



A Comparative Study of Gender-Related Stereotypes Discourse in Turkish and Persian Proverbs: A Sociology of Language Perspective

Anita Aldaghi*¹

1. Faculty Member of Persian Language and Literature Department, Payam Noor University, Razavi Khorasan, Iran

Received: 07/08/2020
Accepted: 02/10/2021

* Corresponding Author's E-mail:
Aldaghipf@gmail.com

Abstract

Proverbs reflect different aspects and angles of people's lives including social-cultural concepts as if they were linguistic texts being focused by sociolinguistics. The present research is a descriptive-analytic study investigating the gender-related stereotypes in Turkish and Persian proverbs from the viewpoint of sociology of language. In this essay, 100 Turkish and Persian proverbs having gender-related stereotypes were selected and investigated through purposive sampling. This research intends to answer these questions: what type of gender-related stereotypes have been much more observed in Turkish and Persian proverbs? Which gender is more impressed by the gender-related stereotypes in Turkish and Persian proverbs? From the viewpoint of sociology of language, how does the utilization of the special gender-related stereotypes in Turkish and Persian proverbs represent the social status of each era? The results obtained from this study indicate that the gender-related stereotypes have been more frequently used in the proverbs related to the women than men. Furthermore, the ethical characteristics have been stated and used more than other characteristics in the Turkish and Persian proverbs. The concepts stated in the proverbs indicate the gender bias (gender discrimination), and ignorance of women and women's low social status in popular culture in the past. Besides, there are a lot of



similarities between the cultures of Turks and Iranians regarding the utilization of gender-related stereotypes in the society due to the proximity of cultures and the borders of Iran and Turkey.

Keywords: Gender-related stereotypes; Persian proverbs; Turkish proverbs; sociology of language

Literature Review

Branch (2005) in a research entitled “Teaching the Old Testament Book of Proverbs” has investigated the Christians’ Old Testament Book in terms of the existence of proverb-like gender-related stereotypes. Beck (2005) in a research entitled “Proverb Speaks Louder than Words” is to investigate the specific communication characteristic of the proverbs playing an important role in the creation of the ambiguity (lie). Heydari (2013), in a research entitled “Investigating the Position of Women in Kurdish Popular Culture”, has investigated the position of woman in Kurdish popular culture (emphasizing the Kurdish proverbs and sayings). Aminolroaya et al. (2015), in a research entitled “Investigating the Characteristics Attributed to Women in Persian Proverbs”, has investigated, separated, and segregated the proverbs being somehow related to women through using the qualitative content analysis; then, they investigated the women’s psychological and physical characteristics, the emotional and ethical categories as well as the women’s social and family relationships.

Research Questions and Objectives

In the present study, the researcher is to investigate and analyze gender-related stereotypes in Istanbul Turkish and Persian proverbs from the viewpoint of sociology of language; besides, the study is to investigate the lexicons in Istanbul Turkish and Persian proverbs based on the viewpoints being discussed in linguistic. In addition, it aims to investigate and analyze Istanbul Turkish and Persian proverbs from the viewpoint of gender linguistics and the social status discourse analysis considering the usage of special vocabularies in



Istanbul Turkish and Persian proverbs; it is to specify the similarities and differences between the proverbs' social and cultural context in these two cultures in terms of language and gender.

Here, the study is to answer these questions: to what extent are the gender-related stereotypes utilized in Istanbul Turkish and Persian proverbs? What type of gender-related stereotypes have been much more observed in Istanbul Turkish and Persian proverbs? And, what gender has been impressed more by these proverbs?

Results

In the present research, we investigated 100 Persian proverbs as the research samples and the following results have been obtained regarding the utilization of gender-related stereotypes in the proverbs. Among the gender-related stereotypes investigated, the ethical characteristics with 52 usages have had the highest frequency to be utilized, and the economic characteristics with 13 usages have had the highest frequency; this indicates the greater importance of cultural and ethical issues among the Iranians and Persian culture. Besides, gender-related stereotypes were much more used for women than men with the frequency of 74. Therefore, gender-related stereotypes in Persian proverbs have much more focus on the women. However, among the 100 Istanbul Turkish proverbs investigated as the research samples, the ethical characteristics with 49 usages have had the highest frequency to be utilized, and the economic characteristics with 8 usages have had the highest frequency; this indicates the greater importance of cultural and ethical issues among the Turks. Besides, the gender-related stereotypes were much more used for women than men with the frequency of 68. Therefore, the gender-related stereotypes in Istanbul Turkish proverbs have much more focus on the women.

Discussion and Conclusion

Studies have shown that the physical characteristics were more described in the Istanbul Turkish and Persian proverbs with regards to women. In these proverbs, the physical characteristics have been



considered very important for women so that these characteristics have been considered superior to other human characteristics. On the contrary, there have been fewer proverbs regarding men's physical characteristics. Property and asset have been considered a positive feature in Istanbul Turkish and Persian proverbs and this property is just considered men's rights; only men are authorized to utilize that property and only men must meet the women's financial needs. Furthermore, in Persian culture, those women who have not financial potentiality, especially the ones not affording to buy dowry, are humiliated and considered worthless. Considering the studies performed by other researchers in the fields of gender linguistics, and the use and origins of proverbs, it has been specified that gender-related stereotypes state some exaggerated features for people with different gender, age, and occupation; besides, in Iranian and non-Iranian proverbs, the gender-related proverbs state the women's low position in different societies. The present research has obtained some results similar to that of others being achieved in other studies.

References

- Aminolroaya, P., Sharifi, Sh., & Elyasi, M. (2015). Investigating the characteristics attributed to women in Persian proverbs. *Research in Persian Language & Literature*, 34, 89-120
- Beck, W. (2005). *Proverb speaks louder than words: folk wisdom in art, culture, folklore, history, literature and mass media*. Peter Lang Publications.
- Beck, W. (2005). *Proverb speaks louder than words: folk wisdom in art, culture, folklore, history, literature and mass media*. Peter Lang Publications.
- Heydari, S. (2013). *Investigating the position of women in Kurdish popular culture*. MA Thesis, Payam Noor University, West Tehran Center, Iran.

مقایسه تطبیقی گفتمان کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی از دیدگاه جامعه‌شناسی زبان

آینتا الداغی*^۱

(دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۱۸ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۲)

چکیده

ضرب‌المثل‌ها انعکاس‌دهنده جنبه‌ها و زاویه‌های مختلف زندگی مردم و دربردارنده مفاهیم اجتماعی و فرهنگی و به‌منزله متن‌های زبانی در کانون توجه زبان‌شناسی اجتماعی هستند. پژوهش حاضر مطالعه‌ای توصیفی - تحلیلی است که به بررسی کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکیه‌ای از دیدگاه جامعه‌شناسی زبان پرداخته است. در این مقاله تعداد ۱۰۰ ضرب‌المثل دارای کلیشه جنسیتی در زبان فارسی و ترکیه‌ای، به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و بررسی شده‌اند. این پژوهش در پی دستیابی به این پرسش‌هاست که کدام نوع از کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی بیشتر مشاهده می‌شود؟ کلیشه‌های جنسیتی موجود در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی بیشتر بر کدام جنسیت تأثیر می‌گذارد؟ از منظر جامعه‌شناسی زبان کاربرد کلیشه‌های جنسیتی خاص در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی، چگونه اوضاع اجتماعی هر دوره را بازنمایی می‌کند؟ نتایج این تحقیق بیانگر آن است که کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های مربوط به زنان بیشتر از مردان است. همچنین، بیان ویژگی‌های اخلاقی در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی بیشتر از سایر ویژگی‌ها کاربرد داشته است و مفاهیم مطرح‌شده در ضرب‌المثل‌ها نشان‌دهنده سوگیری جنسیتی، بی‌توجهی به زنان و سطح پایین اجتماعی زنان در فرهنگ عامه مردم در گذشته است.

۱. عضو هیئت علمی گروه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول).

همچنین، فرهنگ ترک‌زبانان و ایرانیان به دلیل نزدیکی مرزها و فرهنگ‌های ایران و ترکیه، در کاربرد کلیشه‌های جنسیتی در جامعه، دارای شباهت‌های زیادی با هم هستند.

واژه‌های کلیدی: کلیشه‌های جنسیتی، ضرب‌المثل‌های فارسی، ضرب‌المثل‌های ترکیه‌ای، جامعه‌شناسی زبان.

۱. مقدمه

زبان یکی از ضرورت‌های زندگی اجتماعی است و به‌کارگیری آن از ویژگی‌های انسان اجتماعی به‌شمار می‌آید. از هنگامی که انسان برای ادامه حیات و بقای خود به زندگی اجتماعی روی آورد، ناگزیر به نوعی نظام ارتباطی برای پیام‌رسانی نیز نیازمند شد و بدین ترتیب، زبان در کلی‌ترین مفهوم و ابتدایی‌ترین شکل آن پدید آمد. بنابراین، زبان در اجتماعات انسانی و در متن زندگی گروهی و روابط اجتماعی به‌واسطه نیاز انسان‌ها به ارتباط با یکدیگر پدید آمد و در یک روند تحولی چندصد هزار ساله شکل‌های متنوعی به خود گرفت. از همین رو، زبان را نهادی اجتماعی دانسته‌اند که مهم‌ترین نقش آن ایجاد ارتباط است. امثال و حکم فارسی گنجینه بزرگی شامل برخی از نظریه‌های عمومی چون روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، منطق، سیاست و غیره است. از این رو، نباید آن‌ها را تنها در حوزه ادبیات بررسی کرد. پرداختن به جنبه‌های گوناگون مثل‌ها می‌تواند افق‌های جدید و ابعاد تازه‌تری را به روی پژوهشگران بگشاید و سبب شود تا به این ثروت عظیم ملی تنها به چشم آثار ادبی نگریسته نشود (فاطمی، ۱۳۹۰، ص. ۱۲). از دیدگاه کریستال (۱۹۸۷) ضرب‌المثل‌ها جمله‌های کوتاهی هستند که در قالب کلیشه و طرح‌واره‌های ذهنی پیش‌ساخته در پیکره هر زبان به‌منزله راهنمای مفاهیم فرهنگی هستند. همچنین، این گونه زبانی منسوب به میراث فرهنگی هر ملت است و در میان آحاد مردم طی سال‌های متمادی شکل گرفته و به کار رفته است. ذوالفقاری (۱۳۸۶) می‌گوید: ضرب‌المثل‌ها از نظر کارکرد اجتماعی مانند عرف جامعه، بیانگر رفتار بهنجار و ارزش‌های اجتماعی هستند که مردم آن‌ها را پذیرفته‌اند، با وجود این، ضرب‌المثل‌ها قوانین اجتماعی به‌شمار نمی‌روند. ضرب‌المثل‌ها صرفاً بیانگر کنش‌های رفتاری و ارزش‌های اجتماعی خاص مورد قبول جامعه‌اند. از این رو،

ضرب‌المثل با توجه به مفهومی که دارد می‌تواند اثر ضرب‌المثل دیگر را خنثی کند. ضرب‌المثل‌های هر جامعه در عمل، رفتارهای بهنجار آن را نشان می‌دهند و معرف جهان‌بینی و بینش هر جامعه‌اند. گفتار هر فرد در جامعه نشان‌دهنده تفکرات و شخصیت فردی و اجتماعی وی است. درواقع، هنگام کاربرد هر ضرب‌المثل نیز فرد ماهیت و شخصیت خود را نمایان می‌سازد. امروزه در جامعه ایرانی در بسیاری موارد شاهد حضور تفکرات مردسالارانه هستیم. این دیدگاه در ضرب‌المثل‌های فارسی نیز که مربوط به گذشته و فرهنگ قدیمی ما ایرانیان است، به نظر می‌رسد بسیار پررنگ‌تر باشد و ضرب‌المثل‌های فارسی دارای بار جنسیتی مردسالارانه بیشتری باشند. لذا، دیدگاه جامعه نسبت به زنان در میان گذشتگان ما بسیار جنسیت‌زده بوده است. در این پژوهش هدف محقق بررسی و تحلیل کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی از منظر جامعه‌شناسی زبان، بررسی واژگان در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی براساس دیدگاه‌های زبان‌شناختی، بررسی و تحلیل ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی براساس دیدگاه زبان‌شناسی جنسیت و تحلیل گفتمان اوضاع اجتماعی جامعه با توجه به کاربرد واژگان خاص در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی است تا مشخص شود که بافت فرهنگی و اجتماعی ضرب‌المثل‌ها در این دو فرهنگ چه تفاوت‌ها و شباهت‌هایی از منظر زبانی و جنسیتی دارد. لذا، محقق در این پژوهش به دنبال پاسخ‌گویی به این مسائل است که میزان کاربرد کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی به چه میزان بوده و کدام نوع از کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی بیشتر مشاهده شده و بیشتر بر کدام جنسیت تاثیر گذاشته است؟ بدین منظور، این پژوهش فقط به بررسی ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی که دارای بار جنسیتی هستند، خواهد پرداخت.

۲. پیشینه تحقیق

هانک^۱ (2000) در پژوهشی با عنوان «ضرب‌المثلی در ذهن» بیان می‌کند که ضرب‌المثل‌ها تاریخی طولانی و گوناگون در فولکلور، دین، فرهنگ، ادبیات و زبان شفاهی، سلامت

روانی و فلسفه، روان‌شناسی و اخیراً علم معنا و ذهن دارند. وی در این مقاله به بررسی ریشه‌ای نظریه‌های موجود در زمینه منشأهای ضرب‌المثل‌ها می‌پردازد. در این مقاله به جایگاه و نقش کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌ها اشاره‌ای نشده است. برنچ^۲ (2005) در تحقیقی با عنوان «آموزش ضرب‌المثل‌ها در کتب قدیمی مسیحیان»، به بررسی کتب عهد عتیق مسیحیان از نظر وجود کلیشه‌های جنسیتی ضرب‌المثل‌مانند در آن‌ها می‌پردازد. وی دریافت که در این کتاب‌ها کلیشه‌های جنسیتی بیان‌کننده ویژگی‌هایی اغراق‌آمیز برای افراد و گروه‌های مختلف جنسی، سنی، شغلی و غیره هستند. این پژوهش به بررسی برخی از کلیشه‌های جنسیتی پرداخته، ولی به‌وضوح به ویژگی‌ها و جایگاه زنان و مردان اشاره نکرده است. بک^۳ (2005) در پژوهشی با عنوان «ضرب‌المثل‌ها بلندتر از کلمات سخن می‌گویند» در صدد بررسی ویژگی ارتباطی خاص ضرب‌المثل‌هاست که نقش مهمی در ایجاد ابهام (دروغ) دارند. او به بررسی ریشه‌های استدلالی موجود در پیدایی ضرب‌المثل‌ها درباره موضوعاتی حساس از قبیل سن، تبار، جنسیت می‌پردازد. او دریافت که ضرب‌المثل‌های جنسیتی بیان‌کننده موقعیت فرودست زنان در جامعه پدرسالار هستند. کیمبا^۴ (2005) در پژوهشی با عنوان «تعیین سرنوشت جنسیتی در اجتماع دختران و پسران باگاندا از طریق ضرب‌المثل‌هایی که منجر به القا جنسیت زن و مرد در بین آن‌ها می‌گردد» تصویر پسران و دختران را در جامعه باگاندا بررسی می‌کند. وی در این مقاله تأثیراتی را که ادبیات شفاهی بر روی روابط جنسیتی می‌گذارد، تحلیل کرده و به دنبال ارزیابی روش‌های تأثیر ادبیات شفاهی، به‌منزله عوامل تعیین‌کننده رفتارهای دو جنس است. او در این مقاله به این نتیجه می‌رسد که ریشه روابط نابرابر جنسیتی میان دو جنس که در اشکال مختلفی از ادبیات شفاهی از جمله ضرب‌المثل‌ها یافت می‌شود، در چگونگی ایجاد جامعه‌پذیری جنسیتی در دوران کودکی افراد است.

حیدری (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «بررسی جایگاه زن در فرهنگ عامه کردی» به بررسی جایگاه زن در فرهنگ عامه کردی (با تکیه بر ضرب‌المثل‌ها و مثل‌نماهای کردی) پرداخته است. یافته‌های به‌دست آمده نشان می‌دهد که در مقوله خانوادگی زیرمقوله «عشق و ازدواج و عروسی» با بیشترین اهمیت و زیرمقوله مردسالاری و

خشونت نسبت به زنان در اجتماع بیشترین درصد، و مقوله‌های زن و سیاست و زن و اقتصاد کم‌ترین فراوانی را در ضرب‌المثل‌ها داشتند که به نوبه خود نشان‌دهنده نادیده گرفتن زنان در این دو عرصه در فرهنگ کردهاست همچنین، جایگاه فردوستی و خانه‌داری زنان پررنگ‌تر نشان داده شده است. بنابراین، در مجموع می‌توان نگاه سنتی و درجه دومی و نگاه تحقیرآمیز فولکلور فرهنگ کرد را نسبت به زنان نشان داد. کیخایی و سیاوش (۱۳۹۲) به بررسی «نقش ضرب‌المثل‌های فارسی در ساخت و پایدار نمودن فرهنگ جنسیتی» پرداخته‌اند. آنان نشان دادند که زبان فارسی که تبعیض جنسیتی را در خود نهفته دارد، نقش فعالی در فرودست نشان دادن زنان و ارزش نهادن به مردان ایفا می‌کند. رضایی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی جایگاه زن و خانواده در ضرب‌المثل‌های بختیاری» با روش کیفی و رویکرد فمینیستی در پی پاسخ به این پرسش‌ها هستند که در ضرب‌المثل‌های بختیاری، چه جایگاهی برای زنان در نظر گرفته شده است؟ مهم‌ترین مسائل خانوادگی انعکاس یافته در ضرب‌المثل‌ها کدام‌اند؟ نتیجه‌ای که از این مطالعه حاصل شد، این است که در ضرب‌المثل‌های بختیاری زن گاه جایگاه فرادست، گاه فرودست و گاه برابر با مردان دارد. امین‌الرعايا و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «بررسی ویژگی‌های منتسب به زنان در ضرب‌المثل‌های فارسی» با استفاده از تحلیل محتوای کیفی به بررسی، جداسازی و تفکیک ضرب‌المثل‌هایی که به نوعی در ارتباط با زنان بوده به بررسی ویژگی‌های فیزیکی و روان‌شناختی، بررسی مقوله‌های اخلاقی و عاطفی و روابط خانوادگی و اجتماعی زنان پرداخته و نتیجه گرفته‌اند که در بررسی ضرب‌المثل‌ها می‌توان جایگاه متغیر زنان را مشاهده کرد که گاهی با زبانی محترمانه و فاضلانه و گاه با داورهای بی‌رحمانه و مغرضانه تا حد ابلیس نزول می‌یابد. ارشادیان (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی نقش‌های جنسیتی با تأکید بر فرهنگ عامه و ضرب‌المثل‌ها» و با هدف بررسی جامعه‌شناختی نگرش به نقش‌های جنسیتی با تأکید بر فرهنگ عامه و ضرب‌المثل‌ها در شهرستان بابل بیان کرد که نگرش به ضرب‌المثل‌های جنسیتی، در ارتباط با متغیرهای جنسیت، وضعیت تأهل، تحصیلات و سن تأیید شدند، در حالی که در ارتباط با متغیر محل سکونت تأیید نشد. در مجموع، می‌توان گفت اکثریت جمعیت نمونه مورد بررسی

دارای نگرش متوسط و بینابین به نقش‌های جنسیتی و ضرب‌المثل‌های مرتبط با آن بودند. ذوالفقاری و باقری (۱۳۹۵) در مقاله‌ای ضرب‌المثل‌ها در افسانه‌های پهلوانی فارسی را از نظر جامعه‌شناختی تحلیل کرده‌اند. آن‌ها بیان داشته‌اند که آثار مکتوب ادبیات عامه ایران علاوه بر ابعاد ادبی و هنری، سرشار از اطلاعات جامعه‌شناختی است. نتایج این تحلیل نشان می‌دهد که ضرب‌المثل‌های مورد بررسی را می‌توان از نظر موضوعی به چهار دسته کلی دنیا، بخت و اقبال؛ مسائل اجتماعی؛ سیاست و حکومت؛ و اندرزهای اخلاقی تقسیم‌بندی کرد. در این ضرب‌المثل‌ها گاه رگه‌هایی از اندیشه‌های مردسالارانه و زن‌ستیزانه دیده می‌شود. حیدری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «واکاوی مفهوم زن در ضرب‌المثل‌های لری با تأکید بر بُعد نابرابری جنسیتی» ذکر کردند که مطالعه آن‌ها به واکاوی مفهوم زن در ضرب‌المثل‌های لری با تأکید بر بُعد نابرابری جنسیتی می‌پردازد. براساس تحلیل مضامین و نگاه مصاحبه‌شوندگان، می‌توان گفت تصاویر ارائه‌شده از زنان در ضرب‌المثل‌های لری، به شکل‌گیری و تقویت نوعی زبان جنسیت‌گرا و کردار تبعیض‌آمیز جنسیتی در جامعه مورد 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. درنهایت، اینکه چنین تصویری می‌تواند هم بازتاب و بازگوکننده نابرابری بین جنسیتی و هم ممانعت‌کننده زنان در دستیابی به موقعیت‌های مهم و ارزشمند زیست اجتماعشان باشد.

۳. مبانی نظری تحقیق

کلیشه یا تفکر قالبی^۵ به ذهنیت ازپیش تشکیل‌شده در افکار جمعی گروه‌هایی از جامعه اشاره دارد که ویژگی‌های خاصی را به تمام اعضای گروهی دیگر نسبت می‌دهد و مانع قضاوت و شناخت منطقی افراد نسبت به دیگران می‌شود. این امر سبب می‌شود افراد برپایه اطلاعاتی ناچیز و تصوره‌های کلیشه‌ای خود که غالباً برگرفته از جامعه و یا رسانه‌هاست، بدون آنکه شناخت کافی از دیگران داشته باشند، نسبت به آن‌ها قضاوت و

پیش‌داوری کنند. کلیشه‌های جنسیتی^۶ مجموعه‌ای از کلیشه‌ها و باورهای مشترک فرهنگی درباره رفتار، صفات شخصیتی و سایر ویژگی‌های مردان و زنان است. مردان الفاظ بسیار زیادی مختص به خود دارند که زنان آنان را می‌فهمند، ولی خود هرگز آن‌ها را به زبان نمی‌آورند. از طرفی زنان، الفاظ و عباراتی خاص خود را دارند که مردان هرگز آن‌ها را به کار نمی‌برند، چه در غیر این صورت مورد تمسخر قرار می‌گیرند. بدین ترتیب اتفاقاً از محاوراتشان اغلب چنین بر می‌آید که گویی زنان دارای زبانی جدا از مردان هستند (ترادگیل، ۱۹۸۷، ترجمه طباطبایی، ۱۳۷۶، ص. ۱۵۰).

براساس پژوهش بک (۲۰۰۵) در جامعه نوین امریکایی و حتی در بین دانشجویان دانشگاه این باور وجود دارد که مردان و زنان از لحاظ روان‌شناختی تفاوت‌های زیادی با یکدیگر دارند، اما تفاوت واقعی یک تفاوت جنسیتی است که براساس داده‌های آماری حاصل از رفتار یا شخصیت مردان و زنان در واقعیت به دست آمده باشد نه براساس کلیشه‌های ذهنی موجود در فرهنگ‌های مختلف. با جمع‌آوری داده‌ها در زمینه رفتار و شخصیت واقعی مردان و زنان، معلوم شده است که کلیشه‌های جنسیتی در برخی موارد صحت دارند و این تفاوت‌ها تفاوت‌های واقعی هستند و در موارد دیگر معلوم شده است که درست نیستند. برای مثال کلیشه‌ای وجود دارد که مردان پرخاشگرتر از زنان هستند. این کلیشه تفاوتی واقعی است. از سوی دیگر، کلیشه‌ای وجود دارد که زنان کم‌هوش‌تر از مردان هستند و پژوهش‌های واقعی نشان می‌دهد که چنین چیزی نیست و تفاوت‌های جنسیتی در بهره‌هوشی وجود ندارد و این کلیشه نادرست است. تفاوت‌های جنسیتی واقعی ممکن است در اثر عوامل محیطی، عوامل زیست‌شناختی یا تعامل بین این دو ایجاد شده باشد (معصومی و همکاران، ۱۳۹۱، ص. ۱۴۵).

نظریه فمینیستی در خلال دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ میلادی کوشید با تفکیک بین مفهوم جنس^۷ و جنسیت^۸ در بحث‌های مربوط به هویت جنسی تغییر ایجاد کند. در این نظریه، به کم‌ترین تفاوت‌های بیولوژیکی و تنها ویژگی طبیعی و بدنی برخاسته از اندام‌های جنسی، جنس می‌گویند. در برخی متون مربوط به توسعه، این کلمات

به صورت مترادف به کار رفته است؛ درحالی که مفاهیم کاملاً متفاوت دارند. «جنس به خصوصیات بیولوژیک فرد اشاره می‌کند، درحالی که جنسیت به نقش‌هایی که توسط اجتماع برای زنان و مردان مطرح می‌شود، اشاره دارد» (حیدری و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۳۱).

۴. جنسیت‌زدگی زبان

فرکلاف در کتاب *زبان و قدرت* (1989) معتقد است که گروه‌های اجتماعی براساس طبقه، قومیت، جنسیت و یا زبان تعریف می‌شوند، برای کسب و حفظ قدرت ناگزیرند همواره در نزاع با یکدیگر باشند و تضاد نیز مانند رفاه یا خشونت چرخه‌ای تکرارناپذیر است. در واقع، این تضاد است که موجب تحول و دگرگونی‌های جزئی و بنیادی در نظام‌های اجتماعی می‌شود. زبان نیز یکی از حیطه‌های تضاد است، زیرا گروه‌های اجتماعی می‌کوشند با کنترل زبان اعمال قدرت کنند و در این تضاد، کنترل زبانی پاداش برای گروه‌های فرودستی است که زبان را کنترل می‌کنند. کنترل زبانی مورد توجه فرکلاف در «زبان جنسیت‌زده» دیده می‌شود. جنسیت‌زدگی زبانی شیوه‌های مناسب برای کنترل زبان توسط گروه‌های برتر است. ترلینگ براگین^۹ (1981) جنسیت‌زدگی زبانی را این‌گونه تعریف می‌کند: «زبانی جنسیت‌زده است که کاربرد آن تمایزی بی‌ادبانه، نامربوط یا ناعادلانه را در میان جنسیت‌های مختلف به وجود آورده و یا ترویج می‌نماید». در این تعریف زبان عاملی فرهنگی به‌شمار می‌آید که می‌تواند شرایط و محدودیت‌هایی را برای فرهنگ فراهم کند و صفات به‌کار رفته در این تعریف «بی‌ادبانه، نامربوط» همگی با صفت منفی به‌کار می‌روند. پس می‌توان گفت زبان جنسیت‌زده به هیچ عنوان عاملی طبیعی و ذاتی نیست. آنچه زبان را جنسیت‌زده می‌کند پیامدهای منفی‌ای است که در یک اجتماع وجود دارد. البته فرهنگ هم به نوبه خود به‌گونه‌ای در جنسیت‌زدگی زبان تأثیر دارد. جنسیت‌زدگی زبانی به زنانی که در این کنش متقابل زبانی شرکت می‌کنند و حس می‌کنند نادیده انگاشته شده‌اند، احساس ازخودبیگانگی و انزوا از فرد می‌دهد (ارشادیان، ۱۳۹۵، ص. ۱۳۲). جنسیت‌زدگی زبانی یکی از عواملی است که ممکن است باعث شود زنان تصویری منفی و کلیشه‌ای از خود دریافت کنند و درنتیجه، بر

انتظارات مردان از آنچه شایسته زن است تأثیر بگذارد. در این میان حوزه صرف و معنا از حوزه‌های بروز زبان جنسیت‌زده است و شواهد واژگانی و معنایی زیادی دال بر وجود زبان جنسیت‌زده در حوزه‌های صرف و معنا وجود دارد.

۴-۱. جنسیت‌زدگی در حوزه واژگان

یکی از ملموس‌ترین سطوح هر زبان واژگان و ساخت‌واژه آن است که همواره محملی برای ظهور فرهنگ و اندیشه اجتماعی است. یکی از دلایل بروز جنسیت‌زدگی در اجتماع نیز ورود آن به حوزه واژگان است. شواهد و بررسی‌هایی نیز در تأثیر جنسیت‌زدگی زبانی در حوزه واژگان زبان فارسی وجود دارد که موارد زیر را آشکار ساخته است:

۴-۱-۱. دلالت‌های صریح و ضمنی

یکی از نشانه‌های جنسیت‌زدگی زبانی توجه به نحوه اشاره این مسئله در میان عبارتها و واژگان جنسیت‌زده است. در همین ارتباط داده‌های موردنظر به دو گروه با دلالت‌های صریح و منفی تقسیم می‌شوند. این تقسیم‌بندی نشان می‌دهد که زبان فارسی جنسیت‌زده است که گواه شدت آن نیز است. دلالت صریح داده‌هایی بودند که اشاره به زن در آن‌ها با ذکر واژه‌ای همراه بود که مستقیماً دلالت بر جنسیت مؤنث داشت (واژه کلیدی) یا مربوط به این جنسیت خاص بود؛ مثلاً کلمه دختر به جنسیت مؤنث اشاره می‌کند و از سوی دیگر از کلمه شوهر نیز چنین استنباط می‌شود. از میان واژه‌های کلیدی با دلالت صریح می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. اسم خاص (لیلا، کلثوم و...)، ۲. باجی، آبجی‌بگوم، خانباجی، ۳. خاتون، خانم، بانو، کدبانو، ۴. عمه، خاله، خواهر، دختر، ۵. کنیز، کلفت، عروس، زن، ۶. مادر، مامان، والده، ماما، ۷. ننه، ماده، مرغ، ماکیان، ۸. عجززه، مهریه، عروسک، شوهر، ۹. چادر، گوشواره، انگو. نکته بسیار مهم در این داده‌ها این است که کاربرد واژه کلیدی «زن» نسبت بسیار بالایی در میان واژه‌های کلیدی دیگر برای اشاره صریح وجود دارد که می‌توان گفت زن دارای دو مفهوم عمده است (الف. نماینده جنسیت مؤنث، ب. همسر

مرد). دلالت‌های ضمنی نیز داده‌هایی بود که اشاره به زن در آن‌ها از طریق توجه به کاربرد واژه‌ها در متن اتفاق افتاده بود و درواقع دلالت‌های به‌کار رفته به لایه‌های زیرین معنایی مربوط می‌شد و به همین سبب صراحتاً مطرح نشده بود. نکته جالب در این داده‌ها این است که در بسیاری از آن‌ها به لحاظ معنایی و واژگانی هیچ اجباری برای منتسب دانستن آن‌ها به زنان وجود ندارد و صرفاً نحوه کاربرد آن‌ها در اجتماع فرودست‌انگاری زبانی زنان را مشخص می‌کند (کلهر، ۱۳۸۱، ص. ۱۲۲).

یکی از نمودهای نابرابری قدرت بین زن و مرد در زبان درنظر گرفتن جنس مرد به‌منزله هنجار است. مثلاً یکی از مشخص‌ترین الگوها در زبان انگلیسی هنجارین بودن مرد است. مرد به‌منزله هنجار (معیار) نوع بشر درنظر گرفته شده و این نگرش به روش‌های مختلف در زبان بیان شده است. برای مثال، کاربرد واژه مرد به‌منظور استناد کردن به همه افراد بشر و استفاده از **he** برای ضمیر خنثی مثل جمله «نوزاد معمولاً حوالی شش‌ماهگی شروع به نشستن می‌کند، او (**he**) تقریباً در همان حدود شروع به خزیدن می‌کند» (ترادگیل، ۱۹۸۷، ترجمه طباطبایی، ۱۳۷۶، ص. ۱۳۶).

اصل مرد به‌منزله هنجار در زبان می‌تواند به اظهارات کاملاً مضحک منجر شود؛ برای مثال قانون ایالتی وجود دارد که می‌گوید: «هیچ‌کس نباید فرد دیگر را به انجام دادن، مشارکت و یا تن دادن به سقط جنین برخلاف میل خود او (**his**) وادار سازد» (وارداف، ۲۰۰۶، ترجمه امینی، ۱۳۹۳، ص. ۴۲).

برخی از افراد کاربرد چنین مواردی را توجیه و اظهار می‌کنند که اصطلاحی مثل **man** اسم عام و کلی است. به هر حال، چنین تبیینی کافی نیست. به‌منظور نشان دادن ضعف مطلق «عام و کلی» بودن ایرادهایی را درنظر بگیرید که برخی مردان که عضو اتحادیه رأی‌دهندگان زنان هستند، ابراز کردند. آن‌ها اعتراض دارند که نام سازمان باید تغییر داده شود، برای اینکه به حد کافی اعضای آن را توصیف نمی‌کند. امروزه برخی از اعضای این انجمن را مردان تشکیل می‌دهند. فرض کنید در پاسخ به ایراد آن‌ها گفته شود که منظور از زن «زن به‌شکل عام و کلی» است و البته مردان را هم دربر می‌گیرد. آیا به نظر شما آن‌ها احساس رضایت خواهند کرد؟! پدیده جالب دیگر در زبان

مقایسه تطبیقی گفتمان کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی..._____ آیتا الداغی

انگلیسی این است که چگونه واژه‌های همانند برای زنان و مردان اغلب معانی ضمنی کاملاً متفاوتی پیدا می‌کنند (همان، ص. ۴۴).

۲-۱-۴. اسامی عام (عام‌نگری)

زبان جنسیت را این‌گونه نیز می‌توان تعریف کرد که در آن تجارب آدمی از دیدگاهی مردانه ولی به‌منزله هنجاری برای عام مطرح می‌شود. روشن‌ترین مثال در این مورد واژه «آدم یا بنی‌آدم» است. در لغت‌نامه دهخدا آمده است: آدم، نخستین پدر، در تداول امروزی مترادف آدم، آدمی، آدمیان، انس، ناس. در مثال‌های شاهد آدم، مرد، مردمان، مترادف یکدیگرند. آدم از کوچکی بزرگ می‌شود و فروتنی سبب بزرگی مرد می‌شود. مردمان باید به یکدیگریاری دهند. هنگامی که یکی از جنسیت‌ها خود را به‌منزله نماینده تمام در زبان مطرح می‌کند، از محدوده جنسیت و نقش جنسی بیرون می‌آید، درحالی که جنسیت مخالف با توجه به جنسیت و نقش جز خود تعریف می‌شود. این پدیده در زبان فارسی به نفع جنسیت مذکر و به ضرر جنسیت مؤنث مطرح شده است. به این ترتیب، مرد خود انسانیت و زن غیر و دیگری محسوب می‌شود. نمونه دیگر واژه «مرد» است که در داده‌ها زیر نمود پیدا یافته است: جوانمرد، رادمرد، مرد باید در کشاکش دهر سنگ زیرین آسیاب باشد، مرد ره بودن، مرد کاری بودن، نامرد، قول مردانه، مثل مرد می‌مونه (پاک‌نهاد جبروتی، ۱۳۸۱، ص. ۳۱).

۳-۱-۴. صفات منفی

یکی از شیوه‌های فرودست‌انگاری زبانی زنان اشاره دائمی به وجود صفات منفی در آنان و ایجاد این باور در درون اجتماع و خود آنان است که ذاتاً واجد این صفات منفی هستند. در واقع، در این نگرش بدون توجه به تفاوت‌های فردی، صفتی منفی به‌منزله ویژگی خاص یک جنسیت به کاربرده می‌شود، بی‌آنکه به وجود همان صفت در میان افراد گروه متعلق به جنسیت دیگر اشاره شود که از آن جمله می‌توان به این صفت اشاره کرد: بی‌وفا، دهن‌لق، حسود، مکار، توطئه‌گر، حریص، طماع، پرگو، کم‌طاقت،

ناقص‌العقل و نادان، حقیر و بی‌مایه، خانه‌نشین و منزوی، منفعل، و فضول (ذوالفقاری و باقری، ۱۳۹۵، ص. ۱۱۲).

۴-۱-۴. جنسیت‌زدگی در حوزه معنا

یکی از راه‌های اعمال نابرابری زبان بین گویندگان دو جنسیت استفاده از معناست. بسیاری از موارد، عبارت‌ها و واژگان زبان به‌طور ضمنی و با استفاده از مؤلفه‌های معنایی جنسیت‌زدگی را ترویج می‌کنند. به عبارت دیگر، معنا همیشه صورتی طبیعی به‌نظر می‌رسد، یعنی در ساختار درونی واژه است. به عبارت دیگر، گاهی معنای واژگانی در مقابل عامل جنسیت به گونه‌ای متفاوت و در مقابل فرادست و فرودست عمل می‌کند. البته گویندگان همیشه این واژگان جنسیت‌زده را آگاهانه به‌کار نمی‌برند. وقوع این گونه عوامل زبانی محصول وقوع فرایندهای عظیم‌تری است که شناسایی آن‌ها اولین گام بررسی علمی موضوع است. طرفداران نابرابری جنسیتی همواره به موارد مختلفی از این جنسیت‌زدگی معنایی در زبان‌های اروپایی اشاره می‌کنند و بررسی حاضر نشان می‌دهد که این فرایند در زبان فارسی نیز وجود دارد (رضایی و ظاهری، ۱۳۹۲، ص. ۱۳).

۴-۱-۵. جنسیت‌زدگی در جامعه ترکیه

رسانه‌ها و ارتباطات اجتماعی نقش بالقوه مهمی درباره کیفیت جنسیت و پیشرفت زنان با ارائه موجودیت زنان و مردان در یک مفهوم برابر را دارند. اگرچه پروژه‌های گوناگون مسئولیت اجتماعی توسط رسانه‌ها در سال‌های اخیر در کشور ترکیه حمایت شده‌اند، اما هنوز به یک تغییر کلی در کشور ترکیه منجر نشده است. رسانه نابرابری جنسیتی، توانایی تداوم جنسیت‌گرایی در جامعه و استحکام نابرابری‌های کنونی از قبیل نابرابری در مشارکت و دسترسی به سیستم‌های ارتباطی به‌وسیله زنان، حضور زنان در نقش‌های کلیشه‌ای در رسانه، و یک نمایش تکراری و تصویری تحقیرکننده از زنان را به‌وجود می‌آورد. بنابراین، نیاز به بحث ارتباط بین زنان و رسانه در چارچوب نابرابری جنسیتی اتفاق می‌افتد (Cook Lauer, 2002, p. 132). خلاف تغییر موقعیت و جایگاه زنان در

مقایسه تطبیقی گفتمان کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی... آیتا الداغی

کشور ترکیه همچنان تمایز جنسی در جامعه مشهود است. این تمایز جنسی همان‌گونه که در جای جای جامعه مشهود است، در فرهنگ عامه و ضرب‌المثل‌های ترکی نیز قابل مشاهده است (Dogan, 2010, p.145).

۵. روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش به روش تحلیلی - توصیفی است. داده‌های مورد نیاز در تحقیق به روش کتابخانه‌ای و با استفاده از منابع اینترنتی، فرهنگ‌های لغات و اصطلاحات، کتاب‌های امثال و حکم، فرهنگ ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی جمع‌آوری شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌های پژوهش به صورت فیش‌برداری از متن منابع ذکر شده است. نمونه‌های تحقیق به شیوه نمونه‌گیری هدفمند از میان تمامی ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی انتخاب شدند. در این پژوهش ۱۰۰ ضرب‌المثل با کلیشه جنسیتی از فرهنگ بزرگ ضرب‌المثل‌های فارسی نوشته حسن ذوالفقاری (۱۳۸۶) انتخاب و براساس مؤلفه‌های پژوهش ارزیابی و تحلیل شدند. همچنین ۱۰۰ ضرب‌المثل ترکی استانبولی با کلیشه‌های جنسیتی از فرهنگ ضرب‌المثل‌های ترکیه‌ای^{۱۰} T.D.K استخراج شد.

۵-۱. تقسیم‌بندی موضوعی ضرب‌المثل‌ها در حوزه جنسیت

در این پژوهش تقسیم‌بندی ضرب‌المثل‌های حوزه جنسیت براساس ویژگی‌های انسانی از جمله ویژگی‌های ظاهری، ویژگی‌های اقتصادی، ویژگی‌های جنسی، ویژگی‌های اخلاقی و خصوصیات جنسیتی در سطح جامعه طبقه‌بندی می‌شوند که مبنای تقسیم‌بندی و تحلیل داده‌های پژوهش نیز بر همین مبناست.

۶. تحلیل داده‌های ضرب‌المثل‌های فارسی

۶-۱. ویژگی‌های ظاهری

یکی از مباحث مطرح شده در ضرب‌المثل‌های فارسی، بیان ویژگی‌های ظاهری زنان و مردان در ضرب‌المثل‌هاست که این ویژگی بیشتر در ضرب‌المثل‌های مربوط به زنان

مشاهده می‌شود؛ مثلاً زشت‌رویی زن مساوی با بی‌ارزشی وی است (حسین‌زاده و بصیری، ۱۳۸۸).

ضرب‌المثل‌ها در مورد زنان:

۱. از حمام می‌آیی، برو خانه شوهر، از جامه‌شویی خانه مادر.
۲. صفای خانه، آب است و جارو، صفای دختر، چشم و ابرو.
۳. شوی زن زش‌روی، نابینا به.
۴. به سرمه سود و زیبایی است موجود زن از وی زیب جویید، مرد از آن سود
۵. خوشتر بود عروس نکوروی بی‌جهیز.
۶. زن از غازه سرخ‌روی شود و مرد از غزا.
۷. زن جوان را تیری به پهلو نشیند به که پیری.

در این ضرب‌المثل‌ها ویژگی‌های ظاهری و توجه به آن برای زنان امری مهم تلقی شده است که بر سایر خصوصیات انسانی نیز برتری دارد، اما در مورد ویژگی‌های ظاهری مردان ضرب‌المثلی به چشم نمی‌خورد.

۲-۶. ویژگی‌های اقتصادی

در ضرب‌المثل‌های ایرانی دارایی و مال نوعی ویژگی مثبت تلقی می‌شود که تنها حق مردان در نظر گرفته شده است و مردان حق بهره‌مندی از آن را دارند و زنان همیشه در مرتبه دوم هستند که نیازهای مالی آن‌ها باید توسط مردان برآورده شود و همچنین نداشتن تمکن مالی برای زنان به‌خصوص به‌سبب سرشکستگی و پایین بودن ارزش زن در فرهنگ ایرانی است.

ضرب‌المثل‌ها در مورد مردان

۱. شوهرم برود کاروان‌سرا، نان است بیاید حرم‌سرا.
۲. شوهرم شغال باشد، نانم در تغار باشد.
۳. به سرمه سود و زیبایی است موجود زن از وی زیب جویید، مرد از آن سود.

ضرب‌المثل‌ها در مورد زنان

۱. زنی که جهاز ندارد، این همه ناز ندارد.

۲. ناز عروس به جهاز است.

۳. عروس بی‌جهاز، روزه بی‌نماز، دعای بی‌نیاز، قرمه بی‌پیاز.

۳-۶. ویژگی‌های جنسی

یکی از مسائلی که در ضرب‌المثل‌های فارسی مشاهده می‌شود، ابراز نیازهای جنسی است که این نیازها در ضرب‌المثل‌ها تنها از سوی مردان بیان شده و به دلیل مسائل فرهنگی و اعتقادی ما بیان این مسائل از سوی زنان نادرست شمرده شده است. بنابراین، با وجود اینکه نیاز جنسی، نیازی زیستی و مشترک بین زن و مرد است در ضرب‌المثل‌ها مردان خود را نیازمند زن دانسته‌اند (کلهر، ۱۳۸۱).

ضرب‌المثل‌ها در مورد مردان

۱. برای یک دم شهوت که خاک بر سر آن / زبون زن شدن آیین شیر مردان نیست.
۲. در کوره‌آز مردن به که به همسران نیاز بردن.
۳. شوهرم برود کاروان‌سرا، نان است بیاید حرم‌سرا.

ضرب‌المثل‌ها در مورد زنان

۱. زن پارسا در جهان نادر است / زن ناپارسا شکنج دل است / زود دفعش بکن که رنج دل است
۲. زن خوب و فرمانبر و پارسا / کند مرد درویش را پادشا.
۳. زن نجیب گرفتن مشکله ولی نگهداریش آسونه.

۴-۶. ویژگی‌های اخلاقی

در ضرب‌المثل‌های ایرانی ویژگی‌های اخلاقی مثبت، توانایی بر انجام کارهای بزرگ، کنترل امور زندگی همیشه به مردان و کارهای پست، صفات بی‌ارزش اخلاقی به زنان نسبت داده شده است. در برخی از ضرب‌المثل‌ها برخی ویژگی‌های اخلاقی مثبت به زنان، اما همان ویژگی‌های اخلاقی، باز هم در راستای خدمت به مردان به زنان نسبت داده شده است.

ضرب‌المثل‌ها در مورد زنان

۱. مثل کنیز ملا باقر.
۲. خاله‌زنک بازی درآوردن.
۳. حمام زنانه شدن.
۴. زن و ازدها هر دو در خاک به.
۵. اسب و زن و شمشیر وفادار که دید؟

ضرب‌المثل‌ها در مورد مردان

۱. دزد باش و مرد باش.
۲. مرد هنرمند خردپیشه را تا به یکی تجربه آموختن
۳. به گفتار زنان هرگز مکن کار
۴. مگو از هیچ نوعی پیش زن راز
۵. حمله با شیر مرد هم راه است، حيله کار زن است و روباه است.
۶. نان بده، فرمان بده.
۷. زیور و زیب زنان است حریر و زر و سیم مرد را نیست جز از علم و عمل زیور و زیب.
۸. خدای زن مرد است.

۵-۶. خصوصیات جنسیتی در سطح جامعه

در ضرب‌المثل‌های ایرانی بیشتر به ویژگی‌های جنسیتی ظاهری جنس زن اشاره و از بیان خصوصیات جنسیتی ظاهری مردانه خودداری شده است.

ضرب‌المثل‌ها در مورد زنان

۱. بعد از هفت کره ادعای بکارت.
۲. خاله‌ام زاییده خاله‌زام هو کشیده.
۳. زن آبستن گل می‌خوره اما گل داغستان.
۴. زن بیوه را میوه‌اش می‌خوانند.
۵. زن تا نزیاییده دلبره وقتی زایید مادره.

مقایسه تطبیقی گفتمان کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی... آنتی‌الداغی

۶. پسر زاییدم برای رندان، دختر زاییدم برای مردان، موندم سفیل و سرگردان.

۷. اجاقش کوره.

۸. عروس هزار داماد.

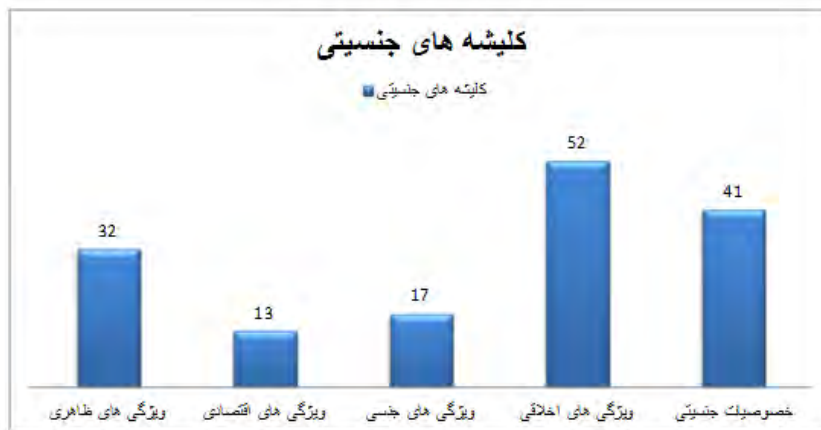
با توجه به بررسی‌های انجام‌شده از میان ۱۰۰ ضرب‌المثل فارسی که به‌عنوان نمونه‌های پژوهش بررسی شدند، نتایج زیر درمورد کاربرد کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌ها به‌دست آمده است. از میان کلیشه‌های جنسیتی مورد تحقیق، ویژگی‌های اخلاقی با ۵۲ مورد کاربرد دارای بیشترین بسامد کاربرد و ویژگی‌های اقتصادی با ۱۳ مورد کاربرد دارای بیشترین بسامد هستند که این امر نشان‌دهنده اهمیت بیشتر بر مسائل اخلاقی و فرهنگی در فرهنگ فارسی‌زبانان و ایرانیان است.

جدول ۱: بسامد کاربرد کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی به تفکیک متغیرهای

موردبررسی

Table 1: Frequency of application of gender stereotypes in Persian proverbs by variables

ردیف	کلیشه‌های جنسیتی	بسامد کاربرد
۱	ویژگی‌های ظاهری	۳۲
۲	ویژگی‌های اقتصادی	۱۳
۳	ویژگی‌های جنسی	۱۷
۴	ویژگی‌های اخلاقی	۵۲
۵	خصوصیات جنسیتی	۴۱



نمودار ۱: کلیشه های جنسیتی در ضرب المثل های فارسی

Figure 1: Gender stereotypes in Persian proverbs

جدول ۲: بسامد کاربرد کلیشه های جنسیتی در ضرب المثل های فارسی به تفکیک جنسیت

Table 2: Frequency of application of gender stereotypes in Persian proverbs by gender

کلیشه های جنسیتی مربوط به مردان	کلیشه های جنسیتی مربوط به زنان	بسامد کاربرد
۳۸	۷۴	

با توجه به جدول ارائه شده کاربرد کلیشه های جنسیتی مربوط به جنس زنان با ۷۴ مورد دارای بسامد کاربرد بیشتری از کلیشه های جنسیتی مربوط به مردان است. بنابراین، کلیشه های جنسیتی موجود در ضرب المثل های فارسی بیشتر بر جنسیت زنان اثر گذاشته است.

۷. تحلیل داده های ضرب المثل های ترکی استانبولی

۷-۱. ویژگی های ظاهری

یکی از مباحث مطرح شده در ضرب المثل های ترکی استانبولی، بیان ویژگی های ظاهری زنان و مردان در ضرب المثل هاست که این ویژگی بیشتر در ضرب المثل های مربوط به زنان و شامل ویژگی های ظاهری، رفتاری و زیبایی آنان است.

ضرب‌المثل‌ها در مورد زنان

1. Anasına bak, kızını al, kenarına (kıyısına, tarağına) bak, bezini al.
ترجمه: مادر را ببین دختر را بگیر، کنار را ببین پارچه (نخی) را بگیر.
2. Anasına bak, kızını al.
ترجمه: رفتار دختر شبیه مادرش است.
3. Güzel ve formda bir kadını olan bir erkekle ilişki kurmayın
ترجمه: با آدمی که زن خوشگل و اسب تیزرو داره همراه نشو.
4. Yüz, gübrenin içinde, geniş
ترجمه: صورت بزرگ‌شده، داخلش کود، پهن.

در این ضرب‌المثل‌ها ویژگی‌های ظاهری و توجه به آن برای زنان امری مهم تلقی شده است که بر سایر خصوصیات انسانی نیز برتری دارد. اما در مورد ویژگی‌های ظاهری مردان ضرب‌المثلی به چشم نمی‌خورد.

۲-۷. ویژگی‌های اقتصادی

در ضرب‌المثل‌های ترکی استانبولی دارایی و مال نوعی ویژگی مثبت تلقی می‌شود که حق مردان در نظر گرفته شده است و مردان حق بهره‌مندی از آن را دارند و زنان همیشه در مرتبه دوم هستند که نیازهای مالی آن‌ها باید توسط مردان برآورده شود در واقع، شوهر (همسر) مالک و تأمین‌کننده نیازهای زنان هستند. در ضرب‌المثل‌های بررسی شده، هیچ موردی از تملک مالی زنان یافت نشد، تنها چند مورد مشاهده شد که در آن ضرب‌المثل‌ها، تنها زنان نگاهدارنده و حافظ اموال مردان بودند.

ضرب‌المثل‌ها در مورد مردان

1. Babamın evi benim balığımdı, kocamın evi tavuktu
ترجمه: خانه پدر کله‌ماهی خوراکم بود، خانه شوهر مرغ بریان.
1. Peyniri kuru tutar ve kadın kocasını
ترجمه: پنیر را خیک نگه می‌دارد و زن را شوهر.

۳-۷. ویژگی‌های جنسی

یکی از مسائلی که در ضرب‌المثل‌های ترکی استانبولی مشاهده می‌شود، ابراز نیازهای جنسی است. این نیازها در ضرب‌المثل‌ها تنها از سوی مردان بیان شده و به دلیل مسائل

فرهنگی و اعتقادی ما بیان این مسائل از سوی زنان نادرست شمرده شده است. بنابراین، با وجود اینکه نیاز جنسی، نیازی زیستی و مشترک بین زن و مرد است در ضرب‌المثل‌ها مردان خود را نیازمند زن دانسته‌اند.

ضرب‌المثل‌ها در مورد مردان

1. Bir şey yolunda giderse güzel bir kadın alın!
ترجمه: زن خوشگل بگیر، اگر کاری هم در آمد خوش به حالت!
2. Damat gelini güzelleştirmek için sorun çıkarır. Damat bu güzelliğin tadını çıkarır.
ترجمه: مشاطه زحمت زیبا شدن عروس را می‌کشد، داماد لذت این زیبایی را می‌برد.
3. Yandaki kadın kız Adem'in önüne geliyor ve tavuğu kaz.
ترجمه: زن همسایه به چشم آدم، دختر می‌آید و مرغش هم غزا!

ضرب‌المثل‌ها در مورد زنان

1. Gökyüzünde bir düğün kutlaması yapılacağı söylenirse, kadınlar merdiveni tırmanmaya çalışacaktır.
ترجمه: اگر بگویند جشن عروسی‌ای در آسمان برگزار می‌شود زن‌ها سعی می‌کنند با نردبان بالا بروند.

۴-۷. ویژگی‌های اخلاقی

در ضرب‌المثل‌های ترکی استانبولی ویژگی‌های اخلاقی مثبت، توانایی بر انجام کارهای بزرگ، کنترل امور زندگی بیشتر به مردان نسبت داده شده و کارهای پست، صفات بی‌ارزش اخلاقی به زنان نسبت داده شده است. در برخی از ضرب‌المثل‌ها برخی ویژگی‌های اخلاقی مثبت به زنان نیز نسبت داده شده است، اما همان ویژگی‌های اخلاقی، باز هم در جهت خدمت به مردان به زنان نسبت داده شده است.

ضرب‌المثل‌ها در مورد زنان

1. İş kadına düştü, ölüm gününü hatırla
ترجمه: کارت به زن افتاد روز مرگت را یادت بینداز.
2. Teyzem bir noktayı anlarsa, tüm dünya anlayacak
ترجمه: اگر خاله‌ام نکته‌ای را بفهمد، کل عالم می‌فهمد.
3. Mükemmel bir kadın arıyorsanız, her zaman sevileceksiniz
ترجمه: اگر دنبال زن بی‌نقص بگردی همیشه عذب باقی می‌مانی.
4. İyi bir kadın hayatı uzatır, kötü bir kadın hayatı azaltır

مقایسه تطبیقی گفتمان کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی... آیتا الداغی

ترجمه: زن خوب عمر را دراز می‌کند، زن بد عمر را کم می‌کند.

5. Bir ev inşa eden bir kadın var ve bir evi yok eden bir kadın var
ترجمه: زنی هست که خانه را آباد می‌کند، زنی هم هست که خانه خراب می‌کند.
6. Elin ağzı torba değil ki büzesin.

ترجمه: دهان زن چفت و بست ندارد.

ضرب‌المثل‌ها در مورد مردان

7. Hırsız ve erkek ol
ترجمه: دزد باش و مرد باش.
8. Çocuk babasından geçimini öğrenir ve kızı annesinden dikmeyi öğrenir.
ترجمه: پسر از پدرش ساختن یک زندگی را یاد می‌گیرد و دختر از مادرش خیاطی را.
9. Adam konuşana kadar kusurlarını ve sanatını sakla
ترجمه: تا مرد سخن نگفته باشد عیب و هنرش نهفته باشد.
10. Adam tükürüğünü yalamıyor
ترجمه: مرد تفش را لیس نمی‌زند.
11. Yiğit ser verir, sır vermez.
ترجمه: جوانمرد سر می‌دهد، سر نمی‌دهد.

۵-۷. خصوصیات جنسیتی در سطح جامعه

در ضرب‌المثل‌های ترکی استانبولی بیشتر به ویژگی‌ها جنسیتی ظاهری، جنس زن اشاره شده است و از بیان خصوصیات جنسیتی ظاهری مردانه خودداری شده است.

ضرب‌المثل‌ها در مورد زنان

1. Gelimiz bizden kaçıyor, yüzünü kapıyor ama kışını açık bırakıyor.
ترجمه: عروس ما از ما فرار می‌کند، صورتش را می‌پوشد اما کونش را باز می‌گذارد.
2. Geceler gebedir (Gün doğmadan neler doğar).
ترجمه: شب‌ها حامله هستند.
3. Dağ doğura doğura bir fare doğurmuş.
ترجمه: کوه زاییده، زاییده، یک موش زاییده.

ضرب‌المثل‌ها در مورد مردان

1. Ben diyorum ben hadımım, sen diyorsun oğul uşaktan ne haber? Ö.A Aksoy s-42.

ترجمه: من می گویم «من اخته (خواجه) هستم». تو می گویی «از پسر و بچه ها چه خبر».

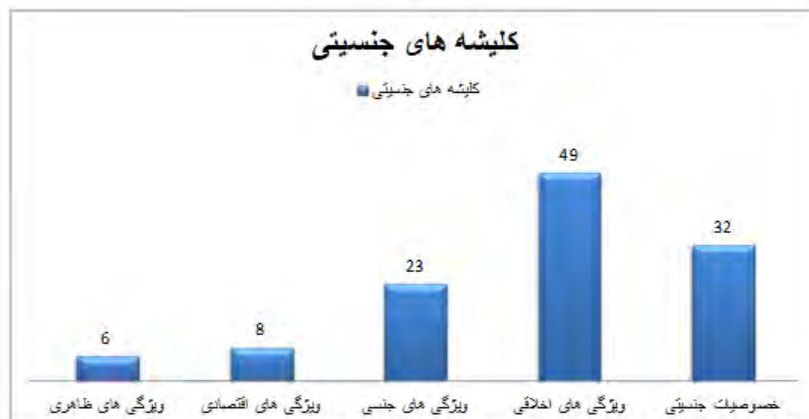
با توجه به بررسی های انجام شده از میان ۱۰۰ ضرب المثل ترکی استانبولی که به عنوان نمونه های پژوهش بررسی شده اند، نتایج زیر در مورد کاربرد کلیشه های جنسیتی در ضرب المثل ها به دست آمده است. از میان کلیشه های جنسیتی مورد تحقیق، ویژگی های اخلاقی با ۴۹ مورد کاربرد دارای بیشترین بسامد کاربرد و ویژگی های اقتصادی با ۸ مورد کاربرد دارای بیشترین بسامد هستند که این امر نشان دهنده اهمیت بیشتر فرهنگ ترکی بر مسائل اخلاقی و فرهنگی در میان ترک زبانان است.

جدول ۳: بسامد کاربرد کلیشه های جنسیتی در ضرب المثل های ترکی استانبولی به تفکیک

متغیرهای مورد بررسی

Table 3: Frequency of application of gender stereotypes in Istanbul Turkish proverbs by variables

ردیف	کلیشه های جنسیتی	بسامد کاربرد
۱	ویژگی های ظاهری	۲۶
۲	ویژگی های اقتصادی	۸
۳	ویژگی های جنسی	۲۳
۴	ویژگی های اخلاقی	۴۹
۵	خصوصیات جنسیتی	۳۲



نمودار ۲: کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های ترکی استانبولی

Figure 2: Gender stereotypes in Istanbul Turkish proverbs

جدول ۴: بسامد کاربرد کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های ترکی استانبولی به تفکیک

جنسیت

Table 4: Frequency of application of gender stereotypes in Istanbul Turkish proverbs by gender

کلیشه‌های جنسیتی مربوط به مردان	کلیشه‌های جنسیتی مربوط به زنان	بسامد کاربرد
۳۹	۶۸	

با توجه به جدول ۳ و ۴ کاربرد کلیشه‌های جنسیتی مربوط به جنس زنان با ۶۸ مورد دارای بسامد کاربرد بیشتری از کلیشه‌های جنسیتی مربوط به مردان است. بنابراین، کلیشه‌های جنسیتی موجود در ضرب‌المثل‌های ترکی استانبولی بیشتر بر جنسیت زنان تأثیر گذاشته است.

نتیجه

با توجه به بررسی‌های انجام‌شده مشخص شد که در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی بیان ویژگی‌های ظاهری بیشتر در ضرب‌المثل‌های مربوط به زنان مشاهده می‌شود. در این ضرب‌المثل‌ها ویژگی‌های ظاهری و توجه به آن برای زنان امری مهم

تلقی شده است که بر سایر خصوصیات انسانی نیز برتری دارد. اما در مورد ویژگی‌های ظاهری مردان ضرب‌المثل‌های کم‌تری به چشم می‌خورد. در ضرب‌المثل‌های فارسی و همچنین ترکی استانبولی، دارایی و مال نوعی ویژگی مثبت تلقی می‌شود که تنها حق مردان در نظر گرفته شده است و مردان حق بهره‌مندی از آن را دارند و نیازهای مالی زنان باید توسط مردان برآورده شود. همچنین، نداشتن تمکن مالی برای زنان به‌خصوصاً نداشتن جهیزیه سبب سرشکستگی و پایین بودن ارزش زن در فرهنگ ایرانی است. نتایج پژوهش حیدری (۱۳۹۲) همسو با نتایج پژوهش حاضر است و وی نیز در پژوهش خود بیان می‌کند که مقوله‌های زن و سیاست و زن و اقتصاد کم‌ترین فراوانی را در ضرب‌المثل‌ها داشتند که به نوبه خود نشان‌دهنده نادیده گرفتن زنان در این دو عرصه در فرهنگ اکراد است. در ادامه نگاه فرودوستی و خانه‌داری زنان به شکلی پررنگ‌تر کلیشه‌ای شده است. یکی از مسائلی که در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی مشاهده می‌شود، ابراز نیازهای جنسی است که این نیازها در ضرب‌المثل‌ها تنها از سوی مردان بیان شده و به دلیل مسائل فرهنگی و اعتقادی ما بیان این مسائل از سوی زنان نادرست تلقی شده است. در ضرب‌المثل‌های ایرانی و ترکی‌ای ویژگی‌های اخلاقی مثبت، توانایی بر انجام کارهای بزرگ، کنترل امور زندگی همیشه به مردان نسبت داده شده و کارهای پست، صفات بی‌ارزش اخلاقی به زنان نسبت داده شده است. در برخی از ضرب‌المثل‌ها برخی ویژگی‌های اخلاقی مثبت به زنان نیز نسبت داده شده، اما همان ویژگی‌های اخلاقی، باز هم در راستای خدمت به مردان به زنان نسبت داده شده است. نتایج پژوهش حیدری و همکاران (۱۳۹۶) همسو با نتایج پژوهش حاضر است. آن‌ها در پژوهش خود بیان می‌کنند که تصاویر ارائه‌شده از زنان در ضرب‌المثل‌های لری، به شکل‌گیری و تقویت نوعی زبان جنسیت‌گرا و کردار تبعیض‌آمیز جنسیتی در جامعه مورد 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 بین‌جنسیتی و هم ممانعت‌کننده

زنان در دستیابی به موقعیت‌های مهم و ارزشمند زیست اجتماعشان باشد. همچنین، در ضرب‌المثل‌های ایرانی و ترکیه‌ای بیشتر به خصوصیات جنسیتی زن اشاره و از بیان خصوصیات جنسیتی مردانه خودداری شده است که این امر نیز در تفکرات فرهنگی جامعه ریشه دارد. هرچند زن و مرد از نظر حقوق اجتماعی استعداد و لیاقت یکسانی دارند، باید به یک اندازه بهره ببرند، اثرگذاری هر دو جنس نیز در جامعه به یک اندازه است و اگر تفاوتی هم وجود دارد باید در نوع استعداد افراد باشد و جنسیت نمی‌تواند عامل تبعیض باشد، اما آنچه ما مشاهده می‌کنیم این است که در طول تاریخ واقعیت جایگاه زنان چه در فرهنگ ایرانی و چه در فرهنگ ترکیه با حقیقت آن فاصله بسیاری داشته و همین موضوع سبب شده است که زنان تا به امروز نتوانند جایگاه خود را در جامعه به‌درستی پیدا کنند. در این راستا، نتایج پژوهش ذوالفقاری و باقری (۱۳۹۵) که به بررسی و تحلیل جامعه‌شناختی ضرب‌المثل‌ها در افسانه‌های پهلوانی فارسی پرداخته‌اند، همسو با نتایج پژوهش حاضر است و آن‌ها نیز در پژوهش خود بیان می‌کنند که در این ضرب‌المثل‌ها گاه رگه‌هایی از اندیشه‌های مردسالارانه و زن‌ستیزانه دیده می‌شود. با توجه به بررسی‌های انجام‌شده از میان ۱۰۰ ضرب‌المثل فارسی و ۱۰۰ ضرب‌المثل ترکی استانبولی که به‌منزله نمونه‌های پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند، ویژگی‌های اخلاقی در فرهنگ ترکی و ایرانی دارای بیشترین فراوانی و ویژگی‌های اقتصادی دارای کم‌ترین فراوانی کاربرد هستند. این امر نشان‌دهنده اهمیت بیشتر بر مسائل اخلاقی و فرهنگی در فرهنگ فارسی‌زبانان و ترک‌زبانان است. همچنین، کلیشه‌های جنسیتی مربوط به جنس زنان دارای بسامد کاربرد بیشتری از کلیشه‌های جنسیتی مربوط به مردان است. بنابراین، کلیشه‌های جنسیتی موجود در ضرب‌المثل‌های فارسی و ترکی استانبولی بیشتر بر جنسیت زنان تأثیر گذاشته و سعی در حفظ مردانگی مردان جامعه داشته و به نوبه خود محیطی مردسالارانه را در فرهنگ ایرانی و ترکی پدید آورده است که کماکان همین فرهنگ مردسالارانه در جامعه امروزی ترکیه نیز دنبال می‌شود. با توجه به بررسی‌های انجام‌شده در پژوهش‌های سایر محققان در حوزه زبان‌شناسی جنسیت و کاربرد ضرب‌المثل‌ها مشخص شد که به بررسی منشأهای ضرب‌المثل‌ها، کلیشه‌های جنسیتی بیان‌کننده ویژگی‌هایی اغراق‌آمیز برای افراد و گروه‌های مختلف

جنسی، سنی، شغلی پرداخته است همچنین در ضرب‌المثل‌های ایرانی و غیرایرانی، ضرب‌المثل‌های جنسیتی بیان‌کننده موقعیت فرودست زنان در جوامع مختلف بوده است که پژوهش حاضر نیز نتایج مشابه سایر پژوهش‌ها مانند ذوالفقاری و باقری (۱۳۹۵)، حیدری و همکاران (۱۳۹۶) به دست آورده است. اما در هیچ‌کدام از پژوهش‌های قبلی به‌طور کامل به بررسی ویژگی‌های جامعه‌شناختی نهفته در ضرب‌المثل‌ها از جمله ویژگی‌های ظاهری، ویژگی‌های اخلاقی، ویژگی‌های جنسی، ویژگی‌های اقتصادی و خصوصیات جنسیتی در سطح جامعه در قالب یک پژوهش جامع پرداخته نشده است که در این مورد با سایر پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه تفاوت دارد و در این مورد پژوهش حاضر دارای نوآوری است.

پی‌نوشت‌ها

1. Honeck
2. Branch
3. Beck
4. Kiyimba
5. stereotype
6. Gender stereotypes
7. sex
8. Gender
9. Braggin
10. *Türk Dil Kurumu Sözlüğü*

منابع

- ارشادیان، م. (۱۳۹۵). بررسی جامعه‌شناختی نقش‌های جنسیتی با تأکید بر فرهنگ عامه و ضرب‌المثل‌ها. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی. دانشگاه مازندران.
- امین‌الرعیاء، پ.، شریفی، ش.، و الیاسی، م. (۱۳۹۴). بررسی ویژگی‌های منتسب به زنان در ضرب‌المثل‌های فارسی. پژوهش زبان و ادبیات فارسی، ۳۴، ۸۹-۱۲۰.
- بامشادی، پ. (۱۳۹۴). زبان‌شناسی اجتماعی. زبان‌کاوی، ۲، ۱۲-۲۵.
- پاک‌نهاد جبروتی، م. (۱۳۸۱). فرادستی و فرودستی در زبان. تهران: گام نو.
- ترادگیل، پ. (۱۹۸۷). زبان‌شناسی اجتماعی. ترجمه م. طباطبایی (۱۳۷۶). تهران: آگه.

مقایسه تطبیقی گفتمان کلیشه‌های جنسیتی در ضرب‌المثل‌های فارسی..._____ آیتا الداغی

- حسین‌زاده، ع.ر.، و بصیری، م. (۱۳۸۸). بررسی جنسیت در ضرب‌المثل‌ها با توجه به آیات و احادیث. *مطالعات زنان*، ۳، ۳۱-۷.
- حیدری، آ.، ابتکاری، م.ح.، محقق، ع. (۱۳۹۶). واکاوی مفهوم زن در ضرب‌المثل‌های لری با تأکید بر بعد نابرابری جنسیتی. *فرهنگ و ادبیات عامه*، ۱۷، ۱۹۵-۲۲۱.
- حیدری، س. (۱۳۹۲). *بررسی جایگاه زن در فرهنگ عامه کردی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور. مرکز تهران غرب.
- دهخدا، ع.ا. (۱۳۴۲). *لغت‌نامه دهخدا*. تهران: دانشگاه تهران.
- ذوالفقاری، ح. (۱۳۸۶). *فرهنگ بزرگ ضرب‌المثل‌های فارسی*. تهران: معین.
- ذوالفقاری، ح.، و باقری، ب. (۱۳۹۵). تحلیل جامعه‌شناختی ضرب‌المثل‌ها در افسانه‌های پهلوانی فارسی. *زبان‌شناسی اجتماعی*، ۲، ۱۷-۲۷.
- رضایی، ح.، و ظاهری عبده‌وند، ا. (۱۳۹۲). تصویر زن در قصه‌های عامه فرهنگ بختیاری. *زن در فرهنگ و هنر*، ۲، ۲۳۹-۲۶۰.
- فاطمی، ج. (۱۳۹۰). بررسی و تحلیل منطقی لغزش‌های فکری خرد عامه در ضرب‌المثل‌های فارسی. *کهن‌نامه ادب پارسی*، ۲، ۸۷-۹۹.
- کاکولی، م. (۱۳۸۵). *خانم‌ها نخوانند*. نیشابور: شادیان.
- کلهر، س. (۱۳۸۱). *زن در ضرب‌المثل‌ها*. کتاب ماه (هنر)، ۱۲۸، ۱۲-۷۸.
- کیخایی، ا.، و سیاوش، ا. (۱۳۹۲). نقش ضرب‌المثل‌های فارسی در ساخت و پایدار نمودن فرهنگ جنسیتی. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۲، ۵۱-۸۲.
- مدرسی، ی. (۱۳۹۰). *درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان*. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- معصومی، م.، و رحیمی‌نژاد، و. (۱۳۹۱). *زن و ضرب‌المثل‌های جنسیتی*. *زبان و ادب فارسی*، ۱۱، ۱۳۵-۱۵۸.
- وارداف، ر. (۲۰۰۶). *درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان*. ترجمه ر. امینی (۱۳۹۳). تهران: بوی کاغذ.

References

- Amin al-Ruaya, P., Sharifi, Sh., & Eliassy, M. (2016). Investigating the characteristics attributed to women in Persian proverbs. *Persian Language and Literature Research*, 34, 89-120.
- Bamshadi, P. (2016). Social linguistics. *Linguistics*, 2, 25-12.

- Beck, W. (2005). *Proverb speaks louder than words: folk wisdom in art, culture, folklore, history, literature and mass media*. Peter Lang Publications.
- Braggin, V. (1981). *Sexist language*. Little Field Adams.
- Branch, R. G. (2005). Teaching the old testament book of proverbs via a play. *Christian Higher Education*, 4, 57-69.
- Cook Lauer, N. (2009). *Studies show women's role in media shrinking*. W. E. News Journal, 24-1.
- Crystal, D. (1987). *The Cambridge encyclopedia of language*. Cambridge University Press.
- Dehkhoda. A. A. (1964). *Dictionary of Dehkhoda* (in Farsi). University of Tehran.
- Dogan, K. (2010). *Turkish new agency all rights-reserved policy document women and education/the Republic of Turkey prime*. Türk Dil Kurumu Sözlüğü, Ankara, Received from: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_atasozleri&view=atasozleri&kategori1=atalst&kelime1=g%C3%B6t&sayfa1=40&hng1=tam.
- Ershadian, M. (2017). *Sociological study of gender maps with emphasis on popular culture and proverbs*. Master Thesis in Sociology. Mazandaran University.
- Fatemi, J. (2012). A logical study and analysis of the intellectual slips of popular wisdom in Persian proverbs. *Archive of Persian Literature*, 2, 87-99.
- Foucault, M. (1989) *Power/knowledge: selected interviews and other writings of 1077-1984*. Routledge.
- Heydari, S. (2014). *A study of the status of women in Kurdish popular culture*. Master Thesis of Payame Noor University, West Tehran Center, Iran.
- Heydari, A., Ebtokari, M. H., & Mohageghi, A. (2018). An analysis of the concept of woman in Larry's proverbs with emphasis on the dimension of gender inequality. *Popular Culture and Literature*, 17, 195-221.
- Honeck, R. (2000). A proverb in mind: the cognitive science of proverbial wit and wisdom. *Journal of Pragmatics*, 32, 627-638.
- Hosseinzadeh, A. R., & Basiri, M. (2012). Examining gender in proverbs according to verses and hadiths. *Women's Studies*, 3, 7-31.
- Kakoli, M. (2007). *Ladies do not read* (in Farsi). Shadian.
- Kalhor, S. (2003). Woman in Proverbs. *Book of the Month (Art)*, 128, 12-78.
- Keikhaei, A., & Siavash, A. (2014). The role of Persian proverbs in constructing and sustaining gender culture. *Social Studies and Research in Iran*, 2, 51-82.
- Kiyimba, A. (2005). Gendering social destiny in the proverbs of the Baganda reflections on boys and girls becoming men and women. *Journal of African Cultural Studies*, 2, 253-270.
- Masoumi, M., & Rahiminejad V. (2011). Women and gender proverbs. *Persian Language and Literature*, 158, 11-135.

- Modaresi, Y. (2012). *An introduction to the sociology of language* (in Farsi). Institute of Humanities and Cultural Studies.
- Paknahad Jabruti, M. (2003). *Superiority and inferiority in language* (in Farsi). New Step.
- Rezaei, H., & Zaheri Abdehvand, A. (2014). The image of a woman in the folk tales of Bakhitari culture. *Women in Culture and Art*, 2, 260-239.
- Taradgil, P. (1998). *Social linguistics* (translated into Farsi by Mohammad Tabatabai). Ad.
- Wardaf, R. (۲015). *An introduction to the sociology of language* (translated into Farsi by Reza Amini). The Smell of Paper.
- Zolfaghari, H. (2008). *The great culture of Persian proverbs* (in Farsi). Moin.
- Zolfaghari, H., & Bagheri, B. (2017). Sociological analysis of proverbs in Persian heroic legends. *Social Linguistics*, 2, 27-17.





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی