



دانشکده ادبیات و علوم انسانی

پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد در رشته زبان‌شناسی همگانی

بررسی مقابله‌ای ضرب المثلها در زبان انگلیسی و فارسی از  
دیدگاه جامعه‌شناختی زبان

توسط

یلدا فلاحی

استاد راهنما

دکتر سعید مهرپور

مرداد ۱۳۸۸



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

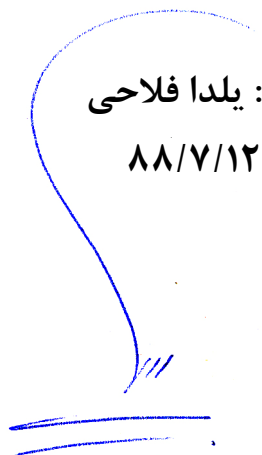
به نام خدا

## اظهار نامه

اینجانب یلدا فلاحی دانشجوی رشته ی زبانشناسی همگانی گرایش زبانشناسی دانشکده ی ادبیات و علوم انسانی اظهار می کنم که این پایان نامه حاصل پژوهش خودم بوده و در جاهایی که از منابع دیگران استفاده کرده ام، نشانی دقیق و مشخصات کامل آن را نوشته ام. همچنین اظهار می کنم که تحقیق و موضوع پایان نامه ام تکراری نیست و تعهد می نمایم که بدون مجوز دانشگاه دستاوردهای آن را منتشر ننموده و یا در اختیار غیر قرار ندهم. کلیه حقوق این اثر مطابق با آیین نامه مالکیت فکری و معنوی متعلق به دانشگاه شیراز است.

نام و نام خانوادگی: یلدا فلاحی

تاریخ و امضاء: ۸۸/۷/۱۲



به نام خدا

بررسی مقابله ای ضرب المثلها در زبان انگلیسی و فارسی از دیدگاه  
جامعه شناختی زبان

به وسیله ی:

یلدا فلاحی

پایان نامه

ارائه شده به تحصیلات تکمیلی به عنوان بخشی از فعالیت های تحصیلی لازم برای  
اخذ درجه کارشناسی ارشد

در رشته ی:

زبانشناسی همگانی

دانشگاه شیراز

شیراز

جمهوری اسلامی ایران

ارزیابی شده توسط کمیته پایان نامه با درجه :

..... دکتر سعید مهرپور، استادیار بخش زبانهای خارجی و زبانشناسی (رئیس کمیته)

..... دکتر رحمان صحراگرد، استادیار بخش زبان های خارجی و زبانشناسی

..... دکتر سپیده علوی، استادیار بخش زبان های خارجی و زبانشناسی

مرداد ۱۳۸۸

تقدیم به:

ہمسفر عزیزم

و استاد کراتقدر جناب آقای خداپرستی

## سپاسگزاری

در تدوین این رساله از هدایت اساتیدی سود جسته ام که استفاده از علم والای ایشان از افتخارات اینجانب است.

در طول نگارش پایان نامه همواره از راهنمایی های جناب آقای دکتر سعید مهرپور بهره فراوان برده ام و از ایشان بسیار سپاسگزارم.

جناب آقای دکتر صحراگرد و سرکارخانم دکتر علوی مشاوره این پایان نامه را برعهده داشته اند که از پیشنهادهای راهگشای ایشان بی نهایت تشکر می کنم و راهنمایی های بی دریغشان را صمیمانه سپاسگزارم.

از استاد گرانقدر جناب آقای دکتر خداپرستی خالصانه قدردانی می کنم و همواره مدیون راهنمایی های ارزشمند و سپاسگزار محبتهای استاد بزرگوار می باشم.

## چکیده

### بررسی مقابله ای ضرب المثلها در زبان انگلیسی و فارسی از دیدگاه جامعه شناختی زبان

توسط :

یلدا فلاحی

امثال جز جدائی ناپذیرزبان هستند، که تأثیرات ارزشهای فرهنگی یک جامعه را بر زبان نشان می دهد. بی شک امثال در غالب کلامی آهنگین و کوتاه بازتابی از طریق اندیشیدن، رفتار یک اجتماع و رسومات آن است.

از اینرو مطالعه امثال می تواند در بررسی و تقابل ادبیات و فرهنگ دو ملت کاربرد مستقیم داشته باشد. پژوهش حاضر با تحقیق در دویست و ده مثل رایج انگلیسی با معادل فارسی آن، به مقایسه تحلیلی امثال دو زبان فارسی و انگلیسی از دیدگاه جامعه شناختی زبان می پردازد تا به کمک این تحلیل مقابله ای از نقطه نظر اجتماعی، فرهنگی و زبانی به نقاط اشتراک و افتراق در دو فرهنگ پارسی و انگلیسی و شدت و حدت این ارتباط آگاه شود. در امثال بسیاری در این دو زبان با یک همپوشی ساختاری و محتوایی روبرو می شویم که می تواند انعکاسی از الگوهای مشترک بین زبانی باشد و امثال متفاوت نتیجه ی تأثیرات فرهنگ و اجتماع است بر آن زبان.

همچنین در این پژوهش به مطالعه ی رابطه امثال با عوامل و نهادهای جامعه شناسی و مردم شناسی چون طبیعت، سنت و عقاید، مذهب و غیره پرداخته شده است. این دیدگاه اجتماعی و کاربردی به ما اجازه می دهد تا با دیدی ماوراء ساختار زبانی و کلامی به عقاید و پیش زمینه های فرهنگی یک ملت را که مثل به تصویر می کشد، دست یابیم.

این بررسی می تواند راهگشایی جهت ارتباط بهتر و ترقی فهم متقابل بین دو جامعه باشد.



## فهرست مطالب

صفحه

عنوان

### فصل اول: کلیات

۲-۱-۱- مقدمه.....	۲
۱-۱-۱- کلیات.....	۲
۲-۱- طرح مساله.....	۳
۳-۱- هدف تحقیق.....	۷
۴-۱- سوالات تحقیق.....	۷
۵-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق.....	۸

### فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه عملی پژوهش

۱-۲- مقدمه.....	۱۰
۲-۲- تعریف مثل.....	۱۰
۱-۲-۲- تعریف مثل از دیدگاه نویسندگان فارسی زبان.....	۱۱
۲-۲-۲- تعریف مثل از دیدگاه نویسندگان غربی.....	۱۳
۳-۲- تفاوت امثال با مثل گونه ها.....	۱۶
۱-۳-۲- تعریف کنایه.....	۱۷
۲-۳-۲- مثل و اصطلاح.....	۱۹
۳-۳-۲- مثل و کلیشه.....	۲۳
۴-۲- اقسام مثل.....	۲۳
۵-۲- تاریخ پیدایش امثال.....	۲۷
۶-۲- فوائد امثال.....	۳۴

۳۸	۷-۲ تعریف فرهنگ
۳۹	۸-۲ تحلیل مقابله ای
۴۲	۹-۲ مروری بر تحقیقات گذشته

### فصل سوم: روش تحقیق

۵۰	۱-۳ مقدمه
۵۰	۲-۳- داده های پژوهشی
۵۱	۳-۳ روش تحلیل
۵۲	۴-۳ معیار تحلیل داده ها

### فصل چهارم: تجزیه و تحلیل

۵۵	۱-۴ مقدمه
۵۵	۲-۴- تجزیه و تحلیل داده ها
۵۵	۱-۲-۴ امثال دسته اول
۵۵	۱-۱-۲-۴ تحلیل امثال دسته ی اول
۵۶	۲-۲-۴ دسته دوم
۵۷	۱-۲-۲-۴ تحلیل امثال دسته ی دوم
۵۸	۳-۲-۴ دسته سوم
۵۸	۱-۳-۲-۴ تحلیل امثال دسته ی سوم
۶۱	۳-۴ تحلیل کلی
۶۱	۱-۳-۴ امثال مرتبط با طبیعت
۶۲	۱-۱-۳-۴ امثال و حیوانات و پرندگان
۶۶	۲-۱-۳-۴ امثال، مرتبط بادرختان، گیاهان (عناصر چهارگانه، باد، آتش، آب، خاک)
۶۷	۲-۳-۴ امثال مرتبط با آداب و سنن
۶۸	۲-۲-۳-۴ امثال مرتبط با خوراکیها، پوشاک
۷۰	۳-۲-۳-۴ امثال مرتبط با پیشه ها
۷۱	۳-۳-۴ امثال مرتبط با مذهب
۷۵	۴-۳-۴ امثال مرتبط با ادبیات

## فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

۱-۵	مقدمه.....	۷۹
۲-۵	خلاصه فصول قبلی.....	۷۹
۳-۵	بحث و نتیجه گیری.....	۸۱
۴-۵	نتیجه کلی.....	۸۴
۵-۵	محدودیت های پژوهش.....	۸۵
۶-۵	کاربردهای تحقیق.....	۸۶
۷-۵	پیشنهادات.....	۸۶
۸۸	فهرست منابع فارسی.....	۸۸
۹۳	فهرست منابع انگلیسی.....	۹۳
۹۶	پیوست ها.....	۹۶

## فهرست جداول

صفحه

عنوان

- جدول ۴-۱ توزیع امثال در سه طبقه قوی،میانه و ضعیف ..... ۵۹
- جدول ۴-۲ اسامی حیوانات بکاررفته در امثال انگلیسی و بسامد آنها ..... ۶۴
- جدول ۴-۳ اسامی حیوانات بکاررفته در امثال پارسی و بسامد آنها ..... ۶۵

## فهرست اشکال

صفحه

عنوان

- شکل ۱-۳: نحوه ارتباط سه گانه امثال دو زبان ..... ۵۳
- شکل ۲-۴: توزیع امثال در سه طبقه قوی، میانه و ضعیف ..... ۶۰
- شکل ۳-۴: حیوانات بکاررفته در امثال انگلیسی ..... ۶۴
- شکل ۴-۴: حیوانات بکاررفته در امثال پارسی ..... ۶۵

فصل اول

کلیات

## ۱-۱- مقدمه

این فصل شامل پنج قسمت است: ۱- کلیات ۲- طرح مسأله ۳- پرسشهای تحقیق ۴- هدف تحقیق ۵- اهمیت و ضرورت تحقیق.

### ۱-۱-۱ کلیات

امثال هر ملت نمادی از آداب و آئین ها و عادات مردم آن است که درگیری زشتیها و زیباییهها زندگی و چگونگی زیستن آن ملت را در فراز و فرود روزگاران نشان می دهد. امثال به عنوان یکی از جلوه های فرهنگ عامه بازتابی است از فرهنگ افکار و تصورات و قریحه و صفات روحی و اخلاقی مردم آن ملت در طول تاریخ. به گفته سروانتس، شاعر اسپانیایی: "مثل جمله کوتاهی است که از تجربه دراز تولد یافته است."

از آنجا که ضرب المثل ها بخش عمده ای از فرهنگ و زبان هر ملت را تشکیل می دهند، بدون شک نقش بسزایی در تعیین هویت فرهنگی یک ملت دارند. همچنین شایان ذکر است که مقایسه یکی از شیوه های موثر در تعیین شاخصه های موضوعات مورد مطالعه می باشد. از اینرو مطالعه مقابله ای امثال دو ملت مختلف می تواند راهگشایی در درک نقاط اشتراک و افتراق فرهنگی دو ملت باشد. چامسکی (نقل از مشکوه الدینی، ۱۳۷۴) معتقد است که تقریباً همه زبانهای طبیعی دنیا دارای شباهت ها و تفاوتی هستند، که این اشتراکات در زبانهای که با هم رابطه خویشاوندی دارند ملموس تر است. از آنجا که زبانهای پارسی و انگلیسی از شاخه زبانهای هند و اروپایی سرچشمه گرفته اند به طبع دارای نقاط مشترک بسیاری هستند. پژوهش حاضر به مقایسه تحلیلی امثال دو زبان فارسی و انگلیسی از دیدگاه جامعه شناختی زبان می پردازد. یعنی بررسی امثال به عنوان بخشی از زبان در فارسی و انگلیسی و مطالعه اجتماعی و فرهنگی آنها در مقایسه با یکدیگر، تا به کمک این تحلیل مقابله ای به نقاط اشتراک و افتراق در دو فرهنگ پارسی و انگلیسی و شدت وحدت این ارتباط آگاه شویم. به گفته کریستال (۱۹۸۵:۱۸): جامعه شناختی زبان یعنی بررسی گونه زبانی و بهره وری از آن در ارتباط با الگوهای فرهنگی و اعتقادی بشر."

این تحقیق بر آن است که در کنار آشنایی با ادبیات کهن پارسی و بررسی امثال و انواع آن به بررسی تطبیقی امثال فارسی و انگلیسی بر پایه فرضیه های ارائه شده و تعامل آن به مسائل فرهنگی و جامعه شناختی زبان بپردازد تا موارد مشابه یا متفاوت آنها و میزان این ارتباط را از دیدگاه زبان و فرهنگ مورد بررسی قرار دهد.

تا کنون تلاش بسیاری در گردآوری امثال و بررسی ریشه ی امثال در زبان فارسی و انگلیسی انجام گرفته است ، اما در زمینه ی بررسی تطبیقی امثال این دو زبان از دیدگاه جامعه شناختی زبان به پژوهشی دست نیافته ایم که انجام این مهم ضروری بنظر میرسد.

## ۱-۲ طرح مساله

مثل یکی از قدیمی ترین اشکال ادبیات بشر میباشد. انسان پیش از آنکه شعر بگوید و قبل از آنکه بنویسد، اختراع مثل نموده و در محاورات خود بکار برده است. (بهمینار، ۱۳۶۹)

ضرب المثل چکیده یک عمر تجربه آموزنده یک ملت است که در چهار چوب کوتاه ترین کلام نمایان شده است و به دلیل ایجاز و اختصار، آوردن معانی بلند در کلام کوتاه و سهل الحفظ بودن تاثیر بسزایی در جذب کلام و انتقال افکار در اذهان دارد.

پارسا (۷۱: ۱۳۸۲) در تعریف مثل آورده: "مثل جمله ای است استعاری بصورت موجز، رسا و اغلب آهنگین، که برای بیان حجت یا به کارگیری پیامی اندرزی، اغلب بدون تغییر لفظی، شهرت یافته است."

به اعتقاد شکوری زاده بلوری (۸: ۱۳۸۱):

"استفاده از مثل کلام گوینده و نویسنده را آرایش می دهد و از خشکی و جمود بیرون می آورد، به عبارت دیگر مثل تزئین سخن آدمی است و چون از کلام معمولی بیشتر به دل می نشیند، نه تنها مردم عامی بلکه گویندگان و نویسندگان بزرگ نیز در بسیاری از موارد برای تقویت استدلال و افزایش تأثیر سخن خویش بدان استشهاد می کنند و بدین طریق کلام آنها کمال و جمال بیشتری پیدا می کند و تأثیر و جذبه آن دو چندان می شود."

مثل علاوه بر افزودن تاثیر کلام و زیبایی بخشیدن به آن، بازتابی است از ارزشهای فرهنگی و محیط فیزیکی که امثال از آنجا برخاسته اند.

"وقتی امثال..یک متن را به دقت مطالعه می کنید و در نکات و دقایق آن تامل می کنید طوری بر زندگانی، اجتماع، درجه تربیت، پایه های ترقی و تنزل، رسوم و عقاید، احساسات و



تصورات آن متن مطلع می شوید که گویی سالها با افراد طبقات مختلف آن شریک زندگی و رفیق شب و روز بوده اید." (بهمنیار، ز، ۱۳۸۱)

امثال نمونه ای از بازتاب ارزش های فرهنگی یک جامعه بر زبان محسوب می شود که در غالب کلام، به طریق اندیشیدن، رفتار یک اجتماع و رسومات آن ملت را بخوبی انعکاس می دهد.

چنانچه فرهنگ جزایری نظیر هاوایی شامل ضرب المثل هایی درباره دریا می باشد، فرهنگ شرقی اعراب شامل ضرب المثل هایی درباره شتر میباشد و فرهنگ چینی، ضرب المثل هایی درباره برنج و چای را در بر دارد. قابل ذکر است که دانشمندان تاریخ و جامعه شناسان در بررسی روحيات گذشتگان از مثل های جاری هر منطقه استفاده میکنند.

یکی از فواید مطالعه امثال هر قوم، مطلع شدن از بعضی وقایع تاریخی و حکایات و افسانه های محلی و عادات و عقاید و هم آمیزی است که مربوط یا مخصوص بدان قوم است از آنجا که امثال ریشه در سنت و قدمت هر ملت دارد، اغلب از نسلی به نسل دیگر بدون تغییر به ارث رسیده اند. چنانچه گاهی معنای ظاهری مثل با حقیقت چندان همخوانی ندارد. مانند

از لحاظ زمانی به دوره ای بر می گردد که Penny wise, Poundfoolish آمریکا جزء مستعمرات انگلیس به شمار می رفته و پوند به عنوان پول رایج این کشور رایج بوده، اما باوجود تغییرات اقتصادی و زمانی کنونی، این ضرب المثل هنوز به همین شکل رواج دارد. یا به عنوان نمونه می توان مثل فارسی یکشاهی هم یکشاهی است را ذکر کرد. اگر چه یکشاهی واحد پول قاجار بوده و دیگر رایج نیست، اما این مثل به همین شکل هنوز مورد استفاده است.

خال (۴: ۱۹۷۱) معتقد است:

"امثال بیانگر فلسفه زندگی، انعکاس آزمون جهان و ثمره شیواسخنی بلیغان است که نیاکان ما از هزاران سال پیش به عنوان بخشی از انواع ادبی فولکور، برای ما به میراث گذاشته اند تا آینده ی تمام نمای (شناخت) خود گردانیم."

در امثال ملل مختلف به مفاهیم مشابهی برخورد می کنیم که تنها از طریق ترجمه و اقتباس نبوده و کاربرد کلمات از لحاظ سمبلیک و ارائه مفاهیم مثبت و منفی یکسان است که خود گواهی بر تجانس و همگنی فرهنگی آن ملتها است.

سید کبیر مرحوم (بدون تاریخ) در کتاب مثل و اندرز می گوید:

"ضرب المثل ها حاوی نکات آموزنده و حکیمانه و اصول اخلاقی هستند و بشر بر اساس گرایش های فطری خود، علاقه به ارزشهای اخلاقی و پسندیده دارد. مثلها بیشتر برای تائید اصول اخلاقی است که مردم را به رفتار نیک و گفتار پسندیده متوجه سازد و از رفتار و گفتار زشت بر حذر دارد. بدین جهت

می بینیم که در بسیاری از زبانهای دنیا مثل‌های مشابهی وجود دارد که این مشابهت به علت اعتقاد و علاقه مردم جهان است به اصول اخلاقی." (ص ۱۵)

به اعتقاد میمندی نژاد (۱۳۵۸) تشابه‌های جالبی که گاه در ضرب‌المثل‌های دو قوم به چشم می‌خورد نماینده همبستگی زبانی، فرهنگی و فکری است که بین آن دو ملت در گذشته‌های دور یا نزدیک برقرار بوده‌اند.

در مقایسه فرهنگ دو ملت به نکات مشترک بسیار برخورد می‌کنیم که به نظر میرسد این شباهتها خود از سه گونه می‌تواند باشد. نوع اول، شباهت کامل واژگانی و محتوایی است. این همپوشی می‌تواند از آنجا ناشی شده باشد که از لحاظ تاریخی و زمانی از ملت دیگر به عاریت گرفته شده باشد یا از منبع یکسانی چون کتب مقدس (انجیل، تورات، قرآن...) گرفته شده باشد. که در هر صورت اینگونه شباهت خود حاکی از فرهنگ جهانی می‌باشد. به عنوان نمونه: پلنگ نمی‌تواند خالهایش را عوض کند معادل مثل انگلیسی زیر است:

#### Leopard can not change his spots.

که از کتاب مقدس انجیل گرفته شده است و در زبان فارسی رواج یافته است. نوع دوم شباهت نتیجه کاربرد واژگان متفاوت اما از یک حوزه معنایی بسیار نزدیک به هم می‌باشد. در فارسی

گفته می‌شود گره هفت جان دارد، اما در معادل انگلیسی Cats have nine lives گربه نه جان دارد در هر دو فرهنگ منظور سخت جان بودن گربه است اما تعداد جانهای این موجود با توجه به فرهنگها متفاوت است.

در نوع سوم شباهت واژگانی جای خود را به شباهت محتوایی می‌دهد. اگر چه واژگان متفاوت و از حوزه‌های معنایی متفاوت انتخاب شده‌اند، اما پیام و کاربرد یکسانی دارند. بطور نمونه:

#### Curiosity killed the cat.

معادل مثل فارسی زیر است:

زبان سرخ سر سبز دهد برباد.

اگرچه هیچگونه شباهت واژگانی بین این دو مثل وجود ندارد، اما پیام و محتوای هر دو یکی است.

بدیهی است که در امثال از مفاهیم ملموس و قابل فهم استفاده می‌شود و این مفاهیم می‌تواند با توجه به فرهنگ و عقاید و محیط و طبیعت هر ملت متفاوت باشد.

اما این تفاوت‌ها از باب شکل‌گیری و ساختاری و عوامل مفهومی و معنایی است که ریشه در فرهنگ و سنت هر ملت دارد. چرا که هر ملت براساس مفاهیم آشنای اطراف خود و آداب و سنن خود سخن می‌گوید. بطور مثال زیره به کرمان بردن در فارسی مقابل معادل انگلیسی آن

زغال سنگ به نیوکاسل بردن<sup>۱</sup> قرار میگیرد و در زبانهای دیگر معادل چغندر به هرات بردن و خرما به بصره بردن و مروارید به عمان بردن می باشد. بی شک ممکن است بدون داشتن زمینه ای از فرهنگ و عقاید آن ملت، پیامی که در مثل آنها نهفته است بطور نادرست یا حتی برعکس استنباط شود.

از آنجا که امثال هر ملت نیز جزئی از فولکلور آن به شمار میروند و می توانند ما را در شناخت بهتر فرهنگ یک ملت یاری کنند، هدف این تحقیق مقایسه ضرب المثل های فارسی و انگلیسی از دیدگاه جامعه شناسی زبان است تا با تقابل امثال این دو زبان از لحاظ ساختار و محتوا، و بر پایه فرضیه های مشخص به تفاوت ها و شباهتهای فرهنگی و اجتماعی دو جامعه پی ببریم.

علمداری (۱۳۷۳) در مقدمه کتاب *همخوانی مثلها* اظهار میدارد:

"دو زبان فارسی و انگلیسی هر یک دارای خصوصیتی هستند که گوشه ای از این ویژگیها در خلال بررسی مقابله ای امثال رایج در آنها قابل ملاحظه است. زبان فارسی ساده و روان با پشتوانه ای از ادبیات غنی و حکایات شیرین و زبان انگلیسی به دلیل برخورداری از ویژگی صداقت و دقت فوق العاده در رساندن معانی، دارای مثلتهای روشن و عبارات گویا در بیان خصوصیات انسانی و عادات اجتماعی است."

مثلاً در ضرب المثل فارسی یاسین به گوش خر خواندن و معادل انگلیسی آن نواختن چنگ برای الاغ<sup>۲</sup> تفاوت فرهنگی دو جامعه مشاهده می شود. توجه فرهنگ پارسی به مذهب و سوره یاسین به عنوان نمادی دینی - مذهبی در مقابل توجه به آلت موسیقی «چنگ» در ضرب المثل انگلیسی.

این تفاوت ها در کاربرد رنگها، اشیاء، غذاها، حیوانات، آب و هوا و دیگر عوامل محیطی نشانی از تفاوت فرهنگی دو ملت است.

یار محمدی (۱۳۷۲: ۱۷) تشبیه را مربوط به همه زبانها می داند و کاربرد آن را فهم بهتر مطالب بیان کرده، در تفاوت فرهنگی اینگونه تشبیهات می گوید:

"به تعبیر بعضی زبانشناسان کل زبان چیزی جز تشبیه و استعاره نیست و به این ترتیب کل زبان - سمبولیک است. منتها مهم این است که فرهنگ ها و مردم مختلف به صورتهای متفاوت از این روند استفاده می کنند. مثلاً در فارسی می گوئیم فلان شخص گاو است یعنی احمق است ولی همین تعبیر در انگلیسی به معنی او قوی و پر زور است می باشد."

<sup>۱</sup> - Carry coals to Newcastle

<sup>۲</sup> - To play a lyre in vain to an ass

به عنوان مثال دیگر، کلمه ی "جغد" در فرهنگ پارسی سمبل بدیمنی، شومی و عنصری منفی تلقی می شود. در حالیکه جغد در فرهنگ و ادبیات انگلیسی سمبل موجودی عاقل، حکیم است و در نهایت به عنوان عنصری مثبت به کار می رود.

مثال دیگری که در آن یک کلمه در دو فرهنگ، دو معنای کاملاً متفاوت دارند(حتی می توان گفت معنای متضاد دارند) کلمه خرگوش است که در فرهنگ انگلیسی نماد حماقت و جهالت است و معادل آن در فارسی کلمه (خر، الاغ) می باشد. اما این کلمه در فرهنگ پارسی، بر خلاف انگلیسی معنای زیرک و باهوش میدهد.

### ۱-۳ هدف تحقیق

اهداف این رساله شامل موارد زیر می باشد:

- ۱- بررسی رابطه امثال با عوامل و نهادهای جامعه شناسی و مردم شناسی چون طبیعت، شیوه زندگی، مذهب و غیره.
- ۲- پی بردن به ویژگی های فرهنگی، زبانشناختی و جامعه شناختی یک ملت توسط امثال و آشنایی با اشتراکات زبان شناختی، بافت فرهنگی و اجتماعی که ضرب المثل ها در آن ساخته و پرداخته می شوند.
- ۳- مقایسه تحلیلی امثال دو زبان فارسی و انگلیسی جهت تعیین میزان رابطه فرهنگی- اجتماعی دو جامعه.
- ۵- بررسی میزان تاثیر گذاری دو فرهنگ بر یکدیگر از طریق بررسی میزان گرده برداری.

### ۱-۴ سوالات تحقیق

- در این تحقیق سعی بر آن است تا به سوالات زیر پاسخ داده شود.
- ۱- یک مثل باید از چه ویژگیهای زبانی و غیر زبانی برخوردار باشد؟
  - ۲- چه عوامل جامعه شناختی زبانی سبب شباهت امثال فارسی و انگلیسی شده است؟
  - ۳- رابطه امثال با عوامل و نهادهای جامعه شناختی و مردم شناختی چون طبیعت، شیوه زندگی، مذهب و ادبیات چگونه است؟
  - ۴- با توجه به شباهتها و تفاوتهای امثال، درصد اشتراک و افتراق فرهنگی بین دو زبان انگلیسی و فارسی چگونه است؟