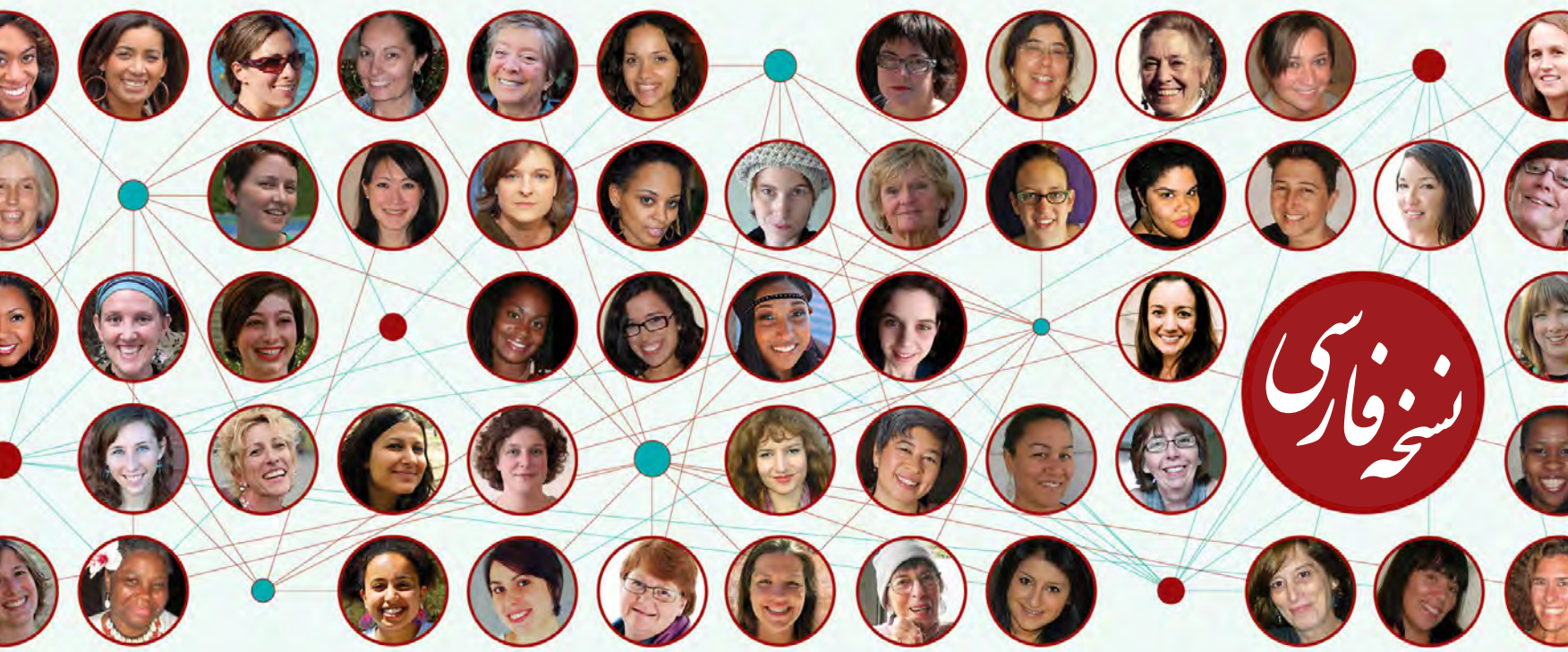


منبعی از اطلاعات برای زنان نسل‌های مختلف



# بدن ما وجود ما

«در این صفحات صدای جنبش سلامتی زنان را می‌شنوید که بر اساس تجربه مشترک شکل گرفته است. به این صدا گوش کنید و صدای خود را به آن اضافه کنید. گلوریا استاینوم.»



## فصل سوم

از دید دختران و زنان جزییات زندگی خصوصی و ظاهر ما در تمام صحنه‌های زندگی، همچون شرکت کنندگان در مسابقات زیبایی، پیوسته در معرض قضاوت، بررسی و نقد است. ظاهر ما همواره با همکلاسی‌ها، خواهران‌مان، هنرپیشه‌ها، مدل‌های مجلات و نمایش‌های تلویزیونی و اندام‌های ایده‌آل مقایسه می‌شود. هیچکس از ما نمی‌پرسد آیا دوست داریم در این رقابت همیشگی شرکت داشته باشیم. زن بودن به خودی خود، علی‌رغم میل‌مان، ما را وارد عرصه‌ی چشم‌وهم‌چشمی و عیبجویی بی‌پایان از خود و دیگران می‌کند. تجربه‌های فردی نیز بر احساس ما در مورد خویش اثر می‌گذارد. آن دسته از ما زنان که مزه‌ی تلخ خشونت و آزار جسمی، جنسی عاطفی را چشیده‌ایم همواره گرفتار احساس ناامنی و بی‌ارزشی هستیم. علاوه بر همه اینها، اگر به خاطر نقص جسمانی، وزن و یا رنگ پوست مان هم تحقیر و مسخره شده باشیم، چه بسا از بدن خود بیزار شویم و با نفرت و حقارت به آن نگاه کنیم. به طور معمول، واکنش ما در برابر اینگونه تجارب زیان‌بار ممکن است به شکل رفتاری بروز کند که آن را «بی‌نقص‌گرایی» می‌نامیم و بر اثر آن در سراب یافتن بدنی بی‌نقص و آرمانی به رژیم‌های طاق‌فرسای غذایی، ورزش‌های سنگین، خرید لوازم آرایش گرانتقیمت یا جراحی‌های پرهزینه و خطرناک پناه می‌بریم. آن هم تنها به این امید که یا از تبعیض خلاص شویم و یا به موفقیت و عشق حقیقی دست یابیم. گاه نیز ناامیدانه با پرخوری و خودزنی واکنش نشان می‌دهیم. گویی بدن‌مان هیچ ارزشی ندارد.

میل به داشتن حس خوب نسبت به بدن طبیعی است. پیروی از سلیقه های فردی به ما اجازه می دهد تا خود را آنگونه که هستیم بنمایانیم و بر بنیاد نوآوری ها، ارزش ها و معیارهای خود حرکت کنیم. اما اغلب از خود می پرسیم چگونه می توانیم تصویر ذهنی مثبتی از بدن خود داشته باشیم در حالی که همیشه قضاوت می شویم؟ چگونه می توانیم از پس فشارهای جامعه برای هرچه بیشتر دلربا جلوه کردن برآییم؟ چگونه می توانیم نظامی فروکاهنده ای را تغییر دهیم که بیش از هرچیز به ظاهر ما پاداش می دهد؟

هرچند که مسایل گوناگونی ما را از هم متمایز می کند، همگی در یک مشکل واحد شریک هستیم و آن ناخشنودی از ظاهر و بدن مان است. این فصل به این مسأله می پردازد که چگونه سنت و فرهنگ موجب بیزاری ما از بدنمان می شود و چطور هر یک از ما می توانیم بیاموزیم زیر پوست خود راحت باشیم.

## عیب جویی های بی پایان

از همان آغاز نوجوانی می بینیم که دختران بزرگ تر و زنان برای جلب توجه، دایم به سر و روی خود ور می روند و آن را هرروز به شکلی در می آورند. لباس های تنگ و ناراحت می پوشند و نگران وزن خود هستند. هر جا نگاه می کنیم پر از لوازم آرایش و محصولات زیبایی است. کم کم این پیام در ذهن مان حک می شود که ما را با اندازه هیکل و صورت ظاهرمان و نه با خصوصیات شخصیتی، هوشمندی ها و دستاوردهایمان می شناسند. این روزها کار به جایی رسیده است که جراحی زیبایی، استفاده از بوتاکس و انجام هر کاری به منظور تغییر چهره و اندام در ذهن عامه مردم پدیده ای پیش پا افتاده و عادی شده است. نه تنها از ما زنان انتظار

می رود که هرچه قدر می توانیم وقت، پول و تلاش به خرج دهیم تا «بی نقص و کامل» جلوه کنیم، بلکه از ما خواسته می شود طوری وانمود کنیم که گویی این بی نقصی طبیعی است و نه نتیجه تلاش و تقلای بسیار.

این فشار از دوران جوانی شروع می شود و تا سالمندی ادامه می یابد. دختران از همان سال های مدرسه شروع می کنند به ایراد گرفتن از سر و روی خود و همکلاس هایشان و همه ی فکر و ذکرشان این است که چه کسی آن قدر زیباست که توجه و تحسین همگان را بر انگیزد و زمانی که بزرگتر می گردند گرفتار اختلال خورد و خوراک می شوند. مارگو مین<sup>۱</sup> نویسنده همکار در کتاب «افسون بدن: زنان و فشار روانی برای بی نقص جلوه کردن»<sup>۲</sup> در گفتگو با نیویورک تایمز (۱) می گوید: «سرخوردگی ما زنان از بدن خود با هیچ چیز قابل مقایسه نیست». به نظر می رسد هرگز از قضاوت شدن و قضاوت کردن خود رهایی نیابیم.

فشارهایی که با آن روبرو هستیم عوارض مالی و اجتماعی هم دارد. پژوهش های اخیر نشان داده است که درآمد متوسط زنان باریک اندام از زنان متوسط اندام هم رده (۲) خود بیشتر است - بر اساس یکی از مطالعات چیزی بیش از سالانه ۱۶۰۰۰ دلار. پژوهش دیگری نشان می دهد ۵۷ درصد مدیران قبول دارند که داوطلبان استخدام زن، هرچند هم که شایسته باشند، اگر جذابیت نداشته باشند به احتمال زیاد برای به دست آوردن شغل با مشکلات بیشتری روبرو می شوند و ۶۱٪ مدیران (که اکثر آنها مرد هستند) اعتراف می کنند برای زنان پوشیدن لباس هایی که اندام آنها را در محیط کار به نمایش بگذارد یک امتیاز است.

شرکت های بزرگ و متخصصان پزشکی همواره آماده اند برای به دست آوردن یک زیبایی رویایی و

۱ Margo Maine

۲ The Body Myth: Adult Women and the pressure to Be Perfect.



کند. در واقع حتی مدل های مطرح نیز نمی توانند به استانداردهای مطلوب دست یابند مگر تصاویرشان به حد لازم روتوش و فتوشاپ شود. تا زمانی که اکثریت رسانه های تجاری که زن را هدف قرار داده اند با درآمد حاصل از تبلیغات صنایع غذایی، مد، زیبایی، و تغذیه حمایت شوند، داستان سازی هایی که ما را تشویق به تلاش و تقلای بیشتر کند کم نمی آید.

### مشاهده و اجرای هویت جنسیتی

ما فقط پیام های رسانه های تجاری را درونی نمی کنیم. در زمانه ای که رسانه های اجتماعی در زندگی دیجیتالی ما رخنه می کنند، مشاهده و اجرای هویت

ناممکن در خدمت ما باشند. صنایع آرایشی، مدسازی و رژیم های غذایی ماهرانه سعی می کنند این پیام را جا بیندارند که ارزش زن به ظاهر اوست و زنان باید هر چه بیشتر پول و وقت صرف زیبایی ظاهری خود کنند. رسانه های جمعی از طریق مقالات و تبلیغات بی رحمانه ی خود از احساس ناامنی ما بهره می گیرند و این پیام را تقویت می کنند («اگر با این هیکل شما را برهنه ببیند چه فکری خواهد کرد») و یا حرف های تازه از خود در می آورند (۱۰ نقطه حساس که شرط می بندیم به آن توجه نکرده اید)...

این خیال که می توانیم خود را کاملاً تغییر دهیم اغلب چشم مان را بر این واقعیت می بندد که زنی با قد ۱۶۰ و ۶۸ کیلو وزن هرگز نمی تواند خود را به یک مدل مطرح با ۵۳ کیلو وزن و ۱۷۵ متر قد تبدیل

جنسیتی دیگر تنها به زمانی که جلوی تلویزیون نشسته ایم یا مجله ای را ورق می‌زنیم، سرکار می‌رویم یا راهی میهمانی می‌شویم محدود نمی‌شود، از پیامک‌های جنسی گرفته (۱۵ درصد از نوجوانان دوازده تا هفده ساله می‌گویند عکس‌های برهنه و نیمه برهنه ای را از طریق پیامک دریافت می‌کنند که آنها را به برقراری رابطه جنسی تشویق می‌کند) (۴) تا به روز شدن نمایه<sup>۳</sup> و چهره پردازی‌های فیسبوک، لحظه به لحظه تصویر تازه ای از خود می‌سازیم- و شاهد تصویرسازی‌های دیگران هستیم. دسترسی آسان به ابزارهای دیجیتالی مثل فتوشاپ اقتدار و نفوذ رسانه‌های تجاری را در کف‌دستان ما قرار داده است.

بسیاری از ما به خاطر ظاهرمان تلخی قضاوت شدن و تبعیض را از جانب خانواده، دوستان و کارفرماها چشیده‌ایم. این‌گونه برخورد ها چه در لفافه، چه آشکار می‌توانند تاثیرات درازمدت بر روان مان داشته باشد. نمونه‌ی آن گفته‌های این دختر بیست و دو ساله است: «چطور می‌توانم خودم را دوست داشته باشم در حالی که عمه ام یک هفته تمام کدو آب پز به خوردم می‌دهد چون که چاقم».

درک تصویر بدنی برای آن دسته از ما که همجنسگرا هستیم از این هم پیچیده‌تر است. آن دسته از ما که از نشانه‌های مردانگی استفاده می‌کنیم، ممکن است فشار بیشتری برای زنانه بودن حس کنیم. اما بعضی زنان همجنسگرا ممکن است پذیرش بدنی به مراتب بهتری را تجربه کنند چرا که گاه استانداردهای جلوه‌ظاهری در جامعه زنان همجنسگرا کمتر با مدل‌های سنتی زیبایی‌گره می‌خورد و فضا را برای متفاوت بودن باز می‌گذارد.

آن دسته از ما که ترانسجندر<sup>۴</sup> هستیم با همان

فشارهایی روبرویم که همه‌ی زن‌ها با آن مواجه‌اند. اما اگر میل به زن جلوه کردن بیشتر باشد این فشارها بالا می‌گیرد. همانگونه که لوسی<sup>۵</sup> در وبلاگ خود، لوسی دوست داشتنی: زندگی من به عنوان یک ترانس جندر در دانشگاه می‌نویسد:

به مرحله ای رسیده‌ام که احساس زن بودن می‌کنم و خودم را زن می‌بینم. اما این احساس که مردی هستم در لباس زنانه هنوز باقی است. وقتی تصویر خود را از زاویه خاصی در آینه و رانداز می‌کنم و یا به یکی از عکس‌های خود نگاه می‌کنم آنچه می‌بینم بخش‌هایی از وجودم هست که فریاد می‌زند «مرد» من زنان ترانس زیادی را می‌شناسم که همین احساس را دارند (۵)

## رنگ زیبایی

بیشتر مواقع، زیبایی ایده آل در فرهنگ ما به معنی برخورداری از پوست سفید رنگ است. از سال ۱۸۵۰ سفید کردن و صاف کردن مو بین زنان آفریقایی باب شده است تا از این راه بتوانند از امتیازات جامعه سفید پوست برخوردار شوند. امروزه زنان در سراسر جهان از کرم‌های سفید کننده استفاده می‌کنند. بعضی از این کرم‌ها دارای جیوه هستند. جیوه سمی شناخته شده است که مانع تولید ملانین می‌شود و موجب لک شدن پوست می‌گردد (۷).

در ایالات متحده آمریکا استفاده از جیوه در بیشتر مواد آرایشی ممنوع است اما وجود این ماده به ندرت در آزمایش‌ها ردیابی می‌شود. در سال ۲۰۱۰ روزنامه شیکاگو تریبون<sup>۶</sup> ۵۰ قلم کرم آرایشی را برای بررسی به

۵ Lucy  
۶ Chicago Tribune

۳ Profile  
۴ Transgender

## سفید کردن پوست به چه قیمت؟

گروه: گروه تحقیق در مورد زنان و قوانین در سنگال  
کشور: سنگال

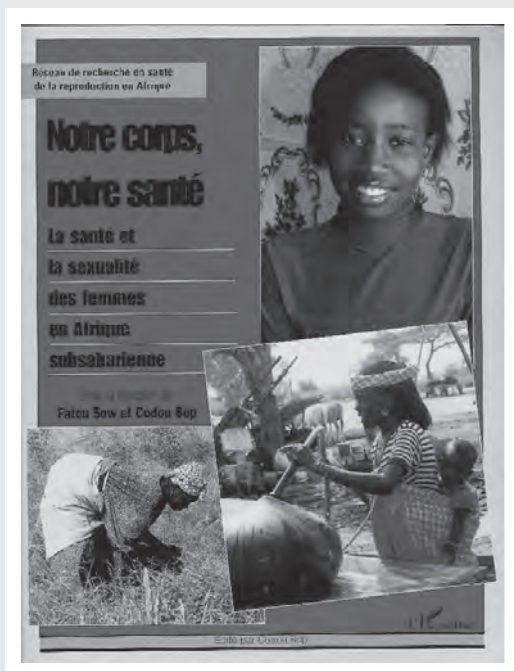
منبع: بدن ما، سلامت ما اقتباس از کتاب بدن ما، وجود ما برای مخاطبان فرانسوی زبان<sup>۱</sup>

استفاده از لوازم آرایش، برای سفید و روشن کردن رنگ پوست و عرضه آن‌ها در بازارهای آفریقا، آسیا و همچنین ژاپن و کشورهای حوزه کارایب معضلی جهانی شده است. برخورداری از پوست روشن نه تنها جنبه زیبا نمایی دارد بلکه تداعی کننده موقعیت اقتصادی و اجتماعی برتر نیز است.

در کشوری مثل تانزانیا، هزینه صنعت سفید کردن پوست سر به میلیون می‌زند. ساخت هر کرم بین ۴ تا ۱۰ دلار هزینه بر می‌دارد، آن هم در کشوری که متوسط دستمزد روزانه کمتر از یک دلار است. این کالاها هم پرهزینه هم خطرناک‌اند.

هواداران کتاب بدن ما، وجود ما در سنگال- گروه پژوهشگران در مورد زنان و قوانین سنگال- دریافته‌اند بسیاری از زنان سنگالی با علم به خطری که روشن کردن رنگ پوست برای سلامتی دارد به آن تن می‌دهند. در کتاب بدن ما، وجود ما برای فرانسوی زبانان آفریقایی به صراحت به خطر سرطان‌زا بودن سفید کردن پوست اشاره شده است.

نویسندگان در مقدمه این کتاب می‌نویسند هدف آنها آرایه دانشی است که به زنان آموزش دهد از بدن



چاپ کتاب بدن ما خود ما به زبان فرانسه

خود مراقبت کنند و به آن ارج بگذارند. آنها می‌نویسند؛ یکی از بخش‌های مهم کتاب درباره بازنمایی است که مردان و زنان در باره بدن زن، سلامت، و تمایلات جنسی دارند. و نیز درباره روش‌های بهره‌برداری از بدن زن، مراقبت از آن، نحوه پوشش آن و یا تعرض به آن است، برخی کشورها با جلوگیری از فروش مواد سفید کننده پوست، سعی در کاهش استفاده از آن را دارند، با این حال گروه تحقیق در باره زنان و قوانین در سنگال بر این باورند که برخوردی عمیق‌تر با مجموعه عواملی که سلامت و هویت زنان را در جامعه آفریقایی به خطر انداخته فوری و ضروری است.

۱- به وبسایت [grefels.org](http://grefels.org) مراجعه کنید.



راشل ریتچی گزارشگر شبکه ۵ WPTV در یک گزارش تلویزیونی در مورد آرایش موی زنان سیاه پوست. مدل طبیعی موی خود را انتخاب می‌کند. (Screen-shot via WPTV.com)

نازک و شکننده کند و موجب رشد بیشتر موهای زاید و التهاب و عفونت پوستی گردد و دیگری هایدروکوانین<sup>۹</sup> است که سرطان زاست. این ماده همچنین می‌تواند با آکرونوسیس<sup>۱۰</sup> که یک بیماری پوستی است ارتباط داشته باشد. در این بیماری پوست زخم و تیره می‌شود. رسانه‌های جمعی اکنون سفید کردن مجازی پوست را تشویق می‌کنند. شرکت مراقبت‌های پوستی وازلین<sup>۱۱</sup> یک برنامه روشنی پوست برای فیسبوک در هند به راه انداخته است که کاربران را تشویق می‌کند تا پوست خود را در نمایه فیسبوک خود سفید کنند. براساس

یک آزمایشگاه مجاز فرستاد. بسیاری از این کرم‌ها از فروشگاه‌های شیکاگو خریداری شده بودند و برخی هم از طریق آنلاین. ۶ قلم از این کرم‌ها حاوی جیوه بودند که استفاده از آن بر اساس قوانین سازمان غذا و داروی آمریکا ممنوع است. ۵ قلم از این دسته کرم‌ها دارای بیش از ۶۰۰۰ هزار تکه در میلیون جیوه بودند. این مقدار جیوه می‌تواند طی زمان باعث تخریب کبد گردد. دو ماده اصلی در ساخت کرم‌های سفیدکننده‌ی پوست یکی کورتی کاستروئیدز<sup>۷</sup> است (مثل کرم هایدروکورتیزون<sup>۸</sup>) که می‌تواند به مرور زمان پوست را

۹ Hydroquinone

۱۰ Ochronosis

۱۱ Vaseline

۷ Corticosteroids

۸ Hydrocortisone

گفته ی یکی از نمایندگان شرکت جهانی تبلیغات که کمپین را طراحی کرده، پاسخ به این برنامه «بی نظیر بوده است» (۱۰).

ترجیح دادن پوست سفید وقتی بیشتر تشویق می شود که از تصویر یک زن رنگین پوست در برنامه های تبلیغاتی یا پشت جلد مجلات استفاده شود و پوست او دیجیتالی سفید شده باشد. مجله ال<sup>۱۲</sup> به خاطر روشن کردن چشمگیر رنگ پوست مدل مشهور روی جلد، آیشواریا رای<sup>۱۳</sup> و گوبوری سیدبه<sup>۱۴</sup> هنرپیشه ی هندی و نامزد جایزه ی اسکار، به باد انتقاد گرفته شد. (۱۱). اگرچه لورال پاریس<sup>۱۵</sup> بزرگترین شرکت سازنده لوازم آرایش که خط تولید آن کرم های روشن کننده پوست را هم در می گیرد تغییر دیجیتالی ویژگی های صورت و اندام و از آن جمله رنگ پوست بیانسه<sup>۱۶</sup> را در یک کمپین رنگ مو منکر شده بود رنگ پوست این خواننده به گونه ای چشمگیر متفاوت به نظر می رسید (۱۲).

## «موهای طبیعی خود را دوست دارم»

بسیاری از موادی که برای حالت دادن به مو، نرم کردن آن و یا رنگ کردن به کار می رود می توانند موجب ریزش مو و چه بسا موجب سوختگی ریشه ی مو و آسیب های غیر قابل ترمیم شوند. این کالاها در اغلب موارد دربردارنده ی مواد سرطان زا و حساسیت زایی مثل فورمالدی هاید<sup>۱۷</sup> هستند. به نظر می رسد که ساده ترین راه نجات انتخاب «زیبایی طبیعی» است. اما انگاره های سفید پوستی چنان آیه ی زیبایی شده که

۱۲ Elle  
۱۳ Aishwarya Rai  
۱۴ Gabourey Sidibe  
۱۵ L'Oreal Paris  
۱۶ Beyonce  
۱۷ Formaldehyde

برگزیدن انتخاب طبیعی را هولناک ساخته است. موهای صاف و بلند وجهه ی رسمی دارد. اما داشتن موهای مجعد و بافته شده غیر رسمی قلم داد می شود. زنان سیاه پوست به خاطر فرم قومی مو کمتر ارتقا می گیرند و یا اساسا (از همان ابتدا) استخدام نمی شوند.

زمانی که راشل ریچی<sup>۱۸</sup>، خبرنگار چند رسانه ای که برای وی پی تیوی نیوز<sup>۱۹</sup> شبکه ۵ در وست پالم بیچ<sup>۲۰</sup>، فلوریدا کار می کند گزارش ویژه ای درباره ی آرایش طبیعی ارائه داد خاطرنشان کرد وقتی که کارش را تازه در تلویزیون شروع کرده بود به او تذکر دادند که کلاه گیس بگذارد.

او شش سال تمام با استفاده از مواد شیمیایی و به شکل مصنوعی موهایش را بلند و صاف نگه می داشت. اما حالا دیگر به همه این ها خاتمه داده است. در گزارش تلویزیونی خود کوتاه کردن موهای آسیب دیده اش را به نمایش گذاشت، بنابراین از این به بعد می تواند فرم طبیعی موهای خودش را داشته باشد. در همین گزارش زن دیگری، بیشتر به خاطر دخترش که از نمایش موهای طبیعی خود می ترسید، همین کار را کرد. دختر از ظاهر جدید مادر و قیافه خودش به هیجان آمد و گفت «موهای طبیعی خودم را دوست دارم. خیلی زیباست» (۱۳).

## تولید بیشتر، نظارت کمتر

فروش عطریات و لوازم بهداشتی در سراسر جهان به سالانه ۳۳۰ بیلیون دلار سر می زند. نیمی از این میزان به ده شرکت بزرگ تعلق دارد. صنایع لوازم آرایشی و

۱۸ Rochelle Ritchie  
۱۹ WPTVmNews  
۲۰ West palm Beach

## تبعیض بر اساس رنگ پوست، زنان سیاه پوست و بازنمایی معاصر

نشریه کورتنی یانگ<sup>۱</sup> اغلب به موضوع‌های فرهنگی مثل فرهنگ پاپ، جنسیت و نژاد می‌پردازد.

تبعیض بر اساس رنگ پوست موضوعی است که همه از آن آگاهند اما بندرت به عنوان شکلی از تبعیض به چالش کشیده شده است. بر اساس این نوع تبعیض میزان روشن بودن رنگ پوست در نحوه رفتار جامعه و برتری دادن به یک گروه نسبت به گروهی دیگر موثر است. تبعیض بر اساس رنگ پوست با تار و پود جامعه آمیخته است. مطالعات زیادی در دسترس است که نشان می‌دهد زنان سیاه پوستی که رنگ پوست آنها روشن‌تر است از موقعیت اجتماعی بهتری نسبت به آنهایی که پوست تیره رنگ دارند برخوردار اند؛ در آمد بالاتر و جایگاه اجتماعی فراتری دارند، به نسبت بیشتری در شرکت‌های بزرگ استخدام می‌شوند و ترفیع می‌گیرند. و بیشتر خبرگزار می‌شوند - بخصوص در مورد مسایل زنان و بیشتر در فیلم‌های هالیوود شرکت می‌کنند و حتی در سیستم قضایی کمتر حکم اعدام می‌گیرند. اگرچه بیشک تبعیض بر اساس رنگ پوست در زندگی مردان سیاه پوست هم منعکس می‌شود، اما تأثیر آن در عرصه‌های سیاسی

و اجتماعی زندگی زنان آفریقایی - آمریکایی ابعاد باریک‌تر و دقیق‌تری به خود می‌گیرد.

در سال ۲۰۰۹، زمانی که میشل اوباما به عنوان بانوی اول آمریکا در کاخ سفید مستقر شد، معنای نوینی از زیبایی به جهان عرضه کرد. زنی فوق العاده، با استعداد و با فضیلت که شایسته جایگاه خود است. او به زعم بسیاری از زنان آفریقایی-آمریکایی پوستی تیره رنگ دارد. ونسا ویلامز<sup>۲</sup> می‌گوید؛ اگر یک رئیس جمهور سیاه پوست نشانگر یک تغییر است، یک بانوی اول سیاه پوست قطعاً یک پدیده انقلابی است. عوارض بلند مدت نژاد پرستی و تبعیض جنسی همراه با صنعت پیچیده زیبایی، دائماً حواس ما را با تصاویر زیبای زنان بمباران می‌کند. چنین صنعتی که بیشتر به طیف روشن‌تر چرخه رنگ نژادی گرایش دارد، زنان سیاهی را که پوستی تیره دارند تقریباً نا دیده می‌گیرد. اگر سخن جنس و نژاد در میان باشد، بی شک موضوع تبعیض بر اساس رنگ پوست و شایستگی دیده شدن بخش گسترده‌تری از گفتگوی مردمی را در بر می‌گیرد. چنان که معلوم است تبعیض بر اساس رنگ پوست همراه با نژاد پرستی و اختلاف طبقاتی از راهایی بر زندگی زنان رنگین پوست اثر می‌گذارند که هنوز گنگ و ناشناخته نگاه داشته شده اند. با این حال تأثیر آن‌ها بر زندگی شخصی، حرفه‌ای و سیاسی این زنان محسوس است.

<sup>۲</sup> Vanessa Williams

<sup>۱</sup> Courtney Young (thethritymilewoman.wordpress.com)

## زنان همجنسگرا در تیرس نگاه

نگرانی بر سر شکل مو برای زنانی که از داشتن فرم ایده آل موی بلند و صاف سرپیچی می کنند، بسیار جدی است. آن دسته از ما زنان، که موهای خود را بر خلاف عرف کوتاه می کنیم، می تراشیم، رنگ می کنیم، شکل می دهیم، به خصوص اگر همجنس گرا یا ترنس باشیم بیشتر در تیرس نگاه دیگران و حتی تبعیض هستیم.

مجله دی آی اس<sup>۱</sup> تصویر سنتی سالن زیبایی را با عرضه پوستری از فورم های غیر متداول مو که مدل های آن بیشتر همجنس گرا هستند، دگرگون کرد (۱۸). لیزا وید<sup>۲</sup> استاد یار جامعه شناسی در کالج آکسیدنتال<sup>۳</sup> در این باره می نویسد، مجموعه این مدل های موی کوتاه و تنوع آن موجب شده است که مدل های بیش از حد زنانه ای که اکثر زن ها به انتخاب آنها ناگزیر بودند تا حدی تعدیل شود؛ (۱۹)

این پوستر (که می توان آن را خرید یا به رایگان دانلود کرد) تجزیه تحلیل بی پروایی از هویت جنسی و شکل عجیب، غریبی از اندام زنانه در قرن بیست و یکم را عرضه می کند. به علاوه این پوستر توصیه های



عملی هم برای کوتاه کردن مو به نحوه مطلوب و با کمترین هزینه ارائه می دهد.

۱ DIS  
۲ Lisa Wade  
۳ Occidental College

مراقبت از پوست، مو و پاکیزگی می کنند از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۹، ۴۴٪ جهش داشته است. گن های لاغری مثل اسپانکس که در گذشته فقط زنان خریدار آن بودند اکنون در میان مردانی که می خواهند شکم و باسن صافی داشته باشند مشتری های پروپا قرصی دارد.

زیبایی سالانه ۲۱۲ میلیارد دلار صرف تبلیغات کالاهای خود، از رنگ مو گرفته تا کرم های ترمیمی، می کنند. اگرچه بخش کلان تولیدات صنعت زیبایی و مجلات آن مربوط به زنان است؛ مردان نیز از این قاعده مستثنی نیستند. میزان پولی که مردان صرف خرید کالا برای

## به راستی محتوای لوازم آرایش و زیبایی که مصرف می‌کنید چیست؟

جان شاکوسکی<sup>۱</sup> (نماینده ایلی نوی)، اد مارکی<sup>۲</sup> (نماینده ماساچوست)، تامی بالدوین<sup>۳</sup> (نماینده ویسکانسین)، لایحه قانونی لوازم آرایش امن<sup>۴</sup> در سال ۲۰۱۰ را عرضه کردند. این لایحه به دایره غذا و داروی آمریکا اختیار می‌دهد تا پاک بودن محصولات مراقبت شخصی از مواد آسیب‌زا را کنترل کند. (برای اطلاعات بیشتر کمپین لوازم آرایش امن را بررسی کنید).

- ۱ Jan Schakowsky
- ۲ Ed Markey
- ۳ Tammy Baldwin
- ۴ safecosmetics.org

صنعت لوازم آرایش، علی‌رغم ثروتی که دارد، یکی از صنایعی است که در ایالات متحده آمریکا کمتر نظارت می‌شود - این واقعیت با توجه به این که یک زن میانسال روزانه ده نوع کالای آرایشی استفاده می‌کند؛ بسیار هولناک است. تقریباً تمامی لوازم بهداشتی که به کار می‌بریم حاوی حداقل یکی از موادی است که ایمنی آن هرگز چه توسط دولت و چه یک موسسه عمومی معتبر بررسی نشده است (۲۱).

در پی حفظ زیبایی بودن همواره برای سلامتی و امنیت پرخطر است. بعضی از این خطرات شناخته شده و برخی دیگر هنوز زیر بررسی اند. آزمایش نمونه خون و ادرار ۲۰ دختر نوجوان از نقاط مختلف کشور نشان داد که بیش از ۱۳ ماده شیمیایی موثر، نرم‌کننده

و آرایشی، در خون آن‌ها وجود دارد که می‌تواند باعث برهم خوردن تعادل هورمونی شود (۲۲). از این هم بدتر وجود مواد سرطان‌زایی همچون فورمالدهاید و نروتاکسن هاست که گاه به حد وفور در لوازم آرایش و بهداشتی یافت می‌شود<sup>۱</sup>. برنزه کردن در فضای بسته و در دستگاه با وجودی که احتمال ابتلا به سرطان را زیاد می‌کند، از جمله تفریحاتی است که تقریباً همه دوست دارند. یک پژوهش جدید بر روی دانشجویان نشان داد که از میان دانشجویانی که مرتب به سالن‌های برنزه کردن سر می‌زنند، از هر سه نفر یک نفر به نوعی اعتیاد به مواد یا الکل مبتلا می‌شود. آنها اغلب از کلاس

۲۱ مطالعه بیشتر به فصل ۲۵ «محیط زندگی و سلامت» مراجعه کنید.

## بیوتی یو

برای این که از نزدیک نگاهی به صنعت خدمات زیبایی بیندازید. دوره‌های نه ماه برنامه‌های آموزشی صنعت زیبایی شناختی ویرجینیاسوله اسمیت<sup>۱</sup>، برای گرفتن پروانه کار، در بیوتی یو را دنبال کنید. سوله اسمیت هزینه انسانی پررنج مرتبط به زیبایی را بررسی می‌کند و نشان می‌دهد آرایش، اپیلاسیون و سایر کارهای معمول زیبایی چیست و ما از چه راه‌های عمده و غیر عمده‌ای زیبایی را بر می‌سازیم.

۱ [Beautyschooledproject.com/BeautyU](http://Beautyschooledproject.com/BeautyU)

و فعالیت‌های اجتماعی باز می‌مانند و به خاطر وقت‌گذرانی بیش از حد در این سالن‌ها احساس گناه می‌کنند، اما قادر نیستند از وقتی که برای این تفریح می‌گذارند کم کنند (۲۵).

## از لیپستیک<sup>۲۲</sup> تا لیپوساکشن

در پی زیبایی بودن همه بخش‌های بدن را در بر می‌گیرد. اپیلاسیون و حذف موهای اطراف ناحیه تناسلی که از کناره‌های مایو بیرون می‌زند جای خود را به روش دردناک اپیلاسیون برزیلی، که نتیجه حذف کامل مو از اطراف ناحیه جنسی زنان و شباهت یافتن آن به اندام جنسی دختران نابالغ است. تازه اگر این هم کافی نباشد، روشی برای آرایش واژن به بازار آمده به نام 'غنچه صورتی من'<sup>۲۳</sup> که بازار یابان آن را چنین توصیف می‌کنند " روشی ساده که با استفاده از رنگ‌های آرایشی برای واژن آن را به رنگ صورتی که رنگ دوران بلوغ است در می‌آورد" (۲۶)

از آن روزهایی که رسیدگی به سر و وضع به آراسته بودن مو و صورت و لباس محدود می‌شد خیلی گذشته است حالا دیگر شرکت‌کنندگان برنامه‌های تلویزیونی با ایجاد تغییرات دائمی در اعضای بدن خود، با استفاده از جراحی پلاستیک، جلوی دوربین حاضر می‌شوند بی‌آنکه به خطراتی اشاره کنند که سلامت جسمانی و روانی را تهدید می‌کند. آمریکا بیشترین میزان جراحی پلاستیک را دارد - ۹۱ درصد این جراحی‌ها روی زنان انجام می‌شود (۲۷)

در سال ۲۰۱۰ بیش از ۱۳/۱ میلیون مورد عمل جراحی پلاستیک در آمریکا صورت گرفت که اکثر آن‌ها

۲۲ Lipstick

۲۳ My New Pink Button

با حداقل تهاجم همراه بود. از این میان، بوتاکس (۵/۴ میلیون) بیشترین خواهان را داشته است بعد از آن مواد بر طرف‌کننده چین‌های صورت (۱/۸ میلیون)، کرم‌های لکه‌بر (۱۱ میلیون)، لیزر برای بر طرف کردن موهای زاید (۹۳۸,۰۰۰) و لایه برداری شیمیایی (۱.۱ میلیون)، به ترتیب، بیشترین طرفدار را داشتند.

از میان بیش از ۵/۱ میلیون عمل جراحی که تهاجمی‌تر به شماره می‌آمدند عمل جراحی برای بزرگ کردن سینه (۲۹۶,۰۰۰)، بالا‌ترین میزان را داشته است و پس از آن عمل جراحی بینی (۲۵۲,۰۰۰) افتادگی پشت چشم (۲۰,۹۰۰۰)، بیرون آوردن چربی‌های شکم - لیپوساکشن - (۲۰۳,۰۰۰) و بر طرف کردن افتادگی شکم (۱۱۶,۰۰۰) به ترتیب بیشترین میزان را داشته‌اند. عمل جراحی پلاستیک دیگر مختص ثروتمندان نیست. بلکه طبقه کارگر و متوسط را هم در بر می‌گیرد. برخی افراد این دسته برای پرداخت هزینه عمل متحمل وام‌های سنگین می‌شوند. از دست دادن شغل در دوره رکود اقتصادی آمریکا باعث شد که افراد-چه زن و چه مرد، بیشتر از پیش در پی ایجاد تغییر در ظاهر خود باشند تا جوان جلوه کنند و در نتیجه نظر کارفرمایان را بیشتر به خود جلب نمایند.

در سال ۲۰۰۹ نزدیک به ۲۱۰,۰۰۰ عمل جراحی زیبایی پلاستیک انجام شد که بیشتر آن روی جوانان سنین سیزده تا نوزده سال بود. از این میان بیش از ۳۵,۰۰۰ مورد به عمل جراحی بینی و ۳۸,۰۰۰ مورد به بزرگ کردن سینه مربوط می‌شد. ترفند‌هایی مثل تزریق بوتاکس که نیازی به عمل جراحی ندارد و برای کاهش چین و چرک و پنهان کردن نشانه‌های بالا رفتن سن به کار می‌رود در انحصار زنان مسن‌تر باقی مانده است. استفاده‌ی درمانی از بوتاکس در مورد کودکان، تا دوازده سالگی (برای مثال درمان تیک پلک چشم و چپ چشمی)، از طرف سازمان بهداشت آمریکا مجاز شناخته

## گفتگویی درباره تصویر بدنی و عزت نفس

نوشته زیر بخشی از یک گفتگوی آنلاین است که متن کامل آن در فصل «روابط» می‌آید.

**کالی<sup>۱</sup>:** دردناک است. ما زنان خیلی راحت می‌توانیم دلایلی برای دوست نداشتن بدنمان پیدا کنیم.

من به دلیل معلولیت، از دوازده سالگی مشکل مفاصل داشته‌ام. تا آنجا که به یاد می‌آورم همیشه از اندام خودم بیزار بودم و همیشه با این احساس بیزاری می‌جنگیدم. به همه‌ی این‌ها بالا رفتن وزن بر اثر نارسایی هورمونی هم اضافه شد. بنا بر این هیچوقت نتوانستم بدنم را دوست داشته باشم.

افکار بدی درباره اندامم و برقراری رابطه با جنس مخالف دارم. با خودم فکر می‌کنم «مثل اینکه اون مرد من را با وجود ظاهرم دوست دارد.» بعد به خودم می‌گویم «مگه احمقه، چطور می‌تونه همچین اندامی رو دوست داشته باشه؟» وقتی متوجه بشه چقدر زود آسیب می‌بینه بیزار می‌شه و می‌زاره می‌ره. کاشکی می‌تونستم نقص هام رو پنهان کنم».

شاید عجیب به نظر برسد، اما متوجه شدم که تنها چیزی که می‌تواند کمکم کند این است که با این مشکل کنار بیایم و هیکلم را همینطور که هست بپذیرم، به نگاه مردم اهمیت ندهم. برهنه جلوی آینه بایستم و به بدنم مثل یک مجسمه زیبا و خوش ساخت نگاه کنم. لباس‌های مناسب اندام خود پیدا کنم. بخصوص لباس‌هایی که حس زنانگی و سرزندگی بیشتری در من به وجود آورد. لباس‌هایی که جذاب تر نشانم بدهد و اعتماد به نفسم را بالا ببرد. هرچه

کمتر به این که دیگران-بخصوص شریک‌های احتمالی زندگی- چی فکر می‌کنند اهمیت می‌دهم؛ قوت قلب بیشتری در برابر برخورد مردم نسبت به اندامم پیدا می‌کنم. به نظر کاملاً متناقض می‌آید. خودم هم نمی‌دانم چرا این نحوه برخورد موثر است؛ اما موثر است».

**جاردن<sup>۲</sup>:** «توجه به این نکته که درک ما از بدنمان چه نقش عمده‌ای در احساس ارزشمندی برای ایجاد رابطه دارد، واقعا اعصاب خردکن است. من این حالت را که «چقدر خوشبختم کسی را دارم که حالش از من بهم نمی‌خورد» دقیقا تجربه کرده‌ام من هم به خاطر این احساس مورد سو استفاده قرار گرفته‌ام. آدم‌ها می‌دانستند من جرأت اعتراض ندارم، و از عواقب آن می‌ترسم و با خیال راحت از من سو استفاده می‌کردند. حالا بخش عمده بدنم را دوست دارم چون که به تازگی پی برده‌ام که ساخت‌های اجتماعی<sup>۳</sup> موجب می‌شوند تا مردم به سختی اندامی مثل اندام مرا بپذیرند.

**دانیل:** من هم با حرف‌های کالی موافقم درباره اینکه چقدر آسان به نظر میرسد تصور کنیم که ما را علیرغم چیزی که هستیم دوست بدارند. همین دیشب داشتم با درمانگرم در باره شریک قبلی زندگی‌ام صحبت می‌کردم داشتم به او می‌گفتم روابط ما خیلی راحت از هم پاشیده خاطر اینکه من ترنس هستم. تغییر جنسیت به خاطر مشکل بدنی که داشتم برای هر دوی ما مشکل بود. درمانگرم از من پرسید: خوب، اگر به خاطر اینکه ترانس بودی باهم

<sup>۲</sup> Jorden

<sup>۳</sup> social construct

<sup>۱</sup> Kali

ارتباط پیدا کردید چی؟ شاید اگر در پروسه تغییر جنسیت نبودى از همان اول با هم رابطه برقرار نمى‌کردید.

صادقانه بگویم چنین چیزی هرگز به فکرم خطور نکرده بود. همه زنها دائما از طریق رسانه‌هاى جمعى با این پیام بمباران مى‌شوند که بدن شان به حد کافى جالب نیست. اما زن‌هاى ترنس (و به میزان کمتری مردان ترنس) یک پیام اضافى هم دریافت مى‌کنند. و آن این است که بدن شان به کلی جذابیت ندارد. معنی این پیام این است که وجود ما «طبعاً» بیزارکننده و پر دافعه است.

بنابراین من هم با کالى موافقم که مى‌گوید یافتن بهانه‌هاىی که به خاطر آن بدن مان را دوست بداریم به حد باورنکردنى مهم است. (و لباسى که در آن احساس راحتی و شادى کنیم). همچنین فکر مى‌کنم که داشتن فعالیت بدنى هم کمک مى‌کند. وقتى مى‌توانم به خودم بگویم «این مسافت را چرخ سواری کردم» (یا هر فعالیت بدنى دیگری)، احساس بهتری نسبت به خود پیدا مى‌کنم. هر ورزشى که موجب ترشح آندروفین شود هر چند به حد دلخواهم وقت انجام آن را نداشته باشم، خوب است.

کادى<sup>۴</sup>: کالى از مطلبى که اینجا در باره کنار آمدن با اندام خود و بی‌اعتناىی به سازهاى ناجور جامعه نوشتى خیللى خوشم آمد. این موضوع در مورد من هم به درستی و به طرز باور نکردنى صادق است!

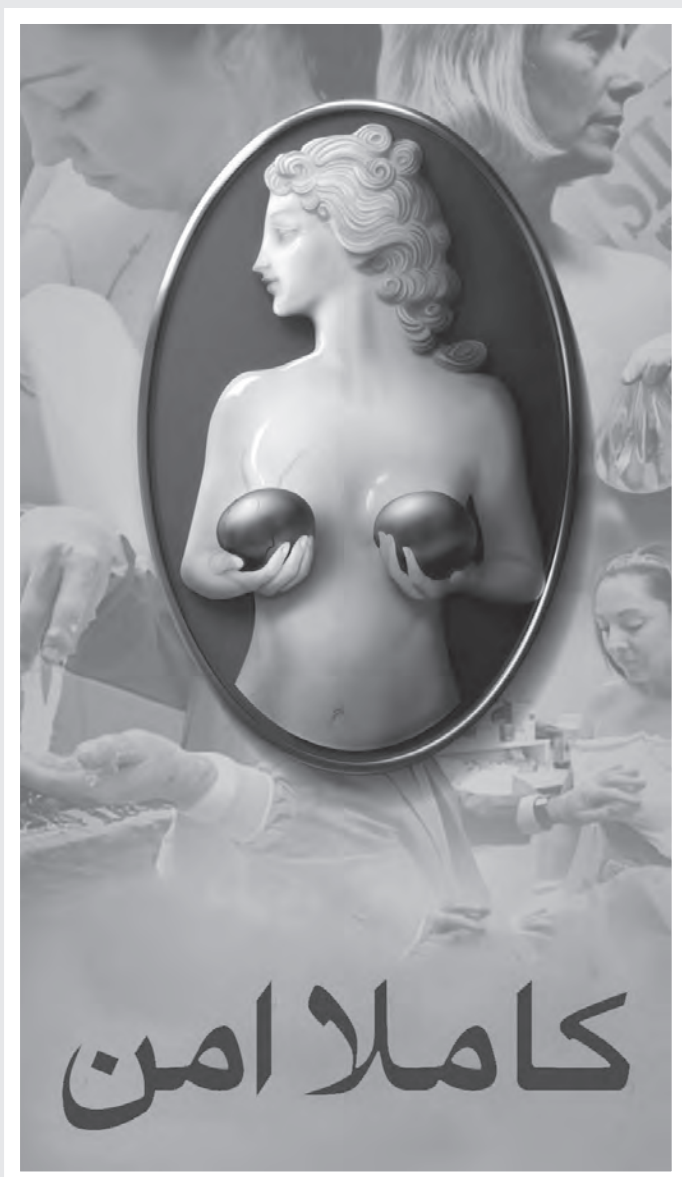
زمان‌هاىی بوده که من هم در جسم خود راحت نبودم و آرزو مى‌کردم ظریف تر بودم، اندام متفاوتى با اندام خودم داشتم. بهترین کارى که در این مواقع مى‌کنم و احساس خوبى به من مى‌دهد این است که روبروى آینه مى‌ایستم و بدن برهنه خود را ورنه‌انداز و ستایش مى‌کنم: شانه‌هاى پهن، بازوهاى ماهیچه‌اى، ران‌هاى قوی و باسنى که مثل یک ستون چارچوب بدنم را متعادل و استوار نگه مى‌دارد، دست‌هاى گنده و زمخت.

باید چنین بدنى را دوست داشته باشم چون که همین نصیبم شده است. سالم‌ترین کار این است که به جای حسرت خوردن، همین هیكل را دوست داشته باشم. نقش و نگارهاىش را ستایش کنم و خودم را جذاب ببینم. از چه کسى غیر از خودم مى‌توانم انتظار داشته باشم که چنین احساسى رو به من بدهد. لازم است هر از گاهى به خودم یاد آوری کنم که جذاب و دلربا هستم. اینطوری فکر کردن، آنهم در مقابل یک فرهنگ زن ستیز خیللى جسارت و شجاعت لازم دارد. فرهنگى که مى‌خواهد من را از خودم بیزار کند. بنابراین عشق به بدنم رنگ و بوى سیاسى هم دارد و بیشتر به خودم مربوط مى‌شود تا به دیگران و طرز فکرى که در مورد اندام من دارند<sup>۵</sup>.

## کاملاً امن

کاملاً امن<sup>۱</sup> مستندی است در باره بررسی بی‌خطر بودن کاشت سینه که باید ببینید. این مستند سرگذشت دو زن را به نمایش می‌گذارد که یکی از آن‌ها می‌خواهد سیلیکونی را که برایش کاشته بودند و نشت می‌کرد بر دارد و دیگری در صدد است تا سینه‌اش را بزرگ کند. تماشاگر جراحان پلاستیکی که بعضی از آن‌ها موافق و برخی دیگر مخالف آن هستند، زنانی که از کاشت سیلیکون رنج می‌برند (از آن جمله مادر فیلم ساز، کارول سیانکاتی - لی<sup>۲</sup>) و کمیته‌ای از سازمان غذا و داروی آمریکا<sup>۳</sup> را می‌بیند که بازگشت سیلیکون به بازار بستگی به نظر آنها دارد.

دیانا یورک بلاین<sup>۴</sup>، متخصص مطالعات جنسیتی می‌گوید: «در تمام مدت برنامه، تماشاگر تاثیر فشارهایی را که بر زنان آمریکایی برای زیبا جلوه کردن وارد می‌آید به شدت احساس می‌کند. در این فیلم ایمپلنت سینه مشکل را به راحتی «حل» می‌کند ضمن اینکه امکانات جدید و بی‌شماری هم معرفی می‌شود. این فیلم به وضوح نشان می‌دهد احساس نقصان در زنان یک پدیده‌ی فردی نیست. نهادینه شدن تبعیض جنسی بر همگی ما اثر می‌گذارد. به



## کاملاً امن

نظر می‌رسد از بین بردن سلامتی ما یک راه حل پذیرفته شده است.<sup>۵</sup>

۵ برای آشنا شدن به خطرات ایمپلنت سینه به سایت [breastimplantinfo.org](http://breastimplantinfo.org) مراجعه کنید. در این سایت با پروژه مرکز پژوهش ملی زنان و خانواده در آمریکا آشنا می‌شوید.

۱ Absolutely SAFE

۲ Carol Ciancutti-Leyva

۳ FDA

۴ Diana York Blaine

## عزت نفس و جراحی پلاستیک

بیشتر مردم بر این باورند که افراد جذاب از همه

شده است. با این حال استفاده غیر درمانی از آن بیشتر رایج است (۳۰)

## بینی ام را که علامت مشخصه خودم است دوست دارم لیسا جرویس<sup>۱</sup>



به عنوان یک یهودی با خصوصیات فردی متفاوت - لامذهب، عصبی، نیویورکی، دختری متعلق به سطوح بالای طبقه متوسط، از یک خانواده لیبرال-دموکرات خالص، که فقط یکی از آیین‌های یهودیت را رعایت می‌کرد، و آن هم رفتن به سینما و خوردن غذای چینی در روزهای کریسمس بود، از همان نوجوانی اطرافیانم اصرار داشتند که بینی ام را عمل کنم. مادرم می‌گفت: «کار سختی نیست، دکترها این روزها بینی‌هایی متناسب با صورت فرد درست می‌کنند. کاملاً طبیعی.»

بعد از چند سال مقاومت در برابر این که اجازه بدهم یک نفر بینی ام را بشکند، تراش بدهد و آن را به شکل کوچک تر و کمتر آزاردهنده در بیاورد مادرم گفت: «هنوز دیر نشده، می‌دانی، من خرجش رو می‌دهم.» انگار به خاطر پول تن نمی‌دادم.

در اصل دوست نداشتم آنقدر پوچ و سطحی باشم. نمی‌خواستم هیچ جای صورتم چاقو بخورد. فکر عمل جراحی پلاستیک حالم را به هم می‌زد- خطراتش، هزینه اش، حس جلف بودن، خون و به هم ریختگی دل و روده از وحشت- همه به کنار، ترجیح می‌دادم بینی گنده و بی ریخت خودم را حفظ کنم. با وجودی که در دوره‌های مختلف زندگی احساسات متفاوتی نسبت به بدنم داشتم؛ اما عجیب این که از بینی خدا داده ام (اگر جسارت نباشد) راضی بودم.

خیلی از دوستان همسن و سالم که بینی عمل کردند؛ دلشان نمی‌خواست اینکار را بکنند اما یا به اجبار زنان بزرگتر فامیل (مادر، مادر بزرگ، عمه، خاله) و یا از سر رو در واسی تن به این کار دادند. (تجربه ای که مادرم من را از آن معاف کرد و من واقعا سپاسگزارش هستم). با این حال این روزها تب داشتن بینی کوچک و نقلی، به عنوان نمونه عالی زنانگی، بالا گرفته و راه حلی شده برای از بین بردن نشانه‌های قومی. خوب که کنکاش کنیم متوجه می‌شویم که «زیباتر» یعنی «سفید پوست‌تر» و «غیر یهودی».

من بینی ام را به عنوان یک علامت مشخصه دوست دارم. .... و آن را بخشی از هویت خود می‌دانم. اولین بار که یک نویسنده یهودی فمینیست دیگر را ملاقات کردم از من پرسید تو هم از قوم یهودی. از اینکه بخشی از هویتم برای کسانی که می‌دانند کجا را نگاه کنند، بلافاصله قابل تشخیص است سپاسگزار بودم.

<sup>۱</sup> Lisa Jervis

بر خورد مستمر شیئی گونه با بدن زن باعث شده است که بسیاری از ما خود را همچون یک وسیله بنگریم. این بدان معنی است که ما، زنان، توقعات فرهنگی جامعه را درونی کرده ایم. توقعاتی که از ما انتظار دارد بپذیریم بدن ما فقط ابزاری برای لذت دیگران است (۳۶). یکی از زنان در نوشته زیر توضیح می دهد که چگونه در مقابل این توقعات به هنگام رابطه جنسی مقاومت کرده است:

همیشه نگران بودم که مبادا یک موی زاید اینجا یا یک پوست شل شده و آویزان در جای دیگری از بدنم ببیند و نسبت به من سرد شود. متوجه شدم که خودش هیچوقت حواسش به لک و پیس‌های پوستش و بیرخت شدن هیکلش به خاطر چند کیلو اضافه وزن نیست. بنابراین تصمیم گرفتم مثل خودش رفتار کنم و بیشتر روی لذت جنسی که می بردم متمرکز شدم. از آن به بعد از رابطه جنسی خیلی بیشتر لذت می برم. او هم متوجه این موضوع شده و به من میگوید که بیشتر از قبل لذت می برد. و نتیجه؟ اوج گرفتن میل و بهتر شدن رابطه جنسی است.

شاد ترند. اما پژوهش‌ها نشان می دهد که این موضوع حقیقت ندارد (۳۳). و علی رغم هیاهوی رسانه‌ها و برداشت همگان که تصور می کنند عمل زیبایی عزت نفس<sup>۲۴</sup> را بالا می برد تا کنون هیچ پژوهشی این باور را تایید نکرده است.

چنانچه از افرادی که جراحی پلاستیک کرده اند چند ماه پس از عمل پرسید چه احساسی دارند؛ بسیاری از آن‌ها خواهند گفت که از اعتماد به نفسی بیشتری برخوردار شده اند. اما اگر پیش از عمل و چند ماه یا چند سال پس از عمل از آنها پرسید چه احساسی نسبت به خودشان دارند پاسخ آنها چندان تفاوتی نخواهد داشت. ممکن است در مورد آن بخش از اندام خود که «درست» شده احساس خوبی داشته باشند، اما احساس بهتری نسبت به خود نخواهند داشت. چرا که عزت نفس در مورد بیشتر مردم یک ویژگی ثابت فردی است و به صرف تغییر ظاهر دگرگون نخواهد شد.

## نقش تحریف کننده رسانه‌ها

بدن به یک بوم نقاشی کامل تبدیل شده است که کسب و کار زیبایی، در این عصر دیجیتالی، تصویر ما را بر روی آن تا جایی که جسما امکان پذیر است نو به نو تغییر می دهد.

اما از آنجایی که کمال مطلوب به خودی خود امری دست نیافتنی است، آنچه دنیای زیبایی در همه جای جهان عرضه می کند ناخرسندی بی کرانه است (۳۶)

روت براندن<sup>۲۵</sup>

زیبایی زشت<sup>۲۶</sup>

۲۴ self-esteem

۲۵ Ruth Brandon

پیش از این که رسانه‌ها پدید بیایند؛ در واقع، دیدگاه‌های ما نسبت به زیبایی تنها به جامعه‌ای کوچک محدود می شد. تا سال ۱۸۳۹ که صنعت عکاسی اختراع شد، مردم به تصویر حقیقی صورت و بدن دسترسی نداشتند. پس از اختراع عکاسی، عصر دیجیتال کنونی به شتاب سر رسیده است که در یک چشم انداز کاملا تازه

ما را دم به دم تصویر باران می کند. چه سرگرم تماشای تلویزیون و سرک کشیدن به سایت های آنلاین و چه مشغول بازی های ویدیویی باشیم تصویر رویایی یک زن لاغر، خوش اندام و جوان همیشه و همه جا پیش چشم مان است.

من معتقدم همه زنان به نهایت و کمال زیبا هستند. با اینحال وقتی با تصاویر ساختگی در مجلات و یلبورد ها روبه رو می شوم؛ نمی توانم جلوی خود را بگیرم. بازهم آرزو می کنم کاش شبیه آن ها بودم.

تحقیقات نشان می دهد که دیدگاه هایی که امروزه در معرض آن هستیم، می تواند ادراک ما را از واقعیت مخدوش کند. به راستی در جریان زندگی - اگر آنچه را رسانه ها عرضه می کنند به حساب نیاوریم- چقدر بدن برهنه می بینیم؟ خیلی کم. اما اگر تصاویر برهنه و نیمه برهنه زنان را که در مجلات مد و پورنوگرافی منتشر می شوند به شمار آوریم این رقم بسیار بالا می گیرد. نتیجه پخش فراگیر این تصاویر که سیمای زن را در رسانه ها بیش از پیش مخدوش و شیئ گونه جلوه می دهد این است که نسل جوان می آموزد چهره زن را این گونه ببیند. بر اساس این آموزه ها زنان واقعی با موی اطراف اندام جنسی و پستان هایی که در مقایسه با این تصاویر دستکاری شده چندان گرد و برجسته نیست، غیر طبیعی به نظر می رسند.

حتی اگر با تصاویری که در نشریات و تلویزیون می بینیم موافق نباشیم کم کم باور می کنیم که همه آن ها را قبول دارند و تا جایی که احساس می کنیم ما نیز برای هم رنگ شدن با جماعت باید تغییری در بدن خود بدهیم (۳۷). منتقدان می گویند این گونه تصاویر نه تنها احساس کاذبی را در ما بر می انگیزند که بدن مان از جمله واژن ما چه نمایی باید داشته باشد،

بلکه با تشویق ما به ایجاد تغییر در اندام های جنسی بر سلامت جنسی ما هم اثر منفی می گذارد. ایجاد این تغییرات خطر ابتلا به بیماری های مقاربتی را افزایش و احساس فیزیکی را کاهش می دهد و موجب مشکلات پیچیده دیگری می شود (۳۸).

## طراحی واژن

هر میلیمتر از بدن ما زنان، از جمله اندام های جنسی، امکان بهتر شدن را دارد (۳۹). حتی در مورد اپیلاسیون باید گفت نمی توان ارتباط آشکار این روش ها را با پورنوگرافی نادیده گرفت.

برخی از زنان لبه های داخلی واژن خود را به منظور

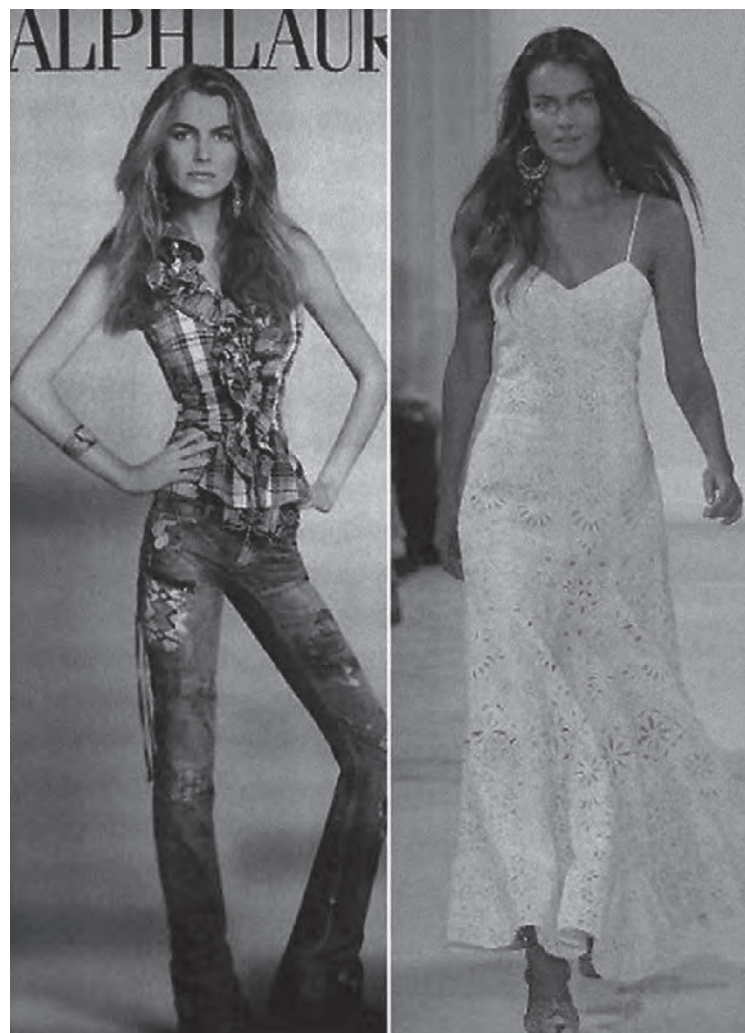
## جراحی پلاستیک پرده بکارت

بازسازی پرده بکارت که به تازگی به آن عنوان تاج واژن (تاج رحم) داده شده - نیز، اخیرا بخصوص در میان زنان خاورمیانه ای و اسپانیایی تبار، بسیار باب شده است. اگرچه پرده بکارت احتمال دارد به خودی خود پاره شود و از بین برود، به احتمال زیاد خود به خود پاره می شود و از بین می رود، زمانی که با عمل جراحی باز سازی گردد به هنگام نزدیکی به شدت خونریزی می کند که در بعضی فرهنگ ها نشانه ی باکره بودن است<sup>۱</sup>.

۱ برای بحث بیشتر در مورد تاج رحم (واژن) به صفحه ۷ متن اصلی کتاب بدن ما خود ما نگاه کنید.

و یا پر از رنگدانه» (۴۰) باشند. سایر عمل های جراحی که اکنون رواج پیدا کرده اند بیشتر به منظور تنگ یا جوان کردن واژن انجام می شوند و هدف آن بالا بردن اعتماد به نفس جنسی زنان و افزایش لذت جنسی در مردان است (۴۱). این عمل جراحی از سال های ۱۹۹۰ در امریکا باب شد و اما تا این اواخر بیشتر به منظور درمان بی اختیاری ادرار در زنان مسن تر انجام می گرفت. این نوع اعمال جراحی معمولا خطرهایی هم دارند؛ از آن جمله می توان از دست دادن احساس و یا بر عکس درد شدید به هنگام نزدیکی جنسی را نام برد. این عمل همچنین می تواند مشکلاتی مشابه مشکلات زایمان به وجود آورد مثل پارگی دهانه رحم، خون ریزی و پارگی مهبل (۴۳).

اگرچه بعضی مردم معتقدند این نوع عمل جراحی نزدیکی جنسی را لذت بخش تر می کند، اما، تا کنون هیچ پژوهشی این ادعا را تایید نکرده است. از آن مهم تر، متخصصان بر این باورند که بهبود رابطه جنسی حاصل از این عمل، بیشتر یک واکنش روانشناختی است تا جسمانی. کنگره ی زنان و زایمان آمریکا<sup>۲۸</sup> اعلام کرده است که این نوع عمل های جراحی «هیچ نوع مبنای پزشکی ندارد و هیچ مدرکی ایمن و موثر بودن آن ها را تضمین نمی کند.» این کنگره همچنین اخطار داده است که القای این باور که این نوع عمل های جراحی امری عادی و پیش افتاده است فریبکاری است. کنگره توصیه می کند زنانی که می خواهند عمل جراحی واژن انجام دهند «از عوارض احتمالی آن، از جمله عفونت، افت احساس جنسی، احساس درد به هنگام نزدیکی، چسبندگی و باقی ماندن همیشگی جای عمل آگاه شوند؛ و نیز مطلع گردند که داده های پژوهشی چندانی در حمایت از این نوع جراحی ها در دست نیست (۴۴).



تغییر دیجیتالی چهره فیلیپا هامیلتون (Filippa Hamilton)

مدل قدیمی و مشهور پولو رافرن (Polo Ralph Lauren)، زمانی که در شعبه فروشگاه ژاپن در انظار ظاهر شد، هیاهوی زیادی به پا کرد. شرکت تولید کننده لباس در نهایت به خاطر این نحوه تبلیغات از مردم عذرخواهی کرد. ولی اما به زودی با اخراج هامیلتون جنجال دیگری به پا کرد. هامیلتون گفت «آن ها مرا اخراج کردند چون به من گفتند اضافه وزن دارم و لباس های آن ها دیگر مناسب اندام من نیست.»

ظریف تر شدن واژن و یا قرینه شدن دو طرف با عمل جراحی که لبیپلاستی<sup>۲۷</sup> گفته می شود می برند و کوتاه می کنند. مقصود از عمل لبیپلاستی، ترمیم لبه واژن هایی است که «خیلی بزرگ، شل، آویزان، ناهنجار، بدریخت،

برخورد های منفی و نیز فشار از جانب مردی که شریک زندگی ماست سبب می شود که به دیگرگون ساختن بدن خود دست بزنیم. اما اغلب این فشار از درون سرچشمه می گیرد. ما استانداردهایی برای خود وضع می کنیم و می پنداریم که باید آن ها را رعایت کنیم. دکتر دیوید متلاک<sup>۲۹</sup> متخصص زنان و جراحی زیبایی، که با سریال طرفدار تلویزیونی دکتر ۹۰۲۱۰ به شهرت رسید، مبتکر تکنیک های «جوان سازی واژن با لیزر» است. او این تکنیک ها را در انحصار خود نگاه داشته و از انتشار آن خودداری نموده و از این راه وضعیت شغلی و درآمد بالایی را برای خود تامین کرده است. دکتر متلاک که ادعا می کند بالاترین میزان عمل جراحی واژن را در سطح آمریکا انجام داده است، می گوید: «نمی توانم بگویم که زن ها چه تعداد صفحه از مجلات پرونوگرافی را به مطب من می آورند و از من می خواهند واژن آنها را به آن شکل در آورم. حتی زنان جوان مهبل شل و آویزان را نشانه پیری می دانند و می خواهند که هر طور شده آن را عمل کنند (۴۵).

برای مطمئن ساختن زنان از طبیعی بودن فرم واژن خود گفتگوی بیشتری در باره تنوع گسترده شکل یک واژن بهنجار لازم است. مقایسه ی تصویر بدن های عادی و سالم با بدن هایی که زیر تیغ جراحی رفته اند، این تصور را به وجود می آورد که این به اصطلاح نابهنجاری ها واقعا غیر عادی هستند- در حالی که آناتومی اندام جنسی هرکس به اندازه اثر انگشت متفاوت است. از این هم فراتر، جراحی زیبایی واژن چنان تعریف باریکی از بهنجاری ارائه می دهد که زنان را از ملاحظه فرهنگ و هویت فردی روی گردان می کند. ابی بی. برنسن<sup>۳۰</sup>، عضو کمیته جراحی کنگره زنان و زایمان آمریکا می گوید «بسیاری از بانوان متوجه نیستند که شکل ظاهری واژن

۲۹ David Matlock

۳۰ Abbey B. Bereson

از فردی به فردی دیگر متفاوت است. این را سال ها تجربه در جراحی به ما نشان داده است».

کمپین دیدگاه نو<sup>۳۱</sup> با امضای ده ها پژوهشگر مسایل جنسی، پزشکی و روانشناس از سراسر جهان - خواستار مقررات تازه ای است که بر اساس آن بخش حمایت از مصرف کننده کمیون تجارت امریکا<sup>۳۲</sup>، موظف شود بر برنامه های تبلیغاتی نظارت (۴۷) داشته باشد. در اعتراض سال ۲۰۰۸ که در مقابل منهن سنتر<sup>۳۳</sup> در شهر نیویورک برای مخالفت با جراحی واژن بر پا شد، اعضای کمپین دیدگاه نو شعار «پژوهش بیشتر، سودجویی کمتر» را در دستور روز قرار دادند (۴۸) و خواهان به تعویق انداختن این نوع جراحی تا مشخص شدن نتیجه بررسی ها و دستور عمل های دقیق شدند.

## پرنوگرافی و سودجویی

هرچقدر وب سایت ها و رسانه های دیجیتالی بیشتری برای جلب بیننده دست به رقابت می زنند به همان نسبت سازندگان برنامه های تبلیغاتی هم بیشتر مجبور می شوند که روش های سرسام آور و جذاب تری را در پیش بگیرند که مثل همیشه فروش سکس است- و یا روشن تر بگوییم سکس زنانه<sup>۳۴</sup>.

گل داینس<sup>۳۵</sup> فعال جامعه زنان، استاد جامعه شناسی و مطالعات زنان در کالج ویل لاک بوستن، به برنامه ی چپ جدید<sup>۳۶</sup> گفته است: «کافی است تلویزیون را روشن کنید، مجله ای را ورق بزنید و یا نگاهی به بیل بردها بیندازید. متوجه خواهید شد تصاویر پرنو سرمشقی هستند برای

۳۱ New View Campaign

۳۲ Federal Trade Commission

۳۳ Manhattan Center

۳۴ برای اطلاعات بیشتر به سایت [feministfatal.com](http://feministfatal.com) مراجعه کنید.

۳۵ Gail Dines

۳۶ Project New Left

ارائه ی اندام زنان از طریق رسانه‌ها... (۵۰)

فعالان جامعه ی مردان نیز بخشی از جنبشی بوده اند که هدف آن بازسازی دیگاه‌ها در مورد تصویر بدنی است- به خصوص در میان خود مردان. رابرت جنسن<sup>۳۷</sup>، استاد دانشگاه تگزاس در رشته ی روزنامه نگاری در مقاله ای تحت عنوان برانگیختگی جنسی: پورنوگرافی و پایان مردانگی<sup>۳۸</sup> به تفصیل راه‌هایی را تشریح می‌کند که مفاهیم سنتی مرد بودن مردان را چه در ارتباط با زنان و چه در ارتباط با مردان دیگر در تله نیاز به برتری خواهی گرفتار می‌سازد.

بایرون هات<sup>۳۹</sup>، فیلمساز، مربی، مخالف جنسی سازی<sup>۴۰</sup>، منتقد موسیقی و رقص هیپ هاپ، دو فیلم مستند پدیدآورد با نام‌های من یک مردم: مردانگی سیاه در آمریکا<sup>۴۱</sup> و فرهنگ هیپ هاپ: در ورای آهنگ و قافیه<sup>۴۲</sup> که برنده ی جایزه شدند. بایرون هارت در هر دو مستند از نژاد پرستی که در بنیان مردانگی سیاه پوستان آمریکا هست پرده بر می‌دارد. با این حال او به امکان ایجاد فضای دیگری اشاره می‌کند که در آن مردان سیاه پوست می‌توانند در مخالفت با زن ستیزی، خشونت و وحشت از همجنسگرایی شناخت تازه‌ای از خود ارائه دهند.

## جای چه کسی در این تصویر خالی است

هرچند که هنرپیشه‌های قدیمی مثل میریل استریپ<sup>۴۳</sup>، آننت بنینگ<sup>۴۴</sup> و هلن میرن<sup>۴۵</sup> هنوز جا پای

۳۷ Robert Jensen

۳۸ Getting Off: pornography and the end of masculinity.

۳۹ Byron Hurt

۴۰ Antisexist

۴۱ I AM A MAN: Black Masculinity in American

۴۲ Hip Hop: Beyond Beats&Rhymes

۴۳ MerylStreep

۴۴ Annet Bening

۴۵ Helen Mirren

محکمی در پرده سینمای هالیوود دارند؛ اما این پرده نقره ای کمتر زنان بالای ۴۰ سال را به نمایش می‌گذارد؛ تازه آن هم فقط در نقش‌های خنثای جنسیتی، حمایتی و خنده آور (۵۱). بسیاری از زنانی که نقش مادر را در فیلم‌ها بازی می‌کنند یا همسن مردی هستند که نقش پسر آنها را بازی می‌کند و یا از او جوان‌ترند. و زنان مسن‌تر نیز به برکت جراحی پرهزینه پلاستیک و ترمیم دیجیتال عکس‌شان اغلب بسیار جوان‌تر می‌نمایند (۵۲). نتیجه این که آن دسته از ما زنان که طبیعی بودن را انتخاب می‌کنیم و حاضر نیستیم به جراحی پلاستیک روش‌های افراطی برای حفظ زیبایی و رژیم‌های سخت غذایی تن‌دهیم گویی خود را «رها کرده ایم».

تصویر پردازی بی‌نقص گرای رسانه‌ها زنانی را که نقص جسمانی مشهودی دارند از صحنه حذف می‌کند. به نمایش نگذاشتن این دسته از زنان به این معنی است که زندگی آن‌ها در چشم افرادی که دچار نقص جسمانی نیستند رازگونه جلوه می‌کند. زنانی که نقص جسمانی دارند اغلب یا به شکل قربانیان فلک زده ای به تصویر کشیده می‌شوند که نیازمند حمایت‌اند و یا قهرمان‌هایی که از پس کارهای ناممکن بر می‌آیند. چرا که زنان چاق، پیر و از نظر جسمی ناقص «عادی» و دلنشین به شمار نمی‌آیند و بیشتر کلیشه ای نمایش داده می‌شوند تا به شکل انسان‌های معمولی. زن‌های پیر بدخلق، زنان چاق و راج و زنان ناقص مخنث اما خوش‌قلب، کلیشه‌های رایج سینما و تلویزیون هستند. به ندرت زیبایی این دسته از زنان تشخیص داده و ارج گذاشته می‌شود و تقریباً هرگز به عنوان موجوداتی که نیازهای جنسی دارند به تصویر کشیده نمی‌شوند.

بر اساس پیام‌های مسلط جامعه به سر بردن با معلولیت جسمانی به من یاد داده است که مثل دیگر زنان نیستم. در واقع عمدتاً و اصلاً زن شناخته نمی‌شوم.

## آمریکن ایبل

فعالیت‌های رسانه‌ای شکل‌های متفاوتی به خود می‌گیرد. هالی نوریس<sup>۱</sup>، عکاس، به همراه دوست و مدلش جز ساچس<sup>۲</sup> که به بیماری ژنتیکی سندرم فریمن-شلدون<sup>۳</sup> مبتلاست، زنجیره‌ای از عکس‌های «آمریکن ایبل»<sup>۴</sup> را پدیده آورد-این عکس‌ها تقلید مسخره آمیزی از فرم‌های خاص بدن (باریک و بی‌نقص) است که به طور معمول در تبلیغات پوشاک آمریکایی به نمایش گذاشته می‌شوند.

نوریس به نکته جالبی اشاره می‌کند و می‌گوید: «دیدگاهی که دائم در باره‌ی زیبایی و جذابیت در رسانه‌ها مطرح می‌شود، لزوماً نشان دهنده مفهومی که زیبایی برای من و شما دارد نیست.» (۵۵)

آنچه به عنوان تکلیف درسی دانشجویان کلاس زن و فرهنگ عامه شروع شد، در ماه می ۲۰۱۰ به بخشی از کار یک نمایشگاه گروهی تبدیل گردید و در ۲۷۰ صفحه نمایه دیجیتالی در سراسر مترو تورنتو به نمایش گذاشته شد.

نوریس در بیان خود که با این تصاویر همراه است، می‌گوید «زنان معلول به ندرت، اگر نگویم هرگز، به تصویر کشیده می‌شوند. تازه تصویری که از آن‌ها به نمایش گذاشته شود، غیرجنسی است، چرا که از نگاه مردم عامی نقص بدنی به گونه گسترده ناخوش آیند به شمار می‌آید. در جامعه‌ای که تمایلات جنسی

## آشنایی با جس



روز به روز بیشتر عمده می‌شود. نادیده گرفتن و در پرده گذاشتن زنانی که نقص بدنی دارند به معنی انکار حق آنها به داشتن تمایلات جنسی به خصوص در بافت عمومی جامعه است.

در بیشتر عکس‌ها ساچس با شادی آشکار و سرزندگی برانگیزنده‌ای حضور دارد و چه پیراهن به تن کرده باشد و چه جوراب سه ربع، در تمام عکس‌ها می‌درخشد.

او می‌گوید «در عکس‌ها سرشار از اعتماد به نفس به نظرمی رسم. ذوقی که به این کار، به این ایده و به بدنم دارم در همه آن‌ها نمایان است.»<sup>۵</sup> (۵۶)

۱ Holly Norris

۲ Jes Saches

۳ FreeMan- Sheldon

۴ American Able

۵ برای دیدن تصاویر بیشتر این سری از عکس‌ها به [holliynorris.com/americanable](http://holliynorris.com/americanable) نگاه کنید. برای اطلاعات بیشتر در باره فعالیت زنان درمورد معلولیت و تمایلات جنسی به ۱۹۱ متن اصلی مراجعه کنید.

درصد حضور زنان رنگین پوست در رسانه ها رشد یافته است اما میزان موفقیت آن ها مورد سوال است: شرکت دادن زنان رنگین‌های پوست در برنامه های تبلیغاتی پرترفدار تاکتیک هوشمندانه ای است برای نشان دادن میزان به روز بودن محصول و محبوبیت آن -- و اندام ایده آل مثل همیشه ترکه ای با سینه ها بزرگ و موهای بلند است. تصویری که زنان رنگین پوست خود را با آن محک می زنند. یکی از زنان نوشت که به عنوان یک نوجوان «همیشه در تمنای داشتن ظاهر یک «دختر سفید پوست» بوده است: باسن ظریف، سینه های برجسته، شکم صاف. از این که می دیدم شبیه مدل های مجلات نیستم از خودم بیزار بودم».

مجلات مطرح و پرترفدار و رسانه های سرگرم کننده هنوز به ندرت از تصویر زنان رنگین پوست برای طرح روی جلد و نقش اول استفاده می کنند. نگاهی به وائیتی فیر<sup>۴۶</sup> ۲۰۱۰ نشریه «هالیوود جوان»<sup>۴۷</sup> بیندازید: نه نفر از هنر پیشه های مطرح روز که روی جلد را تزیین می کردند - همگی سفید پوست، باریک اندام، با بدن های سالم و بی نقص بودند (۵۴).

یک زن امریکایی - کره ای فشار خاصی را که زیبایی ایده آل پوست سفید بر رنگین پوستان وارد می آورد، چنین توصیف می کند:

زمانی که در سن رشد بودم. همه کسانی که در فیلم ها، مجلات و برنامه های تبلیغاتی تجاری نقشی به عهده داشتند، از چشم های درشت زیبا برخوردار بودند. من هم دلم می خواست چشم هایم درشت تر بود. دختران کره ای بزرگ تر به من توصیه می کردند نخ و نوار استفاده کنم تا پلک چشمم بازتر شود. هرچه

۴۶ Vanity Fair 2010  
۴۷ Young Hoolywood

تلاش کردم هیچ فایده ای نداشت. با استفاده از نخ و نوار چشم هام درشت شده بود. اما ته دلم از این کلک خبر داشت با خودم کلنجار می رفتم که واقعا چه شکلی ام. به خودم می گفتم بزرگ که شدم عمل می کنم هرچند که پدرم مخالف باشد. امروز خدا را شکر می کنم که این کار را نکردم. این روزها هنرپیشه های آسیایی تبار تعدادشان نسبت به زمانی که من دبیرستان می رفتم خیلی بیشتر شده است. حالا خیلی ها شیفته مدل چشم های من هستند درست مثل آن موقعی که من، در سن رشد، حسرت چشم های درشت را می خوردم.

می توانید چاق باشید و روی صفحه تلویزیون حاضر شوید به شرط این که نشان دهید که دارید سخت رژیم می گیرید تا لاغر شوید.

زمانی که زنان درشت هیکل در نمایش های تلویزیونی و فیلم ها شرکت داده می شوند موضوع برنامه به گونه ای با کاهش وزن و لاغر شدن ارتباط پیدا می کند. تلویزیون نشان می دهد قهرمان های کاهش وزن، مرد و زن، چه مبارزه ای سختی می کنند که وزن از دست بدهند و احترام کسب کنند. این برنامه هر هفته ۱۰ میلیون بیننده دارد. اما این برنامه و برنامه هایی نظیر در چارچوب فرهنگ ما چه معنایی به خود می گیرد آن هم وقتی که روش های خطرناک کاهش وزن را تشویق می کنند؛ روش هایی که حتی متضمن از دست دادن آب بدن، محدودیت سخت در مصرف کالری و روزانه بیش از ۶ ساعت ورزش کشنده است (۵۷).

همزمان، تماشاگران مصرانه خواهان نمایش دقیق تر و متنوع تر در برنامه های تلویزیونی هستند. هر چند خیلی مایوس کننده است وقتی می بینید یک مقاله

## فعالیت های رسانه ای

- اگر تصویر زیبایی را که شبیه شما باشد پیدا نکردید، به جاهای دیگر سر بکشید. به نشریات، فیلم ها، کتاب ها، و سایت های دیگر. برنامه های تبلیغاتی مطرح روز و تصاویر آن ها را با نگاهی انتقادی ارزیابی کنید. به واقعیت پنهان در پس این تصاویر توجه داشته باشید.
- توجه کنید که چگونه رفتار شما بازتاب طرفندهای رسانه هاست و از آن ها حمایت می کند. از خود پرسید: اگر زنی که در این برنامه تبلیغاتی شرکت دارد زیبا نبود آن را می خریدید؟ ببینید ناخودآگاه چه پیامی را درونی کرده اید.
- از قدرت خرید خود استفاده کنید. بعد از این که شرکت مشهور Abercrombie و فیچ<sup>۱</sup> شروع کرد به تولید لباس زیر دخترانه تانگ<sup>۲</sup> اعتراضات مردم و تهدید به تحریم خرید باعث شد که عرضه کنندگان آن در برنامه خود تجدید نظر کنند. از خرید کالا از شرکت هایی که قصد بهره کشی از زنان و دختران در کمپین های خود را دارند خود داری کنید.
- به انتقادگر رسانه ها تبدیل شوید. با استفاده از وبلاگ، تویت و فیس بوک حضور توهین آمیز زنان و دخترانی را که موجب تحقیر همه ما می شوند به مجادله بکشید.

۱ Abercrombie & Fitch

۲ Thong

نویس مجله مد ماری کلر<sup>۴۸</sup> درباره ی سریال تلویزیونی مایک و مالی<sup>۴۹</sup> کانال سی بی اس<sup>۵۰</sup> می نویسد « به نظر تماشای این که دو تا آدم چاق همدیگر را می بوسند دل بهم زن است... چون دیدن هر کاری که آن ها بکنند دل بهم زن است». اعتراضاتی که در پی این مقاله ابراز شد دل گرم کننده بود و هزاران توضیح و تفسیر بر آن نوشته شد که بیشتر آن ها برخورد انتقادی تند و کوبنده را محکوم کرده بودند (۵۸).

زمانی که مجله گلامور<sup>۵۱</sup> در سال ۲۰۰۹ تصویر تقریباً برهنه ی لیزی میلر<sup>۵۲</sup> را با برجستگی طبیعی شکم در وضعیت نشسته چاپ کرد، بازخورد گسترده ی مثبتی دریافت کرد (۵۹). نتیجه ی این بازخورد ظاهر شدن میلر در تودی<sup>۵۳</sup> و سروصدای وبلاگ های شگفت زده بود. مجله ی گلامور شماره ی نوامبر ۲۰۰۹ خود را به بزرگداشت مدل های سایز بالا اختصاص داد و یک عکس گروهی ویژه از هفت مدل سایز بالای برهنه منتشر کرد. (۶۰). اما ۱۱ ماه بقیه ی سال چه گونه می گذرد. علی رغم اختصاص یک شماره به زنان سایز بالا، باز هم مجلات مد و تبلیغات فقط جایگاه «زنان واقعی» است. زنانی که سایز آن ها بالای ۲ است. در حالی که بیش از ۴۱٪ از زنان آمریکایی سایزشان بالای ۱۴ است تنها ۱۰٪ از عرضه کننده های پوشاک لباس مناسب آن ها راه بازار می آورند. (۶۱).

تبلیغات تلویزیونی هم، همین روند را دنبال می کنند. لین بری یانت<sup>۵۴</sup>، تولیدکننده زنجیره ای لباس در تبلیغات تلویزیونی خود مدل های سایز بالا را هم به نمایش گذاشت که جنجال برانگیز بود. آ.ب.ث و فاکس

۴۸ Marie Claire

۴۹ Mike & Molly

۵۰ CBS

۵۱ Glamour

۵۲ Lizzie Miller

۵۳ Today

۵۴ Lane Bryant

### تاریچه حضور زنان در آگهی های تجاری

جین کیلبورن<sup>۱</sup> نویسنده، سخنگو و فیلم سازی است که ارتباط میان سلامت عمومی و تبلیغات را بر جسته کرده است:

یک آگهی برای تبلیغ اسپری زنانه می گوید «رایحه زنانه برای همه درد سر شده است». در تبلیغ دیگری برای شامپو می بینیم «مهم موی زیباست بقیه چیزها اهمیت ندارد» و در تبلیغ سیگار می گوید: «دوست پسرم گفت من را به خاطر افکارم دوست دارد. تا حالا در زندگی اینقدر به من توهین نشده بود.»

این آگهی ها از اولین مجموعه تبلیغاتی است که من آن ها را برای بررسی حضور زنان در آگهی های تجاری شروع کرده ام و به سال ۱۹۶۸ مربوط می شوند. نمونه هایی که در اولین نسخه مستندم به نام «نرم نرمک ما را می کشند: چهره تبلیغاتی زنان» (ساخت ۱۹۷۹ از آن زمان تا کنون سه بار بر پرده نمایش آمده است) {۶۲}. این آگهی ها در مقایسه با استانداردهای امروز مضحک به نظر می رسند. در یکی از این تبلیغات زنی فریاد می زند این «این دیودورانت برای احساسات فوق العاده زنان ساخته شده» (اسپری را تقریباً زیر بغل گرفته است). در یک آگهی دیگر زنی پایکوبی می کند با شادی می گوید: «شاید اگر ۲۷ کیلو وزن کم نمی کردم تا حالا بی شوهر می ماندم.» (با دیدن این آگهی زنی از میان جمعیت فریاد می زند

و می گوید: «این بهترین تبلیغی است که تا که تا به حال برای چاقی دیدم».

خیلی راحت می شود به این تبلیغات خندید و باور کرد که پیشرفت کرده ایم. ای کاش این واقعیت داشت چنین پیشرفتی حقیقت داشته باشد. بی گمان دیگر شاهد زنان خانه داری که بیماری وسواس ساییدن و تمیز کردن دارند نیستیم، (امروزه استفاده وسواسی از مواد ضد باکتری جای آن را گرفته است). در عوض در آگهی های تجاری شاهد حضور زنان در محل کار و مردانی هستیم (هر چند نه به حد کافی) که بچه بغل می کنند و کارهای معمول خانه را انجام می دهند بی آنکه خرابکاری بیارند.

با این حال از بعضی جهات مسائل بدتر هم شده است. تصویر ایده آل زیبایی ظالمانه تر شده است. حتی به گونه ای روز افزون حضور کودکان در آگهی ها و فرهنگ عامه جنسی شده است..

دختران در سنین خیلی پایین این پیام را دریافت می کنند که باید خیلی دلربا و افزون بر همه ی این ها در زیبایی بی عیب و به حد ناممکنی لاغر باشند. هنوز هم از بدن زنان برای فروش همه چیز از شامپو گرفته تا اهره برقی استفاده می شود و اغلب اعضای این بدن راقطعه قطعه می کنند: سینه، پا، باسن. گاهی بدن زنانه را با استفاده از جلوه های مختلف گرافیکی به صورت اتومبیل، کفش یا بطری آبجو در می آورند. در یک آگهی<sup>۲</sup> که در مجلات لوکس چاپ شد موی اندام جنسی زنانه را به صورت آرم تجاری کوچی تراشیده بودند. ما بیشتر تشویق می شویم تا به کالا هایمان شور و شوق نشان دهیم تا به شریک زندگیمان.

۲ Gucci

۱ Jean Kilbourne(jeankilbourne.com)

تبلیغات چی‌ها وقتی می‌خواهند راه تازه‌ای برای جلب نظر پیدا کنند فوراً سراغ تصویرهای گرافیکی سکس و خشونت می‌روند. آگهی‌های تبلیغاتی دهه ۱۹۶۰ هر چند هم بد بودند از تکه‌های بدن کتک خورده و پخش وپلا شده زنان استفاده نمی‌کردند و یا آن را به شکل بدنه اتومبیل در نمی‌آوردند. مهم‌تر از تصویرهایی که در آگهی‌های خاص منتشر می‌شوند، افزایش قدرت تاثیرگذاری تبلیغات به طور کلی است. امروزه تقریباً همه چیز از خبرنگاری گرفته تا سرگرمی و سیاست به بازاریابی مربوط می‌شود.

چهل سال پیش فرهنگ ما به شکل باور نکردنی تجاری شد. بیم آن دارم که هیچ خبری از دگرگونی دنیای تبلیغات نباشد. اما مهم این است که مردم هر روز بیشتر می‌فهمند که تبلیغات مسئله‌ای است مربوط به سلامت عمومی و همه ما تحت تاثیر آن هستیم. اگر از این زاویه به موضوع نگاه کنیم راهی طولانی طی کرده‌ایم.

## نشانه گرفتن کودکان و نوجوانان فروش نا امنی

بازاریابان از قدرت خرید کودکان، بچه‌های ۱۱، ۱۲ ساله و نوجوانان به خوبی آگاهند. آن‌ها از تمام کانال‌های ممکن تلویزیونی برای بمباران تبلیغاتی استفاده می‌کنند. ترکیبی از خود آگاهی و حساس بودن در باره نمود ظاهری خود و قدرت خرید، جوانان را به شکار اولیه شرکت‌های بازرگانی تبدیل می‌کند. به خصوص دختران یک منبع مهم و اساسی برای درآمد زایی محسوب می‌شوند. بازاریاب‌های خبره با بهره‌گیری از این نکته و نیز القای احساس نا امنی در بزرگ‌سالی زنان را به مصرف‌کننده‌های تمام عمر تبدیل می‌کنند. صنعت زیبایی دختران را از جوانی به دام خود گرفتار می‌کند. در دوره‌ی نوجوانی دختران حدود ۱۲ کیلوگرم وزن اضافه می‌کنند که برای رشد مناسب لازم است. اما در فرهنگی که وسواس لاغری حاکم است، تعجبی ندارد که دختران نوجوان دچار اضطراب اندام شوند و

از ابتدا از پخش این آگهی در نمایش‌های پرطرفدار خود، دنسیگ ویت استار<sup>۵۵</sup> و امریکن آیدل<sup>۵۶</sup> خودداری کردند و محترمانه اعلام کردند که خیلی «جلف است». لین بریانت اشاره کرد که هر دو ایستگاه تلویزیونی با شادی تمام در همان زمان در آگهی‌های میان برنامه‌ای خود تبلیغات ویکتوریا سیکرت<sup>۵۷</sup> را پخش کردند. البته هر دو کانال نرم شدند و این آگهی را پخش کردند، اما در قسمت‌های پایانی این نمایش‌ها. (۶۳). پس از این همه هیاهو، پرسش همچنان باقی است: چرا زنان آمریکایی متوسط که ۷۵ کیلو وزن دارند وسایز ۱۴ می‌پوشند... اصلاً به چشم نمی‌آیند؟ (۶۴)

۵۵ Dancing With the Stars

۵۶ American Idol

۵۷ Victoria Secret

## سرمشقی برای تصویر بدنی باشیم

در سال ۲۰۰۷ در یک بررسی جهانی اهمیت ارتباط مادر - دختر در شکل گیری عزت نفس و اعتماد به نفس دختران مطالعه شد. یک سوم دختران نوجوان پانزده تا هفده ساله گزارش دادند که «مادران شان بیشترین و عمیق ترین تاثیر را در احساس آنها نسبت به زیبایی و تصویر بدنی داشته اند.» (۷۰). پیوند محکم با دیگر زنان بزرگسال (اعضای خانواده، آموزگاران و غیره) نیز می تواند تاثیر مثبتی بر تصویر بدنی داشته باشد. داشتن اضطراب بدنی در میان نوجوانان تا حدی طبیعی است. با این حال پدران و مادران، مراقبان و مربیان می توانند با رعایت موارد زیر دیدگاه سالمی در اندیشه دختران نسبت به تصویر بدنی پدید آورند. رفتارهای خود را زیر نظر بگیرید. دختران ما از کردار ما بیشتر درس می گیرند تا از گفته های ما و پیام های رسانه ها. بسیاری از دختران بر اساس مشاهده رفتار و گفتار مادران خود و دیگر زنانی که دائم رژیم می گیرند از اندام خود بد می گویند از بدن خویش بیزار

می شوند.

تصاویر رسانه ها را به همراه فرزندان خود تحلیل کنید و به آنها کمک کنید تا نگاه مردانه پنهان در پس لنزهای دوربین را تشخیص دهند.

به دختران خود پیامزید اقتدار، در شناخت خود و آرمان هایی است که دنبال می کنند، نه شکل ظاهر. به آنها کمک کنید خود را بر اساس ارزش ها و علایقشان به دیگران بشناسانند و بر بنیاد همین معیارها عمل کنند. امکاناتی برای آنها پدید آورید تا در هنر، موسیقی، ورزش و تحصیلات دانشگاهی و این گونه تلاش ها موفقیت به دست آورند. دستاوردهای آنها را تحسین کنید.

به دختران کمک کنید تا بیشتر بر سلامت متمرکز شوند تا بر وزن. فعالیت های بدنی شادی بخش را تشویق کنید. با یکدیگر آشپزی کنید و غذاهای سالم تدارک ببینید. از رژیم لاغری حرفی نزنید و متوجه باشید که واژه هایی مثل «سالم» و «متناسب» اغلب در لفافه، «لاغر» معنی می شوند.

رژیم های سخت بگیرند.

بررسی بیست و یک پژوهش در مورد تاثیر رسانه های جمعی بر شش هزار دختر نوجوان و بزرگتر نشان داد که آن هایی که بیشتر در معرض مجلات مد هستند بیشتر از داشتن تصویر بدنی ضعیف رنج می -برند (۶۶). وای دبل یو سی آی<sup>۵۸</sup> در استرالیا در سال ۲۰۱۰ با خواستار درجه بندی پی جی<sup>۵۹</sup> در مورد مجلات پر طرفدار

نوجوانان، دیزنی گرل<sup>۶۰</sup> باربی<sup>۶۱</sup> و توتال گرل<sup>۶۲</sup> شد زیرا به این نتیجه رسیده بود که این نشریات به دختران القا می کنند باید هر روز اندامی بهتر از دیروز داشته باشند (۶۷).

چه بسا در پس سوال همبستگی مستقیم<sup>۶۳</sup> پرسش ساده تری نهفته باشد: در مورد معنای زنانگی چه داستان هایی در گوش دختران مان می خوانیم؟ آنها را

۶۰ Disney Girl

۶۱ Barbie

۶۲ Total Girl

۶۳ direct correlation

۵۸ YWCA

۵۹ PG

## گفتگو بدون حرف از چاقی

برنامه بازتاب تصویر بدنی هر ساله هزینه برگزاری یک هفته گفتگو بدون حرف از چاقی را می‌پردازد و زنان را تشویق می‌کند که موضوع گفتگوی خود را تغییر دهند و درباره چاقی در گفتگوهای خود بحثی به میان نیاورند.<sup>۱</sup>

برای اطلاع نگاه کنید به ۱  
bodyimageprogram.org

بزرگ تر تعلق دارد، چشم انداز جذاب و نقادانه ای در مورد تمام جنبه های فرهنگ پاپ ارائه می دهد.

## آیا چاق به نظر می‌رسم؟

در مورد ما زنان، احساس ارزشمندی، اغلب به عدد های وزنه حمام بستگی دارد. از آنجایی که فرهنگ متعارف به ما می گوید زن های چاق، از نظر مردان و کلا جامعه، ناخوشایند هستند- بیشتر زن ها حاضرند هر کاری بکنند تا لاغر بمانند.

با این حال چاقی جز ناگسستگی فرم بدن زنانه است: پستان ها و باسن ما به کلی از چربی ساخته شده اند. زن ها بیشتر از مردان به چربی بدن احتیاج دارند، و رژیم های سخت می تواند مشکلات جدی برای سلامتی آنها پدید آورد. زنان خیلی لاغر ممکن است قادر به تخمک گذاری و بارداری نباشند.

در ایالات متحده آمریکا کافی است که زن ماهر و کاردانی را «چاق» خطاب کنید تا به کلی سر جایش بنشیند. ترساندن زن ها از چاقی یکی از راه های کنترل

به داشتن چه ایده آل هایی تشویق می کنیم؟  
والث دیزنی یکی از کمپانی های بزرگی است که در زمینه ی کودکان و نوجوانان فعالیت می کند. این کمپانی بیش از ۴ بلیون دلار از فروش شاهزاده های امپراتوری دیزنی به چنگ آورده است (۶۸) در دنیای دیزنی، «زیبای خفته» چشم به راه شاهزاده ای است که او را از خواب بیدار کند و نجات دهد. زیبای خفته عاشق مردی در قالب یک دیو می شود و سیندرلا به برکت موهای درست شده و آرایش مناسب و لباس زیبا، با وجود کارشکنی های خواهران ناتنی «زشت»، پرنسس می گردد. همان موضوع همیشگی ساده و آشکار: زیبا باش تا به وسایلی دست یابی که به تو کمک کند زیبا باشی (۶۹) <sup>۶۴</sup>.

## رسانه خود را بسازید

دختران و متحدان آنها تلاش می کنند تا رسانه های جایگزین خود را برپا کنند. در مجلات و وب سایت هایی که برای دختران، درباره ی دختران و توسط آنها ایجاد شده اند، مثل نیومون<sup>۶۵</sup> و صدای نوجوان<sup>۶۶</sup>، زنان جوان مطالب کلیشه شکن خود را منتشر می کنند تا با رسانه های بازاری و تاثیرات آنها مقابله کنند.

وبسایت هایی مثل شیپینگ یو<sup>۶۷</sup> (تناسب اندام جوانان)<sup>۶۷</sup>، ابوت فیس (درباره ی صورت)<sup>۶۸</sup> برآند که با تهیه مطالب و منابع ویژه خود با تاثیرات رسانه های جمعی بازاری مقابله کنند. مجله بچ<sup>۶۹</sup> که به دختران

<sup>۶۴</sup> برای بحث گسترده تر درباره ی این که در فرهنگ پاپ روابط تا چه حد ایده آلی شده اند و زنان جوان و میان سال چه چیزهایی را از داستان های دیسنی به خاطر می آورند به صفحه ۶۴ متن اصلی مراجعه شود.

<sup>۶۵</sup> New Moon. com

<sup>۶۶</sup> TeenVoice. Com

<sup>۶۷</sup> Shaping Youth (shapingyouth. org)

<sup>۶۸</sup> About face (aboutface. org)

<sup>۶۹</sup> BictH Magazine (bictHmagazine. org)

اجتماعی است. باید دائم رژیم بگیریم و دلهره ی بالا رفتن وزن را داشته باشیم که مبادا از جامعه ترد شویم. میزبان محافظه کار برنامه رادیویی، لورا اینگرام<sup>۷۰</sup>، مگین مکین<sup>۷۱</sup>، نویسنده و سخنور مسایل سیاسی (و دخترسناتور مکین)، را «مدل سایز بالا» نامید و او را در برنامه ی میزگرد تلویزیونی نادیده گرفت. مکین در پاسخ گفت «زن ها چه فکری می کنند. من دارم افکار سیاسی خود را بیان می کنم و می خواهم یک بحث ایدئولوژیکی درباره ی آینده ی حزب جمهوری خواه داشته باشم و پاسخم این است، او چاق است و نمی تواند عقیده ای داشته باشد.» به راستی چه پیام هایی برای زنان جوان داریم؟

او اضافه کرد «سخت عصبانی شدم. من یک نویسنده سیاسی وبلاگ هستم. حالا یک دفعه می گویند برای نوشتن خیلی چاقم؟ (۷۲).

مفاهیم کنونی چاقی چنان آسیب شناحتی هستند که حتی زنان حامله تلاش می کنند حاملگی آنها با چاقی اشتباه گرفته نشود. لاغری با عمل جراحی، درست مثل لاغری با دارو و مکمل، سلامتی را به خطر می اندازد. هم اکنون نیمی از زنان برای پایین آوردن چند گرم اضافه وزن هر روزه در حال رژیم هستند که سالانه حدود ۵۹ بیلیون دلار خرج بر می دارد (۷۳) و اغلب هم به شکست می انجامد (۷۳). پژوهشگران به بررسی میزان خطراتی پرداخته اند که استرس همراه با رژیم به بار می آورد و نشان داده اند که چگونه رژیم لاغری می تواند به عادت های ناسالم غذایی منجر شود (۷۵). دیگر پژوهشها دریافته اند نوجوانانی که رژیم لاغری می گیرند بیشتر از آنهایی که نمی گیرند وزن اضافه می کنند (۷۶).

به خاطر تمرکز شدید بر اندازه بدن، احساسی که به

وزن داریم با احساسی که به خود داریم یکی می شود. «آیا چاق به نظر می رسم؟» ذکر دما دم بسیاری از زنان شده است. با این حال موضوع بنیادی وزن نیست. تحقیقات نشان داده است که زنان جوان خود را توسط آنچه که «از چاقی گفتن»<sup>۷۲</sup> خوانده می شود بیان می کنند. در این نوع گفتگو ما از حرف های تحقیر آمیز در باره بدن خود برای پیوند با دوستان استفاده می کنیم و سخن از وزن جای بیان احساس را می گیرد. «من چاقم»، اغلب «افسرده ام» و یا «مهار زندگی را از دست داده ام» معنا می دهد. در پاسخ دوستان سعی می کنند به او اطمینان دهند که لاغراست تا عزت نفس او را بالا ببرند است. چنین گفتگویی می تواند دختران را از اختلال شخصیت مرزی به اختلال کامل خورد و خوراک سوق دهد (۷۷). چون که لاغری ایده آل ابتدا از طریق تصاویر زنان سفید پوست در رسانه ها باب شده است بسیاری معتقدند که زنان رنگین پوست زیر فشار اصرار به لاغری نیستند و در نتیجه از تصویر بدنی ضعیف رنج نمی برند. بعضی تحقیقات بر این باورند که دلیل احساس اعتماد بدنی بیشتر در زنان سیاه پوست نسبت به زنان دیگر، بی توجهی به مطالعه نگرشها درباره ی رنگ پوست و بافت مو بوده است (۷۸). تحقیقات دیگر معتقدند که اثرات تصویر بدنی ضعیف و اختلال خورد و خوراک زنان همه نژادها را در می گیرد (۷۹). به نظر می رسد که مردان افریقایی - امریکایی و آمریکای جنوبی هنوز چشمشان دنبال ران های کلفت و کپل های بزرگ است. اما از این که بگذریم آن ها هم مثل مردان سفید پوست زنان لاغر را ترجیح می دهند. دوستان زن من (سیاه پوست، میان سال و از طبقه متوسط) همگی در حال رژیم اند. آن ها همه به وزن و بلندی مو و چیزهایی که مردها را جذب می کند حساس هستند.

۷۰ Laura Ingraham

۷۱ Meghan McCain

## اختلال خورد و خوراک و سلامت

بی‌اشتهایی عصبی<sup>۱</sup>، پراشتهایی عصبی<sup>۲</sup> و پرخوری<sup>۳</sup> بیماری‌گونه اختلال‌های پیچیده روان-تنی هستند. تغذیه ناسالم، وزن پایین، کاهش و افزایش بیش از حد وزن می‌تواند به اندام‌های اساسی آسیب بزند، باعث تخریب سیستم هورمونی گردد و عوارض بلند مدت برای سلامت و تندرستی زنان داشته باشد. زنان مبتلا به اختلال خورد و خوراک اغلب دارای زمینه اضطراب، افسردگی، وسواس فکری عملی و سایر بیماری‌های روان‌شناختی هستند. اشتغال فکری به شکل و اندازه اندام، تصویربندی گزیده<sup>۴</sup>، ورزش اجباری<sup>۵</sup>، کردارهای آیینی و سواسی<sup>۶</sup>، که اغلب پس از یک عارضه جدی و خطرناک پدیدار می‌گردد، سال‌ها ادامه می‌یابد رایج‌ترین مشکل‌هایی که به نازایی مربوط می‌شوند و با بی‌اشتهایی عصبی همراهند عبارتند از: قطع تخمک گذاری (قطع قاعدگی) چرخه‌های نامنظم قاعدگی،

کاهش کیفیت تخمک‌ها، نارسایی تخمدان، به خطر افتادن سلامتی رحم و سقط جنین (۸۰).

نخستین قدم برای پیشگیری از ابتلا به اختلال خورد و خوراک این است که مهارت تغذیه سالم و هنر پذیرش اندام را به دختران بیاموزیم و در حد ممکن مهارت‌های مقابله‌ای را به آن‌ها یاد بدهیم تا بتوانند در برابر پیام‌های ناسالم فرهنگی ایستادگی کنند. این آموزش‌ها راه را برای جلوگیری از مسایل و مشکلاتی طولانی مدت فراهم می‌کند. مشکلاتی که با اختلال خورد و خوراک همراهند و خود، زمینه ساز مسایل و مشکلات روانی و جسمانی دیگری می‌شوند. «سرشار از خویشتن<sup>۷</sup>: برنامه تندرستی، افزایش توانمندی، سلامت و قدرت رهبری در دختران» برنامه‌ای است به نویسندگی کترین استتر-ادر<sup>۸</sup> و لیزا شوستروم<sup>۹</sup> که به تقویت عزت نفس، حرمت بدن و نیز پیشگیری از اختلال خورد خوراک می‌پردازد.<sup>۱۰</sup>

۷ Full of Ourselves. A wellness Program to Advance Girl Power, Health, and Leadership.

۸ Catherine Steiner-Adair

۹ Lisa Sjostrom

۱۰ برای دانستن‌های بیشتر درباره افزایش عزت نفس، پیشگیری از اختلال خورد و خوراک، به [Catherinestteineinradair.com/full-of-ourselves.php](http://Catherinestteineinradair.com/full-of-ourselves.php) مراجعه کنید.

۱ Anorexia

۲ Bulimia

۳ Binge eating

۴ distorted body image

۵ compulsive exercising

۶ obsessional ritual

دچارند چون زنان آسیایی قرار است که همیشه لاغر باشند. حتی پزشک‌ها هم گرفتار این کلیشه‌ها هستند. آخرین باری که دکتر رفتم ۵۰ کیلو شده بودم. دکتر خیلی تعجب کرد. به نظر او خیلی چاق شده بودم.

گاهی رژیم گرفتن زنانی که انتظار می‌رود طبیعتاً لاغر باشند، نادیده گرفته می‌شود. یک زن آسیایی - آمریکایی در مورد این باور شایع که زنان آسیایی همیشه ریز نقش‌اند می‌گوید:

بسیاری از دوستان من کمتر از ۴۵ کیلو وزن دارند. با این حال همیشه دارند وزن کم می‌کنند. و هیچ‌کس نمی‌گوید که آنها به کم‌اشتهایی عصبی (انکساریا)

## وقتی استخوانی بودن مساوی با خوب بودن است

بسیاری از ما میان اطلاعاتی که از اهمیت سالم خواری داریم و اشتیاق به پذیرش خود گرفتار شده ایم. گفتگو از چاقی اغلب با احساس گناه همراه است. «خوب»

### پذیرش چاقی

جامعه می‌پندارد درون هر فرد چاقی یک انسان لاغر به بند افتاده است که در تقلای رهایی است. اما بسیاری از زنان با نیروهای ضد چاقی که فکر می‌کنند زیبایی فقط در یک اندازه خاص مفهوم پیدا می‌کند، سر جنگ دارند. برای یک راهنمایی مقدماتی در جهت پذیرش چاقی لازم است بخش پرسش‌های متداول کایت هاردینگ<sup>۱</sup> را خواند. کتاب هاردینگ و ماریان کربیز<sup>۲</sup> با عنوان: درس‌هایی از قلمرو چاقی<sup>۳</sup> یک راهنمای عمیق است که چگونه از قضاوت کردن درباره خود و دیگران بر اساس یک تصویر بدنی ایده آل اما کاذب بپرهیزیم. برای شنیدن سایر صداها اعتراض آمیز در این زمینه به فعالان وبلاگ سفر<sup>۴</sup> مثل تو هول کیک<sup>۵</sup> روتاند<sup>۶</sup> {تپل} تفکرات یک فاتییشیو نیستا<sup>۷</sup> مراجعه کنید.

۱ Kate Harding'sFAQ(kateharding.net/faq)

۲ Marianne Kirbys

۳ Lessons from the Fat-o-Sphere

۴ blogosphere.

۵ Two Whole Cakes (Blog.twowholecakes.com)

۶ Rotund(therotund.com)

۷ Musing of a Fatshionista(musingofafatshionista.com)

باشیم و در مقابل غذاهای مورد علاقه خود مقاومت کنیم یا «بد» باشیم و تسلیم وسوسه شویم. بازاریان از برجسب‌های «بری از گناه» استفاده می‌کنند. برجسب‌های کم چربی، کم کربوهیدرات به کاهش احساس گناه توجه دارند هرچند که آن غذا سالم نباشد.

سالیان سال رژیم گرفتم تا لاغر و خوش اندام باشم. لاغر لاغر لاغر. بالاخره از این کار دست برداشتم و احساس رهایی کردم. حالا که به میان سالی رسیده‌ام متوجه شدم باید تغذیه بهتری داشته باشم. اما به محض این که محدودیتی برای غذا می‌گذارم، احساس محرومیت می‌کنم و یک مرتبه هوس همان غذاهایی را می‌کنم که خیلی برایم ضرر دارد.

اگرچه مطالعات نشان می‌دهد که رفاه و زندگی طولانی، کمتر با وزن سرو کار دارد تا با سلامت، تبعیض و تمسخر گستاخانه افراد چاق شده است. در واقع پژوهش‌ها تایید می‌کنند که در سال‌های اخیر تبعیض براساس وزن افزایش یافته است. زنی توضیح می‌دهد که چگونه درونی شدن این گونه نگرش در روابط او موثر بوده است.

در اواخر نوجوانی گاهی وقت‌ها درگیر روابطی می‌شدم که خود هم دوست نداشتم... چون احساس می‌کردم خوش شانسی بهم رو آورده و یک نفر مرا با وجود اندام نامناسب دوست دارد. و حالا با یک مرد بسیار خوب زندگی می‌کنم که به هزاران دلیل به من علاقمند است و یکی از آن‌ها اندام است.

به علاوه چاقی امری بی‌نهایت نسبی است. برخی زنان خود را چاق می‌دانند، صرفاً به خاطر این که درشت هیكل تر از اطرافیان خود هستند و یا ناگهان نسبت به قبل خود چاق تر شده اند. توجه وسواسی به وزن در فرهنگ آمریکا باعث می‌شود که علیه

چاق ها جبهه بگیریم. افراد لاغر خود دار و مبادی آداب به شمار می آیند حال آن که چاق ها را تنبل و ناخوشتن دار می دانند. به همین ترتیب افراد چاق ناسالم و نامناسب می نمایند. اما واقعیت این است که چه بسا برخی چاق ها از سلامت عالی برخوردار باشند که بعضی لاغر ها از آن محرومند.

ابزارهایی مثل شاخص توده بدن (BMI) میزان های معتبری برای تشخیص سلامت نیستند. چراکه قادر به اندازی گیری وزن ماهیچه ها و تیپ بدنی شخص نیستند. حتی جدول های پزشکی و بیمه های درمانی تنوع طبیعی در اندازه ی اندام را در نظر نمی گیرند.

## سلامتی در هر سایز

روشن است چاقی و اضافه وزن سلامتی را به خطر می اندازد - راه حل هم اغلب رژیم و کاهش وزن است- اما این ساده کردن واقعیت های پیچیده است. ما در دنیای زندگی می کنیم که غذا های تصفیه و فرایند شده در دسترس و ارزان هستند. دولت برای تولید غلات مثل ذرات و گندم که در ساخت نشاسته فرایند شده و شیرین کننده ها به کار می رود یارانه مالی می دهد اما از تولید غذا های سالم تری مثل میوه ها، سبزیجات، بنشن، گردو، بادام و... حمایت مالی نمی کند و از این راه قیمت ها را به شکل مصنوعی برای موادی که ارزش غذایی چندانی ندارند پایین نگاه می دارد. غذاهای فرایند شده بیشترین سود را در برای صنعت غذاسازی دارد به همین دلیل استفاده از غذاهای آماده، نوشابه ها و دیگر موادی که کالری بالا و ارزش غذایی پایینی دارند را تشویق می کند. صنعت رژیم لاغری و کاهش وزن هزاران میلیارد در آمد دارد. با این حال رژیم گرفتن های مزمزمن هنوز نتوانسته است از تعداد آمریکایی که

چاق و مبتلا به اضافه وزن محسوب می شوند بکاهد. در سال ۱۹۸۰ فقط کمتر از نیمی از آمریکایی ها ی بزرگسال اضافه وزن داشتند. از سال ۲۰۰۸ این رقم به ۶۸٪ رسید.

مشخص شده است که رژیم های لاغری در دراز مدت راه حل مناسبی برای کاهش وزن نیستند. بیشتر افرادی که رژیم لاغری می گیرند دوباره چاق می شوند و این بار بین یک سوم تا دو سوم به وزن قبلی آن ها افزوده می شود. فرم بدن آنقدر ها هم که ما فکر می کنیم تغییر پذیر نیست.

بر اساس این واقعیت ها، شمار افزایش یافته ای از متخصصان تغذیه بر مدلی متمرکز شده اند که سلامتی در هر سایز خوانده می شود. این مدل زنان را تشویق می کند دست از تمرکز بر اندازه و وزن بدن بردارند و به جای آن بر موارد زیر متمرکز شوند:

- تنوع طبیعی اندازه اندام را بپذیرند و به آن احترام بگذارند.
- با توجه به نشانه های درونی اشتها، سیری و گرسنگی غذا های متنوع و خوشایند بخورند.
- از تحرک بدنی بیشتر لذت ببرند سرزندگی فیزیکی بیشتری داشته باشند.<sup>۷۳</sup>

## تصویر بدنی بهتری بسازیم

مقاومت در برابر نقش و نگارها و پیام های مداومی که هر روزه با آن روبر هستیم ناممکن به نظر می رسد - و رسوخ حداقل برخی از این هیاهوی خاموش نشدنی در مغز ما اجتناب ناپذیر است. با این حال آگاهی از روش هایی که رسانه ها و تبلیغات به کار می گیرند تا

۷۳ برای اطلاعات بیشتر به [Health at Every Size haescommunity.org](http://Health at Every Size haescommunity.org) نگاه کنید.

دیدگاهی انحرافی نسبت به ظاهر زنان و دختران پدید آورد و فرهنگی وسواس به بدن بیروند می تواند ما را در نبرد با اثرات آن یاری دهد.

از هم اکنون شاهد پیشرفت های سیاسی در این زمینه هستیم. سناتور تامی بالدوین<sup>۷۴</sup> و شلی مور کاپیتو پیشتازان بنیانگذاری رسانه ی سالم<sup>۷۵</sup> برای جوانان هستند. هدف آن ها ایجاد و ارتقای ادبیات رسانه ای مناسب برای جوانان، پدید آوردن برنامه های توانمند سازی دختران و زنان و حمایت از پژوهش هایی است که نقش زنان و تاثیر نمایش تصاویر آن ها را بررسی می کنند. به علاوه بنیانگذاری دفتر ملی بررسی وضعیت زنان ر دختران در رسانه ها به فراخوان گذاشته شده است (۸۴). در پی گزارش هشدار دهنده ی دفتر جنسی سازی دختران انجمن روانشناسی امریکا<sup>۷۶</sup>، چندین گروه مدافع اولین نشست خود را به منظور تلاش همگانی برای ایجاد تغییر برگزار کردند. نشست اسپارک<sup>۷۷</sup> که هدف آن اعتراض به جنسی سازی و شعار آن: عمل، مقاومت، دانش بود در سال ۲۰۱۰ در کالج هانتر در نیویورک برگزار شد. در این نشست فعالان زنان مهارت های ادبیات رسانه ای را فرا گرفتند و برای ایجاد رسانه های خود و دیگر رسانه های جایگزین آموزش دیدند.<sup>۷۸</sup>

یکی از مسایل مورد بحث درباره ی تصویر بدنی و اختلال خورد و خوراک در میان ما زنان از دست دادن حس لذت و سرزندگی حاصل از آن است. هنگامی که در رابطه با وزن و ظاهر خود دچار وسواس می شویم نه تنها جسمنا ناخوشیم بلکه گرفتار دلمردگی و احساس پوچی می گردیم. از بس مدام کالری ها را می شماریم و به ورزش های

سنگین، یک نواخت و بی روح می پردازیم و یا انرژی فکری زیادی برای ایراد گرفتن از خود صرف می کنیم؛ از جمع شدن با دوستان و پرداختن به اشتیاق های خود غافل می گردیم. به علاوه وقت کافی هم برای پرداختن به فعالیت های اجتماعی و سیاسی سازنده که جامعه را به جایگاه بهتری برای همه تبدیل می کند نخواهیم داشت. در جامعه کنونی سالم سازی رابطه فرد با اندام خویش به امری بنیادی برای زنان تبدیل شده است. هر یک از ما می توانیم الگویی برای اطرافیان خود باشیم.

کورتنی مارتین<sup>۷۹</sup>، نویسنده کتاب دختران بی نقص، فرزندان گرسنگی کشیده<sup>۸۰</sup>، برای پایان دادن به بیزاری از خود و توجه به حق شاد و سالم زیستن رعایت موارد زیر را توصیه می کند:

- با احساس گرسنگی حقیقی خود ارتباط برقرار کنید. غذا خوردن چه حسی به شما می دهد؟ چه وقت گرسنه هستید؟ چه وقت پرخورده اید؟ تمامی خردی که در جستجوی آن هستید درون شما نهفته است نه در کتاب رژیمی که دم دست دارید.
- به جای پرداختن به ورزش های سنگین و سخت لاغری به فعالیت های بدنی شادی بخش تر بپردازید. هرچه این نوع فعالیت ها متنوع تر و لذت بخش تر باشد، بهتر است.
- خود را وزن نکنید. در عوض از خود پرسید در کالبد کنونی خود چه احساسی دارید.
- به گفتگوی درونی خود، چه در مورد بیزاری از خویش چه قضاوت در باره دیگران، نهیب بزنید. عادت به ایرادگیری را از ذهن خود بزدایید. ببینید

۷۴ Tammy Baldwin

۷۵ Healthy Media for Youth Act

۷۶ American Psychological Association's Task Force on The Sexualization of Grils.

۷۷ sparksmmit.com

۷۹ Courtney Martin

۸۰ Perfect Girls, Starving Daughters

۷۸ برای اطلاعات بیشتر به صفحه...مراجعه کنید.



به شما قطب‌نمایی می‌دهد تا نقطه‌ای را که در آن هستید تشخیص دهید و مسیر حرکت خود را تعیین کنید.

• مفهوم دختر و زن موفق را دقیقاً تعریف کنید. موفقیت تنها رسیدن به هدف نیست. زن موفق سالم، انعطاف‌پذیر، شادمان و سرشار از خود دوستی است.

• با نسل‌های مختلف ارتباط دوستی برقرار کنید. این روابط کمک می‌کند که دیدگاه شما گسترش یابد. چه بسا از این منظر نو زندگی گسترده‌تر دیده شود و اندازه ران‌های شما بی‌اهمیت جلوه کند.

• اولویت‌های خود را از زندگی ظاهری و به دست آوردن موفقیت به خرسندی و شادی درونی در هر فرصت تبدیل کنید.

نزدیک‌ترین دوستان در مورد بی‌رحمی‌های لگام‌گسیخته‌ای که به بدن خود روا می‌دارید چه می‌گویند.

• موضوع گفتگوهای را که در باره وزن است به گفتگو در باره سلامتی تغییر دهید.

• به تبعیض علیه چاق‌ها اعتراض کنید.

• از خود بپرسید: کی، با چه کسی، کجا بیشتر

• احساس زیبایی و خشنودی می‌کنم؟ چطور می‌توانم بیشتر وقتم را آن‌جا صرف کنم؟ جمع‌مورد علاقه‌ی خود را آگاهانه انتخاب کنید.

• پول خود را جایی خرج کنید که دلتان رضایت می‌دهد. از خرید کالاهای شرکت‌هایی که در

• تبلیغات خود باعث می‌شوند شما احساس خود کم‌بینی، شلختگی و ناامنی کنید بپرهیزید.

• به فعالیت‌های فمینیستی بپردازید. این فعالیت‌ها

- یاد بگیرید تا زیبایی طبیعی خود را دوست بدارید.
- این حقیقت را با صدای بلند عنوان کنید. اگر با یک دوست مورد اعتماد در باره تلاش‌های خود حرف بزنید، کار را آسان‌تر می‌کنید. چنین برخوردی احساس مسئولیت پدید می‌آورد.
- هرگز رژیم نگیرید. پژوهش‌ها ثابت کرده‌اند که این کار نقطه شروع اختلال خورد و خوراک است.
- در صورت لزوم، هرچه زودتر، از یک متخصص کمک بگیرید. بسیار مهم است که بیشتر به هوش ذاتی خود اعتماد کنید تا به تعریف حرفه پزشکی از سلامت. تنها خود شما می‌دانید در مغزتان چه می‌گذرد.

مشاهده تلاش‌های فردی برای رهایی از تصویر بدنی به عنوان بخشی از مبارزات سیاسی و اجتماعی نیز می‌تواند یاری‌گر باشد. سازمان‌ها و جنبش‌هایی وابسته به سازمان ملی زنان، همچون کمپین بدن خود را دوست بداریم<sup>۸۱</sup> زمینه‌ی کاملی پدید آورده است تا به نقش بنگاه‌های عظیم تجاری و رسانه‌ها در ناخشنود نگاه داشتن زنان از اندام خود پی ببریم. این سازمان‌ها راهکارهایی نیز برای حل مسأله ارائه می‌دهند.<sup>۸۲</sup>

نخستین گام برای گریز از حصار فرهنگ زیبایی، دگرگون‌سازی رفتار و نگرش مان است. اما در دراز مدت، تنها راه رهایی ما، تغییر جایگاه مان در جامعه است. همانطور که رز ویتز<sup>۸۳</sup> در کتاب دخترهای راپانزل<sup>۸۴</sup> می‌نویسد: «تنها زمانی که همه ما، دختران و زنان، از توقعات کلیشه‌ای در مورد طبیعت و توانایی‌های خود

۸۱ NOW's Love Your Body

۸۲ تعاریف «جنسیت، کلیشه و زیبایی» را در [love your body foundation. org](http://loveyourbodyfoundation.org) بررسی کنید. به علاوه مراجعه به این سایت کمک می‌کند تا نگاهی انتقادی به استانداردهای زیبایی داشته باشیم.

۸۳ RoseWeitz

۸۴ Rapunzel's Daughters

خلاص شویم، از قید و بندهای فرهنگ زیبایی آزاد خواهیم شد. (۸۶).

پشتیبانی از این نوع فعالیت‌های مثبت یک پروژه‌ی جمعی برای همگی ماست. بر این اساس باید تمامی نیروهای خود را برای آموزش نسل‌های جدید و تغییر نسل کنونی فراهم آوریم.