

وتقول إحدى الكاتبات الغريبات إنها شعرت بالإهانة حينما زارت متحف جورج بومبيدو في باريس، وصدمة منظر المنحوتات حيث بالغ الفنانون الرجال في إظهار الأجزاء الجنسية في الجسد المؤنث، ويظهرون المرأة في فن النحت بوصفها جسداً يحمل رأساً صغيراً فارغاً ومعه أعضاء جنسية مضخمة بصورة مبالغ فيها⁽³⁴⁾.

وامتد الأمر من فنون التشكيل والدعاية والنحت إلى السينما، حيث صار جسد الأنثى وسيلة لجذب المشاهدين، وكثيراً ما تظهر الدعايات للأفلام وفيها صور لامرأة عارية أو شبه عارية، حتى وإن كان الوضع الحقيقي في الفلم ليس كذلك.

وتظهر الدعاية بوصفها قوة ضاربة تتحكم في الإنتاج الثقافي وتوجه مساراته، وضحاياه دائماً هن النساء. كما تقول ماريلين فرننش صاحبة كتاب (الحرب ضد النساء)، وتقرر أن جميع المجلات الصادرة في أمريكا - بما في ذلك النسائيات - تهيمن عليها شركات الدعاية والإعلان. وتروي لنا حكايات عن حروب هذه الشركات ضد المجلات النسوية التي حاولت أن تقاوم فكرة تسليع النساء (جعلهن سلعة وبضاعة معروضة للرجال)، وكل مجلة نسائية تخالف العرف السائد عن جسدية المرأة تفقد نصيبها من الإعلانات (ص165). ولقد أوقفت إحدى الشركات تعاونها مع مجلة نسائية لأنها نشرت تحقيقاً مع نساء روسيات، والذنب الوحيد للمجلة هو أن الروسيات اللواتي ظهرن على الغلاف لم يكن متزينات بالمكياج على وجوههن (ص161). وكثيراً ما يتجنب المعلنون مجلات النساء خشية أن ترتبط بضاعتهم بالإناث فيصرف عنها الرجال. ولذا فإن المعلنين يفرضون سيطرتهم على المجلات النسوية أكثر من مجلات الرجال، ويشترطون ظهور صور النساء وهن في حالة صحة ونحافة