



Investigating the Mental Schemas in Tehrani Proverbs (Book of *Ghand-o-Namak*)

Fatemeh Jamshidi^{*1}, Mahinnaz Mirdehghan²

Abstract

Proverbs, in the reflection of culture and individual and social identity, is one of the most important categories in language studies. People of every society and ethnicity use different methods and convey their meaning in the form of cultural and literary delicacies to others. Considering the importance of image schemas in cognitive semantics as one of the most important linguistic mechanisms and due to little study and research on Iranian proverbs and dialects, the need for this research was doubled. The question in this study is to check out the frequency and type of imaginary schemas used in Tehrani proverbs and find out the proverbs without mental schemas. The descriptive-analytical and qualitative method is employed to investigate the schemas of metaphors in the body of Tehrani proverbs based on the Evans and Green's schemas model (2006) according to cognitive semantics. The statistical population includes the book *Ghand-o-Namak* (all Tehrani proverbs), in the form of purposeful sampling and contains 2000 proverbs. The results indicate that general types of image schemas such as containment, path, directional and force schemas are found in Tehrani proverbs, but the containment schemas have the highest frequency compared to other schemas, which is due to the urban lifestyle in the formation of this type of mental schemas and its metaphors.

Keywords: Cognitive Semantics; image schemas; metaphor; Tehrani proverb.

1. PhD in Linguistics, Researcher of Payame Noor University, Tehran, Iran.

<http://orcid.org/0000-0002-6272-0615>

2. Associate Professor in the Faculty of Literature and Humanities, Shahid Beheshti University.

<http://orcid.org/0000-0002-1094-4318>

Received: 14/06/2020

Accepted: 23/08/2020

* Corresponding Author's E-mail:
fatima92874@yahoo.com



Introduction

Cognitive linguistics is one of the most important branches of cognitive science in linguistics that has created effective tools and methods for analyzing various texts. An important part of our verbal communication is metaphors, and cognitive linguists believe that metaphor is essentially a cognitive phenomenon, and that what appears in language is merely a manifestation of that cognitive phenomenon. Therefore, they believe that metaphor refers to any understanding and expression of abstract concepts in the form of more tangible concepts. Research in the field of cognitive sciences and cognitive linguistics so far as schemas are concerned shows that schemas are based on abstract concepts and play a fundamental and effective role in understanding scientific, cultural, and literary concepts that are also based on abstract concepts. Therefore, having their main concepts will affect their deeper and more complex concepts. In this research, an attempt has been made to study the types of schemas hidden in Tehrani proverbs by using these concepts. The authors intend to find out which category of tangible concepts the Persian speakers use to express abstract concepts through metaphorical tools and mental schemas, in order to gain a better understanding of Persian language proverbs.

Research Questions

By adopting a historical approach extracting Tehrani proverbs from the book *Ghand-o-Namak*, we will try to answer the following questions. 1) According to Evans and Green (2006) theory, what are the image schemas used in the body of the research? 2) Is the frequency of the schemas the same or different? 3) Are there proverbs without a mental schema? How many proverbs lack imaginative schemas?



مركز تحقیقات زبان و ادبیات فارسی



Journal Of Narrativestudies

E-ISSN: 2588-6231

Vol. 5, No. 10

Autumn & Winter 2021-2022



Methodology

In this study, in order to qualitative analyze and describe the content of the Tehrani proverbs, we have examined the subject of imaginary schemas from the perspective of Evans and Green (2006). The statistical population consists of all Tehrani proverbs (about seven thousand) from the book *Ghand-o-Namak* by Jafar Shahri. Of these, 2,000 proverbs make up the sample size of the research. Then, we counted the frequency of all the schemas used in the proverbs and showed their frequency in the form of diagrams in a comparative way. From this volume, a number of proverbs are extracted and the types of containment, path, force, spatial, balance, consistency, and existence image schemas are purposefully selected, described, and analyzed in accordance with Evans and Green's mental schemas.

Results

In this research, an attempt was made to evaluate the validity of this approach based on the view of Evans and Green (2006) and show how to optimally introduce the conceptual concepts. The results showed that the Tehrani proverbs have the necessary capability and adequacy in the form of schemas in the introduced model. In response to the first question, the results showed that the general types of schemas presented by Evans and Green can be found in Tehrani proverbs, despite the significant differences in the extent to which they are used. In response to the second question, which considered the frequency of schemas, we found that the metaphorical expressions based on containment schema with a slight difference in spatial schema, and next in consistency schema, had the highest frequency among the Tehrani proverbs. They have had a cognitive justification for this. As far as the model suggested by Johnson (1987) is concerned, the human body is the first container at his disposal that can be called a containment scheme. Based on the containment scheme of experience that man has from his physical existence to occupy a part of space, it



مركز تحقیقات زبان و ادبیات فارسی



Journal Of Narrativestudies

E-ISSN : 2588-6231

Vol. 5, No. 10

Autumn & Winter 2021-2022



makes possible for him to understand the abstract concept of containment. In this study, containment schema has the highest frequency compared to other schemas with 382 schemas. The spatial scheme was in the second place with a slight difference (306 schemas) and the consistency scheme was in the third place with 272 schemas, which can be justified by the mental inclination of the people of Tehran by imitating what is around them. In response to the third question, the results of the studies showed that out of the total number of the proverbs studied, 258 proverbs without schemas were obtained, which is a small number compared to the proverbs with mental schemas. Evidence shows that the geographical location and the urban lifestyle have an important role in the formation of mental schemas and the construction of metaphors related to them.

بررسی طرح‌واره‌های ذهنی موجود در ضرب‌المثل‌های تهرانی (کتاب قند و نمک)

فاطمه جمشیدی*^۱، مهین‌ناز میردهقان^۲

(دریافت: ۱۳۹۹/۳/۲۵ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۲)

چکیده

ضرب‌المثل‌ها در انعکاس فرهنگ و هویت فردی و اجتماعی یکی از مقوله‌های بااهمیت در مطالعات زبانی محسوب می‌شود. مردم هر جامعه و قومی از روش‌های گوناگون استفاده می‌کنند و منظور خود را در قالب ظرافت‌های فرهنگی و ادبی به گوش دیگران می‌رسانند. نظر به اهمیت طرح‌واره‌های تصویری در معناشناسی شناختی، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سازوکارهای زبانی، و از آنجا که مطالعه و پژوهش‌چندانی درخصوص ضرب‌المثل‌ها و گویش‌های ایرانی صورت نگرفته است، ضرورت انجام این پژوهش را دوچندان می‌نمود. مسئله پژوهش حاضر این است که تعداد فراوانی و نوع طرح‌واره‌های تصویری به‌کاررفته در ضرب‌المثل‌های تهرانی چیست و آیا ضرب‌المثل‌های فاقد طرح‌واره ذهنی نیز در آن یافت می‌شود. هدف از این پژوهش که به روش توصیفی - تحلیلی انجام شده و از نوع کیفی است،

۱. دکتری زبان‌شناسی، پژوهشگر دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

* fatima92874@yahoo.com
<http://orcid.org/0000-0002-6272-0615>

۲. دانشیار دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
<http://orcid.org/0000-0002-1094-4318>

بررسی طرح‌واره‌ای استعاره‌های موجود در پیکره ضرب‌المثل‌های تهرانی بر مبنای مدل طرح‌واره‌های تصویری ایوانز و گرین (2006) و در چارچوب معناشناسی شناختی است. جامعه آماری تحقیق شامل کتاب *قند و نمک* (همه ضرب‌المثل‌های تهرانی) است که به صورت نمونه‌گیری هدفمند، ۲ هزار ضرب‌المثل از این کتاب استخراج شده است. نتایج بررسی‌ها حاکی از آن است که انواع کلی طرح‌واره‌های تصویری، از جمله طرح‌واره حجمی، حرکتی، جهتی و طرح‌واره قدرتی، در ضرب‌المثل‌های تهرانی یافت می‌شود؛ ولی مقدار فراوانی طرح‌واره حجمی بیشتر از سایر طرح‌واره‌هاست که این امر خود ناشی از سبک زندگی شهری و نظام زندگی در شکل‌گیری این نوع از طرح‌واره‌های ذهنی و استعاره‌های مربوط به آن است. **واژه‌های کلیدی:** معناشناسی شناختی، طرح‌واره‌های ذهنی، استعاره، ضرب‌المثل تهرانی.

۱. مقدمه

زبان‌شناسی شناختی^۱ یکی از گرایش‌های جدید علم زبان‌شناسی است که ابزارها و روش‌های مؤثری را برای تحلیل متون مختلف به وجود آورده است. بخش مهمی از ارتباط کلامی ما را استعاره‌ها^۲ تشکیل می‌دهند.

استعاره‌ها به قدری طبیعی و خودانگیخته وارد زندگی ما می‌شوند که ممکن است در عمل توجهی را به خود جلب نکنند و مانند بسیاری از پدیده‌ها و فرایندهای زیستی روانی و ارتباطی دیگر، ساده و بی‌نیاز از توصیف و تبیین جلوه کنند. اما کافی است حتی ساده‌ترین استعاره‌ها را اندکی بررسی و مطالعه کنیم تا متوجه پیچیدگی و شاید اهمیت و ضرورت آن‌ها شویم. در استعاره، جنبه‌های عاطفی، هیجانی و انگیزشی زبان با جنبه‌های ساختاری، نشانه‌شناختی، منطقی و زبان‌شناختی درهم می‌آمیزند و الگوی موجز، سیال و انتقال‌پذیری پدید می‌آورند که به آسانی از زمینه یا خاستگاه خود جدا

شده و به قلمروهای جدیدی دامن می‌گسترند. در واقع به یک اعتبار می‌توان استعاره‌ها را بسط‌یافتگی در معنا دانست (قاسم‌زاده، ۱۳۷۸: ۳۴).

زبان‌شناسی شناختی یکی از شاخه‌های مهم علوم شناختی و گرایش‌های جدید در زبان‌شناسی است. اگرچه چند دهه بیشتر از اوج شکوفایی آن نمی‌گذرد، به پیشرفت‌های چشمگیری در تقابل با دیگر رویکردهای زبانی (صورت‌گرا و نقش‌گرا) دست یافته و در حوزه‌های مختلفی همانند مطالعات زبانی، مفاهیم شناختی و ساختار عمومی معنا کاربرد و گسترش یافته است. زبان‌شناسی شناختی رویکردی است که به زبان به‌عنوان وسیله‌ای برای سازمان‌دهی، پردازش و انتقال اطلاعات می‌نگرد. در این رویکرد، زبان نمودی از نظام تصویری ذهنی است (یوسفی‌راد، ۱۳۸۲: ۱۵). پژوهش‌های صورت‌گرفته در عرصه علوم شناختی و زبان‌شناسی شناختی در حوزه طرح‌واره‌ها^۳ حاکی است که طرح‌واره‌ها بر بنیان مفاهیم انتزاعی است و بر درک مفاهیم علمی، فرهنگی و ادبی که آن‌ها نیز بر مبنای مفاهیم انتزاعی هستند، نقش اساسی و مؤثر ایفا می‌کنند. بنابراین برخورداری از مفاهیم اصلی آن‌ها بر دریافت عمیق‌تر و مفاهیم پیچیده‌تر آن اثرگذار خواهد بود.

در این پژوهش، سعی شده است تا به‌واسطه بهره‌گیری از این مفاهیم، انواع طرح‌واره‌های نهفته در ضرب‌المثل‌های تهرانی بررسی شود. به عبارت دیگر، هدف از این تحقیق شناسایی طرح‌واره‌های مختلف به‌کاررفته در ضرب‌المثل‌های تهرانی در بازتعبیر تجربه انسان است. از این رو پژوهش حاضر که به روش توصیفی - تحلیلی انجام شده و از نوع کیفی است، به بررسی طرح‌واره‌ای استعاره‌های موجود در پیکره ضرب‌المثل‌های تهرانی بر مبنای مدل طرح‌واره‌های تصویری^۴ ایوانز و گرین^۵ (2006) و در چارچوب معنی‌شناسی شناختی^۶ پرداخته است. جامعه آماری تحقیق شامل کتاب‌قند

و نمک (همه ضرب‌المثل‌های تهرانی) است که به صورت نمونه‌گیری هدفمند، ۲ هزار ضرب‌المثل از این کتاب استخراج شده است. پرسش‌های پژوهش عبارت‌اند از:

- طرح‌واره‌های تصویری به کاررفته در پیکره مورد نظر، مطابق با نظریه ایوانز و گرین (2006)، از چه نوع طرح‌واره‌ای هستند؟

- تعداد فراوانی طرح‌واره‌ها یکسان است یا متفاوت؟

- آیا ضرب‌المثل‌های فاقد طرح‌واره ذهنی نیز یافت می‌شود؟ چه تعداد از ضرب‌المثل‌ها فاقد طرح‌واره‌های تصویری هستند؟

در این پژوهش، نگارندگان قصد دارند نشان دهند فارسی‌زبانان به کمک ابزار استعاره و طرح‌واره‌های ذهنی از کدام دسته مفاهیم ملموس برای بیان مفاهیم انتزاعی بهره می‌برند، تا از این رهگذر به شناخت بهتری از ضرب‌المثل‌های زبان فارسی دست یابند. بنابراین با اتخاذ رویکردی پیکره‌مدار که پیکره آن را ضرب‌المثل‌های تهرانی مستخرج از کتاب *قند و نمک* تشکیل می‌دهد، درصدد پاسخ به پرسش‌های پژوهش هستند.

در این تحقیق، فهرستی از فراوانی تمام طرح‌واره‌های به کاررفته در ضرب‌المثل‌ها شمرده شده و در قالب نمودار، به صورت مقایسه‌ای، فراوانی آن‌ها نشان داده شده است. از این حجم، تعدادی از ضرب‌المثل‌ها استخراج و انواع طرح‌واره‌های تصویری حجمی، حرکتی، قدرتی، فضا، تعادل، همسانی و موجودیت به شیوه هدفمند انتخاب گردیده و منطبق بر طرح‌واره‌های ذهنی ایوانز و گرین، توصیف و تحلیل شده است.

۱-۱. پیشینه تحقیق

محمدی آسیابادی، صادقی و طاهری (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «طرح‌واره حجمی و کاربرد آن در بیان تجارب عرفانی» به بررسی طرح‌واره حجمی در برخی متون عرفانی از جمله مثنوی معنوی پرداخته و نتیجه گرفته‌اند که از طریق طرح‌واره

حجمی بسیاری از رؤیاهای الهامات و کشف‌وشهودهایی که مبتنی بر مفهوم حجم هستند، قابل درک می‌شوند؛ زیرا براساس طرح‌واره‌های تصویری می‌توان بسیاری از مفاهیم انتزاعی، درونی و عرفانی را تبیین کرد. زرقانی، مهدوی و آباد (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل شناختی استعاره‌های عشق در غزلیات سنایی» به بررسی استعاره‌هایی با محوریت بن‌مایه عشق در غزلیات سنایی پرداخته و بیان کرده‌اند که سنایی برای به‌چالش کشیدن ایدئولوژی مسلط بر ایده عشق در زمان خود در قرن پنجم و ششم هجری، استعاره‌هایی می‌سازد که جنبه‌هایی از امور واقع را برجسته و جنبه‌هایی را پنهان می‌کند و بدین ترتیب، در دل استعاره‌ها، ایده خود در باب عشق را به مخاطب معرفی می‌کند. روشن، یوسفی‌راد و شعبانیان (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «مبنای طرح‌واره‌ای استعاره‌های موجود در ضرب‌المثل‌های شرق گیلان» نشان دادند که انواع طرح‌واره‌های فضا، مهارشدگی، جابه‌جایی، نیرو، پیوستگی، توازن و موجودیت در ضرب‌المثل‌های شرق گیلان یافت می‌شود و فراوانی زیاد مفهوم جانور در ضرب‌المثل‌های طرح‌واره همسانی نمایانگر این است که اذهان مردم شرق گیلان بیش از هرچیز به سراغ حیواناتی می‌رود که کم‌وبیش در اطراف آن‌ها زندگی می‌کنند. زوروز، افراشی و عاصی (۱۳۹۲) در مقاله «استعاره‌های مفهومی شادی در زبان فارسی: یک تحلیل پیکره‌مدار» با استخراج پُربسامدترین حوزه‌های مبدأ که در ساخت استعاره‌های شادی به‌کار می‌روند، نشان دادند که فارسی‌زبانان بیشتر از حوزه‌های مبدأ «شیء»، «ماده» و «عمل» برای بیان حوزه شادی بهره می‌برند. پاک‌نژاد، ویسی و نقی‌زاده (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی طرح‌واره‌های موجود در ضرب‌المثل‌های شمال خوزستان در گویش دزفولی» نتیجه گرفتند که ابزار اصلی کنش انسان در طبیعت دسترسی بی‌واسطه او به بدن خود و به‌کارگیری استعاره‌های مفهومی برای درک امور

انتزاعی از مفاهیم مربوط به بدن است. همچنین تعامل تجربه و محیط پیرامون، موقعیت‌های جغرافیایی، سبک و سیاق زندگی، تعامل با حیوانات و کسب‌وکار و تجارت در شکل‌گیری طرح‌واره‌های انتزاعی و ضرب‌المثل‌ها نقش ارزنده‌ای در گفتار مخاطبان داشته است. شکاریان بهزادی، گلفام و عامری (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «تأثیر نوع طرح‌واره‌ها بر ساخت روایی در متون علمی و ادبی» با بررسی طرح‌واره‌های تصویری حجمی^۷، حرکتی^۸ و قدرتی^۹ در متون علمی و ادبی و مقایسه آن‌ها در چارچوب زبان‌شناسی شناختی، نتیجه گرفتند که هر سه طرح‌واره در هر دو نوع گفتمان ادبی و علمی کاربرد دارد؛ ولی استفاده از طرح‌واره در متون علمی بیشتر از متون ادبی است که به دلیل ساخت مفاهیم انتزاعی در متون علمی است که نیاز به طرح‌واره برای بیان آن مفاهیم را در جهت درک فیزیکی آن تسهیل می‌کند.

۲. چارچوب نظری

۲-۱. زبان‌شناسی شناختی و معناشناسی شناختی

در گذشته معنا به صورت گزاره‌ای در نظر گرفته می‌شد که از معنای کلمات و عبارات در جملات به دست می‌آمد. این دیدگاه مورد توجه عینیت‌گراها^{۱۰} بود که به صورت بسیار محدودی به معنا توجه می‌کردند و آن را بازنمای نشانه‌ها و واقعیات مستقل از ذهن می‌شناختند. معناشناسی آن‌ها هم به شرط صدق و کذب و سایر شرایط گزاره‌ای، مانند توجه به اجزای جمله بود. مطالعه آن‌ها درباره معنا و منطق، بدون توجه به ساخت‌های غیرگزاره‌ای مانند تصویرها، الگوهای طرح‌واره‌ای و استعاره، صورت می‌گرفت (Johnson, 1987: 18). درمقابل از منظر تجربه‌گرایی، معنا و فکر و به‌طور کلی نظام‌های ادراکی ما برپایه حواس، حرکات بدن و تجارب فیزیکی و اجتماعی شکل می‌گیرند (Lakoff, 1987: XiV).

زبان‌شناسی شناختی رویکردی است که به زبان به‌عنوان وسیله‌ای برای کشف ساختار نظام شناختی انسان می‌نگرد (گلفام، ۱۳۸۱: ۵۹). زبان‌شناسان شناختی معتقدند که زبان آدمی از نظام عام شناخت وی تبعیت می‌کند و زبان تابع نظام شناختی است (Radden, 1992: 1). از طرفی معناشناسی در تجزیه و تحلیل زبانی از رویکرد شناختی به زبان در اولویت قرار می‌گیرد. نگرشی که به مطالعه معنا می‌پردازد، معناشناسی شناختی نامیده می‌شود. این نگرش را می‌توان در آثار لانگاکر^{۱۱}، لیکاف^{۱۲}، بروگمن^{۱۳}، جانسون^{۱۴}، فوکونیه^{۱۵}، تالمی^{۱۶} و سویتسر^{۱۷} دنبال کرد (صفوی، ۱۳۸۴: ۶۵).

اصطلاح معناشناسی شناختی را نخستین بار لیکاف در مقاله‌ای با همین عنوان مطرح و نگرشی را معرفی کرد که بسیاری از معناشناسان را مجذوب خود ساخت. بنابر این نگرش، دانش زبانی انسان مستقل از اندیشیدن و شناخت نیست. این دیدگاه در نقطه مقابل آرای زبان‌شناسانی چون چامسکی^{۱۸} قرار می‌گیرد که دانش ساخت‌ها و قواعد زبان را از دیگر فرایندهای ذهنی انسان، از جمله اندیشیدن جدا می‌دانند. بنابراین شاید بتوان مدعی شد که هسته اصلی آنچه این دسته از معناشناسان به آن معتقدند در این عبارت نهفته است که دانش زبانی^{۱۹} بخشی از شناخت عام انسان است (همان‌جا). جورج لیکاف و مارک جانسون از جمله معناشناسان شناختی هستند. آن‌ها زبان را نمودی از نظام تصویری ذهن می‌دانند و نگرش جدیدی به استعاره دارند که تمام نظریات و رویکردهای استعاره‌سنتی را به چالش می‌کشد. این درحالی است که ارسطو استعاره را «خلق چیزی نو و تشخیص ارتباطی نهفته و نامشخص می‌دانست که خود کاری نو است» (Gibbs, 1994: 211). همچنین بسیاری از قدما به پیروی از ارسطو، استعاره را نامیدن چیزی به اسمی که متعلق به چیز دیگر است، می‌دانستند (Cornellway, 1991: 3). از نظر لیکاف و جانسون، استعاره یکی از عناصر اصلی و پایه در فرایند اندیشیدن به‌شمار می‌رود و به سایر ساخت‌های بنیادین همچون طرح‌واره‌های تصویری

مربوط می‌شود (صفوی، ۱۳۸۷: ۳۶۷). در معناشناسی شناختی، عملکردهای عالی شناختی ما که معنا و استدلال را ممکن می‌سازند، در واقع امتداد فعالیت‌های حواس ما و غیرقابل تفکیک از آن‌هاست (گلفام و یوسفی‌راد، ۱۳۸۱: ۶۱).

معناشناسی شناختی یکی از حوزه‌های مهم در زبان‌شناسی شناختی است که در آن، ساختار اصلی زبان بازتابی از شناخت بوده و زبان با تمرکز بر معنا امکان تحلیل می‌یابد. معناشناسی شناختی به بررسی رابطه تجربه، نظام مفهومی^{۲۰} و ساختار معنایی که به وسیله زبان تعیین می‌شود، می‌پردازد (Evans, Bergen & Zinken, 2007: 5). در این رویکرد، ساختارهای تصویری انسان در دو حوزه طرح‌واره تصویری و استعاره بررسی می‌شوند که طرح‌واره‌های تصویری، پایه و اساس شکل‌گیری استعاره را فراهم می‌کنند. یکی دیگر از ساخت‌های مفهومی طرح‌واره‌های تصویری است که سطح اولیه-تری از ساخت‌شناختی زیربنای استعاره را تشکیل می‌دهند. لیکاف معتقد است استعاره-های مفهومی از طریق تعمیم چندمعنایی باعث ایجاد استعاره‌های مختلف در زبان می‌شوند. کاربرد کلمات مختلف مربوط به مفهوم اولیه، برای درک مفهوم ثانویه، باعث ساخت استعاره‌های جدید می‌شود. مهم‌ترین طرح‌واره‌های تصویری که لیکاف و جانسون مطرح می‌کنند، طرح‌واره حرکتی، طرح‌واره قدرتی و طرح‌واره حجمی است.

۲-۲. طرح‌واره‌های تصویری

استعاره یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که زبان‌شناسی شناختی را از دیگر رویکردهای زبان‌شناسی متمایز می‌کند. در این نگرش، استعاره ابزار تفکر و شناخت است و تفکر انسان ماهیتی استعاری دارد. ما به‌علت سازوکار استعاری ذهن می‌توانیم به موضوعات انتزاعی بیندیشیم و درباره آن‌ها صحبت کنیم (افراشی، ۱۳۹۵). شناخت حوزه‌های مفهومی ذهنی مبنایی استعاری دارد و نظام مفهومی محصول عملکرد مفهوم‌سازی استعاری است. این نظام مفهومی دارای نقش اصلی در تبیین واقعیات

روزمره زندگی است و از آنجا که این نظام ساختاری استعاری دارد، شیوه اندیشیدن، تجربه اندوختن و عمل کردن ما نیز زیربنای استعاری دارد (افراشی، ۱۳۹۵: ۶۶). استعاره از منظر زبان‌شناسان شناختی سازوکاری شناختی است که از طریق آن یک حوزه تجربی به‌طور تقریبی بر حوزه تجربی دیگر نگاشت می‌شود؛ به‌طوری که حوزه دوم تا حدودی از طریق حوزه اول درک می‌گردد (همان، ۷). طرح‌واره تصویری «تصوری» است، زیرا مرتبط و برگرفته از تجربیات دنیای بیرون است و «طرح‌واره‌ای» است، به این دلیل که آن‌ها مفاهیم جزئی نیستند (Evans & Green, 2006: 178-179). طرح‌واره بازنمایی عناصر اصلی موجود در یک رخداد و ارتباط آن‌ها با یکدیگر است؛ زیرا به‌دلیل ناتوانی ذهن در ثبت جزئیات نمی‌تواند عکس دقیق یک رخداد و یا شیء باشد (حاجی‌نصرالله، ۱۳۸۱: ۲۳). طرح‌واره‌ها از دید توماس (2003) ساختار داده‌ای و قابل اجرا در مغز هستند که برای دستیابی به ادراک مفهومی از جهان عمل می‌کنند و به‌طور مداوم در حال تعدیل و به‌روز شدن هستند تا بر کشفیات ادراکی در آینده به‌شکلی مناسب‌تر حاکم شوند.

از دیدگاه ایوانز و گرین (2006: 176)، طرح‌واره‌های تصویری زیرمجموعه‌ای از تجسم و ساختار مفهومی هستند و برای توصیف نظریه طرح‌واره‌های تصویری از دو اصل اساسی در معناشناسی شناختی بهره می‌گیرند و معتقد به ارتباط این دو اصل با هم هستند:

۱. فرضیه‌ای که ساختار مفهومی از تجسم مشتق می‌شود و به آن «فرضیه تجسم‌یافته» نیز می‌گویند که مطابق با نظریه جانسون (1987) است.
۲. فرضیه‌ای که ساختار معنایی ساختار مفهومی را منعکس می‌کند و به آن «فرضیه شناخت مفهومی» می‌گویند که منطبق بر نظریه تالمی (2000) است.

آنان طرح‌واره‌های تصویری را در قالب یک فهرست ارائه کردند؛ یعنی طرح‌واره‌ها را در مقولات کلی براساس ماهیت شناختی و برمبنای تجربی‌شان به شرح ذیل طبقه‌بندی کردند:

طرح‌واره فضا، طرح‌واره مهارشدگی (ظرف‌بودگی)، طرح‌واره جابه‌جایی (حرکتی)، طرح‌واره نیرو (قدرتی)، طرح‌واره پیوستگی، طرح‌واره تعادل (توازن)، طرح‌واره همسانی و طرح‌واره موجودیت (شیء).

۲-۳. ضرب‌المثل

ضرب‌المثل عبارت است از ذکر چیزی تا ظاهر شود اثر آن در غیر آن چیز و همچنین در ضرب‌المثل تا مشابهت در بین نباشد، مثل صورت نگیرد و برای آن، ضرب‌المثل نامیده شد که شیء محل زدن واقع گردید؛ یعنی چیزی که در آغاز امر بیان شده، در ثانی مورد ضرب‌المثل گردیده، سپس در باب استعاره برای هر حالت یا افسانه‌ای یا صفتی جالب نظر که شگفتی در آن نیز باشد، استعمال گردد (دهخدا، ۱۳۳۰: ۳۷-۳۸).

ضرب‌المثل از دو واژه ضرب (زدن، بیان کردن) و مَثَل تشکیل شده است. کلمه ضرب درمورد مَثَل به معنای ایقاع و بیان آن است و این کلمه را برای زدن مَثَل از آنجا گرفته‌اند که تأثیر نفسانی و انفعالی و هیجانی که از آن در خاطر حاصل می‌شود، مَثَل آن است که در گوش شنونده‌ای سخن را بکوبند؛ چنان‌که اثر آن در قلب وی نفوذ کند و به اعماق روح او درون گردد (حکمت، ۱۳۶۱: ۸۴).

از نظر بهمنیار، «مَثَل جمله‌ای است که ویژگی‌هایی از قبیل اختصار، مبتنی بر تشبیه بودن، داشتن مضمون حکیمانه، روانی لفظ، روشنی معنا، لطافت ترکیب و کاربرد عام (شهرت عام) دارد» (۱۳۲۸: ۴۹).

ضرب‌المثل‌ها جمله‌های کوتاه و معمولاً تصویری و سرشار از معانی و مفاهیم و حکمت هستند که ذهن را بارور و سیراب می‌سازند. به کار بردن ضرب‌المثل در نوشته‌ها و گفته‌ها سبب جذابیت تصویری نوشتار و گفتار در اذهان می‌شود. «ضرب-المثل‌ها عبارات و جمله‌های آشکار ثابتی هستند که حقایق شناخته‌شده و هنجارهای اجتماعی و اخلاقی را بازگو می‌کنند» (Gibbs, 1996: 134). به عقیده وی، ضرب‌المثل‌ها مربوط به زبان استعاری و مجازی هستند.

از نظر هانک^{۲۱} (1997)، ضرب‌المثل‌ها یک نوع عنصر زبانی هستند که دارای اهمیت بوده و فرایند بسیار پیچیده و فریبنده دارند؛ از این رو آن‌ها را در هفت حوزه مجزا همچون ضرب‌المثل‌های رسمی، شخصی، ادبی، مذهبی، علمی، فرهنگی و شناختی تقسیم می‌کند.

درک ضرب‌المثل‌ها از دیدگاه سیسلیکا^{۲۲} (2002) به صورت دو نظریه مطرح شده- است: یکی نظریه «زنجیره بزرگ استعاره»^{۲۳} (Lakoff & Turner, 1989) و دیگری نظریه «گسترده مفهوم‌بنیاد»^{۲۴} (Honeck, 1997). براساس دیدگاه گسترده مفهوم‌بنیاد، درک و تفسیر ضرب‌المثل‌ها به مثابه فرایند حل مسئله است؛ به طوری که مفسر ضرب‌المثل با حل مسائل کوچک‌تر به هدف بزرگ‌تر که کشف معنای مورد نظر گوینده است، دست می‌یابد. بدین ترتیب، مجموعه‌ای از فرایندها معنای لفظی ضرب‌المثل را به صورت غیرلفظی تعبیر می‌کنند و درک استعاری ضرب‌المثل امکان‌پذیر می‌شود. براساس نظریه زنجیره بزرگ استعاره، بیشتر زمینه‌های ساختاری زبان انسان به نظام ادراکی او مربوط است که برپایه روش‌های استعاری فکر کردن صورت می‌گیرد و اینکه ضرب‌المثل‌ها ریشه در فرهنگ دارند. بر مبنای دیدگاه دوم، یعنی گسترده مفهوم‌بنیاد، درک و تفسیر ضرب‌المثل براساس فرایند حل مسئله است. با حل کردن

مسئله‌های کوچک‌تر، در جست‌وجوی اهداف بزرگ‌تر که مورد نظر گویشور یا سخنور است، در حرکت خواهد بود.

در این مقاله، عمده‌ترین طرح‌واره‌های تصویری معرفی شده از سوی ایوانز و گرین (2006) در پیکره ضرب‌المثل‌های تهرانی معرفی شده است. از این میان، تعداد ۲ هزار ضرب‌المثل از کتاب فنند و نمک نوشته جعفر شهری استخراج شده است.

۳. بحث و بررسی و تحلیل داده‌ها

۳-۱. طرح‌واره فضا (جهتی)

۳-۱-۱. بالا - پایین

یکی از انواع طرح‌های تصویری طرح‌واره فضا است. بدن انسان یک حوزه مبدأ ایدئال است؛ بدین معنا که انسان جسم خود یا اشیای پیرامون خود را محور قرار می‌دهد و پدیده‌ها را نسبت به آن می‌سنجد و تعیین می‌کند که در وضعیتی بالاتر، پایین‌تر یا همسطح قرار گرفته‌اند و تصویری از آن در ذهن خود می‌سازد که همان طرح‌واره بالا - پایین است. لیکاف و جانسون (1980) برای استعاره‌های جهتی اصولی را ارائه می‌کنند که اساس استعاره‌های فرعی بسیاری در زندگی روزانه است؛ از آن جمله است: شادی بالاست، اندوه پایین است؛ تسلط و قدرت بالاست، مقهور و ضعیف بودن پایین است؛ خوب بالاست، بد پایین است؛ بیشتر بالاست، کمتر پایین است. به نمونه‌ای از آن در ضرب‌المثل‌های محاوره‌ای تهرانی اشاره می‌شود:

● **آب تو هونگ نکوفتم، زیر سیبیلشو نروقتم.**

در جواب کسی که بپرسد «دعواتان بر سر چه بود؟». غالباً حرف زن در شکوه از مرد در گفت‌وگوی با هم صحبت یا کس‌وکار.

در این ضرب‌المثل، طرح‌وارهٔ جهتی از نوع پایین مورد نظر است که شِکوه و ناراحتی در معنای پایین است.

۳-۱-۲. عقب - جلو

طرح‌واره‌ها بر درک استعاری ما از جهان خارج اثرگذارند. انسان با قرار دادن جسم خویش در موقعیتِ رویدادها و پدیده‌ها در وضعیتی جلوتر یا عقب‌تر قرار می‌گیرد و خود را با آن موقعیت می‌سنجد و تصویری که در ذهن خود می‌سازد، معرف طرح‌وارهٔ عقب - جلو است. نمونه‌هایی از ضرب‌المثل‌های تهرانی:

● **هنوز مسجد نساخته، گدا درش جمع شده.** (جلوی در مسجد)

مفت‌خورها و فرصت‌طلب‌ها که مترصد دائمی سوز و مال‌مفت و هرچه‌مثل آن است. به کس یا کسانی که از حرفِ سوز یا نذری و امید‌واهی خود را در آن سهیم معلوم بکنند.

● **یه کوزه هم پشتت می‌شکنم.**

به کسی که به‌قهر حرفِ رفتن بزند.

● **از پشت چاقو زدن**

دشمنی پنهان، دشمنی از راه دوستی.

در هر سه ضرب‌المثل، طرح‌وارهٔ جهتی عقب - جلو در خصوص رفتار آدم‌ها در موقعیت‌های مذکور بیان شده و تناقض در رفتار آنها نشان داده شده است.

● **جلوی خروس همسایه رو نمی‌تونم بیگیری، پای مرغتو ببند.**

کلاهت را سفت بگیر، همسایه‌ات را دزد نکن.

۳-۱-۳. دور - نزدیک

از طرح‌واره‌های تصویری که از تعامل با محیط اطراف به وجود می‌آید و موقعیت انسان را از اشیای پیرامون او نشان می‌دهد، استعاره‌های دور - نزدیک است که در تجربیات روزمره انسان حضور فعال و پویایی دارد.

● دوری و دوستی

به مفهوم شیرین برو، شیرین بیا. قوام دوستی در ملاقات دیربه‌دیر زیاده‌تر بوده؛ چه در کثرت ملاقات، قهراً دلخوری پیش می‌آید.

● آواز دهل شنیدن از دور خوش است.

نه هر وصف خوشی قرین واقعیت باشد.

● دروغ از دور میاد یه پاش می‌لنگه.

پای دروغ لنگ است. یا چراغ دروغ بی‌فروغ.

در این ضرب‌المثل‌ها، طرح‌واره‌های دور - نزدیک به کار رفته است. قلب انسان عضوی داخل بدن انسان بوده و از ارگان‌های مهم محسوب می‌شود که جایگاه محبت است؛ از این رو برای مفاهیم استعاره‌ای دور - نزدیک از آن استفاده شده است.

۳-۲. طرح‌واره جابه‌جایی (حرکتی)

یکی از انواع طرح‌واره‌های تصویری در ذهن انسان قائل شدن به طرح‌واره‌های جابه‌جایی (حرکتی) است. انسان خود قادر به حرکت است و حرکت اجسام را نیز مشاهده می‌کند و می‌تواند حرکت خود را نسبت به پدیده‌های اطرافش درک کند؛ بنابراین برای بسیاری از پدیده‌های انتزاعی، مسیر حرکت را همراه با نقطه آغاز و پایان در نظر می‌گیرد. عامل زمان به‌طور صریح یا ضمنی و مسیر حرکتی در طرح‌واره

جابه‌جایی مطرح و در شکل‌گیری این ساخت‌های زبانی در نظر گرفته شده است. ایوانز و گرین (2006) این طرح‌واره را به‌عنوان رعایت اصل اقتصاد و تعهد به عمومیت‌بخشی ارائه کرده‌اند تا همه انواع طرح‌واره‌های حرکتی، مبدأ - مسیر - مقصد را دربر بگیرد. به نمونه‌هایی از ضرب‌المثل‌های تهرانی بنگرید:

● **یه گوشش دره یه گوشش دروازه.**

بی‌اعتنا به حرف یا پند و اندرز، ادب‌ناپذیر و حرف‌ناشنو.

● **آن سبو بشکست و آن پیمانہ ریخت.**

ناامید کردن طرف خطاب در بازنگشتن وضع گذشته بر او و حسرت خوردن بر آن؛ گذشت آنکه چنین و چنان بوده یا بودیم و یا چنان و چنینت می‌داشتم.

● **آنها که دویدن، اونها که چریدن، هر دو با هم رسیدن.**

نظر اهل عرفان و اشراق مبنی بر اینکه توفیقات نه به جهد و تلاش، بلکه به نصیب و خواست خداوند است.

● **روغن چراغ عمر به پایان رسیدن.**

تمام شدن و قطع امید از حیات و در تعریف: روغن چراغ عمرم یا عمرش به آخر رسیده است.

در این ضرب‌المثل‌ها، حرکت و رسیدن به مقصود مورد نظر است و برای مفهوم‌سازی در گذر زندگی از این طرح‌واره استفاده می‌شود.

۳-۲-۱. مبدأ - مسیر - مقصد

یکی دیگر از تجارب جسمانی ما مواجه شدن با مسیرهای متفاوت است. وقتی انسان در موقعیت‌های مختلفی قرار می‌گیرد، از یک مبدأ حرکت می‌کند تا به مقصد و هدف

خویش برسد. در این میان، ممکن است هریک از مقصد یا مبدأ مورد نظر او باشد یا ممکن است فقط به مسیر حرکت توجه کند که طی کردن هر مسیر نیز با سپری شدن میزانی از زمان همراه است.

● این قافله تا به حشر لنگه.

این کار تا قیامت سر نمی‌گیرد.

● حرف بد تا لحد با آدمه.

حرف بد از دل بیرون نمی‌شود.

● آدم تا آخر عمرش گول میخوره.

در جواب سرزنش‌کننده گویند. یکی را گفتند: «باز گول خوردی؟» گفت: «گول دیروزی نبود.»

در این ضرب‌المثل، از ابتدا تا آخر عمر انسان اشاره به زمان دارد که مسیر دیروز تا امروز را طی کرده است.

۳-۳. طرح‌واره تعادل (توازن)

انسان همواره برای درک تعادل و توازن براساس تجربیات زندگی خود مفاهیمی استعاری در ذهن می‌آفریند. مثل کودکی که می‌خواهد راه رفتن را بیاموزد یا نوجوانی که برای کسب تجربه تعادل بر لبه جوی راه می‌رود و مواردی از این دست که نشان می‌دهد انسان به دنبال طرح این تجارب به صورت یک ساختار ذهنی و خلق طرح‌واره‌ای به نام تعادل است. به نمونه‌هایی از این طرح‌واره در ضرب‌المثل‌های تهرانی بنگرید:

● خدا پدرشو بیامرزه که گُف، پدرشو بیامرزه که سُنف.

مساوی دانستن پندپذیر یا پنددهنده

● **خرو با خور^{۲۵} ، مرده رو با گور.**

نظر به مفت‌خور حریص و بی‌رحم، به آن حد که در ندیدن مانع، محتویات سفره را به‌تمامی بلع کند.

● **برادری و برابری.**

نظر به مواسات و مؤاخات و مساوات که حتی میان برادران نیز باید برقرار باشد و بلکه میان آن‌ها زیاده‌تر از دیگران مورد توجه بوده باشد.

۳-۴. طرح‌وارهٔ حجمی

انسان در تجارب روزمرهٔ خود با انواع ظرف‌ها سروکار دارد؛ حتی بدن انسان، خود یک ظرف محسوب می‌شود که حاوی آب، خون و مواد لازم دیگر برای ادامهٔ حیات است. ظرف در حالت پیش‌نمونه^{۲۶} خود دارای حجم یا سه بُعد است و مظهر در آن قرار می‌گیرد. انسان این تجربهٔ جسمانی خود را به موارد انتزاعی نیز نسبت می‌دهد که از آن جمله می‌توان به دل و ذهن اشاره کرد. طرح‌واره‌های تصویری از تجربیات دریافتی و حسی نشئت گرفته که نتیجهٔ تعامل ما با جهان و محیط اطرافمان هستند وضعیت و موقعیت پدیده‌ها را نسبت به آن‌ها می‌سنجند. انسان به این دلیل که مفهوم حجم را از رهگذر احاطه شدن بدن خود در میان دیوارهای مسقف تجربه کرده و آموخته است و نیز به این دلیل که اشیا را در ظرف‌ها و مکان‌هایی محاط قرار داده، تصاویری ذهنی از مصداق‌هایی از مفهوم حجم در ذهن خود پدید آورده است؛ بنابراین برای برخی مفاهیم موجود در زبان نیز حجم قائل می‌شود تا استعارهٔ مفهومی «حالت ظرف است» به‌وجود بیاید.

۳-۴-۱. داخل - خارج

یکی از تجربه‌های انسان در زندگی روزمره مکان‌هایی است که دارای حجم بوده و ظرف تلقی می‌شود. بدن انسان نوعی ظرف در نظر گرفته می‌شود که دارای حجم است؛ در نتیجه طرح‌واره‌های انتزاعی را از اجسام فیزیکی در ذهن خود به وجود می‌آورد.

● آب تو هونگ نکوفتم، زیر سیبیشو نروفتم.

در جواب کسی که پرسد: «دعواتان بر سر چه بود؟». غالباً حرف زن در شکوه از مرد در گفت‌وگوی با هم صحبت یا کس و کار.

در این ضرب‌المثل که ترکیبی از چند طرح‌واره تصویری است — و نمونه‌ای از آن در بالا آورده شد — طرح‌واره حجمی داخل نیز مشاهده می‌شود.

● آبجی بگوم تو مدیخ، حرفش کجا؟ تو سرنخ.

به معنای وراجی کردن و حرف اشخاص را به این و آن بردن؛ کسی که حرفش این طرف و آن طرف برود. در این ضرب‌المثل، طرح‌واره حجمی داخل در معنای غیبت کردن به کار رفته است.

۳-۴-۲. پر - خالی

در این طرح‌واره حجمی، انسان در تجربه با محیط پیرامون خود با ظرف‌هایی که پر یا خالی هستند، نوعی طرح‌واره انتزاعی به وجود می‌آورد.

● آب در کوزه و ما تشنه لبان می‌گردیم.

چیز و نعمتی را داشتن و ندانستن یا قدر آن را نشناختن. خود داشتن و از دیگران طلبیدن.

۳-۴-۳. سطح

سطح یکی دیگر از انواع طرح‌واره‌های حجمی است. طرح‌واره‌های حجمی، در حالت پیش‌نمونه، با سه بُعد درونی، مرز و بیرونی شناخته می‌شوند. اما گاهی با موارد دو بُعدی مواجه می‌شویم که به‌طور فیزیکی مسطح هستند؛ مانند تخت. تجربه انسان از چنین سطوحی به تشکیل طرح‌واره‌ای به‌نام سطح در ذهن او می‌انجامد.

● معلوم نیست امروز از روی چه دنده بلند شده.

حرف کسی که از مصاحبت با رئیس و کارفرمای خود بدخلقی و تلخ‌زبانی و مثل آن دیده باشد. در این نظر که بلند شدن از روی دنده راست خوش‌طبعی و از خواب بیدار شدن از روی دنده چپ کج‌خلقی و بدخلقی و نحس است.

● آدم روشو^{۲۷} که بیینه داغشو نمی‌تونه بیینه.

پول، کنایه به حریص که به اولاد هم مربوط می‌شود.

● آب پاکی روی دست کسی ریختن.

انکار، جواب رد، زیر قول زدن، آخرین جواب رد به طلبکار یا خواستگار.

۳-۵. طرح‌واره قدرتی

انسان از تجربه قرار گرفتن جسم خود یا اشیای پیرامون خود تحت تأثیر یک نیروی خارجی تصویری را در ذهن خویش می‌سازد که همان طرح‌واره اجبار است. گاه اهل زبان برخی پدیده‌های انتزاعی و رخداد‌های زندگی را به چشم مسیری می‌نگرند که در حال طی کردن آن است. طرح‌واره‌های قدرتی آن هنگام مطرح می‌شوند که براساس تجربیات عینی افراد، در مسیر این حرکت مانعی قرار گیرد. در چنین حالتی ممکن است

مانع مذکور قابل عبور نباشد و حرکت در مسیر قطع شده و فرد متوقف گردد (روشن، یوسفی‌راد و شعبانیان، ۱۳۹۲). نمونه‌ای از این طرح‌واره در ضرب‌المثل تهرانی:

● مشکلی نیست که آسان نشود.

دل‌داری به کسی که اظهار پریشانی از لاینحلی مشکلی بکند.

۳-۵-۱. نیروی متقابل

انسان در روند زندگی خود با دو نیروی مخالف که در برابر هم قرار گرفته‌اند، روبه‌روست؛ به طوری که هیچ‌یک از دو نیروی متضاد توانایی بیرون کردن نیروی دیگر را از صحنه کارزار ندارد. این طرح‌واره انتزاعی در ذهن انسان براساس کنش و برهم-کنش رفتاری در انسان پدید می‌آید. به نمونه‌ای از این گونه ضرب‌المثل اشاره می‌شود:

● من خیکو ول کرده‌ام، خیک منو ول نمی‌کنه.

حرف کسی که دچار مخصصه دشوار و طرف ناهموار شده باشد.
در این ضرب‌المثل، به دشواری و ناهمواری نیرو اشاره شده است.

۳-۵-۲. رفع مانع

انسان در شرایط مختلف زندگی با مواردی مواجه می‌شود که مانع از سر راه او کنار می‌رود. تجربه انسان از ساخت طرح‌واره رفع نیرو در ذهنش نمونه‌ای از این نوع طرح-واره‌هاست.

● باران آمد ترک‌ها هم رفت.

نظر به گذشت زمان که محوکننده سوابق بد و ناگوار است.

۳-۵-۳. توانایی

گاه انسان در موقعیت‌های مختلف زندگی‌اش نیرو و توانایی یا فقدان آن را تجربه می‌کند. این تجربه از تعامل انسان با اشیای پیرامون او ناشی می‌شود. مثلاً انسان می‌تواند اسباب‌اثاثیه خود را بلند کند یا آن‌ها را جابه‌جا نماید، ولی توانایی بلند کردن کامیون یا ماشین سنگین را ندارد. این موارد باعث می‌شود تا طرح‌واره‌ای به نام طرح‌واره توانایی در ذهن خود خلق کند.

● تو که لالایی بلدی چرا خوابت نمی‌بره؟

به صاحب مشکلی که دستور رفع مشکل غیر را بدهد.

۳-۵-۴. ایستادگی

● پشتش به کوه ابوقبیس است.

پشت قرصی، اطمینان داشتن، مطمئن شدن از طرف کسی و جایی دل قرصی یافتن.

۳-۵-۵. رفع مانع

● زر بر سر فولاد نهی نرم شود.

نظری حکیمانه مبنی بر اینکه جایی که فولاد با صرف پول نرم می‌شود، به طریق اولی، دل آدمی هم با آن نرم خواهد شد.

● پول سفید، برا روز سیا.

پول برای آن است که از آن رفع گرفتاری بشود.

● پاتیل هرچی ام سفت باشه می‌تراشش.

ثروتمند هر قدر هم ممسک و چشم‌تنگ و لئیم باشد، از دست فقیر و ارباب توقع درمان نمی‌ماند.

۳-۵-۶. مانع

● پا به سنگ خوردن.

گوشمال شدن، پندناپذیری که از گردش زمانه تنبیه بشود.

● جلوی خروس همسایه رو نمی‌تونی بیگیری، پای مرغتو ببند.

اشاره دارد به کلاهت را سفت بگیر، همسایه‌ات را دزد نکن.

۳-۶-۶. طرح‌واره اتحاد

۳-۶-۱. اتحاد

انسان روزانه با مواردی از به‌هم‌پیوستگی و یکی شدن اشیا در محیط پیرامون خود مواجه می‌شود؛ از جمله پیوند چند رود و رسیدن به دریا و یا اتحاد و پیوند چند فرد یا کشور. انسان تجربه خود در امور مادی را به امور انتزاعی سوق می‌دهد و طرح‌واره‌هایی در ذهن خود تولید می‌کند. نمونه‌ای از آن در یک ضرب‌المثل تهرانی آورده شده است:

● به کاسه

یک‌جا، روی هم کردن، در نابودی و ورشکست هم که (یک‌کاسه نابود شد یا شدم) نیز به‌کار می‌رود. این ضرب‌المثل به اتحاد و یک‌پارچگی اشاره دارد.

۳-۶-۲. جزء و کل

از انواع طرح‌واره‌های اتحاد، طرح‌واره جزء و کل است. از آنجا که تجربه انسانی رابطه بسیار نزدیکی با مفاهیم و اشیای اطراف خود که نشانگر ویژگی‌های کل به جزء هستند، دارد، بر همین اساس به ساخت ذهنی روی می‌آورد؛ مثلاً ریشه و برگ گیاهان جزئی از گیاه، در خانه جزئی از خانه، اعضای بدن هم جزئی از کل بدن را شامل می‌شود (روشن، یوسفی‌راد و شعبانیان، ۱۳۹۲). به نمونه‌ای در ضرب‌المثل تهرانی توجه کنید:

● تو مو می‌بینی و من پیچش مو.

توجه دادن جوان بی‌تجربه ناپخته به ظاهر بینی و اینکه نه آن است که او می‌نگرد.

۳-۶-۳. ارتباط

انسان در دنیایی پُر از ارتباطات زندگی می‌کند؛ مانند رابطه فرزند و والدین و رابطه شاگرد و معلم و نیز ارتباطات عاطفی و فیزیکی که با روابط علت و معلولی عجین شده است. این ارتباطات به خلق طرح‌واره‌هایی در ذهن انسان می‌انجامد تا نشان از تصور رابطه‌های انسانی باشد. نمونه‌هایی از این نوع طرح‌واره را در ضرب‌المثل‌های تهرانی را بنگرید:

● دس دسو می‌شناسه.

ناظر به اینکه از هرکسی گرفته باشد، باید به خود او بازگردانده شود.

● دس شیکسته حال دسه شیکسته رو می‌دونه.

همدرد از درد مطلع است.

۳-۷. طرح‌واره همسانی

انسان همواره از تجربیات زندگی با محیط پیرامون خود که ویژگی‌های مشابه و یکسانی دارند، روبه‌رو می‌شود. او با مشاهده چنین مشابهت‌هایی به ساخت طرح‌واره همسانی در ذهن خود سوق پیدا می‌کند. از نکات جالب توجه در ضرب‌المثل‌های تهرانی استفاده از مفهوم جانور است که در اکثر ضرب‌المثل‌های مربوط به این طرح‌واره مشاهده می‌شود.

● آدم نباید گربه کوره باشه.

توجه دادن به ناسپاس، بی‌منظور، به آن‌ها که محبت اشخاص را فراموش بکنند.

● چاراسبه می‌تازه.

تند می‌راند، توصیف حرص و شتاب.

● **جوری که خدا واسه اون ساخته برا سگای سلاخ‌خونه نساخته.**

سخن غیابی بدخواه و حسود به کسی که به راحت و منزلت رسیده باشد.

● **پیش عقرب جراره باز به مار غاشیه.**

بین بد و بدتر، انتخاب بد برتری دارد.

● **خاکشیر مزاج**

ملایم طبع، سازگار، باهمه‌ب ساز.

۸-۳. طرح‌واره موجودیت

نمونه‌ای دیگر از طرح‌واره‌ها، طرح‌واره موجودیت یا شیء است؛ به این معنا که اشیا ویژگی‌هایی دارند که آن‌ها را از دیگر موجودات زنده متمایز کرده است؛ خصوصیتی همچون بویایی، شنیداری، حس لامسه. برخی از آن‌ها قابلیت تملک نیز دارند؛ مانند پول و طلا و یا بوییدن مانند بوی عطر. انسان با توجه به منشأ ملموسی که از اشیا سراغ دارد، طرح‌واره‌هایی را در ذهن خود می‌سازد که همان طرح‌واره شیء است. به نمونه‌هایی در ضرب‌المثل‌های تهرانی اشاره می‌شود:

● **آتیش از آتیش گل می‌کنه، زن از شوور.**

نظر زن‌ها به شوهر خوب که زن را شاد و سرحال می‌کند.

● **به هوای کفش ساغریِ مردوم، چاروق قاطریِ خودشم گذاشت.**

نامید شدن به خاطر امید واهی. داشته خود را بدهد به خاطر نداده دیگری که درباره-اش امید بسته است.

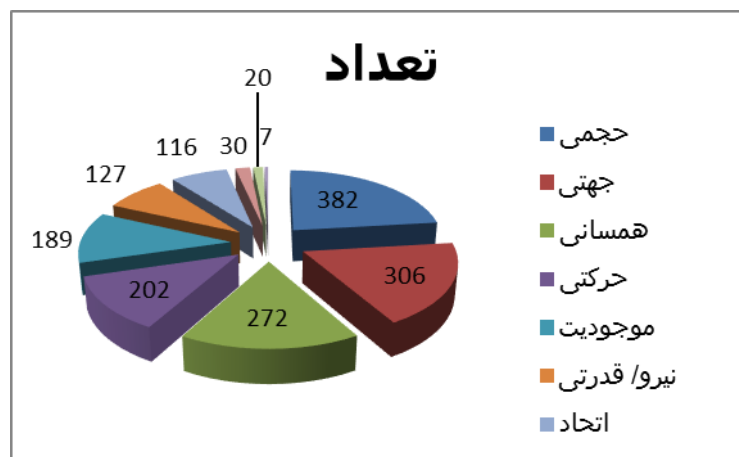
● **حرف‌های هَش من نه شی.**

حرف‌های بیهوده و بی‌ارزش.

۴. یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، سعی شد با در نظر گرفتن مقوله‌بندی‌های ذهنی انسان از جهان واقعیت و دریافت شباهت‌ها و همسان‌سازی در فرایند انتزاعی، رابطه بین ضرب‌المثل‌ها و محیط پیرامون آن توصیف شود. پس از بررسی و تجزیه و تحلیل داده‌ها، فراوانی طرح‌واره‌های موجود در ضرب‌المثل‌های تهرانی مطابق نمودار زیر به دست آمد.

شکل ۱. تعداد فراوانی طرح‌واره‌های تصویری موجود در ضرب‌المثل‌های تهرانی



توزیع کلی میزان فراوانی طرح‌واره‌های موجود در ضرب‌المثل‌های گویش تهرانی مطابق با نمودار دایره‌ای بالا نشان داده شده است که نزدیک به ۲ هزار ضرب‌المثل از پیکره زبانی ضرب‌المثل‌های تهرانی در قالب طرح‌واره‌های ذهنی ارائه شده توسط ایوانز و گرین (2006) را شامل می‌شوند. طبق نتایج این نمودار، طرح‌واره حجمی از مجموع کل طرح‌واره‌های به دست آمده بیشترین تعداد، یعنی ۳۸۲ طرح‌واره، را به خود اختصاص داده؛ در حالی که طرح‌واره کثرت و طرح‌واره مبدأ - مسیر - مقصد به ترتیب با تعداد ۲۰ و ۷ عدد کمترین تعداد از طرح‌واره‌های مورد نظر را تشکیل داده است.

یافته‌ها نشان می‌دهد مردم تهران بیشتر از طرح‌واره‌های حجمی، جهتی و همسانی در ضرب‌المثل‌های خود استفاده می‌کنند.

۵. نتیجه

در این پژوهش، با تکیه بر دیدگاه ایوانز و گرین (2006) ضرب‌المثل‌های تهرانی و همچنین نحوه معرفی بهینه مفاهیم تصویری بررسی شد و صحت این رویکرد مورد سنجش قرار گرفت. براساس نتایج، ضرب‌المثل‌های گویش تهرانی از قابلیت و کفایت لازم در قالب طرح‌واره‌های موجود در مدل معرفی شده برخوردارند. در ادامه و در پاسخ به پرسش اول، نتایج نشان داد انواع کلی طرح‌واره‌های ارائه شده توسط ایوانز و گرین، با وجود تفاوت معنادار در میزان کاربرد آن‌ها، در ضرب‌المثل‌های تهرانی یافت می‌شود. در پاسخ به پرسش دوم که تعداد فراوانی طرح‌واره‌ها مورد نظر بود، دریافت شد که عبارت‌های استعاره‌ای مبتنی بر طرح‌واره حجمی و با تفاوت اندکی طرح‌واره جهتی و در مرتبه بعدی طرح‌واره همسانی، بالاترین میزان فراوانی را در میان ضرب‌المثل‌های تهرانی داشته است که این موضوع خود توجیهی شناختی دارد؛ زیرا مطابق با الگوی مطرح‌شده جانسون (1987)، بدن انسان اولین ظرفی است که در اختیار او قرار دارد که می‌توان به‌عنوان طرح‌واره حجمی از آن نام برد. براساس طرح‌واره حجمی، تجربه‌ای که انسان از وجود فیزیکی خود مبنی بر اشغال بخشی از فضا دارد، درک مفهوم انتزاعی حجم را برای او امکان‌پذیر می‌سازد و انسان مظلوف طرف‌ها و مکان‌هایی می‌شود که دارای حجم هستند و این تجربه فیزیکی را به مفاهیم دیگر که به‌لحاظ جوهری یا مفهومی حجم‌ناپذیرند، بسط می‌دهد و طرح‌واره‌هایی انتزاعی از احجام فیزیکی در ذهن خود پدید می‌آورد. در این پژوهش، طرح‌واره حجمی با ۳۸۲ طرح‌واره بیشترین مقدار

فراوانی را در میان سایر طرح‌واره‌ها داشته و طرح‌وارهٔ جهتی با ۳۰۶ طرح‌واره و طرح‌وارهٔ همسانی با ۲۷۲ طرح‌واره در رتبهٔ دوم و سوم قرار گرفته است که می‌توان با تمایل ذهنی مردم تهران به مشابهت‌سازی با آنچه پیرامون آن‌ها قرارداد، توجیه کرد. در پاسخ به پرسش سوم نیز نتایج بررسی‌ها نشان داد از مجموع کل ضرب‌المثل‌های بررسی‌شده، ۲۵۸ ضرب‌المثل بدون طرح‌واره به‌دست آمد که در مقایسه با ضرب‌المثل‌های دارای طرح‌وارهٔ ذهنی، تعداد کمی است. شواهد حاکی از آن است که موقعیت جغرافیایی، سبک زندگی شهری و نظام زندگی در شکل‌گیری طرح‌واره‌های ذهنی و ساخت استعاره‌های مربوط به آن‌ها نقش مؤثری دارند.

پی‌نوشت‌ها

1. cognitive linguistics
2. metaphors
3. schemas
4. image schemas
5. Evans & Green
6. cognitive semantics
7. containment schema
8. path schema
9. force schema
10. objectivist
11. Langacker
12. Lakoff
13. Brugman
14. Johnson
15. Fauconnier
16. Talmy
17. Sweetser
18. Chomsky
19. linguistic knowledge
20. conceptual system
21. Honeck
22. Cieslicka

23. Great chain Metaphor Theory = GCMT

24. Extended Conceptual Basis Theory = ECBT

۲۵. خورجین

26. prototype

۲۷. روی‌ش را

منابع

افراشی، آزیتا (۱۳۹۵). *مبانی معناشناسی شناختی*. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

_____ (۱۳۹۷). *استعاره و شناخت*. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

بهمنیار، محمد (۱۳۲۸). «مثل و ضرب‌المثل». *یغما*. س ۲. ش ۲ و ۳. ص ۴۹.

پاک‌نژاد، محمد، الخاص ویسی و محمود نقی‌زاده (۱۳۹۵). «بررسی طرح‌واره‌های موجود در ضرب‌المثل‌های شمال خوزستان در گویش دزفولی». *فصلنامه زبان‌پژوهی دانشگاه الزهراء (س)*، س ۹. ش ۲۴. صص ۱۳۸-۱۱.

حاجی‌نصرالله، شکوه (۱۳۸۱). «نگاهی به ادبیات پیش از دبستان». *پژوهشنامه ادبیات کودک و نوجوان* ش ۳۰. صص ۳۲-۲۳.

حکمت، علی‌اصغر (۱۳۶۱). *امثال قرآن*. تهران: بنیاد قرآن.

دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۳۰). *لغت‌نامه دهخدا*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

روشن، بلقیس، فاطمه یوسفی‌راد و فاطمه شعبانیان (۱۳۹۲). «مبنای طرح‌واره‌ای استعاره‌های موجود در ضرب‌المثل‌های شرق گیلان». *فصلنامه زبان‌شناخت*. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. س ۴. ش ۲. صص ۹۴-۷۵.

روشن، بلقیس (۱۳۹۲). *مقدمه‌ای بر معناشناسی شناختی*. تهران: نشر علم.

زرقانی، سیدمهدی محمدجواد مهدوی و مریم‌آباد (۱۳۹۲). «تحلیل شناختی استعاره‌های عشق در غزلیات سنایی». *فصلنامه جستارهای ادبی*. س ۴۶. ش ۱۸۳. صص ۳۰-۱.

زورورز، مهدیس، آزیتا افراشی و سید مصطفی عاصی (۱۳۹۲). «استعاره‌های مفهومی شادی در زبان فارسی: یک تحلیل پیکره‌مدار». *زبان‌شناسی و گویش‌های خراسان*. س ۵. ش ۲. صص ۷۲-۴۹.

- شکاریان‌بهبادی، اکرم، ارسلان گلفام و حیات عامری (۱۳۹۹). «تأثیر نوع طرح‌واره‌ها بر ساخت روایی در متون علمی و ادبی». *دوفصلنامه روایت‌شناسی*. س ۴. ش ۷. صص ۱۷-۱۴۴.
- شهری، جعفر (۱۳۸۱). *قند و نمک (ضرب‌المثل‌های تهرانی به زبان محاوره)*. ج ۴. تهران: معین.
- صفوی، کوروش (۱۳۸۴). «بهنی درباره طرح‌های تصویری از دیدگاه معنی‌شناسی شناختی». *نامه فرهنگستان*. ش ۲۰. صص ۶۵-۸۵.
- _____ (۱۳۸۷). *درآمدی بر معنی‌شناسی*. تهران: سازمان تبلیغات اسلامی، حوزه هنری.
- قاسم‌زاده، حبیب‌الله (۱۳۷۸). *استعاره و شناخت*. تهران: فرهنگان.
- گلفام، ارسلان و فاطمه یوسفی‌راد (۱۳۸۱). «زبان‌شناسی شناختی و استعاره». *مجله الکترونیکی پایگاه اطلاعات علمی (SID)*. ش ۳ و ۴. منبع اصلی مجله تازه‌های علوم شناختی. پاییز.
- محمدی‌آسیابادی، علی، اسماعیل صادقی و معصومه طاهری (۱۳۹۱). «طرح‌واره حجمی و کاربرد آن در بیان تجارب عرفانی». *پژوهش‌های ادب عرفانی (گوهرگویا)*. س ۶. ش ۲۲. صص ۱۴۱-۱۶۲.
- یوسفی‌راد، فاطمه (۱۳۸۲). *بررسی استعاره زمان در زبان فارسی در چارچوب معنی‌شناسی شناختی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی همگانی. دانشگاه تربیت مدرس. تهران.
- Afrashi, A. (2016). *Fundamentals of cognitive semantics* (in Farsi). Tehran: The Institute of Humanities and Cultural Studies Publications.
- _____ (2018). *Metaphor and cognition* (in Farsi). Tehran: The Institute of Humanities and Cultural Studies Publications.
- Bahmanyar, M. (1949). Proverbs (in Farsi). *Yaghma*, 2(2-3), 49.
- Cieslicka, A. (2002). *Comprehension and interpretation of proverbs in L2*. *Studia Anglica Posnaniensia: International Review of English Studies*.
- _____ (2002). *Comprehension and interpretation of proverbs in L2*. *Studia Anglica Posnaniensia: International Review of English Studies*.
- Cornellway, E. (1991). *Knowledge representation and metaphor*. Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
- Dekhoda, A. A. (1951). *Dekhoda wordbook* (in Farsi). Tehran: University of Tehran Publication.
- Evans, V., Bergen, K. B., & Zinken, J. (eds) (2007). *The cognitive linguistics enterprise: an overview, the cognitive linguistics reader*. US: Equinox Publishers.
- Evans, V., & Green M. (2006). *Cognitive linguistics: an introduction*. UK: Edinburgh University Press.
- Evans, V., Bergen, K. B., & Zinken, J. (eds) (2007). *The cognitive linguistics enterprise: an overview, the cognitive linguistics reader*. Equinox Publishers.

- Ghasemzadeh, H. (1999). *Metaphor and cognition* (in Farsi). Tehran: Farhangian Publication.
- Gibbs, Jr., Raymond, W., Johnson, M. D., & Colston, H. L. (1996). Proverbs and the metaphorical mind. *Metaphor & Symbol, 11*(3), 207-216.
- Gibbs, R. W., & Steen, G. J. (eds) (1997). *Metaphor in cognitive linguistics*. Selected papers from the Fifth International Cognitive Linguistics Conference, Amsterdam: Jhon Benjamin's.
- Gibbs, R. W. (1994). *The poetics of mind: figurative thought, language and understanding*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gibbs, R. W., & Steen, G. J. (eds) (1997). *Metaphor in cognitive linguistics*. selected papers from the Fifth International Cognitive Linguistics Conference, Amsterdam: Jhon Benjamin's.
- Golfam, A., & Yusefirad, F. (2002). *Cognitive linguistics and metaphor* (in Farsi). Electronic Journal of Scientific Database (SID), 3&4, series 15, the main source of the Journal of Cognitive Science News, Autumn.
- Hajinasrollah, Sh. (2002). A look at preschool literature (in Farsi). *Journal of Children and Adolescent Literature, 30*, 23-32.
- Hekmat, A. A. (1982). *Proverbs of the Quran* (in Farsi). Tehran: Quran Foundation.
- Honeck, R. P. (1997). *A proverb in mind: the cognitive sciences of proverbial wit and wisdom*. Mahwah, JN: Lawrence Erlbaum.
- Johnson, M. (1987). *The body in the mind*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, G. (1987). *Women, fire and dangerous things*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Lakoff, G., & Turner, M. (1989). *More than cool reason: a field guide to poetic metaphor*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mohammadi Asiyabadi, A., Sadeghi, E., & Tahri, M. (2012). Containment schema and its application in the expression of mystical experiences (in Farsi). *Mystical Literature Research (Gohar Goya), 6*(22), 141-162.
- Paknezhad, M., Veysi, A., & Naghizadeh, M. (2016). Investigating the schemas in the proverbs of northern Khuzestan in Dezfuli dialect (in Farsi). *Zabanpazhuhi Alzahra University, 9*(24), 11-138.
- Radden, G. (1992). The cognitive approach to natural languages. In P. Martin (Ed.), *Thirty years of linguistic evaluation*. Amesterdum: John Benjamin Publishing Co. 513- 541.
- Rowshan, B. (2013). *An introduction to cognitive semantics* (in Farsi). Tehran: Elm Publication.
- Rowshan, B., Yusefirad, F., & Shabanyan, F. (2013). Schematic basis of metaphors in the proverbs of East Gilan (in Farsi). *Language Studies, the Institute of Humanities and Cultural Studies, 4*(2), 75-94
- Safavi, K. (2008). *An introduction to semantics* (in Farsi). Tehran: the Islamic Propaganda Organization, Hozehonari.

- Safavi, K. (2005). A discussion of image schema from a cognitive semantic perspective (in Farsi). *Name Farhangestan*, 20, 65-85.
- Shahri, J. (2002). *Ghand-o- Namak: Tehrani proverbs in colloquial language* (in Farsi). 4th, Tehran: Moein Publication.
- Shekaryan Behzadi, A., Golfam, A., & Ameri, H. (2020). The effect of the type of schemas on the construction of narrative in scientific and literary texts (in Farsi). *Biannual Journal of Narrative Studies*, 4(7), 117-144.
- Talmy, L. (2000). *Toward a cognitive semantics* (2 vols). Cambridge, MA: MIT Press.
- Thomas, N. J. T (2003). *A note on image and image schema*. Received from <http://www.Calstatela.Edu/faculty/nThomas/Schemata.Html>.
- Yusefirad, F. (2003). *Study of time metaphor in Persian language in the framework of cognitive semantics* (in Farsi). Master Thesis in General Linguistics, Tehran: Tarbiat Modares University.
- Zarghani, S.M., Mahdavi, M. J., & Abad, M. (2013). Cognitive analysis of love metaphors in Sanai lyric poems (in Farsi). *Literary Inquiries*, 46(183), 1-30.
- Zurvarz, M., Afrashi, A., & Aasi, S. M. (2013). Conceptual metaphors of happiness in Persian: a body-centered analysis (in Farsi). *Linguistics and dialects of Khorasan*, 5(2), 49-72.

