

Επιστημονικές Εργασίες

Η ΑΘΛΗΤΡΙΑ ΟΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΕΙΔΟΛΟ ΣΤΑ ΜΜΕ: ΕΝΑ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΟ ΑΡΧΕΤΥΠΟ ΤΗΣ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ

Ειρήνη Καμπερίδην

Λέκτορας Κοινωνιολογίας, Τμήμα Επιστήμης
Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού,
Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο
Αθηνών

Περίληψη

Η εικονικά κατασκευασμένη αθλήτρια, είδωλο της αμερικανικής κουλτούρας, αποτελεί μία εικόνα της ιδανικής γυναικάς του 21^{ου} αιώνα που προωθείται συστηματικά στα ΜΜΕ. Ένας κώδικας «θηλυκοποίησης» επισημαίνεται επανειλημμένα για να ουδετεροποιήσει το αποτέλεσμα της υπερβατικής της αθλητικής πράξης και της αθλητικής της ιδιότητας. Από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας περί έμφυλης πραγματικότητας και την επεξεργασία πρόσφατων συζητήσεων και ποσοτικών και ποιοτικών αναλύσεων περί έμφυλου υποκειμένου στον αθλητισμό, γίνεται φανερό ότι, πρώτον, η αθλήτρια απολαμβάνει, σε αντίθεση με το παρελθόν, μία έντονη, πανταχού και εκρηκτική παρουσία στα ΜΜΕ, ενώ ο γυναι-

THE IDOLIZATION OF THE FEMALE ATHLETE IN THE MASS MEDIA: AN ICON OF AMERICAN CULTURE

Irene Kamberidou

Lecturer of Sociology, Department of Physical
Education and Sport Sciences,
National and Capodistrian University of Athens,
Greece

Abstract

We are witnessing the systematic promotion in the media of a new athletic ‘archetype’, a new ‘athletic virtual reality’ for the ideal woman of the 21st century –the emergence of the female athlete as a cultural icon. The mainstream status of the female athlete in the American mass media, the new sports heroine is a product of global economic integration, of a consumer-information based economy, of the cultural shifts due to a new viable market, promoting a new athletic image and a new female muscular ideal.

An examination of the latest international gender discourse and research –including qualitative and quantitative analyses on

Άλληλογραφία

Ειρήνη Καμπερίδην

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τομέας Θεωρητικών Επιστημών, Εθνικής Αντιστάσεως 41, 172 37 Δάφνη Αττικής Σπουδαστήριο Κοινωνιολογίας: 210 9702112

e-mail: ikamper@phed.uoa.gr
renakamp@hotmail.com

Correspondence

Irene Kamperidou

Department of Physical Education and Sport
Science, National and Capodistrian University of
Athens, 41 Ethnikis Antistasis st,
172 37 Dafni Attiki
tel. 210 9702112

e-mail: ikamper@phed.uoa.gr
renakamp@hotmail.com

κείος αθλητισμός εξακολουθεί να προβάλλεται ελάχιστα. Δεύτερον, παρατηρείται μεγάλη ποσοστιαία και ποιοτική έλλειψη όχι μόνο στην κάλυψη του γυναικείου αθλητισμού, σε σύγκριση με τον ανδρικό αθλητισμό, αλλά και στην προβολή και απεικόνιση των αθλητριών στον ρόλο της αθλήτριας. Τα τελευταία πέντε χρόνια, παρατηρείται σημαντική μείωση στην τηλεοπτική κάλυψη του γυναικείου αθλητισμού και αναδεικνύεται ότι το ποσοστό του τηλεοπτικού χρόνου που αφιερώνεται στον γυναικείο αθλητισμό στα προγράμματα των τοπικών ειδήσεων σήμερα είναι όσο χαμηλά ήταν πριν από 15 χρόνια. Τρίτον, παρατηρείται η αργή, αθρόυβη αλλά σταδιακή εμφάνιση μίας καινούργιας αθλητικής αισθητικής, δηλαδή η προβολή μίας άφυλης θευτότητας στην αισθητική του σώματος. Οι κωδικοί περι φύλων ανανεγγύνονται με την προβολή των άφυλων αθλητών-αθλητριών, της θηλυκοποίησης του αθλητή και της αρσενικοποίησης της αθλήτριας. Εντοπίζονται ίσες ευκαρίστες στην εμπορευματοποίηση-μοντελοποίηση του σώματος της αθλήτριας και του αθλητή.

Λέξεις-κλειδιά: αθλητική αισθητική, αθλήτρια ως είδωλο, εμπορευματοποιημένοι αθλητές, αντικειμενικοποίηση του σώματος, έμφυλη θευτότητα, άφυλοι αθλητές, έμφυλη ισότητα στην εκμετάλλευση.

Εισαγωγή Αθλήτρια είδωλο-ίνδαλμα της αμερικανικής κοινότητας

Από το 1995 έως σήμερα προωθείται στα MME των ΗΠΑ ένα καινούργιο «αρχέτυπο»¹, μία νέα αθλητική

gender in televised sports and the gender subject in sports– reveals firstly, a profound deficiency in the portrayal of the female athlete in her capacity and role as an athlete and the blatant and deliberate gender discrimination in the coverage of women's sports in the American mass media, as compared to that of men's sports. In the last five years the television coverage of women's sports has declined, and the percentage of airtime devoted to women's sports on local news programs is now as low as it was 15 years ago. Secondly, we are witnessing the gradual emergence, in the mass media, of a new athletic aesthetic, to be exact, the promotion of a gender fluidity: equal-opportunities in sex-exploitation, i.e. the feminization of the male athlete, the masculinization of the female athlete, and the gradual emergence of the genderless athlete.

Key-words: *athletic aesthetics, female athlete as icon, commercialized athletes, gender discrimination, objectification of the body, gender fluidity, genderless athletes, gender equality in 'sex-exploitation'.*

αισθητική² (Heywood & Dworkin, 2003), δηλαδή ένα καινούργιο γυναικείο πρότυπο και ιδεώδες που σκιαγραφείται από τη μυϊκή δύναμη, την έντονη έμφαση στο δυνατό και γυμνασμένο κορμί σε συνδυασμό με το sex appeal. Παρουσιάζεται μία

¹ Όσον αφορά το γυναικείο αρχέτυπο-πρότυπο, βλέπε Heywood & Dworkin, 2003; Karbo, 1995; Reece & Karbo (1997) και αμερικάνικου περιοδικού Outside Magazine, κύριο θέμα “Ubergirl Cometh”, που δηλώνει ότι «ανακηρύσσεται», μεταξύ άλλων, «ένα καινούργιο γυναικείο αρχέτυπο», ένα νέο γυναικείο πρότυπο, υπογραμμίζοντας ότι «η εποχή της Gabrielle Reece έφτασε... είναι μεγάλη, δυνατή... και αναπροσδιορίζει την εικόνα της αθλήτριας, εμπνέοντος μία νέα γενιά κοριτσιών να πάρουν τον έλεγχο του κορμιού τους και να είναι υπερήφανες για τη μυϊκή τους δύναμη...» (Karbo, 1995). Όσον αφορά την καινούργια αισθητική, που προβλήθηκε από τα MME το 1996, βλέπε, “Holly Brubach, the Athletic Esthetic”, New York Time Magazine, June 23, 1996, 48-51; Reece & Karbo (1997) και Heywood & Dworkin 2003.

² Στα MME, την εποχή των Ολυμπιακών Αγώνων του 1996, η Holly Brubach εκπροσωπούσε την