

(مقاله پژوهشی)

## کارکرد قدرت بخش زبان در زندگی روزمره زنان (مطالعه استراتژی‌های زبانی قدرت در زنان طبقه متوسط ساکن تهران)

مریم فردوسی<sup>۱\*</sup>، نعمت‌الله فاضلی<sup>۲</sup>

### چکیده

انسان‌ها برای پیشبرد زندگی خود استراتژی‌های زبانی متعددی را به کار می‌گیرند. این مسئله در جوامعی چون ایران که با توزیع نامتوازن قدرت روبه‌روست و ابزار قدرت در دسترس مردمانش به همین ابزار زبانی محدود می‌شود، بیشتر به چشم می‌خورد. علاوه بر آن نیز گروه‌های خاص اجتماعی، مانند زنان، به واسطه خاص‌تر بودن شرایط اجتماعی و فرهنگی و سرمایه‌های اندکی که در دست دارند، به طریق اولی به مکانیزم‌های زبانی مختلف متوسل می‌شوند تا بتوانند در میدان‌هایی که سهم آنها از قدرت ناچیز است، مناسبات قدرت را به نفع خود تغییر دهند. از همین روی هم دنیای زنانه با زبان تعریف می‌شود و این مقاله قرار است با بررسی کنش‌های زبانی زنان در بستر زندگی روزمره به کنه زبان زنانه و البته استراتژی‌های زبانی زنان پی ببرد و با روش کیفی و ترکیبی از مصاحبه گروهی در قالب گروه متمرکز<sup>۳</sup>، تجربه زیسته و متونی مثل وبلاگ‌ها و رمان‌ها (در حد منابع کمکی) به این پرسش پاسخ دهد که زنان ایرانی در زندگی روزمره‌شان از چه استراتژی‌هایی برای اعمال قدرت در مقابل نابرابری‌ها و رسیدن به حداکثر منافع استفاده می‌کنند.

### کلیدواژگان

زبان زنانه، استراتژی‌های زبانی، زندگی روزمره، قدرت و مقاومت، زبان‌شناسی جنسیت

mitraferdosi@gmail.com  
nfazeli@hotmail.com

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول).

۲. عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۰۸ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۲۰

## مقدمه

«استراتژی» همان راهبردی است که انسان‌ها در یک موقعیت عینی به کار می‌گیرند تا عاملیت و منافع مد نظر خویش را دنبال کنند، با ساختار قدرت حاکم بر آن موقعیت، درگیر شده، به آن تنه بزنند و منابع سودمند درون ساختار را به سوی خود سوق دهند. گاهی استراتژی سوژه در یک موقعیت، ممکن است هموار کردن راه‌هایی برای تغییر ساختار قدرت موجود باشد، یا تنه‌زدن به آن یا در انفعالی‌ترین شکل پیروی از آن باشد. بیان ساده این وضعیت شاید این باشد که انواع استراتژی‌هایی که یک فرد در سراسر موقعیت‌ها و میادین زندگی روزمره خویش اتخاذ می‌کند، وضعیت دسترسی آن فرد را به منابع و منافع موجود در آن موقعیت یا میدان تعیین می‌کند. استراتژی‌ها، با زیرشاخه‌های بسیار زیاد خود، ابزاری به دست فرد می‌دهند تا بتواند با سنجیدن شرایط و مختصات قدرت در هر وضعیتی از زندگی، راهبردی متناسب، کم‌هزینه و هوشمندانه در جهت نیل به اهداف خود به کارگیرد. در این میان، استراتژی‌های کلامی و زبانی جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص می‌دهند؛ از آن جهت که جایی میان استراتژی‌های قلدرمآبانه فیزیکی و بدنی، مقابل استراتژی‌های غیرکلامی و نمادین می‌ایستند و در دسته تاکتیک‌های گفتمانی، زبانی و شناختی-معرفتی قرار می‌گیرند. باید تأکید کرد که استراتژی‌های زبانی را بیشتر افراد کم‌قدرت در میادین اجتماعی به کار می‌برند؛ بنابراین در جوامعی مثل ایران که قدرت در میان گروه‌های اجتماعی به تساوی تقسیم نشده است، گروه‌های حاشیه‌ای بیش از گروه‌های رسمی از ابزارها و استراتژی‌های زبانی برای رسیدن به اهداف و خواسته‌هایشان بهره می‌گیرند.

در میان گروه‌های حاشیه‌ای که در ایران می‌توانیم نام ببریم، گروه زنان به‌طور ویژه و حتی شاید متمایزی از استراتژی‌های زبانی استفاده می‌کنند و حتی می‌توان گفت برای این کار زبانی خاص - که ما آن را زبان زنانه می‌نامیم - به کار می‌برند. این اتفاق به چند دلیل مهم، پژوهشگر حوزه ارتباطات و مطالعات فرهنگی را به بررسی چندوچون ساختن زبان زنانه و چگونگی کاربست استراتژی‌های زبانی از سوی زنان، ترغیب می‌کند؛ نخست به این خاطر که گروه اجتماعی زنان، گروهی بسیار پرجمعیت هستند و نیمی از جمعیت کشور را شامل می‌شوند و دوم از این بابت که اعضای آن، به‌صورت تاریخی دسترسی بسیار کمی به منابع، امکانات و ظرفیت‌های قدرتمند جامعه دارند و نیز به‌خاطر محرومیت‌های پرتکرار و رنج‌آوری که در فرایند حذف و طرد اجتماعی تجربه کرده‌اند. بخش جالب توجه این چند دلیل، آنجاست که در افقی دورتر دریابیم که چطور با وجود کمیابی تاریخی منابع در دسترس، گروه اجتماعی زنان توانسته‌اند با تدابیر و استراتژی‌هایی بر کمبودهایی که در زیست روزمره خود در جامعه تجربه می‌کنند، فائق آیند و به‌طور واضحی حضور اجتماعی و هویت خاص خود را به فضای مقتدری که قدرت مردانه آن را مدیریت می‌کند، تحمیل کنند؟ بخشی از این موفقیت حاصل چرخش‌های ایدئولوژیک و تغییرات ساختاری در قوانین، اما به باور نویسنده، بخش مهم‌تر این توفیق و کامرانی مرهون تغییرات درون‌ماندگاری است که زنان طی سالیان متمادی، به‌واسطه استراتژی‌های زبانی و از طریق زبان زنانه، در ساختار اجتماعی و محیط اطرافشان ایجاد کرده‌اند. زبان زنانه را اساساً به‌عنوان

زبانی غیررسمی، درمقابل زبان مردانه - که زبان رسمی و به‌طور کلی گفتمان عمومی محسوب می‌شود - می‌شناسیم. این زبان واحد زیادی یک زبان ناشناخته و زبانی است که باید با دقت تعریف و راهبردها و استراتژی‌های آن شناسایی شود؛ چراکه زبان غیررسمی، عرصه‌های مهم و پیچیده زندگی را فراگرفته و نه‌تنها در زندگی روزمره اهمیتی کمتر از زبان رسمی ندارد، بلکه کارکردهای زیادی نیز به‌لحاظ شناختی و معرفتی در حیات اجتماعی ایفا می‌کند.

بنابراین در این مقاله، زبان زنانه به‌مثابه یک زبان غیررسمی ولی مهم، مورد خوانش قرار می‌گیرد و تلاش می‌شود از طریق فهم جزئیات آن، از جمله لحن، استفاده از واژگان و چینش کلمات در جمله و... به استراتژی‌های عملیاتی زنان پی برد. با انجام پنج نشست گروه متمرکز (فوکوس‌گروپ)<sup>۱</sup> به‌عنوان روش اصلی و مطالعه و بلاگ‌های زنان، رمان‌های زنانه و مشاهده میدانی گفت‌وگوهای زنانه در مجالس و ... به‌عنوان روش‌های تکمیلی، دریافتیم که زبان می‌تواند ساحتی قدرتمند برای ایجاد احساس سوژگی در زنان باشد، آن‌گاه که آنها با محدودیت‌های زیادی در زمینه سکسوالیته<sup>۲</sup>، مدیریت بدن و عرصه‌های بروز عینیت و موجودیت خویش در جامعه مواجه‌اند. از همین‌رو نگارنده در مقاله حاضر می‌کوشد با بررسی کنش‌های زبانی زنان در بستر زندگی روزمره، راهی به کنه زبان زنانه و البته فهم استراتژی‌های زبانی آنان باز کند و از این طریق آن بخش از کنش ارتباطی هوشمندانه زنان ایرانی را که با استفاده از زبان موفق به تغییر قواعد قدرت در جامعه شده، بنمایاند.

## ۲. ملاحظات نظری پژوهش

### ۲-۱. سهم نظریه‌های فمینیستی

برای نوشتن این مقاله ابتدا باید سراغ نظریه‌هایی می‌رفتیم که موضوع آنها تحلیل و مفاهمه گروه اجتماعی زنان بود؛ بنابراین در آغاز دست به خوانش نظریه‌های فمینیستی زدیم. از میان نظریه‌های فمینیستی، سراغ آن دسته از نظریه‌ها رفتیم که در وهله نخست نسبت به توان عاملیت و کنش زنان در تغییر مناسبات قدرت بدبین نبودند و در وهله دوم به‌صورت ذات‌گرایانه زنان را تثبیت‌شده در جایگاه فرودست میدان‌های اجتماعی نمی‌دیدند؛ علاوه بر این، برای ما مهم بود که آن دسته از نظریه‌های فمینیستی در این تحقیق مورد ارجاع قرار بگیرند که زنان را به‌صورت کلیتی واحد و یکدست با توان فکری و معرفتی و شناختی یکسان در نظر بگیرند، بلکه هر زن را به‌طور فردی با ویژگی‌های منحصربه‌فرد خودش ببیند که اگرچه در یک گروه اجتماعی فرودست و حاشیه‌ای به اسم گروه

1. Focus group

2. sexualité

۳. به‌تعبیر میشل فوکو، سکسوالیته یک سیستم تاریخی و شبکه بزرگ سطحی است که در آن برانگیختن بدن‌ها، تشدید لذت‌ها، تحریک به گفتمان، شکل‌گیری شناخت‌ها و تقویت کنترل‌ها و مقاومت‌ها، به‌طور زنجیره‌ای به یکدیگر متصل هستند. این زنجیره و شبکه، مطابق چند استراتژی علم از یک‌سو، و قدرت از سوی دیگر شکل می‌گیرد.

اجتماعی زنان عضویت دارد، دارای توانایی‌های خاصی جهت کاربرد راهبردها و استراتژی‌هایی برای برون‌رفت از نابرابری و بن‌بست‌های اجتماعی است.

در میان بحث‌ها پیرامون زبان و زنان، پرداختن به تحول عمیقی که فمینیست‌ها، خصوصاً فمینیست‌های پسا ساختارگرا، با طرح پرسش‌های اساسی درباب معنی هویت و جایگاه زن در ارتباط با فرهنگ، جامعه، قدرت و غیره ایجاد کرده‌اند، ضروری است. این گروه به شدت متأثر از ایده‌های پسامدرنیستی هستند که تلاش برای ایجاد یک مکتب فکری فمینیستی خاص را مردود می‌داند، و معتقد است هر پدیده‌ای را باید از طریق یک رشته عوامل که بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند، درک کرد. براساس این ایده، فمینیست‌های پسا ساختارگرا معتقدند که زنان لزوماً زیر سلطه مطلق و تغییرناپذیر زبان مردانه قرار ندارند و می‌توانند با ایجاد زبان و شیوه‌های تفکر جدیدی درباره هویت خویش، خویششان را از معانی ستمگرانه‌ای که مردان بر آنها تحمیل کرده‌اند، رها سازند (سجادی ۱۳۸۸: ۳۰)

## ۲-۲. ویلیام بیمن؛ زبان، منزلت و قدرت

پس از نظریات فمینیستی گروه دوم نظریه‌هایی که در این پژوهش به آنها ارجاع داده شده، نظریه‌های حوزه زبان و قدرت هستند. یکی از مهم‌ترین آنها، نظریه زبان، منزلت و قدرت ویلیام بیمن بود که چارچوب مفهومی آن، از آن‌رو که تحلیلی درباب استفاده و کاربردهای ایرانیان از زبان و نظام قدرت موجود در آن است، در جای‌جای این مقاله استفاده شده است. بیمن در کتابی به همین نام، توضیح می‌دهد که موضوع روابط اجتماعی بین فردی از مهم‌ترین موضوعات جامعه ایرانی است. به اعتقاد بیمن کلید فهم این تفاوت و نیز درک پیچیدگی نهادهای اجتماعی و سیاسی ایران در فهم دینامیسم رفتار بین فردی نهفته است؛ زیرا در مسیر پیچیدگی‌های نهفته در تعامل‌های چهره‌به‌چهره است که «قدرت» رد و بدل می‌شود، اتحادها شکل می‌گیرد، وظایف بر دوش افراد گذاشته می‌شود و درباره استراتژی‌ها تصمیم‌گیری می‌شود. به اعتقاد بیمن رفتار بین فردی ایرانی بدون تردید وجهی زیبایی‌شناسانه دارد و نکته مهم آن است که این زیبایی‌شناسی به استعاره‌های مختلفی می‌انجامد. بیمن نتیجه می‌گیرد که رفتار بین فردی در ایران به نحو گسترده‌ای با زبان در ارتباط است. درهم‌تنیدگی زبان و تعامل اجتماعی در ایران، به اعتقاد بیمن، بنیان نظریه‌های ویلیام جیمز، جان دیویی و پیرس را که قائل به جدایی زبان و زمینه اجتماعی هستند، به چالش جدی می‌کشد. به اعتقاد او نظریه‌های کلاسیک زبان‌شناسی قادر به تبیین رفتار ایرانی نیستند (فاضلی ۱۳۸۸: ۷۵) این نظریه از این جهت برای نویسندگان مقاله مهم است که نشان می‌دهد چطور انسان ایرانی، زبان را در مناسبات قدرت به شیوه‌ای هوشمندانه به کار می‌گیرد.

### ۳-۲. فوکو؛ قدرت و مقاومت در حیطه زبان

دیگر منبع نظری مورد ارجاع در پژوهش حاضر، کوشش نظری میشل فوکو، اندیشمند فرانسوی، است. در بسط و تحلیل قدرت و رابطه آن با مفاهیمی چون دانش و معرفت و انواع قدرت و مکانیزم‌های آن. فوکو قدرت را یک وضعیت استراتژیکی پیچیده، مرتبط و تفکیک‌ناپذیر از دانش و معرفت می‌داند که صرفاً در مالکیت کسی یا چیزی نیست، بلکه در همه‌جا حضوری دائمی و چشمگیر دارد. یکی از انواع قدرتی که در کارهای فوکو تحلیل و چارچوب مفهومی آن در این مقاله استفاده شده، قدرت ناشی از جنسیت افراد جامعه است که با تعریفِ زنانگی و مردانگی موجب می‌شود تا یک جنس در جامعه پست‌تر و جنس دیگر فراتر جلوه کند. او در مجموعه چهارجلدی «تاریخ جنسیت» به توضیح نحوه شکل‌گیری قدرت مبتنی بر جنسیت می‌پردازد. اندیشه محوری او در این کتاب این است که آنچه در جامعه به‌عنوان حقیقت امر جنسی شناخته می‌شود، در واقع بیش از نوعی اسطوره نیست، اما این اسطوره‌پردازی بر روابط میان آدمیان تأثیری بسزا گذاشته و آنان را در حلقه‌ای از روابط قدرت اسیر کرده است. اما فوکو صرفاً یک ساختارگرا نیست؛ او رابطه متقابل میان فرد و ساختارهای اجتماعی را مد نظر دارد. از نگاه او **هرجا قدرت وجود دارد، آزادی هم هست** و این نکته همان نقطه‌ای است که ما را در نوشتن این مقاله با آرا و چارچوب مفهومی فوکو همراه می‌کند؛ زیرا در پس این گزاره این موضوع کلیدی نهفته است: انسان این توانایی را دارد که در مقابل قدرت‌های سرکوبگر اجتماعی مقاومت کند و یکی از راه‌های مقاومت، غلبه بر قدرت گفتار غالب است. این مقوله‌ای است که فوکو در کتاب «نظم گفتار» بدان می‌پردازد و شیوه‌ها و استراتژی‌هایی را هم برای آن برمی‌شمرد (ضمیران ۱۳۷۸: ۳۲۹)

### ۴-۲. ویتگنشتاین: نظریه بازی‌های زبانی

بعد از آرای فوکو در باب قدرت و مقاومت در حیطه زبان، نظریه بازی‌های زبانی لودویگ ویتگنشتاین در این پژوهش استفاده شده است. ویتگنشتاین، از مهم‌ترین فلاسفه سده بیستم، با طرح نظریه بازی‌های زبانی در آثار متأخر خود درصدد برآمد تا همین رابطه قدرت و زبان را به‌نحوی دیگر آشکار کند. براساس این نظریه، زبان پیکره‌ای از بازی‌های مختلف است. به بیان دیگر، زبان کارکردهای متفاوتی دارد، تصویرگری واقعیت صرفاً یکی از بیشمار کارکردهای مختلف زبان محسوب می‌شود. هریک از این بازی‌های زبانی با یک شکل زندگی همراه است. بنابراین، فهم یک بازی زبانی مستلزم فهم یا شرکت در شکلی خاص از زندگی است که بازی زبانی مد نظر در بافت آن واقع می‌شود. براساس این دیدگاه برای دستیابی به تلقی درست از زبان، کافی است به کارکرد آن در زندگی واقعی (و روزمره) مردم توجه کنیم و ببینیم خود مردم با زبان چه می‌کنند؟! به تعبیر دیگر ویتگنشتاین می‌گوید معنای هر واژه

1. Michel Foucault
2. Ludwig Wittgenstein

عبارت است از کاربرد آن واژه در زبان و از این رو، شعار معروف او این است: «از کاربرد پیرس نه از معنا» (Wittgenstein ۱۹۲۵: ۲۱۲) این نظریه از آن رو که به کارکرد زبان در قالب بازی‌های زبانی در زیست روزمره انسان می‌پردازد و نیم‌نگاهی نیز به جنسیت دارد، در مقاله حاضر مورد ارجاع بوده است.

## ۲-۵ ادبیات نظری بوردیو و مفاهیم «میدان»، «سرمایه» و «زبان مشروع»

پیر بوردیو اندیشمند پساساختارگرای فرانسوی است که با استفاده از آموزه‌های زبان‌شناسی، برداشتی نو از مفهوم «سرمایه» مارکس خلق کرد. درحقیقت بوردیو آنچه را که نزد مارکس معنایی اقتصادی داشت، به مفهومی چندوجهی برای تحلیل کنش‌ها در حوزه‌های متنوعی چون فرهنگ، سیاست و اقتصاد تبدیل کرد. بوردیو برای پرورش مفهوم سرمایه، از مفاهیم دیگری نظیر «میدان» و «عادت‌واره» نیز بهره جست.

بوردیو به‌جای دستوری بودن کلام به «مقبولیت کلام» توجه می‌کند. به‌عبارت دیگر او به‌جای زبان محض به زبان درست و مقبول اعتقاد دارد. همچنین به‌جای مناسبات ارتباطی یا تعامل نمادین به مناسبات قدرت نمادین توجه دارد؛ بنابراین پرسش از ارزش و قدرت سخن را جایگزین پرسش از معنای سخن می‌کند و درنهایت به‌جای توانش زبانی به‌ویژه به سرمایه نمادین که از موقعیت‌گوینده در ساختار اجتماعی جدایی‌ناپذیر است، می‌پردازد.

آنچه بوردیو درخصوص «زبان» و «کاربرد زبان» می‌گوید، غالباً در قالب چارچوب نظریه انتزاعی و کلی او می‌گنجد که بر محوریت دو مفهوم «خصلت» و «میدان» و با میانجی‌گری مفهوم «عمل اجتماعی» سامان می‌یابد. همچنین مفهوم‌پردازی «زبان» در آرای این متفکر ارتباط تنگاتنگی با مفاهیمی چون «طبقه‌بندی» و «فرهنگ» دارد؛ درواقع بوردیو در نظریاتش به بررسی شیوه‌ی بازتولید «زبان مشروع» و همچنین شیوه‌ی مقاومت در برابر آن در قالب «دگرباوری» پرداخته است.

با تکیه بر این ادبیات نظری که درون ایده بوردیو وجود دارد، به‌طور کلی می‌توان گفت مسئله اصلی زنان و مردان، یعنی همه، در میدان این است که: ۱. بتوانند نوع سرمایه‌ها را بالا-پایین کنند؛ ۲. بتوانند سرمایه‌ها را به هم تبدیل کنند و ۳. بتوانند بر سر سرمایه‌ها رقابت کنند. در اینجا برشمردن انواع سرمایه‌هایی که بوردیو مطرح می‌کند و همچنین مختصات آنها ضروری است.

از دید بوردیو، نوع رابطه و موقعیت یک میدان، بسته به دسترسی هریک از افراد به کالاها یا منابع (سرمایه) است که در این میدان بر سر آن کشمکش است؛ به عبارت دیگر «میدان عرصه‌ای است که در آن استراتژی‌های عاملان و کارگزاران به حفاظت یا بهبود موقعیت‌های خویش به‌لحاظ سرمایه تعریف‌کننده این میدان مربوط می‌شود» (جنکینز ۱۳۸۵: ۷۴).

## ۳. روش‌شناسی پژوهش

همان‌طور که در مقدمه و چکیده ذکر شد، زبان زنانه پدیده‌ای ویژه جهت مطالعه است. برای انجام

پژوهش حاضر به این نتیجه رسیدیم که بهترین کار برای نزدیک شدن به فهم زبانی که زن‌ها به کار می‌گیرند و تفسیر آن و نیز کشف کارکردهای آن در متن زندگی روزمره، استفاده از روش‌های کیفی است؛ چراکه روش‌های کیفی راه تعمق بیشتر در یک پدیده را برای پژوهشگر می‌گشایند.

### ۳-۱. شیوه عملیاتی کردن

در پژوهش حاضر روش‌ها و تکنیک‌های متعددی برای گردآوری و تحلیل داده‌ها به کار گرفته شده، ولی روش اصلی استخراج یافته‌های تحقیق، برگزاری پنج فوکوس‌گروپ یا گروه متمرکز است. در این زمینه تصمیم‌گیری درباره کاربرد این روش با توجه به موضوع، پرسش‌های تحقیق، افراد مورد مطالعه و گزاره‌هایی که به دنبال آن هستیم، صورت گرفت. علاوه بر این، بخشی از اطلاعات این پژوهش از داده‌های شفاهی حاصل از مشاهده میدانی در مهمانی‌ها و مجالس و نیز مطالعه رمان‌ها، محتوای وبلاگ‌های زنانه و محتوای فرم‌های تبادل نظر ویژه خانم‌ها و ... به دست آمده که گردآوری این دسته از داده‌ها، یکی از اصلی‌ترین رویکردهای روش‌شناختی در تحقیق کیفی است. شیوه تحلیل و تفسیر داده‌ها نیز به وسیله راهبرد «تحلیل موضوعی» با کمک مقوله‌بندی، رسیدن به گونه‌های استراتژی‌های زبانی زنان است. قصد ما در انجام مصاحبه‌های گروه متمرکز، در این پژوهش آن بود که روایت‌های شخصی کنشگران را درباره استراتژی‌های زبانی مورد استفاده، البته نه به صورت فردی، بلکه در بستر جمع زنان آشنا (گروه‌هایی که انتخاب می‌شدند ساختگی نبودند، بلکه از قبل وجود داشتند) و در بستر گفت‌وگوها و محاورات خود آنها به دست آید.

تلاش این تحقیق بر آن بوده است که با طرح پرسش در قالبی که با مقتضیات موقعیت‌های انضمامی پیوند داشته است، دانش تجربی کنشگران تاحدی سازمان داده شود و نیز با طرح موقعیت‌های مختلف، کاربرد زبان در جایگاه‌های گوناگون شناسایی شود. به این منظور با توجه به پرسش‌های پژوهش و «پس از مشاهده و مصاحبه اولیه میدان»، سه محور اصلی برای پرسش‌های مصاحبه تعریف شدند:

۱. سؤالاتی در خصوص میدان‌های اصلی زندگی هر زن و جایگاه او در آن میدان و البته شناسایی منافع کمیاب در میدان که آن زن بر سر آنها با دیگر کنشگران میدان درگیر است.  
۲. سؤالاتی به محوریت شناسایی راهبردهای کلامی برای عبور از موانعی که بر سر منافع و منابع مهم میدان وجود دارند.

۳. و همچنین طرح چند موقعیت فرضی (که بسته به هر گروه با توجه به موقعیت زن‌های تشکیل‌دهنده آن متفاوت بود) برای دستیابی به عملکرد آنها در خصوص یک موقعیت پیچیده در میدان و نیز ارزیابی استراتژی‌هایی که به عنوان پیشنهاد زنان در جلسه مصاحبه جهت عبور از بحران احتمالی به یکدیگر توصیه می‌کردند.

برای برگزاری گروه متمرکز پس از شناسایی گروه‌های هدف، نمونه‌های هدفمند انتخاب شدند:

۱- گروه روزنامه‌نگاران، ۲- گروه زنان فمینیست (که اکثراً نویسنده و محقق مطالعات زنان بودند

و در کل فعال سیاسی و اجتماعی این حوزه قلمداد می‌شدند)، ۳- گروه کارمندان رسمی، ۴- گروه هنرمندان و ۵- در نهایت گروه دختران دهه هفتادی دانشجو (این گروه آخرین گزینه ما بود و ایده آن در نتیجه بحث‌هایی که با زنان گروه‌های دیگر داشتیم، به وجود آمد. در همه جلسات از زنان «دیگری» نام برده می‌شد که دهه هفتادی بودند و گویا نوع دیگری از فرایند اجتماعی شدن و فراگیری نقش را طی کرده بودند. به تعبیر زنان گروه‌های دیگر، دهه هفتادی‌ها استراتژی‌های زبانی دیگری به کار می‌گیرند و از این رو آنها را کاربلد می‌خوانند. این دوقطبی دیگری‌سازی، بعدتر و با تشکیل فوکوس‌گروپ با دهه هفتادی‌ها صحنه گذاشته شد. آنها هم مرتباً از گروه دختران دهه شصتی که نابلد بودند حرف می‌زدند؛ زبانی که اگر استفاده از استراتژی‌های زبانی را بلد بودند، روزگارشان این نبود).

در ابتدا بنا بر این بود که موقعیت‌های ترسیم‌شده برای زنان، شامل مواردی از تقابل‌های ایشان با مردان باشد. البته که دیگری مهم زنان، دست کم در عرف می‌نماید که مردان هستند، اما طی مشاهدات میدانی و البته با تکیه بر تجربه زیسته نگارنده، این نتیجه حاصل شد که تقلیل میدان‌ها به میدان‌هایی که مردان نقش اول آن را بازی می‌کنند و دیگری‌ها به مردان، اشتباهی بزرگ است. برای بسیاری از زنان، دیگری‌های مهم - خصوصاً در محیط کار - زنان هم‌رده یا بالادست هستند. بسیاری از استراتژی‌های زبانی در گروه دوستی - متشکل از همجنسان - و در جریان رابطه با زنان دیگر به کار گرفته می‌شوند. به طور کلی همان‌طور که بورديو نیز اشاره می‌کند، با یک فضای اجتماعی کلی و یک میدان سروکار نداریم، بلکه فضای اجتماعی به میدان‌های مختلف تجزیه می‌شود و در نتیجه ما با یک رویارویی کلی و مطلق مقام‌ها، مثل مقام زن در برابر مقام مرد، روبه‌رو نیستیم. هریک از این میدان‌ها نیز شرایط بازی، موضوعات و منافع خاص خود را دارند. جامعه به منزله یک فضای اجتماعی، از تعداد بسیاری میدان‌های واجد اتصالات درهم‌پیچیده تشکیل شده است. میدان‌ها صحنه مبارزه برای مالکیت و بازآفرینی منابعی هستند که مختص آنهاست. نکته اینجاست که هریک از میدان‌ها زبان خاص خود را دارند. برای مثال میدان خانواده و مقام دختر بودن یا خواهر بودن نوع خاصی از زبان را می‌طلبد. همچنین زبان در میدان‌ها، الزاماً از قواعد زبان مسلط در میدان اصلی تبعیت نمی‌کند.

در میدان همواره منازعات دائمی در حال رخ دادن است. این منازعات هم به خاطر وجود رقابت خودبه‌خودی میان افراد درگیر بازی است و هم به خاطر ماهیت ساختار میدان که در آن سرمایه‌ها به صورت نابرابر در میدان توزیع شده‌اند. به این صورت که ساختار میدان با کمیاب کردن بعضی منافع و بهره‌برداری‌های مربوط به آنها، راهبردهایی را فراهم می‌آورد که امکان می‌دهند افراد با تصاحب منافع کمیاب در پی تخریب این کمیابی برآیند یا با دفاع از این منافع، کمیابی را حفظ کنند.

بنابراین در جریان انجام نشست‌های گروه متمرکز و طول مدت مشاهدات مردم‌نگارانه، اول در پی یافتن میدان‌های مهم زندگی زنان مورد مطالعه بودیم و پیش‌فرض‌های کلیشه‌ای موجود از «میدان»‌ها و «دیگری»‌ها و «منافع» مهم را تا حد ممکن کنار گذاشتیم. بدین صورت که از زنان شرکت‌کننده در نشست‌ها خواستیم که خود بگویند در طول روز در چه میدان‌هایی حضور دارند. در گام دوم از زن‌ها



پرسیدم که منافع مهم را در میادین مهم زندگیشان تعریف کنند؛ یعنی بگویند مواردی که در میادین بر سر آنها کشمکش است، چیستند؟

### ۲-۳. منطق نمونه‌گیری

در این پژوهش با استفاده از نظریه سرمایه‌های بورديو، زنان از نظر دارایی‌ها و سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی‌شان در چند طبقه دسته‌بندی شدند و سپس از آن میان طبقه متوسط برای نمونه‌گیری کاملاً هدفمند برگزیده شد تا در نهایت پنج گروه ۳ تا ۵ نفره از زنان طبقه متوسط برای برگزاری گروه متمرکز شکل بگیرد.

برای تعیین طبقه متوسط از ترکیبی از نظریه سرمایه‌های بورديو، نظریه «طبقه متوسط جدید» مارتین لیپست و پایان نامه دکتر ابراهیم انصاری استفاده شد. انصاری برای تعیین طبقه متوسط از ۴ عامل «درآمد، شغل، تحصیلات و سبک زندگی» استفاده کرده است. به‌طور خلاصه براساس پژوهش وی، طبقه متوسط «به‌طور عمده از میان ۵ شغل ۱. علمی، فنی و تخصصی ۲. مدیران و کارکنان عالی‌رتبه و اداری ۳. کارکنان امور دفتری و اداری ۴. کارکنان امور بازرگانی و فروشندگان و ۵. کارکنان امور خدماتی هستند» (انصاری ۱۳۷۴: ۲۳)

کسانی که به‌طور عمده دارای مدرک تحصیلی بین فوق‌دیپلم تا لیسانس و بالاتر هستند، در این گروه جای می‌گیرند. مقوله‌های سبک زندگی هم عبارت‌اند از: شیوه‌های گذران اوقات فراغت، شیوه تربیت فرزندان، شرکت در فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی، نحوه خرج کردن پول و مصرف کالاها و ادای فرایض دینی» (همان).

### ۳-۳. تکنیک تحلیل و تفسیر داده‌ها

#### ۱-۳-۳. تحلیل محتوا

در پژوهش حاضر برای تحلیل یافته‌ها از تحلیل محتوا (با تکنیک تحلیل تماتیک یا تحلیل موضوعی) استفاده شده است. روش کدگذاری موضوعی روابط معناداری را که افراد مورد مطالعه در چارچوب موضوع پژوهش دارند، حفظ می‌کند؛ بنابراین در این روش تمامی مقوله‌های مطالعه موردی می‌شوند. نتیجه این کار سیستمی از مقوله‌هاست که برای تحلیل موارد منفرد از آنها استفاده می‌شود. برای شرح و بسط این مقولات از کدگذاری باز استفاده شده که در آن براساس آنچه فلیک در کتاب «درآمدی بر تحقیق کیفی» آورده است، داده‌ها و پدیده‌ها را در قالب مفاهیم درآورده، متن را جمله‌به‌جمله کدگذاری می‌کنیم و سپس این کدها را براساس پدیده‌های کشف‌شده در داده‌ها که مستقیماً به پرسش تحقیق مربوط می‌شود، دسته‌بندی می‌کنیم و در نهایت مقوله‌هایی را که به این ترتیب به‌دست آمده، بسط می‌دهیم. باید خاطرنشان کرد واحد کدگذاری این پژوهش «استراتژی‌های زبانی» است؛ به این معنا که هر جا در متون به استراتژی رسیدیم، آن را کدگذاری کردیم.

درنهایت در کدگذاری موضوعی، پس از اولین تحلیل موردی، مقوله‌ها و حوزه‌های موضوعی مربوط به موضوع مجدداً کنترل شده و در نتیجه این عمل یک ساختار موضوعی حاصل شده است.

### ۲-۳-۳. روش تحلیل تماتیک

برای تحلیل مصاحبه‌ها از روش تحلیل تماتیک استفاده کردیم. «تحلیل تماتیک روشی است جهت تشخیص، تحلیل و بازگویی قالب‌های (تم‌های) درون داده‌ای. حداقل کارآیی این روش سازماندهی و توصیف داده‌ها با جزئیات کامل است. روش تحلیل تماتیک گاهی از این نیز پیش‌تر رفته، جنبه‌های متفاوت موضوع تحقیق را تفسیر می‌کند» (برونل و کلارک ۲۰۰۶: ۷۸). در این روش درواقع محقق با طبقه‌بندی داده‌ها و الگویابی در پی آن است که به یک تیپولوژی تحلیلی دست یابد (محمدپور ۱۳۹۲: ۱۴۶).

## ۴. یافته‌ها

یافته‌هایی که در ادامه می‌آید، در قالب مقوله‌های مستخرج از روش‌های پژوهش که در بالا مرور شد، دسته‌بندی شده‌اند. ابتدا از تحلیل منابع، مقوله‌هایی به دست آمد که هر کدام به‌مثابه یک استراتژی زبان زنانه کدگذاری شد، سپس آن دسته از استراتژی‌هایی که به‌نحوی نسبتی فعالانه با قدرت برقرار می‌کردند، ذیل دسته کلی تری با عنوان استراتژی‌های قدرت قرار گرفتند. آنچه در ادامه می‌آید، درواقع چند نمونه از استراتژی‌های قدرتی هستند که زنان طبقه متوسط ایران در ساحت زبانی به‌کار می‌برند.

### ۴-۱. استراتژی‌های قدرت

قبل از ارائه مصادیق و زیرمقوله‌های استراتژی‌های قدرت (به‌عنوان مقوله کلی) بهتر است این مفهوم را که به چه چیزی استراتژی قدرت می‌گوییم، توضیح دهیم. در تعریف مفهوم استراتژی در زندگی روزمره، با کمی اغماض می‌توان از مفهوم استراتژی در علوم سیاسی و مطالعات جنگ سود برد. البته باید میان دو رویکرد سنتی و مدرن تفاوت‌های زیادی از لحاظ تعریف استراتژی قائل شد. اگر میدان‌های زندگی روزمره را به میدان جنگ تشبیه کنیم، جوهره ایده استراتژی سنتی در این میدان، بر اصل «جنگ تن‌به‌تن» و «پیروزی در جنگ» قرار دارد و در رویکرد مدرن، استراتژی استعاری‌تر است و به آمیزه‌ای از علم و هنر تبدیل می‌شود. همان‌طور که بیمن (۱۳۷۸) نیز در توضیح زبان‌بازی‌های خاص ایرانیان می‌گوید: «ایرانیان با کلام سحر و جادو می‌کنند و استفاده از زبان برای آنها آمیزه‌ای از علم و هنر است».

از آنجایی که زنان شرکت‌کننده در پژوهش حاضر، از طبقه متوسط فرهنگی و شهرنشین بودند، لذا انتظار می‌رفت که در جریان تعاملات روزمره خود از رهیافت‌های مدرن‌تری استفاده کنند، پس ما رویکرد دوم را مد نظر قرار دادیم. آنان به این انتظار جواب مثبت داده، بر این گزاره که «استراتژی‌های کلامی سنتی زنان، امروز دیگر راهگشای زنان نیست» مهر تأیید زدند. آنها به‌صراحت درباره اینکه

کدام استراتژی‌ها قدیمی یا لوث شده‌اند، با ما سخن گفتند:

عُر زدن و حتی عشوه آوردن، واسه دوران مادرامونه. برای ما زشته دیگه / این‌طوری رفتار کنیم؛ تازه اصلاً جواب نمی‌ده دیگه. (نیکزاد - عضو گروه)

به‌زعم ما اگرچه زبان زنانه در نسل جدید زنان نیز به‌نحوی خاص مورد استفاده است، اما نکته مهم این است که آنچه زن امروز با زبان انجام می‌دهد، معجونی است از سنت و مدرنیته و آمیخته با چاشنی علم و هنر، و در جایی حتی می‌شود ردّ‌رهایی از این زبان بازی زنانه را هم در زنان با تحصیلات بالاتر و دارای مجموعه سرمایه‌های بیشتر مشاهده کرد. از این‌رو استراتژی‌های سنتی که بیشتر معطوف به مقاومت علیه سلطه موجود در میدان بودند، امروزه در مواردی جای خود را به الگوهای قدرت داده‌اند. به این معنا که زنان در دنیای زبانی خویش علاوه بر مقاومت علیه ساختارهای قدرت، به اعمال قدرت نیز می‌پردازند و این امتیازی است که انباشت سرمایه‌های بوردیویی (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادین) به زنان داده است. این‌ها همه در بستر زندگی روزمره اتفاق می‌افتند، جایی که علاوه بر اینکه بستر اعمال قدرت در جامعه محسوب می‌شود، پتانسیل‌هایی نیز برای رهایی‌بخشی و خلاقیت و استقلال سوژه نیز فراهم می‌کند.

بیچاره زن‌های قدیمی! هرچی زور می‌زدن نمی‌تونستن کاری رو از پیش ببرن. زور زن قدیم تو زبونش بوده و زور مرها هم توی پولشون و جایگاهشون. حالا اگر یه زن خودش هم پول دربیاره و هم برای خودش شغلی دست‌وپا کنه و تحصیلات خوب داشته باشه، اون هم می‌تونه خودش رو بالا بکشه و مجبور نباشه مثل زن‌های قدیم زبون بریزه یا اغواگری کنه. (معصومه)

تحقیقات انجام‌شده نشان می‌دهند زنان هم از نظر قدرت و هم از نظر منزلت اجتماعی، ویژگی‌های خاص خود را دارند. دیوید کوتس (۱۳۹۶) معتقد است گروه‌های اجتماعی (که براساس طبقه، قومیت، جنسیت یا زبان تعریف می‌شوند) برای کسب قدرت، ناگزیرند همواره در نزاع با دیگران باشند و نزاع نیز همانند رفاه یا خشونت چرخه‌ای تکرارپذیر است. این مفهوم در نظام‌های اجتماعی که در آنها گروه‌ها منافع متفاوتی دارند، اجتناب‌ناپذیر و منشأ تحول اجتماعی است. در واقع براساس این ایده، این نزاع است که تحول انقلابی در نظام‌های اجتماعی به‌وجود می‌آورد و زبان نیز یکی از حیطه‌های نزاع است؛ زیرا گروه‌های اجتماعی می‌کوشند با کنترل زبان، اعمال قدرت کنند و در این نزاع، کنترل زبانی پاداشی برای گروه‌های فرادستی است که زبان را تحت کنترل خود می‌گیرند (فرکلاف ۱۹۸۹: ۹۰). در تکمیل این ایده، نظرات جامعه‌شناسانه میشل روزالدو (۱۹۷۴-۱۹۸۰) مبین این بحث است که: زنان از بدو تولد در یک فضای داخلی تحت نفوذ هدایت می‌شوند، اما مردان مجبورند برای رسیدن به پرستیژ در بازی‌های سیاسی در انظار مردم و به تبع آن «قدرت» به هر دری بزنند (فولی ۱۹۹۷: ۱۲۳)، اما با تغییرات فرهنگی و اجتماعی سال‌های اخیر و خروج زنان از فضای داخلی و اندرونی، زنان نیز مانند مردان در بازی‌های زندگی روزمره و دستیابی به قدرت در میدانی مختلف در حال تکاپوند. با این وجود اگرچه پیش‌تر گفته شد جامعه «نقش‌های متفاوتی» را برای زنان و مردان قائل می‌شود، نتایج تحقیق

ما نشان می‌دهد آنچه را که جامعه مقرر می‌کند، می‌توان تغییر داد! مثلاً در اکثر جوامع غربی بسیاری از مردم شیوه احساس خود را نسبت به آنچه برای جنس زن و مرد مناسب است، تغییر داده‌اند. دست‌کم براساس یافته‌های پژوهش حاضر، این موضوع در ایران هم در سال‌های اخیر دستاوردهایی داشته است.

در زیر هشت استراتژی قدرت که زنان در وادی زبان به‌کار می‌گیرند، پرداخته می‌شود:

### ۱. لفظ قلم (حرف زدن با زبان معیار)

استراتژی لفظ قلم می‌کوشد تا همه نشانه‌های حاکی از جنسیت را انکار کند و با نزدیک‌شدن به زبان معیار، جدی‌بودن، قاطعیت و حرفه‌ای‌گری (خصوصاً در میدان اشتغال و میدان عمومی) را متبادر کند. پژوهش ما نشان داد پیام یک زن در مواقعی که لفظ قلم حرف می‌زند به دیگران حاضر در میدان این است: «من کسی هستم که اول با نقشم در میدان تعریف می‌شوم و دوم با جنسیتم به‌عنوان یک زن». از این‌رو آن زن در تلاش برای به‌دست‌آوردن منافع مهم از الگوهای زنانه زبان استفاده نکرده، استراتژی لفظ قلم را ابداع می‌کند. به‌قول یکی از زنان شرکت‌کننده در مصاحبه:

یا باید عشوه بریزی برایشون یا باید طوری لفظ قلم حرف بزنی که بدونن کارت درسته و

بترسن /زت. (مرضیه)

استراتژی لفظ قلم، راهی برای نشان‌دادن جدیت و قاطعیت قلمداد می‌شود. برخی از زنان می‌کوشند تا با لفظ قلم صحبت کردن و همچنین فاصله‌گرفتن معنادار از نشانه‌های جنسیتی، تاجایی که می‌شود از کلامشان احساسات‌زدایی کنند تا در میدان مد نظر جدی گرفته شوند. از این‌رو در کلام کسی که لفظ قلم حرف می‌زند، به‌قول زنان مصاحبه‌شونده این پژوهش، از «واخواهر گفتن‌ها» خبری نیست. کلام در اینجا خشن، سخت و تاحدّ زیادی رسمی و «مردانه» است. پژوهش ما نشان داد که زنان سطح بالا از لحاظ سرمایه‌های فرهنگی و نمادین و نیز زنانه که در مصاحبه‌ها، حوزه عمومی را مهم‌ترین میدان زندگی‌شان دانسته بودند، برای بی‌جنسیت و غیرزنانه نشان‌دادن کلامشان تلاش بیشتری می‌کردند و بیش از دیگر زنان در مذاکراتشان از استراتژی لفظ قلم استفاده می‌کردند؛ چرا معتقد بودند پاشنه آشیل زنان در حوزه عمومی، زبان زنانه و اوخواهری است.

فقط کافیه به کم تو لحت عشوه و ناز ببینن، دیگه ازت حساب نمی‌برن. به نظر من می‌گن

/این تهش یه زنه و نمی‌شه روش حساب کرد. (نیکزاد)

مشاهدات ما نشان می‌دهد این زن‌زدایی از لحن و زبان راهی برای رسیدن به منافع غیرمادی موجود در «میدان عمومی» و میدان «اشتغال» است. منافع چون کسب احترام و منزلت که اگرچه از راه‌های زنانه‌تری چون عشوه‌گری نیز به‌دست می‌آید، دارای اصالت چندانی نبود و همچنین ضعف و فرودستی زنان را تثبیت می‌کرد.

من همیشه می‌گم راه آسونیه، ولی به چه قیمتی؟ باید مبارزه کرد. این زن‌های ضعیف

همیشه راه‌های آسون رو انتخاب می‌کنن و اصلاً مهم نیست برایشون که چی‌هارو از دست

می‌دن. (نجمه)

به عبارت دیگر همان‌طور که توضیح داده شد، استراتژی لفظ قلم به تعبیری حتی ضدّ منفعت است. برگزیدن راهی سخت برای رسیدن به منافع غیرمادی که از نظر این زنان ارزش تحمل دشواری‌ها در طول مسیر را دارد و به تلاشش می‌ارزد. دشواری‌هایی نظیر تأییدنشدن از طرف جامعه، انگ‌خوردن و در مواردی طردشدن از برخی میدان‌ها و ساحت‌ها.

**محقق:** بچه‌ها لطفاً این رو همه جواب بدین. وقتی خارج از همین چارچوب‌های کلامی عرفی زنانه وارد مذاکره می‌شین، چه برچسب‌هایی بهتون می‌زنن؟  
**ستاره:** اووووه. خیلی شنیدم... سلیطه  
**نیکزاد:** سگ پاچه‌گیر!

**معصومه:** من هم سلیطه رو خیلی شنیدم. من پارسال سر یک مسئله‌ای با رئیس‌مون درگیر شدم و پررو بازی درآوردم؛ یعنی رفتم اعتراضم رو برعکس زن‌های دیگه که باهاش مدارا می‌کردن، رک گفتم. بقیه می‌گفتن چرا تند می‌ری... مردونه برخورد نکن!  
**ستاره:** بابا خیلی جاها به خاطر همین نوع حرف زدنم بهم گفتن تو اصلاً دخترونه رفتار نمی‌کنی!

**نیکزاد:** من اتفاقاً این رو بهم خانواده به‌عنوان تحسین می‌گن. پدرم. مادر بزرگم یا عمه‌م رسماً بهم می‌گن ما خیالمون از تو راحت، تو مردی برای خودت و اصلاً نگران تو نیستیم یا مثلاً بارها شده توی آزار خیابانی که اعتراض کردم، همون شخص که آزار داده گفته: چه سلیطه‌ایه این! اصلاً گاهی داشتم بلندبلند حرف می‌زدم یا با دوستانم می‌خندیدم، مردم رد شدن گفتن چه سلیطه‌ایه. زن که این‌طوری حرف نمی‌زنه. صدات چه بلند.

### لفظ قلم صحبت کردن راهی برای تمایز

همچنین مشاهدات ما نشان داد برای زنانی با سرمایه‌های کمتر، رسمی و لفظ قلم حرف زدن نوعی رفتار تصنعی و حاکی از غرور و تکبر فرد است؛ در صورتی که همین زبان رسمی و لفظ قلم برای زنان با سرمایه‌های بیشتر، راهی برای متمایز کردن آنان از زنان «معمولی» یا «سطح پایین» است. گویی برآزندگی زبانی به کنش‌های ارتباطی این زنان، پرستیژی خاص می‌بخشد تا بتوانند قدرتمندتر در میدان‌های اجتماعی عمل کنند.

به‌نظر من شأنیت آدم کم می‌شه، مثل زن‌های دیگه شل‌وول و زنانه حرف بزنه. من قاطع و سلیس حرف می‌زنم. هر جا هم وارد می‌شم، همه خودشون رو جمع و جور می‌کنن. روی حرف من حرفی زده نمی‌شه توی خونه. حرف حرف منه. من ثابت کردم که حرفم حرفه. زن‌های دیگر رو می‌بینی لحن حرف‌زدنشون قطعیت نداره، من ولی قاطع هستم. (پروین)

بوردیو در کتاب تمایز در بحثی مربوط به زنان کارگر، این موضوع را این‌گونه شرح می‌دهد: زنان کارگر از ارزش بازاری [برخی چیزها] بی‌خبرند و ... درمقابل زنان خرده‌بورژوا به‌خاطر شغل و پایگاهشان خواستار برآزندگی - حذف آثار سلیقه نامتعارف و افزودن متانت در رفتار و رعایت آداب نزاکت - هستند و از رفتارهای عوامانه یا ولنگار حذر می‌کنند؛ بنابراین بیش از هرچیز دیگر، لفظ قلم صحبت‌کردن نشانه‌ای از ذوق و سلیقه در انتخاب کلمات و کسب پرستیژ است و به‌مثابه نشانه‌های طبقه عمل می‌کند.

حرف زدن با آداب و همنشینی گزینشی کلمات کنار هم، به علاوه لحن جدی و قاطع، نوعی تمایز میان دارندگان سرمایه‌های بیشتر و زنانی است که حرف زدن را در شکل ضروری آن - حرف زدن به‌مثابه حرف زدن - می‌دانند. به‌قول بوردیو استفاده از این استراتژی و آگاهی از آداب سنجیده سخن‌گفتن از «شم زیبایی‌شناسی به‌منزله حسّ تشخیص» چشمه می‌گیرد. زن‌های مورد مصاحبه در تحقیق پیش‌رو نیز در مصاحبه‌ها توضیح می‌دادند که سلیقه در انتخاب سبک سخن‌گفتن برایشان به‌منزله خاص بودن در میدان اهمیت می‌یابد. به این ترتیب قریحه زیباشناختی یکی از ابعاد رابطه فاصله دار و متکبرانه با جهان و با دیگران است که فاصله و اطمینان عینی پیش‌فرض آن است.

این قریحه یکی از جلوه‌های نظام خلق و خواهایی است که محصول شرطی‌شدن اجتماعی خاصی است. این قریحه همچنین یکی از مظاهر تشخیص‌بخش موقعیت ممتازی در فضای اجتماعی است که ارزش تشخیص عینی آن در رابطه‌ای که با مظاهر حاصل از شرایط مختلف دارد، به‌طور عینی تثبیت می‌شود.

این قریحه همانند همه انواع ذوق و سلیقه هم وحدت می‌بخشد و هم تفکیک می‌کند و چون محصول شرطی‌شدن‌های ملازم با شرایط وجودی خاصی است، موجب وحدت همه کسانی می‌شود که محصول شرایط مشابهی هستند و در عین حال آنها را از همه افراد دیگر متمایز می‌کند، البته این تمایز به شیوه‌ای ذاتی و ماهوی انجام می‌گیرد، زیرا سلیقه مبنای همه چیزهایی است که فرد در اختیار دارد - اشیا و آدم‌ها - و مبنای همه چیزهایی است که هویت فرد را برای دیگران رقم می‌زند و به این طریق است که فرد خود را طبقه‌بندی می‌کند و از سوی دیگران نیز طبقه‌بندی می‌شود (بوردیو ۱۳۹۰: ۶۷).

## ۲. روایت‌پردازی یا خلق سناریوهای زندگی

قرن‌هاست قصه‌گویی با تصویر زنی سپیدمو متبادر می‌شود که با آب‌وتاب زیادی، داستانی جذاب تعریف می‌کند. داستان‌هایی بداهه که در آنها از هر دری سخنی گفته می‌شود و یک نخ ظریف روایت، انسجام آنها را حفظ می‌کند. این قرابت از دل واقعیت زبان زنانه بیرون می‌آید و شاید بی‌دلیل نباشد که اسطوره شهرزاد برای شخصیت یک قصه‌گوی بی‌بدیل ساخته می‌شود. زبان زنانه زبانی روایتگر است. زنان در طول روز در همه میدان‌های زندگی روزمره‌شان و در تمام ساحت‌ها روایت‌گرند؛ روایت‌هایی که در فرهنگ عامه اغلب بی‌ارزش شمرده شده، تقبیح نیز می‌شود. علاوه‌بر آن محققین و تاحدودی برخی

نحله‌های فمینیستی هم، دل خوشی از این روایت‌های زنانه ندارند، اما روایت‌ها و داستان‌هایی که زنان می‌سازند، باید جدی گرفته شوند؛ چراکه مبین مسائل و تنش‌هایی کاملاً ملموس در زندگی زنان هستند. در این میان، داستان‌های سریالی خانوادگی (با نقش‌آفرینی مادرشوهر و خواهرشوهر، جاری و عروس و...) از همه مهم‌تر جلوه می‌کنند. زنان به‌وسیله این استراتژی زبانی، سعی در بسط موضوع تنش‌زا و شکل‌دادن به اتفاقات غیرقابل تحلیل پیرامون می‌کنند، اما شاید بخواهید بدانید این استراتژی چگونه عمل می‌کند و چرا ذیل استراتژی‌های قدرت قرار گرفته است؟ پاسخ این است: زنی که فشار حاصل از تبعیض و توهین را تحمل می‌کند، فی‌الغور داستان مربوط به آن را می‌سازد تا هم بتواند آن موضوع را در قالب کلیشه‌ای ثابت و مشخص پیگیری کند و هم در آن قدرت دستکاری و تحریف داشته باشد. گفته‌ی زیر نقل از یکی از شرکت‌کننده‌های گروه‌های متمرکز است که در پاسخ به یکی دیگر از شرکت‌کننده‌ها با روایتی مشابه با او، می‌گوید:

وقتی این صحبت‌ها رو کردی، احساس کردم خودم دارم صحبت می‌کنم. من هم چون از خانواده خودم دورم، بیش از حد به همسرم وابسته‌ام، اما اون قدری که من محبت می‌کنم، اون محبت نمی‌کنه. وقتی بگم کار اداریم تموم شده بیا دنبالم می‌گه: یه آژانس بگیر بیا، اما اگه خواهرش زنگ بزنه بگه بچه‌هاش رو از کلاس خصوصی بیاره، چشم بدون برو برگشت داره. وقتی بگم بریم فلان جا می‌گه: تنهایی نمی‌شه، اما تا خواهرهاش یا مادرش دستور صادر کنه، برای تفریح بریم، سریع می‌گه عزیزم بریم که خوش می‌گذره، هر وقت به من محبت کنه، می‌فهمم که پای خانواده‌ش یا خواهرهاش درمیونه. خواهرشوهر و مادرشوهر از قدیم گفتن که زندگی خراب‌کنن. اگر این‌ها نبودن من گل سرسبد زندگی همسرم می‌شدم، چون عاشقمه (لیلا).

به‌قول ژولیا کریستوا (۱۳۸۷) «انسان‌ها باید بپذیرند که زبان تنها برای بازنمایی چیزها نیست و گاهی سازنده واقعیت‌ها نیز هست». زن‌ها واقعیت‌ها را در داستان‌های خود می‌سازند، تحریف می‌کنند، دستکاری می‌کنند، شخصیت‌ها را خوب یا بد شخصیت‌پردازی می‌کنند و درنهایت در مسیری خلاقانه دنیای پیرامون خود را سامان می‌بخشند. زنان با کمک استراتژی داستان‌پردازی روایت خودشان را از موقعیت‌ها می‌سازند و حتی در روایت‌ها، نقش **فرو دست** خود را به نقشی **فرا دست** بدیل می‌کنند. قدرتی که زنان در قبال ساختن این داستان‌ها به‌دست می‌آورند آنها را قوی می‌کند. پس شاید اشتباه نباشد که بگوییم استراتژی داستان‌پردازی ذیل استراتژی‌های قدرت می‌گنجد. چراکه حتی اگر شرایطی برای مقاومت هم رخ نداده باشد زبان زنانه در کار روایت‌پردازی‌هایی است که موقعیت او را به موقعیتی فرادست در میدان بدل می‌کند. از اینجا می‌خواهم بگویم که «خالی‌بستن» یا خیال‌پردازی‌های شفاهی نیز در این مقوله می‌گنجد. نوعی رؤیا که در مدت کوتاهی امکان تحقق مادی می‌یابد و در نتیجه عرصه آزادی تخیلی است.

ما در جریان مصاحبه‌های گروهی دریافتیم، روایت‌هایی که زنان از خود در میدان‌های مهم

زندگی‌شان نقل می‌کنند روایت‌هایی بسیار معنادار است. زنان تجربه‌های منفرد را در قالبی داستانی جمع می‌کنند. همان‌طور که رایت (۱۹۹۵) می‌گوید، شکل روایی از حداکثر معناداری برخوردار است. این شکل بافت بسیار بزرگ‌تری از آن حدی که در خود زندگی وجود دارد، فراهم می‌کند. با قراردادن تجربه‌ها در کنار هم، به تجربیات معنا داده می‌شود. زن‌ها همچنین بسیاری از روایت‌ها را با دیگر زن‌ها و به کمک زنان دیگر می‌سازند؛ از این‌رو جمع‌های زنانه محیط‌های مناسبی برای نقل و بیان انواع روایت‌ها و ادغام تجربیات در قالب داستان‌ها هستند. هنر زنان در استفاده از استراتژی داستان‌پردازی، پردازش موفق داستانک‌ها و شاخ‌وبرگ‌دادن به موضوعات است. به همین دلیل هم هست که گفتار زنانه معمولاً انگ بی‌نظم بودن و از این شاخه به آن شاخه پریدن می‌خورد. زنان در قالب روایتی خطی صحبت نمی‌کنند و با حرف توی حرف آوردن، مانند شهرزاد قصه‌گو، روایتی دلنشین از هر اتفاق روزمره‌ای خلق می‌کنند. طریقه‌ای که به‌غایت می‌تواند زیباشناسانه و مولدانه باشد. کریستوا (۱۳۸۹) توضیح می‌دهد که زنان می‌توانند به راحتی «چند متن را در یک متن بگنجانند و داستانی تعریف کنند». او به‌عنوان یک روانکاو فمینیست، در خصوص کاربرد قصه‌پردازی می‌گوید: «تعدد متن‌ها و بینامتنیت [در قصه‌ها] به‌عنوان یک فعالیت ذهنی می‌تواند روان را به جریان‌های خلاقانه‌ای بسط دهد». معناسازی روایت‌ها توسط زنان همچنین، از پیوستگی خاصی تبعیت نمی‌کند. پیوستگی خصوصیتی را توصیف می‌کند که یک متن را از توده‌ای نامنسجم و من‌درآوردی متمایز می‌سازد (ون دایک ۱۹۸۵: ۲۳۹)، لذا پیوستگی آنچه را که میان دو بند یا چند بند وجود دارد، تبیین می‌کند. اگرچه پیوستگی را بیشتر ویژگی متن نقل‌شده تلقی می‌کنند و پیوستگی معمولاً در آنچه زنان بیان می‌کنند دیده نمی‌شود، گویا در گفت‌وگوهای میان زنان این پیوستگی در ذهن شنونده وجود دارد. در میان زنان مورد مطالعه و در جریان تعامل آنها با هم، درک پیوستگی با نشانه‌های زیادی دیده شد. به این صورت که ارزیابی‌های مشترک، سرتکان‌دادن‌ها و نکته‌افزودن شنوندگان این را نشان می‌دهد. چیزی که هر یک از زن‌ها می‌گفتند از پیچیدگی اولیه اوضاع و موقعیت‌ها تا راه‌حل و چاره‌نهایی آنها را شامل می‌شد. هر مسئله‌ای که مطرح می‌شد، زنان به‌جای پاسخگویی مستقیم و سراسر است، پاسخ را در قالب داستانی که همه شاخص‌های یک روایت حساسی را دارد، بیان می‌کردند و افراد دیگر حاضر در جلسه نیز در تکمیل آن روایت نقش خود را بازی می‌کردند. همچنین ویژگی دیگر استراتژی داستان‌پردازی، این است که زنان هنگام استفاده از آن، روایت‌های خود را طوری عرضه می‌کنند که انگار در حال تکامل هستند، اما در روند صحبت‌ها درمی‌یافته می‌شود که روایت‌های ناتمام در طول صحبت‌های فرد راوی و دیگران، مانند یک داستان که گره‌های زیادی دارد و درنهایت به کمک هنر نویسنده جمع‌بندی می‌شود، به‌مرور کامل شده، معنای خود را نشان می‌دهند.

### ۳. رک‌گویی

استراتژی قدرت دیگر، استراتژی رک‌گویی و صراحت به‌خرج‌دادن است. زنان زیادی از شرکت‌کنندگان



مصاحبه‌های گروهی که از لحاظ داشتن سرمایه وضعیت بهتری داشتند، راه دیگری برای قدرت‌ورزیدن در میدان و کنارزدن قدرت حاکم یافته بودند و آن هم استراتژی رفتار کردن برخلاف انتظارات بود. به این صورت که آنها می‌گفتند وقتی در جایی قرار می‌گیرند که از آنها توقع می‌رود به‌عنوان یک زن، جوانب ادب را رعایت کنند و در ادای خواسته‌هایشان رک و صریح نباشند، موفقیت در رسیدن به خواسته‌ها دقیقاً در گرو برعکس انتظار عمل کردن، یعنی رک‌گویی، صراحت لهجه و جسارت، است. این زنان البته اذعان کردند که استفاده از این استراتژی برای رسیدن به منافع، با خطر پردشدن و توهین‌شنیدن زیادی همراه است.

*من پارسال سر یه مسئله‌ای با رئیس‌مون درگیر شدم و پررو بازی در آوردم؛ یعنی رفتم اعتراض رو برعکس زن‌های دیگه که باهاش مدارا می‌کردن، رک گفتم. نتیجه هم گرفتم خیلی. (معصومه)*

بعضی از زنان مصاحبه‌شونده در پژوهش حاضر، در دفاع از استراتژی فوق، می‌گفتند که طبق الگوی دختر خوب و سربه‌صلاح رفتار کردن فقط موقعیتشان را به‌عنوان عنصری فرودست در میدان تقویت می‌کند و در درازمدت به حذف آنها از میدان می‌انجامد. آنها همچنین منافی چون دیده شدن به‌عنوان یک انسان و ابراز وجود را به تأیید شدن از سوی دیگران ترجیح می‌دادند. منظور از تأیید شدن دقیقاً مهر تأیید خوردن از جمع، به‌واسطه رفتار کردن طبق الگوی «زن خوب» است. زنان در مصاحبه‌ها عنوان می‌کردند که اگر طبق این الگوی زن خوب و سربه‌صلاح رفتار نکنند، نهایتاً سلیطه، وقیح، پتیاره و ... نامیده می‌شوند. مثال برای این مورد بسیار زیاد است. یکی از آنها در خاطرات نصرت رحمانی در خصوص زبان فروغ فرخزاد نقل شده که مهدی اورند (۱۳۹۲) آن را این‌گونه بیان می‌کند:

*چندی پس از درگذشت فروغ فرخزاد، نصرت رحمانی از پشت میزی بلند شد که برای مشتاقان شعر فروغ در بزرگداشت او سخنرانی کرده بود. سخنرانی نصرت چهار کلمه بود: «فروغ عُد بود، عُد.» کسی پایین پله‌ها گفته بود: «همین؟» نصرت جواب داده بود: «خواستم بگویم خیلی مرد بود!» یعنی وقتی جدال زن شاعر شرقی با زبان شعر \_ که مردان در ۱۵ قرن آن را ورز داده‌اند \_ به استقلال ادبی او منجر می‌شود، تازه مرد شده است! و از زبان پدری این‌گونه انتقام می‌گیرد. در زمانه فروغ، عبور از زبان پدری تابو است، «تابویی به تمامی زبانی»، و فروغ همه اعتبار ادبی خود را از شکستن این تابو به‌دست آورده است، وگرنه در خانه زبان زن شاعر شرقی، الفبا مرده بود.*

در میدان عمومی نیز، بنا به گفته زنان شرکت‌کننده در پژوهش، هنوز بی‌پرده صحبت کردن زنان پذیرفته‌نشده و همواره جامعه مردسالار در حال انگ‌زنی بدان‌هاست (ر.ک. مثال‌های استراتژی لفظ قلم). چنین انگ‌زنی‌هایی نشان از قدرت و کارایی زبان زنانه ضمن استفاده از استراتژی رک‌گویی دارد. این استراتژی ضمن مقاومت در ساحت زبانی، قدرت زیادی به زنان می‌بخشد که بخش زیادی از زنان طبقه متوسط شیرینی آن را چشیده‌اند و قدرتی برای خود در میدان‌ها دست‌وپا کرده‌اند. درست است

که تعارض لفظی، ثابت کردن نظر، به کرسی نشاندن حرف و رقابت جزو مشخصه‌های گفت‌وگوهای مردان است، اما زنان شرکت‌کننده در تحقیق پیش‌رو اذعان داشتند که به‌صراحت دیدگاه خود را اعلام می‌کنند و با سرسختی، با دیگران به مخالفت می‌پردازند و نظرات آنها را تخطئه می‌کنند.

بیشتر رنجی که سرکار می‌بریم، از اینه که یه دیوار نامریی بین خودمون و دیگران کشیدیم و از مشکلاتمون خیلی صریح حرف نمی‌زنیم، البته ساختار هم اجازه نمی‌ده که ما نظراتمون رو به‌عنوان یک زن در همه‌جا بگیم. چاره شکستن این دیوار، رک‌گویی و صراحته. (رویا)

و نکته پایانی درخصوص این بخش اینکه این استراتژی اگرچه تاحدی شبیه به استراتژی لفظ قلم صحبت کردن است، یک فرق اساسی با آن دارد: در استراتژی رک‌گویی، محتوای سخن بی‌پرده و تاحدی گستاخانه است، درحالی‌که استراتژی لفظ قلم صحبت کردن، بیشتر تمایل فرد به استفاده از کلماتی فاخر، جدی و کتابی و رسمی است.

#### ۴. تعریف کردن از دیگری؛ زبان‌بازی، چرب‌زبانی، چاپلوسی

به‌اعتقاد بیمن، یکی از اصول ارتباط اجتماعی در ایران آن است که در جریان ارتباط دو فرد، نمی‌توان شکل پیام (آنچه گفته می‌شود) و محتوای آن (آنچه منظور گوینده است) را با معیار واحدی سنجید. به‌عبارت دیگر نباید منظور گوینده را از معانی واژگانی که به زبان می‌آورد فهمید، بلکه معنای آن براساس تفسیر طرفین معلوم می‌شود. ایرانیان روزانه بارها «قربان یکدیگر می‌روند»، درحالی‌که ممکن است حتی با یکدیگر خصومت عمیق داشته باشند. در زندگی روزمره عباراتی به‌کار می‌رود که معنای آن را تنها کاربران می‌فهمند، نه ناظران بیرونی! در تمام سطوح، میان آنچه گفته می‌شود و آنچه منظور واقعی گوینده است، تفاوت وجود دارد (بیمن ۱۳۷۸: ۵۴).

زمانی به پتانسیل این استراتژی پی می‌بریم که کاربرد آن را در رابطه زنان با زنان دیگر می‌بینیم. براساس یافته‌های پژوهش حاضر، یکی از شگردهای زنان در یک جمع خودمانی تعریف و تمجید و تأیید صوری زنان دیگر است. یکی از دختران شرکت‌کننده در یکی از فوکوس‌گروپ‌ها که متولد ۷۳ بود توضیح می‌داد که چگونه در یک مهمانی یا جمع دوستانه با تعریف کردن و به‌قول خودش «قربان صدقه‌رفتن» راهی در دل یک دختر دیگر باز می‌کند و برای همیشه او را با خود دوست می‌کند: دخترها نقطه‌ضعف دخترها رو خوب بدن. من خودم فکر می‌کنم اگر از قیافه و تیپ و ویژگی‌های یکی، اون هم تو جمع تعریف کنی، دیگه از اون دختر ضربه‌ای نمی‌خوری و باهات دوست هم می‌شه. (مهرآدین)

تملق فعالیت زبانی مزورانه‌ای است برای نیل به اهداف مد نظر در هر میدان. در پژوهش حاضر دریافتیم که چاپلوسی و چرب‌زبانی در میدان اشتغال به شدیدترین شکلش عیان است. زن و مرد ایرانی خوب می‌دانند که طی کردن مراحل ترقی در یک سازمان علاوه‌بر مهارت‌های حرفه‌ای کافی، به علم زبان‌بازی هم احتیاج دارد. در میدان‌های دیگر هم وضع به همین منوال است. روابط ایرانیان پر است از تعریف و تمجیدها و تعارفاتی که کاملاً صوری و به‌اصطلاح لقلقه‌زبانی هستند. در کشوری که منابع

قدرت و ثروت براساس دوری و نزدیکی به قدرتمداران توزیع می‌شود، چاپلوسی به‌مثابه یگانه راه پیشرفت شمرده می‌شود. چه بسا که این گزاره درخصوص زنان بیشتر هم صدق می‌کند؛ چراکه زنان مدت طولانی‌ای نیست که در میدان‌های اشتغال و حوزه عمومی حضور دارند و چون قواعد حاکم بر این میادین بسیارمردانه طراحی شده است، آنها برای پشت سر گذاشتن مراحل پیشرفت، به استفاده از استراتژی زبانی «تملق و چرب زبانی» بیش از مردان نیاز دارند. همچنین در میادین دیگر نیز زنان از این استراتژی به‌عنوان راهی مسالمت‌آمیز برای نفوذ در دل دشمن و آرایش میدان به‌نفع خود بهره می‌گیرند. تئوری اصلی در استفاده از استراتژی چرب‌زبانی می‌تواند این جمله باشد که نجمه، ۲۵ساله، در یکی از فوکوس‌گروپ‌ها به آن اشاره کرد:

*پاشنه آشیل هر زن و مردی تعریف شنیدنه، وقتی می‌خوام یکی به کاری برام انجام بده، می‌ذارم که بشنوه.*

## ۵. منت گذاشتن و یادآوری کردن مرحمت‌ها

منت گذاشتن در لفظ به‌معنی احسان و نیکویی در حق کسی را به یادش آوردن و به‌رخش کشیدن است (معین ۱۳۸۸: ۱۸). چنین است که زن‌ها در مواقعی که اوضاع به نفعشان نیست، از استراتژی منت گذاشتن جهت چرخاندن موقعیت فرودستی خود به فرادستی استفاده می‌کنند. چنین کاری با شرم‌نده کردن طرف مقابل انجام می‌گیرد و یک زن این کار را تاجایی ادامه می‌دهد که طرف مقابل به‌لحاظ اخلاقی در موضع ضعف قرار بگیرد و چون رفتارش مورد تردید قرار گرفته، دیگر نمی‌تواند از خودش دفاع کند. این چنین یک زن موفق می‌شود تا در شرایطی که یک نفر را تحت فشار عاطفی و روانی از تلاشی نابرابر برای یک رابطه قرار داده، امتیازات مدنظر را از وی بگیرد. نکته جالب اینکه زنان از این استراتژی در تمام میدان‌ها استفاده می‌کنند و در شرایطی که راه‌های دیگر جواب‌نداد، از آن کمک می‌گیرند.

*یه بار با همکارمون درافتاده بودم، خیلی نامردی کرده بود در حقم، جلوی همه نشوندمش لطف‌هایی رو که در حقش کرده بودم، با تاریخ و جزئیاتش به روش آوردم. الکی نیست که از قدیم می‌گفتن زن‌ها با جزئیات زندگی می‌کنن! این شد که دیگه با من درنیفتاد، کلی هم خجالت کشید. (پروین)*

## ۶. بازار گرمی و شمردن محاسن خود

همان‌طور که گفته شد، زنانی که به‌صورت سنتی تحت‌تأثیر الگوهای تربیتی-فرهنگی دختر «سربه‌راه» هستند، بیشتر می‌کوشند ویژگی‌های منفی‌ای از جمله همیشه در حاشیه‌بودن و انفعال خود را که ریشه در ضعف و فرودستی دارد، به ادب، مدارا و اخلاق‌مداری ربط دهند. تحقیقات اوته ارهارت

(۱۳۸۴) نشان می‌دهد که بیشتر زنان احساسی منفی نسبت به نام‌ونشان و قدرت دارند؛ آنها گرایش دارند که از سر فروتنی امتیازات، محاسن، عنوان شغلی و به‌طور کلی نام‌ونشان خود را کنار بگذارند و از آن به‌عنوان عنصری اثرگذار بر دیگری استفاده نکنند، اما داده‌های پژوهش ما در میان زنان طبقه متوسط نشان داد آن زنانی که سهم بیشتری از سرمایه‌های موجود در میدان دارند، به میزان بیشتری در روابط خود از موضع فرادست وارد می‌شوند و قدرتمندانه به‌طریقه زنان سنتی و سربه‌راه عمل نمی‌کنند و اگرچه استراتژی جدیدی برای اعمال قدرت در میدان است، اما به‌خوبی آن را به‌کار می‌گیرند و در مواقع مورد نیاز و بااحتیاط، با کمک آن، امتیاز کسب می‌کنند. آنها الگوی دیرینه زن خوب را که زنی فروتن است، تاحدی کنار گذاشته‌اند؛ بنابراین درحالی که فروتنی برای زنان سنتی تر دست‌آویزی برای جلب محبت و احترام دیگران است، بازار گرمی و برشمردن محاسن یکی از استراتژی‌های مؤثر و از موضع قدرت زنان است. همچنین به‌نظر می‌رسد دلیل به‌کاربردن این استراتژی، تسلط بر دیگری/دیگران و دستیابی به منافع مهم میدان از طریق بالابردن خود و از آن طریق توجیه دیگران درباره دلایل لیاقت دسترسی به آن منافع است. همچنین در میان زنان شرکت‌کننده در جلسات مصاحبه، آنهایی که به‌واسطه سطح تحصیل و سبک زندگی‌شان وابسته «ارزش‌های روشنفکری» اند، بیشتر درباره جایگاه و سرمایه‌های خود به‌عنوان نمودی از تمایز آنها با دیگران حرف می‌زنند. آنها باید ضرورت‌های موقعیت خود را به فضیلت تبدیل کنند تا فضیلت‌های متناظر با ضرورت‌های دیگر را به‌منزله غیر اصیل و خودسرانه بی‌اعتبار جلوه دهند (بوردیو ۱۳۹۰: ۳۴۵) و در یک کلام باید بگوییم اعضای طبقه متوسط توجه بیشتری به «نمود» دارند. همچنین باید گفت آن را در ساحت کلامی و غیرکلامی با هم پیش می‌برند؛ مثلاً ولخرجی و ریخت‌وپاش، شرکت در مراسم‌های خاص همراه با فخرفروشی‌های کلامی و ... لذا همان‌طور که بوردیو می‌گوید [...] آنها می‌توانند سرمایه، شأن و احترامی را انباشته کنند که برای ادامه دادن به حرفه خود به آن نیاز دارند. این فقط از مواردی است که در آن تجمل و «حدّ معتدل و مرسوم ولخرجی و اسراف»، همان‌طور که مارکس دریافته بود، به «ضرورت شغلی» تبدیل می‌شود و به‌صورت نمایش ثروت و سپس منبعی برای اعتبار، جزو هزینه‌های بازنمایی سرمایه می‌شود (همان).

از این‌رو این وجه تمایزگذاری زنان متعلق به سطوح بالای طبقه متوسط - که دارنده سهم بیشتری از امتیازات و سرمایه‌های میدان هم هستند - حیاتی به‌نظر می‌رسد تا بدانجا که گستره استفاده از این استراتژی تمایزجو و اشراف‌مآبانه به ارتباط مادر و فرزند هم کشیده می‌شود: (در مثال زیر حفظ رابطه و کاهش فشارهای حاصل از بازخواست مادر به‌خاطر کم وقت گذاشتن با دخترش، غنیمتی است که این زن با توسل بر استراتژی مذکور در تلاش برای به‌دست‌آوردن آن است).

*تفاوت فکر من و فاطمه تو اینه که من هیچ‌وقت به بچه م نمی‌گم تو حق داری. می‌گم مامان شرایط زندگی مون اینه. بعد هی خودم رو جلوی بچه م می‌برم بالا. من کارم رو اغراق می‌کنم. بهش می‌گم مامان فلان فیلم رو دیدی؟ فهمیدی منظورش چی بود؟ بعد شروع می‌کنم خیلی*

کارشناسانه درباره فیلم حرف می‌زنم. بعدش هم بهش می‌گم مامان می‌دونی چرا این‌ها رو بهت می‌گم، چون من کارشناس تلویزیون‌ام و فلان مرتبه رو دارم. من خودم رو جلوی بچه خودم می‌برم بالا که بچه من می‌ره پز می‌ده می‌گه مامان من اینه. بعدش هم راضیه که من برم سر کار. وقتی هم میاد از مامان‌های بچه‌ها مثال میاره، می‌گم ببین عزیزم اون‌ها خانوم خونه هستن، ولی مامان تو فوق‌لیسانس داره و کارشناس رسانه‌است. (ریحانه)

این استراتژی در مواقعی هم در برابر زنان دیگری که ممکن است منافع کمیاب میدان (در اینجا حفظ شوهر) را به خطر بیندازند، استفاده می‌شود:

اصلاً کسی رو که احساس خطر بکنم ازش -چه دختر چه زن چه اصلاً مرد که بخواد همسرم رو زیادی سمت خودش بکشه- من روابطم رو کم می‌کنم باهش. به همسرم هم نمی‌گم می‌خوام کم کنم، ولی انجامش می‌دم. اون خانمه که اصلاً رفتار سرد باهش انجام می‌دم، طوری که بفهمه که من اصلاً تو رو آدم حساب نمی‌کنم. بعد توی جمعی که اون خانمه هست، داشته‌های خودم رو هی به رخ می‌کشم که حالیش بشه که اصلاً وارد حیطة من نباید بشه و اصلاً عددی نیست که رقیب من باشه. (نجمه)

از طرفی آن دسته از زنان شرکت‌کننده در مصاحبه‌های گروهی، که به لحاظ سرمایه‌ای فرودست‌تر هستند، نه در جریان گفت‌وگوهای جمعی مورد مشاهده ما و نه در روایت‌هایی که از زندگی خود نقل می‌کردند، اصراری به پزدادن و خوب جلوه‌دادن نداشتند. شاید همان‌طور که بورديو تحليل می‌کند، از نظر آنان بیان ظواهر و پزدادن، استفاده از کلمات قلمبه و اداهای توخالی فقط «صد دست آفتابه‌لگن» و تعارفاتی بی‌پایه هستند که باید کنارشان گذاشت و واقع‌گرایی عامیانه این زنان را به فروکاستن زبان به واقعیت کارکردی آن و منطق «من همینم که هستم»، بی‌آنکه خود را گول بزنند یا موقعیت خود را تغییر دهند، سوق می‌دهد (همان).

## ۷. سرزنش کردن، ایجاد عذاب وجدان

در یکی از فروم‌های اینترنتی تبادل نظر آزاد مخصوص زنان، که بیشتر بینندگانش خانم‌ها هستند، موضوعی به اشتراک گذاشته شده بود با عنوان «رموزی که هر زنی باید بداند». حدوداً ۴۰۰ کامنت در خصوص این عنوان به سایت ارسال شده بود که تعداد زیادی از آنها درباره مدیریت روابط از طریق زبان بود. سارا ۲۴ ساله نوشته بود که تا شوهرش را سرزنش نکند، او سربه‌صلاح نمی‌شود و در ادامه جمله‌های تأثیرگذار موقع سرکوفت زدن را برای یادگیری دیگران به اشتراک گذاشته بود. مواردی نظیر: «صدبار گفتم این کار رو نکن!»؛ «گوش نکردی حالا بکش!»؛ «تو همینی دیگه!»؛ «می‌دونستم این جور می‌شه!»؛ «بفرما اینم نتیجه هنر جنابعالی!»؛ «می‌بینی؟ خطای تو باعث به وجود آمدن این اوضاع شد!» و «اگر کمی فکر می‌کردی این‌طور نمی‌شد».

سرزنش وضعیتی است که اشتباه کسی را مدام به روی او بیآورند و تکرار کنند و حتی او را مورد

تمسخر قرار دهند.

بین همسر من خیلی وقت‌ها به‌هیچ طریقی متوجه خواسته من نمی‌شه. خودم متوجه شدم چه کنم تا بفهمه. البته این حربه منه: می‌گم بیا بشینیم حرف بزیم، بعد که اومد بهش می‌گم از این رفتارت خوشم نمیاد، مثلاً چنین آینده‌ای رو می‌خواستم و چه وضعی درست کردی و فلان. سرکوفت شدید می‌زنم و کلی عذاب وجدان بهش می‌دم، بعد چیزی رو که می‌خوام، پشتش می‌گم. اون چون درهم‌شکسته راحت قبول می‌کنه. (فاطمه)

در این وضعیت که آن فرد در بهترین حالت ممکن، اعتمادبه‌نفسش را از دست می‌دهد و نه تنها نمی‌تواند رفتار اشتباهش را اصلاح کند، بلکه به دلیل عدم اعتمادبه‌نفس ممکن است روزبه‌روز بدتر شود و از ترس این که نکند اشتباهی مرتکب شود، کم‌کم به این نتیجه برسد که بهتر است دست به هیچ کاری نزند و به این ترتیب تبدیل به انسانی ضعیف‌النفس و منفعل شود که هم خود و هم اطرافیانش او را موجودی ترسو و بی‌اعتمادبه‌نفس تلقی کنند.

اما چرا زنان از این استراتژی استفاده می‌کنند؟ به نظر می‌رسد چون زنان در طول تاریخ سرزنش شده‌اند، استفاده از این ابزار را راهی برای اعمال قدرت می‌دانند، لذا باعث می‌شود با مصادره ابزاری که به طور تاریخی متعلق به مردان بوده، احساس قدرت کنند. از همین رو گاهی به صورت افراطی و کاملاً مغرضانه جهت تضعیف دیگری به کارش می‌گیرند.

با خواهرم این‌ها که بحثی ندارم. مشکلم با داداشمه. {...} که همیشه خواستم پیشش کم نیارم. سه تا خواهر دیگه م خیلی جلوش تسلیم هستند. مامانم هم خیلی پشتش رو می‌گیره. به خاطر حسودی نیست، ولی جایگاه من تو خونه از اون کمتر نیست. با خواهرم این‌ها که بحث می‌شه، با مذاکره حلش می‌کنم. با داداشم ولی پرخاش می‌کنم. دلم می‌خواد ضایعش کنم. بهش سرکوفت می‌زنم. این طوری غلبه می‌کنم بهش. همه ش به روش میارم که من همسن تو بودم، کمک خرج بابا بودم، درس هم می‌خوندم. تو چی؟! هیچی نیستی! نمی‌تونی گلیم خودت رو از آب بکشی بیرون. جبهه می‌گیره، ولی من باز هم می‌گم بدونه من کم نمیارم ازش. (لیلا)

## ۸. قطع کردن صحبت دیگری

در توضیح این استراتژی بهتر است با سازوکار نوبت‌گیری<sup>۱</sup> آغاز کنیم. یکی از مهم‌ترین مسائل مورد توجه پژوهشگران زبان‌شناسی اجتماعی چگونگی نوبت‌گرفتن گویندگان هنگام گفت‌وگوست. در هر مکالمه‌ای گفت‌وگوها به نحوی جریان دارد که نوبت گفت‌وگو می‌چرخد. این نوبت‌گیری‌ها ممکن است از گفتن یک واژه باشد تا صدا یا حرکتی (مثل بالانداختن شانه) تا جمله‌های طولانی. در چنین موقعیت‌هایی، این‌گونه نیست که شما به این ترتیب یادشده «فقط بتوانید صحبت کنید» یا «دائم در حال صحبت باشید»، بلکه این ویژگی طبیعی صحبت کردن است که گاهی صحبت دیگران را قطع

1. Turn-taking

می‌کنیم یا می‌خواهیم نوبت صحبت کردن را به‌دست بگیریم و این ترتیب نوبت‌گیری رعایت نمی‌شود. این ویژگی عادی صحبت کردن است. سیستم نوبت‌گیری یک روش قوی برای هماهنگ کردن و نشان دادن تفاهم افراد در حال گفت‌وگو در یک لحظه است (ریپلی ۱۳۹۰: ۲۱).

تحقیقات نشان می‌دهد مردان مرتباً در حال قطع کردن صحبت زنان هنگام گفت‌وگو هستند. قطع کردن کلام در اینجا به‌منزله اعمال قدرت می‌تواند تفسیر شود. به این صورت که در حین یک گفت‌وگو کسی که قدرت را در دست دارد، مدیریت نوبت‌دهی برای حرف‌زدن را برعهده می‌گیرد. هروقت صلاح دانست میان صحبت دیگری می‌پرد و هروقت خواست ساکت می‌شود تا دیگری حرف بزند. درمجموع تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که در برخورد میان مردان و زنان، این مردان هستند که عموماً بیشتر از خانم‌ها حرف می‌زنند. زنان بارها به زبان می‌آورند که نتوانسته‌اند ایده درخشان و یا مخالفت خود درباره یک بحث را صریح و به‌موقع اعلام کنند. آنها دائماً اعلام نظراتشان را به تعویق می‌اندازند و ترجیح می‌دهند به‌جای آن که پیشروی یک دیدگاه باشند، شنونده و منتظر بمانند تا نظرات دیگران را تأیید کنند. این تجربه‌ها نشان می‌دهد سخن‌گفتن زنان نیز در موارد بسیاری با گسیختن کلام آنها ناتمام می‌ماند و جالب این‌که زنان کمتر برای بازپس‌گیری نوبتشان تلاش می‌کنند، اما این سکوت زنان از کجا نشئت می‌گیرد؟ آیا می‌توان به‌راحتی پاسخی را پذیرفت که این ویژگی را به خصلت و ذات زنانه ارجاع می‌دهد و نشانه‌های تاریخی و اجتماعی آن را به‌کلی نادیده می‌گیرد؟

ربکا سولنیت (۲۰۱۴)، در کتابی با عنوان *مردها چیزها را برایم توضیح می‌دهند* می‌نویسد: پژوهش‌های دانشگاه هاروارد نشان داد که پسران ۵۰ درصد بیش از دختران در کلاس درس حرف می‌زنند. پژوهش دیگری نشان داد که وجود استاد یا معلم مرد باعث کم‌حرف‌شدن دختران می‌شود و معلم‌های زن جرئت حرف زدن یا احساس قدرت برای حرف زدن دختران را بالا می‌برند.

چیزی که در تحقیق حاضر در خلال تحلیل داده‌ها به آن رسیدیم این بود که از آنجا که زنان طبقه متوسط توانسته‌اند در بسیاری از میدان‌ها، مناسبات قدرت را به‌نفع خود تغییر دهند و همچنین به سرمایه‌های اجتماعی و نمادین بیشتری دست یابند، به‌عنوان یک استراتژی برای اعمال قدرت در یک میدان ممکن است نوبت‌دهی صحبت‌ها را در مکالمه‌ها در دست بگیرند. برای مثال ستاره توضیح می‌دهد که او در کلاس دانشگاه برای نشان دادن جایگاه خود در کلاس توی حرف پسرهایی که حس می‌کنند خیلی بالاترند، می‌پرد.

*ما دوسه نفری که نسبت به موضوع حساسیت بیشتری داشتیم، یه بار بعد از کلاس رفتیم با استاد صحبت کردیم و توضیح دادیم رفتارش رو. گفتیم شما این طوری می‌کنی و این اصلاً درست نیست. خیلی صریح و حتی یه مقدار بی‌ادبانه و با لحن تند و طلبکارانه. یا مثلاً تو حرف پسرها می‌پریدیم و حرفشون رو قطع می‌کردیم. (ستاره)*

## ۵. بحث

موضوع قدرت و مقاومت به‌عنوان یک رویکرد تحلیل پدیده‌ها از دیرباز توجه بسیاری از محققین مطالعات فرهنگی و ارتباطات را به خود جلب کرده است و برای ما نیز بسیار پراهمیت جلوه کرد و ما را واداشت تا مطالعه‌ای بر روی آن داشته باشیم. همچنین موضوع زنان به‌عنوان یک گروه اجتماعی مهم و نیز مسئله فرودستی تاریخی زنان، یکی از مهم‌ترین علایق پژوهشی ما در طی سال‌های اخیر بوده است. با تحقیقات فراوان به یکی از مهم‌ترین ساحت‌های فرودستی زنانه، یعنی فرودستی در زبان رسیدیم و از آنجا به این فکر افتادیم که اگر فرودستی زنان در ساحت زبان ممکن شده است، همین زبان هم می‌تواند ابزاری برای اعمال قدرت و فرادستی برای زنان باشد! این‌گونه اندیشیده می‌شود که چون زبان ایدئولوژیک است، تاحدی ما را وامی‌دارد به‌گونه‌ای بیندیشیم که در جهت حمایت از منافع گروه‌های قدرتمند باشد، اما بی‌گمان این تمام ماجرا نیست! همین خاصیت زبان می‌تواند ابزاری برای گروه‌های فرودست و حاشیه‌ای باشد که بتوانند مقاومت کنند و در ساحت‌هایی قدرت را در دست بگیرند. به‌همین منظور زبان را به‌عنوان نقطه ورودی برای درک عاملیت زنانه و ساختاری که در آن ایفای نقش می‌کند، گرفتیم. در مرحله بعد تلاش کردیم تا درک کنیم چگونه زنان زبان را به خدمت می‌گیرند تا جایگاه خود را تغییر دهند؛ آن هم در موقعیتی که زنان در ایران حتی از بدن و سکسوالیته و دیگر عرصه‌های بازنمایاننده انواع قدرت و زور به‌درستی نمی‌توانند استفاده کنند؛ لذا زنان در فقدان این سرمایه‌ها و سرمایه‌های دیگر، به‌سمت بهره‌گیری از زبان گفتار و نوشتار و اشکال مختلف ارتباطات کلامی و زبانی می‌روند. از این‌رو به مفهومی که از ادبیات نظامی وارد ادبیات جامعه‌شناسی بوردیو شده بود، رجوع کردیم و استراتژی‌های زبانی را محور تحلیل قرار دادیم. در این راه از ساختار فرمی زبان و صورت واژگانی عبور کردیم و بر محتوای زبانی و به‌معنای دقیق‌تر معنای نهفته در جملات متمرکز شدیم. از این‌رو پا را از سطح یک مطالعه زبان‌شناختی فراتر گذاشتیم و مطالعه‌ای با رویکرد فرهنگی انجام دادیم. مطالعه استراتژی‌ها و راهبردهای زبانی زنان که با رویکرد تفسیری و تفهیمی میسر می‌شد. مطالعه حاضر ما را به‌سوی مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته و اپیزودیک در قالب گروه تمرکز و تحلیل محتوای کیفی سوق داد. برای مصاحبه‌های گروه تمرکز، ۵ گروه به صورت هدفمند با توجه به موضوع تحقیق انتخاب شدند. در نهایت حدود ۹ استراتژی زبانی که در ارتباطات بین‌فردی به‌مثابه ابزارهای قدرت‌ورزی به‌کار می‌رفتند، در قالب مقوله‌های مستخرج از تحلیل متن مصاحبه‌های گروهی و تعدادی متن دیگر، شامل رمان‌ها، محتوای وبلاگ‌های زنانه و فروم‌های تبادل نظر مخصوص خانم‌ها، استخراج شدند که به شرح زیر است:

«حرف‌زدن با زبان معیار»؛ «لفظ قلم صحبت‌کردن به‌مثابه راهی برای تمایز و تشخیص»؛  
 «روایت‌پردازی یا خلق سناریوهای زندگی»؛ «رک‌گویی»؛ «منت‌گذاشتن و یادآوری مرحمت‌ها»؛  
 «بازارگرمی و شمردن محاسن خود»؛ «تعریف از دیگری»؛ «زبان‌بازی»؛ «چرب‌زبانی»؛ «چاپلوسی»؛ «سرزنش و ایجاد عذاب وجدان»؛ «قطع‌کردن صحبت دیگری».

درباره نحوه نمونه‌گیری و دسته‌بندی‌های متعاقب آن، ذکر یک نکته بسیار مهم است و آن هم اینکه



به‌رغم اصرار محققان این پژوهش در دسته‌بندی و گروه‌بندی برای فوکوس‌گروپ‌ها، همه ما اذعان داشتیم که حقیقت ماجرا چنین دسته‌بندی‌هایی را بر نمی‌تابد. مانند نلی روسه، فعال فرانسوی، که می‌گفت: «در میان ما زنان، طبقه حاکم یا طبقه ممتاز وجود ندارد. همه ما کم‌وبیش تباه شده‌ایم. در زیر سایه مردسالاری، همه زنان تجربه‌های مشابهی دارند و هیچ ملیتی، هیچ مرام سیاسی، هیچ تمایز طبقاتی یا هرنوع تفاوت دیگری ما زنان را از یکدیگر جدا نمی‌کند» (لگیت ۱۳۹۱: ۹۳). با این مقدمه شایان ذکر است که در پژوهش حاضر، صرفاً گروه‌بندی‌ها جهت جلوگیری از پراکندگی تحلیل و البته به‌خاطر کمبود وقت انجام گرفته است. اگرچه این همسان‌نگاری بیم‌افتادن در دام ذات‌گرایی افراطی را نیز با خود دارد؛ لذا با اتخاذ دیدگاهی پساساختارگرا که در تمام مراحل تحقیق همراه ما بوده است، با وجود پافشاری بر ویژگی‌های مشترک (زبانی) زنان سعی کردیم از هرگونه عمومیت‌بخشیدن به تجربه‌های زنان دوری کنیم و گوناگونی و تنوع تجربه‌های آنان را نادیده نگیریم؛ بنابراین ما در اینجا از هر طبقه‌بندی مشخصی گریزان بوده‌ایم؛ این تیرگی و ابهام میان طبقه و عقاید و مواضع، خصوصاً در طبقات متوسط و مشخصاً در بخش‌های جدید این طبقات، قابل مشاهده است که مناطق خاکستری به‌شمار می‌آیند و جایگاه نامعلوم و دوپهلویی در ساختار اجتماعی دارند و سکونتگاه افرادی‌اند که خط سیرهای آنان به‌غایت گسسته و درهم است و به‌صورت هم‌زمان هم به طبقه مربوط می‌شود و هم نمی‌شود. این واقعیت هم قابل انکار نیست که از آنجاکه بعضی از اعضای یک طبقه ممکن است خط سیرهای فردی در پیش بگیرند که خلاف جهت خط سیر کل طبقه باشد، تحلیل ما بغرنج‌تر و پیچیده‌تر می‌شود. مقصود این نیست که اعمال چنین افرادی هیچ نشانه و اثری از تقدیر جمعی در خود ندارند، اما در اینجا هم باید از ذات‌گرایی پرهیز کنیم.

تفاوت‌های فرهنگی زیادی در جامعه ایران به‌وجود آمده که نقش زن را دستخوش دگرگونی‌های زیادی در میادین کرده است. نمونه «دهه‌هفتادی‌ها» (به‌عنوان یکی از گروه‌های مصاحبه‌شونده) شاهد خوبی برای این موضوع بود. گفته‌های آنان هم درباره خودشان هم درک آنها از مناسبات قدرت در میادین مهم زندگیشان مؤید تغییرات ژرف بود.

پژوهش‌های انجام‌گرفته در سال‌های اخیر نیز نشان می‌دهد که دوران پدرسالاری در ایران روبه پایان و از همه مهم‌تر این‌که قدرت انحصاری مردان کاسته شده است؛ لذا بی‌راه نیست که بگوییم دارایی‌های «سرمایه‌ای»، ترکیب‌بندی آن نوع سرمایه، مسیری که آن نوع سرمایه در طول زمان طی می‌کند و قدرتی که روی استفاده از آن اعمال می‌شود، همه‌وهمه نوری تازه به عرصه عاملیت زنانه در میادین می‌تاباند. در این میان سرمایه نمادین بوردیو سهم بسزایی در تحلیل ما داشت؛ چرا که سرمایه مختص طبقه متوسط فرهنگی، همین تمایزخواهی، تشخص و جداانگاری است.

درنهایت باید گفت موضع‌گیری ما در این مقاله در جهتی است که به زنان و دنیای آنان با دیدی تحسین‌آمیز می‌نگرد، درحالی‌که بخش وسیعی از پژوهش‌های موجود و آثار فمینیستی بر ستم‌دیدگی و فرودستی زنان صحه می‌گذارند و میزان خلاقیت، ابداع و توانمندی زنان را بسیار ناچیز قلمداد می‌کنند،

اما به‌واقع دنیای زنان و ساحت زبان زنانه، دارای قابلیت‌های مولدانه زیادی است؛ لذا توجه صرف به دیدگاه ناظر به ابعاد منفی زبان زنانه و نادیده گرفتن کارکردهای مهم و مفید آن غیرمنصفانه است. از آن‌رو که دنیای زبانی زنان نظامی انسجام‌بخش است.

## ۶. نتیجه

یافته‌های برآمده از مطالعه زبان زنانه در بستر زندگی روزمره و استراتژی‌های آن را می‌توان در مجموعه‌ای از گسست‌ها و پیوست‌ها جمع‌بندی کرد. در این میان ترجیح‌مان این است که در یک جمع‌بندی در ادامه به وجوهی اشاره کنیم که این موارد به‌ظاهر پراکنده را به یکدیگر متصل می‌کند. از آنجایی که در بخش قبل، ذیل هر استراتژی تحلیل و تفصیلی ارائه شد، آن هم به تفصیل، لذا تصمیم داریم جهت جمع‌بندی چند گزاره را در شکل و شمایل مازادی معنا مطرح کنیم که مثل یک نخ تسبیح مقوله‌های به‌ظاهر متفاوت را کنار هم بنشانند و فراتحلیلی از چگونگی و چرایی استفاده از استراتژی‌های قدرت ازسوی زنان مشارکت‌کننده در تحقیق به‌دست دهد:

زنان اغلب میل دارند پرسش‌های کوتاه بیشتری کنند و هدف آنان، این است که شریک خود را وارد گفت‌وگو کنند. آنها برای بیان نظرات خود از کلمات بیشتری استفاده می‌کنند. بخش بزرگی از این امر بر میل آنها به شرح جزئیات و ارائه توضیح بیشتر است و معمولاً نسبت به نیازهای شنونده حساس‌ترند. زنان حمایت‌زبانی بیشتری می‌کنند و تمایل بیشتری برای کنترل ارتباط و ادامه گفت‌وگوها دارند. زبان توصیفی و سرشار از شاخه‌وبرگ (استراتژی داستان‌پردازی را از خاطر بگذرانید) نشان از دامنه لغات بیشتر آنها برای توصیف احساسات و زیبایی‌هاست.

زنان قدرتی را که در میدان خصوصی طی سالیان به‌دست آورده‌اند هیچ‌گاه فراموش نمی‌کنند و آن‌توان همذات‌پنداری در اندوه و غم دیگران است که به باور امیل دورکیم (۱۳۸۱) به هر شکلی که باشد، بر نیروی تحرک و سرزندگی اجتماعی می‌افزاید. زن از قدرت و زبان دور مانده، اما او از آن عنصر نامرئی و پنهانی برخوردار است که مجال کارکرد قدرت و زبان را فراهم می‌آورد. از یک طرف او می‌تواند منبع مزاحمت شود، قدرت را به حدودش پس براند و سپس به جدال با آن بپردازد. این نقش کلاسیک زن ایرانی است، کسی که خطر فروپاشی در حالت بیمارگونه را می‌پذیرد که درمعنای مثبت و مفید کلمه انقلابی است؛ حتی زمانی که گمان می‌رود در انفعالی‌ترین موضع خود به‌سرمی‌برد او در حال مقاومتی پنهان است.

یک زن نمی‌خواهد بپذیرد که حقیقت توخالی عریان شود. آن را بزک می‌کند تا سناریوهای زندگی را خود بسازد و چه چیزی بیش از این می‌تواند قدرت زنانه را شهادت دهد؟

به‌گواه یافته‌های تحقیق، شاید اگر زنان نیز از الگوی مردانه پیشرفت تبعیت می‌کردند، اکنون جهان جایی برای زندگی نبود. از نظر ما خلاقیت زنانه در مدیریت زندگی یا هنر مدیریت زندگی نهفته است، آنجا که ایده «اخلاق و مراقبت» جای ایده مردانه «پیشرفت و شهرت» را می‌گیرد. و همین برای

بسیاری از زنان مهم‌ترین ابزار قدرت در میادین مهم در سطح زندگی روزمره‌شان است: «شاید برای آنکه به قماری دیوانه‌وار دست بزنیم که پروژه عقلانی را به دورترین سرحدات جسارت دلالتی مردانه می‌کشاند، زن بودن ضروری هم باشد» (کریستوا ۱۳۸۹: ۶۵).

در رده‌های بالای زنان طبقه متوسط، سبک استفاده از استراتژی‌ها به صورت روزافزون به چیزی که ماکس وبر «سبک‌پردازی زندگی» (ریتزر ۱۳۸۵: ۷۲) می‌نامد نزدیک‌تر می‌شود. آنها دستشان در انتخاب آزادتر است، همچنین جسارت ابداع استراتژی‌هایی را برای رسیدن به منافع غیرمادی مد نظرشان دارند و در میدان فعالانه برای رسیدن به آن منفعت عمل می‌کنند. در این راه هر چیزی به نشانه‌های تشخیص و تمایز میل می‌کند و ضرورت به فضیلت تبدیل می‌شود.

جنبه دیگری که توجه ما را جلب کرد و اینجا در تحلیل استراتژی‌ها می‌توانیم به آن اشاره کنیم، «رندی» زنانه است که البته در فرهنگ عوام با عنوان «سیاست زنانه» شناخته می‌شود. از این نظر، زنان به خاطر شناخت بالایی که از پتانسیل‌های میادین در طی سال‌ها مدیریت پشت صحنه زندگی به دست آورده‌اند، توانسته‌اند کم‌هزینه‌ترین و زودبازده‌ترین راه‌ها را برای رسیدن به خواسته‌هایشان و البته تعیین و تثبیت جایگاهشان در میدان پیدا کنند. آنها میزان انعطاف ساختارها را در برابر بروز و ظهور زنان دریافته‌اند و هزینه‌های احتمالی هر کنش و گفتاری را می‌دانند. رندی زنانه به کمک زنان می‌آید تا از طرق گوناگون به خواسته‌های زنان جامه عمل ببوشاند، اما از حد انعطاف ساختار قدرتمند نیز بیرون نزنند. این مقرون به صرفه‌ترین راه برای مبارزه با ساختارهای بعضاً غیرمنعطف حاکم بر میدان هاست، برای زمانی که بعد از سال‌ها فرودستی در سرمایه‌ها یا به دنیایی می‌گذارند که می‌توانند در آن عاملیت داشته باشند؛ بنابراین باید بگویم در یک نگاه پس‌ساختارگرایانه، در این صورت زن‌ها با توجه به شرایط و اقتضائات و نیز میزان سرمایه‌هایی که دارند، همچنین میزان انعطافی که از ساختار سراغ دارند، دست به اتخاذ استراتژی‌هایی می‌زنند. از این‌رو زمانی با قدرت همانندسازی می‌کنند و آن را از میدان به درمی‌برند و زمانی با مبارزه عینی در ساحت کلام (رک‌گویی، سرکوفت و ...) راهی در میدان برای خود باز می‌کنند. نکته دیگری که در یافته‌ها نشان از مولدانه بودن زبان زنانه و اصالت تحلیل پس‌ساختارگرایانه از آن داشت، سوپه دووجهی استراتژی‌های زبانی مورد کاربرد زنان بود. از این رو تلاش ما برای یافتن الگویی کاملاً مشخص از کارکرد یک استراتژی تا پایان کار بی‌نتیجه ماند؛ زیرا زنان مختلف در شرایط و میدان‌های مختلف به صورت خلاقانه وجهی نو به برخی کارکردهای مرسوم استراتژی‌های زبانی می‌دادند (البته با طیف وسیعی از کارکردها مواجه نیستیم، اما منظور ما بیشتر جایگاه عاملیت در کاربری استراتژی‌های زبانی برای گرفتن امتیاز از ساختار است).

یافته جالب توجه دیگر، این بود که زنان سبک ارتباطی خود را با دیگران در جهت پایداری رابطه با آنها انتخاب می‌کنند.

در همه گروه‌های متمرکز این تحقیق، زنان عنوان می‌کردند که از صحبت کردن بیشتر به منظور ساختن روابط و برقراری ارتباط و گسترش شبکه‌ها استفاده می‌کنند؛ همان چیزی که جامعه مردسالار

نمی‌تواند بپذیرد، اما اگرچه زنان در جامعه ما به‌عنوان بیگانه‌ای که اکنون در نقش‌های برابری ظاهر می‌شوند، هنوز در جایگاهی چنین تثبیت نشده‌اند. در نهایت تصویر زن به‌عنوان بیگانه‌ای هوشیار که به‌رحال در قلمروی نمادین باقی می‌ماند، در ذهن‌ها ثبت شده است، زنی که به تفاوت خود واقف است، زنی که به نبوغ زنانه ایمان دارد.

## فهرست منابع

- آرون، ریموند (۱۳۸۲). «مراحل اساسی سر اندیشه در جامعه‌شناسی»، ترجمه باقر پرهام، چ ششم، تهران: علمی و فرهنگی.
- ارهارت، اوتو (۱۳۸۴). «زبان زنان، زبان سلطه‌پذیری است»، نشریه روانشناسی جامعه، شماره ۱۰ و ۱۱، صص ۳۴-۳۷.
- انصاری، منصور؛ طاهرخانی، فاطمه (۱۳۸۹). «بررسی نظریه زبان و قدرت نمادین پیر بوردیو»، فصلنامه پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی، سال اول، شماره سوم، صص ۳۰-۲۳.
- آورند، مهدی (۱۳۹۲). «زوال زبان پدری. استراتژی زنان و ادبیات زنان برای رسیدن به استقلال ادبی در شعر معاصر»، مجله ادبی تابلو، شماره ۲، ص ۱۲.
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۹۰). *تمایز: نقد اجتماعی، قضاوت‌های ذوقی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: ثالث
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۷۵). «جامعه‌شناسی و ادبیات، آموزش عاطفی فلوربر»، ترجمه یوسف ابادری. فصلنامه ارغنون، شماره ۹ و ۱۰، ص ۸۲.
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۸۱). *نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی*، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: نقش‌ونگار.
- بیمن، ویلیام (۱۳۷۸). *زبان، منزلت و قدرت در ایران*، ترجمه رضا ذوقدار مقدم، تهران: نی.
- پانتام، رابرت و دیگران (۱۳۸۵). *سرمایه اجتماعی (اعتماد، دموکراسی و توسعه)*، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، چ دوم، تهران: عصر انتظار.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۵). *پیر بوردیو، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان*، تهران: نی.
- حقیقت، صادق (۱۳۸۵). *روش‌شناسی علوم سیاسی*، قم: مفید.
- دورکیم، امیل (۱۳۸۱). *درباره تقسیم کار اجتماعی*، ترجمه باقر پرهام، تهران: مرکز.
- ریپلی، تیم (۱۳۹۰). *راهنمای عملی تحلیل گفت‌وگو، گفتمان و سند*، ترجمه عبدالله بیچرانلو، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- رید، ا (۱۳۶۳). *انسان در عصر توحش*، ترجمه محمود عنایت. تهران: علمی و فرهنگی.
- رید، ایولین (۱۳۸۴). *فمینیسم و مردم‌شناسی*، ترجمه افشنگ مقصودی. تهران: گل آذین.
- ریتزر، جورج (۱۳۹۵). *نظریه جامعه‌شناسی*، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران: نی.
- سجادی، مهدی (۱۳۸۴). «فمینیسم در اندیشه پست مدرنیسم»، مطالعات راهبردی زنان، سال هشتم، زمستان، شماره ۲۹، صص ۳۸-۷.
- شویره، کریستین؛ فونتن، اولویه (۱۳۸۵). *واژگان بوردیو*، ترجمه مرتضی کتبی، تهران: نی.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۸). «تعارف ایرانی، تعارف انگلیسی»، مجله آیین، شماره‌های ۲۶ و ۲۷، بهمن و اسفند،

صص ۷۰-۸۱.

- فکوهی، ناصر (۱۳۸۲). *تاریخ نظریه‌های انسان‌شناسی*. تهران: نی.
- ضمیران، محمد (۱۳۷۸). *میشل فوکو، دانش و قدرت*، تهران: هرمس.
- کریستوا، ژولیا (۱۳۸۹). *فردیت اشتراکی*، ترجمه مهرداد پارسا، تهران: روزبهان.
- کوتس، دیوید (۱۳۹۶). *مبانی سرمایه‌داری*. مترجم محمدحسین بیرامی. تهران: دنیای اقتصاد.
- لگیت، مارلین (۱۳۹۱). *زنان در روزگارشان (تاریخ فمینیسم در غرب)*، مترجم نیلوفر مهدیان، تهران: نی.
- محمدپور، احمد (۱۳۸۸). «تحلیل داده‌های کیفی: رویه‌ها و مدل‌ها»، فصلنامه علمی پژوهشی انجمن انسان‌شناسی ایران (نامه انسان‌شناسی)، دوره ۲، شماره ۱۰، صص ۱۶۰-۱۲۷.
- معین، محمد (۱۳۸۸). *فرهنگ فارسی*، ۶ جلد. تهران: امیرکبیر.
- Bourdieu,P (1990). "Outline of a Theory of Practice", Editor: Nice,R. University Press, Cambridge.
- Chemaly,S (2014). "10Simple Words Every Girl Should Learn", www.huffingtonpost.com.
- Fairclough, N (1989). *Language and power*. London: Longman.
- Foley, William (1997). *Anthropological Linguistics: An Introduction*. published by Wiley-Blackwell.
- Guberman,R (1996). "Julia Kristeva interviews".New York: Columbia University Press.
- Harker,R (1990). "Education and Cultural Capital" in Harker, R., Mahar, C. ,&Wilkes, C ,(eds), *An Introduction to the Work of Pierre Bourdieu: The Practice of Theory*, MacmillanPress, London.
- James,D.and Clarke,S (1993). "Women, Men and Interruptions: ACritical Review".In *Gender and Conversational Interaction*. Edited by Tannen,D ,Oxford University press, pp231-280.
- Solnit, R (2014). published by Haymarket Books.
- VanDijk,T (1985). *Handbook of discourse analysis*, London: Academic Press,4 Vols.
- Wittgenstein, Ludwig (1925). *Philosophical Investigation*, New York: Harcourt, Brave and World, Sec 23
- Zimbalist Rozaldo, M (1974). "Woman cultural, and society: A Theoretical Overview", in: M. Zimbalist and L.Lamphere, *Woman, Cultural, and society*, Stanford University Press.