

اهداف استفاده از نمونه‌های مختلف زبان تمثیلی با رویکرد زبان‌شناسی

شناختی

لیلا عرفانیان قونسولی*
دکتری زبان‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد
شهلا شریفی
دانشیار زبان‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد
مهدی مشکوة الدینی
استاد زبان‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد

*نشانی تماس: دانشگاه فردوسی مشهد،
دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه
زبان‌شناسی.
رایانامه: leilaerfaniyan@gmail.com

هدف: در این مقاله اهداف افراد در تولید هشت نمونه زبان تمثیلی مختلف و اینکه آیا این اهداف در نمونه‌های مختلف زبان تمثیلی متفاوت‌اند یا خیر بررسی می‌شود. روش: آزمودنی‌های این تحقیق ۱۳۰ دانشجوی کاردانی (۶۵ دختر و ۶۵ پسر) بودند که بعد از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، پاسخ‌نامه‌های ۱۸ نفرشان به دلیل قابل استفاده نبودن حذف شد. به هر شرکت‌کننده، پرسش‌نامه‌هایی که خود نویسنده آماده کرده بود ارائه و در آن از افراد خواسته شده بود پس از خواندن مثال‌های نویسنده و ذکر چند مثال شبیه آن هدف خود را از استفاده از انواع خاصی از زبان تمثیل به‌جای استفاده از زبان لفظی همتای آن بیان کنند. یافته‌ها: بر اساس الگوی روبرتز و کروزر، حدود ۲۰ هدف کلی طراحی و پاسخ شرکت‌کنندگان بنا به نزدیکی به هرکدام از این ۱۹ دسته، در دسته خاص خود قرار داده شد. نتیجه بررسی پاسخ شرکت‌کنندگان نشان داد که از درخواست غیرمستقیم بیشتر برای نشان دادن احساسات خوب/ناراحت نشدن طرف مقابل و احترام به او؛ مؤدب بودن، نشان دادن سطح شعور استفاده می‌شود. از کتمان حقیقت بیشتر برای وجهه خود را خراب نکردن، هدایت عمل طرف مقابل/تأثیرگذار بودن و سایر اهداف استفاده می‌شود. از عبارت اصطلاحی بیشتر برای مطابق عرف صحبت کردن، شفاف‌سازی/بهرتر منظور را رساندن استفاده می‌شود. از تشبیه بیشتر برای سخنورتر به نظر آمدن، تأکید، شفاف‌سازی/منظور را بهتر رساندن استفاده می‌شود. از اغراق بیشتر برای تأکید، شفاف‌سازی/منظور را بهتر رساندن استفاده می‌شود. از طعنه بیشتر به‌منظور شوخی کردن (شوخی طبع به نظر رسیدن)، نشان دادن احساسات بد استفاده می‌شود. از استعاره بیشتر به‌منظور شوخی کردن (شوخی طبع به نظر رسیدن)، نشان دادن احساسات بد، هدایت عمل طرف مقابل/تأثیرگذار بودن و سایر اهداف استفاده می‌شود. نتیجه‌گیری: بنابر یافته‌های به‌دست آمده می‌توان نتیجه‌گیری کرد در اهداف استفاده از انواع زبان‌های تمثیلی، موارد اشتراک و اختلاف وجود دارد که در مقاله به جزئیات آنها پرداخته شده است.

کلیدواژه‌ها: زبان تمثیلی، هدف، تشبیه، استعاره، طعنه، اغراق

The goals of using different figurative language types via cognitive approach

Introduction: This article examined the discourse goals of people in producing eight different types of figurative language and assessed whether these goals vary in different types. **Method:** Enrolled subjects were 130 associate degree students (65 men and 65 women). An author-composed questionnaire was administered to subjects in which they were asked to read the writers examples first and then to state some examples for that type of figurative language. Later, they were asked to state their intention of using the special type of figurative language instead of literal counterparts. **Results:** According to Roberts and Kreuz, about 20 discourse goals were devised. results indicated that the most frequent goals for indirect request are: To show positive emotion, showing a clear-sighted characteristics, To be polite. The most frequent goals for Understatement: others, To guide another's actions, To protect the self. The most frequent goals for idiom: To clarify, To be conventional. The most frequent goals for simile: To clarify, To emphasize, To be eloquent. The most frequent goals for Rhetorical question: To emphasize. The most frequent goals for Hyperbole: To emphasize, To clarify. The most frequent goals for irony: To show negative emotion, To be humorous. The most frequent goals for metaphor: others, To guide another's actions, To show negative emotion, To be humorous. **Conclusion:** This can be concluded that there are similarities and differences in stating figurative language discourse goals which are stated in this report.

Keywords: *Figurative language, Discourse goal, Simile, Metaphor, Irony, Hyperbole.*

Leila Erfaniyan Qonsoli*

Linguistics Ph D in Ferdowsi University of Mashad.

Shahla Sharifi

Associate Professor of Linguistics, Ferdowsi University of Mashad.

Mehdi Meshkatod Dini

Professor of Linguistics, Ferdowsi University of Mashad.

*Corresponding Author:

Email: leilaerfaniyan@gmail.com

مقدمه

بیشتر معانی‌ئی که مردم قصد دارند در هنگام صحبت کردن منتقل کنند، فراتر از معنای واژه‌هایی است که بیان می‌کنند. نمونه این پدیده را در استفاده از زبان غیرلفظی^۱ می‌توان دید. منظور سخن‌گو در زبان غیرلفظی آن نیست که بیان می‌کند. زبان تمثیلی^۲ یا غیرلفظی، پدیده‌ای نادر نیست بلکه در کل زبان جاری است. اگر زبان تمثیلی را در مقابل اصول گرایس^۳ قرار دهیم به این نتیجه می‌رسیم که شاید زبان تمثیلی اهداف ارتباطی خاصی را دنبال می‌کند و ممکن است بهتر از زبان لفظی بتواند برقراری ارتباط را میسر سازد و مردم حتا به قیمت خوب درک نشدن سخنانشان مایل باشند از آن استفاده کنند. اهمیت زبان تمثیلی به قدری است که به نظر لیکاف و جانسون (۱) سیستم مفهومی ما اساساً "ذات استعاری دارد. یکی از مهم‌ترین مسایل در تولید و درک زبان تمثیلی این است که قصد سخن‌گو از تولید تمثیلی پیغام و درک آن چیست؟ به نظر هریس و دیگران (۲)، تحقیقات مربوط به زبان تمثیلی دو جنبه دارد: تولید و درک. در زمینه درک، تحقیقات زیادی شده اما درباره تولید به تحقیقات بیشتری نیاز است. از این رو، هدف این مقاله توجه به این وجه از زبان تمثیلی و بررسی دلایل و اهداف سخن‌گویان از استفاده از این شکل زبان است.

پیشینه تحقیق

پژوهشگران بسیاری در خارج از کشور در مورد زبان تمثیلی تحقیق کرده‌اند که از جمله آن می‌توان به لیکاف و جانسون (۱)، پولیو اسمیت (۳)، گریگ و گیبز (۴)، گلاکزبرگ (۵)، کروز و دیگران (۶)، گیورا (۷) و ... اشاره کرد. افرادی که درک زبان تمثیلی را بررسی کرده‌اند به نتایجی دست یافته‌اند که یکی از این نتایج، که دائماً نیز تکرار شده، این است که وقتی بافت زبانی به میزان کافی موجود باشد، درک زبان تمثیلی بیش از زبان لفظی طول نخواهد کشید (۸). بر اساس این قبیل نتایج، گیبز (۹) پیشنهاد کرده که محققان بحث در مورد لفظی و غیرلفظی^۴ بودن را کنار بگذارند و به جای آن فرایندی را بپذیرند که اساس آن تئوری کنش زبانی^۵ است. بر اساس نظریه کنش زبانی، افراد درگیر در صحبت، در صورتی گفتار مخاطبشان را درک می‌کنند که اهداف و قصد آنها را دریابند (۱۰). همچنین در درک معنای گفتار، درک اینکه گفتاری کی و چرا

تولید می‌شود مؤثر است. اما در مورد اهداف کلامی تمثیل، افراد معدودی تحقیق کرده‌اند. گریگ و گیبز (۴) بر این باورند که برای ایجاد صمیمیت بین طرفین گفت‌وگو می‌توان از زبان تمثیلی استفاده کرد. به نظر گلاکزبرگ (۵) استعاره‌ها نسبت به همتای لفظی‌شان شفاف‌تر و اطلاع‌رسان‌تر هستند. به نظر گلاکزبرگ و کیسر (۱۱) درک استعاره‌ها آسان‌تر از تشبیهات است. در مطالعه‌ای، شرکت‌کنندگان اهداف استفاده از طعنه، اصطلاحات و پرسش‌های تصنعی را بیان کرده و برای اندازه‌گیری اعتبار همگرا^۶، دیگر شرکت‌کنندگان توضیح دادند که چرا افراد در برخی موقعیت‌ها، جملات اصطلاحی یا طعنه‌آمیز تولید کرده یا سؤال‌های تصنعی پرسیده‌اند. نتایج این تحقیق نشان داد افراد به درستی می‌توانند دانش شناختی خود را درباره انگیزه استفاده از زبان تمثیلی بیان کنند. در تحقیقی دیگر روبرتز و کروز (۱۲) اهداف استفاده از هشت گونه زبان تمثیلی (که قبلاً ذکر شد) را بررسی کردند و از افراد خواستند با تفکیک انواع زبان‌های تمثیلی، دلایل استفاده از هر یک از آنها را بیان کنند. نتایج تحقیق روبرتز و کروز نشان داد که استفاده از هر نوع زبان تمثیلی هدف خاص خود را داراست. آنها همچنین به بررسی هم‌پوشانی اهداف استفاده از انواع زبان تمثیلی پرداختند که نتیجه آن تأیید وجود ارتباط میان برخی انواع زبان‌های تمثیلی بود. در مورد بررسی تأثیر ویژگی‌های کلامی بر درک استعاره، استین (۱۳) در مورد درک استعاره، روی ۱۸ دانش‌آموز هلندی تحقیقی تجربی کرده است. او در این تحقیق از دانش‌آموزان خواست تا زیر قسمت‌هایی از شعری خاص را که فکر می‌کردند استعاری است، خط بکشند. نویسنده ویژگی‌های استعاری را بر اساس فرایند کلامی تقسیم‌بندی کرده و به هشت متغیر استعاری ساختاری دست یافت و در انتها به این نتیجه رسید که در آن شعر پنج متغیر مؤثر وجود داشته که باعث درک استعاره شده است. این متغیرها عبارت بودند از: پیچیدگی استعاره، سطح^۷ استعاره، جایگاه آن در کلام،

1. Nonliteral
2. Figurative Language
3. Grice
4. Literal
5. Speech act Theory
6. Convergent validity
7. Level

در زبان‌شناسی شناختی روشن کرده‌اند. سالاری فر و دیگران (۱۷) به بررسی رابطه فراشناخت و استعاره با خود نظم‌بخشی پرداخته و به این نتیجه رسیدند که بین فراشناخت و استعاره زندگی با خود نظم‌بخشی رابطه مثبت وجود دارد و آموزش مؤلفه‌های فراشناختی می‌تواند در کیفیت استعاره‌ها و خود نظم‌بخشی دانش‌آموزان تأثیر بگذارد. زاهدی و دیگران (۱۸) فراگیری استعاره‌های شناختی در دوزبانه‌های انگلیسی-فارسی را بررسی و به این نتیجه رسیدند که دو زبانه‌های مورد بررسی آنها در سطوح بالای فراگیری استعاره مانند تحلیل و ترکیب کردن، دشواری زیادی داشته و در همه سنین مورد نظر، اکتساب سطح دانش و درک را نشان داده‌اند. راسخ مهند و دیگران (۱۹) در مقاله‌ای به طبقه‌بندی معنایی اصطلاحات فارسی از دیدگاه زبان‌شناسی شناختی پرداخته و به این نتیجه رسیدند که عواملی مانند بخش‌پذیری معنایی، استعاره، مجاز و دانش متعارف در تعیین معنای اصطلاحات دخیل‌اند. بر همین اساس، آنها از نظر معنایی عبارات ترکیبی اصطلاحی را به همراه اصطلاحاتی که حاوی استعاره، مجاز و یا دانش متعارف‌اند به عنوان اصطلاحات شفاف و عبارات اصطلاحی را به عنوان اصطلاحات تیره تقسیم کرده و به این نتیجه رسیدند که تعداد اصطلاحات شفاف بسیار بیشتر از اصطلاحات تیره است. افراشی و دیگران (۲۰) در مقاله‌ای به بررسی تطبیقی استعاره‌های مفهومی جهت‌ی در زبان‌های اسپانیایی و فارسی پرداخته و چنین نتیجه‌گیری کردند که شباهت‌های دو زبان از نظر استعاره‌های مفهومی مبتنی بر درک انسان از مقوله "جهت" به مراتب بیشتر از تفاوت‌هاست.

معنای تحت‌اللفظی و تمثیلی

معنای تحت‌اللفظی، معنای زبانی است؛ یعنی معنایی غیرتمثیلی، کدگذاری شده، بسیار ترکیبی (۲۱)، بی‌توجه به بافت، شفاف و وابسته به شرایط صدق^۶ (۲۲). در مقابل، معنای غیرتحت‌اللفظی معنایی است فرازبانی، تمثیلی، غیرمستقیم، استنتاج‌شده،

بخش‌های خاصی از متن و کل متن. جونز و دیگران (۱۴) نیز بر اساس مدل درون‌دسته‌ای استعاری^۱ تحقیقی کردند تا میزان قضاوت فرد را در مورد چقدر مفهوم عنوان^۲ عضوی از مقوله یک وسیله^۳ است را مطالعه کنند. در این تحقیق، آنها با سه آزمایش به این نتیجه رسیدند که درک استعاره فرایندی است که در آن دسته‌بندی اسنادی^۴ صورت می‌گیرد. در تحقیقی دیگر، هریس و دیگران (۲) دلایلی را بررسی کردند که شنونده فکر می‌کند سخن‌گو به این دلایل از زبان تمثیلی استفاده کرده است. آنها با انجام دادن سه آزمایش به این نتیجه رسیدند که اولاً هدف استفاده از استعاره متفاوت از تشبیه است. ثانیاً، تمایل به استفاده از تشبیه بیشتر از استعاره است.

در ایران نیز محققان زیادی در زمینه زبان‌شناسی شناختی تحقیق کرده‌اند ولی به نظر می‌رسد مستقیماً^۵ به موضوع اهداف استفاده از زبان تمثیلی نپرداخته‌اند. در تنها تحقیق یافت شده در این زمینه، هاشمیان و ایروانی (۱۵) فقط دو جنبه استعاره و تشبیه در زبان فارسی را بررسی کردند تا مشخص کنند اهداف کلامی گوینده در تولید زبان تمثیلی و درک شنوندگان پس از شنیدن یک متن تمثیلی چیست. هدف آنها این بود که دریابند زبان‌آموزان فارسی که قصد آموختن زبان انگلیسی را دارند تصور می‌کنند اهداف استفاده از زبان تمثیلی چیست. آنها به طور خاص روی استعاره و تشبیه کار کرده و از دو فهرست ۱۶ جمله‌ای که نیمی از آنها استعاره و نیمی دیگر تشبیه بود استفاده کردند. در پاسخ‌نامه‌ها، ۱۲ هدف کلامی زیر در نظر گرفته شد که پاسخ‌گویان می‌بایست از میان آنها انتخاب کنند: ۱- مقایسه شباهت‌ها؛ ۲- افزودن تأکید؛ ۳- نشان دادن احساس منفی؛ ۴- تحریک افکار؛ ۵- افزودن علاقه؛ ۶- جلب توجه؛ ۷- شفاف‌سازی؛ ۸- شوخی کردن؛ ۹- مطابق عرف بودن؛ ۱۰- فصیح بودن؛ ۱۱- نشان دادن احساس مثبت؛ ۱۲- برجسته کردن تفاوت‌ها و در پایان به این نتیجه رسیدند که از نظر تشخیص هدف استفاده از زبان تمثیلی در زبان انگلیسی، بین ایرانیانی که زبان انگلیسی می‌آموزند و افرادی که زبان اولشان انگلیسی است تفاوت وجود دارد و استادان زبان باید بیشتر بر اهداف استفاده از تشبیه و استعاره تأکید کنند.

تحقیق در زمینه زبان‌شناسی شناختی و زبان تمثیلی در ایران فراوان است. از جمله گلفام و دیگران (۱۶) استعاره را از منظر شناختی بررسی و نقش استعاره را

1. Metaphorical class-inclusion model
2. Topic
3. Vehicle
4. Attributive
5. Be conventional
6. Truth conditiona

غیر ترکیبی، وابسته به بافت و قابل حذف. تمثیل‌ها را می‌توان به اشکال مختلف دسته‌بندی کرد. در ادبیات روان‌شناختی^۱، هشت نوع زبان غیرلفظی شناسایی شده است (۶) که در ادامه به اختصار معرفی می‌شود.

کنایه^۲

"آیرونی" نوعی شیوهٔ بیانی است که معادل دقیق کنایه در زبان فارسی نیست و تقریباً "معادل اصطلاحات ادبی رایجی همچون تجاهل‌العارف طنزآمیز، مجاز به علاقهٔ تضاد، مدح شبیه ذم، ذم شبیه مدح، کنایهٔ طنزآمیز، طعنه، استهزا و ایهام است. به بیان دیگر، از قرن ۱۸ به بعد در ادبیات اروپا، نوعی دوگانگی بیانی خلاف انتظار یا نوعی استنباط خلاف مقصود گوینده با عنوان آیرونی شایع شد، اما ریشهٔ لغوی آن به زمان سقراط و یونان باستان و شیوه‌های بیانی آن حتا به پیش‌تر از آن برمی‌گردد (۲۳). آیرونی در دانش‌نامهٔ ادب فارسی چنین تعریف شده است: "در اصطلاح، شگردی است که نویسنده با توجه به بافت متن، به کلام یا واقعه‌ای ظاهراً صریح، معنایی بسیار متفاوت می‌بخشد که در آن دریافتی کاملاً مطایبه‌آمیز از ناهم‌خوانی وجود دارد." به عبارت دیگر، بیانی ادبی است که در لحن آن نوعی دوگانگی وجود دارد؛ چنان که آنچه گفته یا دیده شده، از جنبه‌ای دیگر نامعقول یا نامفهوم و یا متضاد و خلاف انتظار است (۲۳). بررسی‌ها نشان می‌دهند که عنصر مشترک تعاریف مختلف در آثار متعدد از آیرونی عبارت است از بیان یک معنا و ارادهٔ معنایی دیگر.

در کتاب‌های گوناگون انواعی از آیرونی آمده است از جمله: بلاغی، کلامی، نمایشی، ساختاری، موقعیت، رماتیک، تقدیر، سقراطی، رادیکال و آیرونی سوگ‌ناک یا تراژیک. در آیرونی کلامی^۳ معنای مورد نظر گوینده با معنای ملفوظ کاملاً متفاوت است. مثلاً^۴ به شخصی که خودمحور است گفته می‌شود مسیحی دین‌دار (۲۴). آیرونی کلامی یا واژگانی، مهم‌ترین نوع آن است و در سطح واژگان اتفاق می‌افتد. این نوع آیرونی در ادبیات عامه و زبان محاوره، کاربرد فراوانی دارد. در نوع واژگانی آن نویسنده نقش مهمی دارد و به نحوی برای شنونده یا خواننده معلوم می‌کند که منظورش کاملاً با آن چیزی که در ظاهر کلام می‌گوید متفاوت است.

در ادبیات فارسی، نزدیک‌ترین اصطلاح به آیرونی "کنایه" است. این دو از این نظر که ظاهر

کلامشان با معنایشان تضاد دارد شبیه‌اند. برخی صنایع ادبی در فارسی را می‌توان با این نوع آیرونی هم‌زمینه و نزدیک دانست؛ از جمله استعارهٔ مرکب، استعارهٔ تهکمیه، مجاز به علاقهٔ تضاد و تعریض. برخی دیگر نیز اصولاً "مدخل جدایی برای آیرونی باز نکرده و آن را با طنز یا هزل یکی دانسته‌اند. آنچه در این تحقیق به عنوان کنایه از آن یاد می‌شود، به آیرونی کلامی معروف است.

استعاره

از آنجا که از استعاره به عنوان عالی‌ترین نوع تشبیه یاد می‌شود، بررسی و درک چگونگی شکل‌گیری آن در جمله، مستلزم آشنایی با صنعت تشبیه است. آنچه تحت عنوان تشبیه در فن بیان مطرح شده، در قالب جمله‌ای به نام جملهٔ تشبیهی که از چهار جزء سازندهٔ زیر تشکیل شده است ظاهر می‌شود: مشبه، ادات تشبیه، مشبه‌به و وجه شبه. نمودار این چهار جزء را در جمله‌ای نظیر جملهٔ اول می‌توان مشاهده کرد: "رضا مثل نی‌قلیون لاغر است." این جمله از نوع تشبیه مفصل است، زیرا هر چهار جزء یک جملهٔ تشبیهی کامل را دارد. در این جمله، "رضا" مشبه است و به نی‌قلیون تشبیه شده؛ "مثل" ادات تشبیه است که شباهت میان دو چیز را نشان می‌دهد؛ "نی‌قلیون" مشبه‌به است که لاغری رضا را به آن تشبیه کرده و در نهایت، "لاغر" وجه‌شبه است، یعنی آنچه تحت عنوان شباهت میان "مشبه" و "مشبه‌به" معرفی می‌شود. حذف هریک از این اجزا از جملهٔ تشبیهی، انواع دیگری از جملهٔ تشبیهی را به دست می‌دهد که در نمونه‌های دوم و سوم قابل ملاحظه است: "رضا مثل نی‌قلیون است." "رضا نی‌قلیون است." جملهٔ دوم نمونه‌ای از تشبیه مجمل است که با حذف وجه‌شبه از جملهٔ تشبیهی کامل به دست می‌آید. در جملهٔ سوم شاهد شکل‌گیری تشبیه بلیغ هستیم که با حذف ادات تشبیه، از تشبیه مجمل ساخته می‌شود. در جملهٔ چهارم "تو شماره تلفن نی‌قلیون رو داری؟" (۲۵)، تمامی اجزای یک جملهٔ تشبیهی جز مشبه‌به حذف شده است و در چنین شرایطی با استعاره سر و کار داریم. به

1. Psychological literature
2. Irony
3. Verbal irony

"بیرون سرده" که از نظر ساختاری، جمله‌ای است خبری که هم می‌تواند بیانگر خبر باشد و هم امر. حتا چند ساخت می‌تواند بیانگر یک نقش باشد: برای مثال، ساختارهای خبری، سؤالی و امری می‌توانند به وسیله نقش امری بیان شوند. انتخاب نوع ساختار به منظور نقش خاص، می‌تواند متأثر از مؤدب بودن باشد: برای مثال، استفاده از جمله خبری "بیرون سرده" بیشتر از جمله "در را ببند" نشانه مؤدب بودن سخنگوست (۲۷: ۵۵-۵۴). بنابراین درخواست غیرمستقیم که از نمونه‌های زبان تمثیلی است، یکی از عواملی است که سخن گو برای حفظ وجهه و نشان دادن ادب از آن استفاده می‌کند.

اغراق^۵: یعنی گزافه‌گویی (۱۲). مثلاً: "اگه نمره نگیرم دنیا رو به هم می‌زنم."

کتمان حقیقت^۶: یعنی چیزی را کم اهمیت‌تر از آنکه واقعاً هست جلوه دادن. مثلاً: "وقتی کسی کاری را بسیار بد انجام داده است، دیگری بگوید او کمی دستپاچه شده (۱۲)."

پرسش تصنعی^۷: پرسشی که نیاز به پاسخ ندارد. مثلاً: "چندبار بهت بگم این کارو نکن؟ (۱۲)"

تشبیه^۸: تشبیه به معنای مقایسه واضح است؛ مقایسه‌ای که در آن از ادات مقایسه استفاده می‌شود. مثلاً: "او مثل کوه محکم است (۱۲)."

روش

شرکت‌کنندگان این تحقیق شامل ۱۳۰ دانشجوی مقطع کاردانی دانشگاه غیرانتفاعی بینالود (۶۵ دختر و ۶۵ پسر) بود. هرکدام از آزمودنی‌ها در مواجهه با یکی از هشت نوع زبان تمثیلی (اغراق، اصطلاح، درخواست غیرمستقیم، طعنه، کتمان حقیقت، استعاره، پرسش تصنعی و تشبیه) قرار گرفتند. بدین ترتیب، برای هرکدام از معیارها ۱۶ تا ۱۷ نفر آزمایش شدند.

به هر شرکت‌کننده فرم‌هایی به زبان فارسی داده شد که در آن دستورالعمل، تعریف و سه مثال از نمونه زبان تمثیلی مربوط به آن شرکت‌کننده آمده بود. از

عبارت دیگر، در استعاره، تنها جزء به کار گرفته شده، مشبه به است. بنابراین، استعاره عالی‌ترین نوع تشبیه به حساب می‌آید چون از بین ارکان تشبیه، فقط مشبه به را دارد. در این شرایط از روی محور جانشینی، نشانه‌ای بر حسب تشابه معنایی به جای نشانه دیگری انتخاب می‌شود و روی محور هم‌نشینی قرار می‌گیرد. بنابراین، استعاره فشرده‌ترین نوع تشبیه است (۲۶: ۱۳۳).

عبارات اصطلاحی^۱

اصطلاحات به دو گروه تقسیم می‌شوند (۱۹): ترکیبی اصطلاحی و اصطلاحی. در عبارات ترکیبی اصطلاحی، معنای کل اصطلاح را می‌توان از معنای اجزای آن حدس زد. به دیگر سخن، معنای کل اصطلاح در بین اجزای تشکیل‌دهنده عبارت توزیع شده است. دسته دوم مانند گروه اول نیستند. در این دسته، معنای عبارات اصطلاحی در بین تک‌تک اجزای آنان توزیع نشده است، یعنی نمی‌توان معنای اصطلاحی را با توجه به معنای تک‌تک اجزای تشکیل‌دهنده اصطلاح حدس زد. در قدیم، یکی از معیارها برای اینکه عبارتی اصطلاحی در نظر گرفته شود، ذات غیرترکیبی آن بود. بر اساس دیدگاه سنتی، اصطلاحات از دو یا چند واژه تشکیل شده‌اند که معنای کل اصطلاح، از طریق معنای اجزای تشکیل‌دهنده قابل پیش‌بینی نیست. اشتراکات زبان‌شناسی شناختی درباره اصطلاحات با نظریه‌های سنتی این است که معنای عبارات اصطلاحی کاملاً قابل پیش‌بینی نیستند اما از منظر زبان‌شناسی شناختی، میزان زیادی از معانی اصطلاحات انگیزنده^۲ است؛ بنابراین، منظور محققان در این تحقیق، اصطلاحات ترکیبی است.

درخواست غیرمستقیم^۳

در نظریه اعمال گفتاری^۴ اعتقاد این است که مردم فقط سخن نمی‌گویند بلکه با آن سخنان گاهی کار انجام می‌دهند (۲۷: ۴۸). از نظر ساختاری، سه نوع ساخت خبری، سؤالی و امری وجود دارد و از نظر نقشی، سه نقش خبری، سؤالی و امری بارزتر است. اعمال گفتاری از نظر ساختاری یا مستقیم‌اند یا غیرمستقیم. وقتی بین ساختار و نقش رابطه مستقیم برقرار باشد، اعمال گفتاری مستقیم است و اگر این رابطه مستقیم نباشد، شاهد اعمال گفتاری غیرمستقیم خواهیم بود. برای مثال، یک ساختار می‌تواند بیانگر چند نقش باشد:

1. Idiom
2. Motivated
3. Indirect request
4. Speech acts
5. Hyperbole
6. Understatement
7. Rhetorical question
8. Simile

دسته‌ای به نام "دیگر" قرار داده شدند. این ۱۹ هدف عبارت بودند از: ۱- مطابق عرف صحبت کردن؛ ۲- خلاف عرف صحبت نکردن (سنت‌شکنی نکردن)؛ ۳- سخنورتر به نظر آمدن؛ ۴- شوخی کردن (شوخی طبع به نظر آمدن)؛ ۵- وجهه خود را خراب نکردن؛ ۶- مقایسه شباهت‌ها/برقراری ارتباط صمیمی؛ ۷- برجسته کردن تفاوت‌ها؛ ۸- تأکید؛ ۹- کاهش تأکید؛ ۱۰- ایجاد علاقه کردن؛ ۱۱- تحریک افکار/تأیید گرفتن؛ ۱۲- متمایز کردن گروه‌ها/صمیمی نبودن؛ ۱۳- شفاف‌سازی/منظور را بهتر رساندن؛ ۱۴- مؤدب بودن؛ ۱۵- جلب توجه؛ ۱۶- نشان دادن احساسات خوب/ناراحت نشدن طرف مقابل و احترام به او؛ ۱۷- نشان دادن احساسات بد؛ ۱۸- هدایت عمل طرف مقابل/تأثیر گذار بودن؛ ۱۹- هدایت کلام (مدیریت کلام) و ۲۰- سایر موارد. خلاصه داده‌ها در جدول ۱ آمده است.

بررسی داده‌ها نشان داد که دو دسته از اهداف مطرح

شرکت‌کنندگان خواسته شد تعریف و مثال‌های نمونه مورد نظر زبان تمثیلی را بخوانند و ۱- سه مثال به مثال‌ها اضافه کنند؛ ۲- دلایل استفاده از نمونه مورد نظر زبان تمثیلی به جای کاربرد زبان تحت‌اللفظی همتای آن را به ترتیب اولویت بیان کنند. دلیل درخواست ذکر مثال از شرکت‌کنندگان کسب اطمینان از دستیابی آنها به دانش کافی در باره نمونه مورد نظر بود.

یافته‌ها

در این آزمایش ۱۳۰ نفر شرکت کردند ولی ۱۸ نفر به درک درستی از نمونه مورد نظر دست نیافتند، بنابراین پاسخ‌نامه آنها حذف و پاسخ‌نامه ۱۱۲ نفر باقی‌مانده بررسی شد. بر اساس الگوی روبرتز و کروز، ۱۹ هدف کلی طراحی و پاسخ شرکت‌کنندگان، بنا به نزدیکی به هریک از این ۱۹ دسته، در گروه خاص خود قرار گرفت و آنهایی که به هیچ دسته‌ای شباهت نداشتند، در

جدول ۱- داده‌ها

ردیف	هدف	درخواست غیرمستقیم	کتمان حقیقت	عبارت اصطلاحی	تشبیه	پرسش مصنوعی	اغراق	طعنه	استعاره
۱	مطابق عرف صحبت کردن			۴		۳	۱	۱	۱
۲	خلاف عرف صحبت نکردن (سنت‌شکنی نکردن)					۱	۱		
۳	سخنورتر به نظر آمدن	۱		۱	۸		۱		۷
۴	شوخی کردن (شوخی طبع به نظر آمدن)			۲				۵	
۵	وجهه خود را خراب نکردن	۱	۸			۲	۱		
۶	مقایسه شباهت‌ها/ایجاد ارتباط صمیمی	۶		۱	۱				
۷	تأکید		۱	۳	۳		۷		۳
۸	کاهش تأکید		۱						
۹	ایجاد علاقه کردن				۱				
۱۰	تحریک افکار/تأیید گرفتن		۱			۱			
۱۱	متمایز کردن گروه‌ها/صمیمی نبودن	۲						۲	
۱۲	شفاف سازی/ منظور را بهتر رساندن			۷	۸	۳	۵	۱	۹
۱۳	مؤدب بودن								۱
۱۴	جلب توجه						۷	۱	
۱۵	نشان دادن احساسات خوب/ناراحت نشدن طرف مقابل و احترام به او	۷	۴	۱	۱	۲	۲		
۱۶	نشان دادن احساسات بد	۱	۱			۲		۸	
۱۷	هدایت عمل طرف مقابل/تأثیر گذار بودن	۳	۵	۱	۲	۲	۱	۳	۳
۱۸	سایر موارد	۰	۶			۱		۴	
۱۹	خجالت کشیدن	۲	۱						
۲۰	نشان دادن سطح شعور	۲				۱			
۲۱	آسان‌تر بودن		۱		۱	۲	۱		
۲۲	صرفه‌جویی در وقت و کوتاه کردن کلام		۱	۲	۲	۱	۱		۳

آمده است.

بر اساس جدول ۲، فرض برابری میانگین در میان ۲۲ هدف رد می‌شود، یعنی بین اهداف مختلف تفاوت معناداری وجود دارد و اهداف ۱۵ (نشان دادن احساسات خوب/ناراحت نشدن طرف مقابل و احترام به او)؛ ۱۳؛ (مؤدب بودن) و ۲۰ (نشان دادن سطح شعور) بیشتر مورد توجه بوده است. برای انتخاب هدفی که بیشترین کاربرد را در "کتمان حقیقت" دارد، ابتدا در بین ۲۲ هدف آزمون برابری میانگین با استفاده از آزمون ککران اجرا شد که خروجی آن در جدول ۳ آمده است.

با توجه به جدول ۳، فرض برابری میانگین در میان ۲۲ هدف رد می‌شود، یعنی بین اهداف مختلف تفاوت معناداری وجود دارد و اهداف ۵ (وجهه خود را خراب نکردن) و ۱۷ (هدایت عمل طرف مقابل/تأثیر گذار بودن) و ۱۸ (سایر موارد) بیشتر مورد توجه بوده است. برای انتخاب هدفی که بیشترین کاربرد را در "عبارت اصطلاحی" دارد، ابتدا در بین ۲۲ هدف آزمون برابری میانگین با استفاده از آزمون ککران اجرا شد که خروجی آن در جدول ۴ آمده است.

با توجه به جدول ۴، فرض برابری میانگین در میان ۲۲ هدف رد می‌شود، یعنی بین اهداف مختلف تفاوت معناداری وجود دارد و اهداف ۱ (مطابق عرف صحبت کردن) و ۱۲ (شفاف سازی/بهبتر منظور را رساندن) بیشتر مورد توجه بوده است.

برای انتخاب هدفی که بیشترین کاربرد را در "تشبیه" دارد، ابتدا در بین ۲۲ هدف، آزمون برابری میانگین با استفاده از آزمون ککران اجرا شد که خروجی آن در جدول ۵ آمده است.

با توجه به جدول ۵، فرض برابری میانگین در زبان چهارم در میان ۲۲ هدف رد می‌شود، یعنی بین اهداف مختلف در زبان چهارم تفاوت معناداری وجود دارد و اهداف ۳ (سخنورتر به نظر آمدن) و ۷ (تأکید) و ۱۲ (شفاف سازی/منظور را بهتر رساندن) بیشتر مورد توجه بوده است.

برای انتخاب هدفی که بیشترین کاربرد را در "پرسش تصنعی" دارد، ابتدا در بین ۲۲ هدف، آزمون برابری میانگین با استفاده از آزمون ککران اجرا شد که خروجی آن در جدول ۶ آمده است.

با توجه به مقدار احتمال جدول ۶ (۰/۰۴۴)، فرض برابری میانگین در میان ۲۲ هدف در سطح ۰/۰۵ رد

شده در الگوی روبرتز و کروز (برجسته کردن تفاوت‌ها و هدایت کلام یا مدیریت کلام) جزو اهداف آزمودنی‌ها نبودند و لذا از فهرست حذف شدند و به جای آن، چهار دسته هدف جدید (خجالت کشیدن و نشان دادن سطح شعور و آسان‌تر بودن و صرفه‌جویی در وقت و کوتاه کردن کلام) که آزمودنی‌ها بیان کرده بودند به فهرست این الگوها اضافه شدند. برای اطمینان از اینکه هر پاسخ در دسته مناسب قرار داده شده است، سه نفر به طور جداگانه پاسخ‌ها را در دسته‌ها قرار دادند و سپس نتایج با هم مقایسه و دسته‌بندی‌های انتخاب شد که دست کم دو نفر بر آن اتفاق نظر داشتند. نتایج به دست آمده در بخش بعد به تفصیل بیان می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

داده‌ها با دقت تجزیه و تحلیل شد. برای انتخاب هدفی که بیشترین کاربرد را در "درخواست غیرمستقیم" دارد، ابتدا در بین ۲۲ هدف، آزمون برابری میانگین با استفاده از آزمون ککران اجرا شد که خروجی آن در جدول ۲

جدول ۲- اطلاعات آماری درخواست غیرمستقیم

حجم نمونه	۱۳
آماره آزمون	۷۰/۰۱۵
درجه آزادی	۲۱
مقدار احتمال	۰/۰۰

جدول ۳- اطلاعات آماری کتمان حقیقت

حجم نمونه	۱۴
آماره آزمون	۷۹/۵۵۵
درجه آزادی	۲۱
مقدار احتمال	۰/۰۰

جدول ۴- عبارت اصطلاحی

حجم نمونه	۱۴
آماره آزمون	۶۶/۲۶۱
درجه آزادی	۲۱
مقدار احتمال	۰/۰۰

جدول ۵- اطلاعات آماری تشبیه

حجم نمونه	۱۳
آماره آزمون	۹۳/۱۸۸
درجه آزادی	۲۱
مقدار احتمال	۰/۰۰

وجود دارد و اهداف ۴ (شوخی کردن) (شوخی طبع به نظر رسیدن)) و ۱۶ (نشان دادن احساسات بد) بیشتر مورد توجه بوده است.

برای انتخاب هدفی که بیشترین کاربرد را در "استعاره" دارد، ابتدا در بین ۲۲ هدف، آزمون برابری میانگین با استفاده از آزمون ککران اجرا شد که خروجی آن در جدول ۹ آمده است.

با توجه به مقدار احتمال جدول ۹ (۰/۰۰)، فرض برابری میانگین در میان ۲۲ هدف در سطح ۰/۰۵ رد می‌شود، یعنی بین اهداف مختلف تفاوت معناداری وجود دارد و اهداف ۴ (شوخی کردن) (شوخی طبع به نظر رسیدن)) و ۱۶ (نشان دادن احساسات بد) و ۱۷ (هدایت عمل طرف مقابل/تأثیر گذار بودن) و ۱۸ (سایر موارد) بیشتر مورد توجه بوده است.

از بحث‌های مطرح شده می‌توان چنین نتیجه گرفت که به نظر می‌رسد از درخواست غیرمستقیم برای نشان دادن احساس خوب، مؤدب بودن، نشان دادن سطح شعور استفاده می‌شود. مؤدب بودن جزو اهدافی است که رابرتز و دیگران (۱۲) نیز نتیجه‌گیری کرده بودند. از کتمان حقیقت برای وجهه خود را خراب نکردن، سایر موارد، هدایت عمل طرف مقابل/تأثیر گذار بودن؛ از عبارات اصطلاحی برای شفاف‌سازی/انتقال بهتر منظور، مطابق عرف صحبت کردن و تأکید؛ از تشبیه برای شفاف‌سازی/انتقال بهتر منظور، سخنورتر به نظر رسیدن و تأکید استفاده می‌شود. نتیجه تحقیق رابرتز دیگران (۱۲) نیز "شفاف‌سازی" را جزو اهداف استفاده از تشبیه‌گیری قرار داده بود. از پرسش تصنعی برای تأکید و از اغراق برای تأکید، جلب توجه، شفاف‌سازی/منظور را بهتر رساندن استفاده می‌شود. شفاف‌سازی از اهدافی بود که رابرتز و دیگران (۱۲) نیز به آن اشاره کرده بودند. طعنه برای نشان دادن احساس بد، شوخی کردن/شوخی طبع به نظر رسیدن و سایر موارد به کار می‌رود که شوخی طبع بودن نیز از اهدافی بود که رابرتز و دیگران (۱۲) نیز به آن رسیده بودند. از استعاره برای هدایت عمل طرف مقابل/تأثیر گذار بودن، شوخی کردن/شوخی طبع به نظر رسیدن، نشان دادن احساسات بد استفاده می‌شود. برخلاف نتیجه تحقیق رابرتز و دیگران که شوخی طبع بودن از اهداف تشبیه بود، در این تحقیق شوخی طبع بودن از اهداف استعاره بود.

به طور کلی، نتیجه این تحقیق در مورد اهداف استفاده از تشبیه و استعاره مطابق نتایج تحقیق هاشمیان و

جدول ۶- اطلاعات آماری پرسش تصنعی

حجم نمونه	۱۲
آماره آزمون	۳۳/۲۴۳
درجه آزادی	۲۱
مقدار احتمال	۰/۰۴۴

جدول ۷- اطلاعات آماری اغراق

حجم نمونه	۱۴
آماره آزمون	۹۷/۵۹۳
درجه آزادی	۲۱
مقدار احتمال	۰/۰۰

جدول ۸- اطلاعات آماری طعنه

حجم نمونه	۱۳
آماره آزمون	۷۱/۹۱۱
درجه آزادی	۲۱
مقدار احتمال	۰/۰۰

جدول ۹- اطلاعات آماری استعاره

حجم نمونه	۱۳
آماره آزمون	۶۸/۲۶۰
درجه آزادی	۲۱
مقدار احتمال	۰/۰۰

می‌شود، یعنی بین اهداف مختلف تفاوت معناداری وجود دارد و هدف ۷ (تأکید) بیشتر مورد توجه بوده است.

برای انتخاب هدفی که بیشترین کاربرد را در "اغراق" دارد، ابتدا در بین ۲۲ هدف، آزمون برابری میانگین با استفاده از آزمون ککران اجرا شد که خروجی آن در جدول ۷ آمده است.

با توجه به مقدار احتمال جدول ۷ (۰/۰۰)، فرض برابری میانگین در میان ۲۲ هدف در سطح ۰/۰۵ رد می‌شود، یعنی بین اهداف مختلف تفاوت معناداری وجود دارد و اهداف ۷ (تأکید) و ۱۲ (شفاف‌سازی/منظور را بهتر رساندن) بیشتر مورد توجه بوده است.

برای انتخاب هدفی که بیشترین کاربرد را در "طعنه" دارد، ابتدا در بین ۲۲ هدف آزمون برابری میانگین با استفاده از آزمون ککران اجرا شد که خروجی آن در جدول ۸ آمده است.

با توجه به مقدار احتمال جدول ۸ (۰/۰۰)، فرض برابری میانگین در میان ۲۲ هدف در سطح ۰/۰۵ رد می‌شود، یعنی بین اهداف مختلف تفاوت معناداری

از تشبیه بیشتر برای سخنورتر به نظر آمدن، تأکید، شفاف‌سازی/ منظور را بهتر رساندن استفاده می‌شود. از پرسش تصنعی بیشتر برای تأکید استفاده می‌شود. از اغراق بیشتر برای تأکید، شفاف‌سازی/ منظور را بهتر رساندن استفاده می‌شود. از طعنه بیشتر به منظور شوخی کردن (شوخی طبع به نظر رسیدن)، نشان دادن احساسات بد استفاده می‌شود. از استعاره بیشتر به منظور شوخی کردن (شوخی طبع به نظر رسیدن)، نشان دادن احساسات بد، هدایت عمل طرف مقابل/تأثیر گذار بودن و سایر اهداف استفاده می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه‌گیری کرد در اهداف استفاده از انواع زبان‌های تمثیلی، موارد اشتراک و اختلاف وجود دارد.

دریافت: ۹۲/۳/۲۸ ; پذیرش: ۹۲/۹/۶

دیگران (۱۵) و هریس و دیگران (۲) و خلاف نتایج تحقیق رابرتز و دیگران (۱۲) است. هریس و دیگران (۲) در سه آزمایشی که کردند به این نتیجه رسیدند که هدف استفاده از استعاره متفاوت از تشبیه است. در تحقیق هاشمیان و دیگران (۱۵) نیز هدف استفاده از این دو متفاوت بود، ولی رابرتز و دیگران (۱۲) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که اهداف استفاده از تشبیه و استعاره هم‌پوشانی زیادی با یکدیگر دارند و این به دلیل شباهت ساختاری زیاد آنها است. به‌طور کلی می‌توان نتایج این تحقیق را چنین خلاصه کرد که از درخواست غیرمستقیم بیشتر برای نشان دادن احساسات خوب/ناراحت نشدن طرف مقابل و احترام به او؛ مؤدب بودن، نشان دادن سطح شعور استفاده می‌شود. از کتمان حقیقت بیشتر برای وجهه خود را خراب نکردن، هدایت عمل طرف مقابل/تأثیرگذار بودن و سایر اهداف استفاده می‌شود. از عبارت اصطلاحی بیشتر برای مطابق عرف صحبت کردن، شفاف سازی/بهتر منظور را رساندن استفاده می‌شود.

منابع

- Lakoff G, Johnson M. *Metaphors We Live by*. Chicago, University of Chicago Press; 1980.
- Harris RJ, Friel BM, Mickelson NR. Attribution of Discourse Goals for Using Concrete and Abstract-tenor Metaphors and Similes With or Without Discourse Context. *Journal of Pragmatics* 2006; 38:863-79.
- Pollio HR, Smith MK, Pollio MR. Figurative Language and Cognitive Psychology. *Language and Cognitive Processes* 1990;5:141-67.
- Gerrig R, Gibbs J. Beyond the Lexicon: Creativity in Language Production. *Metaphor and Symbolic Activity* 1988;3:1-19.
- Glucksberg S. Metaphors in conversation: How are they understood? Why are they used?. *Metaphor and Symbolic Activity* 1989;4:125-43.
- Kreuz R, Roberts J. The Empirical Study of Figurative Language in Literature. *Poetics* 1993; 22:151-69.
- Giora R. On the Priority of Salient Meanings: Studies of Literal and Figurative Language. *Journal of Pragmatics* 1999;31:919-29.
- Hoffman R, Kemper R. What could Reaction-time Studies be Telling us about Metaphor Comprehension?. *Metaphor and Symbolic Activity* 1987; 2:149-86.
- Gibbs R. A Critical Examination of the Contribution of Literal Meaning to Understanding Nonliteral Discourse. *Text* 1982; 2:9-27.
- Allen JF, Perrault CR. Analyzing intentions in utterances. In: Grosz BJ, Jones KS, Webber BL, editors. *Readings in Natural Language Processing*. Los Altos.(CA): Morgan Kaufmann; 1986.p. 441-58.
- Glucksberg S, Keysar B. Understanding Metaphorical Comparisons: Beyond Similarity. *Psychological Review* 1990; 97: 3-18.
- Roberts RM, Kreuz RJ. Why do People Use Figurative Language?. *Psychological Science* 1994; 5:159-63.
- Steen G. Can Discourse Properties of Metaphor Affect Metaphor Recognition? *Journal of Pragmatics* 2004;36:1295-13.
- Jones LL, Estes Z. Metaphor comprehension as attributive categorization. *Journal of Memory and Language* 2005; 53:110-24.
- Hashemian M, Irvani M. Perceived Attributions of Discourse Goals for Using Metaphors and Similes by Iranian EFL Undergraduates. *Linguistics online* 2011; 46: 51-61.
- Golfam A, Yusefi RF. Cognitive Linguistics and Metaphor. *Advances in Cognitive Science* 2011;4(3)59-64.[Persian].
- Salarifar MH, Mazaheri MA. The Relationship of Metacognition and Metaphor with Self-regulation. *Advances in Cognitive Science* 2010; 12(1):1-16.[Persian].
- Zahedi K, Bagheri M. Acquisition of

- Cognitive Metaphors by English-Persian Bilinguals. *Advances in Cognitive Science* 2012; 14(3):1-14.[Persian].
19. Rasekh Mahand M, Shamseddini M. Semantic Classification of Persian Idioms: A Cognitive Look. *Adab Pazhuhi* 2012;20:11-32.[Persian].
20. Afrashi A, Hesami T, Salas B. A Comparative Survey of Orientational Conceptual Metaphors in Spanish and Persian. *Language Related Research* 2012; 3(4):1-23.[Persian].
21. Ariel M. The demise of a unique literal meaning. *Journal of Pragmatics* 2002; 34:361-402.
22. Katz JJ. *Propositional Structure and Illocutionary Force*. NewYork, Crowell; 1977.
23. Gholāmosseinzādeh Gh, Lorestāni Z. Irony in Shams' maqālāt. *Mysticism Studies* 2010;9:69-98.[Persian].
24. Aghazinali Z, Aghahosseini H. A Comparison between Kenayah and Irony. *Kavoshnameh* 2008;17:95-127.[Persian].
25. Gandomkar R. A Perceptual Approach to Understanding Metaphor in Persian. *Adab Pazhuhi* 2012; 19:151-67.
26. Safavi K. *from Linguistics to Literature*. Volume 1; Tehran. Sure Mehr Publications; 2011. [Persian].
27. Yule G. *Pragmatics*. England. Oxford University Press; 1996.