Η δικτατορία της ομορφιάς (Κ. Γ. Παπαδημητρακόπουλος)

Categories : ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Date : 11 Ιουλίου, 2016

Ἡ Ἀντὶ Μακντάουελ, ἠθοποιὸς καὶ πρόσωπο τῆς πολυεθνικῆς L' oreal, σὲ στιγμὲς εἰλικρίνειας εἶπε: «*Μᾶς ζητοῦν νὰ γίνουμε σὰν τὶς κοῦκλες Μπάρμπι, ἐνῷ αὐτὸ ποὺ πρέπει εἶναι, νὰ εἴμαστε πραγματικὲς γυναῖκες. Θὰ ἤθελα νὰ γυρίσω ἕνα ντοκιμαντὲρ ποὺ νὰ δείχνει πόσο πανέμορφες εἶναι οἱ γυναῖκες καὶ πόσο κακάσχημες οἱ Μπάρμπι*»!

Ἀκριβῶς αὐτὸ γίνεται σήμερα. Ἡ «διεθνὴς τῶν πονηρῶν» ἐκμεταλλευόμενη τὶς ἀδυναμίες, ἀλλὰ καὶ τὶς ἰδιαιτερότητες τῆς ἐποχῆς μας, ἔχει στήσει σὲ βάρος μας μία ὁλόκληρη βιομηχανία, τὴν ἀποκαλούμενη «βιομηχανία τῆς ὀμορφιᾶς», μὲ τὴν ὁποία μᾶς ἐκμεταλλεύεται ἀπολύτως. Ἔχουν δημιουργήσει τὰ πρότυπα, τύπου κούκλας Μπάρμπι, τὰ ὁποῖα εἶναι βέβαια τελείως ἐξωπραγματικά, ἄπιαστα, καὶ συνεχῶς μεταβαλλόμενα, πρὸς τὰ ὁποῖα ὅμως πρέπει καὶ νὰ ἀποβλέπουμε, διαθέτοντας τὰ πάντα. Χρόνο, χρήματα, σκέψη, ἐνδιαφέροντα, κόπους καὶ θυσίες, ὅσο γιὰ λίγα ἄλλα στὴ ζωή! Μία διαδικασία ἡ ὁποία τελικὰ μᾶς βάζει σὲ πλῆθος ἀπὸ περιπέτειες δίχως τελειωμό!

Ἐπιπλέον ἔχουν δημιουργήσει τοὺς πανίσχυρους μηχανισμοὺς προβολῆς τῶν προτύπων αὐτῶν καὶ πλῆθος ἀπὸ γοητευτικότατα προϊόντα, τὰ ὁποῖα προβάλλουν παντοιοτρόπως, ὑποσχόμενα τὰ ἑξῆς τρία πράγματα: Νὰ μᾶς κάνουν νέους, ὄμορφους καὶ ξεχωριστούς! Τὸ κυνήγι δὲ τῆς ὀμορφιᾶς ἔχει ἀναδειχθεῖ, καιρὸ τώρα, σὲ ὑπέρτατο σκοπὸ τῆς γυναίκας, ἀλλὰ κι ἕνα ἀκόμη σκοπὸ γιὰ τὸν ἄνδρα ὡς καὶ γιὰ τὰ παιδιὰ ἀκόμη! Κι ἀπ' τὸ κυνήγι αὐτὸ καταλήξαμε στὴ **δικτατορία τῆς ὀμορφιᾶς**! Ἤδη ἀπ' τὶς ἀρχὲς τῆς δεκαετίας τοῦ '90 τὸ μεγάλης κυκλοφορίας Γαλλικὸ περιοδικὸ "*Nouvel Obsernateur*" σὲ μεγάλη καὶ ἀποκαλυπτικὴ ἔρευνά του ἔφθασε νὰ ἔχει τοῦτο τὸ τίτλο: «*Ἡ δικτατορία τῆς Ὀμορφιᾶς*»! Τόσο ὁ τίτλος αὐτὸς ὅσο καὶ τὸ θέμα, ἔδωσαν ἀφορμὴ νὰ ἀσχοληθοῦν πολλὰ ἄλλα ἔντυπα, δίνοντας τὸ στίγμα τῆς ἐποχῆς. Καὶ ταυτόχρονα τὸν μονόδρομο καὶ τὴν περιπέτεια πλήθους γυναικῶν ἀλλὰ καὶ πολλῶν ἀνδρῶν. Ὅμως τὸ κακὸ δὲν τελειώνει ἐδῶ!

Πῆραν στὰ χέρια τους γιὰ τὰ καλὰ τὸ παιχνίδι οἱ πολυεθνικὲς καὶ ἡ λεγόμενη «Νέα Ἐποχὴ» ἐκμεταλλευόμενες ὄχι μόνο οἰκονομικὰ τὴν ἀνθρωπότητα, ἀλλὰ καὶ πνευματικά. Ὁπότε οἱ ἐπιπτώσεις δὲν εἶναι μόνον ὑλικὲς καὶ σωματικές, ὅπως νομίζουμε. Ἀποβλέπουν καὶ σ' αὐτὴν ἀκόμη τὴν ψυχή μας. Ναί! Ἔτσι ἡ ἐπιχείρηση «ὀμορφιὰ» ἔρχεται κατ' ἀρχὴν ὡς ἀνάγκη, ἔπειτα προωθεῖται ὡς ἐπιθυμία, κι ὕστερα

ἐγκαθίσταται στὴ ζωή μας ὡς ὁ μέγιστος σκοπός της, ὁπότε καὶ **παραμερίζει τὴν ψυχικὴ ὀμορφιὰ χάριν τῆς σωματικῆς**. Κι ὅλα αὐτὰ γιὰ νὰ μᾶς ὑποβαθμίσει πνευματικὰ καὶ νὰ μᾶς ζημιώσει ψυχικά! Λοιπόν, καλὰ τὸ εἶπαν: «*Ὁ θρίαμβος τῆς ἀσχήμιας*»! Μιλᾶμε γιὰ κάτι «σὰν πάρτι μεταμφιεσμένων», γιὰ μία «τεχνολογικὰ τυποποιημένη τελειότητα», γιὰ **προσπάθεια ἐπιβολῆς μιᾶς παγκόσμιας ὁμοιομορφίας** στὰ πρόσωπα, τὰ σώματα, τὸ ντύσιμο καὶ τὸ ὅλο στὺλ τῆς ἐμφάνισης, γιὰ ἐξομοίωση προσώπων καὶ σωμάτων, γιὰ καθοδήγηση στὴ «νέα σκέψη» καὶ τὴ «νέα συμπεριφορά», γιὰ **εἰδωλοποίηση τοῦ σώματος** μέσα ἀπ' τὴν ἀπολυτοποίηση τοῦ σωματικοῦ κάλλους!

Σαφῶς πρόκειται γιὰ τὴ συνωμοσία πιὰ τῆς ἀσχήμιας, μὲ ὅπλο τὴν ὑποτιθέμενη ὀμορφιά! Μία συνωμοσία ποὺ **παρουσιάζει τὸ ἄσχημο ὡς ὡραῖο**, τὸ ἀπωθητικὸ ὡς ἑλκυστικό, τὸ ἄγαρμπο ὡς χαριτωμένο! Ὑπερβολές; Τότε δὲν μένει παρὰ νὰ τὰ δοῦμε ὅλ' αὐτὰ μὲ ἐπιχειρήματα, μὲ πλῆθος ἀπὸ ἀδιάσειστα στοιχεῖα καὶ ντοκουμέντα. Καὶ τότε θὰ διαπιστώσουμε πόσο ὡραῖα ἐμβάθυναν στὴν ἀνθρώπινη ψυχὴ οἱ Πατέρες καὶ θὰ βοηθηθοῦμε ἔτσι νὰ πάρουμε τὶς σωστὲς ἀποφάσεις γιὰ τὴ ζωή μας... Κι ἂς ἀρχίσουμε ἀπ' αὐτὸ πρῶτα, δηλαδὴ τὴν **ἐκμετάλλευση τῶν ἀδυνάτων σημείων μας**, στὴν ὁποία προβαίνουν. Τέτοια ἀδύνατα σημεῖα μας εἶναι τὰ ἑξῆς:

α. Οἱ συνθῆκες τῆς σύγχρονης ζωῆς

Εἶναι γεγονὸς πὼς οἱ συνθῆκες τῆς σύγχρονης ζωῆς, ἡ ἄνοδος τοῦ βιοτικοῦ μας ἐπιπέδου κ.λπ. ἔχουν διαμορφώσει τὸ ἔδαφος γιὰ τὴν μεγαλύτερη δυνατὴ δράση τῆς βιομηχανίας τῆς ὀμορφιᾶς. Ὡς παράδειγμα ἀναφέρουμε τὴν οἰκονομικὴ ἀνεξαρτησία τῆς γυναίκας καὶ τὴν ἐπαγγελματική της ἀπασχόληση σὲ βαθμὸ ποὺ δὲν ὑπῆρξε σὲ καμμιὰ ἄλλη ἐποχή. Δὲν ἀσχολεῖται ἀποκλειστικὰ καὶ μόνο μὲ τὴν οἰκογένεια, οὔτε καὶ μὲ τὴν ἀγροτικὴ ζωή ὅπως ἄλλοτε. Τὸ τελευταῖο διαμορφώνει ἀλλιῶς τὶς ἀνάγκες, ἡ δὲ οἰκονομική της ἀνεξαρτησία τῆς δίνει τὴ δυνατότητα νὰ τὶς καλύψει. Ἔπειτα εἶναι ἡ ὅλη πρόοδος τῆς ἐπιστήμης καὶ τῆς τεχνικῆς, ἀλλὰ καὶ ἡ ἐμπορευματοποίηση τῶν πάντων καὶ ὁ ἄκρατος καταναλωτισμὸς ποὺ ἐπικρατεῖ μὲ ὅλες τὶς γνωστές τους συνέπειες γιὰ τὴ ζωή μας.

β. Ἡ τάση τοῦ «φαίνεσθαι»

Στὸ κυνήγι τῆς ὀμορφιᾶς τὸ «φαίνεσθαι» ἔχει μεγαλύτερη σημασία ἀπὸ τὸ «εἶναι», ὅπως τὸ περιτύλιγμα ἀπ' τὸ ἴδιο τὸ περιεχόμενο! Ἡ κοινωνία μας σήμερα δίνει βάση πολὺ μεγάλη στὸ «φαίνεσθαι» καὶ τὸ λεγόμενο «πρεστίζ», καὶ σχεδὸν καθόλου στὸ «εἶναι». Δηλαδὴ δίνει βάση στὸ προσωπεῖο καὶ τὴ μάσκα ποὺ φορᾶς κι ὄχι στὸ ἴδιο τὸ πρόσωπο κι αὐτὸ ποὺ εἶσαι (καὶ πρέπει νὰ γίνεις) πραγματικά. **Μᾶς παρασύρουν ὅλα στὸ νὰ μὴ ἐξετάζουμε καὶ νὰ μὴ ἀσχολούμαστε μὲ τὸ βάθος τῶν πραγμάτων**. Ζοῦμε μόνο γιὰ τοὺς γύρω μας, γιὰ

τὸ τί θὰ ποῦν οἱ ἄλλοι γιά μᾶς. Ὁπότε**φαίνεσαι πρὸς τὰ ἔξω ὅτι εἶσαι κάποιος, ὅταν οὐσιαστικὰ δὲν εἶσαι τίποτα!** Σ’ αὐτὴν ἀκριβῶς τὴν πλάνη βασίζεται καὶ ἡ βιομηχανία τῆς ὀμορφιᾶς. Πάνω σ’ αὐτὴ παίζεται ὅλο της τὸ παιχνίδι. Καλλιεργεῖ ὅσο κανένα ἄλλο μέσο τὴν κυριαρχία τοῦ «φαίνεσθαι». Ἀκόμη δὲ καὶ οἱ πωλήσεις τῶν πανάκριβων πολυτελῶν ἐπωνύμων προϊόντων μόδας καὶ ὀμορφιᾶς, ἐπ’ αὐτοῦ στηρίζονται. Γιατί οἱ περισσότεροι θέλουν νὰ «φαίνονται» καὶ μὲ τὴν βαρύγδουπη ἐτικέττα ποὺ φοροῦν! **Ἔχει ὅρια ἡ ματαιότητα;**

γ. Ἡ διαμορφωμένη κουλτούρα τῆς ὀμορφιᾶς

Ἡ κουλτούρα αὐτή ἄρχισε νὰ προβάλεται ἀπ’ τὴ δεκαετία τοῦ ’20 στὰ περιοδικά, τὴ διαφήμιση καὶ τὸν κινηματογράφο, προωθώντας ἕνα τύπο γυναίκας μὲ συμπεριφορὲς πολὺ πιὸ ἐλεύθερες ἀπ’ ὅ,τι στὸ παρελθόν. Ἡ κουλτούρα αὐτὴ **δὲν συγχωρεῖ τὰ σωματικὰ ἐλαττώματα**, τὴν ὅποια σωματικὴ ἀδυναμία. Θυμίζει τοὺς Σπαρτιᾶτες, ὅπου μὲ τὸν Καιάδα «διόρθωναν» ὅλα αὐτὰ τὰ προβλήματα! Στὴ λογικὴ αὐτὴ **φθάσαμε ν’ ἀγαποῦμε κάποιον, γιατί εἶναι «ὡραῖος» κι ὄχι γιατί εἶναι αὐτὸς ποὺ εἶναι!** Ἔτσι πολλοὶ μὴ ἀντέχοντας σ’ αὐτὴν τὴν ἀπόρριψη, τρέχουν στὰ κέντρα αἰσθητικῆς, προβαίνουν σὲ ἐξαντλητικὲς δίαιτες, σὲ χειρουργικὲς ἐπεμβάσεις κ.λπ. πρὸς χαρὰ τῆς βιομηχανίας τῆς ὀμορφιᾶς!

δ. Οἱ ἀδυναμίες καὶ τὰ πάθη μας

Σὲ κάθε περίπτωση εἶναι καὶ οἱ ἀδυναμίες μας, ἐπὶ τῶν ὁποίων βρίσκει γιὰ τὰ καλὰ ἔδαφος ἡ βιομηχανία τῆς ὀμορφιᾶς προκειμένου νὰ μᾶς ἑδραιώσει τὴν κουλτούρα της, νὰ μᾶς κάνει ὑποχείριά της καὶ νὰ μᾶς πουλήσει τὰ προϊόντα της, μὰ ὅλα της τὰ προϊόντα. «*Ὅλες εἴμαστε μέσα στὸ τρίπ. Μᾶς χτυπᾶνε στὸ ἀδύνατο σημεῖο*», ἔγραψε ἕνα γυναικεῖο περιοδικό. Καὶ συνέχισε ὡς ἑξῆς: «*Δὲν βάζω ὁποιοδήποτε ροῦχο μοῦ ἀρέσει. Μὲ τοποθετῶ μέσα σὲ ὅ,τι βλέπω. Καὶ πρῶτα τοποθετῶ τὸ προβληματικό μου σημεῖο*»! Καὶ ποιὸ μπορεῖ νὰ εἶναι αὐτὸ τὸ προβληματικὸ σημεῖο; Γιὰ ἄλλους τὸ ψυχολογικό τους πρόβλημα, γιὰ ἄλλους ὁ ναρκισσισμὸς ποὺ νοιώθουν ὅταν γίνονται «ὡραῖοι», γιὰ ἄλλους ἡ ἔλλειψη πραγματικῶν στόχων στὴ ζωή, γιὰ ἄλλους ἡ ματαιοδοξία καὶ τὸ ἐφήμερο, γιὰ ἄλλους ὁ κλονιζόμενος γάμος τους, γιὰ ἄλλους ὁ χωρισμὸς καὶ τὸ διαζύγιό τους!

Διαβάσαμε πὼς στὴν Ἀμερική, σύμφωνα μὲ τὶς ἔρευνες, οἱ γυναῖκες ποὺ ξοδεύουν μεγάλα ποσὰ σὲ ροῦχα, προϊόντα ὀμορφιᾶς καὶ ἐπεμβάσεις πλαστικῆς χειρουργικῆς καὶ **ἀναζητοῦν μία ἄλλη ταυτότητα** μέσα ἀπ’ τὴν ἐξωτερικὴ ἀλλαγή, τὸ κάνουν γιὰ νὰ νοιώσουν ψυχολογικὰ καλύτερα σὲ κάποια δύσκολη περίοδο τῆς ζωῆς τους!

(Πηγή: "Ορθόδοξος Τύπος", φ. 2123)