

تلاقی زبان‌شناسی شناختی و پارمیولوژی: جهانی بودن و تنوع در تفسیر ضرب‌المثل‌های زبان‌های مختلف

زهرا عباسی*^۱

(دریافت: ۱۳۹۷/۱/۴، پذیرش: ۱۳۹۷/۸/۵)

چکیده

این مقاله بر فواید تجربی و نظری حاصل از تلاقی زبان‌شناسی شناختی و پارمیولوژی تأکید می‌کند و هدف از نگارش آن بررسی چگونگی به‌کارگیری مفاهیم و نظریه‌های زبان‌شناسی شناختی در تفسیر چگونگی درک و کاربرد ضرب‌المثل‌ها در زبان‌های مختلف (فارسی، انگلیسی، فرانسوی، کروات، و عربی) است؛ در حالی که پژوهش‌های پیش از این، صرفاً به بررسی استعارات مفهومی، مجازها و طرح‌واره‌ها در ضرب‌المثل‌ها پرداخته‌اند. پرسش مهم در مواجهه پارمیولوژی با زبان‌شناسی شناختی این است که آیا باید به‌دنبال اصول شناختی جهانی برای تفسیر ضرب‌المثل بود و به مفاهیم ضرب‌المثل‌ها در تمامی زبان‌ها به‌صورت مفهومی جهانی توجه کرد، یا آن‌ها را صرفاً در بافت فرهنگی - زبانی خاص خود تحلیل کرد و نگرش‌های زبان - گذر و فرهنگ - گذر را به کناری نهاد. این مقاله تأکید می‌کند که تلاش برای یافتن ویژگی جهانی یا مفهوم مشترک - که مشخصه زبان‌شناسی شناختی است - ضرورتاً به معنای کاستن از دغدغه‌های ادبیات عامه مربوط به پارمیولوژی نیست. در این مقاله زبان‌شناسی شناختی به‌عنوان چارچوبی برای اتخاذ رویکردی منسجم برای تحقیق در خصوص هر دو حوزه، یعنی جنبه‌های جهانی و نیز جنبه‌های خاص فرهنگی ضرب‌المثل‌ها معرفی می‌شود که در عین پرداختن به مشترکات جهانی ضرب‌المثل‌ها، تنوع را در زبان‌های مختلف تحلیل می‌کند و نشان می‌دهد که

۱. استادیار زبان‌شناسی و آموزش زبان فارسی دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول).

* abasiz@moares.ac.ir

چگونه سناریوی ضرب‌المثل با موقعیت کنونی سخن ارتباط می‌یابد و مفهوم ضرب‌المثل درک می‌شود. بررسی داده‌ها نشان داد که با وجود تفاوت‌های موجود در ضرب‌المثل‌های زبان‌های مختلف - که وجود تنوع در زبان‌ها را نشان می‌دهد - می‌توان از زبان‌شناسی شناختی و نظریه‌های آن که مبتنی بر تجربیات حسی در زندگی انسانی است، برای تفسیر نحوه درک و کاربرد ضرب‌المثل‌ها در زبان‌های مختلف بهره برد و زبان‌شناسی شناختی که در پی تحلیل جهانی‌های زبانی است، به‌خوبی می‌تواند با ابزارهای مختلف خود؛ از جمله نظریه ادغام مفهومی، استعاره، مجاز و طرح‌واره‌های تصویری، ضرب‌المثل‌ها را که جزو فرهنگی‌ترین ساخت‌های زبانی است، تحلیل و نیز تنوع را در زبان‌ها توجیه کند.

واژه‌های کلیدی: پارمیولوژی، زبان‌شناسی شناختی، ضرب‌المثل، نظریه ادغام مفهومی، استعاره.

۱. مقدمه

ولفگانگ میدرا^۱، شناخته‌شده‌ترین محقق پارمیولوژی، در آثار خود به تعریف ضرب‌المثل می‌پردازد: «ضرب‌المثل حکمی کوتاه و عموماً شناخته‌شده از قوم^۲ است که حاوی حکمت، حقیقت، اخلاق و دیدگاه‌های سنتی در قالب استعاره، ثابت و قابل حفظ و به‌خاطر سپاری است و از نسلی به نسل دیگر می‌رسد». او (2004: xi) ضرب‌المثل‌ها را چکیده تجربیات مردم هر جامعه می‌داند که در قالب عباراتی موجز بیان و به‌خوبی فرمول‌بندی می‌شود و به‌سادگی می‌توان آن‌را به یاد سپرد و در مواقع لزوم به‌خاطر آورد. اهمیت این پاره زبانی در این است که آنچه را در فرهنگ مهم است، به‌روشنی هرچه تمام‌تر نشان می‌دهد. با نگاهی به مجموعه‌های منتشرشده از ضرب‌المثل‌های رایج در هر جامعه می‌توان به ارزش‌ها، هنجارها، باورها، محرمات و منهیات آن جامعه پی برد. ضرب‌المثل‌ها حتی تناقضات عقیدتی جامعه را نیز نشان می‌دهند. پارمیولوژی^۳ دانش مطالعه ضرب‌المثل‌ها و پارمیوگرافی^۴، فن گردآوری و مجموعه ضرب‌المثل‌هاست. پارمیولوژی به مسائلی چون تعریف، صورت، ساخت، سبک، کارکرد، محتوا، معنا و ارزش ضرب‌المثل‌ها می‌پردازد (Mieder, 2004: xii). پیشینه پارمیولوژی به دوران ارسطو می‌رسد. خلاف عبارت‌شناسی^۵ (رشته دیگری که

ضرب‌المثل‌ها نیز در حوزه مطالعه آن قرار دارد، در پارمیولوژی تنها به جنبه‌های زبان‌شناختی ضرب‌المثل پرداخته نمی‌شود؛ بلکه از دیدگاهی کلی‌تر به ابعاد انسان‌شناختی، زیبایی‌شناختی، ارتباطی، فرهنگی، فولکلوریک، تاریخی، ادبی، ریشه‌شناختی، روان‌شناختی، مذهبی و جامعه‌شناسی نیز توجه می‌شود (ibid, xiii).

انواع گسترده و ناهمگون رویکردها در تحلیل ضرب‌المثل‌ها باعث شده است که اهداف، خط‌مشی‌ها، پیش‌فرض‌ها، روش‌شناسی‌ها و نتایج نظری مختلفی مطرح شود (Honeck, 1997: 5). در نتیجه، نظریه‌ای واحد و فراگیر که مورد قبول عموم صاحب‌نظران قرار گیرد در این زمینه وجود ندارد. پیامد این تشتت آراء، دیدگاه‌های گوناگون است که هانک (ibid) آن را در هفت طبقه دسته‌بندی می‌کند: شخصی، صوری، مذهبی، ادبی، عملی، فرهنگی و شناختی که از این میان چهار دیدگاه شخصی، مذهبی، ادبی و عملی به‌ندرت اهداف علمی دارند؛ اما سه دیدگاه صوری، فرهنگی، و شناختی کاملاً علمی هستند (زندى و عباسی، ۱۳۹۵: ۲۵).

تاکنون پژوهش‌های زیادی در خصوص تحلیل ضرب‌المثل‌های فارسی، با بهره‌گیری از مفاهیم زبان‌شناسی شناختی صورت گرفته است. این پژوهش‌ها فارغ از توجه به کارکرد و مفهوم‌سازی و شیوه درک ضرب‌المثل‌ها و انطباق ساخت آن با موقعیت بافتی سخن (موقعیت کنونی)، صرفاً به استخراج طرح‌واره‌های تصویری، استعاره‌های مفهومی و مجازهای به‌کار رفته در ساخت ضرب‌المثل‌ها بسنده کرده‌اند. با توجه به اینکه زبان‌شناسان شناختی، زبان را ماهیتاً استعاری می‌دانند و استعاره مفهومی، مجاز و طرح‌واره‌های تصویری مشخصه اولیه زبان بشری است، وجود این استعاره‌ها در هر متن و بسیاری از جملات به‌ویژه ضرب‌المثل‌ها اجتناب‌ناپذیر است. آنچه در این پژوهش‌ها مغفول مانده، درک و تفسیر ضرب‌المثل و ارتباط آن با موضوع و معنای بافتی سخن است. این مقاله به مفهوم‌سازی مانده، درک و تفسیر ضرب‌المثل و ارتباط آن با موضوع و معنای بافتی سخن است.

این مقاله به مفهوم‌سازی ضرب‌المثل‌ها و ارتباط آن با موقعیت کنونی سخن می‌پردازد و با تحلیلی عمیق‌تر نسبت به پژوهش‌های پیشین در حوزه زبان‌شناسی شناختی و کاربرد و نحوه درک و تفسیر ضرب‌المثل، رویکردی برای مطالعه آن‌ها ارائه

می‌دهد که هدف آن از بین بردن برخی از این اختلافات و فاصله‌ها بین زبان‌شناسی شناختی و پارمیولوژی است. یکی از پرسش‌هایی که در حوزه پارمیولوژی مطرح شد، این است که آیا ضرب‌المثل‌ها را باید از طریق نظریه‌های ذهنی مربوط به درک آن‌ها توضیح داد، یا اینکه آن‌ها را به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی در نظر گرفت که باید تنها در چارچوب شرایط فرهنگی آن جامعه بررسی شود. مهم‌ترین نکته این دو راهی، این پرسش است که آیا باید به‌دنبال اصولی جهانی برای تفسیر ضرب‌المثل بود و به مفاهیم ضرب‌المثل‌ها در تمامی زبان‌ها به‌صورت مفهومی جهانی (چیزی شبیه به جهانی‌های تلویحی) توجه کرد، یا هرگونه تلاش در این زمینه را به‌سبب بیهوده بودن رها کرد و ضرب‌المثل‌ها را صرفاً در بافت فرهنگی زبانی خاص خود تحلیل کرد و نگرش‌های زبان - گذر و فرهنگ - گذر را به‌کناری گذاشت؟ این موضوع فاصله و اختلافاتی را بین اردوهای نظریه‌های شناختی درک ضرب‌المثل (Honeck & Temple, 1994; Honeck & Welge 1997; Temple & Honeck, 1999; Honeck et al., 1978; Lakoff & Turner, 1989; Gibbs, Colston & Johnson, 1996a, 1996b; Sullivan & Sweetser, 2010) و علم ضرب‌المثل فولکلوری (Arewa & Dundes, 1964; Bauman & McCabe, 1970; Mieder, 1982) نشان می‌دهد. در نظریه‌های شناختی درک ضرب‌المثل، این موضوع بخشی از شناخت آدمی شمرده می‌شود و بر ابعاد جهانی درک ضرب‌المثل و کارکردهای روان‌شناختی آن‌ها مثل مقوله‌بندی تأکید دارد (Honeck & Welge, 1997: 608). به زبان ساده‌تر می‌توان گفت که این گروه بر این باورند که ضرب‌المثل باید به‌شیوه انتزاعی و برای اهداف نظری مطالعه شود؛ زیرا «ساختارهای ذهنی و فرایندهای مورد استفاده انسان‌های اندیشه‌ورز بر اساس اصول نظری قابل توضیح هستند» (Honeck, 1997: 37). گروه دوم به بررسی ضرب‌المثل‌ها در قالبی فرهنگی می‌پردازند و معتقدند که نمی‌توان آن‌ها را از این قالب جدا کرد؛ زیرا در این صورت در تفسیر، انحراف شدیدی خواهند یافت (Bradbury, 2002: 263). این دیدگاه بر بُعد سنتی ضرب‌المثل‌ها و نقش آن در ایجاد و حفظ معانی اجتماعی زبان - خاص تأکید دارد و از تحلیل‌های جهانی حذر می‌کند. دلیل ناخرسندی اصلی گروه اخیر، از کاربرد نظریه‌های شناختی در تحلیل ضرب‌المثل این است که این نظریه‌ها بر انتزاع تأکید می‌کنند، نظریه‌ها را جهانی می‌کنند و جزئیات غنی فرهنگی را

- که محور اصلی ساخت و درک ضرب‌المثل‌ها هستند - به حاشیه می‌کشانند. مسلماً این تصویر سیاه و سفید نیست؛ زیرا حتی دانشمندان حوزه شناختی مثل هانک و ولج (1997) بیان می‌کنند که برای توضیح فرایند خلق و درک ضرب‌المثل باید هر دو بُعد شناختی و فرهنگی را پذیرفت. با این حال، آن‌ها مدعی این امر هم هستند که ضرب‌المثل‌ها قبل از ایفای هرگونه نقش اجتماعی، نخست باید وظیفه اصلی روان‌شناختی خود را محقق گردانند: «ضرب‌المثل‌ها رخدادها را مقوله‌بندی کرده و باعث شکل‌گیری افکار و رفتارها می‌شوند» (Honeck & Welge, 1997: 608). دلایل چنین تمایلی برای استفاده از توضیحات شناختی - روان‌شناختی درک‌شدنی است و مسلماً کاربرد ضرب‌المثل دربردارنده فعالیت مهم شناختی بر اساس ویژگی‌های جهانی قوه شناخت انسان است. در این مقاله در تحلیل‌های ارائه‌شده، این بُعد از کاربرد ضرب‌المثل‌ها، یعنی نقش آن‌ها در طبقه‌بندی تجارب انسانی و ارائه میان‌برهای تفسیری برای محرک‌های جدید مشابه، تأیید شد؛ اما این نکته نیز پذیرفته است که بُعد فرهنگی بررسی ضرب‌المثل نباید تحت شعاع جست‌وجو برای یافتن اصول تشریحی نظری قرار گیرد.

این مقاله رویکردی برای مطالعه درک ضرب‌المثل پیشنهاد می‌کند که هدف آن رفع برخی از این اختلافات و فاصله‌هاست. پیشنهاد نگارنده این خواهد بود که ابزارهای شناختی مختلف، از قبیل استعاره‌های مفهومی^۶، مجازها^۷، طرح‌واره‌های تصویری^۸ و ادغام مفهومی^۹ می‌توانند زمینه‌های مشترکی را در میان این حدود افراطی ایجاد کنند. به‌علاوه، در این مقاله شکل تکمیل‌شده‌ای از تحلیل زبان‌شناسی شناختی ارائه می‌شود که به توضیح ابعاد جهانی نحوه تفسیر ضرب‌المثل می‌پردازد؛ به عبارت دیگر استعاره زنجیره بزرگ^{۱۰} لیکاف و ترنر^{۱۱} (1989) به‌عنوان سازوکاری توضیحی در این حوزه ارائه می‌شود.

ساختار مقاله حاضر به این شرح است: در بخش ۲ و ۳ ادبیات تحقیق و پیشینه نظری مطرح و روش‌شناسی پژوهش در بخش ۴ شرح داده می‌شود. تحلیل داده‌ها در بخش ۵ صورت می‌گیرد. مقاله با نتیجه‌گیری در بخش ۶ به پایان می‌رسد.

۲. ادبیات تحقیق

۱-۲. زبان‌شناسی شناختی: در حوزه جهانی بودن و تنوع

استعارات مفهومی و عبارات استعاری به‌ظاهر جدا، به گروه‌های نظام‌یافته‌ای دسته‌بندی می‌شوند که نظام‌های استعاری نام دارند. یکی از این نظام‌ها «استعاره زنجیره بزرگ» است که در آن، یک الگوی فرهنگی ماهیت‌ها را بر اساس ویژگی‌های هر یک از آن‌ها که نشان‌دهنده رفتارشان است، روی یک محور عمودی از بالا به پایین، جای می‌دهد. این سلسله‌مراتب از بالا به پایین، اول به‌صورت انسان با ویژگی‌ها و صفات عالی چون منطق، دوم حیوان با صفات غریزی، سوم گیاه با صفات زیست‌شناختی، چهارم اشیای پیچیده با ویژگی‌های ساختاری ترکیبی و کاربردی و پنجم اشیای مادی ساده دارای صفات مادی طبیعی بازنمایی می‌شود. این الگو باعث درک استعاری ویژگی‌های یک ماهیت در یک سطح از طریق ویژگی‌های ماهیت دیگر در سطحی دیگر می‌شود. تجسم انسانی^{۱۲}، مبنای تجربی^{۱۳}، طرح‌واره‌های تصویری پیش‌مفهومی^{۱۴} و ... برخی از مفاهیمی هستند که همواره به آن‌ها استناد می‌شود تا دلایل و توضیحات عمیق‌تری برای ابعاد نظام‌مند و جهانی در زبان فراهم شود. با توجه به ماهیت جهانی جسم انسان، و محققاً الگوهای جهانی تعاملات فیزیکی انسان با جهان، جای تعجب نیست که بیشتر توجه زبان‌شناسی شناختی معطوف چیزی شده که جهانی است و یا دست‌کم به‌صورت گسترده در بین زبان‌ها مشترک است. با این حال، باید بسیاری از این پیش‌فرض‌های جهانی به‌دلیل وجود مسائل گوناگون فراوانی که زبان‌شناسی شناختی با آن روبه‌روست، تغییر داده شود. می‌توان این تنوع را در داده‌های زبانی معتبر مدل‌های کاربردمحور، زبان‌شناسی پیکره‌ای، زبان‌شناسی اجتماعی و ... یافت. وجود این تنوع فرضیه ایدئولوژیکی جهانی بودن را، مبنی بر اینکه بخش عظیمی از زبان از طریق نحوه تعامل ما با دنیای اطراف ترغیب می‌شود، تضعیف نمی‌کند؛ بلکه به تنوع زبانی توجه می‌کند که باید شرح داده شود. بردار و همکاران^{۱۵} در مقدمه «زبان‌شناسی شناختی: جهانی بودن و تنوع»^{۱۶} نسخه ۲۰۱۲، نمای کلی روشنگرانه‌ای از تحولات صورت‌گرفته در زبان‌شناسی شناختی را در این حوزه ارائه کرده‌اند. در آن اثر و بسیاری دیگر از آثار و کنفرانس‌ها، شاهد مجموعه مقالات باارزشی هستیم که نشان می‌دهند زبان‌شناسی

شناختی چگونه به‌سادگی می‌تواند تنوع بین زبانی را تحلیل کند. اصولی که به‌واسطه آن‌ها مقوله‌های زبانی سازماندهی می‌شود (مثل نمونه‌های نخستین^{۱۷})، الگوهای کاملاً تثبیت‌یافته را به کاربردهای جدیدی بسط می‌دهند (مثلاً از طریق استعاره، مجاز و ...) که می‌توان به‌خوبی آن‌ها را در موارد مختلف تحلیل به‌کار برد. زبان‌شناسی شناختی با تأکیدی که بر ماهیت جامع‌معنا، پیدایش‌معنا از تجارب انسانی در برخورد با جهان فیزیکی و اجتماعی، قالب‌ها^{۱۸}، مدل‌های شناختی آرمانی‌شده^{۱۹} و سلسله‌مراتب برگرفته از عام‌ترین مفاهیم و الگوها تا خاص‌ترین (فرهنگی‌ترین) آن‌ها، دارد می‌تواند رویکرد کاملی برای تحقیق در زمینه ضرب‌المثل با رویکرد خاص فرهنگی باشد.

در تحلیل داده‌های این مقاله، از چندین ابزار شناختی برای شرح معنا و تفسیر و کاربرد ضرب‌المثل استفاده می‌شود: استعاره مفهومی و مجاز (Lakoff & Johnson, 1980; Lakoff, 1987; Panther & Radden, 1999) به‌عنوان دو مدل شناختی بنیادی که می‌توانند بخش عمده‌ای از تصویرسازی ضرب‌المثل را توجیه کنند. برای مثال، استعاره «شناختن همان دیدن است»^{۲۰} در ضرب‌المثل انگلیسی «عشق کور است»^{۲۱} و فارسی «عاشق کور است» و مجاز «ظرف به‌جای محتوا»^{۲۲} (قلب به‌جای احساسات) در ضرب‌المثل‌های فارسی «عشق در آمد به دل، رفت ز سر عقل و هوش» و «چون عشق بود به دل، صواب است // مه در شب تیره آفتاب است» و ضرب‌المثل انگلیسی «خانه جایی است که قلب در آنجاست»^{۲۳}، و نیز طرح‌واره‌های تصویری (Johnson, 1987; Lakoff, 1987; Hampe & Grady, 2005) نظیر طرح‌واره حجمی^{۲۴} و طرح‌واره مسیر^{۲۵} و مقیاس^{۲۶}، که در تحلیل ضرب‌المثل‌های منتخب مقاله استفاده می‌شوند. همچنین، اصول نظریه ادغام مفهومی^{۲۷} هم، که از سوی فوکونیه و ترنر^{۲۸} (1998, 2002) به‌عنوان مدلی برای معناسازی آنلاین^{۲۹} به وجود آمدند، دقت و بررسی خواهد شد. فایده استفاده از این رویکرد آن است که در آن، معنا بر حسب جمع‌آوری و ساختن روابط مفهومی، بین بسته‌های کوچک و پویایی از محتوای مفهومی بومی، متغیر و به‌طور بالقوه فرهنگی توضیح داده می‌شود. در مطالعه مورد اول درخصوص تحلیل ضرب‌المثل‌های مربوط به «ترس» خواهیم دید که چگونه یک ساختار مفهومی واحد می‌تواند به آسانی

تفاوت‌های موجود در مجموعه‌ای از ضرب‌المثل‌های مرتبط به هم را در زبان‌های مختلف در خود جای دهد.

تمامی این مدل‌های شناختی برای شرح داده‌های زبان - گذر مقاله در تحلیل به‌کار می‌رود؛ اما پیش از پرداختن به روش تحقیق و تحلیل داده‌ها، لازم است یکی از مهم‌ترین نظریات مربوط به تفسیر و تحلیل ضرب‌المثل، یعنی استعاره زنجیره بزرگ لیکاف و ترنر (1989) ارائه شود. این موضوع از این نظر اهمیت دارد که این نظریه از سوی دو تن از تأثیرگذارترین زبان‌شناس‌های شناختی عرضه می‌شود و به‌طور خاص به نوع خاصی از استعاره برای توضیح درک ضرب‌المثل استناد می‌کند.

۲-۲. نظریه شناختی تحلیل نحوه تفسیر ضرب‌المثل: استعاره زنجیره بزرگ

لیکاف و ترنر (1989) معتقدند که درک ضرب‌المثل شامل فعال‌سازی مجموعه‌ای از فرایندهای تحلیلی است که به‌عنوان استعاره زنجیره بزرگ شناخته می‌شوند. این نظریه چهار ابزار شناختی را در بر می‌گیرد که به تحلیل ضرب‌المثل در موقعیت کمک می‌کند: نخست اینکه، استعاره «عام بودن نوعی خاص بودن است» - استعاره‌ای عام و متفاوت از استعاره‌های مفهومی رایج نظیر «زندگی نوعی سفر کردن است» - به کاربران و تحلیلگران ضرب‌المثل این امکان را می‌دهد که از دانش خود در خصوص سناریوی خاص کدگذاری شده در ضرب‌المثل، برای درک بسیاری از موقعیت‌های مشابه که ساختارهای عام مشترکی دارند، استفاده کنند برای مثال، در ضرب‌المثل انگلیسی «با یک ردا یک راهب به‌وجود نمی‌آید»^{۳۰}، این ساختار دانش خاصی را در خصوص راهبان، تن‌پوش، رفتارها و نقش‌های مورد انتظار از آن‌ها در مقابل رفتارهای واقعی که از آن‌ها سر می‌زند نشان می‌دهد، و ضرب‌المثل فارسی «با یک گل بهار نمی‌شود»، ساختار دانشی خاصی را در خصوص گل‌ها، زمان و شرایط رشد آن‌ها و فصل‌های سال و شرایط اقلیمی در ایران فعال می‌سازد. این دانش خاص در تفسیر موقعیت‌های متفاوتی به‌کار می‌رود: مثلاً وقتی گوینده بخواهد نشان دهد که تنها یک ویژگی برای کسب موقعیتی برجسته و خاص کافی نیست، این ضرب‌المثل‌ها را به‌کار می‌برد. همین تحلیل را می‌توان در مورد ضرب‌المثل آلمانی «با آمدن یک چلچله تابستان نمی‌آید»^{۳۱} و

ضرب‌المثل‌های فرانسوی «عادت راهب را نمی‌سازد»^{۳۲} و «با یک پرستو بهار نمی‌آید»^{۳۳} ارائه کرد.

دوم اینکه، مجموعه‌ای از باورها وجود دارند که در مدل فرهنگی استعاره زنجیره بزرگ، خلاصه می‌شوند و به درک ما از خود و دنیایی که در آن زندگی می‌کنیم، شکل می‌دهند. این مدل فرهنگی در کنار بخش (نکته) سوم نظام، یعنی دانش کاربردی ما در خصوص «ماهیت اشیا» به ما این امکان را می‌دهد که نظریاتی در خصوص چگونگی عملکرد دنیا شکل دهیم. استعاره زنجیره بزرگ، اشیا را در یک سلسله‌مراتب خاص درجه‌بندی می‌کند، به نحوی که هر شیء زنجیره تمامی ویژگی‌های برجسته اشیا پایین درجه و نیز برخی از ویژگی‌های اشیا درجه بالاتر را در خود دارد. در رأس این سلسله‌مراتب انسان‌ها قرار دارند که دارای توانایی تفکر و کلام هستند و همچنین در مرتبه بالاتری از حیوانات، گیاهان و اشیا فیزیکی پیچیده که در درجات پایین‌تر هستند، قرار دارند.

نکته چهارم و پایانی این نظریه، اصل «اقتصاد کلامی»^{۳۴} است که به این موضوع اشاره دارد. وقتی که شیء در سطح خاصی از سلسله‌مراتب ذکر شده قرار دارد، متکلم باید به ویژگی‌های درجه بالاتر آن اشاره کند، مگر اینکه اطلاعات دیگری وجود داشته باشد که ضرورت چنین اشاره‌ای را برطرف سازد. علاوه بر موارد مذکور، این نکته نیز در مورد استعاره زنجیره بزرگ از سوی لیکاف و ترنر مطرح شد که ضرب‌المثل‌ها در امور انسانی کاربرد دارند (Lakoff & Turner, 1989: 175).

مخالفت‌هایی نیز با کاربرد این نظریه در تحلیل و تفسیر ضرب‌المثل وجود دارد. هانک و تمپل^{۳۵} (1994) این‌گونه استدلال آورده‌اند که نظریه استعاره زنجیره بزرگ در آن واحد خیلی پیچیده و خیلی محدودکننده است. این نظریه از این جهت خیلی پیچیده است که ساختار پیچیده‌اش به‌طور خاص به‌گونه‌ای طراحی شده است که به شرح چیزهایی پردازد که پیش از این از سوی اصول عام تحلیل و تفسیر، توضیح داده شده‌اند. به عبارت دیگر، این موقعیت گفتمان است که تعیین می‌کند چه واحدهایی از یک اصطلاح زبانی به چه چیزی اشاره دارد و چگونه باید تحلیل شود. همچنین، نظریه‌ای که ذکر شد از این جهت خیلی محدودکننده است که موقعیت گفتمان این

امکان را فراهم می‌سازد که ضرب‌المثل‌ها در اموری به‌جز موضوعات انسانی کاربرد داشته باشند؛ مثلاً در موقعیت‌های حیوانات (Norricks, 2007: 389). به عبارت دیگر، به‌جای توجه به این اصل خاص که ضرب‌المثل‌ها به مسائل انسانی مربوط می‌شوند، صرفاً سناریوی ضرب‌المثل مستقیماً به موقعیت گفتمان موجود ربط داده می‌شود تا تحلیل نهایی شکل بگیرد. نوریک در مخالفت با این نظریه این نکته را نیز اضافه می‌کند که ضرب‌المثل‌ها ماهیتاً بخشی از فرهنگ عامه هستند، لذا نظریه استعاره زنجیره بزرگ در برابر کنایه‌های داستانی^{۳۶} و ارتباطات و پیوستگی‌های غنی فرهنگی ناکارآمد به‌نظر می‌رسد (ibid, 389). برای مثال در افسانه خیلی معروف آسوپ^{۳۷} با عنوان «لاک‌پشت و خرگوش» می‌توان اصل اخلاقی «آنچه آهسته و پیوسته می‌رود برنده مسابقه می‌شود» را بیابیم. لاک‌پشت و خرگوش شخصی‌سازی شده‌اند؛ با این حال، به‌عنوان کلیشه‌هایی برای حیوانات کند و تند شناخته می‌شوند. حتی زمانی که این اصل اخلاقی به شکل کوتاه‌شده اصطلاح دو سازه‌ای «آهسته و پیوسته» بیان می‌شود، باز هم ردپایی از داستان در خود دارد و فاقد «پژواکی از داستان» نیست و نوریک این‌گونه نتیجه‌گیری می‌کند:

در مواردی که یک داستان به یک ضرب‌المثل یا عبارت کوچک‌تر و کاربردهایشان معنا می‌دهد، هیچ نیازی به استناد به استعاره زنجیره بزرگ برای تحلیل آن وجود ندارد و استعاره در تحلیل کاربرد ندارد، درواقع فهم اینکه این نظریه اصلاً چگونه متداول گردیده، سخت است (ibid).

در این مقاله نظریه استعاره زنجیره بزرگ انتقاد و تحلیل نمی‌شود؛ اما روایت جایگزینی پیشنهاد می‌شود که هدف آن ادغام جنبه‌های فرهنگی و شناختی در کاربرد و تفسیر ضرب‌المثل است. در حین انجام این کار، از نظریه استعاره زنجیره بزرگ آنچه مفید است (کارکرد مقوله‌بندی کردن مربوط به استعاره «عام بودن نوعی خاص بودن است») اتخاذ و در رویکرد پیشنهادی ادغام خواهد شد.

۲-۳. مقوله‌بندی: جنبه جهانی کاربرد و تفسیر ضرب‌المثل

برای تفسیر ضرب‌المثل در ابعادی جهانی، می‌توان از مفهوم مقوله‌بندی در زبان‌شناسی شناختی بهره گرفت. اساساً تمامی کاربردهای ضرب‌المثل‌ها، چه ادبی و چه طرح‌واره‌ای، نوعی فرایند مقوله‌بندی جهانی را در بر می‌گیرد که به موجب آن،

سناریویی که به صورت عبارت زبانی در ضرب‌المثل کدگذاری می‌شود، به عنوان نوعی ساختار مقوله‌بندی عمل می‌کند که رخدادهای هدف جدید (موقعیت واقعی) را تأیید می‌کند (Langacker, 1987: 65). اگر این فرایند مقوله‌بندی بخواهد کارآمد باشد، باید درجاتی از مشابهت (قیاس^{۳۸}) میان واحد مقوله‌بندی/ تأییدی و ساختار هدف (موقعیت واقعی^{۳۹}) وجود داشته باشد که در آن ممکن است میزان مشابهت از همانندی تقریباً کامل (که مقوله‌بندی به واسطه تفصیل^{۴۰} نامیده می‌شود) تا تفاوت‌های نسبی (که مقوله‌بندی به واسطه بسط^{۴۱} نامیده می‌شود) نوسان داشته باشد. مورد دوم، یعنی مقوله‌بندی به واسطه بسط، معادل استعاره «عام بودن نوعی خاص بودن است» در دستورشناختی است؛ اما تفسیر دستورشناختی جای این استعاره را می‌گیرد؛ زیرا هم‌زمان هم مقوله‌بندی به واسطه بسط (به عبارتی موارد زیرمجموعه این استعاره) و هم مقوله‌بندی به واسطه تفصیل را (یعنی جایی که شباهت چنان چشمگیر است که می‌تواند تفسیر استعاری را تضمین کند) شرح می‌دهد. بنابراین، تفسیر دستورشناختی در تحلیل، مقدم خواهد بود. برای مثال، ضرب‌المثل «با یک گل بهار نمی‌شود» و معادل‌های آن در زبان‌های دیگر که در بخش پیشین ذکر شد، و نیز «انسان جایز الخطاست» (فارسی) و انسان، یعنی خطا^{۴۲} (فرانسوی) دارای سناریویی قیاس‌شدنی با شرایطی در موقعیت کنونی هستند. با وجود این، خلاف ضرب‌المثل اول که در آن یک ارتباط قیاسی بین دو حوزه مفهومی بسیار متفاوت وجود دارد (نک: مثال‌های بالا)، ضرب‌المثل دوم به مراتب، کمتر استعاری به نظر می‌رسد. در تعاریف استاندارد از استعاره‌های مفهومی، استعاره شامل دو حوزه مفهومی مجزاست؛ در حالی که خواننده به‌سختی می‌تواند ضرب‌المثل دوم را در اساس استعاری ببیند. به همین دلیل در تفسیر این ضرب‌المثل‌ها شرحی از مقوله‌بندی مقدم است که در آن ساختار تأییدی همان سناریوی معمولی است که در ضرب‌المثل کدگذاری می‌شود و ساختار مقوله‌بندی همان شرایط قیاسی در بافت است که ممکن است به لحاظ مفهومی کم‌ویش متفاوت از موقعیت کنونی باشد. به منظور ساده کردن تحلیل، می‌توان این جنبه جهانی مربوط به تحلیل ضرب‌المثل را معنای بافتی^{۴۳} ضرب‌المثل نامید. با وجود این، این نکته در تحلیل، به مراتب نمود کمتری خواهد داشت؛ زیرا تصویرسازی خاص موجود در ورای شکل

زبانی ضرب‌المثل، یا به عبارتی ساختار مفهومی خود ضرب‌المثل، بیشتر توجه می‌شود. به‌طور خلاصه، اگرچه وجود مشخصه جهانی بودن جنبه مقوله‌بندی در تحلیل ضرب‌المثل، در تمامی ضرب‌المثل‌های ذکرشده در این تحقیق مسلم فرض شده است، در بخش تحلیل به‌نحو خاصی بر یافتن تشابهات تصویری بیشتر تمرکز خواهیم کرد؛ نظیر استعاره‌های مشترکی مثل: «شناختن همان دیدن است» در ضرب‌المثل «شنیدن کی بود مانند دیدن» یا مجازهای مشترکی نظیر «عضو بدن به‌جای شخص» در ضرب‌المثل‌های «دوری و دوستی» و «از دل برود هر آنکه از دیده برفت» و نیز تفاوت‌های فاحش در کلمات موجود در ضرب‌المثل‌ها در زبان‌های مختلف.

۳. پیشینه پژوهش در ایران

پارمیولوژی خارج از ایران، سابقه‌ای دست‌کم ۱۵۰ سال دارد و شامل حدود ده‌هزار عنوان اثر علمی است (Mieder, 2004: xiii)؛ اما با نظری بر کتاب‌شناسی ضرب‌المثل‌ها (ذوالفقاری، ۱۳۸۵) به روشی می‌توان پی برد که بیشترین حجم ادبیات ضرب‌المثل‌ها در زبان فارسی را مجموعه‌ها و فرهنگ‌ها به خود اختصاص داده‌اند که تنها دربردارنده فهرست‌هایی از ضرب‌المثل‌های گویش‌های مختلف ایرانی هستند؛ یعنی پارمیوگرافی. پس از آن مطالعات تطبیقی رتبه دوم را دارند؛ ازجمله گرجیان و نیسی (۱۳۹۰)، زرکوب و امینی (۱۳۹۳)، متقی‌زاده و نیکوبخت (۱۳۹۳)، میرزایی الحسینی (۱۳۹۳) و فارسیان و جاویدی‌مقدم (۱۳۹۵) و تنها اندکی انگشت‌شمار از مطالعات موجود به بررسی علمی ضرب‌المثل‌ها پرداخته‌اند، به‌طوری که بتوان آن را در حوزه پارمیولوژی به‌حساب آورد (ازجمله ثواب ۱۳۷۵؛ نوین ۱۳۸۷). گذشته از این، نگاهی به منابع مورد استفاده در این آثار نشان می‌دهد که بررسی‌های انجام‌شده به زبان فارسی به‌کلی نسبت به دستاوردهای جهانی و به‌ویژه نظریات این حوزه بی‌اعتناست و در عرض آن‌ها قرار دارد (برای نمونه رک: مؤید حکمت، ۱۳۸۶؛ ذوالفقاری، ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ به نقل از زندی و عباسی، ۱۳۹۵: ۲۶).

ذوالفقاری در مقالات مختلفی به بررسی ضرب‌المثل‌ها در زبان فارسی پرداخته است. تفاوت مثل با کنایه (۱۳۸۷)، بررسی ساختار ارسال مثل (۱۳۸۶؛ الف، ۱۳۸۹)، بررسی

ابعاد زیبایی‌شناسی امثال فارسی در سه بُعد زیبایی‌شناسانه وزن و آهنگ، ابعاد بلاغی در حوزه معانی، بیان و بدیع و نیز زبان و بیان طنزآمیز، از جمله آثار اوست. همچنین مرتضی محسنی (۱۳۸۱) به بررسی و تحلیل عنصر غالب بلاغی در پانصد مثل *داستان-نامه بهمنیاری* پرداخته است. «تحلیل جلوه‌های طنز در ضرب‌المثل‌های فارسی» (۱۳۸۴) و «سبک‌شناسی امثال فارسی» (۱۳۸۷) از آثار پارساست. دانشفر (۱۳۸۹) به بررسی اصطلاح‌ها و ضرب‌المثل‌های به‌کاررفته در روزنامه همشهری با رویکردی زبان‌شناختی و جامعه‌شناختی پرداخته است. ضرب‌المثل‌ها از جنبه‌های گوناگون واژگانی، معنایی و نیز مطالعات ترجمه و زبان‌شناختی، نیز بررسی و پژوهش شده‌اند (خرمشاهی، ۱۳۸۳؛ Gorjian, 2008; Dabaghi, 2010; Estaji & Nakhavali, 2011). در زبان فارسی آثاری نیز در زمینه زبان‌شناسی شناختی صورت گرفته است که می‌توان به راسخ مهند (۱۳۸۹)، افراشی (۱۳۹۵، ۱۳۹۷)، نیلی‌پور (۱۳۹۶) و صفوی (۱۳۹۶) اشاره کرد.

۴. روش‌شناسی

پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش توصیفی - تحلیلی و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی به جمع‌آوری ضرب‌المثل‌ها پرداخته است. جمع‌آوری داده‌ها از این منابع صورت گرفته است: موسوی، (۱۳۷۹)، دهگان (۱۳۸۴)، ذوالفقاری (۱۳۸۹)، رحیمی‌نیا (۱۳۹۰)، ناصری (۱۳۹۰)، ناظمیان (۱۳۹۳)، هاشمی (۱۳۹۴) و نیز کولینز^{۴۴} (۱۹۷۴)، پاکزولای^{۴۵} (۱۹۹۷) و اشتراوس^{۴۶} (۱۹۹۸). در این مقاله از منابع یادشده، صرفاً ضرب‌المثل‌های مرتبط با دو احساس ترس و عشق انتخاب شده‌اند. البته، این‌ها فقط بخش کوچکی از مجموعه ضرب‌المثل‌ها هستند؛ اما تحلیل آن‌ها به‌خوبی ظرفیت زبان‌شناسی شناختی را در وحدت بخشیدن به جنبه‌هایی از ضرب‌المثل‌ها که دارای ویژگی‌های مشترک یا متفاوت فرهنگی هستند، نشان می‌دهد. در مجموع ۲۲ ضرب‌المثل به‌صورت تفصیلی بررسی شده است. برای تحلیل هر مجموعه ضرب‌المثل، از شکل‌هایی استفاده شد که ادغام کلی و نمادین (طرح‌واره‌ای) را به‌خوبی نشان

می‌دهد. این شکل‌ها برگرفته از فوکونیه و ترنر (2002) و سمینو و دمین^{۴۷} (33: 2016) است که برای تحلیل ادغام مفهومی به کار می‌رود.

۵. تحلیل

۱-۵. تحلیل شیوه تفسیر ضرب‌المثل‌های مربوط به احساس ترس و احتیاط: جنبه‌های جهانی و فرهنگی درک و تفسیر آن

ضرب‌المثل‌هایی در خصوص ترس که در ادامه آمده‌اند برای تحلیل انتخاب شده‌اند. ضرب‌المثل‌های شماره ۱: کسی که یکبار دهانش سوخته، همواره سوپ را فوت می‌کند^{۴۸} (انگلیسی)؛ کسی که یکبار سوخته چیزهای سرد را هم فوت می‌کند^{۴۹} (کرواتی)؛ کسی که از سوپ سوخته، شیر (دوغ) را هم فوت می‌کند (عربی)^{۵۰}؛ گربه سوخته از آب سرد می‌ترسد^{۵۱} (فرانسوی).

ضرب‌المثل‌های شماره ۲: بچه‌ای که بسوزه از آتش می‌ترسد^{۵۲} (انگلیسی). بچه‌های سوخته، از آتش حذر کنند^{۵۳} (آلمانی).

ضرب‌المثل‌های شماره ۳: گوش ترس تیزه^{۵۴} (انگلیسی)، چشم‌ها هنگام ترس بزرگ می‌شوند / ترس چشمان بزرگی دارد^{۵۵} (کرواتی).

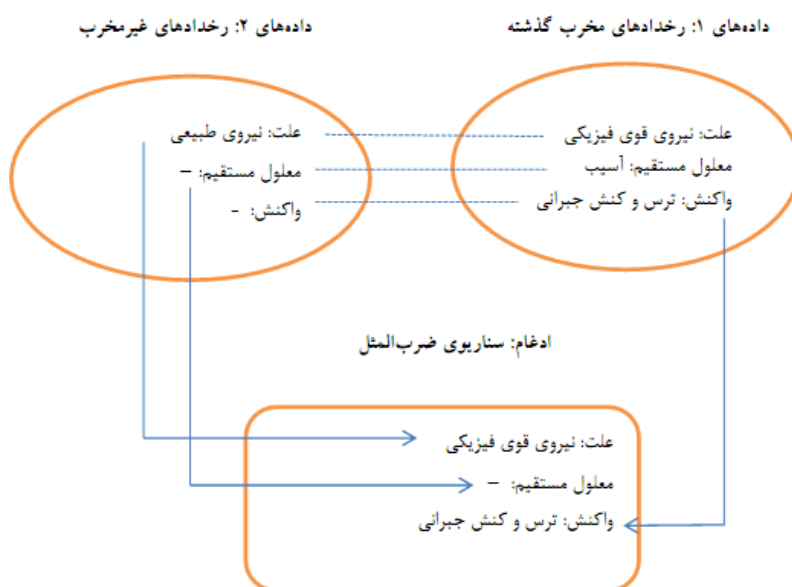
ضرب‌المثل‌های شماره ۴: مارگزیده از ریسمان سیاه و سفید می‌ترسد (فارسی)، کسی که یکبار مار نیشش بزند، از مارمولک هم می‌ترسد^{۵۶} (کرواتی).

قبل از تحلیل مقایسه‌ای مفصل از این مجموعه ضرب‌المثل‌ها، چارچوب کلی مفهومی (برحسب نظریه ادغام مفهومی) شرح داده می‌شود.

ضرب‌المثل‌هایی که ذکر شد دارای این اشاره‌محوری هستند که واکنش فرد به موقعیت کنونی اغراق‌آمیز شده است. با این حال، این باور وجود دارد که این حساسیت بیش از حد به واسطه تجربه قبلی فرد با یک مورد مشابه؛ اما به مراتب خطرناک‌تر به وجود آمده است. این اتفاق قبلی به فرد آسیب زده و به نوعی ترس ماندگار و شاید غیرمنطقی منجر شده است.

برای شرح سناریوی مرسوم، مربوط به ضرب‌المثل‌های ذکر شده، ساختار مفهومی زیر را ارائه می‌دهیم:

در شکل ۱، داده‌های ۱ بیانگر یک بازنمود کلی و نمادین (طرح‌واره‌ای) از اتفاق گذشته است که سبب ایجاد خسارت و ترس شده است. در اینجا یک نیروی قوی فیزیکی (علت^{۵۷}) وجود دارد که باعث صدمه شده است (معلول مستقیم^{۵۸}) و به قدر کافی ملاحظه می‌شود تا باعث ایجاد ترس شود و نوعی کنش به وجود آورد که تأثیرات مخرب را جبران کند (واکنش^{۵۹}). داده‌های ۲ نمایانگر رخدادهایی است که به لحاظ نوع و مکان با داده‌های ۱ قیاس می‌شوند و در بیشتر موارد آن‌چنان مخرب نیستند که بتوانند نوعی ترس ماندگار ایجاد کنند. با وجود این، اشارهٔ محوری ضرب‌المثل، یا به عبارتی، اینکه واکنش فرد اغراق‌آمیز شده است، از فضای ادغامی بین این دو داده‌ها ناشی می‌شود. در اینجا نوعی علت غیرافراطی (که قادر به ایجاد هیچ‌گونه آسیبی نیست و طبیعتاً نیازی به هیچ‌گونه ترس یا کنش جبرانی ندارد) که از داده‌های ۲ حاصل شده، و واکنش اغراق‌آمیز که از داده‌های ۱ استخراج شده است، در کنار هم سناریوی ضرب‌المثل را می‌سازند.



شکل ۱: ادغام کلی و نمادین (طرح‌واره‌ای): احتیاط بیش از حد در مقابله با آسیب فیزیکی تکراری که باعث به وجود آمدن ضرب‌المثل‌های قبلی شده است.

این چارچوب کلی به قدر کافی نمادین (طرح‌واره‌ای) است تا تفصیل‌های متفاوتی از نقش‌هایش در ضرب‌المثل‌های ذکر شده دریافت شود.

علل

- ۱ و ۲: تلویحاً مایع داغ، غذای داغ، آتش، سوپ داغ.
- ۳: نامشخص.
- ۴: حیوان: مار و عقرب.

معلول مستقیم

- ۱ و ۲: سوختن.
- ۳: نامشخص.
- ۴: نیش خوردن و گزیده شدن.

واکنش

- ۱: فوت کردن، فوت کردن چیزهای سرد.
 - ۱: ترسیدن و احتیاط کردن.
 - ۳: گوش تیز و چشمان بزرگ شده (باز شده).
 - ۴: ترسیدن از حیوانی بی‌آزار یا ترسیدن از اشیا.
- در شکل ۱ سه بخش مفهومی نمادین (طرح‌واره‌ای) وجود دارند که هر یک نمایانگر جنبه‌های متفاوتی از یک مفهوم پیچیده هستند؛ اما این ساختار کلی دارای تفصیل‌های جزئی‌تری نیز هست که به ضرب‌المثل‌های خاص نزدیک‌تر است و این همان نقطه‌ای است که در آن‌ها تفاوت‌های زبان - گذر به چشم می‌خورد. در ادامه این بخش ادغامات خاص‌تر ارائه می‌شود. این بار از فضاهاى ادغامی به نام واحدهای تأییدی یاد خواهد شد تا بر نقش آن‌ها در مقوله‌بندی تجارب زندگی واقعی در خصوص ترس تأکید شود (همان‌گونه که در بخش ۲ و ۳ بیان شد).

۱-۵. احتیاط بیش از حد در مقابله با آسیب حرارتی تکراری

ضرب‌المثل‌های زیر را می‌توان برای مثال، مشخص‌تر از ادغام نمادینی (طرح‌واره‌ای) که ذکر شد، در نظر گرفت:

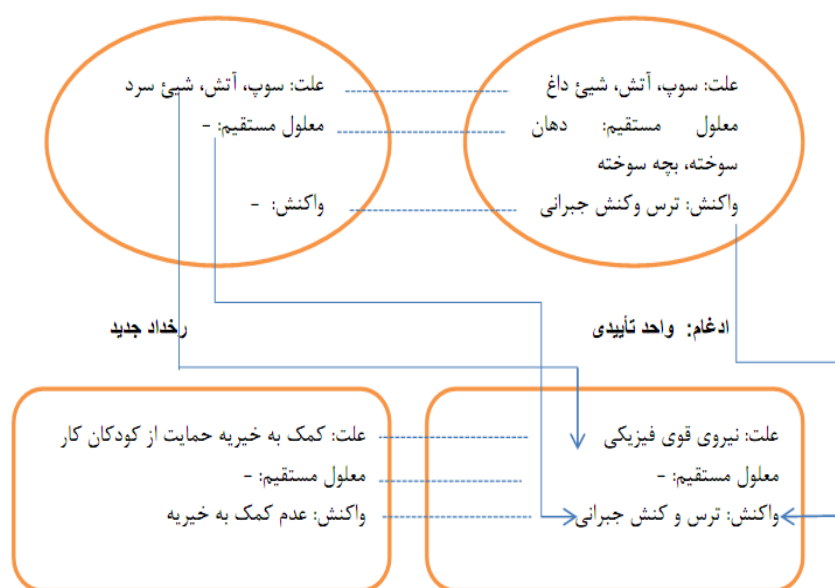
الف. کسی که یک‌بار دهانش سوخته، همواره سوپ را فوت می‌کند (انگلیسی)؛ کسی که یک‌بار سوخته چیزهای سرد را هم فوت می‌کند (کرواتی)؛ کسی که از سوپ سوخته، شیر (دوغ) را هم فوت می‌کند (عربی)؛ و گریه سوخته از آب سرد می‌ترسد (فرانسوی).

ب. بچه‌ای که بسوزد از آتش می‌ترسد^{۶۰} (انگلیسی)؛ و بچه‌های سوخته، از آتش حذر کنند^{۶۱} (آلمانی).

بنابراین می‌توان ادغام نمادین (طرح‌واره‌ای) «احتیاط بیش از حد در مقابله با آسیب فیزیکی تکراری» را با نام جدید «احتیاط بیش از حد در مقابله با آسیب حرارتی تکراری» به‌کار برد، تا بتوان ماهیت خاص‌تر آن را شرح داد.

داده های ۲: رخداد غیرمخرب

داده های ۱: رخداد‌های مخرب گذشته



شکل ۲: ادغام خاص: احتیاط بیش از حد در مقابله با آسیب حرارتی تکراری که باعث به‌وجود آمدن ضرب‌المثل‌های ۱ و ۲ شده است.

ضرب‌المثل‌های ۱ و ۲ سناریوهای مشابهی را بیان می‌کنند: فردی واکنش اغراق‌آمیزی نشان می‌دهد، همیشه سوپش را فوت می‌کند (حتی زمانی که سوپ سرد است)، حتی چیزهای سرد را فوت می‌کند (شیر یا دوغ) و یا حتی زمانی که آتش هیچ‌گونه تهدید واقعی ندارد از آن می‌ترسد (مثلاً آتش شومینه). با توجه به شرایط موجود، این واکنش، غیرضروری و افراطی به‌نظر می‌رسد؛ اما از این امر ناشی می‌شود که فرد در گذشته از همین منبع نیرو که احتمالاً قوی‌تر بوده است، مثلاً یک منبع شدید گرما آسیب دیده است. در ضرب‌المثل‌های انگلیسی و کروات، احتمالاً این منبع سوپ داغ و یا آتش بوده است. فرایند شناختی دخیل در تفسیر و تحلیل نحوه درک این ضرب‌المثل‌ها را می‌توان در دو سطح مشاهده کرد:

الف. ساختار مفهومی ضرب‌المثل.

ب. کارکرد مقوله‌بندی آن (بخش ۲ و ۳ را ببینید).

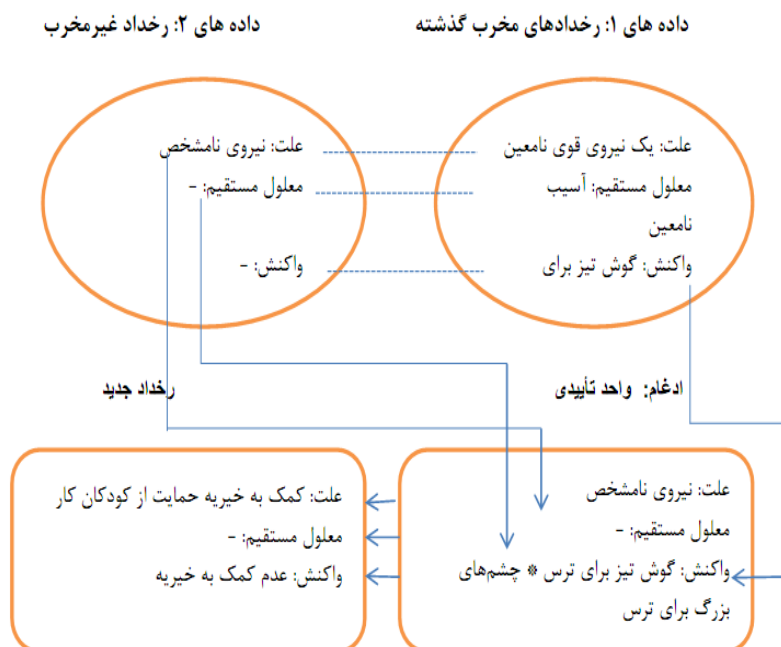
داده‌های ۱ و ۲ و نهایتاً ادغام مستخرج از آن‌ها، نمایانگر زمینه مفهومی متون و نحوه تفسیر هر یک از این ضرب‌المثل‌هاست الف. این ادغام از طریق تشکیل روابط مفهومی بین دو رخداد مشابه از دو داده حاصل می‌شود. داده‌های ۱ همان بخش مفهومی است که رخدادی را در گذشته شرح می‌دهد که در آن فرد عامل به‌دلیل بی‌احتیاطی با یک شیء داغ سوخته است. داده‌های ۲ اطلاعاتی درباره رخداد عمدتاً یکسانی ارائه می‌دهد؛ اما فاقد علتی است که بتواند به فرد آسیب رساند و این مسئله سبب می‌شود به خودی خود هیچ‌گونه معلول مستقیمی تولید نکند و در اساس نیازی به واکنش جبرانی نداشته باشد. تفسیر و استدلال این ضرب‌المثل در مرحله ادغام شکل می‌گیرد که طی آن از طریق ادغام گزینشی اطلاعات از دو بسته داده‌ها، یعنی انتخاب علت و معلول مستقیم از داده‌های ۲ و انتخاب واکنش از داده‌های ۱، به یک سناریوی جدید می‌رسیم که در آن شیئی بی‌خطر سبب ایجاد واکنش غیرضروری می‌شود. کنار هم قرار گرفتن «عامل بدون علت» از داده‌های ۲ و «واکنش قوی» از داده‌های ۱، سبب به‌وجود آمدن اشاره محوری ضرب‌المثل یا به عبارتی واکنش اغراق‌آمیز فرد می‌شود.

پس از ایجاد ادغام مورد نظر در داده‌های ۱ و ۲ و ایجاد واحد تأییدی، نکته بعدی در تفسیر ضرب‌المثل، کارکرد تأییدی آن است. به عبارت دیگر، می‌توان از تمامی این

ضرب‌المثل‌ها استفاده کرد تا رخدادهای هدف را مقوله‌بندی و بر اساس آن درک و تفسیر کرد؛ برای مثال شخصی از کمک به خیریه حمایت از کودکان کار سر باز می‌زند؛ زیرا سابقاً یک گروه شیاد با عنوان جعلی خیریه حمایت از ایتام، اموال او را به سرقت برده‌اند و این تجربه مستلزم نوعی واکنش جبرانی برای جلوگیری از خسارت بیشتر است. این رخداد جدید در شکل ۲ به واحد تأییدی به صورت کامل و دقیق ارتباط می‌یابد و از این طریق ضرب‌المثل برای شنونده با رخداد جدید، تفسیر و تطابق‌یافتنی می‌شود.

۲-۱-۵. احتیاط بیش از حد که از طریق احساسات تشدیدشده بروز می‌یابد

۳. گوش ترس تیزه^{۶۲} (انگلیسی)؛ و چشم‌ها هنگام ترس بزرگ می‌شوند (کرواتی).
مثال‌هایی که ذکر شد این چارچوب نمادین (طرح‌واره‌ای) را تا حدی متفاوت نشان می‌دهند؛ اما با وجود این همچنان از استدلال کلی ادغام پیروی می‌کنند. این زیرمجموعه را با عنوان «احتیاط بیش از حد که از طریق احساسات تشدیدشده بروز می‌یابد» نام‌گذاری می‌کنیم. این ضرب‌المثل‌ها هیچ‌گونه اشاره زبانی بارزی به هیچ رخداد مخربی در گذشته ندارند. لذا، داده‌های ۱ کاملاً نامعلوم هستند؛ اما نوعی آگاهی از نیروی مستقیم (که نامشخص است؛ اما ضرورتاً قوی نیست) سبب ایجاد واکنش بیش از حد می‌شود: چشم‌های بزرگ (برای کنایه از ترس در کرواتی) و گوش‌های تیز (برای کنایه از ترس در انگلیسی).



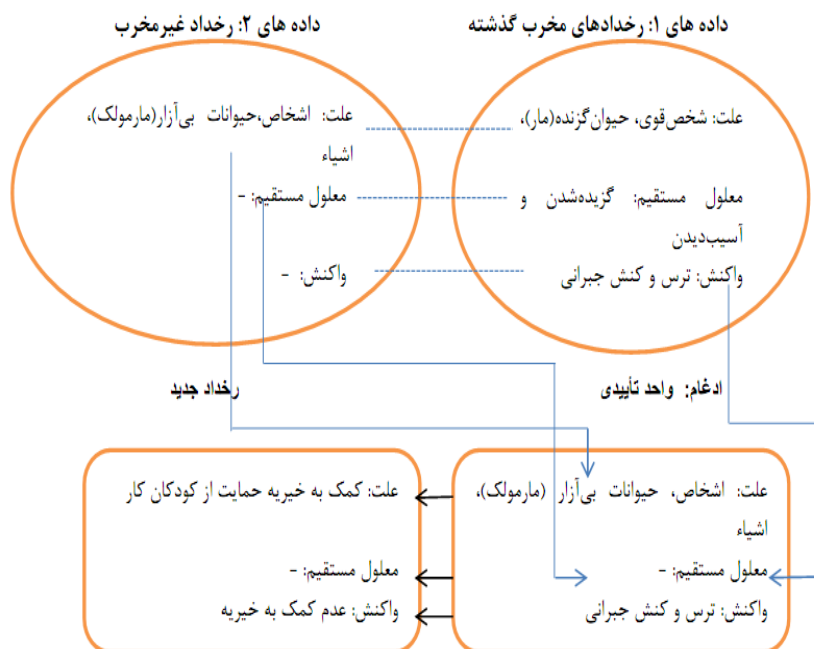
شکل ۳: ادغام خاص: احتیاط بیش از حد که از طریق احساسات تشدید شده بروز می‌یابد، سبب پیدایش ضرب‌المثل‌های شماره ۳ شده است.

۳-۱-۵. احتیاط بیش از حد در مقابله با آسیب مکانیکی تکراری

دو ضرب‌المثل شماره ۴ به تفصیل ادغام نمادین (طرح‌واره‌ای)؛ اما در جهت کمی متفاوت تر می‌پردازند.

مارگزیده از ریسمان سیاه و سفید می‌ترسد (فارسی)؛ کسی که یک‌بار مار نیشش بزند، از مارمولک هم می‌ترسد^{۶۳} (کرواتی).

این ادغام خاص با عنوان «احتیاط بیش از حد در مقابله با آسیب مکانیکی تکراری» نام‌گذاری می‌شود؛ زیرا علت مخرب داده‌های ۱ نوعی منبع گرمای شدید نیست؛ بلکه یک حیوان یا انسان است که قادر به وارد کردن آسیب مکانیکی است (نیش زدن یا گاز گرفتن). در تمامی جنبه‌های دیگر، ساختار این ادغام کاملاً با الگوهای ساخته‌شده و نمایش داده‌شده در شکل‌های ۱ و ۲ قیاس می‌شود.



شکل ۴: ادغام خاص: احتیاط بیش از حد در مقابله با آسیب مکانیکی تکراری که سبب به وجود آمدن ضرب‌المثل‌های شماره ۴ شده است.

نتایج بررسی در خصوص درک، کاربرد و تفسیر ضرب‌المثل‌های مربوط به حوزه مفهومی ترس با تأکید بر مهم‌ترین منابع و انواع تفاوت‌های زبان - گذر (و درون‌زبانی) در مجموعه ده ضرب‌المثل که در مثال‌های ۱ تا ۴ ذکر شد، این‌گونه خلاصه می‌شود:

۱. داده‌ها نشان می‌دهد که با وجود تفاوت‌های موجود در ضرب‌المثل‌های زبان‌های مختلف که تنوع را در زبان‌ها نشان می‌دهد، می‌توان از زبان‌شناسی شناختی و به‌طور خاص از نظریه ادغام مفهومی - که مبتنی بر ادغام دو رخداد از تجربیات شخصی در زندگی انسانی است - برای تفسیر نحوه درک و کاربرد ضرب‌المثل‌ها در زبان‌های مختلف بهره برد. این ادغام‌ها در شکل‌های ۱ تا ۴ نشان می‌دهد که چگونه ضرب‌المثل‌ها با ساختی ثابت و مشخص در زبان‌های مختلف سناریویی را بر اساس تجربه فیزیکی انسانی می‌سازند و چگونه این سناریو با رخداد‌های جدید در موقعیت

کنونی ارتباط می‌یابد. در همه این موارد یک نیروی قوی فیزیکی (علت) وجود دارد که سبب صدمه شده است (معلول مستقیم) و به قدر کافی مشاهده شد تا سبب ایجاد ترس شود و نوعی کنش به وجود آورد و تأثیرات مخرب را جبران کند (واکنش). این تجربه انسانی در برخورد با جهان فیزیکی، اساس درک و تفسیر این ضرب‌المثل‌هاست. بنابراین، زبان‌شناسی شناختی که در پی تحلیل جهانی‌های زبانی است، به خوبی می‌تواند با نظریه ادغام مفهومی، ضرب‌المثل‌ها را که جزو فرهنگی‌ترین ساخت‌های زبانی است تحلیل کند و تنوع در زبان‌ها را با نظریه ادغام مفهومی توجیه کند.

۲. شکل‌های ۱ تا ۴ نشان می‌دهد که هرچند تجربه انسانی بیان‌شده در ضرب‌المثل‌ها شباهت‌هایی با یکدیگر دارد؛ اما زبان‌ها تنوع خود را حفظ کردند و در تعداد ادغامات مفهومی و نیز سناریوهای ضرب‌المثل‌ها با هم متفاوت‌اند. مثلاً ادغام مفهومی «احتیاط بیش از حد در مقابله با آسیب حرارتی تکراری» در زبان‌های انگلیسی، کرواتی، آلمانی، فرانسوی و عربی وجود دارد؛ ولی در فارسی این نوع ادغام وجود ندارد.

۳. تعداد ضرب‌المثل‌هایی که یک ادغام خاص را معرفی می‌کنند، ممکن است در زبان‌های مختلف متفاوت باشد، برای مثال برای ادغام «احتیاط بیش از حد در مقابله با آسیب حرارتی تکراری» در انگلیسی دو ضرب‌المثل و در فرانسوی، کرواتی، عربی و آلمانی تنها یک مورد وجود دارد.

۳. ضرب‌المثل‌هایی که زیرمجموعه ادغام واحد و یکسانی را بیان می‌کنند، ممکن است در میزان مشخص‌بودگی‌شان^{۶۴} در شناسایی داده‌ها یا نقش‌های ادغامی متفاوت باشند، برای مثال ضرب‌المثل‌های «کسی که یک‌بار دهانش سوخته، همواره سوپ را فوت می‌کند» (انگلیسی)؛ «کسی که از سوپ سوخته، شیر (دوغ) را هم فوت می‌کند» (عربی) و «گره سوخته از آب سرد می‌ترسد»^{۶۵} (فرانسوی)؛ هویت، علت (سوپ، شیر و آب سرد) را نیز مشخص می‌کند، در حالی که در ضرب‌المثل «کسی که یک‌بار سوخته چیزهای سرد را هم فوت می‌کند» (کرواتی) چنین چیزی مبهم است.

۴. ضرب‌المثل‌هایی که زیرمجموعه ادغامی یکسانی را معرفی می‌کنند، ممکن است نقش‌هایشان را در سطح یکسانی از مشخص‌بودگی، اما با هویت‌های متفاوت ایفا کنند؛ مثلاً «گوش ترس تیز است» (انگلیسی) در مقابل «ترس چشمان بزرگی دارد» (کرواتی).
۵. ضرب‌المثل‌ها مطابقت‌های مفهومی متفاوتی را به صورت زبانی بین داده‌ها کدگذاری می‌کنند. برای مثال در ضرب‌المثل‌های بررسی‌شده انگلیسی، کرواتی و عربی عبارت‌های «همواره سوپ را فوت می‌کند»، «چیزهای سرد را هم فوت می‌کند»، «شیر (دوغ) را هم فوت می‌کند» به صورت بارزی کنش جبرانی بیان شده؛ ولی احساسات به صورت ضمنی بارگذاری شده است؛ اما در ضرب‌المثل «بچه‌ای که بسوزه از آتش می‌ترسد»، «کسی که یک‌بار مار نیشش بزند، از مارمولک هم می‌ترسد» یا «مارگریزه از ریسمان سیاه و سفید می‌ترسد» و «گریه سوخته از آب سرد می‌ترسد» تنها احساسات به وجود آمده کدگذاری و بیان شده است و کنش جبرانی بازنمایی نشده است.

۲-۵. تحلیل شیوه تفسیر ضرب‌المثل‌های مربوط به عشق: جنبه‌های جهانی و فرهنگی درک و تفسیر آن

عشق حوزه مفهومی بسیار وسیعی است و ضرب‌المثل‌های فراوانی در زبان‌های مختلف مطالعه شده در این حوزه وجود دارد. جنبه‌ها و حالات عشق به‌تنهایی، خود موضوع یک مقاله گسترده است (مثلاً عشق و ازدواج، عشق و خطاها، عشق و جوانی، عشق و رابطه متقابل، عشق و ماندگاری و ...). اما به‌علت حجم محدود مقاله به تحلیل و تفسیر بخش کوچکی از داده‌ها بسنده می‌کنیم که در آن‌ها ضرب‌المثل‌های انگلیسی، فرانسوی، فارسی، عربی و کرواتی در برخی از جنبه‌های مفهومی اشتراکاتی دارند، در حالی که در برخی دیگر با یکدیگر تفاوت دارند. بدین‌گونه می‌توان به تفسیری شناختی مبتنی بر جهانی‌ها، در عین توجه به اختلافات فرهنگی ضرب‌المثل‌ها در زبان‌های مختلف دقت کرد. به تحلیل کووچش^{۶۶} (2005) - که نظام پیچیده‌ای را برای پرداختن به ابعاد متفاوت، تشابهات و تفاوت‌های استعاری به‌وجود آورد - در تفسیر این ضرب‌المثل‌ها توجه شده است.

مورد اول شامل دو ضرب‌المثل در مورد عشق و ماندگاری است که ظاهراً در یک استعاره در سطح عام^{۶۷} با هم مشترک هستند؛ اما هر ضرب‌المثل این مفهوم را با استعاره‌های مشخصاً متفاوتی بیان می‌کند:

ضرب‌المثل شماره ۵: عشق قدیمی زنگار نمی‌گیرد^{۶۸} (عشق قدیمی قطعه‌ای از فولاد است) (انگلیسی)، عشق قدیمی یک عکس است^{۶۹} (عشق قدیمی رنگ نمی‌بازد) (کرواتی).

استعاره مربوط به این ضرب‌المثل‌ها را می‌توان به‌عنوان «عشق یک پدیده فاسد-شدنی است»^{۷۰} نام‌گذاری کرد و این جنبه مشترک هر دو ضرب‌المثل است. این استعاره از این موضوع حکایت دارد که عشق هم مانند هر شیء فاسدشدنی دیگری با گذشت زمان رو به خرابی می‌گذارد. استعاره‌های مشخص‌تر به تفصیل مفهوم نمادین (طرح‌واره‌ای) پدیده فاسدشدنی با نمونه‌های مشخصی از این مقوله، نظیر فولاد و عکس، می‌پردازند که به شیوه خودشان خراب می‌شوند؛ مثلاً فولاد زنگار می‌گیرد و عکس رنگ می‌بازد و این جنبه تنوع این دو ضرب‌المثل در زبان‌های انگلیسی و کرواتی است.

منبع دیگر تفاوت را می‌توان این‌گونه تفسیر کرد: در ضرب‌المثل‌های زبان‌های مختلف، ارتباط تجربی واحدی بین ادراک^{۷۱} و احساسات^{۷۲} وجود دارد که مبنای چندین ضرب‌المثل را تشکیل می‌دهد؛ اما ابزارهای شناختی این حوزه‌های مرتبط به هم را در مواردی تا حدی متفاوت نشان می‌دهند:

ضرب‌المثل‌های شماره ۶: «دور از نگاه، دور از ذهن»^{۷۳} (انگلیسی)، «دور از چشم، دور از قلب» (کرواتی^{۷۴}، فرانسوی^{۷۵} و عربی^{۷۶})، «از دل برود هر آنکه از دیده برفت» (فارسی)، «آنچه که چشم قادر به دیدنش نیست، قلب خواهانش نیست»^{۷۷} (کرواتی).

ضرب‌المثل‌های شماره ۷: «دوری و دوستی» (فارسی)، «فاصله باعث افزایش علاقه-مندی قلب می‌شود»^{۷۸} (انگلیسی)، «عشق از دوری می‌آید»^{۷۹} (عربی).

ضرب‌المثل‌های شماره ۸: «عشق، کوه را جابه‌جا می‌کند»^{۸۰} (آلمانی)، «عشق، سخت‌ترین سنگ‌ها و صخره‌ها را نرم می‌کند»^{۸۱} (آلمانی)، «عشق در کوه‌کنی داد نشان

قدرت خویش // ورنه این مایه هنر تیشه فرهاد نداشت» (فارسی) و «گر کوه‌کن ز پای در آمد چه جای طعن // بالله که کوه پست شود زیر بار عشق».

ضرب‌المثل‌های شماره ۶ همگی در نوعی ارتباط تجربی بنیادین بین بی‌علاقگی احساسی^{۸۲} و در دسترس نبودن حسی^{۸۳} ریشه دارند. ضرب‌المثل‌های انگلیسی «دور از نگاه، دور از ذهن»، کرواتا و عربی «دور از چشم، دور از قلب» و ضرب‌المثل فارسی «از دل برود هر آنکه از دیده برفت» این کار را با استفاده از طرح‌واره تصویری حجم (ظرف) نشان می‌دهد: اشیایی که خارج از محدوده فضایی سربسته قرار دارند، فضایی که با دامنه ادراک بینایی یا ذهن مطابقت دارد، درک‌شدنی نیستند. بنابراین، چیزی که در چشم قرار ندارد، خارج از دل یا ذهن به‌عنوان یک ظرف است و در این ضرب‌المثل‌ها نگاه، چشم، دل و ذهن به‌عنوان ظرف تلقی شده‌اند. تفاوت تفسیری این ضرب‌المثل‌ها این است که در انگلیسی ذهن و در فارسی، کرواتا و در عربی دل جایگاه چیزی است که انسان آن را می‌بیند. بنابراین، برای درک و تفسیر این ضرب‌المثل‌ها طرح‌واره تصویری حجم کاربرد دارد. معادل عربی و کرواتا این ضرب‌المثل «دور از چشم، دور از قلب»، «فاصله در فضای فیزیکی»^{۸۴} را بارگذاری می‌کند: اشیایی که به لحاظ فضایی، دور هستند درک‌شدنی نیستند و لذا نمی‌توانند ادعای وابستگی عاطفی داشته باشند. ضرب‌المثل فارسی «از دل برود هر آنکه از دیده برفت» علاوه بر طرح‌واره حجمی با طرح‌واره مسیر نیز روبه‌رو هستیم که چشم و دل مبدأ حرکت فرض شده‌اند. در ضرب‌المثل دیگر کرواتا «آنچه که چشم قادر به دیدنش نیست، قلب خواهانش نیست» به یک ظرف، مسیر یا فضای فیزیکی اشاره نشده؛ بلکه تلویحاً به این حقیقت صرف اشاره شده است که در دسترس نبودن حسی، سبب عدم وجود درگیری عاطفی می‌شود.

تفاوت دیگر موجود بین ضرب‌المثل‌های فارسی، انگلیسی، فرانسه، عربی و هر دو معادل کرواتا آن مربوط به مجازهای متعددی می‌شود که عواطف (یا عدم وجود آن‌ها) و عدم حضور را بیان می‌کنند. هیچ‌کدام از شش ضرب‌المثلی که در شماره ۶ ذکر شده است، به‌طور لغوی به واژه عشق یا عدم حضور/جدایی اشاره نمی‌کند. در عوض، عواطف در ضرب‌المثل عربی، فارسی، فرانسوی و کرواتا به‌صورت مجازگونه با

عضوی از بدن که مرتبط با عواطف است، یعنی قلب به جای عشق، ارتباط یافته و در زبان انگلیسی با یک توانایی شناختی که ارتباط غیرمستقیمی با عواطف دارد، یعنی ذهن، مرتبط شده است. درست به همین شکل، جدایی نیز در کرواتا به صورت مجازگونه با اشاره به عضوی از بدن که مسئولیت ادراک بصری را به عهده دارد، یعنی چشم به جای ادراک، بیان شده است. ضرب‌المثل انگلیسی هیچ اشاره‌ای به این عضو بدن ندارد؛ اما اشاره مستقیم‌تری به توانایی یا قدرت بینایی دارد.

مجموعه ضرب‌المثل‌های شماره ۷ که پیام کاملاً متفاوتی از پیام‌های موجود در ضرب‌المثل‌های شماره ۶ را منتقل می‌کند، از همان تصویرسازی ضرب‌المثل‌های کرواتا بهره می‌برد. در ضرب‌المثل «دوری و دوستی» (فارسی)، «فاصله باعث افزایش علاقه‌مندی قلب می‌شود» (انگلیسی) و «عشق از دوری می‌آید» (عربی) اشاره‌ای به فاصله فیزیکی صورت می‌پذیرد تا احساسی مانند جدایی را منتقل کند و از مجاز قلب به جای عواطف به عنوان یک میان‌بر مجازگونه برای اشاره به مفهوم عشق استفاده می‌کند.

در تفسیر ضرب‌المثل‌های شماره ۸ می‌توان از طرح‌واره تصویری قدرت بهره جست. در ضرب‌المثل‌های «عشق کوه را جابه‌جا می‌کند»^{۸۵} (آلمانی)، «عشق سخت‌ترین سنگ‌ها و صخره‌ها را نرم می‌کند»^{۸۶} (آلمانی)، «عشق در کوه‌کنی داد نشان قدرت خویش // ورنه این مایه هنر تیشه فرهاد نداشت» (فارسی) و «گر کوه‌کن ز پای در آمد چه جای طعن // بالله که کوه پست شود زیر بار عشق» عشق آن‌قدر قدرتمند است که هیچ چیزی نمی‌تواند مانع آن شود و با این قدرت به راحتی هر مانعی را از سر راه بر می‌دارد. این مانع در زبان آلمانی به صورت کوه، سنگ و صخره و در فارسی به صورت کوه بارگذاری شده است. در زبان‌های انگلیسی و عربی قدرت عشق در قالب ضرب‌المثل بیان نشده است. بنابراین، می‌توان قدرت عشق را جنبه مشترک آن و موانع پیش روی آن جنبه فرهنگی و متنوع در بین زبان‌ها دانست.

۶. نتیجه

در این مقاله تحلیلی از ضرب‌المثل‌های منتخب انگلیسی، عربی، فارسی، فرانسوی و کروات‌ی ارائه شد. هدف از انجام پژوهش حاضر این بود که بحث عام - خاص که هنوز در علم پارامیولوژی معاصر جریان دارد ارزیابی مجدد و در موقعیت‌های جدید آزمایش شود. این‌گونه استدلال شد که نیاز به هیچ‌گونه انشعاب سختگیرانه بین دغدغه‌های جهانی (شناختی) و خاص (فرهنگی) نیست. ادغام دقیق‌تر این دو موضع در زیر سقف زبان‌شناسی شناختی امکان‌پذیر است که مجموعه‌ای از ابزارها، اصول و فرضیات را فراهم می‌سازد و امکان توجه به جنبه‌های جهانی و هم‌جنبه‌های خاص فرهنگی مربوط به ضرب‌المثل‌ها و کاربردهایشان را فراهم می‌سازد. علاوه بر این، با استفاده از چندین ابزار و مدل نظری موجود در زبان‌شناسی شناختی (استعاره مفهومی، مجاز، طرح‌واره‌های تصویری و نظریه ادغام مفهومی) این نتیجه حاصل شد که اشتراکات بیشتری در ضرب‌المثل‌های زبان‌های مختلف وجود دارد و مشترکات آن‌ها به کارکرد مقوله‌بندی محدود نمی‌شود. مثال‌ها شواهدی درخصوص وجود مشابهت‌هایی از ادغام‌های متفاوت عرضه کردند، به عبارتی شباهت‌های نسبی و موردی که به تصویرسازی غنی و خاص فرهنگی ضرب‌المثل‌های خاص منتج می‌شدند و همچنین تشابهات نمادین (طرح‌واره‌ای) که از پایه تجربی بسیاری از مفاهیم کمابیش انتزاعی ناشی می‌شدند (همان طرح‌واره‌های تصویری). تحلیل این ضرب‌المثل‌ها نشان داد که چارچوب‌ها و ابزارهای مختلف که پیش از این در زبان‌شناسی شناختی به‌خوبی تثبیت یافته‌اند، می‌توانند جنبه‌های جهانی، زبانی و خاص فرهنگی ضرب‌المثل‌ها را به‌نحو موفقیت‌آمیزی شرح دهند. سرانجام، باید گفت فایده ایجاد چنین پیوندی بین زبان‌شناسی شناختی و پارامیولوژی دو سویه است؛ زیرا زبان‌شناسی شناختی تنها زمانی می‌تواند رشد کند که اجازه دهد تا ابزارها، مدل‌ها و اصول تشریحی‌اش دائماً در مقابله با داده‌های زبان - گذر و خاص فرهنگی امتحان و ارزیابی شوند، علی‌الخصوص داده‌هایی نظیر ضرب‌المثل‌ها که بی‌نهایت در فرهنگ و سنت ریشه دارند.

پی‌نوشت‌ها

1. Wolfgang Mieder
2. folk
3. Paremiology
4. Paremiography
5. phraseology
6. conceptual metaphors
7. metonymies
8. image schemas
9. conceptual integration
10. the Great Chain Metaphor
11. Lakoff & Turner
12. Human embodiment
13. experiential grounding
14. preconceptual image schemas
15. Brdar, Raffaelli & Fuchs
16. Cognitive Linguistics: Between Universality and Variation
17. prototypes
18. frames
19. idealized cognitive models
20. KNOWING IS SEEING
21. Love is blind
22. CONTAINER FOR CONTENTS
23. Home is where the heart is
24. containment schema
25. path schema
26. the schema of SCALE
27. Blending Theory (BT)
28. Fauconnier and Turner
29. on-line meaning construction
30. One gown does not make a friar
31. Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer
32. L'habit ne fait pas le moine
33. Un ehirondelle ne fait le printe mps
34. verbal economy
35. Honeck and Temple
36. story allusions
37. Aesop's fable
38. analogy
39. actual situation
40. categorization by elaboration
41. categorization by extension
42. L'erreur est humaine.
43. contextual meaning
44. Collins
45. Paczolay
46. Strauss
47. Semino & Demjén
48. He who has once burned, his mouth always blows his soup

49. Tko se jednom opeče i na hladno puše

۵۰. من یلسع من المرق، ینفخ علی اللین.

51. Chat échaudé craint l'eau froide

52. A burnt child dreads the fire

53. Gebrannte Kinder scheuen das Feuer.

54. Fear has a quick ear

55. U strahu su velike oči

56. Kog jednom zmija ugrize i guštera se boji

57. CAUSE

58. IMMEDIATE EFFECT

59. REACTION

60. A burnt child dreads the fire

61. Gebrannte Kinder scheuen das Feuer.

62. Fear has a quick ear

63. Kog jednom zmija ugrize i guštera se boji

64. SPECIFICITY

65. Chat échaudé craint l'eau froide

66. Kövecses

67. generic-level metaphor

68. Old love does not rust (OLD LOVE IS A PIECE OF METAL)

69. Stara ljubav ne blijedi (OLD LOVE IS A PHOTOGRAPH) ('Old love does not fade')

70. LOVE IS A DETERIORATING OBJECT

71. perception

72. emotion

73. Out of sight, out of mind

74. Daleko od očiju, daleko od srca

75. Loin des yeux, loin du cœur

۷۶. بعید من العین، بعید عن القلب.

77. Što oko ne vidi, srce ne žudi

78. Distance / Absence makes the heart grow fonder

۷۹. الهوى من النوى

80. Liebe erweicht auch die härtesten Stein und Felsen.

81. Liebe erweicht auch die härtesten Stein und Felsen.

82. EMOTIONAL UNENGAGEMENT

83. PERCEPTUAL INACCESSIBILITY

84. DISTANCE IN PHYSICAL SPACE

85. Liebe erweicht auch die härtesten Stein und Felsen.

86. Liebe erweicht auch die härtesten Stein und Felsen.

منابع

- افراشی، آزیتا (۱۳۹۵). معنی‌شناسی شناختی. تهران: نویسه پارسی.
- _____ (۱۳۹۷). استعاره و شناخت. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

- پارسا، سیداحمد (۱۳۸۴). «مثل‌ها از نگاهی نو». *رشد آموزش زبان و ادب فارسی*. س ۱۹. ش ۷۵. صص ۷-۱۴.
- _____ (۱۳۸۷). «سبک‌شناسی امثال فارسی». *رخسار اندیشه*. به کوشش ابراهیم خدایار. تهران: مرکز تحقیقات زبان و ادبیات فارسی.
- ثواب، جهانبخش (۱۳۷۵). «کلیاتی در تعاریف اقسام و فواید مثل». *کیهان اندیشه*. ش ۶۶. صص ۶۷-۸۴.
- خرمشاهی، بهاء‌الدین (۱۳۸۳). «یکصد ضرب‌المثل همسان در انگلیسی و فارسی». *مجموعه مقالات نخستین همایش ملی ایران‌شناسی*. ادبیات ایران. تهران: بنیاد ایران‌شناسی. صص ۲۳۲-۲۵۰.
- دانشفر، شیدا (۱۳۸۹). «بررسی کاربرد اصطلاح‌ها و ضرب‌المثل‌ها در روزنامه همشهری (رویکردی زبان‌شناختی و جامعه‌شناختی)». *پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی*. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- دهگان، بهمن (۱۳۸۴). *فرهنگ جامع ضرب‌المثل‌های فارسی*. تهران: فرهنگستان زبان و ادب فارسی.
- ذوالفقاری، حسن (۱۳۸۵). «کتاب‌شناسی ضرب‌المثل‌ها». *مطالعات ایرانی*. س ۵. ش ۹. صص ۵۳-۷۷.
- _____ (۱۳۸۶). «طبقه‌بندی ضرب‌المثل‌های فارسی». *دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران*. س ۱۵. ش ۱۵. صص ۳۱-۵۲.
- _____ (۱۳۸۸). *فرهنگ بزرگ ضرب‌المثل‌های ایرانی*. تهران: نشر نی.
- _____ (۱۳۸۹ الف). «زیبایی‌شناسی ضرب‌المثل‌های فارسی». *بوستان ادب*. س ۲. ش ۲ (پیاپی ۱/۵۸). صص ۵۱-۸۲.
- _____ (۱۳۸۹ ب). *فرهنگ بزرگ ضرب‌المثل‌های فارسی*. تهران: معین.
- راسخ مهند، محمد (۱۳۸۹). *درآمدی بر زبان‌شناسی شناختی: نظریه‌ها و مفاهیم*. تهران: سمت.
- رحیمی‌نیا، مصطفی (۱۳۹۰). *فرهنگ ضرب‌المثل‌ها و اصطلاحات عامیانه*. تهران: انتشارات کتاب‌سرای عادل.

- زرکوب، منصوره و فرهاد امینی (۱۳۹۳). «تحلیل مقابله‌ای امثال در فارسی و عربی از منظر معناواژگان و سبک (بررسی موردی ۲۱ مثل)». پژوهش‌های ترجمه در زبان و ادبیات عربی. س ۴. ش ۱۰. صص ۱۱۹ - ۱۳۲.
- زندی، بهمن و بیستون عباسی (۱۳۹۵). «بازتاب روابط خویشاوندی در ضرب‌المثل‌های فارسی». فرهنگ و ادبیات عامه. س ۴. ش ۴. صص ۲۳ - ۶۰.
- صفوی، کوروش (۱۳۹۶). استعاره. تهران: علمی
- فارسیان، محمدرضا و شکوفه جاویدی‌مقدم (۱۳۹۵). «بررسی معادل‌یابی در ضرب‌المثل‌های فرانسه و فارسی از بعد انطباق لفظی و معنایی». چکیده همایش ملی ترجمه و مطالعات میان‌رشته‌ای. ص ۵۳.
- قاضی‌زاده، خلیل و آزاده نجفی (۱۳۸۸). «تحلیل مقابله‌ای ضرب‌المثل‌های انگلیسی و فارسی از نظر معنایی و واژگانی». مطالعات ترجمه. س ۷. ش ۸. صص ۵ - ۳۰.
- گرجیان، بهمن و هدی نیسی (۱۳۹۰). «ترجمه تطبیقی ضرب‌المثل‌های انگلیسی به فارسی از لحاظ زبان‌شناسی». مطالعات ادبیات تطبیقی. س ۵. ش ۱۹. صص ۱۱۵ - ۱۳۱.
- متقی‌زاده، عیسی و الهام نیکویخت (۱۳۹۳). «مقایسه ضرب‌المثل‌های فارسی و عربی با موضوع سخن از لحاظ واژگانی؛ نحوی؛ بلاغی و معناشناسی». نشریه ادبیات تطبیقی. س ۶. ش ۱۰. صص ۲۹۵ - ۳۲۱.
- محسنی، مرتضی (۱۳۸۱). «بررسی و تحلیل عنصر غالب بلاغ در پانصد مثل داستان‌نامه بهمنیاری». پژوهش‌نامه علوم انسانی و اجتماعی. س ۳. ش ۶-۷. صص ۱۶۱ - ۱۹۱.
- موسوی، منوچهر (۱۳۷۹). فرهنگ منظوم و منثور ضرب‌المثل‌های فارسی و معادل انگلیسی آن‌ها. تهران: جهان رایانه.
- مؤید حکمت، ناهید (۱۳۸۶). «ارزش‌های بارز فرهنگی در مثل‌ها و تعبیرهای کتابی فارسی». نامه فرهنگستان. س ۹. ش ۴. صص ۹۵ - ۱۰۵.
- میرزایی الحسینی، سید محمود (۱۳۹۳). «بیهوده‌کاری در آینه ضرب‌المثل‌های فارسی و عربی». پژوهش نقد و ترجمه زبان و ادبیات عربی. س ۲. ش ۵. صص ۱۲۷ - ۱۴۱.
- ناصری، مهدی (۱۳۹۰). فرهنگ ضرب‌المثل‌های فارسی عربی. تهران: مؤسسه بوستان کتاب.
- ناظمیان، رضا (۱۳۹۳). فرهنگ امثال و تعبیر عربی فارسی. تهران: فرهنگ معاصر.

- نوین، حسین (۱۳۸۷). «تحلیل روان‌شناختی امثال و حکم فارسی». پژوهش زبان و ادبیات فارسی. ش ۱۰. صص ۸۵ - ۱۰۸.
- نیلی‌پور، رضا (۱۳۹۶). زبان‌شناسی شناختی (دومین انقلاب معرفت‌شناختی در زبان‌شناسی). تهران: هرمس.
- هاشمی، مسعود (۱۳۹۴). فرهنگ جامع ضرب‌المثل‌های ایران و جهان. تهران: فرهنگ جامع.
- Arewa, O. & A. Dundes (1964). "Proverbs and the ethnography of speaking folklore". *American Anthropologist*. No. 66.6. pp. 70-85.
- Bauman, R. & N. McCabe (1970). "Proverbs in an LSD cult". *The Journal of American Folklore*. No. 83.329. pp. 318-324.
- Bradbury, N. M. (2002). "Transforming experience into tradition: Two Theories of Proverb Use and Chaucer's Practice". *Oral Tradition*. No. 17.2. pp. 261-289.
- Brdar, M. et al.(eds.) (2012). *Cognitive Linguistics: Between Universality and Variation*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Collins, V. H. (1974). *Book of English Proverbs: With Origins and Explanations*. Greenwood Publishing Group. Incorporated.
- Dabaghi, A. et al.(2010). "Proverbs from the Viewpoint of Translation". *Journal of Language Teaching and Research*, 1(6), 807-814. Retrieved 20 July 2012 from <http://www.doaj.org/doaj?func=abstract&id=646590>.
- Estaji, A. & F. Nakhavali (2011). "Semantic Derogation in Persian Animal Proverbs". *Theory and Practice in Language Studies*. No.1(9). Pp. 1213-1217. Retrieved 25 July 2012 from <http://ojs.academypublisher.com/index.php/tpls/article/view/0109121312> 17.
- Fauconnier, G. & M. Turner (1998). "Conceptual integration networks". *Cognitive Science*. No. 22.2. pp. 133-187.
- Fauconnier, G. & Mark Turner (2002). *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books.
- Gibbs, Raymond W. et al.(1996a). "Proverbs and the metaphorical mind". *Metaphor and Symbolic Activity*. No. 11. pp. 207-216.
- Gibbs, Raymond W. et al. (1996b). "How to study proverb understanding". *Metaphor and Symbolic Activity*. No. 11. pp. 233-239.
- Gorjian, B. (2008). "Translating English proverbs into Persian: A case of comparative linguistics". Eds. R. Xiao & L. He & M. Yue. *Proceedings of The International Symposium on Using Corpora in Contrastive and Translation Studies (UCCTS 2008)*.
- Hampe, B. & J. E. Grady (eds.) (2005). *From Perception to Meaning: Image Schemas in Cognitive Linguistics*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Honeck, R. P. (1997). *A Proverb in Mind: The Cognitive Science of Proverbial Wit and Wisdom*. London: Lawrence Erlbaum Associates .

- Honeck, R. & J. Welge (1997). "Creation of proverbial Wisdom in the Laboratory". *Journal of Psycholinguistic Research*. NO. 26.6. PP. 695-629.
- Honeck, R. & J. Temple (1994). "Proverbs: the extended conceptual base and Great Chain Metaphor theories". *Metaphor and Symbolic Activity*. NO. 9.2. PP. 85-112.
- Honeck, R. et al.(1978). "Proverbial understanding in a pictorial context". *Child Development*. No. 49.2. pp. 327-331.
- Johnson, M. (1987). *The Body in the Mind. The Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- Kövecses, Z. (2005). *Metaphor in Culture. Universality and Variation*. Cambridge-New York: Cambridge University Press.
- Lakoff, G. (1987). *Women, Fire and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, G. & M. Johnson (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, G. & M. Turner (1989). *More than Cool Reason. A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago: University of Chicago Press.
- Langacker, R. (1987). *The Foundations of Cognitive Grammar*. Vol. I: Theoretical Prerequisites. Stanford: Stanford University Press.
- Mieder, W. (2004). *Proverbs: A Handbook*. Westport: Greenwood Press .
- Norrick, N. R. (2007). "Proverbs as set phrases". eds. Burger, H. et al. *Phraseology: An International Handbook of Contemporary Research. Handbooks of Linguistics and Communication Science*. No. 28. Berlin: de Gruyter, 381393.
- Paczolay, G. (1997). *European Proverbs in 55 languages*. DeProverbio.com. p. 428. ISBN 1-875943-44-7.
- Panther, Klaus-Uwe & G. Radden (eds.) (1999). *Metonymy in Language and Thought*. (Human Cognitive Processing 4). Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins.
- Semino, E. & D. Zsófia (2016). *The Routledge Handbook of Metaphor and Language* (Routledge Handbooks in Linguistics). 1st Edition. UK and New York, USA: Routledge.
- Strauss, E. (1998). *Concise Dictionary of European Proverbs* (Abbreviated ed.). Routledge. p. 331. ISBN 0415160502.
- Sullivan, K.& E. Sweetser (2010). "Is 'Generic is Specific' a metaphor?". eds. Parrill, Fey et al. *Meaning, Form and Body*. Standford: CSLI, 309-328.
- Temple, J. & H. Richard (1999). "Proverb comprehension: the primacy of literal meaning". *Journal of Sociolinguistic Research*. No. 28.1. pp. 41-70.

Intersection of Cognitive Linguistics and Paremiology: Universality and Diversity in the Interpretation of World Languages Proverbs'

Zahra Abbasi *¹

1. Assistant Professor of Linguistics and Persian Language Teaching- Tarbiat Modares University.

Accept: 27/10/2018

Receive: 24/03/2018

Abstract

This article investigates the theoretical and empirical advantages of the intersection of cognitive linguistics and paremiology and aims to examine how to apply the concepts and theories of cognitive linguistics to the interpretation and understanding of proverbs in various languages such as (Persian, English, French, Croatian and Arabic), whereas previous research have mainly focused on conceptual metaphors, metonymies and schemas. Thus an important question raises here when focusing on the encounter between cognitive linguistics and paremiology: is it possible to consider the universal and cognitive principles for the interpretation of the proverb and take into account the proverbial concepts in all languages in the global sense? Or should it analyze them with regard to their own cultural-linguistic context without any attention to their cross-cultural and cross-linguistic behavior? To find a universal attribute or a common concept that is characteristic of cognitive linguistics does not necessarily mean the reduction of paremiological literature concerns with respect to folk literature. Cognitive linguistics has been adopted as a framework in this article in order to do a coherent research in both domains, the global aspects and the specific cultural aspects of proverbs, which, while taking into account common points analyze diversity in different languages and show how the proverb is perceived in real time speech. Data analysis showed that, despite the differences between the proverbs of the different languages that show the existence of the diversity of languages, we can apply cognitive linguistics and its theories based on the sensory experiences of human life used to interpret how to understand and apply proverbs in different languages. It is to note that cognitive linguistics which seeks linguistic universal would be easily able to justify linguistic diversities and proverbs with its own theoretical instruments like conceptual merging, metaphor, metonymy, image schemes.

Keywords: Paremiology, Cognitive linguistics, Proverb, Conceptual merging, Metaphor

*Corresponding Author's E-mail: abasiz@moares.ac.ir