

Criticizing the Objectification of Women, Analyzing Birgit Jürgenssen's Artwork

Sadreddin Taheri*

Abstract

In the neopatriarchal structure, women are often objectified, as citizens lacking autonomy, agency, and subjectivity. Standards for the “ideal woman” are shaped by the male gaze and perpetuated by the media. In their attempts to conform to these standards, women may fall into a cycle of self-objectification, which can lead to self-loathing, regret, feelings of isolation, diminished empathy, and anxiety. In her works, renowned Austrian artist Birgit Jürgenssen explores the lived experiences of women, including their fears and suffering. She critiques social conventions, gender roles, and beauty standards, often using a surrealist style and ironic language. This article analyses twelve of her selected artworks, categorizing them into four common types of objectification of women. 1. Captivity in the stereotype of a housewife, regardless of individual abilities and desires. 2. The transformation of women into fetishized objects, which take their place and disrupt their well-being. 3. The reduction of women to mere instruments of reproduction, in a metaphor of their identification with nature. 4. The overshadowing of the artist's identity by a mask that diminishes her humanity. Through these themes, Jürgenssen reveals the cultural codes that confine women within the oppressive and restrictive boundaries of their lives.

Keywords: Birgit Jürgenssen, Reification, Objectification, Contemporary Art, Neopatriarchy.

* Assistant Professor, Department of Art Research, Faculty of Art and Entrepreneurship, Isfahan University of Art, Isfahan, Iran, s.taheri@au.ac.ir

Date received: 26/12/2024, Date of acceptance: 07/03/2025



Introduction

Research from psychology, archaeology, and evolution suggests that most prehistoric human societies were relatively egalitarian. However, the arrival of nomadic invaders, who conquered early agricultural cultures in Europe and the ancient Near East, appears to have established a male hierarchy. Since then, the history of human society has been marked by the appropriation of women and girls. This includes abduction, assault, and rape by men, ranging from victors of wars to close relatives, the legal trading of women as slaves, forced marriages, the selling of young girls, the deprivation of women's capital and social rights, and the imprisonment or killing of learned or rebellious women. Additionally, any attempts by women to achieve their rightful rights and social status have often been suppressed. This oppressive structure has been reinforced over millennia by art, literature, philosophy, history, customary laws, mythology, and religions.

In the twentieth century, scientific achievements and egalitarian movements have successfully challenged much of this old dogma, at least in developed societies, leading to the establishment of anti-misogynistic laws as the norm. However, in many countries, women still suffer from domestic violence, assault, rape, traditional customs, forced marriages, child marriages, honor killings, and human trafficking.

Material & Methods

This article is a descriptive-analytical case study that utilizes qualitative data collected through documentary methods. The primary aim of this research is to explore the symbolic layers embedded in the visual practices of Birgit Jürgenssen, a contemporary Austrian artist. Many of her works critique the objectification of women by the patriarchal system prevalent in human culture. To better understand the social context surrounding her and to grasp the attitudes, beliefs, and motivations that inform her work, we will first analyze this concept and trace the historical background of related issues. Following this, several of her works - including paintings, photographs, installations, and body art - will be examined and interpreted, using purposive sampling (criterion-based selection). The selected examples aim to narrate and challenge the ways in which women are objectified.

Discussion of Results

Mass media, advertising, and the television and film industries constantly emphasize the aesthetic evaluation of women's bodies, promoting objectification. To sell more goods

and services, these media often present stereotypical forms of beauty, instilling the idea that anyone who does not conform to these artificial standards is somehow deficient. Such advertisements can lead individuals to feel inadequate about their bodies, creating a perceived need to purchase the promoted products.

When women attempt to conform to these standards of the "perfect woman," which are largely defined through the male gaze, self-objectification occurs. Over time, women may internalize the external perceptions of others regarding their bodies, viewing themselves primarily through this lens, ultimately seeing their bodies as separate objects rather than as an integral part of who they are.

Historically, one of the most pervasive methods of objectification in art has been the portrayal of women as objects for male enjoyment. This trend is evident across the visual arts of various cultures, particularly in European painting. Birgit Jürgenssen, a renowned Austrian artist and a key figure in feminist art during the 20th century, served as a professor at the University of Applied Arts Vienna and the Academy of Fine Arts Vienna. She began her artistic career in the 1970s, a time when women faced significant barriers to acceptance in the professional art world, encountering both overt and subtle discrimination.

In art, women were often depicted as objects, models, or sources of inspiration for male artists, rather than being recognized as artists themselves. The societal position of women and the existence of unequal gender roles have significantly shaped the fundamental concerns of Jürgenssen's work from the outset.

Before her death at the age of 54 in 2003, Jürgenssen left behind a diverse body of work, including photographs, drawings, paintings, and graphic works, installations, and body art. Through these mediums, she explored the lived experiences of women, their fears and suffering, and the patriarchal prejudices they face. Jürgenssen's art critiques social conventions, gender roles, beauty standards, and the dynamics between the sexes, often employing a surrealist style with ironic undertones.

She questioned the dominance of male desire and deconstructed the myth of power. Among the many works that have challenged misogyny, this article highlights twelve pieces that represent her thoughts and concerns over three decades of artistic activism. These works are categorized into four groups, each illustrating a common form of objectification of women.

Conclusions

Birgit Jürgenssen, a prominent Austrian feminist artist, has critiqued the objectification of women in many of her works. This article examines four distinct types of her critiques:

1. Stereotyping Women as Housewives: Jürgenssen portrays the lived experiences of women relegated to the role of housewives through nightmarish scenes filled with despair. Despite their talents, abilities, and aspirations, these women are trapped in a restrictive gender role.

2. Fetishistic Representation of High Heels: Jürgenssen uses a collection of shoes she designed to symbolically express the objectification and fetishization of the female body. High heels, which often cause muscular and skeletal pain for women, are nonetheless marketed and celebrated as a masculine fashion statement.

3. Women as Reproductive Tools: Equating women with nature serves as a method of exerting control over their bodies. This reductive view ignores women's feelings, independence, and personal desires, contributing to their objectification.

4. Masks Concealing Women's True Selves: Jürgenssen's masks symbolize transformation, collapse, and disintegration, as well as retreat and refuge. While she confronts the viewer, the mask obstructs her ability to speak or even breathe.

Through her art, Jürgenssen exposes the cultural codes accepted in society that impose oppressive and limiting boundaries on women's lives and challenges the justifications for inequality.

Bibliography

- Barnish, M. S.; Barnish, J. (2016). "High-heeled shoes and musculoskeletal injuries: a narrative systematic review". *BMJ Open*. 6 (1): e010053. doi:10.1136/bmjopen-2015-010053.
- Berberick, Stevie N. (2010). "The Objectification of Women in Mass Media: Female Self-Image in Misogynist Culture", *The New York Sociologist*, Vol. 5, pp. 3-15.
- Berger, John (1972). *Ways of Seeing*. Penguin Books. ISBN:978-0140135152.
- Bianca, Fransisca (2017). "Fetishism and Sexual Objectification towards African (Black) Women in Modern Society: Analyzing the Portrayal of African Women in the Media". *Jurnal Sentris*. 1 (1): pp. 91-99. doi:10.26593/sentris.v1i1.4132.91-99.
- Burger, Natascha; Fritz, Nicole (2019). "Birgit Jurgenssen Io Sono", *www.jamesmagazine.it*. Access date: 31.01.2025.

163 Abstract

- Calogero, Rachel M.; Davis, William N.; Thompson, J. Kevin (2005). "The Role of Self-Objectification in the Experience of Women with Eating Disorders". *Sex Roles*. 52 (1): pp. 43-50. doi:10.1007/s11199-005-1192-9.
- Daniels, Elizabeth A.; Zurbriggen, Eileen L.; Ward, Monique L. (2020). "Becoming an object: A review of self-objectification in girls", *Body Image*, Volume 33, pp. 278-299, doi:10.1016/j.bodyim.2020.02.016.
- Duffett, Judith (1968). "WLM vs. Miss America". *Voice of the Women's Liberation Movement*. Access date: 28.01.2025.
- Fredrickson, B. L. & Roberts, T. A. (1997). "Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks". *Psychology of Women Quarterly*, 21 (2), pp. 173-206. doi:10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x.
- Frith, Katherine; Shaw, Ping; Cheng, Hong (2005). "The construction of beauty: a cross-cultural analysis of women's magazine advertising". *Journal of Communication*. 55 (1): pp. 56-70. doi: 10.1111/j.1460-2466.2005.tb02658.x.
- Ford, Liz (2019). "Geena Davis: 'damaging stereotypes' on screen limit women's aspirations". *www.theguardian.com*. Access date: 23.01.2025.
- Freud, Sigmund (1905). *Drei Abhandlungen zur Sexualtheorie*. Fischer: Frankfurt am Main.
- Freud, Sigmund (1988). *Case Histories 2*, Angela Richards (ed.), London: Penguin.
- Goffman, Erving (1979). *Gender Advertisements*. Cambridge: Harvard University Press.
- Goldenberg, Jamie L.; Roberts, Tomi-Ann (2004). "The Beast within the Beauty: An Existential Perspective on the Objectification and Condemnation of Women". in: Greenberg, Jeff; Koole, Sander L.; Pyszczynski, Thomas A. (eds.). *Handbook of Experimental Existential Psychology*. New York: Guilford Press. pp. 71-85. ISBN:978-1-59385-040-1.
- Gordon, M. K. (2008). "Media Contributions to African American Girls' Focus on Beauty and Appearance: Exploring the Consequences of Sexual Objectification". *Psychology of Women Quarterly*, 32 (3), pp. 245-256. doi:10.1111/j.1471-6402.2008.00433.x.
- Green, Fiona Joy (2010). "Patriarchal Ideology of Motherhood". In: O'Reilly, Andrea (ed.). *Encyclopedia of Motherhood, Volume 3*. Thousand Oaks: SAGE Publications. ISBN:978-1-4129-6846-1.
- Gimbutas, Marija (1991). *The Civilization of the Goddess: The World of Old Europe*. San Francisco: Harper Collins. ISBN:978-0-06-250337-4.
- Gruber, Natascha (2010). "Family Jewel. Birgit Jürgenssen – An Outstanding Artist of feminist Avant-Garde Art", *Mustekala Art Magazine*, Nr. 3/10, Volume 39.
- Gupta, Mayank; Madabushi, Jayakrishna S.; Gupta, Nihit (2023). "Critical Overview of Patriarchy, Its Interferences with Psychological Development, and Risks for Mental Health". *Cureus*. 15 (6): e40216. doi:10.7759/cureus.40216.
- Harper, B.; Tiggemann, M. (2008). "The Effect of Thin Ideal Media Images on Women's Self-Objectification, Mood, and Body Image". *Sex Roles*, 58, pp. 649-657 doi:10.1007/s11199-007-9379-x.

- Hatton, Erin; Trautner, Mary Nell (2011). "Equal Opportunity Objectification? The Sexualization of Men and Women on the Cover of Rolling Stone". *Sexuality & Culture*. 15 (3): pp. 256-278. doi:10.1007/s12119-011-9093-2.
- Heldman, Caroline (2011). "Sexualizing Sarah Palin: the social and political context of the sexual objectification of female candidates". *Sex Roles*. 65 (3): pp. 156-164. doi:10.1007/s11199-011-9984-6.
- Henslin, James M. (2001). *Essentials of Sociology*. London: Taylor & Francis. ISBN:978-0-536-94185-5.
- Honneth, Axel (2004). "Eine soziale Pathologie der Vernunft: Zur intellektuellen Erbschaft der Kritischen Theorie," in: C. Halbig and M. Quante (eds.), *Axel Honneth: Sozialphilosophie zwischen Kritik und Anerkennung*, Münster: LIT. ISBN: 978-3-8258-5769-7. pp. 9-32.
- Johnson, Allan G. (2005). *The Gender Knot: Unraveling Our Patriarchal Legacy*. Philadelphia: Temple University Press. ISBN:978-1439911846.
- Jellema, A. H.; Huysmans, T.; Hartholt, K.; van der Cammen, T. J. M. (2019). "Shoe design for older adults: Evidence from a systematic review on the elements of optimal footwear". *Maturitas*. 127, pp. 64-81. doi:10.1016/j.maturitas.2019.06.002.
- Kang, Mee-Eun (1997). "The portrayal of women's images in magazine advertisements: Goffman's gender analysis revisited". *Sex Roles*. 37, pp. 979-996. doi:10.1007/BF02936350.
- Karsay, K.; Knoll, J.; Matthes, J. (2018). "Sexualizing Media Use and Self-Objectification: A Meta-Analysis". *Psychology of Women Quarterly*, 42 (1), pp. 9-28. doi:10.1177/0361684317743019.
- Kaschak, Ellyn (1992). *Engendered Lives: A New Psychology of Women's Experience*. New York: Basic Books. ISBN:978-0465013494.
- Kremer, William (2013). "Why did men stop wearing high heels?". *www.bbc.com*. Access date: 23.01.2025.
- Langton, Rae Helen (2009). *Sexual Solipsism: Philosophical Essays on Pornography and Objectification*. Oxford: Oxford University Press. ISBN:978-0199551453.
- Lewontin, Richard C.; Rose, Steven; Kamin, Leon J. (1984). *The determined patriarchy. Not in our genes: biology, ideology, and human nature*. New York: Pantheon Books. ISBN:978-0-14-022605-8.
- L Hur, Jane; Gupta, Mayank (2013). "Growing up in the web of social networking: Adolescent development and social media". *Adolescent Psychiatry*, 3 (3), pp. 233-244. doi:10.2174/2210676611303030004.
- Lindner, Katharina (2004). "Images of Women in General Interest and Fashion Magazine Advertisements from 1955 to 2002". *Sex Roles*. 51 (7/8): pp. 409-421. doi:10.1023/B:SERS.0000049230.86869.4d.
- Lockard, Craig (2015). *Societies, Networks, and Transitions: A Global History*. Stamford: Cengage Learning. ISBN:978-1-285-78312-3.
- Lukács, Georg (1923). *Geschichte und Klassenbewußtsein: Studien über marxistische Dialektik*. Milton Keynes: Merlin Press.

165 Abstract

- Macionis, John J.; Plummer, Ken (2000). *Sociology: A Global Introduction*. Harlow: Prentice Hall. ISBN:978-0-13-040737-5.
- Marx, Karl (1887). *Capital*, vol. I, S. Moore and E. Aveling (transl.), F. Engels (ed.), Moscow: Progress Publishers.
- McKay, Tajare' (2013). "Female self-objectification: causes, consequences and prevention". *McNair Scholars Research Journal*. 6 (1): pp. 53-70. ISSN:2166-109X.
- McLaughlin, Bryan; Rodriguez, Nathian S.; Dunn, Joshua A.; Martinez, Jobi (2018). "Stereotyped Identification: How Identifying with Fictional Latina Characters Increases Acceptance and Stereotyping". *Mass Communication and Society*. 21 (5): pp. 585-605. doi:10.1080/15205436.2018.1457699.
- Mulvey, Laura (1975). "Visual pleasure and narrative cinema". *Screen*. 16 (3): pp. 6-18. doi:10.1093/screen/16.3.6
- Petrović, Gajo (1983). "Reification", in: T. Bottomore, L. Harris, V. G. Kiernan, and R. Miliband (eds.). *A Dictionary of Marxist Thought*, Cambridge: Harvard University Press. pp. 411-413. ISBN:0674205251, 9780674205253.
- Popa, Dorin; Gavrilu, Delia (2015). "Gender representations and digital media". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 180, pp. 1199-1206. doi:10.1016/j.sbspro.2015.02.244
- Rimmaudo, Annalisa (2013). "Birgit Jürgenssen", www.awarewomenartists.com. Access date: 25.01.2025.
- Renner, Lois; Essl, Sammlung (2002). *Augenblick: Foto, Kunst, Gabriele Bösch (ed.), Sammlung Essl*. ISBN:978-3-902001-06-1.
- Sanderson, Stephen K. (2001). *The Evolution of Human Sociality*. Lanham: Rowman & Littlefield. ISBN:978-0-8476-9534-8.
- Sansi Roca, Roger (2015). "Fetishism", in: James D. Wright (ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, Vol 9. Oxford: Elsevier. pp. 105-110. ISBN:978-0-08-097087-5.
- Santonniccolo, F., Trombetta, T., Paradiso, M. N., & Rollè, L. (2023). "Gender and Media Representations: A Review of the Literature on Gender Stereotypes, Objectification and Sexualization". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20 (10), 5770. doi:10.3390/ijerph20105770.
- Sartre, Jean-Paul (1943). *L'Être et le Néant*, Paris: Gallimard.
- Schor, Gabriele; Solomon-Godeau, Abigail (2009). *Birgit Jürgenssen*. Ostfildern: Hatje Cantz.
- Seabrook, R. C., Ward, L. M., & Giaccardi, S. (2019). "Less than human? Media use, objectification of women, and men's acceptance of sexual aggression". *Psychology of Violence*, 9 (5), pp. 536-545. doi:10.1037/vio0000198.
- Sharabi, Hisham (1988). *Neopatriarchy: A Theory of Distorted Change in Arab Society*. Oxford: Oxford University Press. ISBN:978-0-19-507913-5.
- Swift, Jaimee; Gould, Hannah (2021). "Not an Object: On Sexualization and Exploitation of Women and Girls". www.unicefusa.org. Access date: 27.01.2025.

- Szymanski, Dawn M.; Moffitt, Lauren B.; Carr, Erika R. (2011). "Sexual objectification of women: advances to theory and research", *The Counseling Psychologist*. 39 (1): pp. 6-38. doi:10.1177/0011000010378402.
- Tedeschi Filho, Wagner; Dezzotti, Nei R.A.; Joviliano, Edvaldo E.; Moriya, Takachi; Piccinato, Carlos Eli (2012). "Influence of high-heeled shoes on venous function in young women". *Journal of Vascular Surgery*. 56 (4): pp. 1039-1044. doi:10.1016/j.jvs.2012.01.039.
- Nussbaum, Martha C. (1995). "Objectification". *Philosophy & Public Affairs*. 24 (4): pp. 249-291. doi:10.1111/j.1088-4963.1995.tb00032.x
- Wolf, Katrin (2011). "A Caged Bird Sings", *www.theviennareview.at*. Access date: 23.01.2025.

درنکوهش شی‌انگاری زنان، واکاوی آثار بیرگیت یورگنسن

صدرالدین طاهری*

چکیده

نگاه مردمحور، زنان را به‌سان شهروندانی فاقد خودمختاری، عاملیت و سوژه‌گی، و قابل فروشکستن، تعرض یا تملک، شی‌انگاری می‌کند. زیر نگاه مردانه، استانداردهای زن بی‌نقص تدوین و توسط رسانه‌ها ترویج می‌شود، و بانوان برای مطابقت یافتن با این چارچوب‌ها، گرفتار خودشی‌انگاری می‌شوند، که می‌تواند بیزاری از خود، حسرت، احساس انزوا و اضطراب به بار آورد. بیرگیت یورگنسن هنرمند نامدار اتریشی، در آثار خود به تجربه زیسته زنان، ترس‌ها و رنج‌هایشان، و تعصبات اجتماعی بر ضد آنها پرداخته، و قراردادهای نهادی، نقش‌های جنسیتی، استانداردهای زیبایی و روابط برساخته بین دو جنس را در فضایی فراواقع‌گرا با زبانی آیرونیک به نقد کشیده است. در این نوشتار، دوازده اثر برگزیده او در چهار دسته تحلیل شده‌اند که هریک گونه‌ای رایج از شی‌انگاری زنان را بازنمایی می‌کند. اسارت در کلیشه زن خانگی، فارغ از توانایی‌ها و آرزوهای فرد؛ تبدیل زن به شیء بت‌واره‌شده‌ای که جایش را می‌گیرد، و تندرستیش را برمی‌آشوبد؛ فروکاستن زن به ابزار باروری در استعاره همسان‌انگاری او با طبیعت؛ و در نهایت محو هنرمند در پس سیمایچه‌ای که بر هویت انسانیش سایه می‌افکند. بدین‌سان او رمزگان‌های فرهنگی پیرامونش و چارچوب مرزهای سرکوب‌گر و محدودکننده زندگی بانوان را به چالش می‌کشد.

کلیدواژه‌ها: بیرگیت یورگنسن، شی‌انگاری، شی‌شدگی، هنر معاصر، نوپدرسالاری.

* استادیار گروه پژوهش هنر، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان، s.taheri@au.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۶، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۷



۱. مقدمه

شواهد روان‌شناختی، باستان‌شناختی و تکاملی بسیاری وجود دارند که آشکار می‌سازند بیشتر جوامع انسانی پیشاتاریخ نسبتاً برابری خواه بوده‌اند (Lockard, 2015: 88). اما هجوم بیابان‌گردان و غلبه آنها بر فرهنگ‌های کشاورزی اولیه اروپا و شرق باستان سلسله‌مراتب مردانه را ایجاد کرده است (Gimbutas, 1991: 351).

پس از آن، در طی تاریخ مردمحور جهان، زنان و دختران به تملک درآمدند، ربوده شدند، توسط مردان (از پیروزمندان جنگ‌ها گرفته تا خویشاوندان نزدیک) مورد تعرض و تجاوز قرار گرفتند، و به نام کنیز داد و ستد، یا در خردسالی ناچار به ازدواج شدند. بانوان از سرمایه و حقوق اجتماعی محروم ماندند، هر زن دانش‌پژوه یا عصیانگری به بند کشیده و کشته شد، و هرگونه تلاشی از سوی زنان برای دستیابی به حقوق و جایگاه اجتماعی شایسته و درخور سرکوب گردید. این ساختار به درازای چند هزاره توسط هنر، ادبیات، فلسفه، تاریخ‌نگاری، قوانین عرفی و حقوقی، اساطیر، و ادیان تقویت شده است.

بیدادگری نظام‌مند علیه زنان و تبعیض جنسیتی، ریشه‌ای عمیق در تمدن بشری یافته است. همان‌گونه که هم در نوشتارها و هم در رفتارهای جهان‌شمول آشکار است، تعصبات برآمده از مردمرکزی، آگاهانه و ناخودآگاهانه با مبارزات قدرت پیوند داشته‌اند (Gupta et al., 2023). ایدئولوژی پدرسالاری با نسبت دادن نابرابری جنسیتی به تفاوت‌های طبیعی ذاتی بین زن و مرد، فرامین آسمانی، پیشینه تاریخی، سنت‌ها و اساطیر نیاکانی، یا دیگر ساختارهای ثابت و تغییرناپذیر، تلاش کرده است قوانین خود را تبیین نموده و عقلانی جلوه دهد (Green, 2010: 970).

پدرسالاری به دلیل شرایط تاریخی و نه زیست‌شناختی تکامل یافته است. این نظام نتیجه ساختارهای جامعه‌شناختی است که از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شوند و نقش‌های جنسیتی را طبیعی و تشکیک‌ناپذیر جلوه می‌دهند (Sanderson, 2001: 198). چنین پنداری در گروه‌های انسانی کمتر توسعه‌یافته و پایبند به فرهنگ سنتی بارزتر است (Macionis & Plummer, 2000: 347). در جامعه‌هایی که از نظر فنی ساده‌تر هستند، نیاز به قدرت بدنی بیشتر مردان و وابستگی بقای گروه به تجربه مشترک زنان از بارداری سبب می‌شود این نقش‌های جنسیتی پررنگ‌تر شوند و ساختار سلسله‌مراتبی دوام یابد (Lewontin et al., 1984: 132). گرچه حتی در جوامع مدرن و توسعه‌یافته نیز پیام‌های جنسیتی که توسط خانواده، رسانه‌های جمعی و

درنکوهش شیء‌انگاری زنان، واکاوی آثار بیرگیت یورگنسن (صدرالدین طاهری) ۱۶۹

نهادهای اقتصادی، مذهبی و سیاسی ترویج می‌شوند، عمدتاً در راستای نیرو بخشیدن به مردانی است که موقعیت غالب دارند (Henslin, 2001: 65).

دستاوردهای علمی و جنبش‌های برابری خواهانه به‌ویژه در طول سده بیستم م. توانسته‌اند بخش بزرگی از این جزم‌گرایی کهنه را دستکم در جوامع توسعه‌یافته پایان بخشند، و قوانین مخالف زن‌ستیزی را به هنجارهای قابل‌ستایش جهان امروز بدل کنند.

با این حال، در بسیاری از کشورها، زنان همچنان از خشونت خانگی، تعرض و تجاوز، آیین‌ها و رسوم سنتی و عرفی، ازدواج اجباری، کودک‌همسری، قتل ناموسی و قاصد انسانی رنج می‌برند (Gupta et al., 2023). برخی از این جوامع دستخوش دگرگونی‌های اقتصادی و اجتماعی چشمگیری شده‌اند، اما همچنان هنجارهای پدرسالارانه ریشه‌دار را حفظ کرده‌اند. این نوعی مدرنیته تحریف‌شده یا نوپدرسالاری (Neopatriarchy) است، که پیشرفت در صنعت و شهرنشینی را پذیرفته، اما نقش‌های جنسیتی سنتی را حفظ نموده و در چارچوب‌های اجتماعی و نهادی جدید تثبیت کرده است. (Sharabi, 1988: 15). این مدرن‌سازی گزینشی توسط نهادهای فرهنگی، مذهبی و دولتی، امکان برگرفتن برخی از رویکردهای مدرن، همچون بهره‌گیری از نیروی کار زنان را فراهم نموده است، در حالی که کنترل موشکافانه خود بر دیگر جنبه‌های روابط جنسیتی، به‌ویژه در حوزه خانگی را حفظ می‌کند.

حتی در پیشروترین کشورها نیز هنوز بخشی از برماندهای تاریخ تاریک زن‌ستیزی را می‌توان به‌صورتی نیمه‌پنهان در رفتار انسان معاصر باز یافت. از این شمار، در نوشتار حاضر به گرایشی زیر پوست فرهنگ نوین پرداخته خواهد شد که همچنان تلاش دارد زنان را از هویت تهی سازد، میان شخصیت انسانی آنها با بدنشان فاصله بیندازد، و با آنان به‌سان کالاها یا ابزارهایی زیبا، شکننده، تملک‌پذیر و در دسترس رفتار کند.

۲. پیشینه پژوهش

در امتداد مباحث گسترده اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و روان‌شناختی که در سده بیستم م. مطرح گردید، و در ادامه بررسی خواهند شد، فردریکسون و رابرتز (۱۹۹۷) نظریه شیء‌انگاری را در مقاله «تئوری شیء‌انگاری: به‌سوی درک تجربه زیسته زنان و ریسک‌های سلامت ذهنی» ارائه نمودند. بر این اساس، رویارویی با نگاه جنسیت‌زده، زنان را وادار می‌کند تا درگیر خودشیء‌انگاری (Self-objectification) شوند. این نظریه، چارچوبی فراهم آورد تا بتوان تأثیر استانداردهای فرهنگی درباره ظاهر زنان را بر سلامت روانی و جسمی آنها بررسی نمود.

طی دو دهه اخیر، برپایه این بنیاد نظری، پژوهش‌های پرشماری انجام شده که تلاش داشته‌اند شیء‌انگاری زنان را به‌عنوان شیوه‌ای از بازتولید زن‌ستیزی در فرهنگ مدرن واکاوی کنند. برای نمونه، برخی از این پژوهش‌ها را بر خواهیم شمرد.

یافته‌های هارپر و تیگمان (۲۰۰۸) در مقاله «نتایج تصویر ایده‌آل لاغری در رسانه‌ها بر خودشیء‌انگاری، خلیقات و تصویر بدن زنان» که بر روی بانوان ۱۸ تا ۳۵ ساله استرالیایی متمرکز شده، آشکار می‌سازد که آگهی‌های نشریات با مدل‌های لاغر می‌تواند زنان را گرفتار آشفتگی، اضطراب و نارضایتی از بدن خود سازد.

گوردون (۲۰۰۸) در مقاله «تاثیر رسانه بر تمرکز دختران آمریکایی آفریقایی تبار بر زیبایی ظاهری: کاوش بر پیامدهای شیء‌انگاری جنسی» به این مسأله می‌پردازد که تصویرسازی‌های رسانه‌ای از زیبایی، می‌تواند درک دختران از خود را محدود کند و بر نگرش آنها در مورد اهمیت ظاهر تأثیری مخرب بگذارد؛ به‌ویژه هنگامی که شاخصه‌های زیبایی از بدن و ظاهر زنان سفیدپوست برگرفته شده باشد.

بررسی‌های بربریک (۲۰۱۰) در مقاله «شیء‌انگاری زنان در رسانه‌های جمعی: خود-انگاره زنانه در فرهنگ زن‌ستیز» به انتقاد از میزان تاکید رسانه‌ها بر تصویر زن ایده‌آل منتهی می‌شود، زیرا سبب فزونی نرخ جراحی‌های زیبایی و اختلالات روانی برآمده از این فشار اجتماعی در میان زنان گردیده‌اند.

کارسای و ماتس (۲۰۱۸) در مقاله «فرا تحلیل استفاده از رسانه جنسیت‌زده و خودشیء‌انگاری» پس از یک بررسی میدانی گسترده، پیشنهاد می‌کنند که قرار گرفتن در معرض رسانه‌های جنسیت‌زده، به‌ویژه رسانه‌های آنلاین و بازی‌های ویدئویی، میزان خودشیء‌انگاری را در بین افراد افزایش می‌دهد.

نتایج پژوهش سیبروک و همکاران (۲۰۱۹) در مقاله «فردست انسان؟ رسانه، شیء‌انگاری زنان، و پذیرش خشونت جنسی از سوی مردان» آشکار می‌سازد که شیء‌انگاری زنان در رسانه، ترویج اسطوره تجاوز، و تصویرگری زنان با رفتارهای اغواگرانه جنسی در رأیتی‌شو‌ها، برنامه‌های ورزشی و فیلم‌های پورن، سبب ماندگاری و تقویت تمایلات خشونت‌بار علیه بانوان در میان مخاطبان مرد می‌گردد.

دانیلز و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله «بدل شدن به یک شیء: پی‌جویی خودشیء‌انگاری در دختران» با برگزیدن جامعه مطالعاتی خود از میان دختران زیر ۱۸ سال به این نتیجه می‌رسند که در این رده حساس سنی خودشیء‌انگاری با افزایش سن همبستگی مستقیم دارد، به‌گونه‌ای که

درنکوهش شیءانگاری زنان، واکاوی آثار بیرگیت یورگنسن (صدرالدین طاهری) ۱۷۱

دختران جوان و نوجوان سطوح بالاتری از تأثیرپذیری منفی از رسانه‌ها را در مقایسه با دختران کم‌سن‌تر تجربه می‌کنند.

بر اساس یافته‌های پژوهش سانتونیکولو و همکاران (۲۰۲۳) که در مقاله «جنسیت و بازنمایی رسانه‌ای: مروری بر ادبیات کلیشه‌های جنسیتی، شیءانگاری و جنسیت‌زدگی» ارائه شده، مواجه شدن با کلیشه‌سازی جنسیتی سبب تقویت و تأیید باورها در باب نقش‌های جنسیتی، افزایش خشونت‌طلبی جنسیتی در مردان، و سرکوب تلاشگری اجتماعی در زنان می‌شود.

۳. روش پژوهش

این نوشتار، یک موردکاوی به روش توصیفی - تحلیلی است که داده‌های کیفی آن به‌شیوه اسنادی گردآوری شده‌اند. هدف اصلی این پژوهش درک لایه‌های نمادین پنهان در پس رویه دیداری آثار بیرگیت یورگنسن (Birgit Jürgenssen, 1949 - 2003) بانوی هنرمند معاصر اتریشی است. در بسیاری از کارهای هنری وی، شیءانگاری (Objectification) زنان توسط سامانه پدرسالار فرهنگ بشری، مورد انتقاد قرار گرفته است. بنابراین، برای دستیابی به درکی از واقعیت اجتماعی پیرامون او و فهم نگرش‌ها، باورها و انگیزه‌هایی که به آثارش نیرو بخشیده‌اند، نخست این مفهوم را واکاوی و پیشینه تاریخی مباحث همبسته با آن را پی‌جویی می‌کنیم. سپس شماری از آثار وی (شامل نقاشی، عکس، چیدمان، و هنر بدن) که به روش نمونه‌گیری هدفمند (معیارمحور) برگزیده شده‌اند بررسی و تفسیر خواهند شد. از میان کارهای هنری او نمونه‌هایی برای تحلیل انتخاب شده‌اند که تلاش دارند شیوه‌های شیءانگاری زنان را روایت کنند و به چالش بکشند.

۴. شیء‌شدگی

شیء‌باوری یا بت‌وارگی (Fetishism) که ماهیتی اصالتاً مذهبی داشته و به پرستش اشیائی با نیروهای فراطبیعی توسط اقوام کهن اشاره دارد، در سده بیستم م. خاستگاه برخی از مفاهیم مهم اقتصادی و فرهنگی گردید.

شیء‌شدگی به وضعیتی اشاره دارد که طی آن ارزش‌های انسان با ارزش‌های اشیاء آمیخته شده و روابط بین انسان‌ها به روابط بین آن‌ها و چیزها تغییر می‌یابد (Sansi Roca, 2015: 110).

فرایندی که در آن ارزش‌های پذیرفته‌شده در روابط اجتماعی انسانی، جایگاه خود را به ویژگی‌های محصولات یا کالاها می‌سپارد.

کارل مارکس (Karl Marx, 1818 - 1883) در *سرمایه* (1887) این وضعیت را شیء‌باوری کالایی (Commodity fetishism) نامید (Marx, 1887: 163). اشیاء می‌توانند دارای قدرتی اجتماعی باشند، که از طریق عملی که بر آن‌ها انجام می‌شود به دست می‌آید. این‌گونه اشیاء رسانه هستند و گزینش آن‌ها، چیزی که در نهایت هستند و قدرتی که منتقل می‌کنند فرایندی قراردادی است (Sansi Roca, 2015: 109).

در آمیختن اندیشه مارکس، مکس وبر (Max Weber, 1864 - 1920) و جرج سیمل (Georg Simmel, 1858 - 1918)، توسط جرج لوکاک (Georg Lukács, 1885 - 1971) در مقاله «شیء‌شدگی و آگاهی پرولتاریا» (۱۹۲۳) رواج این عبارت را افزون نمود، و برای اندیشمندان مکتب فرانکفورت به میراث نهاد. او می‌نویسد: «شیء‌شدگی دلالت بر این دارد که رابطه میان مردم، خصلت‌های اشیاء را به خود گرفته است» (Lukács, 1923: 83). لوکاک نگاه ابتدایی خود را از مارکس گرفته بود، اما سپس با رهایی از تمرکز محدود بر حوزه اقتصادی، به بسط مفهوم شیء‌شدگی و گونه‌های آن در زندگی اجتماعی پرداخت. بدین‌سان او نشان داد که چگونه رفتار ابزاری - عقلانی به حوزه‌های اجتماعی که در آن شیوه‌های سستی رفتار غالبند گسترش می‌یابد.

او تاکید داشت که فلسفه مدرن همواره محکوم به برخورد با تضادهای غیرقابل حل است، زیرا ریشه در فرهنگ واقعی روزمره دارد و بنابراین در تضاد سوژه - ابژه گرفتار آمده است (Lukács, 1923: 83). هدف نهایی لوکاک این بود که از انتقاد صرف به تأثیرات نظام اقتصادی سرمایه‌داری فراتر برود، و با توضیحی جامعه‌شناختی و هستی‌شناختی، شیوه‌های زندگی انسانی را درک و آسیب‌شناسی نماید (Honneth, 2004: 11).

گاجو پتروویچ (Gajo Petrović, 1927 - 1993) با الهام از لوکاک، شیء‌شدگی را یک نوع از خودبیگانگی می‌داند و آن را چنین تعریف می‌کند:

عمل (یا نتیجه عمل) تبدیل ویژگی‌ها و روابط و کردارهای انسانی، به ویژگی‌ها و روابط و کردارهای اشیاء تولیدشده به دست انسان؛ اشیایی که از انسان مستقل شده‌اند (یا تصور می‌شود از ابتدا مستقل بوده‌اند) و زندگی او را اداره می‌کنند؛ همچنین تبدیل انسان به موجود شیء‌مانندی که نه به شیوه انسانی بلکه بر اساس قوانین جهان اشیاء رفتار می‌کند (Petrović, 1983: 411).

۵. شی‌انگاری

شی‌شدگی را اندیشمندان پیرو مارکس بیشتر به‌سان رخدادی اقتصادی در امتداد حاکمیت سرمایه وصف نموده‌اند. یک مفهوم همبسته با آن شی‌انگاری است، که بیشتر برای اشاره به وضعیت جسمی و روانی افراد (به‌ویژه بانوان) در جامعه معاصر به‌کار رفته است. مارتا نوسبوم (Martha Nussbaum, b. 1947) سویه‌های شی‌انگاری را چنین برمی‌شمرد:

با فرد به گونه‌ای رفتار شود که: گویی ابزاری است برای رسیدن دیگران به اهدافشان، خودمختاری یا استقلال رای ندارد، فاقد عاملیت یا پویایی است، قابل معاوضه و جابه‌جایی است، سوژه‌گی ندارد و نیازی به نگرانی برای تجربیات یا احساسات او نیست، می‌توان تمامیتش را شکست و به محدوده‌هایش تعرض کرد، یا می‌شود او را تملک یا خرید و فروش کرد (Nussbaum, 1995: 250).

به این شمار، می‌توان رفتارهای دیگری را نیز افزود، همچون فروکاستن فرد به بدنش یا اعضایی از بدنش، رفتار با فرد برپایه ظاهرش، و برخورد با او گویا ناتوان از گفتگو یا ابراز احساس خویش است (Langton, 2009: 229). فردی که هدف شی‌انگاری است، ممکن است جایگاهی را که جامعه به او داده، به‌عنوان دیدگاه اولیه‌اش نسبت به خویش بپذیرد. فراگیرترین آسیب این تجربه، اختلال در جریان آگاهی است که در نتیجه آن فرد شیوه‌های شی‌انگاری فرهنگی را درونی می‌کند و از آن پس همواره ظاهر و بدن خود را زیر نظر می‌گیرد (Fredrickson & Roberts, 1997: 194). گرچه مردان نیز ممکن است هدف شی‌انگاری قرار گیرند، اما چنین رفتاری در جوامع گوناگون زنان و دختران را بیشتر آزار می‌دهد. شی‌انگاری آنها را شرمسار می‌سازد و با افزایش اضطراب و کاهش خودباوری، سلامت روانشان را برمی‌آشوبد.

گونه رایج شی‌انگاری زنان، تقلیل آنها از یک کلیت انسانی، به اندام‌های جنسی‌شان یا به ابزاری برای لذت بخشیدن به مردان است. این‌گونه از شی‌انگاری جنسی می‌تواند پیامدهای روانی مخربی به‌جای بگذارد. همچنین می‌تواند دختران یا زنان را گرفتار پندارهای نادرست از خود سازد، و این باور را به آنان القا کند که هوش و شایستگی آنها توسط جامعه به رسمیت شناخته نمی‌شود (Szymanski et al., 2011: 37). نظارت وسواس گونه بر بدن، اضطراب، شرم از بدن، نگرش منفی نسبت به زنانگی و دوره‌های ماهانه، اختلال در جریان هوشیاری، کاهش آگاهی درباره حالات درونی بدن، افسردگی، اختلال عملکرد جنسی و اختلال در خوردن از پیامدهای روانی شی‌انگاری هستند (Calogero et al., 2005: 48). شی‌انگاری جنسی بر کارکرد،

اعتماد به نفس و امکان پیشرفت زنان در جامعه تأثیر منفی می‌نهد، و شرایط رشد را برای دختران دشوار می‌سازد.

بسیاری از پژوهشگران اشاره نموده‌اند که رسانه‌های جمعی، تبلیغات، صنعت تلویزیون و سینما با تأکید دایمی بر ارزیابی زیبایی‌شناختی بدن زنان، سبب ترویج شیء‌انگاری می‌شوند (Frith et al., 2005: 69). این رسانه‌ها با هدف فروش هرچه بیشتر کالا و خدمات، قالب‌هایی کلیشه‌ای از زیبایی ارائه می‌دهند، و به مخاطب خود چنین القا می‌کنند که تفاوت ذاتی و طبیعی او با این چارچوب‌های ساختگی، یک کمبود یا نقص است. این‌گونه تبلیغات سبب می‌شوند فرد نسبت به بدن خود احساس بدی بیابد، از این‌رو نیاز به خرید محصول را احساس کند. فردی که در این فرایند گرفتار احساس خودکم‌بینی یا اضطراب گردد، ممکن است به مشتری بالقوه‌ای برای سالن‌های زیبایی، محصولات آرایشی، یا عمل‌های جراحی پلاستیک بدل شود، و به چرخه اقتصادی این صنعت عظیم یاری برساند.

اروین گافمن (Erving Goffman, 1922 - 1982) در کتاب *تبلیغات جنسیتی* (۱۹۷۹) پس از واکاوی بیش از پانصد آگهی تبلیغاتی برگرفته از نشریات عامه‌پسند، به این نتیجه رسید که در شمار چشمگیری از آنها رابطه بین مرد با زن با بخشیدن قدرت به مرد و اعطای تابعیت به زن بازنمایی می‌شود؛ با شگردهایی همچون تخصیص قد و اندازه بزرگ‌تر یا فضای بیشتر به مردان، قرار دادن مردان سرسخت و آسیب‌ناپذیر در نقش‌های اجرایی و رهبری، و تصویرگری مردان به عنوان محافظت‌گر یا تامین‌کننده خانواده. در سوی مقابل آنها زنان در جایگاهی فرودست، ارائه‌شونده، سردرگم، ناامید، تسلیم‌شده و یا با بدن شیء‌انگاشته قرار می‌دهند، و به مثابه ابژه هوس، قابل کنترل و جایزه‌ای برای مردان.

این کتاب، بنیادی برای بسیاری از پژوهش‌های بعدی شد (از جمله: Kang, 1997 و Lindner, 2004 و Hatton & Trautner, 2011) که نشان دادند صنعت تبلیغات رسانه‌ای، چند دهه پس از کتاب گافمن نیز همچنان زن‌ستیزانه باقی مانده است. این‌گونه شیء‌انگاری بدن توسط رسانه‌ها، می‌تواند خشونت علیه بانوان، آزار کلامی یا جسمی آنها و نگرش‌های ضد زن را در میان مردان مشروعیت ببخشد یا تشدید کند. زیرا مخاطبان مرد ممکن است تصور کنند که موفقیت و جذابیت، با قدرت‌نمایی و پرخاشگری گره خورده است؛ یا گرفتار دیدگاه‌های جنسیتی کلیشه‌ای درباره تسلیم‌شدن زنان و تسلط مردان گردند.

پژوهش‌های معاصر نشان می‌دهد شیء‌انگاری بدن زن در سینمای امروز نیز همچنان به روال سده گذشته ادامه دارد؛ از جمله بررسی ۵۶ فیلم پرفروش سال ۲۰۱۸ م. آشکار می‌سازد

درنکوهش شیءانگاری زنان. واکاوی آثار بیرگیت یورگنسن (صدرالدین طاهری) ۱۷۵

که در این آثار، زنان چهار برابر بیشتر از مردان با بدن برهنه تصویر شده‌اند (Ford, 2019). سینمای بدنه، همچنین در تمام تاریخ خود، بدن و هویت اقلیت‌های دوچندان (Double minority) را شیءانگاشته و کلیشه‌ای نموده است؛ امری که برای مثال در مورد زنان لاتین تبار (See: McLaughlin et al., 2018)، یا بانوان رنگین‌پوست (See: Bianca, 2017) رخ داده است.

شیءانگاری بدن زنان ابزاری رایج برای سلطه و اعمال قدرت بر آنها است (Heldman, 2011: 157)، در این راستا زنانی که برای رشد در سیستم‌های مدیریتی مردم‌محور تلاش می‌کنند، هدف شیءانگاری از سوی رقبا یا مخالفان خود قرار می‌گیرند. از آنها انتظار می‌رود در محیط کار یا ضیافت‌های رسمی آرایش کنند، کفش پاشنه‌بلند بپوشند، و بیشتر اغواگر باشند، تا توانمند و تأثیرگذار.

۶. خودشیءانگاری

از یک سده پیش در سینما و تلویزیون، آگهی‌های مجلات، نماهنگ‌های موسیقایی، و بازی‌های ویدئویی و طی دهه اخیر در رسانه‌های اجتماعی، تصویر بدن و هنجارهای اجتماعی تعریف‌گر زیبایی زنان، غالباً نادرست و غیرواقعی به نمایش درآمده است. این استانداردهای ساختگی را می‌توان اسطوره زیبایی (The beauty myth) لقب داد، ایده‌ای که زنان را همواره آراسته، با پوستی لطیف، بدنی لاغر یا با منحنی‌های اغراق‌شده بازنمایی می‌کند. مدل‌های برندهای پوشاک و لوازم آرایش، برگزارکنندگان مسابقات ملکه زیبایی و تولیدکنندگان اسباب‌بازی‌هایی همچون عروسک باربی این پندار را ترویج می‌کنند که زنان و دختران تنها هنگامی ارزشمند و پذیرفتنی هستند که به سطحی دست‌نیافتنی از زیبایی و کمال فیزیکی برسند.

فرایند جهانی‌شدن سبب ترویج یکنواخت این تصویر در میان جوامع و فرهنگ‌های گوناگون گردیده است. آشکار است که برای بیشتر بانوان دستیابی به این ویژگی‌ها ممکن نیست؛ زیرا برپایه تفاوت‌های ژنتیکی، داشتن بدن‌هایی یکسان مخالف طبیعت زیستی گونه ما است. همچنین نباید از یاد برد که بازیگران و مدل‌ها اغلب برای همسان‌سازی خود با این اسطوره، گرفتار رژیم‌های ویرانگر غذایی یا عمل‌های آسیب‌زننده زیبایی می‌شوند، و تصویر آنها پیش از ارائه به مخاطب با استفاده از نورپردازی یا جلوه‌های فنی ویرایش می‌گردد.

هنگامی که بانوان تلاش می‌کنند خود را با این استانداردهای زن بی‌نقص - که عموماً زیر نگاه مردانه تدوین شده - مطابقت دهند، خودشیءانگاری رخ می‌دهد. در این مسیر، زنان

به تدریج عادت می‌کند که دیدگاه بیرونی دیگران نسبت به بدنشان را به عنوان دیدگاه اولیه خود درونی کنند، و در نهایت بدنشان را به عنوان شیئی جدا از شخص خود ببینند.

همپای درآمیختن تصویر واقعی بدن با تصویر موردانتظار، جامعه زنان را وادار می‌کند ویژگی‌های فیزیکی خود را از زاویه دید سوم شخص شیء‌انگاری کنند (Kaschak, 1992: 12). در ذهن دختران در سن رشد یک بازنمایی موردانتظار از بدنشان توسعه می‌یابد، که پایه‌اش مشاهده و قضاوت‌گری دیگران است. این گونه از خودشیء‌انگاری می‌تواند عامل نیرومندی در شکل‌گیری نقش‌های جنسیتی در اجتماع و افزودن بر نابرابری میان جنسیت‌ها باشد (Goldenberg & Roberts, 2004: 72). خودشیء‌انگاری در دختران می‌تواند دو ریشه اصلی داشته باشد: درونی‌سازی استانداردهای زیبایی رایج که رسانه‌ها ترویج می‌کنند، و نیز مواردی از شیء‌انگاری که فرد خود در زندگی روزمره با آنها روبه‌رو شده است (McKay, 2013: 68). این شیء‌انگاری روزمره می‌تواند طیف گسترده‌ای از رفتارها را در بر بگیرد؛ از آزدن کلامی دختران در محیط عمومی، تا واکنش‌های پرتنفر به تصاویری که آنها در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کنند.

در کنار کاربردهای ارزشمند رسانه‌های اجتماعی و اینترنت، این ابزارها شوربختانه فضایی را نیز مهیا ساخته‌اند تا تعصب جنسیتی، حمایت از مردمحوری و انتقال تصورات آسیب‌زا به دختران و زنان همچون گذشته امکان‌پذیر باشد (Popa & Gavrilu, 2015: 1202). پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی، محتوای دیداری مدیریت‌شده‌ای را به نمایش می‌گذارند که گاه سبک‌های زندگی نمایشی و تصاویر ساختگی و غیرواقعی از بدن را ترویج می‌کند. قرارگیری در معرض چنین محتوایی برای درازمدت می‌تواند سبب مقایسه، حسرت، احساس انزوا، کاهش همدلی، حسادت و اضطراب در افراد شود (L Hur & Gupta, 2013: 242). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تنها حدود یک‌دهم از دختران جوان مورد پرسش در سراسر جهان خود را زیبا می‌دانند؛ و از هر ده دختر، شش نفر به دلیل نگرانی از ظاهرشان و برپایه تصویری که از بدن خود دریافت کرده‌اند، از شرکت در فعالیت‌های اجتماعی خودداری می‌کنند (Swift & Gould, 2020). از آنها خواسته شده که زیبا باشند، نه توانمند؛ آراسته باشند، نه باهوش و مستعد؛ و چشمگیر باشند، نه مورد احترام.

فراتر از این پیامدهای روانی، خودشیء‌انگاری می‌تواند آسیب‌های اجتماعی گسترده‌ای نیز در پی داشته باشد. بیزاری از خود، زنان را در حالت تدافعی نگه می‌دارد، و سبب دل‌سردی آنان از تلاش برای رشد می‌شود. در این شرایط، آنها نه پدرسالاری و زن‌ستیزی، بلکه بدن خود را

درنکوهش شیءانگاری زنان. واکاوی آثار بیرگیت یورگنسن (صدرالدین طاهری) ۱۷۷

خاستگاه مشکل می‌دانند، و این امر به کنش‌پذیری و انفعال آنها دامن می‌زند و نفرتشان از خود را افزون می‌کند (Johnson, 2005: 64).

۷. نگاه خیره شیءانگار (Objectifying gaze)

یکی از رایج‌ترین شیوه‌های شیءانگاری در تاریخ هنر بدل نمودن زنان به موضوعی برای نگرستن مردان و لذت بخشیدن به آنان بوده است. این رویکرد به‌طور گسترده‌ای در هنرهای دیداری ملت‌های گوناگون به‌ویژه در تاریخ نقاشی اروپا قابل ردیابی است.

زیگموند فروید (Sigmund Freud, 1856 - 1939) تمایل به نگرستن به بدن دیگران را تماشاخواهی (Scopophilia) نام نهاده است، که به باور وی به‌صورت یک کنجکاوی نیمه‌غریزی در دوران شکل‌گیری شخصیت کودک آغاز می‌شود (Freud, 1905: 110) و امکان دارد در بزرگسالی به یک روان‌رنجوری و سواس‌گونه برای لذت‌جویی از دید زدن پنهانی دیگران بدل گردد (Freud, 1988: 42).

از دیگرسو، تماشاخواهی برای اشاره به گونه‌ای دیگر از روان‌نژندی نیز به‌کار می‌رود، که طی آن فرد به جلب نگاه دیگران عادت یا احساس نیاز می‌کند، بنابراین با خودشیءانگاری و مطابق ساختن خویش با تمایلات زیبایی‌شناختی رایج در محیط پیرامونش (از طریق عمل‌های جراحی، رژیم‌های آسیب‌زا، آرایش، و خرید پیاپی کالاهایی همچون پوشاک و زیورآلات) تلاش می‌کند ابژه دایمی نگاه ستایشگر دیگران باشد. این وضعیت، که می‌تواند همراه با اضطراب، نظارت مداوم بر بدن، کاهش خودباوری و گاه حتی بی‌زاری از خود باشد. ممکن است افراد گرفتار تماشاخواهی از یک مد تازه صرفاً به‌سبب اقبال عمومی پیروی کنند، بدون آن که با سلیقه، باورها یا منطق شخصی آنها همخوانی داشته باشد.

به باور ژان پل سارتر (Jean-Paul Sartre, 1905 - 1980) در کتاب هستی و نیستی (۱۹۴۳)، عمل خیره‌شدن به انسانی دیگر، یک تفاوت قدرت سوژه‌ای ایجاد می‌کند که هم توسط بیننده و هم از سوی نگاه‌شونده احساس می‌گردد، زیرا شخصی که به او خیره می‌شویم ابژه نگاه ما می‌گردد، و به‌عنوان یک چیز درک می‌شود، نه یک انسان.

جان برجر (John Berger, 1926 - 2017) در کتاب شیوه‌های دیدن (۱۹۷۲) نشان داد که چگونه هنر مردانه اروپا بانوان را به‌عنوان سوژه‌های نگاه بینندگان مرد تصویر نموده و از این رهگذر روایت دیداری مردم‌محور را نیرو بخشیده است. بازنمایی بدن برهنه زنان از نقاشی‌های

کلاسیک به تبلیغات مدرن میراث رسیده است، که آنها را به‌عنوان اشیایی منفعل برای دیده‌شدن ارائه می‌دهد.

لورا مولوی (Laura Mulvey, b. 1941) در مقاله «لذت دیداری و سینمای روایت‌گر» (۱۹۷۵) پس از واکاوی شماری از نامدارترین فیلم‌های کلاسیک هالیوود، آشکار می‌سازد که روایت، شیوه فیلم‌برداری، نورپردازی و تدوین این آثار تماشاگر را وادار می‌کند با قهرمان مرد همذات‌پنداری کند، در حالی که شخصیت‌های زن بیشتر چیزی برای نگریستن هستند؛ ابژه‌های اروتیک میل، در نقش‌هایی منفعل و نمایش‌گرا برای پر کردن فضای پیرامون بازیگران مرد و لذت‌بخشیدن به تماشاگران مرد. دوربین سینما گاه عملاً بدل به ابزار نگاه خیره‌مردانه می‌شود، که از روزنی پنهانی به درون خلوت زنان سرک می‌کشد. این شیوه از بازنمایی، دوگان باستانی مرد مسلط / زن تحت‌سلطه را که مبنای کارکردی پدرسالاری است بازتولید و تثبیت می‌کند.

نگاه خیره‌شی‌انگار در سه عرصه رخ می‌دهد: نخست، به‌صورت واقعی در برخوردهای بینافردی یا اجتماعی، دوم، در رسانه‌های دیداری که برخوردهای اجتماعی را به تصویر می‌کشند، و در نهایت، در رسانه‌های دیداری که بدن‌ها را به تصویر می‌کشند (Fredrickson & Roberts, 1997: 203).

۸. بیرگیت یورگنسن و انتقاد از شی‌انگاری زنان

بیرگیت یورگنسن هنرمند نامدار اتریشی، از چهره‌های برجسته و پیشرو هنر فمینیستی سده بیستم م. و استاد دانشگاه هنرهای کاربردی وین و آکادمی هنرهای زیبای وین بود (Bösch & Essl, 2002: 146).

او در دهه ۱۹۷۰ م. کارش را به‌عنوان هنرمند آغاز کرد، زمانی که زنان در حوزه حرفه‌ای هنر به سختی پذیرفته می‌شدند و با تبعیض‌های آشکار و پنهان رویارو بودند. در هنر، زنان اغلب در جایگاه ابژه ظاهر می‌شدند، به‌مثابه مدل یا منبع الهام برای هنرمندان مرد. آنها هنوز بیشتر از طریق بازنمایی از دریچه چشم و ذهن مردانه دیده می‌شدند، تا به‌عنوان هنرمند. جایگاه بانوان در جامعه و نقش‌های جنسیتی نابرابر از همان آغاز دغدغه‌های بنیادی آثار او را شکل دادند (Gruber, 2010). وی پیش از درگذشت در سن ۵۴ سالگی در ۲۰۰۳ م.، مجموعه گونه‌گونی از عکس‌ها، طراحی‌ها، نقاشی‌ها، آثار گرافیکی و کارهای چیدمان و هنر بدن به‌جا نهاد، که در آنها به تجربه زیسته زنان، ترس‌ها و رنج‌هایشان، و تعصبات پدرسالارانه اجتماعی بر ضد آنها پرداخته است.

درنکوهش شیءانگاری زنان، واکاوی آثار بیرگیت یورگنسن (صدرالدین طاهری) ۱۷۹

او در هنرش قراردادهای اجتماعی، نقش‌های جنسیتی، استانداردهای زیبایی و روابط بر ساخته بین دو جنس را در فضایی فراواقع‌گرا با زبانی آبرونیک به بوتۀ نقد نهاده است. یورگنسن اولویت میل مردانه را به پرسش می‌کشد، و از اسطوره قدرت ساختارشکنی می‌کند، بدون این که در دام دوگانگی ساده‌انگارانه بیفتد (Burger & Fritz, 2019).

از میان ده‌ها کار بازمانده از او که زن‌ستیزی را به چالش کشیده‌اند، در این نوشتار دوازده اثر برگزیده شده، که می‌توانند برشی از اندیشه و دغدغۀ وی در سه دهه کنش‌گری هنرمندانه باشند. این آثار در چهار دسته بخش شده‌اند که هرکدام گونه‌ای رایج از شیءانگاری زنان را بازنمایی می‌کنند.

۱.۸ بانوی خانگی

یورگنسن تجربه زیسته زنانی که هویتشان به‌طور کامل در خانه‌داری و همسری تعریف می‌شود را در صحنه‌هایی کابوس‌وار و سرشار از افسردگی به تصویر کشیده است. این سبک زندگی برای بیشتر زنان در دهه ۱۹۷۰ م. طبیعی بود؛ ازدواج با تحصیلات کم، بدون درآمد شخصی، و زیستن در تبعیت از شوهر. در آن زمان رابطه مردسالارانه و نابرابر جنسیتی توسط قوانین ازدواج اتریش نیز به رسمیت شناخته می‌شد که مرد را در جایگاه رهبری خانواده قرار می‌داد (Gruber, 2010). او نقاشی‌های پرشماری آفرید که زن خانه‌دار تنها، در آنها زندگی منزوی و وابسته خود را سپری می‌کند. چیزی که در اینجا زن بدان بدل شده کلیشه زن خانگی است، که فارغ از تمام استعدادها، توانایی‌ها و آرزوهایی که ممکن است داشته باشد، تنها یک جایگاه شغلی و یک نقش جنسیتی را پیش روی او قرار می‌دهد.

در یکی از این آثار (ت ۱) فردی دیده می‌شود که چهره و هویت مستقلی ندارد، و تنها با فرم زنانه بدنش و سرپوش و پیشبندی که برای تمیزکاری به تن کرده قابل شناسایی است. ترسیم این شخصیت در فضایی که یادآور کاغذ شطرنجی طراحی است، اشاره به وجود یک پیش‌طرح مشخص دارد، که او بدون توجه به تفاوت‌های ذاتیش لاجرم باید در قالب آن قرار بگیرد.

در نقاشی دیگری با موضوع زن خانه‌دار (ت ۲)، فضای خصوصی خانه که به‌عنوان مکانی برای ایفای نقش از پیش معلوم زن در نظر گرفته می‌شود، به اسارت‌گاهی بدل گشته که او را در کار روزمره گرفتار ساخته است. کاشی‌های دیواری که باید دستمال بکشد، او را در چارچوبه‌ای قفس‌وار نهاده‌اند که به بیننده حس تنگناهراسی می‌دهد. سیمای زن به‌سان جانوری بازنمایی

شده که در عطش فرو ریختن این حصار است، و در فضای تهی پیرامون این محبس، پرهیب محوی از دو پرندۀ آزاد دیده می‌شود.

یورگنسن در نمایشگاه هنری سال ۱۹۷۵ م. در وین با یک پرفورمنس حضور یافت (ت ۳). او پیشبندی را به‌دور گردن انداخت، که به‌سان اجاق گاز ساخته شده بود. با نانی که در تنور نهاده شده و ارجاعی عامیانه به باروری زن دارد، این ترکیب مجموعه انتظاراتی که جامعه از او داشت را خلاصه می‌کرد: یک کارگر در خانه با جسمی برای زادن فرزندان.



ت ۳. پیشبند زن خانه‌دار، ۱۹۷۵
(Estate Jürgenssen, Vienna)



ت ۲. زن خانه‌دار، ۱۹۷۴
(Hubert Winter, Vienna)



ت ۱. زن خانه‌دار، ۱۹۷۴
(Estate Jürgenssen, Vienna)

مجموعه اعتراضات و فعالیت‌های انتقادی متفکران و هنرمندانی همچون بیرگیت یورگنسن، البته بی‌نتیجه نماند و در دهه ۱۹۸۰ م. بسیاری از قوانین نابرابر حقوقی که برتری مردان را در اتریش رسمیت می‌بخشید، مورد بازنگری قرار گرفت.

۲.۸ کفش پاشنه‌بلند، شیء بت‌واره شده

یورگنسن برخلاف بسیاری از هنرمندان هم‌عصرش، تمایلی به ثبت تصاویر برهنه، چه از خود و چه از دیگران نداشت. به‌جای آن، او بیشتر از اشیاء برای واگویی نمادین شیء‌انگاری و به‌مثابه جایگزینی برای بدن بت‌واره‌شده بهره می‌گرفت. بین سال‌های ۱۹۷۳ و ۱۹۷۶ م. یورگنسن مجموعه‌ای از آثار با موضوع کفش زنانه پاشنه‌بلند خلق کرد؛ شیئی که از زنان انتظار می‌رود بپوشند، تا از حد طبیعی و زیستی خود بلندتر جلوه کنند.

این کفش‌ها که در سده‌های گذشته بیشتر توسط مردان اروپایی پوشیده می‌شد، در دوره معاصر با طراحی متفاوت شامل پاشنه‌ای نوک‌تیز و باریک که اتکای کمی بر زمین دارد خاص زنان شد. زیرا پوشیدن آنها انحنایی اروتیک به پاها و شیوه ایستایی زن می‌بخشد

(Kremer, 2013). در مسیر بهره‌گیری از این مد مردپسند، نه تنها بانوان قدرت دویدن و راه رفتن توانمندانه را از دست می‌دهند، بلکه تندرستی آنها نیز تهدید می‌شود.

با افزایش ارتفاع پاشنه، بدن ناچار می‌شود حالتی غیرطبیعی به خود بگیرد، تا مرکز ثقلش را حفظ کند، از این‌رو فشار و تنش بیشتری بر روی ستون فقرات وارد می‌شود. پژوهش‌های علمی پرشماری درباره تأثیر مخرب کفش‌های پاشنه‌بلند زنانه بر افزایش کمردرد و دردهای اسکلتی و ماهیچه‌ای، آرتروز کشکک زانو، آسیب به عضلات پارانشاعی، کشیدگی تاندون آشیل و عضلات ساق، تغییر شکل پا، و واریسی شدن رگ‌ها منتشر شده (برای نمونه ن.ک: Tedeschi Filho et al., 2012 و Barnish & Barnish, 2016 و Jellema et al., 2019)، چنان که این کفش‌ها را برخی ابزار شکنجه زنان خوانده‌اند (Duffett, 1968: 4). با این وجود، تلویزیون و مجلات، صنعت سینما، سالن‌های مد، نمایش‌های کت‌واک، و برندهای مشهور به‌طور فزاینده‌ای این کفش‌ها را تولید و تبلیغ و به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از خوش‌پوشی زنانه معرفی می‌کنند. در برخی مراسم یا محیط‌های کاری، این کفش‌ها حتی بخشی اجباری از کد پوشاک زنان است، و گاه در اندازه‌های کوچک‌تر برای دختران نوجوان نیز عرضه می‌شوند.

یورگنسن در مجموعه کفش‌هایش تحت تأثیر هنرمندان فراواقع‌گرا، به‌ویژه مرت اوپنهایم (Méret Oppenheim, 1913 - 1985) است. از آنجایی که کفش پاشنه‌بلند زنانه یک بت‌واره بسیار شناخته‌شده برای مردان است، او آن را به‌عنوان موضوعی برای بازنمایی شیء‌انگاری زنان در مرکز کار خود قرار داد. در این باره خودش در مصاحبه‌ای می‌گوید: «هویت زن ناپدید شده است، همه به‌جز شیء فetiš شده، که کانون فانتزی مردانه است» (Wolf, 2011).

در یکی از این نقاشی‌ها با عنوان کفش جانمند (ت ۴) کفش چنان با قطعیت جایگزین زن گردیده که رگ و پی و ماهیچه یافته است. این اثر می‌تواند کنایه‌ای نیز باشد به طرح غریب طراحی این کفش‌ها، که هیچ تناسبی با شکل راستین پای انسان ندارد. در یک تندیس با نام کفش باردار (ت ۵)، او این بار دو ویژگی موردپسند مردان در بدن زن را به هم آمیخته: اغواگری و توان زایش. اکنون، این شیء فetiš شده است که به‌جای زن زندگی می‌کند.



ت ۶. پاشنه‌کش، ۱۹۷۶
Hubert Winter,)
(Vienna



ت ۵. کفش باردار، ۱۹۷۶
(Estate Jürgenssen, Vienna)



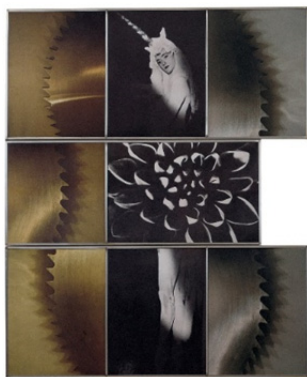
ت ۴. کفش جانمند، ۱۹۷۶
(Hubert Winter, Vienna)

برخی دیگر از آثار این دوره یادآور پیامدهای زیان‌بار پوشیدن این کفش‌ها است، از جمله یک نقاشی با نام سرطان کفش، که کفشی جانمندشده با آرواره‌هایی حیوانی را در حال بلعیدن پای زنی به تصویر می‌کشد. در اثری دیگر با عنوان پاشنه‌کش (ت ۶)، تمام بدن دختری در بندهای متصل به چکمه‌های پاشنه‌بلندش گرفتار شده که فشار و کششی طاقت‌فرسا ایجاد می‌کنند. کفش‌های او نه تنها بر پا بلکه بر تمام بخش‌های بدنش تنش وارد نموده، و به فرم ایستایی او شکلی غیرطبیعی می‌دهند.

۳.۸ طبیعت و زن

در نیمه دوم دهه ۱۹۷۰ م. تأملات تازه‌ای در باب ژرفای طبع نوع بشر و برهمکنش میان طبیعت و فرهنگ در آثار یورگنسن نمایان می‌شود، گویا او تلاش دارد روابط بین انسان و جانوران یا گیاهان را در بدن خود ردیابی کند. در این فرایند، هنرمند به موجودات دورگه‌ای جان می‌بخشد که در آنها طبیعت از طریق سامانه‌ای از روابط سیال با انسان پیوند یافته. حاصل این صورت‌بندی، آفریده‌ای زنده است با آگاهی زیست‌محیطی عمیق، که در میانه دیالکتیک انسان و طبیعت قرار دارد.

درنکوهش شیءانگاری زنان، واکاوی آثار بیرگیت یورگنسن (صدرالدین طاهری) ۱۸۳



ت ۹. تکشاخ، ۱۹۹۱
(Estate Jürgensen, Vienna)



ت ۸ بی نام، ۱۹۷۹
(MoMa, New York)



ت ۷. بی نام، ۱۹۷۵
(Hubert Winter, Vienna)

این آثار از سویی می‌توانند فروکاستن هویت زنانه به ابزار باروری را نیز به‌یاد بیاورند. همسان‌انگاری زن با طبیعت یکی از شگردهای کهن جوامع پدرسالار برای اعمال قدرت بر بدن زنان بوده است. این ایدئولوژی، بانوان را به‌سان کشتزاری برای زادن نسل بعد، و مردان را در قالب نگهبانان دلیر این ملک توصیف می‌کند. این پندار نیز، فارغ از سیمای رومانتیکی که ادبیات و هنر بدان بخشیده، یک گونه از شیءانگاری است؛ زیرا احساس، استقلال و تمایلات شخصی زنان را نادیده می‌گیرد. بر این اساس، زن سترون یا بانویی که نخواهد فرزند بیاورد و نقش مادری را ایفا کند، برهم‌زننده این چرخه طبیعی دانسته می‌شود، و جامعه او را تحت فشار می‌نهد.

یکی از عکس‌های تکه‌چسبانی‌شده او (ت ۷) فردی را بازتاب می‌دهد که در میانه انسان‌ماندن و بدل‌شدن به گیاه معلق است. ضدنور بودن بدن و نیم‌سایه آن بر زمین این تعلیق را افزون می‌کند، و بهره‌گیری از نورپردازی ری‌نگار (Rayogram) در پدید آوردن ساختار نیمه‌شفاف برگ، و نیز قاب محو و پر کتراست پس‌زمینه حسی از حیرانی و سرگشتگی به فضای این اثر می‌بخشد.

در عکسی دیگر (ت ۸)، او زنی درازکشیده را تصویر می‌کند، که بدل به بافه‌ای از برگ شده است. این گیاه دورگه و برساخته زنده است، اما دیگر اثری از انسان در آن باقی نمانده.

در میان آثار بعدی یورگنسن که بیشترشان کلاژی‌هایی معماگونه هستند، اثری به‌نام تکشاخ به‌چشم می‌خورد که تداوم این روایت را تا یک دهه بعد در ذهن او آشکار می‌سازد. زن که سرپوشی همسان تور عروسان بر سر دارد، این‌بار با جانوری افسانه‌ای در آمیخته شده، در حالی

که میانه بدنش را گلی و پاهایش را شاخه‌ای تشکیل داده‌اند. ردیف‌های تهدیدکننده تیغ‌اره‌هایی که این زن/طبیعت را در بر گرفته‌اند، دوباره به یاد می‌آورند که خشونت تاریخی مردانه، زن و زمین هر دو را زخم و گزند زده است.

۴.۸ زن در پس سیماچه

گرچه یورگنسن بسیاری از کارهایش را با تصویر خود آفریده، اما این آثار از جنس خودنگاره‌های رایج در تاریخ هنر نیستند، بلکه او اغلب از بدن خویش برای انتقاد از سازوکارهای اجتماعی - فرهنگی همبسته با نابرابری بهره می‌گیرد. هنرمند در این عکس‌ها نشان داده نمی‌شود، بلکه پنهان می‌گردد و در پس موانعی که بر او سایه انداخته و سد راه ارتباطش با بیننده شده‌اند باقی می‌ماند. گویا ما نمی‌توانیم خود راستین او را ببینیم، و از این‌رو آوایی که از ژرفای روانی و عاطفی او برمی‌خیزد نیز برای ما ناشنیدنی و درک‌ناشدنی است.

در طول سال‌ها آفرینش هنری، چهره زن به تدریج در آثار یورگنسن ناپدید می‌شود و جای آن را سیماچه‌ها می‌گیرند، که آنها را می‌توان استعاره‌ای از دگرگونی، فروپاشی و ازهم‌گسیختگی، و نیز عقب‌نشینی و پناه‌گرفتن خوانش نمود.

شور دیالکتیکی میان حضور و غیاب هنرمند، رازآلودگی این دسته از آثار او را فزونی می‌بخشد (Schor & Solomon-Godeau, 2009).

یورگنسن زنی را به تصویر می‌کشد که خود را استتار نموده؛ با پوست، سیماچه، اجزای جانوری یا جامه مبدل. اگر او به یک شیء یا فتنش فروکاسته شود، به دنیای حیوانات سقوط می‌کند که تحت کنترل غرایز بقا است (Rimmaudo, 2013). این زن در پس نقاب، در حالی که لبخند می‌زند یا غرق اندوه است، نمایانگر تمام خشونت‌هایی است که جامعه بر او تحمیل کرده.

در نکوهش شیء‌انگاری زنان، واکاوی آثار بیرگیت یورگنسن (صدرالدین طاهری) ۱۸۵



ت ۱۲. بی‌نام، ۱۹۷۹
(Estate Jürgenssen, Vienna)



ت ۱۱. بی‌نام، ۱۹۷۹
(Hubert Winter, Vienna)



ت ۱۰. سیمایچه چرمین، ۱۹۷۶
(Hubert Winter, Vienna)

در یکی از این نقاشی‌ها (ت ۱۰)، زن در پس رخ‌پوشی چرمین گرفتار شده، که راه نفسش را بسته و توان سخن گفتنش را سلب کرده است. چشمان او به‌دشواری از لابه‌لای بندهای چرمی به ما خیره شده است. عکسی دیگر (ت ۱۱) چهره هنرمند را مانده در پس مجموعه‌ای جانوری نشان می‌دهد، که او را به‌تمامی تسخیر کرده، به گونه‌ای که بر جسمش نیز لکه‌هایی به‌رنگ پوست جانور دیده می‌شود. یک مجموعه عکس دیگر (ت ۱۲)، یورگنسن را در پس سیمایچه‌ای مسخ‌شده و اسکلت‌وار بازنمایی می‌کند، که گویا خود نیز میان برداشتن آن و برنهادنش سرگردان مانده است. نگاه ترس‌خورده و سودازده، اما خشمناک و برنده هنرمند از گوشه نقاب به چشمان ما خیره شده است.

۹. نتیجه‌گیری

گرچه جوامع مدرن دگرگونی‌های اقتصادی و اجتماعی چشمگیری را تجربه نموده‌اند، اما همچنان در آنها هنجارهای پدرسالارانه، نقش‌های جنسیتی سستی را در چارچوب‌های اجتماعی و نهادی نو بازتولید می‌کنند.

شیء‌انگاری، زنان را از هویت تهی می‌سازد، بین شخصیت انسانی آنها با جسمشان فاصله می‌نهد، فرد را به بدنش فرو می‌کاهد، با او برپایه ظاهرش رفتار می‌کند، و به او به‌سان کالا یا ابزاری زیبا، لذت‌بخش، شکننده، تملک‌پذیر و در دسترس می‌نگرد. این تجربه سبب اختلال در جریان آگاهی می‌گردد، و با نظارت وسواس‌گونه بر بدن، اضطراب، شرم از بدن، نگرش منفی نسبت به زنانگی، کاهش خودباوری، افسردگی، و اختلال در خوردن، سلامت روان زنان و

دختران را برمی‌آشوبد. بانوان در مسیر همگون ساختن خود با استانداردهای زن بی‌نقص، دست به خودشنی‌انگاری زده، دیدگاه بیرونی دیگران نسبت به بدنشان را به‌عنوان دیدگاه اولیه خویش درونی می‌کنند، و در نهایت بدنشان را به‌عنوان اشیایی جدا از شخص خود می‌بینند.

بیرگیت یورگنسن هنرمند فمینیست پیشرو اتریشی، زمانی پا به میدان هنر نهاد که زنان در حوزه حرفه‌ای با تبعیض‌هایی آشکار و پنهان رویارو بودند. آنها بیشتر به‌سان ابژه، مدل، و منبع الهام هنرمندان مرد پذیرفته می‌شدند، تا به‌عنوان فاعل شناسا و خالق اثر. او در شمار بسیاری از کارهایش به نقد شی‌انگاری زنانه پرداخت، که چهار گونه از این شی‌انگاری، در نوشتار کنونی مورد بررسی قرار گرفته است:

۱. تقلیل فرد به کلیشه زن خانگی؛ تجربه زیسته این دسته از بانوان را یورگنسن در صحنه‌هایی کابوس‌وار و سرشار از افسردگی به نمایش کشیده. آنها فارغ از استعداد و توانایی و آرزوهایشان، محکوم به ماندگاری در یک نقش جنسیتی هستند.

۲. بازنمایی فتیش‌گونه کفش پاشنه‌بلند، به‌عنوان جایگزین زن؛ یورگنسن از مجموعه کفش‌هایی که کشیده و ساخته برای واگویی نمادین شی‌انگاری و بت‌واره‌شدن بدن زن بهره گرفته است. شیئی که برای زنان دردهای عضلانی و اسکلتی به‌جا می‌نهد، اما همچنان به‌عنوان یک مد مردپسند عرضه و تبلیغ می‌گردد.

۳. فروکاستن هویت زنانه به ابزار باروری؛ همسان‌انگاری زن با طبیعت شگردی است برای اعمال قدرت بر بدن زنانه. گونه‌ای دیگر از شی‌انگاری؛ که احساس، استقلال و تمایلات شخصی زنان را نادیده می‌گیرد.

۴. پنهان شدن خویشتن راستین زن در پس سیمایچه‌ها؛ نقاب‌های یورگنسن استعاره‌هایی از دگرگونی، فروپاشی و ازهم‌گسیختگی، و نیز عقب‌نشینی و پناه‌گرفتن هستند. او، در حالی که سیمایچه راه سخن گفتن یا حتی نفس کشیدنش را بسته، به بیننده آثارش خیره می‌شود.

هنر یورگنسن از رمزگان‌های فرهنگی پذیرفته‌شده در اجتماع پیرامونش که مرزهای سرکوب‌گر و محدودکننده زندگی زنان را می‌سازند، پرده بر می‌افکند و این ابزارهای توجیه نابرابری را به پرسش می‌کشد.

کتابنامه

- Barnish, M. S.; Barnish, J. (2016). "High-heeled shoes and musculoskeletal injuries: a narrative systematic review". *BMJ Open*. 6 (1): e010053. doi:10.1136/bmjopen-2015-010053.
- Berberick, Stevie N. (2010). "The Objectification of Women in Mass Media: Female Self-Image in Misogynist Culture", *The New York Sociologist*, Vol. 5, pp. 3-15.
- Berger, John (1972). *Ways of Seeing*. Penguin Books. ISBN:978-0140135152.
- Bianca, Fransisca (2017). "Fetishism and Sexual Objectification towards African (Black) Women in Modern Society: Analyzing the Portrayal of African Women in the Media". *Jurnal Sentris*. 1 (1): pp. 91-99. doi:10.26593/sentris.v1i1.4132.91-99.
- Burger, Natascha; Fritz, Nicole (2019). "Birgit Jurgenssen Io Sono", *www.jamesmagazine.it*. Access date: 31.01.2025.
- Calogero, Rachel M.; Davis, William N.; Thompson, J. Kevin (2005). "The Role of Self-Objectification in the Experience of Women with Eating Disorders". *Sex Roles*. 52 (1): pp. 43-50. doi:10.1007/s11199-005-1192-9.
- Daniels, Elizabeth A.; Zurbriggen, Eileen L.; Ward, Monique L. (2020). "Becoming an object: A review of self-objectification in girls", *Body Image*, Volume 33, pp. 278-299, doi:10.1016/j.bodyim.2020.02.016.
- Duffett, Judith (1968). "WLM vs. Miss America". *Voice of the Women's Liberation Movement*. Access date: 28.01.2025.
- Fredrickson, B. L. & Roberts, T. A. (1997). "Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks". *Psychology of Women Quarterly*, 21 (2), pp. 173-206. doi:10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x.
- Frith, Katherine; Shaw, Ping; Cheng, Hong (2005). "The construction of beauty: a cross-cultural analysis of women's magazine advertising". *Journal of Communication*. 55 (1): pp. 56-70. doi:10.1111/j.1460-2466.2005.tb02658.x.
- Ford, Liz (2019). "Geena Davis: 'damaging stereotypes' on screen limit women's aspirations". *www.theguardian.com*. Access date: 23.01.2025.
- Freud, Sigmund (1905). *Drei Abhandlungen zur Sexualtheorie*. Fischer: Frankfurt am Main.
- Freud, Sigmund (1988). *Case Histories 2*, Angela Richards (ed.), London: Penguin.
- Goffman, Erving (1979). *Gender Advertisements*. Cambridge: Harvard University Press.
- Goldenberg, Jamie L.; Roberts, Tomi-Ann (2004). "The Beast within the Beauty: An Existential Perspective on the Objectification and Condemnation of Women". in: Greenberg, Jeff; Koole, Sander L.; Pyszczynski, Thomas A. (eds.). *Handbook of Experimental Existential Psychology*. New York: Guilford Press. pp. 71-85. ISBN:978-1-59385-040-1.
- Gordon, M. K. (2008). "Media Contributions to African American Girls' Focus on Beauty and Appearance: Exploring the Consequences of Sexual Objectification". *Psychology of Women Quarterly*, 32 (3), pp. 245-256. doi:10.1111/j.1471-6402.2008.00433.x.

- Green, Fiona Joy (2010). "Patriarchal Ideology of Motherhood". In: O'Reilly, Andrea (ed.). *Encyclopedia of Motherhood, Volume 3*. Thousand Oaks: SAGE Publications. ISBN:978-1-4129-6846-1.
- Gimbutas, Marija (1991). *The Civilization of the Goddess: The World of Old Europe*. San Francisco: Harper Collins. ISBN:978-0-06-250337-4.
- Gruber, Natascha (2010). "Family Jewel. Birgit Jürgenssen – An Outstanding Artist of feminist Avant-Garde Art", *Mustekala Art Magazine*, Nr. 3/10, Volume 39.
- Gupta, Mayank; Madabushi, Jayakrishna S.; Gupta, Nihit (2023). "Critical Overview of Patriarchy, Its Interferences with Psychological Development, and Risks for Mental Health". *Cureus*. 15 (6): e40216. doi:10.7759/cureus.40216.
- Harper, B.; Tiggemann, M. (2008). "The Effect of Thin Ideal Media Images on Women's Self-Objectification, Mood, and Body Image". *Sex Roles*, 58, pp. 649-657 doi:10.1007/s11199-007-9379-x.
- Hatton, Erin; Trautner, Mary Nell (2011). "Equal Opportunity Objectification? The Sexualization of Men and Women on the Cover of Rolling Stone". *Sexuality & Culture*. 15 (3): pp. 256-278. doi:10.1007/s12119-011-9093-2.
- Heldman, Caroline (2011). "Sexualizing Sarah Palin: the social and political context of the sexual objectification of female candidates". *Sex Roles*. 65 (3): pp. 156-164. doi:10.1007/s11199-011-9984-6.
- Henslin, James M. (2001). *Essentials of Sociology*. London: Taylor & Francis. ISBN:978-0-536-94185-5.
- Honneth, Axel (2004). "Eine soziale Pathologie der Vernunft: Zur intellektuellen Erbschaft der Kritischen Theorie," in: C. Halbig and M. Quante (eds.), *Axel Honneth: Sozialphilosophie zwischen Kritik und Anerkennung*, Münster: LIT. ISBN: 978-3-8258-5769-7. pp. 9-32.
- Johnson, Allan G. (2005). *The Gender Knot: Unraveling Our Patriarchal Legacy*. Philadelphia: Temple University Press. ISBN:978-1439911846.
- Jellema, A. H.; Huysmans, T.; Hartholt, K.; van der Cammen, T. J. M. (2019). "Shoe design for older adults: Evidence from a systematic review on the elements of optimal footwear". *Maturitas*. 127, pp. 64-81. doi:10.1016/j.maturitas.2019.06.002.
- Kang, Mee-Eun (1997). "The portrayal of women's images in magazine advertisements: Goffman's gender analysis revisited". *Sex Roles*. 37, pp. 979-996. doi:10.1007/BF02936350.
- Karsay, K.; Knoll, J.; Matthes, J. (2018). "Sexualizing Media Use and Self-Objectification: A Meta-Analysis". *Psychology of Women Quarterly*, 42 (1), pp. 9-28. doi:10.1177/0361684317743019.
- Kaschak, Ellyn (1992). *Engendered Lives: A New Psychology of Women's Experience*. New York: Basic Books. ISBN:978-0465013494.
- Kremer, William (2013). "Why did men stop wearing high heels?". *www.bbc.com*. Access date: 23.01.2025.
- Langton, Rae Helen (2009). *Sexual Solipsism: Philosophical Essays on Pornography and Objectification*. Oxford: Oxford University Press. ISBN:978-0199551453.

- Lewontin, Richard C.; Rose, Steven; Kamin, Leon J. (1984). *The determined patriarchy. Not in our genes: biology, ideology, and human nature*. New York: Pantheon Books. ISBN:978-0-14-022605-8.
- L Hur, Jane; Gupta, Mayank (2013). "Growing up in the web of social networking: Adolescent development and social media". *Adolescent Psychiatry*, 3 (3), pp. 233-244. doi:10.2174/2210676611303030004.
- Lindner, Katharina (2004). "Images of Women in General Interest and Fashion Magazine Advertisements from 1955 to 2002". *Sex Roles*. 51 (7/8): pp. 409–421. doi:10.1023/B:SERS.0000049230.86869.4d.
- Lockard, Craig (2015). *Societies, Networks, and Transitions: A Global History*. Stamford: Cengage Learning. ISBN:978-1-285-78312-3.
- Lukács, Georg (1923). *Geschichte und Klassenbewußtsein: Studien über marxistische Dialektik*. Milton Keynes: Merlin Press.
- Macionis, John J.; Plummer, Ken (2000). *Sociology: A Global Introduction*. Harlow: Prentice Hall. ISBN:978-0-13-040737-5.
- Marx, Karl (1887). *Capital*, vol. I, S. Moore and E. Aveling (transl.), F. Engels (ed.), Moscow: Progress Publishers.
- McKay, Tajare' (2013). "Female self-objectification: causes, consequences and prevention". *McNair Scholars Research Journal*. 6 (1): pp. 53-70. ISSN:2166-109X.
- McLaughlin, Bryan; Rodriguez, Nathian S.; Dunn, Joshua A.; Martinez, Jobi (2018). "Stereotyped Identification: How Identifying with Fictional Latina Characters Increases Acceptance and Stereotyping". *Mass Communication and Society*. 21 (5): pp. 585-605. doi:10.1080/15205436.2018.1457699.
- Mulvey, Laura (1975). "Visual pleasure and narrative cinema". *Screen*. 16 (3): pp. 6-18. doi:10.1093/screen/16.3.6
- Petrović. Gajo (1983). "Reification", in: T. Bottomore, L. Harris, V. G. Kiernan, and R. Miliband (eds.). *A Dictionary of Marxist Thought*, Cambridge: Harvard University Press. pp. 411-413. ISBN:0674205251, 9780674205253.
- Popa, Dorin; Gavrilu, Delia (2015). "Gender representations and digital media". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 180, pp. 1199-1206. doi:10.1016/j.sbspro.2015.02.244
- Rimmaudo, Annalisa (2013). "Birgit Jürgenssen", www.awarewomenartists.com. Access date: 25.01.2025.
- Renner, Lois; Essl, Sammlung (2002). *Augenblick: Foto, Kunst, Gabriele Bösch (ed.), Sammlung Essl*. ISBN:978-3-902001-06-1.
- Sanderson, Stephen K. (2001). *The Evolution of Human Sociality*. Lanham: Rowman & Littlefield. ISBN:978-0-8476-9534-8.
- Sansi Roca, Roger (2015). "Fetishism", in: James D. Wright (ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, Vol 9. Oxford: Elsevier. pp. 105-110. ISBN:978-0-08-097087-5.

- Santonniccolo, F., Trombetta, T., Paradiso, M. N., & Rollè, L. (2023). "Gender and Media Representations: A Review of the Literature on Gender Stereotypes, Objectification and Sexualization". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20 (10), 5770. doi:10.3390/ijerph20105770.
- Sartre, Jean-Paul (1943). *L'Être et le Néant*, Paris: Gallimard.
- Schor, Gabriele; Solomon-Godeau, Abigail (2009). *Birgit Jürgenssen*. Ostfildern: Hatje Cantz.
- Seabrook, R. C., Ward, L. M., & Giaccardi, S. (2019). "Less than human? Media use, objectification of women, and men's acceptance of sexual aggression". *Psychology of Violence*, 9 (5), pp. 536-545. doi:10.1037/vio0000198.
- Sharabi, Hisham (1988). *Neopatriarchy: A Theory of Distorted Change in Arab Society*. Oxford: Oxford University Press. ISBN:978-0-19-507913-5.
- Swift, Jaimee; Gould, Hannah (2021). "Not an Object: On Sexualization and Exploitation of Women and Girls". www.unicefusa.org. Access date: 27.01.2025.
- Szymanski, Dawn M.; Moffitt, Lauren B.; Carr, Erika R. (2011). "Sexual objectification of women: advances to theory and research", *The Counseling Psychologist*. 39 (1): pp. 6-38. doi:10.1177/0011000010378402.
- Tedeschi Filho, Wagner; Dezzotti, Nei R.A.; Joviliano, Edvaldo E.; Moriya, Takachi; Piccinato, Carlos Eli (2012). "Influence of high-heeled shoes on venous function in young women". *Journal of Vascular Surgery*. 56 (4): pp. 1039-1044. doi:10.1016/j.jvs.2012.01.039.
- Nussbaum, Martha C. (1995). "Objectification". *Philosophy & Public Affairs*. 24 (4): pp. 249-291. doi:10.1111/j.1088-4963.1995.tb00032.x
- Wolf, Katrin (2011). "A Caged Bird Sings", www.theviennareview.at. Access date: 23.01.2025.