [το λέει ναζιάρικα, τρυφερά]. Ή να πάμε για ψώνια. Θυμάμαι τον γιο μου τον παρακαλούσα να πάμε για ψώνια και δεν ήθελε. Μια φορά που τον ανάγκασα μου είπε: «Θα κυλιέμαι στο πάτωμα αν με πάρεις». Και το έκανε!

(Αφροδίτη, μητέρα εντεκάχρονης Νικολέτας, πόλη)

Ακόμη, όπως φαίνεται από τα πιο κάτω αποσπάσματα, αρκετοί γονείς έτειναν να πιστεύουν ότι τα αγόρια είναι πιο «βολικά», πιο «οικονομικά», αφού δεν έχουν πολλές καταναλωτικές απαιτήσεις:

Ορφέας: Για μένα πιστεύω ότι είναι πιο εύκολο να μεγαλώσω τρία αγόρια παρά τρία κορίτσια.

Αγάθη: Εκείνο που κάποτε λέγεται είναι ότι είναι πιο οικονομικά.

Ορφέας: Και οικονομικά, αλλά και σε σχέση με τις απαιτήσεις που μπορεί να έχουν. Νομίζω είναι πιο εύκολο με τα αγόρια. Όσον αφορά το ντύσιμο τους, το τι θα κάνουν, τι θα παίξουν, με ποιους θα είναι. Νομίζω είναι πιο εύκολο με τα αγόρια, πιο βολικά και ίσως και ότι είναι και τα τρία μας παιδιά αγόρια είναι ακόμα πιο βολικό για εμάς. Όσον αφορά τα ρούχα τους, τα παιχνίδια τους, τις συνήθειες τους.

Αγάθη: Μερικές φορές λέμε ότι τα κορίτσια από μια ηλικία και μετά έχουν πιο πολλές απαιτήσεις όσον αφορά τη φροντίδα της εμφάνισής τους. Για παράδειγμα, αν στη θέση του Χριστόφορου είχα έφηβο κορίτσι, νομίζω ότι θα ήταν πιο απαιτητική όσον αφορά την εμφάνισή της. Θα ήθελε την κομμώτρια της, την αισθητικό, τα ρούχα της. Ο Χριστόφορος βολεύεται με... Νομίζω το κορίτσι, μπορούσε, μπορούσε δεν ξέρω, να έχει παραπάνω

απαιτήσεις, να επηρεάζεται πιο πολύ. Δεν ξέρω! Μπορούσε να μην είναι κι έτσι, αλλά σύμφωνα με όσα έχω υπόψη μου από άλλους έτσι νομίζω.

Ορφέας: Την άποψη τούτη έχω και εγώ και τη σχημάτισα από άλλους φίλους ή άλλες οικογένειες που έχουν κορίτσια στην ίδια ηλικία και τις απαιτήσεις που έχουν.

(Αγάθη και Ορφέας, γονείς εξάχρονων Ιωάννη και Παύλου και δωδεκάχρονου Χριστόφορου, πόλη)

Αναστασία: What my husband says sometimes is: «I am glad that I don't have girls because then I would have to buy them clothes all the time and these and that».

Brian: I wouldn't like to have teenage girls! They require all these stupid things and brands and the conformity... the mentality of conformity of teenage girls is horrendous! . . . These guys (his sons) might buy shoes or something because their friends have them, but I know that teenage girls think: «My friend has a red lipstick, I need a red lipstick». «She has a new phone, I need a new phone». They are always copying each other and consumerism is even worst with females at this age.

Αναστασία: Yes you see a little girl, 3 years old, and she cares about her hair. Imagine when they become teenagers.

Brian: I expect what is going to happen with boys is that they are going to ask for specific or more expensive items and they will be happy. For example skateboards, guitars, things that they will last for a while and they will be used. For girls is lipstick, new shirt, new shoes. . . . A girl is more expensive! A research in US shows that it is 19% more expensive to raise a girl than a boy. I don't know if it is the same cost here. In Cyprus everything is quite expensive, is expensive to have any kid, but I don't know the difference between having a girl or a boy in terms of cost.

(Αναστασία και Brian, γονείς δεκάχρονων Αλέξη, Νεοκλή, Ηλία, πόλη)

Κωνσταντίνα: Ο Θεόδωρος δεν απαιτεί πολλά πράματα.

Στέφανος: Είναι πιο εύκολο...

Κωνσταντίνα: Δεν ζητά πολλά πράματα. Και το ντύσιμο του είναι πιο απλό και το χτένισμα του είναι πολύ πιο εύκολο, είναι πολύ εύκολο να τον κάμεις

μπάνιο, είναι πολύ πιο εύκολο να τον ντύσεις. Δηλαδή θα του βάλεις ένα τζιν και μια φανέλα, δεν έχει να επιλέξει τίποτε... δεν μας ζητά.

Στέφανος: Είναι η αλήθεια.... Τα κορίτσια είναι πιο απαιτητικά σίγουρα, έχουν παραπάνω απαιτήσεις...

Κωνσταντίνα: Είναι πιο εύκολο, είναι πιο εύκολο! Και το χτένισμα τους είναι πιο εύκολο. Ενώ στα κορίτσια, είναι δύσκολο. Ώσπου να τα χτενίσεις... «Μη μου κόψεις τα μαλλιά μου, μην μου αγγίζεις τα μαλλιά μου... μην μου τα χτενίζεις έτσι, τα θέλω αλλιώς». Θέλει φόρεμα ή θέλει παντελόνι. Και παραπάνω κι οι επιλογές στα παπούτσια που θέλουν. Θα πάρει και χαμηλό, θα πάρει και αθλητικό, θα πάρει και μποτάκια. Ο Θεόδωρος ένα παπούτσι έχει. Ένα για καλό κι ένα για να παίζει. Ούτε ζητά. Μπορεί να του πάρω εγώ ό,τι θέλω και να μην μου πει τίποτε.

(Κωνσταντίνα και Στέφανος, γονείς εντεκάχρονων Έλενας, Θεόδωρου και δεκατριάχρονης Νίκης, πόλη)

Φιλιώ: Δηλαδή είναι πιο ανεξέλεγκτα τα κορίτσια παρά τα αγόρια νομίζω. Εντάξει, όπως σας είπα και πριν, παίζει μεγάλο ρόλο η μάμα και ο παπάς, αλλά παρασύρονται και στο σχολείο. Τι να φορέσουν, τι είναι της μόδας... η τάδε φόρμα ας πούμε.

(Φιλιώ, μητέρα εντεκάχρονου Μιχάλη, χωριό)

Παρόλα αυτά, στις συζητήσεις που ακολούθησαν, κάποιοι γονείς αναφέρθηκαν στη μανία που έχουν τα αγόρια τους με τις ακριβές αθλητικές μάρκες και το αθλητικό ντύσιμο γενικότερα, με αξεσουάρ όπως καπέλα, κουρέματα που πολλές φορές επηρεάζονται από ποδοσφαιριστές και γενικότερα για ένα στυλ που αναδεικνύει μια «cool» όψη της προσωπικότητας, κάτι που γνωρίζουν ότι χαίρει θετικής εκτίμησης και αποδοχής από τον κοινωνικό τους περίγυρο. Όπως και στην περίπτωση των κοριτσιών, αυτές δεν είναι απαιτήσεις που προκαλούν ανησυχία για πρόωρη σεξουαλικοποίηση των αγοριών, αλλά περισσότερο δημιουργούν οικονομική πίεση προς τους γονείς καθώς και ανησυχία για το βαθμό επηρεασμού τους από τη μάζα κι από τους συνομήλικους. Ακόμα, αν και οι γονείς αντιλαμβάνονται ότι πολύ συχνά τα αγόρια τους παρασύρονται έντονα από τον κοινωνικό τους περίγυρο και κυρίως από τους φίλους τους, εντούτοις αυτό δεν φαίνεται να τους ανησυχεί ιδιαίτερα.

- ΓΚ:* What kind of models you don't approve and you think that have bad influence on them?
- Αναστασία:* Like in order to be cool you have to have an earring...
- Brian:* It is terrible. Neoklis especially likes to wear Puma, he likes that brand a lot, he thinks that it is cool to wear Puma... It is terrible, horrible. When we buy shoes to Alex it is a nightmare because he has to buy the most expensive because *they are a brand* that he wants to show to his friends.
- Αναστασία:* Elias doesn't care. Neoklis also cares about brands.
- Brian:* And Alex really cares.
- Αναστασία:* And usually they see other kids to have things like that. Or for example: "My friend got these shoes and I liked them very much".
- Brian:* They understand and they notice these things for the last 3- 4 years.
- ΓΚ:* Why do you think is so important for them to wear brands?
- Αναστασία:* "To look cool". That is the answer we get. "To look cool. To look nice and look cool". [...] We try to explain, that people don't judge you by what you wear but by how you behave, not by your good appearance. So by wearing NIKE or Armani or... whatever they will not say: "Oh look at him, what a nice kid!", if he/she says bad things and behaves badly. So you have to put your... you have to behave good and... ok its is good to look nice and be clean but it is... Usually they get it from other kids, from classmates.

(Αναστασία και Brian, γονείς δεκάχρονων Αλέξη, Νεοκλή, Ηλία, πόλη)

Χαρακτηριστική ακόμα ήταν η περίπτωση του δωδεκάχρονου Χριστόφορου, ο οποίος ανέφερε ότι προσδίδει θετικά χαρακτηριστικά σε ένα άτομο που φορεί ακριβές μάρκες, του κάνει «καλή εντύπωση» όπως είπε, γιατί φαίνεται ότι είναι εύπορος και «καλός άνθρωπος που δεν θα μπει στο σπίτι σου να σε κλέψει». Οι γονείς του, η Αγάθη και ο Ορφέας, οι οποίοι ήταν παρόντες κατά τη διάρκεια της συνέντευξης με το Χριστόφορο, όπως ανέφεραν στη μετέπειτα συζήτησή μας, είχαν ξαφνιαστεί με την αντίληψη αυτή, αφού οι ίδιοι δεν προωθούν τις μάρκες και τα ακριβά ρούχα στα παιδιά τους, έτσι δεν περίμεναν ότι ο γιος τους θα είχε τέτοιες απόψεις. Συνειδητοποίησαν, ακούγοντας το σχόλιο του Χριστόφορου, τον τρόπο με τον οποίο τα παιδιά αντιμετωπίζουν τις ακριβές μάρκες και συγκεκριμένα τον τρόπο με τον οποίο οι μάρκες προσδίδουν στάτους και κοινωνικό κεφάλαιο σε ένα άτομο. Επίσης, ακούγοντας τις απόψεις του Χριστόφορου, αντιλήφθηκαν την έντονη επιρροή του κοινωνικού περιγυρου στα παιδιά, ιδιαίτερα όταν αυτά βρίσκονται σε ένα κύκλο στον οποίο συναναστρέφονται

με άτομα ανωτέρων κοινωνικών στρωμάτων που ακολουθούν συνήθως ένα στυλ με ακριβές και επώνυμες μάρκες, όπως ο Χριστόφορος που φοιτά σε ιδιωτικό σχολείο Μέσης Εκπαίδευσης της Λευκωσίας. Συνειδητοποίησαν ότι παρόλο που ο γιος τους δεν ζητά να αποκτήσει μάρκες, γιατί πιθανόν από μικρό του έθεσαν όρια, εντούτοις εκτιμά θετικά τη μάρκα και το στάτους που αυτή κουβαλά. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε ο πατέρας του: «Επειδή δεν τα κάνει στο σπίτι του, δεν σημαίνει ότι δεν θέλει να τα κάνει».

Υπήρξαν ακόμα αγόρια, που όπως και κάποια κορίτσια, προτιμούσαν «trendy» και “flashy” στυλ, επιρροές που κυρίως προέρχονται από τη ποπ και χιπ χοπ μουσική σκηνή και πρότυπα και που απ’ ό,τι φαίνεται έχουν ουδέτερες ως προς το φύλο επιρροές. Ωστόσο, τα αγόρια που είχαν τέτοιες προτιμήσεις δεν φαίνεται να είναι πολλά. Συγκεκριμένα, στην έρευνα αυτή μόνο οι γονείς του Αλέξη είχαν εκφράσει αυτές τις προτιμήσεις του γιου τους. Αξίζει να σημειωθεί ότι η οικογένεια του Αλέξη ανήκει σε μεσαία κοινωνική τάξη και ζει στην πόλη, σε ένα περιβάλλον δηλαδή που ο Αλέξης πιθανόν πιο εύκολα να μπορεί να ικανοποιήσει τις καταναλωτικές του επιθυμίες και να εκφράσει ένα «διαφορετικό» στυλ που ίσως να εκφράζει μια μορφή αρρενωπότητας πέρα από την ηγεμονική. Ο Αλέξης είναι ένα αγόρι, που όπως ανέφερε στη δική του συνέντευξη, ενδιαφέρεται πολύ για τη μόδα, για το χορό, του αρέσουν τα μοντέρνα κουρέματα και το piercing και είναι σημαντικό για αυτόν να είναι “trendy”. Αν και οι γονείς του σε προηγούμενα αποσπάσματα είχαν εκφράσει την άποψη ότι τα κορίτσια είναι πολύ πιο επιρρεπή στον καταναλωτισμό, φαίνεται να αντιλαμβάνονται το ενδιαφέρον του Αλέξη στη μόδα ως εξαίρεση στον κανόνα αυτό, αναγνωρίζοντας τις έντονες του επιθυμίες για απόκτηση ακριβών αθλητικών μαρκών και “trendy” και “cool” στυλ:

Brian: Alex likes flashier stuff.

Αναστασία: Yes flashier stuff for Alex. Break dance style of clothes and hip hop. Trendy. Μπορεί να φορέσει σαν τις βράκες ας πούμε!

Brian: With the swirl hats for dancing and things like that.

(Αναστασία και Brian, γονείς δεκάχρονων Αλέξη, Νεοκλή, Ηλία, πόλη)

Μέσα από τις συνεντεύξεις λοιπόν, φαίνεται ότι ανάμεσα στους γονείς υπάρχει έντονα το έμφυλο στερεότυπο και η κοινωνική προσδοκία ότι τα αγόρια δεν ασχολούνται με τη μόδα και με πρακτικές ομορφιάς. Για αυτό τον λόγο δεν υπάρχουν έντονες γονικές ανησυχίες για την εμμονή των αγοριών σε ιδανικά ομορφιάς, για τον έντονο επηρεασμό τους από τα πρότυπα των ΜΜΕ και από τον καταναλωτισμό ή για ανησυχίες για σεξουαλικοποίηση τους ή για προσπάθεια για να δείξουν σέξι. Εντούτοις, μέσα από τα

λεγόμενα των γονιών και συχνά μέσα από τις αντιφάσεις στον λόγο τους φαίνεται ότι και τα αγόρια έχουν άποψη για τη μόδα, τα ενδιαφέρει να έχουν συγκεκριμένα στυλ, όπως να είναι “cool” και “trendy” ή έχουν αθλητικό στυλ και να φορούν ακριβές μάρκες. Ο καταναλωτισμός και τα ΜΜΕ φαίνεται να έχουν έντονες επιρροές και στα αγόρια κι αυτό είναι κάτι που προκύπτει κι από τις συνεντεύξεις των ίδιων των αγοριών. Ωστόσο, οι βαθιά ριζωμένες κοινωνικές αντιλήψεις και στερεότυπα ίσως να μην αφήνουν τους γονείς να δουν τις πραγματικές επιθυμίες και επιρροές που δέχονται τα αγόρια τους ή σε περίπτωση που τις βλέπουν, είτε να μην τις αξιολογούν σοβαρά, είτε σε κάποιες περιπτώσεις απλά να μη θέλουν να τις μοιραστούν, γιατί ίσως θεωρούν ότι δεν είναι ενδιαφέροντα που «αρμόζουν» σε ένα αγόρι.

Γονικές Στρατηγικές Καταναλωτικής Διαπαιδαγώγησης των Παιδιών και Χειρισμού της Ενασχόλησης τους με Πρακτικές «Ομορφιάς»

Παράγοντες διαμόρφωσης καταναλωτικής πολιτικής: Γονικές ανησυχίες και προβληματισμοί. Συζητώντας με τους γονείς για θέματα καταναλωτισμού, εκφράστηκαν ποικίλες οπτικές όσον αφορά την εμπλοκή των παιδιών με την κουλτούρα της ομορφιάς και τον καταναλωτισμό, οι οποίες καθορίζουν ανάλογα και τις γονικές καταναλωτικές πολιτικές. Αρκετοί γονείς αναφέρθηκαν σε δεξιότητες ζωής και προσωπικής ανάπτυξης που θέλουν να καλλιεργήσουν στα παιδιά τους, μέσω της ταυτότητας τους ως καταναλωτές, για αυτό και ενθαρρύνουν την προώθηση της ανεξαρτητοποίησης και της ελεύθερης προσωπικής έκφρασης των παιδιών. Επίσης, οι γονείς εξέφρασαν διάφορους προβληματισμούς σχετικά με την καταλληλότητα των καταναλωτικών αγαθών όσον αφορά την ηλικία και το φύλο των παιδιών τους, την πρακτική τους χρησιμότητα και την ικανοποίηση συγκεκριμένων οικονομικών κριτηρίων. Ακόμα για τους γονείς είναι σημαντικό, μέσω συγκεκριμένων καταναλωτικών αγαθών, να προωθήσουν στα παιδιά τους ένα υγιεινό τρόπο ζωής, αλλά και να ενθαρρύνουν την κοινωνική τους ενσωμάτωση στην ομάδα των συνομηλίκων. Τέλος, πολλές φορές οι γονείς αναφέρθηκαν σε διάφορα πρακτικά ζητήματα, όπως η απόσταση από την αγορά και ο διαθέσιμος τους χρόνος, που επίσης συχνά διαμορφώνουν τις καταναλωτικές τους πρακτικές. Οι κυριότεροι γονικοί προβληματισμοί σχετικά με την καταναλωτική διαπαιδαγώγηση των παιδιών τους θα παρουσιαστούν παρακάτω, με την παραβολή σχετικών αποσπασμάτων.

Προώθηση ατομικότητας, ανεξαρτητοποίησης και ελεύθερης προσωπικής έκφρασης των παιδιών. Κάποιοι γονείς, επιθυμώντας να προωθήσουν στα παιδιά τους την ανεξάρτητη και ελεύθερη έκφραση της προσωπικότητάς τους, λειτουργούσαν δημοκρατικά και τους προσέφεραν την ευκαιρία για προσωπική επιλογή στα καταναλωτικά αγαθά που αφορούν τη μόδα. Οι γονείς αντιλαμβάνονταν, ιδιαίτερα καθώς τα παιδιά μεγαλώνουν και μεταβαίνουν από την παιδική ηλικία στην εφηβεία, ότι ξεκινά μια διαδικασία με έντονη την τάση της ανεξαρτητοποίησης και τότε είναι που τα παιδιά πιο καθαρά ξεκινούν να διαμορφώνουν και να διεκδικούν το δικό τους στυλ με τρόπο που να αναδεικνύει την προσωπικότητά τους. Αυτό είναι κάτι που οι γονείς αναγνώριζαν, αν και κάποτε, όπως παραδέχτηκαν, δυσκολεύονταν να το αποδεχτούν. Χαρακτηριστικό είναι το παρακάτω απόσπασμα με τη Φιλιώ, η οποία αν και από τη μια αποκαλεί το δεκάχρονο γιο της Μιχάλη «μωρό»⁹, δείχνοντας πως στα μάτια της είναι ακόμα το μικρό της παιδί, από την άλλη φαίνεται να αναγνωρίζει τη φυσιολογική πορεία εξέλιξης και ωρίμανσης του γιου της, τη δέχεται και για αυτό στηρίζει και ικανοποιεί συνήθως τις καταναλωτικές του επιλογές:

Φιλιώ: Απλά μεγαλώνοντας το μωρό ζήτησε... άλλαξε και πλέον ήθελε να φορεί τζιν, αντί φόρμα ας πούμε. Απλά το ζήτησε μόνος του. Σαν να έγινε πιο ανεξάρτητος. Να έχει το πορτοφόλι του, την ταυτότητα του, να φορεί το ρολόι του. Μόνος του άλλαξε και άρχισε να τα ζητά... Ναι και μου κακοφαίνεται κι εμένα λίγο [γέλιο]. Τα Χριστούγεννα, επειδή το ζήτησε, του αγοράσαμε ρολόι.

(Φιλιώ, μητέρα εντεκάχρονου Μιχάλη, χωριό)

Κατά τη διάρκεια αυτής της φάσης, της προεφηβείας, οι γονείς αντιλαμβάνονταν πιο έντονα ότι επιβαλλόταν να δώσουν στα παιδιά τους την ευκαιρία να κάνουν τις δικές τους επιλογές κι ότι πλέον δεν υπάρχει μεγάλο περιθώριο για αυτούς να επεμβαίνουν στις προτιμήσεις και στο προσωπικό γούστο των παιδιών. Είναι τότε που οι γονείς αναγνωρίζουν ότι πρέπει να δώσουν ψήφο εμπιστοσύνης στα παιδιά τους και με μεγάλη διακριτικότητα πια να τα καθοδηγούν, διαφορετικά είναι εύκολο να χάσουν την εμπιστοσύνη τους και να δεχτούν την προεφηβική τους αντίδραση:

⁹ Στην Κύπρο αποτελεί κοινή πρακτική για τους γονείς να αναφέρονται στο παιδί τους ως «μωρό», ακόμα κι αν αυτό βρίσκεται σε μεγαλύτερη ηλικία, π.χ. στην εφηβεία.

Χλόη: Η Άννα πάει πάρα πολύ συχνά (για ψώνια) με τον παπά της. Της αρέσει παραπάνω. Τον τελευταίο καιρό πάμε και μαζί, όμως, γιατί άλλαξα εγώ. Παλιά, είναι η αλήθεια της έλεγα: «Όχι τούτο θα πάρεις Άννα μου, είναι πολύ ωραίο, σου πηγαίνει». Πέρασε λίγος καιρός να καταλάβω ότι η Άννα δεν είναι Χλόη. Άλλα πράματα της αρέσουν. Δηλαδή ώσπου ήταν πιο μικρή την έντυνα όπως ήθελα εγώ. Από ένα σημείο και μετά, όπως ήθελε η ίδια θα ντύνεται.

ΓΚ: Πότε άλλαξε αυτό; Πότε απέκτησε δικό της στυλ;

Χλόη: Η Άννα πάντα το είχε, απλά εγώ την καταπίεζα. Δηλαδή: «Να κόψουμε τα μαλλιά καρέ». Μέχρι όταν ήταν Δ΄ δημοτικού. Μετά κατάλαβα κι εγώ ότι δεν είναι μωρό πλέον κι έχει το δικό της στυλ. Τώρα πάει μαζί μου να ψωνίσει γιατί ξέρει ότι εκείνο που θα διαλέξει θα πάρει, δεν πρόκειται να επέμβω. Παλιά έκανα εγώ το λάθος.

(Χλόη, μητέρα δεκατριάχρονης Άννας και δωδεκάχρονου Φοίβου, πόλη)

Κωνσταντίνα: Αν τους πάρω κάτι και δεν το θέλουν... Αν το δουν και δεν τους αρέσει, δεν πρόκειται να το φορέσουν ποτέ. Ειδικά η μεγαλύτερη μου κόρη, η Νίκη. Όσες φορές της αγόρασα κάτι... είπε «όχι» τέλος! Ούτε την νοιάζει αν το αγόρασα ή ότι ξόδεψα για αυτό. Τίποτε. Δεν πρόκειται να το φορέσει [τονίζει].

(Κωνσταντίνα, μητέρα εντεκάχρονων Έλενας και Θεόδωρου και δεκατριάχρονης Νίκης, πόλη)

Στο σημείο αυτό αξίζει βέβαια κανείς να διερωτηθεί για τον βαθμό της «ελεύθερης» επιλογής που τα παιδιά έχουν, αφού σε προηγούμενα κεφάλαια έχει συζητηθεί ο μεγάλος βαθμός επηρεασμού των παιδιών, τόσο από τις γενικές τάσεις που προβάλλονται από τα ΜΜΕ, όσο κι από την ομάδα των συνομηλίκων. Είναι παράδοξο λοιπόν το γεγονός ότι, από τη μια, τα παιδιά, ειδικότερα κατά την περίοδο της προεφηβείας, αποζητούν την ανεξαρτησία από τους γονείς τους, μέσω της διεκδίκησης των προσωπικών τους καταναλωτικών επιλογών, αλλά από την άλλη, την ίδια ώρα, συχνά εμπλέκονται σε μια καταναλωτική κουλτούρα που ενθαρρύνει το κομπορμισμό και την ομοιότητα μεταξύ των συνομηλίκων, καθώς και την καπιταλιστική εκμετάλλευση του ατόμου από το σύστημα του καταναλωτισμού.

Πρακτική χρησιμότητα και άνεση. Ωστόσο, αν και πολλοί γονείς προωθούσαν την πρωτοβουλία στα παιδιά τους για ελεύθερη επιλογή, εντούτοις, επενέβαιναν πιο καθοδηγητικά στις περιπτώσεις όπου θεωρούσαν ότι οι καταναλωτικές τους επιλογές δεν ήταν απαραίτητες και δεν προσέφεραν κάποια πρακτική χρησιμότητα ή άνεση. Συχνά οι γονείς συζητούσαν, συμβούλευαν και έθεταν επιχειρήματα στα παιδιά τους, ειδικά όταν αυτά, όπως είπαν η Αναστασία και ο Brian (γονείς των δεκάχρονων Αλέξη, Ηλία και Νεοκλή, πόλη) ζητούν «τρελά πράγματα» και πράγματα που απλά είναι «στη μόδα», όπως γυαλιά, καπέλα, κασκόλ, «επίσημα» ρούχα ή μπότες. Η Φιλιώ (μητέρα εντεκάχρονου Μιχάλη, χωριό), ακόμα, καθοδηγούσε τον γιο της σε συγκεκριμένα χρώματα αθλητικών παπουτσιών, αποθαρρύνοντας τον να πάρει χρώματα, όπως κόκκινο ή έντονο πορτοκαλί, τα οποία δεν θα μπορούσαν να συνδυαστούν εύκολα κι άρα δεν θα ήταν χρήσιμα. Όπως είπε, τον καθοδηγεί προκειμένου «μεγαλώνοντας να μάθει κι εκείνος να κάνει σωστές επιλογές».

Επίσης, αρκετές μαμάδες αναφέρθηκαν στην έντονη επιθυμία των κόρων τους για αγορά «μακριών φανταχτερών πριγκιπικών φορεμάτων, φορεμάτων σε στυλ νυφικού ή επηρεασμένα από τη Barbie», όπως είπε η Κωνσταντίνα (μητέρα των εντεκάχρονων Έλενας και Θεόδωρου και της δεκατριάχρονης Νίκης, πόλη), που δεν θα μπορούσαν να φορέσουν πουθενά. Έτσι, συζητούσαν μαζί τους, τους έκαναν «πλύση εγκεφάλου» και προσπαθούσαν να τις να τα καθοδηγήσουν σε πιο χρήσιμα, άνετα, «πρόχειρα και βολικά» ρούχα, εξηγώντας τους ότι τέτοια φορέματα δεν είναι χρήσιμα:

Αφροδίτη: Τα πολύ shiny που ζητά. Το Πάσχα ήθελε ένα φόρεμα που ήταν σαν την μπομπονιέρα. Μες στο shiny, γεμάτο στρας. Της λέω: «Πού θα το φορείς αυτό; Πρέπει να πας και στον κατάλληλο τόπο. Θα πάμε σε χορό; Δεν θα πάμε, άρα, δεν...» και παρόλο που επέμενε, σχεδόν έκλαιγαν με τη φίλη της, γιατί ήθελαν το ίδιο κιόλας... Δεν δέχτηκα διότι δεν θα μπορούσε να το φορέσει, ούτε στην εκκλησία, ούτε υπήρχε κάποια άλλη περίπτωση...
Οπότε πολλές φορές θα της εξηγήσω «που θα το βάλεις τούτο ας πούμε;»
(Αφροδίτη, μητέρα εντεκάχρονης Νικολέτας, πόλη)

Καταλληλότητα σε σχέση με την ηλικία. Η οπτική των γονιών σχετικά με την καταλληλότητα των καταναλωτικών αγαθών σε συνάρτηση με την ηλικία των παιδιών και οι συνειρμοί που σχετικές επιθυμίες των παιδιών μεταφέρουν αναφορικά με τη φύση της παιδικότητας, είναι ένα ζήτημα που έχει αναλυθεί εκτενέστερα πιο πριν. Ενώ στην προηγούμενη ανάλυση κατά κύριο λόγο είχε συζητηθεί ο τρόπος με τον οποίο οι γονείς

ερμηνεύουν και δικαιολογούν αυτές τις επιθυμίες των παιδιών, κυρίως των κοριτσιών, στο σημείο αυτό θα παρατεθούν οι σχετικές ανησυχίες που εκφράστηκαν όσον αφορά τις καταναλωτικές επιλογές των κοριτσιών που οι γονείς κρίνουν ότι δεν αρμόζουν στην ηλικία τους, μια ανησυχία που εκφράστηκε αρκετά συχνά.

Αυτή η ανησυχία προέκυψε καθαρά από τα λόγια της Χριστίνας (μητέρα εντεκάχρονης Δανάης και δεκατριάχρονης Ειρήνης, πόλη), η οποία ανέφερε: «Αν αφήσω μόνη της την Ειρήνη (να διαλέξει) θα πάει σε φουστάνι μακρύ, φανταχτερό, φορέματα που... τη γυναικώνουν να σου πω έτσι; Δεν θα μου φέρνει ρούχα casual, της ηλικίας της». Συνεπώς, οι γονείς ενίστανται στα φορέματα αυτά, όχι μόνο γιατί δεν προσφέρουν καμιά πρακτική χρησιμότητα, αλλά και γιατί κάνουν τις κόρες τους να μοιάζουν με ενήλικες γυναίκες, μια εικόνα που θεωρούσαν ότι δεν συμβαδίζει με την παιδική ηλικία των κοριτσιών τους και με την κοριτσίστικη τους ταυτότητα. Ακόμα, η εικόνα ενός κοριτσιού που «γυναικώνεται» φαίνεται να παίρνει αρνητική χροιά στα μάτια της Χριστίνας και να μεταφέρει συνειρμούς που συνδέονται με κορίτσια χαμηλότερων στρωμάτων. Συχνά, κορίτσια από χαμηλότερα στρώματα μεταφέρουν μια πιο σεξουαλικοποιημένη εικόνα, όπου επενδύουν σε μια πιο «μεγαλίστικη» και «γυναικεία» εμφάνιση, επενδύοντας σε μόδα που απευθύνεται σε μεγαλύτερης ηλικίας κορίτσια και γυναίκες ή φορώντας πιο έντονα αξεσουάρ και μακιγιάζ. Αυτή ίσως να είναι μια εικόνα από την οποία η Χριστίνα να ήθελε να απομακρύνει τις κόρες της.

Ανάλογη ανησυχία, επίσης εξέφρασαν αρκετά συχνά γονείς αναφερόμενοι στην έντονη επιθυμία των κόρων τους για απόκτηση τακουινιών:

Χριστίνα: Πάντα τους λέω : «Δεν κάνουν για εσάς αυτά (τα τακούνια). Εσείς θα τρέχετε, θα πηγαίνετε στο πάρκο και θα φοράτε τακούνια;». Ή στο τέλος τους το επιβάλλω: «Όχι, δεν υπάρχει περίπτωση. Να πάρεις κάτι που κάνει για σένα. Για τον τρόπο που ζεις και που συμπεριφέρεσαι, παίζεις, τρέχεις και δεν γίνεται να το αγοράσεις τούτο το παπούτσι». Στο τέλος τους λέω: «Δεν μου αρέσει αυτό που θέλεις». Δεν είναι ωραίο να βλέπεις ένα μωρό με τακούνι.

Ειρήνη: Αλλά αυτά της άρεσαν (Η Ειρήνη φέρνει ένα ζευγάρι μεζ υφασμάτινα σανδάλια με χαμηλή πλατφόρμα).

Χριστίνα: Εντάξει σε τούτα... ενέδωσα... Εντάξει βρήκαμε τη χρυσή τομή νομίζω σε κάτι που δεν θα στραβώσει το πόδι της. Ναι, δεν είναι κάτι άσχημο πάνω στο πόδι της. Κι είναι μοντέρνο.

(Χριστίνα, μητέρα εντεκάχρονης Δανάης και δεκατριάχρονης Ειρήνης, πόλη)

Τέτοιες ακατάλληλες για την ηλικία επιθυμίες των κοριτσιών, οι γονείς τις χειρίζονταν είτε με αυστηρή απαγόρευση, είτε σε περιπτώσεις έντονης επιμονής των κόρων τους, με διαπραγμάτευση και εύρεση της «χρυσής τομής, όπως στο πιο πάνω απόσπασμα όπου η Χριστίνα και οι κόρες της συμβιβάστηκαν με ένα πολύ χαμηλό τακουνάκι σε στυλ πλατφόρμας. Ωστόσο, δεν ήταν λίγες οι φορές που, αν και οι γονείς διαφωνούσαν με απαιτήσες ακατάλληλες για την ηλικία των παιδιών, εν τέλει οι απαιτήσεις αυτές ικανοποιούνταν, αφού τα παιδιά δέχονταν τα αγαθά αυτά ως δώρο, αφήνοντας τους γονείς ανήμπορους να αντιδράσουν:

Αφροδίτη: Τα τακουνάκια είναι η νονά της που ενέδωσε και της τα πήρε, εγώ δεν θα της τα έπαιρνα. Όσες φορές ξαναζήτησε, όταν ήμασταν μόνες μας, δεν της πήρα. ... Της λέω «όχι», δεν είναι για την ηλικία της.. . Δεν είναι όμορφο πάνω σε ένα μωρό τούτο το πράμα. Η.. εντάξει κοντές μπλουζίτσες πήραμε. Εεε... τι άλλο δεν δέχτηκα; Α γούνα δεν δέχτηκα. Της φέρανε δώρο [γέλιο]! Θεωρώ ότι είναι too much για ένα μωρό η γούνα. Ήθελε από πέρσι γούνα, πριν καν να κλείσει τα 10. Θεώρησα ότι είναι πολύ υπερβολική η γούνα για ένα μωρό και δεν της πήρα. Και φέτος ήθελε, δεν της πήρα. Της έφερε της ένας συμμαθητής της στα γενέθλιά της [γέλιο]. Οπότεν απέκτησε γούνα! Τυχαίνει πράματα που τα απέκτησε, παρόλο που εγώ είπα «όχι».

(Αφροδίτη, μητέρα εντεκάχρονης Νικολέτας, πόλη)

Οι γονείς ακόμη, λάμβαναν υπόψη την ιδεολογία και τις απεικονίσεις που μια μόδα κουβαλά, και συγκεκριμένα το βαθμό κατά τον οποίο αυτές συμβαδίζουν με την ηλικία των παιδιών. Η Αγάθη πιο κάτω έδωσε ως παράδειγμα τις απαγορεύσεις που θέτει με το σύζυγό της στις επιθυμίες των εξάχρονων δίδυμων αγοριών τους όταν ζητούν ρούχα και παιχνίδια, επηρεασμένα από ήρωες των καρτούν που προβάλλουν τη βία. Αξίζει να σημειωθεί ότι, όσον αφορά τα αγόρια, η προβολή βίας αποτελεί τη μοναδική ανησυχία που εκφράστηκε σε σχέση με τις καταναλωτικές τους επιθυμίες που αφορούν τη μόδα και οι οποίες, σύμφωνα με τους γονείς, δεν συμβαδίζουν με την ηλικία τους:

Αγάθη: Πέρα από την τιμή και τη χρησιμότητα, όσον αφορά τα ρούχα με τους χαρακτήρες ή και τα παιχνίδια τους προσπαθούμε να μην επιλέγουμε είτε παιχνίδια, είτε εικόνες τις οποίες κρίνουμε ότι μπορεί να μη συμβαδίζουν με την ηλικία τους ή μπορεί να προβάλλουν κάποιες εικόνες από τις οποίες

θέλουμε να τους προστατεύσουμε. Δηλαδή αν προβάλλουν τη βία, δεν θα το επιλέξουμε!

(Αγάθη, μητέρα εξάχρονων Ιωάννη και Παύλου και δωδεκάχρονου Χριστόφορου, πόλη)

Κοινωνική ενσωμάτωση των παιδιών στην ομάδα των συνομηλίκων. Οι γονείς ανησυχούσαν έντονα για την ομαλή κοινωνική ενσωμάτωση των παιδιών τους στην ομάδα των συνομηλίκων. Αναγνώριζαν ότι για τα παιδιά η εξωτερική εμφάνιση παίζει ρόλο, ότι οι συνομήλικοι παρακολουθούν, επιτηρούν και αστυνομεύουν ο ένας τον άλλο με βάση τις στιλιστικές τους επιλογές και ότι αυτό είναι κάτι που αντιλαμβάνονται και τα παιδιά τους. Έτσι, προκειμένου να ενθαρρύνουν την κοινωνικοποίησή τους και να λάβουν θετική έγκριση από τους συνομήλικους, να είναι “cool” και “trendy” και συνεπώς κοινωνικά αποδεκτοί, ικανοποιούσαν τις καταναλωτικές επιθυμίες των παιδιών τους, που πολλές φορές είχαν να κάνουν και με την κατοχή προϊόντων από επώνυμες μάρκες:

Αγγελική: Από συμμαθήτριες (επηρεάζονται στις επιλογές τους). Μου είπε μια μέρα ότι «η Στέλλα», που είναι η πιο δημοφιλής της τάξης, είπε, «είμαστε οι πιο trendy της τάξης». Που σημαίνει παρακολουθεί η μια την άλλη τι φορεί. Και συγκρίνει με τις άλλες και πιστεύω ότι νιώθει ότι γίνεται αποδεκτός κάποιος από το αν ντύνεται με εκείνο τον τρόπο. Πήγαμε να αγοράσουμε παπούτσια πρόσφατα, και είδε κάτι sneakers All Stars Converse με χρώματα και μου είπε: «Αααα αυτά είναι που φορεί κι η Στέλλα, αλλά σε άλλο χρώμα». Και τα πήρε, τα πήρε. Εεε... ξέρουν, ξέρουν τι είναι στη μόδα. Και νιώθουν ότι, άμα το έχουν, θα είναι πιο αποδεκτές. . . πιο cool στο σχολείο.

(Αγγελική, μητέρα εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Η κοινωνική ενσωμάτωση των παιδιών στην ομάδα των συνομηλίκων σχετίζεται άμεσα με την εξωτερική τους εμφάνιση, η οποία για τα παιδιά είναι σημαντικό να βρίσκεσαι σε συνάρτηση με την ηλικία τους. Η Χριστίνα (μητέρα της δεκατριάχρονης Ειρήνης, πόλη) φάνηκε να αντιλαμβάνεται την ηθική και κοινωνική διάσταση που τα παιδιά προσδίδουν στην εξωτερική εμφάνιση και την ευκολία με την οποία ένα άτομο αξιολογείται με βάση αυτή. Για αυτό προσπαθούσε να προτρέψει την κόρη της στην απόκτηση ενός πιο «εφηβικού» στυλ, κάτι που θα της επιτρέψει να ενταχθεί πιο ομαλά στην κουλτούρα των συνομηλίκων και να μη δεχτεί την κοροϊδία από τους συμμαθητές λόγω του «παιδικού» στυλ που η κόρη της προτιμά. Προσπαθούσε, με άλλα λόγια, να

επενδύσει στο κοινωνικό κεφάλαιο της κόρης της, δίνοντας έμφαση στην εμφάνιση, στο στυλ και στα αντικείμενα μόδας που διαθέτει, ώστε να την προστατεύσει από τη σκληρή κριτική των πιο «εξελιγμένων» συνομηλίκων, που πολλές φορές αποτελούν τους ηγέτες στις παρέες και επηρεάζουν. Αξίζει να σημειωθεί ότι, όσον αφορά την καταλληλότητα των καταναλωτικών αγαθών σε σχέση με την ηλικία των παιδιών, οι περισσότερες ανησυχίες εστιάζονταν σε επιθυμίες των παιδιών για «μεγαλίστικα» αγαθά, όπως συζητήθηκε και πιο πάνω. Η περίπτωση της Χριστίνας και της κόρης της Ειρήνης ήταν η μοναδική όπου η ανησυχία εγείρεται σε σχέση με προτιμήσεις που δεν συμβαδίζουν με την ηλικία της Ειρήνης γιατί είναι πολύ «παιδικές»:

Χριστίνα: Ως πριν λίγα χρόνια άκουγα κάποιους που έλεγαν: «Μην φορείς μαύρα του μωρού». Σε αυτή την ηλικία ας πούμε μου αρέσει να φορέσει κάποια μπλούζα ας πούμε μαύρη που είναι περισσότερο στη μόδα, που είναι πιο μεγαλίστικη, γιατί άλλαξε και η Ειρήνη λίγο. Μπαίνει στην εφηβεία και θέλω να είναι πιο μοντέρνα ας πούμε. Και για να μην την κοροϊδεύουν τούτοι που είναι πιο... εξελιγμένοι. Κι εντάξει, να μην είναι εκείνο το παιδικό μια ζωή. Ακόμα και τη βαλίτσα που θα αγοράσει. Το στυλ που προτιμά η Ειρήνη είναι το εντελώς παιδικό. Δηλαδή αν την αφήσω... αν κάτσω να την ρωτήσω... θα πάει Γυμνάσιο και θα την δακτυλοδείχουν: «Έλα να δεις τι τσάντα κρατά αυτή»... Τώρα πήγα και διάλεξα εγώ μια που, ναι μεν είναι κοριτσίστικη και ωραία, αλλά δεν παραπέμπει σε μωρό... είναι καθαρά πιο εφηβική. Ας πούμε ήταν σπορ, ήταν κοριτσίστικη, με λουλούδια, ήταν ξέρεις up-to-date, αλλά δεν ήταν Barbie, ήρωες των καρτούν ας πούμε και τροχάκια. Γιατί ήθελα να το αποφύγω τούτο το πράγμα. Να μην κυκλοφορεί το μωρό και να το πληγώνει ο καθένας. Τώρα της το λέω ξεκάθαρα: «Ειρήνη μου αν πας με αυτή τη τσάντα θα σε κοροϊδεύουν. Όχι γιατί δεν είναι ωραία, αλλά δεν κάνει για την ηλικία σου πλέον». Σε τούτο προσπαθώ να τη σπρώξω σε πιο... Δεν πρέπει κανονικά, αλλά ο κόσμος είναι κακός. Και οι συνομήλικοι είναι πολύ κακοί, σε τούτη την ηλικία ειδικά.

(Χριστίνα, μητέρα δεκατριώνχρονης Ειρήνης και εντεκάχρονης Δανάης, πόλη)

Στο σημείο αυτό εντοπίζεται η αντίφαση στην οποία βρίσκεται η Χριστίνα, η οποία σε προηγούμενα αποσπάσματα που παρατέθηκαν αναφορικά με την ακαταλληλότητα των καταναλωτικών αγαθών σε σχέση με την ηλικία των παιδιών, εξέφρασε τη δυσαρέσκεια

της σχετικά με επιλογές της κόρης της που τη «γυναικώνουν», όπως μακριά φορέματα και τακούνια. Στο πιο πάνω απόσπασμα ωστόσο, φαίνεται ότι η ίδια προτρέπει την κόρη της σε πιο «μεγαλίστικο» και «εφηβικό» στυλ, φανερώνοντας ότι το τι θεωρείται ακατάλληλο για την ηλικία του παιδιού εξαρτάται από το πλαίσιο και από τους σεξουαλικούς συνειρμούς που πιθανόν να μεταφέρει. Για παράδειγμα τα τακούνια και τα φορέματα είναι ακατάλληλα γιατί «γυναικώνουν», σε αντίθεση με αθώα αξεσουάρ, όπως σχολικές τσάντες, που δημιουργούν ένα αποδεκτό «εφηβικό» στυλ, χωρίς να μεταφέρουν σεξουαλικούς συνειρμούς.

Καταλληλότητα σε σχέση με το φύλο. Πολλές φορές οι γονείς, κυρίως οι μητέρες, καθοδηγούσαν τα παιδιά τους με βάση το δικό τους γούστο στη μόδα, το οποίο αρκετά συχνά χαρακτηριζόταν από έμφυλα στερεότυπα. Η Χριστίνα, για παράδειγμα, στο παραπάνω απόσπασμα αναφέρθηκε στην «κοριτσίστικη και ωραία», «σπορ», “up-to-date” «με λουλούδια» σχολική τσάντα που διάλεξε για τη δεκατριάχρονη κόρη της Ειρήνη. Αρκετά συχνά μητέρες κοριτσιών, εξέφρασαν την επιθυμία οι κόρες τους να είναι «μοντέρνα ντυμένες», “up-to-date” και “trendy”, ενώ κάτι αντίστοιχο δεν αναφέρθηκε από γονείς αγοριών. Ωστόσο, γονείς αγοριών κυρίως αναφέρθηκαν στα χρώματα που αρμόζει να φορεί ένα αγόρι, αντιλήψεις και στερεότυπα τα οποία συχνά μεταφέρονται και στα παιδιά τους:

Φιλιώ: (Ο Μιχάλης) δεν θα πάρει ας πούμε κόκκινο ή μπορντό πουκάμισο. Θα πάρει πιο κλασσικό. Δεν ξέρω, επειδή είμαι κι εγώ κλασσική κι ο παπάς του, δεν έχουμε το στυλ το μοντέρνο με τα σχισμένα τα τζιν και τέτοια, έτσι ακολουθεί και ο ίδιος το πιο κλασσικό στυλ. Δεν θα πάρει κάτι ροζ ας πούμε, γιατί βγάζουν και για τους άνδρες τώρα ροζ, γιατί θεωρεί και ο ίδιος ότι κάνει για κορίτσια το ροζ. Ή το κόκκινο. Θα διαλέξει άλλο χρώμα, θα πάρει πράσινο, γκριζο, μαύρο.

ΓΚ: Εσύ θα του έπαιρνες κάτι ροζ για παράδειγμα;

Φιλιώ: Όχι, δεν μου αρέσκει για να είμαι ειλικρινής.

ΓΚ: Δεν σου αρέσει ως χρώμα ή δεν σου αρέσει πάνω σε αγόρι;

Φιλιώ: Σε αγόρι δεν μου αρέσει το ροζ.

(Φιλιώ, μητέρα εντεκάχρονου Μιχάλη, χωριό)

Οικονομικά κριτήρια. Οι γονείς ανέφεραν ως κύρια κριτήρια για την αγορά ενός αγαθού, εκτός από το στυλ, την οικονομική του τιμή:

Αγγελική: (Λαμβάνω υπόψη) την εμφάνιση του ρούχου. Δηλαδή μπορεί να μην δω την ποιότητα και τόσο πολύ. Μεθοδεύω εγώ στα καταστήματα που θα πάμε και που ξέρω ότι έχουν μια ποιότητα κανονική. Επειδή δεν θέλω να δίνω πολλά χρήματα για ακριβά ρούχα, από τη στιγμή που μόνο μια σεζόν θα φορεθούν. Θα πάμε στο Zara, στο Benetton. Οπότε παραπάνω είναι η εμφάνιση, το στυλ, το πόσο trendy είναι και τα χρώματα.

(Αγγελική, μητέρα εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Τα οικονομικά κριτήρια και η τιμή των προϊόντων, στην πλειοψηφία των γονιών αποτέλεσαν βασικό κριτήριο, ειδικά εν μέσω εποχής οικονομικής κρίσης στην Κύπρο. Οι γονείς χειρίζονταν με διάφορους τρόπους το οικονομικό θέμα: κάποιοι μιλούσαν ανοικτά με τα παιδιά τους για την οικονομική τους κατάσταση και το τι αυτή τους επιτρέπει, κάποιοι έβαζαν προτεραιότητες στις αγορές τους, κάποιοι απέφευγουν να πάρουν τα παιδιά για ψώνια για να μην αυξηθεί ο προϋπολογισμός τους ή κάποια παιδιά χρησιμοποιούσαν τις οικονομίες που μάζευαν από συγγενείς σε γιορτές και γενέθλια για να αγοράσουν κάτι που επιθυμούν:

Κωνσταντίνα: Το όλο θέμα της κρίσης μας επηρέασε διότι, καταρχήν, μειώθηκε κι ο μισθός μας, η αγοραστική μας δύναμη. Μεγαλώνουν, οπότε έχουμε και πιο πολλά ιδιαίτερα, έχουμε έξοδα για τα μαθήματα. Οπότε, αναγκαστικά δεν κάνεις τα πράγματα που έκανες πριν. Δηλαδή: «α το είδα αυτό, μου άρεσε, το παίρνω». Παλιά έτσι ήμασταν... Το ξέρουν (τα παιδιά), βλέπουν ότι πολλές φορές μπορεί να τελειώνουν τα λεφτά πριν το τέλος του μήνα... Κι όντως συμβαίνει αυτό το πράγμα, όλο και πιο συχνά! Ή μπορεί να πάμε απλά για βόλτα και να έχω το τελευταίο μου εικοσάευρω ας πούμε και να έχω σκοπό να βάλω βενζίνη, γιατί σε δύο μέρες θα πληρωθώ. Και να πουν: «Μα δεν θα πάρουμε παγωτό;». Της απαντά η μεγάλη: «Σου είπε η μάμα δεν έχει, μην της ζητάς». Δεν νομίζω να είναι ντροπή να το... «Αφού σου είπα ότι είναι τέλος του μήνα κι έχω μερικά λεφτά για να περάσουμε. Δεν θέλω να μου ζητήσεις τίποτε τώρα». Το ξέρει. Το «δεν κρατώ». Το ξέρει και το πότε δεν θέλω να της πάρω κάτι, ξέρει και πότε δεν έχω να της πάρω κάτι ή πότε δεν πήρα λεφτά μαζί μου. Δεν τους τρέφω με ψευδαισθήσεις. Ξέρουν τις καταστάσεις. Και πότε έχω, και πότε δεν έχω. Νομίζω είναι καλό αυτό γιατί ωριμάζουν κιόλας.

(Κωνσταντίνα, μητέρα εντεκάχρονων Έλενας και Θεόδωρου και δεκατριάχρονης Κωνσταντίνας, πόλη)

Προώθηση υγιεινού τρόπου ζωής. Αρκετοί γονείς προσπαθούσαν να προωθήσουν ένα πιο υγιεινό τρόπο ζωής στα παιδιά τους, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στο θέμα της γυμναστικής. Η μητέρα της δεκάχρονης Ροδοθέας ανέφερε ως μεγαλύτερη δυσκολία στην ανατροφή της κόρης της την άρνησή της για σωματική κίνηση, γυμναστική και υγιεινή διατροφή, κάτι που προσπαθούσε η ίδια με το παράδειγμα της, αλλά και μέσω συζήτησης, να την πείσει να το πράξει. Είναι πρακτικές που επιθυμούσε να ακολουθήσει για καλή υγεία, αλλά και για όμορφο σώμα:

Μαγδαλένα: Για τον οργανισμό της, για τον σπόνδυλο της, για να περπατά όμορφα, να έχει όμορφο κορμί, να μην παχύνει, να μην... όλοι παχαίνουν όταν είναι στην τηλεόραση, στο κομπιούτερ, στο γραφείο, στο φαγητά. Θέλω να τρώει νωρίς, το απόγευμα η ώρα 7. Κάνω πόλεμο για αυτό. Θέλω να σηκωθεί από την τηλεόραση, να φάει νωρίς και να πάει για ύπνο η ώρα 9. Πόλεμο κάνω! Αλλά βασικά αυτό είναι πρόβλημα στην Κύπρο.

(Μαγδαλένα, μητέρα δεκάχρονης Ροδοθέας, χωριό)

Κάποιοι γονείς ανέφεραν ότι ενθάρρυναν τα παιδιά τους να συμμετέχουν σε διάφορες απογευματινές δραστηριότητες, όπως χορό, μουσική, αγγλικά, ενώ τα σαββατοκύριακα διευθετούσαν συναντήσεις με φίλους, ώστε να γεμίζει ο χρόνος των παιδιών πιο ευχάριστα και εποικοδομητικά και η προσοχή τους να αποσπάται από τη συνεχή ενασχόληση με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τα κοινωνικά δίκτυα, την τηλεόραση και την καθιστική ζωή. Αυτό ήταν μια στρατηγική που αναφέρθηκε κυρίως από γονείς ανώτερου κοινωνικοοικονομικού επιπέδου που ζούσαν στην πόλη, αφού τέτοιες δραστηριότητες συναντούνται πιο εύκολα εκεί, αλλά ταυτόχρονα προϋποθέτουν οικονομική άνεση. Οι γονείς στο χωριό, όπως ανέφεραν, αν και θα επιθυμούσαν, εντούτοις δυσκολεύονται να εφαρμόσουν τέτοιες στρατηγικές, γιατί πέρα από την οικονομική στενότητα που συχνά χαρακτηρίζει τις οικογένειες τους, υπάρχει και το θέμα της απόστασης και του μεταφορικού μέσου προς την πόλη, όπου προσφέρονται τέτοιες υπηρεσίες. Ωστόσο έβρισκαν τρόπο να προωθήσουν τη φυσική κατάσταση των παιδιών τους, όπως με το περπάτημα και την ποδηλασία στη φύση ή με το κυνήγι που κάποια αγόρια πάνε με τον πατέρα τους. Επίσης, στην περίπτωση του δεκάχρονου Μιχάλη στο χωριό, η μητέρα του ανέφερε ότι αντιμετώπισε τα «περιττά» του κιλά με επισκέψεις σε

δαιτολόγο και με εγγραφή σε μαθήματα για κολύμπι και ποδόσφαιρο στην πόλη, κάτι που όπως είπε δεν βολεύει πολύ λόγω απόστασης από το χωριό που διαμένουν, αλλά βρίσκει τον τρόπο να το πράξει, αφού θεωρεί προτεραιότητα την προαγωγή της υγείας και της προσπάθειας για απόκτηση λεπτού σώματος.

Πρακτικές δυσκολίες. Για τους γονείς στα χωριά υπήρχε ο επιπλέον περιορισμός της απόστασης από τα καταστήματα και τα εμπορικά κέντρα της πόλης, συνεπώς οι μητέρες, οι οποίες εκείνες ως επί το πλείστον αναλάμβαναν να ικανοποιήσουν τις καταναλωτικές ανάγκες των παιδιών, ακολουθούσαν άλλες τακτικές, όπως να μαζεύουν τις ανάγκες τους και να πηγαίνουν μια κάθε τόσο στην πόλη για ψώνια ή να περιορίζονται στα καταστήματα που βρίσκονται κοντά στο χωριό λόγω περιορισμένου χρόνου ή δυσκολίας μετακίνησης στην πόλη. Γενικότερα οι μητέρες μίλησαν για τους περιορισμούς της διαβίωσης σε χωριό, κυρίως όσον αφορά την περιορισμένη προσφορά καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών, καθώς επίσης και σε σχέση με την υποβαθμισμένη ποιότητα των αγαθών που παρέχονται στη μικρή αγορά των χωριών:

Φιλιώ: Είναι πιο εύκολο (στα παιδιά της πόλης να ζητούν πράγματα). Αν μου πει ο Μιχάλης: «Θέλω ένα ζευγάρι παπούτσια», δεν θα του πω «Εντάξει Μιχάλη μου, να πάμε» διότι έχει και κάποια απόσταση και για να πάω στην πόλη πρέπει να έχω κι άλλα πράγματα να κάμω... Ενώ στην πόλη είναι πολύ πιο εύκολο να πάρεις το μωρό, είναι κοντά. Αν και έχει και τα καλά της η πόλη. Τα ιδιαίτερα είναι το πιο σημαντικό. Ή ο Μιχάλης πάει και κολύμπι, εντάξει τώρα το χειμώνα σταματήσαμε λόγω κρύου, αλλά πάει το μωρό. Που είναι καλά να γυμνάζεται και μου ζητά να πάει και ποδόσφαιρο τελευταίως. Τούτα είναι τα καλά της πόλης.

(Φιλιώ, μητέρα εντεκάχρονου Μιχάλη, χωριό)

Μαγδαλένα: Εγώ (διαλέγω τα καταστήματα) [γέλιο]! Επειδή είμαστε σε χωριό, πού μπορεί ένα μωρό μόνο του να πάει; Το μόνο που ξέρω ότι όταν πάμε από εδώ (στο χωριό) να ψωνίζουμε ή παπούτσια ή ρούχα λέει «όχι». Δεν θέλει! Σημαίνει ότι ξέρει ότι τα ρούχα και παπούτσια δεν είναι καλά και χαλούν πολύ εύκολα.

(Μαγδαλένα, μητέρα δεκάχρονης Ροδοθέας, χωριό)

Χαρτογράφηση γονικών πρακτικών καταναλωτικής διαπαιδαγώγησης. Όπως φαίνεται, λοιπόν, αρκετές παράμετροι προβληματίζουν τους γονείς όσον αφορά την εμπλοκή των παιδιών τους με καταναλωτικές πρακτικές που αφορούν την ομορφιά, για αυτό και αναπτύσσουν συνειδητά και στοχευμένα ποικίλες στρατηγικές καταναλωτικής διαπαιδαγώγησης των παιδιών τους. Οι βασικότερες πρακτικές καταναλωτικής διαπαιδαγώγησης που εντοπίστηκαν και θα αναλυθούν παρακάτω αποτελούν την προώθηση της προσωπικής επιλογής και έκφρασης εκ μέρους των παιδιών, τη συμβουλευτική καθοδήγηση μέσω συζήτησης, το συμβιβασμό και διαπραγμάτευση και τέλος, την αυστηρή οριοθέτηση και απαγόρευση.

Αξίζει να αναφερθεί ότι από τις συνεντεύξεις φάνηκε πως τις περισσότερες φορές οι μητέρες ήταν αυτές που επωμίζονται την πρακτική, αλλά και την ηθική ευθύνη της ικανοποίησης των καταναλωτικών αναγκών και επιθυμιών των παιδιών τους και του χειρισμού των πρακτικών ενασχόλησης τους με την ομορφιά. Συνεπώς ήταν αυτές που κυρίως έπαιρναν τα παιδιά τους για ψώνια, γνώριζαν καλύτερα το τι προσφέρει η αγορά και τις καταναλωτικές επιθυμίες των παιδιών τους, τις συζητούσαν, τις οριοθετούσαν ή αναλάμβαναν να τις ικανοποιήσουν. Αυτό βέβαια δεν αποτελούσε παράβατο κανόνα, αφού υπήρξαν περιπτώσεις οικογενειών στις οποίες και ο πατέρας είχε ενεργό ρόλο και άποψη για τη μόδα, την ικανοποίηση των καταναλωτικών αναγκών και τις πρακτικές ομορφιάς που ακολουθούν τα παιδιά του. Ωστόσο, σε καμιά οικογένεια δεν εμφανίστηκε το μοντέλο κατά το οποίο ο πατέρας αναλάμβανε την αποκλειστική ευθύνη για χειρισμό των παραπάνω θεμάτων.

Προώθηση προσωπικής επιλογής και έκφρασης των παιδιών. Σε πολλές περιπτώσεις φάνηκε ότι οι γονείς ενθάρρυναν τα παιδιά τους να κάνουν τις προσωπικές τους επιλογές στη μόδα και στο στυλ που ήθελαν να ακολουθήσουν. Πρόκειται για γονείς που ήθελαν να προωθήσουν δημοκρατικά ιδεώδη στην ανατροφή των παιδιών τους, δίνοντας τους το δικαίωμα να αποφασίζουν μόνα τους και να εκφράζονται μέσα από τις δικές τους επιλογές στο στυλ και στην εμφάνιση. Αναγνώριζαν ότι η προσωπική έκφραση μέσω της μόδας είναι κάτι σημαντικό για τη ψυχολογία των παιδιών τους και για αυτό την ενθάρρυναν. Αυτή είναι μια πρακτική που ακολουθούσαν οι γονείς κυρίως με τα πιο μεγάλα παιδιά, τα οποία έχουν πιο ισχυρή άποψη σχετικά με τη μόδα και το στυλ που προτιμούν. Είναι επίσης μια πρακτική που φάνηκε να ακολουθούν γονείς από διάφορα κοινωνικοοικονομικά υπόβαθρα, τόσο στην πόλη, όσο και στο χωριό. Το μοτίβο που ακολουθείται συχνά είναι να δίνεται μια βασική καθοδήγηση και εισηγήσεις σχετικά με την αγορά από τους γονείς, αλλά η τελική επιλογή να λαμβάνεται από τους άμεσα

ενδιαφερόμενους, που είναι τα παιδιά. Στο πλαίσιο της ενθάρρυνσης για προσωπική επιλογή οι γονείς κάποιες φορές δύναται να υποκύψουν στις καταναλωτικές επιθυμίες των παιδιών τους, αν και οι ίδιοι ενδεχομένως να διαφωνούσαν με κάποιες επιλογές:

Στέφανος: Εντάξει, κι εμείς τους δίνουμε την επιλογή να θέλουν να επιλέγουν. Δεν μπορώ να πω: «Σου το παίρνω αυτό, φόρεσε το και ό,τι θέλεις νιώσε». «Σου αρέσει αυτό;». Τους δίνω την επιλογή.

Κωνσταντίνα: Εδώ και αρκετό καιρό τους δίνουμε την ευκαιρία για επιλογή.

Στέφανος: Είναι καλά να έχουν τη δική τους επιλογή. Για να έχουν και γούστο μετά.

Κωνσταντίνα: Από μικρούς τους άρεσε να διαλέγουν. Και τη μεγαλύτερη μου κόρη πάντοτε τη ρωτούσα: «Τι σου αρέσει;», γιατί ήθελα να μάθει να διαλέγει.

(Κωνσταντίνα και Στέφανος, γονείς εντεκάχρονων Έλενας και Θεόδωρου και δεκατριάχρονης Νίκης, πόλη)

Συμβουλευτική καθοδήγηση. Βέβαια, παρόλο που οι γονείς ήθελαν να δίνουν την πρωτοβουλία στα παιδιά τους για προσωπική επιλογή, εντούτοις αυτό δεν γινόταν τυχαία και ανεξέλεγκτα, αλλά συχνά προσπαθούσαν να τα καθοδηγήσουν σε αγορές που να ανταποκρίνονται σε κάποια βασικά κριτήρια, όπως η πρακτική χρησιμότητα, η αναγκαιότητα και η άνεση που θα προσφέρουν. Ωστόσο, δήλωσαν ότι η καθοδήγηση αυτή γινόταν με διακριτικότητα και δημοκρατικότητα. Συχνά οι γονείς συζητούσαν, συμβούλευαν και έθεταν επιχειρήματα στα παιδιά τους, προσπαθώντας να τα καθοδηγήσουν στις πιο κατάλληλες αγορές:

ΓΚ: Της αγοράζεις πάντα αυτό που σου ζητά;

Μαγδαλένα: Όχι [γέλιο]. Όχι, ό,τι σκέφτεται! Σαν οικογένεια, πώς περνά μια οικογένεια; Πρέπει να κάτσουμε και να σκεφτούμε: το θέλουμε αυτό ή μπορούμε να το αφήσουμε; Ή όταν πάμε στο μαγαζί και κλαίει και φωνάζει: «Θέλω, θέλω θέλω αυτό το πράγμα». Μαγιό ήθελε πολύ προχτές κι ύστερα, όχι αμέσως, αλλά σιγά σιγά είπε: «Πράγματι, γιατί τώρα θέλω μαγιό;».

Ροδοθέα: Ε ναι και πήρα τσάντα μετά [γέλιο].

Μαγδαλένα: Πήραμε κάτι άλλο που χρειαζόταν παραπάνω και ήταν πιο λογικό. Εντάξει δεν της λέω: «Όχι, μην μου λες τίποτε και σιώπα και φύγε από εμένα και δεν αντέχω να σου δείξω». Ναι, της εξηγώ και καταλαβαίνει μόνη της!

(Μαγδαλένα, μητέρα δεκάχρονης Ροδοθέας, χωριό)

Διαπραγμάτευση και συμβιβασμός. Στις περιπτώσεις όπου οι συζητήσεις και η προσπάθεια για καθοδήγηση δεν επέφεραν τα αναμενόμενα αποτελέσματα, λόγω της έντονης επιμονής των παιδιών, κάποιιοι γονείς κατέληγαν στην πρακτική του συμβιβασμού, προσπαθώντας να βρουν τη «χρυσή τομή» και τη μέση λύση που θα ικανοποιούσε εν μέρει και τις δύο πλευρές, όπως συνέβη στην πιο κάτω περίπτωση, όπου η Κορίνα επίμονα ζητά τακούνια:

Αγγελική: Τακούνια της αρέσουν... Που εμένα δεν μου αρέσει για την ηλικία της, το βρίσκω χωριάτικο, αλλά εκείνης της αρέσουν πάρα πολύ και τελικά, πριν λίγες μέρες αναγκαστήκαμε να συμβιβαστούμε με κάτι παπούτσια που είχαν λίγο τακουνάκι, αλλά ήταν έτσι γεμιστό σαν μικρή πλατφόρμα, οπότε δεν ήταν πολύ έντονο.

(Αγγελική, μητέρα εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Άλλοι γονείς αναφέρθηκαν σε μια πιο «διπλωματική» τακτική που ακολουθούσαν όταν τα παιδιά τους ζητούσαν κάτι με το οποίο διαφωνούν. Σε αυτή την περίπτωση, αναγνωρίζοντας την ανάγκη των παιδιών τους να ακολουθούν τις νόρμες που δημιουργούνται από τους συνομήλικους, δεν τους πήγαιναν κόντρα, κάτι που θα μπορούσε να πειστώσει περισσότερο τα παιδιά τους. Έτσι, τους έκαναν το «χατίρι» και φαινομενικά υπέκυπταν στο θέλημα των παιδιών τους, γνωρίζοντας όμως ότι με τη δοκιμή τα ίδια τα παιδιά «θα καταλάβουν», «θα το αποβάλουν από το σύστημα τους» και στο τέλος θα αναθεωρήσουν τις επιθυμίες τους:

Μαγδαλένα: Εντάξει θέλει τώρα τακούνια, πλατφόρμες. Να σου πω! Εγώ στο κολλέγιο που δούλευα ήμουν 10 χρόνια δασκάλα για ράψιμο και πλέξιμο και έκανα παρέα με παιδιά 14-15 χρονών. Ξέρω τι θέλουν, ξέρω πώς το θέλουν, πως πολλές φορές σε κοροϊδεύουν για να πάρουν αυτό που θέλουν. Εγώ την άφησα, της αγόρασα πλατφόρμες και της είπα: «Προχώρα, περπάτα να δεις». Της αγόρασα κάτι με χαμηλή τιμή, κάτι σαν πρόβα. Εντάξει λέω, άσε να μάθει το μωρό μόνο του! Έχω το δικό μου τρόπο. Και περπάτησε λίγο και κουράστηκε και μου λέει: «Μάμα πράγματι, δεν είναι για εμένα ακόμα».

(Μαγδαλένα, μητέρα δεκάχρονης Ροδοθέας, χωριό)

Όπως παραδέχτηκε η Αναστασία στο παρακάτω απόσπασμα που εξηγεί τον συμβιβαστικό τρόπο με τον οποίο χειρίστηκε την επιθυμία του γιου της Αλέξη να βάλει σκουλαρίκι -αφήνοντας τον να βάλει ένα μη μόνιμο, μαγνητικό σκουλαρίκι- αυτές είναι τεχνικές που οι γονείς μαθαίνουν στην πορεία, μέσω της εμπειρίας τους με τα παιδιά:

Αναστασία: Alexis thinks that in order to be cool you have to have an earring. The reason I let him get this earring with the magnet is to get it out of his system. “Ok I put this, this is not a big deal, I don’t want it anymore”. Because the more he asks, if you always say: “No, no, no”... This (earring) is not permanent and you just put it there. They copy sometimes and I don’t like that. “I like these shoes because someone else has them and they are cool”. And after you get them: “Oh, ok it’s not a big deal”. They realize that... they don’t mind anymore. So we start learning from that and we are more careful.

(Αναστασία, μητέρα του δεκάχρονου Αλέξη, πόλη)

Αυστηρή οριοθέτηση και απαγόρευση. Ωστόσο, βασικό κριτήριο γονικής συναίνεσης για αγορές αποτελούσε ο παράγοντας υγεία, αφού σε περίπτωση που οι καταναλωτικές επιθυμίες των παιδιών θεωρούνταν από τους γονείς ως ανθυγιεινές, τότε αντιστέκονταν σθεναρά και πολύ πιο εύκολα ασκούσαν βέτο σε αυτές. Αυτό προέκυψε σε αρκετές περιπτώσεις σε σχέση με την επιθυμία κάποιων κοριτσιών για αγορά τακουνιών. Αρκετοί γονείς προέβαλαν ως επιχείρημα τη διαφωνία του γιατρού και τον κίνδυνο για στραμπούληγμα, ζημιά στα πόδια, στον σπόνδυλο και στη στάση του σώματος. Λόγους υγείας επίσης, όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, επικαλούνται κάποιες φορές οι γονείς σε σχέση με επιθυμία των παιδιών τους για μακιγιάζ και τατουάζ. Παρόλα αυτά, όπως εντοπίζουν και οι Buckingham κ.ά. (2010), οι γονείς φαίνεται να επικεντρώνονται στις αρνητικές συνέπειες που τα σεξουαλικοποιημένα προϊόντα προκαλούν στη σωματική υγεία των παιδιών κι όχι στις συνέπειες που σχετίζονται με την πνευματική τους υγεία.

Γενικότερα, αρκετά συχνά προέκυψαν οι περιπτώσεις κατά τις οποίες οι γονείς θέτουν αυστηρούς περιορισμούς και απαγορεύσεις, έχοντας τον κύριο λόγο στην επιλογή των καταναλωτικών αγαθών:

Χριστίνα: Εγώ, ως τώρα τουλάχιστον (αποφασίζω τι θα αγοράσουν). Μπορώ να σου πω τις περισσότερες φορές, ούτε τις παίρνω μαζί μου. Πάω, ψωνίζω κάτι και τους το παρουσιάζω. «Αυτό είναι για εσένα, αυτό είναι για εσένα».

Εντάξει, όταν πάμε για βόλτα, μπορεί να μου πουν: «Είναι ωραίο αυτό» ας πούμε. Μπορεί να δω τι τους αρέσει, αλλά συνήθως, ειδικά για τη μικρή, της ψωνίζω εγώ. Τα φέρνω, τα δοκιμάζει κι αν δεν της αρέσουν, τα αλλάζω. Προς το παρόν, μπορώ να το ελέγχω ακόμα τούτο [γέλιο]!

(Χριστίνα, μητέρα δεκατριάχρονης Ειρήνης και εντεκάχρονης Δανάης, πόλη)

Αυτό που φάνηκε να γίνεται συνήθως, με γονείς προερχόμενους από διάφορα κοινωνικά υπόβαθρα, ήταν η θέσπιση βασικών κανόνων και ορίων μεταξύ παιδιών και γονιών, όπως η μεθόδευση σε συγκεκριμένα καταστήματα, ο καθορισμός συμφωνιών πριν τα ψώνια, ο έλεγχος της αγοράς και η αγορά αγαθών κάποια άλλη μέρα και η φυγή από το κατάστημα σε περίπτωση που τα παιδιά δεν ακολουθούσαν τους κανόνες. Η Χριστίνα, μέσα από το πιο κάτω απόσπασμα, φάνηκε να κρατά πολύ αυστηρά και σταθερά τους κανόνες αυτούς, γνωρίζοντας πόσο επιρρεπής είναι η κόρη της στον καταναλωτισμό και κατανοώντας ότι τα όρια αυτά είναι ο μοναδικός τρόπος που θα της επιτρέψει να χειριστεί το θέμα του καταναλωτισμού αποτελεσματικά:

Χριστίνα: Μα άμα το σκεφτείς και παρακολουθήσεις την κατάσταση, όλα περνούν από την έγκριση μου. Δηλαδή, δεν θα τους πάρω κάτι που δεν θέλω να της πιάσω. Δηλαδή όσο και να χτυπιέται, επειδή είναι μωρό η Δανάη που χτυπιέται αρκετά άμα θέλει κάτι, ποτέ δεν υποκύπτουμε στο πλάνο της. Εγώ ειδικά. Ο παπάς της μπορεί λίγο παραπάνω (να υποκύψει), να της πάρει κάτι που δεν θέλω. «Κομμένο ή δεν πας» ας πούμε. Δεν υπάρχει περίπτωση, και να κλαίει στο κατάστημα, να κλαίει για μια ώρα και να την έχω εκεί να κλαίει. Και να της εξηγώ και είναι η αλήθεια δηλαδή: «Ποτέ δεν έπιασες κάτι επειδή έκλαυες, άρα και τώρα που κλαις, το μόνο που κάνεις είναι απλά να χάνεις τη φωνή σου και να χαλάς την υγεία σου. Τίποτε άλλο». Να δούμε πότε θα το εμπεδώσει!

(Χριστίνα, μητέρα δεκατριάχρονης Ειρήνης και εντεκάχρονης Δανάης, πόλη)

Συνεπώς, φαίνεται ότι ο τρόπος με τον οποίο οι γονείς χειρίζονται τις καταναλωτικές επιθυμίες των παιδιών τους προσλαμβάνει διάφορες διαστάσεις. Πολλοί γονείς έχουν τη διάθεση να λειτουργήσουν σε κλίμα δημοκρατικό, κάτι που δίνει την ευκαιρία στα παιδιά να κάνουν τις δικές τους επιλογές στην εμφάνιση τους και να εκφραστούν και να ανεξαρτητοποιηθούν μέσω αυτών. Για αυτό, ακόμα και σε περιπτώσεις που οι γονείς ενίστανται στις επιθυμίες των παιδιών, δεν προβαίνουν σε στυγνές

απαγορεύσεις, αλλά συζητούν με τα παιδιά τους ή κάποτε καταλήγουν συμβιβασμό. Εντούτοις, η ελευθερία που οι γονείς παρέχουν στα παιδιά τους οριοθετείται και συχνά θέτουν βασικούς περιορισμούς που κυρίως έγκεινται στην ικανοποίηση πραγματικών τους αναγκών, στην άνεση, στην τιμή, στο στυλ, ενώ κάποιες φορές οι γονείς επηρεάζουν τα παιδιά τους στο γούστο αναλόγως των έμφυλων στερεοτύπων που έχουν οι ίδιοι.

Επιδράσεις των ΜΜΕ στα Παιδιά και η Γονική Εμπλοκή

Εμπλοκή των παιδιών με τα ΜΜΕ και γονικές ανησυχίες. Οι γονείς εξέφρασαν διάφορες ανησυχίες όσον αφορά την ενασχόληση των παιδιών τους με τα ΜΜΕ. Οι ανησυχίες εστιάζονταν κυρίως στις έντονες επιρροές που τα ΜΜΕ δημιουργούν αναφορικά με τις καταναλωτικές επιθυμίες των παιδιών, τα αρνητικά πρότυπα συμπεριφοράς που προβάλλουν, την προβολή ακατάλληλου περιεχομένου, όπως σκηνές βίας και σεξ, καθώς και τη στέρηση ευκαιριών για ενασχόληση με άλλες δημιουργικές και ευχάριστες δραστηριότητες.

Επιρροές στις καταναλωτικές επιλογές στη μόδα και στην ενασχόληση πρακτικές ομορφιάς. Μια κοινή διαπίστωση που εκφράστηκε από αρκετούς γονείς κοριτσιών ήταν οι επιρροές που αυτά δέχονται από τα ΜΜΕ σε σχέση με τη μόδα, ιδιαίτερα όσον αφορά προτιμήσεις σε «παράξενα» και «στενά, σέξι, γυαλιστά, shiny» στυλ που δεν αρμόζουν στην ηλικία τους. Οι επιρροές αυτές εντοπίστηκαν να προέρχονται από συγκεκριμένες μορφές ΜΜΕ, όπως μουσικά βίντεοκλιπς και σειρές του Disney Channel που απευθύνονται σε νεανικό κοινό, τις οποίες τα παιδιά τους παρακολουθούν φανατικά:

Αφροδίτη: Προτιμά παράξενα ρούχα κυρίως. Έτσι στενά, σέξι, γυαλιστά, shiny... Από άτομο του περιβάλλοντος μας όχι (δεν επηρεάζεται), αλλά σίγουρα επηρεάζεται είτε από τα βίντεο κλιπς που βλέπει ή από τις σειρές στο Disney Channel που παρακολουθεί. Επειδή βλέπει σειρές που είναι νεανικές. Δεν είναι της ηλικίας της, οπότε και τα ρούχα που επιλέγει, πολλές φορές δεν είναι της ηλικίας της. Γι' αυτό ίσως μπορεί και επιλέγει και για μένα ρούχα.

(Αφροδίτη, μητέρα εντεκάχρονης Νικολέτας, πόλη)

Η Αγγελική επίσης αναφέρθηκε στον αλληλεπιδραστικό τρόπο με τον οποίο τα ΜΜΕ συνδέονται με την αγορά και τον καταναλωτισμό και τα «κόλπα» που

χρησιμοποιούν για εκμετάλλευση του καταναλωτικού κοινού, αφήνοντας τους γονείς ανήμπορους να αντιδράσουν:

Αγγελική: Στο ντύσιμο ακολουθεί το τι βλέπει, στο Disney Channel. Μάλιστα τις προάλλες πήγαμε στο ShoeBox για να της αγοράσει παπούτσια η γιαγιά της και μόλις είδε ένα ζευγάρι είπε: «Α τα θέλω αυτά, γιατί τα φορά η τάδε στο τάδε έργο στο Disney Channel». Επηρεάζονται πολύ. Και φυσικά η αγορά σου προσφέρει τούτο το πράμα, είναι interactive. Το τι βλέπεις (στα MME) η αγορά σου το προσφέρει. Ναι, και σε λογικές τιμές που μπορεί να το αποκτήσει κάθε μωρό πλέον. Οπότε νομίζω η μια αγορά δίνει της άλλης φαί και πληρώνουμε εμείς [γέλιο].

(Αγγελική, μητέρα εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Η Χριστίνα (μητέρα δεκατριάχρονης Ειρήνης και οκτάχρονης Δανάης, πόλη) επίσης, παρατήρησε επιρροές στα κορίτσια της από διάφορα reality σόου που παρακολουθούν με μοντέλα, όπου «μιμούνται τον τρόπο που περπατούν, τις κινήσεις τους, βάζουν τα νύχια τους και κάνουν ό,τι κάνει το μοντέλο», θεωρώντας όμως ότι δεν είναι κάτι ανησυχητικό, από τη στιγμή που «δεν επηρεάζονται σε επίπεδο εμμονής». Έτσι, ενώ εντόπισε συμπεριφορές έντονης ενασχόλησης με την ομορφιά που έκρινε ότι είναι ακατάλληλες για την ηλικία τους, εντούτοις οι ανησυχίες ήταν περιορισμένες, ίσως γιατί θεώρησε ότι είναι κάτι που το έχει εντοπίσει και το παρακολουθεί στενά ή ότι είναι κάτι αθώο, μια παιγνιώδης επιτέλεση του φύλου, μια μίμηση προτύπων και μια προσπάθεια των κοριτσιών για να δείξουν μεγαλύτερες, κάτι που θεώρησε αρκετά αποδεκτό.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι πιο πάνω παρατηρήσεις για τις έντονες επιρροές των MME όσον αφορά την ενασχόληση των κοριτσιών με πρακτικές ομορφιάς και τον καταναλωτισμό προέκυψαν από γονείς που προέρχονται από μεσαίο προς ανώτερο στρώμα, κάτι που πρωτίστως επιτρέπει την πρόσβαση σε συνδρομητικά κανάλια, όπως το Disney Channel. Επίσης, οι οικογένειες αυτές, λόγω της διαμονής τους στην πόλη, πιθανόν να είχαν πιο άμεση πολιτισμική επαφή με ότι νεότερο βγαίνει στην αγορά, συνεπώς, είναι πιο εύκολο τόσο για τα παιδιά να έχουν περισσότερες καταναλωτικές απαιτήσεις, όσο και για τους γονείς να αναγνωρίζουν αυτές τις τάσεις και ενδεχομένως να τις ικανοποιούν. Είναι σημαντικό να αναφερθεί επίσης ότι οι παρατηρήσεις για έντονη επιρροή των MME και των προτύπων ομορφιάς που προωθούν στα παιδιά εκφράστηκαν κυρίως για κορίτσια, και σε μεμονωμένες περιπτώσεις για αγόρια.

Προβολή αρνητικών προτύπων. Αν και πολλοί γονείς δεν αναφέρθηκαν άμεσα στις επιρροές που τα ΜΜΕ φέρουν στα παιδιά τους σε σχέση με τα πρότυπα ομορφιάς και την έντονη ενασχόληση με πρακτικές ομορφιάς, εντούτοις, οι περισσότεροι γονείς, ανεξαρτήτως κοινωνικού στρώματος, συμφώνησαν ότι πολλές φορές τα ΜΜΕ προβάλλουν αρνητικά πρότυπα για τα παιδιά.

Νατάσα: Τα τηλεοπτικά κανάλια είναι ένα.. δράμα στο τι προβάλλουν. Εντάξει, μπορεί να έχει και ορισμένες εκπομπές, κυπριακές εκπομπές, που να είναι πιο ποιοτικές ή συμβουλευτικού περιεχομένου ή να καλλιεργούν κάπως την... να βοηθούν στη διαμόρφωση του χαρακτήρα. Κακά τα ψέματα, η τηλεόραση παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση του χαρακτήρα του παιδιού. Και ως γονιός προσπαθείς να το διαπαιδαγωγήσεις, αλλά και είναι και η τηλεόραση ένα μέσο διαπαιδαγώγησης.

(Νατάσα, μητέρα δεκάχρονης Σοφίας, χωριό)

Ιδιαίτερα όσον αφορά το ενδιαφέρον των παιδιών για τις νεανικές σειρές του Disney Channel οι γονείς ως επί το πλείστον το αντιμετώπισαν με αρνητικούς όρους, γιατί θεωρούσαν ότι προωθούν «κακομαθημένες» και «extreme» συμπεριφορές, όπως συμμετοχή σε πάρτι, έντονη ενασχόληση με το τραγούδι, μεγαλοπιάσματα, αυθάδεια, ειρωνεία, ρομάντζα και απιστίες, οι οποίες παρατήρησαν ότι επηρεάζουν αρνητικά τα παιδιά τους:

Κωνσταντίνα: Παρακολουθούσαν πολύ έντονα το Disney Channel, το οποίο βγάλαμε τώρα γιατί το έβλεπαν ασταμάτητα από το πρωί ως τη νύχτα. Εκείνο το διάστημα ήθελαν να τραγουδούν εκείνα τα τραγούδια, ήθελαν να μιμηθούν τις συμπεριφορές τους. Έλεγαν φράσεις που άκουγαν συνέχεια. Και ήθελαν να ντυθούν και στα καρναβάλια έτσι, με εκείνα τα μαλλιά της Hannah Montana και τέτοια, έκοβαν εικόνες τότε από περιοδικά από ό,τι σχετικό έβλεπαν. Ασχολούνταν πολύ τότε με εκείνα τα θέματα. Μετά που πέρασε όμως, κάπου το άφησαν, δεν το ακολούθησαν, ήταν μόνο εκείνο το διάστημα.

Στέφανος: Εντάξει, δείχνει τη σύγχρονη εποχή που είμαστε σήμερα, αλλά όμως έδειχνε και κακές συμπεριφορές. Έδειχνε συμπεριφορές που ήταν extreme.

Κωνσταντίνα: Γι' αυτό θέλαμε να το σταματήσουμε.

Στέφανος: Συνέχεια θέλουν να βγαίνουν, να πηγαίνουν σε πάρτι. Να είναι ανεξάρτητοι.

Κωνσταντίνα: Ή έκαναν πλάκες συνέχεια ή μιλούσαν έτσι αναισθητα, ανέμελοι.

Στέφανος: Έκαναν τους ωραίους, έκαναν τους...

Κωνσταντίνα: Και το μόνο που τους ενδιέφερε ήταν το τραγούδι, ας πούμε. Κι επειδή το έβλεπαν τόσο έντονα, με τόση πολλή επανάληψη, τόσες πολλές φορές [τονίζει], τους έβλεπες ότι ξεκίνησαν να μιλούν μάγικα, έτσι με εκείνο το στυλ.

(Κωνσταντίνα και Στέφανος, γονείς εντεκάχρονων Έλενας, Θεόδωρου και δεκατριάχρονης Νίκης)

Αφροδίτη: Το Disney Chanel που είναι εκείνοι οι έφηβοι... Πιστεύω ότι και στη συμπεριφορά την επηρέασε... Τις έβλεπα στη σειρά που μεγαλοπιάνονταν... και κάποια απώματα που έκαναν εκείνες... [γέλιο]. Τα έκανε η Νικολέτα πιο έντονα.

(Αφροδίτη, μητέρα εντεκάχρονης Νικολέτας, πόλη)

Ωστόσο, κάποιοι γονείς, όπως η Αγγελική, διέκριναν και κάποια θετικά μηνύματα που απορρέουν από τις σειρές αυτές:

Αγγελική: Το no. 1 είναι το Disney Channel. Απευθύνεται σε έφηβους παραπάνω, αλλά από τα 6 – 6 ½ της την ενδιαφέρει μόνο αυτό το κανάλι. Έχει σειρές που είναι κάποια κορίτσια που χορεύουν και ντύνονται πολύ μοντέρνα και αυθαδιάζουν λίγο, αλλά με την... όχι με την πολύ αρνητική έννοια, απλώς θέλουν να δείχνουν cool ας πούμε. Και μετά, από τις σειρές αυτές, όσο μπόρεσα να παρακολουθήσω, βγαίνει ένα θετικό μήνυμα. Ας πούμε ότι δεν πρέπει να κάνουν bullying, πρέπει να προσπαθώ να αγωνίζομαι όταν θα λάβω μέρος σε ένα διαγωνισμό και μπορεί να κερδίσω ή μπορεί να μην κερδίσω και απογοητεύονται. Κι εντάξει, δεν είναι άχρηστα κανάλια τούτα. Απλά δεν ξέρω. Εγώ μπορώ να το αξιολογήσω που είμαι σε αυτή την ηλικία. Δεν ξέρω το μωρό αν παίρνει τούτο το μήνυμα τελικά. Νομίζω μπορεί να το παίρνει.

(Αγγελική, μητέρα εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Προβολή ακατάλληλου για την ηλικία των παιδιών περιεχομένου.

Προβολή σεξουαλικών σκηνών. Κάποιοι γονείς επίσης εξέφρασαν τη δυσαρέσκεια τους στις περιπτώσεις όπου τα ΜΜΕ προβάλλουν σειρές με σεξουαλικές σκηνές, περιεχόμενο το οποίο θεώρησαν ακατάλληλο για την ηλικία των παιδιών. Όπως φάνηκε και σε προηγούμενη συζήτηση, οι γονείς, ως επί το πλείστον, έβλεπαν την παιδική ηλικία ως μια εποχή χαρακτηρισμένη από αθωότητα, για αυτό πιθανόν να ήθελαν να προστατεύσουν τα παιδιά τους από «τρελά πράγματα», όπως ανέφερε πιο κάτω η Κατερίνα, που θα μόλυναν την αγνότητά τους. Για αυτό αντιδρούσαν αλλάζοντας κανάλι, κλείνοντας την τηλεόραση ή απομακρύνοντας τα παιδιά από την τηλεόραση, χωρίς να επιχειρήσουν να συζητήσουν με τα παιδιά τους τα «ευαίσθητα» αυτά θέματα, αν και αναγνώριζαν την «περιέργεια» που τα παιδιά τους δείχνουν για αυτά. Ενώ λοιπόν από τη μια αναγνώριζαν το σχετικό ενδιαφέρον των παιδιών τους, εντούτοις, η δυσκολία και η αμηχανία που παρουσίαζαν οι γονείς στο να διαπαιδαγωγήσουν σεξουαλικά τα παιδιά τους για το σεξ, οδηγούσε στο να αντιμετωπίζουν αρνητικά και με φόβο τις απεικονίσεις αυτές.

Κατερίνα: Τη νύχτα πάνε νωρίς για ύπνο. Δεν τους αφήνουμε να δουν κάτι που... Το «Νιώσε με» ή άμα δείχνει κάτι που δεν είναι κατάλληλο θα αλλάξουμε κανάλι ή θα φωνάξουμε λίγο να φύγουν [γέλιο]. Επειδή έχουν περιέργεια... Τους λέμε: «Δείχνει τρελά πράγματα. Ακόμα δεν είναι για την ηλικία σας αυτά».

(Κατερίνα, μητέρα εντεκάχρονου Δημήτρη, χωριό)

Προβολή σκηνών βίας. Άλλες φορές οι γονείς αναφέρθηκαν με ανησυχία στην ακαταλληλότητα του περιεχομένου των προγραμμάτων όσον αφορά την προβολή βίας, ανησυχώντας κυρίως ότι τέτοιου είδους απεικονίσεις θα επηρεάσουν αρνητικά τη συμπεριφορά των παιδιών.

Κωνσταντίνα: Ακόμα και στα κινούμενα σχέδια, εγώ τους λέω: «Τώρα είπε άσχημη λέξη δείχνει βία. Πώς το βλέπετε αυτό; Δεν θέλω να το βλέπετε». Προσπαθώ, γιατί ξέρω ότι θα μουν στον εγκέφαλο τους, άσχετο αν βλέπω ότι δεν τα υιοθετούν. Θα έχουν ακούσματα και εικόνες. Δεν θέλω να έχουν εικόνες, γι' αυτό είναι πάντα κλειστή η τηλεόραση.

(Κωνσταντίνα, μητέρα εντεκάχρονων Έλενας και Θεόδωρου και δεκατριάχρονης Νίκης, πόλη)

Στέρηση της ευκαιρίας για ενασχόληση με άλλες δραστηριότητες. Τέλος, πέρα από την ανησυχία σε σχέση με τις αρνητικές επιρροές των ΜΜΕ στα παιδιά, οι γονείς συχνά ανησυχούσαν για το ότι η έντονη και παρατεταμένη ενασχόληση με τα ΜΜΕ θα παρεμπόδιζε τη φυσική πορεία ανάπτυξης των παιδιών και θα τους στερούσε τη χαρά του παιχνιδιού και την ενασχόληση με άλλες δημιουργικές και ευχάριστες δραστηριότητες, ενώ ταυτόχρονα δημιουργούσε την ανησυχία ότι είναι μια δραστηριότητα επιβλαβής για την υγεία των παιδιών τους:

Χριστίνα: Προσπαθώ στο ίντερνετ (να βάζω χρονικό όριο), λόγω και των ματιών τους, αλλά και λόγω του ότι στο τέλος δεν παίζουν. Κάθεται η μια εκεί και η άλλη εδώ και ασχολούνται με τις ώρες.
(Χριστίνα, μητέρα δεκαεπτάχρονης Ειρήνης και εντεκάχρονης Δανάης, πόλη)

Γονικές πρακτικές παρέμβασης στην κατανάλωση των ΜΜΕ

Έχοντας λοιπόν οι γονείς διάφορους προβληματισμούς αναφορικά με τις επιδράσεις των ΜΜΕ στα παιδιά τους, παρενέβαιναν με διάφορες στρατηγικές όσον αφορά την εμπλοκή των παιδιών τους με τα ΜΜΕ. Οι κυριότερες στρατηγικές που αναφέρθηκαν από τους γονείς, συμβαδίζουν με τις στρατηγικές που αναφέρονται στη βιβλιογραφία (π.χ. Valkenburg κ.ά., 1999) και αφορούν την περιοριστική παρέμβαση, την κοινή παρακολούθηση και την ενεργή/διδασκτική εμπλοκή. Επίσης υπήρξε μια μερίδα γονιών που χειρίζονται την εμπλοκή των παιδιών τους με τα ΜΜΕ, όχι με άμεσες και αυστηρές οριοθετήσεις, αλλά εμμέσως, με την ενθάρρυνση των παιδιών τους για ενασχόληση με εναλλακτικές ευχάριστες δραστηριότητες ή δείχνοντας εμπιστοσύνη στη σωστή κρίση των παιδιών τους όσον αφορά την ενασχόληση τους με τα ΜΜΕ. Πιο αναλυτικά παρακάτω θα συζητηθούν οι γονικές πρακτικές παρέμβασης σχετικά με την κατανάλωση των ΜΜΕ.

Περιοριστική παρέμβαση. Οι περισσότεροι γονείς, ανεξαρτήτως κοινωνικού στρώματος, αναγνωρίζοντας ότι τα ΜΜΕ αποτελούν σημαντικό παράγοντα επιρροής στα παιδιά τους, ακολουθούσαν την περιοριστική παρέμβαση, έτσι ώστε να οριοθετήσουν το επιτρεπόμενο περιεχόμενο και τις ώρες κατανάλωσης των ΜΜΕ, ελαχιστοποιώντας έτσι τις αρνητικές τους επιρροές στα παιδιά.

Κωνσταντίνα: Παρακολουθούσαν πολύ έντονα το Disney Channel, το οποίο βγάλαμε τώρα γιατί το έβλεπαν ασταμάτητα από το πρωί ως τη νύχτα, γιατί δεν έχει

διάλειμμα το πρόγραμμα. Το έβλεπαν πάρα πολύ... Ήθελαν να μιμηθούν τις συμπεριφορές τους.

(Κωνσταντίνα και Στέφανος, γονείς εντεκάχρονων Έλενας, Θεόδωρου και δεκατριάχρονης Νίκης)

Μια άλλη τακτική που κυρίως γονείς μεσαίων και ανωτέρων κοινωνικών στρωμάτων ανέφεραν και θεωρούσαν επιτυχημένη ήταν ο ορισμός μυστικών κωδικών (PIN) και η τοποθέτηση ειδικών φίλτρων στον ηλεκτρονικό υπολογιστή, κάτι που κάνει την πρόσβαση στα ΜΜΕ απόλυτα ελεγχόμενη από τους γονείς, σε συνδυασμό με άλλες πιο διακριτικές μορφές ελέγχου που ασκούν:

Αγγελική: Ναι πρόσεξα ότι από χτες που βάλαμε το PIN κάπου ξεχνούν την ύπαρξη του Disney Channel. Επειδή δεν είναι available πλέον, ασχολούνται με άλλα πράγματα και ξεχνούν την ύπαρξή του.

(Αγγελική, μητέρα εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Αγγελική: Δεν έχουμε το φίλτρο της CYTA ακόμα. Θα το βάλουμε σύντομα, για να βάλουμε τις (επιτρεπόμενες) κατηγορίες.

Μάριος: Κι εγώ θα την αφήσω, αλλά κάθε τόσο περνώ, οποιαδήποτε στιγμή δεν το περιμένει, θα δω που βρίσκεται, τι βλέπει. Εντάξει, δεν είχαμε πρόβλημα μέχρι σήμερα, αλλά δεν την αφήνω μόνη της. Κάθε 10 λεπτά θα πεταχτώ πάνω να δω τι γίνεται.

(Αγγελική και Μάριος, γονείς εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Αρκετοί γονείς προσπαθούσαν να περιορίσουν τον χρόνο ενασχόλησης των παιδιών με τα ΜΜΕ, αλλά και να μειώσουν τις πιθανότητες παρακολούθησης «ακατάλληλου» περιεχομένου, θέτοντας ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα ρουτίνας στα παιδιά τους, που αφορούσε τον ορισμό συγκεκριμένης ώρας ξεκούρασης μετά το σχολείο, κατά την οποία στα παιδιά επιτρέπεται η παρακολούθηση τηλεόρασης ή ενασχόλησης με το διαδίκτυο, αλλά και τη σταθερή ώρα μελέτης, που σηματοδοτεί τη λήξη της ξεκούρασης και συνεπώς της ενασχόλησης με τα ΜΜΕ, καθώς και τον ορισμό συγκεκριμένης ώρας που τα παιδιά πάνε για ύπνο το βράδυ. Σε αυτή την περίπτωση τα ΜΜΕ αποτελούν βασικό χαρακτηριστικό του μικροσυστήματος της οικογένειας, το οποίο λειτουργεί ως βάση με την οποία ρυθμίζονται ρουτίνες, νόρμες και συνήθειες που σχετίζονται με το διάβασμα, τον ύπνο και άλλες καθημερινές δραστηριότητες (Garbarino,

όπως αναφέρεται στο Evans κ.ά., 2011), μια πρακτική που φέρει διπλό όφελος για τους γονείς: από τη μια ρυθμίζεται λειτουργικά η καθημερινότητα της οικογένειας, κι από την άλλη περιορίζεται αποτελεσματικά ο χρόνος ενασχόλησης με τα ΜΜΕ. Αυτές αποτελούν πρακτικές που ακολουθούσαν οι περισσότεροι γονείς, ανεξαρτήτως κοινωνικοοικονομικού επιπέδου.

Χριστίνα: Οι κανόνες ως επί το πλείστον, αφορούν το να τελειώνει η κατ' οίκον εργασία ή τα αγγλικά τους ή ότι άλλες υποχρεώσεις έχουν, να συγυρίσουν τα ρούχα τους ή το δωμάτιό τους και μετά, αν έχουν χρόνο, να παίξουν στο ίντερνετ. Πολλές φορές, αν δεν το κάμουν τούτο, μπορεί να τις σηκώσω.
(Χριστίνα, μητέρα δεκατριάχρονης Ειρήνης και εντεκάχρονης Δανάης, πόλη)

Κοινή παρακολούθηση. Μια άλλη πρακτική που αρκετοί γονείς ακολουθούσαν, κυρίως χαμηλότερων κοινωνικοοικονομικών στρωμάτων, είναι αυτή της κοινής παρακολούθησης, κατά την οποία γονείς και παιδιά παρακολουθούν μαζί τηλεοπτικά προγράμματα, όπως παιδικά προγράμματα, οικογενειακές ταινίες και σειρές. Η δραστηριότητα αυτή συνήθως γινόταν για λόγους αναψυχής, παρέας και δεσίματος γονιών και παιδιών και όχι με σκοπό την αλληλεπίδραση και τη συζήτηση σχετικά με το περιεχόμενο, τις πράξεις ή τα πρότυπα που προβάλλονται. Οι γονείς που ακολουθούσαν την προσέγγιση αυτή συνήθως δεν εξέφρασαν ιδιαίτερες ανησυχίες για τα ΜΜΕ που τα παιδιά τους καταναλώνουν και για αυτό ήταν διατεθειμένοι να τα παρακολουθήσουν μαζί με τα παιδιά τους.

Ενεργή και διδακτική εμπλοκή. Από την άλλη, αρκετοί γονείς, προερχόμενοι από διάφορα κοινωνικά στρώματα, ακολουθούσαν την ενεργή και διδακτική εμπλοκή μέσω των ΜΜΕ. Συγκεκριμένα, η Χλόη, συζήτησε με τα παιδιά της για τα πρότυπα ομορφιάς που προβάλλονται από τα ΜΜΕ και μέσω αυτών των παρεμβάσεων προσπάθησε να τους εμπεδώσει το ιδεώδες της μοναδικότητας, της εσωτερικής ομορφιάς και της καλλιέργειας της προσωπικότητας, ιδεώδη που απομακρύνουν την έμφαση από την εξωτερική εμφάνιση και δημιουργούν αντιστάσεις στα σεξουαλικοποιημένα και μη ρεαλιστικά πρότυπα ομορφιάς που προωθούνται από τα ΜΜΕ:

Χλόη: Κοίταξε σίγουρα τα media προωθούν την ψηλή γυναίκα, την όμορφη, με το ωραίο το στήθος, τα μακριά μαλλιά, την πάντα περιποιημένη. Είναι σεξιστικό για εμένα αυτό. Ξέρουν ότι -προσπάθησα δηλαδή να τους το

μεταδώσω- ότι ο καθένας πρέπει να είναι ο εαυτός του, όπως είναι. Πρέπει εγώ να αγαπώ τον εαυτό μου για να με αγαπήσουν οι άλλοι πως είμαι. Προσπαθώ να βελτιωθώ πάντα, αλλά το εξωτερικό... Πάντοτε τους έλεγα τους, από μωρά, ότι δεν έχει σημασία το πώς είμαι, αλλά το ποιος είμαι, όχι το πώς φαίνομαι, αλλά το πώς φέρομαι.

(Χλόη, μητέρα δεκατριάχρονης Άννας και δωδεκάχρονου Φοίβου, πόλη)

Η Χλόη επίσης παρακάτω εξήγησε τον τρόπο με τον οποίο συζητά με τα παιδιά της θέματα που θεωρεί ευαίσθητα και επικίνδυνα, όπως σεξουαλικής διαπαιδαγώγησης και ναρκωτικών, καθώς και τον τρόπο που προσπαθεί να αναπτύξει την κριτική σκέψη των παιδιών της όσον αφορά προβαλλόμενα πρότυπα και συμπεριφορές. Φαίνεται ότι η Χλόη εκμεταλλεύεται τις ευκαιρίες που τα ΜΜΕ προσφέρουν για διευκόλυνση της επικοινωνίας και της αλληλεπίδρασης με τα παιδιά της για την προσέγγιση θεμάτων που τα προετοιμάζουν για τη ζωή. Ωστόσο, η Χλόη ήταν η μοναδική μητέρα που ανέφερε αυτή την οπτική, αφού όπως θα συζητηθεί πιο κάτω οι περισσότεροι γονείς απέφευγαν να προσεγγίσουν ευαίσθητα θέματα.

Χλόη: Ακόμα και όταν ήταν πιο μικροί μπορούσε ο Φοίβος να μου πει: «Αυτό δεν κάνει για εμάς νομίζω». Αλλά εγώ ήμουν πάντα ανοικτή. Προτιμούσα να βλέπουν κάτι που θεωρητικά δεν έκανε για εκείνους για να το συζητήσουμε. Ουδέποτε άλλαζα κανάλι. Μπορεί ας πούμε να είχε μια ερωτική σκηνή. Ποτέ δεν θα άλλαζα κανάλι. Θα το άφηνα, άνετα, να το δούμε κι αν έβλεπα ότι ήταν κάτι που μπορούσε... Από τότε που ήταν πολύ μικροί τους μιλούσαμε άνετα για τα πάντα. Επειδή, όσον αφορά το σεξ και τα ναρκωτικά, τους μιλούσα από πολύ νωρίς, από την ηλικία των 2 ξεκινούσαμε να μιλούμε στο επίπεδο που καταλαβαίνανε... Πώς να σου πω. Τα πάντα έρχονται φυσιολογικά. Τους εξηγώ διάφορα πράγματα. Όταν κάτι δεν το ξέρω τους λέω: «Δεν ξέρω, να ψάξω και να σας πω», αλλά δεν έχουμε κάτι που... να αποφεύγουμε να συζητήσουμε. Και για ομοφυλοφιλικές σχέσεις και τα πάντα.

(Χλόη, μητέρα δεκατριάχρονης Άννας και δωδεκάχρονου Φοίβου, πόλη)

Χλόη: Σπάνια (τα ΜΜΕ θα δείξουν θετικά πρότυπα)... δηλαδή θα δείξει ένα αθλητή ο οποίος κατάφερε κάτι. Εκεί θα το υπερτονίσουμε και θα πούμε: «Κοίταξε πόσες θυσίες έκανε!». Ας πούμε για τον Κοντίδη, μια συνέντευξη

του που βλέπαμε, έλεγε ότι πριν πάει σχολείο πήγαινε προπόνηση. Δηλαδή για να τα καταφέρει, δεν ξύπνησε ένα πρωί και έγινε πρωταθλητής. Και προσπαθώ να τους το αντιπαραβάλω σε σχέση ας πούμε... ποιο να σου πω... με ένα τραγουδιστή που έκαμε ένα τραγούδι χωρίς νόημα και έγινε γνωστός. Α, ας πούμε χτες λέγαμε με την Άννα για κάποιους που βγήκαν πρώτοι στο Fame Story και τώρα εξαφανίστηκαν... Δηλαδή προσπαθώ να τους πω ότι η πρόσκαιρη δημοσιότητα δεν προσφέρει τίποτε, αντιθέτως είναι ζημιά.

(Χλόη, μητέρα δεκατριάχρονης Άννας και δωδεκάχρονου Φοίβου, πόλη)

Παρόλα αυτά, οι περισσότεροι γονείς εξέφρασαν την αμηχανία τους στις περιπτώσεις κατά τις οποίες τα παιδιά τους, παίρνοντας την ευκαιρία για κάτι που παρακολουθούσαν, ρωτούσαν πράγματα σχετικά με το σεξ:

ΓΚ: Έτυχε ποτέ να σε ρωτήσουν κάτι που ένιωσες άβολα να απαντήσεις;

Αναστασία: Ναι, ναι πολύ. Ειδικά έτσι ξέρεις πιο... για σεξ. Διότι μας λένε: «Εντάξει, δεν γίνεται με το να σε φιλήσει ο άλλος να κάνεις παιδάκι, τι γίνεται; Τι πράξεις άλλες κάνεις;»... Εκεί δεν ξέρω πώς να αντιδράσω και λάθος μου. Πρέπει να βρω τον τρόπο. Τους λέω: «Εντάξει αγάπη μου στην ηλικία σου, αν σου πω κάποια άλλα πράγματα μπορεί να μην τα καταλάβεις ακριβώς. Τώρα αρκέσου στα απλά πράγματα που θα σου εξηγήσω και μετά σιγά σιγά». Και σκέφτηκα, μου είπαν και για κάποια βιβλία σχετικά από το βιβλιοπωλείο.

(Αναστασία, μητέρα δεκάχρονων Αλέξη, Νεοκλή, Ηλία, πόλη)

Προώθηση ενασχόληση με εναλλακτικές δραστηριότητες. Από την άλλη, υπήρξε μια μερίδα γονιών που χειρίζονταν την εμπλοκή των παιδιών τους με τα ΜΜΕ, όχι άμεσους και επιτακτικούς κανόνες, αλλά με έμμεσους τρόπους, όπως με την ενθάρρυνση των παιδιών τους για ενασχόληση με εναλλακτικές ευχάριστες και δημιουργικές δραστηριότητες, που μπορεί να γίνονται εντός σπιτιού και να αφορούν κατασκευές, διάβασμα και παιχνίδια ή εκτός σπιτιού, όπως βόλτες ή απογευματινά μαθήματα, στα οποία τα παιδιά θα αναπτύξουν τα ταλέντα και τις ικανότητες τους. Με τον τρόπο αυτό, σύμφωνα με τους γονείς, όχι μόνο τα παιδιά περνούν ευχάριστα το χρόνο τους, αλλά ταυτόχρονα αποφεύγουν κάποιες αρνητικές επιρροές και κινδύνους που πιθανόν να

αντιμετώπιζαν με την ενασχόληση τους με συγκεκριμένες δραστηριότητες στο διαδίκτυο, όπως στο Facebook:

Αγγελική: Είμαστε πολύ ενήμεροι (για τη χρήση του Facebook). Έχω μια τάση να κάνουν πολλές δραστηριότητες το απόγευμα, να απασχολούνται κι έτσι να μην έχουν πολλή ώρα ελεύθερη. Άμα έχεις το διάβασμα σου και τη δραστηριότητά σου, κοντεύει η ώρα να κάνεις μπάνιο και να κοιμηθείς. Δεν σου μένει και πάρα πολλή ώρα για να ασχοληθείς και με την τηλεόραση και με το ίντερνετ. Τα σαββατοκύριακα θα φέρουμε μια φίλη να παίξουν. Να μην έχουν πολύ χρόνο να σπαταλούν. Είμαι σίγουρη ότι σε κάποια φάση δεν θα πιάνει, αλλά προς το παρόν λειτουργεί καλά. Θέλω να το καθυστερήσω όσο γίνεται.

(Αγγελική, μητέρα εννιάχρονης Κορίνας, πόλη)

Χριστίνα: Ναι κατά τη διάρκεια της σχολικής χρονιάς, εφόσον διαβάσουν, προσπαθώ να τις ενθαρρύνω να πάνε κάτω στην αυλή να παίξουν, να μην βλέπουν συνέχεια τηλεόραση. Να κάνουν και κάτι άλλο. Να ακούσουν μουσική ή να διαβάσουν κανένα βιβλίο. Τους αρέσουν τα βιβλία.

(Χριστίνα, μητέρα δεκατρίαχρονης Ειρήνης και εντεκάχρονης Δανάης, πόλη)

Στο σημείο αυτό διαφαίνεται το γεγονός ότι ο τρόπος με τον οποίο κάποιες φορές οι γονείς χειρίζονται την εμπλοκή των παιδιών με τα ΜΜΕ διαφοροποιείται αναλόγως του κοινωνικοοικονομικού επιπέδου των γονιών, αφού η προσέγγιση που αναφέρθηκε παραπάνω ακολουθήθηκε συνήθως από γονείς μεσαίων και ανώτερων στρωμάτων, οι οποίοι διαθέτουν τις πηγές που είναι απαραίτητες για την εφαρμογή των πρακτικών αυτών. Οι πιο πάνω γονείς διέθεταν τις απαραίτητες οικονομικές, γνωστικές, πολιτισμικές και κοινωνικές πηγές και για αυτό ήταν σε θέση να απασχολήσουν δημιουργικά και ευχάριστα τα παιδιά τους. Είχαν την οικονομική δυνατότητα να διαθέσουν τα χρήματα που χρειάζονται για τα δίδακτρα, την αγορά των απαραίτητων υλικών και εξοπλισμού και τις βόλτες, καθώς και διαθέσιμο μεταφορικό μέσο. Διέθεταν επίσης τα κατάλληλα κοινωνικά δίκτυα πληροφόρησης για τις δραστηριότητες αυτές, αλλά και τον απαιτούμενο χρόνο και ενέργεια για επένδυση στις πιο πάνω δραστηριότητες.

Ωστόσο, μητέρες κι από χαμηλότερα στρώματα εξέφρασαν την επιθυμία τους για ενεργή εμπλοκή των παιδιών τους σε διάφορες απογευματινές δραστηριότητες, με σκοπό, τόσο για την καλλιέργεια ταλέντων, όσο και τη δημιουργική τους απασχόληση που θα

αποσπάσει τα παιδιά από τη συνεχή ενασχόληση με τα ΜΜΕ. Παρόλο που συχνά αντιμετώπιζαν διάφορες προκλήσεις, όπως το οικονομικό κόστος, την απόσταση από την πόλη και την απουσία διαθέσιμου μεταφορικού μέσου, ωστόσο, έβρισκαν τις λύσεις εντός του χωριού, όπως με το περπάτημα και την ποδηλασία στο χωριό και στη φύση. Όπως η Φιλιά (μητέρα του εντεκάχρονου Μιχάλη, χωριό) είπε: «Ναι του αρέσει η φύση πολύ. Και καλύτερα, παρά να είναι ο νους του αλλού, στο Facebook ας πούμε».

Εμπιστοσύνη στην πρωτοβουλία των παιδιών. Επιπρόσθετα, υπάρχουν οικογένειες που επίσης δεν όριζαν αυστηρούς κανόνες στα παιδιά σε σχέση με τη χρήση των ΜΜΕ, αλλά στηρίζονταν στην εμπιστοσύνη, στην πρωτοβουλία και στην κρίση που προσδίδουν στα παιδιά τους, κυρίως όταν έχουν μεγαλύτερα παιδιά. Αυτό εντοπίστηκε στην οικογένεια της Χλόης, η οποία φαίνεται ότι ακολουθεί το μοτίβο της εννοιολογικά κατευθυνόμενης επικοινωνίας (concept-oriented communication) στο οποίο δίνεται έμφαση στα δημοκρατικά ιδεώδη και στην ενίσχυση της κρίσης και της αυτονομίας του παιδιού, ένα μοτίβο επικοινωνίας που συνήθως ακολουθούν γονείς με υψηλότερο κοινωνικοοικονομικό και μορφωτικό επίπεδο, κάτι που ισχύει στην περίπτωση αυτή.

Χλόη: Είχαμε παλιά, στις αρχές του δημοτικού (κανόνες για ενασχόληση με την τηλεόραση και το διαδίκτυο), κυρίως με τον Φοίβο που ήταν εθισμένος λίγο με τα καρτούν στην τηλεόραση, επειδή δεν ακολουθούσε τους κανόνες... Τώρα στο ίντερνετ θα μπορούσαμε να έχουμε κανόνες, αλλά συμφωνήσαμε ολόκληρη η οικογένεια ότι από τη στιγμή που δεν επηρεάζει το διάβασμα και την επίδοση στο σχολείο. Την ώρα που πρέπει να διαβάσουν, θα διαβάσουν, την ώρα που θα παν ιδιαίτερα, θα παν ιδιαίτερα, την ώρα που θα έρθει ένας φίλος μας και πρέπει να είναι μαζί μας, θα είναι μαζί μας. Τους λέμε: «Σας έχουμε τόση εμπιστοσύνη, που δεν θέλουμε να φτάσουμε στο σημείο να...». Ο πατέρας τους είπε: «μπορώ άνετα να το κάμω να δουλεύει μόνο 1 ώρα την ημέρα. Δε θέλω να φτάσω σε εκείνο το σημείο». Κι εντάξει, ως τώρα ευτυχώς, είμαστε μια χαρά. Αν χρειαστεί θα το κάμουμε, αλλά νομίζω ότι δεν υπάρχει ανάγκη... Εντάξει θα σεβαστώ το «να μείνω 10 λεπτά να τελειώσω αυτό που κάνω, αυτό που βλέπω» και το σέβομαι γιατί ξέρω ότι άμα τελειώσει θα κάμουν εκείνο που πρέπει. Δεν είμαι: «Κλείσε το τώρα, ξεκίνα τώρα». Εντάξει, «10 λεπτά, 10 λεπτά».

(Χλόη, μητέρα δεκατριάχρονης Άννας και δωδεκάχρονου Φοίβου, πόλη)

Προκλήσεις στη γονική παρέμβαση στα ΜΜΕ

Σε γενικές γραμμές φαίνεται ότι η πλειοψηφία των γονιών είχε τις επιφυλάξεις της σε σχέση με την ενασχόληση των παιδιών με τα ΜΜΕ και για αυτό αρκετοί γονείς αντιμετώπιζαν την ανησυχία τους αυτή θέτοντας άμεσους ή έμμεσους περιορισμούς. Ωστόσο, ένα μοτίβο που είχε παρατηρηθεί, κυρίως από γονείς χαμηλότερων στρωμάτων, ήταν από τη μια η ύπαρξη προβληματισμού σε σχέση με τις αρνητικές επιρροές των ΜΜΕ στα παιδιά τους και η επιθυμία για οριοθέτησή τους, αλλά, από την άλλη, η αδυναμία για θέσπιση συστηματικών ορίων, με αποτέλεσμα την αντίδραση με αυθόρμητο, σπασμωδικό και μη αποτελεσματικό τρόπο, όπως ακολούθως:

Ιωάννα: Καμιά φορά τα μεγαλύτερα του αδέρφια κατεβάζουν ταινίες, κάτι φοβητσιάρικα πράγματα. Του κλείνω τα μάτια να μην βλέπει. Κάτι θρίλερ με αίματα που κατεβάζουν, αλλά πάλι τα παρακολουθεί.

(Ιωάννα, μητέρα εντεκάχρονου Νίκου, χωριό)

Άλλες φορές οι προσπάθειες για επιβολή κανόνων και επηρεασμού, προκαλούσε την αντίδραση των παιδιών. Έτσι, κάποιοι γονείς, προκειμένου να αποφύγουν τη σύγκρουση με τα παιδιά τους, που θα γινόταν όλο και πιο έντονη όσο οι γονείς επέμεναν και πίεζαν για επιβολή ορίων, αποφάσιζαν να χαλαρώσουν τους περιορισμούς και να συμβιβαστούν με τα παιδιά τους. Αυτό συνέβαινε κυρίως σε περιπτώσεις που κάποια προγράμματα και μορφές ΜΜΕ ήταν ιδιαίτερα δημοφιλή στην κουλτούρα των συνομηλίκων, συνεπώς οι γονείς πιθανόν να αισθάνονταν την ηθική υποχρέωση για αποτροπή των δραστηριοτήτων αυτών. Αυτό γινόταν τόσο για αποφυγή των έντονων αντιδράσεων εκ μέρους των παιδιών τους, αλλά και κυρίως για την προώθηση της κοινωνικής ενσωμάτωσης των παιδιών τους στην ομάδα των συνομηλίκων. Επίσης, φάνηκε ότι υπήρχε η ανησυχία ότι η έντονη απαγόρευση θα οδηγούσε σε παρακολούθηση του «απαγορευμένου» περιεχομένου στα κρυφά, κάτι που οι γονείς θεωρούσαν χειρότερο:

Κατερίνα: Να σου πω. Τα παιχνίδια που παίζει στο ίντερνετ... έβλεπε και κάτι καρτούν στην τηλεόραση με κάτι μαχητές και σβούρες, έτσι.. δεν είναι πολύ... Αλλά τα έβλεπαν όλα τα παιδιά τότε. Ήταν πριν κανένα χρόνο που ήταν πιο μικρός... Του έλεγα «όχι», αλλά μου έλεγε: «Μα όλα τα παιδιά βλέπουν». Τι να του πω; Όσο πιο πολύ τους λες «όχι» τόσο παραπάνω θα το κάνει. Καλύτερα... εντάξει... Θα του πω: «Αυτό δεν μου αρέσει, μην το

βλέπεις». Αλλά εντάξει μπορεί την ώρα που δεν είμαι εκεί να το δει από περιέργεια. Ενώ καλύτερα να μην τον... πιέζεις και πολύ.

(Κατερίνα, μητέρα εντεκάχρονου Δημήτρη, χωριό)

Η αδυναμία αυτή, που συνήθως εντοπίστηκε σε γονείς χαμηλότερων στρωμάτων, πιθανόν να οφείλεται στον περιορισμό πολιτισμικών και γνωστικών πηγών που θα τους έδιναν τη γνώση για αποτελεσματική εφαρμογή τρόπων παρέμβασης, αλλά και για ενθάρρυνση των παιδιών με την ενασχόληση εναλλακτικών δραστηριοτήτων, όπως αναλύθηκε πιο πάνω. Ακόμα, το σύστημα λειτουργίας της κάθε οικογένειας και οι έμφυλοι ρόλοι των μελών της επιδρούν στον τρόπο γονικής παρέμβασης και διαπαιδαγώγησης σε διάφορα θέματα. Συγκεκριμένα, μια βασική πρόκληση που φάνηκε να αντιμετωπίζουν οι μητέρες στις περισσότερες οικογένειες που μελετήθηκαν στο χωριό ήταν η έλλειψη διαθέσιμου χρόνου, αφού οι πατέρες εργάζονταν σε χειρωνακτικά επαγγέλματα για πολλές ώρες, ακόμα και τα σαββατοκύριακα, συνεπώς οι μητέρες ήταν αυτές που αναλάμβαναν εξ' ολοκλήρου την ανατροφή των παιδιών, αλλά και το νοικοκυριό. Αυτό ήταν κάτι ιδιαίτερα στρεσογόνο και εξαντλητικό για αυτές και, όπως συχνά ανέφεραν, ήταν κάτι που τις δυσκόλευε στον καθορισμό συγκεκριμένων κανόνων και νόρμων στην οικογένεια, όπως είναι ο χρόνος ενασχόλησης με τα ΜΜΕ.

Υπάρχουν ακόμα φορές όμως, που οι γονείς, αν και θα θεωρούσαν σωστό τον ορισμό κανόνων, εντούτοις δεν το έκαναν, κυρίως λόγω του περιορισμένου τους χρόνου και των αυξημένων τους υποχρεώσεων και κούρασης. Σε αυτή την περίπτωση εκλάμβαναν την τηλεόραση και την ενασχόληση των παιδιών τους με το ίντερνετ ως μια «ηλεκτρονική babysitter» (Evans κ.ά., 2011), που τα κρατά με ασφάλεια απασχολημένα στο σπίτι, καθώς οι γονείς είναι δεσμευμένοι με άλλες υποχρεώσεις, είτε εντός, είτε εκτός σπιτιού. Επίσης, κάποιοι γονείς δεν έθεταν αυστηρούς περιορισμούς σε σχέση με τα ΜΜΕ λόγω των εκάστοτε καιρικών συνθηκών που επικρατούσαν που ανάγκαζαν τα παιδιά να μένουν κλεισμένα στο σπίτι. Αυτή η συνειδητή μη επιβολή κανόνων προέκυψε κυρίως από γονείς και μητέρες μεσαίων στρωμάτων, που είχαν αυξημένες επαγγελματικές υποχρεώσεις, αλλά και χαμηλότερων στρωμάτων λόγω των αυξημένων υποχρεώσεων που αναλάμβανε η μητέρα εξαιτίας των έμφυλων ρόλων στην οικογένεια:

Αφροδίτη: Δυστυχώς δεν βάλαμε (κανόνες για τις ώρες ενασχόλησης με τα ΜΜΕ) με την κόρη μου. Με τον γιο το κάναμε. Με τη μικρή, επειδή, εντάξει δεν έχω κι εγώ το χρόνο να ασχοληθώ τόσο, άμα θα φύγω, ας πούμε να πάρω τον γιο μου κάπου και μένει μόνη της, δεν μπορώ να της πω: «Μην βλέπεις και

κλείσει το τώρα». Πρέπει να είμαι εδώ για να ελέγγω και να έχει και κάτι άλλο να κάνει, για να μην σου πω ότι νιώθω ασφάλεια να είναι στον καναπέ και να χαζεύει στο laptop, παρά να κάνει κάτι άλλο που μπορεί να κινδυνεύσει.

(Αφροδίτη, μητέρα εντεκάχρονης Νικολέτας, πόλη)

Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η Αφροδίτη αντιμετωπίζει την ενασχόληση της κόρης της με το laptop και το διαδίκτυο ως κάτι ακίνδυνο, ενώ έρευνες τονίζουν τους κινδύνους που ελλοχεύουν από την μη ελεγχόμενη χρήση του διαδικτύου από παιδιά (Buckingham & Willett, 2013· Mishna κ.ά., 2009).

Συμπεράσματα

Στο κεφάλαιο αυτό συζητήθηκε ο τρόπος με τον οποίο οι γονείς των παιδιών ηλικίας 8-13 ετών επιδρούν στη διαμόρφωση των νοημάτων που φέρει η έννοια της «ομορφιάς» για τα παιδιά και ο ρόλος και στάσεις των γονιών στο φαινόμενο της «σεξουαλικοποίησης» της παιδικότητας. Συζητήθηκαν συγκεκριμένα οι πρακτικές παρέμβασης που οι γονείς ακολουθούν σε σχέση με την καταναλωτική διαπαιδαγώγηση των παιδιών τους και οι πρακτικές χειρισμού της ενασχόλησης των παιδιών τους με πρακτικές ομορφιάς, καθώς και η γονική εμπλοκή σε σχέση με την κατανάλωση των ΜΜΕ από τα παιδιά.

Μέσα από τις συνεντεύξεις με τους γονείς φάνηκε ότι ο τρόπος αντιμετώπισης των καταναλωτικών απαιτήσεων των παιδιών σε ζητήματα που σχετίζονται με την ομορφιά και την εμφάνιση είναι ιδιαίτερα σύνθετος και πολυδιάστατος. Οι περισσότεροι γονείς, εντοπίζοντας την έντονη επιρροή του καταναλωτισμού στα παιδιά τους, θεωρούν ως απαραίτητο κομμάτι του γονικού τους ρόλου την ενεργή τους παρέμβαση στην καταναλωτική πολιτική που θα ακολουθήσουν. Για αυτό θέτουν βασικές συμφωνίες και όρια που έχουν ως βασικούς άξονες το οικονομικό κόστος, τη χρησιμότητα και τις πραγματικές ανάγκες των παιδιών τους, το στυλ, την υγεία και την καταλληλότητα των αγαθών για την ηλικία των παιδιών τους. Παρόλα αυτά, η εφαρμογή της καταναλωτικής τους πολιτικής δεν είναι πάντοτε εφικτή, αφού πολλές φορές έχουν να αντιμετωπίσουν την αντίδραση και το πείσμα των παιδιών, κάτι που οι γονείς συχνά αποδίδουν στις έντονες επιρροές που τα παιδιά δέχονται από τον κύκλο των συνομηλίκων, αλλά κι από κάποια δημοφιλή προς τα παιδιά ΜΜΕ, όπως δημοφιλείς νεανικές σειρές από συνδρομητικά

κανάλια που τα επηρεάζουν τόσο στις προτιμήσεις στο στυλ και ντύσιμο, όσο και στον τρόπο συμπεριφοράς.

Πολλοί γονείς, εξάλλου, αναγνωρίζουν τις έντονες επιρροές που τα ΜΜΕ συχνά φέρουν στα παιδιά τους, τις οποίες συχνά εκτιμούν ως αρνητικές, τόσο λόγω ακατάλληλου για την ηλικία των παιδιών τους περιεχομένου, όσο και λόγω αρνητικών προτύπων, τα οποία συνήθως εντοπίζουν στην προβολή σεξουαλικών σκηνών ή σε πρότυπα που προβάλλουν «νεανικές», «έξαλλες» και “cool” συμπεριφορές. Φαίνεται ότι οι περισσότεροι γονείς θέλουν να «προστατεύσουν» τα παιδιά τους από αυτές τις αρνητικές επιρροές, για αυτό παρεμβαίνουν με διάφορους τρόπους στην εμπλοκή των παιδιών τους με τα ΜΜΕ, όπως με την περιοριστική παρέμβαση, την κοινή παρακολούθηση και την ενεργή/διδασκτική εμπλοκή, αν και πολλές φορές έχουν να αντιμετωπίσουν προκλήσεις που δεν τους επιτρέπουν να δράσουν με τον τρόπο που πραγματικά θα ήθελαν. Είναι ενδιαφέρον ότι αν και οι γονείς εντοπίζουν καταστάσεις που τους προβληματίζουν σχετικά με τα ΜΜΕ, εντούτοις κυρίως λειτουργούν θέτοντας αυστηρές απαγορεύσεις και λιγότερο συχνά προσπαθώντας να καλλιεργήσουν στα παιδιά τους την κριτική αντιμετώπιση στα διάφορα ζητήματα που τους απασχολούν. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η ανησυχία των γονιών σχετικά με την προβολή σεξουαλικών σκηνών στα ΜΜΕ, κάτι που όπως παραδέχτηκαν, αισθάνονται άβολα να αντιμετωπίσουν και να συζητήσουν με τα παιδιά τους. Είναι σημαντικό επίσης να σημειωθεί ότι οι γονείς αναφέρθηκαν σε ανησυχίες σχετικά με το σεξ, μόνο στην περίπτωση που αυτό προβάλλεται άμεσα μέσω της τηλεόρασης, δείχνοντας να αγνοούν πτυχές που αφορούν το ζήτημα της σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας και της παιδικότητας, μέσω των σεξουαλικοποιημένων προτύπων που προβάλλονται από τα ΜΜΕ ή μέσω καταναλωτικών αγαθών που προωθούν τη σεξουαλικοποίηση.

Όσον αφορά τη γονική καταναλωτική πολιτική, φαίνεται ότι, παρόλο που κάποιες φορές οι γονείς ιδεατά θα ήθελαν να καθοδηγήσουν τα παιδιά τους σε άλλες καταναλωτικές κατευθύνσεις, εντούτοις, γνωρίζοντας τη δύναμη της εξωτερικής εμφάνισης και της αξιολόγησης του ατόμου με βάση αυτήν στο πλαίσιο του συστήματος των συνομηλίκων, συχνά βιώνουν την ηθική πίεση και έτσι υποκύπτουν στις καταναλωτικές επιθυμίες των παιδιών τους, που συχνά αφορούν ακριβές μάρκες ή αγαθά που είναι «στη μόδα» ή είναι “cool”, ως μέρος της προσπάθειάς τους για κοινωνική ενσωμάτωση των παιδιών τους στην ομάδα των συνομηλίκων. Αυτό φανερώνει μια μεταφεμινιστική αντίληψη της έννοιας της ομορφιάς από τους γονείς, οι οποίοι συχνά κατανοούν την εξωτερική εμφάνιση ως ένα δυναμικό παράγοντα ενδυνάμωσης του ατόμου στο κοινωνικό πλαίσιο. Γενικότερα, μέσα από τις συνεντεύξεις, συχνά διαφάνηκε

η σημασία που έχει για τους γονείς η εντύπωση που τα παιδιά τους κάνουν, μέσω της εξωτερικής τους εμφάνισης, στους άλλους, για αυτό και επιμένουν στην περιποιημένη και «κατάλληλη» για την ηλικία των παιδιών τους εμφάνιση. Αυτό αποτελεί ένα ιδιαίτερα σύνθετο σημείο, αφού από τη μια μπορεί να υποδηλώσει μια μεταφεμινιστική προσέγγιση της ομορφιάς, αλλά από την άλλη μπορεί να ερμηνευτεί σε ένα πλαίσιο βιοπολιτικής αντίληψης του σώματος, αφού το σώμα αποτελεί σημείο αναφοράς προς παρακολούθηση, έλεγχο και αξιολόγηση από τους άλλους.

Στο πλαίσιο της μεταφεμινιστικής κατανόησης της έννοιας της «ομορφιάς» από τους γονείς μπορεί να ερμηνευτεί και η ιδεολογική τάση πολλών για ενθάρρυνση της ελευθερίας έκφρασης, της εμπρόθετης δράσης και της προσωπικής επιλογής των παιδιών μέσω καταναλωτικών επιλογών που θα τα εκφράζουν και θα τα ευχαριστούν. Η τακτική αυτή ταυτόχρονα συνδέεται άμεσα με τα μοτίβα επικοινωνίας που υπάρχουν στην οικογένεια. Γονείς που λειτουργούν στην οικογένεια με δημοκρατική διάθεση και δίνουν την ευκαιρία σε όλα της τα μέλη για ισότιμη αλληλεπίδραση και επικοινωνία είναι πιο πιθανόν να εμπλέκουν ενεργά τα παιδιά τους σε καταναλωτικές επιλογές και να προωθούν την ανεξαρτησία και την ελευθερία έκφρασης και επιλογής μέσω αυτών.

Η τακτική αυτή κάποιες άλλες φορές ακολουθείται ως μέρος της καλλιέργειας μια σημαντικής δεξιότητας ζωής, έτσι ώστε τα παιδιά να μάθουν να δρουν σωστά ως καταναλωτές. Από την άλλη, κάποιες φορές η τακτική αυτή ακολουθείται αναγκαστικά, αφού οι γονείς γνωρίζουν πολύ καλά την ισχυρή άποψη που τα παιδιά τους έχουν σε σχέση με τη μόδα και την ομορφιά, έτσι γνωρίζουν πως οτιδήποτε δεν ικανοποιεί το γούστο και τις προτιμήσεις τους, είναι απορριπτέο και πιθανόν να προκαλέσει τις αντιδράσεις τους. Γνωρίζουν επίσης την τάση των παιδιών για αυτονομία, ειδικά πλησιάζοντας προς την εφηβεία, καθώς επίσης και τις έντονες επιρροές που δέχονται από το περιβάλλον τους. Έτσι τα περιθώρια παρέμβασης των γονιών στις καταναλωτικές επιθυμίες και στο στυλ που τα παιδιά τους ακολουθούν στενεύουν, συνεπώς, αναγκαστικά δίνουν βήμα στην πρωτοβουλία και στην προσωπική επιλογή των παιδιών. Από την άλλη, υπάρχουν φορές που οι γονείς, κυρίως οι μητέρες, προσπαθούν να καθοδηγήσουν τα παιδιά τους με βάση το δικό τους γούστο και αντιλήψεις που συχνά βασίζονται σε έμφυλα στερεότυπα, όπως τα χρώματα.

Συνεπώς, η κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι γονείς νοσηματοδοτούν την έννοια της ομορφιάς και του τρόπου με τον οποίο μεταφέρουν την έννοια αυτή στα παιδιά τους αποτελεί ένα ιδιαίτερα πολύπλοκο εγχείρημα, εξαιτίας των πολλαπλών διαστάσεων που υπάρχουν και αφορούν την κατανόηση της έννοιας της ομορφιάς από τους γονείς, τόσο σε ιδεολογικό και εννοιολογικό επίπεδο, όσο και σε πρακτικό επίπεδο, αναλόγως των

στρατηγικών χειρισμού των καταναλωτικών απαιτήσεων των παιδιών που αφορούν την ενασχόληση με την ομορφιά, αλλά και των πρακτικών προκλήσεων που συχνά αντιμετωπίζουν.

Όσον αφορά την οπτική των γονιών σε σχέση με τη «σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας», οι συνεντεύξεις αποδεικνύουν ότι το θέμα είναι πολύ πιο πολύπλοκο από ό,τι η βιβλιογραφία και οι διάφορες δημόσιες καμπάνιες υποστηρίζουν, μιλώντας πολλές φορές εκ μέρους των γονιών. Στη σχετική βιβλιογραφία αναφέρονται πολύ συχνά οι έντονες και αυξανόμενες ανησυχίες που εκφράζονται εκ μέρους των γονιών σε σχέση με το φαινόμενο της σεξουαλικοποίησης της παιδικότητας (Levin & Kilbourne, 2008), η οποία πηγάζει από τα σεξουαλικοποιημένα προϊόντα και ΜΜΕ που απευθύνονται στα παιδιά. Ωστόσο, μέσα από τις πλείστες συνεντεύξεις οι γονείς δεν αναφέρθηκαν, τουλάχιστον ευθέως, στο φαινόμενο αυτό, ούτε εξέφρασαν ευθέως ιδιαίτερα σοβαρές ανησυχίες σε σχέση με αυτό.

Η μεγάλη πρόκληση για πολλούς γονείς εκφράστηκε στην ερώτηση που αφορούσε την πιθανή επιθυμία εκ μέρους των παιδιών για αγαθά που θεωρούν «ακατάλληλα» για την ηλικία των παιδιών τους. Στην περίπτωση αυτή πιο έντονα εκφράστηκαν γονείς κοριτσιών, αναφερόμενοι στην επιθυμία των κόρων τους για τακούνια, προϊόντα μακιγιάζ και αρώματα, ενώ μόνο μια μητέρα αγοριού αναφέρθηκε στην επιθυμία του γιου της για σκουλαρίκι στο αυτί, κάτι που θα τον έκανε “cool”. Γενικότερα, εκφράστηκε από τους γονείς η αντίληψη ότι τα αγόρια είναι «πιο εύκολα», πιο «οικονομικά», δεν βιάζονται να μεγαλώσουν και δεν ζητούν αγαθά που δεν αρμόζουν στην ηλικία τους, μεταφέροντας τη γενικότερη αντίληψη ότι τα αγόρια κατά την παιδική ηλικία δεν εμπλέκονται σε διαδικασίες «σεξουαλικοποίησης», ούτε εκφράζουν τη σεξουαλικότητά τους. Είναι ενδιαφέρον να αναφερθεί ότι αυτή η γονική αντίληψη για μη εμπλοκή των αγοριών στη μόδα και σε πρακτικές ομορφιάς δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, όπως φάνηκε από τις συνεντεύξεις των ίδιων των αγοριών. Για τα κορίτσια, οι «ακατάλληλες» επιθυμίες αποτελούν κυρίως αγαθά και πρακτικές που δίνουν έμφαση στην ενασχόληση με την ομορφιά και θεωρούνται ότι αποτελούν «μεγαλίστικες» συμπεριφορές που δεν συνάδουν με την παιδική ηλικία.

Οι γονείς συνήθως ανταποκρίνονται στις «ακατάλληλες» για την ηλικία των παιδιών τους απαιτήσεις, ακολουθώντας δημοκρατικές και διαλογικές πρακτικές και εξηγώντας τους με επιχειρήματα την ακαταλληλότητα των προϊόντων, χωρίς να προβαίνουν σε στεγνές απαγορεύσεις και περιορισμούς. Σε άλλες περιπτώσεις, όταν οι γονείς έχουν να αντιμετωπίσουν ισχυρές πιέσεις από τα παιδιά τους, τότε αντιδρούν με μεθοδευμένο και «διπλωματικό» τρόπο, κάνοντας τους το χατίρι, με σκοπό να

«αποβάλουν την επιθυμία από το σύστημά τους» κι έτσι σύντομα να το ξεπεράσουν. Η υγεία είναι το υπέρτατο αγαθό για τους γονείς που δεν το διαπραγματεύονται, για αυτό ασκούν με πιο έντονο τρόπο βέτο στις περιπτώσεις που θεωρούν ότι τα αγαθά που επιθυμούν τα παιδιά τους είναι επικίνδυνα για την υγεία τους, όπως για παράδειγμα τα τακούνια. Ωστόσο, φαίνεται ότι η υγεία για τους γονείς γίνεται αντιληπτή κυρίως με σωματικούς όρους, αφού στην περίπτωση επιθυμίας «ακατάλληλων» προϊόντων εστιάζονται αποκλειστικά στις σωματικές επιπτώσεις και όχι στις αρνητικές συνέπειες σε άλλους τομείς που μπορεί να φέρει η εμπλοκή των παιδιών με αγαθά που προωθούν τη «σεξουαλικοποίηση».

Ωστόσο, σε κάποιες περιπτώσεις, γονείς κοριτσιών, κυρίως προερχόμενοι από μεσαία κοινωνικά στρώματα, εξέφρασαν πιο έντονα ανησυχίες για την έντονη ενασχόληση των κόρων τους με την ομορφιά και την εμφάνιση. Ίσως να ήταν πιο εύκολο για τους συγκεκριμένους γονείς να ταυτοποιήσουν τις συμπεριφορές αυτές και συνεπώς να εκφράσουν τις ανησυχίες τους, εξαιτίας της μεγαλύτερης πολιτισμικής τους γνώσης που απέκτησαν μέσω της στενότερης τους επαφής με την αγορά ή με ΜΜΕ, όπως το διαδίκτυο, είτε λόγω της ύπαρξης μεγαλύτερης σχετικής ενημέρωσης με τι θέμα, κάτι που τους δίνει τον «λόγο» και το «εργαλείο» για να εκφραστούν για αυτό. Οι γονείς προσπάθησαν να αντιμετωπίσουν τις συμπεριφορές αυτές, προσπαθώντας να κάνουν τις κόρες τους να δουν τον εαυτό τους μέσα από ματιά κάποιου άλλου και συγκεκριμένα μέσω της αρνητικής εντύπωσης που με τέτοιες συμπεριφορές πιθανόν να δημιουργούν στους γύρω τους. Φαίνεται εδώ η ιδιαίτερη έγνοια που έχουν οι γονείς για την άποψη που δημιουργούν στον κοινωνικό περίγυρο τα παιδιά τους, τα οποία, μέσω του γούστου και των προτιμήσεών τους, καθρεφτίζουν το οικονομικό, κοινωνικό και πολιτισμικό κεφάλαιο της οικογένειάς τους. Έτσι προσπαθούν να στρέψουν το ενδιαφέρον των κόρων τους σε «παιδικά» και «κοριτσίστικα» αγαθά που θα προστατεύσουν την αθωότητα των παιδικών τους χρόνων. Ταυτόχρονα, μια τέτοια πρακτική θα προστατεύσει και τον εαυτό τους από το χαρακτηρισμό τους ως ανεύθυνοι γονείς, που εκθέτουν τα παιδιά τους σε «χωριάτικα» σεξουαλικοποιημένα αγαθά, κάτι που συχνά ταυτίζεται με οικογένειες χαμηλότερου κοινωνικοοικονομικού και μορφωτικού υπόβαθρου.

Γενικότερα όμως, οι γονείς στις συνεντεύξεις φαίνεται να αντιστέκονται στον λόγο περί «σεξουαλικοποίησης» της παιδικότητας και να ερμηνεύουν την επιθυμία των παιδιών τους για «ακατάλληλα» για την ηλικία τους αγαθά και την ενασχόληση με «μεγαλίστικες» συμπεριφορές ως ένα φυσιολογικό «παιδικό παιχνίδι» που αποτελεί μέρος μιας αυτονόητης και αποδεκτής ρουτίνας της «παιδικότητας». Διαφαίνεται μια τάση απόδοσης του χαρακτηριστικού της αθωότητας στην «παιδική ηλικία», η οποία χαρακτηρίζεται από

διασκέδαση, παιχνίδι και μίμηση. Συνεπώς, οι γονείς δεν αντιδρούν με ανησυχία σε αυτό, τουλάχιστον σε ότι αφορά τα δικά τους παιδιά, ούτε αποδίδουν σεξουαλική «σκοπιμότητα» στις συμπεριφορές των παιδιών τους. Είναι ενδιαφέρον να αναφερθεί στο σημείο αυτό, ότι παρόλο που στις συνεντεύξεις συχνά οι γονείς αναφέρθηκαν στην ανησυχία τους για σεξουαλική εκμετάλλευση των κοριτσιών τους, εντούτοις θεωρούν ότι αυτά είναι ανησυχίες που αφορούν την εφηβική ηλικία και κανένας γονιός δεν θεώρησε ότι η δική του κόρη κινδυνεύει από κάτι παρόμοιο στο παρόν στάδιο.

Στα πιο πάνω εντοπίζεται αντίφαση στον λόγο των γονιών σε σχέση με τη «σεξουαλικοποίηση», αφού από τη μια θεωρούν «ακατάλληλες» τις απαιτήσεις των κοριτσιών τους για αγαθά και συμπεριφορές που προωθούν έντονα την ενασχόληση με την ομορφιά και δεν «αρμόζουν» στην ηλικία τους, μεταφέροντας πιθανότατα έτσι την ενδόμυχη σκέψη, που όμως σε καμία περίπτωση δεν εκφράστηκε ανοικτά, ότι ο λόγος είναι οι σεξουαλικοί συνειρμοί που τέτοια αγαθά μεταφέρουν και η έκφραση της σεξουαλικότητας από τα κορίτσια τους. Από την άλλη, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, συχνά οι γονείς έχουν την τάση να δικαιολογούν την εμπλοκή των παιδιών με «ακατάλληλα» αγαθά και συμπεριφορές ως «παιχνίδι» και «διασκέδαση», προσδίδοντας έτσι το χαρακτηριστικό της «αθωότητας» στην παιδική ηλικία.

Η αντίφαση αυτή είναι κάτι που παρατηρείται και στη βιβλιογραφία περί σεξουαλικοποίησης, στην οποία κυριαρχεί μια συγκεκριμένη αντίληψη σχετικά με τον ξεκάθαρο ορισμό των συμπεριφορών και των αγαθών που θεωρητικά προωθούν τη «σεξουαλικοποίηση», καθώς και μια ασυνέπεια μεταξύ της διάκρισης της «σεξουαλικοποίησης» από τη «σεξουαλικότητα». Συνεπώς, αυτό πιθανόν να συμβάλλει στη δυσκολία διάκρισης εκ μέρους των γονιών των συμπεριφορών που, πιθανόν να αποτελούν μέρος της σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας ή μέρος της έκφρασης της παιδικής σεξουαλικότητας. Επίσης, φαίνεται ότι υπάρχει μια ασαφής οριοθέτηση σχετικά με το πότε μια πρακτική, όπως π.χ. τα αποκαλυπτικά ρούχα ή το μακιγιάζ, κρίνεται «ακατάλληλη», κάτι που σχετίζεται με το πλαίσιο, το χώρο και τον τρόπο που χρησιμοποιείται και κατά πόσο συνεπώς μεταφέρει σεξουαλικά μηνύματα ή θεωρείται μέρος ενός «αθώου» παιχνιδιού. Η πιο πάνω αντίφαση όμως στον λόγο των γονιών είναι πιο πιθανόν να οφείλεται στην απουσία δημόσιας συζήτησης και λόγου σε σχέση με το ζήτημα της σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας που παρατηρείται στην Κύπρο. Επομένως, είναι πολύ πιθανόν οι γονείς να μην αναφέρθηκαν ευθαρσώς σε τέτοιου είδους ανησυχίες και προβληματισμούς γιατί απλά δεν έχουν το θεωρητικό εργαλείο και το υπόβαθρο, πρώτον για να ταυτοποιήσουν το φαινόμενο αυτό, σε περίπτωση που υπάρχει

και δεύτερον να μιλήσουν για αυτό και να εκφράσουν, με τους αντίστοιχους όρους, τις ενδεχόμενες ανησυχίες τους.

Τέλος, μέσα από τις συνεντεύξεις των γονιών δεν φάνηκε να προκύπτουν μεγάλες διαφοροποιήσεις στο γούστο και στον τρόπο καταναλωτικής διαπαιδαγώγησης των παιδιών σε σχέση με την ομορφιά αναλόγως του κοινωνικοοικονομικού επιπέδου της οικογένειας. Οι γονείς αντιδρούν με παρόμοιους τρόπους στις καταναλωτικές επιθυμίες των παιδιών τους. Η πιο έντονη διαφοροποίηση που παρατηρήθηκε μερικές φορές στον τρόπο γονικής παρέμβασης στον καταναλωτισμό και στα ΜΜΕ σχετίζεται με το οικονομικό κεφάλαιο της οικογένειας, αφού οι γονείς μπορούν να προσφέρουν διαφορετικά αγαθά και υπηρεσίες στα παιδιά τους αναλόγως του οικονομικού τους πλούτου. Ωστόσο, δεν διαφάνηκαν μεγάλες διαφορές στο γούστο και στον τρόπο καταναλωτικής παρέμβασης που να στηρίζονται στο κοινωνικό και στο πολιτισμικό κεφάλαιο της οικογένειας. Επίσης οι γονείς αντιμετωπίζουν με παρόμοιους τρόπους το ζήτημα της σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας, με εξαίρεση κάποιους γονείς μεσαίων στρωμάτων που είχαν πιο έντονες ανησυχίες σε σχέση με τη σεξουαλικοποίηση των κοριτσιών, τα πιθανά κίνητρα των οποίων έχουν αναλυθεί πιο πάνω.

Συνεπώς, φαίνεται ότι η θεωρία του Bourdieu για συστηματική διάκριση στο γούστο και στις καταναλωτικές πρακτικές μεταφέρεται μερικώς στο κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο της Κύπρου και κυρίως από το χαρακτηρισμό ως «χωριάτικου» του γούστου στο οποίο ένα παιδί, και κυρίως κορίτσι, ντύνεται «μεγαλίστικα», με τρόπο που να «γυναικώνεται». Υπάρχει δηλαδή μια ξεκάθαρη υποτίμηση του γούστου αυτού η οποία για κάποιους γονείς αποκτά ταξική χροιά, ενώ για τους περισσότερους είναι απλά «ακατάλληλο». Ένας λόγος για τον οποίο δεν είναι εύκολο να δούμε άμεση εφαρμογή της θεωρίας του Bourdieu (που βασίστηκε στην έντονα διαστρωματωμένη Γαλλική κοινωνία) είναι και η ύπαρξη της οικονομικής κρίσης την οποία υφίσταται η κυπριακή κοινωνία τα τελευταία χρόνια, ένα θέμα, που όπως φάνηκε από τις συνεντεύξεις, οι γονείς συζητούν με τα παιδιά τους, τα ευαισθητοποιούν και με βάση αυτό και το οικονομικό κριτήριο χαράζουν την καταναλωτική τους πολιτική. Επιπλέον, στις σύγχρονες καπιταλιστικές κοινωνίες, φαίνεται ότι η κατανάλωση της δημοφιλούς μαζικής κουλτούρας, όπως της ποπ κουλτούρας και των κυρίαρχων ΜΜΕ γίνεται με πιο «αναρχικό» και μαζικό τρόπο, με αποτέλεσμα τη δυσκολία στη διάκριση του γούστου και της κατανάλωσης με βάση ταξικά όρια.

Είναι φανερό λοιπόν ότι πολλαπλές διαστάσεις χρωματίζουν τη νοηματοδότηση των εννοιών της ομορφιάς και του ζητήματος της «σεξουαλικοποίησης» εκ μέρους των γονιών και οι οποίες διαμορφώνουν ανάλογα τις σχετικές αποφάσεις, την εμπλοκή και τις

καταναλωτικές τους πρακτικές. Πολλές φορές στις συζητήσεις περί «σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας» οι γονείς στοχοποιούνται και συχνά παρουσιάζονται ως οι βασικοί υπεύθυνοι για τη σεξουαλικοποίηση των παιδιών τους, εξαιτίας των μη αποτελεσματικών πρακτικών που ακολουθούν. Η πολυδιάστατη φύση του φαινομένου, όμως, αποδεικνύει τη δυσκολία που υπάρχει τόσο στην απλοϊκή στοχοποίηση των γονιών, όσο και στην προώθηση απλών λύσεων και τρόπων αντίδρασης, τόσο αναφορικά με το ρόλο και την ευθύνη των γονιών, όσο και σε επίπεδο δημόσιας πολιτικής. Γενικότερα, οι συζητήσεις και ανησυχίες περί «σεξουαλικοποίησης» στηρίζονται κυρίως σε υποθέσεις με βάση την οπτική των ενηλίκων, για αυτό είναι απαραίτητη η διερεύνηση, τόσο της γονικής οπτικής, σε σχέση με την κατανόηση των εννοιών της ομορφιάς, της σεξουαλικότητας, αλλά κυρίως η διερεύνηση της κατανόησης αυτής από τα ίδια τα παιδιά, κάτι που αναλύεται σε άλλο κεφάλαιο.

Τέλος, για μια κριτική ανάλυση του γονικού χειρισμού των πρακτικών ενασχόλησης με την «ομορφιά» και του θέματος της «σεξουαλικοποίησης της παιδικότητας» είναι σημαντικό να λαμβάνονται υπόψη ευρύτεροι παράγοντες, όπως οι αντιλήψεις για την παιδική σεξουαλικότητα, τα έμφυλα στερεότυπα, οι κοινωνικές προσδοκίες για το τι αποτελεί καλό ή κακό πρότυπο γονικής διαπαιδαγώγησης, καθώς και η αλληλεπίδραση διάφορων σημαντικών παραγόντων όπως είναι η κοινωνική τάξη και το γούστο.

Κριτικός Γραμματισμός στα ΜΜΕ: Μια Πρακτική Εφαρμογή Εκπαιδευτικής Παρέμβασης σχετικά με τα Πρότυπα Ομορφιάς στα ΜΜΕ

Εισαγωγή

Ένας από τους μεγαλύτερους περιορισμούς του κλάδου των πολιτισμικών σπουδών σε θέματα ΜΜΕ είναι η έμφαση στην κειμενική ανάλυση και η απουσία παιδαγωγικής προσέγγισης που να θέτει γενικότερα ερωτήματα για το πώς η κριτική ανάλυση των ΜΜΕ μπορεί να ενσωματωθεί στο εκπαιδευτικό σύστημα. Η παρούσα έρευνα ανταποκρίθηκε σε αυτό το κενό μέσα από τη διεξαγωγή μιας εκπαιδευτικής παρέμβασης στη δημοτική εκπαίδευση η οποία λειτούργησε διπλά: από τη μια, ως τριγωνοποίηση δεδομένων, αφού η συζήτηση στο πλαίσιο του μαθήματος προσέφερε την ευκαιρία συλλογής δεδομένων για τις απόψεις των παιδιών, και από την άλλη, ως ευκαιρία αξιολόγησης του τρόπου με τον οποίο μια παρέμβαση μπορεί να προωθήσει την ανάπτυξη ικανοτήτων κριτικού γραμματισμού.

Στο κεφάλαιο αυτό δίνεται το βασικό θεωρητικό πλαίσιο του κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ (Media Literacy), με στόχο την εξήγηση του πώς και γιατί αξίζει να ενσωματώσουμε το μιντιακό κριτικό γραμματισμό στην εκπαίδευση. Στο κεφάλαιο αυτό, ακόμα, αναλύονται τα αποτελέσματα μιας πρακτικής εφαρμογής κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ σε τρία σχολεία στη δημοτική εκπαίδευση σε ενότητα με θέματα πρότυπα ομορφιάς στα ΜΜΕ, σχεδιασμένη σε φεμινιστική βάση. Ο σκοπός της εκπαιδευτικής παρέμβασης ήταν η αξιολόγηση της μεθοδολογικής προσέγγισης του κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ, αναφορικά με τους τρόπους με τους οποίους η ανάπτυξη ικανοτήτων κριτικού γραμματισμού στα παιδιά μπορεί να συμβάλει στην αύξηση των ικανοτήτων χειρισμού, αντιμετώπισης και εμπρόθετης δράσης στα μηνύματα που μεταφέρονται από τα ΜΜΕ σχετικά με τα πρότυπα ομορφιάς. Σκοπός της παρέμβασης ήταν επίσης η συμπληρωματική συλλογή δεδομένων από τα παιδιά σε σχέση με τη διαχείριση μηνυμάτων που σχετίζονται με την ομορφιά μέσα από ένα άλλο πλαίσιο, αυτό της εκπαίδευσης, με σκοπό την κοινωνιολογική κατανόηση της έννοιας της «ομορφιάς» από τα παιδιά στην προεφηβεία.

Θεωρητικό Πλαίσιο

Διερεύνηση του όρου Γραμματισμός στα ΜΜΕ

Με τις ραγδαίες αλλαγές στην τεχνολογία, κυρίως στην ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ο γλωσσικός γραμματισμός που παραδοσιακά παρέχει το σχολείο δεν αρκεί για να οδηγήσει στην επαρκή κατανόηση της πολλαπλότητας των μηνυμάτων των ΜΜΕ, ώστε οι μαθητές/ριες να είναι ενεργοί συμμετέχοντες σε μια δημοκρατική κοινωνία (Kellner & Share, 2005, 2007). Δημιουργείται έτσι η ανάγκη για εκπαίδευση σε επιμέρους γραμματισμούς ή πολυαλφαβητισμούς (multiliteracies), ως μέσο για κατανόηση των μηνυμάτων που προέρχονται κυρίως από τις σύγχρονες πολυμεσικές τεχνολογίες, αλλά κι από τις παραδοσιακές μορφές ΜΜΕ, όπως τηλεοπτικών, ραδιοφωνικών, μουσικών, διαφημιστικών μηνυμάτων κλπ. Ο γραμματισμός στα ΜΜΕ είναι ένας από τους πολλούς γραμματισμούς που οι μαθητές/ριες στον 21^ο αιώνα χρειάζονται για να συμμετέχουν πιο αποτελεσματικά σε δημοκρατικές διαδικασίες (Kellner & Share, 2007).

Ο πλέον διαδεδομένος ορισμός του Γραμματισμού στα ΜΜΕ, ο οποίος φέρει σε δυναμική σχέση το γνωστικό και παιδαγωγικό στοιχείο με το πλαίσιο της ενδυνάμωσης ανήκει στην Aufderheide (1993). Σύμφωνα με τη συγγραφέα, ένα κριτικά γραμματισμένο άτομο πρέπει να διαθέτει την ικανότητα για πρόσβαση, αποκωδικοποίηση, αξιολόγηση, ανάλυση και παραγωγή ηλεκτρονικών και έντυπων ΜΜΕ. Πρόκειται για μια εκπαίδευση με ευρύ περιεχόμενο, η οποία τονίζει την πληροφόρηση του πολίτη, την αισθητική του έκφραση, την κοινωνική του δράση, την αυτοπεποίθηση και την καταναλωτική του συνείδηση.

Οι Alan Luke και Peter Freebody (1999) ανέπτυξαν μια δυναμική και κοινωνιολογική κατανόηση του γραμματισμού ως κοινωνική πρακτική, όπου η ικανότητα κριτικής είναι βασικό συστατικό. Για αυτούς ο αποτελεσματικός γραμματισμός αποτελείται από τέσσερις βασικούς ρόλους, οι οποίοι επιτρέπουν στους αναγνώστες: α) το σπάσιμο των κωδίκων, δηλαδή, την ικανότητα αποκωδικοποίησης μιντιακών κείμενων και κριτικής διερεύνησης υποθέσεων σε σχέση με τα νοήματα κι ερμηνείες κειμένων, β) συμμετοχή στην κατανόηση και σύνθεση, γ) λειτουργική χρήση κειμένων και δ) κριτική ανάλυση κειμένων με τη γνώση ότι τα κείμενα δεν είναι ιδεολογικά ουδέτερα.

Οι Kellner και Share (2007) χρησιμοποιούν τον όρο «μιντιακός κριτικός γραμματισμός» (“critical media literacy”) για να δώσουν έμφαση στην κριτική ανάλυση κωδίκων και συμβάσεων των ΜΜΕ, στην κριτική στερεοτύπων, επικρατούσων αξιών και ιδεολογιών και στην ικανότητα ερμηνείας πολλαπλών μηνυμάτων και νοημάτων που

παράγονται από τα ΜΜΕ. Στον μιντιακό κριτικό γραμματισμό κεντρική θέση κατέχει η κατανόηση της ιδεολογίας, της εξουσίας και της κυριαρχίας στα μιντιακά κείμενα και κατά συνέπεια η κριτική ανάλυση αναπαραστάσεων φύλου, φυλής, τάξης, σεξουαλικότητας μέσα από αυτά. Η προσέγγιση των Kellner και Share αντιμετωπίζει το κοινό ως ενεργό στην ανάγνωση μιντιακών κειμένων και στη διαδικασία παραγωγής νοημάτων. Μια τέτοια προσέγγιση, σύμφωνα με τους συγγραφείς, βοηθά τους ανθρώπους να αξιολογούν το περιεχόμενο των ΜΜΕ, να χρησιμοποιούν τα ΜΜΕ έξυπνα, ενώ ταυτόχρονα προωθεί την παραγωγή εναλλακτικών ΜΜΕ. Κάτι τέτοιο οδηγεί στην κατεύθυνση της μετασχηματιστικής παιδαγωγικής, στην αναδόμηση και εκδημοκρατικοποίηση της εκπαίδευσης και της κοινωνίας. Είναι ένα πολιτικό πρότζεκτ για δημοκρατική κοινωνική αλλαγή μέσα από την κριτική μελέτη της κουλτούρας των ΜΜΕ και των πολιτισμικών βιομηχανιών στον τρόπο χειρισμού θεμάτων τάξης, φύλου, σεξουαλικότητας και εξουσίας.

Ο μιντιακός αλφαριθμητισμός βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με τις κοινωνικές και θεσμικές δομές στις οποίες εντάσσεται. Γι' αυτό ο Buckingham (2003/2008) μιλά για την «εγγενή κοινωνική φύση του αλφαριθμητισμού» (σελ. 90), αφού τα νοήματα που παράγονται εξυπηρετούν κάθε φορά συγκεκριμένους κοινωνικούς θεσμούς, δομές, ιδεολογίες, συμφέροντα και άσκηση εξουσίας. Όπως αναφέρει «... ο αλφαριθμητισμός σημαίνει την παραγωγή συμβολικών νοημάτων τα οποία με τη σειρά τους εκφράζουν και εκπροσωπούν συγκεκριμένες σχέσεις εξουσίας» (σελ. 91).

Επιπλέον, η ανάγνωση των δημοφιλών ΜΜΕ, σύμφωνα με τους Buckingham και Sefton-Green (1994), αποτελεί κοινωνική διαδικασία, η οποία αποτελεί μέρος μιας διαδικασίας *διαλόγου* (σελ. 29). Στην περίπτωση αυτή, το νόημα του κειμένου δεν καθορίζεται από τον αναγνώστη σε απομόνωση, αλλά τα νοήματα ορίζονται σε κοινωνική αλληλεπίδραση και τις συζητήσεις σε σχέση με τα ΜΜΕ. Το τι πιστεύουμε για τα ΜΜΕ και πώς τα χρησιμοποιούμε στη ζωή μας επηρεάζεται από τον τρόπο που μιλούμε για αυτά με τους άλλους. Από την άλλη, βλέποντας το αντίστροφα, η ομιλία για τη δημοφιλή κουλτούρα λειτουργεί ως μέρος της δόμησης και διαπραγμάτευσης κοινωνικών σχέσεων. Ακούγοντας, δηλαδή, πώς τα άτομα μιλούν για αυτό που διαβάζουν, μελετούμε τρόπους με τους οποίους το άτομο κοινωνικοποιείται, πώς αποτελεί μέλος μια ομάδας και πώς κατασκευάζει την πολιτισμική του ταυτότητα.

Η πιο πάνω προσέγγιση χαρακτηρίζεται από μια μεταδομιστική έννοια της υποκειμενικότητας, η οποία δεν είναι μονοδιάστατη και σταθερή, αλλά πολλαπλή και συνεχώς μεταβαλλόμενη. Από την οπτική αυτή τα ΜΜΕ δεν εκλαμβάνονται ως παντοδύναμες δυνάμεις που αδιάλλακτα τοποθετούν νέους ανθρώπους σε

προκαθορισμένους κοινωνικούς ρόλους. Αντιθέτως, παρέχουν ετερογενείς «συμβολικές πηγές», τις οποίες οι νέοι άνθρωποι ενεργά χρησιμοποιούν ώστε να ορίσουν, να αντισταθούν σε ποικίλες κοινωνικές ταυτότητες που είναι διαθέσιμες σε αυτούς. Φαίνεται να υπάρχει, λοιπόν, εμπρόθετη δράση και αυτονομία του αναγνώστη, η οποία ποικίλει για διαφορετικούς αναγνώστες, σε διαφορετικά πλαίσια και για διαφορετικά κείμενα. Η «δύναμη» του αναγνώστη και η «δύναμη» του κειμένου δεν μπορούν να προκαθοριστούν, αλλά και τα δύο ορίζονται σε *σχέση το ένα με το άλλο* (Buckingham & Sefton-Green, 1994, σελ. 30).

Αν και η εκπαίδευση στα ΜΜΕ καλλιεργεί πολύ σημαντικές ικανότητες στα παιδιά, εντούτοις, στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση της Κύπρου, αλλά και σε άλλες χώρες στον δυτικό κόσμο, δεν υπάρχει συστηματική προσέγγιση στον μιντιακό κριτικό γραμματισμό. Ένα τέτοιο κενό δείχνει ότι ένα σχολικό σύστημα που αγνοεί την κυριαρχία της κουλτούρας των ΜΜΕ στην κοινωνικοποίηση των παιδιών δεν μπορεί να αναπτύξει εκπαιδευτικές παρεμβάσεις που να ανταποκρίνονται στις καινούριες πραγματικότητες. Συνεπώς μια κριτική μεταρρύθμιση της εκπαίδευσης με παιδαγωγική προσέγγιση που προωθεί τον γραμματισμό στα ΜΜΕ και ενθαρρύνει μαθητές/ριες, εκπαιδευτικούς και πολίτες να αντιληφθούν τη φύση και τις επιδράσεις της κουλτούρας των ΜΜΕ είναι απαραίτητη. Τα μηνύματα που περνούν από τα ΜΜΕ είναι πολύ συχνά αόρατα και απορροφούνται υποσυνείδητα. Για αυτό είναι αναγκαίες κριτικές προσεγγίσεις που βοηθούν να αντιληφθούμε τους τρόπους με τους οποίους τα ΜΜΕ δομούν τα μηνύματα και επηρεάζουν το κοινό τους, υποβάλλοντας τους μηνύματα και αξίες.

Φεμινισμός και Κριτικός Γραμματισμός στα ΜΜΕ

Η φεμινιστική θεωρία συνέβαλε σημαντικά στο πεδίο του κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ. Η σύζευξη της κριτικής ανάλυσης λόγου με τις φεμινιστικές σπουδές στοχεύει στην ανάδειξη και πλούσια ανάλυση των σύνθετων σχέσεων εξουσίας και ιδεολογίας όσον αφορά την έμφυλη κοινωνική τάξη. Κάτι τέτοιο αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό εγχείρημα, αφού η έμφυλη ιδεολογία και οι θεσμικές ασυμμετρίες εξουσίας ανάμεσα και μεταξύ των φύλων είναι πολυσύνθετες και πολύ συχνά αόρατες (Lazar, 2007).

Η Carmen Luke (1994β), μια από τις πρωτοπόρους ακαδημαϊκούς στους τομείς του μιντιακού γραμματισμού και των φεμινιστικών σπουδών, συνδέει φεμινιστικές και πολιτισμικές σπουδές επιτρέποντας μια επιστημολογική προσέγγιση που αναγνωρίζει τις λαθεμένες αναπαραστάσεις και στερεότυπα που προωθούνται μέσα από τα ΜΜΕ. Αυτή η προσέγγιση απαιτεί αποκάλυψη των πολιτικών και κοινωνικών διαστάσεων της γνώσης,

ενώ προωθεί αξίες ισότητας και κοινωνικής δικαιοσύνης σε σχέση με τις αναπαραστάσεις. Οι προκαταλήψεις για συγκεκριμένες αναπαριστούμενες ομάδες γίνονται ακόμα πιο έντονες όταν οι αναπαραστάσεις δημιουργούνται από συγκεκριμένες και κυρίαρχες ομάδες κι όταν τα προωθούμενα νοήματα φυσικοποιούνται (Kellner & Share, 2007). Όπως αναφέρει η Lazar (2007), η ιδεολογία του φύλου είναι ηγεμονική με την έννοια ότι πολλές φορές δεν εμφανίζεται ως κυριαρχία, αλλά ως αποδεκτό και δεδομένο σημείο, φυσικοποιώντας συγκεκριμένους έμφυλους ρόλους και συγκεκριμένες αρρενωπότητες και θηλυκότητες. Σε αυτή την περίπτωση οι άνθρωποι σπάνια αμφισβητούν την κοινωνική κατασκευή των αναπαραστάσεων. Για αυτό απαιτείται κριτική εξέταση της θεσμικοποίησης της έμφυλης ανισότητας μέσα από θεσμούς όπως τα ΜΜΕ και η εκπαίδευση.

Είναι ευθύνη, λοιπόν, του εκπαιδευτικού συστήματος να κάνει ορατή την εξουσία της γνώσης και το πώς αυτή λειτουργεί, εξυπηρετώντας συγκεκριμένες ομάδες. Είναι σημαντικό δηλαδή η εκπαίδευση να βοηθήσει τους μαθητές/ριες να αναγνωρίζουν πώς ομοφοβικά, ρατσιστικά, σεξιστικά κείμενα εξυπηρετούν κάποιους και υποτάσσουν και καταπιέζουν άλλους. Στις κριτικές σπουδές των ΜΜΕ είναι σημαντικό να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη ευρύτερα κοινωνικοπολιτικά θέματα κουλτούρας, φύλου, τάξης, πολιτικής οικονομίας, έθνους, εξουσίας, αποκαλύπτοντας έτσι την καταπίεση και την ηγεμονία. Από φεμινιστική οπτική είναι σημαντικό οι αναλύσεις να ξεκινούν από μια θέση όπου οι ηγεμονικές αναγνώσεις αποφυσικοποιούνται και παρουσιάζονται απλά ως ένας από τους πολλούς τρόπους κατανόησης ενός μηνύματος. Οι πολλαπλές οπτικές είναι βασικές στην κατανόηση των πολιτικών της αναπαράστασης. Κάτι τέτοιο δίνει εργαλεία και στρατηγικές για ανάλυση γλώσσας και κειμένων που αποκαλύπτουν συστημική ανισότητα. (Kellner & Share, 2007).

Η φεμινιστική κριτική ανάλυση των ΜΜΕ χαρακτηρίζεται από μια πολιτική οπτική ως προς το φύλο και την απομυθοποίηση αλληλεπιδρούσων σχέσεων φύλου, εξουσίας και ιδεολογίας στον λόγο. Για τον σκοπό αυτό το πλαίσιο ανάλυσης είναι σημαντικό να λαμβάνει υπόψη την πολυτροπική διάσταση. Δηλαδή, είναι σημαντικό η γλώσσα να αναλύεται κριτικά μαζί με άλλους σημειολογικούς τρόπους, όπως τις εικόνες, τις χειρονομίες, τους ήχους, χαρακτηριστικά που εμβαθύνουν και κάνουν πιο πλούσια την ανάλυση. Η πολυτροπική ανάλυση του λόγου έχει μεγάλη σημασία για μια ολιστική φεμινιστική κριτική ανάλυση λόγου όσον αφορά τις έμφυλες κατασκευές (Lazar, 2000). Τέτοιες αναλύσεις, που σκοπό έχουν την αποκάλυψη της συστημικής ανισότητας, δημιουργούν μια πλούσια και δυνατή πολιτική κριτική για δράση, με σκοπό την κοινωνική

αλλαγή, ενώ φέρουν υλικές και φαινομενολογικές συνέπειες σε ομάδες γυναικών και ανδρών σε συγκεκριμένες κοινότητες (Lazar, 2007).

Αν και η προσέγγιση του κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ αποτελεί χρήσιμο εργαλείο για την εκπαίδευση, εντούτοις, υπάρχει περιορισμένη έρευνα για το πώς μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την προσέγγιση αυτή, στηριγμένοι ταυτόχρονα σε μια φεμινιστική οπτική, προκαλώντας σχέσεις εξουσίας και ιδεολογίες σε σχέση με την έμφυλη υποκειμενικότητα και τη σεξουαλικότητα. Η παρούσα εκπαιδευτική παρέμβαση βασίζεται στη φεμινιστική προσέγγιση στον κριτικό γραμματισμό. Έχοντας ως αφετηρία τη φεμινιστική θεωρία σε σχέση με την ομορφιά, η οποία κατανοείται κατά κύριο λόγο ως καταπίεση ή ως απελευθέρωση για το άτομο, και λαμβάνοντας υπόψη την τεράστια συμβολή των ΜΜΕ και του καταναλωτισμού στα μηνύματα και στην ιδεολογία που συνοδεύει την «ομορφιά», η παρέμβαση ενθαρρύνει τους μαθητές και τις μαθήτριες να χειριστούν ενεργά και κριτικά τα μηνύματα ομορφιάς και καταναλωτισμού που προωθούνται μέσα από δημοφιλή σε αυτά ΜΜΕ. Γενικότερος σκοπός είναι η κατανόηση του τρόπου με τον οποίο τα παιδιά «διαβάζουν» και αλληλεπιδρούν με τη δημοφιλή κουλτούρα και δημοφιλή πολιτισμικά κείμενα των ΜΜΕ σε σχέση με την ομορφιά. Στην προσπάθεια αυτή απομακρυνόμαστε από την έννοια της ανάγνωσης ως ένα θέμα ατομικής «ανταπόκρισης», αφού η έννοια της ανάγνωσης, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, δεν αντιμετωπίζεται ως μια απομονωμένη σχέση μεταξύ αναγνώστη και κειμένου, αλλά ως μια δυναμική σχέση κατά την οποία τα νοήματα είναι κοινωνικά κατευθυνόμενα.

Βασικές Παιδαγωγικές Αρχές Εκπαιδευτικής Παρέμβασης

Η εκπαιδευτική παρέμβαση είχε σχεδιαστεί με βάση πέντε βασικές αρχές που προκύπτουν από τη βιβλιογραφία σχετικά με τον μιντιακό κριτικό γραμματισμό. Οι αρχές αυτές αφορούν: α) την εκπαιδευτική προσέγγιση ότι ο μιντιακός κριτικός γραμματισμός αποτελεί τρόπο προετοιμασίας των παιδιών για την εμπλοκή τους με τα ΜΜΕ, β) την ενσωμάτωση υλικού από την ποπ κουλτούρα στην παρέμβαση, γ) τη δημοκρατική προσέγγιση στη διδασκαλία, δ) τις 4 «βασικές έννοιες» που προτείνονται από τον Buckingham (2003/2008) σχετικά με την εκπαίδευση στα ΜΜΕ και ε) τον τρόπο «μέτρησης» της αποτελεσματικότητας της εκπαιδευτικής παρέμβασης.

Η πρώτη βασική αρχή της παρέμβασης, στηρίζεται στην ανάδυση ενός νέου μοντέλου όσον αφορά την εκπαίδευση στα ΜΜΕ, το οποίο απομακρύνεται από την αμυντική προσέγγιση και τον προστατευτισμό απέναντι στα ΜΜΕ (Buckingham,

2003/2008). Το μοντέλο αυτό έχει ως αφετηρία την άποψη ότι τα ΜΜΕ δεν είναι αναπόφευκτα επιβλαβή, αναγνωρίζοντας ότι «τα παιδιά αποτελούν πολύ πιο αυτόνομο και κριτικό κοινό» (σελ. 51) απ' ό,τι πιστεύουμε. Στο νέο αυτό παράδειγμα η εκπαίδευση στα ΜΜΕ αποτελεί «τρόπο προετοιμασίας» (σελ. 52), βοηθώντας τα παιδιά να κατανοήσουν την κουλτούρα των ΜΜΕ που τους περιβάλλει και να συμμετέχουν σ' αυτήν. Με άλλα λόγια η προσέγγιση που ακολουθήθηκε στην παρέμβαση προσανατολίζεται στην *προετοιμασία* των μαθητών για τη χρήση των ΜΜΕ κι όχι στην *προφύλαξή τους*, αφού αφετηρία αποτελεί η άποψη ότι τα παιδιά μπορούν να αντιμετωπίζουν ενεργά και με κριτική διάθεση τα ΜΜΕ. Στο πλαίσιο αυτό αφετηρία αποτελούν τα όσα οι μαθητές/ριες ήδη γνωρίζουν για τα ΜΜΕ και οι προτιμήσεις στους. Είναι σημαντικό να λαμβάνουμε σοβαρά υπόψη τις απολαύσεις που τα παιδιά λαμβάνουν από συγκεκριμένα ΜΜΕ και από την προώθηση συγκεκριμένων μηνυμάτων και προτύπων ομορφιάς. Για αυτό, η παρέμβαση δεν στοχεύει στην απόφαση των απολαύσεων αυτών, αλλά στην ενθάρρυνση ορθολογικών και ενεργών στάσεων και αποφάσεων απέναντι στα μηνύματα αυτά. Στόχος είναι η ανάπτυξη ενός αναστοχαστικού είδους μάθησης, τόσο ως αναγνώστες, όσο και ως «συγγραφείς» των ΜΜΕ και η κατανόηση των κοινωνικών και οικονομικών παραγόντων που εμπλέκονται στη διαδικασία αυτή.

Η δεύτερη βασική αρχή αφορά την ενσωμάτωση στοιχείων από τη δημοφιλή κουλτούρα στην εκπαιδευτική παρέμβαση. Το θέμα που πραγματεύεται η εκπαιδευτική παρέμβαση είναι οι αντιλήψεις των παιδιών για την «ομορφιά» και η δόμηση έμφυλων και σεξουαλικών ταυτοτήτων των παιδιών μέσα από τη διαπραγμάτευση προτύπων ομορφιάς που τα ΜΜΕ προωθούν. Συνεπώς, είναι σημαντικό να μελετήσουμε τις αναπαραστάσεις του τι θεωρείται «όμορφο» και «επιθυμητό» μέσα από την ποπ κουλτούρα. Γι' αυτό στην εκπαιδευτική παρέμβαση είχαν ενσωματωθεί αρκετά στοιχεία και υλικό από την ποπ κουλτούρα κι από ψυχαγωγικά ΜΜΕ, όπως διαφήμιση καταναλωτικού προϊόντος, υλικό από lifestyle περιοδικό, συζητήσεις για διασημότητες κλπ.

Η ποπ κουλτούρα και τα ψυχαγωγικά ΜΜΕ μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην εκπαίδευση ως εργαλείο ανάπτυξης μιντιακού κριτικού γραμματισμού και ενθάρρυνσης της διδασκαλίας σε θέματα έμφυλης ισότητας και καταναλωτικής συνείδησης. Τα ΜΜΕ και η δημοφιλής κουλτούρα έχουν τεράστια επίδραση σε όλους μας, τόσο συνειδητά, όσο και ασυνειδητά, όσον αφορά το «τι» και «πώς» σκεφτόμαστε για τον εαυτό μας και τους άλλους, αλλά και για προσωπικά και κοινωνικά θέματα (Tisdell, 2008). Τα ΜΜΕ έχουν τη δύναμη τόσο να εκπαιδεύσουν τους ανθρώπους, όταν οι άνθρωποι κριτικά ανταποκρίνονται στα μηνύματα που παίρνουν από αυτά, όσο και να τους παραπλανήσουν (“miseducate”), όταν οι θεατές παθητικά καταναλώνουν τις απεικονίσεις και τα μηνύματα

που δέχονται (Buckingham, 2003/2008). Παίρνοντας ως παράδειγμα μηνύματα και αναπαραστάσεις ομορφιάς που προωθούνται μέσα από τα δημοφιλή ΜΜΕ, από τη μια, πρότυπα με μη ρεαλιστικά σώματα είναι πιθανόν να δημιουργήσουν σε νεαρά άτομα αμφισβήτηση για τον εαυτό τους και την εικόνα του σώματός τους, από την άλλη, όμως, υπάρχουν ΜΜΕ που απεικονίζουν τις έμφυλες σχέσεις και κοινωνικά φαινόμενα με νέους τρόπους, ενδυναμώνοντας και παρέχοντας δυναμικά πρότυπα και νέες ευκαιρίες στους νέους. Για αυτό είναι πιο σημαντικό για τους εκπαιδευτικούς, αντί να παραμένουν στα αρνητικά της κατανάλωσης των ΜΜΕ, να διδάσκουν τους νέους ανθρώπους πώς να αναλύουν κριτικά τα ΜΜΕ στα οποία εκτίθενται σε καθημερινή βάση (Galician, 2004).

Ωστόσο, στο σχολείο θέματα που πηγάζουν από τη δημοφιλή κουλτούρα δεν διδάσκονται συχνά. Σύμφωνα με τους Buckingham και Sefton-Green (1994), η μη διδασκαλία στο σχολείο θεμάτων που πηγάζουν από τη δημοφιλή κουλτούρα δεν πηγάζει μόνο από την ανάγκη διατήρησης κάποιων «στάνταρντ» πολιτισμικής αξίας, αλλά κυρίως από ανησυχίες για τις αρνητικές ηθικές, διανοητικές και πολιτικές συνέπειες της διδασκαλίας των ΜΜΕ στους/στις μαθητές/ριες. Μια τέτοια προσέγγιση πηγάζει από την αντίληψη ότι οι νέοι άνθρωποι είναι πολιτισμικά αφελείς και ευάλωτα θύματα εκμετάλλευσης της δημοφιλούς κουλτούρας. Σε αυτή την περίπτωση το κείμενο εκλαμβάνεται ως παντοδύναμο κι ο αναγνώστης ως αδύναμος να σκεφτεί, να αντιδράσει ή να αντισταθεί. Αυτή είναι μια αντίληψη, με την οποία η εκπαιδευτική παρέμβαση δεν συμβαδίζει, θεωρώντας ότι κάτι τέτοιο δεν αντικατοπτρίζει ολοκληρωμένα τη φύση της σχέσης των νέων ανθρώπων με τα ΜΜΕ.

Η τρίτη βασική αρχή στηρίζεται στην προσέγγιση ότι η μάθηση, αποτελεί δημοκρατική διαδικασία, για αυτό ο εκπαιδευτικός λειτουργεί ως διευκολυντής (facilitator) και ερευνητής (Aufderheide, 1997). Η διδασκαλία κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ αποτελεί ένα συμμετοχικό, συνεργατικό πρότζεκτ που προωθεί παραγωγικές συζητήσεις μεταξύ εκπαιδευτικών και μαθητών (Kellner & Share, 2007). Οι μαθητές/ριες και οι νέοι/ες, εξάλλου, έχουν εκτεθεί σε μεγάλο εύρος των ΜΜΕ και συχνά είναι μεγαλύτεροι γνώστες σε σχέση με τα ΜΜΕ και την κουλτούρα τους, σε σχέση με τους εκπαιδευτικούς, και μπορούν να συμβάλουν στην εκπαιδευτική διαδικασία μοιραζόμενοι/ες τις ιδέες και τις οπτικές τους. Επειδή η κουλτούρα των ΜΜΕ συχνά αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ταυτότητας των μαθητών/ριών και δυνατή πολιτισμική εμπειρία, οι εκπαιδευτικοί πρέπει να δείχνουν ιδιαίτερη ευαισθησία στις αντιλήψεις των μαθητών. Σε τέτοιου είδους προγράμματα οι εκπαιδευτικοί είναι σημαντικό να μην λειτουργούν με πατερναλιστική διάθεση, αναγνωρίζοντας ότι τέτοιες θεματικές περιοχές είναι πιο κοντά στους/στις μαθητές/ριες. Υπάρχει ο κίνδυνος οι

εκπαιδευτικοί, έχοντας τον ρόλο της αυθεντίας και επιχειρώντας να επιβάλουν τις δικές τους απόψεις να μετατρέψουν την τάξη σε εμπόλεμη ζώνη με αντιπαρατιθέμενα στρατόπεδα αυτά των εκπαιδευτικών και των μαθητών/ριών (Buckingham, 2003/2008· Kellner & Share, 2007). Παρόλα αυτά, η κριτική προσέγγιση στη διερεύνηση της φύσης των ΜΜΕ και των συνεπειών της κουλτούρας τους είναι αναγκαία. Για αυτό είναι σημαντική η διακριτική, εκ μέρους των εκπαιδευτικών, διδασκαλία των τρόπων με τους οποίους η κουλτούρα των ΜΜΕ προβάλλει συγκεκριμένες οπτικές σε σχέση με τον κοινωνικό κόσμο και το πώς ενθαρρύνει συγκεκριμένες όψεις, προκαταλήψεις προωθώντας συχνά προβληματικές ιδεολογίες.

Η τέταρτη παιδαγωγική αρχή της παρέμβασης στηρίζεται στις τέσσερις αλληλένδετες «βασικές έννοιες» που προτείνονται από τον Buckingham (2003/2008), οι οποίες παρέχουν το θεωρητικό πλαίσιο για ανάλυση σύγχρονων, αλλά και παλαιότερων ΜΜΕ. Τις τέσσερις «βασικές έννοιες» αποτελούν η παραγωγή, η γλώσσα, η αναπαράσταση και το κοινό,. Στον όρο «παραγωγή» υπάρχει η παραδοχή ότι τα κείμενα των ΜΜΕ δημιουργούνται συνειδητά κυρίως με στόχο το εμπορικό κέρδος. Μελετώντας την παραγωγή των ΜΜΕ στην ουσία εξετάζονται οι τεχνολογίες, οι επαγγελματικές πρακτικές, η βιομηχανία, οι διασυνδέσεις μεταξύ των ΜΜΕ, το ρυθμιστικό πλαίσιο, η κυκλοφορία και διανομή και η πρόσβαση και συμμετοχή στα ΜΜΕ. Στη γλώσσα αναλύονται ο τρόπος δημιουργίας των νοημάτων, εξετάζοντας τα νοήματα, τις συμβάσεις, τους κώδικες, τα είδη, τις επιλογές, τους συνδυασμούς και τις τεχνολογίες. Η εξέταση της έννοιας της αναπαράστασης είναι πολύ σημαντική για την εκπαίδευση στα ΜΜΕ, αφού αυτά μας καλούν να δούμε τον κόσμο με συγκεκριμένους τρόπους και μεροληπτικά. Μελετώντας τις αναπαραστάσεις εξετάζονται ο ρεαλισμός, η αποκάλυψη της αλήθειας, οι παρουσίες και απουσίες, η μεροληψία και η αντικειμενικότητα, η δημιουργία στερεοτύπων, οι ερμηνείες και η δύναμη την επιρροής των ΜΜΕ. Τέλος στις κατηγορίες κοινού των ΜΜΕ εξετάζονται η στόχευση, ο τρόπος προσέγγισης, η κυκλοφορία, οι τρόποι χρήσης, η συναγωγή νοημάτων, οι απολαύσεις, οι κοινωνικές διαφορές. Αρκετά στοιχεία από αυτές τις βασικές έννοιες ενσωμάτωσα στην εκπαιδευτική παρέμβαση, κυρίως στη δραστηριότητα κριτικής ανάλυσης διαφήμισης.

Η τελευταία βασική αρχή της παρέμβασης αφορά τον τρόπο αξιολόγησης της αποτελεσματικότητάς της. Η καλλιέργεια τέτοιων ικανοτήτων απαιτεί συστηματική προετοιμασία, μέσα από ποικίλες θεματικές ενότητες, προκειμένου ο τρόπος σκέψης αυτός να γίνει βίωμα στους/στις μαθητές/ριες. Στόχος μου στην παρέμβαση ήταν η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των μεθόδων και προσεγγίσεων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για ανάπτυξη ικανοτήτων κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ, με άλλα

λόγια ο εντοπισμός μεθόδων και δραστηριοτήτων που μπορούν να φέρουν θετικά αποτελέσματα. Ωστόσο, στόχος της παρέμβασης δεν ήταν η ποσοτική αξιολόγηση και μέτρηση των γνώσεων και ικανοτήτων των μαθητών όσον αφορά την κριτική σκέψη, εφόσον η κριτική σκέψη είναι δύσκολο να εντοπιστεί μέσα από στατιστικές μεθόδους, όπως η χρήση ερωτηματολογίου. Αντίθετα, οι αντιδράσεις και οι προβληματισμοί των παιδιών μέσα από τις δραστηριότητες πρόσφεραν ενδείξεις για την καταλληλότητα της δραστηριότητας να προκαλέσει συζήτηση και παραγωγή νέας γνώσης. Με άλλα λόγια, η έμφαση δόθηκε στην αξιολόγηση της συλλογικής επιτυχίας της δραστηριότητας και όχι στην αξιολόγηση των παιδιών ατομικά.

Η Παρούσα Εκπαιδευτική Παρέμβαση

Ο σκοπός της παρούσας εκπαιδευτικής παρέμβασης ήταν η αξιολόγηση της μεθοδολογικής προσέγγισης του κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ, αναφορικά με τους τρόπους με τους οποίους η ανάπτυξη ικανοτήτων κριτικού γραμματισμού στα παιδιά μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της ικανότητας χειρισμού, αντιμετώπισης και αντίστασης στα μηνύματα που μεταφέρονται από τα ΜΜΕ σχετικά με τα πρότυπα ομορφιάς. Σκοπός της παρέμβασης ήταν επίσης η συμπληρωματική συλλογή δεδομένων από τα παιδιά σε σχέση με τη διαχείριση μηνυμάτων που σχετίζονται με την ομορφιά μέσα από ένα άλλο πλαίσιο, αυτό της εκπαίδευσης, με σκοπό την κοινωνιολογική κατανόηση της έννοιας της «ομορφιάς» από τα παιδιά στην προεφηβεία. Τα σχετικά αποτελέσματα του δεύτερου σκοπού παρουσιάστηκαν σε προηγούμενα κεφάλαια.

Πιο συγκεκριμένα, στόχος της εκπαιδευτικής παρέμβασης κριτικού γραμματισμού ήταν η καλλιέργεια δεξιοτήτων στους/στις μαθητές/ριες για ενεργή ανάλυση, αντίσταση και εμπειριστατωμένη ερμηνεία θεμάτων που σχετίζονται με τον τρόπο προβολής θεμάτων ομορφιάς και έμφυλων υποκειμενικοτήτων μέσα από διάφορες μορφές ΜΜΕ. Μια τέτοια προσέγγιση αποσκοπεί στην ενδυνάμωση των μαθητών/ριών και την ενίσχυση της αυτοπεποίθησης τους έχοντας ως εφόδιο την κριτική και συνειδητή αντιμετώπιση μηνυμάτων που προωθούνται σε σχέση με τα θέματα αυτά.

Η ενότητα που είχε διεξαχθεί είχε τον τίτλο «Πρότυπα Ομορφιάς από τα ΜΜΕ και Κριτική Διερεύνηση τους». Ήταν μια θεματικά οργανωμένη ενότητα, αφού περιστρεφόταν γύρω από το θέμα της «ομορφιάς», το οποίο διερευνήθηκε μέσα από διάφορα είδη δημοφιλών ΜΜΕ, όπως lifestyle περιοδικό, βίντεο από την καμπάνια της Dove, διαφήμιση, ηλεκτρονικά άρθρα, φωτογραφίες από κοινωνικά δίκτυα. Είχα επιλέξει μορφές

και κείμενα ΜΜΕ, καθώς και θεματολογία που να βρίσκεται κοντά στα ενδιαφέροντα των παιδιών στην προεφηβεία, προκειμένου η παρέμβαση να έχει μεγαλύτερη σημασία για αυτά. Είχα εντάξει την εκπαιδευτική παρέμβαση στο μάθημα των Ελληνικών, αφού σε αυτήν υπήρχαν δραστηριότητες αποκωδικοποίησης συμβόλων και συμβάσεων επικοινωνίας, ανάλυσης της επικαιρότητας, αναλύσεις και συσχετίσεις τίτλων και άρθρων από τον Τύπο, μεγάλη χρήση προφορικού λόγου, καθώς και παραγωγή γραπτού λόγου.

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, στην εκπαιδευτική παρέμβαση κράτησα ως βασική αρχή τη δημοκρατική διάθεση που χαρακτηρίζει τις προσεγγίσεις κριτικού γραμματισμού. Ήταν μια μαθητοκεντρική παρέμβαση, αφού δόθηκε μεγάλη έμφαση στα ενδιαφέροντα των μαθητών και στην ανταλλαγή απόψεων μεταξύ τους. Στόχο μου αποτελούσε η κριτική διερεύνηση και εξαγωγή συμπερασμάτων από τα ίδια τα παιδιά μέσα από τις πληροφορίες που τους δίνονταν κι όχι η αποδοχή έτοιμων από εμένα θέσεων. Ωστόσο, υπήρξαν πράγματα τα οποία οι μαθητές/ριες δεν γνώριζαν και έπρεπε να διδαχθούν από εμένα, ενώ υπήρχαν περιπτώσεις όπου οι μαθητές/ριες γνώριζαν κάτι σιωπηρά και ασυνείδητα και χρειάζονταν τη βοήθειά μου για να εκφράσουν την «παθητική» αυτή γνώση σε «ενεργητική» (Buckingham, 2003/2008, σελ. 135), κάτι που επιτυγχανόταν με άμεση παροχή πληροφοριών από εμένα ως εκπαιδευτικό, από συστηματική ανάλυση κι από έρευνα και διάλογο μεταξύ μαθητών και εκπαιδευτικού.

Όπως επίσης προαναφέρθηκε, η εκπαιδευτική παρέμβαση στηρίχθηκε σε μεγάλο βαθμό στις «βασικές έννοιες» του Buckingham (2003/2008), προσφέροντας έναν τρόπο οργάνωσης των ιδεών των μαθητών. Ωστόσο, λόγω περιορισμένης χρονικής διάρκειας της παρέμβασης και του μεγάλου εύρους των υπό εξέταση θεμάτων, αναπόφευκτα δεν μπορούσε να δοθεί η ίδια έμφαση σε όλες τις πτυχές των βασικών εννοιών. Παρόλα αυτά, όπως αναφέρει ο Buckingham, οι βασικές έννοιες είναι αλληλένδετες, συνεπώς η κάθε βασική έννοια μπορεί να λειτουργήσει ως «πύλη εισόδου» (σελ. 134) για τις υπόλοιπες κι έτσι, έμμεσα, το νόημα να προέρχεται από τις σχέσεις μεταξύ των εννοιών. Για παράδειγμα, όσον αφορά τους προβληματισμούς για τη μη ρεαλιστική φύση των προτύπων ομορφιάς που προβάλλονται από τα ΜΜΕ μέσα από το βίντεο παρέμβασης της Dove, υποδηλώνεται ότι ο ρεαλισμός δεν αποτελεί απλά ένα χαρακτηριστικό των κειμένων και των προτύπων που προβάλλονται, αλλά κι ότι είναι σημαντικές οι κριτικές αξιολογήσεις εκ μέρους των θεατών σχετικά με τον τρόπο που τα ΜΜΕ αναπαριστούν τον κόσμο.

Η παρέμβαση είχε διεξαχθεί σε τρία σχολεία -ένα σε αστική, ένα σε ημιαστική και ένα σε αγροτική περιοχή- για αυτό και υπήρχαν μεγάλες διαφοροποιήσεις μεταξύ του μαθητικού πληθυσμού των τριών σχολείων όσον αφορά το κοινωνικοπολιτισμικό και

οικονομικό τους υπόβαθρο. Θεώρησα σκόπιμη τη διεξαγωγή της παρέμβασης σε διαφορετικά σχολεία, έχοντας υπόψη ότι οι ικανότητες κριτικής ανάγνωσης των ΜΜΕ επηρεάζονται από πολλαπλούς κοινωνιολογικούς παράγοντες. Έτσι, ενώ συχνά οι νέοι άνθρωποι γίνονται αντιληπτοί ως μια ομογενής ομάδα, κάτι τέτοιο δεν ισχύει, αφού η σχέση μεταξύ ΜΜΕ και αναγνωστών, καθώς και η πρόσβαση, η χρήση και η αντιμετώπιση των ΜΜΕ συχνά καθορίζεται από κοινωνικούς και δημογραφικούς παράγοντες.

Η παρέμβαση είχε διεξαχθεί σε δύο μέρη, όπου το καθένα διαρκούσε ένα ογδοντάλεπτο. Η διδασκαλία είχε γίνει στη Στ' τάξη, εκτός από την περίπτωση του σχολείου στην αγροτική περιοχή, το οποίο λειτουργούσε με συμπλέγματα, έτσι η παρέμβαση έγινε σε παιδιά Ε' και Στ' τάξης. Στην αστική περιοχή η τάξη αποτελείτο από εικοσι δύο παιδιά. Υπήρχαν εννιά παιδιά προερχόμενα από διάφορες εθνικότητες (Ρωσία, Βουλγαρία, Συρία, Ρουμανία), ενώ οι υπόλοιποι ήταν Ελληνοκύπριοι. Τα περισσότερα παιδιά προέρχονταν από τη μεσαία κοινωνική τάξη, ενώ υπήρχαν κάποια αλλά παιδιά από χαμηλότερα κοινωνικά στρώματα. Στην ημιαστική περιοχή η τάξη αποτελείτο από δεκατέσσερα παιδιά, όλοι Ελληνοκύπριοι και οι πλείστοι από μεσαία κοινωνικά στρώματα. Στην αγροτική περιοχή, το σύμπλεγμα Ε' και Στ' τάξης αποτελείτο από έντεκα παιδιά (έξι στην Ε' τάξη και πέντε στην Στ' τάξη), τα οποία προέρχονταν από πολύ χαμηλά κοινωνικοοικονομικά στρώματα και ήταν όλοι Ελληνοκύπριοι.

Στην παρέμβαση επίσης πραγματοποιήθηκαν εύρος δραστηριοτήτων όπως ιδεοθύελλα για την ομορφιά, παρουσίαση βίντεο από το YouTube για τους «πιο όμορφους ανθρώπους» για το 2013 σύμφωνα με ψηφοφορία των αναγνωστών του People Magazine, προβολή βίντεο από την καμπάνια της Dove “Evolution”, εξάσκηση ικανοτήτων κριτικού γραμματισμού στις διαφημίσεις, ανάλυση ηλεκτρονικών άρθρων, παραγωγή σύντομου άρθρου και κολλάζ (βλ. Παράρτημα Δ για την πλήρη πορεία εργασίας). Οι πιο πάνω δραστηριότητες στηρίχθηκαν σε μια γκάμα δραστηριοτήτων και παιδαγωγικών στρατηγικών όπως εργασία σε μικρές ομάδες, εργασία στην ολομέλεια της τάξης, ατομική εργασία, ανάλυση κειμένου, παροχή πληροφοριών από την εκπαιδευτικό κι από τους μαθητές/ριες, κριτική ανάλυση των ΜΜΕ, παραγωγή γραπτού λόγου.

Στο κεφάλαιο αυτό θα συζητηθούν κυρίως τα αποτελέσματα από τέσσερις βασικές δραστηριότητες της παρέμβασης, οι οποίες στο σημείο αυτό περιγράφονται λεπτομερώς. Η πρώτη δραστηριότητα είχε ως θέμα τη λίστα με τους 100 πιο όμορφους ανθρώπους για το 2013, οι οποίοι προέκυψαν μετά από ψηφοφορία των αναγνωστών του περιοδικού People. Αρχικά είχα δώσει στα παιδιά το υπόβαθρο του περιοδικού, λέγοντας ότι είναι ένα εβδομαδιαίο αμερικάνικο περιοδικό με εκατομμύρια αναγνώστες, το οποίο έχει ως βασικό

θέμα νέα διασημοτήτων κι ότι η λίστα με τους 100 πιο όμορφους ανθρώπους αποτελεί ετήσιο θεσμό. Στη συνέχεια είχα προβάλει ένα αγγλόφωνο βίντεο (<http://www.youtube.com/watch?v=Phx4Vbjo6g0>) στο οποίο παρουσιάζονταν τα αποτελέσματα της λίστας, το οποίο μετέφραζα παράλληλα στα ελληνικά. Μετά την προβολή, ακολούθησε συζήτηση στην ολομέλεια της τάξης, όπου τα παιδιά εξέφρασαν ελεύθερα γνώμες και σχόλια για τα πρόσωπα της λίστας¹⁰, ενώ μέσω συζήτησης προσπάθησα να καθοδηγήσω τα παιδιά σε κάποιους κριτικούς προβληματισμούς σχετικά με τη λίστα.

Η δεύτερη δραστηριότητα αφορούσε την τεχνητή φύση των προτύπων ομορφιάς στα ΜΜΕ και ήταν στηριγμένη στην καμπάνια της Dove “Evolution”, η οποία αποτελεί μέρος του Dove Campaign of Real Beauty. Στο πλαίσιο της δραστηριότητας αυτής είχα προβάλει στα παιδιά δύο σύντομα βίντεο παρέμβασης που έχουν δημιουργηθεί από την Dove, (<http://www.youtube.com/watch?v=iYhCn0jf46U> - γυναικεία έκδοση) http://www.youtube.com/watch?v=-_I17cK1ltY - ανδρική έκδοση), τα οποία διαπραγματεύονται την τεχνητή φύση των αναπαραστάσεων ομορφιάς στα ΜΜΕ, παρουσιάζοντας την επεξεργασία και τις πρακτικές ομορφιάς που δέχονται ένας άνδρας και μια γυναίκα μοντέλο για τους σκοπούς μιας διαφήμισης.

Αυτή η διαφημιστική καμπάνια της Dove κινείται στο μεταφεμινιστικό παράδειγμα για την ομορφιά, στοχεύοντας στην ενδυνάμωση, στην κοινωνική αλλαγή και στην προώθηση της ψυχολογικής και σωματικής υγείας κοριτσιών και γυναικών (Campaign for Real Beauty, 2008). Ωστόσο, η καμπάνια αυτή αντιμετωπίστηκε με σκεπτικισμό, με το επιχείρημα ότι η μεταφεμινιστική προσέγγιση της ομορφιάς τέτοιων καμπανιών αποτελεί απειλή για τον φεμινισμό και για τις πρακτικές που αφορούν τη γυναικεία πολιτότητα στην παγκόσμια καταναλωτική κουλτούρα (Murray, 2013). Το μήνυμα της «πραγματικής ομορφιάς» που προβάλλεται από την καμπάνια της εταιρίας Dove, λειτουργεί ως κοινωνικός μύθος, όπου σημάδια απελευθέρωσης συγκρούονται με σημεία καταπίεσης των «πραγματικών γυναικών», ενώ παρά τη διακήρυξη της απελευθέρωσης και της προαγωγής της αυτοπεποίθησης, ο σκοπός εξακολουθεί να είναι η προώθηση του παραδοσιακού ρόλου των γυναικών ως καταναλώτριες (Johnston & Taylor, 2008).

Η τρίτη δραστηριότητα αφορούσε την κριτική ανάλυση διαφήμισης προϊόντος ομορφιάς. Η κριτική προσέγγιση διαφημίσεων αποτελεί παραγωγικό πεδίο για ανάλυση πολιτισμικών πολιτικών, όπως σχέσεις εξουσίας και ιδεολογία που εμπíπτουν σε

¹⁰ Απόψεις των παιδιών από τη σχετική δραστηριότητα παρατίθενται και σε υπόλοιπα κεφάλαια της διατριβής.

πολιτισμικές διαδικασίες και πρακτικές στη δημόσια σφαίρα (Lazar, 2007). Όπως αναφέρουν οι Kellner και Share (2007) συχνά οι μαθητές/ριες πιστεύουν ότι ο ρόλος των ΜΜΕ περιορίζεται στην ψυχαγωγία και πληροφόρηση του κοινού, έχοντας μικρή συνείδηση για τις οικονομικές δομές και συμφέροντα στα οποία στηρίζονται. Για αυτό είναι σημαντικό οι μαθητές/ριες να γνωρίζουν τους λόγους που δημιουργείται ένα πολιτισμικό μιντιακό δημιούργημα και το σύστημα παραγωγής που κυριαρχεί τα ΜΜΕ, ώστε κριτικά να αναλύουν στρατηγικές, προκαταλήψεις και αντιλήψεις μέσα από διάφορα κειμενικά είδη των ΜΜΕ. Στο πλαίσιο αυτό είναι σημαντικό οι μαθητές/ριες να ενθαρρύνονται να απαντούν σε ερωτήματα όπως γιατί στέλνεται ένα μήνυμα και από που προέρχεται.

Σκοπός της δραστηριότητας με την κριτική ανάλυση διαφήμισης προϊόντος ομορφιάς ήταν η ανάλυση των διαφόρων τρόπων με τους οποίους τεχνικά χαρακτηριστικά του πολιτισμικού είδους της διαφήμισης συμβάλλουν στην κατασκευή του προωθούμενου νοήματος. Είχε γίνει συστηματική και ενδεδειγμένη διερεύνηση και ανάλυση της διαφήμισης ως οπτικό και οπτικοακουστικό κείμενο. Οι μαθητές/ριες ενθαρρύνονταν να στηρίζουν τις απόψεις τους με στοιχεία και επιχειρήματα και να σκέφτονται τους λόγους για τους οποίους η διαφήμιση δημιουργήθηκε με το συγκεκριμένο τρόπο. Στη δραστηριότητα αυτή είχαν διερευνηθεί πολυτροπικά χαρακτηριστικά της διαφήμισης, καθώς και τρόποι με τους οποίους συμβάσεις, κωδικοί και μορφές του είδους της διαφήμισης συμβάλλουν στην κατασκευή συγκεκριμένων νοημάτων.

Για τη δραστηριότητα αυτή επέλεξα να χρησιμοποιήσω την έντυπη και τηλεοπτική διαφήμιση της μάσκαρα Colossal Cat Eye από τη Maybelline New York (βλ. Παράρτημα Δ για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τη διαφήμιση). Αφού είχα παρουσιάσει στα παιδιά και τις δύο μορφές της διαφήμισης, κλήθηκαν να συμπληρώσουν σε ομάδες το Φύλλο Εργασίας (βλ. Παράρτημα Δ) για την πολυτροπικότητα των διαφημιστικών κειμένων. Κάποιες ομάδες είχαν μελετήσει την έντυπη διαφήμιση και κάποιες άλλες ομάδες την τηλεοπτική διαφήμιση. Τα παιδιά μέσα από το Φύλλο Εργασίας κλήθηκαν να μελετήσουν τη διαφήμιση στηριζόμενα στους παρακάτω άξονες: α) πλαίσιο επικοινωνίας, β) γλωσσική και νοηματική δομή, γ) εικόνα/ήχος/κίνηση, δ) κοινωνική αξία κειμένου, ε) αξιολόγηση κειμένου. Μετά την ομαδική συμπλήρωση του Φύλλου Εργασίας ακολούθησε συζήτηση των σκέψεων των παιδιών στην ολομέλεια της τάξης.

Στην ανάλυση της διαφήμισης ακολουθήθηκαν σε μεγάλο βαθμό τα τρία στάδια που προτείνει ο Buckingham (2003/2008): η περιγραφή, η εξέταση του νοήματος και η διατύπωση κρίσεων σε σχέση με το κείμενο. Όσον αφορά την περιγραφή δόθηκε έμφαση στον τρόπο παρουσίασης του προϊόντος και το πώς τα διάφορα στοιχεία παρουσίασης

λειτουργούν στο συνολικό αποτέλεσμα του κειμένου. Στο στάδιο εξέτασης του νοήματος του κειμένου εξετάστηκαν οι συνειρμοί που δημιουργεί το κείμενο και ο τρόπος που χρησιμοποιούνται στοιχεία όπως η μουσική και οι εικόνες για να δημιουργήσουν μια συγκεκριμένη διάθεση. Στο τρίτο στάδιο οι μαθητές/ριες έκαναν κρίσεις σχετικά με το σύνολο του κειμένου, οι οποίες αφορούσαν αξίες και ιδεολογίες που προωθούνται, ενώ έκαναν κρίσεις ακόμα για την αποτελεσματικότητα του κειμένου όσον αφορά την πειστικότητα και την αισθητική απόλαυση που πήραν.

Η τέταρτη δραστηριότητα που αναλύεται, η οποία είχε επιστεγάσει την εκπαιδευτική παρέμβαση, ήταν η παραγωγή ενός σύντομου άρθρου με θέμα «Ομορφιά για μένα, Ομορφιά για τα ΜΜΕ». Στο άρθρο αυτό τα παιδιά είχαν να παρουσιάσουν ή/και να αντιπαραβάλλουν τη θέση των ΜΜΕ σε σχέση με τα πρότυπα ομορφιάς και τη δική τους θεώρηση, υποστηρίζοντας τη θέση τους με επιχειρήματα. Κατά τη συγγραφή του κειμένου τους είχαν την ευκαιρία να αξιοποιήσουν το υλικό που είχαμε ήδη συζητήσει στην τάξη, καθώς και τις δικές τους προσωπικές εμπειρίες και παρατηρήσεις. Επιπλέον, τα παιδιά συμπλήρωσαν το άρθρο τους με ένα κολλάζ, χρησιμοποιώντας εικόνες, φωτογραφίες ή και ζωγραφιές που παρουσιάζουν τα αγαπημένα τους πρότυπα ομορφιάς και προϊόντα ομορφιάς που τους αρέσουν, έχουν ή θα επιθυμούσαν να έχουν. Τα παιδιά είχαν την επιλογή να κάνουν το κολλάζ είτε σε χαρτόνι, είτε στον Ηλεκτρονικό Υπολογιστή. Λόγω περιορισμένου διδακτικού χρόνου, οι εργασίες αυτές πραγματοποιήθηκαν στο σπίτι.

Η δραστηριότητα αυτή αποσκοπούσε στην ενθάρρυνση των παιδιών για έκφραση των σκέψεων και απόψεων τους σε σχέση με το θέμα την ενότητας, κάτι που λειτουργούσε συμπληρωματικά στις συζητήσεις που είχαν γίνει κατά τη διάρκεια της παρέμβασης. Η δραστηριότητα λειτούργησε εν μέρει ως «τελική αξιολόγηση» της εκπαιδευτικής παρέμβασης, για αυτό και είχε γίνει στο τέλος. Ωστόσο, η παρέμβαση αξιολογήθηκε πιο ολοκληρωμένα στο σύνολό της κι όχι αποκλειστικά από το αποτέλεσμα του άρθρου και του κολλάζ. Ο λόγος είναι ότι σε τέτοιου είδους δραστηριότητες υπάρχει πάντοτε ο κίνδυνος και η μεθοδολογική πρόκληση τα παιδιά να εκφράσουν αυτό που θεωρούν πιο «σωστό» και αποδεκτό για την ερευνήτρια κι όχι απαραίτητα τη δική τους άποψη. Επιπλέον, όπως ανέφερα προηγούμενως, η παρέμβαση δεν μετρούσε τα αποτελέσματα συγκρίνοντας το «πριν» και το «μετά» με τυπικούς τρόπους, κάτι που θα μας έφερε σε ποσοτικά μονοπάτια, αλλά η αξιολόγηση της παρέμβασης γινόταν ολιστικά, κατά τη διάρκεια της και μέσα από το σύνολο των δραστηριοτήτων.

Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα της εκπαιδευτικής παρέμβασης οργανώνονται με βάση τρεις άξονες: α) τη διαφοροποίηση στο βαθμό επιρροής της παρέμβασης και στο επίπεδο ικανότητας κριτικής σκέψης των παιδιών με βάση το δημογραφικό, πολιτισμικό και κοινωνικοοικονομικό τους υπόβαθρο, β) τα στοιχεία υποδήλωσης ύπαρξης ή/και έλλειψης ικανότητας των παιδιών για κριτική σκέψη όσον αφορά τον τρόπο λειτουργίας των ΜΜΕ και γ) τις ενδείξεις για επιτυχία της εκπαιδευτικής παρέμβασης.

Διαφοροποίηση με βάση το δημογραφικό, πολιτισμικό και κοινωνικοοικονομικό υπόβαθρο

Μια σημαντική παρατήρηση που είχε προκύψει μέσα από την εκπαιδευτική παρέμβαση ήταν η διαφοροποίηση στον βαθμό επίδρασης της παρέμβασης και στις ικανότητες κριτικής προσέγγισης των ΜΜΕ από τα παιδιά αναλόγως του δημογραφικού, πολιτισμικού και κοινωνικοοικονομικού τους υπόβαθρου. Τα παιδιά αναλόγως του κοινωνικού και πολιτισμικού κεφαλαίου που κουβαλούν, φαίνεται να φέρουν και διαφορετικές εμπειρίες και ικανότητες κριτικής σκέψης σε θέματα που αφορούν τον τρόπο λειτουργίας των ΜΜΕ σε σχέση με την ομορφιά.

Το πιο πάνω ήταν εμφανές στη δραστηριότητα που ήταν στηριγμένη στην καμπάνια της Dove “Evolution”. Συγκεκριμένα, τα βίντεο της καμπάνιας είχαν πολύ μεγαλύτερη επίδραση στα παιδιά της αγροτικής περιοχής, τα οποία είχαν «σοκαριστεί» και ταρακουνηθεί έντονα από τα όσα παρακολούθησαν. Η μη ρεαλιστικότητα των προτύπων που προβάλλονται μέσα από τα ΜΜΕ ήταν ένα θέμα το οποίο τα παιδιά δεν είχαν αντιληφθεί, για αυτό κατά τη συζήτηση που ακολούθησε τα παιδιά ήταν φανερά εντυπωσιασμένα και έκαναν ερωτήσεις όπως: «Το κάνουν και στην Κύπρο αυτό;» ή «Μπορούμε κι εμείς να χρησιμοποιήσουμε αυτό το πρόγραμμα; Είναι εύκολο;». Το σοκ στη νέα αυτή γνώση ήταν τόσο έντονο, που ακόμα κι όταν προχωρήσαμε στην επόμενη δραστηριότητα με την κριτική διερεύνηση διαφήμισης, ο Άγγελος με είχε ρωτήσει, αναφερόμενος την τηλεοπτική διαφήμιση: «Κυρία είναι αληθινή τούτη η φάτσα;», εννοώντας αν έχει δεχτεί κάποια ηλεκτρονική επεξεργασία. Η συζήτηση συνεχίστηκε με κάποια παιδιά να υποστηρίζουν ότι το μοντέλο σίγουρα είχε επεξεργαστεί και με κάποια άλλα παιδιά να υποστηρίζουν ότι τα μοντέλα στα βίντεο δεν είναι δυνατό να δεχτούν κάποια επεξεργασία. Όταν απάντησα ότι και στα βίντεο η εικόνα των μοντέλων μπορεί να

αλλάξει, ο Άγγελος με απογοήτευση σχολίασε: «Κυρία... μας το χάλασες [γέλιο με απογοητευμένη φωνή]! Ήταν όμορφη...».

Από την άλλη, τα παιδιά στην αστική και ημιαστική περιοχή ήταν αρκετά ενήμερα και «υποψιασμένα» για τις τεχνικές ομορφιάς και την επεξεργασία που δέχονται τα πρότυπα των ΜΜΕ σε διάφορες φωτογραφίες, καθώς και για το γεγονός ότι οι απεικονίσεις των διάσημων ατόμων στα ΜΜΕ δεν είναι «πραγματικές». Τα παιδιά αναφέρθηκαν σε τεχνικές ομορφιάς και επεξεργασίας από την προηγούμενη κιόλας δραστηριότητα, τη δραστηριότητα με τη λίστα του περιοδικού People, πριν καν προβάλω τα βίντεο. Στην αστική περιοχή, μάλιστα, ένα κορίτσι είχε αναφέρει ότι στην περσινή σχολική τους φωτογραφία ο φωτογράφος είχε επεξεργαστεί τα πρόσωπά τους, με τη δασκάλα να επιβεβαιώνει την πληροφορία αυτή. Στην περίπτωση της αστικής και ημιαστικής περιοχής τα βίντεο λειτούργησαν επιβεβαιωτικά και συμπληρωματικά στα όσα τα παιδιά ήδη γνώριζαν.

Τέτοια θέματα, τα οποία ανήκουν στη σφαίρα του κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ, όπως έχει αναφερθεί και προηγουμένως, δεν αποτελούν μέρος του αναλυτικού προγράμματος στην Κύπρο. Συνεπώς, η ενημέρωση των παιδιών στα θέματα αυτά αποτελεί μέρος της γονικής διαπαιδαγώγησης που τα παιδιά δέχονται στο σπίτι. Το μεγάλο αυτό χάσμα μεταξύ των παιδιών της αγροτικής περιοχής με τα παιδιά της αστικής και ημιαστικής περιοχής φανερώνει πιθανότατα την απουσία σχετικών συζητήσεων στις οικογένειες της αγροτικής περιοχής. Πρόκειται για μια διαφορά που πιθανόν να πηγάζει από τη διαφοροποίηση στο πολιτισμικό κεφάλαιο των γονιών και τον τρόπο προσέγγισης και ενημέρωσης των παιδιών.

Ταυτόχρονα, όμως, η διαφορά στη γνώση αυτή σχετίζεται και με τη διαφοροποίηση στο κοινωνικοοικονομικό κεφάλαιο της οικογένειας, αφού σχετίζεται με την πρόσβαση σε πηγές γνώσης και ψυχαγωγίας. Τα περισσότερα παιδιά στην αγροτική περιοχή, προερχόμενα από πολύ χαμηλό κοινωνικοοικονομικό στρώμα, δεν είχαν πρόσβαση στο διαδίκτυο, σε κοινωνικά δίκτυα και σε συνδρομητικά κανάλια, σε αντίθεση με τα περισσότερα παιδιά στην ημιαστική και αστική περιοχή. Πέρα όμως από την ευκαιρία για πρόσβαση σε πηγές γνώσης, είναι σημαντική η σωστή χρήση των πηγών αυτών, όπως το διαδίκτυο, για άντληση πληροφοριών. Φάνηκε ότι κάποια παιδιά από ανώτερα στρώματα ήταν πιο συνειδητοποιημένα σε τέτοια θέματα εξαιτίας σχετικής πληροφόρησης που πήραν από το διαδίκτυο. Όπως είπε ένα κορίτσι στην ημιαστική περιοχή:

Ελίζα: [...] Μπήκα στο ίντερνετ και μπήκα στις φωτογραφίες στην αναζήτηση για να δω την Katy Perry. Έχει σελίδα που δείχνει τους τραγουδιστές πώς είναι χωρίς το make-up, πώς ήταν στην πραγματική τους ζωή. Και είχε και την Katy Perry. Και δεν ήταν τόσο εντυπωσιακή, όσο ήταν μετά από τόσες επεξεργασίες και άμα συγκρίνεις εκείνη τη φωτογραφία που ήταν χωρίς, κανένα Photoshop, χωρίς κανένα make-up, δεν είχε καμιά μα καμία σχέση [τονίζει]. Είχε πολλά σπυράκια, δεν ήταν όμορφη χωρίς το make-up, ενώ στο περιοδικό βάζουν μόνο τις φωτογραφίες που γίνονται πολύ όμορφες, για να βλέπει ο κόσμος και να λέει «είναι τόσο όμορφη!», να τη θαυμάζει.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Η διαφοροποίηση στην ικανότητα κριτικής σκέψης των παιδιών με βάση το κοινωνικοοικονομικό τους επίπεδο είχε εντοπιστεί και στη δραστηριότητα με την κριτική ανάλυση της διαφήμισης. Στη δραστηριότητα αυτή υπήρξε έντονη διαφοροποίηση στον τρόπο προσέγγισής της από τα παιδιά, με τα παιδιά της αγροτικής περιοχής να αντιμετωπίζουν τις μεγαλύτερες δυσκολίες στην ανάλυσή της με κριτική διάθεση.

Για παράδειγμα, όταν τα παιδιά κλήθηκαν να αναλύσουν τη γλωσσική και νοηματική δομή της διαφήμισης, τα παιδιά στην ημιαστική και αστική περιοχή με ευκολία εντόπισαν τα γλωσσικά και κειμενικά χαρακτηριστικά της διαφήμισης, όπως τη χρήση επιθέτων, παρομοιώσεων, προστακτικής έγκλισης, ευδιάκριτων γραμμάτων κλπ, ως διαφημιστικά τεχνάσματα για πειστικότητα, που μας «ενθαρρύνουν να αγοράσουμε», όπως είχαν πει. Ωστόσο, τα παιδιά στην αγροτική περιοχή αρχικά είχαν δυσκολευτεί στον εντοπισμό των τεχνασμάτων αυτών, αφού παρουσίαζαν βασικές ελλείψεις στην κατανόηση εννοιών που υπήρχαν στο Φύλλο Εργασίας, όπως π.χ. η σημασία της «έγκλισης». Η δυσκολία αυτή άμεσα σχετίζεται με τις γενικότερες δυσκολίες που η συγκεκριμένη τάξη στο αγροτικό σχολείο παρουσίαζε στην προφορική έκφραση και στην περιορισμένη ικανότητα δικαιολόγησης των απόψεων τους με επιχειρήματα και με το κατάλληλο λεξιλόγιο.

Πέρα όμως από τις δυσκολίες των παιδιών της αγροτικής περιοχής που προέκυπταν από το μαθησιακό τομέα, υπήρχε ταυτόχρονα μεγάλο χάσμα στις καταναλωτικές εμπειρίες μεταξύ των παιδιών της αστικής και ημιαστικής περιοχής με τα παιδιά της αγροτικής περιοχής. Πολλά παιδιά στην αστική και ημιαστική περιοχή αμέσως είχαν αναγνωρίσει το προϊόν της διαφήμισης, αναφέροντας ότι το έχουν δει στην αγορά, σε διαφημίσεις ή στο σπίτι τους. Η Ελίζα από την ημιαστική περιοχή, ακόμη, είχε κάνει εύστοχες παρατηρήσεις σχετικά με τον τρόπο προβολής προϊόντων ομορφιάς της συγκεκριμένης μάρκας. Είχε

αντιληφθεί ότι πρόκειται για μια πολυδιαφημιζόμενη εταιρία, καθώς και την υπερβολή, την πρωτοτυπία και την «παραξενιά» που υπάρχει στις διαφημίσεις της Maybelline, ως τέχνασμα για πειστικότητα:

Ελίζα: Κυρία, για αυτή την εταιρεία, βάζουν πολλές διαφημίσεις στο ίντερνετ και πάντα [τονίζει] αυτή η εταιρεία, η Maybelline, γενικά κάνει τις διαφημίσεις της... Ας πούμε, είχε μια διαφήμιση για κρέμα για την επιδερμίδα και διαφήμιζε ότι τάχα γίνεσαι όπως το μωρό και ότι τάχα γίνεται άσπρο το δέρμα σου και πολύ μαλακό. Γενικά τούτη η εταιρεία κάνει πολλές διαφημίσεις έτσι, παράξενες και ότι πάντα τάχα μοιάζεις με κάτι... κάτι πιο όμορφο από εσένα.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, ημιαστική περιοχή)

Στην αγροτική περιοχή, ωστόσο, η αντίδραση των παιδιών στη διαφήμιση ήταν αρκετά διαφορετική, αφού κάποια παιδιά δεν είχαν καθόλου υπόψη τους το συγκεκριμένο προϊόν ή την εταιρία. Έτσι όταν ανέφερα ότι η Maybelline είναι μια νεοϋορκέζικη εταιρία κι αφού στο τέλος του μαθήματος παρουσίασα στα παιδιά τη μάσκα από κοντά, ένα παιδί με είχε ρωτήσει αν πήγα στη Νέα Υόρκη για να την αγοράσω, αφού δεν είχε καθόλου υπόψη του το προϊόν κι ότι είναι διαθέσιμο και στην κυπριακή αγορά.

Ενδείξεις ύπαρξης ή/και έλλειψης κριτικής σκέψης μαθητών/ριών

Υπήρξαν ποικίλες διαφοροποιήσεις όσον αφορά το επίπεδο ικανότητας κριτικής ανάλυσης του υλικού που τα παιδιά είχαν μπροστά τους, αναλόγως της θεματολογίας και της δραστηριότητας που αντιμετώπιζαν. Η παρέμβαση φάνηκε ότι σε αρκετά σημεία ταρακούνησε τους/τις μαθητές/ριες, δίνοντάς τους το έναυσμα να διερωτηθούν και να κάνουν υποθέσεις με νέους και δημιουργικούς τρόπους. Παρόλα αυτά, η παρέμβαση ανέδειξε σε αρκετά σημεία τις προκλήσεις που οι μαθητές/ριες αντιμετώπιζαν στην κριτική ανάλυση των υπό διερεύνηση θεμάτων.

Όσον αφορά το βίντεο με τους 100 πιο όμορφους ανθρώπους που προέκυψαν από την ψηφοφορία του περιοδικού People, τα παιδιά, και στα τρία σχολεία, αντέδρασαν στα αποτελέσματα της λίστας. Θεώρησαν ότι κάποια άτομα ήταν πολύ ηλικιωμένα για να θεωρούνται «όμορφα», αντιδρώντας, για παράδειγμα, στο «μαύρο» χρώμα της επιδερμίδας κάποιων ή στο ανδρόγυνο στυλ τους. Έδειξαν να συμφωνούν κυρίως με συμβατικά πρότυπα ομορφιάς, όπως η Demi Lovato κι ο Hugh Jackman. Παρόλα αυτά,

δυσκολεύτηκαν να βρουν κάποιο τρόπο να δικαιολογήσουν την επιλογή των συγκεκριμένων ατόμων στη λίστα. Μόνο ένα παιδί στην ημιαστική περιοχή προσπάθησε να δικαιολογήσει το αποτέλεσμα στη βάση των κρυμμένων οικονομικών συμφερόντων. Ο Γιώργος χαρακτηριστικά είχε διερωτηθεί: «Μήπως για συμφέροντα. Μπορεί ας πούμε, αν τους ψήφισαν αυτούς, το περιοδικό να έπαιρνε κάποια αμοιβή;».

Στη συνέχεια προσπάθησα να προβληματίσω τα παιδιά για τους λόγους για τους οποίους η λίστα αποτελείται κυρίως από γυναίκες, όπου πήρα ποικίλες απαντήσεις. Αρκετά παιδιά και στα τρία σχολεία έθεσαν το στερεοτυπικό επιχείρημα ότι η ομορφιά αποτελεί γυναικεία υπόθεση, αφού οι γυναίκες είναι το «ωραίο φύλο» κι αυτές που κυρίως ενδιαφέρονται για την εμφάνιση τους και για την ομορφιά τους, για αυτό και η λίστα αποτελείται κυρίως από γυναίκες.

Όταν προέτρεψα τα παιδιά να λάβουν υπόψη τους τον παράγοντα του αναγνωστικού κοινού του περιοδικού, τότε οι απαντήσεις πήραν άλλη τροπή. Στην αγροτική και αστική περιοχή τα παιδιά είχαν ως αφετηρία το γεγονός ότι οι γυναίκες αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος του αναγνωστικού κοινού σε τέτοιου είδους περιοδικά, συνεπώς αυτές ψήφισαν κατά κύριο λόγο. Έτσι επέλεξαν να ψηφίσουν όμορφες γυναίκες, που θαυμάζουν, έχουν ως πρότυπο και θέλουν να μοιάσουν. Όπως είπε ο Άγγελος:

Άγγελος: Παίζει ρόλο (ότι οι γυναίκες ψήφισαν) γιατί οι γυναίκες ασχολούνται πάρα πολύ με την ομορφιά και... θα ήθελαν να ψηφίσουν όμορφες κοπέλες γιατί... μπορεί να θαυμάζουν την ομορφιά τους. Ή μπορεί να θέλουν να γίνουν και εκείνες έτσι.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αγροτική περιοχή)

Από την άλλη, στην αστική περιοχή ο Δανιήλ έδωσε μια διαφορετική απάντηση, στη βάση της ετεροσεξουαλικότητας και του «κοιτάγματος» των γυναικών από τους άνδρες, λέγοντας ότι στη λίστα υπάρχουν περισσότερες γυναίκες για να τις βλέπουν και να τις θαυμάζουν οι άνδρες, κάτι που προκάλεσε το γέλιο των συμμαθητών του.

Τα παιδιά, ακόμη, άσκησαν ακριτική στον τίτλο της λίστας «Οι 100 πιο όμορφοι άνθρωποι στον πλανήτη», θεωρώντας ότι είναι ανακριβής και παραπλανητικός. Η ένσταση τους αφορούσε κυρίως το γεγονός ότι τα περισσότερα άτομα στη λίστα ήταν Αμερικανοί. Ενώ στην αρχή της δραστηριότητας είχα αναφέρει στα παιδιά ότι το περιοδικό People είναι αμερικάνικο περιοδικό, εντούτοις κανένα παιδί δεν αναφέρθηκε στον παράγοντα αυτό, αλλά ούτε και στο γεγονός ότι τα μεγαλύτερα αστέρια και διάσημα πρόσωπα στον κόσμο προέρχονται από την αμερικάνικη βιομηχανία του θεάματος.

Τα παιδιά ακόμα θεώρησαν τον τίτλο παραπλανητικό λόγω του ότι η λίστα συμπεριλάμβανε μόνο διάσημα πρόσωπα. Παρόλα αυτά δεν συνέδεσαν την παρατήρηση αυτή με τη θεματολογία του περιοδικού, η οποία έχει να κάνει αποκλειστικά με διάσημα πρόσωπα, αλλά και τον τρόπο που οι διασημότητες επιδρούν στο κοινό. Τέλος, τα παιδιά αντέδρασαν στη λίστα και στον τίτλο της βασιζόμενα στο επιχείρημα ότι η ομορφιά είναι υποκειμενική και συνεπώς δεν είναι δυνατόν να δημιουργηθεί λίστα με αντικειμενικά όμορφους ανθρώπους.

Όσον αφορά τη δραστηριότητα με την κριτική ανάλυση προϊόντος ομορφιάς, τα παιδιά, καθοδηγούμενα από το Φύλλο Εργασίας και τα πολυτροπικά στοιχεία που καλούνταν να εντοπίσουν, είχαν καταφέρει σε μεγάλο βαθμό να αποδομήσουν τη διαφήμιση, εντοπίζοντας στρατηγικές και τεχνάσματα με τα οποία οι διαφημιστές προσπαθούν να προωθήσουν το μήνυμα του κειμένου. Παρακάτω παρουσιάζονται κάποια βασικά αποτελέσματα, με τις πετυχημένες κριτικές προσεγγίσεις, αλλά και τις προκλήσεις και δυσκολίες που αντιμετώπισαν οι μαθητές/ριες.

Ξεκινώντας από το πλαίσιο επικοινωνίας της διαφήμισης τα παιδιά έκαναν ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις για το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Αρχικά τα περισσότερα παιδιά, θεώρησαν αυτονόητο ότι η διαφήμιση απευθύνεται σε γυναίκες αποκλειστικά, αφού, όπως είπαν, μόνο οι γυναίκες μακιγιάρονται και «προσπαθούν να είναι όμορφες». Στην πορεία, ωστόσο, ανέφεραν ότι το προϊόν αυτό θα μπορούσε να ενδιαφέρει και τους άνδρες, σε πολύ συγκεκριμένες, όμως, περιπτώσεις. Τα παιδιά στην ημιαστική περιοχή, για παράδειγμα, απάντησαν ότι η διαφήμιση μπορεί να απευθύνεται σε άνδρες που ενδιαφέρονται να δωρίσουν το προϊόν σε κάποια γυναίκα. Κάποια παιδιά επίσης ανέφεραν ότι η διαφήμιση θα ενδιέφερε άνδρες που προβάλλονται σε τηλεοπτικές εκπομπές ή σε διαφημίσεις, οι οποίοι μακιγιάρονται. Στην αστική περιοχή ένα αγόρι διαφοροποιήθηκε απαντώντας πως η διαφήμιση απευθύνεται «σε γυναίκες σαν την Conchita! [γέλιο]. Επειδή βάζει μάσκαρα». Η συζήτηση μας για το κοινό στο οποίο απευθύνεται ένα προϊόν ομορφιάς διεύρυνε σε κάποιο βαθμό την στερεοτυπική αντίληψη ότι η ενασχόληση με την ομορφιά αποτελεί αποκλειστικά γυναικεία υπόθεση. Ωστόσο, οι διευρυμένες απόψεις των παιδιών επίσης χαρακτηρίζονται από παγιωμένες στερεοτυπικές αντιλήψεις σε σχέση με τους άνδρες που ενδιαφέρονται για πρακτικές ομορφιάς.

Όσον αφορά τη γλωσσική και νοηματική δομή της διαφήμισης τα παιδιά στην ημιαστική και αστική περιοχή με ευκολία εντόπισαν τα γλωσσικά και κειμενικά χαρακτηριστικά της διαφήμισης, όπως τη χρήση επιθέτων, παρομοιώσεων, κλπ, ως διαφημιστικά τεχνάσματα για πειστικότητα, που μας «ενθαρρύνουν να αγοράσουμε», όπως είχαν πει. Αναγνώρισαν, επίσης, ότι στο τηλεοπτικό σποτ η διαφήμιση προσφέρει

λεπτομερείς εξηγήσεις για τον τρόπο που η μάσκα και το βουρτσάκι της λειτουργεί προκειμένου «να πείσει, να σου δώσει μια απόδειξη για το πώς δουλεύει», όπως ανέφερε η Βικτώρια από την αστική περιοχή. Τα παιδιά στην αγροτική περιοχή αρχικά είχαν δυσκολευτεί στον εντοπισμό των τεχνασμάτων αυτών, ωστόσο, με περισσότερη καθοδήγηση από εμένα κατάφεραν να εντοπίσουν τα κυριότερα τεχνάσματα όσον αφορά το γλωσσικό τομέα.

Στον άξονα «εικόνα-ήχος-κίνηση», τα παιδιά επίσης εντόπισαν διάφορα τεχνάσματα μετάδοσης συγκεκριμένου νοήματος. Εντόπισαν τα «άγρια» χρώματα της διαφήμισης, τα οποία θυμίζουν τίγρη, την ευθεία οπτική της κάμερας στην έντυπη διαφήμιση και την έμφαση που δίνεται στα μάτια. Όσον αφορά το τηλεοπτικό σποτ εντοπίζουν τις κινήσεις της γυναίκας που θυμίζουν τίγρη και τη «δυναμική», «άγρια» διάσταση που προσφέρει στη διαφήμιση η μουσική υπόκρουση από το τραγούδι “Eye of the tiger”.

Τέλος, όσον αφορά την ανάλυση της διαφήμισης ως κοινωνική πράξη τα παιδιά αναγνώρισαν τη σημασία της επιλογής ενός πολύ όμορφου μοντέλου. Όπως αναφέρει η Κατερίνα από την αστική περιοχή: «διάλεξαν μια πολύ όμορφη γυναίκα για να διαφημίσει τη μάσκα. Γιατί θα φαίνεται πιο ωραία πάνω της». Η συγκεκριμένη διαφήμιση μεταφέρει, μέσα από τη σημειολογική έκφραση στο λόγο και την εικόνα, ένα καθαρά μεταφεμινιστικό μήνυμα όσον αφορά τις σύγχρονες έμφυλες σχέσεις. Στο μεταφεμινιστικό αυτό λόγο δίνεται ξεκάθαρα το μήνυμα της γυναικείας ενδυνάμωσης μέσα από το προνόμιο της ομορφιάς, την ετεροσεξουαλική θηλυκότητα και τη χρήση προϊόντων ομορφιάς. Η μάσκα και οι «κολοσσιαίες» βλεφαρίδες που δημιουργεί κάνουν τη γυναίκα σαγηνευτική, δυνατή και δυναμική, επιθετική, «ατρόμητα θηλυκή». Η διαφήμιση εγγυάται τη δύναμη στην καταναλώτρια η οποία θα αποκτήσει τις βλεφαρίδες αυτές.

Τα παιδιά αντιλαμβάνονται το μεταφεμινιστικό πλαίσιο της διαφήμισης, το οποίο επιτυγχάνεται κυρίως με τον παραλληλισμό της γυναίκας με τίγρη. Τα παιδιά λοιπόν ανέφεραν ότι η γυναίκα παρουσιάζεται «άγρια», «πονηρή», «επιθετική», «δυνατή», «ότι τα καταφέρνει όλα», όπως ακριβώς μια τίγρης. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Μιχάλης από την αγροτική περιοχή: «(Είναι) Μάγκισσα. Σαν να φόρεσε τη μάσκα και έγινε τίγρης!». Τα παιδιά εντοπίζουν τον πολυτροπικό παραλληλισμό της γυναίκας με την τίγρη, ο οποίος επιτυγχάνεται μέσα από τις δυναμικές κινήσεις της γυναίκας στο τηλεοπτικό σποτ, την έντονη και πολύ παρόμοια ματιά γυναίκας και τίγρη στην έντυπη διαφήμιση, τα κειμενικά χαρακτηριστικά της διαφήμισης, όπως το σλόγκαν της και την κατάλληλη επιλογή του λεξιλογίου, τα γραφικά με τα τιγρέ χρώματα και τη μουσική υπόκρουση “Eye of the tiger”.

Οι επόμενες παρατηρήσεις αφορούν τις τελικές δραστηριότητες της παρέμβασης, την παραγωγή σύντομου άρθρου και κολλάζ με θέμα «Ομορφιά για μένα, Ομορφιά για τα ΜΜΕ». Στο άρθρο τα παιδιά φάνηκε να είναι φανερά επηρεασμένα από τις συζητήσεις και το υλικό που είχαμε επεξεργαστεί στην παρέμβαση. Σε πάρα πολλά άρθρα τα παιδιά μίλησαν για τη «μη ρεαλιστική» φύση των προτύπων ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ, αναφερόμενα στις τεχνικές ομορφιάς και την επεξεργασία που υφίστανται. Αρκετές φορές δικαιολόγησαν την τεχνητή φύση της ομορφιάς στη βάση του κέρδους των ΜΜΕ και της βιομηχανίας ομορφιάς. Αναφέρθηκαν συγκεκριμένα στην αξιοποίηση και προβολή «όμορφων» προσώπων σε διαφημίσεις, θεωρώντας ότι τα άτομα αυτά «πείθουν» και «πουλούν» περισσότερο. Ένα παιδί στην ημιαστική περιοχή έδωσε ως παράδειγμα τη Shakira και τη διαφήμιση του γιαουρτιού Activia, λέγοντας ότι είναι «λεπτή», «όμορφη» και «διάσημη», κάτι που αποτελεί τον ιδανικό συνδυασμό για επίδραση σε μεγάλο μέρος του κοινού που θα αγοράσει το προϊόν. Ανέφεραν επίσης την προβολή όμορφων και διάσημων προσώπων σε τηλεοπτικές εκπομπές ή σε εξώφυλλα περιοδικών, με σκοπό την προσέλκυση του ενδιαφέροντος του κοινού, τον εντυπωσιασμό τους και την ταύτιση του κοινού με αυτά, με αποτέλεσμα την υψηλή τηλεθέαση και πωλήσεις.

Ωστόσο στην πορεία του άρθρου, και συγκεκριμένα στο σημείο «Ομορφιά για μένα» τα παιδιά, κατά κανόνα σχεδόν, εξέφρασαν το θαυμασμό τους σε πρότυπα συμβατικής ομορφιάς της ποπ σκηνής ή ποδοσφαιριστές, όπως η Shakira, ο Ronaldo, η Katy Perry, ο Σάκης Ρουβάς κλπ, από τα οποία ανέφεραν ότι επηρεάζονται έντονα. Πολλά παιδιά επίσης αναφέρθηκαν στο ιδανικό της φυσικής ομορφιάς, καθώς επίσης και στην «εσωτερική ομορφιά» του ατόμου ως σημαντικότερη παράμετρο σε σχέση με την εξωτερική εμφάνιση.

Στα κολλάζ των παιδιών, ακόμα, κυριαρχούσαν αναπαραστάσεις συμβατικής ομορφιάς της ποπ κουλτούρας, καθώς και διάφορα προϊόντα της βιομηχανίας ομορφιάς, όπως μακιγιάζ, αρώματα κλπ.



Εικόνες 15 και 16. Παραδείγματα από τα κολλάζ των παιδιών.

Το πιο αξιοσημείωτο σημείο που προέκυψε από τις τελικές δραστηριότητες των παιδιών και στις τρεις περιοχές που πραγματοποιήθηκε η παρέμβαση ήταν η μεγάλη αντίφαση που υπάρχει μεταξύ της γνώσης που τα παιδιά κατέχουν όσον αφορά την τεχνητή φύση των πρότυπων ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ και του θαυμασμού που πηγάζει από αυτά. Με άλλα λόγια γνώση και επιθυμία αποτελούν διαφορετικούς πόλους για τα παιδιά, αφού από τη μια έχουν ξεκάθαρα τη γνώση του «ψεύτικου» κόσμου της ομορφιάς των ΜΜΕ, αλλά ταυτόχρονα επηρεάζονται έντονα και αντλούν απόλαυση από αυτά. Αυτό, ωστόσο, δεν θεωρώ ότι είναι προβληματικό, αφού σε καμία περίπτωση σκοπός της παρέμβασης δεν ήταν η εξάλειψη της απόλαυσης που τα παιδιά αντλούν μέσα από τα ΜΜΕ, αλλά η καλλιέργεια ικανοτήτων για κριτική αντιμετώπισή τους.

Αξιολόγηση αποτελεσματικότητας εκπαιδευτικής παρέμβασης

Οι δραστηριότητες της παρέμβασης σε γενικές γραμμές λειτούργησαν με επιτυχία, δίνοντας στα παιδιά την ευκαιρία για κριτική για ανάλυση των προωθούμενων μηνυμάτων ομορφιάς από τα ΜΜΕ σε ποικίλα επίπεδα. Ήταν δραστηριότητες ενδιαφέρουσες για τα παιδιά, οι οποίες τους έδωσαν την ευκαιρία να σκεφτούν, να μελετήσουν, να επιχειρηματολογήσουν με κριτική διάθεση, ανακαλύπτοντας τους τρόπους με τους οποίους τα ΜΜΕ συμβάλλουν στην κατασκευή προωθούμενων νοημάτων σε σχέση με την ομορφιά.

Μια δραστηριότητα που προκάλεσε έντονα το ενδιαφέρον των μαθητών/ριών και που μετέφερε δυναμικά και με αμεσότητα το μήνυμα της μη ρεαλιστικότητας των προτύπων ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ ήταν η δραστηριότητα με την προβολή βίντεο παρέμβασης της Dove για την τεχνητή φύση της ομορφιάς. Η δραστηριότητα αυτή καλλιέργησε στα παιδιά την αμφισβήτηση και την μη παθητική αποδοχή των όσων βλέπουν στα ΜΜΕ. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε η Βίκυ στην αστική περιοχή:

Βίκυ: Ας πούμε βλέπεις κάποιον και λες: «Ουάο, είναι κούκλος!». Ενώ στην πραγματικότητα δεν είναι, τον κάνουν [τονίζει] να είναι! Δεν πρέπει να ενθουσιαζόμαστε με το παραμικρό, ας πούμε να λέμε: «Τούτος είναι όμορφος», γιατί δεν είναι έτσι στην πραγματικότητα τις παραπάνω φορές.

(Απόσπασμα από εκπαιδευτική παρέμβαση, αστική περιοχή)

Τα βίντεο αυτά, ακόμη, έκαναν τα παιδιά να αντιληφθούν ότι η τεχνητή φύση της ομορφιάς δεν αποτελεί φαινόμενο που αφορά αποκλειστικά τις γυναίκες, όπως αρχικά

κάποια παιδιά είχαν υποθέσει, αλλά ότι και τα ανδρικά πρότυπα ομορφιάς που προβάλλονται μέσα από τα ΜΜΕ είναι δέκτες τέτοιας επεξεργασίας. Είναι σημαντική η γνώση αυτή και για τα αγόρια και τους νεαρούς άνδρες, οι οποίοι, όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο, όλο και περισσότερο ασχολούνται με την ομορφιά και τη φροντίδα της εμφάνισής τους. Τα βίντεο αυτά, επίσης, έδωσαν το έναυσμα σε κάποια παιδιά να εκφράσουν τις απόψεις τους σχετικά με τη «φυσική ομορφιά». Όπως είπαν, η αποφυγή δραστικών πρακτικών ομορφιάς, όπως το έντονο μακιγιάζ, οι πλαστικές επεμβάσεις κλπ, είναι ανθυγιεινές, τα αποτελέσματα πολλές φορές είναι «παραμορφωτικά» για το άτομα, «άσχημα» και «τερατώδη».

Η δραστηριότητα με το βίντεο παρέμβασης της Dove λειτούργησε αποτελεσματικά για τα παιδιά. Όπως αναφέρεται στη βιβλιογραφία, τέτοια βίντεο παρέμβασης αποτελούν χρήσιμο εργαλείο αφού είναι δυνατό να προστατεύσουν κορίτσια στην προεφηβεία από τις αρνητικές συνέπειες της έκθεσης στα ΜΜΕ, από τη δυσαρέσκεια τους σε σχέση με το σώμα, εμποδίζοντας ταυτόχρονα τη βλαβερή από κάτω προς τα πάνω κοινωνική σύγκριση (upward social comparison) με την τεχνητή ομορφιά των ιδεατών μοντέλων που παρουσιάζονται στα ΜΜΕ (Halliwell κ.ά., 2011). Σημαντικό στοιχείο στη δραστηριότητα αυτή ήταν ότι, εκτός από τα κορίτσια, ενεπλάκησαν άμεσα και τα αγόρια, στα οποία φάνηκε επίσης να υπάρχει θετική επίδραση. Ωστόσο, αν και τα παιδιά φαίνεται να διαθέτουν τη γνώση σχετικά με την τεχνητή φύση της ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ, εξακολουθούν να θαυμάζουν και να μιμούνται συχνά αγαπημένα τους διάσημα πρόσωπα, φανερώνοντας το μεγάλο χάσμα που υπάρχει μεταξύ γνώσης και επιθυμίας. Ωστόσο, το ζητούμενο μέσα από τα προγράμματα κριτικού γραμματισμού δεν είναι η απάλειψη της απόλαυσης που τα παιδιά δέχονται από τα ΜΜΕ, αλλά η ανάπτυξη ικανοτήτων για κριτική αντιμετώπιση τους.

Επιπλέον, κάποιες δραστηριότητες, όπως η δραστηριότητα με τη λίστα του περιοδικού People με τους 100 πιο όμορφους ανθρώπους στον πλανήτη, έφεραν στην επιφάνεια δυσκολίες που αντιμετώπισαν τα παιδιά και στα τρία σχολεία όσον αφορά την κριτική προσέγγιση ενός κειμένου –στην περίπτωση αυτή της λίστας του περιοδικού. Δυσκολεύτηκαν να μιλήσουν για τις οικονομικές δομές και τα κρυμμένα συμφέροντα που καθοδηγούν τα ΜΜΕ, καθώς και να κάνουν κρίσεις για τις σχέσεις εξουσίας, τις αξίες και την ιδεολογία που χρωματίζουν το εν λόγω κείμενο. Η δυσκολία αυτή αποτελεί ένδειξη της συστηματικής δουλειάς που χρειάζεται να γίνει στα σχολεία σε σχέση στα θέματα αυτά, μέσα από διάφορες θεματικές, ώστε να γίνει βίωμα ο κριτικός τρόπος σκέψης στα παιδιά.

Συμπεράσματα

«Κυρία... μας το χάλασες [γέλιο με απογοητευμένη φωνή]! Ήταν όμορφη...».

Το αυθόρμητο σχόλιο του Άγγελου στην αγροτική περιοχή σε σχέση με την τεχνητή φύση των προτύπων ομορφιάς ήταν για εμένα ένα από τα πιο δυνατά σημεία στις εκπαιδευτικές παρεμβάσεις. Μια φωνή χρωματισμένη με απογοήτευση που δημιούργησε η νέα γνώση που έφερε η παρέμβαση, η οποία είχε γκρεμίσει την ιδεατή εικόνα ομορφιάς στα μάτια του. Η εκπαιδευτική παρέμβαση φαίνεται ότι έφερε αποτελέσματα, κυρίως αυξάνοντας την επίγνωση των παιδιών στον τρόπο λειτουργίας των ΜΜΕ, αποφυσικοποιώντας δεδομένα μηνύματα σε σχέση με την ομορφιά και τις έμφυλες αναπαραστάσεις, αλλά και συμβάλλοντας στην αποκωδικοποίηση, την κατανόηση και την κριτική ανάλυση μιντιακών κειμένων. Η παρέμβαση είχε σχεδιαστεί με βάση τη φεμινιστική θεωρία σε σχέση με την ομορφιά, καλλιεργώντας τον ενεργό χειρισμό μηνυμάτων σε σχέση με την ομορφιά, τον καταναλωτισμό και τις έμφυλες υποκειμενικότητες. Επίσης, το γεγονός ότι η παρέμβαση χτίστηκε σε μεγάλο μέρος με υλικό από την ποπ κουλτούρα και από ψυχαγωγικά κείμενα, κάτι που δεν συμβαίνει συχνά στην εκπαίδευση, θεωρώ ότι την έκανε πιο ενδιαφέρουσα στα μάτια των παιδιών και πιο αποτελεσματική. Κάτι τέτοιο βοήθησε τα παιδιά να κατακτήσουν και να αναπτύξουν τους γραμματισμούς που χρειάζονται για την αποδόμηση κυρίαρχων αφηγήσεων όσον αφορά τα πρότυπα ομορφιάς που προωθούνται από τα ΜΜΕ.

Ωστόσο, είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε ότι η παρέμβαση αυτή πιθανόν να μην έφερε τα ίδια αποτελέσματα για όλα τα παιδιά. Άλλα είχαν εμπλακεί πιο άμεσα, εκφράζοντας πιο έντονες απόψεις και δείχνοντας μεγαλύτερο ενδιαφέρον, και άλλα λιγότερο. Κάτι τέτοιο, ωστόσο, είναι αναμενόμενο, αναγνωρίζοντας τη συνθετότητα που χαρακτηρίζει τη σχέση των νέων ανθρώπων με τα ΜΜΕ και τον χειρισμό των μηνυμάτων που αυτά προωθούν. Εξάλλου, η ανάγνωση των δημοφιλών ΜΜΕ, σύμφωνα με τους Buckingham και Sefton-Green (1994), αποτελεί κοινωνική διαδικασία, η οποία καθορίζεται σε κοινωνική αλληλεπίδραση με διάφορους παράγοντες. Συνεπώς, ο αναγνώστης διαθέτει την αυτονομία να αντιδράσει στις συμβολικές πηγές και τα μηνύματα που παρέχουν τα ΜΜΕ με ποικίλους τρόπους.

Ένα άλλο βασικό συμπέρασμα που προέκυψε από την εκπαιδευτική παρέμβαση αποτελεί την πολύπλοκη σχέση που χαρακτηρίζει τη σχέση ανάμεσα σε γνώση και επιθυμία. «Γνώση» και «επιθυμία» μπορεί να αποτελέσουν δύο εντελώς διαφορετικούς πόλους, αφού η ικανότητα για κριτική προσέγγιση των ΜΜΕ δεν σημαίνει απαραίτητα

εξάλειψη του θαυμασμού ή της απόλαυσης που τα πρότυπα προκαλούν ή εξάλειψη όλων των «αρνητικών» αντιδράσεων στα ΜΜΕ, όπως ντροπή και απόρριψη για τα όσα τα παιδιά διαθέτουν (ή δεν διαθέτουν). Δεν σημαίνει, δηλαδή, ότι η γνώση που τα παιδιά διαθέτουν θα έρχεται πάντοτε πρώτη, διαγράφοντας κάθε είδους επιρροής ή επηρεασμού από τα ΜΜΕ. Όπως σωστά αναφέρει η Gill (2012), η γνώση που το άτομο μπορεί να διαθέτει για τις πρακτικές των ΜΜΕ, δεν μεταφράζεται πάντοτε σε μεγαλύτερη «ενδυνάμωση» ή αυτοπεποίθηση.

Ο τρόπος διαχείρισης της ικανότητας κριτικής προσέγγισης και της γνώσης αυτής από το άτομο μπορεί να ποικίλει αναλόγως της περίπτωσης, της χρονικής στιγμής, της δύναμης της επιρροής του εκάστοτε μέσου και προτύπου. Με άλλα λόγια στο ίδιο το άτομο η γνώση αυτή δεν λειτουργεί πάντοτε με τον ίδιο τρόπο και με την ίδια αποτελεσματικότητα. Στη γραμμή αυτή ταιριάζει η αντίληψη της Gill (2012), η οποία αμφισβητεί την ιδέα της υποκειμενικότητας ως κάτι το συνεχές και μονολιθικό, θεωρώντας αντιθέτως ότι αποτελεί μια πολυδιάστατη έννοια και συχνά αντιφατική. Αυτό σημαίνει ότι η γνώση που κατέχει ένα άτομο, στην περίπτωση αυτή η κριτική ανάγνωση των ΜΜΕ από τα παιδιά, δεν μπορεί να φέρνει πάντοτε τα ίδια αποτελέσματα με σταθερό και πειθήνιο τρόπο. Λαμβάνοντας ταυτόχρονα υπόψη τις «σχιζοφρενείς υποκειμενικότητες» που αναπτύσσουν οι Renold και Ringrose (2011), η υποκειμενικότητα και ο τρόπος σκέψης του ατόμου δεν εξηγείται με δυϊσμούς, όπως π.χ. παθητική θυματοποίηση εναντίον ατζεντικής (agentive) και γνωστικής κατάστασης της κουλτούρας των ΜΜΕ, αλλά με μια κριτική κοινωνιολογική οπτική που επιτρέπει την εξερεύνηση των πολύπλοκων και δυναμικών πολλαπλών μεταβάσεων και τοποθετήσεων, όπου εμπρόθετη δράση και επηρεασμός συχνά συνυπάρχουν και κάποτε αναιρούν το ένα το άλλο.

Σε ένα άλλο κοινωνιολογικό επίπεδο, ένα σημαντικό συμπέρασμα, αλλά και προβληματισμός που προέκυψε μέσα από την εκπαιδευτική παρέμβαση εστιάζεται στη διαφορά στην κριτική διερεύνηση των ΜΜΕ που παρατήρησα στα παιδιά στη βάση του κοινωνικοοικονομικού και δημογραφικού υπόβαθρου. Τα παιδιά στην ημιαστική και αστική περιοχή ήταν φανερά πιο ενήμερα κι συνειδητοποιημένα όσον αφορούσε θέματα σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας των ΜΜΕ, σε σχέση με τα παιδιά στην αγροτική περιοχή, τα οποία είχαν σοκαριστεί από τη νέα αυτή γνώση. Οι νέοι άνθρωποι, σίγουρα, δεν αποτελούν ομογενή ομάδα, αφού υπάρχει κοινωνική και οικονομική διαφοροποίηση όσον αφορά την πρόσβαση, τη χρήση και την αντιμετώπιση των ΜΜΕ (Buckingham & Sefton-Green, 1994). Ωστόσο, η άνιση πρόσβαση στα ΜΜΕ μερικώς μόνο εξηγεί το κενό που παρατηρείται στην ικανότητα για κριτική αντιμετώπιση των ΜΜΕ. Είναι ένα θέμα που πιθανόν να εξηγείται περισσότερο στη βάση της διαφοροποίησης του

πολιτισμικού και κοινωνικού κεφαλαίου της οικογένειας, κάτι που φέρει διαφορετικές συζητήσεις στο σπίτι και διαφορετική προσέγγιση από τους γονείς σε σχέση με θέματα όπως ο καταναλωτισμός, η τεχνητή φύση της ομορφιάς κλπ. Η διαφοροποίηση της γνώσης και ικανότητας των παιδιών για κριτική ερμηνεία των ΜΜΕ αποτελεί μια παρατήρηση με μεγάλο κοινωνιολογικό ενδιαφέρον, η οποία στα πλαίσια μιας άλλης μελέτης θα ήταν χρήσιμο να διερευνηθεί.

Τέλος, είναι σημαντικό να προβάλλουμε κάποιους προβληματισμούς όσον αφορά την εφαρμογή παρεμβάσεων κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ στην εκπαίδευση. Είναι αναγκαίο να αναγνωρίσουμε ότι τα προγράμματα κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ δεν μπορούν να λειτουργήσουν μόνα τους ως πανάκεια στις αρνητικές επιδράσεις των ΜΜΕ. Η εκπαίδευση του ατόμου είναι σημαντική, αλλά δεν είναι πάντοτε αρκετή, αφού είναι απαραίτητες συστηματικές και θεσμικές παρεμβάσεις που να προκαλούν δομικές αλλαγές. Η οπτική της Gill (2012) όσον αφορά το φαινόμενο της σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας και τις αρνητικές επιρροές των ΜΜΕ σε κορίτσια είναι αντιπροσωπευτική του παραπάνω προβληματισμού. Σύμφωνα με την Gill, αν και τα κορίτσια από πολύ νεαρή ηλικία αποτελούν υψηλού βαθμού κριτικούς καταναλωτές των ΜΜΕ, αυτό από μόνο του δεν αποτελεί εναλλακτική ασπίδα ενδυνάμωσης στα επώδυνα συναισθήματα που συχνά βιώνουν, τα οποία προέρχονται από το τι βλέπουν, ακούν και διαβάζουν. Ταυτόχρονα, σε κάποιες περιπτώσεις, η γνώση αυτή τις κάνει να νιώθουν ακόμα πιο παγιδευμένες, έχοντας επίγνωση του τρόπου που εκτιμούνται συγκεκριμένα πρότυπα ομορφιάς.

Η Gill, ακόμα, ασκεί κριτική στην πρακτική του γραμματισμού στα ΜΜΕ, με το επιχείρημα ότι μέσω της πρακτικής αυτής το άτομο «ευθυνοποιείται», όσον αφορά τον τρόπο που εμπλέκεται και τα χρησιμοποιεί. Έτσι η ευθύνη μεταφέρεται από την κερδοφόρα βιομηχανία των ΜΜΕ στο άτομο-χρήστη των ΜΜΕ, προκειμένου να είναι σε θέση να σκεφτεί κριτικά και να αποδομήσει τα σεξουαλικοποιημένα μηνύματα τους. Κάτι τέτοιο υπονοεί ότι τα ΜΜΕ και το περιεχόμενό τους είναι αδύνατο να υποστούν αλλαγή ή να λειτουργήσουν με κριτήρια εκτός από το χρήμα, και συνεπώς, το μόνο που μπορεί να αλλάξει είναι ο τρόπος εμπλοκής του ατόμου με αυτά. Έτσι ζητείται από τους νέους ανθρώπους να «εξοπλιστούν» με εργαλεία που αποδομούν τον σεξισμό των ΜΜΕ, ενώ από τις νέες γυναίκες ζητείται να καταφέρουν να απομακρυνθούν από τις αρνητικές επιρροές των σεξουαλικοποιημένων ιδεώδων της ομορφιάς. Την ίδια ώρα, όμως, τα ΜΜΕ συνεχίζουν ανενόχλητα την αναπαραγωγή σεξιστικού περιεχομένου τροφοδοτώντας ένα σύστημα συμβολικής και χρηματικής οικονομίας όπου το σεξ πουλά και το σέξυ επιβραβεύεται. Η Gill συνεπώς, θεωρεί ότι είναι σημαντική η δυναμική πρόκληση της

θεσμικής φύσης των ανισοτήτων και του σεξισμού μέσα από καμπάνιες για δομικές αλλαγές κι όχι μόνο μέσα από ψυχολογικές προσεγγίσεις.

Εκπαιδευτικές παρεμβάσεις που στοχεύουν στην ανάπτυξη μιντιακού κριτικού γραμματισμού, όπως σωστά αναλύει η Gill, μπορεί να μην αποτελούν πανάκεια και να μην δίνουν πάντοτε τη «λύση», λαμβάνοντας υπόψη την ποικιλία που υπάρχει τόσο στα ΜΜΕ, όσο και στις οπτικές των παιδιών, αλλά και στη συνθετότητα που χαρακτηρίζει τις μεταξύ τους αλληλεπιδράσεις. Αδιαμφισβήτητα, ακόμα, τα δύο ογδοντάλεπτα που η εκπαιδευτική παρέμβαση αυτή είχε κρατήσει δεν είναι αρκετά. Απαιτείται συστηματική προσέγγιση δραστηριοτήτων ανάπτυξης κριτικού γραμματισμού μέσα από ποικίλες θεματικές ενότητες και γνωστικά αντικείμενα, ώστε αυτός ο τρόπος σκέψης να εδραιωθεί στα παιδιά. Κάτι τέτοιο είναι σημαντικό, αφού πρόκειται για απαραίτητες δεξιότητες που πρέπει κατέχει ένας αφυπνισμένος πολίτης, ο οποίος θέτει ερωτήματα στον εαυτό του, αλλά και στους άλλους. Ακόμα κι αν η γνώση και ικανότητα αυτή δεν αποτελεί πανάκεια, ακόμα κι αν κάποιες φορές η γνώση φαίνεται να «διαγράφεται» από την επιθυμία και το θαυμασμό είναι εξαιρετικά σημαντική η προσπάθεια για την ανάπτυξη της ικανότητας αυτής μέσω της εκπαίδευσης. Η απουσία κριτικής μελέτης των ΜΜΕ από το εκπαιδευτικό σύστημα, δημιουργεί κενά και ερωτηματικά. Είναι σημαντικό να προκαλέσουμε δυναμικά μέσω της εκπαίδευσης τη θεσμική φύση προβληματικών ιδεολογιών και άνισων σχέσεων εξουσίας που προωθούνται μέσα από τα ΜΜΕ κι ο κριτικός γραμματισμός φαίνεται να αποτελεί ένα σημαντικό μέρος της προσπάθειας αυτής.

Πώς Φτιάχνονται τα «Αγόρια» και τα «Κορίτσια»: Κατανοώντας τη Συγκρότηση Θηλυκών και Αρρενωπών Υποκειμενικοτήτων μέσω Πρακτικών Ομορφιάς

Εισαγωγή

Από τη στιγμή που ένα μωρό γεννιέται και εγκαλείται ως «αγόρι» ή «κορίτσι» ξεκινά η διαδικασία τοποθέτησής του σε μια ευρύτερη κοινότητα αγοριών και κοριτσιών, ανδρών και γυναικών. Τοποθετείται δηλαδή σε τοπικές κοινωνικές, συχνά αλληλοκαλυπτόμενες, κοινότητες πρακτικής (communities of practice) αρρενωπότητας και θηλυκότητας, μέσα στις οποίες υπάρχει ένα σύνολο ιδεών για το τι σημαίνει να είναι κανείς αγόρι και κορίτσι στη συγκεκριμένη κοινότητα (Paecher, 2003). Η αρρενωπότητα και η θηλυκότητα αποτελούν ένα ρευστό σύνολο συμπεριφορών, αναπαραστάσεων, χαρακτηριστικών, ρόλων και διαθέσεων που συνεχώς ανανεώνεται και επιβεβαιώνεται. Επιπλέον, η αρρενωπότητα και η θηλυκότητα δεν είναι σταθερές, αμετάβλητες κατηγορίες, αλλά διαφέρουν ανάλογα με την ιστορική εποχή, την κουλτούρα, την εθνικότητα και την κοινωνική τάξη. Οι Connell και Messerschmidt (2005) τονίζουν επίσης ότι υπάρχουν πολλαπλές μορφές αρρενωπότητας, όμως είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε την ιεραρχική σχέση ανάμεσά τους και την κυριαρχία της ηγεμονικής αρρενωπότητας (hegemonic masculinity) σε κάθε πολιτισμικό και ιστορικό συγκείμενο. Με τον ίδιο τρόπο η εμφατική θηλυκότητα (emphasized femininity) οριοθετεί κανονιστικά τον κυρίαρχο τρόπο έκφρασης ανάμεσα σε πολλαπλά και μη νορματικά μοντέλα θηλυκότητας. Η διαφορετική και πολλαπλή αυτή επιτέλεση σχετίζεται άμεσα με το χρονικό, τοπικό, κοινωνικό, εθνικό, πολιτιστικό πλαίσιο στο οποίο το άτομο κινείται (Paecher, 2007).

Το κεφάλαιο αυτό παρουσιάζει τις παιδικές εκφάνσεις αρρενωπότητας και θηλυκότητας, έχοντας ως θεωρητικό φακό την έμφυλη ηγεμονία και συγκεκριμένα τις έννοιες της ηγεμονικής αρρενωπότητας και τονισμένης θηλυκότητας της Connell (1987, 1995) που παρουσιάστηκαν στο θεωρητικό μέρος. Οι έννοιες αυτές αποτελούν ένα χρήσιμο εργαλείο, αφού δίνουν έμφαση στις σχέσεις εξουσίας που ορίζουν την έμφυλη ιεραρχία και συνεπώς συμβάλλουν στην εξερεύνηση του τρόπου με τον οποίο τα παιδιά ενεργά προσπαθούν να συμβαδίσουν με τους κυρίαρχους λόγους της έμφυλης τάξης μέσω καθημερινών πρακτικών και στρατηγικών που αφορούν την ενασχόληση με την ομορφιά, το σώμα, τη μόδα και τον καταναλωτισμό.

Θα δοθεί επίσης έμφαση στη μεταδομιστική οπτική και κυρίως στη δουλειά της Butler (1993/2008, 1997, 1997/2009) όσον αφορά τη σχέση του υποκειμένου με τις έννοιες του λόγου, της υποκειμενικοποίησης (subjectivation), της επιτελεστικότητας (performativity), της εμπρόθετης δράσης και της κοινωνικής δύναμης των υποκειμένων. Μέσα από τις έννοιες αυτές θα κατανοηθεί η δημιουργική χρήση κοινωνικο-πολιτισμικών πρακτικών που επιτρέπουν τον προσδιορισμό και επαναπροσδιορισμό της έμφυλης υποκειμενικότητας των παιδιών. Δίνεται έμφαση, λοιπόν, στη δυναμική και σύνθετη συγκρότηση του φύλου και στις εναλλακτικές και πολλαπλές αρρενωπότητες και θηλυκότητες που είναι δυνατό τα παιδιά να συγκροτήσουν, καθώς και στην αλληλεπίδραση παραγόντων όπως η κοινωνική τάξη και ο χώρος διαμονής, παράγοντες που πιθανόν να δημιουργούν τις συνθήκες για διαφορετικές σχέσεις εξουσίας στη συγκρότηση έμφυλων υποκειμενικότητων.

Συγκεκριμένα, τα ερευνητικά ερωτήματα που μας απασχολούν στο σημείο αυτό είναι:

- 1) Πώς τα παιδιά ενεργά δομούν και επιτελούν τις έμφυλες τους υποκειμενικότητες, μέσω της αντίληψης που έχουν για το τι θεωρείται πολιτισμικά ιδεώδης μορφή αρρενωπότητας και θηλυκότητας;
- 2) Με ποιους τρόπους οι αρρενωπότητες/θηλυκότητες που τα παιδιά συγκροτούν σχετίζονται με τα νοήματα που αποδίδουν στο πολιτισμικό ιδεώδες της ομορφιάς, σε πρακτικές ομορφιάς και χειρισμού του σώματος, συμπεριφοράς, καταναλωτισμού και κατοχής αντικειμένων; Ποιοι λόγοι συνοδεύουν τις πρακτικές αυτές και πώς και σε ποιο βαθμό ορίζουν το ποιοι τα παιδιά είναι ή θέλουν να γίνουν;
- 3) Λαμβάνοντας υπόψη την πολύπλοκη σχέση μεταξύ λογοθετικής εμπρόθετης δράσης (discursive agency) και των περιορισμών του λόγου, καθώς και την ταυτόχρονη ύπαρξη καθυποταγής και κυριαρχίας, πώς και με ποιες πρακτικές ομορφιάς, μόδας και κατανάλωσης τα παιδιά συγκροτούνται ως έμφυλα, σεξουαλικά και σεξουαλικοποιημένα υποκείμενα μέσα σε συγκεκριμένους περιορισμούς και πώς αυτοί οι περιορισμοί είναι δυνατό να ξεπεραστούν, συγκροτώντας έτσι εναλλακτικές έμφυλες υποκειμενικότητες;

Αποτελέσματα

«Κορίτσια» και «Αγόρια» μέσα από Κυρίαρχους Έμφυλους Λόγους

«Κοίτα, είμαι άνδρας»: Επιτελώντας ηγεμονικούς λόγους αρρενωπότητας. Η έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας σχετίζεται άμεσα με την έμφυλη ιεραρχία (Connell, 1995) και αποτελεί σημείο αναφοράς στην ανάλυση του λόγου και των εμπειριών των αγοριών στη συγκρότηση της αρρενωπότητάς τους στην παρούσα έρευνα. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής, όσον αφορά τον τρόπο με τον οποίο τα αγόρια «γίνονται αγόρια», συμβαδίζουν με άλλες εθνογραφικές έρευνες (π.χ. Connolly, 1998· Renold, 2000, 2005, 2013· Swain, 2002, 2003· Skelton, 2001· Thorne, 1993). Έτσι, η επίδειξη ετεροσεξουαλικότητας και οι ετεροσεξουαλικές σχέσεις, η επένδυση στο ενεργό, αθλητικό και δυνατό σώμα και η μοντέρνα και ετεροσεξουαλική εμφάνιση αποτελούν βασικές πρακτικές του σώματος και λόγους κλειδιά στη συγκρότηση και επίτευξη ηγεμονικής αρρενωπότητας από τα αγόρια. Η παρακάτω συζήτηση ξεδιπλώνει τους πολύπλοκους τρόπους με τους οποίους πολλά αγόρια στην έρευνα ορίζουν, δομούν και διατηρούν την ηγεμονική τους αρρενωπότητα.

Αγόρια και ετεροσεξουαλικές σχέσεις: φαντασιώσεις, ανησυχίες και μισογονισμός.

Κατά τη διάρκεια της προεφηβείας αγόρια και κορίτσια ξεκινούν να βιώνουν πιο έντονα την πίεση για εμπλοκή σε πρακτικές ετροσεξουαλικού φλερτ, ρομάντζου και στην κουλτούρα του να είναι το «κορίτσι» ή το «αγόρι» κάποιου/ας (boyfriends, girlfriends), λόγοι που τους τοποθετούν ως ετεροσεξουαλικά όντα (Renold, 2000). Ενώ υπάρχει αρκετή ποιοτική έρευνα που να εξερευνά τις ρομαντικές κουλτούρες και σχέσεις παιδιών (π.χ. Blaise, 2005· Connolly, 1998· Epstein, 1997· Renold, 2005· Swain, 2002· Rysst, 2010) ωστόσο, ένα μεγάλο μέρος της έρευνας αυτής αντιμετωπίζει τις ετεροσεξουαλικές κουλτούρες των παιδιών ως «μίμηση» ωριμοτέρων σεξουαλικότητων. Έτσι, δεν λαμβάνει σοβαρά υπόψη την εννοιοδότηση, τις εντάσεις και τις αντιφάσεις που προσδίδονται στην κουλτούρα αυτή από τα παιδιά, τους τρόπους με τους οποίους οι σχέσεις των παιδιών συνδέονται στενά με το ετερονορματικό πλαίσιο, καθώς και την επίδραση του κοινωνικο-οικονομικού, πολιτισμικού και τοπικού πλαισίου, το οποίο, πέρα από τις ευρύτερες ιδεολογικές πίεςεις των έμφυλων και σεξουαλικών νόρμων, φέρει διαφορετική επίδραση σε διαφορετικές ομάδες παιδιών (Renold, 2013).

Στην έρευνα αυτή, ένας περιορισμένος αριθμός αγοριών ανέφερε την εμπλοκή του σε ετεροσεξουαλικές σχέσεις. Τα περισσότερα αγόρια, δεν εξέφρασαν κάποια προσωπική εμπειρία για το θέμα αυτό, είτε γιατί πραγματικά δεν βρίσκονταν ποτέ σε κάποια σχέση, είτε γιατί δίσταζαν και ένιωθαν άβολα να συζητήσουν τις σχέσεις τους με τα κορίτσια, σε μια προσπάθεια πιθανόν να κρατήσουν ρομαντικούς λόγους μη σεξουαλικής και παιδικής αθωότητας. Επίσης αξίζει να σημειωθεί ότι στον οδηγό συνέντευξης μου δεν υπήρχε άμεσα η ερώτηση αυτή, αλλά οι σχετικές συζητήσεις προκύπτανε στην πορεία αναλόγως της άνεσης και της πρόθεσης των παιδιών να μιλήσουν για αυτό.

Παρόλα αυτά, υπήρξαν αγόρια που μίλησαν για τον τρόπο που φαντάζονται τις ρομαντικές τους σχέσεις με τα κορίτσια, με τρόπο που φανέρωνε την επιθυμία τους να εμπλακούν σε αυτές, ως μέρος επιτέλεσης μιας ιδεατής ετεροσεξουαλικής και ώριμης επιτέλεσης αρρενωπότητας. Εξάλλου η τονισμένη ετεροφυλοφιλία αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της ηγεμονικής αρρενωπότητας και κεντρικό στοιχείο για τη δόμηση και απόδειξη του ανδρισμού των ανδρών. Οι άνδρες είναι κατά κάποιο τρόπο «υποχρεωμένοι» να αποδεικνύουν με ενεργό τρόπο την ετεροφυλοφιλία τους, ώστε να συνεχίσουν να θεωρούνται «άνδρες». Φάνηκε, λοιπόν, τα αγόρια στην έρευνα να θεωρούν ότι η δημιουργία σχέσης με κορίτσι αρκεί για να αυξήσουν το σεξουαλικό τους κεφάλαιο, να προκαλέσουν τον θαυμασμό και τη ζήλια από τους συνομήλικους, κερδίζοντας έτσι δημοτικότητα και στάτους. Τα αγόρια ανέφεραν επίσης, ότι για να κερδίσουν τον θαυμασμό των κοριτσιών και να δημιουργήσουν «ερωτικές σχέσεις» μαζί τους, απαιτείται η ανάλογη αρρενωπή και «σέξι» εμφάνιση, η οποία περιλαμβάνει ωραία, μοντέρνα ρούχα, τα οποία αποκαλύπτουν το μυώδες τους σώμα. Ωστόσο, οι «ερωτικές σχέσεις» είναι ένα πεδίο που χαρακτηρίζεται από σύνθετες και αντιφατικές αντιλήψεις, περιέργεια, σύγχυση, αγωνία για το τι πραγματικά σημαίνουν και συμπεριλαμβάνουν, ποιες συμπεριφορές θεωρούνται αποδεκτές και κατάλληλες για την ηλικία τους και ποιες όχι, αλλά και ποιες συμπεριφορές είναι επικίνδυνες, οδηγώντας σε δυσάρεστες συνέπειες, όπως το AIDS. Πηγή σχετικής πληροφόρησης για τα αγόρια είναι οι ταινίες, κάτι που φανερώνει την έλλειψη πληροφόρησης, τα κοινωνικά ταμπού και την έντονη ανάγκη που υπάρχει για σεξουαλική αγωγή και ενημέρωση των παιδιών στα θέματα αυτά. Το παρακάτω απόσπασμα διαγράφει πολύ καλά όλα τα πιο πάνω:

Ηλίας: Στο πράσινο πουκάμισο (μου αρέσει) το κενό που έχει εδώ (στο στήθος) για τα κορίτσια... Να το βλέπουν και να με θαυμάζουν.

ΓΚ: Να έχεις μυς και να τους θαυμάζουν ας πούμε;

Ηλίας: Ναι. Και (να φορώ) το ωραίο μου παντελόνι που ταιριάζει με το πράσινο πουκάμισο [...]
Επειδή (το πουκάμισο) έχει ωραίο στυλ και πάλι για τα κορίτσια.

ΓΚ: Είναι σημαντικό να αρέσει στα κορίτσια;

Ηλίας: Ναι! Επειδή μπορεί να ανοίξεις σχέση μαζί τους.

ΓΚ: Δηλαδή τι σημαίνει τούτο;

Αλέξης: Ερωτική σχέση.

Ηλίας: Ερωτική σχέση, φιλική σχέση και να γίνεις διάσημος στο σχολείο.

ΓΚ: Θα είσαι πιο διάσημος στο σχολείο έτσι;

Ηλίας: Ναι!

ΓΚ: Δηλαδή όσοι έχουν σχέση τι κάνουν στο σχολείο;

Ηλίας: Παν σπίτι ο ένας του άλλου και φιλιούνται.

ΓΚ: Έχετε συμμαθητές που το κάνουν τούτο;

Αλέξης: Όχι.

Ηλίας: Όχι.

ΓΚ: Που το ξέρεις ότι γίνεται τότε;

Ηλίας: Από τις ταινίες. [...]

ΓΚ: Σε ποια ηλικία ξεκινά τούτο;

Αλέξης: Από τα 7 σου άμα θέλεις μπορείς να φιληθείς.

Ηλίας: Από τα 13! Γυμνάσιο!

Αλέξης: Εγώ θα φιληθώ όταν κάνω σχέση, θα φιληθώ απευθείας! Αλλά πρέπει να προσέχω αν έχει AIDS. Αλλά όχι, είναι στο μμμμμ (σεξ) που παθαίνεις.
Όταν φιληθείς πιάνεις AIDS ή μόνο στο σεξ;

ΓΚ: Στο σεξ.

Ηλίας: Άμα κάνεις σεξ.

(Ηλίας, Αλέξης, 10 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Τα αγόρια, αναγνωρίζοντας την κοινωνική δύναμη και τη δημοτικότητα που οι σχέσεις με τα κορίτσια φέρουν και το ότι η επιτυχημένη επίδειξη της ετεροσεξουαλικότητας αποτελεί προνόμιο και μέτρο σύγκρισης και ανταγωνισμού στο δίκτυο των συνομηλίκων, εμπλέκονται σε διάφορες πρακτικές, οι οποίες τους επιτρέπουν τη δημόσια επιτέλεση της ετεροσεξουαλικής τους υποκειμενικότητας. Αυτό είναι κάτι που επιτυγχάνουν με την έντονη διάδοση πραγματικών ή και φανταστικών ιστοριών στο σχολείο για τις σχέσεις και τις επιτυχίες τους με τα κορίτσια ή μέσω της δημόσιας έκθεσης των σχέσεων ή των ερωτικών τους απογοητεύσεων με φωτογραφίες, δημοσιεύσεις,

σχετικά στάτους και ρητά, στα κοινωνικά δίκτυα, όπως το Facebook ή σε εφαρμογές, όπου τα παιδιά ανώνυμα σχολιάζουν, όπως το Ask.fm (Για περαιτέρω συζήτηση βλ. κεφάλαιο για Κοινωνικά Δίκτυα).

Φοίβος: (Το κάνουν δημόσια, στο Facebook, γιατί) τους αρέσει. [...] Είναι ζήλια. [...] Ή ας πούμε κάποιοι που λεν «τα έχω με τον τάδε», «τα έχω με την τάδε», μπορεί οι άλλοι να ζηλεύουν. [...] Μπορεί να το κάνουν μόνο... Ας πούμε κάποιος τσακώθηκε με εμένα. Μπορεί να τα πιάσει με εκείνη που θέλω, σε εισαγωγικά, και να μου πει «εμένα θέλει, εσένα δεν σε θέλει».

(Φοίβος, 12 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Τα αγόρια στην αγροτική περιοχή, επίσης, βρήκαν έναν άλλο τρόπο δημόσιας επίδειξης της εξιδανικευμένης ετεροσεξουαλικής αρρενωπότητας που ονειρεύονται να κτίσουν στο μέλλον, η οποία επιτυγχάνεται με τη δημόσια επίδειξη της ετεροσεξουαλικής τους υποκειμενικότητας, μέσω της αντιμετώπισης του σώματος ως ένα έργο προς βελτίωση (body as a project) και συγκεκριμένα μέσω των τατουάζ. Όπως είπε ο Σίφης (11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό): «Εγώ θα έγραφα το όνομα μου και το όνομα εκείνης που θα παντρευτώ», κάτι στο οποίο συμφώνησε και ο Νίκος (11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό), χαρακτηρίζοντας τέτοιου είδους τατουάζ ως «ανδρικά πράγματα». Είναι ενδιαφέρον λοιπόν ότι τα παιδιά στο σημείο αυτό εφευρίσκουν δύο αλληλένδετους τρόπους συγκρότησης της ετεροσεξουαλικής τους (υπερ)αρρενωπότητας: τόσο μέσα από τη δημόσια επίδειξη της συζυγικής, ετεροσεξουαλικής τους σχέσης, όσο και μέσα από τα μηνύματα σκληρότητας και νορματικής αρρενωπότητας που μεταφέρουν τα τατουάζ (βλ. Gill κ.ά., 2005).

Είναι ενδιαφέρον, ωστόσο, ότι οι ετεροσεξουαλικές σχέσεις των παιδιών χαρακτηρίζονται πολλές φορές από διχογνωμία και αντιφατικότητα, όσον αφορά την εννοιολόγηση της οικειότητας με τα κορίτσια, η οποία από τη μια μπορεί να εκληφθεί ως επιβεβαίωση της ετεροσεξουαλικής τους αρρενωπότητας, αλλά από την άλλη υπάρχει ο κίνδυνος να εκληφθεί και να παρεξηγηθεί ως «θηλυκή» συμπεριφορά (βλ. Renold 2000, 2005, 2013). Έτσι, τα αγόρια, προσπαθώντας να διασώσουν και να επιβεβαιώσουν την «αρρενωπότητα» τους, να ενθαρρύνουν, να ρυθμίσουν και να αστυνομεύσουν τις ηγεμονικές ετεροσεξουαλικές τους υποκειμενικότητες και ταυτόχρονα να υποβαθμίσουν τις θηλυκότητες, εμπλέκονται σε εναλλακτικούς ηγεμονικούς λόγους που σχετίζονται με το μισογνισμό. Έτσι συχνά τα αγόρια, ενώ από τη μια, φανερά εκδηλώνουν την επιθυμία τους για εμπλοκή σε ετεροσεξουαλικά ρομάντζα, κάτι που ενισχύει την ετεροσεξουαλική

τους αρρενωπότητα και το κοινωνικό τους στάτους, από την άλλη εμπλέκονται σε πικρόχολα σχόλια, γελοιοποίηση και αντικειμενικοποίηση των κοριτσιών, που οδηγούν σε μισογύνικους λόγους, ως μέσο επιβεβαίωσης της «αρρενωπότητας» τους (π.χ. «πετσιές», «γιαξ», «κανονικός άνθρωπος», «σπαστικές»):

Άγγελος: (Μιλώντας για τη σεξουαλικοποιημένη χάρτινη κούκλα) Αν κάποια είναι κανονικός άνθρωπος ναι, θα την γουστάρουν όλοι!

ΓΚ: Θα έχει παραπάνω επιτυχίες με τα αγόρια αυτή η κούκλα (η σεξουαλικοποιημένη κούκλα);

Όλοι: Ναι!

ΓΚ: Και θα ήθελαν να έχουν και σχέση μαζί της;

Άγγελος: Ε σίγουρα! [...]

Άγγελος: Και τούτη [δείχνει τη μη σεξουαλικοποιημένη κούκλα] μπορεί να φορεί κολάν γιατί θα ντρέπεται. Τούτη φορεί κοντά για να φαίνονται οι γάμπες της, ενώ τούτης φαίνεται ολοκάθαρα το πόδι με το κολάν. [...] Ναι και φαίνεται το πάχος τους.

Σίφης: Και τα πόδια της είναι στραβά!

[...]

Άγγελος: Μερικές, που είναι χοντρές, είναι σπαστικές γιατί μπορεί το παρακάνουν, να κουνούν και τον κόλλο τους, να φορούν κοντά παντελονάκια και να φαίνονται οι ζάμπες τους.

[...]

Σίφης: Αν είναι πιο παχουλή θα την κάνουν ρεζίλι.

Νίκος: Γιαξ, πετσιές!

Άγγελος: Αν είναι κανονικός άνθρωπος ναι, θα την γουστάρουν όλοι!

(Άγγελος, Σίφης, Νίκος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Οι μισογύνικοι αυτοί λόγοι απευθύνονται ιδιαίτερα στα κορίτσια που δεν ανταποκρίνονται στο σέξι στυλ που προτιμούν. Το πιο πάνω απόσπασμα φανερώνει τους πολύπλοκους τρόπους με τους οποίους πολλά αγόρια ορίζουν, δομούν, διατηρούν την ετεροσεξουαλική τους ταυτότητα μέσω της υποχρεωτικής ετεροσεξουαλικότητας, αλλά και του μισογυνισμού ως μέσα παραγωγής «κανονικών «αγοριών» τα οποία πάντα βρίσκουν τρόπους να κυριαρχήσουν απέναντι στα κορίτσια.

Σώμα, ποδόσφαιρο, δύναμη, κοιλιακοί: «Ρε είσαι χέσης. Εσύ έχεις έτσι κοιλιακούς;» Το σώμα αποτελεί σημαντικό πρότζεκτ και μεταφέρει πολύ βασικά μηνύματα σχετικά με τις έμφυλες και σεξουαλικές κουλτούρες των παιδιών (Renold, 2013). Για τα αγόρια, συγκεκριμένα, το σώμα μεταφέρει ηγεμονικά αρρενωπούς λόγους τόσο για τις φυσικές ικανότητες των αγοριών, όσο και για σκληρότητα που διαθέτουν, μέσω των ικανοτήτων του στον αθλητισμό και μέσω της δύναμης και της μυώδους του κατασκευής.

Ο αθλητισμός αποτελεί ένα από τους κυριότερους τρόπους ενσωμάτωσης ηγεμονικής αρρενωπότητας (π.χ. Connell, 1995· Connolly, 1998· Thorne, 1993), και ιδιαίτερα το ποδόσφαιρο, αυτό που η Renold (1997) (σελ. 10) ονομάζει “football narrative”, αναδεικνύει πολλές όψεις της ηγεμονικής αρρενωπότητας (π.χ. Thorne, 1993· Renold, 1997, 2005· Swain, 2003· Skelton, 2000) λόγω του ανταγωνισμού, της πειθαρχίας, της φυσικής δύναμης και της περιπέτειας που προϋποθέτει. Τα αγόρια επιτελούν μια κυρίαρχη μορφή αρρενωπότητας, εκφράζοντας το πάθος τους για αυτό, είτε παίζοντας το άθλημα, είτε παρακολουθώντας, είτε μιλώντας για αυτό. Η κυριαρχία των αγοριών στο ποδόσφαιρο ενθαρρύνεται μέσω του αποκλεισμού των κοριτσιών ή άλλων, «αδύναμων» αγοριών, κάτι που παρατήρησα να συμβαίνει πολύ συχνά και έντονα τόσο στο διάλειμμα, όσο στα μαθήματα Φυσικής Αγωγής από αγόρια διαφόρων ηλικιών στο δημοτικό σχολείο. Με αυτό τον τρόπο ενθαρρύνεται η ηγεμονική αρρενωπότητα μιας ομάδας αγοριών, η οποία διατηρεί την κυριαρχία, υποτάσσοντας και υποβαθμίζοντας τις πιο «αδύναμες» ομάδες (Renold, 1997). Ωστόσο, όπως θα συζητηθεί σε άλλο σημείο, υπάρχουν εξαιρέσεις αγοριών και κοριτσιών που προκαλούν την αρρενωπή διάσταση του ποδοσφαίρου.

Το “football narrative”, ωστόσο, δεν αφορά μόνο τη δραστηριότητα του ποδοσφαίρου ως άθλημα αλλά και ένα γενικότερο λόγο που αφορά τους ποδοσφαιριστές ως πολιτισμικά είδωλα που θαυμάζονται για τη δύναμη, τον τρόπο ζωής, την εμφάνιση, τις αθλητικές μάρκες που φορούν, τα κουρέματα τους. Αρκετά αγόρια στην έρευνα εκδήλωσαν τον θαυμασμό τους για διάσημους ποδοσφαιριστές ως πρότυπα ηγεμονικά αρρενωπής εμφάνισης, κάτι που έχει συζητηθεί με μεγαλύτερη λεπτομέρεια σε άλλα σημεία της διατριβής.

Πέρα από το “football narrative”, τα αγόρια ενθάρρυναν την ηγεμονική διάσταση της αρρενωπότητας τους μέσω του πολιτισμικού προτύπου του γυμνασμένου, δυνατού, μυώδους σώματος, το οποίο όχι μόνο θεωρείται αρρενωπό πρότυπο ομορφιάς, αλλά και ένδειξη υγείας. Ιδιαίτερα οι κοιλιακοί μυς και τα δυνατά μπράτσα αποτέλεσαν σήμα

κατατεθέν της δύναμης και της σκληρής αρρενωπής εμφάνισης. Ο Ηλίας και ο Νεοκλής (10 χρονών, συνέντευξη, πόλη) είχαν ζητήσει από τη μητέρα τους να εγγραφούν σε γυμναστήριο, προκειμένου να κάνουν προπόνηση με βάρη όμως η απάντησή της ήταν αρνητική με το επιχείρημα ότι κάτι τέτοιο δεν αρμόζει στην ηλικία τους. Έτσι συμβιβάστηκαν με τις καθιερωμένες, σχεδόν καθημερινές, προπονήσεις τους στο ποδόσφαιρο και με άσκηση που κάνουν μόνοι τους στο σπίτι, είτε τρέχοντας στο διάδρομο γυμναστικής των γονιών τους, είτε με δική τους προπόνηση, κάνοντας «όλη μέρα, πάνω κάτω, κοιλιακούς...», όπως είπε ο Ηλίας.

Κι άλλα αγόρια ανέφεραν την πρακτική της προπόνησης στο σπίτι (κοιλιακούς, βάρη) με σκοπό το κτίσιμο μυώδους σώματος, δανειζόμενοι τον σχετικό εξοπλισμό από μεγαλύτερα ανδρικά μέλη της οικογένειάς τους, ενώ αρκετές φορές πρόσεξα να προπονούνται στο σχολείο με δική τους πρωτοβουλία, π.χ. στο μάθημα της γυμναστικής ή στο διάλειμμα. Συχνά παρατήρησα να ανεβάζουν την μπλούζα τους για επίδειξη των κοιλιακών τους, και συνάμα της δύναμης, της σκληρότητας και του ανδρισμού τους, ένα θέαμα που απευθύνεται τόσο στα κορίτσια, όσο και στα άλλα αγόρια. Χαρακτηριστικό επεισόδιο που προέκυψε από τις σημειώσεις πεδίου στο σχολείο στην αγροτική περιοχή ήταν ο διαπληκτισμός, κατά τη διάρκεια του διαλείμματος, ανάμεσα στον εννιάχρονο Ανδρέα και τον εντεκάχρονο Κωνσταντίνο. Στην αποκορύφωση της σύγκρουσης, ο γυμνασμένος, λεπτός, αεικίνητος Ανδρέας, σήκωσε τη μπλούζα του και, επιδεικνύοντας τους κοιλιακούς του και φώναξε στον εντεκάχρονο και πιο εύσωμο Κωνσταντίνο: «Ρε είσαι χέσης. Εσύ έχεις έτσι κοιλιακούς;». Σημαντικό ήταν το γεγονός ότι ο διαπληκτισμός σε αρχική φάση δεν είχε καμία σχέση με τη φυσική κατάσταση των αγοριών, αλλά κατέληξε σε ένα ανταγωνισμό κοιλιακών, δείχνοντας τη σημασία της σύγκρισης του σώματος και της δύναμής του ως μέσο κυριαρχίας και ανάδειξης ανωτερότητας και ηγεμονίας. Είναι επίσης σημαντικό το γεγονός ότι παρόλο που ο Ανδρέας είναι δύο χρόνια μικρότερος, σε μια φάση που η ηλικία είναι πολύ σημαντικό στοιχείο κοινωνικής ιεραρχίας, κατάφερε να «επιβληθεί», τονίζοντας την ανωτερότητα του γυμνασμένου σώματός του. Ταυτόχρονα, μέσα από τη χρήση του χαρακτηρισμού «χέσης», φαίνεται ότι οι κοιλιακοί, πέρα από τη σωματική δύναμη, μεταφέρουν μηνύματα «αρρενωπότητας» σχετικά με τη γενναιότητα, τον ηρωισμό και τη μαγκιά των αγοριών.

Τα αγόρια ακόμα, φαίνεται να χρησιμοποιούν το ιδεώδες του γυμνασμένου και δυνατού σώματος ως μέσο που ικανοποιεί τη φαντασίωση τους για την εικόνα του ιδανικού σκληρού και γενναίου άνδρα και της αρρενωπότητας που θέλουν να κτίσουν (Connolly, 1998· Guy & Banim, 2000· Renold, 2005· Swain, 2002). Μέσα από το παρακάτω απόσπασμα διαγράφεται η σημασία του ενεργού σώματος στη συγκρότηση μιας

ηγεμονικής ετεροσεξουαλικής αρρενωπής υποκειμενικότητας, η οποία είναι βασική στην προσέλκυση του ερωτικού ενδιαφέροντος των γυναικών. Επίσης, αυτή η «υγιής» ηγεμονική αρρενωπότητα που χτίζεται με βάση το δυνατό σώμα, κατέχει κυρίαρχη θέση σε σχέση με εναλλακτικές «αδύναμες» μορφές αρρενωπότητας -με τους «χοντρούς» ή «παστούς», μη μυώδεις, αδύνατους και άσχημους άνδρες:

Νίκος: Εμένα μου αρέσει γιατί δεν θα είναι ωραίο μια γυναίκα να βλέπει ένα άνδρα έτσι παστό, χωρίς τίποτε μυς, τίποτε κοιλιακούς [υποτιμητικός τόνος φωνής]. Θα τον αγνοήσει, δεν θα της αρέσει. Ενώ όταν είναι γυμνασμένος και έχει μπράτσα έτσι [δείχνει] θα εντυπωσιαστεί επειδή θα είναι όμορφος.

ΓΚ: Άρα οι άνδρες γυμνάζονται για να αρέσουν στις γυναίκες;

Νίκος: Ναι!

Σίφης: Και για την υγεία τους.

(Άγγελος, Νίκος, Σίφης, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Γενικότερα το δυνατό σώμα εξισώνεται με τη “cool” αρρενωπότητα και αποτελεί σύμβολο μαγκιάς, ηρωισμού, κοινωνικής κυριαρχίας και δημοτικότητας, χαρακτηριστικά που ενθαρρύνουν την ηγεμονική θέση του δυνατού αγοριού/άνδρα στην κοινωνική ιεραρχία:

Σίφης: (Οι δημοφιλείς έχουν στυλ) Έτσι όμορφο, μάγκικο.

ΓΚ: Πως είναι το μάγκικο το στυλ;

Σίφης: Εεεε... πώς να το πούμε; Εεε...

Νίκος: Cool. Ας πούμε να ένας άνδρας να έχει δυνατό βυζί/στήθος [γέλιο], να είναι γυμνασμένος. Και να πηγαίνει έτσι κάπως «εγώ είμαι ο δυνατός» [κάνει το περπάτημα].

ΓΚ: Ναι και το περπάτημα είναι σημαντικό; Να είναι στιβαρό, ανδρικό;

Σίφης: Πάντα! Και είναι χουμισιάρης

Νίκος: Και να νομίζει ότι περπατά και κουνιέται η γη!

(Νίκος, Σίφης, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Είναι ενδιαφέρον ότι το μυώδες σώμα αποτελεί καθαρά «αρρενωπό» χαρακτηριστικό, αφού αρκετά αγόρια συμφώνησαν στο ότι για τα κορίτσια δεν είναι σημαντικό να είναι γυμνασμένα ή τουλάχιστον όχι πολύ γυμνασμένα. Όπως είπε ο Νίκος (11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό): «Η κοπέλα να μην έχει κι εκείνη ‘ποντικούς’

(μυς). Να είναι λίγο δυνατή, αλλά όχι φουσκωμένη». Το πρότυπο του «σωστού» σώματος για τα κορίτσια χαρακτηρίζεται από λεπτές γραμμές και προϋποθέσεις. Σύμφωνα με το Νεοκλή (10 χρονών, συνέντευξη, πόλη), ενώ το κορίτσι δεν χρειάζεται να γυμνάζεται, ταυτόχρονα πρέπει να είναι σε φόρμα, αφού όπως λέει: «Όχι να έχουν μίλλες, γιαξί! [...] Να είναι λεπτή όμως να μην έχει μπράτσα!». Τέτοιες αντιλήψεις δείχνουν την υποτακτική τοποθέτηση της θηλυκότητας και της θηλυκής εμφάνισης, η οποία ορίζεται από τα αγόρια με πολύ στενούς, αυστηρούς, αντιφατικούς τρόπους και η οποία τοποθετείται ιδανικά σε πιο αδύναμη θέση σε σχέση με τα αγόρια.

Συχνά τα αγόρια επενδύουν σε πιο αποκαλυπτική και «σέξι» μόδα, με την οποία αναδεικνύεται το γυμνασμένο και δυνατό τους σώμα. Όπως αναλύθηκε πιο πάνω, ο Ηλίας προτιμά να φορεί πουκάμισα με ανοικτά τα κουμπιά στο στήθος, θεωρώντας ότι έτσι θα προσελκύσει το ενδιαφέρον και το θαυμασμό των κοριτσιών και θα καταφέρει να κάνει «σχέση» μαζί τους, κάτι που θα τον κάνει «διάσημο» στο σχολείο. Στο ίδιο σκεπτικό κινούνται ο Σίφης και ο Νίκος, οι οποίοι προτιμούν τα «εφαρμοστά ρούχα», τα οποία διαγράφουν το σώμα και τους μυς, κάτι που αυξάνει την αυτοπεποίθησή τους, αφού έτσι φαίνονται πιο «όμορφοι», «λεπτοί» και «φυσιολογικοί»:

Σίφης: Μου αρέσουν τα εφαρμοστά ρούχα. Τα πλατιά δεν είναι ωραία να τα φορείς. Δεν μου παν. Φαίνεσαι πρησμένος, πιο παχύς. Με τα στενά φαίνεσαι πιο λεπτός, πιο φυσιολογικός, πιο όμορφος, πιο γυμνασμένος.

Νίκος: Να φανούν οι ζάμπες μας έτσι ωραίες που είναι

(Σίφης, Νίκος, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Είναι ενδιαφέρον ότι στυλ ένδυσης που παλαιότερα δεν θεωρούνταν τόσο «αρρενωπά» και πιθανόν να προκαλούσαν παρεξηγήσεις για τη σεξουαλικότητα του ανδρός ή του αγοριού που τα φορούσε, πλέον, στο πλαίσιο της ανάπτυξης μετροσέξουαλ αρρενωποτήτων, λειτουργούν με τον ακριβώς αντίθετο τρόπο, προωθώντας δηλαδή την ετεροσεξουαλική αρρενωπή ταυτότητα του αγοριού.

Ηγεμονική αρρενωπότητα στο αγροτικό πλαίσιο.

Ο Δημήτρης επίσης έχει πολύ στενή σχέση με τη φύση. Πάει με τον πατέρα του κунήγι, έχει στολή παραλλαγής και του αρέσει να βρίσκεται στη φύση. Είναι γενικά μια πολύ δεμένη οικογένεια εργατικής τάξης, η οποία ζει στο χωριό. Ο πατέρας εργάζεται πολλές ώρες (είναι μηχανοδηγός), ο Δημήτρης πηγαίνει δουλειά

όποτε μπορεί μαζί του για να τον βοηθήσει και έχουν έντονα καθορισμένους και διαχωρισμένους ρόλους των φύλων. Φαίνεται ότι ο Δημήτρης έχει ως πρότυπο τον πατέρα του. Μιλά συνεχώς για αυτόν, ενώ στο τέλος της συνέντευξης μου δείχνει με θαυμασμό τη φωτογραφία του πατέρα του ως φαντάρος, στην οποία είναι ημίγυμνος και επιδεικνύει το γυμνασμένο του σώμα.

(Απόσπασμα από σημειώσεις πεδίου κατά τη διάρκεια της επίσκεψής μου στο σπίτι του Δημήτρη)

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η έμφυλη ηγεμονία δεν αποτελεί στατικό μοντέλο, αλλά είναι δυνατόν να δημιουργηθούν πολλαπλά και διαφορετικά μοτίβα αρρενωπότητας, αναλόγως του κοινωνικού και τοπικού πλαισίου (Connell & Messerschmidt, 2005). Αρκετά χαρακτηριστικά της ηγεμονικής αρρενωπότητας είναι κοινά αντιληπτά τόσο από τα αγόρια στην πόλη, όσο κι από τα παιδιά στην αγροτική περιοχή. Παρόλα αυτά μέσα από τις συνεντεύξεις, την ομάδα εστίασης και τις παρατηρήσεις που είχα κάνει στην αγροτική περιοχή¹¹, αναδείχθηκαν και κάποια άλλα χαρακτηριστικά ηγεμονικής αρρενωπότητας που φαίνεται να κάνουν νόημα στο πλαίσιο της συγκεκριμένης τοπικής κοινότητας, αναδεικνύοντας ένα ορθόδοξο αρχέτυπο αρρενωπότητας (Nayak & Kehily, 1996), το οποίο σχετίζεται άμεσα με την περιοχή και την κοινωνική τάξη.

Όσον αφορά την εμφάνιση, τα αγόρια στην αγροτική περιοχή συχνά εξέφρασαν μια πιο συντηρητική και στενά έμφυλα οριοθετημένη άποψη για τα ιδεώδη ομορφιάς. Εξάλλου, ένα βασικό χαρακτηριστικό της ηγεμονικής αρρενωπότητας αποτελεί ο ξεκάθαρος διαχωρισμός και η αυστηρή οριοθέτηση των έμφυλων ρόλων (Connell, 2005/2005). Έτσι, ο Δημήτρης θεώρησε ως ιδανικό άνδρα «το αντίθετο της γυναίκας», δηλαδή να μην φορεί κοσμήματα και στολίδια και να μην έχει έξαλλο στυλ στα ρούχα και στα μαλλιά. Ακόμα, μέσα από τις παρατηρήσεις μου στο σχολείο της αγροτικής περιοχής είχα εντοπίσει την τάση κάποιων αγοριών να μιμούνται έντονα στυλ και πρακτικές που

¹¹ Είναι σημαντικό να αναφερθούν στο σημείο αυτό κάποιες πληροφορίες για το χωριό των παιδιών. Πρόκειται για μια πολύ μικρή κοινότητα (περίπου 400 κάτοικοι). Το κοινωνικοοικονομικό επίπεδο των κατοίκων είναι χαμηλό. Οι περισσότεροι πατέρες ασχολούνται με χειρωνακτικές εργασίες και οι μητέρες είναι συνήθως οικοκυρές ή απασχολούνται σε χαμηλόμισθες εργασίες. Το συγκεκριμένο χωριό βρίσκεται στην επαρχία Λάρνακας και απέχει 36 χιλιόμετρα από την πόλη της Λάρνακας και περίπου 55 χιλιόμετρα από τη Λευκωσία. Ωστόσο, αν και δεν είναι γεωγραφικά απομονωμένο, λόγω των απαιτητικών ωρών εργασίας των γονιών, τα παιδιά περνούν τον περισσότερο τους χρόνο στο χωριό και επισκέπτονται την πόλη σποραδικά για τα απαραίτητα ψώνια ή για άλλες υποχρεώσεις.

ακολουθούν συνήθως μεγαλύτεροι, εργατικής τάξης, άνδρες, παραδειγματιζόμενοι κυρίως από τους πατέρες ή άλλους συγγενείς. Εντόπισα λοιπόν αγόρια να μακραίνουν το νύχι στο μικρότερο δάκτυλο του χεριού¹² και να το επιδεικνύουν με περηφάνια: «Δες κυρία, έκαμα νύχι. Όπως τον παπά μου. Είναι η τρίτη φορά που το κάνω. Τις άλλες κόπηκε, αυτό είναι το καινούριο», μου είχε πει ο Βασίλης (8 χρονών), ενώ ο Ιωάννης (9 χρονών), δείχνοντάς μου το νύχι του, μου είπε: «Κοίτα, είμαι άνδρας».

Τα λόγια αυτά του Ιωάννη αποτελούν μια έντονη μπατλερική στιγμή. Με την ξεκάθαρη επιτελεστικότητα του λόγου του («είμαι άνδρας»), ο Ιωάννης προβαίνει σε μια πολύ ξεκάθαρη επιτελεστική έγκληση, όπου ενεργοποιεί και παράγει αυτό που ονομάζει, τον ανδρισμό του. Είναι μια σαφής επιτέλεση του φύλου του, με την οποία συγκροτείται ως μιας συγκεκριμένης μορφής άνδρας –συγκροτεί μια ενήλικη αρρενωπότητα εργατικής τάξης. Είναι σημαντικό, ταυτόχρονα, ότι η επιτέλεση του λόγου του εφαρμόζεται στην πράξη μέσω των πρακτικών και της έξης του σώματός του: στην περίπτωση αυτή με το νύχι του. Με αυτή την επιτέλεση ο Ιωάννης, λοιπόν, προσδιορίζει τον εαυτό του στην κατηγοριακή ταυτότητα «άνδρας» και με αυτή την ίδια την πράξη του προσδιορισμού που τον συγκροτεί επιτελεστικά ως «άνδρα», ο Ιωάννης κάνει αίσθηση ως έμφυλο υποκείμενο (βλ. Butler, 1997, 1993/2008).

Ο Βασίλης, επίσης, είχε πάρει από τα υλικά του Σχεδιασμού και Τεχνολογίας ένα καρφάκι-πεταλούδα, το οποίο είχε τυλίξει στο μικρό του δακτυλάκι, δημιουργώντας έτσι ένα «χρυσό» δακτυλίδι, που προσομοίαζε με τα δακτυλίδια-αντίκες που συχνά φορούν μεγαλύτεροι άνδρες εργατικής τάξης ως ένδειξη ευμάρειας.

Πολλά αγόρια έδειξαν προτίμηση στο σκουλαρίκι στο αυτί και για αυτό ζωγράφιζαν στο αυτί βούλες με μαρκαδόρο ή έβαζαν αυτοκόλλητα ή blue-tack, παριστάνοντας έτσι ότι φορούν σκουλαρίκια. Αγαπούσαν τα τατουάζ και γεμίζανε τα χέρια τους με διάφορα σχέδια με στυλό και μαρκαδόρους ή έφερναν μαζί τους αυτοκόλλητα-τατουάζ με σύμβολα ποδοσφαιρικών ομάδων ή άλλα σχέδια και τα έβαζαν.

¹² Η ανδρική συνήθεια για μεγάλο νύχι στο μικρό δάκτυλο του χεριού συναντάται σε περιοχές του κόσμου όπως η Μέση Ανατολή, η Λατινική Αμερική και η Νοτιοανατολική Ασία, μερικές φορές και η Κίνα. Αποτελεί ένδειξη στάτους, πλούτου και άνετης ζωής. Ωστόσο, η συνήθεια αυτή αντιφατικά συνδέεται με άνδρες εργατικής τάξης. Λειτουργεί νοηματικά ως αντίφαση με την κοινωνική τους τάξη, εφόσον είναι ένα σύμβολο μη εμπλοκής σε χειρωνακτική εργασία. Απαιτεί, λοιπόν, μεγάλη προσοχή για να μην σπάσει, αφού τις περισσότερες φορές, οι άντρες που το μεγαλώνουν εργάζονται σε επαγγέλματα που απαιτούν την έντονη χρήση των χεριών και του σώματος.

Το piercing εξάλλου, όπως και τα τατουάζ¹³ αποτελούν βασικά στοιχεία του πρότζεκτ του σώματος, τα οποία αναδεικνύουν ηγεμονικές εκφάνσεις αρρενωπότητας (Gill κ.ά., 2005).

Ένα βασικό ενδιαφέρον, ακόμα, που μου ανέφεραν αγόρια στην αγροτική περιοχή ήταν η ενασχόληση με την ταχύτητα και συγκεκριμένα με τα γρήγορα αυτοκίνητα και τις μοτοσυκλέτες. Η ενασχόληση με τα αυτοκίνητα και τις μοτοσυκλέτες αποτελούν δραστηριότητες που συντηρούν και αναπαράγουν αρρενωπές ταυτότητες εργατικής τάξης και συναντώνται συχνά στο αγροτικό πλαίσιο (Connell, 1995· Ivinson, 2014).

ΓΚ: Μεγαλώνοντας τι θα ήθελες να γίνεις;

Μιχάλης: Μηχανικός αυτοκινήτων. Και επαγγελματίας οδηγός.

ΓΚ: Σου αρέσουν τα αυτοκίνητα;

Μιχάλης: Ναι. Το BMW, Ferrari.

ΓΚ: Τα γρήγορα αυτοκίνητα;

Μιχάλης: Ναι.

ΓΚ: Θα ήθελες να έχεις και ένα αγωνιστικό αυτοκίνητο; Πώς φαντάζεσαι το ιδανικό αυτοκίνητο;

Μιχάλης: Κόκκινο με άλογο

ΓΚ: Ferrari δηλαδή!

Μιχάλης: Ναι. Και να τρέχει γρήγορα!

[..]

ΓΚ: Τι σου αρέσει στα γρήγορα αυτοκίνητα;

Μιχάλης: Που κάνουν αγώνες. [...] Έχουμε και μοτοσυκλέτες. Έχει ο παπάς μου.

[...]

ΓΚ: Ξέρεις να την οδηγείς;

Μιχάλης: Ναι, έχω μια μικρή εγώ που έχει βενζίνη.

ΓΚ: Βγαίνεις δηλαδή έξω στο δρόμο;

Μιχάλης: Ναι.

(Μιχάλης, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, χωριό)

¹³ Τόσο τα τατουάζ, όσο και το piercing, στο παρελθόν θεωρούνταν ως χαρακτηριστικά ατόμων χαμηλών κοινωνικών τάξεων και ως σύμβολα κοινωνικής περιθωριοποίησης και παραβατικότητας. Το σκουλαρίκι στο αυτί επίσης, αποτελούσε συχνά ένδειξη ομοφυλοφιλικού προσανατολισμού (Griffin, 1991). Από τη δεκαετία του '90 οι πιο πάνω πρακτικές έχουν αποκτήσει πιο συμβατικό χαρακτήρα, θεωρούνται trendy και glamorous, καθώς και δημιουργικό μέσο έκφρασης του εαυτού (Armstrong κ.ά.· 2004, Irwin, 2001).

Ο Μιχάλης ονειρεύεται λοιπόν μεγαλώνοντας να γίνει μηχανικός αυτοκινήτων ή επαγγελματίας οδηγός, αγαπά τα γρήγορα αγωνιστικά αυτοκίνητα, τα οποία κάποια στιγμή θα ήθελε να αποκτήσει, ενώ ήδη διαθέτει μια μικρή μοτοσικλέτα που κινείται με βενζίνη, κάνοντας βόλτες με αυτή στο χωριό. Παρόμοια ενδιαφέροντα εκδήλωσε κι ο Δημήτρης: κάνει συλλογή με περιοδικά με αυτοκίνητα, δηλώνει ότι λατρεύει την ταχύτητα και τα γρήγορα αυτοκίνητα, όπως το CELICA που έχει ο πατέρας και ο νονός του, κι ονειρεύεται κάποια στιγμή στο μέλλον να αποκτήσει κάτι τέτοιο.

Αγόρια στο χωριό συχνά εκδήλωσαν το ενδιαφέρον τους για το κυνήγι. Πάνε συνήθως με τον πατέρα τους, άλλους συγγενείς και οικογενειακούς φίλους, φορούν τη σχετική στολή/παραλλαγή, ενώ δήλωσαν ότι απολαμβάνουν την επαφή με τη φύση. Εξαιτίας του κυνηγιού τα αγόρια είναι εξοικειωμένα και με τα κυνηγετικά όπλα. Ο Μιχάλης μάλιστα μου είχε πει ότι έχει κι ένα αληθινό κυνηγετικό όπλο δικό του, το οποίο δεν χρησιμοποιεί, αλλά ξέρει «να στήνει». Τα όπλα και ο «πόλεμος» αποτελούν κοινά παιχνίδια για τα αγόρια στο χωριό. Ιδιαίτερα δημοφιλές είναι το παιχνίδι – όπλο NERF, το οποίο πολλά αγόρια είχαν ζητήσει κι ως δώρο για τα Χριστούγεννα. Τέλος, έδειξαν ιδιαίτερη αγάπη προς τη λαϊκή μουσική και σε λαϊκούς τραγουδιστές όπως ο Δημήτρης Μητροπάνος· τραγουδιστές που δεν αναφέρθηκαν από τα παιδιά της πόλης. Αγαπούν επίσης τους λαϊκούς «ανδρικούς» χορούς όπως ζεϊμπέκικο, τους οποίους χορεύουν σε γάμους και συνήθως τους μαθαίνουν είτε από μεγαλύτερους άνδρες, είτε παρακολουθώντας μαθήματα λαϊκού χορού στο χωριό. Την ίδια στιγμή, ενδιαφέρονται έντονα και για την ποπ και κυρίαρχη μουσική.



Εικόνα 17. Η κυνηγετική παραλλαγή του Δημήτρη (11 χρονών).



Εικόνα 18. Το αγαπημένο όπλο – παιχνίδι του Μιχάλη (10 χρονών).

Παρόλο που τα αγόρια στο χωριό εκδήλωσαν κάποιες ιδιαίτερες αρρενωπές συμπεριφορές, οι οποίες σε κάποιο βαθμό ορίζουν τη μορφή που παίρνει η ηγεμονική αρρενωπότητα στο συγκεκριμένο τοπικό πλαίσιο, ωστόσο, θα ήταν μονοδιάστατο να εννοηθεί ότι τα αγόρια περιορίζονται στις συμπεριφορές, πρακτικές και στάσεις αυτές. Έτσι, συχνά τα αγόρια εργατικής τάξης παρουσίασαν στοιχεία συμπεριληπτικών αρρενωποτήτων “inclusive masculinities” (Anderson, 2011), εκδηλώνοντας πολλά κοινά στοιχεία με τις αρρενωπότητες της μεσαίας τάξης, κάτι στο οποίο συμβάλλει η εμπλοκή με την ευρύτερη νεανική κουλτούρα, μέσω των ΜΜΕ και των κοινωνικών δικτύων, καθώς και οι επισκέψεις σε κοντινές πόλεις που τους επέτρεπε να συμμετέχουν σε ευρύτερους πολιτισμικούς λόγους (Robards, 2012). Συνεπώς, η έμφυλη επιτέλεση των αγοριών μεσαίας και χαμηλής κοινωνικής τάξης χαρακτηρίζεται από πολλά κοινά, συμπεριληπτικά, στοιχεία, όπως η έμφαση στην ετεροσεξουαλικότητα και οι συγκεκριμένες τάσεις στην αρρενωπά ορισμένη εμφάνιση, μόδα και πρότυπο σώματος.

Κατανοώντας την «τονισμένη θηλυκότητα»: Κορίτσια και (ετερο)σεξουαλικότητα. Ένας από τους πιο κυρίαρχους τρόπους συγκρότησης θηλυκότητας από τα κορίτσια είναι η επιτέλεση της τονισμένης/εμφατικής θηλυκότητας (Connell, 1987), η οποία επιτυγχάνεται με την επένδυση των κοριτσιών στην ετεροσεξουαλική θηλυκότητα που εξυπηρετεί τα ενδιαφέροντα των ανδρών (βλ. Ali 2003· Reay 2001· Renold, 2013). Βασικό στοιχείο στην επιτυχή επιτέλεση της τονισμένης θηλυκότητας είναι η συγκρότηση μιας “girlie” θηλυκότητας ή “girlie-girl” υποκειμενικότητας (Renold, 2013, σελ. 40), στην οποία κεντρικό ρόλο κατέχει το σώμα και η κατάλληλη δημόσια παρουσίασή του μέσω της ενσάρκωσης του πολιτισμικού πρότυπου του λεπτού ιδεώδους, μέσω συγκεκριμένης μορφής, ετεροσέξι (“heterosexy”) μόδας (Renold, 2013, σελ. 61) και μέσω της τοποθέτησης του εαυτού στον ετεροσεξουαλικό λόγο και στην κουλτούρα του ρομάντζου με τα αγόρια. Αυτού του είδους η θηλυκότητα φαίνεται να βρίσκεται ψηλά στην κοινωνική ιεραρχία, αν και υπάρχουν συγκεκριμένοι παράμετροι και διπλά στάνταρτς που συχνά την ορίζουν και τα οποία τα κορίτσια είναι σημαντικό να λαμβάνουν σοβαρά υπόψη. Η παρακάτω συζήτηση και αποσπάσματα διαγράφουν το σκηνικό στο οποίο πολλά κορίτσια κινούνται, στο πλαίσιο της ενσωμάτωσης μιας κυρίαρχης και ετεροσέξι θηλυκότητας.

Ενσαρκώνοντας τη “girlie” θηλυκότητα: Σωματικά και ενδοματωλογικά ιδεώδη.

Μιλώντας με πολλά κορίτσια φάνηκε έντονα ο τρόπος με τον οποίο επενδύουν στην παραγωγή των σωμάτων τους ως ετεροσεξουαλικά επιθυμητά προϊόντα. Φαίνεται ότι τα σώματα των κοριτσιών, ως πολιτισμικά κείμενα, διαβάζονται από τους συνομήλικους μέσα από το ετεροσεξουαλικό πλαίσιο της επιθυμίας και για αυτό πολύ συχνά τα κορίτσια δομούν τη θηλυκότητα τους ή την «υπερ-θηλυκότητα» τους (McRobbie, όπως αναφέρεται στο Renold, 2000) μέσω ενός πολύ συγκεκριμένου πολιτισμικού ιδεώδους, στο οποίο η ετεροσεξουαλική επιθυμία εξισώνεται με την «ομορφιά».

Η Άννα (13 χρονών, συνέντευξη, πόλη) παρακάτω συνειδητοποιημένα αντιλαμβάνεται τη σημασία του λεπτού σώματος των κοριτσιών στην προσέλκυση του ετεροσεξουαλικού ενδιαφέροντος, ένα ιδανικό ομορφιάς που γνωρίζει ότι πηγάζει από πολιτισμικές αναπαραστάσεις ομορφιάς που προωθούνται μέσα από τα ΜΜΕ. Όπως είπε «[...] Τα αγόρια, επειδή... όλα τα μοντέλα που βλέπουν είναι λεπτά, θέλουν να βρουν μια λεπτή».

Στο παρακάτω απόσπασμα, ακόμα, τα κορίτσια περιγράφουν έναν από τους πιο κυρίαρχους και δημοφιλείς τρόπους κατασκευής θηλυκής υποκειμενικότητας με κύριο στοιχείο την επίδειξη μιας ελκυστικής και επιθυμητής ετεροσεξουαλικής θηλυκότητας (Renold, 2005), η οποία έχει βασικά χαρακτηριστικά το ιδεώδες του λεπτού σώματος, το μακιγιάζ, τα αποκαλυπτικά ρούχα, τα φτιαγμένα μαλλιά, την καθαριότητα, αλλά και τον καλό χαρακτήρα. Τα κορίτσια αναγνωρίζουν πως η παραγωγή αυτού του είδους της ετεροσεξουαλικής ελκυστικής εμφάνισης αποτελεί σημαντική πηγή δύναμης και ευχαρίστησης για αυτά, αφού τις κάνει επιθυμητές στα αγόρια. Ωστόσο, ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός ότι, αν και επίσης γνωρίζουν τους κινδύνους που η επένδυση σε αυτή τη μορφή θηλυκότητας επιφέρει, μιλώντας συγκεκριμένα για την ανορεξία, η γνώση αυτή δεν είναι αρκετή ώστε να προκαλέσουν τη θηλυκότητα και την «ανδρική ματιά», αναπτύσσοντας έτσι ίσως κάποιο άλλο, διαφορετικό ιδεώδες θηλυκότητας:

Βανέσα: (Τα κορίτσια) προσέχουν τη σιλουέτα τους [γέλιο].

Μαρίλια: Και στο τέλος παθαίνουν ανορεξία.

Σοφία: Και δεν ζουν πολλά χρόνια.

ΓΚ: Καλά γιατί για τα κορίτσια είναι τόσο σημαντικό να κρατούν τη σιλουέτα τους και στο τέλος παθαίνουν τόσο συχνά ανορεξία;

Ροδοθέα: Γιατί τα κορίτσια ας πούμε θέλουν να εντυπωσιάσουν τα αγόρια [γέλιο]!

ΓΚ: Και πώς μπορεί ένα κορίτσι να εντυπωσιάσει ένα αγόρι;

Ροδοθέα: Να είναι λεπτό!

- Μαρίλια:* Ναι! Και να βάφεται. Και να φορεί κοντές φούστες [γέλιο]!
- Σοφία:* Να είναι καλός χαρακτήρας. . . .
- ΓΚ:* Είναι σημαντικό ένα κορίτσι να αρέσει στα αγόρια;
- Σοφία:* Ναι.
- Βανέσα:* Ναι. Επειδή όταν ένα αγόρι είναι πολύ όμορφο και το θέλουν 2-3 κορίτσια... [γέλιο]
- ΓΚ:* Άρα τα κορίτσια προσπαθούν να είναι όσο πιο όμορφες γίνεται για να κερδίσουν το αγόρι;
- Βανέσα:* Ναι [γέλιο]!
- ΓΚ:* Και πώς θα προσπαθήσουν να γίνουν πολύ όμορφες για να κερδίσουν ένα αγόρι;
- Βανέσα:* Να κάνουν ωραία τα μαλλιά τους... Να τα χτενίζουν, να τα ισιώνουν, να τα βάζουν.
- Ροδοθέα:* Να είναι καθαρά, πλυμένα τα κορίτσια. Να φορούν άρωμα.
- (Ροδοθέα, Μαρίλια, Σοφία, 10 χρονών, Βανέσα, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Τα κορίτσια, λοιπόν, συχνά επιτελούν τα σώματα τους ως αντικείμενα και υποκείμενα ετεροσεξουαλικής επιθυμίας (Renold, 2000). Αυτό συχνά επιτυγχάνεται επενδύοντας στη σέξι μόδα, αυτό που η Renold (2005, σελ. 43) αποκαλεί “flirty fashion discourse”, δηλαδή στις κοντές φούστες και μπλούζες, τακούνια, μακιγιάζ κλπ, με σκοπό την ενίσχυση της θηλυκής και ελκυστικής τους εμφάνισης που θα κερδίσει τα αγόρια. Η πρακτική αυτή επιβεβαιώθηκε στη συζήτηση με τα κορίτσια για τις χάρτινες κούκλες και συγκεκριμένα για τον εντοπισμό της «Άννας», του πιο δημοφιλούς κοριτσιού στο σχολείο. Όπως συζητήθηκε και στα κεφάλαια 4.1 και 4.2, μια κοινή άποψη που προέκυψε από κορίτσια και αγόρια ήταν η απόδοση δημοτικότητας στη «σέξι» κούκλα με το επιχείρημα ότι με το αποκαλυπτικό της ντύσιμο και τη «γύμνια» της καταφέρνει να προσελκύσει το ενδιαφέρον των αγοριών. Η δημοτικότητα λοιπόν εξισώνεται με την ετεροσεξουαλική αποδοχή, κάτι που επιτυγχάνεται με τη σέξι εμφάνιση και μόδα.

Η Μαργαρίτα επίσης, μίλησε για τις σχολικές εκλογές, στις οποίες, όπως αναλύθηκε στο κεφάλαιο 4.1, το κριτήριο της ομορφιάς είναι συχνά σημαντικό για την ψήφο των παιδιών. Η Μαργαρίτα συγκεκριμένα μίλησε για μια αρκετά κοινή πρακτική αγοριών, τα οποία επιλέγουν να ψηφίζουν τα κορίτσια που θεωρούν όμορφα και με τα οποία είναι ερωτευμένα μαζί τους, φανερώνοντας ότι τόσο η ομορφιά, όσο και η ετεροσεξουαλική έλξη, δύο πράγματα που φαίνεται να συνδέονται άμεσα, αποτελούν βασικά κριτήρια αποδοχής και δημοτικότητας για κάποια παιδιά. Η Μαργαρίτα ανέφερε

ότι τα αγόρια είναι αυτά που κυρίως πράττουν με τον τρόπο αυτό, ωθούμενα από το ετεροσεξουαλικό ενδιαφέρον που δείχνουν προς τα «όμορφα» κορίτσια:

Μαργαρίτα: Ναι. [...] Το διάλειμμα (μετά τις εκλογές) μαζεuthήκαμε όλη η τάξη και κάποιος είπε τις ψήφους του. Και κάποιος τον ρώτησε: «Γιατί την ψηφίσεις αυτή;». «Επειδή είναι όμορφη» λέει (τόνος παραξενεμένος). [...] Ναι γιατί τούτο το πράμα γίνεται πολύ μέσα στην τάξη μας. Να ψηφίζουν κορίτσια που... τις αγαπούν.

(Μαργαρίτα, 12 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Υπάρχουν επίσης κορίτσια που χρησιμοποιούν αξεσουάρ, όπως τα τακούνια, με σκοπό να κτίσουν μια αμφίεση που θα τις κάνει να φαίνονται μεγαλύτερες (Hockey & James, 1993), σε μια προσπάθεια να προσομοιάσουν μια ενήλικη θηλυκότητα με σέξι στυλ. Η προσπάθεια για ανάπτυξη μιας ενήλικης θηλυκής και μοντέρνας ταυτότητας, η οποία θα προσελκύσει το σεξουαλικό ενδιαφέρον των αγοριών, φαίνεται να υπονοείται μέσα από τα παρακάτω λεγόμενα των κοριτσιών:

Βανέσα: (Φορώ τακούνια) σε γάμους, βαφτίσεις, αρραβώνες. [...] Μου αρέσουν γιατί γίνομαι πιο ψηλή, γιατί είναι στη μόδα.

Μαρίλια: Γιατί θα σε ερωτευτεί κανένας [γέλιο];

(Βανέσα, 11 χρονών, Μαρίλια, 10 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Ακόμα και η στολή του σχολείου είναι δυνατό να τροποποιηθεί προκειμένου να ανταποκριθεί στο στυλ της κυρίαρχης μόδας, παράγοντας μια «ανεπίσημη» και σέξι εκδοχή της μαθητικής εμφάνισης και θηλυκότητας (βλ. Renold, 2000). Η Άννα παρακάτω αναφέρθηκε σε μια αρκετά συχνή προσέγγιση της θηλυκότητας από κορίτσια στην ηλικία της, όπου πάνε σχολείο «λες και είναι στην παραλία». Ωστόσο, περιέγραψε αυτή την πρακτική με υποτιμητικό τόνο, διαχωρίζοντας τον εαυτό της από το στυλ αυτό. Η περίπτωση της Άννας θα αναλυθεί αργότερα, ως παράδειγμα συγκρότησης «εναλλακτικής» θηλυκότητας.

Άννα: Ακόμα και την στολή του σχολείου την κάνουν... γιατί ας πούμε.. άμα έχει κάποιον που τους αρέσει, θέλουν να του αρέσουν, θέλουν να αρέσουν γενικά, και κάνουν την στολή λες και είναι στην παραλία. Δένουν τη φανέλα, σηκώνουν το παντελόνι. Ακόμα κι στο σχολείο βάζονται. [...]

Έρχονται με μολύβι, ακόμα το φέρνουν και μαζί τους. Και κοκκινάδι. Και έχουν την πρόφαση ότι ήταν από την προηγούμενη μέρα. Πέρσι θυμάμαι κάποιες, πήγαιναν στην τουαλέτα, είχαν και βαλιτσάκι και έβαζαν βλεφαρίδες κι έτσι πράγματα.

(Αννα, 13 χρονών, συνέντευξη, πόλη)

Στο σημείο αυτό είναι ενδιαφέρον να αναφερθεί πως η πρακτική αυτή θα μπορούσε να μεταφραστεί ως εσωτερίκευση της «ανδρικής ματιάς» από τα κορίτσια, τα οποία ρυθμίζουν και παράγουν τις θηλυκότητές τους μέσα στο νορμαλιστικό ετεροσεξουαλικό πρότυπο της επιθυμίας. Από την άλλη, είναι μια πρακτική που θα μπορούσε να ερμηνευτεί ως μέσο επίτευξης εμπρόθετης δράσης και εξουσίας από τα κορίτσια, τα οποία μέσω των σέξι σωμάτων τους και της σέξι εμφάνισής τους, αντιτίθενται στον επίσημο λόγο παιδικότητας όσον αφορά την «αθώα μαθήτριά» (Walkerdine, όπως αναφέρεται στο Renold, 2000).

Συμπερασματικά, φαίνεται ότι η συγκρότηση μιας ετεροσεξουαλικά επιθυμητής θηλυκότητας, η οποία επιτυγχάνεται με βασικό μέσο την ελκυστική και σέξι εμφάνιση, φαίνεται να αποτελεί πηγή ευχαρίστησης, στάτους και κοινωνικού κεφαλαίου για τα κορίτσια, μιας και αποτελεί μια μορφή θηλυκότητας που τοποθετείται υψηλά στην κοινωνική ιεραρχία. Ωστόσο, η σέξι εμφάνιση και η ετεροσεξουαλικότητα των κοριτσιών, όπως έχει συζητηθεί και στα κεφάλαια 4.1 και 4.2, χαρακτηρίζεται από μια παράδοξη αντιφατικότητα (Currie κ.ά., 2009· Renold, 2000, 2005), ένα σεξουαλικό διπλό στάνταρτ (Cowie & Lees, 1981), αφού υπάρχουν πολύ λεπτές γραμμές που διαχωρίζουν τη νόμιμη από την αποκλίνουσα σεξουαλική παρουσίαση των κοριτσιών μέσω της εμφάνισης. Τα κορίτσια λοιπόν καλούνται να είναι σέξι, αλλά όχι *πολύ* σέξι, ενώ υπάρχουν βασικοί περιορισμοί που ορίζουν το πώς και που «επιτρέπεται» ένα κορίτσι να είναι σέξι, φανερώνοντας τον κοινωνικό έλεγχο και την (αυτο)αστυνόμηση που αντιμετωπίζουν όσον αφορά τη σεξουαλική τους φήμη, σεξουαλική ταυτότητα και επιτέλεση. Το να είναι στο επιθυμητό επίπεδο σέξι αποτελεί μέρος ελκυστικής εμφάνισης και ενδυνάμωσης, αλλά να είναι «πολύ» ή με τον λάθος τρόπο σέξι είναι κάτι που υπόκειται σε σκληρή κριτική και κοροϊδία. Το όριο είναι πολιτισμικά σχετικό και σχετίζεται άμεσα με το κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο η ετεροσεξουαλική θηλυκότητα εκδηλώνεται. Έτσι ενώ η σέξι εμφάνιση θεωρείται αποδεκτή σε συγκεκριμένα πλαίσια, όπως π.χ. στην παραλία, αφού περιορίζει την αίσθηση της σεξουαλικής αντικειμενικοποίησης και του κοιτάγματος, η ίδια εμφάνιση σε άλλα πλαίσια, π.χ. σε βόλτα ή σε πάρτι, χρεώνεται με σεξουαλικά μηνύματα, εκθέτοντας τα κορίτσια σε έμφυλη και σεξουαλική κριτική και ρύθμιση. Επίσης, η

συγκρότηση της ετεροσεξουαλικής θηλυκότητας χαρακτηρίζεται από αμφίσημη στάση όσον αφορά την ηθική της διάσταση, αφού από τη μια θεωρείται παράγοντας ενίσχυσης δημοτικότητας και κοινωνικού κεφαλαίου, αλλά από την άλλη τιμωρείται, χρεώνοντας τα κορίτσια με μειωμένη ηθική, μειωμένη εξυπνάδα και ικανότητες. Τα κορίτσια λοιπόν αντιμετωπίζουν μια παράδοξη κατάσταση στη συγκρότηση μιας ιδεατής και κυρίαρχης όψης της θηλυκότητας τους, κάτι που έρχεται σε αντίθεση με τις εμπειρίες των αγοριών που παράγουν μιας ηγεμονικής μορφής αρρενωπότητας, η οποία σπάνια αμφισβητείται και αστυνομεύεται.

«Αγόρια», φλερτ, ερωτικά γράμματα και απόρριψη. Η κοινωνική παρότρυνση των κοριτσιών να είναι «θηλυκά», δεν αφορά μόνο την ενσωμάτωση μιας συγκεκριμένου είδους θηλυκότητας μέσω της εμφάνισης, αλλά και μέσω μιας συμπεριφοράς που να υποδηλώνει την ετεροσεξουαλικότητά τους (Epstein, 1997). Ένα σημαντικό κομμάτι στην επιτέλεση της κυρίαρχης, ετεροσεξουαλικής girlie θηλυκότητας λοιπόν, αποτελεί η εμπλοκή στην κουλτούρα του φλερτ και του ρομάντζου με τα αγόρια. Για αυτό και πολλές έρευνες αναφέρονται στις πρακτικές ετεροσεξουαλικότητας και στις ετεροσεξουαλικές σχέσεις παιδιών στα τελευταία χρόνια του δημοτικού σχολείου, στην προεφηβεία (π.χ. Adler & Adler, 1998· Connolly, 1998· Epstein, 1997· Thorne, 1993· Walkerdine, 1990).

Στην παρούσα έρευνα συνήθως η ετεροσεξουαλικότητα των κοριτσιών εκφράστηκε μέσω φαντασιώσεων, ταύτισης και ευχαρίστησης που ανέπτυξαν, μέσω πολιτισμικών προϊόντων όπως παραμύθια και ταινίες, με πρωταγωνίστριες πριγκίπισσες ή τη Barbie και του χαρούμενου και (ετερο)ρομαντικού τέλους που αυτά έχουν, τα οποία συνήθως καταλήγουν σε ρομάντζο, γάμο και παιδιά. Όπως είπε η Ιζαμπέλα (10 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη), απολαμβάνει και «παίρνει παράδειγμα» από ταινίες που παρακολουθεί με πριγκίπισσες, ιδιαίτερα στο τέλος όπου «οι πρίγκιπες γίνονται φίλοι με την πριγκίπισσα και παντρεύονται». Πολύ συχνά επίσης η ετεροσεξουαλικότητα των κοριτσιών εκδηλώθηκε μέσα από σχολιασμό και κουτσομπολιό στις κοριτσίστικες παρέες για τα «αγόρια», την εμφάνισή τους και για το ρομαντικό ενδιαφέρον που δείχνουν για αυτά ή το αντίστροφο.

Ωστόσο, κάποια κορίτσια στην έρευνα παραδέχτηκαν να έχουν σχέση, να «τα έχουν» με κάποιο αγόρι. Η ετεροσεξουαλική τους δραστηριότητα εμπερικλείει διάφορες πρακτικές, όπως φιλιά, συναντήσεις, κουβέντα στο τηλέφωνο ή στα κοινωνικά δίκτυα, ερωτικά γράμματα και δωράκια, δραστηριότητες που συμβαίνουν τόσο εντός του σχολικού χώρου, όσο και εκτός. Στο απόσπασμα που ακολουθεί τα κορίτσια μίλησαν για τον Μιχάλη, ένα πολύ δημοφιλές και ετεροσεξουαλικά επιθυμητό αγόρι («τον θέλουν

πάνω από τρία κορίτσια»), του οποίου η «ομορφιά» φαίνεται να αποτελεί τον κυριότερο λόγο επιτυχίας με τα κορίτσια. Μέσα από το απόσπασμα τα κορίτσια μετέφεραν μια καλή εικόνα για το πώς αντιλαμβάνονται τις ετεροσεξουαλικές σχέσεις στην ηλικία τους:

Μαρίλια: Κυρία ξέρεις ότι έχει ένα αγόρι που το θέλουν πάνω από τρία κορίτσια [γέλιο]; Ο Μιχάλης [γέλιο]!

Ροδοθέα: Ναι κι εγώ κι εσύ!

ΓΚ: Ποιος είναι ο Μιχάλης;

Μαρίλια: Ένας όμορφος κυρία. Η Βανέσα τα είχε μαζί του και τα χάλασε. Είναι Γυμνάσιο.
[...]

ΓΚ: Όταν λέμε ότι «τα έχουν» τι εννοούμε;

Μαρίλια: Έχουν σχέση, έχουν σχέση! [τα κορίτσια γελούν, νιώθουν ίσως άβολα, αλλά ταυτόχρονα φαίνεται να απολαμβάνουν τη συζήτηση]

ΓΚ: Άμα ένα κορίτσι και ένα αγόρι έχουν σχέση τι συμβαίνει δηλαδή;

Όλες: ...

ΓΚ: Μιλάτε στο τηλέφωνο, στο Facebook, τι γίνεται δηλαδή;

Σοφία: Ναι. Πηγαίνουν έξω μαζί!

Βανέσα: Ε όχι και έτσι! [γέλιο]

Μαρίλια: Κόρη Σοφία μα τι λες; Είναι για μεγάλους τούτα [γέλιο]!

ΓΚ: Στην ηλικία που είστε τι γίνεται;

Βανέσα: Βρίσκονται ας πούμε...

Μαρίλια: Φιλιούνται [γέλιο]!

Βανέσα: Ναι εσύ [ειρωνικά]!

Μαρίλια: Εμένα έτσι μου είπε ένα πουλάκι...

Βανέσα: Ναι, ναι εσύ. Ναι [υψώνει τον τόνο της φωνής της, ειρωνικά, φαίνεται να θυμώνει λίγο]. Βρίσκονται, μιλούν στο τηλέφωνο, στο Facebook... [άβολο γέλιο].

(Ροδοθέα, Μαρίλια, Σοφία, 10 χρονών, Βανέσα, 11 χρονών, ομάδα εστίασης, χωριό)

Φαίνεται ότι η συζήτηση για τις ετεροσεξουαλικές πρακτικές στις οποίες εμπλέκονται τα κορίτσια συνοδεύεται από άβολα συναισθήματα και ένταση. Μέσα από το απόσπασμα διαφαίνεται κάποια σύγχυση σχετικά με το τι αποτελεί αποδεκτό για την ηλικία τους και τι κάνει «για μεγάλους» και σίγουρα φιλτράρουν αυτά που θα μου πουν. Ίσως σκέφτονται ότι μπορεί να τους κάνω παρατήρηση ή ακόμη και να μιλήσω με τους

γονείς τους αν μου πουν κάτι «άπρεπο». Έτσι, ενώ φαίνεται από τη μια να απολαμβάνουν τη συζήτηση, από την άλλη μιλούν με αμηχανία και μια αίσθηση ντροπής, η οποία εκφράζεται κυρίως με το αμήχανο τους γέλιο σε αρκετά σημεία και με τη σιωπή τους σε κάποια άλλα. Όσον αφορά τη Βανέσα, η οποία είχε «σχέση», δείχνει σε κάποια σημεία να νιώθει άβολα για τη συζήτηση αυτή και κυρίως φαίνεται να εκνευρίζεται για τα «μυστικά» που προδίδει η αδερφή της, η Μαρίλια, κάτι που πιθανόν να δείχνει ότι οι ετεροσεξουαλικοί λόγοι και η girlie θηλυκότητα που επιτελούν τα κορίτσια, δεν τα τοποθετεί πάντοτε σε κυρίαρχη θέση κι ούτε αποτελεί πάντοτε πηγή εξουσίας για αυτά. Κάτι τέτοιο βρίσκεται σε αντίθεση με τον τρόπο που συνήθως βιώνουν τις ετεροσεξουαλικές τους σχέσεις τα αγόρια, όπου για αυτά η δημιουργία σχέσης με κορίτσι είναι αρκετή για την αύξηση του σεξουαλικού και κοινωνικού τους κεφαλαίου και δεν έχουν λόγους να την αποκρύψουν ή να ντρέπονται για αυτή (βλ. Renold, 2005, 2013· Thorne, 1993). Στο πλαίσιο της ηγεμονικής αρρενωπότητας, εξάλλου, τα αγόρια νιώθουν «υποχρεωμένα» να αποδεικνύουν την ετεροφυλοφιλία τους, κάτι αντίστοιχο, όμως, δεν συμβαίνει με τα κορίτσια, τα οποία θεωρούν συνήθως πιο σημαντικό να περιορίσουν τον κίνδυνο χαρακτηρισμού τους ως «εύκολες». Τα κορίτσια, λοιπόν, συχνά φαίνεται να βιώνουν το διπλό στάνταρτ της ετεροσεξουαλικότητας (Curtie κ.ά., 2009), το οποίο σχετίζεται με την κοινωνική κριτική και τον ηθικό λόγο στον οποίο τα κορίτσια νιώθουν αμήχανα για την έκφραση της «απαγορευμένης» τους σεξουαλικότητας και σεξουαλικής επιθυμίας, αστυνομεύοντας έτσι τα όρια της θηλυκότητας τους.

Το επόμενο απόσπασμα αφορά τη Νικολέτα, ένα κορίτσι που επενδύει έντονα στη girlie θηλυκότητα και στην εμφάνισή της, όπως φάνηκε μέσα από άλλα αποσπάσματα, και το οποίο θεωρείται «όμορφο», δημοφιλές και σεξουαλικά επιθυμητό από τα συνομήλικα της αγόρια. Η ετεροσεξουαλικότητα της Νικολέτας τονίζεται μέσα από το λόγο της ερωτικής απόρριψης. Μέσα από την απόρριψη είναι πιθανόν να λαμβάνει κάποια ευχαρίστηση και κυριαρχία, αφού πιθανώς με τον τρόπο αυτό να υποβαθμίζει τις «παραδοσιακές» ηγεμονικές ετεροσεξουαλικές αρρενωπότητες και να ενδυναμώνει τη δική της «υποτακτική» θηλυκή θέση. Το απόσπασμα αυτό προέκυψε με έναυσμα τη δραστηριότητα με τις χάρτινες κούκλες και τη συζήτηση για την «Άννα», το πιο δημοφιλές κορίτσι του σχολείου, το οποίο η Νικολέτα θεωρεί ότι είναι η σέξι κούκλα γιατί είναι πιο «όμορφη». Στη συνέχεια παραλλήλισε κατά κάποιο τρόπο την Άννα με τον εαυτό της, λέγοντας ότι αντιλαμβάνεται ότι είναι τα αγόρια τη βρίσκουν «όμορφη» κι ότι την «αγαπούν»:

- Νικολέτα:* [...] Πρόσεξα ότι... δεν θέλω ακουστό ψωνάρα, αλλά [γέλιο]... ας πούμε...
να... [...]
- ΓΚ:* Βρίσκουν ότι είσαι όμορφη;
- Νικολέτα:* [Γέλιο]. Ας πούμε, οι παραπάνω με αγαπούν [χαμογελά] και ναι.
[...]
- ΓΚ:* Όταν λες ότι όλοι σε αγαπούν, πως το ξέρεις... Σου το είπαν;
- Νικολέτα:* [Γνέφει καταφατικά]. Μου μάχονται.
- ΓΚ:* Τι σου λεν δηλαδή;
- Νικολέτα:* Μου στέλνουν χαρτάκια, γράφουν πάνω στα χέρια τους, μου κάνουν
δωράκια...
- ΓΚ:* Κι εσύ τι κάνεις;
- Νικολέτα:* Ή τους τα δίνω πίσω [γέλιο] ή απλώς τους λέω ότι δεν τους αγαπώ.

(Νικολέτα, 11 χρονών, ατομική συνέντευξη, πόλη)

Η έκφραση ετεροσεξουαλικής θηλυκότητας λοιπόν βιώνεται από τα κορίτσια με ποικίλους τρόπους. Όσον αφορά τη σφαίρα της φαντασίας, αυτό συμβαίνει με τη φαντασίωση μιας εξιδανικευμένης εικόνας για τη μελλοντική τους συγκρότηση ως ετεροσεξουαλικά θηλυκά υποκείμενα, στην οποία το ρομάντζο και ο γάμος κατέχουν πρωταρχική θέση, κάτι που παραδειγματίζονται συχνά από πολιτισμικά προϊόντα. Η ετεροσεξουαλική έκφραση της θηλυκότητας των κοριτσιών στην πραγματικότητα, μπορεί να γίνει αντιληπτή με αισθήματα ενδυνάμωσης και ενθάρρυνσης της έμφυλης και σεξουαλικής τους κυριαρχίας τόσο σε σχέση με άλλες, χαμηλότερες στην ιεραρχία θηλυκότητες, οι οποίες δεν επενδύουν τόσο έντονα στην ομορφιά και στην ετεροσέξι εμφάνιση, όσο και σε σχέση με τις αρρενωπότητες. Από την άλλη, είναι πιθανόν η ετεροσεξουαλική θηλυκότητα, ταυτόχρονα με την ενδυνάμωση, να συνοδεύεται από συναισθήματα αμηχανίας και αυτοστυνόμευσης της θηλυκότητας τους, τα οποία αφορούν την «επικίνδυνη» και «απαγορευμένη» για τα κορίτσια πρακτική της έκφρασης της ετεροσεξουαλικής τους ταυτότητας και επιθυμίας.

Θηλυκότητα και ετεροσεξουαλικότητα υπό το πρίσμα της κοινωνικής τάξης: Η ιστορία της Ροδοθέας.

Η συντηρητική κοινωνία του μικρού χωριού στην οποία ζει η Ροδοθέα με την οικογένεια της φαίνεται να έχει διαμορφώσει καθοριστικά την προσωπικότητα, το lifestyle και τον τρόπο επιτέλεσης του φύλου της. Είναι ένα συνεσταλμένο,

«φρόνιμο» κορίτσι, υπάκουο, συνεπές, με πολύ καλές επιδόσεις στο σχολείο, πάντοτε καθαρό και συγυρισμένο, «νοικοκυρά» (απολαμβάνει να μαγειρεύει), «αγνό» (δεν επηρεάζεται ή δείχνει ότι δεν επηρεάζεται από τα σεξουαλικοποιημένα ιδεώδη ομορφιάς που προωθούνται από τα ΜΜΕ, δεν κάνει παρέα με αγόρια).

(Απόσπασμα από σημειώσεις πεδίου κατά την επίσκεψή μου στο σπίτι της Ροδοθέας)

Η Ροδοθέα είναι ένα δεκάχρονο κορίτσι που ζει στην αγροτική περιοχή, το οποίο γνωρίζω πολύ καλά. Ήταν μια από τις μαθήτριες μου στην Ε΄ τάξη στο δημοτικό σχολείο του χωριού που δίδασκα, συνεπώς την έχω ζήσει πολύ καλά τόσο στην τάξη, όσο και στη σχολική αυλή, μέσα από τις αλληλεπιδράσεις της με τα άλλα παιδιά. Ταυτόχρονα είχα την ευκαιρία να την γνωρίσω καλύτερα μέσα από τη συνέντευξη που είχα κάνει στο σπίτι της με την ίδια και τη μητέρα της, Μαγδαλένα, από την ομάδα εστίασης που είχε γίνει με άλλα κορίτσια του σχολείου στην αγροτική περιοχή και μέσα από τη σχετική εκπαιδευτική παρέμβαση.

Η Ροδοθέα είναι φανερό ότι προέρχεται από μια σχετικά πιο εύπορη οικογένεια σε σχέση με τα περισσότερα παιδιά στην αγροτική περιοχή, κάτι που τη διαφοροποιεί όσον αφορά το κοινωνικοοικονομικό της υπόβαθρο. Η μητέρα της, Ουκρανή στην καταγωγή (τα τελευταία είκοσι χρόνια ζει στην Κύπρο και γνωρίζει πολύ καλά ελληνικά), είναι ράφτρα και δουλεύει από το σπίτι, ενώ ο πατέρας της, καταγόμενος από το χωριό, ασχολείται με τις κτηματικές επιχειρήσεις. Η Ροδοθέα έχει δύο αρκετά μεγαλύτερα ετεροθαλή αδέρφια, τα οποία ζουν στην Ουκρανία, οπότεν στην ουσία μεγαλώνει στην Κύπρο ως μοναχοπαίδι. Ζει σε ένα πολύ μεγάλο και αρκετά πλούσιο σπίτι, πάει οικογενειακώς ταξίδια στο εξωτερικό και πολύ συχνά επισκέψεις και διακοπές σε πόλεις της Κύπρου, γιατί όπως είπε η μαμά της, θέλει να βγει από την κλειστή κοινωνία του χωριού, να «ανοίξει το μάτι της». Σε αντίθεση με τα περισσότερα παιδιά στην αγροτική περιοχή, η Ροδοθέα δέχεται πολλή καθοδήγηση από τη μητέρα της σε σχέση με την κατανάλωση των ΜΜΕ και οι δυο τους εμπλέκονται πολύ συχνά σε συζητήσεις σχετικά με «αρνητικά» πρότυπα της поп μουσικής κουλτούρας (π.χ. Justin Bieber, Miley Cyrus), αλλά και σε σχέση με τον καταναλωτισμό και τις πρακτικές ομορφιάς. Μητέρα και κόρη είναι πολύ δεμένες, είναι «φίλες» όπως είπε η Μαγδαλένα, και περνούν πολύ χρόνο μαζί, κάνοντας διάφορες δραστηριότητες: ακούν μουσική, χορεύουν, παν βόλτες, συζητούν πολύ, διαβάζουν, καθαρίζουν, μαγειρεύουν, ράβουν. Όπως και αρκετά άλλα παιδιά στην αγροτική περιοχή, η Ροδοθέα περνά αρκετό από τον χρόνο της σε εκκλησιαστικές δραστηριότητες (εκκλησιασμός, κατηχητικό). Είναι πολύ καλή μαθήτρια και η μόνη από το σχολείο της που σχεδιάζει να φοιτήσει σε ιδιωτικό σχολείο μέσης εκπαίδευσης στην

πόλη, ένα σχολείο με θρησκευτική κατεύθυνση, το οποίο διευθύνεται από Καλογοριές.

Η Ροδοθέα συνειδητά τοποθετεί τον εαυτό της εναντίον των δύο πιο βασικών συμβατικών “girlie-girl” συμβόλων της τονισμένης θηλυκότητας: της flirty, σέξι μόδας και της κουλτούρας των ετεροσεξουαλικών σχέσεων, σημεία που χαρακτηρίζουν τόσο τη ετεροσεξουαλική υπερ-θηλυκότητα της τονισμένης θηλυκότητας (Reay, 2001· Renold, 2005, 2013· Walkerdine, 1996), όσο και τη θηλυκότητα εργατικής τάξης (Archer κ.ά., 2007· Bettie, 2003). Η Ροδοθέα δεν επενδύει λοιπόν στη σέξι θηλυκότητα, αλλά στον λόγο της «καλής» θηλυκότητας (“nice” femininity) και της «παιδικότητας» (Renold, 2013), κάτι που διαγράφεται από τα παρακάτω λόγια της:

ΓΚ: Για σένα Ροδοθέα τι είναι το ιδανικό στυλ, μόδα; Τι σου αρέσει;

Ροδοθέα: Εκτός από κοντό! [...]

ΓΚ: Για ποιον λόγο δεν σου αρέσουν;

Ροδοθέα: Εεε....

[...]

ΓΚ: Κοντή μπλούζα θα φορούσες;

Ροδοθέα: Μόνο στη θάλασσα! [...] Ντρέπομαι.

Όσον αφορά την εμφάνιση που ακολουθεί, αν και αντιστέκεται σε υπερ-θηλυκούς λόγους και πρακτικές, έχοντας ένα πιο «συντηρητικό» ντύσιμο σε σχέση με κάποια άλλα κορίτσια, εντούτοις εξακολουθεί να συμβαδίζει με άλλα χαρακτηριστικά συμβατικής, εμφατικής θηλυκότητας και να υπόκειται στην πατριαρχική επιτήρηση της ανδρικής ματιάς (Renold, 2000) και στα πρότυπα της θηλυκής ομορφιάς. Η «εναλλακτικότητα» της προκαλεί εν μέρει κάποιες συμβάσεις της ετεροσεξουαλικής girlie θηλυκότητας, χωρίς να σημαίνει όμως ότι απορρίπτει την ετεροσεξουαλικότητα ή άλλους έμφυλους κυρίαρχους λόγους. Αντιθέτως η θηλυκότητα που κτίζει επίσης αντλεί ισχυρά μηνύματα από αυτές τις συμβάσεις.

Έτσι, αν και δεν ντύνεται με «κοντά» και σέξι ρούχα, εξακολουθεί να ενδιαφέρεται για την ελκυστική και περιποιημένη της εμφάνιση: επιλέγει να φορεί ρούχα μοντέρνα και θηλυκά, συχνά από ακριβές αθλητικές μάρκες, μακιγιάρεται «πολύ λίγο» και στις κατάλληλες περιστάσεις, φτιάχνει τα μαλλιά της, βάφει τα νύχια της, φορεί αρώματα. Ακόμα, παίρνει στοιχεία από τη δημοφιλή ποπ κουλτούρα, θαυμάζει σεξουαλικοποιημένες σταρ, όπως η Katy Perry, και αναπτύσσει ως ένα βαθμό τη θηλυκότητα της με βάση αυτά τα πρότυπα, θέτοντας όμως ένα «αποδεκτό» όριο. Δεν απορρίπτει λοιπόν την κυρίαρχη και

συμβατική όψη της θηλυκότητας, εξακολουθεί να θέλει να είναι «όμορφη» και «θηλυκή», απλά επιλέγει να απορρίψει μόνο ένα συγκεκριμένο της κομμάτι, αυτό της σέξι θηλυκότητας. Οι θρησκευτικοί, οικογενειακοί και κοινωνικοί περιορισμοί που βιώνει αποζημιώνονται, συμβαδίζοντας ως ένα βαθμό και στο κατάλληλο όριο, με κυρίαρχους λόγους θηλυκότητας που υπάρχουν στην κοινότητα και στο σχολείο της, αλλά και μέσω του πολιτισμικού συναλλάγματος της δημοφιλούς κουλτούρας και μόδας.

Για αυτό και είναι ένα κορίτσι ιδιαίτερα δημοφιλές και αγαπητό που δεν δέχεται την κοινωνική περιθωριοποίηση που συχνά βιώνουν κορίτσια με εναλλακτικές θηλυκότητες (βλ. Jackson, 2006· Reay, 2001· Renold, 2001, 2005). Φαίνεται λοιπόν ότι κορίτσια που αντιστέκονται σε υπερ-θηλυκούς λόγους, αλλά δεν προκαλούν όλα τα έμφυλα όρια και εξακολουθούν να εμπλέκονται σε ετεροσεξουαλικές πρακτικές που εξασφαλίζουν τη θηλυκότητα τους, συνεχίζουν να απολαμβάνουν κοινωνική αποδοχή.

Η Ροδοθέα, ακόμα, κοινωνικά συναναστρέφεται κυρίως με κορίτσια. Όπως είπε: «Στα αγόρια δεν ξέρω τους χαρακτήρες τους γιατί δεν κάνω παρέα με τα αγόρια, κάνω παραπάνω με τα κορίτσια». Όσον αφορά τη μη εμπλοκή της σε σχέσεις, ρομαντικές ή φιλικές, με τα αγόρια, αυτή είναι μια στάση που πολύ πιθανόν να καθοδηγείται από τη μητέρα της κι από τη στενή της σχέση με τη θρησκεία. Ωστόσο, η μη εμπλοκή της σε ετεροσεξουαλικές σχέσεις, δεν σημαίνει απαραίτητα έλλειψη ενδιαφέροντος για το ρομάντζο με τα αγόρια: η ίδια είχε παραδεχτεί στην ομάδα εστίασης το ενδιαφέρον της για τον Μιχάλη, ένα «όμορφο» αγόρι στο Γυμνάσιο, την είχα ακούσει να συζητά με τις φίλες της στο σχολείο για αγόρια, ενώ είναι επιθυμητή από κάποια αγόρια στο σχολείο, στα οποία όμως δεν ανταποκρίνεται. Η Ροδοθέα λοιπόν βρίσκει έναν τρόπο να ανταποκρίνεται στην κουλτούρα των ετεροσεξουαλικών σχέσεων, αναπτύσσοντας ένα είδος αυτο-ρύθμισης: λαμβάνει σοβαρά υπόψη τις ανησυχίες τις μητέρας της, τις θρησκευτικές πεποιθήσεις και τις κοινωνικές προσδοκίες από τη συντηρητική κοινωνία του χωριού της, τις οποίες βρίσκει τον τρόπο να εξισορροπεί, αφού εμπλέκεται ως ένα «αθώο» βαθμό σε λόγους ρομάντζου, έτσι δημιουργεί για τον εαυτό της μια «σωστή» κοινωνική εικόνα και φήμη. Γνωρίζει τους κινδύνους της υπερ-σεξουαλικοποιημένης συμπεριφοράς και καταφέρνει να κρατήσει ένα επιθυμητό και κοινωνικά αποδεκτό επίπεδο σεξουαλικής ελκυστικότητας και ετεροσεξουαλικής εμπλοκής στην κοινότητα της.

Η Ροδοθέα λοιπόν, αν και μοιράζεται μεγάλο μέρος των ενδιαφερόντων και ανησυχιών των συνομήλικων κοριτσιών της στην αγροτική κοινότητα, ταυτόχρονα αποκλίνει από ηγεμονικούς λόγους θηλυκότητας της εργατικής τάξης και κάνει ευέλικτους ελιγμούς και ταυτίσεις στηριζόμενη σε ποικιλία πολιτισμικών πηγών. Το γεγονός ότι βρίσκεται πολύ κοντά στην ασφάλεια της «μεσαίας τάξης» τη «σώζει» από την κριτική και

απόρριψη που πιθανόν να αντιμετώπιζε από τους συνομήλικους της λόγω της διαφοροποιημένης θηλυκής της συγκρότησης. Το κοινωνικό της υπόβαθρο, λοιπόν, της προσφέρει θεσμική προστασία και την ευκαιρία για συγκρότηση ενός εναλλακτικού νεοφιλελεύθερου έμφυλου εαυτού, μέσα από τον οποίο μπορεί να συγκροτήσει τον εαυτό της ως θηλυκό και επιθυμητό (Youdell, 2005). Έτσι, μπορεί να ισορροπήσει μεταξύ θηλυκότητας, εξυπνάδας και «καλής» και «φρόνιμης» θηλυκότητας απολαμβάνοντας κοινωνική κινητικότητα, δύναμη, στάτους και ετεροσεξουαλική έγκριση. Καταφέρνει έτσι να ισορροπήσει τη θέση της σε όλους αυτούς τους λόγους, φαίνεται να έχει αυτοπεποίθηση για το πώς να είναι «κορίτσι» κι έτσι επιτυγχάνει δημοτικότητα και απόλυτη αποδοχή.

Η περίπτωση της Ροδοθέας, λοιπόν, φανερώνει τη σημαντικότητα της αναγνώρισης του κοινωνικού, ταξικού, πολιτισμικού πλαισίου στην παραγωγή έμφυλων υποκειμενικότητων (βλ. Ali, 2003· Youdell, 2005). Ωστόσο είναι εξίσου βασική η αναγνώριση των κινδύνων που προκύπτουν από την αυστηρή κατηγοριοποίηση κι από την τοποθέτηση ουσιοκρατικών ετικετών, π.χ. θηλυκότητα εργατικής τάξης ή μεσαίας τάξης, αφού είναι πολύ πιθανόν τα υποκείμενα να κινούνται ανάμεσα σε διάφορους λόγους, αναπτύσσοντας ρευστές ταυτότητες και «σχιζοφρενείς υποκειμενικότητες» (βλ. Jackson κ.ά., 2012· Renold & Ringrose, 2011). Όπως έδειξε η ιστορία της Ροδοθέας, τα υποκείμενα μοιράζονται λόγους και μορφές πολιτισμικού κεφαλαίου από την τάξη και το περιβάλλον τους, χωρίς αυτό να σημαίνει απόλυτο περιορισμό και ομοιογένεια σε αυτά.

«Άλλα» Αγόρια και Κορίτσια: Συγκροτώντας Εναλλακτικές Έμφυλες

Υποκειμενικότητες

Μέσα από τα παραπάνω έγιναν φανερά διάφορα συμβατικά έμφυλα πρότυπα ανδρισμού και θηλυκότητας που τα παιδιά ακολουθούν, τα οποία αναδύονται μέσα από τα πρότυπα ομορφιάς, την εικόνα του σώματος, τις πρακτικές ενασχόλησης με την εμφάνιση και συμπεριφορές. Ωστόσο, οι έμφυλες συμβάσεις και η «έμφυλη τάξη» της σύγχρονης κοινωνίας είναι πάντοτε πιθανό να αναδομηθεί, να διαφοροποιηθεί, αναδεικνύοντας τη δημιουργική φύση της εμπρόθετης δράσης που τα παιδιά διαθέτουν. Όπως αναφέρει η Youdell (2005), οι έμφυλες και σεξουαλικές υποκειμενικότητες μπορούν να γίνουν αντιληπτές ως απαρτίζοντες αστερισμοί που δημιουργούν τόσο πιθανότητες, όσο και περιορισμούς για το «ποιοι» και «ποιες» τα παιδιά μπορούν να είναι.

Παρακάτω θα παρουσιαστούν τρεις περιπτώσεις παιδιών, του Αλέξη, της Άννας και του Φοίβου, τα οποία αποτελούν παραδείγματα ανατροπής των παραδοσιακών

έμφυλων νόρμων και ανάπτυξης πολύπλοκων και κάποτε αντικρουόμενων έμφυλων υποκειμενικότητων. Τα τρία παιδιά που παρουσιάζονται πιο κάτω είναι υποκείμενα που δρουν με πρόθεση. Σύμφωνα με τους όρους της Butler (1997), τα παιδιά αποκτούν λογοθετική εμπρόθετη δράση (discursive agency) κι έτσι επανανοηματοδοτούν τη συμβατική σχέση έγκλησης και νοήματος, δίνοντας νόημα σε υποτελείς, απαρνούμενους, αποσιωπημένους έμφυλους λόγους. Τα παρακάτω παραδείγματα δίνουν έμφαση στις διαδικασίες με τις οποίες το φύλο και οι σεξουαλικές ταυτότητες συγκροτούνται στα σύγχρονα πλαίσια και φανερώνουν τους τρόπους με τους οποίους τα παιδιά μπορούν να χειριστούν πληγωμένες, υποβαθμισμένες έμφυλες ταυτότητες και να συγκροτήσουν νόμιμους Άλλους εαυτούς μέσα από καθημερινές πρακτικές (Youdell, 2004).

Η περίπτωση του Αλέξη. Ο Αλέξης, ο Ηλίας και ο Νεοκλής είναι δεκάχρονα τρίδυμα αδέρφια, τα οποία επισκέφθηκα στο σπίτι τους για συνέντευξη τόσο στο πιλοτικό στάδιο, όσο και στο ερευνητικό στάδιο της έρευνας. Αποσπάσματα από τον Νεοκλή και τον Ηλία έχουν παρατεθεί σε άλλα σημεία της διατριβής. Είναι δύο αγόρια που ακολουθούν πιστά την ηγεμονική διάσταση του φύλου τους. Ασχολούνται πολύ έντονα με το ποδόσφαιρο, πάνε καθημερινά προπονήσεις και συμμετέχουν σε πολλά τουρνουά, αγαπούν τη δράση και τον κίνδυνο (παρακολουθούν ταινίες δράσης, παίζουν βιντεοπαιχνίδια με δράση, πολεμικά παιχνίδια, στρατιωτάκια, όπλα), ενώ τονίζουν ότι δεν ενδιαφέρονται για τη μόδα και την ομορφιά, παρά μόνο για την ένδυση με αθλητικές μάρκες. Ο Αλέξης διαφέρει σε πολλά σημεία τόσο από τα αδέρφια του, όσο κι από τα περισσότερα αγόρια στην έρευνα. Με τα ενδιαφέροντα, τη συμπεριφορά του και τις πρακτικές που ακολουθεί δίνει μια άλλη, διαφοροποιημένη διάσταση στην έμφυλη οριοθέτηση και αναδεικνύει περιθωριοποιημένους λόγους, επαναχαράζοντας μια διαφορετική έμφυλη υποκειμενικότητα.

Ο Αλέξης είναι ένα αγόρι το οποίο, σε αντίθεση με την πλειοψηφία των αγοριών στην έρευνα, περήφανα και φανερά εκδήλωσε το ενδιαφέρον του για τη μόδα. Αυτό είναι ένα ενδιαφέρον στο οποίο και ο ίδιος αναφέρθηκε συχνά στις συνεντεύξεις του, αλλά και οι γονείς του. Οι γονείς του, μιλώντας και για τα τρία τους παιδιά, ανέφεραν ότι ο Νεοκλής δεν ενδιαφέρεται καθόλου για τη μόδα και το ντύσιμο του, ενώ ο Ηλίας ενδιαφέρεται μόνο για το αθλητικό στυλ και τις αθλητικές μάρκες. Από την άλλη, μιλώντας για τον Αλέξη, ανέφεραν ότι ξετρελαίνεται για τα ψώνια και ότι θα μπορούσε να σπαταλήσει «χιλιάδες ευρώ» κάθε φορά που ψωνίζει. Τόνισαν ότι ενδιαφέρεται ιδιαίτερα για ακριβές μάρκες, τις οποίες θέλει να επιδεικνύει στους φίλους του, ώστε να δείχνει “cool”. Σύμφωνα με τους γονείς, του αρέσει πολύ το «μοντέρνο» και “trendy” στυλ, ενώ ο πατέρας του αναφέρεται

στα “flashier” και “crazy stuff” που επιμένει να αγοράζει, όπως ρούχα του break dance και του hip hop και αξεσουάρ όπως κασκόλ, γυαλιά του ήλιου, καπέλα, επίσημο σακάκι, μπότες. Η μητέρα του επίσης ανέφερε ότι του δείχνει «πλήρη εμπιστοσύνη» στο τι θα διαλέξει από τα καταστήματα γιατί έχει την ικανότητα να διαλέγει και να συνδυάζει άψογα τα ρούχα του.

Ο Αλέξης επίσης τόνισε συχνά το ενδιαφέρον του στη μόδα. Θεωρεί σημαντική τη δημόσια του εικόνα, έτσι δήλωσε ότι ενδιαφέρεται για το τι θα φορούσε σε ένα πάρτι γενεθλίων. Όπως είπε σε ένα πάρτι θα επέλεγε να βάλει «τα τέλεια» του ρούχα, δηλαδή «ένα τέλειο παντελόνι που κλείνει κάτω με λάστιχο και είναι πράσινο και πάνω ένα φούτερ πορτοκαλί με κουκούλα». Στην πιλοτική συνέντευξη επίσης ανέφερε ότι σε ένα πάρτι θα ήθελε να φορέσει ένα τζιν «που του αρέσει πολύ» και μια συγκεκριμένη μπλούζα που ταιριάζει, «είναι ζευγάρι». Επίσης απορρίπτει έμφυλους περιορισμούς και στερεότυπα όσον αφορά τη μόδα και τα χρώματα, αναφέροντας ότι του αρέσει να φορέει διάφορα χρώματα, ακόμα και ροζ ρούχα. Ωστόσο, το ενδιαφέρον στο σημείο αυτό δεν είναι μόνο η ενασχόληση με τη μόδα και τη δημόσια εικόνα —κάτι στο οποίο εμπλέκονται πολλά συνομήλικα του αγόρια— αλλά η τόλμη και η διάθεση του να το παραδεχτεί και να μιλήσει ευθέως για αυτό, αφού η παραδοχή ενδιαφέροντος για τη μόδα και την εμφάνισή δεν θεωρείται καθόλου “cool” για τα περισσότερα αγόρια (Renold, 2005). Ο Αλέξης φαίνεται να μην προβληματίζεται καθόλου από αυτόν τον περιοριστικό νορματικό έμφυλο λόγο και με το επιτελεστικό του habitus ελεύθερα επιτελεί και νομιμοποιεί μια εναλλακτική έμφυλη υποκειμενικότητα, η οποία κτίζεται σε μεγάλο βαθμό με την ενασχόληση του με τη μόδα.

Ο Αλέξης, επίσης, εξέφρασε το ενδιαφέρον του για κοσμήματα, όπως σκουλαρίκια και βραχιόλια, τα οποία, όπως είπε του αρέσουν γιατί «με κάνουν με πιο όμορφο», ενώ στην πορεία με περηφάνια φόρεσε το μαγνητικό του σκουλαρίκι για να του το δείξει. Το piercing εξάλλου αποτελεί μια πρακτική που μεταφέρει τόσο μηνύματα επιτέλεσης νορματικής αρρενωπότητας, αλλά αποτελεί και ισχυρή έκφραση «αυτονομίας», «ατομικότητας» και «διαφορετικότητας» (Armstrong κ.ά., 2004· Gill κ.ά., 2005), λόγοι που φαίνεται να ενδιαφέρουν ιδιαίτερα τον Αλέξη. Φανερό ήταν η διαφοροποίηση από τα αδέρφια του σε σχέση με το στυλ αυτό, οι οποίοι, όταν τους ρώτησα αν έχουν κι αυτοί τέτοια αξεσουάρ, ο Ηλίας απάντησε «όχι, δεν κάνουμε έτσι πράγματα [...] Δεν είναι του στυλ μου», ενώ ο Νεοκλής είπε «Εμένα το στυλ μου είναι μόνο η μπάλα. Τα αθλητικά πράγματα».



Εικόνα 19. Ο Αλέξης (10 χρονών, πόλη) ποζάρει δείχνοντάς μου το σκουλαρίκι του.

Ένα ιδιαίτερα ενδιαφέρον στοιχείο στην ενασχόληση του Αλέξη με τον τομέα της μόδας αφορά, όχι μόνο τα ψώνια και το συνδυασμό ρούχων, αλλά και το ενδιαφέρον του για δημιουργία μόδας. Στην πιλοτική έρευνα ο Αλέξης πολύ ενθουσιασμένος μίλησε για τη δραστηριότητα που θα έκανε την επομένη στο καλοκαιρινό σχολείο. Όπως είπε «Αύριο που θα πάω στο summer school θα πάρω μια άσπρη μπλούζα και θα βάλουμε πάνω σπρέι που ζωγραφίζουν στον τοίχο, για να κάνουμε σχέδια πάνω στη μπλούζα. [...] Θα γράψω ‘Αλέξης Summer school’. Και από πίσω ‘Αναστασία – Brian’ (ονόματα γονιών)».

Στο επόμενο απόσπασμα ο Αλέξης μίλησε για το ενδιαφέρον του για τη μόδα και συγκεκριμένα για το ντύσιμο κούκλων σε διαδικτυακά παιχνίδια, αλλά και τη δημιουργία ρούχων για τη Barbie:

ΓΚ: Τούτοι οι κούκλοι είναι από online game που ντύνεις κούκλες.

Αλέξης: Ναι ξέρω έντονα παλιά! Έχω το κι εγώ! [...] Ναι επειδή βαριόμουνα κι ας πούμε μου αρέσει να κάνω fashion freaks (έντονα). Έντονα κορίτσια, αγόρια. Και με φωνάζουν γκέι τάχα επειδή κάνω έτσι [υψώνει τον τόνο φωνής, δείχνει ενοχλημένος, θυμωμένος, ειρωνικά]. Δεν έχει καμία σχέση. Επειδή μου αρέσει το fashion, να ντύνω κι έτσι.

ΓΚ: Ποιος σε είπε έτσι;

Αλέξης: Πολλοί.

Ηλίας: Κολλητοί.

Αλέξης: Ότι είχα κούκλες, αλλά τις έπιανα... δεν τις έπιανα για να παίζω. Τις έπιανα απλώς για να αλλάζω ρούχα, γιατί μου αρέσει να τους φτιάχνω ρούχα και

να τις ντύνω. Έπαιρνα υφάσματα και τα έκοβα και έκανα δικά μου σχέδια κι έτσι κι έραβε μου κι ο παπάς κάτι άλλο πάνω.

ΓΚ: Μπράβο, έχεις πολύ ταλέντο σημαίνει!

Αλέξης: Δεν ήταν για να παίζω που είχα κούκλες. Έχω και μια πεταγμένη εκεί με τα ρούχα της, αλλά τη βαρέθηκα [...] (Έντονα κούκλες με) μαλλιά ξανθά, Barbie κι έτσι. Γιατί η Barbie πάντα έχει καλά ρούχα!

ΓΚ: Τι σου αρέσει;

Αλέξης: Το στυλ της, τα φορέματα. Τα μακριά τα φορέματα.. τα φουντωτά! Και κάποιες φορές κόβω (κομμάτια) από πάνω και μπορεί να κάμω δικά μου, πολύχρωμα ρούχα ας πούμε.

Στο απόσπασμα αυτό ο Αλέξης υπερασπίστηκε με πάθος το ενδιαφέρον του για τη μόδα, ένα ενδιαφέρον για το οποίο έχει δεχτεί επιτήρηση και εχθρότητα από συμμαθητές, ακόμα κι από «κολλητούς» του στο σχολείο. Το ενδιαφέρον του για τη μόδα και τις κούκλες έχει προκαλέσει ομοφοβικά σχόλια και συγκεκριμένα το χαρακτηρισμό του ως «γκέι». Η χρήση ομοφοβικού λόγου και χαρακτηρισμών αποτελεί συχνή πρακτική στην κουλτούρα των έφηβων αγοριών, οι οποίοι με αυτό τον τρόπο εγκαθιδρύουν ιεραρχίες στην αρρενωπότητα (Connell, 1996).

Όσον αφορά τον τρόπο αντιμετώπισης από τον Αλέξη φαίνεται να συμβαίνουν δύο πράγματα. Από τη μια η φράση «με φωνάζουν γκέι τάχα» φέρει ομοφοβικά μηνύματα και εκ μέρους του Αλέξη, ο οποίος φαίνεται να συγκατατίθεται με την κυρίαρχη χροιά της κατηγορίας, προσπαθώντας να αποστασιοποιηθεί από τον χαρακτηρισμό αυτό. Ταυτόχρονα, θεώρησε σημαντικό να τονίσει, για να υπερασπίσει τον εαυτό του, ότι δεν χρησιμοποιούσε τις κούκλες για να παίζει, αλλά μόνο για να τους φτιάχνει ρούχα.

Από την άλλη, το γεγονός ότι ανέφερε από μόνος του τι λένε οι άλλοι απλά για να το απορρίψει στη συνέχεια στην ίδια πρόταση είναι μια προσπάθεια να μετατρέψει την πληγή (wound) σε επαναγραφή (reinscription), όπως θα έλεγε η Youdell (2004). Η επιτελεσματικότητα του λόγου του και η χρήση της κατηγοριακής ταυτότητας «γκέι», λειτουργεί για τον Αλέξη τόσο περιοριστικά, όσο και δίνοντάς του την πιθανότητα για αλλαγή. Θυμίζει το παράδοξο που χαρακτηρίζει τη διαδικασία υποκειμενικοποίησης, για το οποίο μιλά η Butler (1993/2008, 1997), όπου το υποκειμενικοποιημένο υποκείμενο, μέσω των πρακτικών του λόγου και της επιτελεστικής συγκρότησης, ταυτόχρονα καθίσταται ως υποκείμενο, αλλά και δέχεται σχέσεις εξουσίας. Ο Αλέξης δέχεται την εξουσία από τους γύρω του, χαρακτηριζόμενος με ειρωνεία ως «γκέι», όμως ταυτόχρονα δημιουργεί τη δική του ανασηματοδότηση σε αυτό. Ο λόγος εξάλλου πάντοτε είναι

ανοικτός στην αποτυχία και στην παραγνώριση (misfire), προκαλώντας μη προσδοκώμενες συνέπειες και επανανοηματοδότηση. Οι πολιτισμικοί περιορισμοί για ετεροσεξουαλικότητα είναι εμφανείς, όμως ο ίδιος δημιουργεί την έμφυλη και σεξουαλική του υποκειμενικότητα με εμπρόθετη δράση κι είναι ανοιχτός στην αλλαγή. Η έγκληση του ως «γκέι» μπορεί να τον πληγώνει και να θέλει από τη μια να αποστασιοποιηθεί από αυτή την κατηγορία, αλλά ταυτόχρονα μέσα από την έγκλησή του γίνεται «αναγνωρίσιμος», αποκτά «λογοθετική εμπρόθετη δράση» (Butler, 1997, σελ. 15), άρα πλέον αποτελεί ένα υποκείμενο που μπορεί να δράσει με πρόθεση και εμπρόθετη δράση. Με άλλα λόγια, τα σχόλια και η ειρωνεία των συμμαθητών του δίνουν νόημα και προσδίδουν νομιμότητα σε αυτή την εναλλακτική του ταυτότητα (Youdell, 2004). Αν και αυτό φαίνεται να ενοχλεί τον Αλέξη, εντούτοις ο ίδιος έχει το θάρρος να υπερασπίζεται τις επιλογές του.

Σημαντικό στοιχείο στην ενθάρρυνση της εμπρόθετης δράσης του Αλέξη για επιτέλεση μιας εναλλακτικής έμφυλης υποκειμενικότητας φαίνεται να ήταν η υποστήριξη του πατέρα του στο ενδιαφέρον του για τη μόδα, ο οποίος μάλιστα τον βοηθούσε στο ράψιμο. Το γεγονός ότι ο πατέρας του δεν είναι Κύπριος -είναι Αμερικάνος- και με υψηλό μορφωτικό κεφάλαιο -είναι ακαδημαϊκός-, καθώς και το ότι, όπως μου είπε ο ίδιος, απολαμβάνει να εμπλέκεται σε παραδοσιακά «θηλυκές» δραστηριότητες, όπως μαγειρική, ζαχαροπλαστική, καθάρισμα κλπ, είναι πιθανόν να συνέβαλαν στον τρόπο αντιμετώπισης και στήριξης του Αλέξη.

Πέρα από τη μόδα, ο χορός αποτελεί την άλλη μεγάλη αγάπη του Αλέξη. Όπως χαρακτηριστικά η μητέρα του ανέφερε, ο Αλέξης «περπατά, χορεύει και αυτοσχεδιάζει». Ο Αλέξης εντόπισε το μεγαλύτερο του ταλέντο στο χορό, μιλώντας ενθουσιασμένος για τα μαθήματα χορού που παρακολουθεί στα οποία μαθαίνει χιπ χοπ, break dance, λάτιν και bachata. Είπε επίσης ότι μεγαλώνοντας θα γίνει «Δάσκαλος χορού. Τελεία και παύλα», ενώ σχεδίαζε, το καλοκαίρι που θα πάει ταξίδι στην Αμερική, να συμμετάσχει σε ένα διαγωνισμό χορού, στον οποίο θα χορέψει χιπ χοπ και θα προβληθεί από το YouTube.

Τα δύο του μεγάλα ενδιαφέροντα, η μόδα κι ο χορός, φαίνεται να είναι αλληλένδετα, αφού όπως είπε, αγαπημένος του χορός είναι το χιπ χοπ και ο λόγος είναι «τα ρούχα που φοράμε». Ακόμα, σύμφωνα με τους γονείς του, ο Αλέξης συχνά μπαίνει στο ίντερνετ, βλέπει το πώς ντύνονται οι χορευτές του break dance και του hip hop και τους αντιγράφει. Για αυτό συνήθως τα ρούχα που επιλέγει να αγοράζει συνάδουν με το στυλ των χορευτών του break dance και του hip hop.

Όσον αφορά την «ομορφιά», ο Αλέξης αποτέλεσε ίσως το μοναδικό αγόρι στην έρευνα που μίλησε ευθέως για αυτήν και περήφανα διέδιδε ότι είναι «όμορφος», σε

αντίθεση με τα περισσότερα παιδιά στην έρευνα που εξέφρασαν την πεποίθηση ότι το ενδιαφέρον και η έγνοια για την ομορφιά αποτελεί γυναικεία υπόθεση. Όπως είπε:

Αλέξης: Αλλά εγώ είμαι ο πιο όμορφος στην τάξη (του χορού). [...] Είμαι ο πιο μεγάλος, ο πιο έξυπνος, ο πιο όμορφος! Πήρα από τον Αλέξη! [...] Βασικά από τον παπά δεν πήρα τίποτε, τίποτε. Ευτυχώς! Αν έπαιρνα από εκείνον θα ήμουν πολύ πιο άσχημος [γέλιο]!

Επίσης, ο Αλέξης ευθέως αναφέρθηκε σε ποπ αστέρια, όπως τον Zayn Malik των One Direction και τον MattyBRaps, αναφέροντας και για τους δύο ότι είναι «κούκλοι». Ιδιαίτερα για τον MattyBRaps είπε: «είναι ένας κούκλος μικρός που τραγουδά», ενώ εξήγησε τον χαρακτηρισμό «κούκλος» λέγοντας: «Το μαλλί του, τα μάτια του, έχει σκουφάκια που γράφουν το όνομά του...». Είναι ενδιαφέρον ότι οι χαρακτηρισμοί «όμορφος/η», «κούκλος/α» χρησιμοποιήθηκαν κυρίως από κορίτσια σε σχέση με αγαπημένους τους διάσημους/ες τραγουδιστές/ριες. Τα αγόρια, εκφράζονταν κυρίως σε σχέση με τα μουσικά κριτήρια κι όταν μιλούσαν για την εξωτερική εμφάνιση αγαπημένων τους καλλιτεχνών συνήθως εκφράζονταν με πιο συγκρατημένο τρόπο και χωρίς σχετικούς χαρακτηρισμούς, πιθανόν για αποφυγή οποιασδήποτε παρεξήγησης σχετικά με την ετεροσεξουαλική τους υποκειμενικότητα, κάτι που δεν φαίνεται να απασχολεί τον Αλέξη καθόλου. Επίσης ενδιαφέρον είναι και το ότι ο Αλέξης δεν χρησιμοποίησε αυτούς τους χαρακτηρισμούς για όμορφες τραγουδίστριες ή γυναίκες σύμβολα ποπ κουλτούρας.

Σε άλλο σημείο της συνέντευξης, όταν ο Αλέξης μίλησε για τον Justin Bieber δήλωσε ότι έχει «ωραία φωνή μόνο», απέφυγε να απαντήσει στην ερώτηση κατά πόσο τον θεωρεί «όμορφο» και εξέφρασε αηδία για τα ρούχα και το στυλ του, λέγοντας για αυτά «γιαξ». Όταν μου το είπε αυτό ο Αλέξης είχα την εντύπωση ότι προσπαθούσε (για ακόμη μια φορά) να αποστασιοποιηθεί από οποιαδήποτε υπόνοια ομοφυλοφιλικής πιθανότητας, θέλοντας έτσι να εκφράσει ένα καθαρά ετεροσεξουαλικό λόγο. Το περιστατικό αυτό φανερώνει τον πολυδιάστατο τρόπο δράσης των παιδιών σε σχέση με τη διαπραγμάτευση της έμφυλης τάξης, κατά τον οποίο ταυτόχρονα δημιουργούν πολλαπλές, πολύπλοκες, ρευστές και ίσως αντικρουόμενες έμφυλες στρατηγικές ταυτόχρονα (Connell, 2005/2006· Renold & Ringrose, 2011· Vares κ.ά., 2011).

Μέσα από τις παραπάνω πρακτικές και επιτελεστικό habitus, λοιπόν, ο Αλέξης καταφέρνει να νομιμοποιήσει μια διαφοροποιημένη, υποβαθμισμένη έμφυλη και σεξουαλική υποκειμενικότητα, αποτελώντας παράδειγμα των τρόπων με τους οποίους οι ταυτότητες είναι δυνατόν να χαράζονται και να επανα-χαράζονται μέσω καθημερινών

πρακτικών. Η περίπτωση του Αλέξη δείχνει ακόμα τη λειτουργία των λόγων και πώς τα παιδιά μπορούν σιωπηρά και με γνώση να αρνηθούν πληγωμένες και υποβαθμισμένες ταυτότητες που τους αποδίδονται, να προκαλέσουν τα όρια του περιοριστικού/νορματικού λόγου, εξασκώντας πολιτικές επιτελεστικής επανα-εννοιοδότησης (Youdell, 2004).

Η περίπτωση της Άννας. Η Άννα είναι ένα δεκατρίαχρονο κορίτσι, το οποίο μπορεί να εκληφθεί ως παράδειγμα συγκρότησης νέας, εναλλακτικής θηλυκότητας. Με τις επιλογές και τις πρακτικές της προκαλεί τα παραδοσιακά χαρακτηριστικά «θηλυκότητας» -όπως την έντονη ενασχόληση με την εμφάνιση και τη μόδα- κι αναπτύσσει τα δικά της ενδιαφέροντα. Αντιστέκεται λοιπόν σε πιέσεις κομοφορμισμού, αναπτύσσει εμπρόθετη δράση, ερχόμενη σε σύγκρουση με έμφυλες νόρμες, επαναπροσδιορίζοντας τη θηλυκότητα.

Η Άννα έρχεται σε σύγκρουση με τη συμβατική θηλυκότητα με τις επιλογές της στη μόδα και στην εμφάνιση. Γενικότερα η Άννα διαφοροποιείται από την κλασική όψη της τονισμένης και girly θηλυκότητας, κατά την οποία τα κορίτσια ασχολούνται έντονα με την εμφάνιση τους, στολίζονται και μακιγιάρονται. Μιλώντας για τις χάρτινες κούκλες, η Άννα θεωρεί ότι ταυτίζεται και μοιάζει περισσότερο στη μη σεξουαλικοποιημένη κούκλα, λέγοντας: «Έτσι είναι περίπου το στυλ μου, παντελόνι, παπούτσια flat, φανέλες. Χωρίς πολλά πολλά... τούτο [δείχνει τη σεξουαλικοποιημένη κούκλα] είναι πιο... σκουλαρίκια... τέτοια ρούχα, παπούτσια δεν είναι το στυλ μου».

Η Άννα φαίνεται να αναγνωρίζει τη βασική της διαφορά από τις έμφυλες νόρμες που επικρατούν σε σχέση με την εμφάνιση των περισσότερων κοριτσιών, αφού όπως είπε «το στυλ μου δεν ταιριάζει με καμιά από τις φίλες μου», οι οποίες συνηθίζουν να ντύνονται με «ωραία» ρούχα. Ωστόσο, δεν έδειξε να επηρεάζεται καθόλου από αυτή την κυρίαρχη θηλυκότητα και εξακολούθησε με αποφασιστικότητα να υποστηρίζει το δικό της στυλ:

ΓΚ: Αν σου πει μια φίλη σου «το τάδε πράγμα στο τάδε κατάσταση είναι ωραίο», αυτό θα σε επηρεάσει;

Άννα: Όχι γιατί εμένα το στυλ μου δεν ταιριάζει με καμιά από τις φίλες μου [γέλιο]. Ας πούμε κάποιες από τις φίλες μου ντύνονται... πολύ... έτσι ωραία, με φορέματα, φούστες και τούτα, αλλά εγώ μπορεί να φορώ φόρμες.

Συζητώντας επίσης για το τι επέλεξε να φορέσει στο τελευταίο πάρτι γενεθλίων που είχε πάει, η Άννα ανέφερε: «έβαλα ένα τζιν και μια φανέλα. [...] μια απλή φανέλα»,

ενώ στη συνέχεια μίλησε για το πώς τα άλλα κορίτσια είχαν ντυθεί: «οι άλλες ντύθηκαν σαν να πηγαίνουν καλλιστεία! Μπορεί να φορούν μια φούστα πολύ κοντή, πουκάμισο, να βάφονται, κοσμήματα, να κάνουν... Εμένα δεν μου αρέσει να είμαι έτσι».

Δείχνει λοιπόν να αρνείται να σπαταλήσει την ενέργεια της ανησυχώντας τόσο πολύ για την εμφάνιση της και ιδιαίτερα απομακρύνεται από το σέξι στυλ που πολλά συνομήλικα της κορίτσια ακολουθούν, όπως πολύ κοντές φούστες, μακιγιάζ, κοσμήματα. Γενικά μίλησε για το στυλ αυτό, αλλά και για τα κορίτσια που το ακολουθούν, εκφράζοντας κάποια ειρωνεία («σαν να πηγαίνουν καλλιστεία», «λες και είναι στην παραλία»), υποτίμηση και δυσαρέσκεια, θεωρώντας ότι τα κορίτσια ντύνονται έτσι απλά για να εντυπωσιάσουν και να γίνουν δημοφιλείς στα αγόρια. Όπως είπε:

Άννα: Ακόμα και την στολή του σχολείου την κάνουν... γιατί θέλουν ας πούμε.. άμα έχει κάποιο που τους αρέσει, θέλουν να αρέσουν γενικά και κάνουν την στολή λες και είναι στην παραλία. Δένουν τη φανέλα, σηκώνουν το παντελόνι. Ακόμα και στο σχολείο βάφονται.

Η ίδια όπως είπε προτιμά το αθλητικό στυλ, το οποίο βρίσκει «άνετο». Μιλώντας συγκεκριμένα για παπούτσια, είπε πως έχει συνηθίσει να φορεί αθλητικά παπούτσια και μπουτάκια, ιδιαίτερα μάρκας ADIDAS ή NIKE, έτσι δεν μπορεί να βάλει κάτι άλλο, όπως μπαλαρίνες. Ωστόσο αρνήθηκε ότι αγοράζει τις μάρκες αυτές λόγω του ονόματος και του γεγονότος ότι είναι στη μόδα, διαχωρίζοντας τον εαυτό της από τα παιδιά που εκτιμούν υπερβολικά τις μάρκες. Όπως είπε: «Για κάποιους είναι πάρα πολύ σημαντικό (να φορούν μάρκες), για κάποιους όχι και τόσο. Ας πούμε τούτα τα παπούτσια εγώ τυχαία τα έπιασα [...] όχι επειδή είναι στη μόδα».

Ωστόσο, το σημείο αυτό είναι σημαντικό σε σχέση με το θέμα της συγκρότησης ταυτοτήτων, αφού μιλώντας για αυτές, ελλοχεύει συχνά ο κίνδυνος κατανόησης των ενσώματων ταυτοτήτων ως καθολικές και σταθερές, ταξινομώντας έτσι μηχανικά τη νεολαία. Στην πραγματικότητα, όμως, οι πρακτικές των παιδιών, και ιδιαίτερα εδώ της Άννας, φανερώνουν τις σύνθετες και μεταβλητές σχέσεις που υπάρχουν στα χαρακτηριστικά της ταυτότητας (βλ. Currie κ.ά., 2009, 2011). Εδώ λοιπόν φαίνεται ότι η Άννα μετακινείται μεταξύ δύο ή περισσότερων καταστάσεων/κατηγοριών και δημιουργεί μια ρευστή, υβριδική κοινωνική υποκειμενικότητα, αφού από τη μια δημιουργεί μια εναλλακτική ταυτότητα μακριά από την κυρίαρχη κουλτούρα καταναλωτισμού παραδοσιακής θηλυκότητας, αλλά από την άλλη εμπλέκεται με ένα άλλο τρόπο σε μια άλλη κυρίαρχη κουλτούρα καταναλωτισμού, αυτή των αθλητικών μαρκών. Νιώθει λοιπόν

ελεύθερη να διαλέξει αυτό που θέλει από την κυρίαρχη κουλτούρα και να απορρίψει αυτό που δεν την εκφράζει, κάτι που της επιτρέπει να δημιουργήσει μια μοναδική ταυτότητα, πολλαπλή και ρευστή, ώστε να γίνει αυτό που πραγματικά θέλει.

Η Άννα φαίνεται να προκαλεί τα όρια της παραδοσιακής θηλυκότητας, όχι μόνο με την απομάκρυνσή της από τη μόδα, το σέξι στυλ και τις πρακτικές ομορφιάς, αλλά και μέσα από τα ενδιαφέροντα της. Η Άννα ασχολείται έντονα με το ποδόσφαιρο και παρακολουθεί τους αγώνες της ομάδας της στο γήπεδο σχεδόν κάθε σαββατοκύριακο. Το δωμάτιο της είναι ντυμένο στα χρώματα της ομάδας της, το πορτοκαλί, ενώ το πορτοκαλί αποτελεί το αγαπημένο της χρώμα και στα ρούχα και τα αξεσουάρ. Επίσης ανέφερε ότι στο Facebook συχνά ανεβάζει φωτογραφίες σχετικές με το ποδόσφαιρο, σε αντίθεση με τις «σέξι» φωτογραφίες που βάζουν συχνά οι συμμαθήτριες της, αναζητώντας “likes”. Θεωρεί επίσης ότι το μεγαλύτερο της ταλέντο αποτελεί η ικανότητα της να γνωρίζει πολλά πράγματα για το ποδόσφαιρο και τους ποδοσφαιριστές, ενώ μεγαλώνοντας θέλει να ασχοληθεί με την αθλητικογραφία.

Η Άννα αντιλαμβάνεται το σέξιζμο του football narrative (Renold, 1997, 2005) σε σχέση με το ενδιαφέρον των κοριτσιών στο ποδόσφαιρο, αλλά δείχνει αποφασισμένη να προκαλέσει τις υπάρχουσες λογοθετικές πρακτικές που αποκλείουν τα κορίτσια από την ενασχόληση με το χώρο αυτό. Αναγνωρίζει, ωστόσο, ότι η ασχολία της αυτή ανήκει στην «ανδρική» κουλτούρα, αφού δεν συναντιούνται συχνά γυναίκες στον τομέα του αθλητισμού και της αθλητικογραφίας, ενώ παρατηρεί ότι οι περισσότερες γυναίκες που προβάλλονται από τα ΜΜΕ είναι μοντέλα και τραγουδίστριες. Ενώ αυτοί οι έμφυλοι περιορισμοί είναι πολύ πιθανόν να περιορίσουν το πεδίο δράσης και τις επιλογές των παιδιών, εντούτοις η Άννα δεν φαίνεται να πτοείται και δείχνει έτοιμη να διεκδικήσει το όνειρό της που πάει κόντρα στην έμφυλη τάξη. Προκαλεί λοιπόν τον σεξισμό που υπάρχει στο football narrative και δείχνει αποφασισμένη να προκαλέσει τις υπάρχουσες λογοθετικές πρακτικές που αποκλείουν τα κορίτσια από την ενασχόληση με τον χώρο αυτό, κάνοντας τον αθλητισμό μέσο αντίστασης στις girlie θηλυκότητες. Ιδιαίτερα η δήλωσή της «εκείνο που θέλω εγώ δεν υπάρχει» είναι πολύ ενδιαφέρουσα από μαπατλερική σκοπιά. Είναι μια φράση που ενώ αναδεικνύει τα όρια της γλώσσας, του λόγου στο να αντικατοπτρίσει κανείς με ακρίβεια την πραγματικότητα, ωστόσο, η Άννα καταφέρνει με την εμπρόθετη δράση που τη διακατέχει να σκεφτεί και να θέλει να γίνει κάτι για το οποίο δεν υπάρχει ορισμός, ούτε και τα ανάλογα πρότυπα.

ΓΚ: Έχετε κάποιο πρότυπο που όταν μεγαλώσετε να θέλετε να του μοιάσετε, θαυμάζετε;

Άννα: Όχι γιατί εκείνο που μου αρέσει εμένα δεν έχει πρότυπα. [...] Τα παραπάνω είναι μοντέλα, τραγουδίστριες έτσι. Εκείνο που θέλω εγώ δεν υπάρχει. [...] Δεν υπάρχει κάποια που να της αρέσει ο αθλητισμός... Ας πούμε μια αθλητικογράφο. Επειδή δεν υπάρχουν γυναίκες, είναι περισσότερο άνδρες, δεν υπάρχει κάτι.

Η Άννα, ακόμα, υποστήριξε τις επιλογές της αυτές, χωρίς να ντρέπεται ή να τις κρύβει, έστω κι αν αναγνωρίζει ότι αυτές τη διαφοροποιούν έντονα από την πλειοψηφία των κοριτσιών και από την τονισμένη θηλυκότητα που αυτά εκφράζουν. Αναγνωρίζει την έμφυλη τάξη που υπάρχει, τα στερεότυπα, ενώ όπως είπε «έχει κάποια αγόρια που μπορεί να έχουν περισσότερα με κοινά με εμένα παρά με άλλες κοπέλες και μας αρέσουν περίπου τα ίδια πράγματα». Εξαιτίας των διαφορετικών της ενδιαφερόντων και προτιμήσεις, δέχεται κάποιες φορές κριτική, ακόμα κι από φίλες της, οι οποίες θεωρούν ότι το ποδόσφαιρο είναι «βλακεία» και δεν «γίνεται» να απασχολεί μια γυναίκα, την οποία πρέπει να «αφορά μόνο η μόδα». Αυτό όμως και πάλι είναι κάτι που δεν φαίνεται να την επηρεάζει:

Άννα: Ναι, ας πούμε εγώ που πηγαίνω μπάλα και φορώ ας πούμε φόρμες (άλλα κορίτσια) το θεωρούν ότι... είναι βλακεία το ποδόσφαιρο και ότι για μια γυναίκα δεν γίνεται. Πρέπει να την αφορά μόνο η μόδα. [...] Απλά επειδή έχει ακόμα μια κοπέλα στην τάξη μου που της αρέσει τόσο [τονίζει] πολύ όσο εμένα, το ποδόσφαιρο, το πορτοκαλί τούτα τα πράγματα, μόνο με εκείνη μιλώ για το ποδόσφαιρο, γιατί οι άλλες το θεωρούν πεζό. (Οι άλλες ασχολούνται) Με τη μόδα. [...] Να παν καταστήματα μαζί, να κοιτάζουν να βρουν την... τελευταία λέξη της μόδας σε φανέλες, έτσι. Θέλουν να είναι οι πιο ωραίες!

Σημαντικό στοιχείο στο πιο πάνω απόσπασμα είναι η υποστήριξη που η Άννα βρίσκει στο πρόσωπο ενός άλλου κοριτσιού με παρόμοια ενδιαφέροντα, με το οποίο ενώνεται κι έτσι μαζί γίνονται πιο δυνατές για την υποστήριξη των επιλογών τους, δημιουργώντας έτσι μια μορφή αλληλεγγύης και συλλογικής αντίστασης (βλ. Currie κ.ά. (2009, 2011· Renold, 2001, 2004, 2005). Τα δύο κορίτσια μαζί υποστηρίζουν τη διαφορετική έμφυλη συγκρότηση τους, δημιουργώντας μια συλλογική κουλτούρα που τους επιτρέπει να κερδίσουν τον έλεγχο. Είναι μια συλλογική εμπρόθετη δράση που διευρύνει τις ευκαιρίες τους και τις βοηθά να ενεργοποιήσουν πολιτική συλλογική

εμπρόθετη δράση για επανασχηματισμό των έμφυλων υποκειμενικότητων και λόγων θηλυκότητας.

Συμπερασματικά λοιπόν η Άννα γίνεται ένα ευέλικτο και αυτο-δημιουργητο υποκείμενο (Walkerline, 2003), το οποίο επαναπροσδιορίζει τις κοριτσίστικες υποκειμενικότητες, με το να απορρίπτει τη συμβατική τονισμένη θηλυκότητα που στηρίζεται στο ενδιαφέρον για τη σέξι εμφάνιση και με την ενασχόλησή της με ενδιαφέροντα που ανήκουν στην «ανδρική» σφαίρα. Ανήκει θα λέγαμε στην κατηγορία των «μελλοντικών κοριτσιών» (“future girls”) (Harris, όπως αναφέρεται στο Currie κ.ά., 2011), μια μοναδική κατηγορία κοριτσιών που δημιουργούν μόνα τους τον εαυτό τους και επενδύουν στην κοριτσίστικη δύναμη, αντιστεκόμενες στο σεξισμό και σε παραδοσιακές όψεις της θηλυκότητας.

Η περίπτωση του Φοίβου. Ο Φοίβος είναι ένα αγόρι δώδεκα χρονών που φοιτά στην Α΄ Γυμνασίου. Είναι αδερφός της Άννας. Όπως και η αδερφή του, ο Φοίβος επιτελεί μια έμφυλη υποκειμενικότητα, αρκετά διαφοροποιημένη από τα κυρίαρχα πρότυπα. Σε αρκετά σημεία και για διάφορα θέματα επιδεικνύει μια εναλλακτική αρρενωπότητα, μακριά από ηγεμονικούς λόγους αρρενωπότητας, όπως από τη βιαιότητα, το πρότυπο του γυμνασμένου σώματος, τις αθλητικές μάρκες, το ενδιαφέρον για ποδόσφαιρο, την επίδειξη ετεροσεξουαλικής ταυτότητας. Ο Φοίβος, όχι μόνο απομακρύνεται από τους λόγους αυτούς, αλλά διαθέτει την ικανότητα για κριτική ανάγνωση των ηγεμονικών προτύπων αρρενωπότητας, αναγνωρίζοντας τα κίνητρα που ωθούν τα αγόρια σε συγκεκριμένες συμπεριφορές που τονίζουν την ηγεμονική διάσταση του φύλου τους.

Κυριότερο ενδιαφέρον του Φοίβου αποτελούν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια λέγοντας για αυτά: «τα ηλεκτρονικά είναι η ζωή μου». Τα αγαπημένα του παιχνίδια έχουν ως ήρωες τα Πόκεμον, για τα οποία είπε ότι είναι «το πρότυπο του» και Dragon Ball. Με τους συγκεκριμένους ήρωες ο Φοίβος δεν ασχολείται μόνο μέσα από ηλεκτρονικά παιχνίδια αλλά ταυτόχρονα και με καρτούν, περιοδικά, αλλά και τα πραγματικά παιχνίδια, όπως στρατιωτάκια, με ήρωες τα Πόκεμον. Τα αγαπημένα του ρούχα επίσης, απεικονίζουν τους αγαπημένους του ήρωες, τα Dragon Ball πάνω, ενώ ως προφίλ φωτογραφία στο Facebook έχει ένα Πόκεμον. Γενικότερα η ενασχόληση με τα βιντεοπαιχνίδια και με ήρωες δράσης αποτελεί μια δραστηριότητα που κυριαρχεί στην κουλτούρα των αγοριών (Dietz, 1998). Ωστόσο, σημαντικό ρόλο παίζει το είδος των παιχνιδιών με τα οποία ένα αγόρι ασχολείται, τα οποία μπορούν να προσδώσουν σε αυτό και το ανάλογο κύρος και κοινωνικό κεφάλαιο. Ο Φοίβος είπε ότι δέχεται κριτική για την ενασχόληση του με ηλεκτρονικά παιχνίδια με ήρωες τα Πόκεμον από άλλα αγόρια, τα οποία του λεν: «είναι παιδικό παιχνίδι, είναι για

μωρά, γιατί παίζεις; Τι καταλάβεις, δεν κάνει τίποτε», κάτι όμως που τον ίδιο δεν φαίνεται να απασχολεί. Οι συμμαθητές του προτιμούν παιχνίδια με βίαιο χαρακτήρα και σκοτωμούς, όπως το Call of Duty. Η βιαιότητα αυτή και η ενασχόληση με τα βιντεοπαιχνίδια είναι μέρος της ηγεμονικής αρρενωπότητας, και ιδιαίτερα της laddish αρρενωπότητας, η οποία εκφράζει πιο σεξιστικές και σεξουαλικοποιημένες οπτικές του φύλου (Attwood, 2005β).

Ο ίδιος σχολίασε και άσκησε κριτική, όχι μόνο στο ενδιαφέρον των συμμαθητών του στα βίαια βιντεοπαιχνίδια, αλλά κυρίως στον τρόπο με τον οποίο οι συμμαθητές του τα χειρίζονται και μιλούν για αυτά, κατανοώντας τη σημασία που έχει για κάποια αγόρια η επίδειξη σκληρότητας και βιαιότητας ως μέρος μιας αποδεκτής και κοινωνικά αμειβόμενης αρρενωπότητας. Όπως είπε:

Φοίβος: Εμένα οι φίλοι μου, άμα βγει ένα καινούριο παιχνίδι, ξεκινούν: «Εγώ στο Call of Duty σκότωσα 10, εγώ σκότωσα 100». Εγώ δεν παίζω και κάνω άλλα πράγματα. Αφού ξέρω ότι... γιατί να σκοτώσεις κάποιον και να το χουμίζεσαι; [...] Κι εμένα όλοι μου έλεγαν: «Παίξε... είναι ωραίο, έχει όπλα». Το δοκίμασα, εντάξει κατανοώ γιατί μπορεί να τους άρεσει, είναι ωραία τα όπλα για κάποιους, εμένα όμως δεν μου άρεσε.

Μιλώντας ακόμα για ηλεκτρονικά παιχνίδια, ιδιαίτερα για τα πιο «ώριμα» παιχνίδια, αυτά που απευθύνονται σε μεγαλύτερους έφηβους και ενήλικες νεαρούς άνδρες, αναγνωρίζει ότι τα πρότυπα που συνήθως προβάλλονται είναι μυώδεις και δυνατοί χαρακτήρες, κάτι που επιβεβαιώνεται και από τη βιβλιογραφία (Pope κ.ά., 2000). Αναγνωρίζει επίσης την έντονη επιρροή του ιδεώδους αυτού στους συνομήλικούς του, οι οποίοι προπονούνται για να κάνουν μυς, κάτι στο οποίο αναφέρθηκε με κάποια ειρωνεία. Το μυώδες σώμα, το οποίο καλλιεργείται μέσω της κουλτούρας του γυμναστηρίου, αποτελεί ένα από τα πιο κυρίαρχα πρότυπα για το ιδανικό ανδρικό σώμα και πρωταρχική ένδειξη αρρενωπότητας (Renold 2005, 2013). Ο Φοίβος φαίνεται να αντιλαμβάνεται πολύ καλά τα κίνητρα και τις επιθυμίες των συμμαθητών του για συγκρότηση μιας έντονα αρρενωπής υποκειμενικότητας, κάτι όμως που ο ίδιος δεν φαίνεται να δείχνει κάποιο ενδιαφέρον.

Φοίβος: Τα αγόρια... Ας πούμε στα ηλεκτρονικά, σε πιο ώριμα παιχνίδια, που παίζουν πιο μεγάλοι, δείχνουν τους χαρακτήρες πιο συχνά να έχουν μυς και όλα τα αγόρια μάχονται συνέχεια για να κάνουν μυς.

[...]

ΓΚ: Εσείς τούτο το θεωρείτε σημαντικό;

Φοίβος: Όχι.

Όσον αφορά το θέμα της εμφάνισης, ο Φοίβος διαφοροποιήθηκε κι από ένα άλλο θέμα που βοηθά τα αγόρια να εκφράσουν μια ενήλικη, ετεροσεξουαλική αρρενωπότητα, αυτό της μόδας με τις αθλητικές μάρκες. Ο Φοίβος είπε ότι μονάχα μια φορά είχε ακολουθήσει τη μόδα αυτή, όταν είχε αγοράσει τα παπούτσια NIKE Air Max, τα οποία όμως είχε επιλέξει επειδή είναι «βολικά» κι όχι επειδή ήταν στη μόδα. Γενικότερα ήταν ξεκάθαρος σε ότι αφορά τη στάση του για αντικείμενα από αθλητικές μάρκες, που είναι «στη μόδα», δείχνοντας ότι προτιμά τη μοναδικότητα από τον κομπορμισμό:

Φοίβος: Δεν θα σκεφτώ αν κάτι είναι στη μόδα ή όχι. Επειδή όλοι θα είμαστε οι ίδιοι και θα είναι βαρετό μετά. Κι ας πούμε όλοι παραπονούμαστε: «Μα βάζουμε στολή στο σχολείο και πρέπει να φορούμε τα ίδια». Ε άμα βγαίνουμε έξω και φορούμε όλοι τις ίδιες φόρμες, τις ίδιες μπλούζες, πάλι οι ίδιοι θα είμαστε.

Μίλησε επίσης για το piercing και ιδιαίτερα για την επιλογή κάποιων αγοριών να βάλουν σκουλαρίκι στο αυτί. Είναι ενδιαφέρον ο κριτικός τρόπος με τον οποίο ερμήνευσε τα κίνητρα των αγοριών που προχωρούν σε αυτή τη μόδα, τα οποία τοποθέτησε στη γενικότερη προσπάθεια τους για επίδειξη σκληρότητας, δύναμης και αντοχής στον πόνο, ως βασικά χαρακτηριστικά ανδρισμού. Δεν παρέλειψε μάλιστα να σχολιάσει με χιούμορ και αυτοσαρκασμό τη στάση αυτή των αγοριών, αναφερόμενος στη δική του εμπειρία σε σχέση με τον πόνο. Συγκεκριμένα, ο Φοίβος διακωμωδεί τη συσχέτιση ανάμεσα στον πόνο και την αρρενωπή ομορφιά, καθώς και την ιδέα του να επιδιώκει τον πόνο κανείς για να δείχνει “cool” και να γίνεται πιο αρεστός. Παραδέχεται έμμεσα ότι του έτυχε πολλές φορές να πονέσει κατά λάθος και δεν είδε ότι αυτό είχε κάποιο όφελος.

Φοίβος: Εμένα που κάνουν τα αγόρια (piercing) δεν μου αρέσει. Νομίζω ότι ο λόγος που το κάνουν είναι για να πουν: «Τρύπησα το αυτί μου, δεν πονάς, μπορεί ελάχιστα». Μπορεί να χτυπιούνται ας πούμε από τον πόνο, αλλά λεν: «Δεν πόνεσα».

ΓΚ: Παίζουν τους δυνατούς;

Φοίβος: Ναι. Αν είναι όσες φορές χτυπάς που γίνεσαι ωραίος, εγώ θα έπρεπε να ήμουν ο Brad Pitt ως τώρα [γέλιο]!

Ο Φοίβος αναφέρθηκε ακόμα και στην ενασχόληση των περισσότερων συμμαθητών του με το ποδόσφαιρο. Ο ίδιος δεν ασχολείται καθόλου με το ποδόσφαιρο, σε αντίθεση με την αδερφή του την Άννα, η οποία είναι μανιακή. Γνωρίζω από τη γιαγιά του ότι στην Στ' τάξη του Δημοτικού είχε δεχτεί ομοφοβικά σχόλια από συμμαθητές του, οι οποίοι τον αποκαλούσαν «γκέι» επειδή δεν έπαιζε μαζί τους ποδόσφαιρο. Είναι ενδιαφέρον ο τρόπος με τον οποίο ερμήνευσε την ενασχόληση των αγοριών με το ποδόσφαιρο και την εμμονή με το γυμνασμένο σώμα, ο οποίος έρχεται σε απόλυτη σύγκριση και αντιπαραβολή με τις προσπάθειες των κοριτσιών να δείχνουν όμορφες. Θεώρησε δηλαδή ότι τα κορίτσια συγκρίνονται μεταξύ τους με την ομορφιά τους, ενώ τα αγόρια με την επίδειξη του γυμνασμένου τους σώματος και την επίδειξη των ποδοσφαιρικών τους ικανοτήτων. Με άλλα λόγια εντόπισε κάποια από τα πιο έντονα χαρακτηριστικά των κυρίαρχων όψεων της θηλυκότητας και αρρενωπότητας και τον κοινωνικό τους ρόλο τους στην αύξηση του κοινωνικού κεφαλαίου:

Φοίβος: (Τα παιδιά φτιάχνονται) Βασικά για να νιώθουν ότι: «Εγώ είμαι ο σταρ, η σταρ. Με θέλουν όλοι».

ΓΚ: Μπορεί όμως ένα κορίτσι να βαφτεί, να φτιαχτεί απλά για να συγκριθεί με τα άλλα κορίτσια;

Φοίβος: Ναι.
[...]

ΓΚ: Τα αγόρια;

Φοίβος: Τα αγόρια ή θα γδυθούν ή παίρνουν μια μπάλα και ξεκινούν και να τη δέρνουν [γέλιο].

ΓΚ: Άρα τα κορίτσια θα συγκριθούν με την ομορφιά τους και τα αγόρια με το να δείξουν το σώμα τους ή με την μπάλα;

Φοίβος: Ναι. Κι εγώ απλώς κάθομαι πίσω και τους βλέπω [γέλιο].
[...]

Και στο τέλος όλοι τσακώνονται: «Γιατί δεν μου πάσαρες, γιατί έτρεξες εκεί, γιατί εδώ;».

Ο Φοίβος, εκτός από την προσπάθεια πολλών αγοριών να επιδείξουν μια ηγεμονική αρρενωπότητα μέσω της εμφάνισης και των ενδιαφερόντων τους, σχολίασε τις

ρομαντικές σχέσεις συνομήλικων του παιδιών, ως επίσης μέρος της προσπάθειας για συγκρότηση μιας “cool” ετεροσεξουαλικής ταυτότητας, κάτι που ο ίδιος φαίνεται να μην δείχνει κάποιο ενδιαφέρον. Ιδιαίτερα, μιλώντας για τις πρακτικές των κοριτσιών να φτιάχνονται και να γίνονται όμορφες για να αρέσουν στα αγόρια είπε:

Φοίβος: Τούτο που είπε η Άννα, ότι (τα κορίτσια) θέλουν να αρέσουν, εγώ σκέφτομαι: «Άτε και εκείνος που θέλετε, σας θέλει, ας πούμε ποιο είναι το point; Αφού ξέρετε ότι μετά από κάποιες βδομάδες, μήνες, άντε και ένα χρόνο να αντέξετε θα χωρίσετε μετά, κάτι θα έχετε αντίθετο, δεν θα είσαστε για πάντα μαζί».

Ο Φοίβος αναφέρθηκε επίσης με επικριτικό τόνο και σε πρακτικές κάποιων αγοριών, τα οποία, θέλοντας να συγκροτήσουν και να επιδείξουν μια “cool” αρρενωπή και ετεροσεξουαλική ταυτότητα, προσπαθούν να κερδίσουν τη σημασία των κοριτσιών:

Φοίβος: Εμείς έχουμε έναν μέσα στην τάξη μας που συνέχεια παίζει το cool. [...] ήθελε κάποια από την τάξη μας αυτός. Ήθελε να την κάμει να ζηλέψει και κάθε φορά που περνούσε άρχιζε να φωνάζει: «Η γειτόνισσα μου είναι έτσι κι έτσι, είναι πλούσια, τα μαλλιά της είναι ξανθά, είναι ψηλή και νομίζω με θέλει, αλλά το σκέφτομαι».

Ο Φοίβος ωστόσο θεωρεί ότι το να είναι κανείς “cool”, δεν το επιτυγχάνει ούτε μέσω της «αρρενωπής» και μοντέρνας του εμφάνισης και στυλ, ούτε μέσω της επίδειξης της ετεροσεξουαλικότητας του. “Cool” είναι η προσωπικότητα, η δυναμικότητα, η μοναδικότητα και το σθένος κανείς να υποστηρίζει τις δικές του απόψεις και ενδιαφέροντα, χωρίς να επηρεάζεται από την άποψη των άλλων.

Φοίβος: Cool δεν νομίζω ότι είναι το στυλ. Είναι η προσωπικότητα cool. [...] Cool δεν είναι εκείνος που... ξέρω 'γω φορεί... δερμάτινα ή γυαλιά ήλιου. Cool είναι εκείνος που κάνει ό,τι θέλει και δεν τον ενδιαφέρουν οι άλλοι, ακόμα κι αν τον βρίζουν, αν τον περιπαίζουν, δεν τον ενδιαφέρει.

Τέλος, πολύ ενδιαφέρον, απρόσμενο και αντιφατικό σημείο σε ό,τι αφορά τον Φοίβο είναι η ομοφοβική στάση που εκδηλώνει για πρότυπα της ποπ μουσικής που ακολουθούν μη ηγεμονικές και μετροσέξουαλ αρρενωπότητες. Όπως έχει αναλυθεί στο

κεφάλαιο 4.3, ο Φοίβος εκφράζει έντονη επίκριση, αναπτύσσει σχεδόν μια ρητορική μίσους, όσον αφορά τον Justin Bieber και τον τρόπο επιτέλεσης της αρρενωπότητας του, αφού επανειλημμένα αναφέρεται στον Justin ως «η Justin», αναφέροντας ότι «εκείνο το πράμα αγόρι δεν είναι» και ότι «ή κορίτσι είναι ή ακόμα δεν μπήκε στην εφηβεία». Αυτή η ομοφοβική στάση του Φοίβου πιθανόν να ερμηνεύεται ως μέσο συγκρότησης μιας νορματικής ετεροσεξουαλικής αρρενωπότητας, η οποία βοηθά τα αγόρια, ιδιαίτερα αυτά που αντιστέκονται στις συμβατικές αρρενωπότητες, να επιβιώσουν (Epstein, 1997). Έτσι, αγόρια που αποτυγχάνουν ή επιλέγουν να μην εμπλακούν σε ηγεμονικά αρρενωπούς λόγους και πρακτικές είναι πιθανόν να εμπλακούν σε ομοφοβικούς λόγους, αυτό που οι Connell και Messerschmidt (2005) ονομάζουν «συνένοχες» αρρενωπότητες. Είναι μια προσπάθεια να απομακρύνουν με υπερτονισμένο τρόπο τον εαυτό τους από οτιδήποτε «θηλυκό», ως ένα ισχυρό όπλο με το οποίο ταυτόχρονα συγκροτούν, ρυθμίζουν και αστυνομεύουν ηγεμονικές ετεροσεξουαλικές αρρενωπότητες (Epstein, 1997· Renold, 2000, 2004). Η πρακτική αυτή φανερώνει τους ρευστούς, πολυδιάστατους, αντιφατικούς λόγους που αναπτύσσονται και πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όσον αφορά την επιτέλεση έμφυλων υποκειμενικότητων.

Ακόμα, ο επίμονος προσδιορισμός του Justin Bieber ως «η» και ο υποτιμητικός χαρακτηρισμός του ως «κορίτσι» και «μωρό», με τρόπο που τα δύο ταυτίζονται, αναδεικνύει την επιτελεστικότητα του φύλου. Το φύλο, σύμφωνα με την Butler (1993/2008) παράγεται κι επιτελείται, όχι ως μεμονωμένη πράξη, αλλά μέσα από τη συνεχή επανάληψη ηγεμονικών κανόνων. Με άλλα λόγια, η έμφυλη υποκειμενικότητα «κερδίζεται» και πρέπει να επιβεβαιώνεται επαναληπτικά, με λεκτικές, συμπεριφορικές και σωματικές αναπαραστάσεις, με το επιτελεστικό habitus, κάτι που ο Justin δεν έχει καταφέρει για τον Φοίβο, για αυτό και τον απορρίπτει και τον κατηγοριοποιεί ως ένα «πράμα» queer και θηλυπρεπές. Η αναφορά στον Justin ως «πράμα» είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα, αφού ο Φοίβος έτσι, όχι μόνο τον αντικειμενικοποιεί, αλλά, μιλώντας με όρους της Κρίστεβα (1982) και την έννοια abjection, ταυτόχρονα τον αποκειμενικοποιεί. Ο Justin απορρίπτεται, γίνεται αντικείμενο, αφού βρίσκεται έξω από τους αναγνωρίσιμους λόγους τόσο του αρσενικού, όσο και του θηλυκού.

Τα κατηγοριακά ονόματα, επίσης, στην περίπτωση αυτή οι χαρακτηρισμοί «η» και «κορίτσι», είναι κεντρικά στην επιτελεστική έγκληση του υποκειμένου, το οποίο δεν μπορεί να γίνει κατανοητό χωρίς αυτά. Το υποκείμενο δεν μπορεί να υπάρξει έξω από τις δράσεις του λόγου και τις πολιτισμικές νόρμες εξουσίας, συγκροτώντας έμφυλες υποκειμενικότητες και ο Φοίβος μέσα από τον λόγο του θέτει τα δικά του επιτρεπτά όρια και καθυποτάσσει την αρρενωπότητα του Justin. Ωστόσο, ο λόγος ποτέ δεν είναι

εγγυημένος, αφού πάντοτε υπάρχει η πιθανότητα τα πιθανά νοήματά του να αλλάζουν και να εκτυλιχτούν νέοι υποβαθμισμένοι λόγοι.

Φαίνεται λοιπόν, μέσα από τη συζήτηση με τον Φοίβο, ότι είναι ένα παιδί με έκδηλη την παρεκβατική εμπρόθετη δράση, αφού δεν συνιστά την υποκειμενικότητα του με τον κλασικό τρόπο, αλλά λειτουργεί με βάση μια στρατηγική επανακαθόριση του φύλου του, δείχνοντας πως οι έμφυλοι λόγοι και οι επιτελεστικές ονομασίες μπορεί να λάβουν μη καθορισμένα μηνύματα και να λειτουργήσουν σε πλαίσια που προηγουμένως δεν ανήκαν (Butler, 1997).

Συμπεράσματα

Μέσα από το κεφάλαιο αυτό συζητήθηκαν τρόποι με τους οποίους τα παιδιά συμμετέχουν σε συστήματα νοημάτων και σε διαδικασίες υποκειμενικοποίησης που τα ορίζουν κοινωνικά ως «κορίτσια» και «αγόρια. Πιο συγκεκριμένα μελετήθηκε η συγκρότηση έμφυλων υποκειμενικότητων από τα παιδιά μέσα από την αντίληψη τους για την πολιτισμικά ιδεώδη μορφή αρρενωπότητας και θηλυκότητας, καθώς και μέσα από την ανάπτυξη πρακτικών σε σχέση με την ομορφιά, το σώμα, την (ετερο)σεξουαλικότητα και τον καταναλωτισμό. Η κατανόηση της συγκρότησης έμφυλων ταυτοτήτων από τα παιδιά γίνεται μέσα από το θεωρητικό πρίσμα της ηγεμονικής αρρενωπότητας και της τονισμένης θηλυκότητας που ανέπτυξε η Connell (1987, 1995). Ταυτόχρονα, εξίσου σημαντική στο κεφάλαιο αυτό ήταν η επιρροή του μεταδομιστικού παραδείγματος, το οποίο, λαμβάνοντας υπόψη τη μη ντετερμινιστική φύση των έμφυλων υποκειμενικότητων, επιτρέπει την αναγνώριση και μελέτη της συνθετότητας, της πολυπολοκότητας και της ύπαρξης αντιθέσεων στη συγκρότηση των έμφυλων υποκειμενικότητων των παιδιών. Μια τέτοια προσέγγιση δεν αρνείται την έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας και της ιεραρχίας που χαρακτηρίζει τις έμφυλες υποκειμενικότητες, αλλά δίνει έμφαση στη δύναμη, στη γνώση, στην ατζεντική θέση του υποκειμένου και στη λογοθετική εμπρόθετη δράση που διαθέτει (Butler, 1997). Οι ιδιότητες αυτές του υποκειμένου –των παιδιών στην περίπτωση αυτή- τα βοηθά να προκαλέσουν, να επανανοηματοδοτήσουν έμφυλες συμβάσεις και να δώσουν νόημα σε Άλλους, διαφοροποιημένους, ίσως και περιθωριοποιημένους έμφυλους λόγους και υποκειμενικότητες.

Από τα αποτελέσματα φαίνεται ότι τα παιδιά ακολουθούν σε μεγάλο βαθμό τους κυρίαρχους λόγους συγκρότησης του φύλου τους. Για πολλά αγόρια οι ηγεμονικοί λόγοι αρρενωπότητας εκφράζονται συχνά μέσω της τονισμένης επίδειξης της

ετεροσεξουαλικότητάς τους με σχέσεις που κάνουν ή ονειρεύονται να κάνουν με κορίτσια, κατά προτίμηση «όμορφα» και «σέξι». Η αρρενωπότητα τους επίσης εκδηλώνεται μέσα από την ανάπτυξη και επίδειξη ενός δυνατού, μυώδους και με αθλητικές ικανότητες σώματος, το οποίο είναι βασικό να αναδεικνύεται μέσω της κατάλληλης εμφάνισης, κυρίως με ντύσιμο με αθλητικές μάρκες, ρούχα που αποκαλύπτουν το γυμνασμένο σώμα, καθώς και με τα κατάλληλα κουρέματα και αξεσουάρ. Για πολλά κορίτσια η τονισμένη θηλυκότητα εκφράζεται κυρίως μέσω της συγκρότησης μιας “girlie” θηλυκότητας, η οποία χαρακτηρίζεται από την έμφαση που δίνεται στην ελκυστική εμφάνιση και κυρίως στην ετεροσέξι εμφάνιση στη μόδα, κάτι που είναι δυνατό να τις κάνει επιθυμητές και αρεστές στα αγόρια. Επίσης σημαντικό ρόλο κατέχει η επίδειξη της ετεροσεξουαλικότητας τους -η οποία όμως πρέπει να γίνεται στο «κατάλληλο» βαθμό- και το ρομάντζο με τα αγόρια.

Μέσα από την έρευνα έχει διαφανεί η σημασία του κοινωνικού, ταξικού και πολιτισμικού πλαισίου στην παραγωγή έμφυλων υποκειμενικοτήτων, τόσο για τα αγόρια όσο και για τα κορίτσια, τα οποία πιθανόν να υπερβάλλουν στην επίδειξη κυρίαρχων χαρακτηριστικών του φύλου τους. Ωστόσο, είναι σημαντικό η ταξική διάσταση να μην ερμηνεύεται με ουσιοκρατικούς τρόπους, αφού πολύ συχνά υπάρχουν κοινά, συμπεριληπτικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν τις αρρενωπότητες και θηλυκότητες διαφόρων τάξεων, ενώ άλλες φορές τα υποκείμενα να κινούνται ανάμεσα σε διάφορους λόγους, αναπτύσσοντας ρευστές ταυτότητες, όπως έδειξε π.χ. η ιστορία της Ροδοθέας.

Τέλος, υπάρχουν περιπτώσεις παιδιών που συνειδητά και με εμπρόθετη δράση διαφοροποιούν τους εαυτούς τους από τις συμβατικές μορφές αρρενωπότητας και θηλυκότητας. Οι περιπτώσεις του Αλέξη, της Άννας και του Φοίβου φανερώνουν ότι οι επιτελέσεις και οι πρακτικές του σώματος δεν είναι εγγενώς θηλυκές/ετερο-θηλυκές ή αρρενωπές/ετερο-αρρενωπές, αλλά αντιθέτως, τα σώματα τοποθετούνται σε αυτούς τους όρους μέσω του λόγου και των νοημάτων που τους αποδίδονται (Youdell, 2005). Συνεπώς, η αποτελεσματικότητα των λόγων αυτών δεν μπορεί πάντοτε να εγγυηθεί, αφού οι επιτελέσεις του σώματος, αλλά και γλωσσικές επιτελέσεις διατρέχουν πάντοτε των κίνδυνο αποτυχίας, δημιουργώντας έτσι τις συνθήκες για επανακαθόριση των έμφυλων υποκειμενικοτήτων.

Φαίνεται λοιπόν η πολυδιάστατη φύση της διαδικασίας διαπραγμάτευσης έμφυλων και σεξουαλικών υποκειμενικοτήτων από τα παιδιά, μέσω της αντίληψης τους για τα έμφυλα ιδεώδη ομορφιάς, στην οποία πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η αλληλεπίδραση ποικίλων παραγόντων και περιορισμών που πιθανόν να δημιουργούν τις συνθήκες για πολυμορφία και διαφορετικές σχέσεις εξουσίας στη συγκρότηση έμφυλων υποκειμενικοτήτων.

Συζήτηση

Σύνοψη Βασικών Αποτελεσμάτων

Το πρώτο ερευνητικό ερώτημα της διατριβής αφορούσε τους τρόπους με τους οποίους κορίτσια και αγόρια νοηματοδοτούν την έννοια της «ομορφιάς». Η έρευνα αυτή, επιχειρώντας άμεση διείσδυση στην καθημερινή εμπειρία των παιδιών, ανέδειξε την πολυδιάστατη εμπλοκή και νοηματοδότηση των παιδιών αναφορικά με την έννοια της «ομορφιάς». Διαφάνηκε ότι η ιδέα της ομορφιάς και συνεπαγόμενα η ανάπτυξη έμφυλων και σεξουαλικών υποκειμενικότητων μέσα από αυτή είναι κάτι που έντονα κυριαρχεί στις ζωές των παιδιών και αποτελεί σημαντικό στοιχείο στη ζωή τους από πολύ μικρή ηλικία. Τα παιδιά, όπως φάνηκε, εμπλέκονται με την ομορφιά σε πολλαπλά επίπεδα: σε επίπεδο υλικής διάστασης, σε επίπεδο πρακτικών ομορφιάς, σε επίπεδο διαπραγμάτευσης ιδανικών ομορφιάς και σε επίπεδο διαδικασιών επιτέλεσης έμφυλων και σεξουαλικών υποκειμενικότητων μέσα από ιδεώδη της ομορφιάς.

Σε πρώτο επίπεδο, η εμπλοκή των παιδιών με την ομορφιά διαγράφεται μέσα από την επαφή τους με ένα μεγάλο φάσμα υλικών αγαθών και δραστηριοτήτων, όπως τα παιχνίδια που παίζουν, τα βιβλία που επιλέγουν να διαβάσουν, οι απογευματινές τους δραστηριότητες και χόμπι, τα ταλέντα τους, η ενασχόληση με το διαδίκτυο και με ηλεκτρονικά παιχνίδια, η διακόσμηση του υπνοδωματίου τους, τα αγαπημένα τους χρώματα κλπ. Τα παιδιά, όμως, προσπαθούν να πετύχουν εξιδανικευμένα ιδανικά ομορφιάς και με πιο ενεργό τρόπο, μέσα από την εμπλοκή τους από πολύ νωρίς σε ποικίλες πρακτικές και συνήθειες που σχετίζονται με την ομορφιά και την εξωτερική εμφάνιση. Αυτές οι πρακτικές συμπεριλαμβάνουν τις καταναλωτικές τους επιλογές, τις συνειδητές τους προτιμήσεις στη μόδα, στο μακιγιάζ, στα μαλλιά, τα μουσικά τους ακούσματα και την ενασχόλησή τους με τα ψηφιακά κοινωνικά δίκτυα.

Οι πρακτικές και επιλογές των παιδιών στη μόδα διερευνήθηκαν εις βάθος στην έρευνα αυτή. Ήταν σημαντικό η ερμηνεία των επιλογών των παιδιών στη μόδα να γινόταν με ένα φακό που να φωτίζει την κοινωνικοπολιτισμική σημασία της μόδας στις ζωές των παιδιών και τον τρόπο που τα παιδιά χρησιμοποιούν την ένδυση ως πρακτική ομορφιάς που συμβάλλει στην επιτέλεση των έμφυλων και σεξουαλικών τους υποκειμενικότητων. Όπως φάνηκε, η μόδα αποτελεί για τα παιδιά ένα ισχυρό μέσο για τη δημόσια παρουσίαση του εαυτού τους. Ωστόσο, η «σωστή» και «επιτυχημένη» εμφάνιση μέσω της μόδας δεν αποτελεί απλή διαδικασία, αφού είναι σημαντικό οι επιλογές των παιδιών να συμβαδίζουν

με ποικίλους παράγοντες, όπως το κοινωνικό πλαίσιο, το φύλο, την ηλικία, την προσωπικότητα, τις σχέσεις με την οικογένεια και τους συνομηλίκους. Η ποικιλία των παραγόντων που διαδραματίζουν ρόλο στις αποφάσεις των παιδιών αναδεικνύει τη μεγάλη συμβολική και κοινωνική σημασία της μόδας στην καθημερινότητα των παιδιών. Συχνά ακόμα τα παιδιά προσπαθούν μέσω της μόδας να χτίσουν ένα «μοναδικό» εαυτό και «αυθεντικό» προσωπικό γούστο.

Μια άλλη πρακτική που συζητήθηκε εκτενώς στην έρευνα ήταν η εμπλοκή των παιδιών με τη μουσική. Τα παιδιά άμεσα και ενεργά εμπλέκονται με τη μουσική βιομηχανία, κυρίως με τη διεθνή ποπ μουσική σκηνή. Μέσα από την έρευνα φάνηκε ότι η μουσική αποτελεί σημαντικό κομμάτι στη ζωή τους, τόσο ως μέσο ψυχαγωγίας, όσο και ως μέσο ανάδειξης ιδεατών έμφυλων και σεξουαλικών υποκειμενικότητων που τους εκφράζουν, αναλόγως της εικόνας που οι αγαπημένοι τους καλλιτέχνες μεταφέρουν. Το κομμάτι της εμφάνισης των καλλιτεχνών είναι σημαντικό για τα παιδιά, αφού συχνά αναφέρθηκαν σε αυτό ως ένα από τα βασικότερα κριτήρια στις μουσικές τους επιλογές. Ωστόσο, υπάρχει ποικιλοτροπία στον τρόπο «ανάγνωσης» καλλιτεχνών προερχόμενων από τη μεταφεμινιστική ποπ κουλτούρα, αφού αρκετές φορές τα παιδιά εκφράστηκαν με αγάπη και θαυμασμό προς τους αγαπημένους τους ποπ καλλιτέχνες κι άλλοτε άσκησαν κριτική στις «προκλητικές» τους εμφανίσεις, οι οποίες είναι χαρακτηριστικές της σεξουαλικοποιημένης κουλτούρας.

Στην έρευνα αυτή, ακόμα, διερευνήθηκε η δράση των παιδιών στην κοινωνική πλατφόρμα του Facebook. Φάνηκε ότι το Facebook λειτουργεί για τα παιδιά ως σημαντική σκηνή που τους επιτρέπει να επιτελέσουν την έμφυλη και σεξουαλική τους υποκειμενικότητα. Η επιτέλεση αυτή λαμβάνει υλική και καταναλωτική διάσταση με την παρουσίαση υλικών αγαθών, όπως ακριβώς αθλητικά παπούτσια για τα αγόρια και μοντέρνα ρούχα, αξεσουάρ και μακιγιάζ για τα κορίτσια. Η παρουσίαση υλικών αγαθών με συμβολική δύναμη αποτελεί μέσο που συμβάλλει σημαντικά στην κατασκευή και προβολή μιας υποκειμενικότητας που χαρακτηρίζεται από αυξημένο οικονομικό, αλλά κυρίως πολιτισμικό και κοινωνικό κεφάλαιο. Ταυτόχρονα, η προβολή συγκεκριμένων υλικών αγαθών συμβάλλει στην επιτυχημένη επιτέλεση της έμφυλης υποκειμενικότητας των παιδιών, βασισμένη σε κυρίαρχα και θετικά αξιολογημένα πρότυπα θηλυκότητας και αρρενωπότητας. Η προβολή αυτών των όψεων του εαυτού αποτελεί σημαντικό στοιχείο στις κουλτούρες των συνομηλίκων και φαίνεται να έχει την ίδια σημασία για τα παιδιά, ανεξαρτήτως του κοινωνικοοικονομικού και δημογραφικού τους υποβάθρου.

Το Facebook προσφέρει ακόμα τον δημόσιο χώρο για επιτέλεση κοινωνικών σχέσεων μεταξύ των παιδιών, κυρίως φιλικών και ρομαντικών, τα οποία προβάλλοντας

την ετεροσεξουλικότητά τους και τη δυνατότητά τους να ανήκουν σε κοινωνικές ομάδες, ενδυναμώνουν το κοινωνικό τους κεφάλαιο στην ομάδα των συνομηλίκων. Επιπλέον, η παραγωγή και δημοσίευση φωτογραφιών των παιδιών στο Facebook αποτελεί πρακτική με τεράστια πολιτισμική και κοινωνική αξία στην κατασκευή της έμφυλης τους υποκειμενικότητας, αφού η ψηφιακή εικονική παρουσίαση του εαυτού διέπεται έντονα από αυστηρές έμφυλες νόρμες όσον αφορά την εμφάνιση. Η «αξιολόγηση» της παρουσίας αυτής γίνεται άμεσα από τους «διαδικτυακούς φίλους» μέσα από την ανταλλαγή σχολίων, likes και tags, τα οποία αποτελούν ένα ισχυρό σύστημα συναλλάγματος που καθορίζει την αξία του ατόμου στο Facebook, αλλά και τη γενικότερη κοινωνική του θέση στην ομάδα των συνομηλίκων. Η παρουσία των παιδιών στο Facebook φαίνεται να αποτελεί μια λογοθετική πράξη, μια παράσταση, όπου στην αποτελεσματικότητά της παίζει ρόλο η κάθε λεπτομέρεια τόσο στην εμφάνιση, όσο και στη γενικότερη επιτέλεση της υποκειμενικότητάς τους.

Τα παιδιά, όμως, εμπλέκονται με την «ομορφιά, όχι μόνο σε επίπεδο υλικής διάστασης και πρακτικών, αλλά και σε ηθικό και ιδεολογικό πλαίσιο. Με άλλα λόγια, η «ομορφιά» για τα παιδιά δεν αφορά μόνο το πώς «φαίνεται» κανείς, αλλά και το τι «είναι». Οι ηθικές συνδέσεις που τα παιδιά κάνουν με την «ομορφιά» είναι διαφορούμενες και σύνθετες. Για πολλά παιδιά η ομορφιά συχνά θεωρείται ως κάτι «καλό» και για αυτό άμεσα συνδέεται με ηθικές αρετές, όπως είναι η καλοσύνη, η ευγένεια, η εντιμότητα, οι υψηλές ικανότητες και η ευχάριστη προσωπικότητα. Στο πλαίσιο αυτό, τα «όμορφα» παιδιά βρίσκονται ψηλά στην κοινωνική ιεραρχία, για αυτό θεωρούνται δημοφιλή, ψηφίζονται στα μαθητικά συμβούλια και θαυμάζονται.

Τα πράγματα, όμως, γίνονται πιο πολύπλοκα όσο αφορά την όμορφη εμφάνιση με σέξι χαρακτήρα. Σύμφωνα με τα παιδιά, το «σέξι» στοιχείο θεωρείται «όμορφο», κυρίως στα κορίτσια. Η σέξι θηλυκή εμφάνιση, λοιπόν, θεωρείται «όμορφη», επιθυμητή και αμείβεται κοινωνικά: είναι τα κορίτσια που είναι δημοφιλή στις παρέες, που τα αγόρια επιθυμούν και τα υπόλοιπα κορίτσια θαυμάζουν και αντιγράφουν. Από την άλλη, όμως, το «σέξι» στοιχείο στην θηλυκή ομορφιά συνδέεται με αρνητικά χαρακτηριστικά: είναι τα κορίτσια που συχνά εκλαμβάνονται ως λιγότερο έξυπνα και με χαμηλές επιδόσεις στο σχολείο γιατί η μοναδική τους έγνοια είναι η εμφάνιση. Είναι επίσης τα κορίτσια που θεωρούνται λιγότερο ηθικά, αφού δείχνουν υπερβολικά «διαθέσιμα» στα αγόρια και τα κορίτσια που γίνονται «αηδιαστικά» και κακόγουστα γιατί δείχνουν περισσότερο δέρμα απ' ό,τι πρέπει, σε λάθος περιστάσεις ή γιατί δεν είναι αρκετά «όμορφες» για να δικαιούνται να είναι ή να δείχνουν «σέξι».

Στην κουλτούρα των παιδιών, λοιπόν, υπάρχει έντονα ένα προβληματικό διπλό στάνταρτ και αντίφαση στην ερμηνεία της (ετερο)σεξουαλικής θηλυκότητας, η οποία ταυτόχρονα αποτελεί πηγή ενδυνάμωσης, αλλά και αποδυνάμωσης για τα κορίτσια. Αυτή η λεπτή και αδιευκρίνιστη νοητή γραμμή που διαχωρίζει την αποδεκτή και κοινωνικά αμειβόμενη παρουσίαση της σέξι θηλυκότητας από την αστυνομευμένη και αρνητικά φορτισμένη παρουσίαση, εντοπίζεται τόσο στην ψηφιακή παρουσίαση των κοριτσιών, όσο και στις εμφανίσεις τους στην καθημερινή ζωή. Αυτό φανερώνει ότι οι κοινωνικές νόρμες όσον αφορά το τι θεωρείται «αποδεκτά όμορφο» είναι πιο αυστηρές για τα κορίτσια παρά για τα αγόρια, για τα οποία οι κανόνες φαίνεται να είναι πιο σταθεροί και ξεκάθαροι. Τους πιο βασικούς κανόνες για την επιτέλεση μιας κοινωνικά αποδεκτής αρρενωπότητας αποτελούν το ενεργό και δυνατό σώμα και η επίδειξη του μέσω αντικειμένων από ακριβές αθλητικές μάρκες. Για τα αγόρια η (ετερο)σεξουαλικότητά τους είναι σημαντικό να προβάλλεται, χωρίς όμως αυτή να λειτουργεί εναντίον τους, όπως συμβαίνει με τα κορίτσια. Το πιο προβληματικό στοιχείο σε αυτό το φαινόμενο είναι ότι το διπλό αυτό στάνταρτ λειτουργεί υπόγεια και αόρατα, αφού τα παιδιά δεν γνωρίζουν τα όρια αυτής της γκρίζας ζώνης με αποτέλεσμα να βιώνουν καταπίεση και ανασφάλεια στην παραβίαση αυτών των ορίων.

Τα παιδιά, ακόμα, προσδίδουν έντονα στην ομορφιά το στοιχείο της έμφυλης διάστασης, αφού για αυτά η «ομορφιά» άμεσα συσχετίζεται με πολιτισμικά ιδεώδη που ορίζουν την αρρενωπότητα και τη θηλυκότητα. Οι αντιλήψεις τους για το τι θεωρείται «όμορφο» και συνεπακόλουθα οι πρακτικές ομορφιάς και κατανάλωσης που ακολουθούν διαδραματίζουν βασικό ρόλο στα συστήματα νοημάτων και στις διαδικασίες υποκειμενικοποίησης που τα ορίζουν κοινωνικά ως «κορίτσια» ή ως «αγόρια». Για τα παιδιά πολύ συχνά η ομορφιά βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με ηγεμονικές κοινωνικές αναπαραστάσεις θηλυκότητας και αρρενωπότητας και για αυτό ακολουθούν σε μεγάλο βαθμό κυρίαρχους λόγους συγκρότησης του φύλου τους. Φάνηκε ακόμα ότι τα παιδιά συχνά καθυποτάσσονται στους έμφυλους πολιτισμικούς κανόνες και περιορισμούς, με γνώμονα το τι είναι «κοριτσιστικό» και τι «αγορίστικο». Η καθυποταγή αυτή συνεπάγεται τη συγκρότηση ηγεμονικών λόγων αρρενωπότητας και θηλυκότητας, οι οποίοι εκφράζονται μέσω της μόδας, της ανάδειξης του σώματος με συγκεκριμένους τρόπους και της επίδειξης της ετεροσεξουαλικότητάς τους.

Ωστόσο, υπάρχουν παιδιά που συνειδητά επανακαθορίζουν τις έμφυλες και σεξουαλικές τους υποκειμενικότητες, διαφοροποιούμενα από συμβατικές μορφές αρρενωπότητας και θηλυκότητας, τόσο στην εμφάνισή τους, όσο και γενικότερα στον τρόπο δράσης τους στην καθημερινότητά τους, όπως έδειξε η περίπτωση της Άννας, του

Φοίβου και του Αλέξη. Στην επιτέλεση της «εναλλακτικής» έμφυλης τους υποκειμενικότητας βασικό ρόλο παίζουν ο τρόπος κατανόησης της ομορφιάς και συνεπώς οι πρακτικές του σώματός τους, η ένδυση, τα ενδιαφέροντα κι ο γενικότερος τρόπος επιτέλεσης του φύλου τους. Υπάρχει συνεπώς ευελιξία στις έμφυλες και σεξουαλικές υποκειμενικότητες που τα παιδιά επιτελούν με βάση τις αντιλήψεις τους για τα έμφυλα ιδεώδη ομορφιάς, όπου σε κάποιες περιπτώσεις συμβαδίζουν με καθυποταγή σε παραδοσιακές όψεις θηλυκότητας και αρρενωπότητας κι άλλες φορές χαρακτηρίζονται από παρεκβατική εμπρόθετη δράση, σύμφωνα με την οποία οι έμφυλες υποκειμενικότητες επανακαθορίζονται και λειτουργούν σε νέο πλαίσιο.

Επίσης, οι εκτενείς συζητήσεις και τα εμπειρικά δεδομένα της έρευνας σε σχέση με τους τρόπους εμπλοκής των παιδιών με την ομορφιά έδωσαν σημαντικά στοιχεία για τη σύνδεση της οπτικής των παιδιών με τη φεμινιστική θεώρηση σε σχέση με την ομορφιά. Οι αντιλήψεις, οι πρακτικές και η δράση των παιδιών σχετικά με την ομορφιά πολλές φορές ιδεολογικά συμβαδίζουν με το φεμινιστικό θεωρητικό ρεύμα που ερμηνεύει την ομορφιά ως πηγή καταπίεσης (π.χ. Bartky, 1990· Bordo, 1993/2003· Jeffreys, 2005· Wolf, 1991/2002). Η καταπιεστική φύση της ομορφιάς αφορά πιο έντονα τα κορίτσια, ωστόσο ισχύει συχνά και για τα αγόρια. Ο θαυμασμός των παιδιών σε αυστηρά ορισμένα και μη ρεαλιστικά πρότυπα ομορφιάς και η επικριτική τους στάση σε ό,τι δεν συμβαδίζει με ηγεμονικά πρότυπα ομορφιάς, καθώς και η επιτήρηση κι αυτο-επιτήρηση του σώματος με σκοπό την επίτευξη των ιδανικών αυτών φανερώνει την καταπιεστική όψη της ομορφιάς για τα παιδιά. Τα παιδιά φάνηκε συχνά επίσης να ακολουθούν ιδεολογικά την καταπιεστική φύση της ομορφιάς μέσα από την εξιδανίκευση κι επιτέλεση ηγεμονικών όψεων θηλυκότητας και αρρενωπότητας, οι οποίες άμεσα σχετίζονται με την εξωτερική εμφάνιση. Όσον αφορά την έμφυλη επιτέλεση προτύπων ομορφιάς, τα κορίτσια είχαν επιπλέον να αντιμετωπίσουν το ακαθόριστο στάνταρτ για την ιδανική «σέξι» ετεροσεξουαλική θηλυκότητα, κάτι που συχνά δημιουργούσε σε αυτά ανησυχία και ανασφάλειες. Πρακτικές των παιδιών ακόμα, όπως οι επιλογές τους στη μόδα και ο τρόπος προβολής τους μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, ανέδειξαν την οριζόντια επιτήρηση που βιώνουν, κυρίως μεταξύ των συνομηλίκων, όπου η εμφάνιση και η συμπεριφορά τους αστυνομεύονται και κριτικάρονται με πολύ αυστηρούς και καταπιεστικούς όρους για αυτά.

Τα παιδιά, ταυτόχρονα όμως, κινήθηκαν και στο πλαίσιο του μεταφεμινιστικού παραδείγματος σε σχέση με την ομορφιά (π.χ. Davis, 1991· Gill, 2009· Jackson, 2006· Lazar, 2009), σύμφωνα με το οποίο η όμορφη εμφάνιση και συνεπαγόμενα διάφορες πρακτικές ομορφιάς, επιβραβεύονται κοινωνικά και ενδυναμώνουν τα παιδιά που ξέρουν

πώς να τα υποστηρίξουν με τον «σωστό» τρόπο. Στο πλαίσιο αυτό, ακόμα, τα παιδιά ανέπτυξαν, μέσα από τις αντιλήψεις και τις πρακτικές τους για την ομορφιά, αγορίστικους και κοριτσιίστικους λόγους που αγκαλιάζουν τη σύγχρονη κοινωνικά αμειβόμενη μεταφεμινιστική εκδοχή της «σέξι» θηλυκότητας και αρρενωπότητας. Τα παιδιά, επίσης, συχνά έδωσαν έμφαση στο θέμα της προσωπικής επιλογής, της αυτονομίας και της ελευθερίας όσον αφορά τις επιλογές τους στην εμφάνιση, με γνώμονα το τι εκφράζει και κάνει τον/την καθένα/καθεμιά ευτυχισμένο/η.

Μέσα από προσεκτικότερη ανάγνωση της εμπειρίας των παιδιών, ωστόσο, φάνηκε ότι η ενδυνάμωση που λαμβάνουν από την «όμορφη» τους εμφάνιση δεν είναι κάτι που ίσχυε για όλα τα παιδιά, αλλά μόνο για όσα κατάφεραν να πετύχουν μια θετικά αξιολογούμενη—από τα ΜΜΕ και τους συνομηλίκους—όμορφη εμφάνιση μέσα από συγκεκριμένα πρότυπα ομορφιάς. Με άλλα λόγια, η ενδυνάμωση και η εμπρόθετη δράση που τα παιδιά φαίνεται να κερδίζουν από την ομορφιά επιτυγχάνονται μέσα από πολιτισμικούς περιορισμούς και ιδεολογίες που αναπαράγουν την κοινωνική τάξη, κυρίως στην προώθηση συγκεκριμένων μορφών θηλυκότητας και αρρενωπότητας. Συνεπώς, η «ελεύθερη επιλογή» και η «επαναστατικότητα» με την οποία συχνά δρουν τα παιδιά, δεν είναι πάντοτε απελευθερωμένη από κρυμμένες έμφυλες και ταξικές ιδεολογικές επιρροές και πειθαρχικούς περιορισμούς.

Είναι, λοιπόν, πολύ δύσκολο να ενταχθούν τα παιδιά σε σταθερές κατηγορίες σχετικά με τη θεωρητική κατεύθυνση που παίρνει η νοηματοδότηση τους σε σχέση με την ομορφιά. Αυτό γιατί υπάρχει έντονα το στοιχείο της ρευστότητας σε ότι αφορά τον τρόπο κατανόησης και δράσης των παιδιών σε θέματα που αφορούν την ομορφιά. Αυτό σημαίνει ότι για τα παιδιά η «ομορφιά» δεν σημαίνει αποκλειστικά ενδυνάμωση, αλλά ούτε και καταπίεση κι η τοποθέτησή τους στον κάθε πόλο της φεμινιστικής θεωρίας μεταβάλλεται αναλόγως περίστασης, συγκείμενου και κοινωνικού πλαισίου. Από τη μια, τα παιδιά αυστηρά ορίζουν και κατανοούν την ομορφιά με βάση μια καταπιεστική ερμηνεία, αλλά από την άλλη επιχειρούν να ορίζουν τον εαυτό και την εμφάνιση τους με δικούς τους όρους. Από τη μια υποβάλλουν και υποβάλλονται σε πειθαρχικούς περιορισμούς κι από την άλλη δρουν με πρόθεση και εμπρόθετη δράση. Με άλλα λόγια, «στιγμές» καταπίεσης και πειθαρχίας και «στιγμές» κριτικής γνώσης και δράσης συνυπάρχουν. Θεωρώ ότι το πιο σημαντικό είναι να δοθεί η ευκαιρία στα παιδιά να επεξεργαστούν τις πιο «κριτικές στιγμές», όχι με σκοπό την απάλειψη απολαύσεων που πιο στενά ορισμένα πρότυπα ομορφιάς μπορεί να τους προσφέρουν, αλλά με σκοπό τη δυνατότητα κριτικού αναστοχασμού και ερμηνείας του ζητήματος της ομορφιάς, κάτι που θα τους επιτρέψει

στη ζωή τους να δρουν και να λαμβάνουν αποφάσεις ενεργές, που πραγματικά θα τα εκφράζουν.

Το δεύτερο και τρίτο ερευνητικό ερώτημα της έρευνας αφορούσαν τους τρόπους αλληλεπίδρασης των παιδιών με τα ΜΜΕ όσον αφορά τα προβαλλόμενα πρότυπα ομορφιάς, καθώς και τις ικανότητες αντιμετώπισης που τα παιδιά διαθέτουν αναφορικά με τη διαχείριση μηνυμάτων που προέρχονται από τα ΜΜΕ σε σχέση με μηνύματα ομορφιάς και σεξουαλικότητας. Η αλληλεπίδραση των παιδιών με τα ΜΜΕ σε θέματα ομορφιάς μελετήθηκε μέσα από διάφορες οπτικές, όπως μέσα από τη σχέση των παιδιών με διασημότητες, την εμπλοκή τους με τη μεταφεμινιστική ποπ μουσική κουλτούρα, τα περιοδικά μόδας και την καταναλωτική τους δράση. Σε ένα άλλο επίπεδο εμπλοκής των παιδιών με τα ΜΜΕ, ακόμα, μελετήθηκε η προβολή των ίδιων των παιδιών μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα.

Όσον αφορά την αλληλεπίδραση των παιδιών με τα ΜΜΕ, μέσα από τα δεδομένα της έρευνας καθίσταται σαφές ότι τα παιδιά δέχονται έντονες επιρροές από τις πολιτισμικές αναπαραστάσεις ομορφιάς που προωθούνται από τα ΜΜΕ. Η κουλτούρα φέρει υλικές συνέπειες και επιδρά δυναμικά στην ανάπτυξη των υποκειμενικότητων των παιδιών κι αυτό είναι κάτι που διαφαίνεται μέσα από τις μουσικές κι άλλες καλλιτεχνικές προτιμήσεις των παιδιών, τις πρακτικές ομορφιάς που ακολουθούν, τις καταναλωτικές τους επιλογές στη μόδα και σε άλλα σχετικά με την ομορφιά αντικείμενα. Η οπτική των παιδιών, ακόμα, για το τι ορίζουν ως «όμορφο», η οποία πολύ συχνά συμβαδίζει με δυτικά πρότυπα ομορφιάς, καθώς και με ηγεμονικά έμφυλα πρότυπα ομορφιάς, φαίνεται να επηρεάζεται συχνά από πολιτισμικές και κοινωνικές αναπαραστάσεις ομορφιάς που προωθούνται από τα ΜΜΕ. Παρόλα αυτά, η κατανόηση της «ομορφιάς» από τα παιδιά δεν περιορίζεται αποκλειστικά στον γραμμικό επηρεασμό τους από κυρίαρχα πρότυπα ομορφιάς. Αντιθέτως, υπάρχουν παιδιά που λειτουργούν μέσα από ένα πιο αυτόνομο πλαίσιο, εκφράζοντας την αντίθεση, την αδιαφορία ή την επαναστατικότητα τους σε κυρίαρχα πολιτισμικά μηνύματα και επιτελώντας με μοναδικό τρόπο την υποκειμενικότητά τους όσον αφορά τα πρότυπα ομορφιάς.

Όσον αφορά τη δράση και προβολή των παιδιών σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης φαίνεται ότι σε ένα βαθμό τα παιδιά ελεύθερα εκφράζουν όψεις της υποκειμενικότητας και της προσωπικότητάς τους μέσω των κοινωνικών δικτύων. Παρόλα αυτά, η επιτέλεση των έμφυλων κι άλλων χαρακτηριστικών του εαυτού στα κοινωνικά δίκτυα δεν γίνεται πάντοτε ελεύθερα, αλλά συχνά πραγματοποιείται υπό την αυστηρή επιτήρηση των συνομήλικων. Αυτό πολλές φορές φέρει ως αποτέλεσμα τον αυτοπεριορισμό των παιδιών στην έκφραση

αποδεκτών από τους συνομήλικους όψεις του εαυτού που συνάδουν με τις κυρίαρχες έμφυλες κοινωνικές και πολιτισμικές προσδοκίες.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι πολλές φορές στην υφιστάμενη βιβλιογραφία υπάρχει η τάση να ερμηνεύεται με γραμμικό και μονοδιάστατο τρόπο η σχέση μεταξύ των απεικονίσεων των ΜΜΕ και του (συνήθους αρνητικού) τρόπου με τον οποίο επηρεάζονται τα νέα άτομα. Σε αυτή τη γραμμική προσέγγιση τα νέα άτομα τοποθετούνται σε θέση παθητική και παθολογική σχετικά με την κατανάλωση των ΜΜΕ. Η έρευνα αυτή, ωστόσο, φώτισε όψεις της αλληλεπίδρασης των παιδιών με τα ΜΜΕ με μια κριτική κοινωνιολογική ματιά που επέτρεψε την ανάδειξη των πολλαπλών μεταβάσεων, αντιθέσεων και αντιφάσεων που χαρακτηρίζουν την εμπλοκή τους με την κουλτούρα, αλλά και την ερμηνεία των ιδανικών ομορφιάς, των θηλυκοτήτων και αρρενωποτήτων που τα παιδιά επιτελούν, ξεπερνώντας την απλοϊκή διχοτομία επίδρασης-αντίστασης και ενεργούς-παθητικής εμπλοκής.

Θεωρώ ότι, τόσο οι έντονες πολιτισμικές και κοινωνικές επιρροές που τα παιδιά δέχονται, όσο και η αυτονομία στις επιλογές τους, δεν μπορούν να τα τοποθετήσουν αποκλειστικά στον πόλο της παθητικής αποδοχής μηνυμάτων από τα ΜΜΕ, αλλά ούτε και στον πόλο της ενεργής διαχείρισης μηνυμάτων των ΜΜΕ. Τα δεδομένα της έρευνας συμβαδίζουν με την μετα-κονστρουκτουβιστική οπτική (Gill, 2007α, 2008· Evans κ.ά., 2010), σύμφωνα με την οποία τα παιδιά-υποκείμενα δεν μπορούν να θεωρηθούν αποκλειστικά ως παθητικά και πειθήνια υποκείμενα, αλλά ούτε κι ως αυτόνομα, με ελεύθερη επιλογή φιλελεύθερα άτομα. Όπως εξάλλου συζητήθηκε, υπάρχει μια πολύπλοκη σχέση μεταξύ «γνώσης» και «επιθυμίας»/«απόλαυσης», αφού η ικανότητα για εμπρόθετη δράση και κριτική αντιμετώπιση των προωθούμενων από τα ΜΜΕ μηνυμάτων ομορφιάς, δεν συνεπάγεται απαραίτητα την εξάλειψη του θαυμασμού ή της απόλαυσης που τα πρότυπα προκαλούν ή την εξάλειψη όλων των «αρνητικών» επιδράσεων που τα ΜΜΕ μπορεί να φέρουν. Η γνώση και η εμπρόθετη δράση μπορούν ταυτόχρονα να συνυπάρξουν με την επιρροή και τον επηρεασμό από τα ΜΜΕ κι αυτό είναι ένα στοιχείο που φανερώνει τη συνθετότητα που χαρακτηρίζει τις δύο φαινομενικά αντίθετες καταστάσεις.

Σε πολλές περιπτώσεις, ακόμα, η έρευνα αυτή επιβεβαίωσε και έδωσε νόημα στην έννοια των «σχιζοφρενών υποκειμενικοτήτων» που οι Renold και Ringrose (2011) ανέπτυξαν, όπου εμπρόθετη δράση και επηρεασμός συχνά συνυπάρχουν και κάποτε αναιρούν το ένα το άλλο, φανερώνοντας τις πολλαπλές και δυναμικές μεταβάσεις και τοποθετήσεις των παιδιών σε σχέση με τη διαχείριση των μηνυμάτων που προέρχονται από τα ΜΜΕ σε σχέση με την ομορφιά. Ταυτόχρονα, φάνηκε ότι τα παιδιά αποτελούν

υποκειμενικότητες με πολυδιάστατη φύση και συνεπώς, ο τρόπος που διαχειρίζονται τη «γνώση» και την κριτική και εμπρόθετη τους δράση μπορεί να ποικίλει αναλόγως της περιστασης, της χρονικής στιγμής, της δύναμης της επιρροής του εκάστοτε μέσου και προτύπου. Τα παιδιά, τέλος, σίγουρα δεν αποτελούν ομοιογενή ομάδα κι άρα η αλληλεπίδραση τους με τα μηνύματα των ΜΜΕ διαφοροποιείται αναλόγως ποικίλων καταστάσεων και παραγόντων όπως η ηλικία, οι προσωπικές προτιμήσεις, η γονική καθοδήγηση και το κοινωνικοοικονομικό τους υπόβαθρο.

Δεν θα μπορούσε, όμως, να υπάρξει πλήρης κατανόηση της νοηματοδότησης των εννοιών της ομορφιάς και της σεξουαλικότητας από τα παιδιά, χωρίς τη μελέτη της οπτικής των γονιών όσον αφορά τα ιδεώδη της ομορφιάς, τα πρότυπα ομορφιάς που προωθούνται στα παιδιά από τα ΜΜΕ και την καταναλωτική κουλτούρα, τις έμφυλες ταυτότητες και το ζήτημα της σεξουαλικοποίησης της παιδικότητας, θέματα που πραγματεύτηκε το τέταρτο ερευνητικό ερώτημα της διατριβής. Η διερεύνηση των θεμάτων αυτών είναι σημαντική, αφού ρίχνει φως ρίχνει στις γονικές αντιλήψεις, στάσεις, ανησυχίες, πρακτικές και διαδικασίες που πιθανόν να συμβάλλουν στη διαμόρφωση της έννοιας της ομορφιάς από τα παιδιά, τόσο σε πρακτικό, όσο και σε ιδεολογικό και εννοιολογικό επίπεδο.

Μέσα από την έρευνα φάνηκε ότι ο τρόπος με τον οποίο οι γονείς διαχειρίζονται την ενασχόληση των παιδιών τους με την ομορφιά και συγκεκριμένα οι πρακτικές χειρισμού της ενασχόλησης των παιδιών με την ομορφιά, ο τρόπος καταναλωτικής διαπαιδαγώγησης και η γονική παρέμβαση σε σχέση με τα ΜΜΕ χρωματίζεται από ποικίλες διαστάσεις. Οι περισσότεροι γονείς αναγνωρίζουν την επιρροή που δέχονται τα παιδιά τους σχετικά με την ομορφιά από την καταναλωτική κουλτούρα και τα προωθούμενα από τα ΜΜΕ πρότυπα, κάτι που συχνά εκτιμούν ως «αρνητικό» φαινόμενο. Για αυτό, θέλοντας να προστατεύσουν τα παιδιά τους από τις αρνητικές αυτές επιρροές, αναπτύσσουν στρατηγικές ενεργούς παρέμβασης, τόσο όσον αφορά τις καταναλωτικές τους πολιτικές, όσο και την εμπλοκή των παιδιών με τα ΜΜΕ. Ωστόσο, όπως φάνηκε, το είδος της παρέμβασης που ακολουθούν, καθώς και η αποτελεσματικότητά τους καθορίζεται από ποικίλους παράγοντες.

Σημαντικό εύρημα, επίσης, αποτελεί το γεγονός ότι μια από τις κυριότερες ανησυχίες των γονιών εστιάζεται στην προβολή σεξουαλικών σκηνών από τα ΜΜΕ, τις οποίες θεωρούν ότι τα παιδιά δεν μπορούν να διαχειριστούν σωστά. Ωστόσο, οι περισσότεροι γονείς λειτουργούν με άξονα την απαγορευτική προσέγγιση κι όχι με άξονα την ενημέρωση και κριτική διαχείριση θεμάτων σεξουαλικότητας.

Είναι ενδιαφέρον, επίσης, το γεγονός ότι οι γονείς εκλαμβάνουν ως επικίνδυνη για τα παιδιά την προβολή σεξουαλικών σκηνών από τα ΜΜΕ, κυρίως από την τηλεόραση και το διαδίκτυο, χωρίς όμως να αναφέρονται καθόλου, τουλάχιστον ευθαρσώς, σε πτυχές του φαινομένου της σεξουαλικοποίησης της παιδικότητας μέσα από την καταναλωτική κουλτούρα και την ποπ κουλτούρα που προωθείται από τα ΜΜΕ. Η μη αναφορά στο θέμα αυτό παρατηρήθηκε τόσο από γονείς αγοριών, όσο και κοριτσιών, φανερώνοντας την αντίφαση που υπάρχει με την υφιστάμενη βιβλιογραφία, η οποία συχνά μιλά για «αυξανόμενες γονικές ανησυχίες» σχετικά με το φαινόμενο της σεξουαλικοποίησης των παιδιών. Η αντίφαση αυτή, βέβαια, δεν συνεπάγεται τη μη ύπαρξη όψεων του φαινομένου στις ζωές και εμπειρίες των παιδιών. Αντιθέτως, περισσότερο φανερώνει την άγνοια και την απουσία θεωρητικού υποβάθρου στους γονείς, λόγω της έλλειψης δημόσιων συζητήσεων στην Κύπρο για το θέμα αυτό, που θα τους επέτρεπε να αναγνωρίσουν όψεις σεξουαλικοποίησης στα δικά τους παιδιά, να μιλήσουν για αυτό και να το αντιμετωπίσουν, εάν παραστεί ανάγκη. Διαφαίνεται, λοιπόν, η ανάγκη για δημόσιο λόγο και ενημέρωση των γονιών, όχι με διάθεση πανικού που να προωθεί την απαγόρευση, τον προστατευτισμό και την άμυνα, αλλά με προσέγγιση ενημερωτική που θα δώσει στους γονείς το θεωρητικό υπόβαθρο για αναγνώριση, κριτική και συνειδητή ερμηνεία και αντιμετώπιση του φαινομένου, όπου χρειάζεται.

Τέλος, όσον αφορά τη σύνδεση της γονικής οπτικής με τη φεμινιστική θεωρία για την ομορφιά, φαίνεται ότι η προσέγγιση των γονιών αντικατοπτρίζει όψεις κι από τους δύο βασικούς πόλους των συζητήσεων για την ομορφιά, αντιμετωπίζοντας την ομορφιά, δηλαδή, τόσο ως καταπίεση, όσο και ως ενδυνάμωση. Όπως φάνηκε, για τους γονείς είναι πολύ σημαντική η εικόνα που τα παιδιά τους βγάζουν προς τα έξω μέσω της περιποιημένης και κατάλληλης για την ηλικία και το φύλο τους εξωτερικής τους εμφάνισης. Η στάση αυτή συμβαδίζει με το μεταφεμινιστικό παράδειγμα, σύμφωνα με το οποίο η όμορφη εμφάνιση επιβραβεύεται κοινωνικά και ενδυναμώνει το άτομο—στην περίπτωση αυτή τόσο το παιδί, όσο και τους γονείς, των οποίων τα παιδιά αποτελούν καθρέφτη του πολιτισμικού και κοινωνικού τους κεφαλαίου. Ταυτόχρονα, όμως, η νοοτροπία αυτή των γονιών υποδηλώνει την καταπιεστική φύση της ομορφιάς, αφού οι επιλογές στην εμφάνιση και το σώμα των παιδιών (και των γονιών) συχνά φαίνεται να συμβαδίζουν με κυρίαρχα ιδεώδη ομορφιάς και έμφυλης υποκειμενικότητας, φανερώνοντας την αξιολόγηση και τον κοινωνικό έλεγχο που υφίσταται η εμφάνιση των παιδιών.

Το πέμπτο ερευνητικό ερώτημα της διατριβής επικεντρώθηκε στον ρόλο της εκπαίδευσης και συγκεκριμένα στην προσέγγιση του κριτικού γραμματισμού στα ΜΜΕ

στην καλλιέργεια ικανοτήτων κριτικής στάσης των παιδιών απέναντι σε κυρίαρχα πολιτισμικά μηνύματα ομορφιάς και σε έμφυλες αναπαραστάσεις. Η εκπαιδευτική παρέμβαση έφερε θετικά αποτελέσματα, αφού έδωσε ερεθίσματα στα παιδιά για αποφυσικοποίηση μηνυμάτων των ΜΜΕ σε σχέση με την ομορφιά και τις έμφυλες αναπαραστάσεις. Ακόμα συνέβαλε στην αποκωδικοποίηση, την κατανόηση και την κριτική ανάλυση μιντιακών κειμένων, αυξάνοντας την επίγνωση των παιδιών στον τρόπο λειτουργίας των ΜΜΕ. Σημαντικά στοιχεία που συνέβαλαν στην επιτυχία της παρέμβασης ήταν η χρήση οικείου και με ενδιαφέρον για τα παιδιά υλικού από τη δημοφιλή κουλτούρα, καθώς και η δημοκρατική φύση της παρέμβασης, κατά την οποία είχα προσεγγίσει τα παιδιά με συνεργατική και ισότιμη διάθεση. Ακόμα σημαντικό στοιχείο της παρέμβασης αποτέλεσε η αντιμετώπιση των παιδιών εκ μέρους μου ως άτομα με κριτική διάθεση και κατά συνέπεια η αντιμετώπιση της διδασκαλίας ως μέσο προετοιμασίας των παιδιών για την εμπλοκή τους με τα ΜΜΕ κι όχι ως μέσο άμυνας, προφύλαξης και προστασίας από τα ΜΜΕ.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι, αν και η εκπαιδευτική παρέμβαση έφερε θετικά αποτελέσματα στην αύξηση της ικανότητας των παιδιών για κριτική ερμηνεία των μηνυμάτων των ΜΜΕ, η «γνώση» και ικανότητα αυτή των παιδιών δεν παραμένει πάντοτε σταθερή και αμετάβλητη, αλλά παρουσιάζει αυξομειώσεις αναλόγως της χρονικής στιγμής, της περίπτωσης, του συγκειμένου και του κοινωνικού πλαισίου. Δεδομένης της ρευστότητας που χαρακτηρίζει τη σχέση μεταξύ «γνώσης» και «επιθυμίας», αναγνωρίζω ότι η ικανότητα των παιδιών για κριτική προσέγγιση των ΜΜΕ δεν συνεπάγεται απαραίτητα με την εξάλειψη του θαυμασμού, της επιρροής ή της απόλαυσης που τα μηνύματα ομορφιάς προκαλούν, ούτε εξάλλου αυτό αποτελούσε στόχο της παρέμβασης. Αυτή η διάσταση μεταξύ κριτικής σκέψης και ευχαρίστησης σχετίζεται με την υπάρχουσα φεμινιστική βιβλιογραφία, η οποία έχει καταγράψει την ένταση ανάμεσα στις διάφορες ιδεολογίες για την ομορφιά των γυναικών. Στη φεμινιστική σκέψη, λοιπόν, υπάρχει από τη μια, η αντίληψη και γνώση της ομορφιάς ως μια κυρίαρχη μορφή καταπίεσης των γυναικών και, από την άλλη, μέσα από το μεταφεμινιστικό πλαίσιο, η επιθυμία για ομορφιά ως μέσο γυναικείας ενδυνάμωσης.

Μέσα από την εκπαιδευτική παρέμβαση ακόμα, αναδύθηκε ένας βασικός κοινωνιολογικός προβληματισμός, ο οποίος αφορά τη μεγάλη διαφοροποίηση που παρατηρήθηκε στην κριτική αντιμετώπιση των ΜΜΕ από τα παιδιά στη βάση του κοινωνικοοικονομικού και δημογραφικού τους υπόβαθρου. Εφόσον θέματα που αφορούν την ομορφιά, τις έμφυλες υποκειμενικότητες και τον τρόπο λειτουργίας των ΜΜΕ δεν καλλιεργούνται—τουλάχιστον συστηματικά—στο σχολείο, θεωρώ κύρια πηγή της

διαφορετικής αυτής ικανότητας τη διαφοροποίηση που χαρακτηρίζει το πολιτισμικό και κοινωνικοοικονομικό οικογενειακό κεφάλαιο των παιδιών. Κάτι τέτοιο φέρει με τη σειρά του διαφορετική προσέγγιση και συζητήσεις στο σπίτι σχετικά με τα θέματα αυτά, αλλά και διαφορετικές ευκαιρίες πρόσβασης σε πηγές γνώσης. Η παρατήρηση αυτή υπενθυμίζει τις κοινωνικές ανισότητες που αναπαράγονται στην κοινωνία στη βάση της διαφοροποίησης του πολιτισμικού και κοινωνικοοικονομικού οικογενειακού κεφαλαίου, κάτι που το εκπαιδευτικό σύστημα χρειάζεται να καλύψει.

Τα αποτελέσματα της εκπαιδευτικής παρέμβασης τονίζουν ότι για την εδραίωση ενός κριτικού τρόπου σκέψης στα παιδιά απαιτείται συστηματική προσπάθεια ανάπτυξης προγραμμάτων κριτικού γραμματισμού από πολύ νωρίς στην εκπαίδευση, μέσα από ένα μεγάλο φάσμα θεματικών ενοτήτων και γνωστικών αντικειμένων. Φάνηκε, ακόμα, ότι το θέμα της «ομορφιάς» είναι κάτι που απασχολεί όλα τα παιδιά, αγόρια και κορίτσια, το οποίο επεκτείνεται σε βασικούς τομείς της ζωής τους που σχετίζονται με την αυτοπεποίθηση, τη δημιουργία σχέσεων και την κατανόηση θεμάτων έμφυλης ανισότητας. Συνεπώς, ικανότητες κριτικού μιντιακού γραμματισμού σε θέματα ομορφιάς είναι πολύ σημαντικές δεξιότητες που τα παιδιά πρέπει να κατέχουν σήμερα, για αυτό είναι εξαιρετικά σημαντική η προσπάθεια για ανάπτυξη ικανοτήτων κριτικής μελέτης των ΜΜΕ από το εκπαιδευτικό σύστημα ως μέσο δυναμικής πρόκλησης της θεσμικής φύσης προβληματικών ιδεολογιών, σεξισμού και άνισων σχέσεων εξουσίας που πολύ συχνά προωθούνται από τα ΜΜΕ.

Περιορισμοί Έρευνας

Έρευνες που στηρίζονται στην εθνογραφική προσέγγιση, όπως είναι η παρούσα, αντιμετωπίζουν μεθοδολογικούς περιορισμούς που αφορούν την αξιοπιστία (reliability) και την εγκυρότητα (validity) της έρευνας (LeCompte & Goetz, 1982· Nurani, 2008).

Ο κυριότερος περιορισμός σχετικά με την αξιοπιστία της εθνογραφικής έρευνας αφορά τη δυσκολία που υπάρχει στον βαθμό επαναληψιμότητας των ερευνητικών δεδομένων—κατά πόσον δηλαδή η έρευνα θα μπορούσε να επαναληφθεί με τις ίδιες διαδικασίες (εξωτερική αξιοπιστία) και κατά πόσον άλλοι/ες ερευνητές/ριες θα μπορούσαν να ανακαλύψουν τα ίδια φαινόμενα ή να προβούν σε ίδια συμπεράσματα (εσωτερική αξιοπιστία). Η δυσκολία αυτή πηγάζει από το γεγονός ότι η εθνογραφική έρευνα λαμβάνει χώρα στο φυσικό περιβάλλον των συμμετεχόντων/ουσών και δίνει έμφαση στις διαδικασίες (Burns, 1994· Wiersma, 1986), συνεπώς η ακριβής της επανάληψή είναι

δύσκολο να επιτευχθεί. Ωστόσο, ο περιορισμός αυτός μπορεί σε μεγάλο βαθμό να αντιμετωπιστεί με την παράθεση λεπτομερούς περιγραφής της μεθοδολογίας και των στρατηγικών που ακολουθήθηκαν στην έρευνα από τον/την ερευνητή/ρια (Nurani, 2008).

Όσον αφορά την εγκυρότητα της έρευνας, ένας βασικός περιορισμός σχετίζεται με τον βαθμό κατά τον οποίο οι παρατηρήσεις του/της ερευνητή/ριας αποτελούν αυθεντικές αναπαραστάσεις (εσωτερική εγκυρότητα) και τον βαθμό στον οποίο τα αποτελέσματα της έρευνας είναι δυνατόν να γενικευτούν (εξωτερική εγκυρότητα). Το μεγάλο χρονικό διάστημα που ο/η ερευνητής/ρια περνά στο πεδίο της έρευνας ενισχύει την εσωτερική εγκυρότητα της έρευνας, αφού ο/η ερευνητής/ρια έχει την ευκαιρία για συνεχή ανάλυση και σύγκριση των δεδομένων, ενώ το γεγονός ότι η έρευνα λαμβάνει χώρα στο φυσικό πλαίσιο δίνει το πλεονέκτημα της πιο ακριβούς αντανάκλασης της πραγματικότητας. Επίσης μέσο αντιμετώπισης της αδυναμίας της εσωτερικής αξιοπιστίας αποτελεί η τριγωνοποίηση των δεδομένων (Burns, 1994· Wiersma, 1986), κάτι που έγινε στην παρούσα έρευνα τόσο με τη χρήση ποικίλων μέσων συλλογής δεδομένων, όσο και μέσω της χρήσης διαφόρων πηγών δεδομένων σε ποικίλα πλαίσια.

Η αδυναμία στην εξωτερική εγκυρότητα της εθνογραφικής έρευνας και η περιορισμένη δυνατότητα γενικευσιμότητας των αποτελεσμάτων πηγάζει από το γεγονός ότι η εθνογραφική έρευνα μελετά ένα συγκεκριμένο πεδίο έρευνας, μέσα από συγκεκριμένη οπτική και με ένα σχετικά μικρό δείγμα, συνεπώς τα συμπεράσματα είναι πιθανό να είναι εφαρμόσιμα μόνο σε αυτό το συγκεκριμένο πλαίσιο, συνθήκες και δείγμα. Ωστόσο, η αδυναμία αυτή μπορεί να ξεπεραστεί μέσα από τη διεξαγωγή και σύγκριση των αποτελεσμάτων αντίστοιχων ερευνών (“multi site studies”) (Wiersma, 1986). Σε περίπτωση που παρόμοια συμπεράσματα επιβεβαιώνονται σε παρόμοιες μελέτες, τότε ενισχύεται η γενικευσιμότητα των αποτελεσμάτων της έρευνας. Είναι σημαντικό ότι βασικά αποτελέσματα της έρευνας αυτής επιβεβαιώνονται μέσα από σχετικές εμπειρικές έρευνες που έχουν διεξαχθεί στο εξωτερικό.

Τέλος, ένας άλλος περιορισμός της έρευνας έγκειται στην πιθανότητα οι συμμετέχοντες/ούσες να παρουσιάζουν μια ιδεατή συμπεριφορά που θα ευχαριστεί τον/την ερευνητή/ρια. Παρόλα αυτά, ο περιορισμός αυτός χαρακτηρίζει τα αρχικά στάδια της έρευνας και μπορεί να ξεπεραστεί στα μεταγενέστερα στάδια, αφού οι ερευνητές/ριες στην εθνογραφική έρευνα δεν παραμένουν στην αρχική εντύπωση που αποκομίζουν, αλλά μελετούν εις βάθος και για μεγάλο χρονικό διάστημα τους/τις συμμετέχοντες/ούσες. Στην έρευνα αυτή, προκειμένου να αποφύγω τον κίνδυνο αυτό, συνέλεξα δεδομένα που αφορούσαν τα παιδιά μέσα από πολλαπλά πλαίσια και με ποικιλία μεθόδων, έτσι ώστε να αποκτήσω αξιόπιστες πηγές και να τριγωνοποιήσω τα δεδομένα μου.

Συνεισφορά Έρευνας

Η έρευνα αυτή ήταν βασισμένη σε διαθεματική προσέγγιση, αφού μελετήθηκαν και συνδυάστηκαν θέματα από διάφορα κοινωνιολογικά πεδία: από τις σπουδές φύλου, τις σπουδές παιδικότητας, τις σπουδές που αφορούν τον καταναλωτισμό και τον χώρο της εκπαίδευσης.

Στο πεδίο των σπουδών φύλου η κυριότερη συνεισφορά της έρευνας εστιάζεται στη σύνδεση της φεμινιστικής θεωρίας σε σχέση με την ομορφιά με εμπειρικά δεδομένα που προέκυψαν από την καθημερινότητα και τον λόγο των παιδιών. Η σύνδεση αυτή είναι σημαντική, αφού οι φεμινιστικές συζητήσεις σχετικά με την ομορφιά συνήθως παραμένουν σε θεωρητικό επίπεδο, χωρίς να γίνεται σύνδεσή τους με εμπειρικά δεδομένα. Ταυτόχρονα, οι συζητήσεις αυτές κατά κύριο λόγο αφορούν στο μεγαλύτερο τους μέρος τις γυναίκες, αφήνοντας έξω τον τρόπο διαχείρισης ζητημάτων ομορφιάς από τα παιδιά. Η παρούσα έρευνα, έχοντας στο επίκεντρό της την ερμηνεία της έννοιας της «ομορφιάς» μέσα από την οπτική των παιδιών, έφερε στην επιφάνεια τους ποικίλους τρόπους με τους οποίους τα παιδιά βιώνουν στην πραγματικότητα τους σκέψεις, διλήμματα και προβληματισμούς που η φεμινιστική θεωρία σε θεωρητικό επίπεδο συζητά, εμπλουτίζοντας με αυτόν τον τρόπο την παραγωγή γνώσης τόσο στον τομέα της φεμινιστικής θεώρησης για την ομορφιά, όσο και στον τομέα της εμπειρικής μελέτης θεμάτων που αφορούν την παιδικότητα.

Στον τομέα των σπουδών για την παιδικότητα, η συνεισφορά της παρούσας έρευνας έγκειται στη διερεύνηση των τρόπων με τους οποίους αγόρια και κορίτσια στην προεφηβεία διαπραγματεύονται τις έμφυλες και σεξουαλικές τους υποκειμενικότητες μέσω της διαχείρισης μηνυμάτων ομορφιάς που προέρχονται από τη δημοφιλή κουλτούρα. Ειδικότερα, η έρευνα αυτή μελέτησε θέματα που αφορούν τη σεξουαλικοποίηση των παιδιών, δίνοντας έμφαση στους τρόπους με τους οποίους τα ίδια τα παιδιά διαχειρίζονται και ερμηνεύουν ζητήματα σεξουαλικοποίησης της κουλτούρας. Η μελέτη των θεμάτων αυτών από την οπτική των παιδιών είναι σημαντική, αφού μεγάλο μέρος της σχετικής βιβλιογραφίας στηρίζεται σε υποθέσεις ενηλίκων που αφορούν την κατανόηση των παιδιών σχετικά με τη σεξουαλικότητα, τη συγκρότηση έμφυλων και σεξουαλικών ταυτοτήτων και την παιδική αθωότητα. Ακόμα, οι σχετικές εμπειρικές έρευνες για τη σεξουαλικοποίηση της κουλτούρας συνήθως επικεντρώνονται σε νεαρά ενήλικα άτομα ή έφηβους/ες κι όχι στα παιδιά, ενώ στις περιπτώσεις που οι έρευνες έχουν στο επίκεντρο τους τα παιδιά, η έμφαση δίνεται στα κορίτσια, αφήνοντας πίσω αναπάντητα ερωτήματα για την εμπλοκή των αγοριών με τη σεξουαλικοποιημένη κουλτούρα. Η παρούσα έρευνα,

μελετώντας τους τρόπους με τους οποίους αγόρια και κορίτσια αλληλεπιδρούν με τη σύγχρονη «σεξουαλικοποιημένη» κουλτούρα, έδωσε σημαντική πληροφόρηση για τις απόψεις των παιδιών σχετικά με το φύλο και τη σεξουαλικότητα και τον αντίκτυπο που τα θέματα αυτά έχουν στη ζωή τους.

Στην πιο πάνω κατεύθυνση συνέβαλε σημαντικά η μελέτη του τρόπου αλληλεπίδρασης των παιδιών με την υλική κουλτούρα και τον καταναλωτισμό, κυρίως με τη διερεύνηση θεμάτων που αφορούν την κοινωνικοπολιτισμική σημασία της κατανάλωσης μόδας και άλλων προϊόντων ομορφιάς στις ζωές των παιδιών. Δεδομένης της περιορισμένης διαθέσιμης εμπειρικής έρευνας που να διερευνά την οπτική των παιδιών με την καθημερινή εμπλοκή τους με την υλική κουλτούρα, ήταν πολύ σημαντική η μελέτη των θεμάτων αυτών μέσα από την έρευνα αυτή, η οποία αντιμετώπισε τα παιδιά ως πολυσύνθετες οντότητες που ποικίλουν στον βαθμό εμπρόθετης δράσης και στην εμπειρία της υλικής και καταναλωτικής κουλτούρας.

Η παρούσα έρευνα συνείσφερε ταυτόχρονα στην κατανόηση της γονικής οπτικής σε θέματα που αφορούν το ιδεώδες της ομορφιάς, τα πρότυπα ομορφιάς που προωθούνται από τα ΜΜΕ, την καταναλωτική κουλτούρα και το ζήτημα της σεξουαλικοποίησης της παιδικότητας. Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι η γονική οπτική στα πιο πάνω θέματα έχει περιορισμένα ερευνηθεί σε σχετικές εμπειρικές έρευνες, ήταν σημαντική η συνεισφορά της παρούσας έρευνας, αφού με κριτική ματιά διερεύνησε τρόπους διαπραγμάτευσης εκ μέρους των γονιών θεμάτων που σχετίζονται με την ομορφιά, τη σεξουαλικότητα και τις έμφυλες υποκειμενικότητες των παιδιών.

Σημαντική ήταν επίσης η συνεισφορά της έρευνας στον θεσμό της εκπαίδευσης, αφού η προσέγγιση ευρύτερων κοινωνιολογικών ζητημάτων που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στις ζωές των παιδιών, όπως στην περίπτωση αυτή η αλληλεπίδραση των παιδιών με τη δημοφιλή κουλτούρα και με δημοφιλή πολιτισμικά κείμενα των ΜΜΕ σε θέματα ομορφιάς, είναι πολύ περιορισμένη. Επιπρόσθετα, υπάρχει περιορισμένη ερευνητική κατανόηση για τους τρόπους με τους οποίους η κριτική ανάλυση των ΜΜΕ μπορεί να ενσωματωθεί αποτελεσματικά στο εκπαιδευτικό σύστημα. Η παρούσα έρευνα πρόσθεσε στην υπάρχουσα βιβλιογραφία, δίνοντας πληροφορίες για τους τρόπους με τους οποίους εκπαιδευτικές παρεμβάσεις, στηριγμένες στην προσέγγιση του μιντιακού κριτικού γραμματισμού και με φεμινιστική οπτική, μπορούν να καλλιεργήσουν στα παιδιά ικανότητες εμπρόθετης δράσης στη διαπραγμάτευση μηνυμάτων ομορφιάς και σεξουαλικοποίησης από τα ΜΜΕ και την καταναλωτική κουλτούρα, προκαλώντας κυρίαρχες ιδεολογίες σε σχέση με την έμφυλη υποκειμενικότητα και τη σεξουαλικότητα.

Καταληκτικά Σημεία

Ένα από τα πιο ουσιώδη σημεία που αναδείχθηκαν μέσα από την έρευνα αυτή είναι, πρώτον, η ξεκάθαρη εκδήλωση εκ μέρους των παιδιών των διλημμάτων και αμφιταλαντεύσεων της φεμινιστικής σκέψης σε σχέση με την ομορφιά. Ήταν πολύ ενδιαφέρον το γεγονός ότι τα παιδιά κινήθηκαν σε ένα πολύ μεγάλο φάσμα των φεμινιστικών συζητήσεων που αφορούν την ομορφιά κι έτσι εξέφρασαν απόψεις που κυμαίνονται από τις πιο ακραίες θέσεις του πόλου που βλέπει την ομορφιά ως καταπίεση, μέχρι τις πιο ακραίες θέσεις του πόλου που βλέπει την ομορφιά ως ενδυνάμωση, ενώ ταυτόχρονα περιπλανήθηκαν και προβληματίστηκαν σε γκρίζες γραμμές και αμφιταλαντεύσεις ανάμεσα τις δύο αυτές κατευθύνσεις. Επίσης, μια άλλη πολύ σημαντική παρατήρηση σε σχέση με την ερμηνεία της φεμινιστικής σκέψης για την ομορφιά από τα παιδιά προκύπτει από την ασυμμετρία θεωρητικοποίησης της γυναικείας και ανδρικής ομορφιάς και των θηλυκοτήτων και αρρενωποτήτων που προωθούνται μέσω των προτύπων ομορφιάς, όπου θεωρητικές προσεγγίσεις σε σχέση με την ανδρική ομορφιά είναι περιορισμένες. Εντούτοις, ήταν πολύ ενδιαφέρον ότι ο λόγος και εμπειρίες των αγοριών κινήθηκαν σε μεγάλο βαθμό σε μονοπάτια της φεμινιστικής θεωρίας για τη γυναικεία ομορφιά, φανερώνοντας ότι οι θεωρητικές προσεγγίσεις για τη γυναικεία ομορφιά μεταφέρονται συχνά και στην πραγματικότητα των αγοριών. Αυτό αποτελεί σημαντική διαπίστωση, αφού φανερώνει ότι κορίτσια και αγόρια συγκλίνουν σε πολλά σημεία σε σχέση με την αντιμετώπιση της ομορφιάς κι έχουν να αντιμετωπίσουν κοινά διλήμματα και προβληματισμούς στην εμπλοκή τους με αυτή. Κάτι τέτοιο φυσικά δεν σημαίνει εξάλειψη των έμφυλων διαφορών, ωστόσο οι κοινές κατευθύνσεις αποτελούν σημείο που είναι σημαντικό να αναδειχθεί.

Πιο αναλυτικά, φάνηκε ότι οι αντιλήψεις, οι πρακτικές και η δράση των παιδιών σχετικά με την ομορφιά πολλές φορές ιδεολογικά συμβαδίζουν με το φεμινιστικό θεωρητικό ρεύμα που ερμηνεύει την ομορφιά ως πηγή καταπίεσης (π.χ. Bartky, 1990· Bordo, 1993/2003· Jeffreys, 2005· Wolf, 1991/2002). Η καταπιεστική προσέγγιση σε θέματα ομορφιάς τονίστηκε πιο έντονα μέσα από «θηλυκές» πρακτικές ομορφιάς, έτσι φάνηκε να αφορά πιο πολύ κορίτσια, αν και συχνά είχε ισχύ και για τα αγόρια. Ο θαυμασμός κοριτσιών και αγοριών σε αυστηρά καθορισμένα και μη ρεαλιστικά πρότυπα ομορφιάς και η επικριτική τους στάση σε ό,τι δεν συμβαδίζει με ηγεμονικά πρότυπα ομορφιάς, καθώς και η επιτήρηση κι αυτο-επιτήρηση του σώματος τους με σκοπό την επίτευξη των ιδανικών αυτών, φανέρωσε την καταπιεστική ιδεολογία της ομορφιάς για τα παιδιά. Τα παιδιά φάνηκε συχνά επίσης να ακολουθούν ιδεολογικά την καταπιεστική φύση

της ομορφιάς μέσα από την εξιδανίκευση κι επιτέλεση συμβατικών όψεων θηλυκότητας και αρρενωπότητας σε σχέση με την εξωτερική εμφάνιση. Τα κορίτσια, ακόμα, είχαν επιπλέον να αντιμετωπίσουν το ακαθόριστο διπλό στάνταρτ για την ιδανική «σέξι» θηλυκότητα, κάτι που συχνά δημιουργούσε σε αυτά ανησυχία και ανασφάλειες. Πρακτικές των παιδιών ακόμα, όπως οι επιλογές τους στη μόδα και ο τρόπος προβολής τους μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, ανέδειξαν την επιτήρηση που βιώνουν, κυρίως μεταξύ των συνομηλίκων. Σε ένα άλλο επίπεδο σκέψης που επίσης συμβαδίζει με τον καταπιεστικό χαρακτήρα της ομορφιάς, τα παιδιά μίλησαν για πιο ακραίες πρακτικές ομορφιάς, όπως πλαστικές επεμβάσεις, όπου αρκετές φορές προβληματίστηκαν για τις αρνητικές τους συνέπειες, τόσο σε σχέση με τη σωματική υγεία, όσο και σε κοινωνικό επίπεδο. Ταυτόχρονα προβληματίστηκαν για την έντονη επιρροή και ρύθμιση που συχνά τα άτομα δέχονται από πολιτισμικές πηγές, όπως συγκεκριμένες μορφές ΜΜΕ, για την επίτευξη μη ρεαλιστικών, καταπιεστικών προτύπων ομορφιάς, κάτι που θεώρησαν ότι προκαλεί δυστυχία κι ενοχές.

Τα παιδιά, ταυτόχρονα όμως, κινήθηκαν και στο πλαίσιο του μεταφεμινιστικού παραδείγματος σε σχέση με την ομορφιά (π.χ. Davis, 1991· Gill, 2009· Jackson, 2006· Lazar, 2009). Έτσι, ανέπτυξαν λόγους και πρακτικές που αγκαλιάζουν τη μεταφεμινιστική εκδοχή της «σέξι» θηλυκότητας και αρρενωπότητας, ενώ ταυτόχρονα τόνισαν το θέμα της προσωπικής επιλογής και ελευθερίας όσον αφορά τις επιλογές τους στην εμφάνιση.

Ωστόσο, φάνηκε ότι η ενδυνάμωση που τα παιδιά φαίνεται να κερδίζουν από την ομορφιά επιτυγχάνονται κυρίως μέσα από πολιτισμικούς περιορισμούς και ιδεολογίες, τα οποία ενθαρρύνουν τη συγκρότηση συγκεκριμένων μορφών θηλυκότητας και αρρενωπότητας. Συνεπώς, η «ελεύθερη επιλογή» με την οποία συχνά δρουν τα παιδιά, δεν είναι πάντοτε απελευθερωμένη από κρυμμένους έμφυλους και ταξικούς ιδεολογικούς περιορισμούς. Ένα άλλο σημείο ακόμα που αξίζει να αναδειχθεί σχετικά με το ζήτημα της «επιλογής» που τα παιδιά συχνά θεωρούν ότι έχουν σε θέματα και πρακτικές ομορφιάς είναι η δυσκολία αναγωγής της «προσωπικής», «ατομικής» επιλογής σε ζήτημα συλλογικό και κοινωνικό. Τα παιδιά συχνά εκτιμούσαν ότι οι διάφορες πρακτικές ομορφιάς που ακολουθούσαν, όπως το μακιγιάζ και η ένδυση με επώνυμα ρούχα, καθώς και η εξιδανίκευση και θαυμασμός συγκεκριμένων προτύπων ομορφιάς, ήταν αποκλειστικά δικές τους, συνειδητές και ελεύθερες επιλογές, για τις οποίες δεν είχαν υποστεί καμιά επιρροή στο να τις ακολουθήσουν. Δυσκολεύτηκαν να αναγνωρίσουν λοιπόν το κοινωνικό και ρευστό πλαίσιο ερμηνείας του τι θεωρείται «όμορφο» και το γεγονός ότι το «γούστο» είναι πολιτισμικά δομημένο μέσα από σχέσεις ανισότητας και εξουσίας.

Ταυτόχρονα, μέσα από τον λόγο των παιδιών ήταν σημαντική η ανάδειξη της σχέσης ανάμεσα στην ομορφιά και την οικονομική δύναμη. Κάποιες φορές τα παιδιά, αναγνωρίζοντας τη μεγάλη οικονομική επιβάρυνση που οι διάφορες πρακτικές ομορφιάς φέρουν, όπως για παράδειγμα η αγορά παπουτσιών από ακριβές αθλητικές μάρκες, αντιστέκονταν, ενστερνιζόμενα τη φεμινιστική θέση που θεωρεί την ομορφιά ως μέσο οικονομικής καταπίεσης (Wolf, 1991/2002). Από την άλλη, όμως, τις περισσότερες φορές το οικονομικό κόστος των διαφόρων πρακτικών, αν και αναγνωριζόταν από τα παιδιά, δεν φάνηκε να τα απασχολεί. Θεωρούσαν τις πρακτικές αυτές τόσο απαραίτητες στη ζωή τους που ο παράγοντας του κόστους παραβλεπόταν. Ενδιαφέρουσα παρατήρηση στο σημείο αυτό είναι ότι το κοινωνικοοικονομικό υπόβαθρο των παιδιών δεν φάνηκε να αποτελεί παράγοντα διαφοροποίησης απόψεων σε σχέση με την οικονομική διάσταση που σχετίζεται με την ομορφιά, φανερώνοντας τη μεγάλη σημασία που κατέχει η ομορφιά στις ζωές των παιδιών.

Γενικότερα, φάνηκε ότι οι προβληματισμοί των παιδιών για τα νοήματα που φέρει η ομορφιά αντανακλούν όχι μόνο τους προβληματισμούς της φεμινιστικής σκέψης, αλλά και τη δυσκολία επίτευξης μιας ισορροπίας μεταξύ των διαφόρων απόψεων που επικρατούν. Είναι, πολύ δύσκολο, λοιπόν, να ενταχθούν τα παιδιά σε σταθερές κατηγορίες αναφορικά με τη θεωρητική κατεύθυνση που παίρνει η νοηματοδότησή τους σε σχέση με την ομορφιά. Κάτι τέτοιο αναδεικνύει τη ρευστότητα που υπάρχει σχετικά με τον τρόπο κατανόησης και δράσης των παιδιών σε θέματα που αφορούν την ομορφιά, αφού η τοποθέτησή τους στον κάθε πόλο της φεμινιστικής θεωρίας μεταβάλλεται αναλόγως περίπτωσης, συγκειμένου και κοινωνικού πλαισίου.

Το πιο πάνω σημείο μας φέρνει σε ένα άλλο σημαντικό στοιχείο που ανέδειξε η έρευνα όσον αφορά την ένταση που χαρακτηρίζει τη σχέση ανάμεσα σε «απόλαυση» και «ιδεολογία», που χαρακτηρίζει την αλληλεπίδραση των παιδιών με μηνύματα ομορφιάς που προέρχονται από τα ΜΜΕ. Τα παιδιά γνωρίζουν τη μη ρεαλιστική φύση των «τέλειων» αναπαραστάσεων ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ, την απάτη που υπάρχει σε αυτές, καθώς και τους καταπιεστικούς τρόπους με τους οποίους οι αναπαραστάσεις λειτουργούν. Ωστόσο, η γνώση και η ικανότητα των παιδιών για κριτική προσέγγιση των ΜΜΕ δεν σημαίνει απαραίτητα εξάλειψη του θαυμασμού, της επιρροής ή της απόλαυσης που τα μηνύματα ομορφιάς προκαλούν, κάτι που φανερώνει την πολύπλοκη σχέση και τη ρευστότητα που χαρακτηρίζει τη σχέση μεταξύ «γνώσης» και επιθυμίας. Τα παιδιά αναπτύσσουν θα λέγαμε «σχιζοφρενείς υποκειμενικότητες» (Renold & Ringrose, 2011), όπου εμπρόθετη δράση και επηρεασμός συχνά συνυπάρχουν και κάποτε αναιρούν το ένα το άλλο, φανερώνοντας τις πολλαπλές και δυναμικές μεταβάσεις και τοποθετήσεις των

παιδιών σε σχέση με τη διαχείριση των μηνυμάτων που προέρχονται από τα ΜΜΕ σε σχέση με την ομορφιά. Επιπρόσθετα, η «γνώση» και ικανότητα αυτή των παιδιών δεν παραμένει πάντοτε σταθερή και αμετάβλητη, αλλά παρουσιάζει αυξομειώσεις αναλόγως της χρονικής στιγμής, της περίπτωσης, του συγκεκριμένου, του κοινωνικού πλαισίου και της δύναμης της επιρροής του κάθε μέσου. Αυτή η διάσταση μεταξύ απόλαυσης και ιδεολογίας, κριτικής σκέψης και ευχαρίστησης σχετίζεται με την υπάρχουσα φεμινιστική βιβλιογραφία, η οποία έχει καταγράψει την ένταση ανάμεσα στις διάφορες ιδεολογίες για την ομορφιά των γυναικών, μιλώντας από τη μια για την καταπιεστική και από την άλλη για την ενδυναμωτική φύση της ομορφιάς. Το σημαντικό σημείο εδώ είναι η παιδαγωγική αξία των «κριτικών στιγμών» όπου τα παιδιά επεξεργάζονται τα διλήμματα αυτά, όχι με σκοπό την απάλειψη απολαύσεων που συγκεκριμένα πρότυπα ομορφιάς μπορεί να προσφέρουν, αλλά με σκοπό τη δυνατότητα κριτικού αναστοχασμού και ερμηνείας του ζητήματος της ομορφιάς, κάτι που θα επιτρέψει στα παιδιά να δρουν και να λαμβάνουν στη ζωή τους αποφάσεις ενεργές, που πραγματικά θα τα εκφράζουν.

Αξίζει να σημειωθεί, ακόμα, ότι η πιο πάνω ερμηνεία της αντίληψης των παιδιών προέκυψε από ποικίλες μέσες και πηγές. Σε κάποιες περιπτώσεις τα παιδιά ρωτήθηκαν και μίλησαν ευθέως για το νόημα της ομορφιάς, κατά κύριο λόγο μέσα από την εκπαιδευτική παρέμβαση και από δραστηριότητες όπως την ανάλυση των ηλεκτρονικών άρθρων για την Ουκρανή Barbie Valeria Lukyanova και τον οκτάχρονο αρσιβαρίστα Brandon Blake, όπου τα παιδιά εξέφρασαν ενδιαφέρουσες απόψεις και τεκμηρίωση. Στις υπόλοιπες περιπτώσεις τα παιδιά πιο έμμεσα μίλησαν για την ομορφιά. Τα παιδιά δεν κλήθηκαν ευθέως να μιλήσουν για την «ομορφιά» –εξάλλου αυτό ήταν ένα μεθοδολογικό ζήτημα που εξαρχής μας απασχολούσε και θέλαμε να μελετήσουμε, κατά πόσο όντως τα παιδιά ασχολούνται και μιλούν για την «ομορφιά». Μέσα από ποικιλία εναλλακτικών παιδοκεντρικών, βιωματικών και ενδιαφερουσών για τα παιδιά δραστηριοτήτων τους δόθηκε το έναυσμα με έμμεσο τρόπο να μιλήσουν εκτενώς και να ξεδιπλώσουν ένα ευρύ φάσμα αντιλήψεων. Και στις δύο περιπτώσεις δόθηκε «φωνή» στα παιδιά για να δώσουν διάφορες και διαφορετικές απαντήσεις, κάτι τόσο κεντρικό στις εθνογραφικές κοινωνιολογικές έρευνες παιδικότητας (Spyrou, 2011).

Το δεύτερο πολύ σημαντικό στοιχείο που προέκυψε από την παρούσα έρευνα αφορά την εφαρμογή και επιβεβαίωση θεωρητικών προσεγγίσεων συγκρότησης έμφυλων υποκειμενικότητας, συγκεκριμένα τη θεωρητική προσέγγιση για την ηγεμονική αρρενωπότητα και τονισμένη θηλυκότητα της Connell (1995, 1996, 2005/2006) και τη μεταδομιστική οπτική από την Butler (1993/2008, 1997, 1997/2009).

Ξεκινώντας από τη θεωρητική προσέγγιση για την ηγεμονική διάσταση του φύλου,

κυρίως η έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας, αλλά και η έννοια της τονισμένης θηλυκότητας σε μικρότερο βαθμό, έχουν εφαρμοστεί και επιβεβαιωθεί μέσα από ποικίλες εμπειρικές έρευνες (π.χ. Ali, 2003· Connolly, 2008· Reay, 2001· Renold, 2005· Skelton, 2001· Swain, 2000, 2002, 2003· Thorne, 1993), έχοντας επηρεάσει τη σύγχρονη σκέψη σε σχέση με το φύλο και την κοινωνική ιεραρχία. Είναι σημαντικό ότι με την εφαρμογή της θεωρίας αυτής μέσα από την παρούσα έρευνα, έχουν αποκαλυφθεί τόσο ξεκάθαροι μηχανισμοί προώθησης της ηγεμονίας, όπως η προώθηση συγκεκριμένων μορφών αρρενωπότητας και θηλυκότητας μέσα από τα MME, όσο και πιο υπόγειοι τρόποι, όπως οι διάφοροι κοινωνικοί μηχανισμοί με τους οποίους ασκείται κριτική σε περιθωριοποιημένες ομάδες.

Ένα άλλο ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο είναι το ότι η έρευνα αυτή ανταποκρίνεται στις εισηγήσεις που εκφράζουν οι Connell και Messerschmidt (2005) για περαιτέρω έρευνα στην έννοια της ηγεμονικής αρρενωπότητας, επεκτείνοντας τις εισηγήσεις αυτές και στην έννοια της τονισμένης θηλυκότητας. Οι Connell και Messerschmidt τονίζουν ότι είναι σημαντικό οι σύγχρονες έρευνες να δώσουν έμφαση στην ιστορική αλλαγή και στις προκλήσεις που οι αρρενωπότητες (και οι θηλυκότητες) δέχονται, αναγνωρίζοντας τη διαφοροποίηση που μπορούν να δεχτούν τα διάφορα μοτίβα έμφυλης υποκειμενικότητας, αναλόγως κοινωνικού και ταξικού συγκειμένου. Στην έρευνα αυτή τονίζεται η πιθανότητα αλλαγής δυναμικής στις κυρίαρχες ομάδες, δίνοντας έμφαση στην εμπρόθετη δράση υποβαθμισμένων και περιθωριοποιημένων ομάδων, αναδεικνύοντας μοτίβα αρρενωπότητας και θηλυκότητας που δημιουργούνται σε διάφορα πλαίσια. Στο πλαίσιο αυτό αναγνωρίστηκε στην έρευνα η σημασία της γεωγραφίας των αρρενωποτήτων και θηλυκότητων και η στενή αλληλεπίδραση που υπάρχει μεταξύ τοπικού, εθνικού και διεθνούς επιπέδου στη συγκρότηση έμφυλων υποκειμενικοτήτων, αναγνωρίζοντας τη σημασία του χωρικού πλαισίου, όπως οι Connell και Messerschmidt τονίζουν.

Η έρευνα αυτή ακόμα ακολούθησε την εισήγηση των Connell και Messerschmidt για μελέτη της συνθετότητας που χαρακτηρίζει την έμφυλη ιεραρχία, δίνοντας έμφαση στην λογοθετική συγκρότηση έμφυλων ταυτοτήτων. Με αυτόν τον τρόπο, αναγνωρίζονται οι δυναμικές που χαρακτηρίζουν τα προτζεκτς αρρενωπότητας και θηλυκότητας από τα παιδιά, με άλλα λόγια τις αντιφάσεις, αλλά και την κριτική που τα παιδιά εκφράζουν, δείχνοντας ότι δεν είναι «πολιτισμικά αφελή» όντα, αλλά διαθέτουν τη δυνατότητα επαναδόμησης έμφυλων υποκειμενικοτήτων.

Επιπλέον, μια πολύ σημαντική συνεισφορά της έρευνας στη θεωρία της ηγεμονικής διάστασης φύλου εντοπίζεται στην ανάγκη που εκφράζουν οι Connell και Messerschmidt για μελέτη της ενσώματης διάστασης στη συγκρότηση αρρενωποτήτων,

αλλά και θηλυκοτήτων. Μέσα από την έρευνα αυτή φάνηκε ξεκάθαρα το πώς τα σώματα των παιδιών συμμετέχουν ενεργά στις κοινωνικές διαδικασίες και πρακτικές συγκρότησης φύλου, φανερώνοντας τη στενή συσχέτιση του σώματος με τις κοινωνικές δομές.

Όσον αφορά τη μεταδομιστική θεωρία και συγκεκριμένα τη θεωρητική προσέγγιση της Butler (1993/2008, 1997, 1997/2009), αυτή πολύ πιο περιορισμένα έχει εφαρμοστεί σε εμπειρικές έρευνες, με εξαίρεση τη δουλειά της Youdell (2004, 2005, 2006α, β) που έχει πραγματοποιηθεί στον χώρο της εκπαίδευσης με εφήβους. Η Butler, ως φιλόσοφος, δίνει ένα εξαιρετικό θεωρητικό φακό σε σχέση με τις διαδικασίες υποκειμενικοποίησης, χωρίς όμως να συνδέει τη θεωρητική της ανάλυση με εμπειρικά δεδομένα που προκύπτουν από την καθημερινή ζωή και τις πρακτικές των ατόμων στα διάφορα πλαίσια. Με άλλα λόγια, υπάρχει περιορισμένη σύνδεση της θεωρητικής σκέψης της Butler με την πράξη, ένα χάσμα που επιχείρησε να γεφυρώσει η έρευνα αυτή, μεταφέροντας το θεωρητικό πλαίσιο της Butler στην ερμηνεία των δεδομένων που προέρχονται από την εμπειρία των παιδιών.

Η παρούσα έρευνα ξεκάθαρα έδειξε ότι η δουλειά της Butler αποτελεί σημαντικό θεωρητικό φακό ανάλυσης και ερμηνείας εθνογραφικών δεδομένων που στοχεύουν στην κατανόηση των διαδικασιών συγκρότησης έμφυλων υποκειμενικοτήτων από τα παιδιά με βάση τις έννοιες του λόγου, της υποκειμενικοποίησης, της επιτελεστικότητας και της εμπρόθετης δράσης. Συγκεκριμένα, έχοντας ως αφετηρία τη θεωρία της Butler για την υποκειμενικοποίηση, μπορέσαμε να κατανοήσουμε τους τρόπους με τους οποίους τα παιδιά είναι πιθανόν να αντιστέκονται στις πληγωμένες και υποβαθμισμένες σεξουαλικές και έμφυλες ταυτότητες, συγκροτώντας νόμιμους Άλλους εαυτούς μέσα από καθημερινές πρακτικές ομορφιάς και καταναλωτισμού.

Το τρίτο σημαντικό στοιχείο που προέκυψε από την έρευνα αυτή ήταν το γεγονός ότι τα παιδιά έντονα προσδίδουν στην ομορφιά το στοιχείο της έμφυλης διάστασης, αφού για αυτά η «ομορφιά» άμεσα συσχετίζεται με πολιτισμικά ιδεώδη αρρενωπότητας και θηλυκότητας. Για τα παιδιά, λοιπόν, πολύ συχνά η ομορφιά βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με τις έννοιες της ηγεμονικής αρρενωπότητας και της τονισμένης θηλυκότητας (Connell, 1987, 1995) και για αυτό ακολουθούν σε μεγάλο βαθμό κυρίαρχους λόγους συγκρότησης του φύλου τους και καθυποτάσσονται σε έμφυλους πολιτισμικούς κανόνες και περιορισμούς. Η συγκρότηση ηγεμονικών λόγων αρρενωπότητας και θηλυκότητας εκφράζονται μέσω πρακτικών ομορφιάς και κατανάλωσης, που διαδραματίζουν βασικό ρόλο στα συστήματα νοημάτων και στις διαδικασίες υποκειμενικοποίησης που τα ορίζουν κοινωνικά ως «κορίτσια» ή ως «αγόρια».

Τα αγόρια, λοιπόν, κατά κύριο λόγο επιτελούν την ηγεμονική μορφή αρρενωπότητας με την έντονη επίδειξη ετεροσεξουαλικότητας τους και την προβολή των

ετεροσεξουαλικών τους σχέσεων, κάτι που προκαλεί τον θαυμασμό των γύρω τους και ενισχύει τη θέση τους στην κοινωνική ιεραρχία. Ακόμα η επένδυση στο ενεργό, αθλητικό και δυνατό σώμα και η μοντέρνα και ετεροσεξουαλική εμφάνιση αποτελούν βασικές πρακτικές του σώματος και λόγους κλειδιά στη συγκρότηση και επιτέλεση ηγεμονικής αρρενωπότητας από τα αγόρια. Με το δυνατό αρρενωπό τους σώμα προσελκύουν το ετεροσεξουαλικό ενδιαφέρον των κοριτσιών και ενθαρρύνουν τη δημοτικότητά τους. Ταυτόχρονα, ορίζουν την όμορφη αρρενωπή εμφάνιση με βάση συμπεριφορικά χαρακτηριστικά και ψυχολογικές διαθέσεις όπως είναι η αγριάδα και το θυμωμένο ύφος. Είναι αντιφατικό ωστόσο το γεγονός ότι, αν και τα αγόρια επίσης ενδιαφέρονται για την ομορφιά κι εμπλέκονται σε πρακτικές για φροντισμένη ανδρική εμφάνιση, αντιμετωπίζοντας παραδοσιακές έμφυλες νόρμες που χαρακτηρίζουν την ηγεμονική διάσταση της αρρενωπότητας, συχνά «αναγκάζονται» ενοχικά να απορρίψουν το ενδιαφέρον τους αυτό.

Κυρίως στα αγόρια εργατικής τάξης, παρατηρήθηκε μεγαλύτερη ανάγκη τοποθέτησης και προσδιορισμού του εαυτού τους σε ηγεμονικούς λόγους αρρενωπότητας. Τα αγόρια αυτά πιο ξεκάθαρα και ωμά εγκαλούν τον εαυτό τους ως αρσενικά («Κοίτα, είμαι άνδρας»), αλλά και πιο ανταγωνιστικά («Ρε είσαι χέσης. Εσύ έχεις έτσι κοιλιακούς;») ως μέσα επιτέλεσης «γνήσιας» αρρενωπότητας που με τίποτα δεν μπορεί να αμφισβητηθεί. Τα αγόρια το κάνουν αυτό μέσα από διάφορα μέσα, τόσο μέσα από τη δύναμη του λόγου τους, όσο και μέσα από πρακτικές και επιτελεστικές έξεις του σώματός τους. Φαίνεται λοιπόν κάποια αγόρια να βιώνουν έντονα την ανησυχία, την ένταση και το υπαρξιακό άγχος για επιβεβαίωση του ανδρισμού τους, ο οποίος σε αυτές τις περιπτώσεις ορίζεται με βάση πολύ έντονα οριοθετημένες ηγεμονικές νόρμες αρρενωπότητας. Είναι ενδιαφέρον ότι τόσο έντονες δηλώσεις αρρενωπότητας δεν προέκυψαν από τα αγόρια στην πόλη. Επίσης, αντίστοιχη στάση δεν παρατηρήθηκε από τα κορίτσια, τα οποία δεν ένιωσαν τόσο έντονα την ανάγκη απόδειξης και επιβεβαίωσης της θηλυκής έμφυλης τους υποκειμενικότητας.

Τα κορίτσια συχνά επιτυγχάνουν την επιτέλεση της τονισμένης/εμφατικής θηλυκότητας, με την επένδυση στην ετεροσεξουαλική θηλυκότητα, στην οποία κεντρικό ρόλο κατέχει το σώμα και η κατάλληλη δημόσια παρουσίασή του μέσω της ενσάρκωσης του πολιτισμικού πρότυπου του λεπτού ιδεώδους, μέσω της ετεροσέξι μόδας και μέσω της τοποθέτησης του εαυτού στον ετεροσεξουαλικό λόγο και στην κουλτούρα του ρομάντζου με τα αγόρια. Για τα κορίτσια η επιτέλεση της τονισμένης θηλυκότητας μέσω πρακτικών ομορφιάς τείνει να παραμένει πιο στενά συνδεδεμένη με το σώμα και να παίρνει σεξουαλικοποιημένη διάσταση μέσα από συγκεκριμένα μέρη του σώματος, σε αντίθεση με

την επιτέλεση της ηγεμονικά αρρενωπής ομορφιάς από τα αγόρια, η οποία σχετίζεται και με συμπεριφορά χαρακτηριστικά. Ωστόσο, αυτή η θηλυκότητα αποτελεί δίκωπο μαχαίρι για τα κορίτσια, αφού από τη μια τα τοποθετεί υψηλά στην κοινωνική ιεραρχία κι από την άλλη συνδέεται με αρνητικά χαρακτηριστικά. Είναι ενδιαφέρον ότι αντίστοιχο ρίσκο δεν αντιμετωπίζουν τα αγόρια που επενδύουν στην ηγεμονική αρρενωπότητα.

Τέλος, φάνηκε πως οι έμφυλες συμβάσεις και η «έμφυλη τάξη» που χαρακτηρίζουν τις έμφυλες και σεξουαλικές υποκειμενικότητες των παιδιών είναι πάντοτε πιθανό να αναδομηθούν και να διαφοροποιηθούν μέσα από τη δημιουργική φύση της εμπρόθετης δράσης που τα παιδιά διαθέτουν. Υπήρξαν λοιπόν παιδιά που συνειδητά και με εμπρόθετη δράση επανακαθόρισαν τις έμφυλες και σεξουαλικές τους υποκειμενικότητες, διαφοροποιούμενα από συμβατικές μορφές αρρενωπότητας και θηλυκότητας, τόσο στην εμφάνισή τους, όσο και γενικότερα στον τρόπο δράσης τους στην καθημερινότητά τους. Χαρακτηριστικές περιπτώσεις αποτέλεσαν η Άννα, ο Φοίβος και ο Αλέξης, παιδιά που ανέτρεψαν παραδοσιακές έμφυλες νόρμες, αναπτύσσοντας πολύπλοκες και κάποτε αντικρουόμενες έμφυλες υποκειμενικότητες. Τα παιδιά αυτά κατάφεραν να επανασηματοδοτήσουν τη συμβατική σχέση έγκλησης και νοήματος, δίνοντας νόημα σε υποτελείς, πληγωμένους, αποσιωπημένους έμφυλους λόγους. Στην επιτέλεση της «εναλλακτικής» έμφυλης τους υποκειμενικότητας βασικό ρόλο έπαιξε ο τρόπος κατανόησης της ομορφιάς κι ο γενικότερος τρόπος επιτέλεσης φύλου τους. Συνεπώς υπάρχει ευελιξία στις έμφυλες και σεξουαλικές υποκειμενικότητες που τα παιδιά επιτελούν με βάση τις αντιλήψεις τους για τα έμφυλα ιδεώδη ομορφιάς, όπου σε κάποιες περιπτώσεις συμβαδίζουν με καθυποταγή σε παραδοσιακές όψεις θηλυκότητας και αρρενωπότητας κι άλλες φορές χαρακτηρίζονται από παρεκβατική εμπρόθετη δράση, επανακαθορίζοντας τις έμφυλες τους υποκειμενικότητες.

Ένα τέταρτο πολύ σημαντικό συμπέρασμα που προέκυψε από την έρευνα είναι ότι τα παιδιά, εκτός από την έντονη εμπλοκή τους με την «ομορφιά» σε επίπεδο υλικής διάστασης και μέσα από ποικιλία πρακτικών, εμπλέκονται με αυτήν και σε ιδεολογικό επίπεδο, προσδίδοντάς της ηθική όψη. Οι ηθικές συνδέσεις που τα παιδιά κάνουν με την «ομορφιά» είναι σύνθετες. Πολλές φορές η ομορφιά θεωρείται ως κάτι «καλό» και για αυτό τα «όμορφα» παιδιά βρίσκονται ψηλά στην κοινωνική ιεραρχία. Τα πράγματα, όμως, γίνονται πιο πολύπλοκα όσο αφορά την ερμηνεία της (ετερο)σεξουαλικής «όμορφης» θηλυκότητας, η οποία η οποία ταυτόχρονα αποτελεί πηγή ενδυνάμωσης, αλλά και αποδυνάμωσης για τα κορίτσια. Το πιο προβληματικό στοιχείο στο διπλό αυτό στάνταρτ που αντιμετωπίζουν τα κορίτσια είναι το γεγονός ότι λειτουργεί τόσο αόρατα, χωρίς τα παιδιά να συνειδητοποιούν την ύπαρξή του, τις αντιφάσεις που φέρει και συνεπαγόμενα

την καταπίεση που συχνά δημιουργεί στα κορίτσια η ασάφεια αυτή. Η αντίφαση αυτή είναι τόσο συγκαλυμμένη που ακόμα και τα ίδια τα κορίτσια, που βιώνουν άμεσα το διπλό αυτό στάνταρτ της θηλυκότητας, δυσκολεύονται να το αναγνωρίσουν ως αδικία με έμφυλη διάσταση, ως μέρος έμφυλης καταπίεσης εναντίον των κοριτσιών. Για αυτό, κυρίως το βιώνουν ενοχικά ως «ντροπή» για το σώμα τους - μια έννοια που εκφράστηκε αρκετά συχνά από κορίτσια σε σχέση με τη σέξι υποκειμενικότητα.

Το πέμπτο συμπερασματικό σημείο που αξίζει να αναφερθεί εστιάζεται στη χαρτογράφηση του τρόπου με τον οποίο κορίτσια και αγόρια αντιλαμβάνονται και εφαρμόζουν στην πράξη θέματα ομορφιάς. Αν και στόχος της έρευνας δεν ήταν η απλοϊκή ανάλυση στο δίπολο του φύλου, ωστόσο είναι σημαντική η αποτύπωση των βασικών σημείων, ομοιοτήτων και διαφορών. Γενικά φάνηκε ότι η ιδέα της ομορφιάς και συνεπαγόμενα η ανάπτυξη έμφυλων υποκειμενικοτήτων μέσα από αυτή είναι κάτι που έντονα κυριαρχεί στις ζωές τόσο των κοριτσιών, όσο και των αγοριών, αποτελεί σημαντικό στοιχείο στη ζωή τους από πολύ μικρή ηλικία, για αυτό ενεργά εμπλέκονται σε ποικίλες πρακτικές που σχετίζονται με την ομορφιά.

Η ενασχόληση με τη μόδα, αποτελεί για αγόρια και κορίτσια ένα ισχυρό μέσο με μεγάλη συμβολική και κοινωνική σημασία για τη δημόσια επιτέλεση έμφυλων υποκειμενικοτήτων. Τα κορίτσια φαίνεται να κατέχουν πιο εξειδικευμένη και ευρεία πολιτισμική γνώση σε σχέση με το στυλ και τη μόδα. Ταυτόχρονα, το πλαίσιο της κοριτσίστικης παρέας αποτελεί καθοριστικό παράγοντα στην καταναλωτική κοινωνικοποίηση των κοριτσιών. Τα κορίτσια ακόμα συχνά επενδύουν στη σέξι μόδα, μια επένδυση όμως που πρέπει να γίνεται πολύ προσεκτικά και με τον «σωστό» τρόπο, αφού τα κορίτσια έντονα βιώνουν κοινωνική επιτήρηση και αστυνόμευση για μια εμφάνιση στα αποδεκτά ηθικά νόμιμα όρια. Υπάρχει γενικότερα ανάμεσα στα παιδιά η έντονα παγιωμένη η άποψη ότι η ενασχόληση με τη μόδα αποτελεί «κοριτσίστικο» ενδιαφέρον, ένα ενδιαφέρον που τα αγόρια πολύ συχνά ειρωνεύονται ή αποστασιοποιούνται από αυτό ως μέσο επιβεβαίωσης μιας νόμιμης αρρενωπότητας. Ωστόσο, στην πραγματικότητα και τα αγόρια δείχνουν ενδιαφέρον για συγκεκριμένα στυλ στη μόδα, κυρίως για αγαθά από ακριβές αθλητικές μάρκες, αγαθά που συμβάλλουν στην επιτέλεση μιας ενήλικης ετεροσεξουαλικής αρρενωπότητας.

Αγόρια και κορίτσια, επίσης, άμεσα και ενεργά εμπλέκονται με τη μουσική βιομηχανία, κυρίως με τη διεθνή ποπ μουσική σκηνή. Ήταν σημαντική η ποικιλοτροπία που είχε προκύψει τόσο από αγόρια, όσο και από κορίτσια, στον τρόπο «ανάγνωσης» καλλιτεχνών προερχόμενων από τη μεταφεμινιστική ποπ κουλτούρα. Μια σημαντική έμφυλη διαφορά που αξίζει να αναφερθεί, ωστόσο, ήταν η επίδειξη πιο έντονου

ενδιαφέροντος και επηρεασμού από τα κορίτσια όσον αφορά την εξωτερική εμφάνιση τραγουδιστών και τραγουδιστριών.

Αγόρια και κορίτσια, επίσης, χρησιμοποιούν το Facebook ως σημαντική σκηνή για την επίτευξη της έμφυλης και σεξουαλικής τους υποκειμενικότητας. Τα αγόρια αρκετά συχνά χρησιμοποιούν το Facebook ως μέσο για δημόσια εκδήλωση των ρομαντικών τους σχέσεων. Κάτι τέτοιο λειτουργεί ως μέσο απόδειξης της ετεροφυλοφιλίας τους, ένα σημαντικό χαρακτηριστικό της ηγεμονικής αρρενωπότητας. Τα κορίτσια εκφράζουν λιγότερο συχνά τις ρομαντικές τους σχέσεις, λόγω των κοινωνικών περιορισμών και της επιτήρησης που τους επιβάλλεται σε σχέση με τη σεξουαλικότητά τους. Ωστόσο τα κορίτσια πιο έντονα προβάλλουν τις φιλικές τους σχέσεις, κάτι που δεν κάνουν τα αγόρια, πιθανόν λόγω φόβου για ομοφοβικά σχόλια.

Επιπλέον, η δημοσίευση φωτογραφιών από αγόρια και κορίτσια στο Facebook αποτελεί πρακτική με τεράστια συμβολική σημασία στην κατασκευή της έμφυλης τους υποκειμενικότητας. Η ψηφιακή εικονική παρουσίαση του εαυτού διέπεται έντονα από αυστηρές έμφυλες νόρμες όσον αφορά την εμφάνιση. Τα κορίτσια συχνά να προβάλλουν μια σέξι εκδοχή του εαυτού τους, με τις κατάλληλες πόζες, μακιγιάζ και αποκαλυπτικό ντύσιμο, κάτι που ειρωνεύονται τα αγόρια, εντοπίζοντας το κίνητρό των κοριτσιών στην ετεροσεξουαλική τους προθυμία. Ταυτόχρονα όμως συχνά και τα αγόρια επενδύουν στη σέξι τους εμφάνιση, κάτι που συχνά πετυχαίνουν με σεξουαλικοποιημένες ημίγυμνες πόζες. Γενικότερα, τόσο για τα κορίτσια, όσο και για τα αγόρια, η κάθε λεπτομέρεια που σχετίζεται με την εμφάνιση, αλλά και τη γενικότερη έκφραση του έμφυλου τους εαυτού, παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στη δημόσιότητά τους παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα.

Το έκτο συμπερασματικό σημείο επικεντρώνεται στον ρόλο της εκπαίδευσης στην καλλιέργεια ικανοτήτων κριτικής στάσης των παιδιών απέναντι σε κυρίαρχα πολιτισμικά μηνύματα ομορφιάς και σε έμφυλες αναπαραστάσεις. Η εκπαιδευτική παρέμβαση έφερε θετικά αποτελέσματα, αφού έδωσε ευκαιρίες στα παιδιά για αποφυσικοποίηση κυρίαρχων μηνυμάτων σε σχέση με την ομορφιά και τις έμφυλες αναπαραστάσεις, ενώ ταυτόχρονα καλλιέργησε στα παιδιά ικανότητες κριτικής προσέγγισης των ΜΜΕ και του τρόπου με τον οποίο λειτουργούν.

Ένας πολύ βασικός κοινωνιολογικός προβληματισμός που προέκυψε μέσα από την εκπαιδευτική παρέμβαση αφορά τη μεγάλη διαφοροποίηση που παρατηρήθηκε στην κριτική αντιμετώπιση των ΜΜΕ από τα παιδιά στη βάση του κοινωνικοοικονομικού και δημογραφικού τους υπόβαθρου. Η παρατήρηση αυτή σχετίζεται με δεδομένα πλέον συμπεράσματα στην Κοινωνιολογία της Εκπαίδευσης όσον αφορά την αναπαραγωγή κοινωνικών ανισοτήτων με βάση τη διαφοροποίηση του πολιτισμικού και

κοινωνικοοικονομικού οικογενειακού κεφαλαίου. Αυτό σημαίνει ότι η πτυχή της λειτουργίας των ΜΜΕ είναι ένα σημαντικό στοιχείο στην αναπαραγωγική λειτουργία του εκπαιδευτικού συστήματος και κάτι που θα μπορούσε να γίνει στόχος εκπαιδευτικής πολιτικής.

Φάνηκε ακόμα ότι θέματα που αφορούν αναπαραστάσεις ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ απασχολούν όλα τα παιδιά, αγόρια και κορίτσια, και είναι θέματα που επεκτείνονται σε βασικούς τομείς της ζωής τους που σχετίζονται με την αυτοπεποίθηση, τη δημιουργία σχέσεων και την κατανόηση θεμάτων έμφυλης ανισότητας. Οι γνώσεις για τα ΜΜΕ και τη λειτουργία τους αποτελούν ένα μέρος πολιτισμικού κεφαλαίου που δεν σχετίζεται μόνο με τρόπους διαχείρισης της γνώσης, αλλά κυρίως πρέπει να στοχεύει στην ενίσχυση της αυτοεκτίμησης και την ενδυνάμωση των παιδιών. Συνεπώς, ικανότητες κριτικού μιντιακού γραμματισμού σε θέματα ομορφιάς είναι πολύ σημαντικές δεξιότητες που πρέπει να καλλιεργούνται στα παιδιά από πολύ νωρίς, για αυτό είναι εξαιρετικά σημαντική η προσπάθεια για ανάπτυξη ικανοτήτων κριτικής μελέτης των ΜΜΕ από το εκπαιδευτικό σύστημα, ως μέσο δυναμικής πρόκλησης της θεσμικής φύσης προβληματικών ιδεολογιών, σεξισμού και άνισων σχέσεων εξουσίας που πολύ συχνά προωθούνται από τα ΜΜΕ.

Το έβδομο συμπερασματικό σημείο αφορά τον μεθοδολογικό σχεδιασμό της έρευνας. Φάνηκε ότι η εθνογραφική προσέγγιση στην κατανόηση της έννοιας της ομορφιάς –μιας έννοιας που κυρίως θεωρητικά έχει μελετηθεί- αποτέλεσε σημαντικό στοιχείο στην έρευνα, αφού συνέβαλε σημαντικά στην ανάδειξη θεμάτων που αφορούν την κατανόηση της έννοιας της ομορφιάς από τα παιδιά. Τα παιδιά από πολύ νωρίς κοινωνικοποιούνται άμεσα με διάφορες κοινωνικά δομημένες προσδοκίες σε σχέση με την ομορφιά και τις έμφυλες ταυτότητες, με αποτέλεσμα πολλές όψεις τους να εσωτερικεύονται τόσο βαθιά, να φυσικοποιούνται, χωρίς συχνά να υπάρχει συνειδητή επεξεργασία των βαθύτερων κοινωνικών νοημάτων, συσχετίσεων και επιρροών που φέρουν στη ζωή τους. Για αυτό, η σύνθετη εθνογραφική προσέγγιση της έρευνας, η οποία σε πολλά σημεία ήταν παιδοκεντρική, καθώς και η χρήση ποικιλίας μεθόδων, δραστηριοτήτων και μέσων, έδωσαν με αβίαστο τρόπο πολλαπλά ερεθίσματα για περαιτέρω συνειδητή και κριτική επεξεργασία του δυναμικού και σύνθετου τρόπου με τον οποίο τα παιδιά εμπλέκονται με την έννοια της «ομορφιάς». Μέσα από την έρευνα, ακόμα, δόθηκε με εθνογραφική ματιά έμφαση στην εμπειρική μελέτη της καθημερινότητας των παιδιών σε ποικίλα πλαίσια -σπίτι, σχολείο, κοινωνικές δραστηριότητες- δίνοντας έτσι εμπλουτισμένη οπτική στους τρόπους με τους οποίους τα παιδιά δομούν την υποκειμενικότητά τους σε σχέση με κυρίαρχα ιδεώδη ομορφιάς.

Ωστόσο, σε έρευνες που στο επίκεντρό τους έχουν τις «φωνές των παιδιών» υπάρχει ο μεθοδολογικός προβληματισμός για την «αυθεντικότητα» των φωνών των παιδιών και για τα όρια που τις περιορίζουν (Spyrou, 2011). Ερμηνεύοντας τις φωνές των παιδιών, υπάρχει λοιπόν πάντοτε το ερώτημα κατά πόσο οι φωνές παραμένουν αυθεντικές και αμετάβλητες ή κατά πόσο παρεμβαίνει ο ερμηνευτικός φακός του/της ενήλικα ερευνητή/ριας, αλλάζοντας ή παρερμηνεύοντας τα «πραγματικά» νοήματα. Υπάρχει επίσης η πιθανότητα οι φωνές των παιδιών να χρωματίζονται από κυρίαρχους ιδεολογικούς λόγους, όπως από απόψεις ενηλίκων, συνεπώς είναι δύσκολο να διαχωρίσουμε τη δική τους φωνή από τις εξωτερικές επιρροές. Αυτό ήταν ένα ζήτημα που προέκυψε αρκετά έντονα στην περίπτωση της Ροδοθέας, της οποίας η «φωνή» ήταν πολύ παρόμοια με τις απόψεις και τις θέσεις της μητέρας της. Εκτός από την ιδιαίτερα στενή σχέση που είχαν μητέρα και κόρη, η μητέρα ήταν παρούσα σε ένα μεγάλο μέρος της συνέντευξης με τη Ροδοθέα, συνεπώς υπήρξε ο προβληματισμός κατά πόσο η φωνή της Ροδοθέας πληροφορείται από ιδεολογικές πεποιθήσεις και αξίες της μητέρας της ή κατά πόσο όντως με εμπρόθετη δράση εκφράζει τη δική της οπτική. Στην περίπτωση αυτή ήταν ιδιαίτερα σημαντική η ανάλυση της άποψης της μητέρας και των νοημάτων που η ίδια αποδίδει στα υπό μελέτη θέματα έτσι ώστε να υπάρχει καλύτερο συγκείμενο για το κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο στο οποίο κινείται η Ροδοθέα. Ακόμα, πολύ βοηθητικό ήταν το γεγονός ότι είχα μιλήσει με τη Ροδοθέα και με άλλα μέσα και σε διαφορετικό συγκείμενο –στην ομάδα εστίασης και στην εκπαιδευτική παρέμβαση με τη συνύπαρξη συνομήλικών της παιδιών- όπου πλέον είχε φανεί ότι η Ροδοθέα διαθέτει μια φωνή δική της, ξεκάθαρη, κάτι που αποτέλεσε μια επιβεβαίωση για το γεγονός ότι μπορεί να αρθρώσει τον δικό της λόγο, με αίσθηση μοναδικότητας, έστω και αν η μητέρα της δεν είναι παρούσα.

Το όγδοο βασικό συμπέρασμα που προέκυψε από την έρευνα αυτή σχετίζεται με την πολύ στενή συσχέτιση της διεθνούς βιβλιογραφίας με την κυπριακή πραγματικότητα στα υπό μελέτη θέματα. Μια από τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν συχνά οι κοινωνικοί ερευνητές στην Κύπρο είναι η αποκλειστική στήριξη στη διεθνή βιβλιογραφία -η οποία κυρίως προέρχεται από τον αγγλοσαξωνικό χώρο- αφού είναι πολύ περιορισμένη η διαθέσιμη έρευνα από το ευρύτερο κοινωνικό και εθνικό συγκείμενο. Πολύ σημαντικό σημείο, λοιπόν, αποτέλεσε το γεγονός ότι τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συμβαδίζουν σε πολύ μεγάλο βαθμό με τη διεθνή σχετική βιβλιογραφία κι ότι συνεπώς τα παιδιά στην Κύπρο βιώνουν παρόμοιες αντιλήψεις, πίεςεις και διλήμματα για το θέμα της ομορφιάς με τα παιδιά σε διεθνείς έρευνες.

Έτσι, τα παιδιά τόσο στην Κύπρο όσο και στο εξωτερικό, φαίνεται μέσω συγκεκριμένων πρακτικών ομορφιάς να συγκροτούν έμφυλες και σεξουαλικές ταυτότητες με πολύπλοκους τρόπους –άλλοτε ακολουθώντας κυρίαρχους λόγους συγκρότησης του φύλου τους κι άλλες φορές επανασηματοδοτώντας τους κυρίαρχους αυτούς έμφυλους λόγους και συγκροτώντας εναλλακτικούς έμφυλους λόγους. Προσδίδουν επίσης στην ομορφιά και στις έμφυλες αυτές ταυτότητες συγκεκριμένα ηθικά και ιδεολογικά νοήματα, άλλοτε θετικά κι άλλοτε αρνητικά φορτισμένα. Τα παιδιά ακόμα επενδύουν με μεγάλο ενδιαφέρον στη μόδα, προσδίδουν σε συγκεκριμένα αγαθά με συγκεκριμένη συμβολική και πολιτισμική σημασία και αμφιταλαντεύονται ανάμεσα στο δίλημμα του κομοφορμισμού και της αυθεντικότητας στις επιλογές τους. Επιπλέον, νοηματοδοτούν και αλληλεπιδρούν με τη μεταφεμινιστική ποπ κουλτούρα και συγκεκριμένα με τις συχνά σεξουαλικοποιημένες αναπαραστάσεις φύλου και ομορφιάς που προωθούνται μέσα από αυτήν, με πολύπλοκους και αντιφατικούς τρόπους. Χρησιμοποιούν ακόμα τα κοινωνικά δίκτυα, μεταξύ άλλων, ως βασική σκηνή επιτέλεσης έμφυλων υποκειμενικότητων με ποικίλους τρόπους. Ενδιαφέρον επίσης είναι ότι έντονα παρατηρήθηκε η χρήση διάφορων αγγλικών όρων από τα παιδιά, όπως “gay”, “cool”, “sexy”, “trendy”, “star”, “shiny”, “extensions”, “tattoo”, ιδιαίτερα σε θέματα που σχετίζονται με την εμφάνιση και τη σεξουαλικότητα. Όσον αφορά τους γονείς, αυτοί φαίνεται να μοιράζονται παρόμοιες στάσεις, ανησυχίες και πρακτικές με γονείς σε διεθνείς έρευνες σε θέματα που αφορούν ιδεώδη της ομορφιάς, τα ΜΜΕ και την καταναλωτική κουλτούρα, τις έμφυλες ταυτότητες και το ζήτημα της σεξουαλικοποίησης της παιδικότητας.

Οι πιο πάνω ομοιότητες μπορούν να εξηγηθούν στη βάση της παγκοσμιοποίησης της κουλτούρας και της έντονης προβολής κυρίαρχων προτύπων ομορφιάς και δημοφιλών προσωπικοτήτων της ποπ κουλτούρας από αγγλοσαξωνικές χώρες, οι οποίες όπως φάνηκε, είναι πολύ διαδεδομένες και οικείες για τα παιδιά. Ωστόσο, όπως και βιβλιογραφικά επιβεβαιώνεται, υπάρχει μια πολύ στενή και πολύπλοκη αλληλεπίδραση μεταξύ της διεθνούς ποπ κουλτούρας και της εγχώριας πολιτισμικής παραγωγής (Crane κ.ά., 2002). Τα παιδιά, λοιπόν, φαίνεται ταυτόχρονα να ασχολούνται τόσο με διεθνούς φήμης προσωπικότητες, όσο και με «τοπικές» προσωπικότητες από την Κύπρο και την Ελλάδα. Έτσι λοιπόν ακούσαμε παιδιά να μιλούν στην ίδια πρόταση για τη Selena Gomez και την Έλενα Παπαρίζου, για τους One Direction και τον Δημήτρη Μητροπάνο. Το στοιχείο αυτό φανερώνει ότι οι παγκοσμιοποιημένες τάσεις και επιρροές που τα παιδιά στην Κύπρο δέχονται, δεν είναι κάτι που μπορεί να ερμηνευτεί ως μια απλοϊκή αντικατάσταση του διεθνούς στοιχείου με το ντόπιο, αλλά μια πολύπλοκη συμβίωση των δύο. Το φαινόμενο αυτό οδηγεί στην έννοια “glocalization”, η οποία τα τελευταία χρόνια προέκυψε ως

πρόκληση της συχνά απλοϊκά αντιλαμβανόμενης γραμμικής διαδικασίας της παγκοσμιοποίησης ως μέσο διάλυσης των τοπικών κοινοτήτων και των παραδοσιακών τοπικών δομών. Είναι μια έννοια, δηλαδή, που αναδεικνύει τη σύνθετη αλληλεπίδραση μεταξύ παγκόσμιου (global) και τοπικού (local) επίπεδου (Roudometof, 2016).

Τέλος, ένα άλλο θέμα που προέκυψε σχετικά με την εμπλοκή των παιδιών με τη διεθνή κουλτούρα ήταν η έντονη χρήση των κοινωνικών δικτύων και συγκεκριμένα ο τρόπος προβολής έμφυλων και σεξουαλικών όψεων του εαυτού των παιδιών σε ψηφιακά περιβάλλοντα. Αξίζει να σημειωθεί ότι η ενασχόληση με το θέμα αυτό στην έρευνα ήταν κάτι που αρχικά δεν αναμενόταν και δεν είχαμε στόχο να μελετήσουμε συστηματικά. Στην πορεία, όμως, μέσα από το έντονο ενδιαφέρον που τα παιδιά έδειξαν στον τρόπο προβολής έμφυλων και σεξουαλικών όψεων του εαυτού μέσα από κοινωνικά δίκτυα, φάνηκε ότι αποτελεί ένα θέμα με μεγάλο ερευνητικό ενδιαφέρον, το οποίο σχετίζεται άμεσα με την ομορφιά. Επιπλέον, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η συλλογή δεδομένων είχε διεξαχθεί κυρίως κατά τις χρονιές 2013-2015, όπου η χρήση κοινωνικών δικτύων και η κατοχή smartphones από παιδιά ήταν πολύ πιο περιορισμένη. Είναι συνεπώς πολύ σημαντικό σε μελλοντικές έρευνες να εστιαστούμε ερευνητικά στο ρόλο των κοινωνικών δικτύων, τόσο στο θέμα της ομορφιάς, όσο και σε διαδικασίες εμφυλοποίησης μέσα από την προβολή του εαυτού στα κοινωνικά δίκτυα.

Βιβλιογραφία

- Adler, P. A., & Adler, P. (1998). *Peer power: Preadolescent culture and identity*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Adler, P. A., Kless, S. J., & Adler, P. (1992). Socialization to gender roles: Popularity among elementary school boys and girls. *Sociology of education*, 169-187.
- Agliata, D., & Tantleff-Dunn, S. (2004). The impact of media exposure on males' body image. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(1), 7-22.
- Ali, S. (2003). 'To Be a Girl': Culture and class in schools. *Gender and Education*, 15(3), 269-283.
- American Psychological Association. (2007). Task force on the Sexualization of Girls.(2007). *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*, 7.
- Anderson, E. (2011). Inclusive masculinities of university soccer players in the American Midwest. *Gender and Education*, 23(6), 729-744.
- Andsager, J. L., & Roe, K. (1999). Country music video in the country's Year of the Woman. *Journal of Communication*, 49(1), 69-82.
- Andsager, J., & Roe, K. (2003). "What's your definition of dirty, baby?": Sex in music video. *Sexuality and culture*, 7(3), 79-97.
- Archer, L., Halsall, A., & Hollingworth, S. (2007). Class, gender,(hetero) sexuality and schooling: Paradoxes within working-class girls' engagement with education and post-16 aspirations. *British Journal of Sociology of Education*,28(2), 165-180.
- Archibald, S. (2010). Panopticon or Participatory Surveillance: An Investigation into Teens Online. *Faculty of Information Quarterly*, 2(1).
- Armstrong, M. L., Roberts, A. E., Owen, D. C., & Koch, J. R. (2004). Contemporary college students and body piercing. *Journal of Adolescent Health*, 35(1), 58-61.
- Arnett, J. J. (2002). The sounds of sex: Sex in teens' music and music videos. *Sexual teens, sexual media: Investigating media's influence on adolescent sexuality*, 253-264.
- Atheide, DL. & Johnson, JM. (1994). Criteria for assessing interpretive validity in qualitative research. Στο NK Denzin and YS Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (pp. 485-499). Thousand oaks, CA: Sage Publications.
- Attwood, F. (2005α). 'Tits and ass and porn and fighting'. Male heterosexuality in magazines for men. *International Journal of Cultural Studies*, 8(1), 83-100.
- Attwood, F. (2005β). What do people do with porn? Qualitative research into the consumption, use, and experience of pornography and other sexually explicit media. *Sexuality and culture*, 9(2), 65-86.
- Attwood, F. (2006). Sexed up: Theorizing the sexualization of culture. *Sexualities*, 9(1), 77-94.

- Aubrey, J. S. (2004). Sex and punishment: An examination of sexual consequences and the sexual double standard in teen programming. *Sex Roles, 50*(7-8), 505-514.
- Aufderheide, P. (1993). *Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen Institute, Communications and Society Program, 1755 Massachusetts Avenue, NW, Suite 501, Washington, DC 20036.
- Azzarito, L. (2009). The panopticon of physical education: Pretty, active and ideally white. *Physical education and sport pedagogy, 14*(1), 19-39.
- Baker, S. L. (2004). Pop in (to) the Bedroom Popular Music in Pre-Teen Girls' Bedroom Culture. *European Journal of Cultural Studies, 7*(1), 75-93.
- Baker-Sperry, L., & Grauerholz, L. (2003). The pervasiveness and persistence of the feminine beauty ideal in children's fairy tales. *Gender & Society, 17*(5), 711-726.
- Barber, K. (2008). The Well-Coiffed Man Class, Race, and Heterosexual Masculinity in the Hair Salon. *Gender & Society, 22*(4), 455-476.
- Barker, E. T., & Galambos, N. L. (2003). Body dissatisfaction of adolescent girls and boys: Risk and resource factors. *The Journal of Early Adolescence, 23*(2), 141-165.
- Bartky, S. (1990). *Femininity and Domination. Studies in the phenomenology of oppression*. Great Britain: Routledge.
- Bell, J. (1999) *Doing your Research Project* (3rd edn), Buckingham, Open University Press
- Bell, K., & McNaughton, D. (2007). Feminism and the invisible fat man. *Body & Society, 13*(1), 107-131.
- Bettie, J. (2003). *Women Without Class: Girls. Race, and Identity*. Berkeley, CA: University of California Press, 2003).
- Biddle, I. & Jarman-Ivens, F. (2013). Oh Boy! Making Masculinity in Popular Music. *Oh boy!: masculinities and popular music*, 1-18.
- Bissell, K. L. (2010). Exploring the influence of mediated beauty. Competitive female athletes' perceptions of ideal beauty in athletes and other women. In H. Hundley & A. Billings (Eds.), *Examining identity in sports media* (pp. 37-64). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Best, J. (1998). Too much fun: Toys as social problems and the interpretation of culture. *Symbolic Interaction, 21*(2), 197-212.
- Blaise, M. (2013). Charting new territories: re-assembling childhood sexuality in the early years classroom. *Gender and Education, 25*(7), 801-817.
- Blanchard, C., McCormack, M., & Peterson, G. (2015). Inclusive masculinities in a working-class sixth form in northeast England. *Journal of Contemporary Ethnography, 0891241615610381*.

- Bloustien, G. (2003). *Girl making: A cross-cultural ethnography on the processes of growing up female*. Berghahn Books.
- Boden, S. (2006α). Dedicated followers of fashion? The influence of popular culture on children's social identities. *Media, culture & society*, 28(2), 289-298.
- Boden, S. (2006β). 'Another day, another demand': How parents and children negotiate consumption matters. *Sociological Research Online*, 11(2).
- Borra, S. T., Kelly, L., Shirreffs, M. B., Neville, K., & Geiger, C. J. (2003). Developing health messages: qualitative studies with children, parents, and teachers help identify communications opportunities for healthful lifestyles and the prevention of obesity. *Journal of the american dietetic association*, 103(6), 721-728.
- Bordo, S. (1999). *The Male Body: A New Look at Men in Private and in Public*. New York: Farrar, Straus, Giroux.
- Bordo, S. (1999). Beauty (re) discovers the male body. *The Male Body: A New Look at Men in Private and in Public*, 168-225.
- Bordo, S. (2003). *Unbearable Weight. Feminism, Western Culture, and the Body*. Los Angeles: University of California Press.
- Boroughs, M., Cafri, G., & Thompson, J. K. (2005). Male body depilation: Prevalence and associated features of body hair removal. *Sex Roles*, 52(9-10), 637-644.
- Botta, R. A. (2003). For your health? The relationship between magazine reading and adolescents' body image and eating disturbances. *Sex Roles*, 48(9-10), 389-399.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice* (Vol. 16). Cambridge university press.
- Bourdieu, P. (1986) The forms of capital. In J. Richardson (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (New York, Greenwood), 241-258.
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (2006). *Η Διάκριση. Κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης* (Κ. Καψαμπέλη, Μτφρ.). Αθήνα: Πατάκης. (Έτος έκδοσης πρωτότυπου 1979).
- boyd, d. (2007). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. *MacArthur foundation series on digital learning—Youth, identity, and digital media volume*, 119-142.
- Bragg, S. (2012). Dockside tarts and modesty boards: A review of recent policy on sexualisation. *Children & Society*, 26(5), 406-414.
- Bragg, S. (2015). What about the boys?: Sexualization, media and masculinities. Στο
- Renold, E., Ringrose, J. & Egan, D. (Eds.), *Children, Sexuality and Sexualization* (89-104). London: Palgrave Macmillan.

- Bragg, S., & Buckingham, D. (2013). Global concerns, local negotiations and moral selves: Contemporary parenting and the “sexualisation of childhood” debate. *Feminist Media Studies*, 13(4), 643-659.
- Bragg, S., Buckingham, D., Russell, R., & Willett, R. (2011). Too much, too soon? Children, ‘sexualization’ and consumer culture. *Sex Education*, 11(3), 279-292.
- Brandes, S. B., & Levin, D. (2014). “Like My Status” Israeli teenage girls constructing their social connections on the Facebook social network. *Feminist Media Studies*, 14(5), 743-758.
- Britton, L. E., Martz, D. M., Bazzini, D. G., Curtin, L. A., & LeaShomb, A. (2006). Fat talk and self-presentation of body image: Is there a social norm for women to self-degrade?. *Body Image*, 3(3), 247-254.
- Brumberg, J. J. (1997). *The body project: An intimate history of American girls*. New York: Random House.
- Buckingham, D. (2008). *Εκπαίδευση στα ΜΜΕ: Αλφαριθμητισμός, Μάθηση και Σύγχρονη Κουλτούρα* (Μτφρ. Ι. Σκαρβέλη) Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα. (Original work published 2003).
- Buckingham, D. (2012) *The Material Child: Growing up in Consumer Culture*. Bristol: Polity Press.
- Buckingham, D., & Sefton-Green, J. (1994). *Cultural studies goes to school*. Taylor & Francis.
- Buckingham, D., & Willett, R. (Eds.). (2013). *Digital generations: Children, young people, and the new media*. Routledge.
- Buckingham, D., Willett, R., Bragg, S., & Russell, R. (2010). Sexualised goods aimed at children: a report to the Scottish Parliament Equal Opportunities Committee. Scottish Parliament Equal Opportunities Committee, Edinburgh, UK.
- Budgeon, S. (2003). Identity as an embodied event. *Body & Society*, 9(1), 35-55.
- Buijzen, M., & Valkenburg, P. M. (2005). Parental mediation of undesired advertising effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 49(2), 153-165.
- Bulman, M. (2017). Boys treated for eating disorders up by more than a third in a year, latest figures reveal. Retrieved from <http://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/boys-eating-disorders-bulimia-anorexia-increase-more-than-a-third-in-year-treatment-mental-health-a7717641.html>
- Burgess, H., Sieminski, S., & Arthur, L. (2006). *Achieving your doctorate in education*. Sage.
- Burns, R.B. 1994. *Introduction to Research Methods*. Melbourne: Longman Cheshire.

- Butler, J. (1988). Παραστασιακές επιτελέσεις και συγκρότηση του φύλου: Δοκίμιο πάνω στη φαινομενολογία και τη φεμινιστική θεωρία. Στο Α. Αθανασίου (Επιμ.), *Φεμινιστική θεωρία και πολιτισμική κριτική* (381- 407). Αθήνα: Νήσος.
- Butler, J. (1997). *Excitable speech: A politics of the performative*. London: Routledge.
- Butler, J. (2008). *Σώματα με σημασία. Οριοθετήσεις του “φύλου” στο λόγο* (Π. Μαρκέτου, Μτφρ.). Αθήνα: Εκκρεμές. (Έτος έκδοσης πρωτότυπου 1993).
- Butler, J. (2009). *Αναταραχή φύλου. Ο φεμινισμός και η ανατροπή της ταυτότητας* (Γ. Καραμπέλας, Μτφρ.). Αθήνα: Αλεξάνδρεια. (Έτος έκδοσης πρωτότυπου 1990, 1999).
- Butler, J. (2009) *Η Ψυχική Ζωή της Εξουσίας*. (Τ. Μπέτζελος, Μτφρ.). Αθήνα: Πλέθρον. (Έτος έκδοσης πρωτότυπου 1997).
- Bryman, A. (2008) *Social Research Methods* (3rd edn), New York, Oxford University Press.
- Cahill, S. E. (1989). Fashioning males and females: Appearance management and the social reproduction of gender. *Symbolic interaction*, 12(2), 281-298.
- Carey, R., Donaghue, N., & Broderick, P. (2010). ‘What you look like is such a big factor’: Girls’ own reflections about the appearance culture in an all-girls’ school. *Feminism & Psychology*, 21(3), 299–316.
- Caruana, A., & Vassallo, R. (2003). Children's perception of their influence over purchases: the role of parental communication patterns. *Journal of Consumer Marketing*, 20(1), 55-66.
- Chan, K., & McNeal, J. U. (2003). Parent-child communications about consumption and advertising in China. *Journal of Consumer Marketing*, 20(4), 317-334.
- Chapkis, W. (1986). *Beauty secrets: Women and the politics of appearance*. Boston: South end Press.
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: the impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121.
- Christensen, P., & Prout, A. (2002). Working with ethical symmetry in social research with children. *Childhood*, 9(4), 477-497.
- Chung, H. (2003). Sport Star Vs Rock Star in Globalizing Popular Culture Similarities, Difference and Paradox in Discussion of Celebrities. *International Review for the Sociology of Sport*, 38(1), 99-108.
- Clark, L., & Tiggemann, M. (2006). Appearance Culture in Nine-to 12-Year-Old Girls: Media and Peer Influences on Body Dissatisfaction. *Social Development*, 15(4), 628-643.
- Clifford, M. M., & Walster, E. (1973). The effect of physical attractiveness on teacher expectations. *Sociology of education*, 248-258.

- Coffey, A. (2002) 'Ethnography and Self: Reflections and Representations', in T. May (ed.) *Qualitative Research in Action*, pp. 313–31. London: Sage.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2000). *Research Methods in Education*, 5th edn (Abingdon: RoutledgeFalmer).
- Collins, M. E. (1991). Body figure perceptions and preferences among preadolescent children. *International Journal of Eating Disorders*, 10(2), 199-208.
- Conley, D., & Glauber, R. (2005). *Gender, body mass and economic status* (No. w11343). National Bureau of Economic Research.
- Connell, R. W. (1993). The big picture: Masculinities in recent world history. *Theory and society*, 22(5), 597-623.
- Connell, R.W. (1987). *Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics*. Sydney: Allen & Unwin.
- Connell, R.W. (1995). *Masculinities*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Connell, R. (1996). Teaching the boys: New research on masculinity, and gender strategies for schools. *The Teachers College Record*, 98(2), 206-235.
- Connell, R. W. (2005). Change among the gatekeepers: Men, masculinities, and gender equality in the global arena. *Signs*, 30(3), 1801-1825.
- Connell, R.W. (2006). *Το Κοινωνικό Φύλο*. (Ε. Κοτσιφού, Μτφρ.). Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο. (Έτος έκδοσης πρωτότυπου 2005).
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity rethinking the concept. *Gender & society*, 19(6), 829-859.
- Connolly, P. (1998). *Racisms, Gendered Identities and Young Children: social relations in a multi-ethnic, inner-city primary school*. London: Routledge.
- Cook, D. T. (2004). *The commodification of childhood: The children's clothing industry and the rise of the child consumer*. Durham & London: Duke University Press.
- Cook, D. T. (2008). The missing child in consumption theory. *Journal of Consumer Culture*, 8(2), 219-243.
- Cook, D. T., & Kaiser, S. B. (2004). Betwixt and be Tween Age Ambiguity and the Sexualization of the Female Consuming Subject. *Journal of Consumer Culture*, 4(2), 203.
- Coy, M. (2009). Milkshakes, lady lumps and growing up to want boobies: How the sexualisation of popular culture limits girls' horizons. *Child Abuse Review*, 18(6), 372-383.
- Cowie, C., & Lees, S. (1981). Slags or drags. *Feminist Review*, (9), 17-31.
- Craik, J. (1994). The face of fashion. *Cultural studies in fashion*, 127-47.

- Crane, D. (2012). *Fashion and its social agendas: Class, gender, and identity in clothing*. Chicago: University of Chicago Press.
- Crane, D., Kawashima, N., & Kawasaki, K. I. (Eds.). (2016). *Global culture: Media, arts, policy, and globalization*. Routledge.
- Crawshaw, P. (2007). Governing the healthy male citizen: Men, masculinity and popular health in Men's Health magazine. *Social Science & Medicine*, 65(8), 1606-1618.
- Cresswell, J. W. (2009) *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed), Thousand Oaks, Calif, Sage Publications
- Currie, D., Kelly, D. M., & Pomerantz, S. (2009). 'Girl power': girls reinventing girlhood. New York: Peter Lang.
- Currie, D. H., Kelly, D. M., & Pomerantz, S. (2011). Skater Girlhood: Resignifying Femininity, Resignifying Feminism. Στο *New femininities: Postfeminism, neoliberalism and subjectivity*, 293-305.
- D'Antona, R., Kevorkian, M., & Russom, A. (2010). Sexting, texting, cyberbullying and keeping youth safe online. *Journal of Social Sciences*, 6(4), 523-528.
- Davis, K. (1991). Remaking the She-Devil: A Critical Look at Feminist Approaches to Beauty. *Hypatia*. 6(2), 21-43.
- Davis, K. (2002). A dubious equality': Men, women and cosmetic surgery. *Body & Society*, 8(1), 49-65.
- Dean, M., & Laidler, K. (2013). A new girl in town: Exploring girlhood identities through Facebook. *First Monday*, 18(2).
- De Casanova, E. M. (2004). "No Ugly Women" Concepts of Race and Beauty among Adolescent Women in Ecuador. *Gender & Society*, 18(3), 287-308.
- de Vries, D. A., Peter, J., Nikken, P., & de Graaf, H. (2014). The effect of social network site use on appearance investment and desire for cosmetic surgery among adolescent boys and girls. *Sex Roles*, 71(9-10), 283-295.
- Dermer, M., & Thiel, D. L. (1975). When beauty may fail. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31(6), 1168.
- Dietz, T. L. (1998). An examination of violence and gender role portrayals in video games: Implications for gender socialization and aggressive behavior. *Sex roles*, 38(5-6), 425-442.
- Dinsmore, B. (2014). "Chicks Be Like": Masculinity, Femininity, and Gendered Double Standards in Youth Peer Cultures on Social Media.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of personality and social psychology*, 24(3), 285.

- Dittmar, H. (2009). How do "body perfect" ideals in the media have a negative impact on body image and behaviors? Factors and processes related to self and identity. *Journal of Social and Clinical Psychology, 28*(1), 1.
- Dittmar, H., Lloyd, B., Dugan, S., Halliwell, E., Jacobs, N., & Cramer, H. (2000). The "Body Beautiful": English adolescents' images of ideal bodies. *Sex Roles, 42*(9-10), 887-915.
- Diversi, M. (2006). Street kids in Nikes: In search of humanization through the culture of consumption. *Cultural Studies? Critical Methodologies, 6*(3), 370-390.
- Dobson, A. S. (2012). 'Individuality is everything': 'Autonomous' femininity in MySpace mottos and self-descriptions. *Continuum, 26*(3), 371-383.
- Duits, L. (2010). The importance of popular media in everyday girl culture. *European Journal of Communication, 25*(3), 243-257.
- Duits, L., & Van Zoonen, L. (2006). Headscarves and Porno-Chic Disciplining Girls' Bodies in the European Multicultural Society. *European Journal of Women's Studies, 13*(2), 103-117.
- Duits, L., & Van Romondt Vis, P. (2009). Girls make sense Girls, celebrities and identities. *European journal of cultural studies, 12*(1), 41-58.
- Dunkley, T. L., Wertheim, E. H., & Paxton, S. J. (2001). Examination of a model of multiple sociocultural influences on adolescent girls' body dissatisfaction and dietary restraint. *Adolescence, 36*(142), 265.
- Dunn, J., Lewis, V., & Patrick, S. (2010). The idealization of thin figures and appearance concerns in middle school children. *Journal of Applied Biobehavioral Research, 15*(3), 134-143.
- Durham, M. G. (2008). *The Lolita effect: Why the media sexualize young girls and what you can do about it*.
- Easterby-Smith, M., Thorpe, R. and Lowe, A (1994) *Management Research: An Introduction* , London, Sage Publications.
- Edwards, T. (1997). *Men in the mirror: Men's fashion, masculinity and consumer society*. London: Cassell.
- Edwards, T. (2000). *Contradictions of consumption: concepts, practices, and politics in consumer society* (p. 131). Buckingham: Open University Press.
- Egan, R. D. (2013). *Becoming sexual: A critical appraisal of the sexualization of girls*. John Wiley & Sons.
- Egan, R. D., & Hawkes, G. L. (2008). Endangered girls and incendiary objects: Unpacking the discourse on sexualization. *Sexuality & culture, 12*(4), 291-311.

- Elchardus, M., & Siongers, J. (2003). Cultural Practice and Educational Achievement: The Role of the Parents' Media Preferences and Taste Culture. *Netherlands' Journal of Social Sciences*.
- Elliott, R., & Leonard, C. (2004). Peer pressure and poverty: Exploring fashion brands and consumption symbolism among children of the 'British poor'. *Journal of Consumer Behaviour*, 3(4), 347-359.
- Ennew, J. (1986). *The sexual exploitation of children*. St Martin's Press.
- Entwhistle, J., & Wilson, E. (2001). Introduction: Body dressing. Στο Entwhistle, J. & Wilson, E. (Eds.), *Body Dressing* (1-12), Oxford: Berg.
- Epstein, D. (1997). Boyz' Own Stories: Masculinities and sexualities in schools. *Gender and education*, 9(1), 105-116.
- Etcoff, N. (1999). *Survival of the Prettiest. The Science of Beauty*. New York: Anchor Books.
- Evans, C. A., Jordan, A. B., & Horner, J. (2011). Only two hours? A qualitative study of the challenges parents perceive in restricting child television time. *Journal of Family Issues*, 32(9), 1223-1244.
- Evans, A., Riley, S., & Shankar, A. (2010). Technologies of sexiness: Theorizing women's engagement in the sexualization of culture. *Feminism & Psychology*, 20(1), 114-131.
- Fisher, D. A., Hill, D. L., Grube, J. W., Bersamin, M. M., Walker, S., & Gruber, E. L. (2009). Televised sexual content and parental mediation: Influences on adolescent sexuality. *Media psychology*, 12(2), 121-147.
- Forbes, G. B., Collinsworth, L. L., Jobe, R. L., Braun, K. D., & Wise, L. M. (2007). Sexism, hostility toward women, and endorsement of beauty ideals and practices: Are beauty ideals associated with oppressive beliefs?. *Sex Roles*, 56(5-6), 265-273.
- Forth, C. E. (2009). Manhood incorporated diet and the embodiment of "civilized" masculinity. *Men and Masculinities*, 11(5), 578-601.
- Foucault, M. (1989). *Επιτήρηση και τιμωρία. Η γέννηση της φυλακής* (Κ. Χατζηδημού & Ι. Ράλλη, Μτφρ.). Αθήνα: Κέδρος. (Έτος έκδοσης πρωτότυπου 1976).
- Fouts, G., & Burggraf, K. (1999). Television situation comedies: Female body images and verbal reinforcements. *Sex roles*, 40(5-6), 473-481.
- Francis, B. (1999). Lads, lasses and (new) labour: 14-16-year-old students' responses to the 'laddish behaviour and boys' underachievement' debate.
- Frank, E. (2014). Groomers and Consumers The Meaning of Male Body Depilation to a Modern Masculinity Body Project. *Men and Masculinities*, 1097184X14539509.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory. *Psychology of women quarterly*, 21(2), 173-206.

- Fredrickson, B. L., Roberts, T. A., Noll, S. M., Quinn, D. M., & Twenge, J. M. (1998). That swimsuit becomes you: sex differences in self-objectification, restrained eating, and math performance. *Journal of personality and social psychology*, 75(1), 269.
- Frith, H., & Gleeson, K. (2004). Clothing and Embodiment: Men Managing Body Image and Appearance. *Psychology of Men & Masculinity*, 5(1), 40.
- Galician, M. L. (2004). Introduction: High time for “dis-illusioning” ourselves and our media: media literacy in the 21st Century, Part I: Strategies for schools (K-12 and higher education).
- Ganetz, H. (1995). The Shop, the Home and Femininity as Masquerade. Στο Fornas, J. & Bolin, G. (Eds.), *Youth Culture in Late Modernity* (72–99). London: Sage.
- Gard, M., and J. Wright. 2005. *The Obesity Epidemic: Science, Morality and Ideology*. New York: Routledge.
- Gilbert, R., & Gilbert, P. (1998). *Masculinity goes to school*. New York: Routledge.
- Gilbert, P., & Gilbert, R. (2001). Masculinity, inequality and post-school opportunities: disrupting oppositional politics about boys' education. *International Journal of Inclusive Education*, 5(1), 1-13.
- Gill, R. (2007a). Critical respect: The difficulties and dilemmas of agency and ‘choice’ for feminism. *European Journal of Women’s Studies*, 14(1), 69-80.
- Gill, R. (2007β). Postfeminist media culture Elements of a sensibility. *European journal of cultural studies*, 10(2), 147-166.
- Gill, R. (2008α). Culture and subjectivity in neoliberal and postfeminist times. *Subjectivity*, 25(1), 432-445.
- Gill, R. (2008β). Empowerment/sexism: Figuring female sexual agency in contemporary advertising. *Feminism & Psychology*, 18(1), 35-60.
- Gill, R. (2009). Mediated intimacy and postfeminism: A discourse analytic examination of sex and relationships advice in a women’s magazine. *Discourse & communication*, 3(4), 345-369.
- Gill, R. (2012). Media, Empowerment and the ‘Sexualization of Culture’ Debates. *Sex Roles*, 66(11-12), 736-745.
- Gill, R., Henwood, K., & McLean, C. (2005). Body projects and the regulation of normative masculinity. *Body & society*, 11(1), 37-62.
- Gillies, V. (2008). Childrearing, class and the new politics of parenting. *Sociology Compass*, 2(3), 1079-1095.
- Gilman, S. L. (2004). *Fat Boys: A Slim Book*. Lincoln, NE: University of Nebraska Press.
- Gimlin, D. (1996). PAMELA'S PLACE. Power and Negotiation in the Hair Salon. *Gender & Society*, 10(5), 505-526.

- Glick, P., Larsen, S., Johnson, C., & Branstiter, H. (2005). Evaluations of Sexy Women in Low- and High-status Jobs. *Psychology of Women Quarterly*, 29(4), 389-395.
- Goodin, S. M., Van Denburg, A., Murnen, S. K., & Smolak, L. (2011). "Putting on" sexiness: A content analysis of the presence of sexualizing characteristics in girls' clothing. *Sex Roles*, 65(1-2), 1-12.
- Gould, G. (2013, 23 Δεκεμβρίου). *If Miley Cyrus and Beyoncé want to be feminist, they need to quit the celebrity machine*. Ανακτήθηκε από <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/dec/23/miley-cyrus-beyonce-celebrity-feminist-2013-women>
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological bulletin*, 134(3), 460.
- Graff, K. A., Murnen, S. K., & Krause, A. K. (2013). Low-cut shirts and high-heeled shoes: Increased sexualization across time in magazine depictions of girls. *Sex roles*, 69(11-12), 571-582.
- Gray, P. B., & Frederick, D. A. (2012). Body image and body type preferences in St. Kitts, Caribbean: A cross-cultural comparison with US samples regarding attitudes towards muscularity, body fat, and breast size. *Evolutionary Psychology*, 10(3), 147470491201000319.
- Griffin, P. (1991). Identity management strategies among lesbian and gay educators. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 4(3), 189-202.
- Grogan, S. (1999) *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*. London: Routledge.
- Grover, S. (2004). Why won't they listen to us? On giving power and voice to children participating in social research. *Childhood*, 11(1), 81-93.
- Guo, W., & Nathanson, A. I. (2011). The effects of parental mediation of sexual content on the sexual knowledge, attitudes, and behaviors of adolescents in the US. *Journal of Children and Media*, 5(4), 358-378.
- Gurung, R. A., & Chrouser, C. J. (2007). Predicting objectification: Do provocative clothing and observer characteristics matter?. *Sex Roles*, 57(1-2), 91-99.
- Guy, A., & Banim, M. (2000). Personal collections: Women's clothing use and identity. *Journal of gender studies*, 9(3), 313-327.
- Guzmán, I. M., & Valdivia, A. N. (2004). Brain, brow, and booty: Latina iconicity in US popular culture. *The communication review*, 7(2), 205-221.
- Hammermesh, D. S. and Jeff E. B. (1994). *Beauty and the Labor Market*. American Economic Review 84: 1174-94.
- Hargreaves, D. A., & Tiggemann, M. (2006). 'Body Image is for Girls' A Qualitative Study of Boys' Body Image. *Journal of health psychology*, 11(4), 567-576.

- Harvey, L., Ringrose, J., & Gill, R. (2013). Swagger, Ratings and Masculinity: Theorising the Circulation of Social and Cultural Value in Teenage Boys' Digital Peer Networks. *Sociological Research Online*, 18(4), 9.
- Hatton, E., & Trautner, M. N. (2011). Equal opportunity objectification? The sexualization of men and women on the cover of Rolling Stone. *Sexuality & culture*, 15(3), 256-278.
- Harvey, L., & Gill, R. (2011). Spicing it up: Sexual entrepreneurs and the sex inspectors. Στο *New Femininities* (pp. 52-67). Palgrave Macmillan UK.
- Hawkins, S. (2013). (Un)Justified. Gestures of Straight-Talk in Justin Timberlake's Songs. *Oh boy!: Masculinities and popular music*, 197-212.
- Hebl, M. R., King, E. B., & Lin, J. (2004). The swimsuit becomes us all: Ethnicity, gender, and vulnerability to self-objectification. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(10), 1322-1331.
- Herbozo, S., Tantleff-Dunn, S., Gokee-Larose, J., & Thompson, J. K. (2004). Beauty and thinness messages in children's media: A content analysis. *Eating Disorders*, 12(1), 21-34.
- Herbozo, S., & Thompson, J. K. (2006). Development and validation of the verbal commentary on physical appearance scale: Considering both positive and negative commentary. *Body Image*, 3(4), 335-344.
- Hey, V. (1997). *The company she keeps: an ethnography of girls' friendships*. Buckingham: Open University Press.
- Hockey, J. L., & James, A. (1993). *Growing up and growing old: Ageing and dependency in the life course*. London: Sage.
- Holt, D. B. (1998). Does cultural capital structure American consumption?. *Journal of consumer research*, 25(1), 1-25.
- Hosoda, M., STONE-ROMERO, E. F., & Coats, G. (2003). The effects of physical attractiveness on job-related outcomes: a meta-analysis of experimental studies. *Personnel Psychology*, 56(2), 431-462.
- Howard, C., Hallam, J., & Brady, K. (2014). Governing the souls of young women: exploring the perspectives of mothers on parenting in the age of sexualisation. *Journal of Gender Studies*, (ahead-of-print), 1-15.
- Hutchinson, D. M., & Rapee, R. M. (2007). Do friends share similar body image and eating problems? The role of social networks and peer influences in early adolescence. *Behaviour research and therapy*, 45(7), 1557-1577.
- Ioannou, M. (2014). Beauty, feminism, art: Constructing female identity through the discourse of beauty. Στο *Female Beauty in Art. History, Feminism, Women Artists* (pp 1-13). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

- Irwin, K. (2001). Legitimizing the first tattoo: Moral passage through informal interaction. *Symbolic Interaction*, 24(1), 49-73.
- Ivana, G. I. (2013). A Postmodern Panopticon: Lateral Surveillance on Facebook. *Global Media Journal: Mediterranean Edition*, 8(1).
- Ivinson, G. M. (2014). Skills in motion: boys' trail motorbiking activities as transitions into working-class masculinity in a post-industrial locale. *Sport, Education and Society*, 19(5), 605-620.
- Jackson, C. (2006). 'Wild' girls? An exploration of 'ladette' cultures in secondary schools. *Gender and Education*, 18(4), 339-360.
- Jackson, D. (1998). Breaking out of the binary trap: boys' underachievement, schooling and gender relations. Στο *Failing Boys? Issues in Gender and Achievement*, 77-95.
- Jackson, S. (2006). "Street Girl" "New" sexual subjectivity in a NZ soap drama?. *Feminist Media Studies*, 6(4), 469-486.
- Jackson, S., & Vares, T. (2011). Media "sluts": "Tween" girls' negotiations of postfeminist sexual subjectivities in popular culture. *New femininities: Postfeminism, neoliberalism and subjectivity*, 134-146.
- Jackson, S., Vares, T., & Gill, R. (2012). 'The whole playboy mansion image': Girls' fashioning and fashioned selves within a postfeminist culture. *Feminism & Psychology*, 0959353511433790.
- James, A. & James, A. (2004). *Constructing Childhood*. Basingstoke: Palgrave.
- Jeffreys, S. (2005). *Beauty and Misogyny. Harmful Cultural Practices in the West*. New York: Routledge.
- James, A., & Prout, A. (1997). Re-presenting childhood: Time and transition in the study of childhood. *Constructing and reconstructing childhood: Contemporary issues in the sociological study of childhood*, 230-250.
- Jones, D. C., & Crawford, J. K. (2006). The peer appearance culture during adolescence: Gender and body mass variations. *Journal of Youth and Adolescence*, 35(2), 243-255.
- Jones, D. C., Vigfusdottir, T. H., & Lee, Y. (2004). Body image and the appearance culture among adolescent girls and boys an examination of friend conversations, peer criticism, appearance magazines, and the internalization of appearance ideals. *Journal of adolescent research*, 19(3), 323-339.
- Jordan, A. B. (2005). Learning to Use Books and Television An Exploratory Study in the Ecological Perspective. *American Behavioral Scientist*, 48(5), 523-538.
- Kaiser, S. (2001). Minding Appearances: Style, truth and subjectivity. Στο Entwistle, J. & Wilson, E. (Eds.), *Body Dressing (79-102)*, Oxford: Berg.

- Kapidzic, S., & Herring, S. C. (2011). Gender, Communication, and Self-Presentation in Teen Chatrooms Revisited: Have Patterns Changed?. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(1), 39-59.
- Kapidzic, S., & Herring, S. C. (2014). Race, gender, and self-presentation in teen profile photographs. *New Media & Society*, 1461444813520301.
- Kellner, D., & Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: studies in the cultural politics of education*, 26(3), 369-386.
- Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education. *Media literacy: A reader*, 3-23.
- Kuipers, G. (2006). Television and taste hierarchy: the case of Dutch television comedy. *Media, Culture & Society*, 28(3), 359-378.
- Kunkel, D., Eyal, K., Finnerty, K., Biely, E., & Donnerstein, E. (2005). Sex on TV 4 2005: a Kaiser Family Foundation report.
- Lareau, A. (2003). *Unequal Childhoods, Class, Race and Family Life*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Lawlor, M. A., & Prothero, A. (2011). Pester power—A battle of wills between children and their parents. *Journal of Marketing Management*, 27(5-6), 561-581.
- Lazar, M. M. (2000). Gender, discourse and semiotics: The politics of parenthood representations. *Discourse & Society*, 11(3), 373-400.
- Lazar, M. M. (2007). Feminist critical discourse analysis: Articulating a feminist discourse praxis 1. *Critical Discourse Studies*, 4(2), 141-164.
- LeCompte, M. D., & Goetz, J. P. (1982). Problems of reliability and validity in ethnographic research. *Review of educational research*, 52(1), 31-60.
- Mac an Ghail, M. (1994). *The Making of Men: Masculinities, Sexualities, and Schooling*. Buckingham: Open University Press.
- McNay, L. (1999). Subject, Psyche and Agency The Work of Judith Butler. *Theory, Culture & Society*, 16(2), 175-193.
- Manago, A. M. (2013). Negotiating a sexy masculinity on social networking sites. *Feminism & Psychology*, 0959353513487549.
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446-458.
- Manago, A. M., Ward, L. M., Lemm, K. M., Reed, L., & Seabrook, R. (2014). Facebook Involvement, Objectified Body Consciousness, Body Shame, and Sexual Assertiveness in College Women and Men. *Sex Roles*, 1-14.

Marsh, S. (2017). Girls suffer under pressure of online 'perfection', poll finds. Retrieved from <https://www.theguardian.com/society/2017/aug/23/girls-suffer-under-pressure-of-online-perfection-poll-finds>

Martens, L., Southerton, D., & Scott, S. (2004). Bringing children (and parents) into the sociology of consumption towards a theoretical and empirical agenda. *Journal of Consumer Culture*, 4(2), 155-182.

Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(4), 199-206.

Mishna, F., McLuckie, A., & Saini, M. (2009). Real-world dangers in an online reality: A qualitative study examining online relationships and cyber abuse. *Social Work Research*, 33(2), 107-118.

Nathanson, A. I., & Botta, R. A. (2003). Shaping the effects of television on adolescents' body image disturbance the role of parental mediation. *Communication Research*, 30(3), 304-331.

Nathanson, A. I., Wilson, B. J., McGee, J., & Sebastian, M. (2002). Counteracting the effects of female stereotypes on television via active mediation. *Journal of Communication*, 52(4), 922-937.

Notten, N., & Kraaykamp, G. (2009). Parents and the media: a study of social differentiation in parental media socialization. *Poetics*, 37(3), 185-200.

Notten, N., & Kraaykamp, G. (2010). Parental media socialization and educational attainment: Resource or disadvantage?. *Research in Social Stratification and Mobility*, 28(4), 453-464.

Notten, N., Kraaykamp, G., & Konig, R. P. (2012). Family media matters: unraveling the intergenerational transmission of reading and television tastes. *Sociological Perspectives*, 55(4), 683-706.

Nurani, L. M. (2008). Critical review of ethnographic approach. *Jurnal sosioteknologi*, 7(14), 441-447.

Karupiah, P. (2015). Have Beauty Ideals Evolved? Reading of Beauty Ideals in Tamil Movies by Malaysian Indian Youths. *Sociological Inquiry*, 85(2), 239-261.

Kassian, M. (2011, 18 Ιουλίου). *Katy's Candy*. Ανακτήθηκε από <http://www.girlsgonewise.com/katys-candy/>

Khallouli, K. J., & Gharbi, A. (2013). Symbolic Consumption by Teenagers: A Discussion through the Optics of Appearance and Identity. *International Journal of Business and Social Science*, 4(7), 99-105.

Nayak, A. (2003). 'Boy to Men': masculinities, schooling and labour transitions in de-industrial times. *Educational Review*, 55(2), 147-159.

Nayak, A. (2006). Displaced masculinities: Chavs, youth and class in the post-industrial city. *Sociology*, 40(5), 813-831.

Nayak, A., & Kehily, M. J. (1996). Playing it straight: Masculinities, homophobias and schooling. *Journal of gender studies*, 5(2), 211-230.

Paechter, C. (2003, February). Masculinities and femininities as communities of practice. In *Women's studies international forum* (Vol. 26, No. 1, pp. 69-77). Pergamon.

Paechter, C. (2007). *Being Boys; Being Girls: Learning Masculinities And Femininities: Learning masculinities and femininities*. McGraw-Hill Education.

Kim, J. L., Lynn Sorsoli, C., Collins, K., Zylbergold, B. A., Schooler, D., & Tolman, D. L. (2007). From sex to sexuality: Exposing the heterosexual script on primetime network television. *Journal of sex research*, 44(2), 145-157.

Kimmel, M. (2006). *Manhood in America: A Cultural History*. New York: Oxford University Press.

Klein, A. (1993). *Little big man: Bodybuilding subculture and gender construction*. Albany: State University of New York Press.

Komulainen, S. (2007). The ambiguity of the child's 'voice' in social research. *Childhood*, 14(1), 11-28.

König, A. (2008). Which clothes suit me? The presentation of the juvenile self. *Childhood*, 15(2), 225-237.

Kwon, Y. H. (1997). Sex, Sex-Role, Facial Attractiveness, Social Self-Esteem and interest in Clothing. *Perceptual and Motor Skills*, 84(3), 899-907.

Λαϊκό τραγούδι. (n.d.). Στο *Βικιπαιδεία*. Ανακτήθηκε στις 18 Σεπτεμβρίου, 2015, από https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%B1%CF%8A%CE%BA%CF%8C_%CF%84%CF%81%CE%B1%CE%B3%CE%BF%CF%8D%CE%B4%CE%B9

Lamb, S., & Brown, L. M. (2006). *Packaging girlhood: Rescuing our daughters from marketers' schemes*. New York: Saint Martins Press

Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallam, M. & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological bulletin*, 126(3), 390.

Lawler, M., & Nixon, E. (2011). Body dissatisfaction among adolescent boys and girls: the effects of body mass, peer appearance culture and internalization of appearance ideals. *Journal of youth and adolescence*, 40(1), 59-71.

Lazar, M. M. (2009). Entitled to consume: Postfeminist femininity and a culture of post-critique. *Discourse & communication*, 3(4), 371-400.

Lazar, M. M. (2011). The right to be beautiful: postfeminist identity and consumer beauty advertising. Στο *New Femininities* (pp. 37-51). Palgrave Macmillan UK.

- LeBesco, K. (2011). Neoliberalism, public health, and the moral perils of fatness. *Critical Public Health*, 21(2), 153-164.
- LeCompte, M. D., Preissle, J., & Tesch, R. (1993). The role of theory in the research process. *Ethnography and qualitative design in educational research*, 116-157.
- Leit, R. A., Gray, J. J., & Pope, H. G. (2002). The media's representation of the ideal male body: A cause for muscle dysmorphia?. *International Journal of Eating Disorders*, 31(3), 334-338.
- Levin, D. E., & Kilbourne, J. (2008). *So sexy so soon: The new sexualized childhood, and what parents can do to protect their kids*. Ballantine Books.
- Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2009). "Everybody knows that mass media are/are not [pick one] a cause of eating disorders": A critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(1), 9-42.
- Levy, A. (2005). *Female chauvinist pigs: Women and the rise of raunch culture*. New York: Free Press.
- Lindberg, S. M., Hyde, J. S., & McKinley, N. M. (2006). A measure of objectified body consciousness for preadolescent and adolescent youth. *Psychology of Women Quarterly*, 30(1), 65-76.
- Lorenzen, L. A., Grieve, F. G., & Thomas, A. (2004). Brief report: Exposure to muscular male models decreases men's body satisfaction. *Sex Roles*, 51(11), 743-748.
- Lowes, J., & Tiggemann, M. (2003). Body dissatisfaction, dieting awareness and the impact of parental influence in young children. *British journal of health psychology*, 8(2), 135-147.
- Luke, C. (1994α). Childhood and parenting in popular culture. *Journal of Sociology*, 30(3), 289-302.
- Luke, C. (1994β). Feminist pedagogy and critical media literacy. *Journal of Communication Inquiry*, 18(2), 30-47.
- Luke, A., & Freebody, P. (1999). Further notes on the four resources model. Reading Online. Retrieved April 11, 2017, from <http://www.readingonline.org/research/lukefreebody.html>
- Lumby, C., & Albury, K. (2010). Too Much?: Too Young?: The Sexualisation of Children Debate in Australia.
- Lumpkin, J. (2013, 23 Ιανουαρίου). *Why Miley Cyrus Is a Feminist Icon*. Ανακτήθηκε από http://www.huffingtonpost.com/jincey-lumpkin/why-miley-cyrus-is-a-feminist-icon_b_4078373.html
- Mannion, G. (2007). Going spatial, going relational: Why "listening to children" and children's participation needs reframing. *Discourse: studies in the cultural politics of education*, 28(3), 405-420.

- Martens, L., Southerton, D., & Scott, S. (2004). Bringing children (and parents) into the sociology of consumption towards a theoretical and empirical agenda. *Journal of Consumer Culture*, 4(2), 155-182.
- Martino, S. C., Collins, R. L., Elliott, M. N., Strachman, A., Kanouse, D. E., & Berry, S. H. (2006). Exposure to degrading versus nondegrading music lyrics and sexual behavior among youth. *Pediatrics*, 118(2), e430-e441.
- Mayall, B. (2002). *Towards a sociology for childhood: thinking from children's lives*. Open University Press.
- Maykut, P., & Morehouse, R. (1994). Beginning qualitative research: A philosophic and practical approach. *Bristol, PA: Falmer*.
- Maxwell, J. A. (2005). *Qualitative research design: An interactive approach* (Vol. 41). Sage publications.
- McGladrey, M. L. (2014). Becoming Tween Bodies: What Preadolescent Girls in the US Say About Beauty, The “Just-Right Ideal,” and the “Disney Girls”. *Journal of Children and Media*, 8(4), 353-370.
- McNair, B. (2002). *Striptease Culture: Sex, Media and the Democratisation of Desire*. London and New York: Routledge.
- McPhail, D. (2009). What to do with the “tubby hubby”? “Obesity,” the crisis of masculinity, and the nuclear family in early cold war Canada. *Antipode*, 41(5), 1021-1050.
- McRobbie, A. (1994). *Postmodernism and popular culture*. London: Routledge.
- McRobbie, A. (2008). Young women and consumer culture: An intervention. *Cultural studies*, 22(5), 531-550.
- Miller, R. (2010, 30 Σεπτεμβρίου). *The Katy Perry-Elmo dust-up is about sexualization*. Ανακτήθηκε από http://usatoday30.usatoday.com/news/opinion/forum/2010-09-30-miller30_st_N.htm
- Mishkind, M. E., Rodin, J., Silberstein, L. R., & Striegel-Moore, R. H. (1987). The embodiment of masculinity cultural, psychological, and behavioral dimensions. *The American Behavioral Scientist (1986-1994)*, 29(5), 545.
- Mission Australia (2008) National Survey of Young Australians 2008: Key and Emerging Issues. Sydney: Mission Australia.
- Mulgrew, K. E., Volcevski-Kostas, D., & Rendell, P. G. (2014). The effect of music video clips on adolescent boys’ body image, mood, and schema activation. *Journal of youth and adolescence*, 43(1), 92-103.
- Nairn, A. and Spotswood, F. (2015) Obviously in the cool group they wear designer things. A social practice theory perspective on children’s consumption. *European Journal of Marketing*, 49 (9/10), 1460-1483.

- Nixon, S. (1996). *Hard looks: Masculinities, spectatorship and contemporary consumption*. London: Macmillan.
- Nomakhwezi Mayaba, N., & Wood, L. (2015). Using Drawings and Collages as Data Generation Methods With Children: Definitely Not Child's Play. *International Journal of Qualitative Methods*, 14(5), 1609406915621407.
- Norman, M. E. (2013). "Dere's Not Just One Kind of Fat" Embodying the "Skinny"-Self Through Constructions of the Fat Masculine Other. *Men and Masculinities*, 16(4), 407-431.
- Northup, T., & Liebler, C. M. (2010). The good, the bad, and the beautiful: Beauty ideals on the Disney and Nickelodeon channels. *Journal of Children and Media*, 4(3), 265-282.
- Norton, K. I., Olds, T. S., Olive, S., & Dank, S. (1996). Ken and Barbie at life size. *Sex roles*, 34(3-4), 287-294.
- O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804.
- Oliver, K. (1999). Adolescent girls' body-narratives: Learning to desire and create a "fashionable" image. *The Teachers College Record*, 101(2), 220-246.
- Oliver, K., & Lalik, R. (2004). The Beauty Walk': Interrogating whiteness as the norm for beauty within one school's hidden curriculum. *Body knowledge and control. Studies in the sociology of physical education and health*, 115-129.
- Orenstein, P. (2011). *Cinderella ate my daughter*. New York: HarperCollins.
- Paavonen, E. J., Roine, M., Pennonen, M., & Lahikainen, A. R. (2009). Do parental co-viewing and discussions mitigate TV-induced fears in young children?. *Child: care, health and development*, 35(6), 773-780.
- Palfrey, J. G., & Gasser, U. (2011). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. ReadHowYouWant. com.
- Parker, S., Nichter, M., Nichter, M., Vuckovic, N., Sims, C., & Ritenbaugh, C. (1995). Body image and weight concerns among African American and White adolescent females: Differences that make a difference. *Human organization*, 54(2), 103-114.
- Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation* (No. 4). Sage.
- Patton, M. Q. (2002). Two decades of developments in qualitative inquiry a personal, experiential perspective. *Qualitative social work*, 1(3), 261-283.
- Paul, P. (2007). *Pornified: How pornography is transforming our lives, our relationships, and our families*. Macmillan.
- Peixoto Labre, M. (2002). Adolescent boys and the muscular male body ideal. *Journal of adolescent health*, 30(4), 233-242.

- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2011). The influence of sexually explicit internet material on sexual risk behavior: A comparison of adolescents and adults. *Journal of health communication, 16*(7), 750-765.
- Pilcher, J. (2010). What not to wear? Girls, clothing and 'showing' the body. *Children & Society, 24*(6), 461-470.
- Pilcher, J. (2011). No logo? Children's consumption of fashion. *Childhood, 18*(1), 128-141.
- Pilcher, J. (2013). 'Small, but Very Determined': A Novel Theorization of Children's Consumption of Clothing. *Cultural Sociology, 7*(1), 86-100.
- Pilcher, J., Pole, C., & Boden, S. (2004, February). New consumers? Children, fashion and consumption. In *Knowing Consumers: Actors, Images, Identities in Modern History Conference, Universitat Bielefeld, Germany* (pp. 27-28).
- Pole, C. (2007). Researching Children and Fashion An embodied ethnography. *Childhood, 14*(1), 67-84.
- Pomerantz, S. (2008). *Girls, style, and school identity*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Pope, H. G., Olivardia, R., Gruber, A., & Borowiecki, J. (1999). Evolving ideals of male body image as seen through action toys. *International Journal of Eating Disorders, 26*(1), 65-72.
- Pope, H. G., Katz, D. L., & Hudson, J. I. (1993). Anorexia nervosa and "reverse anorexia" among 108 male bodybuilders. *Comprehensive psychiatry, 34*(6), 406-409.
- Pope Jr, H. G., Gruber, A. J., Mangweth, B., Bureau, B., Jouvent, R., & Hudson, J. I. (2000a). Body image perception among men in three countries. *American Journal of Psychiatry*.
- Pope, H., Phillips, K., & Olivardia, R. (2000b). *The Adonis complex: How to identify, treat and prevent body obsession in men and boys*. New York: Simon and Schuster.
- Press, A. L. (2011). 'Feminism? That's So Seventies': Girls and Young Women Discuss Femininity and Feminism in America's Next Top Model. Στο *New Femininities* (pp. 117-133). Palgrave Macmillan UK.
- Rahier, J. M. (1998). Blackness, the Racial/Spatial Order, Migrations, and Miss Ecuador 1995-96. *American Anthropologist, 100*(2), 421-430.
- Reay, D. (2001). 'Spice Girls', 'Nice Girls', 'Girlies', and 'Tomboys': Gender discourses, girls' cultures and femininities in the primary classroom. *Gender and Education, 13*(2), 153-166.
- Renold, E. (2000). 'Coming out': Gender, (hetero) sexuality and the primary school. *Gender and Education, 12*(3), 309-326.
- Renold, E. (2001). Learning the 'hard' way: Boys, hegemonic masculinity and the negotiation of learner identities in the primary school. *British journal of Sociology of Education, 22*(3), 369-385.

- Renold, E. (2004). 'Other' boys: Negotiating non-hegemonic masculinities in the primary school. *Gender and Education*, 16(2), 247-265.
- Renold, E. (2005). *Girls, boys and junior sexualities: Exploring children's' gender and sexual relations in the primary school*. New York: Routledge.
- Renold, E. (2013). Boys and girls speak out: A qualitative study of children's gender and sexual cultures (ages 10-12).
- Renold, E., & Ringrose, J. (2008). Regulation and rupture Mapping tween and teenage girls' resistance to the heterosexual matrix. *Feminist Theory*, 9(3), 313-338.
- Renold, E., & Ringrose, J. (2011). Schizoid subjectivities? Re-theorizing teen girls' sexual cultures in an era of 'sexualization'. *Journal of Sociology*, 47(4), 389-409.
- Ricciardelli, R., Clow, K. A., & White, P. (2010). Investigating hegemonic masculinity: Portrayals of masculinity in men's lifestyle magazines. *Sex Roles*, 63(1-2), 64-78.
- Ricciardelli, L. A., & McCabe, M. P. (2001). Children's body image concerns and eating disturbance: a review of the literature. *Clinical psychology review*, 21(3), 325-344.
- Ringrose, J. (2008). " Every time she bends over she pulls up her thong" Teen Girls Negotiating Discourses of Competitive, Heterosexualized Aggression. *Girlhood Studies*, 1(1), 33-59.
- Ringrose, J. (2011). Are you sexy, flirty, or a slut? Exploring 'sexualization' and how teen girls perform/negotiate digital sexual identity on social networking sites. *New femininities: Postfeminism, neoliberalism and subjectivity*, 99-116.
- Ringrose, J., & Barajas, K. E. (2011). Gendered risks and opportunities? Exploring teen girls' digitized sexual identities in postfeminist media contexts. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 7(2), 121-138.
- Ristovski-Slijepcevic, S., Chapman, G. E., & Beagan, B. L. (2010). Being a 'good mother': dietary governmentality in the family food practices of three ethnocultural groups in Canada. *Health*, 14(5), 467-483.
- Rivers, I. (2001). The bullying of sexual minorities at school: Its nature and long-term correlates. *Educational and Child Psychology*, 18(1), 32-46.
- Robards, B. (2012). Leaving MySpace, joining Facebook: 'Growing up' on social network sites. *Continuum*, 26(3), 385-398.
- Roberts, S. (2013). Boys will be boys... won't they? Change and continuities in contemporary young working-class masculinities. *Sociology*, 47(4), 671-686.
- Robson, C. (2002). *Real World Research: A resource for social Scientists and Practitioner Researchers* (2nd edn), Oxford, Blackwell.

- Rose, G. M., Bush, V. D., & Kahle, L. (1998). The influence of family communication patterns on parental reactions toward advertising: a cross-national examination. *Journal of Advertising*, 27(4), 71-85.
- Roudometof, V. (2016). *Glocalization: A critical introduction*. Routledge.
- Russell, R., & Tyler, M. (2002). Thank Heaven for Little Girls: Girl Heaven and the Commercial Context of Feminine Childhood. *Sociology*, 36(3), 619-637.
- Rysst, M. (2008). 'Hello—we are only in the fifth grade!!': How clothing-fashion codes for preteen girls relate to their experience-near conceptualizations of femininities. Στο
- Buckingham, D. & Tingstad, V. (Eds.), *Child and Teen Consumption* (228-243). London: Palgrave Macmillan.
- Rysst, M. (2010). Girls, Bodies and Romance in the Light of a Presumed Sexualization of Childhood. *Girlhood Studies*, 3(2), 69-88.
- Salimkhan, G., Manago, A. M., & Greenfield, P. M. (2010). The construction of the virtual self on MySpace. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 4(1), 1.
- Salzman, M., Ira Matathia, and Ann O'Reilly. 2005. *The future of men*. New York: Palgrave MacMillan.
- Saunders, T. (2013, 19 Μαΐου). *Katy Perry's "Experimental Game"*. Ανακτήθηκε από <https://igobyntania.wordpress.com/>
- Savage, M. (2003). Review essay: a new class paradigm?. *British Journal of Sociology of Education*, 24(4), 535-541.
- Schippers, M. (2007). Recovering the feminine other: Masculinity, femininity, and gender hegemony. *Theory and society*, 36(1), 85-102.
- Scott, L. M. (2005). *Fresh lipstick: Redressing fashion and feminism*. New York: Palgrave Macmillan.
- Segal, L. (1993). Changing men: Masculinities in context. *Theory and society*, 22(5), 625-641.
- Sender, K. (2006). Queens for a day: Queer Eye for the Straight Guy and the neoliberal project. *Critical Studies in Media Communication*, 23(2), 131-151.
- Siegle, D. (2010). Cyberbullying and sexting: Technology abuses of the 21st century. *Gifted child today*, 33(2), 14-65.
- Siibak, A. (2009). Constructing the self through the photo selection-visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1).
- Siibak, A. (2010). Constructing masculinity on a social networking site The case-study of visual self-presentations of young men on the profile images of SNS Rate. *Young*, 18(4),

403-425.

Simpson, M. (1994). *Male Impersonators: Men Performing Masculinity*. New York: Routledge.

Skeggs, B. (1997). *Formations of class and gender: becoming respectable*. London: Sage.

Skeggs, B. (2004). *Class, Self, Culture*. London: Routledge.

Skelton, C. (2000). 'A Passion for football': Dominant masculinities and primary schooling. *Sport, Education and Society*, 5(1), 5-18.

Skelton, C. (2001). *Schooling the Boys: Masculinities and Primary Education*. *Educating Boys, Learning Gender*. Buckingham: Open University Press.

Slevec, J., & Tiggemann, M. (2010). Attitudes Toward Cosmetic Surgery in Middle-aged Women: Body Image, Aging Anxiety, and the Media. *Psychology of Women Quarterly*, 34(1), 65-74.

Smolak, L., Murnen, S. K., & Myers, T. A. (2014). Sexualizing the Self What College Women and Men Think About and Do to Be "Sexy". *Psychology of Women Quarterly*, 0361684314524168.

Smith, P. (2006). *Πολιτισμική θεωρία: Μια εισαγωγή*. (Θ. Κατσοκερός, Μτφρ.). Αθήνα: Κριτική.

Spyrou, S. (2011). The limits of children's voices: From authenticity to critical, reflexive representation. *Childhood*, 18(2), 151-165.

Starr, C. R., & Ferguson, G. M. (2012). Sexy dolls, sexy grade-schoolers? Media & maternal influences on young girls' self-sexualization. *Sex Roles*, 67(7-8), 463-476.

Stefanone, M. A., Lackaff, D., & Rosen, D. (2011). Contingencies of self-worth and social-networking-site behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 41-49.

Stevens, J. (2011, 28 Απριλίου). *Dude looks like a lady: Men with feminine faces more likely to be a hit with women*. Ανακτήθηκε από <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-1380265/Men-feminine-faces-likely-hit-women.html>

Stone, E. A., Brown, C. S., & Jewell, J. A. (2015). The Sexualized Girl: A Within-Gender Stereotype Among Elementary School Children. *Child development*, 86(5), 1604-1622.

Stuart, A., & Donaghue, N. (2012). Choosing to conform: The discursive complexities of choice in relation to feminine beauty practices. *Feminism & Psychology*, 22(1), 98-121.

Swain, J. (2000). 'The Money's Good, The Fame's Good, The Girls are Good': The role of playground football in the construction of young boys' masculinity in a junior school. *British Journal of Sociology of Education*, 21(1), 95-109.

- Swain, J. (2002). The right stuff: fashioning an identity through clothing in a junior school. *Gender and Education*, 14(1), 53-69.
- Swain, J. (2003). How young schoolboys become somebody: The role of the body in the construction of masculinity. *British Journal of Sociology of Education*, 24(3), 299-314.
- Taguchi, H. L. (2005). Getting personal: How early childhood teacher education troubles students' and teacher educators' identities regarding subjectivity and feminism. *Contemporary Issues in Early Childhood*, 6(3), 244-255.
- Tay-Lim, J., & Lim, S. (2013). Privileging younger children's voices in research: Use of drawings and a co-construction process. *International Journal of Qualitative Methods*, 12(1), 65-83.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1984). Introduction to qualitative research methods: The search for meaning.
- Ter Bogt, T. F., Engels, R. C., Bogers, S., & Kloosterman, M. (2010). "Shake it baby, shake it": Media preferences, sexual attitudes and gender stereotypes among adolescents. *Sex roles*, 63(11-12), 844-859.
- Thomas, S. L., Olds, T., Pettigrew, S., Randle, M., & Lewis, S. (2014). "Don't eat that, you'll get fat!" Exploring how parents and children conceptualise and frame messages about the causes and consequences of obesity. *Social Science & Medicine*, 119, 114-122.
- Thorne, B. (1993). *Gender play: Girls and boys in school*. New Brunswick, NJ.: Rutgers University Press.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). Contemporary girlhood: Maternal reports on sexualized behaviour and appearance concern in 4–10 year-old girls. *Body image*, 11(4), 396-403.
- Tiggemann, M., & Wilson-Barrett, E. (1998). Children's figure ratings: Relationship to self-esteem and negative stereotyping. *International Journal of Eating Disorders*, 23(1), 83-88.
- Tisdell, E. J. (2008). Critical media literacy and transformative learning drawing on pop culture and entertainment media in teaching for diversity in adult higher education. *Journal of transformative education*, 6(1), 48-67.
- Tolman, D. L., Impett, E. A., Tracy, A. J., & Michael, A. (2006). Looking Good, Sounding Good: Femininity Ideology and Adolescent Girls' mental Health. *Psychology of Women Quarterly*, 30(1), 85-95.
- Valkenburg, P. M., Krcmar, M., Peeters, A. L., & Marseille, N. M. (1999). Developing a scale to assess three styles of television mediation: "Instructivemediation," "restrictive mediation," and "social coviewing". *Journal of broadcasting & electronic media*, 43(1), 52-66.

- Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2013). Sexually explicit websites and sexual initiation: Reciprocal relationships and the moderating role of pubertal status. *Journal of Research on Adolescence*, 23(4), 621-634.
- Vandenbosch, L., Vervloessem, D., & Eggermont, S. (2013). "I might get your heart racing in my skin-tight jeans": Sexualization on music entertainment television. *Communication Studies*, 64(2), 178-194.
- Vandewater, E. A., Park, S. E., Huang, X., & Wartella, E. A. (2005). "No—You Can't Watch That" Parental Rules and Young Children's Media Use. *American behavioral scientist*, 48(5), 608-623.
- Vänskä, A. (2017). 'I am Lenni': Boys, sexualisation, and the dangerous colour pink. *Sexualities*, 0(0), 1-14.
- Vares, T., Jackson, S., & Gill, R. (2011). Preteen girls read 'tween' popular culture: Diversity, complexity and contradiction. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 7(2), 139-154.
- Varian, H. R. (2006, April 6). The beauty premium: Why good looks pay. The New York Times. Retrieved from http://www.nytimes.com/2006/04/06/business/worldbusiness/06iht-beauty.html?_r=0
- Vicars, M. (2006). Who are you calling queer? Sticks and stones can break my bones but names will always hurt me. *British Educational Research Journal*, 32(3), 347-361.
- Vincent, C., & Ball, S. J. (2007). Making up the middle-class child: families, activities and class dispositions. *Sociology*, 41(6), 1061-1077.
- Wade, L. (2013, 28 Δεκεμβρίου). *My Two Cents on Feminism and Miley Cyrus*. Ανακτήθηκε από <http://thesocietypages.org/socimages/2013/12/28/my-two-cents-on-feminism-and-miley-cyrus/>
- Walkerdine, V. (1990). *Schoolgirl fictions*. London, UK: Verson.
- Walkerdine, V. (2003). Reclassifying upward mobility: Femininity and the neo-liberal subject. *Gender and education*, 15(3), 237-248.
- Walter, N. (2011). *Living dolls: The return of sexism*. Hachette UK.
- Wang, T. W. (2014). Children's drawings from China and the United States and conceptions of female beauty. *International Journal of Education through Art*, 10(3), 363-379.
- Ward, S., Wackman, D. B., & Wartella, E. (1977). *How children learn to buy: The development of consumer information-processing skills*. Sage.
- Webster Jr, M., & Driskell Jr, J. E. (1983). Beauty as status. *American Journal of Sociology*, 140-165.

- Weitz, R. (2001). Women and Their Hair Seeking Power through Resistance and Accommodation. *Gender & Society*, 15(5), 667-686.
- Westlake, E. J. (2008). Friend me if you Facebook: Generation Y and performative surveillance. *TDR/The Drama Review*, 52(4), 21-40.
- White, P. G., & Gillett, J. (1994). Reading the Muscular Body: A Critical Decoding of Advertisements in Flex Magazine. *Sociology of Sport Journal*, 11(1).
- White, J., & Halliwell, E. (2010). Examination of a sociocultural model of excessive exercise among male and female adolescents. *Body Image*, 7(3), 227-233.
- Wienke, C. (1998). Negotiating the male body: Men, masculinity, and cultural ideals. *The Journal of Men's Studies*, 6(3), 255-282.
- Wiersma, W. 1986. *Research Methods in Education: An Introduction*. Newton: Allyn and Bacon.
- Willis, P. E. (1977). *Learning to labor: How working class kids get working class jobs*. New York: Columbia University Press.
- Wilson, G., & Wood, K. (2004). The influence of children on parental purchases during supermarket shopping. *International Journal of Consumer Studies*, 28(4), 329-336.
- Winship, J. (2000). Women outdoors Advertising, controversy and disputing feminism in the 1990s. *International journal of cultural studies*, 3(1), 27-55.
- Wisnblit, J. Z., Priluck, R., & Pirog, S. F. (2013). The influence of parental styles on children's consumption. *Journal of Consumer Marketing*, 30(4), 320-327.
- Wolf, N. (2002). *The Beauty Myth. How Images of Beauty Are Used Against Women*. New York: Harper Perennial.
- Yalkin, C., & Rosenbaum-Elliott, R. (2014). Talking fashion in female friendship groups: negotiating the necessary marketplace skills and knowledge. *Journal of consumer policy*, 37(2), 301-331.
- Youdell, D. (2004). Wounds and re inscriptions: Schools, sexualities and performative subjects. *Discourse*, 25(4), 477-493.
- Youdell, D. (2005). Sex–gender–sexuality: How sex, gender and sexuality constellations are constituted in secondary schools. *Gender and education*, 17(3), 249-270.
- Youdell, D. (2006α). Diversity, inequality, and a post-structural politics for education. *Discourse: Studies in the cultural politics of education*, 27(1), 33-42.
- Youdell, D. (2006β). Subjectivation and performative politics—Butler thinking Althusser and Foucault: intelligibility, agency and the raced–nationed–religioned subjects of education. *British Journal of Sociology of Education*, 27(4), 511-528.
- Zaslow, E. (2009). *Feminism, Inc.: Coming of age in girl power media culture*. New York, NY: Palgrave Macmillan

Παραρτήματα

Παράρτημα Α

Πίνακας Α1

Πληροφορίες για το Δείγμα Παιδιών

Όνομα παιδιού (Ψευδώνυμο)	Ηλικία	Μέσο Συλλογής Δεδομένων	Κοινωνικοοικονομικό Υπόβαθρο	Χώρος Διαμονής
Ειρήνη	13 12	Συνέντευξη Πιλοτική έρευνα	Μεσαίο	Αστική περιοχή
Δανάη	11 10	Συνέντευξη Πιλοτική έρευνα	Μεσαίο	Αστική περιοχή
Νεοκλής	10 9	Συνέντευξη Πιλοτική έρευνα	Μεσαίο	Αστική περιοχή
Αλέξης	10 9	Συνέντευξη Πιλοτική έρευνα	Μεσαίο	Αστική περιοχή
Ηλίας	10 9	Συνέντευξη Πιλοτική έρευνα	Μεσαίο	Αστική περιοχή
Κορίνα	9 7	Συνέντευξη Πιλοτική έρευνα	Ανώτερο	Αστική περιοχή
Μαργαρίτα	12 10	Συνέντευξη Πιλοτική έρευνα	Χαμηλό	Αστική περιοχή
Ιζαμπέλα	10 8	Συνέντευξη Πιλοτική έρευνα	Χαμηλό	Αστική περιοχή
Έλενα	11	Συνέντευξη	Μεσαίο	Αστική περιοχή
Θεόδωρος	11	Συνέντευξη	Μεσαίο	Αστική περιοχή
Νικολέτα	11	Συνέντευξη	Μεσαίο	Αστική περιοχή
Άννα	13	Συνέντευξη	Μεσαίο	Αστική περιοχή
Φοίβος	12	Συνέντευξη	Μεσαίο	Αστική περιοχή
Χριστόφορος	12	Συνέντευξη	Μεσαίο	Αστική περιοχή
Νίκος	11	Συνέντευξη Ομάδα εστίασης	Χαμηλό	Αγροτική περιοχή

Δημήτρης	11	Συνέντευξη Ομάδα εστίασης	Χαμηλό	Αγροτική περιοχή
Σοφία	10	Συνέντευξη Ομάδα εστίασης	Χαμηλό	Αγροτική περιοχή
Μιχάλης	11	Συνέντευξη Ομάδα εστίασης	Χαμηλό	Αγροτική περιοχή
Ροδοθέα	10	Συνέντευξη Ομάδα εστίασης	Χαμηλό	Αγροτική περιοχή
Άγγελος	11	Ομάδα εστίασης	Χαμηλό	Αγροτική περιοχή
Σίφης	11	Ομάδα εστίασης	Χαμηλό	Αγροτική περιοχή
Φίλιππος	10	Ομάδα εστίασης	Χαμηλό	Αγροτική περιοχή
Βανέσα	11	Ομάδα εστίασης	Χαμηλό	Αγροτική περιοχή
Μαρίλια	10	Ομάδα εστίασης	Χαμηλό	Αγροτική περιοχή

Παράρτημα Β

Οδηγοί Συνέντευξης

Οδηγός Συνέντευξης με τα Παιδιά

Προτιμήσεις και επιλογές παιδιών μέσω δημοφιλών μορφών ΜΜΕ:

- Υπνοδωμάτιο:
Περιήγηση στο υπνοδωμάτιο. Συζήτηση για τη διακόσμηση υπνοδωματίου (αφίσες, αυτοκόλλητα, χρώματα που κυριαρχούν). Ποιος/-α τα διάλεξε; Γιατί; Σου αρέσουν;
- Παιχνίδια:
Ποια είναι τα αγαπημένα σου παιχνίδια (τα δείχνουν). Γιατί τα προτιμάς;
- Μουσική:
Ασχολείσαι με τη μουσική; Αν ναι, ποιος είναι ο αγαπημένος σου τραγουδιστής/τραγουδίστρια/τραγούδι; Για ποιους λόγους; Τι σου αρέσει σε αυτόν/ήν;
- Χορός:
Ασχολείσαι με το χορό; Έχεις κάποιο αγαπημένο είδος χορού; Αν ναι, για ποιο λόγο;
- Λογοτεχνία/Παραμύθια:
Έχεις κάποιο αγαπημένο παραμύθι ή ήρωα/ηρωίδα παραμυθιών (τα δείχνουν). Αν ναι, ποιον/α; Για ποιο λόγο;
- Τηλεόραση:
Παρακολουθείς τηλεόραση; Αν ναι, ποια είναι τα καρτούν και τα προγράμματα που σου αρέσει να παρακολουθείς; Γιατί;
- Ηλεκτρονικά παιχνίδια:
Παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια; Αν ναι, ποια; Γιατί σου αρέσουν;
- Διαδίκτυο:
Ασχολείσαι με το διαδίκτυο; Αν ναι, με τι ακριβώς (π.χ. Facebook, YouTube, online games κλπ) και για ποιους λόγους;
- Κοινωνικά δίκτυα:
Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης; Αν ναι, πώς πήρες την απόφαση να δημιουργήσεις;
Είχες την έγκριση των γονιών σου;
Οι φίλοι/ες σου έχουν;
Πώς και για ποιους λόγους το χρησιμοποιείς;
Πρόσεξες ποτέ τις φωτογραφίες που αναρτούνται από παιδιά/έφηβους/ες/νέοι/ες;
Έκανες κάποιες παρατηρήσεις για τον τρόπο που παρουσιάζονται; Αν ναι, γιατί νομίζεις παρουσιάζονται με αυτούς τους τρόπους;
Αναρτούν διαφορετικές φωτογραφίες παρουσιάζονται με διαφορετικούς τρόπους ή αναρτούν διαφορετικές φωτογραφίες τα αγόρια από τα κορίτσια;
Αν υπάρχει κάποια διαφορά πώς τη δικαιολογείς;
Τα likes σε status και φωτογραφίες θεωρείς ότι είναι σημαντικά; Αν ναι, για ποιους λόγους;
- Εξωσχολικές δραστηριότητες:
Στον ελεύθερό σου χρόνο ασχολείσαι με κάποιο χόμπι ή δραστηριότητα; Αν ναι, για ποιο λόγο; Θα ήθελες να ασχολείσαι και με κάτι άλλο?
- Ποια νομίζεις είναι τα μεγαλύτερα χαρίσματα/ταλέντα σου;
- Σκέφτηκες τι θέλεις να γίνεις όταν μεγαλώσεις; Πώς φαντάζεσαι τον εαυτό σου τότε;

Στυλ/εξωτερική εμφάνιση παιδιών, πρότυπα ομορφιάς:

- Έχεις κάποια αγαπημένα ρούχα, παπούτσια, αξεσουάρ; Αν ξεχωρίζεις κάποια μπορείς να μου τα δείξεις (wardrobe audit); Γιατί τα προτιμάς; Εσύ τα διάλεξες; Αν ναι, με ποια κριτήρια;
- Έχεις κάποιο αγαπημένο χρώμα; Αγόρια και κορίτσια νομίζεις προτιμούν διαφορετικά χρώματα; Αν ναι, για ποιους λόγους;
- Στο τελευταίο πάρτι γενεθλίων που πήγες τι φόρεσες; Γιατί επέλεξες τα συγκεκριμένα ρούχα; Σε ενδιαφέρει τι θα φορέσεις σε τέτοιες περιπτώσεις και αν ναι γιατί;
- Έχεις καλλυντικά; Μακιγιάρεσαι; Αν ναι, γιατί; Οι φίλες σου μακιγιάρονται;
- Φοράς κοσμήματα; Αν ναι, γιατί;
- Θαυμάζεις για κάποιο λόγο κάποιο μεγαλύτερο άτομο (γονείς, δασκάλα, ξάδερφο/η κλπ); Αν ναι για ποιους λόγους; Θα ήθελες να του/της μοιάσεις στην εμφάνιση κι αν ναι, γιατί;
- Θεωρείς ότι υπάρχουν «αγορίστικα» και «κοριτσίστικα» στυλ στη μόδα, εμφάνιση, χρώματα κλπ; Αν ναι,
- Αν ένα κορίτσι/κοπέλα έχει στυλ ή φορέσει ρούχα «αγορίστικα» ή αν ένα αγόρι φορέσει κάτι «κοριτσίστικο» θα σου φανεί παράξενο; Αν ναι γιατί; Πώς πιστεύεις ότι θα αντιμετωπιστεί από τους συνομήλικους;
- Υπάρχει για εσένα η εικόνα της/του «ιδανικής/ού» γυναίκα/άνδρα; Αν ναι, πώς μοιάζει; Μπορείς να μου την/τον περιγράψεις;

Δραστηριότητα με τη φωτογραφία τάξης:

- Ποιοι/ες είναι οι φίλοι/ες σου; Με ποια κριτήρια διαλέγεις τους/τις φίλους/ες σου;
- Ποιος/α είναι ο/η πρόεδρος της τάξης; Γιατί τα παιδιά τον/την ψήφισαν για πρόεδρο της τάξης; Ποια είναι τα χαρακτηριστικά ενός/μιας καλού προέδρου;
- Υπάρχουν κάποια παιδιά στην τάξη σου που να είναι πιο δημοφιλή από άλλα; Αν ναι γιατί; Πώς μοιάζουν οι δημοφιλείς;
- Ποια είναι η γνώμη σου για τη στολή του σχολείου; Πρέπει να υπάρχει και γιατί;

Δραστηριότητα με περιοδικά μόδας:

- Ποιος/οι από το περιοδικό αυτό σου αρέσουν και γιατί;
- Ποια αντικείμενα μόδας σου αρέσουν και θα ήθελες να έχεις; Γιατί;
- Πιστεύεις οι απεικονίσεις διάσημων προσώπων στα περιοδικά είναι ρεαλιστικές; Αν όχι, γνωρίζεις αν υφίστανται κάποιες αλλαγές/διαδικασίες? Αν ναι, για ποιους λόγους;

Δραστηριότητα με χάρτινες κούκλες ντυμένες από το “Dollz Mania” Dress-up on-line game (βλ. Starr & Ferguson, 2012):

- Ποια/ος κούκλα/ος νομίζεις ότι μοιάζει περισσότερο σε εσένα;
- Αν μπορούσες να είσαι/μοιάσεις με μια/έναν από αυτές/ούς τους/τις δυο κούκλες/ους, ποια/ος θα προτιμούσες να είσαι;
- Θα σου πω μια ιστορία. Άκουσε την προσεκτικά και μετά να μου απαντήσεις στην ερώτηση που θα σου κάνω: «Η Άννα/Ο Μάριος είναι το πιο δημοφιλέξ κορίτσι/αγόρι στο σχολείο. Είναι πρόεδρος της τάξης, έχει πολλούς φίλους και όλοι θέλουν να παίζουν μαζί της/του. Ποια από τις/τους δυο κούκλες/ους είναι η/ο Άννα/Μάριος;»
- Με ποια/ον κούκλα/ο θα ήθελες να παίζεις;
- Ποια/ος κούκλα/ος νομίζεις ότι είναι πιο έξυπνη/ος και καλή/ός μαθήτρια/ης;

Οδηγός Συνέντευξης με τους Γονείς

MME και γονική παρέμβαση:

- Τι προτιμά το παιδί σου να βλέπει στην τηλεόραση, διαδίκτυο κλπ; Γιατί νομίζεις;
- Παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια; Τα διαλέγει μόνος/η του/της; Για ποιους λόγους νομίζεις;
- Συμφωνείς με τις επιλογές του (στην τηλεόραση, μουσική, χορό, διαδίκτυο, παιχνίδια κλπ); Θεωρείς ότι είναι οι επιλογές αυτές είναι καλές; Προωθούν υγιή πρότυπα;
- Μέσα από τα MME θεωρείς ότι προβάλλονται διαφορετικά πρότυπα για αγόρια και κορίτσια; Αν ναι, μπορείς να μου μιλήσεις για κάποιες διαφορές που εντοπίζεις; Γιατί νομίζεις υπάρχει αυτή η διαφοροποίηση;
- Προσπαθείς να επηρεάσεις ή να κατευθύνεις το παιδί σου προς συγκεκριμένα είδη MME (επιλογές προγραμμάτων, μουσική, χορός κλπ); Αν αυτό ισχύει, ποιες θα ήταν οι επιλογές σου; Για ποιους λόγους;
- Βλέπετε μαζί τηλεόραση/ταινίες; Αν ναι, συζητάτε τα όσα παρακολουθείτε (καλές και κακές πράξεις που απεικονίζονται, επεξήγηση του πόσο ρεαλιστικά ή όχι τα γεγονότα που απεικονίζονται είναι κλπ);
- Ελέγχεις πόσες ώρες το παιδί σου παρακολουθεί τηλεόραση ή περνά στο διαδίκτυο? Υπάρχουν σχετικοί κανόνες;

Καταναλωτικές επιλογές του παιδιού και γονική παρέμβαση:

- Το παιδί σου ζητά να αγοράζει πράγματα; Αν ναι, τι σου ζητά συνήθως;
- Τι στυλ ρούχων προτιμά το παιδί σου; Γιατί νομίζεις ότι προτιμά το συγκεκριμένο στυλ;
- Νομίζεις ότι οι καταναλωτικές επιλογές του παιδιού σου (κυρίως στην εμφάνιση) επηρεάζονται από κάποιους παράγοντες (π.χ. MME, συνομήλικοι κλπ); Αν αυτό συμβαίνει, πώς το δικαιολογείς;
- Από ποια καταστήματα ψωνίζετε συνήθως; Ποιος επιλέγει τα καταστήματα; Γιατί;
- Πάτε μαζί για τα δικά σου ψώνια? Σου λέει τη γνώμη του/της? Τι σε παροτρύνει να αγοράζεις?
- Έτυχε ποτέ να σου ζητήσει να αγοράσει κάτι που θεωρούσες ακατάλληλο για την ηλικία της/του; Αν ναι, πώς το χειρίστηκες;
- Της/του αγοράζεις πάντα αυτό που ζητά;
- Έχετε κάποιες συμφωνίες/κανόνες όταν πάτε για ψώνια;

Ανατροφή παιδιού:

- Σε ανησυχεί κάτι στην ανατροφή του παιδιού σου; Αν ναι, ποιος είναι ο μεγαλύτερος σου φόβος και γιατί;
- Σε δυσκολεύει κάτι στην ανατροφή του παιδιού σου; Αν ναι, μπορείς να μου πεις τι είναι και γιατί;
- Προκύπτουν διαφωνίες μεταξύ σας; Αν ναι, τι διαφωνίες έχετε συνήθως; Σε ποια θέματα; Πώς τις διαπραγματεύεστε;
- Εγκρίνεις τις παρέες που κάνει;
- Έχετε φιλικές σχέσεις; Σου εκμυστηρεύεται σκέψεις, μυστικά;
- Τι σου αρέσει στο γεγονός ότι το παιδί σου είναι κορίτσι/αγόρι;
- Νομίζεις ότι υπάρχουν διαφορές στην ανατροφή ενός αγοριού/κοριτσιού; Αν ναι, ποιες είναι αυτές;
- Πιστεύεις ότι αγόρια/κορίτσια πιθανόν να αντιμετωπίζουν διαφορετικούς κινδύνους; Αν ναι, από τι φοβάσαι ότι μπορεί να κινδυνεύει περισσότερο ένα κορίτσι/αγόρι; Πώς το προστατεύεις;

- Θεωρείς είναι πιο εύκολο να μεγαλώνεις κορίτσι ή αγόρι; Γιατί;
- Τι θα ήθελες να γίνει όταν μεγαλώσει; Ποιες είναι οι φιλοδοξίες σου;

ΓΑΛΑΤΕΙΑ ΚΑΜΙΤΣΗ

Παράρτημα Γ

Κούκλες/οι Ντυμένες/οι από το Διαδικτυακό Παιχνίδι “Dollz Mania”



Μη «σεξουαλικοποιημένη» κούκλα



«Σεξουαλικοποιημένη» κούκλα



Κούκλος 1



Κούκλος 2



Κούκλος 3



Κούκλος 4



Κούκλος 5

ΓΑΛΑΤΕΙΑ ΚΑΜΝΙΤΣΗ

Παράρτημα Δ

Πορεία Εργασίας Διδασκαλίας

Θέμα: Πρότυπα Ομορφιάς από τα ΜΜΕ και Κριτική Διερεύνηση τους

Τάξεις: Ε΄ και Στ΄

Διάρκεια: 2 x 80΄

Στόχοι:

Στόχοι Περιεχομένου:

- 1) Αναφορά και σχολιασμός των προσδοκώμενων και κοινωνικά αποδεκτών πρότυπων και στερεοτύπων ομορφιάς που υπάρχουν για κάθε φύλο.
- 2) Αναγνώριση της δύναμης που διαθέτουν η «εικόνα» και η εξωτερική εμφάνιση ως μέσο «αξιολόγησης» του ατόμου και κριτική αναδόμηση της δύναμης αυτής.
- 3) Αναγνώριση των ΜΜΕ ως βασική πηγή δημιουργίας και διάδοσης προτύπων ομορφιάς.
- 4) Ανίχνευση των μέσων/τεχνασμάτων που τα ΜΜΕ χρησιμοποιούν με σκοπό τη διάδοση της ιδεολογίας/μηνυμάτων τους.

Στόχοι Δομής:

- 1) Κατανόηση και παραγωγή προφορικού λόγου (επιχειρηματολογικού, επεξηγηματικού λόγου).
- 2) Κατάκτηση λεξιλογίου που σχετίζεται με το θεματικό πεδίο της ομορφιάς και των ΜΜΕ.

Στόχοι Κειμενικότητας:

- 1) Διάκριση της οπτικής γωνίας «θέασης του κόσμου» που υιοθετεί ο/η συγγραφέας.
- 2) Αναγνώριση των ιδεολογιών που ενυπάρχουν σε γραπτά και ψηφιακά κείμενα (διαφημίσεις, ηλεκτρονικά άρθρα, φιλμάκια).
- 3) Αναγνώριση της σημειολογικής λειτουργίας της εικόνας και του χρώματος στα πολυτροπικά κείμενα.
- 4) Διαμόρφωση προσωπικής θέσης/απόψεως έναντι των νοημάτων των κειμένων.
- 5) Αποτίμηση της αποτελεσματικότητας των υπό ανάγνωση κειμένων, ανάλογα με το επικοινωνιακό και το ευρύτερο κοινωνικοπολιτισμικό τους πλαίσιο.

Στόχοι αξιών:

- 1) Έκφραση και επιχειρηματολογία των μαθητών/ριων σχετικά με την κατανόηση τους στην έννοια της ομορφιάς.
- 2) Κριτική αξιολόγηση των έμφυλων πρότυπων ομορφιάς.
- 3) Ανάπτυξη αντιστάσεων και κριτικής ανάγνωσης στα προβαλλόμενα μηνύματα/πρότυπα ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ.

Μέσα – Υλικά:

- Ηλεκτρονικός Υπολογιστής
- Βίντεο
- Έντυπη και τηλεοπτική διαφήμιση
- Ηλεκτρονικά άρθρα
- Προβολέας
- Χαρτόνια
- Φύλλα Εργασίας

Α΄ Μέρος (1^ο Ογδοντάλεπτο)

Δραστηριότητες:

1) Ιδεοθύελλα ομορφιάς

- Τα παιδιά, δουλεύοντας σε ομάδες, δημιουργούν σε χαρτόνι ιδεοθύελλα σε σχέση με την ομορφιά, νοηματοδοτώντας την με το δικό τους τρόπο σκέψης.
- Συζήτηση των βασικών χαρακτηριστικών και εννοιών που πιθανόν να αναδυθούν μέσα από την ιδεοθύελλα (π.χ. πιθανή σύνδεση ομορφιάς με στοιχεία προσωπικότητας κλπ).

2) Παρουσίαση από το YouTube των πιο «όμορφων» ανθρώπων για το 2013 σύμφωνα με ψηφοφορία των αναγνωστών του Περιοδικού People <http://www.youtube.com/watch?v=Phx4Vbj06g0>

- Συζήτηση για τα αποτελέσματα της λίστας, τα χαρακτηριστικά που θεωρούνται «όμορφα» στους ανθρώπους, προβληματισμός για τους λόγους ύπαρξης της συγκεκριμένης ψηφοφορίας/λίστας εδώ και τόσα χρόνια, για τον τρόπο/λόγους ψηφοφορίας, για το κοινό στο οποίο απευθύνεται η λίστα αυτή, προβληματισμός για τους λόγους ύπαρξης περισσότερων γυναικών στη λίστα, για τη ρεαλιστικότητα των προβαλλόμενων προτύπων ομορφιάς, προβληματισμός για το βαθμό στον οποίο τα MME πιθανόν να μας επηρεάζουν στην υιοθέτηση ιδανικών προτύπων ομορφιάς, προβληματισμός για κρυμμένα συμφέροντα/παραπλανητικά αποτελέσματα που πιθανόν να υπάρχουν στη λίστα.
- Αναφορά/Σύνδεση με το ηλεκτρονικό άρθρο “Gwyneth Paltrow: My family makes me feel beautiful” http://www.people.com/people/package/article/0,,20360857_20692638,00.html

3) Προβολή βίντεο από την καμπάνια της Dove «Evolution» (μέρος του Dove Campaign of Real Beauty)

<http://www.youtube.com/watch?v=iYhCn0jf46U> (γυναικεία έκδοση)

<http://www.youtube.com/watch?v=-I17cK1ltY> (ανδρική έκδοση)

- Συζήτηση/προβληματισμός για την επεξεργασία των μοντέλων/πρότυπων ομορφιάς που προβάλλονται από τα MME, για τις διαδικασίες και πρακτικές επεξεργασίας προσώπου και σώματος, τη (μη) ρεαλιστικότητα των προβαλλόμενων προτύπων ομορφιάς.

4) Εξάσκηση ικανοτήτων κριτικού γραμματισμού στις διαφημίσεις

- Προβάλλεται στα παιδιά η έντυπη διαφήμιση και η τηλεοπτική διαφήμιση (<http://www.youtube.com/watch?v=K2czarA3pa4>) της μάσκαρα της Maybelline “Colossal Cat Eyes”.
- Τα παιδιά σε ομάδες συμπληρώνουν το Φύλλο Εργασίας 1 για την πολυτροπικότητα των διαφημιστικών κειμένων (κάποιες ομάδες συμπληρώνουν το Φύλλο Εργασίας για την έντυπη διαφήμιση και κάποιες ομάδες για την τηλεοπτική διαφήμιση).
- Ακολουθεί συζήτηση στην ολομέλεια της τάξης (πλαίσιο επικοινωνίας, γλωσσική και νοηματική δομή, εικόνα/ήχος/κίνηση, κοινωνική πράξη/αξίες, αξιολόγηση κειμένου).
(Περισσότερες πληροφορίες για τη διαφήμιση υπάρχουν στις επόμενες σελίδες του Παραρτήματος Δ).

Β' Μέρος (2^ο Ογδοντάλεπτο)

1) Συζήτηση στα ηλεκτρονικά άρθρα και ομαδική εργασία

Δίνονται τα ηλεκτρονικά άρθρα:

«Υγεία ή ... αηδία; Οκτάχρονος μπόντι μπίλντερ γίνεται δημοφιλής στο ίντερνετ»

<http://cyprusnews.eu/skai-psixagogia/2015711>

«Η Ουκρανή Μπάρμπι που ζει μόνο με... φως και αέρα!»

<http://www.newsbeast.gr/world/arthro/649790/i-oukrani-barbi-pou-zei-mono-me-fos-kai-aera/>

- Συζήτηση και προβληματισμός στην ολομέλεια της τάξης σχετικά με τα πρότυπα ομορφιάς που προωθούνται στα συγκεκριμένα άρθρα, τις πιθανές πηγές επηρεασμού της Ουκρανής Μπάρμπι και του οκτάχρονου body builder, τις πρακτικές ομορφιάς που ακολουθούν και τους κινδύνους που εμπεριέχουν. Προβληματισμός για τη φύση της «ομορφιάς» (κατά πόσο αυτή αποτελεί πηγή καταπίεσης ή πηγή ενδυνάμωσης/ευτυχίας για τους ανθρώπους).
- Τα παιδιά εργάζονται σε ομάδες και καταγράφουν πιθανές έμφυλες διαφορές και στερεότυπα σε σχέση με τα προβαλλόμενα πρότυπα ομορφιάς (Φύλλο Εργασίας 2).
(Ολοκληρωμένα τα άρθρα υπάρχουν στις επόμενες σελίδες του Παραρτήματος Δ).

2) Παρουσίαση selfie φωτογραφιών στο PowerPoint

<http://www.kathimerini.gr/60188/article/epikairothta/kosmos/selfie-h-le3h-ths-xronias>

- Επεξήγηση/ ανάλυση της λέξης selfie (αυτοφωτογραφία) και συζήτηση των λόγων που ανακηρύχθηκε ως η «λέξη της χρονιάς» για το 2013.
- Συζήτηση/προβληματισμός για το φαινόμενο των selfie, των κινήτρων που παρακινούν κορίτσια και αγόρια στη λήψη των φωτογραφιών αυτών, τις πιθανές έμφυλες διαφορές στους τρόπους παρουσίασης του εαυτού στις selfie.
- Τηλεμαχία (Συνέντευξη δημοσιογράφος – παιδιά):
Σε δυάδες τα παιδιά δημιουργούν ερωτήσεις σχετικά με τις selfie φωτογραφίες (π.χ. Γιατί τα παιδιά βγάζουν selfie; Γιατί τις κοινοποιούν; Είναι σημαντικά τα likes που παίρνουν; κλπ). Στη συνέχεια ένα παιδί αναλαμβάνει ρόλο δημοσιογράφου/συντονιστή της συζήτησης και τα υπόλοιπα παιδιά απαντούν στις ερωτήσεις του.

3) Παραγωγή γραπτού λόγου και κολλάζ: «Ομορφιά για μένα, ομορφιά για τα MME»

- Σε ένα σύντομο άρθρο τα παιδιά παρουσιάζουν/αντιπαραβάλλουν τη θέση των MME σε σχέση με τα πρότυπα ομορφιάς και τη δική τους θεώρηση, υποστηρίζοντας τη θέση τους με επιχειρήματα. Κατά τη συγγραφή του κειμένου τους μπορούν να αξιοποιήσουν τα άρθρα και τα βίντεο που έχουμε συζητήσει στην τάξη, καθώς και τις δικές τους προσωπικές απόψεις, εμπειρίες και παρατηρήσεις.
- Συμπληρώνουν το άρθρο τους με ένα κολλάζ με εικόνες/φωτογραφίες/ζωγραφίες που παρουσιάζουν τα αγαπημένα τους πρότυπα ομορφιάς, καθώς και αντικείμενα ομορφιάς (π.χ. ρούχα, καλλυντικά) που έχουν ή/και θα επιθυμούσαν να έχουν. Το κολλάζ μπορεί να γίνει σε χαρτόνι ή ηλεκτρονικά στον Ηλεκτρονικό Υπολογιστή. (Η τελευταία εργασία γίνεται/ολοκληρώνεται στο σπίτι, αν δεν υπάρξει χρόνος στην τάξη).

Πληροφορίες για τη Διαφήμιση

Η έντυπη μορφή της διαφήμισης συναντάται συχνά σε διεθνή, αλλά και κυπριακά περιοδικά ευρείας κυκλοφορίας ομορφιάς και lifestyle. Η έντυπη διαφήμιση παρουσιάζει σε πρώτο πλάνο το πρόσωπο μιας γυναίκας και μιας τίγρης. Γυναίκα και τίγρης έχουν έντονο, «γατίσιο» βλέμμα που κατευθύνεται απευθείας προς το θεατή. Το βλέμμα τους υποδηλώνει δύναμη, αποφασιστικότητα, κυριαρχία. Στη διαφήμιση κυριαρχούν τα τιγρέ χρώματα, όπως το κίτρινο, πορτοκαλί και μαύρο.



Εικόνα Δ1: Έντυπη διαφήμιση της μάσκαρα Colossal Cat Eye.

Την τηλεοπτική διαφήμιση την είχα ανακτήσει από το YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=K2czarA3pa4>) και ήταν σε αγγλόφωνη έκδοση. Παράλληλα με την προβολή της διαφήμισης μετέφραζα στα ελληνικά το αγγλόφωνο κείμενο, το οποίο στη συνέχεια το έδωσα στα παιδιά και γραπτώς, ώστε να μπορούν πιο εύκολα να συμπληρώσουν το Φύλλο Εργασίας. Το τηλεοπτικό σποτ κινείται στην ίδια κατεύθυνση με την έντυπη διαφήμιση. Παρουσιάζει μια γυναίκα-τίγρη της οποίας αποστολή είναι η δημιουργία άγριου, θηλυκού γατίσιου βλέμματος, κάτι που επιτυγχάνει χρησιμοποιώντας τη Colossal Cat Eyes μάσκαρα. Η πρωταγωνίστρια παρουσιάζει όλα τα χαρακτηριστικά μιας υπερθηλυκής σέξι γυναίκας, με κλασικά χαρακτηριστικά ομορφιάς: λεπτό και ψηλό και γυμνασμένο σώμα, μακριά ξανθά μαλλιά, μπλε μάτια, μοντέρνο στυλ. Η σέξι της εμφάνιση συνδυάζεται με μια διάσταση δυναμισμού και εξουσίας -είναι τόσο δυνατή και κυρίαρχη, όσο μια τίγρη. Η διαφήμιση ντύνεται μουσικά από το θέμα της ταινίας Rocky III, “Eye of the tiger”. Το κείμενο (σε μετάφραση) είναι το εξής: «Η αποστολή: Εγκλωβίστε ένα πλήρως γατίσιο βλέμμα στις βλεφαρίδες. Πάρτε τη νέα Colossal Cat Eyes μάσκαρα μόνο από τη Maybelline New York. Ατρόμητα θηλυκή και σούπερ γατίσιο βλέμμα! Το μυστικό; Η φόρμουλα μας με κολλαγόνο και το καμπυλωτό βουρτσάκι που επεκτείνει τις βλεφαρίδες, δημιουργώντας κολοσσιαίο όγκο μέχρι 8 φορές. Υπέροχες γατίσιες γωνιές στα μάτια, αμέσως! Τόσο άγριο! Νέα Colossal Cat Eyes μάσκαρα!».

Υγεία, ή... αηδία; 8χρονος μπόντι μπίλντερ γίνεται δημοφιλής στο ίντερνετ

Ο... γραμμωμένος οκτάχρονος έχει προκαλέσει αίσθηση στο διαδίκτυο, χάρη στο Instagram, το Facebook αλλά και στους... κοιλιακούς του.

Δημοσίευση: 01/04/2014 - 15:48



Ο "μικρός Ηρακλής" ποζάρει με χάρη(;) επαγγελματιών μπόντι μπίλντερ

Ένας μπόντιμπιλντερ, μόλις... 8 χρόνων προκάλεσε αίσθηση στο διαδίκτυο. Ο λόγος για τον Μπράντον Μπλέικ, αποκαλούμενο και «μίνι Ηρακλή» για την εντυπωσιακή σωματική διάπλαση του. Ο... γραμμωμένος οκτάχρονος έχει προκαλέσει αίσθηση στο διαδίκτυο, χάρη στο Instagram, το Facebook αλλά και τους... κοιλιακούς του. Ο ιρλανδός Μπράντον Μπλέικ έχει το σώμα ενός αρσιβαρίστα τρεις φορές μεγαλύτερο της ηλικίας του, έχοντας χτίσει τους μύες του μέσα από καθημερινή γυμναστική.

Το όνειρο του πιτσιρικά είναι να εκπροσωπήσει την Ιρλανδία στους Ολυμπιακούς Αγώνες, και γυμνάζεται σκληρά για αυτό από πέρυσι, ενώ οι γονείς του είναι ιδιαίτερα υπερήφανοι γι' αυτόν. «Ο Μπράντον κάνει υγιή διατροφή που αποτελείται από δημητριακά το πρωί, φρούτα όλη την ημέρα και κρέας με δύο τύπων λαχανικά το απόγευμα» δηλώνει ο πατέρας του.

Πάντως, πολλοί θεωρούν ότι ο γραμμωμένος οκτάχρονος ιρλανδός κάθε άλλο παρά «υγιές πρότυπο» μπορεί να χαρακτηριστεί για τους συνομηλίκους του, κάνοντας λόγο ακόμη και για... αηδία. «Ένα παιδί της ηλικίας του πρέπει να αθλείται, αλλά χωρίς υπερβολές» τονίζει ένας Ιρλανδός δάσκαλος.

Η Ουκρανή Μπάρμπι που ζει μόνο με... φως και αέρα!

Υπάρχει και αυτή η Ουκρανία...

ΚΟΣΜΟΣ

11:54

03/03/2014



Η Valerya Lukyanova, είναι το μοντέλο από την Ουκρανία, που μάλλον δεν ασχολείται και τόσο με τα όσα συμβαίνουν αυτό τον καιρό στη χώρα της...

Γνωστή σε όλο τον κόσμο από την ομοιότητά της με ζωντανή Μπάρμπι παρά με κοπέλα, αυτή τη φορά απασχόλησε τα Μέσα όλου του κόσμου με την διατροφική της συνήθεια.

Η 28χρονη που το 2013 συμμετείχε και στο «The Phase», το ντοκιμαντέρ που δημοσιεύτηκε στο YouTube σε 7 διαφορετικές γλώσσες, αποκάλυψε πως ακολουθεί την αυστηρή δίαιτα του «breatharianism». Καταφέρνει δηλαδή να επιβιώνει χωρίς τροφή, καταναλώνοντας μόνο... φως και αέρα, μια επιλογή το δίχως άλλο επικίνδυνη για την υγεία της, που οι θαυμαστές της ελπίζουν πως θα σταματήσει να ακολουθεί.

Φύλλο Εργασίας 1

Κριτική Διερεύνηση Διαφήμισης Ομορφιάς

Προϊόν που διαφημίζεται:

Πλαίσιο επικοινωνίας	Γλωσσική και νοηματική δομή	Εικόνα / Ήχος / Κίνηση	Κοινωνική πράξη / αξίες	Αξιολόγηση κειμένου
Είδος κειμένου:	Λεξιλόγιο:	Χρώματα:	Σκοπός:	Αξιολόγηση περιεχομένου, γλώσσας, αισθητικής (π.χ. σαφές, ελκυστικό, πειστικό κλπ)
Πού το συναντούμε:	Γραμματική/ Συντακτικό (π.χ. χρόνοι ρήματος, έγκλιση, πρόσωπο, αριθμός, επίθετα κλπ)	Οπτική:	Μηνύματα / ιδεολογία:	
Σε ποιους/ες απευθύνεται;		Εστίαση:	Πώς λειτουργεί;	
	Κειμενικά χαρακτηριστικά: (οργάνωση κειμένου, γραμματοσειρά, κεφαλαία/μικρά κλπ)	Ήχος / Μουσική:	Θα μπορούσε να γίνει και με άλλο τρόπο;	
		Κίνηση:		

Φύλλο Εργασίας 2

Έμφυλα πρότυπα ομορφιάς

Κατάγραψε στον πίνακα τα πρότυπα ομορφιάς που θεωρείς ότι ισχύουν για κάθε φύλο.

Πρότυπα ομορφιάς για κορίτσια	Πρότυπα ομορφιάς για αγόρια

Παράρτημα Ε

Ενδεικτική Κωδικοποίηση Δεδομένων

Πίνακας Ε1

Συνεντεύξεις με παιδιά: Ενδεικτικοί κωδικοί (nodes) από ανάλυση/κωδικοποίηση δεδομένων συνεντεύξεων στο NVIVO

Υλική Διάσταση	Πρακτικές Ομορφιάς	Ιδανικά Ομορφιάς	Συγκρότηση Φύλου
Μουσική	Ψώνια	Φυσική ομορφιά	Όρια φύλου
Χορός	Μακιγιάζ	«Νέος/α»	Ιδανικός άνδρας
Τραγουδιστές/ριες	Γυμναστική	«Ηλικιωμένος/η»	Ιδανική γυναίκα
Ηθοποιοί	Λεπτό σώμα	«Μοναδικό»	Στερεότυπα
Χρώματα	Νύχια	«Συντηρητικό»	Αγορίστικο/ Κοριτσίστικο
Ρούχα	Μαλλιά	«Υπερβολικό»	Ομοφοβία
Διακόσμηση υπνοδωματίου	Έμφυλη συμβατότητα	«Συγυρισμένος/η»	Gay
Παιχνίδια	Ηλικιακή συμβατότητα	«Ψωάρα»/ «Φαντασμένος/η»	Ηγεμονική αρρενωπότητα
Ποδοσφαιριστές	Υγεία	«Στυλάτος»	Τονισμένη θηλυκότητα
Πριγκίπισσες	Μόδα/Στυλ	«Περιποιημένος/η»	Εναλλακτικές αρρενωπότητες
Κούκλες	Παπούτσια	«Παράξενο»	Εναλλακτικές θηλυκότητες
Αυτοκίνητα/ Μοτοσυκλέτες	Τακούνια	«Μοντέρνο»	Κριτική στην απόκλιση έμφυλων στερεοτύπων
Κοινωνικά δίκτυα	Καθαριότητα	«Κιλίτζιρος»	
Απογευματινές δραστηριότητες	Γούστο	“Sexy” “Trendy” “Cool”	

«Μάγκας»/

«Δυνατός»

Ασχήμια

Πίνακας Ε2

Συνεντεύξεις με γονείς: Ενδεικτικοί κωδικοί (nodes) από ανάλυση/κωδικοποίηση δεδομένων συνεντεύξεων στο NVIVO

Καταναλωτικές Πρακτικές	Γονική Παρέμβαση στα ΜΜΕ	Ανατροφή Παιδιών	Κοινωνικο-οικονομικό Επίπεδο	Ιδανικά	Αρρενωπότητες/Θηλυκότητες
Συμφωνίες/Κανόνες	Πρακτικές ελέγχου	Ρόλος μητέρας	Πρακτικές στο χωριό/πόλη	Θρησκεία	Στερεότυπα
Αναγκαιότητα	Κοινή παρακολούθηση/Συζήτηση	Ρόλος πατέρα	Οικονομικό κεφάλαιο	«Της μόδας»	Τονισμένη θηλυκότητα
Τιμή	Προστασία από «κακές» επιρροές	Σχέση γονιών-παιδιών	Μορφωτικό κεφάλαιο	«Παιδικό» / «Μη παιδικό»	Ηγεμονική αρρενωπότητα
Οικονομική κρίση	Αρνητικά πρότυπα	Φιλοδοξίες/Όνειρα	Κοινωνική τάξη-γούστο	«Μοντέρνο»	Εναλλακτική θηλυκότητα
Ποιότητα	Θετικά πρότυπα	Ανησυχίες/Δυσκολίες		«Εφηβικό»	Εναλλακτική αρρενωπότητα
Καταστήματα	Πρότυπα ομορφιάς	Κίνδυνοι για αγόρια		Αθλητικό στυλ	Επιτήρηση/Καταπίεση
Ηλικιακή συμβατότητα	Κοινωνικά δίκτυα	Κίνδυνοι για κορίτσια		«Ακριβό»	
Έμφυλη συμβατότητα	Καθοδήγηση/Επηρεασμός	Σεξουαλική διαπαιδαγώγηση		«Άνετο»	
	Κριτική παρέμβαση			«Επίσημο»	
				“Cool”	
				“Trendy”	
				“Flashy”	
				“Sexy”	

“Extreme”

«Κοριτσί-
στικο»

«Ανεξάρ-
τητος-η»

«Εξελιγ-
μένος/η»

ΓΑΝΑΤΕΙΑ ΚΑΜΙΤΣΗ

Παράρτημα Ζ

Έντυπα Συνειδητής Συναίνεσης

Έντυπο συνειδητής συναίνεσης για συμμετοχή σε συνέντευξη

Τίτλος έρευνας: «Η Εμφυλοποίηση της Παιδικότητας, Πρότυπα Ομορφιάς στα ΜΜΕ και ο Ρόλος της Εκπαίδευσης»

Ερευνήτρια: Γαλάτεια Καλλίτση, διδακτορική φοιτήτρια στην Κοινωνιολογία της Εκπαίδευσης, Τμήμα Επιστημών της Αγωγής, Πανεπιστήμιο Κύπρου

Τηλέφωνο ερευνήτριας: 99 873555

E-mail: kallitsi.galatia@ucy.ac.cy

Σας ευχαριστώ για την εθελοντική συμμετοχή σας σε συνέντευξη που θα διεξαχθεί στα πλαίσια της διδακτορικής μου διατριβής με θέμα «Η Εμφυλοποίηση της Παιδικότητας, Πρότυπα Ομορφιάς στα ΜΜΕ και ο Ρόλος της Εκπαίδευσης».

Η υπογραφή σας σε αυτό το έντυπο συναίνεσης δηλώνει ότι έχετε πληροφορηθεί για το σκοπό, τις διαδικασίες και τις προφυλάξεις που αφορούν την έρευνα αυτή.

Σκοπός έρευνας: Σκοπό της έρευνας αποτελεί η διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο τα παιδιά του δημοτικού σχολείου αντιμετωπίζουν και διαχειρίζονται τα μηνύματα που προκύπτουν μέσα από τα ΜΜΕ σχετικά με τα ιδανικά της ομορφιάς και τα στερεότυπα των δύο φύλων. Ακόμη, θα διερευνηθεί ο ρόλος των γονέων στις διαδικασίες παραγωγής πιθανών στερεοτύπων και προτύπων ομορφιάς στα παιδιά.

Κριτήρια επιλογής συμμετέχοντα/συμμετέχουσας: Παιδιά δημοτικού σχολείου και οι γονείς τους. Έχετε επιλεγεί γιατί εμπίπτετε στα κριτήρια αυτά.

Διαδικασίες που θα ακολουθηθούν: Θα πραγματοποιηθούν δύο προγραμματισμένες συνεντεύξεις, η πρώτη με τα παιδιά και η δεύτερη με τους γονείς τους, οι οποίες θα κρατήσουν, περίπου, 30 λεπτά η κάθε μια. Οι συνεντεύξεις θα μαγνητοφωνηθούν και στη συνέχεια θα απομαγνητοφωνηθούν.

Διαβεβαίωση για ανωνυμία/εμπιστευτικότητα: Διασφαλίζεται απόλυτη εχεμύθεια. Το όνομα του/της συμμετέχοντα/συμμετέχουσας δεν θα χρησιμοποιηθεί, αλλά θα χρησιμοποιηθεί ψευδώνυμο. Μόνο η ερευνήτρια θα έχει πρόσβαση στο ντοκουμέντο με τη συνέντευξη και την απομαγνητοφώνησή της.

Πιθανά οφέλη, κίνδυνοι, ταλαιπωρίες: Η ερευνήτρια θα αποφύγει να υποβάλει ερωτήσεις ευαίσθητου περιεχομένου που πιθανόν να προκαλέσουν στον/στην συμμετέχοντα/συμμετέχουσα αρνητικά συναισθήματα, καθώς και να εκθέσει τους/τις συμμετέχοντες/συμμετέχουσες σε έργα, ερωτήσεις και ερεθίσματα ακατάλληλα με την ηλικία τους. Άτομα που συμμετείχαν παλιότερα σε παρόμοιες συνεντεύξεις ανέφεραν ότι το να μιλήσουν για θέματα που τους ενδιέφεραν αποτέλεσε γι' αυτούς μια επικοινωνιακή ευκαιρία.

Δικαιώματα συμμετέχοντα/ουσας: Η συμμετοχή είναι εθελοντική. Ο/Η συμμετέχοντας/ουσα μπορεί να αποχωρήσει οποιαδήποτε στιγμή, χωρίς καμιά κύρωση.

Διάχυση αποτελεσμάτων έρευνας: Τα αποτελέσματα της έρευνας θα παρουσιαστούν στη διδακτορική διατριβή της ερευνήτριας και πιθανόν να δημοσιευτούν σε επιστημονικά περιοδικά. Οι γονείς, επίσης, μπορούν να έρθουν σε επικοινωνία με την ερευνήτρια για πληροφόρηση των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Απάντηση ερωτημάτων σε σχέση με την έρευνα: Για οποιεσδήποτε απορίες σε σχέση με την έρευνα μπορείτε να απευθυνθείτε στην ερευνήτρια, στα στοιχεία που δίνονται στο πάνω μέρος του εντύπου.

Έχω διαβάσει τις πληροφορίες που δόθηκαν και συμφωνώ να συμμετάσχω στη συνέντευξη.

Έχω διαβάσει τις πληροφορίες που δόθηκαν και συμφωνώ το παιδί μου να συμμετάσχει στη συνέντευξη.

Υπογραφή γονέα/κηδεμόνα

Ημερομηνία

.....

.....

Όνομα ολογράφως:

Έντυπο συνειδητής συναίνεσης για συμμετοχή σε διδασκαλία

Τίτλος έρευνας: «Η Εμφυλοποίηση της Παιδικότητας, Πρότυπα Ομορφιάς στα ΜΜΕ και ο Ρόλος της Εκπαίδευσης»

Ερευνήτρια: Γαλάτεια Καλλίτση, διδακτορική φοιτήτρια στην Κοινωνιολογία της Εκπαίδευσης, Τμήμα Επιστημών της Αγωγής, Πανεπιστήμιο Κύπρου

Τηλέφωνο ερευνήτριας: 99873555

E-mail: kallitsi.galatia@ucy.ac.cy

Σας ευχαριστώ για την εθελοντική συμμετοχή των παιδιών σας σε διδασκαλία που θα διεξαχθεί στα πλαίσια της διδακτορικής μου διατριβής με θέμα «Η Εμφυλοποίηση της Παιδικότητας, Πρότυπα Ομορφιάς στα ΜΜΕ και ο Ρόλος της Εκπαίδευσης».

Η υπογραφή σας σε αυτό το έντυπο συναίνεσης δηλώνει ότι έχετε πληροφορηθεί για τις διαδικασίες και προφυλάξεις που αφορούν την έρευνα αυτή.

Σκοπός έρευνας: Σκοπό της έρευνας αποτελεί η διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο τα παιδιά του δημοτικού σχολείου αντιμετωπίζουν και διαχειρίζονται τα μηνύματα που προκύπτουν μέσα από τα ΜΜΕ σχετικά με τα ιδανικά της ομορφιάς και τα στερεότυπα των δύο φύλων, αλλά και οι ικανότητες κριτικής σκέψης που τα παιδιά διαθέτουν απέναντι σε μηνύματα που προωθούνται μέσα από τα ΜΜΕ.

Κριτήρια επιλογής συμμετέχοντα: Παιδιά Ε΄ και Στ΄ τάξης δημοτικού σχολείου.

Διαδικασίες που θα ακολουθηθούν: Θα πραγματοποιηθεί διδασκαλία διάρκειας 4 διδακτικών περιόδων. Η διδασκαλία θα μαγνητοφωνηθεί και στη συνέχεια θα απομαγνητοφωνηθεί.

Διαβεβαίωση για ανωνυμία/εμπιστευτικότητα: Διασφαλίζεται απόλυτη εχεμύθεια. Το όνομα των συμμετεχόντων/συμμετεχουσών δεν θα χρησιμοποιηθεί, αλλά θα χρησιμοποιηθεί ψευδώνυμο. Τα φύλλα εργασίας θα συμπληρωθούν από τα παιδιά ανώνυμα. Μόνο η ερευνήτρια θα έχει πρόσβαση στο ντοκουμέντο με τη μαγνητοφωνημένη διδασκαλία και την απομαγνητοφώνησή της.

Πιθανά οφέλη, κίνδυνοι, ταλαιπωρίες: Η ερευνήτρια θα αποφύγει να υποβάλει δραστηριότητες ευαίσθητου περιεχομένου που πιθανόν να προκαλέσουν στους/στις συμμετέχοντες/συμμετέχουσες αρνητικά συναισθήματα, καθώς και να εκθέσει τους/τις συμμετέχοντες/συμμετέχουσες σε δραστηριότητες, ερωτήσεις και ερεθίσματα ακατάλληλα με την ηλικία τους.

Δικαιώματα συμμετέχοντα/ούσας: Η συμμετοχή είναι εθελοντική. Ο/Η συμμετέχοντας/ουσα μπορεί να αποχωρήσει οποιαδήποτε στιγμή, χωρίς καμιά κύρωση.

Διάχυση αποτελεσμάτων έρευνας: Τα αποτελέσματα της έρευνας θα παρουσιαστούν στη διδακτορική διατριβή της ερευνήτριας και πιθανόν να δημοσιευτούν σε επιστημονικά περιοδικά. Γονείς και εκπαιδευτικοί μπορούν να έρθουν σε επικοινωνία με την ερευνήτρια για ενημέρωση σχετικά με τα αποτελέσματα της έρευνας.

Απάντηση ερωτημάτων σε σχέση με την έρευνα: Για οποιοσδήποτε απορίες σε σχέση με την έρευνα μπορείτε να απευθυνθείτε στην ερευνήτρια, στα στοιχεία που δίνονται στο πάνω μέρος του εντύπου.

Έχω διαβάσει τις πληροφορίες που δόθηκαν και συμφωνώ το παιδί μου να συμμετάσχει στο δειγματικό μάθημα.

Υπογραφή γονέα/κηδεμόνα

Ημερομηνία

.....

.....

Όνομα ολογράφως:

ΓΑΛΑΤΕΙΑ ΚΑΜΛΙΤΣΗ

Παράρτημα Η

Άδεια Διεξαγωγής Έρευνας



ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Αρ. Φακ.: 7.15.01.25.8.1/5
Αρ. Τηλ. : 22800665
Αρ. Φαξ : 22809513
E-mail : dde@moec.gov.cy

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

14 Νοεμβρίου, 2013

Κυρία
Γαλάτεια Καλλίτση
Ζαππείου 4
Παλουριώτισσα
1040 Λευκωσία

Θέμα: Άδεια για διεξαγωγή έρευνας με μαθητές και γονείς δημοτικών σχολείων

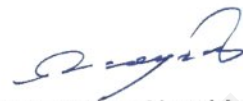
Αναφέρομαι στη σχετική με το πιο πάνω θέμα αίτησή σας προς το Κέντρο Εκπαιδευτικής Έρευνας και Αξιολόγησης, που υποβλήθηκε στις 3 Οκτωβρίου 2013, και σας πληροφορώ ότι εγκρίνεται το αίτημά σας για διεξαγωγή έρευνας με μαθητές και γονείς των δημοτικών σχολείων που αναφέρονται στην αίτησή σας, με θέμα «*Η εμφυλοποίηση της παιδικότητας, πρότυπα ομορφιάς στα Μ.Μ.Ε. και ο ρόλος της εκπαίδευσης*», την παρούσα σχολική χρονιά 2013-2014, νοουμένου ότι θα ληφθούν υπόψη οι παρατηρήσεις του Κέντρου Εκπαιδευτικής Έρευνας και Αξιολόγησης, οι οποίες σας αποστέλλονται συνημμένα για δική σας ενημέρωση. Θα πρέπει, επίσης, να παρουσιάζετε το Αναλυτικό Σχέδιο Έρευνας, σε περίπτωση που αυτό σας ζητηθεί.

2. Νοείται, βέβαια, ότι πρέπει να εξασφαλιστεί η άδεια των διευθυντών/διευθυντριών των σχολείων, εκ των προτέρων, ώστε να ληφθούν όλα τα απαραίτητα μέτρα για να μην επηρεαστεί η ομαλή λειτουργία τους και η διεξαγωγή της έρευνας θα πρέπει να γίνει στο μη διδακτικό σας χρόνο. Επίσης, θα πρέπει να έχετε τη συγκατάθεση των εκπαιδευτικών, στις τάξεις των οποίων θα γίνουν τα δειγματικά μαθήματα. Η έρευνα θα πρέπει να διεξαχθεί με ιδιαίτερα προσεγμένο τρόπο, ώστε να μη θίγεται το έργο των εκπαιδευτικών, το σχολικό περιβάλλον ή οι οικογένειες των μαθητών και όλες οι δραστηριότητες που θα αναπτυχθούν πρέπει να εμπίπτουν μέσα στο πλαίσιο που καθορίζεται από το Αναλυτικό Πρόγραμμα. Η έρευνα θα διεξαχθεί νοουμένου ότι η απώλεια του διδακτικού χρόνου των μαθητών θα περιοριστεί στον ελάχιστο δυνατό βαθμό, ενώ για τη συμμετοχή τους χρειάζεται η **γραπτή** συγκατάθεση των γονιών τους. Οι γονείς πρέπει να γνωρίζουν όλες τις σχετικές λεπτομέρειες για τη διεξαγωγή της έρευνας, καθώς και τα στάδια μέσα από τα οποία θα εξελιχθεί. Σημειώνεται, επίσης, ότι τα πορίσματά σας κρίνεται απαραίτητο να είναι ανώνυμα και οι πληροφορίες που θα συλλέξετε να τηρηθούν απόλυτα εμπιστευτικές και αποκλειστικά και μόνο για το σκοπό της έρευνας.



Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού, 1434 Λευκωσία
Τηλ.: 22800600 Φαξ: 22428277 Ιστοσελίδα: <http://www.moec.gov.cy>

3. Η παρούσα έγκριση παραχωρείται με την προϋπόθεση ότι τα πορίσματα της εργασίας, θα κοινοποιηθούν μόλις αυτή ολοκληρωθεί, στη Διεύθυνση Δημοτικής Εκπαίδευσης για σχετική μελέτη και κατάλληλη αξιοποίηση.



(Ελπιδοφόρος Νεοκλέους)
Διευθυντής
Δημοτικής Εκπαίδευσης

Κοιν.: Π.Λ.Ε.
Επαρχιακά Γραφεία Παιδείας

