

## واکاوی مفهوم زن در ضرب‌المثل‌های لری با تأکید بر بُعد نابرابری جنسیتی

آرمان حیدری<sup>۱</sup> محمدحسین ابتکاری<sup>۲\*</sup> عبدالمجید محقق<sup>۳</sup>

(تاریخ دریافت: ۹۵/۵/۱۲، تاریخ پذیرش: ۹۶/۷/۴)

### چکیده

پژوهش حاضر به واکاوی مفهوم زن در ضرب‌المثل‌های لری با تأکید بر بُعد نابرابری جنسیتی می‌پردازد. برای تحلیل موضوع، از دیدگاه نشانه‌شناسی بارت، تحلیل گفتمان لاکلا و موفه و تفسیرگرایی کیلفورد گیرتز کمک گرفته شد. رویکرد و روش این تحقیق به شکل کیفی و با استفاده از دو روش مطالعه اسناد و مصاحبه عمیق با افراد (زن، مرد) بالای ۵۰ سال بود. روش‌های انتخاب این افراد و تفسیر و تحلیل داده‌ها به ترتیب، براساس روش نمونه‌گیری هدف‌مند و روش تحلیل موضوعی<sup>۱</sup> است. داده‌های مورد بررسی، ضرب‌المثل‌های رایج در گویش لری ممسنی، به‌ویژه موارد مرتبط با نابرابری جنسیتی است. مقوله‌های حاصل از واکاوی ضرب‌المثل‌ها را می‌توان بر محورهای فرعی زن موجودی سطحی‌نگر، حقیر، ابزارگونه، اطاعت‌پذیر، فتنه‌گر و سخن‌چین؛ و مقوله یا دال محوری «دیگری فرودست» دسته‌بندی و تحلیل کرد. براساس تحلیل مضامین و نگاه امیکی مصاحبه‌شوندگان، می‌توان گفت تصاویر ارائه‌شده از زنان در ضرب‌المثل‌های لری، به شکل‌گیری و تقویت نوعی زبان جنسیت‌گرا و کردار تبعیض‌آمیز جنسیتی در جامعه مورد

۱. استادیار و عضو هیئت علمی جامعه‌شناسی دانشگاه یاسوج.

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه یاسوج (نویسنده مسئول)

\* kbaygzade@yahoo.com

۳. استادیار و عضو هیئت علمی گروه ادبیات و زبان فارسی دانشگاه یاسوج.

نظر انجامیده است، تا جایی که این زبان جنسیتی، به تعبیر بارت، شکل اسطوره‌ای به خود گرفته و براساس نگاه گفتمانی لاکلا و موفه، نوعی مرز ضدیتی کاملاً مشخص بین ما (مردان) به‌مثابه جنس فرادست و دیگری (زنان) به‌مثابه جنس فرودست ترسیم و تحکیم شده است. در نهایت اینکه چنین تصویری می‌تواند هم بازتاب و بازگوکننده نابرابری بین جنسیتی و هم بازدارنده زنان در دستیابی به موقعیت‌های مهم و ارزشمند محیط زیستی - اجتماعی‌شان باشد.

واژه‌های کلیدی: ضرب‌المثل، نابرابری جنسیتی، ممسنی، زن، لر.

#### ۱. مقدمه

در هر زبانی مجموعه‌ای از باورها و نگرش‌های قالبی و کلیشه‌های زبانی وجود دارد که شدت و ضعف آن‌ها از نظر جغرافیایی، تاریخی و اجتماعی متفاوت است (ژان کالوه، ۱۳۷۹: ۸۱). از این رو زبان می‌تواند آشکارکننده باورهای ذهنی و نهادینه‌شده انسان‌ها باشد. از جمله این باورها، باورهای جنسیتی است که یکی از جنبه‌های اولیه هویت هر فرد است که آن را از طریق زبان و ارتباط با دیگران می‌آموزیم (محمودی بختیاری، ۱۳۹۰: ۱۰۵). ماگو<sup>۲</sup> قبل از هر چیزی زبان را دشمن اصلی زنان در مبارزه برای آزادی می‌داند؛ زیرا مفاهیم، دلالت‌ها و مجموع محرک‌های احساسی در پشت اظهارات واقعی زبان، از زنان سوءاستفاده می‌کند (ر.ک: ندانگو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶: ۱۰). جنسیت‌گرایی در زبان بیانگر تعصب به نفع یک جنس و رفتار تبعیض‌آمیز علیه جنس دیگر است. وجود زبان جنسیتی<sup>۴</sup> بیانگر تبعیض جنسی<sup>۵</sup> در جامعه است که در بیشتر موارد تعصب به نفع مردان و علیه زنان است (لی<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶: ۸۷). در بیشتر جوامع به زنان، به‌عنوان کنشگران جدی زندگی نگاه نمی‌شود و همواره نقش درجه دومی دارند که این امر به ایجاد زبان جنسیت‌زده در جامعه منجر شده است؛ یکی از گونه‌های جنسی - زنان - را در حاشیه قرار می‌دهد و گونه جنسی دیگر - مردان - را گونه متعارف و معیار معرفی می‌کند. بنابراین، یکی از درجه‌های مهم و مناسبی که می‌توان با استفاده از آن به رژیم خاص حقایق هر بستر اجتماعی خاص پی برد، فولکلور و فرهنگ شفاهی و به‌ویژه ضرب‌المثل‌هاست (حیدری، ۱۳۹۲: ۲).

ضرب‌المثل‌ها میراثی از آداب و رسوم، باورها و عملکرد هر نسل هستند که به نسل‌های بعد منتقل می‌شوند (کرسچین<sup>۷</sup>، ۲۰۱۲: ۱۳). مثل‌ها جملاتی کوتاه برای بیان نگرش‌ها و باورهای مردم هر جامعه و ابزاری قدرتمند برای شکل‌دادن به آگاهی‌ها، نگرش‌ها و اعتقادات اخلاقی هستند (موحد و دیگران، ۱۳۹۱: ۱۰۲). آن‌ها همچنین داده‌های غنی برای بررسی باورهای فرهنگی و ارزش‌های اجتماعی هر جامعه هستند که معمولاً بیشتر جنبه‌های زندگی زنان، از جمله انتظارات فرهنگی از آنان درباره رفتارهایشان، تأکید بر جنسیت و سلسله‌مراتب کنترل را به تصویر می‌کشند (لی<sup>۸</sup>، ۲۰۱۵: ۵۶۲). از این رو مطالعه ضرب‌المثل‌های هر ملت [و قومی] به‌خوبی می‌تواند خلیقات، عادات خوب و بد، فکر و اندیشه، حساسیت‌ها و یا علایق مردمان (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۰)، همچنین سوگیری‌ها، تعصبات و نگرش‌های جنسیتی عمیق آن ملت یا قوم را - که ریشه در ناخودآگاه جمعی عمیق هر ملت یا قوم دارد - بازنمایی کند. تا جایی که می‌توان گفت ضرب‌المثل‌ها زمینه مناسبی برای تعمق بر محتوایشان، جهت‌چرایی و چیستی برخی معانی و تفاسیر هستند که به انسان‌ها و از جمله زنان نسبت داده شده است (محمدپور و دیگران، ۱۳۹۱: ۶۶). در این مقاله، هدف محققان به‌تصویر کشیدن نابرابری جنسیتی در بین یکی از اقوام کهن ایرانی (قوم لُر) با تمرکز بر ضرب‌المثل‌های رایج آنان است؛ زیرا تحلیل و واکاوی ضرب‌المثل‌های رایج در بین این قوم می‌تواند سهم مهمی در شناخت و به‌تصویر کشیدن نابرابری‌های جنسیتی رایج و برجسته داشته باشد. جنسیت یکی از جنبه‌های اولیه هویت است که ما از طریق زبان و ارتباط با دیگران می‌آموزیم؛ بنابراین شناخت و ارزیابی تصاویر جنسیتی بازنمایی‌شده در زبان و ضرب‌المثل‌ها می‌تواند تصویر گویایی از هویت و وضعیت اجتماعی - اقتصادی زنان ارائه دهد. در این راستا، پژوهش حاضر به واکاوی مفاهیم ادبیات نابرابری جنسیتی در ضرب‌المثل‌های محلی لُرِ رایج در دوره زمانی قبل از انقلاب در بین لرهای نورآباد ممسنی (از شهرستان‌های استان فارس که اقتصاد آن بر پایه کشاورزی و دامداری استوار، و جمعیت آن عشایرنشین است و بعد از انقلاب، آنان روستانشین و شهرنشین شدند. گویش این منطقه لری است) می‌پردازد و نابرابری جنسیتی و به‌ویژه تصویر و نقش زن در ادبیات لری را بررسی می‌کند. علت انتخاب این بستر اجتماعی جهت

پژوهش و تحقیق، علاقه و توجه زیاد مردم این منطقه به ادبیات شفاهی، شاهنامه‌خوانی، قصه‌خوانی و... است که قبل از انقلاب با زندگی مردم عجین بوده و از سرگرمی‌های مهم آنان - به‌خصوص مردان - شمرده می‌شده است. ضرب‌المثل‌ها در زندگی روزمره و بنا به مناسبات اجتماعی و اقتصادی مختلف دهان‌به‌دهان نقل می‌شود و دانسته یا نادانسته بر انگاره ذهنی، تفسیرها و برداشت‌های عامیانه مردم از ویژگی‌های هر دو جنس و چگونگی سازمان‌دهی و مدیریت زندگی و محیط اطرافشان تأثیر می‌گذارد. از این‌رو بررسی فرهنگ شفاهی که در آهنگ‌ها، اسطوره‌ها، افسانه‌ها، چیستان‌ها، اشعار، لطیفه‌ها، بازی‌ها، احادیث و ضرب‌المثل‌ها نمود پیدا می‌کند (کرسچین، ۲۰۱۲: ۱)، می‌تواند یکی از منابع غنی برای شناخت عمیق باورهای جنسیتی گروه‌های قومی کمتر شناخته‌شده باشد. بنابراین، برای درک و شناخت عمیق لایه‌های فرهنگی و تاریخی چنین اجتماعاتی، بررسی ادبیات عامیانه، به‌خصوص ضرب‌المثل‌های آنان ضرورت زیادی دارد. همچنین ضرورت این تحقیق به‌سبب فقر مطالعاتی در زمینه تفسیر و مطالعه ضرب‌المثل‌های جامعه آماری مورد مطالعه، به‌ویژه در حوزه نابرابری جنسیتی، دوچندان شده است.

این مقاله درصدد پاسخ‌گویی به چنین پرسش‌هایی نیست: «آیا نابرابری جنسیتی ذاتی یا برساخته اجتماعی است؟» و یا «منشأ این نابرابری چیست؟»؛ زیرا پاسخ‌گویی به این پرسش‌ها بسته به دیدگاه و چشم‌انداز نظری محقق می‌تواند متفاوت، متنوع و حتی متعارض باشد و چالش‌ها و مناقشه‌های نظری بین‌رشته‌ای و درون رشته‌ای را سبب شود. از این‌رو هدف اصلی این تحقیق، واکاوی و بازنمایی تصویری زن، به‌ویژه بُعد نابرابری جنسیتی در ضرب‌المثل‌های لری گویش ممسنی است. پرسش‌های اصلی مقاله عبارت‌اند از:

- زنان در ادبیات و ضرب‌المثل‌های شفاهی مردم ممسنی چگونه تصویر شده‌اند؟
- وضعیت نابرابری‌های جنسیتی در ادبیات مذکور چگونه است؟
- مهم‌ترین گونه‌ها یا ابعاد نابرابری جنسیتی کدام‌اند؟

## ۲. ادبیات تحقیق

### ۲-۱. ضرورت پژوهش

تحقیق حاضر به مفاهیم مربوط به تحلیل گفتمان لاکلا و موفه<sup>۹</sup>، نشانه‌شناسی بارت<sup>۱۰</sup> و تفسیرگرایی کیلفورد گبیرتز<sup>۱۱</sup> برای فهم عمیق‌تر و درک بیشتر مضمون ضرب‌المثل‌ها نظر دارد.

مهم‌ترین مفاهیم تحلیلی به‌کار رفته در تحلیل متون در نظریه گفتمان لاکلا و موفه بدین شرح‌اند:

**الف) مفصل‌بندی و گفتمان<sup>۱۲</sup>:** هر کرداری میان عناصر مختلف رابطه ایجاد می‌کند و در نتیجه این کردارها مفصل‌بندی می‌شوند. کلیت ساختاردهی شده حاصل از عمل مفصل‌بندی نیز گفتمان را شکل می‌دهد (لاکلا و موفه، ۱۳۹۲: ۱۵۷).

**ب) برهه‌ها و عناصر<sup>۱۳</sup>:** برهه‌ها، دال‌ها و عناصری هستند که درون هر گفتمان مفصل‌بندی شده‌اند و موقتاً به هویت و معنایی دست یافته‌اند. اما هر تفاوتی را که به نحوی گفتمانی مفصل‌بندی نشده باشد، عنصر می‌نامند (همان، ۱۷۱).

**ج) دال مرکزی:** نشانه برجسته و ممتازی که دیگر نشانه‌ها در اطراف آن نظم می‌گیرند و نقطه ثقل همه دال‌ها و انسجام‌بخش آن‌هاست (کرمی‌قهی، ۱۳۹۱: ۵۴).

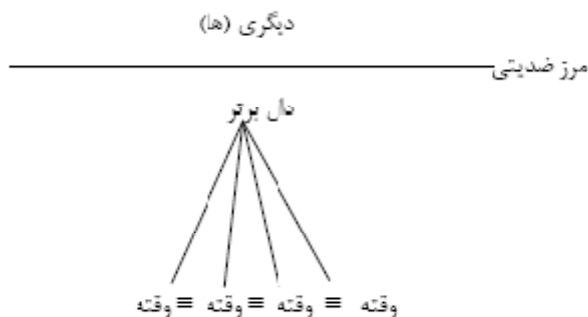
**د) گفتمان گونگی<sup>۱۴</sup>:** مخزنی برای نگهداری مازاد معنای تولیدشده به وسیله گفتمانی خاص و با هدف خلق یک واحد معنایی است (لاکلا و موفه، ۱۳۹۲: ۱۷۱).

**ه) تخاصم یا ضدیت<sup>۱۵</sup>:** در تخاصم حضور دیگری مانع از آن می‌شود که من کاملاً خودم باشم. تا زمانی که خصومت وجود دارد، نمی‌توانیم حضور کاملی برای خودمان داشته باشیم؛ در نتیجه هویت‌های مختلف درون گفتمان‌ها همواره در کشمکش هستند و مانع از تثبیت دیگری می‌شوند (همان، ۱۹۹-۲۰۶).

**و) هژمونی<sup>۱۶</sup>:** حوزه معمول ظهور هژمونی حوزه کردارهای مفصل‌کننده است، یا به عبارتی حوزه‌ای است که در آن عناصر هنوز در قالب برهه‌ها تبلور نیافته‌اند. مداخله هژمونیک سبب امحای گفتمان‌های متخاصم و تشکیل گفتمان جدید می‌شود (همان، ۲۱۸-۲۳۱).

به طور کلی شرط اساسی هر صورت‌بندی هژمونیک حضور ضدیت‌هاست. در عرصه‌های مختلف وجود هر عنصر بیرونی سبب شکل‌گیری ضدیتی می‌شود که بر-اساس آن، مفصل‌بندی هژمونیک می‌تواند برساخته شود. در عرصه نابرابری، ایجاد ضدیت‌ها موجب تولید «دیگری» یا دشمنی می‌شود که مرز میان «ما» و «دیگری»<sup>۱۷</sup> را به طور نسبی مشخص می‌کند و از این‌رو، زمینه را برای تمایز میان گفتمان و قلمرو گفتمانی فراهم می‌آورد. چنین الگویی را می‌توان در تمامی عرصه‌ها به‌کار گرفت. ضدیت‌ها هیچ‌گاه از میان نمی‌روند، بلکه فقط در برهه‌هایی به طور موقت «ته‌نشست» می‌شوند و روابط قدرت از نظر پنهان می‌مانند (جهانگیری و فتاحی، ۱۳۹۰: ۳۰). بر این اساس، در این تحقیق از «ضدیت» به‌عنوان ابزاری تحلیلی برای بررسی چگونگی تلاش هر گفتمان برای شکل‌گیری صورت‌بندی هژمونیک و بررسی برهه‌های این صورت‌بندی استفاده می‌شود.

نمودار ۱: چگونگی ترسیم مرزهای ضدیتی (جهانگیری و فتاحی، ۱۳۹۰: ۳۱)



لاکلاو این الگو را برای توضیح اینکه چگونه هر مفصل‌بندی هژمونیک به گفتمان غالب تبدیل می‌شود، پیشنهاد می‌کند. در این الگو، برهه‌ها یا دال‌های خاص هر یک بر-اساس منطق تفاوت در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و یک خواست یا مطالبه را بازنمایی

واکاوی مفهوم زن در ضرب‌المثل‌های لری و... آرمان حیدری و همکاران

می‌کنند. علامت  $\equiv$  در میان هر یک از این برهه‌ها بیان‌کننده وجود رابطه هم‌ارزی میان این برهه‌هاست.

دالی که در بالای این زنجیره هم‌ارزی قرار می‌گیرد (دال برتر)، دالی است که بنا به محتوای خاصی که دارد می‌توان آن را «دال تهی» نامید. مرز ضدیتی به‌مثابه امری ضروری برای تأسیس یک هژمونی، مرز میان قلمرو گفتمانی یا عناصر شناور و برهه‌های خاصی را که در گفتمان مفصل‌بندی شده‌اند، ترسیم می‌کند. این مرز بر پایه تولید «دیگری» تأسیس شده است و تا زمانی که این دیگری‌ها پابرجا باشند و این مرز بتواند گفتمان را از قلمرو گفتمانی متمایز سازد، هژمونی گفتمان استمرار می‌یابد (همان، ۳۲).

بارت از مهم‌ترین نظریه‌پردازان دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ میلادی به‌شمار می‌رود که با استفاده از الگوی (از پیش طرح‌شده) سوسور، نوشتارها و رفتارهای فرهنگ عامه را تحلیل می‌کند. او چارچوب کلی «دال + مدلول = نشانه» را در نظر می‌گیرد و سطح دومی از دلالت را به آن می‌افزاید. بارت دو اصطلاح متداول معنای صریح<sup>۱۸</sup> و معنای ضمنی<sup>۱۹</sup> را جایگزین دلالت اولیه و دلالت ثانویه می‌کند و سپس به این نتیجه می‌رسد که اسطوره‌سازی در سطح دلالت ثانویه یا معنای ضمنی ایجاد می‌شود (ر.ک: بشیر و هفتخوانی، ۱۳۸۹: ۱۵۶-۱۵۷).

#### جدول ۱: سطح اولیه و ثانویه قاعده نشانه‌شناسی سوسور از دیدگاه بارت (بشیر و

هفتخوانی، ۱۳۸۹: ۱۵۷)

	مدلول اول	دال اول	دلالت اولیه (معنای صریح)
	نشانه اول		
مدلول جدید	دال جدید		دلالت ثانویه (معنای ضمنی)
	نشانه جدید		

بارت همچنین از اسطوره‌ها که زائیده نشانه‌های ناسالم هستند، نقاب برمی‌دارد. وی نشانه‌هایی را که قراردادی بودن خود را پنهان نمی‌کنند، خویشتن را عین طبیعت جا نمی‌زند و نیز انگیزش ندارند، نشانه‌های سالم می‌داند و سلامت زبان را مدیون دلخواه بودن نشانه‌ها در آن ارزیابی می‌کند؛ اما نشانه ناسالم آن است که از طبیعتی کاذب سود

می‌جوید و دارای انگیزش و قصد است و به سوی مخاطب که می‌آید پرخاشگر است (۱۳۹۲: ۱۲). اساس کار بارت بر ملاساختن تحریف ایجادشده به دست اسطوره و کشف معنای پیام است (اباذری، ۱۳۸۰: ۱۳۸).

در این پژوهش از رویکرد تفسیری کیلفورد گیرتر جهت تفسیر ضرب‌المثل‌ها نیز استفاده شد؛ زیرا گیرتر در رویکرد خود ساختاری امیک<sup>۲۰</sup> (درونی) دارد نه اتیک<sup>۲۱</sup> (بیرونی). در رویکرد اتیک، محقق فقط به مطالعه مردم‌شناختی یک اثر یا یک موضوع می‌پردازد؛ زیرا وی نه احساسات خود را نسبت به موضوع پژوهش دخالت می‌دهد و نه زبان توصیف و تحلیل خویشتن را مطابق زبان آن ارائه می‌کند، بلکه تنها به‌سان مترجمی در ریزترین بخش‌ها، ذهنیت‌ها و یا رفتارهای فرد بومی دقت می‌کند تا بتواند رفتار فرد یا محیط پیرامون خود را چنان‌که باید دریابد و یا به نوعی ترجمه کند؛ اما در رویکرد امیک، هدف وی این است که با بررسی ژرف و جامع و از طریق تکنیک‌های مشاهده مشارکتی، معانی و دلایل بروز رفتارها و اعمال افراد را در رابطه با موضوع پژوهش درک کند. این اتفاق زمانی رخ می‌دهد که او با سوژه مورد مطالعه خود یکی گردد تا در نهایت بتواند به کنه موضوع دست یابد (کریمی‌پور، ۱۳۹۰: ۱۷۳).

## ۲-۲. پیشینه تحقیق

از نظر تجربی نیز تحقیقات متعددی تبعیض‌های جنسیتی را در ضرب‌المثل‌ها بررسی کرده‌اند که چند مورد از مهم‌ترین آن‌ها ذکر می‌شود.

محمدپور و همکاران (۱۳۹۱) دریافتند که در فولکلور کردی به صورت عام و در ضرب‌المثل‌ها به صورت خاص، نگاه به زن متنوع، نامشخص و گاه متناقض است. آزاد ارمکی و همکاران (۱۳۹۲) به تحلیل کیفی نگرش توسعه‌ای در ادبیات عامیانه، با تأکید بر ضرب‌المثل‌های لری پرداختند. چسینا<sup>۲۲</sup> (۱۹۹۴) در تحقیقش، به این نتیجه رسید که تصویر زنان در ادبیات شفاهی ماسایی آفریقا بسیار منفی است و زنان بیشتر در خانه‌داری، جمع‌آوری هیزم، جارو و غذا، مراقبت از کودکان و ... به‌تصویر کشیده شده‌اند. اوها<sup>۲۳</sup> (۱۹۹۸) به نشانه‌شناسی تبعیت زن با تمرکز بر ضرب‌المثل ایگبو<sup>۲۴</sup> پرداخت. نتایج تحقیق وی بیانگر بازنمایی منفی زن در ضرب‌المثل ایگبو بود. نانگو<sup>۲۵</sup>



واکاوی مفهوم زن در ضرب‌المثل‌های لری و... آرمان حیدری و همکاران

(۲۰۰۶) نیز در تحقیقی در ضرب‌المثل‌های گاکیبو و سواحیلی<sup>۲۶</sup> دریافت که تصاویر زنان در ادبیات شفاهی آنان متنوع و دوسویه است. زنان بیشتر به صورت منفی، خائن، غیرقابل اعتماد، بی‌عقل و ... به‌تصویر درآمده‌اند و تنها ویژگی مثبت از زن در مادر بودن آن نشان داده شده است. آلیمو<sup>۲۷</sup> (۲۰۰۷) در تحقیقش نشان داد که روایت‌های شفاهی نقش مهمی در توجیه و انتقال تبعیض جنسیتی، نگرش‌ها، رفتارها و هنجارها از نسلی به نسل دیگر دارد. بیلفاتمی<sup>۲۸</sup> (۲۰۱۳) با بررسی ضرب‌المثل‌های مراکش به این نتیجه رسید که ضرب‌المثل‌ها نقش مهمی در مشروعیت‌بخشی به کلیشه‌های خاص از جمله زنان دارند. نتایج تحقیق هاگوس<sup>۲۹</sup> (۲۰۱۵) بیانگر آن است که ضرب‌المثل‌های تایگرینگا تعادلی بین نگرش منفی و مثبت نسبت به زنان برقرار نکرده است. لی (۲۰۱۵) نیز نشان داد که نیمی از ضرب‌المثل‌های چینی مربوط به زنان، آن‌ها را اشیای جنسی مردان و مطیع آنان نشان می‌دهند.

بیشتر متن و مضمون ضرب‌المثل‌های بررسی‌شده و تحقیقات صورت‌گرفته، تصویر زنان را وابسته، بد، تنبل، پست، غیرمنطقی، حسود، پرحرف، بی‌وفا و ... نشان دادند و تنها در تعداد بسیار کمی از این ضرب‌المثل‌ها به زنان نگاهی مثبت شده است. هرچند هدف تحقیقات انجام‌گرفته و تحقیق حاضر بررسی و شناسایی خاستگاه این ضرب‌المثل‌ها یا چگونگی شکل‌گیری آن‌ها نیست، اما می‌توان گفت این تصویر منفی از زن می‌تواند ریشه‌های اجتماعی-اقتصادی همچون آموزش ندیدن زنان، دور بودن آن‌ها از مسئولیت‌های اجتماعی و همچنین محدودیت‌هایی اجتماعی داشته باشد که بر آن‌ها تحمیل می‌شود. هدف پژوهش حاضر این است که با تمرکز بر ضرب‌المثل‌های رایج لری و واکاوی عمیق مفاهیم و مضامین آن‌ها، تنها تصویرسازی زنان، به‌ویژه بازنمایی نابرابری جنسیتی در آن‌ها را تحلیل و شرح دهد.

### ۲-۳. روش تحقیق

رهیافت روش‌شناختی این پژوهش، به شکل کیفی است که یافته‌های خود را با ارجاع به عقاید، ارزش‌ها و رفتارها در زمینه اجتماعی به‌دست می‌آورد و واقعیت اجتماعی را به موقعیت‌ها و اوضاع بومی، موقعیتی و محلی وابسته می‌داند. نگارندگان تحقیق حاضر

سعی دارند مفاهیم را به شکل گفتمانی و در ارتباط با زمینه اجتماعی و براساس انسجام و منطق درونی همان گفتمان ارائه کنند، از «ضدیت» به عنوان ابزار تحلیلی گفتمان لاکلا و موفه بهره ببرند تا واقعیت در ارتباط بین زبان و متن بهتر درک شود و مرزهای ضدیتی بین زن و مرد در ضرب‌المثل‌ها به روشنی ترسیم شود. در این تحقیق از روش مردم‌نگاری گیرتز نیز استفاده شد و در گردآوری داده‌ها از روش مصاحبه تفسیری امیکی (پنداشت افراد بومی از ذهنیت و رفتارهای خود) جهت درک بهتر واقعیت موجود بهره برده شد. همچنین در پژوهش پیش رو از تحلیل نشانه‌شناسی رولان بارت نیز استفاده شده است. رویکردهای نشانه‌شناختی بر این فرض استوار است که ارتباط از طریق به رمز درآوردن و رمزگشایی یک پیام حاصل می‌شود و رولان بارت یکی از شاخص‌ترین محققانی است که زبان را با چنین دیدگاهی بررسی کرده است. بنابراین ضرب‌المثل‌ها در سطح معنای ضمنی و صریح، اسطوره‌شناسی و مخدوش بودن تحلیل شده‌اند.

نمونه‌های پژوهش حاضر براساس نمونه‌گیری هدف‌مند و غیرتصادفی انتخاب شده است؛ یعنی انتخاب نمونه‌ها به اهداف تحقیق بستگی دارد. بدین منظور، تحقیق حاضر با مطالعه ضرب‌المثل‌های رایج در ادبیات فولکلور لری ممسنی (از میان ضرب‌المثل‌های لری رایج قبل از انقلاب اسلامی شهرستان ممسنی از جمله: کتاب **ضرب‌المثل‌های رایج لری ممسنی**، گلچینی از ضرب‌المثل‌های کهگیلویه و بویراحمد و سایت‌های اینترنتی) و مصاحبه با افراد واجد شرایط (بالای ۵۰ سال، دارای سلامت ذهنی، دارای اطلاعات بالا در ارتباط با موضوع مورد نظر و بستر اجتماعی قدیم و سخنوری قوی) موارد مرتبط با نابرابری جنسیتی را انتخاب و تحلیل کرده است. برای تحلیل و درک عمیق‌تر داده‌ها از روش تماتیک استفاده شده است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (مهری و دیگران، ۱۳۹۳: ۸۱). در این راستا، ضرب‌المثل‌هایی با مضامین مشترک و مشابه، ذیل مقوله‌ای انتزاعی‌تر - که بازنمایی‌کننده معانی ضمنی آن‌هاست - دسته‌بندی و تحلیل شدند. بدین گونه مقوله‌های اصلی تحقیق با استفاده از تحلیل موضوعی و واکاوی محتوایی و مفهومی ضرب‌المثل‌ها به دست آمدند. درضمن چند مورد از شفاف‌ترین و

برجسته‌ترین این ضرب‌المثل‌ها برای نمونه بیان شده است. جهت ارزیابی اعتبار نتایج تحقیق و تحلیل داده‌ها، بعد از گردآوری ضرب‌المثل‌ها و مقوله‌بندی آن‌ها، با افرادی که تجربه و سابقه زندگی در بستر اجتماعی مورد مطالعه را داشتند، مصاحبه شد و با ملاحظه تفسیر آنان از مقوله‌ها و ضرب‌المثل‌ها مناسب‌ترین تفسیر از تحلیل و نام‌گذاری مقوله‌ها و مضامین ضرب‌المثل‌ها انتخاب گردید. افزون‌بر این، داده‌ها و مقوله‌های منتخب، جهت ارزیابی برای چند نفر از استادان مجرب و آشنا با بافت فرهنگ لری ارسال شد تا میزان اعتبار نهایی فرایند تحلیل موضوعی داده‌ها و مضامین مربوط برآورد و کنترل شود.

### ۳. تحلیل نابرابری در ضرب‌المثل‌های لری

خلال تحلیل موضوعی (تماتیک) داده‌ها، تعداد ۶ مقوله از ویژگی‌های زنان استخراج شد که عبارت‌اند از: فتنه‌گری، حقارت و بی‌ارزشی، سطحی‌نگری، سخن‌چینی، ابزارانگاری، قداست‌بخشی و سلطه‌پذیری. درنهایت این مقوله‌ها در قالب یک الگوی معنایی با عنوان «دیگریِ فرودست» ارائه شد.

#### ۳-۱. فتنه‌گری زن

برخی ضرب‌المثل‌های لری ماهیت زن را فتنه‌گر و شیطان‌صفت بازنمایی می‌کند و وی را موجودی حيله‌گر و عامل تحریض مرد به اعمال شیطانی ترسیم می‌نماید. لذا مرد با این پندار که زن با نیرنگ، حرف و عقیده خود را به کرسی می‌نشاند، از طریق سنت شفاهی و در بستر اجتماعی این ضرب‌المثل‌ها، خود را قربانی ترفندهای شیطانی زن می‌داند و به هم‌نوعان خود هشدار می‌دهد که مبادا در دام شیطانی زنان بیفتند، بلکه باید کاملاً مراقب خود باشند و آنان را به کنترل خویشتن درآورند<sup>۳۰</sup>:

- زَنَل دَس شیطونَ و پُشت ایبندن.<sup>۳۱</sup>

- تمامِ فتنییلِ زرِ سرِ زن.<sup>۳۲</sup>

- زن بسو بی زن مگرد هرچند که زن شیطان بود.<sup>۳۳</sup>

- کِش کِش زَنَل، کُش کُش مردل.<sup>۳۴</sup>

- عروس ایما دوش اومه، لیکش پَرندوش اومه.<sup>۳۵</sup>
- مار تا دندون داره و ش بترس، زن تا دندونش رحمت.<sup>۳۶</sup>
- خیش زینه پیش هونه، خیش میره پس هونه.<sup>۳۷</sup>
- هرجا دی بی درخت زن، نَفِش بری تَشِش بزَن.<sup>۳۸</sup>
- مار کُل بزنت، زن کُل نَزنت.<sup>۳۹</sup>
- مار بی بر جون زَنَد، زن بی بر جون بر ایمون زَنَد.<sup>۴۰</sup>
- آر خیری خیر بیی، سی حونی بوش خیر بی.<sup>۴۱</sup>

از نگاه امیکی، این ضرب‌المثل‌ها که جنس زن را چون شیطان به تصویر می‌کشد، از دل ویژگی‌های شخصیتی وی بیرون آمده است؛ زیرا در باور مردم عامه مورد مطالعه، زن موجب بسیاری از اتفاقات زیان‌بار در روابط خویشاوندی و در میان اعضا خانواده است و این چنین اعمال خبیث و فتنه‌انگیز تنها از شیطان برمی‌آید. مردان همچنین زن را به‌عنوان یک نیاز قطعی و شر اجتناب‌ناپذیر می‌دانستند که گریزی جز زندگی کردن با وی وجود ندارد.

از نگاه اسطوره‌شناسی بارت، کاربرد رایج و مکرر این ضرب‌المثل‌ها در زمینه مورد نظر، آن را چنان حتمی و قابل باور برای جامعه مورد مطالعه ساخته و باور شیطان بودن زن را در ذهنیت همه افراد جامعه چنان تعبیه کرده که به اسطوره تبدیل شده است؛ تا جایی که گویی زنان همیشه فتنه‌گر بوده و خواهند بود. این ضرب‌المثل‌ها از نوع متن‌های مخدوش هستند؛ زیرا چنین انگاره‌ای از زن، مبتنی بر نوعی تصویر بنیادی‌تر از جهان‌بینی اهریمنی و اهورامزدايي یا فرشتگی و شیطان‌صفتی است که در جهان‌بینی افراد نفوذ می‌کند و آن را در قالب دو جنس تجسم می‌سازد.

براساس رویکرد گفتمانی در این ضرب‌المثل‌ها مردان مرزی ضدیتی بین خود (مردان) - که ماهیتی انسانی دارند - و دیگران (زنان) - که ماهیتی شیطانی دارند - ترسیم می‌کنند و زنان را چنان عامل فتنه معرفی می‌نمایند که باید از مکرشان - تا حد ممکن - فاصله گرفت و همین باور موجب فرودستی زنان می‌شود. البته گفتنی است که مضامین این ضرب‌المثل‌ها می‌تواند بیانگر نوعی «تاکتیک»‌های مقاومتی در برابر «نظم اجتماعی مسلط» مردانه شمرده شود. به تعبیر دوسرتو، «تاکتیک باید مستمراً رویدادها را به منظور

چرخش آن‌ها به فرصت‌ها دست‌کاری کند. از این منظر می‌توان بسیاری از کردارهای زندگی روزمره (مانند صحبت کردن، قدم زدن و ...) را تاکتیک‌هایی به این معنا دانست که در واقع شیوه عمل‌اند؛ شیوه‌هایی که نتیجه آن غلبه ضعیفاً<sup>۴۲</sup> بر اقویاً<sup>۴۳</sup> است» (کاظمی و ریج، ۱۳۸۴). به تعبیری می‌توان گفت زنان در بافت مردسالارانه مورد بررسی، کاملاً منفعلانه نیستند؛ اما مبارزه و ابراز نارضایتی خودشان در برابر ساختار حاکم را نه به صورت مستقیم و رو در رو، بلکه به صورت غیرمستقیم و در قالب «تاکتیک»‌های نرم ابراز می‌نمایند.

### ۲-۳. حقارت و بی‌ارزشی زن

پاره‌ای ضرب‌المثل‌های لری زن را جنس بی‌ارزش جامعه معرفی می‌کنند و ارزش و احترام وی را به حدی پایین می‌آورند که نه تنها منزلتی فروتر از مرتبه مرد دارد، بلکه موجودی تحقیرشده ترسیم می‌شود تا جایی که مردان شدت زشتی انجام یا عدم انجام کار را براساس همانندی ظاهری با زنان به‌تصویر می‌کشند. به عبارتی، مردان زنان را موجوداتی هم‌شان و هم‌تراز با خود نمی‌دانند و از مقایسه خود با آنان اکراه دارند.

- و زن کم‌ترم اگر بخوم ای کاره بکنم.<sup>۴۴</sup>
- تُبُون زُئِم وِپام بو اگر بخوم ای کار بکنم.<sup>۴۵</sup>
- و که گوش و زن ایگیره، و زن کم‌تره.<sup>۴۶</sup>
- آر رخت بو زن بسیاره.<sup>۴۷</sup>
- نون خوب و میچس، زن خوب و میرش.<sup>۴۸</sup>
- زَنکُو شُوَر نِیابو، هیچ کھی بی مرد نِیابو.<sup>۴۹</sup>
- کسی سیویل گرو نینه زن بسونه.<sup>۵۰</sup>
- یا بوم نی تره بیاره یا دیم نی تره بدوزه.<sup>۵۱</sup>

مطابق باورهای عامه در بستر اجتماعی مورد مطالعه، همسانی مرد با زن نوعی تحقیر به‌شمار می‌آید و قبح اجتماعی را برای مرد در پی دارد؛ به گونه‌ای که اگر مردی چنین همسانی به او داده شود در بین سایر مردان و حتی خود زنان جامعه نیز تحقیر با از نظر اجتماعی طرد می‌شود. مرد در این زمینه اجتماعی جنسی برتر و خالص به‌حساب آمده، قیاس کردن خود با جنس زن را عاملی جهت التزام خویش به انجام یا عدم انجام کاری می‌داند.

البته تداوم و برجستگی این ضرب‌المثل‌ها می‌تواند بیانگر ناخودآگاه جمعی شکل گرفته در خلال سال‌ها زندگی عشایری- روستایی باشد. در این نوع زندگی، ایفای نقش‌های مخاطره‌آمیز- که نیازمند توانایی‌های بالای جسمانی و فیزیکی است- به مردان سپرده می‌شده است (نقش‌هایی مانند دفاع از هجوم قبایل دیگر، شرکت و حضور در دعوای دسته‌جمعی، برپا کردن سیاه‌چادرها و ...). این نوع شیوه زندگی، تقابل‌ها و ثنویت‌های هویتی خاص خود را بر می‌سازد که از جمله این تقابل‌ها می‌توان به «اقویا» و «ضعفا» اشاره کرد که اقویا در مرد و ضعفا در زن تجسد و تجسم می‌یافته است؛ از جمله این تمایزهای مهم، تمایز آرایشی، پوششی و دیگر ویژگی‌های ظاهری مرد و زن بوده است. از نگاه بارت حقارت زن در این ضرب‌المثل‌ها در تفاوت‌های هویتی در قالب نشانه‌های مرئی و ملموس‌تر پوشش، بازنمایی و متبلور می‌شود. در این متن، پوشش زن برای مرد همیشه نوعی حقارت بوده و هست و هرگز غیر آن قابل تصور نبوده و نیست. همچنین از دیدگاه بارتی، این ضرب‌المثل‌ها نیز مخدوش هستند؛ زیرا فرودستی و حقارت زن را به تصویر می‌کشد و هویت زن را به‌عنوان موجودی به‌نمایش می‌گذارد که مقیاسی پست برای انجام دادن یا ندادن کاری است. براساس رویکرد گفتمانی در این ضرب‌المثل‌ها مردان مرزی ضدیتی بین خود (مردان) که جنسی باارزش‌تر و برتر هستند و دیگری (زنان) که جنسی بی‌ارزش و حقیر هستند، ترسیم کرده‌اند.

### ۳-۳. سطحی‌نگر دانستن زن

در برخی ضرب‌المثل‌های لری، زن به‌وضوح موجودی بی‌کفایت در توانایی اندیشیدن مطرح شده است؛ زیرا وی در زندگی کمتر عاقلانه و منطقی و بیشتر سطحی‌نگر نشان داده شده است. در این ضرب‌المثل‌ها، دانش و مهارت‌های تحلیلی زن تحقیر می‌شود. این ضرب‌المثل‌ها مفهوم غیرمنطقی بودن زن را به جامعه و نسل بعد انتقال می‌دهند و وی را در مهارت اندیشیدن احمقانه و فرودست‌تر از مرد- که طیف عاقل و منطقی شمرده می‌شود- به تصویر می‌کشاند:

- زن یه دِندرِش گَم.<sup>۵۲</sup>

- عَقَلَتَ مِنْ دَسِ زَنْ نَنَه. <sup>۵۳</sup>
- عَقْلَ زَنْ مِنْ زُونَش. <sup>۵۴</sup>
- آر زَنْ كَه خُوا كِرْدِن، زِمِهسوُن مال بار ايكنه سى سَرَحَى. <sup>۵۵</sup>
- زَنْ بَجَى، أَوْ شِلوُ هِيمَش چَلوُ. <sup>۵۶</sup>

از نگاه اسطوره‌شناسی بارت، در این ضرب‌المثل‌ها این ذهنیت ایجاد شده است که تنها مردان عاقلانه و منطقی می‌اندیشند و تصمیم می‌گیرند. این نوع تصور، از نگاه تفسیری امیکی نیز قابل درک است و مردان و زنان توأمان آن را تصویری «طبیعی» تلقی می‌کنند؛ یعنی اینکه، این ضرب‌المثل‌ها در بستر اجتماعی مورد نظر، نه تنها بین ایجادکنندگان آن (مردان)، بلکه بین زنان نیز رایج بوده است و مردان بر مبنای اعتقاد خود، در مشورت و هشدار به فرزندان پسرشان، جهت راهنمایی آنان این ضرب‌المثل‌ها را به کار می‌بردند و «زنان را فاقد قدرت منطق و استدلال فرض نموده که در بسیاری از زمینه‌ها و مسائل مختلف قابل مشورت نیستند». البته این تصور می‌تواند ناشی از عدم آموزش زنان و ممانعت از دخالت آنان در تصمیم‌گیری‌های مهم و عقلانی در طول زندگی اجتماعی باشد؛ بنابراین در زمینه اجتماعی مورد نظر، زنان در نگاه امیکی موجوداتی سطحی‌نگر و احساسی تلقی شده‌اند که به دلیل عدم توانایی تفکر منطقی، حق اظهار نظر و مداخله در تصمیم‌گیری‌ها را ندارند. در نتیجه، تصمیمات مهم در بستر اجتماعی مورد نظر، در عمل مردانه بوده و زنان پیرو و مطیع آنان در نظر گرفته می‌شوند.

این ضرب‌المثل‌ها را نیز باید از نگاه بارتی مخدوش دانست؛ زیرا علاوه بر معانی صریح - که غیرمنطقی و احساسی بودن زنان را نشان می‌دهد- معانی ضمنی دارند که زنان را به سبب داشتن این صفات از بسیاری از اموری که نیاز به منطق و عقلانیت دارد، محروم ساخته و از بسیاری تصمیم‌گیری‌ها دور نگه داشته‌اند. براساس رویکرد گفتمانی در این ضرب‌المثل‌ها مرد مرزی ضدیتی بین خود (مردان)- که قوه عقل و منطق کاملی دارند- و دیگری (زنان)- که از نظری عقلی دچار نقصان هستند- تصویر کرده است.

۳-۴. سخن چین دانستن زن

سخن چینی تصویر منفی دیگری است که در برخی ضرب‌المثل‌های لری بازنمایی شده است. زن در این ضرب‌المثل‌ها موجودی تصور می‌شود که به دلیل ماهیت سخن چینی‌اش می‌تواند آسیب‌های جدی به روابط اجتماعی وارد کند. وی عاملی خطرناک جهت مشورت و دانستن اطلاعات مهم جامعه تلقی می‌شود.

- هیچوقت حرفِ دِلتِ سی زن نَز.<sup>۵۷</sup>
- دَهَن زَن چَفْتُ و بَسْت نَداره.<sup>۵۸</sup>
- یه گَپین کافیه زن بشنِفِه.<sup>۵۹</sup>
- زَنی که حَرْفِ وازگو نیکنه مردِ گِرونیه.<sup>۶۰</sup>
- وقتی زَنل ایرن سر او، خَش و خار جَم ایکنن.<sup>۶۱</sup>
- هر جا زَنه گزه ایزنه.<sup>۶۲</sup>

این باور عامه در بستر مورد نظر وجود دارد که «زنان اگر موضوعی را بفهمند، همه را از آن باخبر می‌کنند؛ به سبب اینکه یک نوع حس شایعه‌پراکنی برای آنان ترسیم می‌نمایند تا اثبات کنند که آنان نامحرم راز مردان‌اند». «زنان به‌عنوان افرادی در نظر گرفته می‌شوند که حتی قادر به حفظ اسرار خانواده خود نیز نمی‌باشند» و در ضرب‌المثل‌ها به مردان توصیه می‌شود که هیچ‌وقت حرفشان را برای زنانشان بازگو نکنند، و این موضوع خود بیانگر این است که زنان باید همیشه از بسیاری از چیزهای مهم بی‌اطلاع باشند تا به زعم مردان، بی‌خبری زنان برای سلامت خانواده و جامعه مفیدتر باشد.

از نگاه اسطوره‌شناسی بارت، این ذهنیت در چنین ضرب‌المثل‌هایی وجود دارد که زن همیشه نامحرم راز مرد بوده و خواهد بود و هیچ‌گاه نمی‌توان در این زمینه زنی قابل اطمینان پیدا کرد و این امر نشان از اسطوره بودن این نوع پیام‌ها دارد. همچنین از نگاه بارتی این ضرب‌المثل‌ها را می‌توان مخدوش دانست؛ زیرا علاوه‌بر معنای صریح - که عدم رازداری را به زنان نسبت می‌دهد - معانی ضمنی دارد که سخن چینی زنان موجب طرد و منزوی شدن آنان و بی‌توجهی مردان در مشورت با آنان می‌شود تا در کارها و امور مهم زندگی شرکت داده نشوند و از حقوق طبیعی‌شان در جامعه محروم بمانند.



مرز ضدیتی نیز که در این مقوله به تصویر کشیده شده است، «مردان» را - که افرادی مطمئن و رازدار هستند- در برابر دیگری، «زنان»- که افرادی سخن‌چین‌اند- قرار می‌دهد. الصاق این برچسب به زنان، مانع از موردمشورت قرار گرفتن آنان در جامعه شده است، لذا آنان از دستیابی به بسیاری از اطلاعات مهم در جامعه محروم شده‌اند و در این زمینه نمی‌توانند تجارب عینی لازم و کافی کسب نمایند.

#### ۴-۴. ابزارگونگی زن

زن در بسیاری از ضرب‌المثل‌ها به‌عنوان ابزاری در اختیار مرد به‌تصویر کشیده می‌شود که جسم و افکار وی به مرد تعلق دارد و به صورت شیئی در نظر گرفته می‌شود که برخی نیازهای مرد را برآورده می‌سازد. در برخی موارد هم زن برای شوهرش، در ردیف کالایی قیمتی یا یک حیوان اهلی نجیب قرار می‌گرفت:

- مِزَه دُنْيَا مِین زَن و دندون.<sup>۶۳</sup>
- گانه و دهات بسو، زن و حونی فقیری.<sup>۶۴</sup>
- زن زشت بو اما اجاقش کور بو.<sup>۶۵</sup>
- می دُو قَلو سیم زیبی.<sup>۶۶</sup>
- یَ اُو گرم کُن، سیزن ورگن ای خو، ن داهول سر لته.<sup>۶۷</sup>
- زنی که هنر نداره، ایقد زون و فیس و تمنا نداره.<sup>۶۸</sup>
- او تَعَل اگر نه سرد بو، زن سیه اگر نه جلد بو، همش مایه دل دردی.<sup>۶۹</sup>

در این امثال، ابزارگونگی زن قابل تأمل است، به گونه‌ای که بیشتر وی موجودی ضعیف و ابزاری جهت تداوم نسل مرد (پسرزاییدن) در نظر گرفته می‌شود و در صورت نازابودن همچون ابزاری بی‌استفاده است. همچنین زن گاهی اوقات، ابزاری برای لذت‌طلبی و رفع نیاز جنسی مرد و یا برای نگهداری و پرورش فرزندان وی است و در صورت لزوم و توانایی، مرد می‌تواند ابزارهای بیشتری از این جنس داشته باشد تا جایی که تعدد همسر ابزاری برای نشان دادن موقعیت اجتماعی و ازجمله افتخارات مرد شمرده می‌شود.

از نگاه اسطوره‌شناسی بارت، ابزارگونگی زن در اذهان به اسطوره‌ای تبدیل شده بود که در آن زن به‌سان ابزاری برای لذت‌طلبی، تداوم نسل، فرزندآوری، خانه‌داری و ... در دست مرد تصور می‌شد. این نوع ضرب‌المثل‌ها را از دیدگاه بارت می‌توان مخدوش دانست؛ زیرا آن‌ها علاوه بر معنای صریح - که زن را تنها به‌عنوان یک شیء یا ابزار به-تصویر می‌کشاند- در معانی ضمنی نیز سعی دارند از رشد و کمال و تعالی زن جلوگیری کنند و همیشه وی را در موقعیت فروتر نگه دارند و این امر بازتاب نوع دیگری از برده‌داری است. همچنین، رویکرد ابزاری به زنان، آنان را در دستیابی به بسیاری از منابع قدرت مانند تصمیم‌گیری در امور مهم، مشورت و ... محروم ساخته است.

براساس رویکرد گفتمانی، در این ضرب‌المثل‌ها مرز ضدیتی بین خود (مردان) به‌عنوان موجودی صاحب ابزار و قدرت، و دیگری (زنان)، به‌سان ابزاری در دست مردان، ترسیم شده است.

#### ۴-۵. قداست‌بخشی سلطه‌پذیری زنان

پاره‌ای ضرب‌المثل‌ها اطاعت‌پذیری و قداست‌بخشی سلطه‌پذیری زن را به‌تصویر می‌کشند. در این ضرب‌المثل‌ها ارزش و احترام زن به میزان احترام و حرف‌شنوی از همسرش بستگی دارد:

- حَرْفَ وَ زَن نَخَاسِن. <sup>۷۰</sup>
- زَن بَا مُطِيعِ مَرْدِش بُو. <sup>۷۱</sup>
- زَن خُوب وَ نِه كِه گُوشِ گِرِ مَرْدِش بُو. <sup>۷۲</sup>
- دُووَر مَن حَوْنَه، گَندم مَن اَنبَار، كَاوَه مَن گَلَه، رُوزی صَدَتَا مُشْتَری دَاَرَه. <sup>۷۳</sup>
- بَرَه نَر وَ كَلَه نِخُوسِه. <sup>۷۴</sup>
- مِیرَ ایزْنَم كِه لاغْرَم، خَسی ایزْنَم پُر اِیخْرَم. <sup>۷۵</sup>
- نَهْرَه پَتی مِیرَه مَن، سَرَم اِیكِنَه وَر دَار بَزَن. <sup>۷۶</sup>

در این امثال، مطابق باورهای عامه بستر مورد مطالعه، زن باید تابع و مطیع شوهرش باشد و بدون اجازه او حق بسیاری از کارها، حتی رفتن به خانه پدرش را نیز نداشت؛

واکاوی مفهوم زن در ضرب‌المثل‌های لری و... آرمان حیدری و همکاران

«اگر زنی بدون اجازه شوهرش کاری می‌کرد، این حق به مرد داده می‌شد که او را تنبیه بدنی کند؛ همچنین اجازه زن بعد از ازدواج به طور نسبتاً کامل به شوهرش منتقل می‌شد، اما هنوز کمی اطاعت‌پذیری از پدر و برادر نیز وجود داشت» و در باور عامه، «ارزش زن به اطاعت‌پذیری او بستگی دارد، هر چه زن مطیع‌تر باشد در نگاه مرد مقبول‌تر است. مردسالاری به‌روشنی در این ضرب‌المثل‌ها آشکار است.

در اسطوره‌شناسی بارت، عدم اختیار و اطاعت‌پذیری زن آن‌چنان تصویر شده که وی تنها موجودی مطیع و منفعل است و این دیدگاه باوری اسطوره‌ای است که قداست پیدا کرده است. به نظر بارت این مثل‌ها مخدوش‌اند؛ زیرا علاوه بر معنای صریح - یعنی اطاعت‌پذیری زن از مرد- دارای معانی ضمنی نیز هستند که زن را از قدرت دخالت در تصمیم‌گیری‌های مردانه و در دست گرفتن برخی اختیارات محروم می‌کند و اجازه ورود وی را به اجتماع، بدون خواست همسرش، از او سلب کرده است.

براساس رویکرد گفتمانی، مرز ضدیتی بین «ما»ی (مردان) قدرتمند و مختار با «دیگر»ی (زنان) ضعیف و تحت اختیار زمینه‌انقیاد و عدم ورود آنان را به بسیاری از امور مختلف در جامعه فراهم کرده است. اموری که صرفاً قلمروهای مردانه تصور می‌شود؛ البته این امور به فضای عمومی جامعه محدود نشده است، بلکه خصوصی‌ترین فضاها (خانواده و امور خانگی) را نیز شامل می‌شود.

## ۵. یافته‌ها و جمع‌بندی

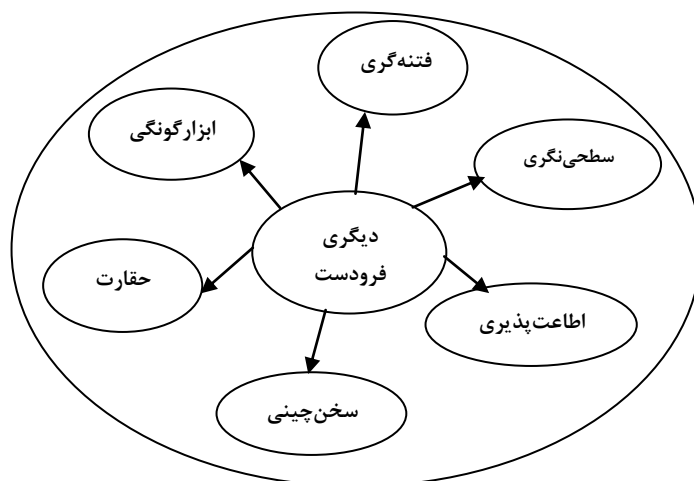
در تحقیق حاضر با اتخاذ رویکردی تفسیرگرا، گفتمانی و نشانه‌شناسی تلاش شده است تا به ابعاد تفسیری و معنایی جایگاه زنان در ادبیات شفاهی لری - که در بطن فرهنگ بومی قوم لر ممسنى جای دارند- پرداخته شود، از این طریق می‌توان به درک بازنمایی زنان در این عرصه از ادبیات دست یافت.

### ۵-۱. مفصل‌بندی گفتمان جنسیتی

این ضرب‌المثل‌ها، دیگری (زنان) را در تقابل با مردان قرار می‌دهد و آنان را با این تقابل تعریف می‌کند که چون زنان با فتنه‌گری، غیرمنطقی بودن، سخن‌چینی و ... عامل

فروپاشی خانواده، روابط و جامعه تلقی می‌شوند پس همان بهتر که از آنان فاصله گرفت. تأکید عمده این ضرب‌المثل‌ها برای تثبیت جایگاه زنان به‌عنوان جنس فرودست است؛ زیرا زنان علاوه بر تخریب اجتماع، توانایی و لیاقت در دست گرفتن موقعیت‌های مهم در جامعه را ندارند و این مردان هستند که به‌عنوان جنس برتر و فرادست، قادرند سلامت جامعه را با تصمیمات مطمئن و عقلانی خویش بهبود بخشند. بدین ترتیب، در این ضرب‌المثل‌ها با قرار گرفتن دال «دیگری فرودست» در مرکز گفتمان - که اهمیت بسیاری در انسجام‌بخشی و معنابخشی به دیگر دال‌های گفتمان دارد - گفتمان جنسیتی شکل گرفته که در شکل شماره ۲، نشان داده شده است.

شکل ۲: چگونگی مفصل‌بندی گفتمان جنسیتی زنان



## ۲-۵. مرزهای ضدیتی

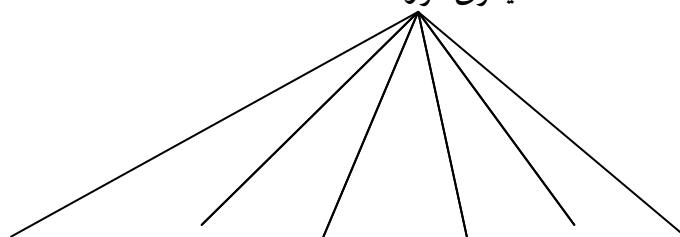
با توجه به تحلیل‌های صورت گرفته براساس روش لاکلا و موفه و مدل تحلیل ارائه شده در قسمت چارچوب روشی، به طور مشخص می‌توان ضدیتی را ترسیم کرد که این مفصل‌بندی را ممکن می‌سازد. با توجه به آنچه از چارچوب روشی تحقیق استخراج گردید، اکنون می‌توان داده‌های به‌دست‌آمده را در مدل نظری پیشنهادی قرار داد:

واکاوی مفهوم زن در ضرب‌المثل‌های لری و... آرمان‌های حیدری و همکاران

- ما (جنس فرادست)
- کسانی که در وجودشان فتنه‌گری نیست.
  - کسانی که منطقی و عقلانی هستند.
  - کسانی که صاحب قدرت و اختیار هستند.
  - کسانی که رازدار و قابل اعتماد هستند.
  - کسانی که موقعیتی باارزش در جامعه دارند.
  - کسانی که نقش مالکیتی نسبت به همه چیز دارند.

مرز ضدیتی

### دیگری (فردست)



فتنه‌گر ≡ سطحی‌نگر ≡ حقیر ≡ سخن‌چین ≡ ابزارگونه ≡ اطاعت‌پذیر

### ۶. نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر به واکاوی مفهوم زن در ضرب‌المثل‌های لری با تأکید بر بُعد نابرابری جنسیتی پرداخته است. بر مبنای نگاه بارت، تحلیل مقوله‌ها نشان می‌دهد که بیشتر ضرب‌المثل‌ها شکل اسطوره‌ای دارند و جامعه بدون هیچ تردیدی این گونه صفات منفی را برای زنان پذیرفته است و آنان را ابدی می‌داند. بیشتر ضرب‌المثل‌ها به نوعی مضمون سوگیری جنسیتی، مخدوش و تبعیض‌آمیز به نفع مردان و به ضرر زنان دارند و عباراتی را شامل می‌شوند که علاوه بر معانی صریح، معانی ضمنی را - که واقعیت را تحریف می‌کنند - ترسیم می‌کنند. تحلیل تماتیک این ضرب‌المثل‌ها نشان می‌دهد که توصیف و تصویر زنان در قالب مفاهیمی صریح و مستقیم، مانند فتنه‌گری، عدم‌رازداری، اطاعت‌پذیری، حقارت و ... بیانگر نوعی انگاره عمیق و زیربنایی است که

زنان را جنس فروتر، ضعیف‌تر و در مرتبه دوم بعد از مرد معرفی می‌کند. البته کارکرد و آثار این ضرب‌المثل‌ها در سطح زبانی متوقف نشده، بلکه دیگر قلمروها و سطوح اجتماعی و اقتصادی زندگی زنان را نیز متأثر می‌سازد. با بازنمایی شدن زنان، به‌عنوان «جنس دوم و کهنتر»، آنان اجازه دستیابی به موقعیت‌های مهم اقتصادی و اجتماعی جامعه را ندارند. به عبارتی دیگر، این ضرب‌المثل‌ها می‌توانند زمینه «موجه‌نمایی و توجیه» نابرابری‌های جنسیتی در قلمروهای متعدد زندگی را فراهم کنند. نابرابری‌هایی «ظاهری و آشکار» که بازتاب نابرابری‌های «جوهری و عمیق» تر تصور می‌شوند و در قالب «کنش زبانی» و ضرب‌المثل‌های ساده‌فهم، به صورت بین‌الذهانی، تکرار، تأیید و تقویت می‌گردند. به طور کلی در این ضرب‌المثل‌ها، جهت تداعی ذهنی اصطلاحات خاصی به‌کار برده شده است، برای مثال اصطلاح «شیطان»، موجودی خبیث و سراسر فتنه و رانده‌شده را در ذهن تداعی می‌کند؛ اصطلاح «سطحی‌نگر»، موجودی که توان تفکر منطقی ندارد؛ اصطلاح «سخن‌چین»، موجودی که قابلیت اطمینان را از خویش‌تن سلب می‌کند و اصطلاح «حقارت»، موجودی ضعیف و بی‌ارزش را وانمود می‌کند. همه این صفات جنس زن را در جامعه موجودی از جنس فرودست مطرح می‌کند که به واسطه داشتن ویژگی‌های منفی، لیاقت برابری و هم‌وردی با جنس فرادست را ندارد. بنابراین، در این ضرب‌المثل‌ها جنسیت نقش اساسی را در ایجاد تفاوت دارد. جنس زن بودن فرد را با صفات منفی جلوه می‌دهد و ذهنیت منفی موجود در بستر اجتماعی جامعه، اجازه خودنمایی و پیشرفت را به زنان منطقی و توانمند نمی‌دهد.

در باور و نگاه امیکِ بومیان منطقه لر، زن موجودی تصور می‌شود که همه این صفات را دارد و برابر دانستن زن با مرد در موقعیت‌های مختلف و متعدد مانند تصمیم‌گیری، مشارکت اجتماعی و ... به هیچ‌وجه قابل قبول نیست و مرتبه زنان حتی بسیار فروتر از آن چیزی تصور می‌شود که در ضرب‌المثل‌ها به‌تصویر کشیده شده است؛ موجوداتی ابزارگونه در دست مردانی زورمدار- و به زعم خود خداگونه - که آنان (زنان) را از نظر قدرت و اختیار در زندگی بسیار تحقیر می‌کنند و فرودست خویشان می‌نشانند؛ زیرا آنان فتنه‌گرانی شیطان‌صفت با تصمیماتی نابخردانه و احساسی ترسیم شده‌اند که در تخریب روابط و اجتماع بسیار ماهر و قوی‌دست هستند.

نتایج تحقیق حاضر با بیشتر تحقیقات ذکر شده در پیشینه مطالعاتی، که بر وجه منفی تصویر زنان در ضرب‌المثل‌ها تأکید داشتند، انطباق داشته و همسو با آنها معتقد است که نابرابری جنسیتی در ادبیات شفاهی به‌وضوح قابل تشخیص و بررسی است. با توجه به پیشینه تحقیق، زمینه‌های اجتماعی و ساختاری در بسیاری از بافت‌ها و بسترهای اجتماعی سعی در نادیده‌گرفتن زنان داشته، محدودیت‌هایی اجتماعی را بر آنان تحمیل می‌کند که علاوه بر نمود در کردارهای اجتماعی، در زبان بازنمایی و به نسل‌های بعد نیز منتقل می‌شود؛ به طوری که در بسیاری از بسترها، زبان جنسیتی شکل می‌گیرد و تبعیض جنسیتی را به نفع مردان و علیه زنان ایجاد می‌کند. بستر جامعه آماری مورد مطالعه نیز از این امر مستثنی نبوده و در عمل اجتماعی و ادبیات شفاهی - در تعامل با یکدیگر - تبعیض و نابرابری جنسیتی علیه زنان را نشان داده است.

#### پی‌نوشت‌ها

1. thematic analysis
2. Mugo
3. Ndungo
4. gender
5. sex
6. Lei
7. Kerschen
8. Lee
9. Laclau and Mouffe
10. Roland Barthes
11. Clifford Geertz
12. articulation and discourse
13. Mmoment and element
14. The field of discursivity
15. antagonism
16. hegemony
17. otherness
18. denotation
19. connotation
20. emic
21. etic
22. Chesaina
23. Oha
24. Igbo
25. Ndungo

26. gikuyu and swahili  
27. Alemu  
28. Belfatmi  
29. Hagos

۳۰. تمامی ضرب‌المثل‌ها نتیجه مصاحبه با افراد بومی است.  
۳۱. زنان دست شیطان را از پشت می‌بندند.  
۳۲. تمام فتنه‌ها زیر سر زن است.  
۳۳. زن بگیر و بدون زن نگرد هر چند که زنان شیطان است.  
۳۴. تحریک زنان موجب جنگ و خونریزی مردان می‌شود.  
۳۵. عروس ما دیشب آمد؛ اما سر و صدا و جنجالش پریشب آمد.  
۳۶. مار تا دندان دارد از آن بترس؛ اما زن تا دندانش ریخت.  
۳۷. قوم و خویش زن در خانه جای دارد؛ اما قوم و خویش مرد در پشت خانه جای دارد.  
۳۸. هر جا هیکل زنی را دیدی، نفت بریز و آتشش بزن.  
۳۹. مار کوتاه تو را نیش بزند، بهتر از این است که سروکارت با زن کوتاه‌قد بیفتد.  
۴۰. مار بد تنها به جان انسان حمله می‌کند؛ اما زن بد هم به جان و هم به ایمان آدم حمله می‌کند.  
۴۱. اگر زن خیر داشت، برای خانه پدرش (قبل ازدواج) خیر داشت.

42. The weak  
43. The strong

۴۴. از زن کمتر هستم اگر بخواهم این کار را انجام بدهم یا ندهم.  
۴۵. لباس (شلوار) زنم را می‌پوشم اگر بخواهم این کار را انجام بدهم یا ندهم.  
۴۶. کسی که به حرف زن گوش می‌دهد از زن هم کم‌ارزش‌تر است.  
۴۷. اگر رخت و لباس باشد، زن فراوان است (بی‌ارزشی زن را نشان می‌دهد).  
۴۸. نان خوب از چانه خوب خمیرش است و زن خوب به خاطر ارزش مردش هست.  
۴۹. هیچ زنی مشهور نمی‌شود و هیچ کوهی بدون مرد درست نمی‌شود.  
۵۰. هیچ مردی برای زن گرفتن سبیلش را گرو نمی‌گذارد (کنایه از بی‌ارزشی زن).  
۵۱. یا پدرم نمی‌تواند بیاورد یا مادرم نمی‌تواند بدوزد (ارزش مادر کمتر از پدر دیده می‌شود).  
۵۲. زن یک دنده‌اش نسبت به مرد کمتر است (قدرت تفکرش از مرد کمتر است).  
۵۳. عقلت را به دست زن نسپار.  
۵۴. زن با عقلش عمل نمی‌کند و هر چه بر زبانش بیاید بدون فکر می‌گوید.  
۵۵. اگر زن را کدخدا کنند، در فصل زمستان ایل را به منطقه سردسیر می‌برد (کنایه از بی‌کفایتی در تصمیم‌گیری درست).  
۵۶. زن مانند بچه آب را گل‌آلود می‌کند و هیزمش ریز و به‌دردنخور است (کنایه از اینکه زن بی‌تجربه و فاقد توانایی تفکر درست است).



۵۷. هیچ‌وقت راز دلت را برای زن بازگو نکن.
۵۸. زن نمی‌تواند جلوی حرف زدنش را بگیرد.
۵۹. کافی است زنی حرفی را بفهمد، همه از آن باخبر خواهند شد.
۶۰. زنی که بتواند حرف و رازی را در دل خود نگه دارد مرد بزرگی است.
۶۱. هر وقت زنان به سر چشمه آب می‌روند، غیبت و سخن‌چینی می‌کنند.
۶۲. هر جا زن است حرف و سخن‌چینی زیاد است.
۶۳. لذت دنیا در زن و دندان است.
۶۴. گاو را از روستایی بگیر و زن را از خانواده فقیر.
۶۵. زن زشت باشد، اما نازا نباشد.
۶۶. مگر دوقلو برایم زاییده‌ای.
۶۷. مرد یک زن را برای آب گرم کردن، سوزن نخ کردن می‌خواهد نه مترسک سر جالیز (زنی که بتواند برایش کار کند).
۶۸. زنی که توانایی و هنر انجام کارها (کارهای منزل) را ندارد، دیگر چرا این همه مغرور و پرادعاست.
۶۹. آب تلخ اگر سرد نباشد، زن سیاه اگر در کارهای خانه چابک و زرنگ نباشد، هردو باعث دل‌دردی و ناراحتی است.
۷۰. لازم نیست زن چیزی بگوید یا نظری دهد.
۷۱. زن باید از شوهر اطاعت کند.
۷۲. زنی خوب است که به حرف شوهرش گوش کند.
۷۳. دختری که در خانه می‌ماند (حرف گوش کن و مطیع)، گندمی که در انبار است و کاوه‌ای که در گله گوسفند است، روزی صد مشتری دارد.
۷۴. بره نر (کنایه از مرد یا پسر) بر روی کله سر خود نمی‌خوابد (برتری و قدرت پسر نسبت به دختر را نشان می‌دهد).
۷۵. شوهرم مرا کتک می‌زند که زیاد می‌خورم و مادرشوهر مرا می‌زند که زیاد می‌خورم.
۷۶. شوهرم با نعره خالی هم مرا به باد کتک می‌گیرد.

## منابع

- ابادزی، یوسف (۱۳۸۰). «رولان بارت و اسطوره و مطالعات فرهنگی». *ارغنون*. ش ۱۸. صص ۱۳۷-۱۵۸.
- امیریان، فریدون (۱۳۹۳). *گلچینی از ضرب‌المثل‌های کهگیلویه و بویراحمد*. یاسوج: فرهنگ مانا.

- انصاری، جلیل (۱۳۸۷). *ضرب‌المثل‌های رایج لری ممسنی*. ممسنی: فریاد کویر.
- بارت، رولان (۱۳۹۲). *اسطوره، امروز*. ترجمه شیرین‌دخت دقیقیان. چ ۶. تهران: نشر مرکز.
- بشیر، حسن و نادر جعفری هفت‌خوانی (۱۳۸۶). «درآمدی بر کاربرد نشانه‌شناسی در تحلیل پیام‌های تبلیغاتی؛ مطالعه موردی: آگهی مطبوعاتی». *اندیشه مدیریت*. س ۱. ش ۲. صص ۱۵۱-۱۸۸.
- جهانگیری، جهانگیر و سجاد فتاحی (۱۳۹۰). «تحلیل گفتمان محمود احمدی‌نژاد در انتخابات دوره دهم». *مطالعات اجتماعی ایران*. دوره ۵. ش ۳. صص ۲۳-۴۷.
- حیدری، سعدیه (۱۳۹۲). *بررسی جایگاه زن در فرهنگ عامیانه کردی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه پیام نور. مرکز تهران غرب.
- ژان کالوه، لویی (۱۳۷۹). *درآمدی بر زبان‌شناسی اجتماعی*. ترجمه محمدجعفر پوینده. چ ۱. تهران: نقش جهان.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). *تحلیل انتقادی گفتمان*. ترجمه فاطمه شایسته‌پیران و دیگران. تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز تحقیقات رسانه‌ها.
- کاظمی وریج، عباس (۱۳۸۴). «پروبلماتیک زندگی روزمره در مطالعات فرهنگی و نسبت آن با جامعه ایران». *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*. ج ۱. ش ۴. صص ۱۲۳-۱۴۹.
- کریمی‌پور، الله‌کرم (۱۳۹۰). «روش و رویکرد کلیفورد گیرتز درباره دین و فرهنگ». *اندیشه نوین دینی*. س ۷. ش ۲۴. صص ۱۵۳-۱۷۶.
- لکلانو، ارنستو و شانتال موفه (۱۳۹۲). *هژمونی و استراتژی سوسیالیستی*. ترجمه محمد رضایی. چ ۱. تهران: ثالث.
- محمدپور، احمد و دیگران (۱۳۹۱). «مطالعه تفسیری بازنمایی زن در ضرب‌المثل‌های کردی». *زن در فرهنگ و هنر*. دوره ۴. ش ۳. صص ۶۵-۸۳.
- محمودی‌بختیاری، بهروز و دیگران (۱۳۹۰). «بازتاب اندیشه مردسالارانه در زبان فارسی: پژوهشی در جامعه‌شناسی زبان». *زن در فرهنگ و هنر*. دوره ۲. ش ۴. صص ۹۱-۱۰۷.
- موحد، مجید و دیگران (۱۳۹۱). «تحلیلی جامعه‌شناختی از ضرب‌المثل‌های زنانه در شهرستان لامرد استان فارس». *زن در فرهنگ و هنر*. دوره ۴. ش ۲. صص ۱۰۱-۱۲۰.

واکاوی مفهوم زن در ضرب‌المثل‌های لری و... آرمان حیدری و همکاران

- مه‌ری، کریم و دیگران (۱۳۹۳). «سیاست‌گذاری قومی مبتنی بر دیدگاه مقام معظم رهبری: تحلیل تماتی». *قدرت نرّم*. س ۴. ش ۱۰. صص ۷۵-۹۸.

- Alemu, A. (2007). "Oral Narrative as Ideological Weapon for Subordinating Women: The Case of Jimma Oromo". *Journal of African Cultural Studies*. Vol. 19. No. 1. pp. 55-79.
- Belfatmi, M. (2013). "The Representation of Women in Moroccan Proverbs". *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*. Vol. 17. Issue 1. pp. 15 – 21.
- Chesaina, C. (1994). Images of Women in African Oral Literature: Kalenjin and Maasai Oral Narratives as Case Studies. Paper presented at Kenya Oral Literature Association Conference. Nairobi University Press. PP. 85 -92
- Hagos, S. B. (2015). "The Portrayal of Women in Tigrigna Proverbs and Proverbial Expressions: the Stereotypical Beliefs and Behavioral Tendencies". *International Journal of English Literature and Culture*. Vol. 3(6). Pp. 183 -189.
- Kerschen, L. (2012). *American Proverb About Women*. USA, Publisher: Book Locker. First Edition.
- Lee, J., F. K. ( 2015). "Chinese Proverbs: How are Women and Men Represented?". *Multidisciplinary Journal of Gender Studies*. No.4(1). Pp. 559-585.
- Lei, X. (2006). "Sexism in Language". *Journal of Language and Linguistics*. V. 5. No. 1. Pp. 87-94.
- Maanen, V. (1995). "Style as Theory". *Organization Science*. No. 6/1. PP. 133-143.
- Ndungo, C., M. (2006). "The Image of Women in African oral Literature: A case study of Gikuyu oral Literature". *Organisation for Social Science Research in Eastern and Southern Africa*. No. 23. pp. 1- 163.
- Sri Ranjan, G., D. (2010). "Science of Semiotic Usage in Advertisements and Consumer's Perception". *Journal of American Science*. No. 6(2). Pp. 6-11.

