

# استعاره‌ها و باورهای فرهنگی

دکتر بهروز ابراهیمی

فارسی

ترکی

ضرب المثل‌های

انگلیسی

# استعاره‌ها و باورهای فرهنگی

پژوهشی زبانشناختی در ضرب‌المثل‌های عاطفی - احساسی

زبان‌های فارسی، ترکی و انگلیسی

تألیف دکتر بهروز ابراهیمی



سرشناسه	: ابراهیمی، بهروز، ۱۳۵۵-
عنوان و نام پدیدآور	: استعاره‌ها و باورهای فرهنگی: پژوهشی زبانشناختی در صرب‌المنتهای عاطفی - احساسی زبان‌های فارسی، ترکی و انگلیسی/تالیف بهروز ابراهیمی.
مشخصات نشر	: تهران: دولت علم، ۱۳۹۷.
مشخصات طاهری	: ۳۶۴ ص.: جدول.
شابک	: ۲۰۰۰۰۰ ریال-9-98180-600-978:
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. [۲۴۹]-۲۶۲.
عنوان دیگر	: پژوهشی زبانشناختی در صرب‌المنتهای عاطفی - احساسی زبان‌های فارسی، ترکی و انگلیسی.
موضوع	: صرب‌المنتهای -- مطالعات تطبیقی
موضوع	: Proverbs -- Comparative studies
موضوع	: صرب‌المنتهای فارسی
موضوع	: Proverbs, Persian
موضوع	: صرب‌المنتهای ترکی
موضوع	: Proverbs, Turkish
موضوع	: صرب‌المنتهای انگلیسی
موضوع	: Proverbs, English
موضوع	: استعاره در ادبیات
موضوع	: Metaphor in literature
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۷ ۱۷ع۲/۵/ PN۶۴۰۹
رده بندی دیویی	: ۲۹۸/۹
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۵۲۳۲۶۲

## انتشارات دولت علم

نام کتاب: استعاره‌ها و باورهای فرهنگی

- پدیدآور: دکتر بهروز ابراهیمی

ویراستار: محمدعلی عبدالعظیمی

صفحه آرا: حمیدرضا باباخانی

تاریخ انتشار: ۱۳۹۷

چاپ اول

شمارگان: ۱۰۰۰

قیمت: ۳۰۰۰۰۰ ریال

نشانی: تهران - خیابان انقلاب - روبروی دانشگاه تهران - مجتمع فروزنده - واحد ۴۱۲

Email: dolateelm@gmail.com

تلفن: ۶۶۴۷۷۶۲۵

کلیه حقوق این کتاب نزد ناشر محفوظ است.

## فهرست مطالب

مقدمه ..... ۷

فصل اول: زبان‌شناسی شناختی و استعاره ..... ۱۹

زبان‌شناسی شناختی ..... ۲۰

معنی‌شناسی شناختی ..... ۲۴

استعاره شناختی ..... ۲۶

ضرب‌المثل و استعاره ..... ۳۸

فصل دوم: استعاره‌های مفهومی عواطف و احساسات ..... ۴۱

جسمی‌شدگی ..... ۴۸

ضرب‌المثل و استعاره ..... ۵۸

استعاره‌های استعاره‌های متداول از دیدگاه کووچش ..... ۶۱

استعاره‌های متداول خشم ..... ۶۱

استعاره متداول ترس ..... ۶۲

استعاره متداول شادی ..... ۶۲

استعاره متداول غم ..... ۶۳

استعاره متداول عشق ..... ۶۴

روش تحلیل ضرب‌المثل ..... ۶۶

۶۹	فصل سوم: مفهوم‌سازی عواطف
۷۰	استعاره: سخن کذب یا صدق
۷۱	استعاره‌های زیبایی و مفهومی
۷۳	استعاره و فرهنگ
۷۷	ساختار استعاری عواطف در فرهنگ‌های مختلف
۸۱	مفهوم‌سازی عواطف در فرهنگ‌ها
۸۸	جسمی‌شدگی مفاهیم
۱۲۰	استعاره‌های مفهومی در حوزه احساسات
۱۲۶	مفهوم‌سازی استعاری عواطف و احساسات در ضرب‌المثل‌ها

۱۳۱	فصل چهارم: استعاره در ضرب‌المثل‌ها
۱۳۲	نمونه تحلیل ضرب‌المثل از دیدگاه کووچش
۱۳۳	تحقیقی در زمینه استعاره‌های مفهومی زبان فارسی، ترکی و انگلیسی
۱۳۴	داده‌های تحقیق
۱۶۹	جمع‌بندی
۱۷۵	پیوست
۲۴۹	منابع

## مقدمه

می‌توان به جرات ادعا کرد، استعاره یکی از به روزترین و با اهمیت‌ترین مسائل در زبان‌شناسی شناختی است زیرا نظام ادراکی که براساس آن فکر و عمل می‌کنیم ماهیتی استعاری دارد. بنابراین صورت‌های استعاری به‌عنوان یک موضوع زبانی و یا حتی یک مسئله مربوط به تفکر در نظر گرفته می‌شود. دانشمندان شناختی به‌جای این‌که استعاره را صرفاً یک پدیده زبانی در نظر بگیرند، آن را انگاره‌ای برای مفاهیم ذهنی در نظر می‌گیرند.

با مطالعه آثار جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی زبان و غیره مشخص می‌شود که زبان‌ها یکپارچه نیستند بلکه تنوعاتی دارند که انعکاسی از تنوعات موجود در تجربه انسانی است. استعاره‌ها متنوع هستند نه به‌دلیل بینا-فرهنگی بودن بلکه دقیقاً به‌خاطر اینکه درون‌فرهنگی هستند. این تنوع هم‌راستا با ابعادی مانند اجتماعی، منطقه‌ای، قومی، سبکی، خرده‌فرهنگی، تحولات زبانی و شخصی می‌تواند اتفاق بیفتد. بنابراین، مسئله همگانی بودن یا فرهنگ‌ی بودن استعاره، مطالعات جدی را در میان اندیشمندان این حوزه طلب کرده است. استعاره "مشاخره، جنگ است" استعاره‌ای است که در یک فرهنگ خاصی با آن آشنا هستیم. اگر فرهنگی باشد که

مشاجره در آن به صورت جنگ تصویر نشود جایی که کسی بازنده یا برنده نمی‌شود خبری از حمله و دفاع نباشد شاید آن‌ها مشاجره را مثل یک رقص ترسیم کنند که شرکت‌کنندگان در حال اجرای برنامه‌اند و اجرای برنامه بسیار شاد و فرح‌بخش است. در چنین فرهنگی، مردم از مشاجره تصور دیگری دارند و به شیوه دیگری از آن صحبت می‌کنند تجربه متفاوتی دارند. شاید به ساده‌ترین راه ممکن اینگونه بتوان توضیح داد که در فرهنگ ما مشاجره با گفتمان جنگ ساخته می‌شود و در فرهنگ آن‌ها با اصطلاحات رقص.

کتاب حاضر بعد از اشاره به مبانی، تعاریف و نظریات مربوط به زبان، شناخت و استعاره، در پژوهشی جداگانه به بررسی تطبیقی استعاره‌های مفهومی در ضرب‌المثل‌های حوزه عواطف و احساسات زبان‌های فارسی، انگلیسی و ترکی می‌پردازد. روش تحقیق، توصیفی تحلیلی است. ضرب‌المثل‌ها در حوزه‌های عواطف و احساسات با معادل مفهومی یکسان از سه زبان فارسی، ترکی و انگلیسی به صورت دستی و از منابع مکتوب مختلف جمع‌آوری و حوزه‌های مبدأ و نگاشت نام هر کدام مشخص و توصیف شده‌اند. بررسی رده‌شناختی استعاره و مقایسه بین استعاره‌ها در سه زبان فارسی، ترکی و انگلیسی تازگی دارد و کار چندانی در این زمینه صورت نگرفته باشد که جا دارد مطالعات بیشتری در این زمینه و از ابعاد زبان‌شناختی، انسان‌شناختی، جامعه‌شناختی و غیره انجام بگیرد. زبان‌های فارسی و ترکی به علت قرابت جغرافیایی و فرهنگی و تاثیرپذیری فرهنگی در طول تاریخ از همدیگر و از طرف دیگر زبان انگلیسی با توجه به دوری جغرافیایی و فرهنگی آن از زبان‌های فارسی و ترکی می‌تواند به ادله تحقیق اعتبار ببخشد. بررسی این چینی از زبان‌های مختلف، با توجه به نزدیکی و دوری فرهنگی و تاریخی، خواست اصلی تحقیق بود. در آن پژوهش سعی شد تا مشخص شود در هر ضرب‌المثل در حوزه احساسات و عواطف از هر سه زبان فارسی، ترکی و انگلیسی، حوزه‌های مبدأ و مقصد و نگاشت

چگونه تعریف شده‌اند. حوزه‌های مبدأ و مقصد در این سه زبان به صورت مقایسه‌ای بررسی شدند. در این پژوهش ضرب‌المثل‌های عاطفی و احساسی مورد توجه قرار گرفت. زیرا حوزه مفهومی عواطف معمولاً ویژگی‌های بارز فرهنگی و قوم‌شناختی را نشان می‌دهد که در پژوهش‌های بین‌زبانی و بین‌فرهنگی از اهمیت زیادی برخوردار است و می‌تواند ابزار مناسبی برای جستجو در جهان‌بینی یک فرهنگ باشد. با مطالعه پیکره‌ای ضرب‌المثل‌های عاطفی و احساسی و تشخیص حوزه مبدأ و نگاشت، به شناختی از فرهنگ‌های احتمالاً متفاوت سه زبان ترکی، فارسی و انگلیسی و چگونگی مفهوم‌سازی عواطف در میان گویشوران این سه زبان دست می‌یابیم.

سعی بر آن بود تا روشن شود تا چه میزان این استعاره‌ها ریشه در فرهنگ و رسوم یک ملت دارند و به اصطلاح فرهنگی هستند و تا چه میزان همگانی و جهانی می‌باشند و به همین دلیل در هر سه زبان مورد تحقیق ظاهر شده‌اند.

تفسیر یک استعاره در حوزه مقصد و تولید آن در حوزه مبدأ بدون نیاز به واکاوی فرهنگی و اجتماعی ناکامل و مبهم است. استعاره وابسته به فرهنگ خاص زادگاه خود می‌باشد و تا ریشه‌های فرهنگی، اجتماعی و تاریخی آن استعاره مشخص نشود فهم و تفسیر آن ناممکن است. از نظر انتخاب حوزه‌های مبدأ و مقصد در میان زبان‌های مختلف، به نظر می‌رسد با توجه به ابعاد فرهنگی مختلف، تفاوت‌های آشکاری باشد. اهمیت شناخت استعاره آن زمانی پررنگ‌تر می‌شود که از طریق آن می‌توان به کنه اندیشه و افکار یک ملت یا قوم رسید و کنکاش کرد.

لیکاف<sup>۱</sup> و جانسون<sup>۲</sup> خاطرنشان می‌کنند نظام ادراکی که ما براساس آن هم فکر و هم عمل می‌کنیم، اساساً ماهیتی استعاری دارد. بنابراین صورت‌های استعاری باید به‌عنوان

<sup>۱</sup> Lakoff

<sup>۲</sup> Johnson



یک موضوع زبانی و یا حتی یک مسئله مربوط به تفکر در نظر گرفته شود (لیکاف و جانسون ۱۹۸۰، ۳). دانشمندان شناختی به جای این که استعاره را صرفاً یک پدیده زبانی در نظر بگیرند، آن را انگاره‌ای برای مفاهیم ذهنی در نظر می‌گیرند. لیکاف و جانسون (۱۹۸۰) با بررسی نمونه‌های زبانی دریافتند که الگوی نظام‌مندی در زیرساخت همه عبارات زبانی وجود دارد، که به آن‌ها انسجام و نظام‌مندی می‌بخشد.

استعاره "مشاجره، جنگ است" استعاره‌ای است که در یک فرهنگ خاصی با آن آشنا هستیم. اگر فرهنگی باشد که مشاجره در آن به صورت جنگ تصویر نشود جایی که کسی بازنده یا برنده نمی‌شود خبری از حمله و دفاع نباشد شاید آن‌ها مشاجره را مثل یک رقص ترسیم کنند که شرکت‌کنندگان در حال اجرای برنامه‌اند و اجرای برنامه بسیار شاد و فرح‌بخش است. در چنین فرهنگی، مردم از مشاجره تصور دیگری دارند و به شیوه دیگری از آن صحبت می‌کنند تجربه متفاوتی دارند. شاید به ساده‌ترین راه ممکن اینگونه بتوان توضیح داد که در فرهنگ ما مشاجره با گفتمان جنگ ساخته می‌شود و در فرهنگ آن‌ها با اصطلاحات رقص. (لیکاف و جانسون ۱۹۸۰)

با مطالعه آثار جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی زبان و غیره مشخص می‌شود که زبان‌ها یکپارچه نیستند بلکه تنوعاتی دارند که انعکاسی از تنوعات موجود در تجربه انسانی است. استعاره‌ها متنوع هستند نه به دلیل بینا-فرهنگی بودن بلکه دقیقاً به خاطر اینکه درون فرهنگی هستند. این تنوع هم‌راستا با ابعادی مانند اجتماعی، منطقه‌ای، قومی، سبکی، خرده فرهنگی، تحولات زبانی و شخصی می‌تواند اتفاق بیفتد.

یکی از این موارد بعد زن و مرد است. به نظر می‌رسد این بعد نمود بیشتری یافته باشد: چگونگی صحبت مردان درباره زنان، چگونگی صحبت زنان درباره مردان،

چگونگی صحبت مردان و زنان درباره زنان، چگونگی صحبت مردان و زنان درباره جهان به طور کلی (مثلاً صحبت نه فقط درباره دیگران). در کشورهای انگلیسی زبان (و البته در دیگر کشورها نیز)، متداول است که مردان در هنگام صحبت درباره زنان از اصطلاحاتی نظیر خرگوش، پیشی، پرنده، کلوچه، خوراکی، مربا و غیره استفاده می‌کنند. این اصطلاحات استعاری بیانگر استعاره‌های مفهومی خاصی می‌باشد: "زن‌ها حیوانات پشمالو (کوچولو) هستند (خرگوش، پیشی)"، "زن‌ها پرنده هستند (جوجه، قناری)"، و "زن‌ها خوراکی‌های خوشمزه هستند (کلوچه، مربا، عسل)". با این حال، زن‌ها هنگام صحبت درباره مردان ظاهراً از این استعاره‌ها استفاده نمی‌کنند یا بسیار محدود به کار می‌برند. زنان، مردان را "خرگوش یا پیشی" خطاب نمی‌کنند، "پرنده یا جوجه" هم نیستند در عوض حیوانات پشمالوی بزرگی مانند خرس هستند. زنان معمولاً در چشم مردان "خوراکی‌های لذیذی" دیده می‌شوند ولی زنان چنین دیدی ندارند مگر در مواقع بخصوصی مانند اهداف جنسی. (کووچش ۲۰۱۰)

کووچش (۲۰۱۰) کلان استعاره را اینگونه معرفی می‌کند: اگرچه خود بازنمود صوری ندارد ولی تمام خرد استعاره‌های<sup>۱</sup> یک متن را انسجام می‌دهد. در واقع، کلان استعاره<sup>۲</sup> در مقایسه با دیگر استعاره‌ها، نگاشت نام<sup>۳</sup> ندارد.

کووچش (۲۰۰۶) می‌نویسد که برخی استعاره‌های قراردادی یا نو، گاه در سراسر متون ادبی موج می‌زنند بی آن‌که در روساخت ظاهر شوند. آنچه بعضاً در متون ادبی نمود روساختی پیدا می‌کند استعاره‌های خرد هستند اما آنچه در زیرساخت این استعاره‌ها وجود دارد استعاره‌های کلان هستند.

<sup>۱</sup> Micrometaphors

<sup>۲</sup> Macrometaphor

<sup>۳</sup> Name Of Mapping

با در نظر گرفتن کلان استعاره "ذهن/اندیشه شی است" (که می‌تواند رنگ داشته باشد)، صورت‌هایی نظیر ذهن شفاف، اندیشه یا ذهن تاریک، اندیشه سیاه، سرسبز، ذهن روشن و جز آن در زبان فارسی به کار می‌روند. زیرا وجود آن کلان استعاره موجب می‌شود تا انواع و ویژگی‌های رنگ در قالب خرد استعاره‌ها امکان حضور یابند. (افراشی و مقیمی‌زاده ۱۳۹۳)

در این کتاب سعی بر این است تا مشخص شود در هر ضرب‌المثل در حوزه احساسات و عواطف از هر سه زبان فارسی، ترکی و انگلیسی، حوزه‌های مبدأ و مقصد و نگاشت چگونه تعریف شده‌اند. حوزه‌های مبدأ و مقصد در این سه زبان به صورت مقایسه‌ای بررسی شوند. برای این کار، روش تحقیق به صورت توصیفی تحلیلی انتخاب شد و ضرب‌المثل‌ها در حوزه‌های عواطف و احساسات با معادل مفهومی یکسان از سه زبان فارسی، ترکی و انگلیسی به صورت دستی و از منابع مکتوب مختلف جمع‌آوری و حوزه‌های مبدأ و نگاشت نام هر کدام مشخص و توصیف گردید.

کووچش (۲۰۱۰) معتقد است که استعاره‌ها نه تنها از یک فرهنگ به فرهنگ دیگر متفاوت هستند بلکه استعاره‌های موجود در یک فرهنگ هم با هم متفاوت هستند.

می‌توان به جرات ادعا کرد، استعاره یکی از به روزترین و با اهمیت‌ترین مسائل در زبان‌شناسی شناختی است. از دیگر سو، مسئله همگانی بودن یا فرهنگی بودن استعاره، مطالعات جدی را در میان اندیشمندان این حوزه طلب کرده است. شاید بررسی رده‌شناختی استعاره و مقایسه بین استعاره‌ها در سه زبان فارسی، ترکی و انگلیسی بسیار تازگی داشته و کار چندانی در این زمینه صورت نگرفته باشد. زبان‌های فارسی و ترکی به علت قرابت جغرافیایی و فرهنگی و تاثیرپذیری فرهنگی در طول تاریخ از همدیگر و از طرف دیگر زبان انگلیسی با توجه به دوری جغرافیایی

و فرهنگی آن از زبان‌های فارسی و ترکی می‌تواند به ادله تحقیق اعتبار ببخشد. بررسی این چینی از زبان‌های مختلف، با توجه به نزدیکی و دوری فرهنگی و تاریخی، خواست اصلی تحقیق می‌باشد.

از دیگر سو، ضرب‌المثل‌ها که برای پند و نصیحت و یا بیان دیدگاه‌های اجتماعی، سیاسی و اخلاقی مردم به کار می‌رود، محصول تجربه‌ها و دانش اجتماعی و تاریخی مردم است که نهایتاً به این مسئله منجر می‌شود که ضرب‌المثل‌ها عمیقاً ریشه در فرهنگ دارند و در واقع بیانگر باورهای اجتماعی و اخلاقی یک ملت می‌باشند که هر کدام از آن‌ها ریشه در اعتقادات و تجارب آن قوم دارد. بی‌شک، یکی از راه‌های شناخت اندیشه‌ها، علایق و خلیات ملت‌ها، مطالعه ضرب‌المثل‌های رایج در بین آنها است. آنچه که در ضرب‌المثل اهمیت دارد گذر از معنای لفظی واژه‌ها و رسیدن به معنای استعاری آنها است. برای رسیدن به این معنای استعاری، بررسی و تجزیه و تحلیل حوزه‌های مبدأ و یافتن نگاشت‌ها می‌تواند راه‌گشا باشد.

ضرب‌المثل‌ها حوزه‌های انتزاعی مفهومی هستند که برای درک این استعاره نیاز به واکاوی دو حوزه مبدأ و مقصد داریم: حوزه مبدأ که ضرب‌المثل به آن ارجاع می‌شود و حوزه مقصد که از خود نگاشت در بافت، قابل دریافت است.

اکثر مفاهیم، باورها و اعتقادات انسان‌ها از راه تعامل با یکدیگر در یک جامعه زبانی و فرهنگی و اجتماعی خاص در قالب ضرب‌المثل بیان می‌شوند بنابراین ضرب‌المثل‌ها می‌توانند بیانگر تفکرات استعاری مختلف در موقعیت‌های اجتماعی و فرهنگی مختلف باشند. گیبز (۱۹۹۶) معتقد است که ضرب‌المثل‌ها حقایق شناخته شده و بازگوکننده هنجارهای اخلاقی و اجتماعی هستند. او ضرب‌المثل‌ها را مربوط به زبان استعاری و مجازی می‌داند. کتز (۱۹۹۹) نیز شکل‌گیری ضرب‌المثل‌ها را در طی فرآیندی زنده و فعال می‌داند.

مثل نمایانگر و بازگوکننده احوال، تمدن و فرهنگ یک قوم یا سرزمین است که مثل از آن برخاسته است. پژوهش در امثال می‌تواند به محققان کمک کند تا نوع جهان‌بینی، روش و رفتار مردم و نیز خلق و خوی آنان و تاثیرهای محیط بر ادبیات آنان را شناخته و مورد تحقیق و تفحص قرار دهد. بعضی از امثال را می‌توان به تنهایی عنوان تحقیق یک پژوهش علمی قرار داد و چنانچه به دنبال منشا و ریشه آن باشیم، به نتایج شایسته تامل خواهیم رسید (زرکوب و امینی ۱۳۹۳).

در این کتاب، ضرب‌المثل‌های عاطفی و احساسی مورد توجه قرار گرفت. زیرا حوزه مفهومی عواطف معمولاً ویژگی‌های بارز فرهنگی و قوم‌شناختی را نشان می‌دهد که در پژوهش‌های بین‌زبانی و بین‌فرهنگی از اهمیت زیادی برخوردار است و می‌تواند ابزار مناسبی برای جستجو در جهان‌بینی یک فرهنگ باشد. در اثر حاضر می‌توان با مطالعه پیکره‌ای ضرب‌المثل‌های عاطفی و احساسی و تشخیص حوزه‌های مبدأ و نگاشت، به شناختی از فرهنگ‌های احتمالاً متفاوت سه زبان ترکی، فارسی و انگلیسی و چگونگی مفهوم‌سازی عواطف در میان گویشوران این سه زبان دست یافت.

در رابطه با اهمیت تحقیق به جرات می‌توان ادعا کرد بررسی زبان‌شناختی استعاره حداقل در میان سه زبان فارسی، ترکی و انگلیسی به صورت سه زبانه صورت نگرفته است. مخصوصاً بررسی ضرب‌المثل‌ها از نگاه زبان‌شناسی شناختی و استعاره شناختی به صورت جامع در سه زبان مذکور و تحلیل حوزه‌های مبدأ و مقصد با دید فرهنگ محور و تفاوت‌ها و شباهت‌های بین فرهنگی، تا آنجایی که محقق تلاش کرد آثاری پیدا نشد. با توجه به ارتباط احتمالی فرهنگی در انتخاب و اتخاذ حوزه‌های مبدأ در ملل و فرهنگ‌های مختلف، و از این روی، شناخت شباهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگی از طریق استعاره‌های موجود در بین این ملل و اقوام، این تحقیق می‌تواند اهمیتی دو چندان پیدا کند.

چنانچه به نظر می‌رسد و مشهود است بررسی زبان‌شناختی استعاره حداقل در میان سه زبان فارسی، ترکی و انگلیسی صورت نگرفته است. در زمینه کار زبان‌شناسی شناختی نیز معمولاً مقالاتی در چارچوب نظریه لیکاف به رشته تحریر درآمده است. مثلاً مقایسه استعاره‌های حرکتی در زبان‌های اسپانیایی و فارسی یا استعاره در ضرب‌المثل‌های گیلانی و یا بررسی ساختار ضرب‌المثل ترکی ولی مطالعه‌ای به‌صورت رده‌شناختی و داده‌محور از استعاره‌های موجود در ضرب‌المثل‌های سه زبان مذکور تاکنون انجام نپذیرفته است.

سعی بر این است تا بررسی شود در هر ضرب‌المثل از هر سه زبان فارسی، ترکی و انگلیسی، حوزه‌های مبدأ و مقصد و نگاشت چگونه تعریف شده‌اند. در واقع در زمینه حوزه‌های مبدأ و مقصد در این سه زبان مقایسه صورت می‌گیرد. می‌خواهیم ببینیم این حوزه‌ها برای هر زبانی در ضرب‌المثل مشابه چگونه تعریف شده است.

تا چه میزان این استعاره‌ها ریشه در فرهنگ و رسوم یک ملت دارند و به اصطلاح فرهنگی هستند و تا چه میزان همگانی و جهانی می‌باشند و در هر سه زبان مورد تحقیق ظاهر شده‌اند.

بیشترین حوزه‌های مبدأ به‌کار رفته در ضرب‌المثل‌های هر یک از سه زبان فارسی، ترکی، انگلیسی حوزه احساسات و عواطف کدام‌اند؟

پربسامدترین نگاشت‌نام‌ها در ضرب‌المثل‌های حوزه احساسات و عواطف هر یک از سه زبان فارسی، انگلیسی و ترکی کدام‌اند؟

چه تفاوت‌هایی در مفهوم‌سازی‌های استعاری ضرب‌المثل‌های حوزه احساسات و عواطف در سه زبان فارسی، انگلیسی و ترکی وجود دارد؟

چه شباهت‌هایی در مفهوم‌سازی‌های استعاری ضرب‌المثل‌های حوزه احساسات و عواطف در سه زبان فارسی، انگلیسی و ترکی وجود دارد؟

تحقیق در واقع تحقیقی توصیفی تحلیلی می‌باشد. برای پاسخ به سوالات بالا، ضرب‌المثل‌ها در حوزه عواطف و احساسات با معادل مفهومی یکسان از سه زبان فارسی، ترکی و انگلیسی به صورت دستی و از منابع مکتوب مختلف جمع‌آوری می‌شود.

حوزه‌های مبدأ و مقصد و نگاشت هر کدام مشخص و در جدول آورده می‌شود بعد مقایسه تطبیقی صورت می‌گیرد.

در تحقیق حاضر، با بررسی تطبیقی حوزه‌ای مقصد و مبدأ در ضرب‌المثل‌های سه زبان فارسی، انگلیسی و ترکی به بررسی تفاوت‌ها و تشابهات مفهوم‌سازی در این سه زبان پرداخته می‌شود. منابع مورد استفاده برای استخراج ضرب‌المثل‌ها در سه زبان مذکور به شرح زیر است:

- فرهنگ جامع ترکی استانبولی به فارسی، محمد کانار، تهران: پویند الماس دانش، ۱۳۸۴
- ضرب‌المثل‌های آذربایجان، حبیب مجیدی ذوالبنین، تهران: اکباتان، ۱۳۸۹
- ائل سوزلری (ضرب‌المثل‌های ترکی)، محمد حسن یوسفی، تهران: اندیشه نو، ۱۳۷۷
- امثال و حکم: انگلیسی-فارسی-ترکی، بیوک محبی، تبریز، انتشارات ایرانیان، ۱۳۶۸
- فرهنگ اصطلاحات فارسی-انگلیسی، محمد گلشن، تهران: راهیان، ۱۳۸۶
- فرهنگ امثال و حکم فارسی-انگلیسی، عبدالله قنبری، تهران: رهنما، ۱۳۸۰

- فرهنگ فارسی به انگلیسی (عبارات و اصطلاحات متداول)، علاالدین بازارگادی، تهران، نظر، ۱۳۷۰
- فرهنگ ضرب‌المثل‌ها، هنری دیویدف، ترجمه فرید جواهرکلام، تهران: فرهنگ معاصر، ۱۳۸۶
- امثال و حکم، علی اکبر دهخدا، تهران: امیرکبیر، چاپ ششم، ۱۳۶۳
- 101 American English Proverbs, Harry Collis, New York: McGraw Hill, 2009
- Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü, Numan Kartal, Ankara: Inkilap, 2000

گریس و استفانویچ<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) برخی از روش‌ها برای استخراج استعاره‌های مفهومی از درون پیکره را بیان می‌کنند:

- جستجوی دستی
- جستجوی واژه‌های حوزه مبدأ
- جستجوی واژه‌های حوزه مقصد
- جستجوی واژه‌های حوزه مبدأ و مقصد

در این پژوهش، سعی شده است از منابع مختلف به استخراج داده‌ها پرداخته شود. روش جستجو براساس واژه‌های حوزه مقصد (حوزه عواطف و احساسات) در ضرب‌المثل‌های هر سه زبان است. زیرا حوزه‌های مبدأ و تنوع آن در زبان‌های مختلف جزو سوالات اساسی پژوهش می‌باشد که باید مورد بررسی و تحلیل قرار بگیرد و در اولین گام مبهم هستند. هر کدام یک از این زبان‌ها که در آن یکی از این حوزه‌های مقصد به کار رفته باشد انتخاب شده است هرچند در دو زبان دیگر، نیامده باشد. برای یک‌پارچه کردن و جلوگیری از نظرات مختلف درباره تعریف حوزه

---

<sup>۱</sup> Gries & Stefanowitsch



عواطف و احساسات، کلید واژه‌هایی برای حوزه مقصد تعریف شد: عشق، نفرت، ترس، خشم، عاشق، معشوق، دل، و معادل‌های لغت‌نامه‌ای آن‌ها در زبان ترکی و انگلیسی.

- شناسایی استعاره:

روش شناسایی استعاره با معیار گروه پرگلیجاز (پرگلیجاز ۲۰۰۷، ۲) که شناخته‌ترین و ساده‌ترین روش برای تشخیص استعاره می‌باشد معرفی شده است که به اختصار ام آی پی<sup>۱</sup> نامیده می‌شود. ام آی پی مطلوب‌ترین روش شناسایی استعاره به‌شمار می‌آید.

---

<sup>۱</sup> Metaphor Identification Procedure