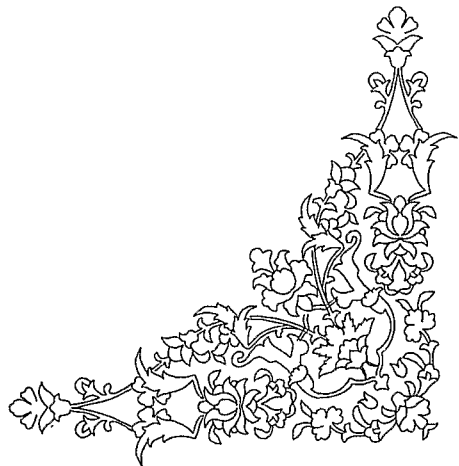
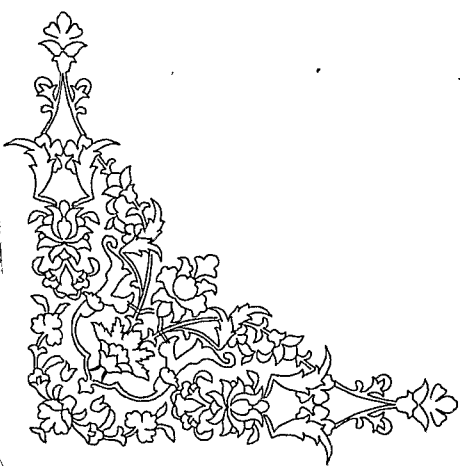
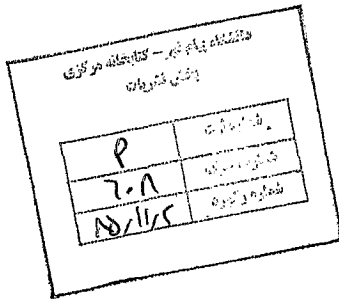


بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



۱۰۵۳۴۶

چاپ پویا



دانشگاه پیام نور

دانشکده علوم انسانی

گروه زبانشناسی و زبان انگلیسی

پایان نامه :

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در
رشته زبان شناسی همگانی

**بررسی رابطه بین گروههای سنی مختلف و میزان استفاده از کنایه ، تشبیه ، استعاره ، ضرب
المثال و شعر در محاورات آنها در چندین برنامه و مصاحبه تلویزیونی**

کتابخانه اساتید و محققان
تاسیس ۱۳۸۵

نام مولف:

قاسم قبدیان

۱۳۸۷ / ۲ / ۱۴

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر تقی وحیدیان کامیار

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر سید مهدی سمائی

ماه و سال انتشار: شهریور ۱۳۸۵

۱ ۰ ۵۳ ۴۹

پایان نامه تحت عنوان :

بررسی رابطه بین گروههای سنی مختلف و میزان استفاده از کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب المثل و شعر در محاورات آنها در چندین برنامه و مصاحبه تلویزیونی.

که توسط قاسم قبدیان تهیه و به هیات داوران ارائه گردیده است مورد تایید می باشد .

تاریخ دفاع : ۱۳۸۵/۶/۷ نمره : ۱۸/۵ درجه ارزشیابی : عالی

اعضای هیات داوران :

نام و نام خانوادگی : هیات داوران : مرتبه : امضاء :

۱- استاد راهنما : آقای دکتر تقی وحیدیان کامیار
فصل مرتبه ۱
۲۸

۲- استاد راهنمای همکار یا مشاور : آقای دکتر سید مهدی سمائی

۳- استاد ممتحن : سرکار خانم دکتر بلقیس روشن

۴- نماینده گروه آموزشی : سرکار خانم دکتر بلقیس روشن

یک

پیشکش به روح بلند پدر و مادرم که خاطرات زیبایشان همواره بهترین مشوقم بودند و به
همسرم که نیمی از بار سختیها را صمیمانه به دوش کشید.

۱۳۸۷ / ۲ / ۱۳

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
پنج	چکیده
۱	مقدمه
	فصل اول : کلیات
۳	۱-۱. بیان مسأله و اهمیت تحقیق از دیدگاه تفاوت فرهنگی و سنت گرایی
۵	۱-۲. پرسشهای تحقیق
۵	۱-۳. فرضیه تحقیق
۶	۱-۴. روش تحقیق و نحوه جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها
۶	۱-۵. قلمرو تحقیق
۶	۱-۶. تعریف برخی از مفاهیم بنیادی
۷	۱-۶-۱. کنایه
۹	۱-۶-۲. تشبیه
۱۲	۱-۶-۳. استعاره
۱۳	۱-۶-۴. ضرب المثل
۱۵	۱-۶-۵. شعر
۱۷	۱-۷. گروههای سنی مورد مطالعه
۱۷	۱-۸. محدودیت های تحقیق
	فصل دوم : مبانی نظری تحقیق
۱۸	۲-۱. زبان و اجتماع
۱۹	۲-۲. گوناگونی زبانی
۲۰	۲-۳. عامل سن
۲۱	۲-۴. تاثیر سن بر گفتار افراد و نمونه های واقعی از متن جامعه

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۲۱	۵-۲. سبک گفتاری
	فصل سوم: پیشینه تحقیق
۲۲	۱-۳. مطالعات محققین خارجی در زمینه‌ی جامعه‌شناسی زبان
۲۲	۱-۱-۳. ویلیام لباو
۲۲	۲-۱-۳. ولف رام
۲۳	۳-۱-۳. بلومفیلد
۲۳	۲-۳. مطالعات محققین ایرانی
۲۳	۱-۲-۳. یحیی مدرسی
۲۴	۲-۲-۳. محمد حسینی ابریشمی
۲۵	۳-۲-۳. تقی وحیدیان کامیار
۲۵	۴-۲-۳. رضا افضلی
۲۵	۵-۲-۳. محمد صادقی
۲۶	۶-۲-۳. محمد توفیقی
۲۶	۷-۲-۳. محمد حسن رضوانیان
	فصل چهارم: روش شناسی
۲۷	۱-۴. روش انجام تحقیق
۲۹	۲-۴. نمونه‌های مورد مطالعه
۲۹	۱-۲-۴. گروه سنی الف: حدود ۷ تا ۱۵ سال
۳۵	۲-۲-۴. گروه سنی ب: حدود ۱۵ تا ۳۰ سال
۴۲	۳-۲-۴. گروه سنی ج: حدود ۳۰ تا ۵۰ سال
۵۳	۴-۲-۴. گروه سنی د: حدود ۵۰ سال به بالا

فصل پنجم: تجزیه و تحلیل داده ها

۶۸	۵-۱. توصیف آماری مربوط به گروه های سنی مورد مطالعه
۶۹	۵-۱-۱. توصیف آماری مربوط به گروه سنی الف
۷۱	۵-۱-۲. توصیف آماری مربوط به گروه سنی ب
۷۳	۵-۱-۳. توصیف آماری مربوط به گروه سنی ج
۷۵	۵-۱-۴. توصیف آماری مربوط به گروه سنی د

فصل ششم: نتیجه گیری

۸۲	۶-۱. دستاوردها
۸۴	۶-۲. پیشنهادات
۸۶	کتابنامه
۸۶	منابع فارسی
۸۸	منابع انگلیسی
۸۹	چکیده انگلیسی

نام خانوادگی دانشجو : قبدیان نام : قاسم

عنوان پایان نامه : بررسی رابطه بین گروههای سنی مختلف و میزان استفاده از کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب المثل و

شعر در محاورات آنها در چندین برنامه و مصاحبه تلویزیونی

استاد راهنما : آقای دکتر تقی وحیدیان کامیار

استاد مشاور : آقای دکتر سید مهدی سمائی

مقطع تحصیلی : کارشناسی ارشد رشته : زبان شناسی همگانی گرایش : دانشگاه : پیام نور

دانشکده : علوم انسانی تاریخ فارغ التحصیلی : ۱۳۸۵/۶/۷ تعداد صفحه : ۸۹

کلید واژه ها : کنایه ، تشبیه، استعاره، ضرب المثل، شعر

چکیده:

در این پژوهش بحث از رابطه بین گروههای سنی مختلف و میزان استفاده از کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب المثل و شعر در سخن آنهاست. گروههای سنی مورد مطالعه عبارتند از :

گروه سنی الف (حدود ۷ تا ۱۵ سال) ب (حدود ۱۵ تا ۳۰ سال) ج (حدود ۳۰ تا ۵۰ سال) و د (از حدود ۵۰ سال به بالا)

با مطالعه ای که انجام گرفت مشخص گردید که نسلهای گذشته و گروههای سنی بالاتر کنایه ، تشبیه ، استعاره ، ضرب المثل و شعر را در گفتار خود بیشتر به کار می برند در حالی که نسل جدید و گروههای سنی پایینتر که معمولاً از وسایلی همچون اینترنت و کامپیوتر استفاده می کنند ، این صورتهای را کمتر به کار می برند و میزان کاربرد آنها در گفتار گروههای سنی پایینتر رو به کاهش است .

این پایان نامه در شش فصل تنظیم شده که به ترتیب به کلیات، مبانی نظری تحقیق، پیشینه تحقیق، روش شناسی، تجزیه و تحلیل داده ها و نتیجه گیری پرداخته است. فرضیه تحقیق این است که گروههای سنی بالاتر نسبت به گروههای سنی پایینتر بیشتر از کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب المثل و شعر استفاده می کنند. همچنین به این پرسش نیز پاسخ داده شد که آیا بین سن افراد و میزان استفاده آنها از کنایه، تشبیه ، استعاره، ضرب المثل و شعر رابطه ای وجود دارد؟

ابتدا مفاهیم کلیدی کنایه، تشبیه ، استعاره ، ضرب المثل و شعر تعریف شد و به نقش مهم آنها در برجسته سازی، نشان دادن مفاهیم و عواطف ، تاثیر بیشتر در مخاطبان، زیبایی آفرینی و استدلال اشاره گردید. سپس با مطالعه ای میدانی در چهارچوب جامعه شناسی زبان به جمع آوری و تجزیه و تحلیل دادهها پرداخته شد. نمونه های مورد مطالعه از برنامه های مختلف تلویزیونی و مخصوصاً مصاحبه های تلویزیونی انتخاب گردیده اند .

در بخش آخر دستاوردها و نتایج حاصل از این پژوهش معرفی شده و پیشنهادهای به برخی از نهادها و سازمانها ارائه گردیده است.

مقدمه :

جامعه‌شناسی زبان علمی است نو پا که هر روز به یافته‌های آن افزوده می‌شود به خصوص در کشور ما که تحقیقات انجام شده در این زمینه بسیار اندک است و ماهنوز در اول راهیم .

با گسترش و رواج پدیده‌هایی همچون کامپیوتر ، اینترنت ، ماهواره و غیره می‌توان ادعا کرد که در قرن ۲۱ ماهیت ارتباطات بشر پیچیده تر و گسترده تر شده و اهمیت فوق‌العاده‌ای پیدا کرده است به طوری‌که باید گفت موفقیت اجتماعی فرد در زندگی بسته به موفقیت وی در برقراری ارتباط با دیگران است.

بنا بر این انسان از تاکتیک‌های مختلف در گفتمان خود استفاده می‌کند تا بتواند به بهترین نحو ممکن با دیگران ارتباط موثر و مفید برقرار کند

نکته بسیار جالب و درعین حال مهم دیگر در مورد زبان این است که شخص درحین صحبت کردن با مجموعه‌ای متنوع از امکانات و انتخابهای بالقوه روبرو است و می‌تواند برای هر مخاطب و هر موقعیت معین صورتی را که تشخیص می‌دهد مناسب تر است انتخاب کند و به کار برد.

در ادبیات هر زبان صنایع و آرایه‌های مختلفی وجود دارد که گوینده ، نویسنده یا شاعر بنا به هدف خاص خود و برای موثرتر ساختن زبان، یعنی نفوذ بیشتر در ذهن مخاطب و زیبایی آفرینی از آنها بهره می‌برد، از جمله این صورتها می‌توان به کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب‌المثل و شعر اشاره کرد که درگفتار فارسی زبانان به نسبت‌های مختلف دیده می‌شود. این تفاوتها هم در گفتار است وهم در نوشتار. تعریف‌هایی که تاکنون از صورت‌های فوق شده معمولا چندان درست نمی‌نماید. دراین پایان نامه از نظرات جدید دکتر تقی وحیدیان کامیار (۲۳) درباره کنایه، تشبیه ، ضرب‌المثل و شعر استفاده شده است .

ایرانیان در کلام خود از این ویژگیها بیشتر استفاده می‌کنند تا عواطف خود را بهترینشان دهند و در شنونده یا خواننده بیشتر تاثیر بگذارند. ازاین نظر می‌توان گفت فارسی، زبانی بسیار غنی و پربرار است و فارسی زبانان گنجینه‌ای پربرها از کنایات، مثلها، تشبیهات، استعارات زیبا و اشعار نغز را در زبان خود به کار می‌گیرند. اما به نظر می‌رسد که نسل‌های گذشته و گروه‌های سنی بالاتر از این صورتها بیشتر استفاده می‌کرده‌اند. در حالی

که نسل جدید و گروه‌های سنی پایین تر در گفتار خود کمتر این صورتها را به کار می‌برند و این روند روبه کاهش همچنان ادامه دارد تا جایی که به نظر می‌رسد می‌توان آن را به عنوان هشدار برای انقراض تدریجی کنایه‌ها، استعارات و تشبیهات زیبا، ضرب‌المثلها و اشعار موجود و مضبوط ادبیات فارسی در گفتار نسلهای آینده دانست. این مساله نیاز به بررسی علمی داشت که در این پایان نامه به آن پرداخته شده است.

امیدوارم این پایان نامه که در حد بضاعت علمی مختصر نگارنده است بتواند فتح پابی باشد برای آغاز پژوهش‌های دیگر در این زمینه.

فصل اول : کلیات

۱-۱. بیان مساله و اهمیت تحقیق از دیدگاه تفاوت فرهنگی و سنت گرایی

زبان همواره در حال تغییر و تحول است تا بتواند خود را با نیازهای جدید جامعه وفق دهد. این تغییرات سریع یا کند با تحولات اجتماعی رابطه دارد. این تغییرات را می توان با پژوهش و آگاهی از علم زبانشناسی بررسی کرد.

تغییرات زبان بر دو گونه است: ۱- تغییرات درونی: زبان پیوسته به سوی سادگی می رود تا جایی که در امر تفهیم و تفهم اختلالی وارد نشود.

۲- تغییرات بیرونی: این تغییرات به عوامل مختلف اجتماعی مربوط می شود. زبان همانند همه عوامل اجتماعی پیوسته در تغییر و تحول است تا هماهنگ با نوشتن عوامل مختلف اجتماعی خود را هماهنگ سازد. در واقع اگر زبان تغییر را در درون و برون خود نمی پذیرفت محکوم به فنا بود، پیر و فرتوت جلوه می کرد و واپس زده می شد

با توجه به نقش بسیار مهم صورتهایی چون کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب المثل و شعر در نشان دادن پیام، عواطف و احساسات، زیبایی آفرینی کلام و همچنین تاثیر آن بر مخاطب توجه به این مساله مهم می نماید که نسل جوان فعلی و نسلهای آینده به تدریج این صورتهای را به فراموشی خواهند سپرد و بنابراین عملاً درگفتار خود، از بخش عظیمی از گنجینه پر ارزش ادبیات فارسی محروم هستند. به عنوان نمونه ای از اهمیت این صورتهای ادبی می توان گفت: به طور کلی ضرب المثلهای هر زبان برای این است که طبقات مختلف هر ملت از کودک و پیر و عالم و عامی از غفلت و ناآگاهی بیدار شده، ضمن اثبات نظر خود سخنان را جذاب کنند و زندگیشان را براساس عقل و منطق و تجربه های به اثبات رسیده تنظیم کنند. از طرف دیگر همین مثلها می تواند باعث رشد عقلی و روحی ملتها شود. (۱۸)

در این پایان نامه سعی بر این است تا رابطه سن افراد و میزان استفاده آنها از کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب المثل و شعر در گفتار عادی مشخص شود. به عبارت دیگر این سوالات مطرح است که آیا بین سن افراد و

میزان استفاده آنها از صورتهای فوق رابطه ای وجود دارد؟ آیا می توان در مورد نسبت استفاده از این صورتهای در گفتار افراد جامعه به گروههای سنی مختلفی قایل شد؟

به نظر ویلیام لباو (نقل از منبع شماره ۲۰) یکی از پیشگامان زبان شناسی اجتماعی، فرآیند تغییر در سه مرحله روی می دهد. درآغاز این تغییر، از بین هزاران دگرگونی، یک دگرگونی در سخن چندین نفر محدود می شود سپس گسترش می یابد و با استقبال گویندگان روبرو می شود که از این پس رویاروی صورتهای قدیمی می ایستد سرانجام تثبیت می شود و با حذف صورتهای رقیب خودبه قاعده بدل می شود.

با توجه به مطلب فوق مساله این است: آیا واقعا فرآیندی از نوع کمترشدن میزان استفاده از کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب المثل و شعر در گفتار جوانان رخ داده است؟

پاسخ به این مساله از جهات مختلف مفید است و می تواند مورد توجه صاحب نظران، مسوولان فرهنگستان زبان، برنامه ریزان زبانی، دست اندر کاران آموزش و پرورش، طراحان کتابهای درسی و برنامه های تلویزیونی قرار بگیرد تا با برنامه ریزی زبانی مناسب روند مورد نظر را کنترل و در جهت مطلوب هدایت کنند. شاید استفاده از این صورتهای در رسانه های گروهی و کتابهای درسی سبب افزایش کاربرد آنها شود.

در این پایان نامه مشخص می شود که هم اکنون تغییری در گفتمان محاوره ای نسل جوان رخ داده است. تغییری مهم و در خور توجه، یعنی ناپدید شدن تدریجی کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب المثل و شعر در گفتار آنها، لذا برنامه ریزان زبان باید نسل جدید را از اهمیت استفاده از این صورتهای آگاه سازند. و برای حفظ آنها تلاش کنند، زیرا امروزه جامعه شناسان و روانشناسان معتقدند اگر نسل جوان نتواند رابطه ریشه ای خود را با نسل گذشته حفظ کند و تداوم بخشد نسلی خواهد بود بی ریشه و بی هویت. پس مساله کاهش کاربرد کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب المثل و شعر تنها کاهش چند صورت از زبان فارسی نیست بلکه به همراه آنها قسمتی از میراث ادبی فارسی و قسمتی از هویت جامعه فارسی زبان نیز ممکن است از دست برود. واقعیت این است که امروزه با روند افزایش بی توجهی به گویش های محلی، ضرب المثلها و کنایات و گسترش قشر تحصیلکرده، ضرب المثلها،

کنایات، تشبیهات، اشعار و فرهنگ عامه کمرنگ تر شده است. تداوم این تغییرات گویای این واقعیت است که شاید تا چند نسل دیگر نشانی از گویش ها، مثل ها و کنایات باقی نخواهد ماند.

۱-۲ پرسشهای تحقیق

انسان به عنوان یک موجود اجتماعی و کسی که برای برآوردن نیازهای خود باید از جامعه کمک بگیرد، مجبور به ارتباط و تعامل با افراد مختلف جامعه است. نکته جالب توجه در این ارتباط این است که بسته به یک رشته متغیرهای اجتماعی مانند سن، جنس، تحصیلات و غیره نوع گفتار فرد نیز تغییر می کند.

عامل سن به نوبه خود در نوع گونه گفتاری ما تاثیر بسیار زیادی دارد. به عبارت دیگر فرد همواره هنگام صحبت کردن عامل سن را مورد توجه قرار می دهد.

در این پایان نامه که مطالعه ایست کتابخانه ای- میدانی سعی شده رابطه بین سن افراد و میزان استفاده از کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب المثل و شعر در گفتار روزمره آنها مشخص شود. در این راستا پاسخ به پرسش زیر مدنظر است. در گروههای مختلف الف، ب، ج، د

۱- آیا بین سن افراد و میزان استفاده آنها از کنایه، شعر، تشبیه، استعاره و ضرب المثل رابطه ای وجود دارد؟ اگر پاسخ مثبت است این رابطه چگونه است؟

۱-۳ فرضیه تحقیق

در دهکده جهانی قرن ۲۱ که ماهیت ارتباطات روز به روز پیچیده تر و گسترده می شود حتی محافظه کارترین افراد هم اصل تغییرات سریع را باور دارند یکی از عواملی که می تواند باعث تغییر رفتار زبانی فرد شود سن است. در زبان بچه ها و جوانان تغییراتی رخ می دهد که بزرگترها ممکن است بعضی از آنها را نپذیرند.

فرضیه تحقیق در زیر آمده است:

در گفتار محاوره ای چهار گروه سنی مورد مطالعه الف (حدود ۷ تا ۱۵ سال) ب (حدود ۱۵ تا ۳۰ سال)

ج (حدود ۳۰ تا ۵۰ سال) و د (از حدود ۵۰ سال به بالا):

گروههای سنی بالاتر نسبت به گروههای سنی پایینتر بیشتر از کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب المثل و شعر استفاده می کنند.

۴-۱. روش تحقیق و نحوه جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها:

در این پایان نامه برای جمع آوری داده ها از روش مشاهده غیر مستقیم استفاده شد. زیرا در شهرستانها گونه های زبانی خاصی رایج است که با زبان گفتاری معیار متفاوت است. بنابراین در شهرستان امکان بررسی مستقیم گونه معیار وجود نداشت. ابتدا گروههای سنی مورد مطالعه مشخص و تعریف شد سپس کار بررسی بر روی مصاحبه ها و برنامه های مختلف تلویزیونی که از شبکه های مختلف سیما پخش می شود شروع گردید. در این برنامه ها معمولا شخص یا اشخاصی به عنوان میهمان تلویزیونی دعوت می شدند و مجری برنامه سوالات مختلفی از آنها می پرسید سپس مطالعه و بررسی گفتار آنها شروع می شد. و میزان استفاده آنها از کنایه، تشبیه، استعاره، ضرب المثل و شعر با عدد مشخص می گردید. این پژوهش به صورت کتابخانه ای - میدانی است که با توصیف اطلاعات مربوط و توصیف الگوی کلی داده ها و با استفاده از نمودارها و تکنیکهای آمار توصیفی و استنباطی سعی در تجزیه و تحلیل داده ها و نتیجه گیری دارد. همچنین کنایات، تشبیهات، استعارات، ضرب المثلها و اشعاری که هر کدام از نمونه ها و نماینده های گروههای سنی در گفتار خود بکار برده اند عیناً ضبط می شود.

۵-۱. قلمرو تحقیق

در این پایان نامه سعی شده تا حد امکان گفتار طبیعی و محاوره ای افراد گروههای سنی مختلف مورد مطالعه قرار بگیرد. این پژوهش از لحاظ نظری در چهار چوب جامعه شناسی زبان می باشد.

۶-۱. تعریف مفاهیم بنیادی

امروزه همه ملت های دنیا به ارزش و اهمیت فرهنگ عامه خود پی برده و در جمع آوری و حفظ آن می کوشند. زبان فارسی از جمله زبانهایی است که پشتوانه ادبی بسیار غنی و پرمایه ای دارد. نگاهی سریع و گذرا به آثار مشاهیری چون حافظ، سعدی، خیام، عطار و غیره نشان می دهد که آنها با استادی و مهارت خاصی از

انواع صورتهای ادبی و صنایع بدیعی در آثار زیبای خود استفاده کرده اند. بنابراین حفظ امثال و حکم و کنایات زبان که در حکم مرواریدهای درخشان ادبیات ملت هاست لازم و ضروری می نماید تا به سرنوشت ضرب المثل « یخ فروش نیشابور»^۱ دچار فراموشی نشوند. در این قسمت مفاهیم کلیدی این پژوهش تعریف می شود.

۱-۶-۱. کنایه

شنیده ام سخنی خوش که پیرکنعان گفت فراق یار نه آن می کند که بتوان گفت
حدیث هول قیامت که گفت واعظ شعر کنایتی است که از روزگار هجران گفت

کنایه آوردن ملازم یا یکی از ملازم های یک معنی است به جای خود آن معنی. به عبارت دیگر، آوردن ملازم یک معنی است به طوریکه ابتدا معنی لازم را دریابیم و سپس ذهن از معنی ملازم به معنی اصلی منتقل شود. (۲۳)

کنایه دارای دو بعد است: یکی معنی نزدیک یعنی تصویری که ملازم معنی مراد است. دیگر معنی دور یعنی خود معنی مراد. دویا چند بعدی بودن یکی از عوامل مهم زیباآفرینی در کلام ادبی است. دویا چند بعدی بودن کلام کاری خلاف روال عادی زبان و شگفت انگیز است. روال عادی زبان این است که یک لفظ بر یک معنی دلالت کند. در کنایه، کلام یکی است اما دو معنی از آن برمی آید. چیزی که به گفته سارتر (نقل از منبع شماره ۲۳)، پیکاسو در حسرت آن بود و آرزو می کرد قوطی کبریتی بسازد که هم خفاش باشد و هم قوطی کبریت.

کلام کنایه همانند تصویری است که دو منظره را نشان دهد: یک تصویر خریده اید اما دو منظره دارید بی شک چنین تصویری بدیع است و شگفت انگیز و فرح بخش. (همان)

۱ - گویا در قرن ششم یخ فروش نیشابور ضرب المثل معروفی بوده که از قرن هفتم به بعد به دست فراموشی سپرده شده است؛ این مثل فقط در شعر انوری، سنایی و نیز در *کیمیای سعادت* غزالی ذکر شده است.

گویند: در نیشابور گدایی سفیه بود که هر چیز از گدایی تحصیل کردی، بر یخ دادی و در جوال گذاشته، به دوش گرفته، گرد کوچه و بازار گردیدی و هیچ کس با او سودا نکرده ای تا آنکه یخ آب شده از جوال بیرون آمدی و با وجود این روز دیگر باز به همان شغل مشغول شدی و بعضی گفته که یخ فروش نیشابور شخصی بود که هر روز یخ به دوش گرفته، به بازار آوردی و هر کس به تکلف پاره ای از آن بردی و از هیچ کس نفعی بدو نرسیدی و پاره ای آب شدی و موید قول دوم، این دو بیت که در حدیقه سنایی آمده است:

مثلت هست در سرای غرور همچو آن یخ فروش نیشابور

در تموز آن یخک نهاده به پیش یک خریدار نی و او درویش (۱۰)

در کنایه به جای آنکه چیزی را بگویند تصویر آن را نشان می دهند . کنایه هم مانند سخن مفهوم و پیامی دارد. و هم مانند نقاشی آن مفهوم و پیام را نشان می دهد و مزایای هر دو را دارد. کنایه هم بیان می کند و هم نشان می دهد. (همان)

از میان صور گوناگون خیال ، تنها کنایه است که به خوبی مفاهیم را به صورت نقاشی بیان می کند. شک نیست که نشان دادن برتر از گفتن است ، همان گونه که دیدن برتر از اندیشیدن است: شنیدن کی بود مانند دیدن؟ (همان)

کنایه به ذهنیت ها، عینیت می بخشد، از آنجا که امور ذهنی مبهم و غیر دقیق و مات و کم رنگ است و برعکس، امور عینی ملموس و محسوس و تجربی و دقیق است ، این ویژگی کنایه برجستگی خاصی به آن می بخشد. (همان)

همچنین کنایه به علت دوبردی بودن و انتقال از ملازم، به معنی اصلی دارای نوعی ابهام است انسان از هرچه مبهم باشد که با تلاش ذهنی بتوان ابهام آن را کشف کرد، لذت می برد. پس کنایه، به دلیل مبهم و پوشیده بودن و کشفی که در پی دارد زیباست. (همان)

در کنایه جزء (ملازم) می آید اما دلالت بر کل (معنی اصلی) نیز دارد. در کنایه همچنین ایجاز نیز هست، ایجاز هنری، زیرا لفظ یکی است و معنا دو، در کلام عادی، هر لفظ بریک معنی دلالت دارد اما در کنایه به سبب دو بعدی بودن، لفظ بار معنایی دوگانه دارد، زیرا کار دو لفظ را می کند. (همان)

همچنین در کنایه اغراق هم وجود دارد یعنی با انتخاب ملازم های برجسته، هرچیزی بزرگتر از حد متعارف نشان داده می شود. با ترفند کنایه، کلام فرسوده خبری غرابت و تازگی پیدا می کند، کنایه کیمیایی است که مس زبان خبری را بدل به زر شعر می سازد. کنایه زبان خبر را که تکراری است و فاقد زیبایی ، بدل به پدیده ای شگفت و ناآشنا می کند. (همان)

در کنایه نوعی استدلال وجود دارد یعنی معنی ملازم ما را به معنی اصلی دلالت می کند. یعنی ذهن از طریق استدلال از ملازم ، به معنی اصلی می رسد. (همان)

کنایه به سبب استدلالی بودنش هم در عواطف تاثیر می گذارد وهم در عقل. (همان)

انواع کنایه عبارتند از :

۱- کنایه ای که مقصود از آن جمله است مانند: دست به دندان گزیدن.

۲- کنایه ای که مقصود از آن صفت باشد : مانند: سربلند.

۳- کنایه ای که مقصود از آن موصوف باشد مانند : پادشاه وحوش (شیر)

در کنایه غرض گوینده این است که مخاطب از معنی ظاهر کلام که به ذهن نزدیک تر است منتقل به منظور اصلی گوینده، یعنی معنی بعید شود که مفهوم کنایه است و به عبارت دیگر معنی حقیقی کلمه معبر معنی کنایه می شود. (۲۶)

همچنین باید توجه داشت که کنایه بردو نوع است: کنایات بدیع ونو که خیلی زیبا وبرجسته است وکنایات رایج که به علت کاربرد زیاد توسط افراد جامعه زیبایی خود را از دست داده اند و به صورت کلیشه ای ومبتذل درآمده اند.

۱-۶-۲. تشبیه

تشبیه آن است که چیزی را به چیزی در صفتی مانند کنند. امر اول را مشبه ودوم را مشبه به وصف مشترک مابین آنها را وجه شبه وکلمه ای را که دلالت بر معنی تشبیه داشته باشد ادات تشبیه می گویند. (۲۶)

هنرمند تحت تاثیر محیط زندگی واجتماعی خود، هماننده های تشبیهات خود را از جامعه وطبیعت پیرامون خویش انتخاب می کند تا رنگ وشکل وطعم مشبه را جاودانگی بخشد. (۷)

درک لذت از تشبیه به غریزه انسانی بستگی دارد زیرا انسان از کشف هرگونه راز بین اشیاء وامور لذت می برد. اما زیبایی تشبیه به تقارن وتقابل دو صفت همانند در دو چیز مختلف مربوط می شود واین درک لذت وزبایی به زشتی یا زیبایی خود آن چیز ربطی ندارد. (همان)

واقعیت این است که زیبایی ولذت نهفته در تشبیه، سخن را با تاثیری بیشتر و عمیقتر به شنونده می‌رساند و پیام هنرمند آنچنانکه او می‌خواهد در برانگیختن عواطف شنونده اثر می‌بخشد. (همان)

زیبایی و حسن تشبیه بسته به پسند و ناپسند طبع است و هرکجا مقصود از تشبیه، یعنی مجسم ساختن صفتی در چیزی یا کسی، بهتر پرورانده شود و ذوق سلیم آنرا بپسندد، پسندیده و نیکوست. (۲۶)

تشبیه یکی از شگردهای ترفندهای زیبایی آفرین در زبان است. گرچه تشبیه را از دیرباز دانشمندان و علمای بلاغت از جمله ارسطو بررسی کرده اند اما متأسفانه این بررسی‌ها ورده بندیها از دیدگاه علمی است که بر مبنای استدلال است. حال آنکه جوهر هنر و از جمله شعر زیبایی است. (۲۳)

هر تشبیه زیبایی همانند کردن چیزی به چیزیست اما این تعریف شامل تشبیهات فاقد زیبایی هم می‌شود به عبارت دیگر این تعریف و تعاریف دیگر که سایر علمای بلاغت از تشبیه ارائه داده اند جامع است ولی مانع نیست. (همان)

در این قسمت به تعاریف متعددی که علمای متأخر بلاغت از تشبیه داشته اند اشاره می‌شود:

۱- تشبیه: مانده کردن چیزیست به چیزی مشروط بر آن که ماندگی مبتنی بر کذب باشد نه صدق، یعنی ادعایی باشد نه حقیقی. (۱۷)

این سخن درست نمی‌نماید زیرا تشبیه حقیقت است نه کذب، زیرا شاعر میان دو پدیده متفاوت شباهت یا شباهتهایی پیدا می‌کند. (۲۳)

۲- استاد بدیع الزمان فروزانفر (نقل از منبع شماره ۲۳) معتقد است: در حقیقت تشبیه برای رساندن مشارکت دو چیز نمی‌باشد بلکه برای آن است که چیزی را بهتر جلوه بدهیم و یا بدتر، یا اینکه امر مهمی را توضیح کرده باشیم.

۳- در کتاب فرهنگ اصطلاحات ادبی آن. تی. سی. جی. ای کدون^۱ (نقل از منبع شماره ۲۹) تشبیه چنین تعریف می‌شود. تشبیه صنعتی شعری است که در آن چیزی به چیز دیگر مانند شود برای توضیح و بزرگ

نشان دادن یک تصویر، این تعریف مطابقت دارد با تعریفی که استاد فروزانفر از تشبیه کرده است اما اگر تشبیه صرفاً جنبه بزرگ نشان دادن داشته باشد باز زیبایی ندارد. (۲۳)

به طور کلی می توان گفت زیبایی تشبیه مربوط است به : دو بعدی بودن آن ، آگاهی از رابطه بین دو پدیده که در دنیای واقعی با هم ارتباط ندارند و قدرت آن در نشان دادن کلمات و بویژه اسمهای معنی اما دکتر وحیدیان کامیار (۲۳) معتقد است که دو گونه تشبیه وجود دارد عاطفی و خبری.

عاطفی شدت عاطفه و بزرگ نمایی در امری را می رساند. اما تشبیه خبری برابری امری را به صورت خبر می رساند. به این نکته و اهمیت آن از نظر زیبا آفرینی تا کنون توجه نشده است نه در کتابهای بلاغی فارسی و عربی و نه در کتب بلاغی زبان انگلیسی و ناگفته نماند مسایل دیگر هم که در کتب بلاغت درباره تشبیه آمده جنبه خبری و علمی دارد و نه زیبایی شناسی.

مثلاً وقتی می گوئیم قلب مانند پمپ عمل می کند. این تشبیه توضیح دهنده است اما زیبا نیست و از نوع تشبیه خبری می باشد.

همچنین دیدار یار غایب و باریدن باران به تشنه ای در بیابان دو امر متفاوت است اما سعدی با پیوند زدن میان این دو امر متفاوت به زیبایی می آفریند:

دیدار یار غایب دانی چه ذوق دارد ابری که در بیابان بر تشنه ای ببارد

این مثال از نوع تشبیه عاطفی است.

به هر حال در پژوهش حاضر منظور از تشبیه هر دو نوع تشبیه خبری و عاطفی است. نکته مهم دیگر این است که ما معمولاً با دو نوع تشبیه سروکار داریم. تشبیهات غریب و بدیع در مقابل تشبیهات مبتذل، کلیشه ای و تکراری. تشبیهات غریب حاصل ذهن خلاق هنرمندان و شاعران و مبین نوآوری ایشان است. هنرمندان از این طریق مدام به ابعاد جهان و حوزه معناها می افزایند و جهان را وسیع تر و گسترده می کنند. می توان گفت که شاعران و هنرمندان نیز چون خدایان برمسند ابداع و خلق نشسته اند. (۱۷)

۱-۶-۳. استعاره

نمک ندارد شعری که استعاره ندارد

استعاره از مصدر باب استفعال است و در لغت یعنی عاریه خواستن لغتی را به جای لغت دیگری، شاعر یا

نویسنده یا گوینده در استعاره، واژه‌ی را به علاقه‌ی مشابهت به جای واژه‌ی دیگری بکار می‌برد. (۱۷)

می‌توان استعاره را از تشبیه بیرون آورد. بدین معنی که از جمله تشبیه‌ی، مشبه و وجه شبه و ادات

تشبیه را حذف کنیم، به نحوی که فقط مشبه به باقی بماند. به این مشبه به استعاره می‌گویند. پس استعاره هم

گشتاری از جمله تشبیه‌ی است و یا به اصطلاح ژرف ساخت هر استعاره‌ی یک جمله تشبیه‌ی است. (همان)

استعاره و تشبیه هر دو یکی هستند و استعاره در حقیقت تشبیه فشرده^۱ است یعنی تشبیه را آن قدر

خلاصه و فشرده می‌کنیم که فقط از آن مشبه به باقی می‌ماند. (همان)

والانس استیونس (نقل از منبع شماره ۱۷) معتقد است: حقیقت مبتذل و تکراری است و ما با استعاره است

که از آن می‌گریزیم و بدین ترتیب است که عالم محدود حقیقت و واژگان را فرو می‌ریزیم و سوار بر رکاب توسیع

با هر استعاره‌ای بی‌به طول و عرض جهان می‌افزاییم.

اما یکی از برتریهای استعاره بر تشبیه، علاوه بر ایجاز، این است که در تشبیه

ادعای شباهت است و در استعاره ادعای یکسانی و این همانی^۲.

پل الوار (نقل از منبع شماره ۱۷) می‌گوید: دو نوع ایماژ^۳ داریم: یکی تشبیه (آنالوژی) که در آن

می‌گوییم «آ» مثل «ب» است. و دیگری استعاره که در آن می‌گوییم «آ» «ب» است. در این پژوهش تمامی

تشبیهات و استعارات مورد استفاده هر کدام از نمونه‌ها در ذیل عنوان تشبیهات و استعارات مورد استفاده برای هر

نمونه عیناً ثبت می‌گردد.

1 - condensed simile

2 - identity

3 - image