

بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری

ابراهیم ظاهری عبدوند* ۱

(دریافت: ۱۳۹۷/۳/۲۸ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۱)

چکیده

کارآفرینی، در محیط‌هایی گسترش می‌یابد که ارزش‌ها و باورهای آن محیط، متناسب با فرهنگ کارآفرینی باشند. بنابراین، شناخت فرهنگ کار و کارآفرینی در محیط‌ها و در میان اقوام مختلف، امری ضروری است. ضرب‌المثل‌ها، می‌توانند در این زمینه بسیار مؤثر باشند؛ زیرا تجلی‌گاه ارزش‌ها و باورهای هر قومی هستند و نگرش‌های آنان را به امور مختلف مانند فرهنگ کار و کارآفرینی نشان می‌دهند. هدف این پژوهش، بررسی فرهنگ کار و کارآفرینی، بر اساس ضرب‌المثل‌ها در فرهنگ بختیاری، با روش تحلیل محتواست. سخت-کوشی، مسئولیت‌پذیری، مراقبت، تقدیرگرایی، نگرش جنسیتی به کار، خلاقیت، قانون-مندی و عقل‌گرایی، از جمله مؤلفه‌های فرهنگ کار در فرهنگ بختیاری هستند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، از طریق ضرب‌المثل‌ها در فرهنگ بختیاری، این ارزش‌ها و باورها در مورد کار و کارآفرینی، نهادینه می‌شود که انسان باید در انجام کارها، پشتکار و سخت-کوشی داشته، مسئولیت‌پذیر باشد. بر اساس مهارت عمل کند و کارها را به‌صورت گروهی انجام دهد. در ضمن، داشتن ثروت، به‌عنوان یک ارزش مطرح است. این نگرش‌ها، با فرهنگ کارآفرینی همخوانی دارند؛ اما نگرش مثبت به تقدیرگرایی، توجه به پایگاه انتسابی و نگرش منفی به خلاقیت و کار زنان، از جمله موارد ضعف فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری هستند که با مؤلفه‌های کارآفرینی همخوانی ندارند.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ بختیاری، ضرب‌المثل، کارآفرینی، مسئولیت‌پذیری، استقلال.

۱. استادیار زبان و ادبیات فارسی دانشگاه شهرکرد (نویسنده مسئول)

* zaheri_1388@yahoo.com

۱. مقدمه

فرهنگ، مجموعه ارزش‌ها، هنجارها، اعتقادات، باورها، سنن و تولیدات مادی یک جامعه است.

فرهنگ به شیوه زندگی اعضای یک جامعه اطلاق می‌شود. چگونگی لباس پوشیدن آنان، رسم‌های ازدواج و زندگی خانوادگی، الگوهای کارشان، مراسم مذهبی و سرگرمی‌های اوقات فراغت، همه را در بر می‌گیرد. همچنین، شامل کالاهایی می‌شود که تولید می‌کنند و برای آنان مهم است (گیدنز، ۱۳۸۱: ۵۶).

فرهنگ کارآفرینی نیز عبارت‌اند از مجموعه ارزش‌ها، باورها و نگرش‌هایی که هویت افراد کارآفرین را تشکیل می‌دهد (هزارجریبی، ۱۳۸۹: ۶) و فرهنگ کار، همان ارزش‌ها، باورها، نگرش‌ها و در حقیقت همانندی‌های ذهنی و شناخت‌هایی است که افراد یک جامعه درباره کار دارند (اکبری و اردشیری، ۱۳۸۱: ۱۸۲؛ جعفری و حبیبی، ۱۳۸۱: ۷۱). فرهنگ کار و کارآفرینی، مؤلفه‌های مختلفی دارند که از نظر صاحب‌نظران مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: استقلال‌طلبی، خطرپذیری، آینده‌نگری، خلاقیت، تحمل شکست، رعایت بهداشت ایمنی و حرفه‌ای، همکاری و همدلی گروهی، مشورت در انجام فعالیت‌ها، رعایت نظم، وظیفه‌شناسی، مسئولیت‌پذیری، رعایت تقسیمات کاری، تفکر منطقی، آموزش‌پذیری، سخت‌کوشی، انعطاف‌پذیری، علاقه‌مندی و بهره‌گیری از فناوری جدید (هزارجریبی، ۱۳۸۹: ۱۰؛ سبحانی‌نژاد و همایی، ۱۳۸۳: ۳).

برای پیشرفت شغلی و توسعه اقتصادی، توجه به فرهنگ کار و کارآفرینی، امری ضروری است؛ زیرا بین فرهنگ با توسعه و رشد اقتصادی، رابطه متقابل وجود دارد و چنانچه ارزش‌ها و هنجارهای مربوط به کار در یک جامعه درست نباشند و فقر فرهنگی در زمینه کار وجود داشته باشد، نمی‌توان زمینه‌های توسعه و رشد اقتصادی را فراهم کرد. چنان‌که در این باره گفته شده است، هرگونه تغییر اجتماعی و هر نوع سیاست‌گذاری اقتصادی بدون در نظر گرفتن عناصر فرهنگی جامعه، بی‌فایده و کم-نتیجه خواهد بود. به همین دلیل، امروزه در برنامه‌های توسعه اقتصادی، به عناصر فرهنگی، بیش از پیش توجه می‌شود تا جایی که توسعه فرهنگی فراتر از توسعه اقتصادی و عامل پویایی و نوآوری تلقی می‌شود (دوبویی، ۱۳۷۴: ۲۳؛ عربی و شیخانی، ۱۳۸۹: ۱۴۵). بنابراین، شناخت فرهنگ کار، در هر جامعه‌ای، امری مهم و ضروری است.

بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری ----- ابراهیم ظاهری عبدوند

برای شناخت فرهنگ کار و کارآفرینی، در خرده‌فرهنگ‌هایی که منابع مکتوب آن‌ها کم و غلبه با فرهنگ شفاهی است، ضرب‌المثل‌ها با توجه به کاربرد مداومشان از نسلی به نسلی دیگر و رواجشان در بین عموم مردم، می‌توانند نقش مهمی داشته باشند. «فرهنگ عامه به‌خاطر غلبه فرهنگ شفاهی و نبود آثار مکتوب، اهمیت بسیار زیادی پیدا می‌کند. مخصوصاً برای شناخت لایه‌های فرهنگی و تاریخی چنین جوامعی، بررسی ادبیات عامیانه، مخصوصاً ضرب‌المثل‌ها ضرورت زیادی دارند» (آزاد ارمکی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰). در حقیقت ضرب‌المثل‌ها هم تجلی‌گاه نگرش‌های یک فرهنگ هستند: «ضرب‌المثل‌ها، نشان‌دهنده رفتارهای بهنجارها و نابهنجار و ارزش‌ها و ضدارزش‌های اجتماعی هستند که مردم آن‌ها را پذیرفته‌اند یا رد کرده‌اند» (ذوالفقاری، ۱۳۸۶: ۲۸) و هم اینکه نقش مهمی در نهادینه کردن این هنجارها و ارزش‌ها دارند و سبب می‌شوند که کنش‌های رفتاری و ارزش‌های مورد پذیرش یک فرهنگ، از نسلی به نسل دیگر انتقال داده شوند. بنابراین، می‌توان گفت ضرب‌المثل‌ها، نقش مهمی در نوع نگرش به کار و کارآفرینی و استمرار آن در جوامع دارند. با توجه به اهمیت این ضرب‌المثل‌ها، هدف این پژوهش نیز بررسی فرهنگ کار و کارآفرینی در فرهنگ بختیاری، بر اساس ضرب‌المثل‌هاست و به این پرسش‌ها پاسخ داده می‌شود که در این خرده‌فرهنگ، چه مؤلفه‌هایی از فرهنگ کار بازنمایی و به کدام مؤلفه بیشتر توجه شده است؟ نوع نگرش به این مؤلفه‌ها چیست؟ و اینکه آیا مؤلفه‌های موجود، تقویت‌کننده فرهنگ کارآفرینی هستند یا نه؟

۲. پیشینه پژوهش

در آثاری مانند *امثال و حکم بختیاری* از عباس قنبری عدیوی (۱۳۸۱)، *ضرب‌المثل‌های بختیاری* از بهرام داوری (۱۳۴۳)، *ضرب‌المثل‌های بختیاری در آیین و وحی* از پیرعباسی (۱۳۷۴)، *سرچشمه‌های ضرب‌المثل‌های بختیاری* از حیدری پیدنی (۱۳۸۶)، *فرهنگ زبانزدهای قوم لر از صالح‌پور* (۱۳۸۵)، *گنجینه مثل‌های فارسی از فربرز فروتن* (۱۳۷۵) و *فرهنگ و ادبیات بختیاری* از عبدالعلی خسروی (۱۳۷۵)، ضرب‌المثل‌های بختیاری جمع‌آوری شده؛ اما فرهنگ کار در آن‌ها بررسی نشده است. ترانه‌های کار در

فرهنگ بختیاری نیز در کتاب‌هایی مانند ترانه‌ها و مثل‌های بختیاری از عبداللهی موگویی (۱۳۷۲)، فولکلور مردم بختیاری از عباس قنبری (۱۳۹۱)، دانشنامه قوم بختیاری از داودی حموله (۱۳۹۳)، اشعار و ترانه‌های مردمی بختیاری از بیژن حسینی (۱۳۷۶)، موسیقی و ترانه‌های بختیاری از کاظم پوره (۱۳۸۱) و در مقاله‌هایی مانند «بررسی ترانه‌های کار در عشایر بختیاری» از صفری و ظاهری (۱۳۸۸) و «برزگری‌ها، ترانه‌های کار درو در جامعه بختیاری» از ماندانا جمشیدیان (۱۳۹۰) جمع‌آوری یا بررسی شده است.

گفتنی است، به فرهنگ کار در ضرب‌المثل‌های فارسی و عامه و رابطه این فرهنگ با توسعه اقتصادی، در پژوهش‌هایی توجه شده است که به نمونه‌هایی از آن‌ها اشاره می‌شود:

۱. آزاد ارمکی و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله «تحلیل کیفی نگرش توسعه‌ای در ادبیات عامه، با تأکید بر ضرب‌المثل‌های لری»، به بررسی مقوله‌هایی مانند ارزش‌های اخلاقی، عقل‌گرایی، جمع‌گرایی، محافظه‌کاری، تقدیرگرایی، جایگاه انتسابی، عام‌گرایی پرداختند. نتایج پژوهش آنان، نشان می‌دهد که مضمون مثل‌های لری، ناسازگار با مسئله توسعه است.

۲. ازکیا و پاک‌سرشت (۱۳۷۷) در پژوهشی با عنوان «فرهنگ توسعه در ادبیات کرد»، با بررسی فرهنگ کار در ضرب‌المثل‌های کردی، به این نتیجه رسیدند که مضامین فرهنگی مثبت درباره کار در مثل‌های کردی بیشتر بازتاب یافته است و این امر، خلاف نظر اندیشمندانی است که معتقدند علت توسعه‌نیافتگی کشورهای جهان سوم، باورهای منفی درباره کار است.

۳. نتیجه پژوهش سبحانی‌نژاد و همایی (۱۳۸۴) در مقاله «میزان توجه به نگرش فرهنگ کار در کتاب‌های درسی دوره راهنمایی کشور»، این است که در این آثار، بیشتر به بُعد شناختی فرهنگ کار و به مؤلفه‌های رعایت بهداشت و ایمنی حرفه‌ای، همدلی و همکاری، بیشترین و به مؤلفه‌های صداقت و انتقادات سازنده، کمترین توجه شده است.

بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری ----- ابراهیم ظاهری عبدوند

۴. انتظاری و جدائیان (۱۳۹۰) در مقاله «بازنمایی فرهنگ کار در کتاب‌های کودکان»، فرهنگ کار را در آثار داستانی کودکان بین هفت تا دوازده ساله بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که کتاب‌های داستانی، نقش مهمی در شکل دادن به فرهنگ کار در کودکان دارند.

۵. در مقاله «مؤلفه‌های سنتی کار در ادبیات شفاهی»، فاطمه عزتی (۱۳۹۱)، تلاش، اراده، قناعت، ساده‌زیستی، تجمل‌گرایی و اسراف را از مؤلفه‌های فرهنگ کار در ادبیات عامه برشمرده است.

۳. جامعه آماری و روش پژوهش

جامعه آماری در این پژوهش، ضرب‌المثل‌های بختیاری است که پس از مطالعه منابع موجود در این زمینه، کتاب *امثال و حکم بختیاری* از عباس قنبری (۱۳۸۱)، به علت جامع‌تر بودن نسبت به دیگر منابع انتخاب شد. از ۴۱۵۰ ضرب‌المثل بررسی شده در این کتاب، در ۲۹۰ (۶/۹۸ درصد) ضرب‌المثل، مضامین مربوط به فرهنگ کار بازنمایی شده بود.

روش‌های پژوهشی برای بررسی پیام‌ها در اسناد مختلف، تحلیل محتواست.

تحلیل محتوا به هر روش استنباطی اطلاق می‌شود که به صورت منظم، عینی و به منظور تعیین ویژگی‌های پیام‌ها به کار برده می‌شود. در این روش، پیام‌ها یا اطلاعات، به صورت منظم کدگذاری و به نحوی طبقه‌بندی می‌شوند که پژوهشگر بتواند آن‌ها را به صورت کمی طبقه‌بندی کند (دلاور، ۱۳۹۵: ۲۷۵).

از طریق این روش، می‌توان به علت‌های صدور پیام و اندیشه‌های صادرکننده آن که در متن به صورت آشکار وجود ندارد، پی برد و همچنین می‌توان آثار این پیام‌ها را روی رفتار، گفتار و اندیشه‌های دریافت‌کنندگان آن‌ها بررسی کرد (عزتی، ۱۳۹۰: ۲۲۷). در این پژوهش نیز از روش تحلیل محتوا استفاده و واحد مضمون، به عنوان واحد تحلیل انتخاب شده است. برای کدگذاری نیز پس از بررسی مؤلفه‌های فرهنگ کار و تعیین آن‌ها، ضرب‌المثل‌هایی که مضمونشان مربوط به فرهنگ کار بود، در زیر یکی از این مؤلفه‌ها قرار داده و سپس محتوایشان تحلیل شد.

۴. مؤلفه‌های فرهنگ کار در ضرب‌المثل‌های بختیاری

کار و تلاش، تقدیرگرایی، مسئولیت‌پذیری، نظم، توجه به دانش و عقل، نگرش جنسیتی، خلاقیت، ازجمله مؤلفه‌های کار در فرهنگ بختیاری هستند که به بررسی و تحلیل آن‌ها پرداخته می‌شود:

۴-۱. کار و تلاش

از نظر بسامد، مضمون ۲۵/۱۷ درصد (۷۳ مورد) از ضرب‌المثل‌ها، مفاهیم مربوط به ارزش کار، تلاش، نفی تنبلی و راحت‌طلبی بود که این امر، جایگاه مهم این مؤلفه را در فرهنگ بختیاری نشان می‌دهد. تحلیل محتوایی ضرب‌المثل‌ها، نشان می‌دهد، انگیزه توجه به انجام کار در فرهنگ بختیاری متفاوت است. گاهی افراد برای دستیابی به هویت شخصی و عزت نفس کار می‌کنند. «اشتغال معمولاً به‌خاطر حس هویت اجتماعی پایداری که ارائه می‌کند، ارزشمند شمرده می‌شود. به‌ویژه برای مردان، عزت نفس اغلب در ارتباط با نقش اقتصادی است که آنان برای تأمین زندگی خانواده ایفا می‌کنند» (گیدنز، ۱۳۸۱: ۵۵۳) و از طریق کار، می‌خواهند استعداد درونی خود را شکوفا کنند و گاهی کسب درآمد و رفع نیازهاست که افراد را به تلاش زیاد وا می‌دارد. همچنین کسب جایگاه اجتماعی از انگیزه‌های مهم در این زمینه بوده است. چنان‌که در این نمونه‌ها دیده می‌شود:

- کار جَوَهَرِ مَرَدِ / kâr jawhare marde / کار جوهر مرد است (قنبری، ۱۳۸۱: ۵۰۸).

- گُسِنِه‌ای پینه‌دُوزی یادِ آدمِ اده / gosne ei pinedûzi yâde âdam ede / گرسنگی پینه‌دوزی به آدم یاد می‌دهد (همان، ۵۶۰).

- جُو خَرِنِه مِصْرِی اِکْنِه، پیلِ پِیانه اِسْمِی اِکْنِه / jo xarene mesri ekone, pil piyâne

/ esmi ekone / جو خر را چاق می‌کند و مرد را نامی می‌کند (همان، ۲۷۶).

ضمن دعوت به کامل کردن کار و سخت‌کوشی، از افراد خواسته می‌شود که در انجام کارها، از ضدا ارزش‌هایی همچون انجام کار به شکل ناقص یا گفتار بدون عمل، تنبلی و راحت‌طلبی دوری جویند:

بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری ----- ابراهیم ظاهری عبدوند

- کارنه هُ کِرِد کِه تموم کِرِد / *kârene ho kerd ke tamûm kerd* / کار را آن کرد که تمام کرد (همان، ۵۱۲)

- کار پی گرِ اِخُ / *kâr pay ger exo* / کار پی گیر می‌خواهد (همان، ۵۰۸).

- تُو کِه واسِه گُدی ویلاسِ همِ بگُ / *to ke vâse godi vaylâse ham bego* / تو که وایش را گفتی ویلاش را هم بگو (همان، ۲۶۱)

- خَر وِ زارِ زارِ زِ چَنگِ گُرگِ بَدَرِ نِی رِه / *xar ve zâr zâr ze čange gorg be dar* / خَر با عرعِر کردن از دست گرگ به در نمی‌رود (همان، ۳۰۹).

از طریق مثل‌ها، این باور در فرهنگ بختیاری، نهادینه می‌شود که انسان، تنها از طریق تلاش می‌تواند از زندگی بهره‌مند شود و هرچه تلاش بیشتر بکند، به سود و منفعت بیشتری می‌رسد.:

- خَر کِه بارِ اِبَرِه، کِه و جُو خُسِ زیادِ اِکُنِه / *xar ke bâr ebare, kah vo jo xose* / زیاده‌کس خرد، کاه و جوی خودش را زیاد می‌کند (همان، ۳۱۵).

- تَل تَلاری، مَل مَلاری! هر چه ماست کُنی، کَرِه دِراری / *tal talâri mal malâri har* / ماست ببندی، کره می‌گیری (همان، ۲۵۳).

البته به مخاطب گوشزد می‌شود تلاش زیاد، با رنج و سختی همراه است. بنابراین، افرادی که می‌خواهند به نتیجه مطلوب برسند، باید سختی‌ها را تحمل کنند:

- هَر کِه اِخُ ماهی گِرِه، وا نِشینه مِینِ اَوِ سَرِد / *har ke exo mâhi gere, vâ nešine* / هر کس می‌خواهد ماهی بگیرد، باید در آب سرد بنشیند (همان، ۶۸۵).

- هَر کِه کَوگِ اِخُ، وا سَرِ سینه سِرِه / *har ke kawg exo, vâ sare sine sere* / هر کس کبک می‌خواهد، باید سینه‌خیز برود (همان، ۶۹۵).

نکته دیگر، اینکه انسان باید بداند هر تلاشی، ممکن است به نتیجه دلخواه منتهی نشود. بنابراین، در صورت شکست، نباید ناامید شد.

– زِ دُو چِی قَهْرِتِ نَبُو: یِکِی خُوْرِن وِ بِتِ نَدِن، یِکِی دُوْنِی وُ نَرِسی / ze do či
نشو: یکی خورند و به تو ندهند، یکی بدوی و نرسی (همان، ۴۱۴).

– هَرِ کِه رَهْدِ نَرِسی / har ke rahd naresi / هر کس رفت، نرسید (همان، ۶۹۳).
از نظر نوع نگرش به کار و تلاش، باید گفت در بیشتر مثل‌ها، نگرش مثبت است و
تنبلی، راحت‌طلبی، کوتاهی کردن در انجام کارها، ناتمام گذاشتن آن‌ها و تنها بسنده
کردن به سخن بدون عمل، بازنمایی منفی داشته است. چنان‌که در این نمونه‌ها دیده
می‌شود:

– گُْدَن تا کِرْدَن هِیْهَاتِ / godan tâ kerdan hayhâte / گفتن تا کردن هیهات است
(همان، ۵۵۲).

– چِی مِیْشِ لِهَرِ هِیِ دَوْرِ مَالِه / či miše leher hey dawre mâle / مثل می‌ش شکمو،
همیشه اطراف خانه است (همان، ۳۰۵).

– دِیْرِ نِشِیْنِ دَاسِ تِیْزِ کُن / dir nešine dâs tiz kon / دور نشین داس تیز کن (همان،
۳۹۰).

تنها در یک مثل، نگاه به سخت‌کوشی، منفی بوده است:
– طَفْرِه زِیَاد، اُرْسِی اِدِیْرِ / tafre ziyâd, orsi edeyre / از تلاش زیاد، کفش پاره می-
شود (همان، ۴۸۵).

در یک مورد نیز انسان به میانه‌روی در کارها دعوت شده است:
– پَلِ بُرِیْدَن حَدِ دَارِه. چُنُّ بُوْرِ کِه مِیْنَانِه وَا دَارِه / pal boridan had dare, čono
bovor ke maynâne vâdâre / گیسو بریدن حد دارد. چنان ببر که مینا را نگاه دارد
(همان، ۲۲۳).

همچنین، در موارد معدودی تنبلی و راحت‌طلبی با بازنمایی «مثبت» همراه بوده
است. یکی اینکه افراد تنبل به راحتی به سود می‌رسند:
– نُونِ اَدَمِ تَنْبَلِ مِیْنِ کِفْگُلُونِ دَرِه / nûne âdame tanbal mene kefgolûne dare /
نان آدم تنبل، در کلون در است (همان، ۶۴۷).

گدایی بر رنج درس خواندن و تلاش کردن در این زمینه برتر دانسته شده است:

بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری ----- ابراهیم ظاهری عبدوند

- کاسه لیسایی، بی ز ملایی / *kâse lisi bi ze molâei* / کاسه‌لیسی بهتر است از ملایی (همان، ۵۱۵).

در فرهنگ کارآفرینی، پشتکار، انرژی لازم را برای کسب موفقیت در افراد ایجاد می‌کند و سبب می‌شود تا آنان به چیزی جز نتیجه نیندیشند (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵: ۶۲). در ضرب‌المثل‌های بختیاری نیز به افراد آموزش داده می‌شود، برای موفقیت و پیشرفت، باید کوشش کرد. از تنبلی و راحت‌طلبی، دوری گزید. از شکست‌ها نهراسید و ناامید نشد. بر این اساس می‌توان گفت از این دیدگاه، بین فرهنگ کارآفرینی با ارزش‌های مربوط به کار در فرهنگ بختیاری همخوانی وجود دارد.

۲-۴. تقدیرگرایی

از دیگر مؤلفه‌های فرهنگ کار در ضرب‌المثل‌های بختیاری، تقدیرگرایی است که ۵/۱۷ درصد (۱۵ مورد) از مثل‌ها، اختصاص به این موضوع داشت. در برخی از ضرب‌المثل‌ها، درباره تقدیر این نگرش است که انسان، نقشی در سرنوشت خود ندارد و همه چیز به قضا و قدر بستگی دارد: - تمام کارا به شانس بستیه / *tamâme kêrâ be šans bastiye* / تمام کارها به شانس بسته است (قنبری، ۱۳۸۱: ۲۵۵).

- هر چه اخوی زرننگ بو، وختی شانس نداری چه / *har çe axoye zarang bû, vaxti šans nadâri çe* / هرچه می‌خواهی زرننگ باش، وقتی شانس نداری چه (همان، ۶۷۳).

در تقدیرگرایی، موضع کنترل افراد، بیرونی است؛ یعنی اینکه موفقیت و شکست افراد، به بخت و اقبال نسبت داده می‌شود. در حالی که در فرهنگ کارآفرینی، از جمله ویژگی‌های شخصیت‌های کارآفرین، توجه به موضع کنترل درونی است. بدین معنی که افراد خود را عامل مؤثر در پیروزی یا شکستشان می‌دانند (موسوی بازرگانی، ۱۳۸۶: ۷۴؛ مقیمی، ۱۳۸۰: ۲۴۱). در ضرب‌المثل‌های بررسی‌شده، این باور نهادینه می‌شود که نیرویی از بیرون، بر زندگی افراد حاکم است. افراد در اتفاق‌ها و نتایج، دخالتی ندارند و شکست و پیروزی‌ها، در کنترل آنان نیست. بنابراین، باید گفت، این باور با فرهنگ کارآفرینی همخوان نیست. فرهنگی که در آن، افراد باید دارای مرکز کنترل درونی و بر این باور باشند که هرچه می‌خواهند، به‌دست خواهند آورد.

۳-۴. مسئولیت‌پذیری و مراقبت

مسئولیت‌پذیری و مراقبت، از دیگر مفاهیمی است که مضامین آن (۱۱ مورد = ۳۳/۷۹ درصد)، در ضرب‌المثل‌های بختیاری تکرار شده است. تحلیل محتوایی این ضرب‌المثل‌ها، نشان می‌دهد در فرهنگ بختیاری، نگرش مثبت به این مؤلفه وجود دارد و این نگاه نهادینه می‌شود که هر کس باید مسئولیت و مراقبت از کارش را خودش بپذیرد:

- دَرِدِ گِلِه وَا و مال گِلِه بُو / darde gale vâ ve mâlgale bû / درد گله باید بر عهده صاحب گله باشد (قنبری، ۱۳۸۱: ۳۶۰).

- سُسْتِیِ بازارِ زِ دَلالِ / sostie bâzâr ze dalâle / سستی بازار از دلال است (همان، ۴۴۸).

کار خُ کرد، چاره نکرَد / kâre xo kerd, çâre nakerd / کار خود کرده را چاره نیست (همان، ۵۰۹).

همچنین، این باور است که هر کس، خودش باید تاوان کارش را بپردازد و از دیگران انتظاری نداشته باشد:

- اَنکِه مُم قَرَضِ کُنِ تَنُم / anke mo qarz kone tonom / مگر من وام ده تو هستم (همان، ۱۳۴).

مراقبت از کارها نیز بر عهده شخصی است که از کار سود می‌برد. بنابراین، نباید در این زمینه از دیگران انتظار داشت:

- گِلِه بی‌شُون، گُرگی ایبُو / gale bi sūn gorgi eibū / گله بدون چوپان، گرگی می‌شود (همان، ۵۶۳).

- گوسِنده دَسْتِ گُرگ نِیدِن / gūsende daste gorg niden / گوسفند را دست گرگ نمی‌دهند (همان، ۵۶۸).

افراد کارآفرین، شخصیت‌های مسئولیت‌پذیر هستند، حاضرند مسئولیت کار خود را برعهده بگیرند و مسئولیت تصمیمات خود را بر عهده دیگران نمی‌گذارند (معنیان و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۳). در ضرب‌المثل‌های بختیاری نیز به روحیه مسئولیت‌پذیری تشویق و از افراد خواسته می‌شود تا مسئولیت کارهایشان را بپذیرند، خود کارهایشان را انجام دهند، مراقب کارشان باشند و در این زمینه، چندان از دیگران انتظار نداشته باشند.

۴-۴. فردگرایی

فردگرایی، هم به معنی مستقل بودن و هم خودمحوری است که هر دو شکل آن، در ضرب‌المثل‌های بختیاری (۳۱ مورد = ۱۰/۶۸ درصد) بازنمایی شده است. در فرهنگ بختیاری، استقلال افراد پذیرفته شده است و همواره از آنان خواسته می‌شود متکی به خود باشند، کارشان را خودشان انجام بدهند، در انجام کارها آزادانه عمل کنند و منت دیگران را نکشند. همچنین، نگرش به استقلال، مثبت و وابسته دیگران بودن، منفی است؛ چنان‌که در مثل‌های زیر دیده می‌شود:

- جُورِ میش به پِشمِ خُسِ اِخوسه / *jūr miš be pašme xos exawse* / مانند میش روی پشم خود می‌خوابد (قنبری، ۱۳۸۱: ۲۷۹).

- خُمِ شا وُ گُرژُمِ وَزیرِ / *xom šâ vo gorzom vazir* / خودم شاه و گرزم وزیر است (همان، ۳۴۵).

- دست به زُونیتِ بَگر، مِنتِ اَرمنی‌نه مَکش / *dast be zūnit beger, menate armani ne makeš* / دست به زانویت بگیر، منت ارمنی را نکش (همان، ۳۶۸).

خودمحوری، به‌عنوان یک ضدارزش مطرح شده و در بیشتر موارد، نگرش به آن منفی است:

- حَالُو بَافِهاتِ وَردارِ تا گَلَمِ بَچِرِه / *hâlū bâfehâte vardâr tâ galam beçare* / آقا گندم‌هایت را بردار تا گلهام بچرد (همان، ۳۰۶).

- خَرَمَن سُوخَدِه، هَمَه‌نه چی خُسِ اِخُو: / *xarman sohde hamane çi xos exo* / خرمن سوخته، همه را چون خود می‌خواهد (همان، ۳۳۸).

در فرهنگ کارآفرینی نیز، استقلال به‌عنوان یک ارزش مهم مطرح، میل به استقلال، نیروی پیش‌برنده کارآفرینی است و کارآفرین، می‌کوشد تا با شیوه خود، به خواسته‌اش دست یابد (سعیدی‌کیا، ۱۳۸۵: ۳۲). در ضرب‌المثل‌های بختیاری نیز ضمن مذموم دانستن خودمحوری، نشان داده شده که داشتن استقلال مهم است؛ زیرا سبب می‌شود تا فرد در انجام کارها، بدون نیاز داشتن به دیگران، هرچه را خود صلاح می‌داند، انجام دهد و در نتیجه رسیدن به اهداف، احساس رضایت و شادی کند.

۵-۴. مشارکت و کمک کردن به دیگران

غلبه کارهایی همچون دامداری و کشاورزی در فرهنگ بختیاری که انجام آن‌ها به شکل گروهی راحت‌تر و کم‌خطرتر است، سبب شده است تا افراد همواره به مشارکت و کمک کردن به دیگران (۳۳ مورد = ۱۱/۳۷ درصد) تشویق شوند:

– لِنْدِه یِکِی نِه وَرْدَار تا لِنْدَتِ نَمَهِنِه / *lende yekine vardâr tâ lendate namahne*
بار کسی را بردار تا بار تو نماند (قتیری، ۱۳۸۱: ۵۸۰).

– زِمِستونِ اِرِه، رِی سیاهِیس مَهِنِه و نِمِد کال / *zemestûn ere ri siyâhis mahne ve nemed kâl*
زمستان می‌رود، روسیاهی‌اش برای نمد سیاه می‌ماند (همان، ۴۲۱).

– رَه به رَفِیق خُوش: *rah be refiq xoše* / راه به رفیق خوش است (همان، ۴۰۳).
بر داشتن آزادی عمل نیز تأکید شده است:

– عیسا به دینس، موسا به دینس / *eisâ be dines, mûsâ be dines* / عیسی به دین خود، موسی به دین خود (همان، ۴۹۲).

در تقابل بین توجه به خود و کمک به دیگران، این نگرش وجود دارد که انسان ابتدا باید به نفع خودش کاری را انجام دهد و سپس به دیگران کمک کند؛ یعنی هنگام کمک به دیگری، نباید ضرری متوجه خودش شود:

– کَخْدازاده زینِه اِسْتِی، هِنْدِی تَش نَها و حُوْنَس / *kaxodâzâde zine estay, hendi taš nahâ ve hūnas*
کدخدازاده زن گرفت، هندی به خانه خودش آتش زد (همان، ۵۱۹).

– هِیشکِی نِی سِی خُس گالِه ای بَفِه، سِی مَرْدُم قالی / *hiški ni si xos gale ei bafe si mardom qâli*
هیچ کس نیست برای خودش حصیری ببافد، برای مردم قالی‌ای (همان، ۷۱۹).

– نَرْمِیش کاکاتُونِی، گِلِه همِه نِه بَر دا، اِلا گِلِه خُسِه / *narmiš kâgâtûni gale hamane bar dâ, elâ gale xose*
گله خودش را (همان، ۶۴۲).

مشارکت نیز باید با افراد صالح انجام شود:

– حالا وا شیطُون کُنْجِی بَکالم / *hâlâ vâ šaytûn konji bekâlom* / حالا با شیطان کنجد بکارم (همان، ۳۰۷).

بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری ----- ابراهیم ظاهری عبدوند

در کارهای گروهی، فرد نباید از دیگران سوءاستفاده کند و با بهره‌گیری از کار دیگران فقط خود سود ببرد:

- آو ز گنجلی، شُحم ز گنجلی، زمین ز گنجلی، دُو بر پَنجلی، یه بر گنجلی / aw ze /ganjali šohm ze ganjali zemin ze ganjali, do bar ze panjali ya bar ganjali
آب، زمین و شخم از گنجلی، دو سهم از پنجلی و یک سهم گنجلی است (همان، ۱۳۸).

- دادانه با کار کُنه، دَندُون نِداشته بُو نُون بِخُوره / dâdâne bâ kâr kone, dandûn
nedâšte bû nûn bexore / کلفت باشد کار کند، دندان نداشته باشد که نان بخورد (همان، ۳۵۱)

- گا إکاله حَر إخُوره / gâ ekâle, har exore / گاو می‌کارد، خر می‌خورد (همان، ۵۴۵).
با وجود نگرش مثبت به مشارکت، در برخی مثل‌ها نیز می‌توان نگرش منفی را مشاهده کرد مانند:

- دِیگ شِریکی به قُل نِیا / dige šeriki be qol niyâ / دیگ شریکی به‌جوش نمی‌آید (همان، ۳۹۱).

در مسیر کارآفرینی، این اعتقاد است که افراد باید بتوانند با مشارکت و در قالب کارگروهی، فعالیت‌ها را انجام دهند و به‌جای اطاعت، از گفت‌وگو و تفاهم استفاده کنند (معینان، ۱۳۸۸: ۳۱). در فرهنگ بختیاری نیز از افراد خواسته می‌شود که به دیگران کمک و در انجام کارها به شکل گروهی عمل کنند؛ اما این باور نیز دیده می‌شود که فرد نباید در کمک کردن به دیگران یا انجام کارگروهی، به‌خود ضرر بزند.

۶-۴. توجه به توان، تجربه و عقل‌گرایی

از دیگر مؤلفه‌های مهم فرهنگ کار در ضرب‌المثل‌های بختیاری، توجه به توانمندی افراد، انجام کارها بر اساس تجربه، مهارت و عقل (۳۶ مورد = ۱۲/۴۱ درصد) است. تحلیل محتوایی مثل‌ها، نشان‌دهنده این است که در فرهنگ بختیاری، افراد کاردان، جایگاه بسیار مهمی دارند. چنان‌که در تقابل بین کارگر و کاردان، برتری به کاردان داده شده است:

- کار کُنم میرا، کار دُونم نمیرا / *kâr konom mirâ, kâr dūnom namirâ* / کارگرم بمیرد، کاردانم نمیرد (قنبری، ۱۳۸۱: ۵۱۱).
بر این اساس، کار را باید به افراد کاردان و شایسته سپرد. افرادی که توان انجام کار را دارند:

- کار بده به اهلِس / *kâre bede be ahles* / کار را به اهلش بسپار (همان، ۵۱۳).
- کار مَرَدِنِه به مَرَدِ بسپار / *kâre mardene be mard bESPâr* / کار مرد را به مرد بسپار (همان، ۵۱۲).

ویژگی‌های افراد شایسته نیز در مثل‌ها مشخص شده است. یکی اینکه فرد، باید توان جسمانی لازم را برای انجام کار داشته باشد:

- گامیش صاحبو زوردار اِخو / *gâmiš sâhâve zûrdâr exo* / گامیش صاحب زوردار می‌خواهد (همان، ۵۴۹).

- گا، گادرار اِخو / *gâ gâderâr exo* / گا، گاودرآور می‌خواهد (همان، ۵۴۸).
دیگر اینکه باید تجربه و مهارت لازم را برای انجام کار داشته باشد. چنان‌که گفته می‌شود:

- گُ کی حَکیمِه، گُد به سَر رَهده / *go ki hakime, god be sar rahde* / گفت چه کسی داناست؟ گفت به‌سر رفته (همان، ۵۷۱).

- بی‌گُدار و آو نَزَن / *bi godâr ve aw nazan* / بدون‌گذار به آب نزن (همان، ۲۱۲).
در ضرب‌المثل‌ها، افراد دعوت می‌شوند که در انجام کارها فکر کنند؛ زیرا به‌دست آوردن مال را نتیجه عقل‌گرایی و تفکر دانسته‌اند:

- علق و مال، شریکن / *alq o mâl šariken* / عقل و مال شریک هستند (همان، ۴۹۱).
- کار ز بی‌فرکی پشیمونی داره / *kâr ze bi ferki pašimūni dâre* / کار از بی‌فکری، پشیمانی دارد (همان، ۵۱۰).

از نظر نگرش، انجام کار از سوی افراد نادان، ناآگاه و نادرستکار، به‌صورت منفی بازنمایی شده است:

- حَر به آو وَن / *har be aw van* / خر به آب انداز (همان، ۳۰۹).

بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری ----- ابراهیم ظاهری عبدوند

- هَمَه تُون بَرین پَسا پَس، کَمچِه نِه بَدین کِلِه دَس / hamatūn berin pasâpas
kamçane bedin koledas / همه شما عقب عقب بروید، ملاقه را به دست کوتاه بدهید
(همان، ۷۰۸).

نتیجه کار آنان چیزی جز ضرر زدن به خود و دیگری نیست:

- تُفَنگِه و تَدِن نا حَر، رَه گرگ خَر دَس / tofange vanden nâ har, rah gorg
xardes / تفنگ را به گردن خر انداختند، رفت و گرگ آن را خورد (همان، ۲۵۳).
- وای به حال گله‌ای که گرگ چوپونس بُو / vây be hâle gale ei ke gorg
çûpûnes bû / وای به حال گله‌ای که گرگ چوپانش باشد (همان، ۶۶۶).

می‌توان گفت در فرهنگ بختیاری موفقیت هر کاری وابسته به داشتن تجربه و مهارت است. افراد علاوه بر ویژگی‌های جسمانی، باید قدرت تفکر و تعقل نیز داشته باشند. در فرهنگ کارآفرینی، علاوه بر داشتن تجربه و مهارت، تحصیلات نیز مهم است که در فرهنگ بختیاری به جنبه دوم کمتر توجه شده است. «دانشمندان دریافتند که اعمال شکست کارآفرینانی بیشتر است که تجربه دارند؛ اما تحصیلات ندارند. دومین گروه از کارآفرینان که احتمال شکست آنان حتی بیشتر از دسته اول است، آموزش-دیدگانی هستند که تجربه کافی ندارند» (خانی جزینی، ۱۳۸۷: ۷۰).

۷-۴. ثروت

در ضرب‌المثل‌های بختیاری، موضوع ثروت و ثروت‌اندوزی (۳۲ مورد = ۱۱/۰۳ درصد) مطرح شده است و از آن عرفان‌گرایی و دنیاگریزی شدید در فرهنگ ایرانی و اسلامی، نشانی نمی‌توان یافت؛ چنان‌که گفته می‌شود:

- کِی ز پیل بَدَس اِیا / ki ze pil bades eiyâ / چه کسی از پول بدش می‌آید (قنبری، ۳۸۱: ۵۴۰).

اهمیت داشتن ثروت بدین سبب است که با آن می‌توان کارهای شگرف انجام داد:

- آر پیل بُو، سَر سَویل شاه اَبو نَقاره خُونِه دُرُست کِرَد / ar pil bû, sare sevile sâh
ebû naqârexûne dorost kerd / اگر پول باشد، می‌توان سر سیل پادشاه نقاره‌خانه ساخت (همان، ۹۳).

ثروت، سبب شهرت اجتماعی می‌شود؛ زیرا ثروت میان اعضای جامعه، برابر توزیع نشده است. اشخاصی که دارای این نماد منزلت کمیاب هستند، در مقایسه با کسانی که این بهره را ندارند، پایگاه اجتماعی بالاتری را در نظام قشربندی به دست می‌آورند (کوئن، ۱۳۷۸: ۱۸۳).

در ضرب‌المثل‌های بختیاری نیز گفته شده است:

- جُو خَرَنه مِصری اِکنه، پیل پیانِه اِسمی اِکنه / jo xarene mesri ekone, pil piyâne
جو خر را چاق می‌کند و پول مرد را نامی می‌کند (قبری، ۱۳۸۱: ۲۷۶).
- گُ داری یا بِرازِنِت. گُ هم دارُم هم بِرازِنُم / go dâri yâ berâznet, go ham
گفت: داری یا برازنده تو است. گفت: هم دارم، هم برازنده-
ام است (همان، ۵۶۷).

علاوه بر دست یافتن به جایگاه اجتماعی، داشتن ثروت، برای حفظ جان و سلامتی نیز نیاز است:

- مال اِخُون سِی جُون، جُونِه اِخُون سِی کِی / mâle exon si jün, jüne exon si ki
مال را برای جان می‌خواهند، جان را برای که می‌خواهند (همان، ۵۹۲).
حرم و ارزش، برای ثروتی است که نتیجه کوشش فرد باشد. ثروتی که بدون تلاش به دست می‌آید، زود از دست می‌رود و بی‌ارزش است:

- پیل دست نساخت / pile dast nasâxt / پول دست نساخته (همان، ۲۳۳).
درباره شیوه مصرف نیز این هنجار وجود دارد که انسان باید میانه‌روی داشته باشد:
- نه بِخُور به خَلوارِ نِه بِخُور به مِثقال / na bexor be xalvâr na bexor be mesqâl
نه به خروار بخور نه به مثقال (همان، ۶۵۲).

سود هر کسی نیز به خود آن فرد می‌رسد:

- آسِیو گُرت اِکِنه نَفِه لُویَنه / âseyaw gart ekone nafe lovine / آسیاب کار می‌کند
به سود آسیابان است (همان، ۷۸).

نوع نگرش به ثروت در کارآفرینی نیز نقش مهمی دارد و در فرهنگ‌هایی که سود و منفعت به‌عنوان ارزش حاکم باشد، در آن صورت تمامی فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی در راستای کسب سود و منفعت شکل می‌گیرد و توسعه اقتصادی‌محور شکل

بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری ----- ابراهیم ظاهری عبدوند

می‌گیرد (خانی جزینی، ۱۳۸۷: ۱۰۵). در فرهنگ بختیاری نیز نگرش به ثروت‌اندوزی مثبت است؛ زیرا ثروت، به افراد توانایی انجام هر کاری را می‌دهد و همچنین جایگاه اجتماعی افراد وابسته به آن دانسته شده است. بر این اساس، افراد تشویق می‌شوند به فعالیت‌های اقتصادی دست بزنند تا ثروت بیشتری به دست بیاورند.

۸-۴. مؤلفه زمان

بررسی ضرب‌المثل‌های بختیاری (۱۴ مورد = ۴/۴۸ درصد)، نشان می‌دهد که در این فرهنگ، هر کاری باید سر وقت و نوبت خود انجام شود و به گونه‌ای، افراد به اغتمام فرصت دعوت می‌شوند:

- آهن وا داغ به داغ بکُوی / *âhane vâ dâq be dâq be kûvi* آهن را باید تا داغ است، کوبید (قنبری، ۱۳۸۱: ۸۱).

پَل وا سَر لاش بُهره. آر بُهرست، دِی نی بُهره / *pal vâ sare lâs bohre, ar nabohrest, di nibohre* نمی‌شود (همان، ۲۲۳).

- نون امروز بهل سی صوه، کار امروز مهل سی صوه / *nûn emrûze behl si seva, kâre emrûze mahl si seva* مگذار (همان، ۶۴۸).

اگر کاری سر وقت و نوبت خودش انجام نشود، موجب زیان می‌شود:
- بهیگ تند خوُس و شوَن دیر خوُس هر دو ریسُون سیا بُوه / *behige tond xaws, har do risûn siyâh bûhe* هر دو رویشان سیاه می‌شود (همان، ۲۰۷).

از افراد خواسته می‌شود چندان در بند گذشته نمانند:

- کاری که گذشت، ای وای نداره / *kâri ke gozašt eyvây nedâre* کاری که گذشت، ای وای ندارد (همان، ۵۱۳).

باید در اولین زمان ممکن برای جبران گذشته اقدام کرد:

- ماهینه هر وقت ز او بگیری تازه / *mâhine har vaqt ze aw begiri tâze* / ماهی را هر وقت از آب بگیری تازه است (همان، ۵۹۴).
در فرهنگ کارآفرینی:

یک مدیر کارآفرین کسی است که استفاده صحیح و دقیق از زمان را به عنوان راز مهم موفقیت در کلیه امور بداند و این موضوع را که وقت از طلا با ارزش تر است، با تمام وجود احساس کند (شاه حسینی، ۱۳۸۶: ۳۷).
در ضرب‌المثل‌های بختیاری نیز مانند فرهنگ کارآفرینی، این نظر وجود دارد که برای رسیدن به موفقیت، هر کاری را باید در زمان مخصوص به خود انجام داد. همچنین افراد نباید در بند گذشته بمانند و اگر فرصتی از دست داده‌اند، باید برای جبران آن، در اولین زمان ممکن اقدام کنند.

۹-۴. ارزش کار زنان

در زمینه کار و کارآفرینی، امروزه این اعتقاد وجود دارد که تفاوتی بین زن و مرد وجود ندارد و همه می‌توانند کارهای مختلف را در عرصه عمومی و خصوصی انجام دهند: «در جامعه بشری، کمتر نقشی را می‌توان تصور کرد که هر دو جنس زن و مرد نتوانند انجامش دهند» (بیتس و بلاگ، ۱۳۸۷: ۴۱۳). در ضرب‌المثل‌های بختیاری نیز درباره کار زنان و مردان (۹ مورد = ۳/۱۰ درصد) این نگرش وجود دارد که کار در معنای عام آن، مخصوص قشر یا طبقه خاصی از جامعه نیست:

- کار مرد و زنی نداره / *kâr mardo zani nedâre* / کار مرد و زنی ندارد (قبری، ۱۳۸۱: ۵۱۲).

با این حال، نوعی تفکیک کار مبتنی بر جنسیت دیده می‌شود. کارهای حوزه خصوصی، مختص زنان است و کارهای بیرون از خانه، مختص مردان:

- گر به جست‌وجو، دُهدر به شُست‌وشو / *kor be jostojû dohdar be šostešû* / پسر به جست‌وجو، دختر به شست‌وشو (همان، ۵۲۰).

در جوامع مردسالار، تفکیک کار بر حسب جنسیت و برخی کارها خاص مردان و برخی مختص به زنان است (آبوت و والاس، ۱۳۸۷: ۱۷۲). در چنین جوامعی، کارهای بیرون از خانه مختص مردان و کارهای درون خانه، مختص زنان است که نکته مهم نوع

بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری ----- ابراهیم ظاهری عبدوند

نگرش به کارهای زنان است. در ضرب‌المثل‌های بختیاری، کارهای بیرون از خانه زنان، بازنمایی منفی دارند و کارهایی که در خانه انجام می‌دهند، مثبت ارزیابی می‌شوند. گویی این ویژگی مثبت را جامعهٔ مردسالار به این دلیل به زنان داده است تا آنان ترغیب شوند، تنها به کارهای درون خانه بپردازند (رضایی و ظاهری، ۱۳۹۴ الف: ۵۱؛ همان، ۱۳۹۴ ب: ۲۹). همچنین، در این فرهنگ، زنان، نماد افرادی هستند که با مشاغل آشنا نیستند و مهارت لازم را برای انجام کار ندارند:

- چَندِ یِه زینِه کار نَدونِه / *čand ye zine kâr nadûne* / به قدر زنی کار نمی‌داند (قنبری، ۱۳۸۱: ۲۸۹).

- کار دُهدَر نَکِرْدَنَس بی‌تَر / *kâre dohdar nakerdanes bitar* / کار دختر، انجام ندادنش بهتر (همان، ۵۱۰).

امروزه، توسعهٔ کارآفرینی زنان، از جملهٔ اهداف سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی است (زالی و رضوی، ۱۳۸۷: ۵۵)؛ اما در ضرب‌المثل‌های مورد بررسی، برای کار زنان محدودیت‌هایی دیده می‌شود. اینکه زنان تنها می‌توانند به کارهای درون خانه و مربوط به آن بپردازند. این نوع نگرش، سبب می‌شود تا زنان نتوانند آن‌گونه که باید در عرصهٔ عمومی و در فعالیتهای اقتصادی نقش‌آفرین باشند.

۴-۱۰. خلاقیت، نوآوری و تقلید

خلاقیت، چنین تعریف شده است: «خلاقیت توانایی شخصی در ایجاد ایده‌ها، نظریه‌ها، بینش‌ها، اشیای جدید و بازسازی مجدد در علوم و سایر زمینه‌هاست که از نظر محققان، ابتکاری و از لحاظ علمی، زیبایی، فن‌آوری و اجتماعی، با ارزش قلمداد شود» (سام-خانیان، ۱۳۸۱: ۱۷) و منظور از نوآوری، اجرایی کردن این اندیشه و ایده‌های نو است. در ضرب‌المثل‌های بختیاری در ۱۲ ضرب‌المثل (۴/۱۳ درصد) به مسئلهٔ خلاقیت، نوآوری و موانع آن اشاره شده است. تحلیل مثل‌ها نشان می‌دهد، موضوع تقلید کردن از دیگران در فرهنگ بختیاری بد است:

- کِلَا اِخواست رَه رَهْدَنِه کَوِگِه یاد گِرِه، رَه رَهْدَنِه خُس زِ یاد بُرد / *kelâ exâst rah rahdane kawge yâd gere, rah rahdane xose ze yâd bord* / کلاغ می‌خواست راه رفتن کبک را یاد بگیرد، راه رفتن خودش را فراموش کرد (قنبری، ۱۳۸۱: ۵۲۷).

نوآوری و نشان دادن خلاقیت نیز پذیرفتنی نیست:

- هر که ریشِ اِتاَشِ تو بُنِ نانه / har ke riše etâše to bone nâh / هر کس ریش می تراشد، تو بیخ گلو را (همان، ۶۹۳).

از مهم ترین موانع خلاقیت، باورهای اجتماعی است.

جوامع نیز خواه یک ملت باشند، خواه یک دسته خیابانی، معمولاً عضوی را که بخواهد از الگوهای به رسمیت شناخته شده تخطی کند، تنبیه کرده و او را طرد می نمایند. بنابراین، رفتارهای انحصاری نظیر رفتارهای خلاق در صورتی که بخواهند به تغییری منجر شوند، مخرب تلقی شده و ثبات و امنیت را که دیگران از گروه انتظار دارند، به خطر می اندازند (صالحی امیری و باباخانی، ۱۳۸۷: ۳۹).

در فرهنگ بختیاری، از افراد خواسته می شود، همواره بر اساس ارزش ها و هنجارهای پذیرفته عمل شود و مهم ترین مانع خلاقیت نیز این نوع نگرش است. یکی از این موانع اجتماعی، توجه به جایگاه انتسابی افراد است.

پایگاه انتسابی از آغاز تولد به فرد محول شده، عمدتاً بر زمینه های خانوادگی نوزاد استوار است. جنسیت، دین، نژاد، ثروت و معیارهای اجتماعی، همگی از طریق والدین و خانواده به فرد منتقل می شود. به این ترتیب پایگاه فرد بر نسب او مبتنی است نه بر شایستگی های فردی و نه آن چیزی که از طریق کار و کوشش به دست آورده است (کوئن، ۱۳۹۱: ۸۱).

بر این اساس، موقعیتی که فرد بر اساس تلاش خود یا استعداد و مهارت کسب می کند، پذیرفته نمی شود. بدین سبب است که در مثل ها گفته می شود برای انجام کارها انسان باید اصالت داشته باشد:

- بُزِ دا شَلِ نیا رَوِ نی بُو / boze dâ šal niyâ raw ni bū / بز مادر شل، پیش قراول نمی شود (قبری، ۱۳۸۱: ۱۷۶).

افراد دعوت می شوند که راه پدر را انتخاب کنند:

- ز رَوِ بَوو مَرَو، مَرَو / ze rahe bavū maraw, maraw / از راه بابا نرو، نرو (همان، ۴۱۶).

در برابر تغییرات اجتماعی، انعطاف لازم نشان داده نمی شود و اگر فردی از طبقه دیگر، توانست جایگاه افراد طبقات بالاتر را بگیرد، با نگرشی منفی مواجه می شود:

بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری ----- ابراهیم ظاهری عبدوند

- خاک به سرِ حولا که زردالی قاطی نونِ اوئی / *xâk be sare hawlâ ke zardâli*
qâtiye nûn evay / خاک بر سر حلوا که زردآلو قاطی نان شد (همان، ۳۲۹).
همچنین، این اعتقاد وجود دارد که فرد باید به صورت ذاتی، شایستگی انجام کار را داشته باشد:

- چَهِی که زِ خُسِ نِداره بيم، تو هِی او دَسْتی بيار بَریز بس / *čahi ke ze xos*
nedâre bim, to hay aw dasti biyâr beriz bes / چاهی که آب ندارد، تو آب بیاور و در آن بریز (همان، ۲۹۷).

این باور است که افراد کوچک نمی‌توانند کارهای بزرگ انجام دهند:

- تُرْتَرِه مُشکُون تا سَرِ تَلیدُون / *tor tore moškûn tâ sare telidûn* / جَسْت و خیز
موش‌ها تا سر خاکروب‌هاست (همان، ۲۴۸).

در مجموع می‌توان گفت در ضرب‌المثل‌های بختیاری، نه نگرش مثبت به توانایی ایجاد امر تازه وجود دارد و نه به فعالیت و فرایند تبدیل این امر به واقعیت. این نگرش از آسیب‌های جدی فرهنگ کار و کارآفرینی در فرهنگ بختیاری است؛ زیرا کارآفرینی، بدون خلاقیت و نوآوری امکان شکل‌گیری ندارد.

۴-۱۱. علاقه‌مندی و رضایت

بسامد مضمون علاقه‌مندی در ضرب‌المثل‌های بختیاری، کم و ۱/۳۷ درصد (۴ مورد) بوده است. با این حال، نگرش به آن، مثبت و رضایت شغلی فرد و بالا رفتن کیفیت کار، وابسته به آن دانسته شده است:

- کار نَه دِلْمی / *kâre na delomi* / کار نه از دلم (قنبری، ۱۳۸۱: ۵۱۲).

- کار نَه زِ دِل، پِچِه رِی دِل / *kâre na del, peče ri del* / کار از روی بی‌میلی، غده روی شکم است (همان، ۵۱۲).

- کاری که نَه به دِل، دَرِدِ دِل / *kâri ke na be del, darde del* / کاری که از دل نباشد، درد دل است (همان، ۵۱۳).

نتیجه این ضرب‌المثل‌ها نشان می‌دهد، انجام کار بر اساس علاقه‌مندی، موجب رضایتمندی افراد می‌شود که این مسئله، از مؤلفه‌های مهم فرهنگ کارآفرینی است (احمد پورداریانی، ۱۳۸۹: ۲۵).

۱۲-۴. فراهم کردن ابزار کار

در ضرب‌المثل‌های مربوط به ابزار کار و شرایط انجام کار (۳/۷۹ درصد = ۱۱ مورد)، این باور وجود دارد که برای انجام هر کاری، ابتدا باید تمهیدات لازم را اندیشد، ابزار کار را فراهم، سپس به انجام کار اقدام کرد. همچنین، درباره افرادی که بدون داشتن ابزار و فراهم کردن تمهیدات لازم، کاری را شروع می‌کنند، نگرش منفی وجود دارد:

- اول اوزار حیش بعد هوهو گایل / *aval awzâre hiš, bad haw hawe gâyal* / ابتدا ابزار شخم، سپس هوهو گاوها (قبری، ۱۳۸۱: ۱۴۱).

- حنده دل خُش اِخ و گریوه سر و چشم / *hande dele xoš exo vo gerive sare* /
o çešm / خنده دل خوش و گریه سر و چشم می‌خواهد (همان، ۳۲۱).

- کچل اِخ ره و آسیو نه خر داره نه خور / *kaçal exo re ve âsiyaw na har dâre* /
na hür / کچل می‌خواهد به آسیاب برود، نه الاغ دارد نه خورجین (همان، ۵۱۷).

توجه بیش از اندازه به فراهم کردن ابزار کار، نشان از روحیه احتیاط و عدم خطرپذیری در فرهنگ بختیاری دارد. در حقیقت، در ضرب‌المثل‌ها، از افراد خواسته شده است تا با فراهم کردن کامل شرایط، برای انجام کاری اقدام کنند که این امر، با فرهنگ کارآفرینی همخوانی ندارد. در فرهنگ کارآفرینی، افراد می‌توانند با حداقل امکانات شروع به کار و در این زمینه خطر کنند؛ اما در ضرب‌المثل‌های بختیاری، این روحیه خطر کردن دیده نمی‌شود.

۱۳-۴. نظم، انضباط و قانون‌مندی

در فرهنگ کارآفرینی، رعایت نظم، انضباط و قانون، از خصوصیات افراد کارآفرین است. در ضرب‌المثل‌های بختیاری نیز بر رعایت نظم و قانون (۱۰ مورد = ۳/۴۴ درصد) در انجام کارها تأکید شده است. در ضرب‌المثل‌ها، این باور بازنمایی شده است که در انجام کار، برای رسیدن به نتیجه، باید نظم را رعایت کرد:

- دَر وا گَجِن اِگرده / *dar vâ gajen egarde* / در روی پاشنه می‌چرخد (قبری، ۱۳۸۱: ۳۶۲).

- گردو خونه آقا بسیار؛ اما شُمار داره / *gerdū hūne âqâ besyâre, amâ* /
šomâre dâre / گردو خانه آقا بسیار است؛ اما شماره دارد (همان، ۵۵۴).

بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری ----- ابراهیم ظاهری عبدوند

در مقابل نگرش به افراد و کارهای بی‌نظم منفی است:

- شَبْتِه کار/šente kâr/ شلوغ کار (همان، ۴۷۲).

- کُرکِی چال:/korki çâl/ افراد بی‌نظم و قانون‌شکن (همان، ۵۲۳).

تحلیل محتوایی این ضرب‌المثل‌ها نشان می‌دهد، در فرهنگ بختیاری، افراد باید بیاموزند که برای رسیدن به موفقیت، باید نظم را رعایت و بر اساس قانون عمل کنند.

۵. نتیجه

فرهنگ کارآفرینی، متأثر از فرهنگ حاکم بر هر جامعه است که می‌توان این فرهنگ را مطالعه کرد، شناخت و در صورت وجود اشکال، برای اصلاح آن اقدام کرد تا محیطی به وجود آید که ارزش‌ها و باورهای موجود در آن، تقویت‌کننده فرهنگ کار و کارآفرینی باشد. بر این اساس، ضرب‌المثل‌های بختیاری بررسی شدند که تحلیل ضرب‌المثل‌ها، نشان می‌دهد در فرهنگ بختیاری، مهم‌ترین مؤلفه‌های فرهنگ کار عبارت‌اند از: پشتکار و عمل، تقدیرگرایی، مسئولیت‌پذیری، مراقبت، فردگرایی، مشارکت و کمک کردن به دیگران، توجه به توان، مهارت و تجربه، ثروت‌گرایی، زمان، نگرش جنسیتی به کار، علاقه‌مندی، خلاقیت، نظم و فراهم کردن ابزار کار. گفتنی است، با توجه به سنتی بودن محیط کار در فرهنگ بختیاری، به برخی از مؤلفه‌های فرهنگ کار در دنیای مدرن مانند بهره‌گیری از فنون جدید و رعایت بهداشت ایمنی و حرفه‌ای توجه نشده است. مهم‌ترین و پربسامدترین مؤلفه‌های کار و کارآفرینی در فرهنگ بختیاری کار و تلاش، داشتن تجربه، توان و استقلال، مشارکت و ثروت‌اندوزی است. بیشتر نگرش به مؤلفه‌های مانند پشتکار، فردگرایی، مهارت و تجربه، ثروت‌اندوزی، زمان و علاقه‌مندی، مثبت است و در این زمینه‌ها، با فرهنگ کارآفرینی همخوانی دارند؛ اما نگرش به کار زنان و خلاقیت منفی است. همچنین، نگرش مثبت به تقدیرگرایی و مهیا کردن تمام تمهیدات برای انجام کار که نشان از عدم خطرپذیری است، ناهمخوانی بین فرهنگ کار را در فرهنگ بختیاری با فرهنگ کارآفرینی نشان می‌دهد. بنابراین، نیاز است که تغییرات لازم در این زمینه‌ها ایجاد تا وضعیتی مناسب برای ایجاد فرهنگ کارآفرینی متناسب با وضعیت امروز فراهم شود.

جدول ۱: بسامد فراوانی مؤلفه‌های کار در فرهنگ بختیاری

| | | |
|-----------------------------|----|--------|
| کار و تلاش | ۷۳ | ۲۵٪/۱۷ |
| تقدیرگرایی | ۱۵ | ۵٪/۱۷ |
| مسئولیت‌پذیری و مراقبت | ۱۱ | ۳٪/۷۹ |
| فردگرایی | ۳۱ | ۱۰٪/۶۸ |
| مشارکت و کمک کردن به دیگران | ۳۳ | ۱۱٪/۳۷ |
| توجه به توان، تجربه و عقل | ۳۶ | ۱۲٪/۴۱ |
| ثروت | ۳۲ | ۱۱٪/۰۳ |
| زمان | ۱۳ | ۴٪/۴۸ |
| ارزش کار زنان | ۹ | ۳٪/۱۰ |
| علاقه‌مندی و رضایت | ۴ | ۱٪/۳۷ |
| خلاقیات و نوآوری | ۱۲ | ۴٪/۱۳ |
| فراهم کردن ابزار کار | ۱۱ | ۳٪/۷۹ |
| نظم و انضباط | ۱۰ | ۳٪/۴۴ |

منابع

- آبوت، پاملا و کلر والاس (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی زنان*. ترجمه منیژه نجم عراقی. تهران: نی.
- آزاد ارمکی، تقی و همکاران (۱۳۹۲). «تحلیل کیفی نگرش توسعه‌ای در ادبیات عامیانه: با تأکید بر ضرب‌المثل‌های لری». *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*. ش ۱(۱). صص ۹ - ۳۴.
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۹). *کسب و کار جوانان*. تهران: اخلاص.
- _____ و سید محمد مقیمی (۱۳۸۵). *مبانی کارآفرینی*. تهران: کارآفرینی دانشگاه تهران.
- ازکیا، مصطفی و سلیمان پاک‌سرشت (۱۳۷۷). «فرهنگ توسعه در ادبیات کرد». *نامه علوم اجتماعی*. ش ۱۲. صص ۲۵ - ۴۱.
- اکبری، کرامت‌الله و مهرداد اردشیری (۱۳۸۱). «بررسی عوامل مؤثر بر فرهنگ کار: مطالعه موردی کارکنان بخش دولتی استان کهگیلویه و بویر احمد». *علوم انسانی*. ش ۳۵. صص ۱۸۱ - ۲۰۹.

- بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری ----- ابراهیم ظاهری عبدوند
- انتظاری، علی و مرضیه جدائیان (۱۳۹۰). «بازنمایی فرهنگ کار در کتاب‌های داستانی کودکان». راهبرد فرهنگ. ش ۱۴ و ۱۵. صص ۲۰۵ - ۲۲۸.
- بیتس، دانیل و فرد پلاگ (۱۳۸۷). *انسان‌شناسی فرهنگی*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: علمی.
- جعفری، مصطفی و محمد حبیبی (۱۳۸۱). «فرهنگ کار». تدبیر. ش ۱۲۵. صص ۷۰ - ۷۳.
- خانی جزنی، جمال (۱۳۸۷). *اصول و مبانی فرهنگ کارآفرینی*. تهران: مهر راوش.
- دلاور، علی (۱۳۹۵). *مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی*. تهران: رشد.
- دوپی، گزویه (۱۳۷۴). *فرهنگ و توسعه*. ترجمه فاطمه فراهانی و عبدالحمید زرین قلم. تهران: کمیسیون ملی یونسکو در ایران.
- ذوالفقاری، حسن (۱۳۸۶). «هویت ایرانی و دینی در ضرب‌المثل‌های فارسی». *مطالعات ملی*. س ۸. ش ۲. صص ۲۷ - ۵۲.
- رضایی، حمید و ابراهیم ظاهری عبدوند (۱۳۹۴الف). «تأثیر جنسیت بر اشعار عامیانه بختیاری». *فرهنگ و ادبیات عامه*. س ۳. ش ۷. صص ۴۳ - ۷۱.
- _____ (۱۳۹۴ب). «جایگاه زن و خانواده در ضرب‌المثل‌های بختیاری». *فرهنگ و ادبیات عامه*. س ۳. ش ۶. صص ۲۱ - ۴۲.
- زالی، محمدرضا و سیدمصطفی رضوی (۱۳۸۷). *پژوهشی در زمینه موانع توسعه کارآفرینی در ایران*. تهران: دانشگاه تهران.
- سام‌خانیان، محمدریغ (۱۳۸۱). *خلاقیت و نوآوری در سازمان و مدیریت آموزشی*. تهران: اسپند هنر.
- سبحانی‌نژاد و رضا همایی (۱۳۸۴). «میزان توجه به نگرش فرهنگ کار در کتاب‌های درسی دوره راهنمایی کشور». *دانشور رفتار*. ش ۱۵. صص ۱ - ۲۰.
- سعیدی‌کیا، مهدی (۱۳۸۵). *اصول و مبانی کارآفرینی*. تهران: کیا.
- شاه‌حسینی، علی (۱۳۸۶). *کارآفرینی*. تهران: آبیژ.
- صالحی امیری، رضا و لیلا باباخانی (۱۳۸۷). «بررسی خلاقیت به‌عنوان پیش‌درآمدی بر کارآفرینی با رویکردی به کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در پرورش خلاقیت». *فرهنگ و کارآفرینی*. تهران: تحقیقات استراتژیک.
- عربی، سید هادی و حمزه شیخانی (۱۳۸۹). «فرهنگ کار و نگرش‌های جوانان (مطالعه موردی شهر قم)». *اسلام و علوم اجتماعی*. س ۳. ش ۴. صص ۱۴۳ - ۱۶۴.

دوماهنامه فرهنگ و ادبیات عامه ----- سال ۶، شماره ۲۴، بهمن و اسفند ۱۳۹۷

- عزتی، فاطمه (۱۳۹۱). «مؤلفه‌های سنتی کار در ادبیات شفاهی». فرهنگ مردم ایران. ش ۲۸. صص ۴۵ - ۶۰.
- عزتی، مرتضی (۱۳۹۰). روش تحقیق در علوم اجتماعی: کاربرد در زمینه مسائل اقتصادی. تهران: نور علم و پژوهش ما.
- قنبری، عباس (۱۳۸۱). امثال و حکم بختیاری. شهرکرد: ایل.
- موسوی بازرگانی، جلال (۱۳۸۶). مؤلفه‌های کارآفرینی. تهران: رویش.
- مقیمی، سید محمد (۱۳۸۰). سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی. تهران: ترمه.
- کوئن، بروس (۱۳۷۸). درآمدی به جامعه‌شناسی. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: توتیا.
- _____ (۱۳۹۱). مبانی جامعه‌شناسی. ترجمه و اقتباس غلامعباس توسلی و رضا فاضل. تهران: سمت.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۱). جامعه‌شناسی. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نی.
- معنیان، داود و همکاران (۱۳۸۷). کارآفرینی. تهران: سفیر اردهال.
- معنیان، داود و همکاران (۱۳۸۸). مبانی کارآفرینی. تهران: سفیر اردهال.
- هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۹). «کارآفرینی و اخلاق اسلامی». علوم اجتماعی. ش ۴۷. صص ۱ - ۳۵.

The representation of work culture in Bakhtiari proverbs

Ebrahim Zaheri Abdovand* 1

1. Assistant professor of Persian language and literature –Shahre –kord University..

Received: 18/06/2018

Accepted: 22/12/1397

Abstract

Entrepreneurship develops in environments where the values and beliefs of the environment are appropriate to the culture of entrepreneurship. Therefore, it is essential to recognize the culture of work and entrepreneurship within different ethnic groups. Proverbs can be very effective in this regard because they are the manifestation of the values and beliefs of each ethnic group and their attitudes towards different issues, such as work culture and entrepreneurship. By adopting the method of content analysis, the purpose of this study was to explore the culture of work and entrepreneurship based on counterfeits in Bakhtiari culture. Compassion, responsibility, care, fidelity, gender, creativity, legality and rationalism are the elements of the culture of work in Bakhtiari culture. The results of the study show that, by the multiplicity of examples of Bakhtiari culture, these values and beliefs about work and entrepreneurship are institutionalized, that one must be responsible for the conduct, perseverance and hard working. These attitudes are in line with the entrepreneurial culture, but the positive attitude towards fanaticism, the focus on the point of reference and the negative attitude towards women's creativity and work, including weaknesses in the culture of work and entrepreneurship are found in the proverbs of Bakhtiari, which do not correspond to the entrepreneurial components.

Keywords: Bakhtiari culture, proverb, entrepreneurship, responsibility, independence.

*Corresponding Author's E-mail: zaheri_1388@yahoo.com

