

سید محسن مهدی نیا چوبی

کارشناس ارشد زبان و ادب فارسی و دبیر دبیرستان‌ها و مراکز
پیش‌دانشگاهی و مدرس دانشگاه مازندران

چکیده

تشبیه (simile) یکی از هنرمندانه‌ترین و ارزش‌مندترین هنجارگریزی معنایی (semantic deviation) است. در هنجارگریزی معنایی، به کارگیری آرایه‌گاه برحسب انتخاب (selection) و گاهی براساس ترکیب (combination) صورت می‌گیرد. انتخاب از روی محور جانشینی برحسب تشابه، به استعاره می‌انجامد و ترکیب بر روی محور هم‌نشینی به آرایه‌هایی چون متناقض‌نما (پارادوکس) و ابهام منجر می‌شود. به کار بردن این آرایه، به نظر ساختارگرایان به برجسته‌سازی (foregrounding) می‌انجامد (صفوی، ۱۳۸۰، ج ۲: ۱۷۰) که ارزش زیباشناختی دارد؛ چرا که در تشبیه، بین دو چیز یا دو کس ادعای هم‌سانی می‌شود، که درواقع چنین نیست، و بدین سبب ذهن به اعجاب و شگفتی واداشته می‌شود. «این که تشبیه در ادبیات ملل عموماً از نخستین اشکال تصویری‌گری نزد شعرا بوده است» (فرهنگ اصطلاحات ادبی، داد، ۱۳۷۸: ۷۵)، اهمیت این آرایه را آشکار می‌کند. در این مقاله، هدف ما بررسی نظریه‌ی ساختارگرایان در مورد آرایه‌های ادبی نیست بلکه برآنیم تا چیستی «تشبیه» را تا حدودی آشکار کنیم.

کلیدواژه‌ها:

تشبیه، جمله‌های خبری، برجسته‌سازی، پرسش بلاغی.



قبل از هر سخنی، باید تشبیه را تعریف کرد: «تشبیه درواقع، مانند کردن چیزی است به چیز دیگر (کسی به کس دیگر) در صفت یا ویژگی‌ای با وجود چند شرط: ۱. مبتنی بر کذب و دروغ باشد نه صدق و حقیقت؛ ۲. جمله‌ی

یا هرچه خواننده‌ای همه در زیر خاک کن» بود که در خودآزمایی صفحه‌ی ۶۹ کتاب آرایه‌های ادبی سال سوم فرهنگ و ادب آمده است. آن گروه از همکاران، به‌اتفاق (جز آقای دکتر ستاری) می‌گفتند که در ابیات یاد شده «تشبیه» به کار رفته است.

آنچه برآیم داشت تا بدین جستار بپردازم، اظهار نظر برخی از استادان و دبیران زبان و ادبیات فارسی (شهرستان بابل) در مورد ابیاتی چون «گرت ز دست برآید چو نخل باش کریم/ ورت به دست نیاید چو سرو باش آزاد» و «گفتا برو چو خاک تحمل کن ای فقیه/

حاوی تشبیه باید اخباری باشد نه غیر آن (استثنا دارد)؛ ۳. جمله‌ها و ابیات حاوی تشبیه باید سبب اعجاب و شگفتی خواننده و شنونده شوند؛ ۴. مشبه‌بھی که در تشبیه می‌آید، باید در سنت شعری ما، به‌نوعی، نشانه (سمبل) شده باشد و...».

۱. جمله‌ی حاوی تشبیه باید مبتنی بر کذب و دروغ باشد (ادعایی باشد) نه مبتنی بر صدق (شمیسا، ۱۳۷۲: ۷۵). وقتی که شاعر یا نویسنده، کسی (چیزی) را در ویژگی یا صفتی به کسی (چیزی) دیگر مانند می‌کند، در واقع ادعایی دروغین دارد؛ در غیر این صورت، ادعایش معنایی نخواهد داشت. وقتی کسی می‌گوید «قد فلانی مثل سرو است»، خود می‌داند که این تشبیه و ادعا غیر حقیقی است نه مبتنی بر صدق. اگر حقیقی بود، نه تنها «فلانی» گرامی داشته نمی‌شد بلکه تحقیر نیز می‌شد؛ زیرا اگر کسی قدی به بلندی سرو داشته باشد، دیگر محبوب کسی نیست. می‌بینیم که ادعایی بودن، به تشبیه ارزش هنری می‌بخشد؛ در نتیجه، می‌توان گفت که جملاتی مانند «علی مثل پدرش بخشنده است» و «احسان مثل حمید با عراقی‌ها جنگید» از زیور تشبیه بی‌بهره‌اند؛ زیرا مبتنی بر صدق‌اند نه کذب.

۲. جمله‌ها و ابیات حاوی تشبیه باید «اخباری» باشند نه امری و پرسشی (مگر در چند مورد):

هنرمند زمانی می‌تواند از تشبیه در سخن خود بهره بگیرد که جمله یا عبارتش در قالب خبری ارائه شود. به بیان دیگر، او ناگزیر است که برای بیان ادعای خود از ساخت خبری استفاده کند؛ در غیر این صورت، ادعای او معنایی ندارد. برای مثال، مسعود سعد در بیت «که بکوشم به جهد چون مور/ که بیچم ز درد چون ماری» از تشبیه برای بیان حال خود استفاده کرده و ادعا می‌کند که در

سخت کوشی مثل مور، و در بی‌تابی و به خود پیچیدن، مثل مار است. حال اگر شاعر این بیت را به شکل سؤالی مطرح می‌کرد، آیا می‌توانست ادعا کند که مثل مور و مار می‌کوشد و به‌خود می‌پیچد؟ مسلماً نمی‌توانست چنین ادعایی داشته باشد. پس، جمله‌هایی چون «به‌سان کوه استوار باش» و «آیا مثل سرو آزاده‌ای؟» و «اگر توانایی داری مثل باد سریع باش» ارزش هنری ندارند؛ زیرا هیچ‌گونه ادعایی در آن‌ها مطرح نشده است. البته ساخت تشبیه در عبارت غیر خبری نیز ممکن است، که در زیر به آن می‌پردازیم.

۲-۱- تشبیه یا عبارت تشبیه‌ی در بطن جمله‌ی اصلی قرار گرفته باشد و خود مستقل بنماید؛ مثلاً سعدی در بیت «به خدا که پرده از روی چو آتشت برافکن/ که به اتفاق بینی دل عالمی سپندت» از تشبیه بهره گرفته است که حکم جمله‌ی معترضه دارد. جمله‌ی اصلی چنین است: «به خدا که پرده برافکن» و عبارت «روی چون آتش» گویی خود، جمله‌ای دیگر است و به این شکل تأویل می‌شود که «به خدا که پرده از رویی که چون آتش است، برافکن».

۲-۲- تشبیه به کار گرفته شده در جمله‌های غیر اخباری از نوع بلیغ (صریح، رسا، اضافه‌ی تشبیه‌ی) باشد؛ برای مثال، حافظ در بیت «دست از مس وجود چو مردان ره بشوی/ تا کیمیای عشق بیایی و زرشوی» تشبیه بلیغ «مس وجود» و «کیمیای عشق» را در ساخت جمله‌ی امری به کار گرفته که قابل تأویل به جمله‌ای دیگر است: «دست از وجود- که مثل مس است- چو مردان ره بشوی».

۳-۲- دیگر این که جمله‌ی پرسشی از نوع پرسش بلاغی (Rhetoric question) باشد که ارزش هنری و زیبایی‌شناختی دارد؛ برای نمونه، نظامی در بیت «چند پری چون مگسی بهر قوت/ در دهن این تنه‌ی عنکبوت»

تشبیه را در ساخت جمله‌ی پرسشی به کار گرفته که بلاغی و هنری است. او در این ساخت، دنیاپرستان را «نهی» کرده و پرسیده است: «چرا چون مگس به سوی توشه می‌پرید». مولانا نیز در بیت «نگفتمت که چو مرغان به سوی دام مرو/ بیا که قوت پرواز پر و پات منم» در ساخت جمله‌ی پرسشی و نهی، از «تشبیه» بهره گرفته است که ارزش زیبایی‌شناسی دارد (برای ایجاب و تحذیر). در واقع می‌گوید که به‌یقین پیش از این به شما گفته بودم که به‌سوی دانه و دام نروید و برحذر باشید.

۴-۲- از موارد دیگر که تشبیه در ساخت غیر اخباری می‌آید، **تجاهل‌العارف** است؛ تجاهل‌العارف یعنی این که هنرمند موضوعی را می‌داند اما خود را به نادانی می‌زند و در واقع، برای بیان اغراق و نوعی تشبیه تفضیل از این ساخت بهره می‌گیرد که ارزش بلاغی و زیبایی‌شناختی دارد؛ زیرا خواننده و شنونده را به اعجاب و التذاذ و اقناع وامی‌دارد. برای مثال، سعدی در بیت «این ماه دو هفته در نقاب است/ یا حوری دست در خضاب است؟» با استفاده از تجاهل‌العارف، محبوب خود را به ماه شب‌چهارده و حوری مانند کرده است. در این بیت، در روستا کلام با تشبیه مواجه نیستیم اما در ژرف ساخت، تشبیه وجود دارد (پرسش هنری هم در بیت دیده می‌شود).

پس، صرف به کار رفتن ارکان تشبیه در ابیاتی چون «گرت ز دست برآید چو نخل باش کریم/ ورت به دست نیاید چو سرو باش آزاد» و «گفتا برو چو خاک تحمل کن ای فقیه/ یا هرچه خوانده‌ای همه در زیر خاک کن» که در آن شاعر از کسی خواسته که اگر برایش ممکن است و توانایی دارد مثل نخل بخشنده باشد و اگر نمی‌تواند، لاقل مثل سرو آزاده باشد، دلیلی بر این که این ابیات و مانند این‌ها به زیور تشبیه آراسته شده‌اند، نیست و این امر نادرست به‌نظر می‌رسد.

در تشبیه،
بین دو چیز
یا دو کس
ادعای همسانی
می‌شود که
در واقع چنین
نیست و
بدین سبب،
ذهن به اعجاب
و شگفتی
واداشته
می‌شود

یکی از دلایل
هنری بودن
تشبیه و
کارکرد
زیباشناسی
آن، این است
که باید نوعی
حیرت و
شگفتی را در
ذهن مخاطب
(خواننده،
شنونده)
برانگیزد؛
حیرتی که
به دنبال آن
التذاذ و اقناع
باشد و گرنه
ارزشی نخواهد
داشت