



Research Paper

An analytical study of "gender identity" in Persian proverbs: with emphasis on Existentialist Feminism Approach

Mohammad Khosravishakib¹

Received: Dec. 8, 2023; Accepted: Apr. 24, 2024

ABSTRACT

"Gender" as one of the most important dualities in social and cultural structures, has been the subject and focus of sociologists and culturologists. And, feminism as one of the branches of sociology has dealt more than any other approach with the duality of "woman" and "man" and its impact on the cultural construction of societies. Existentialist feminists argue that men's worldviews seek to impose "gender identity" on women through cultural tools that lead to imposition of stereotyped behavior and special norms on women. Persian proverbs, as effective and practical cultural tools in public domain, have been unable to reflect gender standards well. Emphasizing the existentialist feminism theory and with the method of qualitative description and analysis of existing and common Persian proverbs, it can be said popular culture has not only ignored the women's existence but increased or decreased their freedom, selection and choice, and applied ways and behaviors to control them. Women's responsibility and social activity has also been limited through cultural means i.e. public culture can also impose dependence and sense of belonging on women. The same way, it can regulate, monitor and control the emotional and economic dependence of women. This article attempts to evaluate and analyze the issue of "gender identity" in Persian proverbs from the point of view of existentialist feminists.

Keywords: sociology, proverb, gender, Feminism, Existentialism

1. Associate Professor, Department of Persian Language and Literature, Faculty of Literature and Humanities, Lorestan University, Lorestan, Iran

✉ khosravi.m@lu.ac.ir



INTRODUCTION

Culture is a broad category consisting of many beliefs, foundations, rules, norms, ethics and social values. In other words, culture is like software that enables the adaptation of actors as well as the design of their common bio-social relations. As such, each culture has its own tools and relationships. Literature, dance, music, painting, and other arts are considered to be influential forms of cultures. Proverbs are also one of the influential aspects of culture. In the Iranian culture, there are many proverbs that are part of the collective memory of Persian activists. "The social application of these proverbs causes the unconscious organization as well as the regulation of the social and cultural behaviors of Iranian activists" (Khosravishakib, 2023).

PURPOSE

The author's presuppositions are that the existentialist feminism theory, with basics and principles such as "authenticity of existence", "fundamental conditions", "freedom", "selection and choice" and "responsibility and obligation" can show that the existing proverbs in the Iranian culture impose a kind of "gender essence" as well as cultural and social framework on women, which, although is fake, can eventually cause emotional, mental and economic dependence of women. The aim of this article is to find answers to the following questions: Proverbs as a tool of public culture, what stereotypes and "fundamental conditions" do they assign to the gender "woman"? Does existentialist feminism have the theoretical capacity and practical tools to analyze gender differences in Persian proverbs?

METHODOLOGY

Existentialists believe that the issue of freedom will not be understood unless one is aware of "fundamental conditions". Launching into the world, as well as being a man and a woman, are fundamental human conditions that greatly affect "freedom" as well as "selections and choice" that follow from it. Existentialists argue that all "fundamental conditions" are located in the same "state or situations" that is, "being in the world", which can narrow the range of human choices. Sartre in the book "Philosophy of Existentialism" says that "choice and selection" also causes responsibility and commitment, which itself is the cause of "fear and anxiety" and that the "fear of choice" itself can lead to "escape from freedom" and surrender to servitude and control which takes a person away from "authenticity", because in his opinion, authenticity is not a moral assumption, but means having individuality and not following ways and methods, as well as being influenced by others.

FINDINGS

Persian proverbs, as one of the tools of public culture, show the historical, political and cultural status of Iranian women. Sociologists consider "gender" a term

referring to physiological differences between men and women. Hormones, muscles, organs, nervous system, skin thickness and other biological differences refer to "gender". These differences are the same "fundamental conditions" that have been institutionalized in human nature. "Sexual" distinctions are neither changeable nor disputed; however, "gender" refers to distinctions between two genders, which are historically imprinted on the mind and culture of a society.

It seems that the connection between public culture and "gender" concern have caused "status" and fake stereotypes to be imposed on women. These cultural stereotypes such as "marriage and childbearing", "economy", "consumerism", "creativity" etc. have affected the position of women in society and caused gross gender bias and discrimination in the public cultural domain.

Existentialist feminism is one of the theories present in popular culture that considers marriage as fundamental condition that has had a great impact on the formation and stabilization of women's "gender essence". Proverbs teach behaviors to women in order to convince them to behave like ideal mothers or housewives.

The economic issue too can be the reason for the continuation of gender dominance and authority. A large part of "gender identity" and the inevitable inferiority of women in today's society are caused by their lack of economic independence.

The emphasis and insistence of popular culture on the gender separation as well as highlighting and justifying "gender essence" shows that men are always portrayed high culturally compared to women.

Proverbs in the Iranian culture show a kind of hierarchical and classified views depicting men in the position of production and high culturally whereas, women being attached with consumerism in relation to public culture.

Public culture, through proverbs and assigning basic gender positions, can voluntarily and internally satisfy, limit the freedom, choice and responsibility of women, and in this way create a kind of objectification to them. This trend shows that women need control, monitoring and protection.

All proverbs show that popular culture, by using them as tools, can place women in their voluntary consent and submission to surveillance and giving in to the "gender essence".

CONCLUSION

By applying the existentialist feminism theory, it can be claimed that cultural agency in Iran has been able to impose "fundamental conditions" on women. These are the same cultural stereotypes that introduce a woman as an entity that must be forced to get married, must be selected, and must have fertility or that she is unreliable and



Iranian Cultural Research

Abstract

not responsible and therefore, must be controlled. Other narratives include that she must be obedient, must be part of the husband's property and must marry. For her, "the husband is a small god". She must be emotionally and economically dependent on her husband. These cultural stereotypes limit women's "freedom, choice and selection" by "controlling" and finally imposing "gender essence" on them, in a way that women will gradually be reduced in social expectations and would voluntarily give in to limitations caused by their "gender identity".

CONFLICT OF INTEREST

The author have no conflict of interest.



Iranian Cultural Research

Vol. 17
Issue 3
Autumn 2024

BIBLIOGRAPHY

- Ahmadi, B. (2021). *Sartre ke minevešt* [Sartre who wrote] (7th ed.). Tehran, Iran: Markaz.
- Aldaghi A. (2021). A comparative study of gender-related stereotypes discourse in Turkish and Persian proverbs: A sociology of language perspective. *Culture and Folk Literature*, 9(37), 259-291.
- Aminoroaya, P. Sharifi, Sh., & Elyasi, M. (2014). Barresi-ye vizegiha-ye montasab be zanan dar zarbolmasalha-ye Farsi [A survey of characteristics attributed to women in Persian proverbs]. *Journal of Persian Language and Literature*, 34, 99-120.
- De Beauvoir, S. (2003). *Jens-e dovvom* [second sex] (Gh. Sanavi, Trans.). Tehran, Iran: Toos.
- Imani, A., Kasayi, G., & Eslami Rasekh, A. (2015). Woman in Persian Adages: A critical discourse analysis approach. *Women Studies*, 6(13), 25-44.
- Jaggar, A. (1998). *Feminist politics and human nature*. Brighton: Harvester Press.
- Khosravishakib, M. (2023). Proverb; A cultural tool to regulate and shape the collective behavior. *Culture and Folk Literature*, 11(49), 189-219.
- King, E. (1994). *Talking gender: A guide to no sexist communication*. NY: Routledge.
- Mahdzade, S.M. (2010). *Nazariyehā-ye resāne* [Media theories: Popular thoughts and critical perspectives]. Tehran, Iran: Hamshahri.
- Meghdadi, B. (1999). *Encyclopedia of literary theory: from plato to the present*. Tehran, Iran: Fekr-e Ruz.
- Modleski, T. (1986). *Studies in Entertainment: A feminist approach to mass culture (Theories of contemporary culture)*. Manchester University Press.
- Parasapoor, Z. (2012). Naqd-e boomgara: ruykardi now dar naqd-e adabi [Ecocriticism, A new approach in literary criticism. *Literary Criticism*, 5(19), 8-26.
- Sartre, J.P. (2001). *Existansializm va esalat-e bašar* [L' existensialisme est un humanism] (M. Rahimi, Trans.). Tehran, Iran: Niloofar.
- Sartre, J. P. (1962). *Existential psychoanalysis* (B. Hazel, Trans.). Chicago: Regnery Press.
- Strinati, D. (2013). *Moqadame'i bar nazariyehā-ye farhang-e āmme* [An introduction to theories of popular culture] (S. Paknazar, Trans.). Tehran, Iran: Ketabxane-ye Farvardin.
- Wallace, C., & Aboth, P. (2007). *Sociology of women* (M. Najm Araghi, Trans.). Tehran, Iran: Ney.



Iranian Cultural Research

Abstract



مقاله پژوهشی

بررسی و تحلیل «ماهیت جنسیتی» در ضرب‌المثل‌های فارسی با تأکید بر رویکرد فمینیسم اگزستانسیالیست

محمد خسروی شکیب^۱

دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۱۷؛ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۰۵

چکیده

«جنسیت» به‌عنوان یکی از مهم‌ترین دوگانه‌های موجود در نظام اجتماعی و ساختار فرهنگ عامه، موضوع و مرکز توجه جامعه‌شناسان و فرهنگ‌شناسان بوده است. فمینیسم به‌عنوان یکی از شاخه‌های جامعه‌شناسی، بیش از هر رویکرد دیگری به دوگانه «زن» و «مرد» و تأثیر آن بر ساخت فرهنگ جوامع پرداخته است. فمینیست‌های اگزستانسیالیست معتقدند که جهان‌بینی‌های مردانه از طریق ابزار فرهنگی و تشدید جامعه‌پذیری، به دنبال تحمیل «ماهیت جنسیتی» بر زنان هستند. این «ماهیت جنسیتی»، موجب می‌شود تا جامعه، رفتارهایی قالبی و هنجارهایی ساختگی و خاص را بر زنان تکلیف کند. ضرب‌المثل‌های فارسی به‌عنوان یک ابزار فرهنگی مؤثر و کاربردی در فرهنگ عامه، به‌خوبی توانسته است استانداردهای جنسیتی را بازتاب دهد. با تأکید بر نظریه فمینیسم اگزستانسیالیست و با روش توصیف و تحلیل کیفی ضرب‌المثل‌های موجود و شایع در زبان فارسی می‌توان گفت که فرهنگ عامه توانسته است تقدم اصالت وجودی زنان را نادیده بگیرد. همچنین آزادی، گزینش و انتخاب زنان را کم و زیاد کرده است و وضعیت‌هایی بنیادین و رفتارهایی قالبی و ثابت را برای کنترل آنان، اعمال کرده است. فرهنگ عامه می‌تواند مسئولیت‌پذیری و فعالیت اجتماعی زنان را از طریق ابزارهای فرهنگی، محدود و وابستگی و حس تعلق‌پذیری را نیز بر آنان تحمیل کند. فرهنگ عامه، نظارت‌پذیری، کنترل و وابستگی عاطفی و اقتصادی زنان را تنظیم می‌کند. در این مقاله کوشش می‌شود تا یافته‌های فوق، در ارتباط با موضوع «ماهیت جنسیتی»، مورد ارزیابی و تحلیل قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: جامعه‌شناسی، ضرب‌المثل، جنسیت، فمینیسم، اگزستانسیالیسم

۱. مقدمه و بیان مسئله

فرهنگ مقوله‌ای وسیع است که باورها، مبانی، قواعد، هنجارها، اخلاق و ارزش‌های اجتماعی بسیاری را در بر می‌گیرد. به عبارت دیگر فرهنگ مانند نرم‌افزاری است که مسیر سازگاری کنشگران و همچنین طرح مناسبات زیست اجتماعی مشترک آنها را ممکن می‌کند. از این رو، هر فرهنگی دارای ابزار و مناسبات خاص خود است. ادبیات، رقص، موسیقی، نقاشی و دیگر هنرها از سازویرگ‌های تأثیرگذار فرهنگ‌ها تلقی می‌شوند. در این میان، ضرب‌المثل‌ها نیز یکی از اسباب تأثیرگذار فرهنگی هستند. در فرهنگ ایرانی، ضرب‌المثل‌های زیادی وجود دارد که بخشی از حافظه جمعی کنشگران فارسی زبان، محسوب می‌شود. «کار بست اجتماعی این ضرب‌المثل‌ها، موجب سامان‌دهی ناخودآگاه و همچنین تنظیم رفتار اجتماعی و فرهنگی کنشگران ایرانی می‌شود» (خسروی‌شکیب، ۱۴۰۲، ۱۹۵). ضرب‌المثل‌ها ماحصل زیست جمعی و تجربی کاربران یک فرهنگ در طی سالیان دراز هستند. آنها بسیار تیز و نافذ هستند و به راحتی می‌توانند کاربران را متقاعد و افسون کنند. ضرب‌المثل‌ها ساختی موجز و مختصر دارند و می‌توانند کلیشه‌های فرهنگی را به راحتی از نسلی به نسل دیگر انتقال دهند. ضرب‌المثل‌ها می‌توانند هنجارها و استانداردهایی فرهنگی را تبلیغ کنند که رفتار و کنش افراد را در یک اجتماع، تنظیم و تعدیل کنند. در زبان فارسی بسیاری از ضرب‌المثل‌ها در خلق قالب‌های رفتاری و کلیشه‌های فرهنگی و همچنین در خلق و برجسته کردن دوگانه‌های ساختاری فرهنگ اهمیت زیادی دارند. آنها در نشان دادن تمایز و تفاوت قطب‌های استعاری و مفهومی در ذهن و زبان کاربران فرهنگی به شدت تأثیرگذارند.

«زن» و «مرد» یکی از دوگانه‌های ساختاری در اجتماع است که مستلزم استانداردها و هنجارهای فرهنگی متفاوتی است. ضرب‌المثل‌های «جنسیتی» در جانداختن و تبلیغ هنجارها و ارزش‌های مربوط به «زن و مرد» نقش مهمی را ایفا کرده‌اند. تحلیل جامعه‌شناختی جنسیتی این ضرب‌المثل‌ها نشان می‌دهد که «زن» در فرهنگ ایرانی «جنس دوم»^۱ و حاشیه‌ای تلقی می‌شوند؛ چراکه نظام آموزشی، جهان‌بینی و تفکرات فرهنگی از طریق ابزاری چون ضرب‌المثل، توانسته است تا «وضعیت‌هایی بنیادین» و



1. The second sex

«کلیشه‌هایی ساختگی» را بر زنان تکلیف کند تا ضمن طرح و تثبیت تمایزات جنسیتی، بتواند «ماهیتی جنسیتی» را بر زنان تحمیل کند. این مقاله با بررسی و تحلیل کیفی ضرب‌المثل‌های جنسیتی به دنبال پاسخ به این سؤالات است: ضرب‌المثل‌ها به‌عنوان ابزار فرهنگ عامه، چه کلیشه‌ها و چه «وضعیت‌های بنیادینی» را بر جنس «زن» تکلیف می‌کنند؟ آیا فمینیسم اگزیستانسیالیست^۱ ظرفیت نظری و ابزارهای درخوری برای تحلیل تفاوت‌های جنسیتی موجود در ضرب‌المثل‌های فارسی دارد؟

پیش‌فرض‌های نگارنده این است که نظریه فمینیسم اگزیستانسیالیست، با طرح مبانی و اصولی مانند «اصالت وجود»، «وضعیت بنیادین»، «آزادی»، «انتخاب و گزینش» و «مسئولیت و تعهد» می‌تواند نشان دهد که ضرب‌المثل‌های موجود در فرهنگ ایرانی نوعی «ماهیت جنسیتی» و چهارچوب فرهنگی و اجتماعی را بر زنان تحمیل می‌کنند که هرچند ساختگی است، اما در نهایت می‌تواند موجب وابستگی عاطفی، ذهنی و اقتصادی زنان شود و این تلقی را در فرهنگ عامه به وجود آورد که زنان «جنس دوم» هستند.



۲. پیشینه تحقیق

تحقیقاتی که در مورد ضرب‌المثل‌ها انجام شده است را می‌توان در سه قسم دسته‌بندی کرد. قسم اول تحقیقاتی مکانیکی هستند که به گردآوری و دسته‌بندی ضرب‌المثل‌ها پرداخته‌اند. قسم دوم، پژوهش‌هایی هستند که به بررسی و تحلیل کیفی ضرب‌المثل‌ها پرداخته‌اند. قسم سوم نیز پژوهش‌هایی را در بر می‌گیرند که به آسیب‌شناسی ضرب‌المثل‌ها پرداخته‌اند. قسم سوم از ضرورت بیشتری برخوردار است، چراکه در پویایی فرهنگی و تعدیل جهان‌نگری اجتماعی و ذهنیت کاربران، اهمیت زیادی دارند.

امین‌الرعايا و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله «بررسی ویژگی‌های منتسب به زنان در ضرب‌المثل‌های فارسی» به ویژگی‌های زنانه مانند زیبایی، زشتی، ضعیف‌النفس بودن، پلیدی، حيله‌گری، بی‌وفایی، سخن‌چینی، حسادت، تبلی، شرارت، پرحرفی و... در ضرب‌المثل‌ها پرداخته‌اند. آنها با بررسی ۳۸۲ نمونه تلاش کرده‌اند تا این ویژگی فیزیکی،

1. Feminist existentialism

روان‌شناختی، اخلاقی، عاطفی، خانوادگی و اجتماعی زنان را استخراج و مورد تحلیل کمی قرار دهند. بدیهی است که امین‌الرعا و همکاران مقاله خود را بر هیچ نظریه‌ای استوار نکرده‌اند و تحقیق آنها فاقد تحلیل کیفی است.

الداعی (۱۴۰۰) در «مقایسه تطبیقی کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی از دیدگاه جامعه‌شناسی زبان» تلاش کرده است موضوع جنسیت را در ۱۰۰ ضرب‌المثل فارسی و ترکی استانبولی مورد بررسی قرار دهد. نویسنده در پایان به این نتیجه رسیده است که با توجه به مجاورت و نزدیکی جغرافیایی، همخوانی و مشابهت قابل‌اعتنایی در موضوع تبعیض جنسیتی در فرهنگ ایرانی و ترکی وجود دارد. نویسنده در این مقاله با استناد به نظریه قدرت زبان از فرکلاف، به این نتیجه رسیده است که زبان خاصیت جنسیتی دارد و می‌تواند با توجه به اسامی خاص و عام نوعی از جنسیت را بر افراد تحمیل کند.

معصومی و رحیمی نژاد (۱۳۹۱) در مقاله «زن و ضرب‌المثل‌های جنسیتی» به بررسی چند ضرب‌المثل جنسیتی در سطح جامعه تهران پرداخته‌اند. آنها با طرح پرسش‌نامه و تحقیقات میدانی به این نتیجه رسیده‌اند که مردم تهران کمتر از ضرب‌المثل‌های جنسیتی استفاده می‌کنند و آنها اصولاً به استفاده از ضرب‌المثل‌ها تن در نمی‌دهند.

ایمانی و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله «زن در ضرب‌المثل‌های فارسی: تحلیل گفتمان انتقادی» و با استناد به نظریه فرکلاف و هلیدی، به نقد گفتمان انتقادی موجود در کتاب «کوچه» از شاملو و «امثال و حکم» دهخدا پرداخته‌اند. این مقاله آماری و کمی است و با استناد به ارقام و اعداد به این نتیجه رسیده است که کتاب کوچه به منزله یک فرهنگ ضرب‌المثل معاصر، نگرش مثبت‌تر و متعادل‌تری به زن دارد و تبعیض و نابرابری جنسیتی و نابرابری قدرت در آن کمتر است؛ حال آنکه امثال و حکم دهخدا نگاه سنتی و کلاسیکی نسبت به زن و مناسبات اجتماعی میان زن و مرد دارد.

مقاله حاضر، هیچ همپوشانی و همخوانی کیفی و یا تحلیلی با مقاله ایمانی و همکاران و دیگر مقالات ذکر شده در پیشینه تحقیق ندارد و نگارنده در جست‌وجوهای خود هیچ مقاله‌ای با عنوان و یا مشابه با عنوان مقاله پیش‌رو نیافت.



۳. چارچوب نظری

اصطلاح فمینیسم به عنوان یک جریان جامعه‌شناختی و فرهنگی، از اوایل قرن بیستم با فراز و فرود فراوان به حیات خود ادامه داده است. این جریان تاریخی و پویا تلاش کرده است تا با طرح آزادی فردی و تساوی حقوق زنان، به دنبال اصلاحاتی در حوزه‌هایی چون سیاست، اقتصاد، اجتماع، خانواده و همچنین فرهنگ، به نفع زنان باشد. جریان فمینیسم، شاخه‌های متعددی پیدا کرده است. والاس معتقد است که فمینیست‌های فرهنگی «بر ضرورت قابلیت‌های عاطفی و فرهنگی زنان برای ساختن جهان بهتر تأکید می‌کردند» (والاس، ۱۳۸۵، ۲۹۴). او همچنین بیان می‌کند که فمینیست‌های لیبرال «به دنبال آزادی و برابری در حوزه‌های اجتماعی و عمومی بودند. آنها با تأکید بر مفهوم آزادی به دنبال گسترش استعداد و قابلیت زنانه بودند» (والاس، ۱۳۸۵، ۲۹۶). فمینیست‌های مارکسیستی نیز «نظام طبقاتی و نظام حاکم بر مناسبات کارگر و کارفرما را عامل تشدید سلطه بر زنان طبقه متوسط می‌دانستند» (مقدادی، ۱۳۷۸، ۳۷۸). فمینیست‌های سوسیالیست، «مردسالاری را در پیوستگی با سرمایه‌داری، نژادپرستی و توزیع نامناسب ثروت، به چالش کشیدند» (جاگر^۱، ۱۹۸۳، ۴۸). اِکوفمینیسم‌ها نیز «تحقیر جایگاه اجتماعی زنان را با تخریب محیط زیست و بهره‌برداری بی‌رویه از امکانات زیست‌محیطی مطرح کردند» (پارساپور، ۱۳۹۱، ۱۲). فمینیست‌های پسااستعماری نیز موضوع «خود» و «دیگری» و همچنین «فراست» و «فروست» را در ارتباط با مردان و زنان به کار بردند. فمینیست رادیکال نیز «نه تنها برابری مردان و زنان را رد می‌کنند، بلکه از طریق انقلاب اجتماعی به دنبال برتری و تفوق زنان بر مردان در عرصه‌های اجتماعی و نظام ساختاری جامعه هستند» (والاس، ۱۳۸۵، ۲۹۷).

نظریه فمینیسم هرچند جریان‌های متعدد و تجربه‌ها و اهداف گوناگونی و البته پویایی را از سر گذرانده است، اما آرمان همه جریان‌های فمینیستی، توانمندسازی زنان، خودباوری، استفاده از ظرفیت‌های زنانه و در نهایت تبدیل جهان به جایی بهتر برای زندگی زنان است. فمینیسم اگزیستانسیالیسم، شاخه‌ای دیگر و البته مؤثر از این جریان است که تلاش می‌کند تا با استناد به اصول و مبانی نظری اگزیستانسیالیسم، به موضوع زنان و تأثیرپذیری





آنها از فرهنگ پردازد. اگزیستانسیالیست‌ها با تأکید بر «آزادی»، «مسئولیت» و «اصالت وجود» معتقدند که وجود انسان بر ماهیت او، تقدم دارد (سارتر، ۱۳۸۰، ۴۵). آنها می‌گویند که ماهیت انسان موضوعی متقدم نیست که با فرض خدا یا طبیعت، هم عرض با وجود شکل بگیرد و یا بر وجود پیشی بگیرد، بلکه انسان با تکیه بر آزادی و گزینش می‌تواند ماهیت خود را شکل دهد. آنها معتقدند که انسان محکوم به آزادی است و این آزادی به معنای امکان گزینش و انتخاب است. انسان ممکن است که محدود شود و دایره گزینش و انتخاب او تنگ شود، اما امکان انتخاب او هرگز از بین نمی‌رود. اگزیستانسیالیست معتقدند که موضوع آزادی درک نخواهد شد مگر با درک «وضعیت‌های بنیادین». پرتاب شدن به دنیا و همچنین مرد بودن و زن بودن از وضعیت‌های بنیادین بشر هستند که به شدت «آزادی» و «انتخاب و گزینش» مترتب بر آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اگزیستانسیالیست معتقدند که همه «وضعیت‌های بنیادین» در «وضعیت وضعیت‌ها» یعنی «در جهان بودن» جای دارند (احمدی، ۱۴۰۰، ۲۲۹) که می‌تواند دایره انتخاب و گزینش انسان را تنگ‌تر کند. سارتر در کتاب فلسفه اگزیستانسیالیسم می‌گوید که «انتخاب و گزینش» نیز موجب مسئولیت و تعهد می‌شود و این تعهد خود عامل «دلهره و اضطراب» است؛ «دلهره انتخاب» خود می‌تواند موجب «فرار از آزادی» و تن دادن به بندگی و نظارت‌پذیری شود و این نظارت‌پذیری و تقلید، انسان را از «اصالت» دور می‌کند، چراکه اصالت از نظر او پیش فرضی اخلاقی نیست، بلکه اصالت به معنای داشتن فردیت و عدم پیروی از راه و روش و همچنین تأثیرپذیری از دیگران است (سارتر^۱، ۱۹۶۲، ۱۵۰-۱۴۱).

سیمون دوبوار با نوشتن کتاب جنس دوم و تأکید بر «ماهیت جنسیتی» زنان، خود را به‌عنوان برجسته‌ترین نظریه‌پرداز جریان فمینیست اگزیستانسیالیست معرفی کرده است. دوبوار کتاب جنس دوم را در دو مجلد و هفت فصل نگاشته است. سه فصل مجلد اول به نقش سرنوشت، تاریخ و اسطوره‌ها در شکل‌گیری زنانگی می‌پردازد. در مجلد دوم نیز به فرهنگ، موقعیت، توجیه‌ها و نقش آنها در خلق زنانگی پرداخته می‌شود. دوبوار در فصل هفتم از مجلد دوم، با عنوان «به سوی رهایی»، به تلاش، استعداد و ظرفیت‌های موجود در زنان

می‌پردازد که می‌توانند در مسیر رهایی و آزادی آنان مؤثر باشند. او در این هفت فصل، تلاش می‌کند تا به پدیده ساختگی «زنانگی» پردازد و اثبات کند که زنانگی پدیده‌ای تاریخی، اجتماعی، روانی و البته فلسفی است که بر زنان تحمیل می‌شود. (دوبوار، ۱۳۸۲، ۱۰۹).

دوبوار از دوستان و نزدیکان به سارتر، فیلسوف آگزیستانس، بود. او مانند آگزیستانسیالیست‌ها معتقد بود که «وجود» مقدم بر «ماهیت» است. با این استدلال او بر این عقیده اصرار داشت که انسان «زن» زاده نمی‌شود، بلکه در مسیر فرهنگ‌پذیری و نظارت‌پذیری است که «وضعیت‌های بنیادین» فرهنگی و تاریخی بر او تحمیل می‌شوند و او را از «اصالت» دور می‌کنند و لاجرم او را به «زن» تبدیل می‌کنند. سیمون دوبوار در این کتاب تلاش می‌کند (دوبوار، ۱۳۸۲، ۵۹-۵۲) تا اثبات کند که «ماهیت جنسیتی» زنان، همان نقش‌های فرهنگی و تاریخی و گاهی اسطوره‌ای خاص هستند که از بدو تولد «زنان» را از موضوع «آزادی» و «انتخاب و گزینش» محروم می‌کنند و لاجرم استانداردها و هنجارهایی ساختگی و موهوم را بر آنها تکلیف می‌کنند که موجب می‌شود تا از زنان «جنس دوم» و «فروست» و «حاشیه‌ای» ساخته شود. این «جنس دوم» با از دست دادن «اصالت»، نه تنها در جایگاهی فروتر قرار می‌گیرد، بلکه استقلال و «آزادی انتخاب و گزینش» خود را نیز از دست می‌دهد و لاجرم به موجودی بی «مسئولیت» و بی «تعهد» تبدیل می‌شود که از منظر عاطفی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به شدت وابسته و نظارت‌پذیر است.

سیمون دوبوار تبدیل شدن زنان به «جنس دوم» را محصول «ماهیت جنسیتی» زنان می‌داند که این «ماهیت جنسیتی» نیز خود از طریق فرهنگ و ابزار آن، بر زنان تکلیف می‌شود و در نهایت موجب عدم استقلال زنان در اموری مانند اقتصاد، ازدواج، کار، خانواده، خلاقیت، فردیت و ... می‌شود. در این مقاله تلاش می‌شود تا «ماهیت جنسیتی» زنان در ضرب‌المثل‌های فارسی، مورد بررسی و تحلیل کیفی قرار گیرد. رویکرد نظری «فمینیسم آگزیستانسیالیست» و مفاهیم مورد نظر این جریان، در طرح نقشه راه و زاویه نگاه نویسنده این تحقیق، اهمیت بسزایی داشته است.



۴. بحث و بررسی

ضرب‌المثل‌ها بخشی از اطلاعات مربوط به زیست‌جمعی گذشتگان را در خود فشرده کرده‌اند. آنها یکی از ابزار مؤثر در فرهنگ عامه هستند که داستان‌ها و تجربه‌هایی را در زیرساخت خود دارند و فراز و فرود و همچنین چگونگی تداوم نسل بشر را برای آیندگان ترسیم می‌کنند. «زنان» نیز به‌عنوان یکی از دو قطب مفهومی هستی در کنار مردان، موضوع نیمی از داستان حیات بشر هستند که قابل انکار و چشم‌پوشی نیستند. ضرب‌المثل‌های فارسی به‌عنوان یکی از ابزار فرهنگ عامه، نشان‌دهنده جایگاه تاریخی، سیاسی و فرهنگی زنان ایرانی هستند. آنها در شکل‌گیری و تثبیت «ماهیت جنسیتی» زنان ایرانی، نقش اساسی را ایفا کرده‌اند.

در ادامه موقعیت فرهنگی، اجتماعی و وجودی زنان در ضرب‌المثل‌های فارسی، مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۴-۱. جنس و جنسیت

تعریف جنس و جنسیت^۱ برای درک «ماهیت جنسیتی» مورد نظر اگرستانسیالیست‌ها اهمیت زیادی دارد. مودلسکی^۲ معتقد است که «جنسیت برای درک فرهنگ عامه بسیار کلیدی است» (به نقل از: استرینانی، ۱۳۹۲، ۲۵۴). این تفاوت در جامعه‌شناسی جنسیت نیز اهمیت دارد. جامعه‌شناسان «جنس» را اصطلاحی می‌دانند که بر تفاوت و تمایزات فیزیولوژیکی میان زن و مرد دلالت دارد. هورمون‌ها، توده‌های عضلانی، اندام، سیستم عصبی، ضخامت پوست و دیگر تفاوت‌های فیزیولوژیکی و بیولوژیکی به «جنس» برمی‌گردند. این تفاوت‌ها و تمایزات همان «وضعیت‌هایی بنیادین» هستند که در طبیعت وجودی انسان نهادینه شده‌اند.

تمایزات «جنسی» نه قابل تغییرند و نه مورد چون و چرا؛ حال آنکه «جنسیت» به تفاوت و تمایزات میان مرد و زن اشاره دارد که تاریخی هستند و برساخته ذهن و فرهنگ یک جامعه هستند. «جنسیت» متغیری فرهنگی و اجتماعی است. این تمایزات با تشکیل



1. Sex & Gender

2. Modleski

مفاهیمی چون «مردانگی» و «زنانگی» موجب شده است تا استانداردها و چارچوب‌هایی فرهنگی بر زنان تکلیف شود که موجب نظارت‌پذیری و نوعی از سرسپردگی فرهنگی و اجتماعی آنها شود. «جنسیت حتی می‌تواند موجب بروز و شکل‌گیری زبان جنسیتی شود» (کینگ^۱، ۱۹۹۴، ۶). فمینیسم اگزیستانسیالیسم معتقد است که «ماهیت جنسیتی» که از طریق ابزار فرهنگی تبلیغ می‌شود، موجب شکل‌گیری نوعی از تبعیض اجتماعی می‌شود که در نهایت، زنان را به «جنس دوم» تبدیل می‌کند.

۴-۲. زن؛ وضعیت‌های بنیادین جنسیتی

یکی از مبانی اصلی اگزیستانسیالیسم موضوع «وضعیت» است. اگزیستانسیالیست‌ها بر این عقیده هستند که درک «وضعیت‌های بنیادین، کلید درک موضوع مهم «آزادی» و «اختیار» است (سارتر، ۱۳۸۰، ۴۳). «وضعیت‌های بنیادین» همان گزاره‌هایی هستند که آزادی بشر را محدود می‌کنند. این «وضعیت‌ها» مانند تولد، مرگ، جنس، نژاد و مهم‌تر از همه «در جهان بودن»، آزادی و انتخاب بشر را تقلیل می‌دهد. فمینیست‌های اگزیستانسیالیست نیز معتقدند که علاوه بر این «وضعیت‌های بنیادین» هستی‌شناسانه، تعدادی دیگر از «کلیشه‌های فرهنگی» از طرف تاریخ و اجتماع بر جنس زنان تحمیل می‌شود که با کارکردی شبیه به کارکرد «وضعیت‌های بنیادین»، موجب شکل‌گیری «ماهیت جنسیتی» برای آنان می‌شود. به ضرب‌المثل‌های زیر دقت کنید.

خدای زن مرد است.

زن ناقص‌العقل است.

اصلم پدر است که مادرم رهگذر است.

زن و اژدها هر دو در خاک به.

عقد پسرعمو و دخترعمو را در آسمان بسته‌اند.

زن بی‌حجب و حیا آتش بی‌نمک است.

اسب و زن اعتبار ندارد.



به دزد اعتماد کن، به زن مکن.

زن شیطان است.

تمام بلاها زیر سر زنان است.

پلی که زن ساخته باشد، اردک از آن عبور نمی‌کند.

زن نخود زیر زبانش نمی‌خیسد.

دهان زن چفت و بست ندارد.

خر را خرده‌بار می‌کشد، زن را خرده‌کار.

رازدل با زنان و کودکان مگوی.

نمونه‌های بالا همگی برداشتی دیگر از مفهوم «وضعیت» است. در ضرب‌المثل‌های بالا، وضعیت‌های گوناگونی از طریق فرهنگ بر «زنان» تحمیل شده است که هرچند به اندازه مرگ و تولد و دیگر وضعیت‌های بنیادین مورد نظر آگزیستانسیالیست‌ها مهم نیستند، اما همچنان موجب شده است تا «زنان» در جامعه به‌عنوان «جنس دوم» تلقی شوند. در ضرب‌المثل‌های بالا، «بی‌اعتمادی»، «بی‌مسئولیتی»، «مگاز بودن»، «کند ذهن بودن»، «وابسته بودن» و ... از وضعیت‌های فرهنگی و تاریخی تحمیل شده بر زنان به حساب می‌آیند. در ضرب‌المثل «خدای زن، مرد است» و «زن ناقص‌العقل است» و همچنین «اصلم پدر است که مادرم رهگذر است» همگی وضعیت‌هایی را می‌بینیم که گویی جزوی از وضعیت انسانی «زنان» شده است. این وضعیت‌های فرهنگی که «اصل پدر است»، «مرد خداست» و «زن ناقص‌العقل است» نوعی از محکومیت را بر وضعیت انسانی زنان، تحمیل می‌کنند که زنان را محکوم می‌کند تا حاکمیت مردان را بپذیرند و همچنین به ضعف و ناتوانی ذهنی خود باور داشته باشند. وضعیت‌های فرهنگی و تاریخی تحمیل شده، تأکید می‌کنند که زنان باید سرپرستی و حضانت مردان را بر خود بپذیرند. نمونه‌های دیگر مانند «دهان زن چفت و بست ندارد» نیز محکومیت‌های دیگری را بر وضعیت انسانی «زنان» تحمیل می‌کنند. در ضرب‌المثل «عقد پسرعمو و دخترعمو را در آسمان بسته‌اند»، انتخاب و گزینش زنان محدود می‌شود. در ضرب‌المثل «زن و اژدها هر دو در خاک به»، ضمن مقایسه زن با موجودی مخرب مانند «اژدها»، حق زندگی و حیات او نادیده انگاشته شده



است. «زن بی حجب و حیا آش بی نمک است» نیز رعایت «حجب و حیا» را مختص زنان دیده است. گویی مردان نیاز به رعایت حجب و حیا ندارند.

مودلسکی بیشتر از همه به رابطه جنسیت‌گرایی و فرهنگ عامه پرداخته است (استرینانی، ۱۳۹۲، ۲۵۲). در اغلب موارد، دیگر ضرب‌المثل‌ها نیز «نگاه خیره مردان»^۵ را به زنان بازتاب می‌دهند. مودلسکی معتقد است که «فرهنگ عامه چنان با زنانگی و جنسیت پیوند خورده است که نیاز به نقد فمینیستی در سطوح مختلف فرهنگ، اهمیت می‌یابد» (مودلسکی، ۱۹۸۶، ۳۷). ضرب‌المثل‌های فارسی نیز جوری ترتیب یافته‌اند که زنان را در مورد فرهنگ عامه و اثرات منفی آن، مسئول جلوه می‌دهند و در مقابل، این مردان هستند که در برابر فرهنگ والا مسئول شناخته می‌شوند.

به نظر می‌رسد که پیوستگی فرهنگ عامه با دغدغه «جنسیت»، موجب شده است تا «وضعیت» و کلیشه‌هایی خاص و ساختگی بر زنان تحمیل شود. این کلیشه‌های فرهنگی مانند «ازدواج و زاینده‌گی»، «اقتصاد»، «مصرف‌گرایی»، «اخلاقیت» و ... موقعیت زنان را در جامعه تحت تأثیر قرار داده‌اند و موجب سوگیری و تبعیض جنسیتی فاحشی در حوزه فرهنگ عامه شده‌اند.

ازدواج و زاینده‌گی. ازدواج و زاینده‌گی یکی از وضعیت‌های بنیادین تاریخی و فرهنگی است که در تبدیل زنان به «جنس دوم» تأثیر زیادی داشته است. فمینیسم اگرستانسیالیست، فرهنگ عامه را میدان مبارزه جهان‌بینی‌های مربوط به زنان و مردان می‌داند. یک تفکر برای تثبیت و ماندگاری خود باید در عرصه فرهنگ عامه جای خود را باز کند و بدون تأثیرگذاری بر فرهنگ عامه، هیچ جهان‌نگری و بینشی نمی‌تواند حیات و نتیجه خود را نشان دهد. زنان و مردان، کار و سرمایه، تولید و مصرف، عرضه و تقاضا و ... و همچنین نظریه‌های مربوط به هرکدام از این مفاهیم دوگانه، در میدان فرهنگ عامه است که برای تداوم و حیات و تسلط خود مبارزه می‌کنند. تفکرات و ایدئولوژی‌ها اجتماعی، برای مسلط شدن و ماندگاری در سپهر فرهنگی ناچارند با یکدیگر به جدال بپردازند (استرینانی، ۱۳۹۲، ۲۴۲). تجرد و ازدواج نیز از دوگانه‌هایی است که برای تحمیل معانی خود بر کاربران فرهنگی، مدام در تکاپو و رقابت هستند. بعضی از نظریه‌های فرهنگی تجرد را تبلیغ



می‌کنند و در برابر آنها تعدادی دیگر نیز ازدواج و متعلقات آن را برجسته می‌کنند. فمینیست اگزستانسیالیست از جمله نظریه‌های موجود در فرهنگ عامه است که ازدواج را وضعیتی بنیادین می‌داند که در شکل‌گیری و تثبیت «ماهیت جنسیتی» زنان، تأثیر زیادی داشته است. به ضرب‌المثل‌های زیر دقت شود.

- زن نزاییده، بیگانه است.

- زن که رسید به بیست، باید بحالش گریست.

- پسر خوب از زن خوب به دنیا می‌آید.

- زود بزا و نر بزا.

- بورایی در گوشه خانه، به از زن نازاینده.

- زن تا نزاید دلبر است، وقتی زاید، مادر است.

- زن جوان خوبی است، اما حیف که دخترزاست.

- قابله دید زایدن یادش آمد.

- از التفات شوی بود قدر زن بلند.

- زن ممنون شوهر خویش است، صوفی ممنون پیرش.

- بر شوی، زن به که نزد پدر.

- زنی که می‌خواند، شوهر می‌خواهد.

«زن نزاییده، بیگانه است» و «زن که رسید به بیست، باید به‌حالش گریست» معرف وضعیت‌های بنیادین جنسیتی و همچنین استانداردهای فرهنگی رایج در جامعه است. ضرب‌المثل «زن که رسید به بیست، باید به‌حالش گریست» نشان‌دهنده یک تفکر و جریان فرهنگی و تاریخی است که علاوه بر تبلیغ «زنانگی» تلاش می‌کند تا ماهیتی جنسیتی را برای زنان تعریف کند. این ماهیت جنسیتی، دختران جوان را برای پذیرفتن نقش‌هایی برای آینده مانند همسر و مادر، آماده و متقاعد می‌کند؛ به طوری که زنان در نهایت انتخابی غیر از ازدواج و همسررداری نخواهند داشت.

ضرب‌المثل‌هایی چون «زن نزاییده، بیگانه است»، «زن تا نزاید دلبر است، وقتی زاید، مادر است» نیز به‌عنوان ابزارهای فرهنگ عامه، در جافتادن انتظارات و ملاحظات



جنسیتی، نقش زیادی داشته‌اند. در فرهنگ عامه که زنان از استقلال مالی برخوردار نیستند و در فرهنگی که قابلیت و توانایی ذهنی زنان و فعالیت‌های اجتماعی آنها همواره نادیده و تحقیر می‌شده است و در فرهنگی که فریبندگی ظاهری، فراغت و مصرف، اولین و آخرین تعهد و مسئولیت زنانه تلقی می‌شود، لاجرم این نتیجه به دست خواهد آمد که «ازدواج» و «همسررداری» و نیز «زایندگی» و «پسرزایی» غایت و هدف نهایی زنان است. در این فرهنگ، گویی ازدواج و شوهررداری تنها مسیری است که زنان به‌عنوان «جنس دوم» می‌توانند خود را اثبات و نمایش دهند و به این طریق آمادگی فرهنگی و نقش اجتماعی خود را به کار بگیرند. این قسم از ضرب‌المثل‌ها، رفتارهایی را به زنان آموزش می‌دهند که زنان را متقاعد می‌کنند که رفتاری مانند مادران ایده‌آل و یا زنان خانه‌دار و نظارت‌پذیر، را از خود به نمایش بگذارند.

اقتصاد. فرهنگ عامه در موضوع تبعیض و نابرابری‌های اقتصادی و همچنین چرخش قدرت و امتیازات خاص در میان مردان و زنان، اهمیت زیادی دارد. ابزار فرهنگی مانند ضرب‌المثل‌ها، مثل‌ها، داستان‌ها، اشعار و ... این توانایی را دارند که نابرابری‌های اقتصادی را برای جنس مرد و یا زن و همه افراد و اقشاری که دچار محرومیت و تبعیض شده‌اند، عادی و اجتناب‌ناپذیر جلوه دهند. طبقات اجتماعی در هر فرهنگی، قسمتی از دانش و آگاهی خود را از طریق فرهنگ عمومی کسب می‌کنند. از آنجا که گردش اطلاعات و کنترل آگاهی در اختیار طبقاتی است که قدرت و ثروت کافی را برای نظارت دارند، لاجرم این طبقات باید اطمینان داشته باشند که آنچه از طریق فرهنگ عامه در اختیار کاربران و کنشگران فرهنگی قرار می‌گیرد، در جهت منفعت و در راستای تقویت سلطه و کنترل آنهاست. در فرهنگ عامه فارسی، آنچه از طریق ابزار فرهنگی در اختیار عموم قرار می‌گیرد، در جهت بازتولید تبعیض و نابرابری میان مرد و زن است. به ضرب‌المثل‌های زیر دقت شود.

- نان بده، فرمان بده.

- خدای زن، مرد است.

- زن خانه‌داری کند و مرد نان‌آوری.

- زن بنشیند، مرد پا شود.





- داماد سرخانه، افسارش را هم زن می‌کشد هم مادر زن.

- زن به شست‌وشو، مرد به جست‌وجو.

ضرب‌المثل‌های فوق‌نشان می‌دهد که تمرکز بر مؤلفه‌های اقتصادی، در نهایت قوی‌ترین متغیری است که می‌تواند استقلال و یا عدم استقلال جنسیتی را رقم بزند. به عبارت دیگر «ماهیت جنسیتی» مورد نظر فمینیست‌های آگزیستانسیالیست، تا حد زیادی تابعی از فشارها و اضطرارهای اقتصادی و مالی زن و مرد است. ضرب‌المثل «زن خانه‌داری می‌کند، مرد نان‌آوری» نشان می‌دهد که «خانه‌داری زنان» تابعی از موقعیت اقتصادی مردان است. اقتدار و استقلال اقتصادی مردان، موجب می‌شود تا استانداردهای مورد نظر آنها را بازتولید و تثبیت کند. اگر «خدای زن، مرد است»، به خاطر این است که مردان در مدیریت اقتصادی خانواده نقش اصلی را بر عهده دارند. ضرب‌المثل «نان بده، فرمان بده» به صراحت تأثیر اقتصاد را در کنترل و تابعیت زنان را یادآوری می‌کند. به عبارت دیگر می‌توان گفت که استقلال فکری و کنشگری مؤثر افراد تابعی از توانایی اقتصادی آنهاست. «داماد سرخانه، افسارش را هم زن می‌کشد هم مادر زن» دقیقاً می‌خواهد بگوید که تابعیت و کنترل فارغ از جنسیت، تابعی از میزان و چگونگی استقلال اقتصادی است. فمینیست‌های آگزیستانسیالیست معتقدند که موضوع اقتصاد می‌تواند عامل تداوم تسلط و اقتدار جنسیتی باشد. آنها قسمت زیادی از «ماهیت جنسیتی» و لاجرم فرودستی زنان در جامعه امروز را، ناشی از عدم استقلال اقتصادی آنها می‌دانند. اشتها و تکرار ضرب‌المثل‌های فوق در میان فارسی‌زبانان، این عقیده را تبلیغ می‌کند که محرومیت و فرودستی زنان در این بافت فرهنگی و اجتماعی، امری عادی و اجتناب‌ناپذیر است.

خلاصیت. دقت در سازوکارهای فرهنگ عامه نشان‌دهنده این واقعیت است که مردان و جایگاه آنها نسبت به زنان، اهمیت بیشتری دارد. تأکید و اصرار فرهنگ عامه بر تفکیک مردانگی و زنانگی و همچنین برجسته کردن و توجیه «ماهیت جنسیتی» نشان می‌دهد که مردان همواره در ارتباط با فرهنگ والا و زنان در ارتباط با فرهنگ توده‌ای و نازل، ترسیم می‌شوند. مودلسکی تلاش می‌کند تا «فرهنگ والا را در ارتباط با مردانگی و خصلت‌هایی چون تولید، تفکر، فعالیت، نگارش و ... ترسیم کند» (مودلسکی، ۱۹۸۶، ۴۱). او معتقد

است که زنان را در ارتباط با خصلت‌هایی چون، تنبلی، عدم تعقل، عدم کار و فعالیت، عدم تجارت و ... از مردان توانایی کمتری دارند. زنان از نظر مودلسکی و البته در ارتباط با فرهنگ، اغلب بدون خلاقیت و قدرت اندیشه و تفکر ترسیم می‌شوند. «زنان از زاویه دید فرهنگ عامه، از توان و قدرت حل مسئله پایین‌تری برخوردارند». (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ۱۹) آنها بیشتر اهل هیاهو و پرگویی هستند و کمتر از قدرت تفکر و اندیشه خود استفاده می‌کنند. به ضرب‌المثل‌های زیر دقت شود.

- به گفتار زنان هرگز مکن کار.

- زن ناقص‌العقل است.

- با کسی که به حرف زنش است، معامله نکن.

- خواب زن چپ است.

- اگر آب سربالا رفت، زن هم عاقل می‌شود.

- به دانش زنان، کی نمایند راه؟

- زن آن قدر که زودفهم است، خوش فهم نیست.

- با زنان مشورت کن ولی به حرفشان گوش نکن.

ضرب‌المثل‌های بالا به خوبی نشان می‌دهند که فرهنگ عامه چنان با زنانگی و مردانگی پیوند یافته است که نقد «ماهیت جنسیتی» ضرب‌المثل‌ها به‌عنوان ابزار فرهنگی، امری لازم و ضروری است. در ضرب‌المثل «به گفتار زنان هرگز مکن کار»، «زن ناقص‌العقل است»، «به دانش زنان، کی نمایند راه» چنان نابرابری جنسیتی لحاظ شده است که گویی زنان یگانه عامل نارسایی و نواقص اجتماعی و فرهنگی هستند. ضرب‌المثلی مانند «با کسی که به حرف زنش است، معامله نکن» و ... نشان‌دهنده واقیعی ساختگی و سوگیرانه است که نه تنها از واقعیت دور است بلکه تلاش می‌کند تصویری را به مخاطب نشان دهد که منفعت طلبانه و تبعیض‌آمیز است. ضرب‌المثل‌های فوق همگی بر صورت ایدئولوژی نقاب می‌اندازند و با پنهان کردن چهره ایدئولوژی، به دنبال خلق تصاویری جنسیتی از زنان است که تا حد ممکن طبیعی و پذیرفتنی نشان داده شوند. در این تصویرسازی، زنان بیشتر از هر جای دیگر بدون خلاقیت و استعداد ترسیم شده‌اند. ضرب‌المثل «اگر آب سربالا رفت، زن هم عاقل می‌شود» اوج نگاه خیره



فرهنگ، به زنان است. این ضرب‌المثل به‌عنوان یک ابزار فرهنگی تلاش می‌کند تا از طریق یک مقارنه نادرست، ناتوانی ذهنی زنان را امری طبیعی نشان دهد. به‌طور کلی می‌توان گفت که ضرب‌المثل‌های فوق به‌عنوان ابزار فرهنگ عامه، موجب می‌شوند تا زنانگی منفعلانه‌ای را بر زنان تحمیل شود. این ضرب‌المثل‌ها در بلندمدت زنانگی خاصی را بر زنان تکلیف می‌کنند به‌طوری‌که خود زنان از تطبیق دادن خود با این الگوهای فرهنگی، احساس ناخوشایند تبعیض و فرودستی نکنند.

ظاهرسازی و مصرف‌گرایی. مصرف‌گرایی یک موضوع مهم در ارتباط و پیوستگی با فمینیسم است. این موضوع با تظاهر در ارتباط است. مصرف‌کردن در ارتباط با زنان و در فرهنگ عامه، نشان‌دهنده وجود نیروهای سلطه‌جو در زنان است که بر مبارزات و مقاومت درونی زنان در خصوص استعمار، تابعیت و مالکیت و البته هویت، دلالت دارد. در فرهنگ عامه این تلقی وجود دارد که زنان با مصرف و تظاهر به مصرف، احساس هویت بیشتری می‌کنند. بودریار از جامعه‌شناسان برجسته و میدانی است که معتقد است که «مصرف و خرید کالا و سپس نمایش و تظاهر به آن، فرایندی است که می‌تواند علاوه بر حفظ و تثبیت یک هویت، موجب خلق یک موجودیت و شخصیت مستقل و متفاوت جعلی شود. او اضافه می‌کند که زنان اغلب از طریق خرید، مصرف و تظاهر حس هویت و چه کسی بودن را بیشتر احساس می‌کنند» (به‌نقل از: استرینانی، ۱۳۹۲، ۱۴۲). قابل ذکر است که فرهنگ توده‌گرا بر مصرف تأکید بیشتری دارد و اصولاً مصرف یکی از شاخص‌های فرهنگ‌های توده‌گراست. به ضرب‌المثل‌های زیر دقت شود.

- زن زیبا بهشت چشم، جهنم روح و دوزخ کیف پول است.
- هوو، هوو را خوشگل می‌کند، جاری، جاری را کدبانو.
- زن شوهردار نباید لباس کهنه بپوشد.
- اگر گاو خوش خوراک شد، سرت را بگذار و بخسب، اگر زنت خوش خوراک شد، جُلّت را بردار و در رو.
- خوردن مرد را زن می‌داند و خوردن زن را خدا.
- شوهر کردم و سمه کنم نه اینکه وصله کنم.



ضرب‌المثل‌های بالا در فرهنگ ایران، نشان‌دهنده نوعی نگاه سلسله‌مراتبی و طبقه‌بندی شده است که مردان را در جایگاه تولید و در ارتباط با فرهنگ والا به تصویر می‌کشد و زنان را در ارتباط با فرهنگ عامه و پیوستگی با مصرف تعریف می‌کنند. ضرب‌المثل «زن زیبا بهشت چشم، جهنم روح و دوزخ کیف پول است» نشان‌دهنده تفاوت‌های معنادار در میزان خرید و مصرف مرتبط با جنسیت است. در اینجا زنان را «دوزخ کیف» نام نهاده‌اند به این معنا که زنان در ارتباط با خرید کالاها و مصرف بیشتر درک و دیده شده‌اند. زنان «نوپوش»، «مدگرا»، «پرخور» و اهل تظاهر و همچنین اغلب در مراکز خرید و در ارتباط با محصولات جدید و فرایند مصرف‌گرایی ترسیم شده‌اند. آنها بیشتر از مردان از تبلیغات و رسانه‌ها تأثیر می‌پذیرند و این تأثیرپذیری از روحیه سرسپردگی و تسلیمی است که ماهیت جنیستی بر آنها تحمیل کرده است. زنان در فرهنگ عامه اهل رقابت و چشم‌وهمچشمی هستند. ضرب‌المثل «هوو، هوو را خوشگل می‌کند، جاری، جاری را کدبانو» با تأکید بر رقابت‌پذیری، زنان را در ارتباط با مصرف تعریف می‌کنند. در ضرب‌المثل «زن شوهردار نباید لباس کهنه بپوشد» و «شوهر کردم و سمه کنم نه اینکه وصله کنم» مصرف‌گرایی زنان را در ارتباط با شوهرکردن، مطرح می‌شود. گویی شوهر کردن، دست زنان را در اسراف باز می‌گذارد. این دو ضرب‌المثل، زنان شوهردار را مهم‌ترین گروه مصرف‌کننده، معرفی می‌کند.

۳-۴. زن؛ آزادی، انتخاب و مسئولیت

یکی از مبانی بنیادین اگزیستانسیالیست‌ها «آزادی» و مفاهیم مترتب بر آن است. انتخاب و گزینش در ذات آزادی نهفته است. همچنان که انسان موجودی ناطق است و همچنان که انسان موجودی تطبیق‌گر است، لاجرم انسان موجودی است که می‌تواند انتخاب کند، گزینش کند و با انتخاب و گزینش نشان دهد که موجودی آزاد است. انسان راهی به غیر از آزادی و انتخاب ندارد. واقعیت یک انسان هنگامی موجودیت می‌یابد که آزاد باشد و آزادی نیز با انتخاب و گزینش ممکن و معنا می‌یابد. به نظر می‌رسد با تنگ کردن دایره گزینش و انتخاب می‌توان آزادی افراد را نیز محدود کرد. فرهنگ به‌عنوان یک عامل، می‌تواند ساختارهایی را طرح کند تا محدودیت‌ها و نظارت‌هایی را بر رفتار افراد اعمال کند تا بتواند از آزادی آنها بکاهد و به همان نسبت موجودیت آنها را فشرده و تقلیل دهد. ساختارهای



جنسیتی یکی از مهم‌ترین ابزارهایی موجود در فرهنگ عامه است که می‌تواند هستی افراد را محدود کند. به ضرب‌المثل‌های زیر دقت کنید.

- زن تا زمانی جذاب است که تصاحبش نکرده‌ای.

- زن و گاو را از شهر خودت انتخاب کن.

- اسب خوب از طویله بیرون نمی‌رود، دختر خوب از قبیله.

- زن بی‌شوهر مثل اسب همیشه در خواب است.

- زن بی‌شوهر مانند اسب بی‌افسار است.

- دنیا که درهم برهم است، اختیار دست زن است.

نمونه‌های بالا نشان می‌دهد که «زن بودن» یک گزینش فرهنگی است. این گزینش، وضعیت دشواری را بر سر راه شکل‌گیری «ماهیت» زنان اعمال کرده است و آنها را به «جنس دوم» تبدیل می‌کند. فمینیست آگزیستانسیالیست معتقد است که «جنس دوم» بودن در فرهنگ عامه به این معناست که باید به وسیله جنس اول انتخاب شوند. «جنس دوم» در «حاشیه» قرار می‌گیرد و به وسیله اعمال ماهیت جنسیتی در مرتبه «دیگری» قرار می‌گیرد. ضرب‌المثل «زن و گاو را از شهر خودت انتخاب کن» و همچنین «اسب خوب از طویله بیرون نمی‌رود و دختر خوب از قبیله» بر زنان وضعیتی ساختگی و البته دشوار را تحمیل می‌کنند که از وسعت انتخاب و گزینش آنها می‌کاهند. این دو ضرب‌المثل هرچند انتخاب و گزینش را به طور کامل از بین نمی‌برند اما با قیاسی تقلیل‌گرایانه، آزادی زنان را محدود می‌کنند. هرچند آزادی زنان به طور کامل نفی نشده است، اما دایره انتخاب زنان از طریق فرهنگ عامه تنگ شده است و زمینه کنشگری آنان در اجتماع محدود شده است. ضرب‌المثل‌هایی مانند «زن بی‌شوهر مانند اسب بی‌افسار است» و یا «زن بی‌شوهر مثل اسب همیشه در خواب است» شوهرداری را به‌عنوان یک «وضعیت بنیادین» و فرهنگی، بر زنان تکلیف می‌کنند. با توجه به آموزه‌های فمینیست آگزیستانسیالیست‌ها، آزادی زنان در فرهنگ عامه، تابعی از وضعیت‌های بنیادینی است که در مسیر انتخاب و گزینش دارند. فرهنگ عامه با استفاده از این‌گونه از ضرب‌المثل‌ها تلاش می‌کند تا مفهوم آزادی را با مسئولیت، دلهره و تعهد همراه کند، به طوری که زنان به صورت ارادی و با رضایت‌مندی





وضعیت‌های بنیادین طرح‌شده از طرف فرهنگ عامه را بپذیرند. زنان در نهایت می‌دانند که سرپیچی از آن وضعیت‌های فرهنگی موجب دلهره و نگرانی است. موجب بدنامی و داغ ننگ اجتماعی است. در نتیجه خودآگاه از آزادی و انتخاب‌های مترتب بر آن، می‌گریزند. ضرب‌المثل «دنیا که درهم برهم است، اختیار دست زن است» دلهره بسیاری را بر جنس زن تحمیل می‌کند. این ضرب‌المثل کوششی فرهنگی و سوگیرانه است تا «اختیار» و «آزادی» زنان را مسئول آشفته‌گی و ناامنی جهان نشان دهد. این ضرب‌المثل «آزادی» و سنگینی مسئولیت و تعهد را چنان با دلهره و اضطراب می‌آمیزد که ناخودآگاه زنان را از جست‌وجوی آزادی و انتخاب منصرف می‌کند. ضرب‌المثل «دنیا که درهم برهم است، اختیار دست زن است» تثبیت‌کننده اقتدار و استبداد جنسیتی معطوف به مردسالاری و پدرسالاری است. این‌گونه از ضرب‌المثل‌ها اطاعت و نظارت‌پذیری را بر زنان تحمیل می‌کنند و موجب می‌شوند تا زنان آزادی و مسئولیت انتخاب و «اختیار» را از خود سلب کنند و در حمایت بی‌چون‌وچرای کسی قرار بگیرند که به جای آنها تصمیم بگیرد و انتخاب کند؛ نیرویی مقتدر که بتواند امنیت روانی آنها را تأمین کند و آنها را از دلهره انتخاب و گزینش برهاند.

در نهایت باید گفت که فرهنگ عامه از طریق ضرب‌المثل‌ها و تکلیف وضعیت‌های بنیادین جنسیتی، می‌تواند به صورت ارادی و رضایتمندی درونی، آزادی، انتخاب و مسئولیت مترتب بر گزینش زنان را محدود کند و از این طریق نوعی از شیء‌وارگی را بر آنها تحمیل کنند و نشان دهند که زنان نیازمند کنترل، نظارت‌پذیری و محافظت هستند.

۴-۴. زن و کنترل و نظارت‌پذیری

فرهنگ عامه این توانایی را دارد تا با استفاده از ابزار خود مانند دین، ادبیات، هنر و ... سلطه و ایدئولوژی حاکم را بر کاربران تکلیف کند. نظارت‌پذیری و کنترل به‌عنوان یک ابزار ایدئولوژیکی است از طریق فرهنگ عامه بر طیف بیشتری از کاربران تحمیل می‌گردد. فرهنگ عامه و ابزار فرهنگی مانند ضرب‌المثل‌ها، در کسب رضایت و اقیان درونی طبقات و گروه‌های اجتماعی و تن دادن به استیلای تفکرات طبقه حاکم، نقش اساسی دارند. به ضرب‌المثل‌های زیر دقت شود.



- زن مطیع فرمانروای قلب شوهر است

- پنیر را خیک نگه می‌دارد و زن را شوهر.

- چادر قلعه زن است.

- زن پارسا در جهان نادر است.

- پوشش زن به قیمت آرامش دل شوهر است.

- زنی که کسی همراه ندارد، همراه همه است.

- زن پنهان، زر پنهان.

- زن بدون چماق راست نمی‌رود.

- اسب پوزه‌بند می‌خواهد، زن کتک.

در ضرب‌المثل‌های فوق، هژمونی و سلطه مردانه از طریق اعمال و جانداختن کنترل و نظارت‌پذیری بر زنان به نمایش درآمده است. فرهنگ عامه در تسلط حاکمیت مردسالارانه است و این ایدئولوژی مردانه، گروه‌ها و طبقات جامعه را به پذیرفتن استانداردهای فرهنگی و ارزشی مورد نظر خود واداشته است. ضرب‌المثل «چادر قلعه زن است» روشی از کنترل و نظارت‌پذیری را در میان کاربران زن تبلیغ می‌کند که بدون جدال و کشمکش می‌تواند نوعی از تابعیت پنهانی را بر آنها تکلیف کند. تکلیف یک پوشش خاص مانند چادر، نوعی از کنترل پنهان است. ضرب‌المثل «پوشش زن به قیمت آرامش دل شوهر است» نیز به دنبال عادی‌سازی سبک و روشی از کنترل و نظارت جمعی در میان هم‌زنان و هم‌مردان است تا آنها بتوانند همراهی خودجوش و اختیاری، ایدئولوژی حاکم را بپذیرند و بدون اعمال خشونت و منازعه آشکار، به نظارت‌پذیری فرهنگی تن بدهند. ضرب‌المثل‌هایی چون «زن بی‌شوهر مثل اسب همیشه در خواب است»، «پنیر را خیک نگه می‌دارد و زن را شوهر» و دیگر ضرب‌المثل‌های این‌چنینی به دنبال جانداختن این تفکر است که زنان به مردان و توجه آنها نیازمند هستند. این ضرب‌المثل‌ها تلاش دارند تا با خلق هویتی جنسیتی برای زنان، ضرورت رهبری و تسلط مردانه را تایید کنند. چنان می‌نماید که نظارت‌پذیری و کنترل زنان از مسیر تثبیت رهبری و هدایت مردانه ممکن می‌شود. ضرب‌المثل «زن مطیع فرمانروای قلب شوهر است» نیز به دنبال سرسپردگی و فرمانبرداری مطلق زنان است. این

ضرب‌المثل تلاش می‌کند تا هرگونه مقاومت و تلاش زنانه در جهت رفع تبعیض و نابرابری جنسیتی، را ضد ارزش و ناکارآمد جلوه دهد. ضرب‌المثل‌های «زن بدون چماق راست نمی‌رود» و «اسب پوزه‌بند می‌خواهد، زن کتک» نوعی دیگر از نظارت و کنترل و خشنونت قهری را نشان می‌دهند که نشان‌دهنده جایگاه سلطه‌جوی تفکر مردانه است. در کل باید گفت که فرهنگ عامه در تولید و بازتولید ابزارهای نظارت و کنترل جنسیتی می‌تواند نقش مهمی داشته باشد. ضرب‌المثل‌های فوق همگی نشان‌دهنده این حقیقت هستند که فرهنگ عامه با استفاده از ابزار خود مانند ضرب‌المثل‌ها، می‌تواند در جاانداختن و رضایت اختیاری زنان در جهت نظارت‌پذیری ارادی و تن دادن به «ماهیت جنسیتی» نقش مهمی داشته باشد.

۵. نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

فرهنگ به‌عنوان زیرساخت و بستر زندگی اجتماعی، نه تنها موجب پرکردن شکاف و تقابلات زیست اجتماعی می‌شود، بلکه سازگاری و مناسبات رفتاری افراد را تنظیم می‌کند. فرهنگ با ابزار بیانی و عاملیت مؤثر خود می‌تواند «وضعیت‌های بنیادینی» را بر «هستی» زنان ایرانی اعمال کند تا به این ترتیب، «ماهیتی جنسیتی» با استانداردها و هنجارهایی خاص، بر جنس زن تحمیل شود. این وضعیت‌های ساختگی، موجب شده است تا ساختارهایی تبعیض‌آمیز در فرهنگ عامه شکل بگیرد که چهره و واقعیت «وجودی» زنان را مخدوش کند و مردان را به‌عنوان قطب مفهومی این معادله بر قطب دیگر، یعنی زنان برتری و مسلط گرداند. از این روست که «نظارت‌پذیری و کنترل» زنان در فرهنگ مردانه چنان تثبیت و نهادینه شده است که زنان به صورت ارادی و رضایتمند، در کنار دیگر اموال و متعلقات مردان قرار می‌گیرند و به موازات اشیاء و دیگر اسباب منزل، مایملک مردان تصویر شده‌اند. فمینیسم اگزیستانسیالیست با انگشت نهادن و نقد «وضعیت‌های بنیادین» و کلیشه‌های طرح‌شده در فرهنگ عامه، به دنبال احیای جایگاه و موقعیت «وجودی» زنان و حذف تبعیض‌ها و سوگیری‌های جنسیتی است. فمینیست اگزیستانسیالیست می‌خواهد «ماهیت جنسیتی» زنان را که از طرف فرهنگ عامه تکلیف شده است، متزلزل کند. آنها



معتقدند که فرهنگ عامه از طریق ابزار و ساختارهای تبعیض‌آمیز می‌تواند مردان را در ارتباط با فرهنگ والا معرفی کند و از این طریق نظارت‌پذیری، تابعیت و کنترل زنان را تشدید کنند. هرچند در میان فرهنگ عامه، ضرب‌المثل‌هایی نیز وجود دارند که تصویر خوب و شایسته‌ای از زنان را به نمایش می‌گذارند و هرچند در این ضرب‌المثل‌ها زنان عافیت‌بخش، شادی‌آفرین، آورنده خوشی، خوشبخت‌کننده، آورنده برکت و ... هستند، اما تعداد آنها زیاد نیست. باید گفت که تعداد بیشتری از ضرب‌المثل‌های فارسی تصویری غیرمنصفانه و ناشایست را از زن به نمایش می‌گذارند.

با کاربست نظریه فمینیست‌ها اگزیستانسیالیست، می‌توان ادعا کرد که عاملیت فرهنگ در ایران، توانسته است تا «وضعیت‌هایی بنیادین» را بر زنان تحمیل کند. این «وضعیت‌های بنیادین» همان کلیشه‌های فرهنگی هستند که زن را موجودی معرفی می‌کنند که باید ازدواج کند؛ باید انتخاب شود؛ باید زاینده باشد؛ او غیرقابل اعتماد است. او مسئولیت‌پذیر نیست. او باید کنترل شود. او باید مطیع باشد. او جزو دارایی شوهر است. او باید شوهرداری کند. برای او «شوهر خدای کوچک است». او باید وابستگی عاطفی و اقتصادی به شوهر خود داشته باشد. این کلیشه‌های فرهنگی با «کنترل و نظارت‌پذیری» زنان، «آزادی، انتخاب و گزینش» آنها را محدود می‌کنند و در نهایت «ماهیتی جنسیتی» را بر آنان اعمال می‌کنند به طوری که آرام آرام انتظار اجتماع از زنان، تقلیل می‌یابد و خود زنان نیز بصورت ارادی و درونی به محدودیت‌های ناشی از «ماهیت جنسیتی» خود، رضایت خواهند داد.



منابع

- احمدی، بابک (۱۴۰۰). سارتر که می‌نوشت (چاپ هفتم). تهران: انتشارات مرکز.
- استرینانی، دومینیک (۱۳۹۲). مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه (مترجم: ثریا پاک‌نظر). تهران: انتشارات کتابخانه فروردین.
- امین‌الرعیایا، پروین؛ شریفی، شهلا؛ و الیاسی، محمود (۱۳۹۳). بررسی ویژگی‌های منتسب به زنان در ضرب‌المثل‌های فارسی. فصلنامه علمی پژوهشی زبان و ادبیات فارسی، ۳۴، ۹۹-۱۲۰.
- ایمانی، آوا؛ کسان، غلامرضا؛ و اسلامی‌راسخ، عباس (۱۳۹۴). زن در ضرب‌المثل‌های فارسی؛ رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی. پژوهشنامه زنان، ۶(۳)، ۲۵-۴۴.
- پارساپور، زهرا (۱۳۹۱). تقدیم‌گرا؛ رویکردی نو در نقد ادبی. نقد ادبی، ۵(۱۹)، ۲۶-۷.
- خسروی‌شکیب، محمّد (۱۴۰۲). ضرب‌المثل؛ ابزاری فرهنگی برای تنظیم و شکل‌دهی به رفتار جمعی. دوماهنامه فرهنگ و ادبیات عامه، ۱۱(۴۹)، ۱۹۲-۲۱۸.
- الداغی، آنیثا (۱۴۰۰). مقایسه تطبیقی کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌ها فارسی و ترکی استانبولی از دیدگاه جامعه‌شناسی زبان. دوماهنامه فرهنگ و ادبیات عامه، ۹(۳۷)، ۲۶۱-۲۹۱.
- دوبوار، سیمون (۱۳۸۲). جنس دوم (مترجم: قاسم صنعوی). تهران: انتشارات توس.
- سارتر، ژان پل (۱۳۸۰). آگزستانسیالیسم و اصالت بشر (مترجم: مصطفی رحیمی؛ چاپ دهم). تهران: انتشارات نیلوفر.
- مقدادی، بهرام (۱۳۷۸). فرهنگ اصطلاحات نقد ادبی از افلاطون تا عصر حاضر. تهران: انتشارات فکر روز.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: نشر همشهری.
- والاس، کلر؛ و ابوت، پاملا (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی زنان (ترجمه منیژه نجم عراقی). تهران: انتشارات نی.
- Jaggar, A. (1998). *Feminist politics and human nature*. Brighton: Harvester Press.
- King, E. (1994). *Talking gender: A guide to no sexist communication*. NY: Routledge.
- Modleski, T. (1986). *Studies in Entertainment: A feminist approach to mass culture (Theories of contemporary culture)*. Manchester University Press.
- Sartre, J. P. (1962). *Existential psychoanalysis* (B. Hazel, Trans.). Chicago: Regnery Press.

