

Semantic Analysis of Proverbs and its Usage in Persian lexicography: A Cognitive Approach

Vol. 14, No. 2, Tome 74
pp. 525-563
May & June 2023

Parivash Alaeian¹ , Seyed Mostafa Assi^{2*} , Ali Karimi Firozjaei³ , &
Hayat Ameri⁴ 

Abstract

most important The way of arranging proverbs in dictionaries has been one of the problems for lexicographers and paremiographers. Therefore in this study, based on cognitive semantic approach, the way of arranging proverbs in dictionaries was considered. The purpose of the current study is to organize proverbs in dictionaries in a new, non-linear and non-alphabetical way and according to a scientific and theory-based study, the following research question was approach. To achieve the purpose of the proposed: How to use a way other than the usual alphabetical and linear way based on which proverbs are presented in dictionaries? To do this, based on descriptive-analytical method and cognitive semantics approach and its mechanisms, such as conceptual metaphor, conceptual metonymy and conventional knowledge, the authors have examined the data extracted from *The great two-volume Dictionary of Persian Proverbs* (Zolfaghari, 2009), *The famous Proverbs of Iran* (Soheili, 2005) and internet resources. The results indicated that according to semantic motivation and the concepts of target domains of the proverbs, a non-linear and non-alphabetical way can be proposed for arranging proverbs and their equivalents in order to reflect the conceptual structures of mind and language and to help language learners to learn and remember them easily.

Keywords:: lexicography, cognitive semantics, conceptual metaphor, conceptual metonymy, idioms, proverbs

Received: 13 August 2021
Received in revised form: 24 October 2021
Accepted: 12 November 2021

1. Ph.D. in General Linguistics, Islamic Azad University, Tehran North Branch, Tehran, Iran; ORCID ID: <http://orcid.org/0001-8341-779x>
2. Corresponding author: Professor of Linguistics, Research Institute of Humanities and Cultural Studies, Tehran, Iran; Email: _M_ASSI@IHCS.AC.IR
ORCID ID: <http://orcid.org/0003-0003-3799-1103>
3. Associate Professor of General Linguistics Department, Payam Noor University, Tehran, Iran; ORCID ID: <http://orcid.org/0001-0001-6836-8176>
4. Associate Professor of Linguistics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran; ORCID ID: <http://orcid.org/0002-2627-3862-0000>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

1. Introduction

In this study, the proverbs are described and analyzed according to cognitive semantics approach, and applying this approach in lexicography is examined because the current dictionaries in general, and dictionary of proverbs in specific, are in alphabetical and linear way, therefore the users have some problems in finding a proverb and its meaning.

With the emergence of electronic dictionaries and due to the inadequacies of existing Persian dictionaries, a scientific and theory-based approach is required in lexicography. One of the most important issues in lexicography is the way of arranging entries including lexical items (words and groups of words) and their equivalents in a way that is useful to dictionary users. Accordingly the way of arranging proverbs in a dictionary is very important for lexicographers and paremiographers. There are some problems encountering a Persian dictionary of proverb which is organized in a linear and alphabetical way. One of these problems is that if a user doesn't know the standard form of a proverb, she/he can't find it easily in a dictionary because some proverbs start with different words (سیلی / سرکه نقد به از حلوی نسیه- (ز) (تعارف کم کن و بر مبلغ افزا). Other problem which is concerned with alphabetical ordering is that there isn't any conceptual relation between the proverbs which are listing one by one and under a specific entry. And another problem is that non-Persian language learners can't learn, understand and remember Persian proverbs easily.

According to above problems relating to dictionary of proverbs, cognitive linguists such as Geeraerts (2001) and Scabi (2002) pointed out the mutual relation between cognitive semantics and lexicography. Therefore the purpose of the current study is to organize proverbs in dictionary in a new non-linear and non-alphabetical way and according to a scientific and theory-based approach. To achieve the purpose of the study, the following research question was proposed: how to use a way other than the usual alphabetical and linear way based on which proverbs are presented in dictionaries?

2. Literature review

Regarding the subject of this paper which is about presenting proverbs in a new way in dictionaries, there isn't any study in Persian language, but there are papers according to characteristics of first domain of conceptual metaphors in proverbs. But the authors of this paper (2020) have written about the ordering of idioms in dictionaries according to cognitive semantic approach before.

Among non-Persian studies, the authors can point out the study of Coveceses and Szabo (1996) and Coveceses and Csabi (2014) which are about the systematic conceptual motivation for the meaning of idioms. They believe that most of idioms are based on conceptual metaphor, conceptual metonymy and conventional knowledge and cognitive semantic approach can make the learning of idioms more easily for non-native speakers. Csabi (2002) also believe that cognitive linguistics is able to offer a useful framework for lexicographers and provide essential background information about language and language use, which in turn may help the creation of systematic and well-founded dictionaries, with rich knowledge about specific words, meanings, and idioms.

The difference between current study and the other mentioned studies, is that some of non-Persian studies based on cognitive semantics, just explained about how the entries follow each other, how the meanings are arranged, and how idioms are represented within the dictionary in a way that best suits the user's needs. But in the current study, the authors have shown the new way of ordering proverbs in a dictionary practically.

3. Methodology

To do this, based on descriptive-analytical method and cognitive semantic approach and it's mechanisms such as conceptual metaphor, conceptual metonymy and conventional knowledge, the authors have examined the data

extracted from *The great two-volume Dictionary of Persian Proverbs* (Zolfaghary, 2009), *The famous proverbs of Iran* (Soheili, 2005) and internet resources.

In this study, proverbs, their meaning, metaphors, metonymy, conceptual domains, such as first and target domains, and their semantic motivation are mentioned in schedules. Then regarding the innovative way in lexicography, the result of these schedules are analyzed in some patterns relating to a specific theory (i.e metaphor, metonymy and conventional knowledge).

In this new way for ordering proverbs in a dictionary, lexicographers must take into account the target domain of proverbs. For example the source domain of 'fire' can be used to understand several abstract concepts, such as anger, love, imagination, energy, and etc. Or we can consider a target domain such as *سماجیت و پافشاری* and list the proverbs which have this target domain in common below it; such proverbs can be:

۱. مرغش یک پا دارد ۲. روی یک پا ایستادن ۳. دو پا را در یک کفش کردن

4. Results

The results indicated that most of the proverbs are analyzable according to cognitive semantic approach and its principals such as conceptual metaphors, conceptual metonymy, conventional knowledge, and conceptual motivation. In fact these principals are bases for describing and analyzing proverbs in Persian dictionaries which lead to an innovative way for organizing proverbs in a non-linear and non-alphabetical way. As an example we can consider the metaphoric proverb: *چوب تر را چنان که خواهی پیچ نشود جز به آتش راست* which its conceptual metaphor is:

(raising a child means twisting a wet wood)

In this example, the exact meaning of the proverb is according to

conceptual mapping of source domain (پیچاندن چوب تر) to target domain (تربیت کردن), along with correspondences between conceptual elements of source and target that leads to comprehend the target domain by way of source domain.

At the end, authors concluded that by applying this innovative, knowledge-base and theory-base method, and by using these three cognitive principals, and according to concepts of target domain and considering semantic motivation of proverbs, lexicographers can organize the proverbs in non-linear and non-alphabetical way that reflects the conceptual system of our mind, and makes learning and remembering easier for non-Persian or foreign language learners.





شپښکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



دوماهنامه بین‌المللی

د ۱۴، ش ۲ (پیاپی ۷۴)، خرداد و تیر ۱۴۰۲، صص ۵۲۵-۵۲۳

مقاله پژوهشی

<http://dorl.net/dor/20.1001.1.23223081.1401.0.0.123.5>

تحلیل معناشناختی ضرب‌المثل‌ها و کاربرد آن در فرهنگ‌نگاری فارسی: رویکردی شناختی

پریوش اعلائیان^۱، سیدمصطفی عاصی^{۲*}، علی کریمی فیروزجایی^۳، حیات عامری^۴

۱. دکتری تخصصی زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

۲. استاد و رئیس پژوهشکده زبان‌شناسی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ایران

۳. دانشیار گروه زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۴. دانشیار گروه زبان‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۲۲

چکیده

شیوه فهرست کردن مقوله زبانی ضرب‌المثل در فرهنگ‌ها همواره یکی از مسائلی بوده است که فرهنگ‌نگاران و مثل‌نگاران با آن روبه‌رو بوده‌اند. از این‌رو در این تحقیق به چگونگی فهرست کردن ضرب‌المثل‌ها در فرهنگ‌های لغت فارسی و به‌خصوص در فرهنگ‌های ضرب‌المثل فارسی، براساس رویکرد معناشناسی شناختی پرداخته شد. هدف از پژوهش حاضر ارائه ضرب‌المثل‌ها به شیوه‌ای بدیع، غیرخطی و غیرالفبایی با مبنایی علمی و مبتنی بر نظریه در فرهنگ‌هاست. برای رسیدن به هدف پژوهش این سؤال مطرح می‌شود: با به‌کارگیری اصول معناشناسی شناختی چگونه می‌توان شیوه‌ای جدا از شیوه متداول الفبایی و خطی برای فهرست کردن ضرب‌المثل‌ها و ارائه معادل‌های آن‌ها در نظر گرفت؟ در این راستا، نگارندگان با تکیه بر روش توصیفی-تحلیلی و با به‌کارگیری سازوکارهای شناختی استعاره مفهومی، مجاز مفهومی و دانش متعارف به بررسی داده‌های برگرفته از فرهنگ بزرگ دوجلدی *ضرب‌المثل‌های فارسی* (ذوالفقاری، ۱۳۸۸)، کتاب *ضرب‌المثل‌های معروف ایران* (سهیلی، ۱۳۸۵) و منابع اینترنتی پرداختند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که با تکیه بر انگیزه معنایی و براساس مفاهیم قلمرو مقصد ضرب‌المثل‌ها، در فرهنگ‌های لغت می‌توان شیوه‌ای غیرخطی و غیرالفبایی برای چینش ضرب‌المثل‌ها و معادل‌های آن‌ها ارائه کرد که منعکس‌کننده ساختار نظام مفهومی ذهن ما باشد و در امر زبان‌آموزی نیز به درک و یادسپاری زبان‌آموزان کمک کند.

واژه‌های کلیدی: ضرب‌المثل، فرهنگ‌نگاری، معناشناسی شناختی، استعاره مفهومی، مجاز مفهومی.

E-mail: S_M_ASSI@IHCS.AC.IR

* نویسنده مسئول مقاله:

۱. مقدمه

چگونگی ارائه واحدهای واژگانی چندکلمه‌ای یکی از مشکل‌ترین موضوعات برای فرهنگ‌نگاران است. مسئله بن‌واژه‌سازی^۱ نیز در صدر این مشکلات قرار دارد؛ به این معنا که فرهنگ‌نگاران کجا و چگونه می‌توانند اصطلاحات و ضرب‌المثل‌ها را فهرست کنند. برای مثال فرهنگ ضرب‌المثلی که به شیوه الفبایی تدوین شده باشد فرهنگ کاربرپسندی نیست، زیرا اگر کاربر صورت استاندارد ضرب‌المثل را نداند به راحتی نمی‌تواند آن را در فرهنگ پیدا کند. مسئله مهم دیگر در ارتباط با چینش الفبایی ضرب‌المثل‌ها این است که یک ضرب‌المثل با ترتیبی ارائه می‌شود یا ذیل مدخلی ثبت می‌شود که به لحاظ معنایی ارتباطی با آن مدخل ندارد و بر مفهوم دیگری دلالت می‌کند، پس به نظر می‌رسد که این چینش خطی و الفبایی نمی‌تواند چندبعدی بودن ساختار معانی را نشان دهد و مانع از دسترسی سریع و سهولت یادگیری و یادسپاری کاربران، به ویژه زبان‌آموزان غیرفارسی می‌شود.

باتوجه به مشکلات مطرح‌شده مبنی بر چینش خطی و الفبایی ضرب‌المثل‌ها در فرهنگ‌های فارسی، ضرورت تحقیق و پژوهش‌های مشابه در حوزه مقوله ضرب‌المثل‌ها وجود دارد و اهمیت این پژوهش می‌تواند در امر فرهنگ‌نگاری و نیز در بحث آموزش زبان فارسی به غیرفارسی‌زبانان مورد توجه قرار گیرد. معناشناسان شناختی چون گیرارتس^۲ (2001) و چابی^۳ (2002) بر همین اساس به ارتباط دوجانبه‌ای که بین معناشناسی شناختی و فرهنگ‌نگاری وجود دارد اشاره می‌کنند و با مطرح کردن ابعاد معناشناسی شناختی و انتظاراتی که به کار فرهنگ‌نگاری مربوط می‌شود، به دنبال آن بوده‌اند که نشان دهند این ویژگی‌های پیش‌بینی‌شده در واقع بخشی از فعالیت واقعی فرهنگ‌نگاری هستند.

پژوهش حاضر در پاسخ به این پرسش شکل گرفته است که: با به‌کارگیری اصول معناشناسی شناختی چگونه می‌توان شیوه‌ای جدا از شیوه متداول الفبایی و خطی برای فهرست کردن ضرب‌المثل‌ها و ارائه معادل‌های آن‌ها در نظر گرفت؟

فرضیه پژوهش نیز عبارت است از: با استفاده از نظریه‌های معناشناسی شناختی، چون استعاره مفهومی، مجاز مفهومی و دانش متعارف^۴ می‌توان ضرب‌المثل‌ها را به شیوه‌ای

غیرخطی و غیرالفبایی در فرهنگ‌ها ارائه داد.

در ادامه از پیشینه مطالعاتی که تا حدودی نزدیک به موضوع پژوهش است، استفاده شده است. در قسمت مبانی نظری، ضرب‌المثل‌ها در زبان و چارچوب نظری که شامل استعاره مفهومی، مجاز مفهومی و دانش متعارف است به تفصیل عنوان شده و در ادامه روش تحقیق مطرح شده است و پس از آن داده‌ها مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. در انتها نتایج به دست آمده با ارجاع به بخش تحلیل داده‌ها و برخی مثال‌ها، مطرح و تأیید می‌شوند.

۲. پیشینه پژوهش

در این بخش تحقیقاتی که در زمینه ضرب‌المثل‌ها صورت گرفته، آورده شده‌اند که در دو زیربخش مطالعات ایرانی و غیرایرانی مطرح می‌شوند.

۱-۲. مطالعات ایرانی

رضایی و مقیمی (۱۳۹۲) به بررسی استعاره‌های مفهومی در ضرب‌المثل‌های فارسی پرداخته‌اند و نتایج پژوهش آن‌ها نشان داده است که درک مفاهیم در ضرب‌المثل‌ها بر پایه حوزه‌های مبدایی^۵ شکل گرفته که برآمده از زندگی فردی و اجتماعی انسان‌هاست. ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی استعاره‌های مفهومی حوزه عشق در ضرب‌المثل‌های فارسی، انگلیسی و ترکی پرداخته‌اند و پربسامدترین نکاشت‌نام‌ها^۶ و حوزه‌های مبدأ را که برای مفهوم‌سازی عشق به کار رفته‌اند در سه زبان مشخص کرده‌اند. اعلائیان و همکاران (۱۳۹۹) به توصیف و تحلیل اصطلاحات در فرهنگ‌نگاری فارسی پرداخته‌اند و عبارات اصطلاحی را به محک مفاهیم شناختی استعاره مفهومی، مجاز مفهومی و دانش متعارف درآورده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که با ارائه بسته‌های استعاری، مجازی و مبتنی بر دانش متعارف و به شیوه‌ای غیرخطی می‌توان به بن‌واژه‌سازی و چینش اصطلاحات در فرهنگ‌های لغت پرداخت.

۲-۲. مطالعات غیرایرانی

از منابع غیرفارسی مرتبط با پژوهش حاضر می‌توان به کووچش^۷ و سابو^۸ (1996) در مورد اصطلاحات اشاره کرد که معتقدند انگیزتگی مفهومی نظام‌مندی برای معانی بیشتر اصطلاحات وجود دارد و اکثر این اصطلاحات بر مبنای استعاره، مجاز و دانش متعارف هستند و نگرش معناشناسی شناختی می‌تواند یادگیری اصطلاحات را برای گویشوران غیربومی ساده‌تر کند. همچنین در همین ارتباط می‌توان به کووچش و چابی (2014) اشاره کرد که معتقدند کاربرد بالقوه ساختارهای مفهومی بنیادین زبان‌شناسی شناختی در فرهنگ‌نگاری می‌تواند کارآمد باشد. آن‌ها همچنین در ارتباط با موضوع فرهنگ‌نگاری مجازهای مفهومی، استعاره‌های مفهومی و چندمعنایی را بررسی کرده‌اند و بخشی را به اصطلاحات و نقش آن‌ها و نیز ترتیب احتمالی آن‌ها در فرهنگ‌ها اختصاص داده‌اند.

از منابع غیرفارسی که به بررسی ضرب‌المثل‌ها از دیدگاه شناختی پرداخته‌اند می‌توان به گیس^۹ (2001) اشاره کرد که معتقد است درک ضرب‌المثل‌ها در بردارنده اندیشه استعاری روشن و ملموس است و مردم توانایی برقراری ارتباطات استعاری بین آنچه را که ضرب‌المثل‌ها به‌طور ملموس بیان می‌کنند و آنچه که به‌طور مجازی بیان می‌کنند دارند. از تحقیقات دیگری که در مورد ضرب‌المثل‌ها صورت گرفته می‌توان به مورنو^{۱۰} (2005)، لواندوفسکا و آنتوس (2014) و طاهر (2019) اشاره کرد که با در نظر گرفتن سازوکارهای شناختی نشان داده‌اند که ضرب‌المثل‌ها بر اصول جهانی شناختی استوار هستند. منسیور^{۱۱} و سعید^{۱۲} (2020) هم به تشریح سازوکارهای شناختی مرتبط با بدن که موجب می‌شوند بشر در ساخت ضرب‌المثل‌ها به‌کار گیرد پرداخته‌اند و نتایج پژوهش آن‌ها نشان داده است که مفاهیم بدن انسان نشان‌دهنده کلیتی است که دال بر گسترش ضرب‌المثل‌ها از فرهنگی به فرهنگ دیگر است.

۳-۲. جمع‌بندی پیشینه مطالعات و تفاوت آن با پژوهش حاضر

با توجه به پیشینه مطالعات ایرانی و غیرایرانی که در باب ضرب‌المثل‌ها، اعم از زبان فارسی

و دیگر زبان‌ها در چارچوب معناشناسی شناختی، نظریه‌ها و مفاهیم آن صورت گرفته است می‌توان گفت که در بعضی از این پژوهش‌ها، به‌خصوص پژوهش‌های غیرایرانی، به کارایی نگرش شناختی در امر فرهنگ‌نگاری اشاره شده است، اما این موضوع فقط در حد اشاره بوده و هیچ سخنی درخصوص چگونگی کاربردی کردن این رویکرد در امر فرهنگ‌نگاری رانده نشده است. تفاوت کار پژوهش حاضر با موارد مذکور در پیشینه مطالعات در این نکته است که نگارندگان با تحلیل معنایی نمونه‌هایی از ضرب‌المثل‌های زبان فارسی عملاً نشان داده‌اند که فرهنگ‌نگاران چگونه و با استفاده از چه مؤلفه‌های شناختی می‌توانند به چینه این مقوله زبانی در فرهنگ‌ها بپردازند.

در ادامه به ارائه مبانی نظری پژوهش و نوآوری صورت‌گرفته در تحلیل داده‌ها براساس رویکرد معناشناسی شناختی می‌پردازیم.

۳. مبانی نظری

در این بخش به دنبال ارائه تعاریفی مرتبط با پژوهش حاضر هستیم. ضرب‌المثل‌ها در زبان، چارچوب پژوهش، استعاره مفهومی، انگیزتگی، مجاز مفهومی و دانش متعارف از جمله مواردی هستند که در این بخش به آن‌ها پرداخته می‌شود.

۳-۱. ضرب‌المثل‌ها در زبان

ذوالفقاری مثل را جمله‌ای کوتاه و گاه آهنگین که حاوی اندرزها، مضامین حکیمانه، و تجربیات قومی مشتمل بر تشبیه، استعاره یا کنایه است تعریف می‌کند که به دلیل روانی الفاظ، روشنی معنا، سادگی، شمول و کلیت در میان مردم شهرت و رواج یافته و آن‌ها با تغییر یا بدون تغییر آن را به‌کار می‌برند. وی همچنین می‌گوید ایجاز، اختصار و کوتاهی اولین درجه اهمیت را در میان تعریف‌های مثل دارد (ذوالفقاری، ۱۳۸۸، ص. ۲۵، ۲۶) و در باب شمول و کلیت اشاره می‌کند که مثل‌ها گرچه موضوع یا مورد و مضمون کوچکی را طرح می‌کنند، به دلیل استعاری بودن کلیدواژه‌ها حکم عام و کلی می‌یابند. مثلاً در ضرب‌المثل «نه بیل زدم نه پایه، انگور خوردم به سایه» هدف آن است که معنای عامی القا شود و آن «کوشش نکردن و چشم‌داشت سود داشتن است» (همان، ص. ۳۴). دهخدا آورده است که «مثل تشبیه کردن

معقولی یا امری انتزاعی و یا محسوس به محسوس با عبارتی کوتاه و نسبتاً فصیح است برای روشن کردن یا اثر زیاده دادن به معقول مثل همه امثال غیرجگمی» (۱۳۴۵، ص. ۲۱). از دیدگاه شناختی، ضرب‌المثل‌ها قالب‌های فرهنگی و زبانی هستند. به‌خصوص در زبان گفتاری به دلیل کوتاهی و اختصار، این قالب‌ها برای انتقال دانش به‌خوبی عمل می‌کنند. نکته دیگر این‌که از دیدگاه شناختی، ضرب‌المثل‌ها به‌لحاظ ذهنی اقتصادی هستند، زیرا از یک موقعیت خاصی که در آن‌ها مطرح شده است می‌توان موقعیت‌های دیگری را درک کرد (Moreno, 2005, pp. 42- 43). طبق این دیدگاه ضرب‌المثل‌ها می‌توانند به‌عنوان صورت‌های گفتاری کلیشه‌ای درک شوند که مانند استعاره‌ها اساسشان مفاهیم شناختی است و به‌لحاظ اجتماعی کارایی دارند. استعاره‌های مفهومی امکان بیان سریع مفاهیم موجود در ذهن را به انسان می‌دهند. ضرب‌المثل‌ها از این منظر با استعاره‌های مفهومی مرزهای مشابهی دارند (Grzybek, 1998, p. 133).

۳-۲ چارچوب نظری پژوهش

در این پژوهش با استفاده از نظریه‌ها و مفاهیم معناشناسی شناختی شیوه جدیدی برای فهرست کردن ضرب‌المثل‌های موجود در فرهنگ‌ها پیشنهاد می‌شود. از آنجا که زبان‌شناسان شناختی بر مطالعه معنا تأکید دارند، به‌نظر می‌رسد که به‌کارگیری اصول و نظریه‌های معناشناسی شناختی می‌تواند در امر چینش، بن‌واژه‌سازی و معادل‌دهی برای اصطلاحات و ضرب‌المثل‌ها موفق باشد. به این منظور و با تکیه بر رویکرد معناشناسی شناختی، به تعاریفی از استعاره مفهومی، مجاز مفهومی و دانش متعارف می‌پردازیم.

۳-۲-۱. استعاره مفهومی

نظام مفهومی ما که براساس آن فکر و عمل می‌کنیم ماهیتی مبتنی بر استعاره دارد و کودک نیز از آغاز زبان‌آموزی با این تعامل شناختی روبه‌رو است (شجاع‌رضوی و همکاران، ۱۳۹۵، ص. ۲۹۳). لیکاف^{۱۳} و جانسون^{۱۴} (1980) به نقل از کووچش و چابی (2014, p.128) در کتاب استعاره‌هایی که با آن زندگی می‌کنیم افق جدیدی را در مطالعات زبان و ذهن مطرح کردند. طبق نظریه آن‌ها استعاره فرایندی است که طی آن یک حوزه تجربی (A) برحسب

حوزه تجربی دیگر (B) درک می‌شود. یعنی استعاره شامل یک حوزه مبدأ (B) و یک حوزه مقصد (A) است که مبدأ به حوزه‌ای عینی‌تر و مقصد به حوزه‌ای انتزاعی‌تر تعلق دارد. بنابراین، مثلاً وقتی در مورد «زندگی» یا «عشق» به عنوان «سفر» فکر یا صحبت می‌کنیم، عناصری چون زندگی و عشق قلمرو مقصد هستند.

در بحث پیرامون استعاره، کوچش و چابی (2014, pp.132-133) مثال‌هایی از اصطلاحات استعاره - بنیاد در مورد «آتش» ذکر کرده‌اند. تمام این اصطلاحات از واحدهای واژگانی که در حوزه آتش هستند استفاده کرده‌اند، بنابراین کلمات خاصی در به وجود آوردن چنین اصطلاحاتی دخیل نیستند، بلکه کل حوزه مفهومی آتش در خلق چنین اصطلاحاتی دخیل است. حوزه مفهومی آتش برای درک مفاهیم متمایز انتزاعی مثل خشم، عشق، تصور، انرژی و غیره به کار رفته است. استعاره‌های مربوط به آتش بخش‌هایی از استعاره‌های مفهومی را تشکیل داده‌اند، مثل: خشم آتش است، عشق آتش است و...

- He was spitting fire.
- The fire between them finally went out.
- The painting set fire to the composer's imagination.
- The killing sparked off riots in the major cities.
- He was burning the candle at both ends.
- The bank robber snuffed out Sam's life.
- The speaker fanned the flames of the crowd's enthusiasm.



شکل ۱: چند قلمرو مفهومی مقصد که دارای یک قلمرو مفهومی مبدأ مشترک (آتش) هستند (Kovecses & Csabi, 2014, p. 135)

Figure 1. Several targets with a single shared source (fire). (Kovecses & Csabi, 2014, p. 135)

کووچش و چابی (ibid, p.129) به این مطلب اشاره می‌کنند که بعضی از روش‌های استفاده از استعاره مفهومی در فرهنگ‌نگاری توسط راندل^{۱۱} (2012, p.70) مطرح شده است. وی ادعا می‌کند که کتاب *استعاره‌هایی که با آن زندگی می‌کنیم* اثر لیکاف و جانسون (1980)، متنی است که فرهنگ‌نگاران را آگاه می‌کند و بعضی از ایده‌های آن در بعضی فرهنگ‌ها به کار گرفته شده است. مثلاً فرهنگ مک‌میلان^{۱۲} دارای شصت بسته استعاری با مثال‌های یافت استعاری است که آگاهی زبان‌آموزان را از ماهیت استعاری زبان برمی‌انگیزد. برای مثال ذیل مدخل «زمان» می‌گوید «زمان مانند پول است» یا «زمان چیزی است که شما آن را می‌خرید و از آن استفاده می‌کنید». لیکاف و جانسون (2003, pp.245-246) و دیگر دانشمندان شناختی به «نگاشت» نیز اشاره می‌کنند که عبارت است از تناظرهایی که بین قلمرو مبدأ و قلمرو مقصد وجود دارد. به این معنا که عناصر مفهومی قلمرو مقصد، با عناصر مفهومی قلمرو مبدأ شباهت و تناظر دارند و همین موضوع موجب فهم قلمرو مقصد به کمک قلمرو مبدأ می‌شود.

کووچش و چابی سپس به اصطلاحات و نحوه ارائه آن‌ها در فرهنگ‌ها پرداخته‌اند و فهرست کردن این مقوله گروهی زبان را برحسب الفبا و کلمات کلیدی، با فهرست کردن برحسب استعاره مفهومی مقایسه کرده و نتیجه گرفته‌اند که فهرست کردن اصطلاحات به صورت اصطلاحات استعاره - بنیاد هم اقتصادی است و هم نظام مفهومی ذهن را نظام‌مند می‌کند.

در پژوهش حاضر، نگارندگان برآنند که ضرب‌المثل‌ها را نیز براساس استعاره مفهومی، به شیوه‌ای نوآورانه در جدول‌هایی تحلیل کنند.

۲-۳. انگیختگی در زبان‌شناسی شناختی

زبان‌شناسی شناختی ادعا می‌کند که نظام مفهومی و نظام زبانی به هم مرتبط هستند. اصول یکسان و عوامل انگیزشی یکسان در هر دو عمل می‌کنند. انگیختگی پدیده مهمی در زبان‌شناسی شناختی است. انگیختگی چیزی در زبان یا در ذهن یعنی آن چیز نه قراردادی و نه قابل پیش‌بینی است: یعنی ارتباط بین A و B فقط در صورتی انگیخته است که یک ارتباط

مستقلی (A-L-B) بین آن‌ها باشد (Lakoff, 1987, p. 448).

دلیل اهمیت انگیختگی آن است که یادگیری چیزی که انگیخته است ساده‌تر از چیزی است که قراردادی است. همچنین یادگیری و استفاده از دانش انگیخته ساده‌تر از دانش قراردادی است (ibid, p.346). در باب انگیختگی می‌توان به ضرب‌المثل «چشم‌وگوش‌بسته» اشاره کرد که عنصر معنایی چشم و گوش عنصر معنایی آگاهی و اطلاع را برمی‌انگیزد.

۳-۳. مجاز مفهومی

از حوزه‌های مرتبط با استعاره در زبان‌شناسی شناختی می‌توان از مجاز نام برد. زبان‌شناسان شناختی مجاز را به‌عنوان یک ابزار زبانی زائد تلقی نمی‌کنند که تنها نقش آن پرهیز از معنای تحت‌اللفظی و بیان معنایی متفاوت است (Kovecses & Csabi, 2014, p. 127). کووچس و رادن^{۱۸} (1998, p.39)، به نقل از کووچس و چابی (2014, p.127)، مجاز را فرایندی شناختی در نظر گرفته‌اند که در آن یک عنصر مفهومی، یعنی محمل^{۱۹}، موجب می‌شود تا رهیافت ذهنی به عنصر مفهومی دیگر، یعنی مقصد^{۲۰}، درون همان قالب یا الگوی شناختی آرمانی شده^{۲۱} صورت پذیرد.

مثلاً در قالب رستوران یا الگوی شناختی آرمانی شده رستوران، گوینده جمله «ساندویچ همبرگر نوشابه را روی خودش ریخت» رهیافت ذهنی به عنصر مفهومی «شخصی که ساندویچ همبرگر سفارش داده» یعنی مقصد، از طریق عنصر مفهومی «ساندویچ همبرگر» یعنی محمل، که متعلق به همان قالب است، فراهم می‌کند (Kovecses & Csabi, 2014, p. 127).

بر همین اساس ضرب‌المثل‌های زبان فارسی را می‌توان از منظر مجاز نیز مورد تحلیل قرار داد و با در نظر گرفتن انگیزه معنایی و عناصر مفهومی محمل و مقصد، مفهوم مقصد ضرب‌المثل‌های مجاز - بنیاد را تعیین کرد و از طریق این مفهوم مقصد به‌عنوان مدخل، ضرب‌المثل‌ها را در فرهنگ‌ها فهرست کرد. همچنین می‌توان با تشخیص عناصر مفهومی مقصد مشترک نیز ضرب‌المثل‌های مترادف را مشخص و ذیل یک مفهوم ارائه کرد. نمونه زیر نشان می‌دهد که این ضرب‌المثل می‌تواند ذیل مدخل‌ها یا مفاهیم «آبرو، اعتبار و رونق» آورده شود.

از سکه افتادن = از رونق افتادن / بی‌آبرو / بی‌اعتبار شدن ← عنصر مفهومی سکه به جای / برای دسترسی به عنصر مفهومی آبرو / اعتبار و رونق. پس می‌توان گفت که فهرست کردن این ضرب‌المثل ذیل حرف «الف» یا برحسب کلمه کلیدی «سکه»، در بحث درک معنا هیچ کمکی به زبان‌وران نمی‌کند.

۴-۳. دانش متعارف

دانش متعارف یک سازوکار شناختی دیگر است که معنای اصطلاحات را انگیزه می‌کند و عبارت است از دانش مشترک افراد یک فرهنگ معین درباره یک قلمرو مفهومی خاص. برای مثال می‌توان قلمرو مفهومی دست انسان را در نظر گرفت. طبق تعریف، دانش مشترک در مورد دست انسان شامل اطلاعات استاندارد است که همه ما در مورد اجزا، شکل، اندازه، کاربرد و عملکرد دست انسان داریم به علاوه سلسله‌مراتب بزرگ‌تری که دست بخشی از آن است، مانند دست بخشی از بازوست (Kovecses, 2010, p. 243).

زبان‌شناسان شناختی دیگر بر دانش متعارف نام‌های مختلفی گذاشته‌اند: لیکاف (1987) آن را الگوی شناختی آرمانی‌شده، لانگاکر^{۲۲} (1987) طرحواره^{۲۳} هالند^{۲۴} و کوین^{۲۵} (1987) الگوی فرهنگی^{۲۶} یا نظریه عامه^{۲۷}، فیلمور^{۲۸} (1982) قالب^{۲۹} یا صحنه^{۳۰} نامیده‌اند، به طوری که فیلمور اذعان داشته است که صحنه‌ها سازمان‌های منسجمی از تجربه بشر هستند. برای مثال، عبارت «کسی دستش پر بودن» را در نظر بگیرید. وقتی ما چیزهایی در دست داشته باشیم، نمی‌توانیم به راحتی چیزهای دیگری را برداریم و با دستمان کار دیگری را انجام دهیم، یعنی ما وقتی مشغول انجام کاری با دست هستیم دیگر نمی‌توانیم کار دیگری را انجام دهیم. پس این دانش کلی مشترک بین انسان‌ها، همان دانش متعارف است که انگیزه معنایی را ایجاد می‌کند (Kovecses & Szabo, 1996, pp. 338-339).

در پژوهش حاضر دانش متعارف نیز همچون استعاره مفهومی و مجاز مفهومی مبنایی برای دسته‌بندی ضرب‌المثل‌ها واقع شده است.

۴. روش تحقیق

این پژوهش که به روش کتابخانه‌ای و از نوع توصیفی - تحلیلی است، بر حسب هدفی که دنبال می‌کند از نوع کاربردی است. رویکرد مورد استفاده در این پژوهش معناشناسی شناختی است و محدوده تحقیق ضرب‌المثل‌های زبان فارسی هستند. همچنین پیکره مورد استفاده، ضرب‌المثل‌های گردآوری‌شده در فرهنگ دوجلدی *ضرب‌المثل‌های فارسی* (ذوالفقاری، ۱۳۸۸) و نیز کتاب *ضرب‌المثل‌های معروف ایران* (سهیلی، ۱۳۸۵) و منابع اینترنتی است. داده‌ها ضرب‌المثل‌های پرکاربردی هستند که به‌طور تصادفی، و ضرب‌المثل‌های مترادف به‌طور هدفمند انتخاب شده‌اند. نمونه‌ها براساس مفاهیم استعاره مفهومی، مجاز مفهومی و دانش متعارف تحلیل و نتایج به‌دست‌آمده از این تحلیل‌ها در قالب جدول‌هایی ارائه می‌شوند که این جدول‌ها دربردارنده ضرب‌المثل‌ها، معادل‌های آن‌ها، استعاره، مجاز، قلمرو مفهومی مبدأ، قلمرو مفهومی مقصد و همچنین انگیزه معنایی آن‌ها هستند. سپس حاصل بررسی‌های موجود در جدول‌ها، به شکل الگوهایی در ارتباط با فرهنگ‌نگاری تحلیل و نتایج آن‌ها جهت بررسی فرضیه پژوهش ارائه می‌شود. ذکر این نکته ضروری است که در این تحقیق بسامدگیری و آمار اهمیتی ندارد و مسئله مهم ارائه شیوه‌ای نوآورانه برای فهرست کردن ضرب‌المثل‌هاست.

۵. تحلیل داده‌های پژوهش

در این بخش به تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات به‌دست‌آمده از بررسی‌ها به شیوه‌ای بدیع می‌پردازیم. به این منظور، ضرب‌المثل‌ها براساس استعاره مفهومی، مجاز مفهومی و دانش متعارف در سه بخش مجزا تحلیل می‌شوند و سپس برای هر بخش توضیح جداگانه‌ای به همراه مثال‌هایی عنوان می‌شود.

۵-۱. تحلیل ضرب‌المثل‌ها براساس استعاره مفهومی

با توجه به تعریف ارائه‌شده در چارچوب پژوهش، نمونه‌هایی از ضرب‌المثل‌های استعاری به همراه استعاره مرتبط با آن‌ها در اینجا تحلیل شده‌اند. در مثال‌های زیر ابتدا ضرب‌المثل‌ها و

سپس استعاره‌ی مربوط به آن‌ها آورده شده است.

۱. چوب تو آستین کسی کردن ← شکنجه و تنبیه شدید، چوب تو آستین کردن است.
۲. چوب خدا صدا نداره / اگه بزنه دوا نداره ← تنبیه/ مجازات شدید، چوب بی‌صدای خداوند است.
۳. چوب تر را چنان که خواهی پیچ / نشود خشک جز به آتش راست ← تربیت کردن، پیچاندن چوب تر است.
۴. چوب دوسر طلا/ نجس ← بی‌آبرویی/ بی‌اعتباری، چوب دوسرطلا/ نجس است.
۵. چوب لای چرخ کسی گذاشتن ← مانع پیشرفت شدن، چوب گذاشتن است.
۶. استخوان لای زخم گذاشتن ← مانع پیشرفت شدن، استخوان گذاشتن است.
۷. چوب/ هیزم تر به کسی فروختن ← بدی/ دشمنی/ ناجوانمردی، فروختن چوب/ هیزم تر است.
۸. هم چوب را خورد و هم پیاز را و هم پول را داد ← خساست و طماعی، تحمل مجازات سخت است.

جدول ۱: جدولی برای نمایش نمونه‌هایی از ضرب‌المثل‌ها و استعاره‌های مرتبط با آن‌ها، در قلمرو مفهومی مبدأ «چوب».

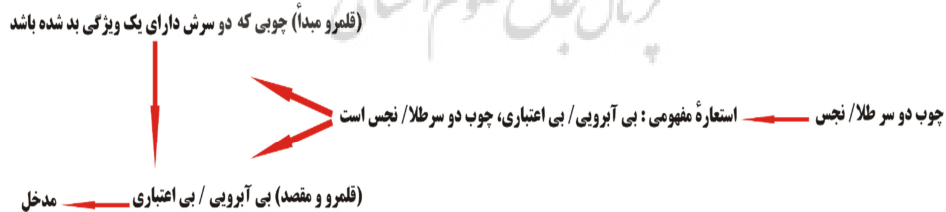
Table 1: Examples of proverbs and related conceptual metaphors, with source domain of “wood”.

ضرب‌المثل	معنا	استعاره مفهومی	قلمرو مبدأ	قلمرو مقصد	نگاشت
چوب تو آستین کسی کردن	کسی را بدجوری شکنجه و تنبیه کردن	شکنجه و تنبیه شدید، چوب تو آستین کردن است.	چوب تو آستین کردن	مجازات/ تنبیه	وقتی کسی را به‌طرز بدی تنبیه کنند همچون کسی است که چوب در آستینش کرده‌اند.
چوب خدا صدا نداره / اگه بزنه دوا نداره	خداوند طوری افراد خطاکار را مجازات می‌کند که خودشان هم نمی‌فهمند از کجا	تنبیه/ مجازات شدید، چوب بی‌صدای خداوند است.	چوب خداوند	شدید	وقتی خداوند که قادر مطلق است و دیده نمی‌شود کسی را تنبیه کند شخص نمی‌فهمد که از کجا تنبیه شده

ضرب‌المثل	معنا	استعاره مفهومی	قلمرو مبدأ	قلمرو مقصد	نکاشت
	بوده.				است.
چوب تر را چنان که خواهی پیچ نشود خشک جز به آتش راست	اطفال اگر در کوچکی تربیت نشوند وقتی بزرگ‌تر شوند دیگر تربیت نمی‌پذیرند.	تربیت کردن، پیچاندن چوب تر است.	پیچاندن چوب تر	تربیت کردن	قابلیت پیچاندن چوب تر به هر شکلی، همچون تربیت کردن شخص در بچگی است.
چوب دوسرطلا / نجس	کسی که نزد هر دو طرف (دوست و دشمن) بی‌آبرو و بی‌اعتبار شده است.	بی‌آبرویی / بی‌اعتباری چوب دوسرطلا/ نجس است.	چوبی که دو سرش دارای یک ویژگی بد شده باشد.	بی‌آبرویی / بی‌اعتباری	وقتی شخصی هم پیش‌خوبان و هم پیش‌بدان بی‌اعتبار و بی‌آبرو شود همچون چوبی است که هر دو سرش کثیف شده باشد.
چوب لای چرخ کسی گذاشتن	مانع پیشرفت کار دیگران شدن	مانع پیشرفت شدن، چوب گذاشتن است.	چوب گذاشتن		وقتی کسی با اشکال‌تراشی مانع پیشرفت کار دیگری شود همچون شخصی است که چوب لای چرخ دیگری می‌گذارد.
استخوان لای زخم گذاشتن	کمک نکردن و مانع بهبود و پیشرفت کسی / چیزی شدن	اشکال‌تراشی / مانع پیشرفت شدن، استخوان گذاشتن است.	استخوان گذاشتن	ایجاد مانع / اشکال‌تراشی	وقتی کسی مانع پیشرفت و بهبود چیزی / کسی می‌شود، همچون کسی است که استخوان لای زخم می‌گذارد که بهبود پیدا نکند.
چوب / هیزم تر به کسی فروختن	بدی، دشمنی و ناجوانمردی کردن در حق	بدی / دشمنی / ناجوانمردی، فروختن چوب / هیزم	فروختن چوب / هیزم تر	بدی / دشمنی / ناجوانمردی	وقتی کسی در حق دیگری بدی یا دشمنی می‌کند همچون

ضرب‌المثل	معنا	استعاره مفهومی	قلمرو مبدأ	قلمرو مقصد	نگاشت
	دیگران	تر است.			شخصی است که به دیگری هیزم یا چوب تر می‌فروشد.
هم چوب را خورد و هم پیاز را و هم پول را داد	چون طمع کرد و خساست به خرج داد و جریمه نداد آخرش مجبور شد که علاوه‌بر تحمل سختی‌ها پول را هم بدهد.	خساست و طماعی، تحمل مجازات سخت است.	تحمل مجازات سخت	خساست / طماعی	وقتی کسی خسیس است و زرنگی می‌کند همچون شخصی است که طمع می‌کند ولی آخرش همه جریمه‌ها را می‌پردازد.

با توجه به ضرب‌المثل «چوب دوسرطلا» مشاهده می‌شود که از حوزه عینی و ملموس «چوب دوسرطلا» که قلمرو مفهومی مبدأ این ضرب‌المثل است، حوزه انتزاعی و غیرملموس «بی‌آبرویی / بی‌اعتباری» به‌عنوان قلمرو مفهومی مقصد، از طریق نگاشت بین چوبی که از دو طرف دارای ویژگی نامطلوبی شده باشد و شخصی که بین دو طرف بی‌اعتبار و بی‌آبرو شده باشد، درک می‌شود. در واقع با دید فرهنگ‌نگاری، این ضرب‌المثل در حرف «چ» فهرست شده و کلمه کلیدی آن «چوب» است و همراه با نمونه‌های دیگری که دارای این کلمه کلیدی هستند به دنبال هم فهرست شده‌اند، اما هیچ ارتباطی نه با چوب دارد و نه با مدخل‌های دیگری که با چوب ساخته شده‌اند. پس در یک فرهنگ ضرب‌المثل اگر ضرب‌المثل‌ها ذیل مفهومی که متعلق به قلمرو مفهومی مقصد است فهرست شوند فرهنگ کارآمدتری تولید می‌شود. از این‌رو با توجه به تحلیل این نمونه می‌توان به الگوی زیر برای تعیین مدخل یا مفهومی که بتوان ذیل آن این ضرب‌المثل استعاره - بنیاد را ارائه کرد دست یافت (الگوی شماره ۱).



مطلب دیگر در ارتباط با جدول ۱ در مورد نمونه‌های ۱ و ۲ است که با وجود تفاوت در معنا، در استعاره مفهومی و در قلمرو مبدأ آن‌ها، این دو ضرب‌المثل به یک قلمرو مفهومی مقصد اشاره می‌کنند که عبارت است از «مجازات/ تنبیه شدید». این موضوع در نمونه‌های ۵ و ۶ نیز مشهود است و همانطور که می‌بینید قلمرو مبدأ نمونه ۶، یعنی استخوان^{۳۱}، با قلمرو مبدأ نمونه قبل از آن، یعنی چوب، متفاوت است، اما قلمرو مقصدشان با هم یکسان است. پس این دو نمونه به‌طور مشخص به مسئله ترادف نسبی در ضرب‌المثل‌ها اشاره دارند که همانا از طریق قلمرو مفهومی مقصد حاصل می‌شود. درخصوص ترادف به سه نمونه زیر می‌پردازیم:

۹. مرغش یک پا دارد ← اصرار/ سماجت/ لجاجت و پافشاری، مرغ یک‌پاست.

۱۰. روی یک پا ایستادن ← اصرار/ سماجت/ لجاجت و پافشاری، روی یک چیز قرار گرفتن است.

۱۱. دو پا را در یک کفش کردن ← اصرار/ سماجت/ لجاجت و پافشاری، در یک جا ماندن است.

جدول ۲: جدولی برای نمایش نمونه‌هایی از ضرب‌المثل‌های مترادف و استعاره‌های مرتبط با آن‌ها، در قلمرو مقصد اصرار/ سماجت/ لجاجت/ پافشاری

Table 2: Examples of synonymous proverbs and related conceptual metaphors, with target domain of insistence/ persistence

ضرب‌المثل	معنا	استعاره مفهومی	قلمرو مبدأ	قلمرو مقصد	نکات
مرغش یک پا دارد	اصرار و سماجت بر	اصرار/ سماجت/ لجاجت و پافشاری، مرغ یک‌پا است.	داشتهن مرغ یک‌پا	اصرار، سماجت، لجاجت و پافشاری	کسی که اصرار بر درستی حرف خود دارد همچون کسی است که مرغش یک پا دارد.
روی یک پا ایستادن					اصرار/ سماجت/ لجاجت و پافشاری، قرار گرفتن/ ایستادن روی

ضرب‌المثل	معنا	استعاره مفهومی	قلمرو مبدأ	قلمرو مقصد	نگاشت
	درستی حرف خود داشتن	روی یک چیز قرار گرفتن است.	یک چیز		خود دارد همچون کسی است که روی یک پا می‌ایستد.
دو پا را در یک کفش کردن		اصرار/سماجت/لجاجت و پافشاری، در یک جا ماندن است.	قرار گرفتن در یک مکان		کسی که اصرار بر درستی حرف خود دارد همچون کسی است که در یک مکان می‌ایستد.

همانطور که در جدول ۲ مشاهده می‌کنید این سه ضرب‌المثل حوزه‌های مبدأشان با هم متفاوت است، اما از نظر حوزه مقصد با هم مترادف هستند. همچنین از نظر معنا و نگاشت نیز شباهت‌هایی با هم دارند. در مورد هم‌معنایی/ترادف در این ضرب‌المثل‌ها نیز می‌توان گفت که این ترادف به صورت مطلق وجود ندارد و نسبی است و هرچه تعداد بیشتری از عناصر دخیل در ساخت استعاره‌ها مشابهت بیشتری با هم داشته باشند این ترادف قوی‌تر می‌شود (الگوی شماره ۲).



۲-۵. تحلیل ضرب‌المثل‌ها براساس مجاز مفهومی

با توجه به این مطلب که مجاز فرایندی شناختی است که در آن یک عنصر مفهومی، یعنی محمل، موجب می‌شود تا رهیافت ذهنی به عنصر مفهومی دیگر، یعنی مقصد، درون همان قالب یا الگوی شناختی آرمانی شده صورت پذیرد، به تحلیل نمونه‌های زیر می‌پردازیم.

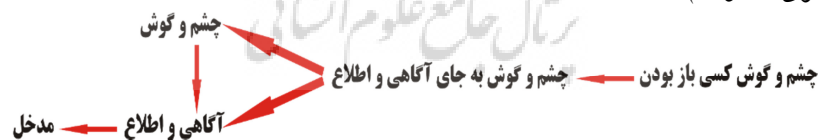
۱۲. چشم و گوش کسی باز بودن = آگاهی و مطلع بودن کسی از همه چیز ← عنصر مفهومی چشم و گوش باز به جای/برای دسترسی به عنصر مفهومی آگاهی و اطلاع
۱۳. چشم و گوش بسته = ناآگاه و بی اطلاع بودن کسی از همه چیز ← عنصر مفهومی چشم و گوش بسته به جای/ برای دسترسی به عنصر مفهومی ناآگاهی و بی اطلاع
۱۴. از شیر مرغ تا جان آدمیزاد = از کمیابترین تا فراوانترین چیزها ← عنصر مفهومی شیر مرغ و جان آدمیزاد به جای/ برای دسترسی به عنصر مفهومی همه چیز
۱۵. از سفیدی ماست تا سیاهی زغال = همه و همه چیز ← عنصر مفهومی سفیدی (ماست) و سیاهی (زغال) به جای/ برای دسترسی به عنصر مفهومی همه و همه چیز
۱۶. از سیر تا پیاز = همه چیز با همه جزئیات ← عنصر مفهومی سیر و پیاز به جای/ برای دسترسی به عنصر مفهومی همه چیز با همه جزئیات.
- جدول ۳: جدولی برای نمایش نمونه‌هایی از ضرب‌المثل‌ها و مجازهای مرتبط با آن‌ها به همراه محمل، مقصد و انگیزه معانی مرتبط با آن‌ها.

Table 3: Examples of proverbs and related conceptual metonymies, with vehicle, target and semantic motivation.

ضرب‌المثل	معنا	مجاز	محمل	مقصد	انگیزه معنایی
چشم و گوش کسی باز بودن	آگاهی و مطلع بودن کسی که از همه چیز	چشم و گوش باز به جای آگاهی و اطلاع	چشم و گوش باز	آگاهی و اطلاع	چشم و گوش باز که برای دیدن و شنیدن است برای به دست آوردن آگاهی و اطلاع
چشم و گوش بسته	ناآگاهی و بی اطلاع بودن کسی از همه چیز	چشم و گوش بسته به جای ناآگاهی و بی اطلاعی	چشم و گوش بسته	ناآگاهی و بی اطلاعی	چشم و گوش که برای دیدن و شنیدن است اگر بسته باشد نتیجه‌اش ناآگاهی و بی اطلاعی است.
از شیر مرغ تا جان	از کمیاب‌ترین تا	شیر مرغ تا جان	شیر مرغ تا جان		شیر مرغ که

ضرب‌المثل	معنا	مجاز	محمل	مقصد	انگیزه معنایی
آدمیزاد	فراوان‌ترین چیزها	آدمیزاد به جای همه چیز	آدمیزاد	همه چیز	دسترسی به آن سخت است و جان آدمیزاد که فراوان است برای ارجاع به همه چیز
از سفیدی ماست تا سیاهی زغال	همه و همه چیز	سفیدی ماست تا سیاهی زغال به جای همه چیز	سفیدی تا سیاهی	همه چیز با همه جزئیات	بین سفیدی و سیاهی طیفی است که همه رنگ‌ها را در بر می‌گیرد پس سفیدی تا سیاهی برای ارجاع به همه چیز
از سیر تا پیاز چیزی را گفتن	در مورد مطلبی همه چیز را با همه جزئیات گفتن	سیر تا پیاز به جای همه چیز با همه جزئیات	سیر تا پیاز	همه چیز با همه جزئیات	سیر و پیاز که دارای جزئیاتی هستند برای ارجاع به همه چیز

در ضرب‌المثل شماره ۱۲ که مجاز مفهومی آن «چشم و گوش به جای آگاهی و اطلاع» است، از عنصر مفهومی چشم و گوش باز (محمل) برای دسترسی به عنصر مفهومی آگاهی و اطلاع (مقصد)، از طریق انگیزه معنایی «چشم و گوش باز که برای به‌دست آوردن آگاهی و اطلاع است»، استفاده شده است. باتوجه به این نمونه می‌توان الگوی زیر را ترسیم کرد (الگوی شماره ۳):



با توجه به عناصر معنایی تشکیل‌دهنده مجاز نیز می‌توان گفت که با به‌کارگیری این

مفهوم شناختی در ضرب‌المثل‌ها و توجه به مفهوم مقصد و انگیزه معنایی می‌توان برای ضرب‌المثل‌ها مدخل تعیین کرد و آن‌ها را ذیل آن مدخل فهرست نمود. پس علاوه بر استعاره مفهومی، با استفاده از این مفهوم شناختی نیز در امر فرهنگ‌نگاری می‌توان چپ‌نیش بهتری برای این مقوله زبانی در فرهنگ‌های لغت در نظر گرفت.

نمونه‌های دیگری برای ضرب‌المثل‌های مجاز - بنیاد در اینجا مطرح می‌شوند:

۱۷. از دل و دماغ افتادن = اشتیاق و شور و نشاط خود را از دست دادن / بی‌حوصله شدن ← عنصر مفهومی دل و دماغ به جای / برای دسترسی به عنصر مفهومی شور و نشاط
۱۸. آستین‌ها را بالا زدن = آماده انجام کاری شدن / همت کردن ← عنصر مفهومی آستین بالا زدن به جای / برای دسترسی به عنصر مفهومی آمادگی و همت داشتن
۱۹. زبان خود را گاز گرفتن = از سخن نابه‌جا پشیمان شدن ← عنصر مفهومی گاز گرفتن به جای / برای دسترسی به عنصر مفهومی پشیمان شدن
۲۰. از سکه افتادن = از رونق افتادن / بی‌آبرو / بی‌اعتبار شدن ← عنصر مفهومی سکه به جای / برای دسترسی به عنصر مفهومی آبرو / اعتبار و رونق

جدول ۴: جدولی دیگر برای نمایش نمونه‌هایی از ضرب‌المثل‌ها و مجازهای مرتبط با آن‌ها به همراه محمل، مقصد و انگیزه معانی مرتبط با آن‌ها.

Table 4: The other examples of proverbs and related conceptual metonymies, with source, target and semantic motivation.

ضرب‌المثل	معنا	مجاز	محمل	مقصد	انگیزه معنایی
از دل و دماغ افتادن	اشتیاق و شور و نشاط خود را از دست دادن / بی‌حوصله شدن	دل و دماغ به جای اشتیاق و شور و نشاط	نداشتن دل و دماغ	نداشتن اشتیاق و شور و نشاط	دل و دماغ که محل امیال و گرایش‌هاست به جای حوصله و شور و نشاط

ضرب‌المثل	معنا	مجاز	محمل	مقصد	انگیزه معنایی
آستین‌ها را بالا زدن	آماده انجام کاری شدن / همت کردن	بالا زدن آستین به جای آماده شدن	بالا زدن آستین	آماده شدن / همت کردن	بالا زدن آستین برای انجام کاری به جای آماده شدن و همت کردن
زبان خود را گاز گرفتن	از گفتن حرف / سخن نابه‌جا پشیمان شدن	گاز گرفتن زبان به جای پشیمان شدن	گاز گرفتن	پشیمان شدن	گاز گرفتن زبان به هنگام سخن گفتن برای نشان دادن پشیمانی
از سکه افتادن	از رونق افتادن / بی‌آبرو / بی‌اعتبار شدن	سکه به جای رونق / آبرو / اعتبار	از دست دادن سکه	بی‌رونق / بی‌اعتبار / بی‌آبرو شدن	از دست دادن سکه که شیء گران‌بهای است برای ارجاع به بی‌اعتباری و بی‌رونق شدن

۳-۵. تحلیل ضرب‌المثل‌ها براساس دانش متعارف

دانش متعارف مفهوم شناختی دیگری است که همچون استعاره و مجاز مفهومی می‌تواند در تحلیل ضرب‌المثل‌ها و شیوه مدخل‌دهی به یاری فرهنگ‌نگاران بیاید. این مفهوم شناختی دانش مشترک افراد درباره یک قلمرو مفهومی است و انگیزه معنایی ایجاد می‌کند. ضرب‌المثل‌های زیر براساس دانش مشترک زبان‌وران درک می‌شوند:

۲۱. مثل فیل و فنجان بودن = مثل دو شکل نابرابر و نامتقارن بودن.

۲۲. خشت اول چون نهد معمار کج تا ثریا می‌رود دیوار کج = یک شروع بد پایان بدی هم دارد.

۲۳. عاقبت جوینده یابنده بود = کسی که تلاش کند به خواسته‌اش می‌رسد.

۲۴. کیوتر با کیوتر باز با باز = باید با هم‌سطح و هم‌طبقه خود وصلت و نشست و

برخاست کرد.

۲۵. قطره قطره جمع گردد وانگهی دریا شود= کسی که قناعت کند ذره ذره بر مالش افزوده می شود.

۲۶. سالی که نکوست از بهارش پیداست= شروع هر کاری نمایانگر پایان آن است.

۲۷. علاج واقعه قبل از وقوع باید کرد= وقتی کسی دچار مشکلی می شود که قبل از آن هم می توانسته جلو مشکلش را بگیرد.

جدول ۵: جدولی برای نمایش نمونه هایی از ضرب المثل های مبتنی بر دانش متعارف و انگیزه معنایی مرتبط با آن ها.

Table 5: Examples of conventional knowledge- based proverbs and related semantic motivation.

ضرب المثل	معنا	انگیزه معنایی
مثل فیل و فنجان بودن	مثل دو شکل نابرابر و نامتقارن بودن	عدم تناسب دو چیز
خشت اول چون نهد معمار کج تا ثریا می رود دیوار کج	یک شروع بد پایان بدی هم دارد.	آغاز بد پایان/ نتیجه بد دارد
عاقبت جوینده یابنده بود	کسی که تلاش کند به خواسته اش می رسد.	تلاش و کوشش برای رسیدن به هدف
کیوتر با کیوتر باز با باز	باید با هم سطح و هم طبقه خود وصلت و نشست و برخاست کرد.	هم سطح و هم طبقه بودن
قطره قطره جمع گردد وانگهی دریا شود	کسی که قناعت کند ذره ذره بر مالش افزوده می شود.	قناعت و پس انداز کردن
سالی که نکوست از بهارش پیداست	شروع هر کاری نمایانگر پایان آن است.	کیفیت چگونگی آغاز هر کاری
علاج واقعه قبل از وقوع باید کرد	وقتی کسی دچار مشکلی می شود که قبل از آن هم می توانسته جلو مشکلش را بگیرد.	مراقب بودن و پیشگیری کردن

در ضرب‌المثل «مثل فیل و فنجان بودن»، انگیزه معنایی در مورد «عدم تناسب دو چیز» که ناشی از دانش مشترک انسان‌هاست موجب درک ضرب‌المثل می‌شود. در اینجا انگیزه معنایی به‌عنوان مدخل انتخاب می‌شود. یا در مورد «قناعت و پس‌انداز کردن» نیز برای انسان امری بدیهی و دانشی مشترک است که اندک اندک جمع کردن چیزی منتهی به جمع شدن مقدار قابل توجهی از آن چیز می‌شود. نمونه موجود در الگوی زیر نشان‌دهنده چگونگی تعیین مدخل در ضرب‌المثل‌هایی است که براساس دانش مشترک هستند (الگوی شماره ۴).

مثل فیل و فنجان بودن — عدم تناسب دو چیز — مدخل

نمونه‌های زیر ضرب‌المثل‌های مترادف براساس دانش متعارف هستند.

۲۸. تا نباشد چوب تر فرمان نبرد گاو و خر = تا زور بالای سر کسی نباشد کاری انجام نمی‌دهد.
۲۹. خر به بوسه و پیغام آب نمی‌خوره = باید زور در کار باشد / با ناز و نوازش و خواهش و تمنا کاری از پیش نمی‌ره.
۳۰. چاقو دسته خودش را نمی‌بره = نزدیکان و آشنایان به یکدیگر دشمنی نمی‌کنند و آزار نمی‌رسانند.
۳۱. سگ پاچه صاحبش را نمی‌گیره = حق نان و نمک را باید شناخت.
۳۲. سگ زرد برادر شغاله = هر دو مثل هم هستند.
۳۳. همه سر و ته یک کرباسند = همه مثل هم هستند.
۳۴. آشپز که دو تا شد آش یا شور می‌شه یا بی‌نمک = وقتی که دو نفر با هم بخواهند کاری انجام دهند نتیجه آن خوب نمی‌شود.
۳۵. ماما که دو تا شد سر بچه کج درمی‌آد = وقتی که دو نفر با هم بخواهند کاری انجام دهند نتیجه آن خوب نمی‌شود.
۳۶. خانه‌ای را که دو کدبانوست، خاک تا زانوست = وقتی که دو نفر با هم بخواهند کاری انجام دهند نتیجه آن خوب نمی‌شود.

جدول ۶: جدولی دیگر برای نمایش نمونه‌هایی از ضرب‌المثل‌های مترادف مبتنی بر دانش متعارف و انگیزه معنایی مرتبط با آن‌ها.

Table 6: Examples of proverbs and related conceptual metonymies, with source, target and semantic motivation.

انگیزه معنایی	معنا	ضرب‌المثل
ضرورت اعمال زور و اجبار در کار	تا زور بالای سر کسی نباشه کاری انجام نمی‌ده.	تا نباشد چوب تر فرمان نبرد گاو و خر
	باید زور در کار باشد / با ناز و نوازش و خواهش و تمنا کاری از پیش نمی‌ره.	خر به بوسه و پیغام آب نمی‌خوره
وفاداری و حرمت نان و نمک را حفظ کردن	نزدیکان و آشنایان به یکدیگر دشمنی نمی‌کنند و آزار نمی‌رسانند.	چاقو دسته خودش را نمی‌بره
	حق نان و نمک را باید شناخت.	سگ پاچه صاحبش را نمی‌گیره
شبیبه/ مثل هم بودن (از نظر ویژگی منفی)	هر دو مثل هم هستند.	سگ زرد برادر شغاله
	همه مثل هم هستند.	همه سر و ته یک کرباسند
نتیجه نامطلوب کاری که دو تا مجری و دو تا اعمال نظر داشته باشه	وقتی که دو نفر با هم بخوانند کاری انجام دهند نتیجه آن خوب نمی‌شود.	آشپز که دو تا شد آش یا شور می‌شه یا بی‌نمک
		ماما که دو تا شد سر بچه کج درمیداد
		خانه‌ای را که دو کدبانوست، خاک تا زانوست

هم‌چنین با توجه به نمونه‌های جدول ۶، مشاهده می‌شود که با تکیه بر دانش مشترک

گویشوران زبان و انگیزه معنایی ضرب‌المثل‌ها می‌توان به ضرب‌المثل‌های مترادف هم دسترسی پیدا کرد و با استفاده از این ارتباط معنایی، می‌توان مفهوم ضرب‌المثل را در فرهنگ‌های لغت به‌گونه‌ای ارائه کرد که زبان‌آموزان معنای ضرب‌المثل را به‌راحتی درک کنند. در بحث اصطلاحات اعلانیان و همکاران (۱۳۹۹) به این موضوع اشاره کرده‌اند که در بعضی از اصطلاحات برای درک معنا، هیچ‌گونه انگیزگی معنایی نمی‌توان یافت، این مسئله در مورد ضرب‌المثل‌ها هم قابل قبول است. مثال‌هایی چون «جایی رفت که عرب نی انداخت»، «چوبکاری کردن» و «یک چشمه آمدن» نمونه‌های معروفی در زبان فارسی هستند. لازم به ذکر است که این مبحث خود پژوهشی دیگر را می‌طلبد و در این مقاله به آن پرداخته نمی‌شود.

در فرهنگ‌های تصویری هم، مانند فرهنگ تصویری اصطلاحات انگلیسی کوچش، توت و بابارچی^{۳۳} (1998)، تصاویر به‌سرعت و به‌وضوح انگیزه معنایی واژه، اصطلاح و ضرب‌المثل را بیان می‌کنند و برای ذخیره شدن در ذهن ارتباط معنامندی بین عبارات و معانی ایجاد می‌کنند و به همین دلیل استفاده از این فرهنگ‌ها می‌تواند موجب سهولت در یادگیری واژگان شود.

در مورد ایجاد ارتباط بین تصاویر و معانی می‌توان به ضرب‌المثل‌های تصویری اشاره کرد که اخیراً با استفاده از ایموجی‌ها و دیگر تصاویر در شبکه‌های اجتماعی و اینترنت به شکل مسابقه و سرگرمی باب شده‌اند. در همین ارتباط می‌توان به فرهنگ‌های تصویری کودکان، فرهنگ یک‌زبانۀ کالینز و دیگر فرهنگ‌های تصویری این مجموعه‌ها اشاره کرد. از آنجا که در بحث حاضر فرهنگ‌های یک‌زبانۀ فارسی موردنظر هستند، نمونه‌هایی از این ضرب‌المثل‌ها در تصاویر زیر ارائه می‌شوند.



شکل ۲: نمونه‌هایی از ضرب‌المثل‌های تصویری برگرفته از ucinet.com و Daneshchi.ir.
Figure 2: Examples of pictorial proverbs taken from ucinet.com & daneshchi.ir.

۶. بحث و نتیجه

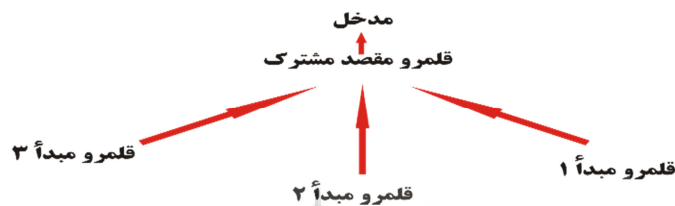
در این تحقیق، به توصیف و تحلیل نمونه‌هایی از ضرب‌المثل‌های زبان فارسی برمبنای رویکرد معناشناسی شناختی پرداختیم و دریافتیم که این ضرب‌المثل‌ها براساس رویکرد شناختی قابل تحلیل هستند و اکثر آن‌ها محصول دانشی هستند که در نظام مفهومی ما وجود دارد و این نظام مفهومی جاوی استعاره‌ها، مجازها و دانش متعارف است و این سه سازوکار شناختی در انگیختگی معانی ضرب‌المثل‌ها دخیل هستند. درواقع این سه نظریه شناختی می‌توانند مبنایی برای توصیف و تحلیل بسیاری از اصطلاحات و ضرب‌المثل‌ها در فرهنگ‌های لغت فارسی باشند و با استفاده از این سازوکارهای شناختی می‌توان ضرب‌المثل‌ها را به شیوه‌ای غیرخطی و غیرالفبایی ارائه نمود که درک مفاهیم آن‌ها ساده‌تر باشد. در این مقاله، درمجموع ۳۶ ضرب‌المثل برگرفته از فرهنگ بزرگ ضرب‌المثل‌های فارسی دوجلدی (ذوالفقاری، ۱۳۸۸) و کتاب ضرب‌المثل‌های معروف ایران (سهیلی، ۱۳۸۵)

براساس این سه سازوکار شناختی در قالب جدول‌هایی تحلیل شدند. سپس با توجه به جدول‌ها الگوهایی ارائه شدند که این الگوها چگونگی تعیین مدخل را برحسب قلمرو مقصد و انگیزه معنایی نشان می‌دهند. برای مثال با توجه به نمونه گنجانده شده در الگوی شماره ۱، یعنی «چوب دوسرطلا» که استعاره مفهومی آن «کسی که نزد دو طرف بی‌آبرو و بی‌اعتبار شده باشد» است می‌توان مفهوم انتزاعی‌تر «بی‌آبرویی و بی‌اعتباری» را به‌عنوان مقصد، به کمک مفهوم عینی‌تر یا فیزیکی‌تر «چوب دوسرطلا» به‌عنوان مبدأ، درک کرد و آن مفهوم مقصد را به‌عنوان مدخل در فرهنگ ضرب‌المثل‌ها ارائه داد و ضرب‌المثل‌هایی را که دارای همین مفهوم (مقصد) هستند ذیل آن فهرست کرد. برای مثال دیگر درمورد استعاره مفهومی می‌توان نمونه شماره ۳ را مطرح کرد که استعاره مفهومی آن «تربیت کردن پیمان‌چوب‌تر است» است و معنای دقیق‌تر آن به نگاشت مفهومی «قابلیت پیمان‌چوب‌تر به هر شکلی، همچون تربیت کردن شخص در بچگی است» بستگی دارد. درواقع نگاشت از قلمرو مبدأ (پیمان‌چوب‌تر) به قلمرو مقصد (تربیت کردن) به همراه تناظرهایی بین عناصر مفهومی مبدأ و مقصد به‌وجود آمده است. پس براساس الگوی شماره ۱ می‌توان الگوی کلی شماره ۵ را به ترتیب زیر استخراج و ضرب‌المثل‌های استعاره - بنیاد را به محک آن درآورد (الگوی شماره ۵).



نتیجه مهم دیگری که در فهرست کردن ضرب‌المثل‌ها اهمیت بسزایی دارد، موضوع مترادف است. به این معنا که ضرب‌المثل‌هایی را که قلمرو مبدأ آن‌ها دارای یک قلمرو مفهومی مقصد مشترک هستند می‌توان ذیل همان مفهوم مقصد مشترک به‌عنوان مدخل ارائه کرد و از این طریق به ضرب‌المثل‌های مترادف دسترسی پیدا کرد. پس هم درمورد ارجاع و یافتن ضرب‌المثل‌های مترادف و هم درمورد چینش و بن‌واژه‌سازی آن‌ها تکیه بر قلمرو مفهومی مقصد موضوعی است که همواره می‌تواند فرهنگ‌نگاری را نظام‌مند کند و «مشکل خطی بودن فرهنگ‌نگاری» را که گیراترس (1990) از آن یاد می‌کند تا حد زیادی مرتفع سازد. نمونه

موجود در الگوی شماره ۲ نشان‌دهنده چگونگی ارتباط معنایی مترادف در ضرب‌المثل‌هاست که براساس آن می‌توان الگوی کلی زیر را استخراج و ضرب‌المثل‌های مترادف را به محک آن درآورد (الگوی شماره ۶).



همچنین در ارتباط با مجاز مفهومی می‌توان گفت که در نمونه شماره ۱۸ از عنصر مفهومی «آستین بالا زدن» (محمل) برای دسترسی به عنصر مفهومی «آماده شدن / همت کردن» (مقصد) که با آن مرتبط است، استفاده شده است و انگیزه معنایی آن «بالا زدن آستین برای انجام کاری به جای آماده شدن و همت کردن» است. پس در اینجا هم معنای ضرب‌المثل را مفهوم مقصد تعیین می‌کند. درنهایت با ارجاع به نمونه ارائه‌شده در الگوی شماره ۳ می‌توان الگوی کلی زیر را برای تعیین مدخل در ضرب‌المثل‌های مجاز - بنیاد در نظر گرفت و ضرب‌المثل‌های مجاز - بنیاد را به محک این الگو درآورد (الگوی شماره ۷).



نظریه سومی که معیار تحلیل برای ضرب‌المثل‌ها واقع شد دانش متعارف است که به دانش مشترک زبان‌وران درمورد یک مفهوم اطلاق می‌شود. با تکیه بر نمونه‌های جدول ۶ می‌توان گفت که آگاهی زبان‌آموزان از انگیزه معنایی ضرب‌المثل‌ها نه تنها به پیدا کردن ضرب‌المثل‌ها در فرهنگ‌ها کمک می‌کند، بلکه در یادگیری و یادسپاری آن‌ها هم مؤثر است. نمونه موجود در الگوی ۴ نشان می‌دهد که چگونه می‌توان براساس انگیزه معنایی‌ای که

در نتیجه دانش مشترک انسان‌ها در مورد معنای ضرب‌المثل‌ها به وجود می‌آید، ضرب‌المثل‌ها را دسته‌بندی و فهرست کرد و بر آن اساس به الگوی کلی زیر دست یافت (الگوی شماره ۸).

ضرب المثل ← انگیزه معنایی ← مدخل

با ذکر این نکته که امروزه در عصر فرهنگ‌های لغت الکترونیکی زندگی می‌کنیم که دیگر فضا عامل محدودکننده‌ای در فرهنگ‌نگاری محسوب نمی‌شود و براساس این سازوکارهای شناختی، نگارندگان به این نتیجه رسیدند که به جای فهرست کردن ضرب‌المثل‌ها برحسب حروف الفبا می‌توان قلمرو مفهومی مقصد را ملاک چینش قرار داد و با تکیه بر آن علاوه بر بن‌واژه‌سازی می‌توان به ضرب‌المثل‌هایی که با هم مترادف هستند دسترسی پیدا کرد و آن‌هایی را که دارای قلمرو مفهومی مقصد یکسانی هستند، صرف‌نظر از ترتیب الفبایی و خطی، ذیل یک مدخل مشترک فهرست کرد. پس با به‌کارگیری این شیوه نوآورانه و دانش‌بنیان که مبتنی بر نظریه نیز است فرضیه پژوهش تأیید می‌شود و نتیجه مهم این‌که از طریق قلمرو معنایی مقصد، انگیزه معنایی و مفهوم‌سازی‌ای که از طریق دانش مشترک زبان‌وران در ذهن رخ می‌دهد، می‌توان به شیوه‌ای بدیع، غیرالفبایی و غیرخطی چینش بهتری را برای ضرب‌المثل‌ها در نظر گرفت. این شیوه هم اقتصادی است، هم تصور ساختار نظام مفهومی ما را سهولت می‌بخشد و هم در امر زبان‌آموزی موجب سهولت در به‌خاطر سپاری و درک زبان‌آموزان غیرفارسی‌زبان می‌شود.

اما در ارتباط با ضرب‌المثل‌های غیرانگیزشی، که ذهن بشر براساس استعاره، مجاز و دانش متعارف، قادر به مفهوم‌سازی برای آن‌ها نیست و گاهی عملاً بدون سابقه فرهنگی یا تاریخی‌شان قابل فهم نیستند، می‌توان گفت که نه‌تنها مفاهیم اصطلاحات و ضرب‌المثل‌ها از طریق بخش مجازی زبان درک می‌شوند، بلکه از طریق بخش غیرمجازی زبان نیز به‌وجود می‌آیند، اما این مطلب در پژوهشی دیگر قابل بحث و تحلیل است.

در انتهای بخش تحلیل داده‌ها و با استفاده از شکل ۲ به این نکته اشاره شد که در فرهنگ‌های تصویری نیز، تصاویر به‌سرعت و به‌وضوح انگیزه معنایی واژه، اصطلاح و ضرب‌المثل را بیان می‌کنند و به همین دلیل استفاده از فرهنگ‌های تصویری هم می‌تواند به

یادگیری زبان آموزان کمک کند، زیرا تصاویر ارتباط با معانی را به وجود می آورند و برای ذخیره شدن در ذهن ارتباط معنامندی بین واحدهای واژگانی و معانی آنها ایجاد می شود.

۷. پی نوشتها

1. lemmatization
 2. Geeraerts, D.
 3. Csabi, S.
 4. conventional knowledge
 5. source domain
 6. name of mapping
 7. Kovecses, Z.
 8. Szabo, P.
 9. Gibbs, R. W.
 10. Moreno, A. I.
 11. Mansyur, F. A.
 12. Said, R.
 13. Lakoff, G.
 14. Johnson, M.
 15. conceptual domain
 16. Rundell, M.
 17. Macmillan Phrasal verbs plus dictionary (2005)
 18. Rudden, G.
 19. vehicle
 20. target
 21. idealized cognitive model
 22. Langacker, R.
 23. schema
 24. Holland, D.
 25. Quinn, N.
 26. cultural model
 27. folk theory
 28. Fillmore, G.
 29. frame
 30. scene
۳۱. این نمونه با قلمرو مبدأ «استخوان» عمداً در کنار نمونه های دیگری که با چوب ساخته شده اند آورده شده است.
32. Kovecses. Z., Toth, M., & Babarci. B. (1998). A Picture Dictionary of English

Idioms. (4 volumes). Budapest: Eotvos Lorand University Press.

۸. منابع

- ابراهیمی، ب.، عامری، ح.، و ابوالحسنی چیمه، ز. (۱۳۹۷). استعاره‌های مفهومی عشق در آیینة ضرب‌المثل‌های فارسی، انگلیسی و ترکی. فرهنگ و ادبیات عامه، ۲، ۲۱-۴۴.
- اعلانیان، پ.، عاصی، م.، کریمی فیروزجایی، ع.، و عامری، ح. (۱۳۹۹). توصیف اصطلاحات در فرهنگ‌های لغت زبان فارسی و کاربرد آن در فرهنگ‌نگاری براساس رویکرد معناشناسی شناختی. زبان‌شناسی و گویش‌های خراسان، ۳، ۲۹-۵۷.
- دهخدا، ع. ا. (۱۳۴۵). لغت‌نامه فارسی. تهران: دانشگاه تهران
- ذوالفقاری، ح. (۱۳۸۸). فرهنگ بزرگ ضرب‌المثل‌های فارسی (مثل‌های اقوام ایرانی و کشورهای فارسی‌زبان). ج ۱ و ۲. تهران: معین.
- رضایی، م.، و مقیمی، ن. (۱۳۹۲). بررسی استعاره‌های مفهومی در ضرب‌المثل‌های فارسی. مطالعات بلاغی زبان، ۸، ۹۱-۱۱۶.
- سهیلی، م. (۱۳۸۵). ضرب‌المثل‌های معروف ایران. تهران: گل‌آرا.
- شجاع‌رضوی، س.، روشن، ب.، پورابراهیم، ش.، و صبوری، ن. ب. (۱۳۹۵). بررسی فرایند رشد درک استعاره بدن‌مند در کودکان دو تا پنج ساله فارسی‌زبان. جستارهای زبانی، ۷ (۵)، ۲۹۳-۳۱۰.

References

- Aelaeian, P., Assi, M., Karimi Firoozjaee, A. & Ameri, H. (2021). The description of idioms in Persian dictionaries and its usage in lexicography: a cognitive semantic approach. *Journal of Linguistics & Khorasan Dialects*. 12 (1). pp 29- 57. [In Persian].
- Csabi, S. (2002). Polysemous words, Idioms and Conceptual Metaphors, Cognitive Linguistics and Lexicography. *Proceeding of the Tenth EURALEX international congress, EURALEX 2002*. 249- 254.

- Dekhoda, A. A. (1966). *Persian Dictionary*. Tehran University. [In Persian].
- Fillmore, C. (1982). Frame semantics. In Linguistic Society of Korea (Ed.). *Linguistics in the Morning Calm*. Seoul: Hanshin. 111- 138.
- Geeraerts, D. (1990). The lexicographical treatment of prototypical polysemy, *Meanings and Prototypes: Studies in Linguistic Classification*. Savas L. Tsohatzidis (Ed.). London: Routledge, pp. 195–210.
- Gibbs, R. W. (2001). Proverbial themes we live by. *Poetics*. No. 29. *ELSEVIER*. pp 168- 188.
- Grzybek, P. (1998). Prolegomena zur Bildhaftigkeit von Sprichwortern. In A. Hartmann & C. Veldhues (Eds.). *Im Zeichen-Raum: Festschrift fur Karl Eimermacher*. Dortmund: Projekt Verlag. 133-152.
- Holland, D. & Quinn, N. (Eds.), (1987). *Cultural models in language and thought*. Cambridge: Cambridge University press.
- Ibrahimi, B., Ameri, H., Abolhassani Chime, Z. (2018). Cognitive metaphors of love in Persian, English and Turkish proverbs. *Culture and Folk Literature*. Vol. 6 (20). 21- 44. [In Persian].
- Kovecses, Z. (2010). *Metaphor, A practical introduction*. Oxford: Oxford University press.
- Kovecses, Z. & Csabi, S. (2014). Lexicography and cognitive linguistics. *Revista Espanola de Linguística Aplicada/ Spanish Journal of applied Linguistics*. Vol. 27: 1, pp 118-139.
<https://benjamins.com/catalog/resla.27.1.05kov.19/8/2017>
- Kovecses, Z. & Radden, G. (1998). Metonymy: Developing a cognitive linguistic view. *Cognitive Linguistics*. 9 (1). 37-77.
- Kovecses, Z. & Szabo, P. (1996). “Idioms: A view from cognitive semantics. *Applied Linguistics*. Vol. 17. No. 3. 326- 355 .
- Lakoff, G. (1987). *Woman, fire and dangerous things, What categories reveal*

about the mind. Chicago and London: Chicago University Press.

- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980 [2003]). *Metaphors we live by*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Langacker, R. W. (1987). *Foundations of cognitive grammar*. Vol. 1. Stanford: Stanford University press.
- Lewandowska, A. & Antos, G. (2014). Cognitive aspects of proverbs. In *Introduction to Paremiology: A Comprehensive Guide*. Hrisztova-Gotthardt, Melita Aleksa Varga (Eds.). Warsaw/ Berlin: De Gruyter Open Ltd. 162- 182.
- Mansyur, F. A. & Said, R. (2020). A cognitive semantics analysis of Wolio proverbs related to the human body. In *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol. 436, 1st Borobudur International Symposium on Humanitied, Economics and Social Sciences (BIS-HESS 2019). Indonesian Language and Literature Education, Universtas Muhammadiyah Buton, Baubau, Indonesia, Atlantis Press SARL. 259-262.
- Moreno, A. I. (2005). An analysis of the cognitive dimension of proverbs in English and Spanish: the conceptual power of language reflecting popular believes, *SKASE Journal of Theoretical Linguistics*. 2 (1). 42-54.
- Rezaei, M., Moghimi, N. (2013). Study of the conceptual metaphors in Persian proverbs. *Journal of Linguistics and Retorical Studies*. Vol. 4 (8). 91- 116. [In Persian].
- Rundell, M. (2012). It works in practice but will it work in theory? The uneasy relationship between lexicography and matters theoretical. In R. V. Fjeld & J. M. Torjusen (Eds.), *Proceedings of the 15th Euralex International Congress, EURALEX 2012*. 47-92.
- Shoja Rizvi, S., Roshan, B., Pourebrahim, S. & Saboori, N. (2016). Analyzing the process of embodiment metaphor comprehension growth in 2 to 5 years old Persian Language Children". *Language Realated Research*. 293- 310. [In

Persian] .

- Soheili, M. (2005). *The Famous Proverbs of Iran*. Gol Ara. [In Persian].
- Taher, I. I. (2019). A cognitive semantic study of the impact of socio-cultural factors on meaning construction in selected English and Arabic proverbs: A contrastive study. Department of English, college of basic education university of Diyala, Iraq. *Arab World English Journal*. Theses ID 248. 1-300. [In Persian].
- Zolfaghari, H. (2009). *The great Dictionary of Persian Proverbs*. 2 Vssols. Moin. [In Persian].

<https://www.Academia.edu>

<https://www.Google scholar>

<https://www.Researchgate.net>

<https://www.daneshchi.ir>

<https://www.uclnet.com>

<https://www.z-lib.org>

