

## ΝΕΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

ΚΕΙΜΕΝΟ

## Πέρα από το ροζ ή το γαλάζιο

*Το ακόλουθο (διασκευασμένο) κείμενο της Δήμητρας Κογκίδου αντλήθηκε από το ιστολόγιο: [art.bloggr.wordpress.com](http://art.bloggr.wordpress.com).*

Η παγίδα του φύλου αρχίζει από πολύ νωρίς, πριν ακόμα γεννηθεί το παιδί, από το υπερηχογράφημα. Ίσως το πιο κοινό τελετουργικό στις δυτικές κοινωνίες σχετικά με τη γέννηση ενός μωρού είναι η προετοιμασία του παιδικού δωματίου και η αγορά των «κατάλληλων για το φύλο» του μωρουδιακών και διαφόρων αντικειμένων. Διαφορετικά στυλ και χρώματα στα πρώτα ρουχαλάκια, στα σεντόνια και στις κουβέρτες, στη διακόσμηση του δωματίου και στα πρώτα παιχνίδια που αντανακλούν τις απόψεις των ενηλίκων για τους έμφυλους ρόλους. Ροζ για τα κορίτσια και γαλάζιο για τα αγόρια.

Υπάρχουν πολλές μελέτες που διερευνούν τον ρόλο του χρώματος στο πλαίσιο των έμφυλων στερεοτύπων και όλες δείχνουν ότι υπάρχει διαφοροποίηση κατά φύλο. Το χρώμα αποτελεί μια από τις κύριες αιτίες για την έμφυλη κατηγοριοποίηση των παιχνιδιών από τα παιδιά. Μια σημαντική πηγή επιρροής των παιδιών ως προς την επιλογή χρωμάτων οφείλεται στο γεγονός ότι εκτίθενται από τη γέννησή τους σε ένα ροζ ή γαλάζιο περιβάλλον και με αντίστοιχες επιλογές στα χρώματα των παιχνιδιών.

Το ροζ έχει γίνει από τα πιο σημαντικά στοιχεία του σχεδιασμού των «κοριτσίστικων» παιχνιδιών τα τελευταία χρόνια. Έχουν γραφτεί πάρα πολλά για την προέλευση της έλξης των κοριτσιών από το ροζ, αλλά, σύμφωνα με όλα τα δεδομένα, τα αίτια είναι κοινωνικοπολιτισμικά. Υποστηρίζεται ότι η Barbie φταίει για τη μεγάλη διάδοση του ροζ, αν και, όταν βγήκε στη δεκαετία του 1950 ως κούκλα μόδας υψηλής ραπτικής, ήταν ντυμένη σε μαύρο και άσπρο. Στη δεκαετία του '70 η Barbie συνδέθηκε με το ροζ χρώμα. Η Mattel – κατασκευάστρια εταιρεία της Barbie– έχει τα πνευματικά δικαιώματα στην απόχρωση του ροζ που ονομάζεται Barbie Pink και δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε οτιδήποτε δεν είναι της Barbie.

Γύρω στα μέσα της δεκαετίας του 1980 οι διαφορετικές ηλικιακές ομάδες και το φύλο χρησιμοποιήθηκαν ως στρατηγικές του μάρκετινγκ, για να αυξηθούν οι πωλήσεις. Τότε δημιουργήθηκε μια τρίτη κατηγορία –για τη νηπιακή ηλικία– μεταξύ των βρεφικών ενδυμάτων και των ρούχων για μεγαλύτερα παιδιά και έγινε ο διαχωρισμός των αγορίστικων και κοριτσίστικων ρούχων στην ηλικία των δύο. Έτσι, το ροζ κυριάρχησε ως «κοριτσίστικο» χρώμα, ιδιαίτερα για τα μικρά παιδιά. Ο θρίαμβος του ροζ και μπλε οφείλεται στον κατακερματισμό της αγοράς παιχνιδιών, έτσι ώστε να υπάρξουν μεγαλύτερα κέρδη και να είναι πιο δύσκολο για τους γονείς να αγοράσουν ένα παιχνίδι για αδέλφια διαφορετικού φύλου.

Αν είναι να κατηγορήσουμε οπωσδήποτε, λουπόν, κάποιον, θα πρέπει να είναι πρωτίστως το μάρκετινγκ που περιορίζει ασφυκτικά τις επιλογές, κυρίως για τα μικρά κορίτσια. Η κουλτούρα της ροζ πριγκίπισσας είναι τμήμα μιας τεράστιας βιομηχανίας και ενός ισχυρού μάρκετινγκ που ενθαρρύνει τον καταναλωτισμό με καταναγκαστικό τρόπο και ενισχύει αρνητικά στερεότυπα για το φύλο και την ομορφιά στα νεαρά κορίτσια.

ΘΕΜΑΤΑ

**A. Με βάση τα δεδομένα του κειμένου, γιατί τα κορίτσια προτιμούν κατά κανόνα το ροζ χρώμα; (60-70 λέξεις)**

**Μονάδες 20**

Β. Να εντοπίσεις δύο φράσεις με μεταφορική χρήση της γλώσσας (Μονάδες 10) και να εξηγήσεις πού αποσκοπεί η αρθρογράφος με τη χρήση αυτού του είδους γλώσσας (Μονάδες 10).

Μονάδες 20

Γ. Με αφορμή το παραπάνω κείμενο, να γράψετε ένα άρθρο που θα δημοσιευτεί στην εφημερίδα του σχολείου σας. Το άρθρο αυτό θα αναφέρεται στους λόγους που –κατά τη γνώμη σας– συντελούν στη διαιώνιση των στερεοτύπων στη σημερινή κοινωνία. (150-200 λέξεις)

Μονάδες 60