

Phenomenology of body shame in women's experiences of collective spaces (women in Sanandaj city)

Koohestan Hassani*, Jamal Mohamadi**

Abstract

Introduction

Female body shame is a feeling or an emotional state that female subject experiences in social interactions, specifically when her body is judged as an undesirable, ugly and unattractive one by men. This feeling is increasingly intensified in the contemporary consumer society where various models of ideal bodies are represented in media and social networks every day. In contemporary consumer societies, women gradually perceive that their appearance and body shape is strongly connected with their status and reliability in society. They become aware that in order to gain social validity, they should follow the pattern of ideal body advertised by media.

This paper attempts to study phenomenologically women's experiences of body shame in those collective spaces in which personal and social distance between a person and the opposite sex reaches the minimum. To gain this aim, three collective spaces are chosen: weddings, mixed climbing groups, private parties. The subjects are married women from the middle classes of Sanandaj city who can participate continuously in these spaces. The findings show that female body shame is formed mostly due to conditions and factors such as media, objectification of the female body, the gaze of the male other, the subordinate position of women, and the specific functions of the female

* M.A. student of sociology at University of Kurdistan, koohestan36hassaniq@gmail.com

** Associate professor of sociology at University of Kurdistan (Corresponding Author),
m.jamal8@gmail.com

Date received: 2022/09/03, Date of acceptance: 2022/12/06



Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

body. Moreover, the formation and intensification of this feeling among women has effects and consequences such as the internalization of the characteristics of second sex, withdrawal from some spaces and activities, using body shame as a tool to protect privacy, lack of self-confidence in accepting responsibilities and self-censorship and masking. In order to manage body shame, women choose strategies such as masking bodily defects, presenting bodily and behavioral attractiveness, sublimation of bodily desires and rejecting masculine rules. Generally, it is concluded that body shame in contemporary era is created in the context of inevitable encounter of women with a consumer culture which is still patriarchal. It is here that the feeling of body shame is born in their mind, because they are forced to compare their own body with different models of ideal bodies advertised in media and social networks. Women comparing themselves with these ideals feel inferior. In this situation, women would be inclined to form the feeling of body shame in their mind and soul.

Methods and Materials

This research attempts mainly to study how women experience body shame in three different spaces named “weddings”, “private parties” and “climbing groups”, spaces in which interpersonal and social distances with the opposite sex is decreased severely. The research method is phenomenology that studies the lived experience or life-world of people and interpret the social world from the viewpoints of social actors. The sample is selected through purposeful – theoretical sampling from middle class married women who have continual participation in public spaces. Since married women’s experiences of body shame is essentially different from the experiences of non-married girls, only married women are selected. As far as the middle class is concerned, it is argued that the members of this class have more opportunity and leisure to participate in these spaces. The technique of gathering data is deep individual interview. The researcher used participant observation in three spaces to gather real data. In the first step, a preliminary dialogue was done in order to gain subjects’ trust and the interviews were conducted. Each interview lasts at least half an hour and, in some cases, lasts an hour. The process of conducting interviews continued until the theoretical saturation point was reached.

Results and Discussion

The research main question is that how do those married women belonging to the middle classes of Sanandaj city, who have leisure, the possibility of being present and the experience of continuous participation in these three spaces, experience body

shame? The finding shows that some influential conditions such as social media, the objectification of female body, the others' gaze, the inferior situation of women and female body's functions have the main role in shaping body shame among women. The formation and intensification of this feeling in women has effects and consequences in their personal and social life which include internalizing the characteristics of second sex, withdrawing from some spaces and activities, using body shame to defense personal privacy, lack of self-confidence in accepting responsibilities and self-censorship. To manage body shame, women adopt strategies, the main ones of which are: trying to hide physical defects, showing physical and behavioral attractiveness, glorifying physical desires and rejecting male rules. It can be concluded that body shame in present time emerges in the context of women's inevitable and daily encounter with consumer culture which is still patriarchal in very subtle and complex and new ways.

Conclusion

The main idea is that what women today experience as a feeling of body shame in public spaces is different from the nature of this feeling in previous societies. Consumer culture has provided the grounds for the presence of women in public spaces and has changed their body image as well as the nature of body shame. Now, women use their bodies much more than in the past, in their daily life and collective life, and they feel the need for physical participation. In this sense, a woman's body is her main physical capital in the consumer society. But, on the other hand, in consumer societies, women's bodies are advertised as commodities and objectified as objects. Commercial advertisements are full of images of ideal bodies which are displayed as tools to draw the audience's attention to other goods and to stimulate the desire to consume. Thus, on the one hand, consumer culture strengthens the feeling of body shame in women, and on other hand, it promises to cure it in order to sell its cosmetics and health products and make women become regular customers. However, women are not completely passive and desperate against this culture, but they always try to manage body shame by adopting solutions and strategies. Thus, female body shame in the present time appears in connection with the consumer culture, and the solution to its management is also found through dealing with this culture.

Keywords: body shame, consuming culture, objectification, patriarchy, bodily dissatisfaction.

Bibliography

- Abbott, Pamela; Wallace, Claire (1990). *An introduction to sociology: feminist perspectives*. London New York: Routledge.
- Abbaszade, M.; Esmailpour Fallahi, E. & Bodaghi, A. (2011). The use of qualitative research in feminist studies. *Sociological Studies*, 2 (7): 105-126. (In Persian)
- Arumugam, N. et. al. (2022). Body Shaming: Ramifications on an individual. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12 (4), 1067-1078.
- Ashikali, E.-M., and Dittmar, H. (2011). The effect of priming materialism on women's responses to thin-ideal media. *Br. J. Soc. Psychol.* 51, 514-533.
- Bartky, S. L. (2015). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. Routledge.
- Blaikie, N. (2010). *Designing Social Research*. University of Chicago press. (In Persian)
- Botta, R.A. (1999). Television images and adolescent girls' body image disturbance. *Journal of Communication*, 49(2), 22-40.
- Bouson, J. Brooks. (2009). *Embodied Shame: Uncovering Female Shame in Contemporary Women's Writings*. Albany: SUNY Press.
- Butler, J. (2002). *Gender trouble*. Routledge.
- Carcireiri, A. T., & Osman, S. L. (2012). Examining body shame of college women by type of sexual victimization. *Modern Psychological Studies*, 18(1), 2.
- Cheng, L. (2015). The commercialization of female bodies in consumer society. *J. Humanit*, 9, 123-125.
- Claudat, K., Warren, C. S., & Durette, R. T. (2012). The relationships between body surveillance, body shame, and contextual body concern during sexual activities in ethnically diverse female college students. *Body Image*, 9(4), 448-454.
- De Beauvoir, S. (1997). *The Second Sex*. Translated by H. M. Parsley. London: Vintage.
- Doezal, L. (2015). *The Body Shame: Phenomenology, Feminism, and the Socially Shaped Body*, Lexington Books, Lanham, MD.
- Elias, N. (1978). *The civilizing process: The history of manners*. London: Routledge.
- Field, A.E., Camargo, C.A., Taylor, C.B., Berkey, C.S., Roberts, S.B., & Colditz, G.A. (2001). Peer, parent, and media influences in the development of weight concerns and frequent dieting among preadolescent and adolescent girls and boys. *Pediatrics*, 107(1), 54-60.
- Flick, U. (2009). *Qualitative Research: An Introduction*. Trans by Hadi Jalili, Tehran: Nay Publication. (In Persian)
- Forbes, G. B., Jobe, R. L., & Revak, J. A. (2006). Relationships between dissatisfaction with specific body characteristics and the Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire-3 and Objectified Body Consciousness Scale. *Body Image*, 3, 295-300.

- Fredrickson, B.L., & Roberts, T. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173–206.
- Guenther, L. (2011). "Shame and the Temporality of Social Life," *Continental Philosophy Review* 44, no.1. p 11.
- Harrison, K., & Cantor, J. (1997). The relationship between media consumption and eating disorders. *Journal of Communication*, 47(1), 40–67.
- Jean-Paul S. (1971). *Sketch for a Theory of the Emotions*, trans. Philip M. London: Methuen & Co Ltd.
- Johnston-Robledo, I., Sheffield, K., Voigt, J., & Wilcox-Constantine, J. (2007). Reproductive shame: Self-objectification and young women's attitudes toward their reproductive functioning. *Women & Health*, 46(1), 25-39.
- Kilbourne, J. (1994). Still killing us softly: Advertising and the obsession with thinness. In P. Fallon, M.A. Katzman, & S.C. Wooley (Eds.), *Feminist perspectives in eating disorders* (pp. 395–418). New York: Guilford Press.
- Leder, D. (1990). *The Absent Body*. Chicago: University of Chicago Press, 1990.
- Northrop, Jane Megan. (2012). *Reflecting on Cosmetic Surgery: Body Image, Shame and Narcissism*. London: Routledge.
- Monro, F., & Huon, G. (2005). Media portrayed idealized images, body shame, and appearance anxiety. *International Journal of Eating Disorders*, 38(1), 85-90.
- Myers, P.N., & Biocca, F.A. (1992). The elastic body image: The effect of television advertising and programming on body image distortions in young women. *Journal of Communication*, 42(3), 108–133.
- Phipps, A. (2014). *The Politics of the Body*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Schlüter, C., Kraag, G., & Schmidt, J. (2021). Body Shaming: An Exploratory Study on its Definition and Classification. *International Journal of Bullying Prevention*, 1-12.
- Schooler, D., Ward, L. M., Merriwether, A., & Caruthers, A. S. (2005). Cycles of shame: Menstrual shame, body shame, and sexual decision making. *Journal of sex research*, 42(4), 324-334.
- Sun, Q. (2018). Materialism, body surveillance, body shame, and body dissatisfaction: testing a mediational model. *Frontiers in Psychology*, 9, 2088.
- Tayebi Abolhasani, A. (2019). Introduction to Research Methodology: Standard procedures for qualitative data analysis. *Science and Technology Policy Letters*, 09(2), 67-96. (In Persian)
- Tangney, J. P. (1996). Conceptual and methodological issues in the assessment of shame and guilt. *Behavior Research & Therapy*, 34(9), 741-754.
- Teng., You, J., Poon, K.T., Yang, Y., You, J., and Jiang, Y. (2016). Materialism predicts young Chinese women's self-objectification and body surveillance. *Sex Roles*, 76, 448–459.

- Tiggemann, M., & Pickering, S. (1996). Role of television in adolescent women's body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Eating Disorders*, 20(2), 199–203.
- Wang, Y., Wang, X., Yang, J., Zeng, P., & Lei, L. (2020). Body talks on social networking sites, body surveillance, and body shame among young adults: The roles of self-compassion and gender. *Sex Roles*, 82(11), 731-742.
- Zokai, S. (2002). Theory and Method in Qualitative Research. *Social Sciences*, 9(17), 41-69. (In Persian)



پدیدارشناسی شرم بدنی در تجربه زنان از فضاهای جمعی (زنان شهر سنندج)

کوهستان حسنی*

جمال محمدی**

چکیده

شرم بدنی زنانه احساس یا حالتی عاطفی است که سوژه مؤنث در مراوده‌های اجتماعی، بالاخص هنگامی که بدن او توسط دیگری مذکر نامطلوب، ناقص و فاقد جذابیت ارزیابی می‌شود، تجربه می‌کند. این احساس در جامعه مصرفی معاصر که مدل‌های متنوعی از بدن‌های ایده‌آل هر روز در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نمایش می‌یابند قویاً تشدید می‌شود. مسأله اصلی پژوهش حاضر مطالعه تجربه شرم بدنی زنان در سه فضای جمعی «عروسی»، «گروه‌های مختلط کوهنوردی» و «پارتی‌های خصوصی» است، سه فضایی که در آن‌ها فاصله فردی و اجتماعی شخص با جنس مخالف به کمترین حد می‌رسد. روش مورد استفاده پدیدارشناسی است و نمونه‌ها به شیوه‌ای هدفمند انتخاب شده‌اند. پرسش اصلی تحقیق این است که آن دسته از زنان متأهل متعلق به اقشار میانی شهر سنندج که فراغت، امکان حضور و تجربه مشارکت مستمر در این سه فضا را دارند شرم بدنی زنانه را چگونه تجربه می‌کنند. داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق فردی گردآوری و شد و نتایج نشان می‌دهد که خود - ایژه‌سازی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین ابعاد شرم بدنی محصول اثرات رسانه‌ها، نگاه خیره دیگری، درونی‌سازی فرودستی، و کارکردهای بیولوژی است؛ این مقوله درعین حال نقشی اساسی در ایجاد و تقویت احساس

* کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران،
koohestan36hassaniq@gmail.com

** دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان (نویسنده مسئول)، m.jamal8@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۱۵



Copyright © 2018, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose.

شرم بدنی نزد زنان دارد. در پی شکل‌گیری و تشدید احساس شرم بدنی بدین‌شیوه، زنان به نوعی طرد اجتماعی خودخواسته تن می‌دهند که نشانه‌های بارز آن عبارتند از پذیرش ویژگی‌های جنس دوم، کناره‌گیری از برخی فضاها و فعالیت‌ها، استفاده از شرم بدنی برای پاسداشت حریم شخصی، نداشتن اعتمادبه‌نفس در پذیرش مسئولیت‌ها، خودسانسوری و زدن نقاب به چهره. آن‌ها برای مدیریت شرم بدنی ناگزیر دست به نوعی مقاومت سلبی می‌زنند که ردپای آن در فعالیت‌هایی مثل تلاش برای پنهان‌کردن نقص‌های بدنی، نمایش جذابیت‌های جسمانی و رفتاری، والایش امیال جسمی و طرد قواعد مردانه قابل مشاهده است. می‌توان این‌گونه استنتاج کرد که شرم بدنی در زمانه حاضر در متن مواجهه ناگزیر و همه‌جانبه و هر روزه زنان با فرهنگ مصرفی‌ای پدید می‌آید که هنوز به شیوه‌هایی بسیار ظریف و پیچیده و جدید مردسالار است.

کلیدواژه‌ها: شرم بدنی، فرهنگ مصرفی، ابژه‌سازی، مردسالاری، عدم‌رضایت بدنی.

۱. مقدمه و طرح مسئله

شرم، هم به‌لحاظ لغوی و هم از حیث تاریخی، با بدن و عریان‌بودگی و با میل به پوشاندن بدن ارتباط دارد. اصطلاح شرم بدنی (body shame) زاینده و بیانگر همین ارتباط است. این احساس زمانی پدید می‌آید که فرد تصور کند بدنش نامطلوب، ناقص، فاقد جذابیت، و فاقد آن شاخص‌هایی است که جامعه برای بدن بهنجار تعریف کرده است. شرم بدنی نشان بدن‌مند بودن حیات اجتماعی ما است و به‌سبب همین بدن‌مند بودن حضور ما در جهان است که «بدن و ظاهر و کارکردهای آن اصلی‌ترین قلمرو پیدایش احساس شرم هستند» (پتیسون (Pattison)، ۲۰۱۳: ۶۲). آدمیان به‌میانجی بدن، خود و جهان دوروبر را تجربه و با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند. یعنی بدن واسطه اصلی کسب تجربه، برقرای تعامل، و تولید و بازنمایی معنا در جهان زندگی است. از سوی دیگر، احساس شرم بدنی زاینده نگرانی فرد از قضاوت‌شدن توسط دیگران است. اگر فردی تصور کند دیگران او را موجودی ناقص و ضعیف می‌پندارند دچار نوعی اختلال عاطفی به نام شرم می‌شود. این اختلال حس مقبولیت اجتماعی و تعلق به گروه را گاه چنان تضعیف می‌کند که نتیجه آن انزوا و گسیخته‌شدن روابط اجتماعی فرد است. بی‌جهت نیست که «افراد هنگام مواجهه با شرم معمولاً به مکانیسم‌هایی مثل تنهایی، فرار، مخفی شدن از انظار عمومی و خزیدن در خلوت متوسل می‌شوند» (دولزال (Dolezal)، ۲۰۱۵: ۲۰۱۵).

۵۶۹). احساس شرم در صورت تداوم به شرم مزمن بدل گشته و می‌تواند محدودکننده و سرکوبگر باشد و استقلال و عزت نفس فرد را خدشه‌دار کند.

شرم بدنی مشتمل بر طیف وسیعی از تجربیات و احوال جسمانی است، از سالخورده‌گی و غیرجذاب بودن گرفته تا رنگ پوست، معلولیت، سرطان و بدریختی. در فرایند تجربهٔ شرم بدنی، برخی اعضای بدن، حرکات بدنی و کارکردهای جسمانی از جانب خود فرد یا دیگران مورد قضاوت قرار می‌گیرند. در نتیجهٔ این قضاوت‌ها، مقولاتی مثل بدن نرمال، بدن استاندارد، بدن ناقص، بدن ضعیف و بدن ایده‌آل در جامعه تولد و گسترش می‌یابند. شرم بدنی تجربه‌ای است که سوژه از بدن خویش در متن مناسبات قدرت و تعامل‌های اجتماعی دارد. این شرم، در جامعهٔ مصرفی معاصر، صرفاً معلول خلیات و خصایل فردی نیست، بلکه محصول رسانه‌ها، دستگاه‌ها و نهادهایی است که نقشی کلیدی در برساخت و تبلیغ بدن ایده‌آل دارند. فرهنگ مصرفی با تبدیل بدن، بالخصوص بدن زنانه، به کالا عملاً مسیر کنترل، منضبط‌سازی و یکدست کردن بدن را به طرز بی‌سابقه‌ای هموار ساخته است. مقایسهٔ مداومی که یک زن بین بدن واقعی خود و انواع بدن‌های ایده‌آل نمایش داده‌شده در رسانه‌ها انجام می‌دهد سرچشمهٔ اصلی شرم بدنی است. او همین‌که درمی‌یابد چه اندازه با آن مدل‌های ایده‌آل فاصله دارد با شرم تمام خواهد کوشید آن ابعاد و حرکات و قسمت‌هایی از بدنش را که مایهٔ شرمساری او هستند نامرئی سازد و تلاش‌هایی مضاعف جهت جبران نقایص و رسیدن به درجهٔ دیده‌شدن کامل (perfect visibility) به عمل آورد. بدین ترتیب، بدن زنانه در جامعهٔ مصرفی معاصر دائماً در نبرد میان دیده‌شدن و نامرئی‌بودن (invisibility) به سر می‌برد و این موقعیت پرنوسان و فرودستانه که زنان را به ابژه‌های نظارت و کنترل دیگری مسلط تبدیل کرده است سرمنشأ اصلی زایش شرم بدنی است. دیالکتیک رؤیت‌پذیری بدن زنانه و در عین حال پنهان‌سازی آن در خدمت نظام انضباطی‌ای است که بدن زنانه را کنترل می‌کند و شکل می‌دهد.

تلاش پژوهش حاضر تحلیل پدیدارشناختی تجربهٔ زنان از شرم بدنی است. انتخاب زنان به‌عنوان سوژه‌های مطالعه بدین جهت است که در اکثر جوامع بدن زنانه بیش از بدن مردانه موضوع انضباط، نظارت، کنترل، کالایی‌شدن و مدیریت است. «درحالی‌که بدن مرد با موقعیت او به‌عنوان سوژه‌ای مقتدر تناسب می‌یابد، بدن زن تحت‌الشعاع نفس مردانه است و آشکارا به شیء‌ای برای نگاه خیرهٔ او تقلیل می‌یابد» (دوبوار، ۱۹۹۷). زن موجودی ثانوی است، اما مرد مشارکتی فعال در برساخت و تفسیر جهان دارد. در این پنداشت مسلط، زن فقط می‌تواند در جامعه باشد، آن هم در جایی که از قبل برای او تعیین شده است. در ایران نیز حضور بدن‌مند

زنان در عرصه‌های عمومی در دهه‌های اخیر به قلمرو منازعه بر سر معنا بدل شده است. لذا تجربه شرم بدنی نیز دگرديسی یافته است. تغییر تجربه شرم بدنی را می‌توان با طفره رفتن زنان از آن دسته از اسلوب‌های پوشش و ظاهرآرایی مشاهده نمود که فرهنگ مسلط ترویج و توصیه می‌کند. در جامعه سنتی نهادها و ارزش‌های دینی و سنن حاکم انواع ویژه‌ای از احساس شرم نسبت به بدن را به زنان القا می‌کردند، طوری که وی حتی در حضور اعضای خانواده و در خصوصی‌ترین فضاهای زندگی خویش نیز جسارت مواجهه بی‌قیدوشرط با بدن خویش را نداشت. اما در جامعه مصرفی معاصر هم نوع مواجهه زنان با بدن‌های‌شان و هم انواع شرم بدنی‌ای که تجربه می‌کنند تغییر شکل داده است. مسئله اصلی پژوهش حاضر واکاوی انواع مواجهه زنان با بدن‌های‌شان در جامعه کنونی و شیوه‌های بازتاب نقصان‌ها و برجستگی‌های بدن در فضاهای جمعی است. پرسش‌های تحقیق را می‌توان این‌گونه دسته‌بندی کرد:

سؤال کلی

- زنان در فضاهای جمعی، احساس شرم بدنی را چگونه تجربه می‌کنند؟

سؤالات جزئی

- زنان برای نمایش - اجرای (representation- performance) نفس زنانه خویش چگونه حرکات، کارکردها، کاستی‌ها و توان‌های بدن خود را، بالاخص در فضاهایی که مرادده با جنس مخالف بیشتر است، مدیریت می‌کنند؟
- زنان در فضاهای جمعی کدام ابعاد و قسمت‌های بدن‌شان را به‌مثابه سرمنشأ احساس ضعف و حقارت نامرئی می‌سازند و از به‌نمایش درآمدن آن‌ها احساس شرم می‌کنند؟
- زنان در فضاهای جمعی نمایش کدام کارکردها و حرکات بدنی‌شان را مطلوب و کدام را شرم‌آور می‌پندارند؟
- مهم‌ترین زمینه‌ها و شرایطی که بر شکل‌گیری احساس شرم بدنی زنانه در فضاهای جمعی اثرگذارند، کدام‌اند؟
- احساس شرم زنان از عیان‌شدن نقصان‌های جسمانی یا از مرئی‌شدن برخی قسمت‌های بدن دارای چه آثار و پیامدهایی در زندگی آنان است؟
- زنان برای مدیریت شرم بدنی در فضاهای جمعی چه استراتژی‌ها و راهکارهایی برمی‌گزینند؟

- تجربه شرم بدنی زنانه در چه شرایطی به گشایش زیست‌جهان زنانه و مقاومت زنان در برابر سلطه مردانه کمک می‌کند و در چه شرایطی راه را برای انقیاد بیشتر نفس زنانه در برابر فضاهای مردانه هموار می‌سازد؟

۲. پیشینه پژوهش و رویکرد نظری

۱.۲ پیشینه پژوهش

در خصوص شرم بدنی و چگونگی مواجهه زنان با آن، تحقیقات و مقاله‌های متنوعی طی دهه‌های اخیر به نگارش در آمده است که در این بخش به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. به عنوان نمونه، در داخل کشور منصوره نیک و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان رابطه بین ناهمخوانی بدن با راهبردهای مقابله‌ای غیرانطباقی تصویر بدن در دانشجویان دختر: نقش میانجی شفقت به خود و شرم از بدن، رابطه بین ناهمخوانی بدن با راهبردهای مقابله‌ای غیرانطباقی تصویر بدن (اجتناب تجربه‌ای و ترمیم ظاهر) با میانجی‌گری شفقت به خود و شرم از بدن در میان دانشجویان دختر را با نمونه‌گیری سی صد نفری از دانشجویان دختر دانشگاه شهید چمران اهواز بررسی کرده‌اند. نتایج تحقیق نشان داده است که ناهمخوانی بدن تأثیر بسزایی بر کاربرد راهبردهای مقابله‌ای تصویر بدن (اجتناب تجربه‌ای و ترمیم ظاهر) دارد. همچنین ارتباط غیرمستقیم ناهمخوانی بدن با راهبردهای مقابله‌ای غیرانطباقی به وسیله شفقت به خود و شرم از بدن میانجی می‌شود. زنان مدام در حال قیاس بدن‌های خود با آرمان‌های فرهنگی ظاهری هستند و ناکامی‌شان در دستیابی به این آرمان‌ها موجبات ایجاد احساسی از شرم در آن‌ها می‌شود. مشابه همین تحقیق را رافضی و اخوان خرازیان (۱۳۹۵) انجام داده‌اند. آن‌ها در پژوهشی با عنوان رابطه‌ی شرم تصویر بدنی با جرأت‌ورزی، اضطراب اجتماعی و شاخص توده بدنی در اعضای باشگاه‌های ورزشی تهران، تعداد ۲۰۰ نفر نمونه از جامعه‌ی زنان و مردان (۱۰۰ نفر زن و ۱۰۰ نفر مرد) عضو باشگاه‌های بدن‌سازی جنوب شهر تهران را مورد مطالعه قرار داده‌اند. یافته‌های آن‌ها نشان داد که نه تنها عوامل فیزیکی (شاخص توده بدنی) بلکه عوامل روان‌شناختی (مثل جرأت‌ورزی و اضطراب اجتماعی) نیز بر شرم از تصویر بدنی افراد تأثیرگذار است و دو متغیر جرأت‌ورزی و اضطراب اجتماعی تبیین‌کننده واریانس شرم بدنی می‌باشند.

در خارج کشور حجم و تنوع کار در این حوزه به مراتب بیشتر است. فیشر (Fischer) (۲۰۱۸) در کتاب جنسیت و سیاست شرم: تئوری فمینیستی شرم قرن بیست و یکم، مجموعه مقالاتی بر محور این پرسش‌ها ادیت کرده است: شرم چیست و چگونه خود را به نمایش می‌گذارد و به چه صورت عمل می‌کند و در متون و زمینه‌های مختلف چگونه تجربه می‌گردد. در این مجموعه مقالات نویسندگان به تعاریف فمینیستی رایج ارجاع نموده‌اند تا ما درک بهتری از شرم و احساسات و فرآیندهای فکری متضمن آن و ارتباط شرم با جنسیت و ساختارهای سرکوب داشته باشیم. همچنین دولزال (۲۰۱۵)، در پدیدارشناسی شرم در مواجهه بالینی، برنامه‌ی تلویزیونی بدن‌های شرم‌آور را مورد بررسی قرار داده است. مجموعه‌ی تلویزیونی شبکه ۴ در انگلستان به طرح مسئله‌ی شرم در پزشکی پرداخته و هدف اصلی آن کمک به افرادی است که دارای طیف گسترده‌ای از بیماری‌ها، بدن و شرایطی هستند که از آن‌ها خجالت می‌کشند. این برنامه، با انگ‌زدایی از برخی شرایط و بیماری‌های بدنی که قبلاً شرم‌آور و مخفی بود، بینندگان را تشویق می‌کرد که با نزدیک شدن به متخصصان مراقبت‌های بهداشتی احساس راحتی بیشتری کنند. با تماشا کردن به نظر می‌رسد که دیگران با شرم پزشکی خود در تلویزیون مقابله کرده و آن‌ها را از بین ببرند. شهادت‌های متعدد از بیماران و پزشکان گزارش شده است که بعد از تماشای برنامه، افراد بیشتری بودند که در جستجوی درمان پزشکی احساس راحتی می‌کنند یا نگرانی‌های سلامتی را شناسایی کردند که قبلاً از آن آگاهی نداشتند. یا مثلاً شف (Scheff) (۲۰۰۳)، در مقاله‌ی خود با نام شرم در خود و جامعه معنقد است که نوعی عاطفه‌ی اجتماعی برتر است. شرم اصلی‌ترین احساس زندگی روزمره می‌باشد ولی معمولاً در جوامع مدرن به دلیل تابو، نامرئی است. به بیان دیگر، شرم تابویی است که به انکار و سکوت منجر می‌شود و ممکن است راهی برای حفظ وضعیت موجود باشد.

۲.۲ رویکرد نظری

در میان جامعه‌شناسان گئورگ زیمل نخستین کسی بود که به مقوله شرم به مثابه امر اجتماعی اعتنا کرد. او در بحث تحلیل رابطه مُد و مدرنیته پای مقوله احساس شرم را به میان کشید و آن را یکی از سرمنشاهای اصلی روی آوردن فرد به مدگرایی دانست (زیمل، ۱۳۹۲). تقریباً در همان زمان و در جامعه‌شناسی آمریکا چارلز هورتون کولی (Charles Horton Cooley) به‌هنگام مفهوم‌پردازی مقوله خود آینه‌سان اظهار داشت که «شرم زاده گرایش آدمی به نظارت - بر- خود است و به‌عنوان یکی از محوری‌ترین احساس‌های نهفته در نفس، زمانی فعلیت می‌یابد که خود

در معرض قضاوت دیگران قرار می‌گیرد» (کولی، ۱۹۲۲: ۱۸۴). مشابه با نظریه کولی، اما از منظری دیگر، نوربرت الیاس (Norbert Elias) نیز زایش شرم در متن تعامل خود و دیگری را در بحث فرایند گسترش تمدن صورتبندی می‌کند. از دید او، تکوین تاریخی مدرنیته به ما می‌گوید که به موازات مدرن‌شدن جهان شرم دستخوش تغییرات ماهوی شده است (الیاس، ۱۹۷۸). برخی نظریه‌پردازان اجتماعی دیگر مثل ریچارد سنت (Richard Sennett) شرم را در ارتباط با طبقه اجتماعی تحلیل می‌کنند و می‌پرسند که آیا شرم نوعی آسیب پنهان طبقاتی نیست؟ و بعد از تحقیقات خود پاسخ می‌دهند که

مردان طبقه کارگر به دلیل موقعیت شغلی و طبقاتی خاص‌شان احساس می‌کردند که از طرف رؤسا، معلمان و حتی فرزندان خود آن‌چنان‌که باید مورد احترام قرار نمی‌گیرند. به‌علاوه، آن‌ها تا حدودی خود را مقصر این موقعیت می‌دانستند. به‌هر تقدیر، هر دو آسیب ذکر شده ارتباطی وثیق با طبقه اجتماعی آن‌ها داشت (سنت، ۱۹۷۳: ۴۰).

و دست‌آخر این‌که برخی دیگر مثل اروینگ گافمن (Erving Goffman) جایگاه و کارکرد پدیده شرم اجتماعی را در بستر زندگی روزمره بررسی می‌کنند. به‌باور گافمن، افراد همیشه نگران تصویر خویش در نگاه دیگری‌اند و می‌کوشند برای اجتناب از احساس شرم، خود را به بهترین شکل به نمایش درآورند. در تحلیل گافمن، احساس شرم بخشی عادی از زندگی اجتماعی و امور روزمره است.

شرم بدنی نزد زنان صرفاً رخدادی شناختی نیست، بلکه به‌تعبیر سارتر «تجربه‌ای بدن‌مند است که زمینه یا بستری فراهم می‌سازد که در آن معنا، دلالت و تجربه زیسته فرد شکل می‌گیرد» (دولزال، ۲۰۱۵: ۱۰۳). در واقع هر نوع احساس شرم واکنشی فعال و بدن‌مند به یک موقعیت است و نه فقط به رشد و شکوفایی خود بلکه به بسط کیفیت زیست‌جهان کمک می‌کند. احساساتی مثل خشم، گناه، حسادت و شرم می‌توانند «سبب دگردیسی کامل جهان شوند» (سارتر، ۱۹۷۱: ۴۷). در زندگی زنان، شرم بدنی نقشی کلیدی در شکل‌دهی به روابط و هویت اجتماعی دارد. «شرم بدنی نه فقط به انسجام تعامل‌های اجتماعی زنان کمک می‌کند بلکه آن‌ها را در مقام عاملان اجتماعی یاری می‌دهد که با موفقیت به قلمرو بین‌الذاتانی جامعه ورود کنند» (دولزال، ۲۰۱۵: ۱۰۴). به‌بیان دیگر، احساس شرم زنان را به مجموعه‌ای از ارزش‌های هنجارین پیوند می‌زند که ملاک‌های پذیرش، تعلق و شناسایی را بازنمایی می‌کنند. بدین ترتیب، زن اگر بنا باشد کنشگر اجتماعی موفق باشد به نوعی احساس شرم بسیار سالم و پخته نیاز دارد. از این دید، شرم نه فقط چیزی معمولی بلکه ضروری هم است. اما این فقط سوئه ایجابی

شرم بدنی است، و سویه سلبی آن بسیار محدودکننده و سرکوبگر است. در این سویه دوم، شرم بدنی امری مزمن در زندگی روزمره زنان است که اگر کنترل و مدیریت نشود، استقلال، کرامت و فردیت کنشگر در زندگی از دست می‌رود.

از نظر فمینیست‌ها «زنانگی ناظر به نوعی روابط زیسته (lived relations) بین نفس و جهان است که بعضاً در نتیجه تلاش سوژه جنسی برای بازنمایی خویش حاصل می‌شود» (باتلر، ۲۰۰۲). برخی محققان معتقدند که

از جمله مشخصه‌های اصلی زنانگی احساس دایمی شرم است و سایر احساس‌ها، مثل خودکم‌بینی و ناقص‌بودن، محصول همین شرم مزمن هستند. همه این احساس‌ها پیامدهای سیاسی عمیقی در ارتباط با جایگاه زنان در جامعه دارند: زنان تحت انقیاد گفتار مردانه و در جایگاه‌های فرودست‌تری نسبت به مردان قرار می‌گیرند (بارتکی (Bartky)، ۲۰۱۵: ۸۴).

در این معنا، زنانگی و شرم بدنی فقط در بستر مناسبات نابرابر قدرت است که به هم پیوند می‌خورند. در این بستر، شرم بدنی زنانه بعضاً به خصیصه‌ای مزمن بدل می‌شود و پیامدهای عمیقی برای سوژه، هم در سطح شخصی و هم به‌لحاظ سیاسی، در بر دارد. شرم بدنی در این شکل نوعی سیاست فرهنگی است که به جهان زنانه شکل می‌بخشد. لذا، هرگونه مطالعه جامعه‌شناختی درباره شرم بدنی باید توجه به سیاست فرهنگی شرم (cultural politics of shame) را در اولویت قرار دهد، مقوله‌ای که مطابق آن، تجربه زنانه شرم بدنی تیغی دولبه است: هم تجربه‌ای سرکوب‌گر و هم شکل‌دهنده به جهان زندگی. فمینیسم بدن‌محور (corporeal feminism) در تأکید بر همین مسئله است که می‌کوشد «به مطالعه اثرات ساختارهای قدرت پدرسالارانه بر بدن زنانه و به تبع آن بر سوژگی زنانه می‌پردازد» (فیس (Alison Phipps)، ۲۰۱۴: ۱۱). مسئله در این‌جا بررسی ساختارهای گفتمانی‌ای است که شرم بدنی را شکل می‌دهند، همان شرمی که نقشی محوری در برساخت و رشد هویت زنانه در بافتار جوامع مصرفی نئولیبرال کنونی دارد.

فمینیست‌ها از همان آغاز بر این‌همانی «فرایند اجتماعی زن‌شدن» و «یادگیری تدریجی شرم» تأکید کرده‌اند. در این معنا «فرایند طولانی زن‌شدن در واقع چیزی به‌جز یادگیری تدریجی شرم نیست» (دوبوار، ۱۹۹۷: ۱۱). در واقع، «تک‌تک رخدادهای بیولوژیک بدن زنانه، مثل شروع دوران قاعدگی و رسیدن به بلوغ جنسی و رشد سینه‌ها، نقاط عطفی برای یادگیری و تجربه شرم هستند» (گوئتر، ۲۰۱۱: ۱۱). در فرایند رشد و تحول جنسی، شرم همواره همراه زنان است و حتی میل جنسی زنانه به‌مثابه چیزی شرم‌آور محکوم می‌شود. در کل، تجربه زن‌بودن و

زن شدن همواره در طول تاریخ متضمن یادگیری این نکته بوده است که زن چگونه بدن خود را به مثابه قلمرو شرم تفسیر کند. حتی در جوامع مصرفی معاصر

بدن زنانه تحت شعاع نفس مردانه است و عملاً به ابژه‌ای برای نگاه خیره مردانه فروکاسته می‌شود. در این جوامع زنان باید دائماً مراقب باشند که در چشم مردان، هم از نظر جذابیت جسمانی و هم از حیث دیگر شکل‌های مقبولیت، خوب جلوه کنند (لدر، ۱۹۹۰: ۹۹).

آن‌ها غالباً در پارادایم بصری دیده‌شدن فکر و زندگی می‌کنند و بدن‌شان را همواره ذیل حالت رویت‌پذیری تجربه می‌کنند. درست به همین دلیل زنانگی چیزی نیست به جز نوعی نمایش عمومی‌ای که طی آن سوژه مونث دقت می‌کند که در نگاه دیگران چگونه ظاهر می‌شود (دولزال، ۲۰۱۵: ۱۱۲).

در جوامع مصرفی معاصر زنان به مرور دریافته‌اند که ظاهر جسمانی ارتباط عمیقی با احساس ارزشمندی و شأن و جایگاه آنان دارد. این جامعه آن‌ها را به این خودآگاهی رسانده است که برای کسب اعتبار اجتماعی باید از الگوی بدن ایده‌آل (ideal body) پیروی کنند. از همین جا است که شرم بدنی در وجود آن‌ها شکل می‌گیرد، «یعنی از مقایسه دائمی‌ای که آن‌ها بین بدن واقعی خود و انواع مدل‌های بدن ایده‌آل که در رسانه‌ها تبلیغ می‌شود به عمل می‌آورند» (دولزال، ۲۰۱۵: ۱۰۹). زنان آن‌هنگام که خود را با این ایده‌آل‌های بدنی مقایسه می‌کنند احساس حقارت و ضعف می‌کند. «در این وضعیت، زنان همواره و همه‌جا مستعد آنند که احساس شرم بدنی مزمن را در وجود خود پرورش داده و حفظ کنند» (نورثراپ، ۲۰۱۲: ۱۷۹). در جامعه مصرفی معاصر، ایماژ کمال جسمانی (body perfection) تمامی فضاها و تعامل‌های اجتماعی را زیر سیطره خود گرفته است و آن‌چه وجه نرمال و دست‌یافتنی جذابیت جسمانی نامیده می‌شود در واقع چیزی نیست به جز نوعی ایده‌آل بدنی دائماً در حال تغییر و دست‌نیافتنی. زنان در پی دستیابی به این کمال، و درعین حال عاجز از دستیابی به آن، احساس شرم بدنی می‌کنند. به بیان دیگر،

بدن زنانه پروژه‌ای همواره ناتمام و چرخ‌دنده اصلی دستگاه سرمایه‌داری مصرفی است. در واقع درهم‌تنیدگی زندگی زنان با شرم بدنی چنان پیچیده شده است که غالباً از محدوده خودآگاهی بازاندیشانه خارج می‌شود، یعنی حتی ممکن است زنان واقف نباشند که دارند شرم بدنی را تجربه می‌کنند یا اینکه ندانند که با تمام وجود برای پرهیز از شرم بدنی تقلا می‌کنند (دولزال، ۲۰۱۵: ۱۰۸).

نواقص بدنی نیز به گونه‌ای اند که معمولاً برای همیشه ریشه‌کن نمی‌شوند و همواره عود می‌کنند، لذا شرم بدنی همیشه هست و در زندگی هرروزه تجربه می‌شود. تازه خود شرم بدنی هم غالباً خود را به‌طور مزمّن بازتولید می‌کند، زیرا شرم مرتبط با خودشیفتگی یا استفاده از روش‌هایی خاص برای حفظ ظاهر جذاب (مثل رژیم غذایی و جراحی زیبایی) خود به منبع جدیدی برای تولید شرم مبدل می‌شود. نتیجه این‌که امروزه شرم بدنی هم توسط فرهنگ مصرفی معاصر بازتولید می‌شود و هم وسیله‌ای است برای کنترل و سرکوب سوپزکتیویته زنانه.

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر در پارادایم تفسیری و مشخصاً با اتکا به روش پدیدارشناسی انجام می‌شود. مطابق پارادایم تفسیری، واقعیت‌های اجتماعی فقط به‌مثابه برساخت‌هایی اجتماعی که در متن تعامل‌های روزمره آدمیان ساخته و بازسازی و تفسیر می‌شوند، قابل‌درک‌اند. پدیدارشناسی مطالعه تجربه زیسته یا جهان زندگی افراد است و به جهان آن‌چنان که به‌وسیله فرد زیسته می‌شود توجه دارد. «در این‌جا رابطه فرد با جهان رابطه‌ای من و تویی است نه رابطه من و آن» (کرسول، ۱۳۹۴: ۷۹). به‌علاوه، بر حضور بدن‌مند افراد در جهان تأکید دارند، حضوری که طی آن فرد می‌تواند به‌شیوه‌ای بدن‌مند با جهان ارتباط یافته و آن را فهم کند. در فهمی که فرد از جهان به‌دست می‌آورد نقش فضا، بدن، دیگری، بیناذهنیت و تجربه بسیار پررنگ است. ادراک به‌میانجی عمل حاصل می‌آید و معنا نیز حاصل تعامل است. آگاهی از جهان همواره نوعی آگاهی بدن‌مند است. به‌علاوه آگاهی از جهان لزوماً فضامند (spatial) هم هست، به‌ویژه در این‌جا تأثیر فضاها، عمومی یا جمعی بیشتر مدنظر است. فضای عمومی فضایی است که غالباً وجودی بین‌الذهانی و نمادین دارد و به‌واسطه کنش‌های ارتباطی جسم‌مند، سوژه‌ها را در برمی‌گیرد. آن‌جا که این سوژه‌ها از هر دو جنس هستند، پدیده احساس شرم بدنی زاده می‌شود. دلیل انتخاب عروسی، پارتی و کوهنوردی همین سیطره تعامل‌های بین‌البدانی بیناجنسی (inter-corporeal intersexual interaction) و زایش احساس شرم بدنی زنانه از خلال این مراوده‌های فضامند (spatial encounter) است.

این پژوهش به مطالعه تجربه‌های زیسته زنان از شرم بدنی می‌پردازد. میدان مطالعه عبارت است از زنان متأهل اقشار میانی شهر سنج که تجربه حضور مستمر در فضاها، جمعی دارند، فضاهایی که در آن‌ها فاصله شخص با جنس مخالف به کمترین حد می‌رسد و احتمال تجربه احساس شرم بدنی برای کنشگر بالا می‌رود. از میان فضاها، جمعی سه فضای «عروسی‌ها»،

«پارتی‌های خصوصی» و «گروه‌های مختلط کوهنوردی» برای مطالعه انتخاب شدند. از آن‌جا که تجربه متأهلین از شرم بدنی ماهیتاً با تجربه دختران ازدواج‌نکرده متفاوت است فقط زنان متأهل برای مصاحبه انتخاب شدند. درخصوص اقشار میانی هم استدلال این بود که اعضای این اقشار امکان و فراغت حضور در این‌گونه فضاها را بیشتر دارند. نمونه‌ها به صورت گلوله‌برفی انتخاب شدند و با آن‌ها مصاحبه عمیق فردی صورت گرفت. مصاحبه‌ها را نویسنده اول^۱ انجام داده است. محقق طی فرایند انجام تحقیق به شیوه مشاهده مشارکتی در سه گروه کوهنوردی، شش عروسی و چهار مورد پارتی خصوصی مشارکت کرده است. ابتدا یک گفتگوی اولیه با سوژه‌ها جهت جلب اعتماد آن‌ها انجام شده و سپس با آن‌ها مصاحبه شده است. هر مصاحبه حداقل نیم ساعت طول می‌کشد و در برخی موارد تا یک ساعت و نیم نیز ادامه پیدا می‌کند. روند انجام مصاحبه‌ها تا رسیدن به نقطه اشباع نظری تداوم یافت و در نهایت با ۲۰ نفر مصاحبه به عمل آمد.

جدول ۱: مشخصات زمینه‌ای مصاحبه‌شوندگان

ردیف	مصاحبه‌شوندگان	سن	وضعیت تاهل	تحصیلات	مشارکت در فضای عمومی
۱	شیما	۳۳	متاهل	کارדانی	پارتی
۲	سیما	۳۴	متاهل	کارشناسی	عروسی
۳	زهرا	۲۷	مجرد	دانش آموز	کوهنوردی
۴	نگین	۲۶	مجرد	دانش آموز	پارتی
۵	دلنیا	۲۶	مجرد	دانشجو	پارتی
۶	آرزو	۳۴	متاهل	کارشناسی	کوهنوردی
۷	شادی	۲۹	مجرد	کارشناسی	پارتی
۸	هاوژین	۳۲	متاهل	دانش آموز	کوهنوردی
۹	نسار	۲۶	مجرد	دانش آموز	پارتی
۱۰	سمیرا	۲۷	مجرد	کارشناسی ارشد	عروسی
۱۱	سروه	۲۶	متاهل	دیپلم	کوهنوردی
۱۲	بیان	۳۷	متاهل	دیپلم	پارتی
۱۳	شیدا	۲۷	مجرد	دیپلم	پارتی
۱۴	ئه‌سرین	۳۷	متاهل	دانشجو	عروسی
۱۵	نگار	۲۷	متاهل	کارشناسی	کوهنوردی
۱۶	لیلا	۲۸	مجرد	دانش آموز	پارتی

۱۷	شمیم	۲۶	متاهل	دیپلم	پارتی
۱۸	سوما	۲۹	مجرد	کارشناسی ارشد	عروسی
۱۹	آرینا	۲۸	مجرد	دانشجو	کوهنوردی
۲۰	ئه‌وین	۳۵	مجرد	دانشجو	عروسی

داده‌های‌های حاصل از مصاحبه‌ها با استفاده از تحلیل مضمونی تفسیر شده‌اند، روشی که بر مبنای آن محقق می‌کوشد «از طریق طبقه‌بندی داده‌ها و الگویابی درون‌داده‌ای و برون‌داده‌ای به یک سنخ‌شناسی تحلیلی دست یابد» (محمدپور، ۱۳۹۰: ۶۶). در گام نخست مصاحبه‌ها و مشاهدات پیاده‌سازی شدند و داده‌ها با اتکا بر مبانی و مفاهیم نظری کدبندی، دسته‌بندی و تدقیق شدند. در این مرحله تلاش پژوهشگران دستیابی به میدانی مفهومی از گفتارها و کنش‌های زنانه در ارتباط با شرم بدنی بود. در گام بعدی ساخت نظام‌مند واژگان، کنش‌های مشارکت‌کنندگان و معانی ذهنی آنان کشف و تبیین شد، چیزی که در نهایت منجر به شکل‌دهی نمونه عبارات اولیه مصاحبه‌شوندگان می‌گردد. در این مرحله محقق با مرور مکرر متون، معانی و نمونه‌عبارات اولیه مشارکت‌کنندگان را سازماندهی و پس از رسیدن به اشتراکات، شبکه مضامین خرده‌مضامین همخوان را استخراج می‌کند. سرآخر مضامین محوری، مضامین اصلی و مضمون هسته‌ای با اتکا بر داده‌های تجربی و با پشتوانه رویکرد نظری استخراج و تفسیر شدند. برای ارزیابی اعتبار داده‌ها از راهبرد چندضلعی‌سازی (triangulation) استفاده شده است، بدین معنا که تلاش شده است یافته‌ها از این حیث که چه اندازه با سازه‌های مفهومی و روشی حاکم بر این سنت پژوهشی همخوانی و قرابت محتوای دارد بررسی شوند. همچنین، در انتخاب نمونه‌ها رعایت شرط حداکثر تنوع و تفاوت مدنظر محققان بوده است تا پژوهش از غنای بیشتری به لحاظ محتوایی برخوردار شود. بدین ترتیب که متغیرهای سن، تحصیلات، تأهل و مدت‌زمان تقریبی مشارکت در فضاهای عمومی را مبنا قرار دادیم و مصاحبه‌شوندگان را ضمن رعایت این متغیرها انتخاب نمودیم. جدول فوق تنوع مصاحبه‌شوندگان را نشان می‌دهد.

۴. یافته‌های تحقیق

۱.۴ توصیف میدان مطالعه

در شهر سنندج که بافتاری نیمه‌سستی - شبه‌مدرن دارد، زنان همواره با پیکره‌ای متناقض از هیجان‌ها و الزام‌های عاطفی (مشمتمل بر احساس شرم، احساس گناه، هراس از بی‌آبرویی،

دهشتِ سرکوب در یکسو و میل به بازنمایی بدنی خویش و نمایش هستی بدن‌مند در فضاهای عمومی در سوی دیگر) مواجه بوده‌اند. به موازات گسترش نمادها و ابژه‌های فرهنگ مصرفی در این شهر، ایستار عاطفی (emotional state) شرم بدنی بیشتر از سایر عواطف و هیجان‌ها در زنان رشد کرده و نقشی اساسی‌تر در شکل‌دهی به کل مرآورده‌ها و نقش‌های اجتماعی آنها ایفا نموده است. از آنجا که شرم بدنی ایستاری معطوف به خویش است و کل شخصیت فرد را نشانه می‌گیرد، احتمال مواجههٔ فرد با الزام‌های اخلاقی، عرف‌ها، سنت‌ها و قواعد به شدت افزایش می‌یابد. باین‌همه، در سال‌های اخیر در شهر سنندج، زنان اقشار میانی امکان بیشتری برای حضور در فضاهای همگانی پیدا کرده‌اند. این فضاها نه فقط فضاهای همگانی شهری (پارک‌ها، مراکز خرید، تفرجگاه‌ها، بوستان‌ها، سینما، اماکن ورزشی و غیره) بلکه فضاهای جمعی دیگری را نیز در بر می‌گیرد که در آنها تعامل با ناهمجنس بیشتر و فشرده‌تر است. گروه‌های مختلط کوهنوردی، پارتی‌های خصوصی و عروسی‌ها از این جمله‌اند. در این فضاها فاصلهٔ فرد با جنس مخالف به کمترین حد می‌رسد و بدن‌نمایی به نرم مسلط بدل می‌شود و سوژه‌ها بیشتر با پدیدهٔ شرم بدنی مواجه می‌شوند. گشایش این فضاها و تحول ماهیت آنها در سال‌های اخیر غالباً محصول کنش‌های آگاهانهٔ خود زنان برای ابداع نفس زنانه، زدودن رنگ‌وبوی مردانه از فضاهای جمعی و تصرف آنها برای خویشتن است.

پس از انقلاب اولین قانون حجاب اجباری جهت یکدست کردن ظاهر زنان در سال ۶۲ به تصویب رسید و از آن زمان تاکنون ضوابطی برای پوشش زنان در قوانین و مقررات کشوری وضع شده که مطابق آنها پوشش و ظاهر زنان نه فقط در میادین شهر و حتی در درون خودروها بلکه در پارتی‌های شبانه نیز باید تحت نظارت باشد. الزامی بودن حجاب یونیفورم دختران از همان بدو ورود به مدرسه، پوشش یکدست در محل کار، عرف حاکم بر خانواده‌ها و دیگر موارد مشابه همگی حاکی از تلاش‌های فرهنگ‌هژمونیک برای کنترل تام بدن زنانه در فضاهای جمعی و همگانی است. بدین ترتیب، زنان همواره تجاربی از شرم را در خصوصی‌ترین زوایای زندگی خود و به‌طور مضاعف در فضاهای عمومی از سر گذرانده‌اند. بافت سنتی و دینی جامعهٔ کردستان بر شدت این امر افزوده است، چراکه در یک بافت سنتی بخش اعظم اوامر و نواهی رفتار در فضاهای جمعی مرتبط با مدیریت بدن زنانه است. اما آنچه در سال‌های اخیر به‌طور خاص در شهر سنندج در میان زنان اقشار میانی قابل مشاهده است کنش‌های مقاومتی ظریف علیه سیطرهٔ همین بافت سنتی - مردانه است. زنان با درک موقعیت سوژگی (subject position) خود در حوزه‌های مختلف اجتماعی درصدد مقاومت در برابر

فضاها و قواعد مسلطی هستند که آنها را به حاشیه رانده است. افزایش تعداد ورود دختران به دانشگاه‌ها، اشتغال فزاینده دختران در شغل‌های بخش خصوصی و تجاری، شرکت در کلاس‌های آموزشی مثل یادگیری موسیقی و زبان خارجه، شرکت در مراکز و باشگاه‌های ورزشی، داشتن خودروهایی شخصی، پرسه‌زنی دایمی در مراکز خرید، و دیگر موارد مشارکت در فعالیت‌های عمومی و فضاهای همگانی زمینه‌ای فراهم آورده است که زنان شهر سنج تا حدود بسیاری بتوانند از آن سبک زندگی سنتی فاصله بگیرند. سرآغاز این تحولات به اوایل دهه ۱۳۷۰ بر می‌گردد که در آن ساختار اجتماعی جامعه کردستان شاهد تحولاتی از جمله افزایش شهرنشینی، گسترش طبقه متوسط، افزایش زنان تحصیل کرده و کاهش بی‌سوادی بود و به موازات آن نقش سنتی زنان نیز در حال تغییر بود. در نتیجه این تحولات امروزه زنان اقشار میانی حضور پررنگی در فضاهای جمعی و عمومی دارند و پدیده شرم بدنی را در ابعاد، سطوح و معانی جدیدی تجربه می‌کنند. زنان مورد‌مصاحبه در این پژوهش نیز اغلب زنان تحصیل کرده‌ای هستند که به واسطه حضور در دانشگاه و محل کار از استقلالی نسبی برخوردار گشته‌اند. این زنان معجون متناقضی از احوال عاطفی را تجربه می‌کنند که احساس شرم بدنی بارزترین آن‌ها است. بر همین اساس، این پژوهش سعی دارد به تحلیل پدیدارشناختی تجربه زنان در مواجهه با بدن‌هایشان بپردازد.

۲.۴ تحلیل مصاحبه‌ها

جدول ۳: مضامین و مقولات مرتبط با تجربه شرم بدنی در میان زنان

مقوله هسته	مقوله اصلی	مقولات فرعی سطح دوم	مقولات فرعی سطح اول
شرم بدنی برآیند فرهنگ مصرفی مردسالار	خود - ابژه - سازی	اثرات رسانه‌ها	تبلیغات تجاری، سریال‌های آبکی، شبکه‌های اجتماعی، مجلات زنانه، کتب درسی
		بدن زنانه به‌مثابه ابژه لذت بصری	صنعت آرایش، مدگرایی، عکس‌های سلفی، اینستاگرام، شبکه‌های فشن، فیلم‌های ارو تیک و پورنوگرافی
		نگاه خیره دیگری مسلط	بدن زنانه به‌مثابه طعمه جنسی،
		درونی شدن فرودستی	پایین‌بودن میزان اشتغال زنان، مشغولیت به خانه‌داری، نداشتن استقلال مالی، عدم مشارکت در تصمیم‌گیری‌های اساسی جامعه

مقوله هسته	مقوله اصلی	مقولات فرعی سطح دوم	مقولات فرعی سطح اول	
	طرد اجتماعی خودخواسته	اثرات بیولوژی زنانه	دوره قاعدگی، پروسه شیردهی، بحث اندام‌های تناسلی، تولیدمثل، دوران بارداری،	
		پذیرش ویژگی‌های جنس دوم	احساس ضعف زنانه، تلاش برای جلب توجه مردان، پذیرش زنانگی در معنای سنتی،	
		کناره‌گیری از برخی فضاها و فعالیت‌ها	حساس بودن به برخوردهای تحقیرآمیز، انزجار از نگاه آلوده، احساس ناتوانی در اثربخشی، یأس از تغییر وضعیت	
		شرم بدنی به مثابه وسیله‌ای برای پاسداشت حریم شخصی	باور به وقار و متانت در تعامل اجتماعی، اجتناب از نزدیک شدن، مقابله با تعرض‌های نمادین، حفظ غرور و خودآیینی، حفظ فاصله اجتماعی	
		نداشتن اعتماد به نفس برای ایفای نقش‌های کلیدی و پذیرش مسؤلیت‌ها	احساس خودکم‌بینی به نسبت جنس مخالف، باور به برتری تاریخی مردان، ناتوانی در غلبه بر موانع بدنی ایفای نقش	
		خودسانسوری و زدن نقاب به چهره	همنوایی با جمع، رعایت آداب در ظاهر، مخالفت نکردن، هزینه ندادن، تمجید و تملق، حسادت باطنی،	
	مقاومت‌های سلبی	تلاش برای پنهان کردن نقص‌های بدنی	کنترل علایق جسمانی، پنهان کردن خط و خش‌های چهره، نشان‌ندان دندان‌ها هنگام خنده،	
		نمایش جذابیت‌های بدنی و حرکتی و گفتاری	پوشیدن لباس‌های خوشرنگ، حرکات چشم و ابرو، آرایش صورت در عین حفظ حجاب، جراحی‌های زیبایی	
		والایش دادن امیال جسمی در قالب عشق و احساس	تأکید بر همدلی و احساسات ناب، رمانتیزه کردن تصویر جنس مخالف، وفاداری و پایبندی	
		طرد قواعد مردانه و تلاش برای زنانه کردن فضاها و هنجارها	بی‌اعتنایی به عرف‌ها، مناسک و شعاعیری که در آن‌ها زنان پایین‌تر از مردان قرار می‌گیرند	

۳.۴ خود - ابژه‌سازی

۱.۳.۴ اثرات رسانه‌ها

در جامعه رسانه‌محور کنونی، رسانه‌ها از جمله عوامل اصلی تولید و ترویج تصاویر مربوط به بدن‌های ایده‌آل هستند. تحقیقات نشان داده است که تصاویر رسانه‌ای بدن‌های ایده‌آل اثرات بسیاری بر شکل‌گیری شرم بدنی و اضطراب ظاهر (appearance anxiety) نزد زنان دارد، طوری که اضطراب ظاهر بعد از دیدن آگهی‌های تجاری‌ای که حاوی تصاویری از بدن‌های ایده‌آل هستند به میزان قابل توجهی افزایش می‌یابد. همچنین رابطه معناداری بین سطح خود - ابژه‌سازی (self - objectification) و وجود تصاویر بدن‌های ایده‌آل در آگهی‌ها مشاهده شده است و حتی قطع نظر از نوع آگهی تجاری، شرم بدنی در زنان بعد از دیدن تصاویر بدن‌های ایده‌آل افزایش یافته است (مونرو و هون (Monro & Huon)، ۲۰۰۵: ۸۵). واقعیت این است که امروزه رسانه‌ها زنان را تشویق می‌کنند تا برای دستیابی به شکل بدن ایده‌آل، یا همان بدن لاغر و خوش‌اندام، به هر کاری دست بزنند. آگهی‌های تجاری مرتبط با رژیم غذایی و کاهش وزن این ایده را به زنان القا می‌کنند که شکل و سبک بدن چیزی انعطاف‌پذیر و قابل دستکاری است و به آسانی می‌توان به شکل ایده‌آل بدن دست پیدا کرد. «شرمی که الان هست شرم از خود کم‌بینی است. وقتی که این همه مدل‌های فشن و قیافه‌های جذاب در ماهواره و اینترنت می‌بینی خودبه‌خود احساس کمبود می‌کنی. واسه این که یکی مژه کاشت می‌کنه یکی ناخون می‌کاره یکی بینی عمل می‌کنه. حالا کسی که این کارا رو نمی‌کنه وقتی وارد چنین جمعی میشه احساس خجالت می‌کنه و دچار خودکم‌بینی میشه» (مصاحبه‌شونده کد ۸).

برای تشریح نقش رسانه‌ها در ایجاد و تشدید شرم بدنی می‌توان از مقوله خود - ابژه‌سازی بهره جست.

این‌که برخی از زنان میل شدیدی دارند خود را از منظر یک ناظر بیرونی نگاه کنند و بدن‌شان را به‌مثابه ابژه نگاه خیره دیگری در نظر بگیرند را خود - ابژه‌سازی می‌نامند، یعنی باور به این‌که جذابیت ظاهری بیش از دیگر خصلت‌های شخصیتی اهمیت دارد (فردریکسون و رابرتز (Fredrickson & Roberts)، ۱۹۹۷: ۱۸۸).

خود - ابژه‌سازی به‌طور خودکار افزایش شرم بدنی و تشدید اضطراب ظاهر را در پی دراد، به‌ویژه هنگامی که بدن در معرض ارزیابی و نگاه خیره دیگری قرار گیرد. مصرف تصاویر رسانه‌ای بدن‌های ایده‌آل عمل خود - ابژه‌سازی و به‌تبع آن شرم بدنی را تشدید می‌کند، چراکه

باعث می‌شود زنان هرچه بیشتر بر بدن‌شان متمرکز شوند و دائماً واریسی کنند که آیا سایز و شکل بدن‌شان مطلوب و پذیرفتنی است یا خیر (کیلبورن (Kilbourne)، ۱۹۹۴؛ میرز و بایوکا (Myers & Biocca)، ۱۹۹۲). حتی، به گواه برخی تحقیقات، بین تماشای تلویزیون و عدم رضایت بدنی (body dissatisfaction) رابطه وجود دارد (بوتا (Botta)، ۱۹۹۹؛ فیلد و همکاران (Field et al.)، ۲۰۰۱؛ هاریسون و کانتور (Harrison & Cantor)، ۱۹۹۷). به‌طور مثال، «تماشای سریال‌های آبکی توسط زنان ارتباط معناداری با عدم رضایت بدنی در میان آن‌ها دارد؛ همچنین تماشای موزیک‌ویدوها به میل شدید زنان به لاغرشدن برمی‌گردد» (تیگمان و پیکرینگ (Tiggemann and Pickering)، ۱۹۹۶: ۱۹۹). «بله خیلی چیزها دیگه شرم نیست، عادی شده. نباید از این‌که دیگران دیدت می‌زنند خجالت بکشی، تازه باید خودتو آماده کنی که دید زده بشی. باید عکستو در اینستاگرام و رو پروفایل و جاهای دیگه بزاری و از دیده‌شدن لذت ببری. الان دیگه مثل قدیم نیس که خودتو قایم کنی، بلکه باید خودتو در معرض دید بزاری تا اهمیت پیدا کنی» (مصاحبه‌شونده کد ۹).

۲.۳.۴ بدن زنانه به‌مثابه ابژه لذت بصری

تکثیر فزاینده تصاویر جنسی بدن‌های جذاب و خوش‌فرم در فیلم‌ها، آگهی‌های تجاری، شوهای تلویزیونی، موزیک‌ویدوها و مجلات زنانه از جمله مشخصه‌های اصلی جامعه معاصر است. در این تصاویر، زنان نه فقط جوان و لاغر و خوش‌اندام بازنمایی می‌شوند، بلکه بخش اعظم آن‌ها در نقش‌ها و جایگاه‌هایی که واجد جذابیت جنسی‌اند به‌تصویر کشیده می‌شوند (کلاود، وارن و دورت، ۲۰۱۲: ۴۴۸). در نتیجه این ابژه‌سازی رسانه‌ای و تبدیل بدن زنانه به ابژه‌ای جنسی عملاً نوعی نظام ارزشی فرهنگی - اجتماعی شکل می‌گیرد که در آن ظاهر بدنی جذاب و ارزش فردی یکی گرفته می‌شوند. در این نظام ارزشی، بدن زنانه چیزی نیست به‌جز ابژه لذت بصری مردانه. «بدن زنان خیلی زیباتر و ظریف‌تره و بیشتر از بدن مردانه جلب توجه می‌کنه، من حتی خودم اگه یه زن با هیکل خوشگل می‌بینم که لباس چسپ و بدن‌نمایی پوشیده بیشتر نگاش می‌کنم و توجهمو جلب می‌کنه، موضوع دیگه اینه که مرد خودشو مالک بدن زن می‌دونه و میگه دوست ندارم بدنی که مال منه کسی دیگه ببینه» (مصاحبه‌شونده کد ۱۱).

در این نظام ارزشی، زنان طی فرایند جامعه‌پذیری یاد می‌گیرند که خود را همچون ابژه‌هایی در نظر بگیرند که قرار است دید زده شوند، ارزیابی شوند و در نگاه دیگران جذاب بنمایند.

امروزه زنان در فضایی فرهنگی می‌زیند که در آن ظاهر جسمانی جذاب بیشتر از سایر ویژگی‌های شخصیتی اهمیت دارد و رسانه‌ها نیز دائماً مشغول بازنمایی جذابیت‌های جنسی زنانه هستند، لذا زنان معمولاً از منظر یک مشاهده‌گر بیرونی که بدن زنانه را چیزی به‌جز ابژه نمی‌داند خود را برمی‌نگرند. «ما که تو خانواده‌های سستی بزرگ شدیم که همیشه زن رو مثل یه ابزار جنسی می‌بینن، ابزاری که صرفاً نیازشونو برطرف میکنه، من عروسی که میرم معمولاً لباس سقزی می‌پوشم و لباسام یقه قایقی دارن خودم این سبک دوخت از لباسو خیلی دوست دارم ولی می‌بینم تو عروسی خیلی بالاتنمو نگاه میکنن از اقوام گرفته تا دوستان، مگر اینکه یه آقایی خیلی تابلو بالاتنمو دید بزنه که اون لحظه کمی جمش میکنم ولی درکل شخصیتیم طوریه که اصلاً به واکنش اطرافیان اهمیتی نمی‌دم ولی معمولاً بهم تذکر میدن که مثلاً تو خونه آستین کوتاه پوش یا ساپورت کوتاه پوش یا یقتو جمع کن انگار این بدن بدن خودت نباشه» (مصاحبه‌شونده کد ۶).

نگاه‌های خیره و جنسی، متلک انداختن، تجاوز جنسی، تنه‌زدن از مصادیق ابژه‌سازی است که زنان در طول زندگی بارها دهشت‌های آن را تجربه می‌کنند. دهشت پذیرفته‌نشدن، دوست‌داشتنی نبودن، مسخره‌شدن، ننگ رسوایی و تحقیر و طردشدن از سوی اطرافیان و متعاقب آن احساس شرم که زن را وامی‌دارد که در نبردی دائم با بدن خود باشد. «نوع نگاه اطرافیان طوری بوده که سبب خجالت من شده، مثلاً جایی که همه روسری سرشون هست و یهو روسری از سر من میوفته سنگینی نگاهشونو حس کردم. پیش اومده چند سال پیش مراسم ختم رفتم جوراب نپوشیدم و لاک زدم و خانومای مجلس به حالت ناخوشایندی نگاهم کردن که انگار یک آدم متفاوت از اون جمع و حس می‌کردم با خودشون می‌گن این چه تیپیه که به خودش زده» (مصاحبه‌شونده کد ۲).

۳.۳.۴ نگاه خیره دیگری مسلط

شکل‌گیری شرم بدنی در زنان ارتباط وثیقی با این احساس آن‌ها دارد که دائماً خود را تحت نظارت و مراقبت نوعی نگاه خیره مسلط مردانه می‌دانند. این نگاه خیره به دنبال بدن‌های جذاب و مطلوب می‌گردد و متناسب با خواست‌های خود مجموعه‌ای از استانداردهای فرهنگی شکل می‌دهد که بدن مطلوب را تعریف می‌کنند. «شرم بدنی شرمی است که افراد زمانی آن را احساس می‌کنند که بدن‌شان با مجموعه‌ای از معیارهای فرهنگی درونی شده متناسب نباشد»

(کارسیریر و آسمن (Carcireiri & Osman)، ۲۰۱۲: ۱). به بیان دیگر، شرم بدنی عمدتاً محصول موقعیتی است که در آن بدن‌انگاره زنان متناسب با معیارهای فرهنگی مردانه شکل می‌گیرد: «قطعاً طبق تفکر و منطق اطرافیانمون و به‌ویژه آقایون باید تغییر بدی. من هر پوششی که داشتم واسه خاطر این بوده که از نگاه اونا درامان باشم و خودم اذیت نشم نه اینکه اونا برام ارزشی داشته باشن و اینکه اونا تحریک نشن یا شوهرم عصبانی نشه یا برادرم غیرتی نشه، فقط بخاطر راحتی خودم مثلاً آگه خواستم مهمونی برم که مختلط بوده و آقایون زیادی تو مهمونی بودن صرفاً برای راحتی روان خودم یه روسری اضافه کردم» (مصاحبه‌شونده کد ۹).

در نمونه عبارت فوق، با این که سوژه از نوعی بی‌اعتنایی نسبت به نگاه مسلط سخن می‌گوید، اما به وجود آن و الزام‌های آن بر بدن زنان اذعان دارد. این الزام‌ها در شدیدترین وجوه خود می‌توانند سر از آزار و اذیت‌هایی در بیاورند که ذیل مقوله قربانی‌شدن جنسی (sexual victimization) قرار می‌گیرند. اعمالی مثل تماس جنسی، اقدام به تجاوز، زورگویی جنسی (sexual coercion) و تجاوز از این جمله‌اند و رابطه مشخصی با شرم بدنی دارند. این اعمال عمدتاً منبعث از نگاه مسلط مردانه‌اند که بدن زنانه را قلمرو تاخت و تاز خویش می‌پندارد. بدین ترتیب، قربانی‌شدن جنسی هم نقطه اوج تجلی شرم بدنی است و هم بازتولیدکننده آن: «از آن‌جا که قربانی‌شدن جنسی نوعی نقض حریم بدن فرد است، احساس‌های ناخوشایندی که از این تجربه قربانی‌شدن نشأت می‌گیرد باعث می‌شوند توجه فرد بیش از پیش به بدن‌اش معطوف گردد و بیشتر ابعاد منفی و نقایص و کاستی‌های آن را مورد توجه قرار دهد و لذا احساس شرم بدنی او بیشتر شود» (همان: ۱). به علاوه، نکته اصلی این است که خود قربانی‌شدن جنسی محصول سیطره نگاه خیره مردانه است. «در کل من دوست ندارم بیرون شخص غریبه‌ای منو ببینه و متلک بندازه و یا مزاحمتی ایجاد کنه از اونجایی که خودم پایین‌تنه درشت‌تری دارم اصلاً دوست ندارم کسی دید بزنه یا حتی برجستگی بالاتنم دوست ندارم مشخص باشه واسه همین ماتنوی بلندتری می‌پوشم نه بخاطر اجبار شوهرم یا پدر و ... خودم کلاً دوست ندارم بدنم دیده بشه و احساس می‌کنم اینطوری خیلی راحت» (مصاحبه‌شونده کد ۱۱).

در این اظهارنظر به وضوح می‌توان رابطه نگاه خیره، شرم بدنی و سویه‌هایی تلویحی از قربانی‌شدن جنسی را دید. گویه‌هایی که برای سنجش شرم بدنی استفاده می‌شوند اغلب از این‌گونه اظهارات قابل استنتاج‌اند: به‌طور مثال، «وقتی که آن‌طور که باید جذاب به نظر نمی‌آیم احساس می‌کنم آدم بدی هستیم»؛ «اگر بفهمم که دیگران می‌دانند وزن من واقعاً چقدر است

احساس شرم می‌کنم»؛ «وقتی که سایز بدنم آنی که فکر می‌کنم باید باشد نیست، احساس شرم می‌کنم» و «از خودم خجالت می‌کشم وقتی که تلاش نکرده‌ام به مطلوب‌ترین وجه جلوه کنم». این گویه‌ها اغلب احساس‌هایی‌اند که در واکنش به نگاه خیره مردانه در ذهنیت زنانه شکل می‌گیرند.

۴.۳.۴ درونی‌سازی فرودستی

در وضعیت فعلی شهر سنندج، به‌رغم ورود مناسبات نهادی و ساختاری مدرن، هنوز سنت‌ها و عرف‌های مردانه سیطره دارند؛ در روابط و قواعد خانوادگی، در نظام حقوقی و نیز در جزیی‌ترین ابعاد تعامل اجتماعی رنگ‌وبو و ردپای مردسالاری دست بالا را دارد. در این وضعیت، احساس شرم بدنی جزیی لاینفک از زنانگی به حساب می‌آید و به‌واسطه خود موقعیت‌های فرودستانه زنان بازتولید می‌شود. این شرم بدنی دو وجه دارد: وجه اول ارزیابی منفی فرد از بدن خویش است و وجه دوم میل او به پنهان‌نمودن خویش و بدن خویش. اظهارات مصاحبه‌شوندگان نشان می‌دهد که این دوجه ارتباط تنگاتنگی با فرودستی زنان دارد: «هرکاری که انجام می‌دم احساس می‌کنم باید به کسی جواب پس بدهم و نباید انگشت‌نما بشم. سعی می‌کنم کاری نکنم که بهم تذکر بدن و خجالت‌زده شم. تو فضای خارج از خونه شده متلک یا شوخی از غریبه و رهگذرا بشنوم ولی واکنش من در برابر این قبیل رفتارها سکوت کردنه چون دوست ندارم طرف با خودش فکر کنه که آگه من جوابی دادم به معنای اینکه منم مایلم و اون بیشتر به مزاحمتش ادامه بده. به‌عنوان یک زن باید همیشه مراقب باشیم همه چیزمون برای طرف مقابل رو نشود» (مصاحبه‌شونده کد ۱۰).

این شرم بدنی منبعت از فرودستی گاهی به عدم‌رضایت بدنی منجر می‌شود، اما حتی چیزی فراتر از عدم‌رضایت بدنی است، زیرا «عدم‌رضایت بدنی بیشتر به سایز بدن، شکل بدن و وزن مربوط است، در حالی که شرم بدنی هم به این‌ها و هم به بسیاری ابعاد دیگر نفس بدن‌مند زنانه، نظیر بوی بدن، عریانی و موی بدن، مربوط می‌شود» (شولر و همکاران (Schooler et. al)، ۲۰۰۵: ۳۲۵). از اظهارات مصاحبه‌شوندگان می‌توان استنتاج کرد که این نوع احساس شرم حتی با احساس گناه هم متفاوت و از آن مخرب‌تر است.

احساس گناه زمانی است که فرد تصور کند کار بدی انجام داده است، یعنی بیشتر با افعال و اعمال فرد مربوط است، اما احساس شرم مستقیماً به خود فرد ربط دارد، یعنی زمانی که فرد احساس می‌کند نقص یا ضعفی دارد. احساس شرم مخرب‌تر است، زیرا در

این جا کل هویت فرد است که زیر تیغ ارزیابی و نقادی می‌رود و به طرز منفی برنگریسته می‌شود (تانگنی (Tangney)، ۱۹۹۶: ۷۴۳).

«من از پوشش تو خونه کنار پدر و برادرم احساس خجالت ندارم، ولی اونا این اجازه رو نمی‌دادن و می‌گفتن این کارت یعنی بی‌احترامی به بزرگ‌ترت یا میگفتن گناهه یا عیبیه. با اینکه تابستونا از گرما کلافه می‌شدم و واقعاً اذیت می‌شدم از پوشیدگی بدنم ولی مجبور بودم به خواست و علاقه اونا حتی تو خونه لباسای پوشیده تنم کنم» (مصاحبه‌شونده کد ۱۱).

موقعیت فرودستی زنان آن‌ها را وادار می‌کند دائماً جهت جلب توجه دیگری مسلط، به استفاده از مکانیسم «نظارت بر خود» متوسل شوند، مکانیسمی که طی آن فرد می‌کوشد ظاهر جسمانی‌اش مطلوب جلوه کند. نگرستن به خود به از چنین منظری باعث می‌شود که زنان غالباً بدن خود را با آن با دسته از استانداردهای فرهنگی مربوط به بدن که در جامعه رایج و مسلطاند مقایسه کنند. در فرهنگی که این استانداردها (لاغر، جوان و خوش‌اندام) به آسانی قابل دستیابی نیستند، حاصل این مقایسه برای اکثر زنان احساس شرم، نقصان و ضعف است. «شرم بدنی نیز، که معنایی به جز ناکامی در دستیابی به ایده‌آل‌های بدنی درونی شده ندارد، به نوبه خود می‌تواند به پیامدهایی بسیار مخرب مثل افسردگی، اختلال در خوردن و مشکلات جنسی بینجامد» (کلاود، وارن و دورت، ۲۰۱۲: ۴۴۹). «ما تو جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که دین و قانون و سنت بر سرمون حاکمه و خصوصاً در کوردستان سنت به شدت بین خونواده‌ها در جریانه و ما هم ناچار باید ازش تبعیت کنیم. سنت هم همیشه حق را به مردها داده. اصلاً هیچ کسی و هیچ قانونی طرفدار زنان نیست. هم زور مرد بالای سر ماست، هم زور دولت و هم زور سنت‌های قدیمی. این همه بیماری‌های عصبی و روانی که در بین زنان وجود داره بی‌دلیل نیست» (مصاحبه‌شونده کد ۱۴).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رتال جامع علوم انسانی

۵.۳.۴ اثرات بیولوژی زنانه

نوع نگاه زنان به کارکردهای بدن خویش و نیز داشتن هرگونه نقص و معلولیت جسمانی تأثیرات بسیاری بر خودانگاره، بدن‌انگاره (body image) و احساس شرم بدنی نزد آن‌ها دارد. به‌طور مثال، تحقیقات نشان می‌دهد که «اکثر زنان از بردن اسم واژه قاعدگی و صحبت کردن درباره آن احساس شرم می‌کنند. آن‌ها گاهی حتی از صحبت کردن درباره هر چیزی که مربوط به اندام‌های تناسلی و روابط جنسی باشد احساس شرم می‌کنند» (شولر و همکاران، ۲۰۰۵: ۳۲۴). حتی «زنانی که قاعدگی را چیزی شرم‌آور می‌دانند، شیردهی را نیز کاری شرم‌آور

می‌دانند» (رابلد و همکاران (Robledo et. al)، ۲۰۰۷: ۲۵). زیرا هر دو این کارکردها ذیل نوعی از شرم بدنی به نام شرم تولیدمثل (reproductive shame) قرار می‌گیرند و «شرم تولیدمثل در واقع واکنشی است به باورها و تصوراتی که در افکار عمومی و در گفتمان پزشکی درباره قاعدگی و شیردهی وجود دارد» (همان: ۲۶). اظهارات مصاحبه‌شوندگان بیانگر آن است که آن‌ها به شدت مراقب‌اند که در این زمینه‌ها درجه احساس شرم بدنی خویش را مدیریت کنند: «از اونجایی که برجستگی بالاتنم مقداری بیشتر از بقیه اعضای بدنم به چشم می‌ومد، از همون بچگی مادرم تأکید می‌کرد که سیتو بپوشون. من حتی کمی قوز می‌کردم که نکنه کسی اون قسمت از بدنمو ببینه و اون احساس شرم از بدن خودم از همون موقع در من شکل گرفت» (مصاحبه‌شونده، کد ۱).

از تحلیل مصاحبه‌ها همچنین می‌توان استنتاج کرد که زنان واقف‌اند که گفتارهای مسلط مردانه بدن زنانه را صرفاً قلمرو لذت و میل مردانه می‌دانند، لذا زنان اغلب تمایل پیدا می‌کنند تا این قلمرو را به شکل فزاینده‌ای برای مردان جذاب نگه دارند. درست به همین دلیل، آن‌طور که مصاحبه‌ها نشان می‌دهد، آن دسته از زنانی که میزان شرم قاعدگی، شرم شیردهی و شرم تناسلی بیشتری دارند، هم میزان علاقه آن‌ها به انجام فعالیت جنسی کمتر است و هم کمتر از تجربه‌های جنسی و از بدن‌شان لذت می‌برند. این دسته از زنان چون قاعدگی و اندام تناسلی را به منزله چیزهایی کتیف می‌نگرند، احساس شرم بدنی بسیاری هنگام صحبت کردن راجع به این‌گونه قضایا دارند: «از اونجایی که در فضای خانواده یاد نگرفته بودیم راجع به اینا صحبت کنیم، وقتی وارد جمع می‌شوم برام آسان نیست با دوستم راجع به چیزایی مثل عادات ماهانه یا علائق و مشکلات جنسی صحبت کنم. نمی‌دونم، ولی هنوز فکر می‌کنم که این صحبت‌ها هم اضافه و هم خجالت‌آور» (مصاحبه‌شونده کد ۱۸).

تحقیقات نیز نشان می‌دهد که «شرم قاعدگی و شرم تناسلی رابطه مستقیمی با کاهش تجربه جنسی، افزایش ریسک‌پذیری جنسی و کاهش رضایت جنسی دارند. این بدان معناست که شرم بدنی نقشی کلیدی در فرایند کلی جامعه‌پذیری جنسی زنان دارد» (شولر و همکاران، ۲۰۰۵: ۳۲۵). به‌طور خلاصه، زنانی که در فضاهای مراوده‌های جمعی بیشتر مراقب نظارت بر خود هستند، کارکردهای جسمانی مرتبط با تولیدمثل را بسیار شرم‌آور می‌دانند و از هرگونه بحث و صحبت راجع به آن‌ها می‌پرهیزند.

۴.۴ طرد اجتماعی خود - خواسته

۱.۴.۴ پذیرش ویژگی‌های جنس دوم

یکی از عمده‌ترین پیامدهای احساس شرم بدنی نزد زنان آن است که به تدریج خودپنداره جنس دوم را در وجود خویش درونی می‌سازند، بدین معنا که این‌قدر از زاویه تعاریف و توصیف‌های مردانه به خود می‌نگرند که دست‌آخر آن شیوه نگرستن را با خود واقعی‌شان این‌همان می‌کنند. در این نوع خود - ایژه‌سازی که فی‌نفسه متضمن و مولد احساس شرم بدنی است، فرد هنگام ارزیابی بدن خویش بر اساس معیارهای فرهنگی درونی‌شده نوعی احساس ناقص‌بودن و فرعی‌بودن بهش دست می‌دهد و چون هیچگاه نمی‌تواند به بدن ایده‌آل مطلوب فرهنگ مصرفی مردانه دست یابد، پس از مدتی دست‌وپنجه‌نرم کردن با اختلال ایماژ بدنی (body image disturbance)، خودپنداره جنس دوم را به‌مثابه هویت واقعی خویش می‌پذیرد. در این‌جا او هر سه حالت نظارت بر خود، احساس شرم بدنی و عدم‌رضایت بدنی را تجربه می‌کند، چرا که تحقیقات نشان داده‌اند که «افزایش شرم بدنی و نظارت بر خود رابطه مستقیمی با عدم‌رضایت بدنی دارند» (فوربس و همکاران، ۲۰۰۶). «جایی که مردها هم هستند هر کاری همیشه انجام داد و هر چیزی هم همیشه گفت. مثلاً جایی که همه روسری سرشون هست و یهو روسری از سر من می‌وفته خودبه‌خود خجالت می‌کشم. بالاخره هر چه باشد من یک زنم و نمی‌یشه کامل شبیه مردها باشم. مثلاً یادمه یه بار رفتم عروسی و دامن کوتاه پوشیدم ولی از خانواده خودم بگیر تا اطرافیان اونقدر چپ‌چپ نگاه کردن که آب شدم. واقعاً باید قبول کنیم که یک زن باید مراقب خودش باشد و الکی هزینه ندهد» (مصاحبه‌شونده کد ۱۳).

اکثر مصاحبه‌شوندگان بر این باورند که در موقعیتی متناقض می‌زیند. از یک‌سو در عالم واقع با انواع محدودیت‌های اخلاقی و دینی و عرفی مواجه‌اند و از دیگر سو جامعه تحت‌تأثیر فرهنگ مصرفی انتظارات و تعاریف جدیدی از زن مطلوب دارد. «فرهنگ مصرفی همزمان که بر ظاهر جذاب و زیبا تأکید می‌کند، داشتن سرمایه و پول و امکانات لاکچری را نیز به‌مثابه ملاک ارزشمندی و پرستیژ بازنمایی می‌کند» (آشیکالی و دیتمار (Ashikali & Dittmar)، ۲۰۱۱). عمده‌ترین دلالت‌های هم‌نشینی این دو مقوله آن است که «افرادی که ارزش‌های مادی را درک و تایید می‌کنند همان‌هایی‌اند که ایده‌آل بدن کامل را درونی می‌سازند و لذا احتمال بیشتری دارد که عدم‌رضایت بدنی را تجربه کنند» (سان (Sun)، ۲۰۱۸: ۱). در هر حالت، زنان احساس می‌کنند که باید به «دیگری بزرگ» دائماً پاسخگو باشند، چه در رعایت الزام‌ها و محدودیت‌هایی که بر زیست‌جهان زنانه تحمیل می‌کند و چه در برآوردن انتظارات او که از خود

موجودی زیبا و جذاب و مطلوب او بسازند. آن‌ها بدین‌سان نادانسته ویژگی‌های جنس دوم را درونی می‌سازند. «خیلی سخته. یه جا باید اینقد به خودت برسی که پیش دیگران کم نیاری؛ یه جا باید مواظب باشی که ازت سواستفاده نشه. خیلی از زنان درگیر رقابت در جراحی پلاستیک و کاشت مژه و ناخن و غیره هستن، اینا دیگه مثل قدیم از این چیزها خجالت زده نمی‌شوند، اما همین زنا هم چهارچشمی مراقب خودشونند که مردها ازشون سواستفاده نکنند. خب واقعاً این شکل زندگی خیلی سخته» (مصاحبه‌شونده کد ۹).

۲.۴.۴ کناره‌گیری از برخی فضاها و فعالیت‌ها

اظهارات سوژه‌ها گویای آن است که تجربه شرم بدنی نزد زنان گاهی به کناره‌گیری و انزوای آن‌ها از برخی فضاها و فعالیت‌های اجتماعی می‌انجامد. این مخصوصاً در جاهایی است که آن‌ها احساس می‌کنند به‌خاطر جسم زنانه تمسخر، تحقیر یا طرد می‌شوند، یعنی با پدیده شرمسارکردن بدنی (body shaming) مواجه‌اند: «تحقیر و تمسخر یک فرد بخاطر شکل یا سائز بدن او که می‌تواند تروماهای عاطفی شدیدی در او، به‌ویژه در ایام جوانی، ایجاد کند. شرمسارکردن بدنی می‌تواند حتی کل سلامت روانی و جسمانی او را به خطر اندازد» (آریوموگام و همکاران (Arumugam et. al)، ۲۰۲۲: ۱۰۶۸). البته این اتفاق زمانی می‌افتد که تجربه شرم بدنی به حد افراط برسد، طوری که دیگر برای فرد قابل تحمل نباشد: «وقتی به پیاده‌روی یا کوهنوردی می‌روم درحالی که آرایش چندانی هم ندارم و لباس‌های گشادتری به تن می‌کنم انواع متلک‌ها و آزارهای کلامی می‌شنوم. بوده حتی تو پارک، تو اتوبوس، تو عروسی اذیت شده‌ام. به‌نظرم خیلی از زنان اینا را دیده‌اند. گاهی به سرم زده که دیگه هر جا که مردها زیاد بودند تنهایی نروم» (مصاحبه‌شونده کد ۱۴).

تصمیم به عقب‌نشینی آسان‌ترین واکنشی است که یک زن به فشارهای اجتماعی نشان می‌دهد. اما همین زن واقف است که هر چه بیشتر کناره‌گیری کند، میزان موفقیت و پیشرفت اجتماعی او کمتر خواهد بود، لذا دچار تناقض و سرخوردگی می‌شود و می‌کوشد راهی برای غلبه بر احساس شرم بدنی بیابد. اگر در یافتن این راه‌حل موفق نشود ممکن است دچار ترومای عاطفی و اختلال‌های روانی بشود. در این صورت، بیش از هر زمان تنهایی و فرودستی زنان را حس خواهد کرد: «خیلی وقتا تصمیم می‌گیرم که فقط واسه خودم زندگی کنم. خیلی جاها نمی‌روم و تعداد دوستانم خیلی کمه. ولی همیشه، آخه مجبوری، بالاخره محل کار،

دانشگاه، خیابان، مهمانی و چیزهایی از این قبیل نمی‌تونی کامل ول کنی. ولی تو هیچکدوم از اینا راحت نیستی. نمی‌دونم چرا اینجا حس میکنم خودم نیستم» (مصاحبه‌شونده کد ۱۷).

۳.۴.۴ شرم بدنی به‌مثابه وسیله‌ای برای پاسداشت حریم شخصی

شرم بدنی، طبق تحلیل زنان، گاهی نقش ایجابی دارد و زنان به‌میانجی آن مرزهای حریم شخصی (privacy) و حوزهٔ خصوصی خویش را از تعرض دیگری مصون می‌دارند. شرم در این‌جا هیجانی سازنده در جهت تقویت خود - آیینی فرد است و به زن کمک می‌کند در انتخاب افرادی که وارد دنیای ذهنی و عینی او می‌شوند نهایت دقت و استقلال عمل را داشته باشد: «نمی‌دونم منظور شما از شرم چیه. ولی به نظر من شرم نوعی غرور در معنای مثبت آن است. یه زن نباید همین‌جوری به روی هر کسی بخندد یا به‌سادگی اجازه دهد هر کسی با او راحت بگیرد. به نظرم شرم اگر نباشد هر کی می‌تونه از ما زنان سوءاستفاده کند» (مصاحبه‌شونده کد ۱۱).

اظهارات مصاحبه‌شوندگان گویای آن است که آن‌ها بسیاری از چیزهای زندگی را پس پرده و غیرقابل‌گفتگو نگه می‌دارند. مثلاً در حوزهٔ گفتگو دربارهٔ بدن (body talk) به‌سادگی با هر کسی وارد بحث نمی‌شوند. آن‌ها می‌دانند که

لازمهٔ گفتگو دربارهٔ بدن، که درواقع وجهی از تجربهٔ ابژه‌شدن (objectification) به- میانجی مراده‌های بیناشخصی است، آن است که افراد طی این گفتگو ظاهر خویش و ظاهر دیگران را واری و مانیتور کنند، نوعی نظارت بر بدن که اغلب به شرم بدنی می‌انجامد (وَنگ و همکاران (Wang et. al.)، ۲۰۲۰: ۲).

زنان به‌مرور در مراده‌های اجتماعی این مسئله را دریافته‌اند که شرم بدنی آنگاه که در وجهی سازنده و به‌مثابه عنصری ایجابی استفاده نمی‌شود با برخی احوال و عواطف منفی دیگر مثل دغدغه‌های مرتبط با بدن‌انگاره، اختلال در غذا خوردن، احساس نداشتن جذابیت جنسی، افسردگی و اعتمادبه‌نفس پایین پیوند می‌یابد. درواقع، زنانی که شرم بدنی را به‌طرزی ایجابی جهت حفظ غرور و استقلالاً حریم شخصی استفاده می‌کنند همه این جوانب منفی را در فرایند این استفاده در پراوتز می‌گذارند: «در طول روز که از محل کار یا دانشگاه به منزل برمی‌گردم چنین چیزهایی را به‌کرات دیدم، حتی دقت کردم مواقعی که اصلاً آرایش ندارم خیلی بیشتر مزاحمت ایجاد می‌شود لذا هر بار برای کوه رفتن یا یک پیاده‌روی معمولی هندزفری می‌زنم که

صدای کسیو نشنوم و همیشه نگرانم که کسی دنبالم نیفته یا مزاحمتی برام ایجاد نکنه» (مصاحبه‌شونده کد ۲۰).

۴.۴.۴ نداشتن اعتمادبه‌نفس برای ایفای نقش‌های کلیدی و پذیرش مسؤلیت‌ها

یکی از مضامین مشترک در روایت‌های زنان از تجربه شرم بدنی‌شان در فضاهای جمعی آن است که اکثر آن‌ها اعتمادبه‌نفس لازم برای پذیرش نقش‌های کلیدی در جامعه را ندارند. طبق اظهارات آن‌ها، این امر عمدتاً حاصل آن است که آن‌ها حداقل برای چند بار فرایند شرمسارکردن بدنی را تجربه کرده‌اند و همواره از رخداد مجدد آن در فضاهای جمعی دهشت دارند. شرمسارکردن، که طی آن یک زن شاهد اظهاراتی منفی درباره بدن خود بوده است، از اندرز تا فحش و اهانت را شامل می‌شود، یعنی درواقع نوعی پرخاش اجتماعی با انواع پیامدهای مخرب است. زنی که دائماً دلواپس است که مبادا اظهارنظری منفی و نامناسب راجع به وزن یا سایز بدن او صورت نگیرد، چگونه می‌تواند از پس ایفای کلیدی‌ترین نقش‌های اجتماعی برآید: «بادمه واسه گرفتن گواهینامه رانندگی رفتم کلاس آیین‌نامه. اون کلاسماً اکثراً شامل مرد بودن و کافی بود خانومی حرفی بزنه کلی حرف بارش می‌کردن واسه همین ترجیح می‌دادم که چیزی نگم و ساکت باشم. من معمولاً دوست ندارم انگشت‌نما بشم از اینکه کسی بهم تذکر بده خیلی خیلی بدم میاد واسه همین سعی می‌کنم کاری نکنم که بهم تذکر بدن که من خجالت‌زده شم» (مصاحبه‌شونده کد ۷).

اعتمادبه‌نفس زنان در حوزه بدن‌نگاره را امروزه فرهنگ مصرفی بیش از هر عامل دیگری تضعیف می‌کند، چراکه «بین فرهنگ مصرفی و دغدغه‌های افراد در زمینه ایماژ بدنی رابطه وجود دارد. در فرهنگ مصرفی همواره دو نوع ایده‌آل تبلیغ می‌شود: ایده‌آل بدن کامل و ایده‌آل زندگی مادی خوب. بدن ایده‌آل برای زنان بدن خیلی لاغر است و برای مردان بدن خیلی تنومند؛ و زندگی مادی خوب یعنی رفاه و امکانات لاکچری و سبک زندگی مجلل. رسانه‌های طوری این دو ایده‌آل را کنار هم تبلیغ می‌کنند که گویی از اساس با هم پیوند ذاتی دارند. مثلاً در آگهی‌های تجاری فردی که ظاهر جذاب دارد، حتماً سبک زندگی مجلل هم دارد» (سان، ۲۰۱۸: ۱). مسئله این‌جاست که تلقی‌ای که زنان از بدن خویش و از توان‌های روانی و جسمانی‌شان دارند غالباً از قیل مقایسه خود واقعی‌شان با تبلیغات فرهنگ مصرفی به دست می‌آید و چون در قیاس با آنچه در این فرهنگ بازنمایی می‌شود معمولاً کم دارند لذا اعتمادبه‌نفس‌شان برای نقش‌های اجتماعی و ظاهر شدن در اجتماع را از دست می‌دهند: «جامعه

از زنان انتظاراتی دارد که هر زنی نمی‌تواند برآورده کند. از یک طرف تو را جنس ضعیف می‌پندارد و از دیگر سو ازت یه قهرمان می‌سازد. ما دائماً بین این دو گیریم و واقعاً در این شرایط آدم مستأصل میشه» (مصاحبه‌شونده کد ۶).

۵.۴.۴ خودسانسوری و زدن نقاب به چهره

تجربه شرم بدنی که از بطن نظارت بر خود و خود - ابژه‌سازی زاده می‌شود^۲ به‌طرزی پارادوکسیکال می‌تواند به کتمان نفس و خودسانسوری بینجامد. برخی از زنان، طبق محتویات مصاحبه‌ها، گاهی ترجیح می‌دهند زنانگی خویش را پنهان سازند تا در یک فضای جمعی مختلط آسان‌تر مراد کرده کنند. این زنان که به‌طرزی ناخودآگاه به درجه رویت‌پذیری خویش در این فضاها واقف‌اند، به‌طرزی خودآگاه رفتارها و خصایل نمایان زنانه خویش را تا جایی که ممکن است از معرض دید دیگری مسلط مخفی می‌سازند و بدین طریق مانع بازنمایی خویشتن زنانه‌شان می‌شوند. این خودسانسوری تعمّدی به‌مثابه برآیندی از احساس شرم بدنی تداوم بقا در جمع با کمترین هزینه روانی و اجتماعی: «الان هم خیلی چیزا تو جامعه وجود داره که مجبوری بخاطرشون مراقب رفتارت باشی. من معمولاً خیلی چیزامو به دیگران نمی‌گم. لازم نیست اونا بدونند که مثلاً وزن یا سایز بدنت چیه. ولی متأسفانه جامعه از ما انتظاراتی داره که چون نمی‌تونن برآورده کنی، لذا نمی‌تونن خودت باشی، یعنی مجبوری خودتو سانسور می‌کنی» (مصاحبه‌شونده کد ۲).

برخی از مصاحبه‌شوندگان اظهار می‌داشتند که در برخی فضاهای جمعی مثل عروسی رفتار مردها طوری است که تو درمقام زن دائماً احساس می‌کنی در جزئی‌ترین رفتارها و حرکات و گفتار و سخنان در حال پاییده‌شدن هستی. این احساس نظارت دیگری به‌نوبه خود سازوکار نظارت بر خود را که سرچشمه اصلی شرم بدنی است به‌شکلی فراینده فعال می‌سازد.

«در عروسی‌ها همیشه احساس می‌کنم که چارچشمی منو می‌پایند. لذا هم خیلی مراقب خودم هستم و هم زیاد نمی‌تونم خودم باشم. باید هی خودمو جمع کنم» (مصاحبه‌شونده کد ۱۳).

۵.۴ مقاومت‌های سلبی

۱.۵.۴ تلاش برای پنهان کردن نقص‌های بدنی

زنان در فضاهای جمعی به انحاء مختلف می‌کوشند تا هر گونه نقص، کاستی و زشتی بدنی را از دیده عموم پنهان بدارند. انجام عمل‌های جراحی، آرایش غلیظ، رژیم‌های غذایی و پوشیدن لباس‌های متناسب با بدن در زمره رایج‌ترین تاکتیک‌هایی‌اند که آن‌ها را به این راهبرد نزدیک می‌کند. از آن‌جا درجه و شدت احساس شرم بدنی ناشی از داشتن نقص‌های بدنی بسیار بالا است، لذا زنان در این زمینه برای پرهیز از این نوع احساس شرم شدید حاضرند هر گونه هزینه‌ای بکنند: «نمی‌دونی از وقتی که بینی‌ام را عمل کرده‌ام چه احساس خوبی دارم. الان دیگه خیلی راحت خودمو نشون می‌دهم. قدیم لحظه به لحظه نگران بودم که طرف مقابل منو زشت می‌داند. به نظرم کافیه در ظاهر بی‌مشکل باشی تا با خیال راحت در جمع حاضر بشی و خودتو جدی بگیری» (مصاحبه‌شونده کد ۸).

تلاش زنان در این زمینه را به‌لحاظ مفهومی می‌توان ذیل مقوله «آگاهی از بدن ابژه‌شده» (objectified body consciousness) معنا کرد. این مقوله دلالت دارد بر

تجربه کردن بدن به‌مثابه یک ابژه و باورهایی که این تجربه را حمایت می‌کنند، لذا سه وجه دارد: نظارت بر بدن، یعنی بررسی دائمی بدن و نگرستن به آن از بیرون به‌عنوان یک ناظر خارجی؛ شرم بدنی، یعنی حالتی عاطفی که طی آن شخص احساس می‌کند بدنش با معیارهای فرهنگی متناسب نیست؛ و باور به کنترل ظاهر، یعنی باور به اینکه فرد می‌تواند ظاهر خود را کنترل کند (وَنگ و همکاران، ۲۰۲۰: ۱).

نتیجه این‌که زنان که تا این اندازه آگاهی دارند بدن‌شان در معرض دید «دیگری بزرگ» است می‌کوشند تمام تقایص، زشتی‌ها و کاستی‌های آن را پنهان بدارند تا از به ورطه احساس شرم بدنی نیفتند: «وقتی احساس که فقط به‌خاطر یه مشکل کوچیک تو را دست‌کم می‌گیرند اعصاب خرد میشه. بارها بوده در پارتی و عروسی که خواسته‌ام خودی نشون بدم فقط به‌خاطر این مشکل چشم‌تونسته‌ام. تا این‌که رفتم عمل کردم و الان خیلی راحت‌م» (مصاحبه‌شونده کد ۱۶).

۲.۵.۴ نمایش جذابیت‌های بدنی و حرکتی و گفتاری

به‌باور زنان، به‌هنگام حضور در فضاهای جمعی آن‌هایی موفق‌ترند که بتوانند آن فضاها را به‌مانند صحنه نمایش در نظر بگیرند و بکوشند همچون بازیگران صحنه مطلوب‌ترین و خوشایندترین تصویر را از خود به نمایش بگذارند. طبق این باور، مخاطبان اصلی زنان در فضاهای جمعی مردان هستند که مثل حضار سالن‌های تئاتر نظاره‌گر بازی بازیگران و در جستجوی لذت حاصل از این کنش تماشاگری‌اند. بدین‌سان زنان می‌کوشند نهایت استفاده را از تبادلات غیرکلامی و زبان جسمانی (ادا و اطوار، حرکات دست، نگاه، طرز راه رفتن و جز آن) و نیز ارتباطات کلامی (واژگان، لحن صحبت کردن، تُن صدا، لطافت کلام و غیره) به عمل آورند. این تلاش برای نمایش خویشتنی مطلوب و برجسته‌سازی و رؤیت‌پذیر کردن ابعاد جذاب جسمانی در واقع راهبردی است برای غلبه بر احساس شرمی که نَفَس زنانگی و دلالت‌های آن برای زنان ایجاد می‌کند. در جامعهٔ ما هنوز در برخی فضاها شرم بدنی و زنانگی به‌طرزی لاینفک به هم پیوند خورده‌اند و زنان بر اساس این استراتژی تلاش دارند به‌میانجی خود زنانگی بر این احساس شرم غلبه کنند و پیوند این دو مقوله را در عمل از هم بگسلند: «اگر دقت کنی زانی می‌تونن تو جامعه جایگاه واسه خودشون ایجاد کنن که با هنرمندی و جذابیت توجه جنس مخالف را به خود جلب کنن. این زنان اصلاً چیزی به اسم شرم نمی‌شناسند که هیچ، تازه کلی هم به زن بودن خود افتخار می‌کنند» (مصاحبه‌شونده کد ۱۷).

۳.۵.۴ والایش دادن امیال جسمی در قالب عشق و احساس

یکی از رایج‌ترین استراتژی‌ها در میان زن برای غلبه بر شرم بدنی والایش دادن امیال جسمانی در قالب عشق و احساس‌های عاطفی است. طی این استراتژی زنان می‌کوشند در بحث رابطه با دیگری مذکر بیشتر بر عشق، عاطفه، وفاداری، پایبندی و همدلی تأکید کنند و اثبات کنند که در انتخاب همدم زندگی جنبه‌های جسمانی و معیارهای بدنی اولویت اصلی را ندارند. این راهبرد را عمدتاً زنانی به‌کار می‌گیرند که در نمایش جذابیت‌های جسمانی چندان چیره‌دست نیستند و می‌کوشند با برساخت و تثبیت نوعی نَفَس قوی زنانه خود را به‌عنوان ناجی عاطفی یا منبع احساس و هیجان بازنمایی کنند: «وقتی که همه رابطه زن و مرد در جسم خلاصه شود معمولاً زنان بازنده‌اند، چراکه زن این‌جا کالایی است که باید منتظر باشد ببیند مرد او را می‌پسندد یا نه. اگر نپسندد خودبه‌خود از خود احساس خجالت خواهد کرد. درحالی‌که زن کلی توانمندی‌های

دیگر دارد و باید اونها را رو کند. زن باید الهه ناز و عاطفه و گرمابخش زندگی باشد» (مصاحبه‌شونده کد ۱۵).

۴.۵.۴ طرد قواعد مردانه و تلاش برای زنانه‌کردن فضاها و هنجارها

شرم بدنی در میان زنان بعضاً از این واقعیت اجتماعی نشأت می‌گیرد که فضاها و هنجارهای جنسیتی تعریف‌شده در جامعه واجد اهمیت، جایگاه و قدرت برابر نیستند و روابط قدرت مرتبط با این فضاها به‌طور کاملاً نابرابر توزیع شده است. تا زمانی که چنین باشد، زنان لاجرم شرم بدنی را تجربه می‌کنند، زیرا جایگاه آن‌ها در مناسبات اجتماعی جایگاهی فرودستانه است و دائماً زیر سیطره نگاه خیره‌دیگری مذکر قرار دارند و با پدیده رویت‌پذیری جسمانی دست و پنجه نرم می‌کنند. درست به‌همین دلیل زنان می‌کوشند فضاها، هنجارها و نقش‌های جنسیتی موجود را بازتعریف و بازتصرف کنند. به‌باور آنان، تا زمانی که جنسیت‌زدایی از فضاها و قواعد موجود اتفاق نیفتد زنان همچنان از بدنشان احساس شرم خواهند داشت. به‌کارگیری تاکتیک تصرف فضاها مردانه در صورت موفقیت به تحقق استراتژی تضعیف قواعد مردانه و تضعیف احساس شرم در زنان خواهد انجامید: «در این جامعه، هر جا می‌رم احساس می‌کنم غریبه‌ام و باید خودمو معرفی و اثبات کنم. وقتی مهمانی می‌روی باید مراقب طرز رفتار باشی، وقتی خیابان، بازار، کافی‌شاپ، پارک، سینما و غیره می‌روی باز باید مراقب باشی. انگار همه جا ناامنه، چرا چون تو یک زن هستی و هیولای مرد برای تو همه جا هست. تا این مسایل عوض نشود محاله زنان بتوانند راحت باشند» (مصاحبه‌شونده کد ۸).

۵. بحث و نتیجه‌گیری

ایده اصلی که از دل تحلیل داده‌های این پژوهش بیرون می‌آید این است که آنچه امروزه زنان باعنوان احساس شرم بدنی در فضاها جمع‌تجربه می‌کنند با سرشت این احساس در جوامع پیشین متفاوت است. این ایده مبین آن است که شرم بدنی در زمانه حاضر در متن مواجهه ناگزیر و همه‌جانبه و هر روزه زنان با فرهنگ مصرفی‌ای پدید می‌آید که هنوز به شیوه‌هایی بسیار ظریف و پیچیده مردسالار است. جوامع معاصر که تحت سیطره فرهنگ مصرفی‌اند هم زمینه‌های حضور بدن‌مند زنان در فضاها جمع‌تجربه را بیش از پیش فراهم ساخته و هم بدن‌انگاره آن‌ها و نیز سرشت شرم بدنی را دگرگون کرده است. بی‌جهت نیست که تحلیل

یافته‌های این پژوهش در قسمت نخستین مضمون اصلی، یعنی خود - ابژه‌سازی، حاکی از نقش کلیدی عواملی چون رسانه‌ها، ابژه‌شدن بدن زنانه، نگاه خیره‌دیگری، درونی‌سازی فرودستی و اثرات بیولوژی زنانه است که جملگی یا مستقیماً به فرهنگ مصرفی اشاره دارند یا اثرگذاری‌شان را در پیوند با آن کسب کرده و ایفا می‌کنند. در جامعهٔ مصرفی معاصر، زنان، بسیار بیشتر از گذشته، در زندگی روزمره و حیات جمعی از بدن خود بهره می‌برند و به مشارکت بدن‌مند احساس نیاز می‌کنند. همین امر وادارشان می‌کند دائماً به بدن‌های‌شان برسند تا در فعالیت‌های هرروزهٔ بازنمایی خویشتن و تأثیرگذاری بر دیگران استفادهٔ بهینه‌تری از آن به‌عمل آورند. از این حیث، بدن زن اصلی‌ترین سرمایهٔ فیزیکی او در جامعهٔ مصرفی است. اما، از سوی دیگر، در همین جامعهٔ مصرفی، بدن‌های زنان دائماً به‌مثابه کالاهایی تجاری تبلیغ و از این طریق ابژه‌سازی می‌شوند. به‌تعبیر چنگ (Cheng) (۲۰۱۵)، «آگهی‌های تجاری سرشارند از تصاویر بدن‌های ایده‌آل زنانه که به‌منزلهٔ ابزارهایی برای جلب توجه مخاطبان به سایر کالاها و نیز برای تحریک میل به مصرف نمایش داده می‌شوند». سایر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نیز برای نمایش و توصیف چیزهای خوب، موفقیت‌ها، دستاوردها و اشکال خوشبختی معمولاً صفحات‌شان را با ایماژهایی کم‌نظیر از ایده‌آل‌ترین بدن‌های زنانه می‌آریند. گویی با هم‌نشین کردن این تم‌ها با آن ایماژها به ما می‌گویند که داشتن بدن کامل موفقیت و خوشبختی به همراه دارد. درست از همین جاست که نوع خاصی از شرم بدنی که محصول مصرف فرآورده‌های فرهنگ مصرفی توسط مخاطبان است در زنان پدید می‌آید. این نوع احساس شرم، آن‌گونه که تحلیل یافته‌های پژوهش حاضر در قسمت دومین مضمون اصلی، یعنی طرد اجتماعی خود - خواسته، نشان می‌دهد، واجد اثراتی است که از آن جمله می‌توان به درونی‌سازی ویژگی‌های جنس دوم، کناره‌گیری از برخی فضاها و فعالیت‌ها، استفاده از شرم بدنی برای پاسداشت حریم شخصی، نداشتن اعتمادبه‌نفس در پذیرش مسؤولیت‌ها و خودسانسوری و زدن نقاب به‌چهره اشاره کرد. فرهنگ مصرفی به زنان القا می‌کند که بدن نُرمال و جذاب و ایده‌آل، بدنی بی‌نقص و بی‌خط‌وخش است که کوچکترین نشانی از زشتی و چاقی و رنگ‌وبوی نژادی و قومیتی در آن دیده نمی‌شود؛ این همان بدنی است که مایهٔ شرم نیست و برای به‌دست‌آوردنش باید کوشید. احساس شرم بدنی آنگاه شکل می‌گیرد که زنان در فرایند تلاش برای دستیابی به این ایده‌آل هیچگاه به‌طور کامل موفق نمی‌شوند و لذا همواره درجاتی از احساس شرم بدنی را در وجودشان دارند.

بدین ترتیب، فرهنگ مصرفی از یک سو احساس شرم بدنی را در زنان تقویت می‌کند و از سوی دیگر وعده درمان آن را می‌دهد تا بدین طریق اجناس آرایشی و کالاهای بهداشتی‌اش را به فروش برساند و زنان را به مشتریان دائمی خود بدل کند. از همین روست که صنعت آرایش تمام آن‌چه که در بدن‌های زنان می‌تواند مایه شرم باشد را یکی‌یکی به آن‌ها معرفی و بر نارضایتی‌های زنان از ظاهرشان سرمایه‌گذاری می‌کند. کوچکترین ضعف یا نقص در ظاهر زنان به‌عنوان نقص‌هایی عمده معرفی می‌شوند و تصاویری از پیش و پس از رفع نواقص در کنار هم گذاشته شده و نمایش داده می‌شوند. در چنین وضعیتی است که زنان اهمیت وافر به ظاهر جسمانی خود می‌دهند، آن را دائماً ارزیابی و واری کرده و به‌مثابه یک ابژه به آن می‌نگرند. نتایج غالب تحقیقات نیز بر نقش قاطع مصرف‌گرایی در رشد فرایند خود - ابژه‌سازی زنان صحنه می‌گذارد (تنگ و همکاران (Teng et. al.)، ۲۰۱۶). زنان خود را ابژه‌هایی تصور می‌کنند که قرار است به آن‌ها نگاه شود و ارزیابی شوند. آن‌ها که غالباً احساس نادیده‌گرفته‌شدن در فضاهای جمعی مثل خانواده، محل کار، مدارس و دانشگاه‌ها را دارند، میل وافر به این «دیده‌شدن» پیدا می‌کنند. به‌تعبیر نورثراپ، «ماندن وسط گود و به‌رسمیت شناخته‌شدن به‌عنوان یک کنشگر اجتماعی درست‌وحسابی همواره از دغدغه‌های اساسی آنان است» (نورثراپ، ۲۰۱۲: ۱۱۳). این همان تجربه‌ی دائمی رویت‌پذیری است که زنان بدن‌های‌شان را در چارچوب آن درک و تفسیر می‌کنند. هویت جنسیتی آن‌ها تحت‌تأثیر این خودآگاهی شکل می‌گیرد که می‌دانند بدن‌های‌شان دائماً تحت نظارت است، لذا تمایل پیدا می‌کنند بدن‌شان را به‌مثابه ابژه‌هایی که برای دیگری مقدر شده است فهم کنند. این‌جاست که فرهنگ مصرفی با پدیده‌ی سرکوب زنان پیوند می‌خورد. سازوکار این پیوند بدین ترتیب است که فرهنگ مصرفی با ابژه‌سازی بدن زنانه مکانیسم نظارت بر خود و به‌تبع آن شرم بدنی را در وجود آنان تقویت می‌کند. حاصل این امر نیز اختلال عاطفی عدم‌رضایت بدنی در زنان است که دوباره آن‌ها را نیازمند مصرف کالاها و درمان‌هایی می‌کند که خود فرهنگ مصرفی برای آن‌ها تجویز می‌کند. زنان که بدین شیوه به مشتریان دائمی فرهنگ مصرفی بدل می‌شوند در واقع به‌موازات مصرف فرآورده‌های فرهنگ مصرفی معیارهایی را درونی می‌کنند که نگاه خیره‌ی دیگری مسلط به آن‌ها قالب می‌کند. با همه این اوصاف، زنان در برابر این فرهنگ مصرفی و احساس شرمی که دائماً در آن‌ها پدید می‌آورد کاملاً منفعل و مستأصل نیستند، بلکه همواره با اتخاذ شیوه‌های مقاومت سلبی می‌کوشند شرم بدنی را مدیریت کنند. تلاش برای پنهان‌کردن نقص‌های بدنی، نمایش جذابیت‌های جسمانی و رفتاری، والایش امیال جسمی و طرد قواعد مردانه از جمله این شیوه‌ها

هستند. اما پرسش اساسی این است که این شیوه‌ها چه اندازه به کاهش سیطرهٔ فرهنگ مصرفی مردسالار می‌انجامد؟ پاسخ این پرسش هر چه باشد، یک چیز روشن است و آن این‌که شرم بدنی زنانه در زمانهٔ حاضر در ارتباط با فرهنگ مصرفی پدید می‌آید و راه‌حل مدیریت آن نیز از خلال درافتادن با همین فرهنگ پیدا می‌شود. به تعبیر بارتکی، «در جامعهٔ معاصر بدن‌مندی زنانه و فرودستی زنان رابطهٔ تنگاتنگی با هم دارند و جنس و نحوهٔ تداوم این رابطه را سازوکار بنیانی‌تری به نام سیاست فرهنگی شرم (cultural politics of shame) تعیین می‌کند» (بارتکی، ۲۰۱۵: ۸۸). یا به تعبیر نورثراب، «اعمال سرکوب بر بدن زنانه همیشه به‌میانجی ایجاد الگویی از شرم بدنی در زندگی روزمره برای زنان صورت پذیرفته است» (نورثراب، ۲۰۱۲: ۸۷). بی‌جهت نیست که «گویی شرم بدنی میراث فرهنگی ابدی زنان است» (باوسن، ۲۰۰۹: ۱).

۶. راهکارها و پیشنهادهای سیاستگذاری فرهنگی

- اتخاذ شیوه‌هایی راهگشا برای مقابله با استفاده‌های تجاری از زنان در آگهی‌های تجاری و برنامه‌های تلویزیونی.
- فراهم‌نمودن زمینه‌های واقعی مشارکت حقیقی زنان در عرصه‌های و میدان‌های مختلف تصمیم‌گیری
- جنسیت‌زدایی از فضاها، نشانه‌ها و مراوده‌ها در سطوح همگانی شهری.
- بازتعریف زنانگی در منابع آموزشی بر اساس درون‌مایه‌های غنی فرهنگ بومی به‌شیوه‌ای غیر مردسالارانه.

پی‌نوشت

۱. نویسنده اول مقاله خانم است و مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد ایشان است.
۲. طبق نظریهٔ ابژه‌سازی (theory of objectification)، خود - ابژه‌سازی بیش از هر جا در مکانیسم نظارت بر بدن نمود می‌یابد که بستر اصلی شکل‌گیری شرم بدنی است (ونگ و همکاران، ۲۰۲۰: ۱).

کتاب‌نامه

آبوت، پاملا، والاس، کلر. (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی زنان، ترجمه میثزه نجم عراقی، تهران: نشر نی.

- بلیکی، نورمن. (۱۳۹۳). طراحی پژوهش‌های اجتماعی. ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- طیبی ابوالحسنی، سیدامیرحسین. (۱۳۹۸). درآمدی بر روش تحقیق: رویه‌های استاندارد تحلیل داده‌های کیفی. فصلنامه سیاست‌نامه علم و فناوری. ۹ (۲): ۶۷-۹۵.
- زیمل، گئورگ. (۱۳۹۲). درباره فردیت و فرم‌های اجتماعی. ترجمه شهناز مسمی‌پرست، تهران: نشر ثالث.
- عباس‌زاده، محمد، اسمعیل‌پور فلاحی، الناز و بوداقتی، علی. (۱۳۸۹). کاربرد روش تحقیق کیفی در مطالعات فمینیستی، با تاکید بر روش گروه‌های متمرکز، مطالعات جامعه‌شناسی، ۲ (۷): ۱۰۵-۱۲۶.
- ذکایی، محمدسعید. (۱۳۸۱). نظریه و روش در تحقیقات کیفی، فصلنامه علوم اجتماعی. ۹ (۱۷): ۴۱-۶۹.
- فلیک، اووه. (۱۳۸۷). درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- گافمن، اروینگ. (۱۴۰۰). نمود خود در زندگی روزمره. ترجمه مسعود کیان‌پور. تهران: انتشارات آگه.
- هام، مگی. (۱۳۸۲). فرهنگ نظریه‌های فمینیستی، مترجمان نوشین احمدی خراسانی، فیروزه مهاجر، فرخ قره‌داغی، تهران: نشر توسعه.

- Arumugam, N. et. al. (2022). Body Shaming: Ramifications on an individual. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12 (4), 1067-1078.
- Ashikali, E.-M., and Dittmar, H. (2011). The effect of priming materialism on women's responses to thin-ideal media. *Br. J. Soc. Psychol.* 51, 514-533.
- Bartky, S. L. (2015). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. Routledge.
- Botta, R.A. (1999). Television images and adolescent girls' body image disturbance. *Journal of Communication*, 49(2), 22-40.
- Bouson, J. Brooks. (2009). *Embodied Shame: Uncovering Female Shame in Contemporary Women's Writings*. Albany: SUNY Press.
- Butler, J. (2002). *Gender trouble*. Routledge.
- Carcireiri, A. T., & Osman, S. L. (2012). Examining body shame of college women by type of sexual victimization. *Modern Psychological Studies*, 18(1), 2.
- Cheng, L. (2015). The commercialization of female bodies in consumer society. *J. Humanit.* 9, 123-125.
- Claudat, K., Warren, C. S., & Durette, R. T. (2012). The relationships between body surveillance, body shame, and contextual body concern during sexual activities in ethnically diverse female college students. *Body Image*, 9(4), 448-454.

- De Beauvoir, S. (1997). *The Second Sex*. Translated by H. M. Parsley. London: Vintage.
- Doezal, L. (2015). *The Body Shame: Phenomenology, Feminism, and the Socially Shaped Body*, Lexington Books, Lanham, MD.
- Elias, N. (1978). *The civilizing process: The history of manners*. London: Routledge.
- Field, A.E., Camargo, C.A., Taylor, C.B., Berkey, C.S., Roberts, S.B., & Colditz, G.A. (2001). Peer, parent, and media influences in the development of weight concerns and frequent dieting among preadolescent and adolescent girls and boys. *Pediatrics*, 107(1), 54–60.
- Forbes, G. B., Jobe, R. L., & Revak, J. A. (2006). Relationships between dissatisfaction with specific body characteristics and the Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire-3 and Objectified Body Consciousness Scale. *Body Image*, 3, 295–300.
- Fredrickson, B.L., & Roberts, T. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173–206.
- Guenther, L. (2011). "Shame and the Temporality of Social Life," *Continental Philosophy Review* 44, no.1. p 11.
- Harrison, K., & Cantor, J. (1997). The relationship between media consumption and eating disorders. *Journal of Communication*, 47(1), 40–67.
- Jean-Paul S. (1971). *Sketch for a Theory of the Emotions*, trans. Philip M. London: Methuen & Co Ltd.
- Johnston-Robledo, I., Sheffield, K., Voigt, J., & Wilcox-Constantine, J. (2007). Reproductive shame: Self-objectification and young women's attitudes toward their reproductive functioning. *Women & Health*, 46(1), 25-39.
- Kilbourne, J. (1994). Still killing us softly: Advertising and the obsession with thinness. In P. Fallon, M.A. Katzman, & S.C. Wooley (Eds.), *Feminist perspectives in eating disorders* (pp. 395–418). New York: Guilford Press.
- Leder, D. (1990). *The Absent Body*. Chicago: University of Chicago Press, 1990.
- Northrop, Jane Megan. (2012). *Reflecting on Cosmetic Surgery: Body Image, Shame and Narcissism*. London: Routledge.
- Monro, F., & Huon, G. (2005). Media-portrayed idealized images, body shame, and appearance anxiety. *International Journal of Eating Disorders*, 38(1), 85-90.
- Myers, P.N., & Biocca, F.A. (1992). The elastic body image: The effect of television advertising and programming on body image distortions in young women. *Journal of Communication*, 42(3), 108–133.
- Phipps, A. (2014). *The Politics of the Body*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Schlüter, C., Kraag, G., & Schmidt, J. (2021). Body Shaming: An Exploratory Study on its Definition and Classification. *International Journal of Bullying Prevention*, 1-12.

- Schooler, D., Ward, L. M., Merriwether, A., & Caruthers, A. S. (2005). Cycles of shame: Menstrual shame, body shame, and sexual decision-making. *Journal of sex research*, 42(4), 324-334.
- Sun, Q. (2018). Materialism, body surveillance, body shame, and body dissatisfaction: testing a mediational model. *Frontiers in Psychology*, 9, 2088.
- Tangney, J. P. (1996). Conceptual and methodological issues in the assessment of shame and guilt. *Behavior Research & Therapy*, 34(9), 741-754.
- Teng., You, J., Poon, K.T., Yang, Y., You, J., and Jiang, Y. (2016). Materialism predicts young Chinese women's self-objectification and body surveillance. *Sex Roles*, 76,448-459.
- Tiggemann, M., & Pickering, S. (1996). Role of television in adolescent women's body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Eating Disorders*, 20(2), 199-203.
- Wang, Y., Wang, X., Yang, J., Zeng, P., & Lei, L. (2020). Body talks on social networking sites, body surveillance, and body shame among young adults: The roles of self-compassion and gender. *Sex Roles*, 82(11), 731-742.

