



Legitimization Methods in Persian Proverbs and Proverb-like, and their Role in Discourse Analysis

Seyyed Ahmad Parsa^{*1}, Zahra Asyabi²

Received: 05/08/2023

Accepted: 24/10/2023

Abstract

This study is based on Van Leeuwen's theory of legitimacy to show how proverbs can legitimize or derive legitimacy from a discourse. The research method is descriptive-analytical and is based on Leeuwen's components such as authorization, moral evaluation, rationalization, and mythmaking. The statistical population is *Twelve Thousand Persian Proverbs and Thirty Thousand Equivalents* written by Ebrahim Shakurzadeh Bolouri. The sample size is three thousand Persian proverbs that have been selected from this book based on the systematic random sampling method. The results show that among the legitimization processes, the evaluation components have the highest range with a total of 380 proverbs. This seems to be due to the importance of evaluation as well as the human tendency to evaluate. The results also indicate that proverbs in discourse are used for various purposes such as persuading the audience and legitimizing or deriving legitimacy from a discourse.

Keywords: Proverb; discourse; Van Leeuwen; legitimacy; authority; persuasion.

* Corresponding Author's E-mail:
a.Parsa@uok.ac.ir

1. Professor of Persian Language and Literature, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

<http://www.orcid.org/0000-0002-4711-4713>

2. Master's Student in Persian Language and Literature, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

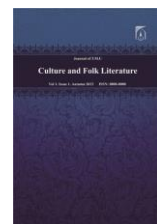
<http://www.orcid.org/0009-0008-2577-4017>





Research background

Much has been said about discourse and critical discourse analysis. These studies are different based on different ways of analyzing the discourse of theorists. Van Leeuwen's (2007) circular discourse theory is one of the discourse analysis approaches that explores the hidden layers of language in oral and written texts along with sociological-semantic categories and emphasizes the importance of social agents of discourse, revealing the underlying relationships of each discourse (Arab Yousefabadi et al., 2016). Parsa in the book *Scientific and Literary Review of Parsi Proverbs and Sentences* (2014) analyzes parables and their types, the stylistics of proverbs, the relationship between power and legitimacy, job proverbs, proverbs and relationships of power. He has examined proverbs and Persian literature, history and proverbs, geography and proverbs, proverbs and psychology, etc. It seems that this book is one of the important sources that have extensively studied the proverbs because none of the other sources have addressed the issue of proverbs and relations of power. Rezaei-Panah (2015) also has a research entitled "Analysis of the quality of representation of the concept of political legitimacy in the discourse of Iranian constitutional scholars". As mentioned, one of the ways to persuade the audience is to use parables. In addition, people use proverbs as an unwritten law accepted by the public, as a tool in line with the authority of tradition to legitimize words. Despite this, no research has been done in this field so far. The present study tries to solve this gap by using Van Leeuwen's legitimation theory to legitimize proverbs and explain their role in discourse.



Research questions

Considering the literature review, the study raises the following research questions:

1. What are the legitimizing methods in proverbs and proverb-likes?
2. What is the use of legitimizing elements in proverbs and proverb-likes in discourse analysis?
3. What is the epistemic support of legitimization in proverbs?

Analysis

The language of any society as an active and constructive element can be examined from various aspects. Since language plays a central and prominent role in the field of discourse and discourse analysis, maximum attention should be paid to the hidden power behind words. Proverbs have been one of the tools that poets and writers and even the general public have used to legitimize or delegitimize their speech and writing. Discourse analysis has wide meanings; in general, a discourse refers to "a set of meanings, metaphors, representations, images, stories, sayings and such things, which in their own way, "create a special version of the events" (Vivian, 2016, p.284). Discourse analysis is an effort to discover and explain the relationship between the text and its intellectual and social functions (Yarmohammadi, 2004, p. 143), which deals with the analysis of individual parts of speech and understanding the structure of sentences. Discourses are among the resources that people always use to build their identity, and discourse analysis provides a framework to have a different way to recognize one's identity in front of another, legitimize one's actions, and persuade the audience. In addition to having an important role in legitimizing and delegitimizing, proverbs



also play a significant role in persuading the audience. "Persuasion, which is one of the important issues in communication, consists of trying to persuade the audience to accept a topic and a request, by providing the appropriate information" (Motouli, 2014, p. 29).

Conclusion

Humans have always sought to make their actions, behavior and speech appear legitimate. In order to attract attention and influence the audience, they use different methods, one of which is the use of proverbs and proverb-like. Legitimacy is gaining respect and credibility that will lead to acceptance by the public and as a result the authority of the individual, therefore authority and legitimacy are not only two separate issues, but that authority is often the justification of legitimacy.

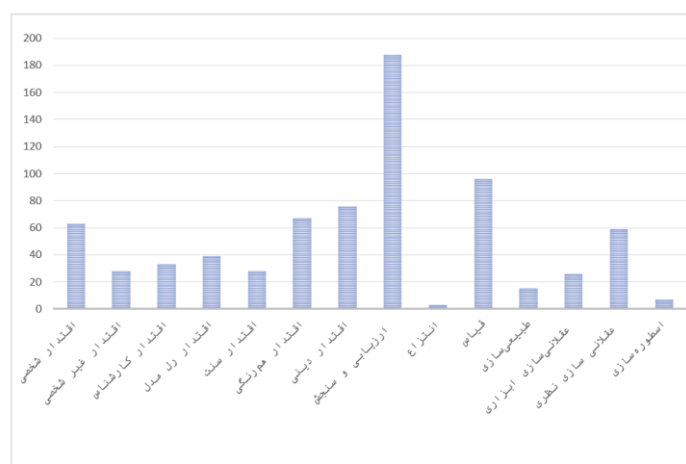


Chart No. 1: Frequency of legitimizing components in proverbs



References

- Arab Yusuf-Abadi A., Barabadi, E., & Mirzadeh, T. (2016). Investigation of the discourse structures of Surah Al-Qasas based on Van Leeuwen's model. *Literary-Qur'anic Researches*, 5(3), 41-62.
- Leewen, V. (2007). *Legitimation in discourse and communication*. London, Los Angeles, New Dehli and Singapore.
- Motouli, K. (2014). *Public consensus and ways for convincing*. Behjat.
- Parsa, S. A. (2014). *Persian proverbs and Maxims an analysis and literary Description*. Research Institute of Humanities and Cultural Studies.
- RezaeiPanah, A. (2015). Analysis of the quality of representation of the concept of political legitimacy in the discourse of Iranian constitutionalist scholars. *Political Thought in Islam*, 11, 75-98.
- Vivian, B. (2016). *Social constructionism and discourse analysis. Political Discourse Analysis (Chapter 10)* (translated into Farsi by Amir Rezaei Panah and Samieh Shoukti Mogharab). Nakisa.
- Yarmohammadi, L. (2004). *Communication within critical discourse perspectives*. Hermes.

دوماهنامه فرهنگ و ادبیات عامه

سال ۱۱، شماره ۵۴، بهمن و اسفند ۱۴۰۲

مقاله پژوهشی

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای زبان فارسی و نقش آن‌ها در تحلیل گفتمان

سید احمد پارسا*^۱، زهرا آسیابی^۲

(دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۱۴ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۰۲)

چکیده

موضوع پژوهش حاضر «شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای زبان فارسی و نقش آن‌ها در تحلیل گفتمان» است. پژوهش براساس نظریه مشروعیت‌بخشی ون لیوون صورت گرفته تا نشان دهد که امثال و مثل‌نماها چگونه می‌توانند به گفتمان مشروعیت بدهند. روش پژوهش توصیفی - تحلیلی است و براساس مؤلفه‌های ون لیوون مانند اقتدارسازی، ارزیابی اخلاقی، عقلانی‌سازی و اسطوره‌سازی استوار است.

جامعه آماری دوازده هزار مثل فارسی و سی هزار معادل آن‌ها اثر ابراهیم شکورزاده بلوری است. حجم نمونه سه هزار مثل فارسی است که براساس شیوه نمونه‌گیری تصادفی نظام‌مند (systematic random sampling) از این کتاب انتخاب شده است.

نتیجه نشان می‌دهد از میان فرایندهای مشروعیت‌سازی، مؤلفه ارزیابی و سنجش با مجموع ۳۸۰ مثل و مثل‌نما بیشترین بسامد را دارد. به نظر می‌رسد این امر به دلیل اهمیت ارزیابی از

۱. استاد زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه کردستان، کردستان، ایران (نویسنده مسئول).

*a.Parsa@uok.ac.ir

<http://www.orcid.org/0000-0002-4711-4713>

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد زبان و ادبیات فارسی دانشگاه کردستان، کردستان، ایران.

<http://www.orcid.org/0009-0008-2577-4017>

یک سو و تمایل انسان‌ها به سنجش و ارزیابی از سوی دیگر است. همچنین نتیجه بیانگر این است که امثال و مثل‌نماها در گفتمان با اهداف گوناگونی چون اقناع مخاطب، مشروعیت‌بخشی به کلام و سلب مشروعیت از دیگری صورت می‌گیرد که به گونه‌ای در تقابل خود و دیگری نمود می‌یابد.

واژه‌های کلیدی: مثل، گفتمان، ون لیوون، مشروعیت، اقتدار، اقناع

۱. مقدمه

امثال یکی از جلوه‌های ادب شفاهی موسوم به ادب عامه است که از سوی عموم مردم با توجه به سن، جنسیت، موقعیت اجتماعی و مواردی از این دست به کار برده می‌شود. امثال و حکم، میراث ماندگار هر جامعه و آینه باورها، افکار، عادات و تجربیات پیشینیان آن جامعه است که همچون قانونی نانوشته پذیرفته شده و سینه به سینه به نسل امروز رسیده است (پارسا، ۱۳۹۴، ص. پیشگفتار).

اهمیت امثال به حدی است که بدیع یعقوب (۱۹۹۵، ص. ۶۹) آن را نزد برخی از مردم قوانین و دستورات غیرقابل تخطی دانسته است. ایرانیان آن را یکی از اقسام بیست و چهارگانه ادب شمرده و مانند دیگر قسمت‌ها به آن اهمیت داده‌اند (دهخدا به نقل از دبیرسیاقی، ۱۳۷۰، ص. بیست و یک). اردوزبانان امثال فارسی را در مدارس علمیه می‌خواندند و در نوشتن کتاب، رساله یا سرودن شعر، آن‌ها را برای مدلل ساختن مطلب خود یا مختصر کردن آن به کار می‌بردند (ر.ک. جعفری، ۱۳۷۸، ص. ۶).

تاکنون تعریف‌های بسیاری از سوی مثل‌شناسان ایرانی و خارجی درباره مثل ارائه شده است. پارسا (۱۳۸۴، ص. ۸ و ۱۳۹۴، صص. ۱۳-۱۵) با گردآوری و تحلیل نظرات این افراد، آن‌ها را در چهار رویکرد دسته‌بندی کرده و نقاط قوت و ضعف هر رویکرد را به گونه‌ای مستدل بیان کرده است. درنهایت نیز این تعریف از مثل را ارائه کرده

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

است: «مثل جمله کوتاه، رسا و اغلب آهنگینی است که به صورت استعاره تمثیلیه برای بیان حجت یا به کارگیری اندرز، اغلب بدون تغییر لفظی شهرت یافته است».

این تعریف را می‌توان تعریفی جامع و مانع دانست، زیرا چند شرط زیر را هم‌زمان در برمی‌گیرد:

کوتاهی (ایجاز): موجز بودن کلام در این تعریف با دو واژه «جمله» و «کوتاه» نمایانده شده است. بدیهی است منظور از کوتاهی یک جمله پیراستن آن از حشو و زوائد و به تعبیر دیگر استفاده از حداقل واژگان است.

جمله بودن: استعاره می‌تواند به صورت واژه باشد یا جمله، اما مثل هیچ‌گاه در زبان فارسی به صورت واژه نیست، بلکه همیشه جمله است و دست‌کم از یک جمله درست شده است.

رایج بودن: «منظور از شهرت، آن است که عموماً مثل را به یک صورت استعمال نموده و در الفاظ و ترکیب آن تغییری ندهند و اگر تغییری بدهند، جزئی و مختصر باشد، به طوری که به کل ترکیب و اصل معنی خللی وارد نیاید» (بهمنیار، ۱۳۶۹، ص. یو).

دهخدا (به نقل از دبیرسیاقی، ۱۳۷۰، ص. بیست‌وپنج) رایج بودن به معنی ظاهری آن را قبول ندارد:

اینکه در تعریف مثل می‌گویند «فاش للاستعمال» اگر مراد ظاهر آن باشد، غلط است، چه بسا می‌شود که یک مثل ناشنوده را بار اول، شخص می‌شنود، حتی تنها و بدون آنکه در کلامی واقع شده باشد و ذوق می‌گوید این مثل است و گاهی در زبانی اجنبی دفعه نخست عبارتی را می‌شنود و فوراً می‌گوید این مثل است، در صورتی که در هر دو جا فاش بودن آن را نمی‌داند و نیز مثل، بار اول که گفته شده چرا متروک نمانده، به قدری گفته شده که «فاش للاستعمال» شده، پس چیزی در

آن بوده که بی واسطه آن، او را در تحت بیانی نمی توانم آورد، پس مراد گویندگان که می گویند «فاش للاستعمال» است، باید این باشد که در خور فاش للاستعمال شدن است؛ یعنی، آن لطیفه مثلی در آن هست که آن را در خور فاش للاستعمال می کند. این نظر دهخدا تا حدودی درست است؛ یعنی، برخی از استعاره های تمثیلیه قابلیت مثل شدن دارند، اما تا زمانی که بر سر زبان ها نیفتاده باشند، مثل محسوب نمی شوند.

زلهایم (۱۳۸۱، ص. ۱۶) تحقیق یک مثل را در گرو تکرار تجربه نسل ها می داند:

معنی و مفهوم مثل زمانی تحقق می یابد که یکی از تجربه های زندگی که بارها برای نسل های پیایی پیش آمده باشد، نمودار همه موارد مشابه دیگر شمرده شود، پس مثل یک تعبیر زبانی نیست که به صورت یک جمله تجربیدی درست، در همه موارد به طور یکسان صادق باشد، زیرا این سبک فکری از توانایی انتزاعی اقوام بدوی خارج است.

داشتن زمینه استعاری: در هر مثلی وضعیتی موجود، «مشبه» و مثل به کار گرفته شده «مشبه به» است و با توجه به حذف مشبه و مرکب بودن آن، جنبه مثل پیدا کرده است و به صورت استعاره تمثیلیه بیان می شود. بنابراین می توان گفت هر مثلی استعاره تمثیلیه است، ولی عکس آن صادق نیست.

رسایی: هر مثلی باید از هرگونه حشوی پیراسته باشد و به دور از هرگونه تعقید، پیچیدگی و چندپهلویی باشد.

داشتن زمینه اندرزی یا حکمت آمیز: مثل ها اغلب دربردارنده اندرز یا حکمتی هستند، به گونه ای که می توان آن ها را به عنوان حجت و دلیل به کار برد.

تغییرناپذیری: مثل اغلب بدون تغییر در واژگان اساسی آن به کار می رود؛ به عبارت دیگر، نمی توان در محور جانشینی، در آن ها تغییری ایجاد کرد؛ به عنوان مثال، در

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

مثل «هر گردی گردو نیست»، نمی‌توان به جای گردو مثلاً «سیب» یا هر واژه دیگری را به کار برد، زیرا کسی آن را این گونه به کار نمی‌برد.

بدیهی است هیچ کدام از موارد یادشده به‌تنهایی تعریف مثل نیست. به عبارت دیگر هر یک از این موارد از شرایط لازم مثل محسوب می‌شوند، اما هیچ کدام به‌تنهایی شرط کافی نیستند؛ یعنی، هر جمله کوتاه یا مشهور و یا هر استعاره تمثیلیه‌ای مثل محسوب نمی‌شود (همان).

پارسا برای اولین بار بین مثل و مثل‌نماها تفاوت قائل شده و بر این باور است که موارد بسیاری به نام مثل از سوی مثل‌پژوهان گردآوری شده است که هیچ کدام مثل محسوب نمی‌شوند:

نبودن تعریفی جامع و مانع از مثل موجب شده، بسیاری از کنایات، اندرزها، حکمت‌های عامه و موارد دیگر این‌چنینی به نام امثال در کتاب‌ها جای گیرد و در میان مردم رواج یابد. به همین دلیل بهتر است این گونه موارد را مثل‌نما بنامیم تا با این تعریف مرز آن‌ها با مثل به درستی روشن شود: مثل‌نماها جملات کوتاه غیراستعاری و اغلب شیوایی هستند که به دلیل دارا بودن محتوای عام و کلی بر سر زبان‌ها افتاده و تاکنون به غلط آن‌ها را در ردیف امثال قرار داده‌اند، اما هیچ کدام به دلیل نداشتن وجه استعاری، مثل محسوب نمی‌شوند. مثل‌نماها شامل کنایات، تشبیهات، زبان‌زدها، اصطلاحات نزدیک به مثل (تشبیه تمثیل، اسلوب معادله و ...)، حکمت‌های عامه و اندرزهای رایج است (پارسا، ۱۳۸۲، صص. ۹-۱۵، ۱۳۹۴، صص. ۲۰-۳۰).

امثال، محصول تجربیات بشر در طول زمان است، از این رو، سخنی سنجیده و دارای بار معنایی بسیاری است و از آنجا که مستقیماً با توده مردم در ارتباط است، به کارگیرندگان آن‌ها برای اهداف متفاوتی چون اقناع مخاطب، انتقال تجربه، بیان

مشابهت بین شرایط پیش آمده با موضوع مثل، استدلال و مستند کردن مطالب و از همه مهم تر، به عنوان مشروعیت بخشی گفتار و نوشته خود از آن استفاده می کنند.

موضوع پژوهش حاضر، شیوه های مشروعیت سازی در امثال و مثل نماهای زبان فارسی است. پژوهشگران می کوشند براساس مؤلفه های اقتدارسازی، ارزیابی اخلاقی، عقلانی سازی و اسطوره سازی، امثال و مثل نماهایی همچون کنایات، تشبیهات، زبان زدها، اندرزها و دیگر مواردی را که تحت عنوان مثل گردآوری شده اند، مشخص کنند و پتانسیل (ظرفیت) مشروعیت بخشی و مشروعیت زدایی آن ها را در گفتمان بررسی کنند؛ همچنین با تکیه بر پشتوانه های معرفتی به کار گرفته شده در پژوهش، نقش آن ها را در برجسته سازی خود و به حاشیه رانی دیگری تحلیل کنند.

۱-۱. پرسش های تحقیق

- شگردهای مشروعیت بخشی در امثال و مثل نماها کدامند؟
- مؤلفه های مشروعیت ساز در امثال و مثل نماها در تحلیل گفتمان چه کاربردی دارند؟
- پشتوانه معرفتی مشروعیت بخشی در امثال چیست؟

۲. پیشینه پژوهش

درباره گفتمان و تحلیل گفتمان انتقادی بسیار سخن رفته است. این پژوهش ها، براساس شیوه های مختلف تحلیل گفتمان نظریه پردازان، متفاوت است. نظریه گفتمان مدار ون لیوون (۲۰۰۸) یکی از رویکردهای تحلیل گفتمان است که همراه با مقوله های جامعه شناسختی - معنایی و با تأکید بر اهمیت کارگزاران اجتماعی گفتمان، لایه های پنهان زبان را در متون شفاهی و کتبی می کاود و روابط زیرین هر گفتمان را آشکار می سازد (عرب یوسف آبادی و همکاران، ۱۳۹۶).

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

پژوهش‌هایی که درباره نظریه تحلیل گفتمان و تحلیل گفتمان انتقادی ون لیوون اختصاص یافته، بیشتر به مؤلفه‌های گفتمان‌مدار او، به‌ویژه نظریه مربوط به سال ۱۹۹۶ ایشان است که اهم آن‌ها عبارت‌اند از: حذف، پنهان‌سازی یا کم‌رنگ‌سازی، منفعل‌سازی یا فعال‌سازی، تشخیص‌بخشی یا تشخیص‌زدایی، نامشخص‌سازی یا مشخص‌سازی، انتزاع کردن یا عینی کردن و بالاخره، طبقه‌بندی با نام‌دهی (رک. یارمحمدی، ۱۳۸۵، ص. ۶۰). موارد زیر نمونه‌ای از این‌ها هستند:

کتاب‌های ارتباطات از منظر گفتمان‌شناسی/انتقادی (۱۳۸۵)، گفتمان رایج و انتقادی (۱۳۸۳)، درآمدی بر گفتمان‌شناسی (۱۳۹۱) هر سه از یارمحمدی که هر کدام از این سه کتاب دربردارنده مجموعه‌ای از موضوعات مختلف در این‌باره است که در مجموع ۳۲ مقاله را دربرمی‌گیرد.

مقاله «بررسی بازنمایی کنش‌های اجتماعی در مجموعه داستان زن زیادی از جلال آل احمد براساس الگوی ون لیوون» (۲۰۰۸) از جنیدی جعفری و خاقانی (۱۳۹۴)، «مؤلفه‌های زبان‌شناسی و جامعه‌شناختی - معنایی و بازنمایی کنشگران اجتماعی در متون مطبوعاتی» از اسدی و همکاران (۱۳۹۴)، عرب یوسف‌آبادی و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله «بررسی ساخت‌های گفتمان‌مدار سوره قصص براساس الگوی ون لیوون» و «تحلیل روایی داستان سیاوش براساس الگوی کنشگران اجتماعی ون لیوون» از علّامی و اسداللهی (۱۳۹۶)، تنها نمونه‌هایی در این مورد هستند. بسامد مقاله‌ها و دیگر کارهای پژوهشی درباره نظریه کنشگران و تحلیل گفتمان ون لیوون و شهرت این نظریه موجب شده نظریه مشروعیت‌سازی او در حاشیه قرار گیرد. اندک بودن پژوهش براساس این نظریه در مقایسه با نظریه قبلی او مؤید این نظر است.

پارسا در کتاب بررسی علمی و ادبی امثال و حکم پارسی (۱۳۹۴) با تجزیه و تحلیل‌هایی درخصوص مثل‌ها و انواع آن، سبک‌شناسی امثال، رابطه قدرت و مشروعیت، امثال‌پیشه‌ها، امثال و مناسبات قدرت، امثال و ادب فارسی، تاریخ و امثال، جغرافیا و امثال، امثال و روان‌شناسی و... را بررسی کرده است. به نظر می‌رسد یکی از منابع مهمی که امثال را به صورت گسترده مورد بررسی قرار داده است، همین کتاب باشد، زیرا هیچ یک از منابع دیگر، به موضوع امثال و مناسبات قدرت نپرداخته است. رضایی‌پناه (۱۳۹۶)، نیز پژوهشی تحت عنوان «تحلیل کیفیت بازنمایی مفهوم مشروعیت سیاسی در گفتمان علمای مشروطه‌خواه ایران» دارد.

پارسا و سعیدی مقدم در مقاله «سبک اقناعی نظامی در بیان مضامین تعلیمی با تکیه بر قصاید» (۱۳۹۶)، شگردهایی را که نظامی برای اقناع مخاطب به کار برده است بررسی کرده‌اند؛ این شگردها عبارت‌اند از: انذار، تمثیل و اسلوب معادله، تبشیر، تکرار، تلمیح، اسلوب شرط و اسلوب استفهام.

فاطمه عرب‌زاده و زهرا حیاتی در مقاله «بازخوانی باب اول بوستان سعدی با رویکرد مشروعیت‌بخشی در گفتمان حکومت» (۱۳۹۹) نتیجه می‌گیرند که روش سعدی برای مشروعیت بخشیدن به امری یا مشروعیت‌زدایی از آن، عقلانی کردن است. تئو ون لیوون در فصل هشتم کتاب تحلیل گفتمان سیاسی (۱۳۹۷)، با عنوان «ساخت گفتمانی مشروعیت‌سازی»، به نظریه مشروعیت‌سازی در گفتمان پرداخته و کوشیده پیوند مقوله عمده مشروعیت‌سازی را (اقتدار، ارزیابی اخلاقی، عقلانی‌سازی و اسطوره‌سازی) بررسی کند. این پژوهش مبنای نظری پژوهش حاضر واقع شده که در متن مقاله به تفصیل به آن پرداخته شده است.

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

همانگونه که اشاره شد، یکی از راه‌های اقناع مخاطب به کار بردن مثل است؛ علاوه بر آن، مردم از مثل همچون قانون نانوشته مورد قبول عموم، به عنوان ابزاری در راستای اقتدار سنت جهت مشروعیت‌بخشی به سخنان، استفاده می‌کنند؛ با وجود این، تاکنون پژوهشی در این زمینه صورت نگرفته است. پژوهش حاضر می‌کوشد جهت رفع این خلأ با استفاده از تئوری مشروعیت‌سازی ون لیوون به مشروعیت‌سازی در امثال و تبیین نقش آن‌ها در گفتمان بپردازد.

۳. چارچوب نظری

زبان هر جامعه را به عنوان عنصری فعال و سازنده می‌توان از جنبه‌های گوناگون بررسی کرد. از آنجا که زبان در حوزه گفتمان و تحلیل گفتمان نقش کانونی و برجسته‌ای، ایفا می‌کند، باید به قدرت نهفته در پس واژگان و کلام توجه بیشتری داشت. امثال یکی از ابزاری بوده که شاعران و نویسندگان و حتی عامه مردم برای مشروعیت بخشیدن به گفتار و نوشتار خود و یا مشروعیت‌زدایی از آن بهره برده‌اند.

گفتمان و تحلیل گفتمان، معانی وسیعی دارند؛ به طور کلی یک گفتمان به «مجموعه‌ای از معناها، استعاره‌ها، بازنمایی‌ها، ایماژها، داستان‌ها، گفته‌ها و مواردی از این دست، اشاره و ارجاع دارد که به شیوه خاص خود، در کنار یکدیگر، نسخه‌ای خاص از رویدادها را می‌سازند» (ویوین‌بر، ۱۳۹۵، ص. ۲۸۴). تحلیل گفتمان، تلاشی در جهت کشف و تبیین ارتباط متن با کارکردهای فکری و اجتماعی آن است (یارمحمدی، ۱۳۸۳، ص. ۱۴۳). گفتمان‌ها جزو منابعی هستند که افراد همواره برای ساختن هویت خود از آن استفاده می‌کنند و تحلیل گفتمان، چهارچوبی ارائه می‌دهد که مسیر متفاوتی را برای شناخت هویت خود در مقابل دیگری، مشروعیت‌بخشی به اعمال خود و اقناع مخاطب داشته باشیم.

امثال علاوه بر اینکه نقش مهمی در مشروعیت بخشی و مشروعیت زدایی دارند، نقش بسزایی نیز در اقناع مخاطب دارند. «اقناع که از موضوعات مهم در ارتباطات است، عبارت است از تلاش برای مجاب ساختن مخاطبین به پذیرش موضوع و خواسته‌ای، به وسیله ارائه مناسب اطلاعات مربوطه» (متولی، ۱۳۸۴، ص. ۲۹).

۱-۳. مشروعیت

مشروعیت عبارت است از توجیه عقلانی یا مقبول جلوه دادن با ذکر دلیل، که در پاسخ به چرایی انجام یک کار می‌آید و گفتمان مشروعیت ساز ابعاد وسیع تری را به موضوع می‌دهد. مشروعیت بخشی و مشروعیت زدایی اثرات و کارکردهای مهمی در قالب یک گفتمان می‌یابند که از مهم ترین کارکردهای مشروعیت تأثیر آن در ایجاد و کسب اقتدار است. ون لیوون جزو نظریه پردازان تحلیل گفتمان انتقادی است که مشروعیت را به چهار مقوله عمده اقتدارسازی، ارزیابی اخلاقی، عقلانی سازی، اسطوره سازی تقسیم می‌کند و معتقد است این انواع از مشروعیت سازی می‌تواند جداگانه یا در یک ترکیب رخ دهد (ر.ک. ون لیوون، ۱۳۹۷، ص. ۲۱۲).

۲-۳. اقتدارسازی

مشروع سازی به وسیله ارجاع به یکی از انواع اقتدارها؛ قدرتی که بدون تهدید و با رضایت تبعیت کنندگان به دست آید، دارای مقبولیت است و قدرتی که با مقبولیت همراه باشد و به صورت رسمی پذیرفته شده باشد، «اقتدار» نامیده می‌شود. انواع اقتدار از نظر ون لیوون به شش دسته تقسیم می‌شود: اقتدار شخصی، اقتدار غیرشخصی، اقتدار کارشناس، اقتدار رل مدل، اقتدار سنت، اقتدار مبتنی بر هم رنگی (ون لیوون، ۱۳۹۷، ص. ۲۱۲).

۳-۳. اقتدار شخصی

اقتدار شخصی، توانایی مقتدر بودن در شرایط مختلف زندگی است؛ برای نمونه، افرادی که در جایگاه اجتماعی خاصی قرار دارند، این جایگاه، برایشان اقتدار ایجاد کرده است. القابی چون حاجی، کدخدا، خان، حاجی میرزا و شیخ در جامعه ما - که در امثال فارسی نیز نمود یافته‌اند - بیانگر طبقه اجتماعی این افراد است که این هم به نوبه خود، به آن‌ها اقتدار شخصی می‌دهد. نقش قدرت، سلطه و ایدئولوژی را نیز، در این نوع اقتدار نباید نادیده گرفت؛ افرادی که با استناد به قدرت خود، در پی سلطه‌گری، نفوذ، تحمیل باورها و عقاید خویش بر دیگری بوده‌اند و از این طریق، برای خود اقتدار کسب کرده‌اند.

۳-۴. اقتدار غیرشخصی

ون لیوون (۱۳۹۷، ص. ۲۱۵) بر این باور است که اقتدار غیرشخصی از قوانین و قواعد و مقررات و سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها پیروی می‌کند. در این گونه از اقتدار، پاسخ به پرسش بیان‌نشده «چرا» این نیست؟ نمی‌گوید: «چون من این گونه می‌گویم» بلکه «به این دلیل است که قوانین و مقررات چنین می‌گویند». گفتمان با بیان گزاره‌هایی از قبیل «من این را می‌گویم چون قانون این را می‌گوید» یا «قوانین این گفته من را تأیید می‌کنند» و مانند آن به خود مشروعیت می‌دهد (Leewen, 2007, p. 96).

۳-۵. اقتدار کارشناس

برای مشروعیت بخشیدن به گفتمان می‌توان مخاطب را به انواع کتاب‌ها، دانش، تخصص، ضائم آزمایشگاهی و دیگر مشخصه‌های حرفه‌ای ارجاع داد، مانند منسوب کردن سخن به یک دانشمند یا پزشک سرشناس. در اقتدار کارشناس پاسخ به پرسش

«چرا باید این کار را انجام دهم؟» این است «چون فلان دکتر یا دانشمند چنین می گوید» (ر.ک. ون لیوون، ۱۳۹۷، ص.۲۱۴). «در اقتدار کارشناس، مشروعیت به وسیله تخصص حاصل می شود تا جایگاه» (ون لیوون، ۱۳۹۷، ص.۲۱۳). عناوینی چون قاضی، هنرمند، سخن سنج و ... در مثل هایی مانند «مرتبه حرف سخنور ز سخن سنج پرس»، اقتدار کارشناس را نشان می دهد.

۳-۶. اقتدار رل مدل

در اقتدار رل مدل یا الگو یا سرمشق، افراد از نمونه هایی از رل مدل ها یا رهبران صاحب نظر یا سلبریتی ها به صورت غیرمستقیم پیروی می کنند. اقتدار رل مدل نقش بسیار مهمی در رسانه های معطوف به حوزه تبلیغات و سبک زندگی ایفا می کند (ون لیوون، ۱۳۹۷، ص.۲۱۴).

۳-۷. اقتدار سنت

اقتدار سنت نیز از راه کلیدواژه هایی چون عرف و قانون برانگیخته می شود. اقتدار مبتنی بر هم رنگی و انطباق، در پاسخ به پرسش «چرا» می گوید «به این دلیل که این همان است که هر فرد دیگری انجام می دهد» یا «به این دلیل که این امر همان است که اغلب افراد انجام می دهند» (ون لیوون، ۱۳۹۷، ص.۲۱۷). مثل «خواهی نشوی رسوا هم رنگ جماعت شو»، مصداق این مفهوم است.

۳-۸. اقتدار مبتنی بر هم رنگی

اقتدار مبتنی بر هم رنگی، مشروعیت دهی به امور، به دلیل انجام دادن فرد دیگر یا اغلب افراد است. در این نوع از اقتدار، خود و دیگری با هم تعامل دارند و تحت تأثیر هم قرار می گیرند، درواقع، فردی که قدرت بیشتری دارد، قدرت اقتناع و تحت تأثیر قرار

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

دادن و کنترل و نفوذ بیشتری خواهد داشت. اقتدار مبتنی بر هم‌رنگی در پاسخ به پرسش «چرا؟»، می‌گوید «چون این همان است که هر فرد دیگری انجام می‌دهد» یا «به این دلیل که این همان است که اغلب افراد انجام می‌دهند» (ون لیوون، ۱۳۹۷، ص. ۲۱۷).

علاوه بر اینها موارد دیگری چون ارزیابی و سنجش، قیاس، عقلانی‌سازی و اسطوره‌سازی نیز در این مقوله جای می‌گیرند که در جای خود به آن خواهیم پرداخت. همچنین اقتدار دینی که در بین مسلمانان جایگاه خاصی دارد که ون لیوون به آن پرداخته است و به دلیل استفاده ایرانیان مسلمان از آن در امثال و مثل‌نماها، در این پژوهش به آن نیز پرداخته شده است.

۴. بحث و بررسی

در این قسمت به بحث و بررسی انواع مشروعیت بخشی در امثال و مثل‌نماها می‌پردازیم:

۴-۱. انواع مشروعیت بخشی از راه اقتدار شخصی

اقتدار شخصی به موارد زیادی بستگی دارد که در اینجا به آن‌ها می‌پردازیم:

الف) داشتن قدرت سیاسی و موقعیت اجتماعی بالا

در حکومت‌های استبدادی، داشتن قدرت و موقعیت اجتماعی مزیتی بود تا افراد به تمام کارهای خود مشروعیت ببخشند. در زمان محمدشاه قاجار، میرزا آقاسی صدراعظم ایشان بود که میان او و محمدشاه، علاوه بر رابطه سیاسی، رابطه مرید و مرادی برقرار بود و این جایگاه برای ایشان اقتدار ایجاد کرده بود؛ تا جایی که گاوی که به وی تعلق

داشت اگر سرزده جایی می‌رفت، کسی جرئت حرف زدن نداشت. درواقع، در مثل زیر، تعلق این گاو به میرزا آقاسی، مجوزی برای مشروع جلوه دادن کارهای آن است: «گاو حاج میرزا آقاسی است سرزده به همه جا می‌رود» و منظور این است که کسانی که با قدرت در پیوندند، از بازخواست کارهایشان معاف هستند.

مشروعیت از راه توسل به زورمندان، جنایت و سخت‌گیری، خاص جوامع گذشته و عقب افتاده‌ای است که قانون حکم‌فرما نبوده است و گروهی با تکیه بر قدرت بدنی، لابی‌گری و زورگویی باعث ایجاد فضای رعب و وحشت در بین مردم می‌شدند (رک. پارسا، ۱۳۹۴، ص. ۱۴۱). امثال زیر مشروعیت‌بخشی به کارها را، از طریق توسل به زورمندان و زورگویی نشان می‌دهد:

- آدم زورگو حرفش پیش است.
- زورت پیش است، حرفت پیش است.
- کباب آن کسی راست کاو راست زور.
- یکی بزا فتحعلی خان بزا.
- فردی گردی چو گرد مردی گردی.
- موقعیت اجتماعی می‌تواند نه تنها به گفتار و کردار فرد، به ناحق مشروعیت ببخشد، بلکه افراد خانواده و فامیل‌های نسبی و سببی او را نیز دربر گیرد و برای آنان نیز موجب اقتدار شود.
- من زینب زیادیم، عروس ملا هادیم.
- بر این اساس، در مثل بالا موقعیت اجتماعی پدرشوهرش عروس به گونه ای برای کارهای او مشروعیت ایجاد می‌کند.

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

ب) وضعیت اقتصادی

از مهم‌ترین عوامل قدرت‌بخش در هر جامعه‌ای، رفاه اقتصادی و داشتن ثروت است؛ این ماهیت پول است که در بسیاری از جوامع برای شخص، قدرت و احترام در پی دارد و شخص ثروتمند از این طریق می‌تواند فعالیت‌های خود را مشروع جلوه می‌دهد. امثال زیر بیانگر این موضوع است:

- پول داشته باش زهر مار داشته باش.
- پول کار می‌کند، پولدار لاف می‌زند.
- پول دارد که آواز خروس نشنیده است.
- تا زر داری به زور محتاج نه‌ای.
- هر که را زر در دست، حق در دست.

۲-۴. انواع مشروعیت‌بخشی از راه اقتدار غیرشخصی

الف) رعایت حق و قانون

شنیدن سخن حق و پذیرفتن آن در تعاملات، از اهمیت زیادی برخوردار است؛ امر حق به دلیل اینکه با منطق همراه است در جوامع قانون‌مدار که هرگز با باطل همسو نمی‌شود، مشروعیت به همراه دارد:

- حق همیشه حق است و باطل همیشه باطل.
- حق شمشیر برآن است.

ب) وضعیت اقتصادی

گاه افراد سودجو که دنبال منافع خود هستند، دست به اعمال ناشایستی چون رشوه‌خواری می‌زنند؛ رشوه و سوء استفاده از قدرت - از سوی افرادی که در امور

اجرایی دخالت دارند - از موانع اجرای عدالت در یک جامعه است؛ این کار غیرقانونی در برخی جوامع، از دیدگاه برخی افراد قانون‌گریز، همچون قانونی پذیرفته، موجب مشروعیت‌بخشی به کارها در نظر گرفته می‌شود. امثال زیر می‌بین وجود رشوه‌خواری در جامعه است:

- پول بده روی سیبیل شاه نقاره بزن.

- تا کار به زر برآید، جان در خطر افکندن نشاید.

نابرابری‌های اجتماعی سبب شکاف بیشتر بین دو قشر ثروتمند و فقیر در یک جامعه می‌شود؛ ناآگاهی مردم نیز در کنار آن، زمینه را برای این اندیشه نادرست که پول و ثروت حلال همه مشکلات است، همچون قانونی نانوشته اما پذیرفته‌شده، فراهم کرده است:

- پول آدم را می‌رقصاند.

- سگ که دولتمند شد به او بگو آقای شیر.

ج) عمل کردن

امثال در گذشته چون قانونی نانوشته مقبول همگان بوده است. عمل کردن از مواردی است که همواره به سخنان بعدی شخص عمل‌کننده، مقبولیت و مشروعیت می‌بخشید و او را در جایگاهی والاتر از اعتماد جمعی می‌نشانده است، زیرا سخن گفتن همواره آسان است، اما عمل کردن دشوار؛ زمانی که گفتار انسان همراه با عمل باشد بسیار مؤثرتر و نافذتر خواهد بود و مشروعیت خواهد داشت: «دو صد گفته چون نیم کردار نیست».

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

(د) تنبیه

در جوامع کم‌تر پیشرفته، برخی از افراد تنبیه را وسیله و توجیهی برای مشروعیت‌بخشی جهت پذیرش قدرت و سلطه خود در نظر می‌گیرند که البته برخاسته از تفکر مردم در گذشته نشئت می‌گیرد: «تا نباشد چوب تر فرمان نگیرد گاو و خر».

۳-۴. انواع مشروعیت‌بخشی اقتدار کارشناس

الف) قدرت و موقعیت اجتماعی

مثل‌های «یک حمایت قاضی به از هزار گواه»؛ یا «یک عنایت قاضی به از هزار گواه است»، نشان می‌دهد: موقعیت برتر و نفوذ حاکم یا قاضی در شغل او، دلیل اقتدار ایشان است و همین اقتدار توجیهی است تا مردم از دستورات ایشان پیروی کنند.

ب) تخصص

یکی از مؤلفه‌های مشروعیت‌بخشی، در حوزه اقتدار کارشناس، تخصص است؛ فرد متخصص براساس دانش و کاردانی اقتدار داشته و اعمال خود را توجیه می‌کند و امور را با سپردن به این گروه می‌توان مشروع جلوه داد:

- کار را باید به کاردان سپرد.

- همه گویند و سخن گفتن سعدی دگر است.

- رتبه حرف سخنور ز سخن سنج پرس.

ج) توانایی هنری

هنرمند به دلیل انتقال احساسات و تأثیرگذاری بر مخاطبان مورد احترام است؛ این توانایی یکی از دلایل اقتدار ایشان است و به دلیل ارتباط و پیوندی که با انتقال احساسات با مخاطب برقرار می‌کند، برای خود مشروعیت به دست می‌آورد:

- هنرمند هر جا بود سرفراز.

- نقش، بی‌خامنه نقاش که دید.

۴-۴. انواع مشروعیت بخشی از راه اقتدار رل مدل

رل مدل در گذشته می‌توانست مصادیق خواجه، ارباب یا پیر باشد؛ البته قدرت و درپی آن موقعیت برتر این افراد، ترس و اطاعت مردم از این شخصیت‌ها و احترام به ایشان نیز در این امر تأثیرگذار بوده است:

- نفس ارباب بهتر از حواله جو است.

- غلام به مال خواجه می‌نازد و خواجه به هر دو.

۵-۴. انواع مشروعیت بخشی از راه اقتدار سنت

الف) رسوم

عادات و رسوم هر منطقه با مناطق دیگر، یا در ابعاد وسیع‌تر، رسوم یک ملت با ملت‌های دیگر متفاوت است؛ مردم یک منطقه موظفند تا آداب و رسوم آن‌جا را رعایت کنند و سنت‌های خود را حفظ و آن را به نسل بعد منتقل کنند؛ براساس این سنت‌ها و قوانین پذیرفته شده است که رسم و رسوم مشروعیت می‌یابد:

- هر دهی یک جور آتش می‌پزند.

- هر کسی بنده به آیین دگر دستار را.

ب) اقتصاد

امثال زیر، سنت‌های جامعه را در زمینه اقتصاد نشان می‌دهد که در میان عامه مردم مقبولیت و مشروعیت دارد:

- اول دشت است، بسم الله الرحمن الرحيم.

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

- کالای بد بیخ ریش صاحبش است.
- ارزان نفروش تا گران بخرند.

۶-۴. انواع مشروعیت‌بخشی اقتدار از راه هم‌رنگی

الف) تناسب

امثال زیر در مشروعیت‌بخشی به تناسب داشتن عمل و نتیجه است؛ یعنی انسان هر چه بکارد، همان را برداشت می‌کند و نتیجه اعمال انسان‌ها، چه خوب و چه بد، به خودشان می‌رسد:

- گندم از گندم بروید جو ز جو.
- هر چه کاری همان بدروی.

ب) اثرپذیری و انطباق خود با جمع

به نظر می‌رسد اثرپذیری از هم‌نشین، در جوامع مختلف موضوعی اثبات شده است که در مثل‌ها نیز به چشم می‌خورد؛ امثال زیر نقش مهم و اثرگذار هم‌نشین را نشان می‌دهد:

- هر که با دیگ نشیند، سیاه برخیزد.
- هر چیز که در کان نمک رفت، نمک شد.
- از شیشه، گر گلاب رود، بو نمی‌رود.

گاه اثرپذیری به شکل تطابق فرد با جمع است، هرچند ممکن است این تطابق چندان مطابق میل شخصی او نیز نباشد:

- شهر یک چشم شدی، یک چشم شو.
- در شهر کوران یک چشم را بگیر.
- رفتم شهر کورها دیدم همه کور؛ من هم کور.

- اقتدار دینی

یکی دیگر از انواع اقتدار، اقتدار دینی است که ون لیوون به آن اشاره نکرده است، اقتدار دینی ویژه جوامع دینی است؛ این اقتدار در جوامع اسلامی به ویژه جامعه ایران همواره، به دلیل شرایط سیاسی - اجتماعی آن، بسیار پررنگ بوده است؛ برای مثال، درباریان، در گذشته، برای مشروعیت بخشی به سخنان خود، مبنی بر پیروی از حاکم وقت، به آیه «اطيعوا الله و اطيعوا الرسول و اولی الامر منکم» استناد می کردند تا به سخنان خود مشروعیت بدهند و مخاطب را بهتر با خود همراه سازند؛ همچنین، به کار بردن القابی چون القادر بالله یا دادن صفاتی مانند ظلّ الله در برخی از دوره ها، همگی در جهت مشروعیت بخشی با استفاده از اقتدار دینی است؛ استناد به گفته های عالمان دینی نیز یکی دیگر از این موارد است. اقتدار بخشیدن از طریق دین در پاسخ به پرسش «چرا» می گوید چون «ارزش های دینی این را می گوید» یا «چون قرآن و حدیث این را بیان کرده اند».

۷-۴. انواع مشروعیت بخشی از راه اقتدار دینی

الف) آموزه های دینی

بسیاری از آموزه های دینی در قالب پند و اندرز بیان شده است تا هم مخاطب را متقاعد کند و هم اهمیت موضوع را نشان دهد؛ این آموزه ها به دلیل اینکه مورد قبول مردم بوده است، مکرر برای مواردی چون امر به معروف استفاده می شده است و رفته رفته جزو امثال واقع شده است. امثال زیر مشروعیت بخشی به موضوع صدق، بخشش، صدقه، زکات و نماز را نشان می دهد:

- صدق پیش آر که ایمان به مسلمانی نیست.

- با خلق خدا کرم کن که خدا با تو کرم کرد.

- از هر دست بدهی، از همان دست پس می گیری.

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

- صدقه راه به خانه صاحبش می‌برد.

- زکات مال به در کن تا بلا بگرداند.

ب) امید و تلاش

این مثل‌نماها به موضوع تلاش و سپردن نتیجهٔ امور به خداوند مشروعیت بخشیده است:

- از تو حرکت، از خدا برکت.

- با خدا باش خدا با توست.

- حرکت از تو، برکت از خدا.

ارزیابی و سنجش اخلاقی

ارزیابی و سنجش اخلاقی به معنای مشروعیت‌سازی به وسیلهٔ ارجاع به نظام‌های ارزشی است؛ به بیان دیگر، دسته‌ای از ارزش‌های اخلاقی بیش از این‌که استوار بر نوعی اقتدار بدون توجیه و تحمیل شده باشند، بر مبنای ارزش‌هایی صورت‌بندی شده است. ارزش اخلاقی با واژه‌های سخت و ارزش‌گذارانه‌ای همانند «خوب» و «بد» بیان می‌شود که اغلب میان قلمروهای اخلاقی، زیبایی‌شناختی و لذت‌جویانه در حرکت هستند (ون لیوون، ۱۳۹۷، ص. ۲۱۷). ون لیوون راه‌های بیان ارزیابی اخلاقی را به سه دسته ارزیابی و سنجش، انتزاع و قیاس تقسیم می‌کند.

مشروعیت‌سازی «طبیعی‌سازی» نیز ممکن است با ارجاع به زمان یا مفهوم تغییر حاصل شود. این گفتمان در پاسخ به پرسش «چرا» می‌گوید «چون ارزش‌های اخلاقی این گونه می‌گویند» و از طریق ارجاع به این ارزش‌ها به گفتمان مشروعیت می‌دهد.

- ارزیابی و سنجش

ارزش‌گذاری مثبت از راه صفات اخلاقی و ارزش‌گذاری منفی از راه صفات غیراخلاقی نشان داده می‌شود که این صفات‌ها دارای نقش کلیدی در ارزیابی‌ها هستند و بار ارزشی کلام را بیشتر می‌کنند. «بسیاری از صفات‌های اخلاقی هم تخصیصی و هم وصفی است. آن‌ها هم کیفیت‌های ملموس کنش‌ها یا ابژه‌ها را بیان می‌کنند و هم آن‌ها را برحسب برخی از قلمروهای ارزش‌ها ستایش می‌کنند: ستایش با وجه عملی بودن آمیخته شده است» (ون لیوون، ۱۳۹۷، ص. ۲۱۹).

افرادی که سعی در قبولاندن مفهوم مدنظر خود داشته باشند، از شگردهای مختلفی چون امثال مربوط به ارزیابی اخلاقی، پند و اندرز، سنجش و امر به معروف و نهی از منکر برای قانع کردن مخاطب استفاده می‌کنند.

۸-۴. انواع مشروعیت‌بخشی از راه ارزیابی و سنجش

الف) ارزیابی اخلاقی

در ارزیابی اخلاقی اکثر جوامع، صداقت ارزش تلقی می‌شود. امثال زیر در مشروع و مقبول جلوه دادن راست‌گویی و صداقت هستند:

- راست گوی تا به سوگند نیازت نباشد.

- راستی از تو ظفر از کردگار.

- به گیتی کیمیا چون راستی نیست.

ب) پند و اندرز

در مشروعیت‌بخشی به پوشاندن اسرار خویش و نگاه داشتن راز دیگران که جزو فضایل اخلاقی است، امثال زیر را داریم:

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

- گر می‌خواهی راز تو دشمن نداند، با دوست مگوی.

- خواهی که سر به جای بود، سر نگاه دار.

ج) سنجش

افراد از شیوه‌های متفاوتی برای مقبول نشان دادن یک موضوع و متأثر کردن دیگران استفاده می‌کنند که یکی از این راهکارها سنجیدن و قیاس است. امثال زیر به سکوت کردن و خاموشی گزیدن مشروعیت داده‌اند:

- از صد زبان، زبان خموش رساتر است.

- سلامت در خموشی است.

- زبان بسته، نگهبان دل باشد.

د) تأثیرگذاری

مثل‌نماهای زیر به تأثیرگذاری هم‌نشین هر فرد بر شخصیت او، می‌پردازد و به این امر مشروعیت می‌دهد:

- نیک‌نامی خواهی ای دل! با بدان صحبت مدار.

- هم‌نشین از مردم دانا گزین.

- هر که نکونام شد، بر اثر نیکی است.

ه) قانع بودن

مثل‌نماهای زیر عزت را در قانع بودن دانسته و به آن مشروعیت داده است و از طلب کردن که سبب خفت است، مشروعیت‌زدایی کرده است:

- عزت به قناعت است و خواری به طلب.

- با عزت خود بساز و خواری مطلب

با توجه به نمودار شماره ۱، از میان مؤلفه‌های مشروعیت‌بخشی، ارزیابی و سنجش با مجموع ۱۸۸ مثل از بیشترین بسامد برخوردار است که به نظر می‌رسد این امر به دلیل اهمیت ارزیابی و سنجش برای کسب تجربه یا تصمیم‌گیری بهتر و ... در میان افراد باشد.

قیاس

یکی دیگر از روش‌های بیان ارزش‌های اخلاقی، مقایسه است که در گفتمان کارکرد مشروعیت‌بخشی یا مشروعیت‌زدایی دارد. در این فرایند، پاسخ به پرسش «چرا» این است که «چون شبیه فعالیت‌های گفتمانی دیگری است که مشروعیت دارند» یا «چون شبیه فعالیت‌هایی نیست که با ضد ارزش‌ها همراه هستند». مقایسه، گاه آشکار است گاه پنهان؛ مانند قیاس کردن مدرسه با خانه یا مقایسه دانشگاه با پادگان (ون لیوون، ۲۰۰۷، ص. ۹۹).

۹-۴. انواع مشروعیت‌بخشی از راه قیاس

الف) شباهت

به کار بردن تشبیه یکی از شگردهای مشروعیت‌بخشی از راه قیاس است:

- دختر مثل کدوست؛ یک شب مهتاب رشد می‌کند.
- شوهر آدم پیراهن آدم است.
- از خواب قیاس مرگ می‌باید کرد.

ب) تفاوت

یکی دیگر از شگردهای مشروعیت‌بخشی از راه قیاس، تضاد است که برای بیان تفاوت و تقابل دو موضوع به کار می‌رود:

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

- سیمرغ دیگر است و سی‌مرغ دگر.
- شیر قالین دگر و شیر نیستان دگر است.
- این و آن، گزی هفت‌صد دینار تفاوت دارد.

ج) ارزشمندی

- یکی از راه‌های متقاعد کردن و مشروعیت‌بخشی به گفتمان، قیاس از طریق برتری و ارزشمندی چیزی نسبت به چیزی دیگر است. امثال زیر در مشروعیت‌بخشی به ارزشمند بودن چیزی نسبت به چیز دیگر هستند:
- به است از روی نیکو، خلق نیکو.
 - اندکی جمال به از بسیاری مال.
 - دروغی که به راست ماند به از راستی که به دروغ ماند.

د) استدلال

از دیگر روش‌های اقناع مخاطب و مشروعیت‌دهی در امثال، قیاس از طریق استدلال و برهان‌آوری است؛ مثل زیر به دخالت ندادن روابط قوم و خویشی در معاملات مقبولیت می‌بخشد: «سودا به رضا، خویشی به خوشی».

۴-۱۰. عقلانی‌سازی

عقلانی‌سازی، مشروعیت‌سازی به وسیله ارجاع به اهداف و کاربردهای کنش اجتماعی، نهادی‌سازی شده و دانش‌هایی است که جامعه ساخته است تا به آن‌ها اعتبار شناختی ارزانی دارد (ون لیوون، ۱۳۹۷، ص. ۲۱۲). ون لیوون عقلانی‌سازی را به دو دسته عقلانیت ابزاری و عقلانیت نظری تقسیم می‌کند.

الف (عقلانی سازی ابزاری

عقلانی سازی ابزاری عمل را با ارجاع به اهداف، کاربردها و تأثیرات آن‌ها مشروعیت می‌بخشند.

اهداف، همانند مشروعیت‌سازی‌ها، در گفتمان ساخته می‌شوند که این مطلب را توضیح دهند که پراکتیس‌های اجتماعی به چه دلیلی وجود دارند و چرا فرم‌ها و قالب‌هایی که انجام می‌دهند را به خود می‌گیرند. به باور ون لیوون همه اهداف مشروعیت‌سازی نیز نیستند؛ هدف‌سازی‌ها، به‌منظور عمل کردن به‌عنوان مشروعیت‌سازی‌ها، باید عنصری از اخلاقی‌سازی را دربر داشته باشند (ون لیوون، ۱۳۹۷، ص. ۲۲۲).

- اسطوره‌سازی

اسطوره‌سازی از قوی‌ترین فرایندهای مشروعیت‌بخشی است که عبارت است از مشروعیت‌سازی انتقال‌داده‌شده به‌وسیله روایت‌هایی که برایند‌هایشان به کنش مشروع پاداش داده و کنش‌های نامشروع را مجازات می‌کند (ون لیوون، ۱۳۹۷، ص. ۲۱۲). مشروعیت‌بخشی گاه از طریق قصه‌گویی محقق می‌شود که تولید این قصه‌ها برای بقای یک گفتمان لازم و ضروری است. بسیاری از امثال با داشتن بن‌مایه داستانی، پتانسیل مشروعیت‌بخشی از راه اسطوره‌سازی را دارند، اما فهم آن، دانش مشترک گوینده و شنونده را می‌طلبد و بدون آن درک آن، اگر نه غیرممکن، بسیار دشوار خواهد بود مثل زیر در سلب مشروعیت از افرادی است که آینده‌نگر نیستند و وقت خود را بیهوده تلف می‌کنند:

«آن وقت که جیک‌جیک مستونت بود، یاد زمستونت نبود».

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

تقریباً همه امثال و مثل‌نماهایی که بن‌مایه داستانی دارند، مصداق اسطوره‌سازی قرار می‌گیرند. تفاوت آن‌ها با موارد غیرمثل در این است که در آن‌ها قصه به تمامی در دسترس شنونده یا خواننده قرار می‌گیرد، اما داستان‌های امثال مستلزم داشتن دانش مشترک گوینده و شنونده است و بدون آن، فهم مطلب حاصل نمی‌شود؛ به عبارت دیگر، شنونده یا خواننده با قسمت حاضر متن سروکار دارد و قسمت غایب یا دریافت معنی آن در گروه دانش مشترک طرفین است:

- سگ داند و پینه‌دوز در انبان چیست.

- تو بده مستی‌اش با خودم.

- حالا که خیال پلو است بگذار چرب باشد.

- فردا صدایش بلند می‌شود.

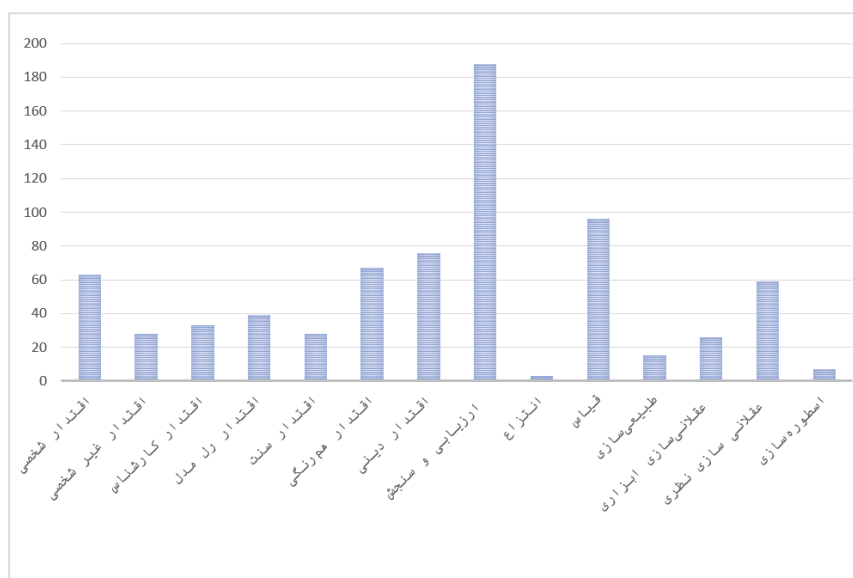
۵. نتیجه

بشر همواره در پی مشروع جلوه دادن اعمال و رفتار و گفتار خود بوده است، از این رو برای جلب توجه و تأثیر بر مخاطبان، شیوه‌های مختلفی به کار می‌برد که یکی از این روش‌ها به کارگیری امثال و مثل‌نماهاست. مشروعیت، کسب احترام و اعتباری است که به پذیرش از سوی عموم و در نتیجه اقتدار فرد منجر خواهد شد، از این رو اقتدار و مشروعیت نه تنها دو موضوع جدا از هم نیستند، بلکه اقتدار اغلب توجیه‌کننده مشروعیت نیز هست.

توجه به برساخت گفتمانی مثل‌ها و بررسی مؤلفه‌های مشروعیت‌ساز در گفتمان با بهره‌گیری از الگوی ون لیوون، می‌تواند در شناخت، تحلیل و تفسیر هر چه بیشتر مثل‌ها سودمند باشد؛ از نمونه گزاره‌هایی که امثال درصدد مشروعیت‌بخشی به آن‌ها هستند، می‌توان به قدرت و موقعیت اجتماعی بالا، رفاه اقتصادی، تخصص، تأثیرپذیری

از هم‌نشین، اتحاد و یکپارچگی، امید و تلاش، آینده‌نگری، امر به معروف و نهی از منکر، قناعت، اراده و خودباوری و مشورت کردن قبل از انجام کارها اشاره کرد نمودار شماره ۱ نشان می‌دهد مؤلفه‌های مشروعیت‌ساز در گفتمان امثال و مثل‌نماها، در حجم نمونه این پژوهش، اقتدارسازی، ارزیابی و سنجش اخلاقی، عقلانی‌سازی و اسطوره‌سازی هستند که از میان این چهار فرایند و مؤلفه‌های آن‌ها، ارزیابی و سنجش با مجموع ۳۸۰ مثل از بیشترین بسامد برخوردار است که طبق نمودار شماره یک، ۱۸۸ مثل مربوط به مشروعیت‌بخشی است. بسامد این امثال، اهمیت موضوع ارزیابی اخلاقی و تمایل انسان‌ها به سنجش و قیاس را در گذشته نشان می‌دهد. به نظر می‌رسد کم بودن امثال در حوزه انتزاع نیز بیانگر ناشناخته بودن این موضوع در میان پیشینیان است. از مؤلفه‌هایی که ون لیوون به آن اشاره نکرده است، اما در امثال ما ایرانیان، وجود دارد، اقتدار دینی است که برای مشروعیت‌بخشی، مشروعیت‌زدایی، اقناع مخاطب و مواردی از این دست به‌کار می‌رود. در حجم نمونه این پژوهش، درمجموع ۱۰۸ مثل، مربوط به اقتدار دینی است که ۷۶ مثل مربوط به مشروعیت‌بخشی است. پشتمانه معرفتی مشروعیت‌بخشی و مشروعیت‌زدایی در امثال، اقناع و متقاعد کردن مخاطب، مشروعیت‌دهی به گفتار و نوشتار خود، انتقاد و مشروعیت‌زدایی از دیگری، استدلال و برهان‌آوری، مستند کردن مطالب، جلب توجه و تأثیرگذاری بر دیگران، قیاس و بیان تجربه است و هدف از به‌کارگیری این پشتمانه‌ها، کمک به درک و فهم مخاطب یا تغییر نگرش او، مقبولیت بخشیدن به افکار و مفاهیم مدنظر خود و حتی اثبات هویت خود در مقابل دیگری و به‌حاشیه راندن اوست.

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار



نمودار ۱. بسامد مؤلفه‌های مشروعیت‌بخشی در امثال

Chart 1: Frequency of legitimizing components in proverbs

منابع

- اسدی، م، گلفام، الف، آقاگل زاده، ف، و افراشی، آ. (۱۳۹۴). مؤلفه‌های زبان‌شناسی و جامعه‌شناختی - معنایی و بازنمایی کنشگران اجتماعی در متون مطبوعاتی. جستارهای زبانی، ۲(۲۳)، ۱-۲۴.
- بدیع یعقوب، ا. (۱۹۹۵). موسوعه امثال العرب. بیروت: دارالجليل.
- بهمنیار، ا. (۱۳۶۹). داستان‌نامه بهمنیاری. به کوشش ف. بهمنیار. تهران: دانشگاه.
- پارسا، س.ا. (۱۳۸۲). سیری در دوازده هزار مثل فارسی و سی هزار معادل آن‌ها. کتاب ماه ادبیات و فلسفه، ۶۵ و ۶۶. ۱۱۸-۱۲۳.
- پارسا، س.ا. (۱۳۸۴). مثل‌ها از نگاهی نو. رشد آموزش ادب فارسی، ۷۵، ۴-۱۷.

دوماهنامه فرهنگ و ادبیات عامه _____ سال ۱۱، شماره ۵۴، بهمن و اسفند ۱۴۰۲

پارسا، س.ا. (۱۳۹۴). بررسی و تحلیل علمی و ادبی امثال و حکم پارسی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

پارسا، س.ا.، و محمد، س. (۱۳۹۶). سبک اقناعی نظامی در بیان مضامین تعلیمی با تکیه بر قصاید. پژوهشنامه ادبیات تعلیمی، ۳۵، ۲۳-۵۰.

پرتوی آملی، م. (۱۳۶۵). ریشه‌های تاریخی امثال و حکم. دو جلد. تهران: سنایی.
جعفری، ی. (۱۳۷۸). ضرب‌المثل‌ها و اصطلاح‌های فارسی رایج در هند. نامه پارسی، ۱، ۶-۱۸.

جنیدی جعفری، م.، و خاقانی، ط. (۱۳۹۴). بررسی بازنمایی کنش‌های اجتماعی در مجموعه داستان زن زیادی از جلال آل احمد براساس الگوی ون لیوون (۲۰۰۸). زبان شناخت، ۲، ۹۷-۷۷.

دهخدا، ع. (۱۳۷۰). گزیده امثال و حکم. به کوشش م. دبیرسیاقی، تهران: تیراژه.
رضایی پناه، ا. (۱۳۹۵). تحلیل کیفیت بازنمایی مفهوم مشروعیت سیاسی در گفت‌وگوهای علمای مشروطه‌خواه ایران. اندیشه سیاسی در اسلام، ۱۱، ۷۵-۹۸.

زلهایم، ر. (۱۳۸۱). امثال کهن عربی. ترجمه ا. شفیعپناه. تهران: نشر دانشگاهی.
شکورزاده بلوری، ا. (۱۳۸۰). دوازده هزار مثل فارسی و سی هزار معادل آن‌ها. مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.

عرب یوسف‌آبادی ع.، برآبادی، ا.، و میرزاده، ط. (۱۳۹۶). بررسی ساخت‌های گفت‌وگوهای مدار سورة قصص براساس الگوی ون لیوون. پژوهش‌های ادبی - قرآنی، ۳(۱۹)، ۴۱-۶۲.

عرب‌زاده، ف.، و حیاتی، ز. (۱۳۹۹). بازخوانی باب اول بوستان سعدی با رویکرد مشروعیت‌بخشی در گفت‌وگوهای حکومت، متن‌پژوهی/ادبی، ۱۳، ۱۹۳-۲۲۲.

علامی، ذ.، و اسدی، ا. (۱۳۹۶). تحلیل روایی داستان سیاوش براساس الگوی کنشگران اجتماعی ون لیوون. مجله زبان و ادبیات فارسی، ۱۳، ۱۸۷-۲۰۸.

متولی، ک. (۱۳۸۴). افکار عمومی و شیوه‌های اقناع. تهران: بهجت.

شگردهای مشروعیت‌سازی در امثال و مثل‌نماهای... _____ سید احمد پارسا و همکار

- ون لیوون، ت. (۱۳۹۷). ساخت گفتمانی مشروعیت‌سازی. *تحلیل گفتمان سیاسی* (فصل هشتم). ترجمه ا. رضایی پناه و س. شوکتی مقرب. تهران: تیسرا.
- ویوین، ب. (۱۳۹۵). برساخت‌گرایی اجتماعی و تحلیل گفتمان. *تحلیل گفتمان سیاسی* (فصل دهم). ترجمه ا. رضایی پناه و س. شوکتی مقرب. تهران: تیسرا.
- یارمحمدی، ل. (۱۳۸۳). *گفتمان رایج و انتقادی*. تهران: هرمس.
- یارمحمدی، ل. (۱۳۸۵). *ارتباطات از منظر گفتمان‌شناسی انتقادی*. تهران: هرمس.
- یارمحمدی، ل. (۱۳۹۱). *درآمدی بر گفتمان‌شناسی*. تهران: ققنوس.

References

- Allami, Z., & Asadi, A. (2016): Narrative analysis of Siavash's story based on Van Leeuwen's model of social activists. *Journal of Persian Language and Literature*, 25(83), 187-208.
- Arab Yusuf-Abadi A., Barabadi, E., & Mirzadeh, T. (2016). Investigation of the discourse structures of Surah Al-Qasas based on Van Leeuwen's model. *Literary-Qur'anic Researches*, 5(3), 41-62.
- Arab-zadeh, F., & Hayati, T. (2019). Rereading the first chapter of Bostan Saadi with the legitimizing approach in the discourse of government. *Literary Text Research*, 83, 193-222.
- Asadi, M., Golfam, A., Aghagolzadeh, F., & Afrashi, A. (2014). Linguistic and sociological-semantic components and representation of social activists in press texts. *Linguistic Surveys*, 6(2), 1-24.
- Badi Yaqoub, E. (1995): *Encyclopedia of Arab proverbs*. Dar Al-Jeel.
- Bahmanyar, A. (1990). *Dastannama-y Bahmaniari (The book story of Bahmaniari)*. University.
- Dehkhoda, A. (1991). *A collection of proverbs and Maxims*. Circulation.
- Jafari, Y. (1999). Persian proverbs and idioms common in India. *Nameh Parsi*, 4(1).
- Junidi Jafari, M., & Khaqani, T. (2014). Investigation of the representation of social actions in the collection of stories by Jalal Al Ahmad based on Van Leeuwen's model (2008). *Language of Cognition*, 6(2), 77-97.
- Leeuwen, V. (2007). *Legitimation in discourse and communication*. London, Los Angeles, New Dehli and Singapore

- Parsa, S. A. (2004). Proverbs from a new perspective. *The Growth of Persian Literature Education*, 75, 118-123.
- Parsa, S. A. (2012). Siri in twelve thousand Persian proverbs and their thirty thousand equivalents. *The Book of the Month of Literature and Philosophy*, 65-66.
- Parsa, S. A. (2014). *Persian proverbs and Maxims an analysis and literary Description*. Research Institute of Humanities and Cultural Studies.
- RezaeiPanah, A. (2015). Analysis of the quality of representation of the concept of political legitimacy in the discourse of Iranian constitutionalist scholars. *Political Thought in Islam*, 11, 75-98.
- Shakurzadeh Beluri, E. (2008). *Twelve thousand Persian proverbs and their thirty thousand equivalents*. Astan Quds Razavi Publications.
- Motawalli, K. (2005). *Public opinion and methods of persuasion*. Tehran: Behjat.
- Van Leeuwen, T. (2017). Construction of legitimization discourse. *Analysis of Political Discourse (Chapter 8)* (translated into Farsi by Amir Rezaei Panah and Samia Shoukti Moqrab). TISA.
- Vivian, b. (2016). Social constructionism and discourse analysis. *Political Discourse Analysis (Chapter 10)* (translated into Farsi by Amir Rezaei Panah and Samieh Shoukti Mogharab). Nakisa
- Yarmohammadi, L. (2004). Communication within critical discourse perspectives. Hermes.
- Yarmohammadi, L. (2004). Mainstrem and critical discourse. Hermes.
- Yarmohammadi, L. (2012). *An introduction to discourse studies*. Phoenix.
- Zolhaim, R. (2011). *Old Arabic proverbs* (translated into Farsi by Ahmed Shafiiha). University Press.