

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛ شبکه های توجه گرافی (GAN)

مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



آموزش استفاده از وب آو ساینس

کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آو ساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی

تحلیل زمان و شاخص‌های زمانی در ضرب‌المثل‌ها با رویکرد نشانه-معناشناسی، مورد مطالعه: زبان فارسی

مرضیه اطهاری نیک‌عزم*

استادیار زبان و ادبیات فرانسه، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

پذیرش: ۹۳/۱/۲۳

تاریخ: ۹۲/۱۰/۸

چکیده

ضرب‌المثل‌ها گونه‌ی خاصی از گفته هستند که مانند اصطلاحات عمل می‌کنند و با وجود فراوانی لغات، در آن‌ها یک واحد ثابت و ثابت وجود آمده که حتی مفهوم آن از نظر معناشناسی غیر قابل تغییر و از پیش تعیین شده است.

اما مسئله‌ای که قابل توجه و تأمل به نظر می‌رسد این است که با شنیدن ضرب‌المثل و یا خواندن آن، مخاطب در چه زمانی در گفته‌پردازی قرار می‌گیرد؟ چگونه ضرب‌المثل‌ها قادرند زمان متفاوتی مانند زمان حالتی را خلق کنند؟ با توجه به اینکه عمل گفته‌پردازی پویا است و هر پویایی‌ای باید دارای بعد زمانی باشد، چگونه مخاطب ضرب‌المثل، در این تعامل گفتاری می‌تواند در وضعیت جدیدی قرار بگیرد؟

روشی که ما برای پاسخ به این سؤالات برگزیده‌ایم، روش نشانه-معناشناسی است که فوننتی، برتراند، بوردرن و دیگر نشانه‌شناسان مکتب پاریس، در چند سال اخیر تحت عنوان «نظام زمانیت در گفتمان‌ها» مطرح کرده‌اند. با تکیه بر این روش و همچنین با استفاده از فلسفه پدیدارشناسی، نظام زمانی ضرب‌المثل‌ها را تحلیل خواهیم کرد.

هدف از پژوهش حاضر این است که نشان دهیم چگونه مخاطب ضرب‌المثل می‌تواند در وضعیت انفصال وجودی به وضعیت اتصال حالتی که عامل تجربه آن را ایجاد می‌کند، انتقال یافته و در سطحی از آگاهی و شناخت قرار بگیرد که بتواند «اکنون» را درک کند و همچنین تبیین این مسئله به چگونه زمان دستوری می‌تواند در این نوع گفته‌ها که اغلب «زمان حال» است، دخالت داشته باشد.

واژگان کلیدی: ضرب‌المثل، گفته‌پردازی، زمان، انفصال وجودی، اتصال حالتی.

۱. مقدمه

در فرهنگ لغات تعاریف مختلفی برای زمان داده شده است. به‌عنوان نمونه در فرهنگ گنجینه^۱ زبان فرانسه^۱ می‌خوانیم: «زمان، فضایی است نامعین و منسجم که در آن موجودات و اشیا قرار دارند و با دو ویژگی پیوستگی و توالی مشخص می‌شود» (Imbs & Quemada, 2004: 18). در فرهنگ رویبر نیز این‌چنین آمده است: «فضایی است نامعین که به نظر می‌رسد در آن موجودات با صورت غیر قابل بازگشتی در تغییر و دگرگونی بوده، همچنین حوادث و پدیده‌ها به صورت متوالی در جریان هستند» (Robert, 2007: 625).

وجه مشترکی در این تعاریف ارائه‌داده‌شده از زمان وجود دارد و آن این‌که زمان یک فضا است؛ ظرفی کلی و جهانی برای همه موجودات و تغییرات و تحولاتشان که واحد و منسجم است. در این تعاریف فقط یک زمان کلی وجود دارد. حال اگر بخواهیم برای گفتمان‌ها مفهوم زمان را تعریف کنیم، چگونه باید تعریف کنیم؟ اصطلاح «زمان گفتمان» در شرایط واحد/ یکسان و به شکل ظرفی در فرهنگ لغات آمده است، معنایی پیدا نمی‌کند، جز این‌که بگوییم هر نوع گفتمانی در زمان جریان دارد و نسبت به آن بیابا ناممکن است بتوان معنایی برای زمان پیدا کرد که یک واحد معنایی مشترک^۲ برای شرایط گوناگون، موقعیت‌ها و موارد زمانی متفاوت دربرداشته باشد، مگر همان تعاریف ارائه‌شده در فرهنگ لغات. در حالی‌که عملاً این‌گونه نیست. ما در تجربه‌های روزمره خود از فیدها و اشکال مختلفی برای زمان استفاده می‌کنیم؛ مثلاً در زمان خوشی می‌گوییم: چه زود گذشت یا رفع کسالت و ناراحتی زمان کند می‌گذرد یا مثلاً در دوران کودکی گویی زمان کاملاً پر است؛ ولی در انتظار زمان خالی است. در حالی‌که عقربه ساعت نه زمان تند را نشان می‌دهد، نه کند را؛ نه پر را نه خالی را. این‌ها زمان‌های احساسات ما هستند؛ همان زمان کیفی، زمان درونی‌شده و یا زمان سیر عینی^۳. بنابراین چاره‌ای نیست جز این‌که به‌طور تجربی و شمی بپذیریم که زمان تجربی است که به ذهن و روح و روان ما تحمیل می‌شود و این قدرت براساس اعمال معنادار حالات مختلفی می‌پذیرد. در این صورت نمی‌توانیم یک نگرش یا دیدگاه مشخص و ثابت درباره زمان داشته باشیم؛ زیرا در هر عمل یا گفتمانی، زمان را به‌طور متفاوتی درک و دریافت می‌کنیم. در این مقاله درصدد آن نیستیم تا مسئله ناهمگونی‌های زمان را حل کنیم، بلکه می‌کوشیم

مسئله یا به عبارتی معضل زمان را با روش نشانه-معناشناسی و از خلال ضرب‌المثل‌ها، به‌عنوان گفتمانی پویا، بررسی کنیم.

ژاک فونتنی و گروه نشانه‌شناسان مکتب پاریس اظهار داشته‌اند برای این‌که زمان بُعد نشانه‌ای داشته باشد، باید در یک رابطه معنادار شکل گیرد. این رابطه معنادار به چند صورت به وجود می‌آید: «برای برخی در رابطه معناساز بین صورت/ محتوا، برای برخی دیگر در روند زایشی فرآیندها/ ارزش‌ها» شکل می‌گیرد، برای عده‌ای نمودهای فیزیکی معناساز^۱ دارد (ارتباط میان حضور فیزیکی/ نیروی درونی، مجازی)^۲ و در آخر، برای برخی دارای نمودهای گفته‌پردازانه (کنش اول/ کنشگر ثالث)^۳ است» (Fontanille & Bertrand, 2006: 14- 15).

ما برای تحلیل خود از مورد اول و سوم استفاده کرده‌ایم؛ یعنی به‌صورت جزئی رابطه میان صورت و محتوا و به صورت کلی‌تر، ارتباط میان حضور فیزیکی و نیروی درونی مجازی را نشان می‌دهیم؛ چنانکه اشاره بر نشانه‌شناسان، از نظریات فیلسوفانی مانند پل ریکور و موریس مرلو پونتی پدیدارشناس هم سود جستیم.

مسئله‌ای که قابل توجه و تأمل به نظر می‌رسد این است که با شنیدن ضرب‌المثل و یا خواندن آن، مخاطب در چه زمانی در گفته‌پردازی قرار می‌گیرد؟ چگونه ضرب‌المثل‌ها قادرند زمانی مانند زمان تجربه را خلق کنند؟ با نوبت به این‌که عمل گفته‌پردازی پویا است و هر پویایی‌ای باید دارای بعد زمانی باشد، چگونه موجب ضرب‌المثل، در این تعامل گفتمانی می‌تواند در وضعیت جدیدی، در وضعیت شناخت قرار بگیرد؟

هدف از ارائه این مقاله آن است که نشان دهیم چگونه مخاطب ضرب‌المثل می‌تواند از وضعیت انفصال وجودی (اگزیستانسیالیستی) به وضعیت اتصال حالتی^۴ که عامل تجربه آن را ایجاد می‌کند، انتقال یابد.

جستار حاضر از سه قسمت تشکیل شده است: در قسمت اول پس از پیشینه پژوهش، بحث‌های نظری مربوط به زمان، تحت عنوان روند نشانه‌شناختی زمان مورد مطالعه قرار می‌گیرد؛ در بخش دوم به معرفی پیکره مطالعاتی و تحلیل ضرب‌المثل پرداخته و در پایان، نشانه‌های زمانی در ضرب‌المثل‌ها مورد تحلیل و بررسی قرار خواهند گرفت.

۲. پیشینه پژوهش

آلژیدراس ژولین گرماس (1961) در مقاله «اصطلاحات، ضرب‌المثل‌ها و جملات قصار»^۹ با روش‌های ساختاری و زبان‌شناختی به بررسی ضرب‌المثل‌ها و جملات حکیمانه پرداخته است. او با مطالعه دال‌ها و مدلول‌ها، ساختارهای آنان را با استفاده از محور هم‌نشینی مقایسه کرده است. همچنین چگونگی تولید معناهای ضمنی و هاله معنایی را نشان داده است (مثال‌های او به زبان فرانسه است).

فرانسواز استیو در مقاله ادبیات کشور پرتغال، در مقاله‌ای (1984) تحت عنوان «تحلیل و بررسی منطقی و ساختاری شده در ضرب‌المثل‌ها»^{۱۰} به بررسی آن‌ها پرداخته و کوشش می‌کند با استفاده از مطالعات زبان‌شناسی رابطه میان اسم‌ها و فعل‌های به‌کاررفته را توضیح دهد. همچنین تفاوت میان ضرب‌المثل، جملات قصار و حکیمانه را نشان می‌دهد (مثال‌های او ضرب‌المثل‌های پرتغالی است).

یان کردلیس، استاد دانشگاه آلزاس فرانسه، در مقاله‌ای (1984) با عنوان «کنشگران زبانی در ضرب‌المثل‌ها»^{۱۱} می‌کوشد اثبات کند که تعیین ضرب‌المثل‌ها از نوع تحلیل زبانی به مثابه نظام نشانه‌ای نیست، بلکه تحلیل گفتمان است. در ضرب‌المثل‌ها را به‌عنوان واحدهای معنایی مستقلی در نظر می‌گیرد که مربوط به کل جامعه زبانی است (مثال‌های او از زبان انگلیسی است که معادل آن‌ها به زبان فرانسه نیز آورده شده است).

رودگم، استاد دانشگاه لوون، در مقاله (1984) «گفتار ضرب‌المثل»^{۱۲} با بهره‌گیری از رویکردهای زبان‌شناسان، به‌ویژه رومن یاکوبسن، ساختارهای ضرب‌المثل‌ها را تحلیل کرده و در آن‌ها فرستنده، گیرنده، نقش‌های زبانی و تأثیرات آن را مورد بررسی قرار می‌دهد. این سه مقاله در مجموعه مقالات دانشگاه لیل به کوشش فرانسوا سوارر کلود به زبان فرانسه (1984) به چاپ رسیده‌اند.

ژرژ کلبر، استاد زبان‌شناسی دانشگاه استراسبورگ، در مقاله خود (199۱)^{۱۳} «ضرب‌المثل: معنا و اسم» که در مجله زبان‌شناسی به چاپ رسیده، اثبات می‌کند که ضرب‌المثل‌ها شکل ثابتی دارند و قانونمندند؛ به نوعی نام‌گذاری یک شرایط خاص می‌باشند. معنای آن‌ها پیچیده بوده و باید آن‌ها را مانند واژگان زبان به صورت واحدهای معنایی

مستقل در نظر گرفت.

ایو- ماری ویستی و پیر کاردیو (2006) در کتاب *درون‌مایه و ضرب‌المثل‌ها؛ رساله‌ای معنی‌شناسانه در باب ضرب‌المثل‌ها*^{۱۴} با روشی زبان‌شناسانه و نشانه‌شناسانه به تحلیل ضرب‌المثل‌های زبان فرانسه پرداخته و اثبات کرده‌اند که این جملات کاملاً ریشه در مردم‌شناسی دارد و به نوعی اسطوره‌ای است.

در ایران محمد حسین‌زاده و عبدالرضا بصیری (۱۳۸۸)^{۱۵} در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی جنسیت در ضرب‌المثل‌های زبان فارسی با توجه با آیات و احادیث» به ضرب‌المثل‌ها نگاه نسیتی داشته و اثبات می‌کنند ضرب‌المثل‌ها که ریشه در فرهنگ عامه دارند، گاه داورهای ناعادلانه و غیر قابل پذیرشی نسبت به زنان دارند. ایشان براساس مفاهیم دینی، ضرب‌المثل‌ها را به چهار دسته اوهام، ظاهربینی، بیان ناقص و ضعف ادراک تقسیم‌بندی می‌کنند. روش بنیادین مقاله، تحلیلی-توصیفی است.

حسن ذوالفقاری (۱۳۸۹)^{۱۶} در مقاله خود با عنوان «بررسی ضرب‌المثل‌های فارسی در دو سطح واژگانی و نحوی» پس از تعریف ضرب‌المثل می‌کوشد آن‌ها را در دو سطح یادشده بررسی نماید. در سطح واژگانی مواردی از قبیل میزان کاربرد واژگان بیگانه، واژگان ممنوع، تغییر و جابه‌جایی واژگان و فواید برخی واژگان را مورد تحلیل قرار می‌دهد. در سطح نحوی نیز جمله‌های مثلی، اجزای جمله‌های مثلی و ترتیب و تکرار آن‌ها را از نظر فعل، ساختمان و وجه بررسی می‌کند. روش وی توصیفی-تحلیلی و به صورت نمونه‌گیری *بالعنه* موردی است.

کیوان زاهدی و آسیه ایمانی (۱۳۹۰)^{۱۷} در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش ضرب‌المثل‌های انگلیسی: رویکرد تحلیل انتقادی گفتمان» به بررسی ۴۲ مورد از ضرب‌المثل‌های زبان انگلیسی پرداخته و با رویکرد فرکلاف ضرب‌المثل‌ها را به سه ساختار بیان، مشابه-متفاوت و متفاوت تقسیم‌بندی کرده و نشان داده‌اند که مناسبات قدرت بین زنان و مردان متفاوت است و نظام گفتمانی حاکم بر این فرهنگ کلان ساختار، مرد سالاری است که در زبان بازتاب یافته است.

۳. رویکرد نظری: روند نشانه‌شناختی زمان

سنت آگوستین^{۱۸} نشانه‌های زمانی را به چهار دسته تقسیم کرده که هر دسته به سه صورت نمایان می‌شود:

۱. سه نوع تحول روحی: پیش‌بینی و آینده‌نگری، بازگشت به گذشته و خاطره، هم‌زمانی و حالیت؛
۲. سه شیوه اساسی - شناختی: انتظار، خاطره، توجه؛
۳. سه نوع تصویر زمانی توسط «مسائلی که می‌گذرند» و یا «مسائلی که روح و روان را تحت تأثیر قرار می‌دهند». وجود می‌آید، و در واقع، این‌ها «تصاویری را خلق می‌کنند که ایستا و ثابتند» و از اینجا سه نوع تصویر مربوط به روان و ذهن ما پدیدار می‌شود که هر یک نشانه هستند: پیش‌گویی یا پیش‌بینی و یا «تصاویر پیش از موعد» که انتظار را به وجود می‌آورند؛ رد و اثر یا «تصاویر می‌مانند» برای روایت که به خاطره فعلیت می‌بخشند و در نهایت، دریافت و ادراک یا «تصاویر حاضر» که توجه را تحقق می‌بخشند؛
۴. سه نوع بیان: پیش‌گویی برای انتظار، رد و اثر برای خاطره و نگرش و بینش برای وضع اکنون و موجود^{۱۹}.

ژاک فونتنی و گروه نشانه‌شناسان مکتب پاریس نیز دلالت ذکرشده در بالا را بررسی کرده و براساس نظریات فلاسفه پیش از سقراط، سنت آگوستین، هایدگر و غیره معتقدند که زمان به ما امکان می‌دهد دلواپس «شدن و اتفاق» چیزهای موجود در این دنیا باشیم و با تغییر و تحولات آن‌ها مواجه شویم. در وجود، «هستی مطلق»^{۲۱} نیز هم‌زمان و تغییر و تحولی نیست، حال آنکه در بودن^{۲۲}، در تغییر زندگی می‌کنیم و برای مواجهه با آن زمان را ابداع می‌کنیم، در واقع، زمان اولین ماده یا اولین نشانه‌ای است که وجود هستی را با آن تشخیص می‌دهیم^{۲۳} و از نظر هستی‌شناسی دو نوع زمان را مطرح کرده‌اند: زمان تجربی^{۲۴} و زمان وجودی^{۲۵}. زمان وجودی، زمان مکان فیزیکی است؛ زمانی است که دنیا را پویا و فعال می‌سازد و تغییرات مادی‌ای پدید می‌آورد که غیر قابل بازگشت است. به عبارت دیگر می‌توانیم بگوییم زمان، از بین‌برنده و زایل‌کننده است و در نشانه‌شناسی از آن با عنوان انفصال از عالم هستی^{۲۶} یاد می‌شود؛ در حالی‌که زمان تجربی، زمانی روان‌شناسانه است و با

با درک و دریافت هر جسمی که دارای زمان فیزیکی می‌باشد، پیوسته است و تجربه‌ای را در آن جسم و در ادراکش به وجود می‌آورد. بنابراین زمان تجربی، زمان درک و دریافت ملموس و محسوس بوده و حضور بلافصل و بی‌واسطه با دنیا می‌باشد که اتصال با عالم هستی^{۲۷} است. این زمان حضور در جهان، زمان شوش است؛ ولی این دو زمان از هم جدا نیستند. یعنی امکان ندارد شرایطی وجود داشته باشد که در آن زمان یا کاملاً وجودی (ایستادن نیستیم) باشد یا کاملاً شوشی و تجربی.

پس این ترتیب متوجه می‌شویم که بنا بر نظر نشانه‌شناسان، زمان دارای دو وجه است: یک وجه محسوس بودن در زمان اکنون است که به وسیله این زمان در یک روند روایی یا صوری شرکت می‌جوئیم؛ یک وجه زمان تجربه یا زمان شوشی است بین بودن اکنون و درک عالم هستی و این دو همواره در تنش هستند.

ولی نکته مهم اینجا است که چگونه گفته‌پرداز یا گفته‌یاب می‌تواند بین مسئله زمانیت بودن (وجود داشتن) و تجربه محسوس می‌که رخ داده و او در آن واقع شده، ارتباط برقرار کند؟ برای پاسخ به این سؤال، ما از نظریات با ریکور استفاده کرده‌ایم (Vide. Ricoeur, 1985: 189). او قائل به «ابزارهای فکری»^{۲۸} است که می‌توانند زمان را دوباره ترسیم کنند و به تصویر بکشند و نقش پل ارتباطی و واسطه میان زمان تجربه و زمان هستی «بودن» را ایفا می‌کنند. ریکور به جای آن‌که راه حلی برای ناآخونی‌های زمان ارائه دهد، می‌کوشد به تجزیه زمان بپردازد. بنا بر نظریه او، بین زمان وجودی و حسی از یک طرف و زمان ذهنی و تجربی از طرف دیگر، زمانی خلق می‌شود که از هر دوی آن‌ها برآید. ریکور، یعنی «زمان سوم»^{۲۹} گفتگمانی یا روایی که «لحظه‌ای محوری» به وجود می‌آورد که به دلیل این لحظه، تمام جنبه‌های وجودی عالم هستی و جنبه‌های روان‌شناسانه معنای جدیدی پیدا می‌کنند» (Ibid: 196). برای به تصویر کشیدن مفهوم «لحظه محوری»^{۲۹}، ریکور از «زمان گاه‌شمار» استفاده کرده و می‌گوید:

از یک‌سو، حوادث جایگاهی در زمان به دست می‌آورند که از آن لحظه محوری جدا شده و با سال، ماه و روز اندازه‌گیری می‌شوند... از طرف دیگر، حوادث زندگی خود ما وضعیتی نسبت به حوادث تاریخ‌دار و مدت‌دار پیدا می‌کنند؛ چنانکه ظاهر شدن گاه‌شمار براساس موارد فیزیکی و نیز حوادثی که تجربه شده‌اند، ویژگی زمان وقایع‌نگارانه است و نقش واسطه میان

دو چشم‌انداز زمانی را ایفا می‌کند. از یکسو زمان، تجربه را جهانی می‌کند و از سوی دیگر تجربه جهانی را انسانی و اجتماعی می‌کند. به این ترتیب زمان، قصه و روایت را در زمان دنیا می‌آفریند (Ibid: 196- 197).

بنابراین دو حوزه فیزیکی و روان‌شناسی زمان به صورت‌های مختلف مثلاً با تقویم (گاه‌شمار) و عینیت درمی‌آیند. در این بازی پویای زمان، - زمان تجربه جهانی شده و زمان جهانی انسان‌ها و اجتماعی شده، - آنچه مورد نظر ماست، کار فرهنگی ضرب‌المثل‌ها است که به عنوان «بزارهای فکری»، نقش واسطه را ایفا کرده و آن لحظه محوری را به وجود می‌آورند.

ما این لحظه محوری را که نشان‌دهنده پویایی زمان است، با تکیه بر نظر نشانه‌شناسان در حوزه خود ادراسی^{۳۱} قرار می‌دهیم؛ یعنی در زمان سومی که واسطه میان دو جریان در حال نوسان است: زمان سبزی که حضور (برون‌ادراکانه)^{۳۱} و زمان روان‌شناسی (درون‌ادراکانه)^{۳۲} ذهنی و حسی. به این ترتیب قابلیت و قدرت «خود ما» (جسمانه) در نوسانات میان دو دنیای برون‌ادراسی و درون‌ادراکی شکل می‌گیرد و نمایان می‌شود و گفته (در اینجا ضرب‌المثل) با این فرایند، خودادراکی را به وجود می‌آورد که دو یا چندین مسیر زمانی را طی کرده است.

حال باید دید ضرب‌المثل چگونه این فرایند خودادراکی را به وجود می‌آورد که دو مسیر زمانی را طی کرده است؟ گفته‌پرداز و گفته در یک زمان در حضور فیزیکی در این دنیا هستند؛ گفته‌پرداز/ گفته‌یاب که در شرایط برون‌ادراکانه قرار گرفته‌اند، با به‌کارگیری ضرب‌المثل یا با شنیدن آن - که به نوعی بیان جمعی است - شدختن به دست می‌آورد که در آغاز، تجربه‌ای درون‌ادراکانه است و در نهایت، منجر به خودادراکی می‌شود. اثبات این موضوع باید ببینیم که ضرب‌المثل‌ها چه نوع گفتمانی هستند.

۴. ضرب‌المثل‌ها؛ گفته‌های روایی یا صوری

انتخاب ضرب‌المثل‌ها به‌عنوان پیکره‌ای که بتوان آن‌ها را با رویکرد نشانه - معناشناختی تحلیل کرد، اندکی دشوار به نظر می‌رسد؛ زیرا به واسطه این انتخاب با هزاران متن کوچک سروکار داریم که هیچ‌گونه توالی متنی با یکدیگر ندارند که بتوان یک نظر کلی ارائه داد، ولی

می‌توان آن‌ها را دسته‌بندی کرده و با بررسی هر دسته از آن‌ها یک نتیجه گرفت؛ ولی با کدام روش؟ با روش‌های کاملاً ساختاری؟ میشل دوسرتوی زبان‌شناس می‌گوید: «اشکالات روش‌های کاملاً ساختاری این است که متن‌ها را از بافت تاریخی آن‌ها جدا می‌کنند و عملیات مخاطبین را در شرایط خاص زمانی، مکانی و غیره حذف کرده و برای اینکه مباحث کاملاً علم را به کار گیرند، روال زبان‌شناسی کاربردی روزمره را از بین می‌برند» (De certeau, 1983: 62) و با نقل از ویتگینشتن بیان می‌کند: «مدلول یک واژه چیزی نیست، جز کاربرد آن در زبان» (ibid).

روشی هم که ما به کار بردیم، نشانه-معناشناختی دو دهه اخیر است که بر فلسفه پدیدارشناسی تکیه دارد و متفاوت با روش‌های کاملاً ساختاری دهه هفتاد گرماس است؛ زیرا مثلاً زمانی که گفته می‌شود «با یک گل بهار نمی‌شه» *Une hirondelle ne fait pas le printemps* یا «مارگزیده از ریسمون سیاه سفیدی ترسه»، *Chat échaudé craint l'eau froide*، ما نخست با زبان، به‌عنوان نظامی از نشانه‌ها که انتزاعی است، سروکار نداریم، بلکه با گفتمان که تحقق عینی زبان و پدیده‌ای قابل درک و دریافت است، مواجهیم؛ دوم اینکه در اینجا معنای *Signification* مورد نظر نیست، بلکه مفهوم *Sens* مهم است و جابجایی انتزاعی مهم نیست، بلکه گفته‌های بالفعل و ادا شده‌ای مهم هستند که واحدهای مستقل معبرم‌دار می‌سازند. درست است که ضرب‌المثل‌ها واحدهای زبانی هستند، ولی در حقیقت در گفتمان عمل می‌کنند. مهم‌تر آن‌که یکی از خصوصیات ضرب‌المثل‌ها این است که این توانایی را دارند که بافت اصلی خود را یک گفته و وارد بافت‌های جدید شوند؛ مثلاً از روستا به شهر، از شهر به روستا، از آشپزی به هنر از مسائل روزمره به مسائل سیاسی و بالعکس و...؛ برای مثال مرجع ضرب‌المثل «در دزدی باز است، حیای گربه کجاست»، مربوط به آشپزی است، ولی در شرایطی به کار می‌رود که کسی بی‌ملاحظه است و از حجب و حیای دیگران سوء استفاده می‌کند یا «آشی بپزم که رویش یک وجب رومش باشد» و غیره. بنابراین نمی‌توان آن‌ها را با مفاهیم کلاسیک زبان‌شناسی تحلیل کرد، بلکه به ابزاری کامل‌تر نیازمندیم تا بتواند مسائلی را که خارج از زبان‌شناسی و زبان (در مفهوم انتزاعی آن) است نیز روشن سازد.

پیش از بررسی‌های زبان‌شناسی معاصر درباره ضرب‌المثل‌ها، تعاریف متعددی برای آن‌ها ارائه شده بود، به‌عنوان نمونه، «سقراط درباره ضرب‌المثل‌ها گفته است: نوعی شیوه

بیان که کوتاه است و در حافظه می‌ماند؛ «حکمتی که کاربرد عمومی دارد»، حتی گفته شده (حکایات، ضرب‌المثل‌هایی هستند که بسط داده شده‌اند» (Rey; Chantreau & et al, 1990: 27).

اما از بین زبان‌شناسان دو دههٔ اخیر، ژرژ کلبر آن‌ها را همانند اسم می‌داند که معنا و مفهومشان بلاً تثبیت شده و به هیچ وجه قابل تغییر نیستند (Kleiber, 1988: 217) و ژان-کلود آنسکومبر آن‌ها را جملات موقعیتی می‌نامد که خودشان یک موقعیت و یک وضعیت ثابت را به همراه دارند و صفت کل متن را نیز تعیین می‌کنند (Anscombre, 2000: 10) به نظر می‌رسد این گفتهٔ کلبر از آن‌ها که به مرحلهٔ نوشتار درآیند، به صورت شفاهی وجود داشتند و هدفشان توصیف واقعیت‌های زندگی بوده است. طبق تحقیقات به‌دست‌آمده صد ضرب‌المثل فرانسوی برگرفته از صد داستان هستند که خود متشکل از چهار هزار جملهٔ موعظه‌گرانه بوده است (Rodegem, 1984: 122) و تسلط بر زبان فارسی نیز این‌گونه بوده است. این داستان‌ها در گذشته‌ای اتفاق افتاده که معلوم و مشخص نیست و بیشتر برگرفته از «حکمت قدما» و شبیه «یکی بود، یکی نبود» اسطوره‌ها و افسانه‌ها است و همان‌طور که در مقدمهٔ فرهنگ ضرب‌المثل‌ها و اصطلاحات زبان فرانسه آمده «این گفته‌ها دارای محتوایی حکیمانه‌اند و در خود قدرت پنهانی دارند که آن‌ها را به اسطوره پیوند می‌دهد؛ قالبی دارند که توان اجتماعی‌شان را بالا می‌برد و مفهومی در آن‌ها نهفته است که در حافظه می‌ماند و حکمت نهفته در آن حقیقتی روشنفکرانه یا اخلاقی را بیان می‌کند» (Rey; Chantreau & et al, 1990: 27). بدین ترتیب به دلیل بار تاریخی، اخلاقی و اجتماعی در جامعهٔ جمع می‌گیرند. همگان آن‌ها را پذیرفته‌اند و از لحاظ گفتمانی مدلی ارائه می‌دهند که اعتبار غیر قابل انکاری دارد و واقعیتی است قراردادی؛ همان‌طور که میز، میز است (Kleiber, 2000: 40). بنابراین ضرب‌المثل توانشی است که در حافظهٔ جمعی تمام افراد وابسته به یک جامعهٔ زبانی مشترک به ثبت رسیده است؛ زیرا در بطن جامعه و درون اذهان مردم شکل گرفته و چیزی جز چکیدهٔ فرهنگ مردم آن سرزمین و فرهنگ منسجم آن مرز و بوم نیست. در واقع، انسان‌ها گفت‌وگو کرده‌اند و از بطن همین گفت‌وگوهای مکرر ضرب‌المثل‌ها و اصطلاحاتی، براساس وقایع و داستان‌های روزمره خلق شده و رواج یافته و رفته‌رفته به صورت یک جملهٔ اثباتی و غیر قابل انکار در جامعه پذیرفته شده و همان‌طور که می‌دانیم ساختارها در حافظهٔ

فرهنگی جامعه زبانی، در آرشیو زبان، در تقابل‌های گفتمانی به ثبت رسیده‌اند و امکان به‌هم‌ریختن آن‌ها وجود ندارد. گفته‌پرداز این اشکال زبانی را فرا خوانده و به کار می‌گیرد. حضور اسطوره‌ای ضرب‌المثل‌ها که بر نگرش و جهان‌بینی ما تأثیر می‌گذارد، حضوری قوی است که نیاز به استدلال ندارد و باورآفرین است و گریز از آن ممکن نیست و کسی نمی‌تواند آن بازسازی و دگرگون کند.

نکته دیگر اینکه، ضرب‌المثل‌ها همانند دیگر گفتمان‌ها دارای سه بعد عملی، عاطفی و شناختی هستند. ما در این مقاله به بعد عملی و عاطفی آن‌ها نمی‌پردازیم؛ زیرا در ارتباط با مبحث زمان نمی‌تواند. آنچه مورد نظر و در ارتباط با زمان است، بعد شناختی آن‌ها است. حمیدرضا شعیری در کتاب تجزیه و تحلیل نشانه - معناشناختی گفتمان، شناخت را به دو گونه تقسیم‌بندی کرده است: شناخت کنشی و شوشی (شعیری، ۱۳۸۵: ۵۰-۸۴) درباره بعد شناختی ضرب‌المثل‌ها، باید بگوییم که از نوع شناخت اسطوره‌ای یا شوشی است.

شناخت اسطوره‌ای شناختی است که تعیین‌کننده شرایط حضور یا گونه زیستی ما در مقابل یک موضوع یا جریان است. به همین دلیل است که می‌توان آن را شناخت شوشی نامید» که ما را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ این نوع شناخت با شدن ما در ارتباط مستقیم است» (همان: ۵۵).

ما با شنیدن ضرب‌المثل یا با به‌کارگیری آن در تقابل پذیری قرار می‌گیریم، که «یک شیء با عملکرد فنی نیست، بلکه بر فراز آن قرار دارد. حضور ما را بر می‌کند و به جای تأثیر بر دانسته‌های ما، باور ما را مورد هدف قرار می‌دهد. حضور اسطوره‌ای، حضوری قدرتمند است که دیگر نیاز به استدلال یا صغری و کبری چیدن ندارد. پس شناخت اسطوره‌ای به جای آنکه دانش‌آفرین باشد، باورآفرین است؛ نوعی حضور است که گریز از آن غیرممکن است و جنس آن رخدادی است؛ در حالی که شناخت کنشی دارای جنسی ترتیبی یا برنامه‌ای است» (همان).

گرماس ادعان می‌دارد: «دانستن و باور کردن به یک دنیای شناختی تعالی دارند؛ حتی باور قبل از دانستن وجود دارد و آن را دربرمی‌گیرد» (Greimas, 1983: 54). ژاک گرامس نیز باور کردن و دانستن را دو دنیای شناختی می‌داند که به هم مرتبطند و فاعل، بین آن‌ها به دنبال شناخت، در نوسان است. پذیرش دانستن با باور میسر می‌شود. ژاک فونتنی هم معتقد است که دانستن در واقع باور دانستن است.

به این ترتیب ضرب‌المثل علاوه بر بعد شناختی که فعل دانستن در آن نهفته است؛ یعنی

به‌طور ضمنی می‌گوییم: بدانید که «تخم مرغ دزد، شتر دزد می‌شود»، بدانید «عاقبت، گرگ‌زاده گرگ شود»، بدانید «از آن مترس که های‌وهو دارد، از آن بترس که سر به تو دارد» و ... یا دربارهٔ ضرب‌المثل‌های فرانسه - *Sachez qu'une hirondelle ne fait pas le printemps*, *Nous estimons qu'il n'y a pas de pire eau que l'eau qui dort* یک‌سور اجناسی و اعتقادی است که ریشه در بافت‌های فرهنگی، مذهبی و عقیدتی دارد که کلاً بر دانش مقدم است و دیگر لازم نیست که مخاطب را مجاب نمود. گفتنی است که «تکرار یک امر باورآفرین است»^{۲۴}.

آنسکمبر معتقد است ضرب‌المثل همانند یک حکم است؛ قضاوتی^{۲۵} است که قبلاً انجام شده و ما وقتی در گفتارنمان به کار می‌بریم در واقع آن را یادآوری می‌کنیم و به‌عنوان یک ضامن^{۲۶}، به استدلالمان کمک می‌کند. وی می‌گوید: «گویندهٔ ضرب‌المثل همانند وکیلی است که از قانونی استفاده می‌کند» (Angelesbre, 2000: 100). نوع حضور ضرب‌المثل‌ها، کلمات به‌کارگرفته‌شده در آن‌ها، حتی ترکیب‌بندی آن به گونه‌ای است که مخاطب را مجاب می‌کند. چگونه؟

در ضرب‌المثل‌ها ما به نوعی با یک نظام زمانی مواجه هستیم که موقعیت را به صورت عینی و ملموس یا تجسمی^{۲۷} به تصویر می‌کشد. در یک موقعیت ابتدایی به وضعیت ثانوی تغییر معنا می‌دهد. به‌عنوان نمونه: «تخم مرغ دزد، شتر دزد می‌شود» *Qui vole un œuf, vole un bœuf*، «عاقبت گرگ‌زاده، گرگ شود»؛ «از هر حرکتی خدا برکت»؛ «پایان شب سیه سفید است»؛ «مارگزیده از ریسمان سیاه و سپید می‌ترسد» و غیره.

روایت از نقطه‌ای آغاز می‌شود و بدون آنکه عقد قراردادی باشد یا *لیات القایی*^{۲۸}، فوراً به سوی نقطهٔ پایانی می‌رود و سبب ایجاد نوعی حضور می‌شود، آن هم حضور فاعلی. مثلاً اگر «تخم مرغ دزد، شتر دزد می‌شود» را تحلیل کنیم، *Qui vole un œuf, vole un bœuf* با سه کنشگر سروکار داریم؛ در زبان فارسی تخم مرغ، شتر، و کسی که دزد است. در فرانسه هم *Qui, œuf, Bœuf* آمده است و جالب اینجاست که در هر دو زبان، تخم مرغ برای ارجاع به چیز کوچک، ظاهراً بی‌ارزش، بی‌اهمیت و قابل دسترس برای سرعت بخشیدن به دزدی است که تبدیل می‌شود به دزدی بزرگتر؛ حیوانی ارزشمند و در معرض دید که پنهان کردن آن دشوار است؛ در زبان فارسی «شتر» و در زبان فرانسه «گاو». بدین ترتیب دو چیز متضاد

در کنار هم قرار می‌گیرند: شتر و تخم مرغ/ گاو و تخم مرغ.

این تغییر ناگهانی از یک وضعیت ابتدایی به ثانوی ایجاد معنا می‌کند، آن هم با فعل دزدیدن (در زبان فرانسه) یا واژه «دزد» (در زبان فارسی) که در باور هر اجتماعی دزدی کاری ناپسند و غیر اخلاقی است؛ باوری که مقدم بر دانستن است و شناختی که کنشی و برنام‌مدار نیست. این گفته، جریانی تعاملی از نوع اخلاقی با ویژگی فرهنگی- اجتماعی را ایجاد کرده است. باور اینکه «دزدی» بد است به شکلی ریشه‌ای در انسان‌ها وجود دارد؛ یعنی با باور بنیادین سرکار داریم و نه باوری که باید هر لحظه و با توجه به شرایط تجدید گردد. به عبارت دیگر «باور» در لحظه صورت نمی‌گیرد، بلکه زائیده جریان اخلاقی است. هیچ نوع اتصال گفتارانی هم وجود ندارد «من»، «اینجا»، «اکنون»، ما را به «غیر من»، «غیر اینجا» و «غیر اکنون» هدایت می‌کند و از وضعیت بسته و محدود نظام‌مند به وضعیت باز می‌رسیم و فاصله‌گرفتن از خود، چسبیدن نشانی به خود، یعنی رسیدن به نوعی آگاهی. چرا؟ زیرا این ضرب‌المثل می‌تواند ما را به مجموعه شرایط و موقعیت‌هایی که خود می‌تواند در آن تولید شود، پیوند بدهد؛ یعنی اینکه تخم مرغ و شتر به مؤلفه‌های گفتارانی تبدیل می‌شوند که بسیاری از عناصر دیگر در شرایط مختلف به آن‌ها ارجاع داده می‌شوند. بنابراین ما با گونه‌ای بسیار فشرده و متمرکز روبه‌رو هستیم که در مسیر حضور خود در همه ابعاد، باز است و با گفتمان‌هایی با این شرایط (دزدی کوچک و بی‌اهمیت آخرش به دزدی بزرگ و رسواکننده ختم می‌شود)، بسط یافته و گسترده می‌شود.

نکته قابل طرح دیگر اینکه ژاک ژیناسکا^{۳۹} در کتاب *سخن ادبی* نوع شناخت را مطرح کرده است؛ یکی شناختی که مبتنی بر رابطه علت- معلولی است یعنی رابطه‌ای منطقی و هوشمند با دنیای بیرون یا با عناصر مربوط به آن برقرار کردن (شعیری، ۱۳۸۱: ۶۹) و دیگری شناخت آنی است که به اعتقاد شعیری:

در این شناخت نشانی از استدلال، چینش‌های عقلانی و دودوتا چهارتای عینی نیست؛ یعنی نوع رابطه‌ای که شوشگر با دنیای بیرون برقرار می‌کند، از نوع حسی- ادراکی است و نیازی به رجوع به دایرةالمعارف شناختی نیست. حس است که ما را به جلو می‌برد و سبب ایجاد گونه‌ای از حضور می‌شود که بی‌شک باید آن را حضور زیبایی‌شناختی نامید. گویی منطقی زیبایی‌شناختی در کار است که جز با فعالیت حسی- ادراکی ایجاد نمی‌شود (همان: ۷۲).

در این ضرب‌المثل، گونه‌شناختی‌ای که ما با آن مواجه هستیم، از نوع رابطه‌ علت- معلولی نیست؛ بلکه با دریافت آنی، گفته را می‌پذیریم و چون به یک شناخت لحظه‌ای رسیدیم، رابطه شوشگر با دنیای بیرون، حسی- ادراکی می‌شود و ما با حضوری زیبایی‌شناسانه سروکار داریم. ایو- ماری ویستی و پیر کادیو در کتاب *نقش‌ها و ضرب‌المثل‌ها* نیز بدون اثبات این قضیه بیان کرده‌اند که مبرر ضرب‌المثل‌ها در پروژهای، هم زیباشناختی و هم اتیک^۱، شرکت داریم (Cadiot & Visek, 2006: 11)؛ یعنی ضرب‌المثل‌ها علاوه بر ابعاد عملی، شناختی و عاطفی دارای بعد اتیک هستند. ریرا به ما دانشی را منتقل می‌کنند که در واقع «اخلاق عملی»^۲ است (Ibid: 72). بنابراین سه عنصر «اخلاق»، «واقعیت» و «باور» با هم در این نوع گفته‌ها وجود دارند. بدین ترتیب ضرب‌المثل سبب تحرک و پویایی گفتمان می‌شود. مثل همه گفتمان‌های دیگر، به وسیله آن چیزی را حاضر می‌کنیم. عمل گفتمان یعنی بهره‌مندی از نوعی حضور. ژاک فونتنی معتقد است که «گفته‌پردازی یعنی چیزی را به کمک زبان برای خود حاضر ساختن» (Fontanille, 1998: 81). حال که ثابت شد ضرب‌المثل حضور دارد، آن هم حضور معنادار و معناساز، پس برخوردار از شاخصه‌های زمان و مکانی است و آنچه در اینجا مورد نظر است، بعد زمانی آن است که در ذیل آن تحلیل می‌پردازیم.

۵. نشانه‌های زمانی در ضرب‌المثل‌ها

نشانه‌های زمانی در ضرب‌المثل‌ها به صورت‌های گوناگونی وجود دارند که اشکال مختلفی از رابطه صورت و محتوا هستند:

۱. واژگانی که مفهوم زمان را در خود دارند (واژگان زمان، رابطه صورت و محتوا): در شماری از ضرب‌المثل‌های فارسی یا فرانسه کلماتی وجود دارند که نشان‌دهنده زمان هستند و برای نمونه دعوت به انتظار می‌کنند و یا ارزش زمان را نشان می‌دهند: «صبر، صبر، سحر نزدیک است»؛ «گر صبر کنی، ز غوره حلوا سازی»؛ «پایان شب سپید است»؛ «شاهنامه آخرش خوش است»؛ «عجله کار شیطان است»؛ «زمان رفته باز نمی‌گردد» و... یا در زبان فرانسه:

Il faut prendre le temps comme il vient. Tout vient à point à qui sait attendre.
Le temps c'est de l'argent. Le temps perdu ne se rattrape jamais. Etc.

۲. در کل گفتمان، مفهوم زمان مستتر است (گفتمان زمانمند):

گاهی زمان در روایت گفتمان احساس می‌شود؛ برای نمونه در «قطره قطره جمع گردد، وانگهی دریا شود». فعل جمع گشتن زمانمند است و باز هم به گونه‌ای می‌توان انتظار را درک کرد و یا در ضرب‌المثل تحلیل‌شده در بالا: «تخم مرغ دزد، شتر دزد می‌شود»، همان‌طور که ذکر شد، در این تخم مرغ، سرعت در کار دزدی را در خود به همراه دارد.^{۴۲}

Les petits ruisseaux font les grandes rivières. Rira bien qui rira le dernier. Etc.

کاربرد زمان حال

این مورد مهم‌تر از موارد ذکرشده بالاست؛ زیرا در اغلب موارد (۹۵ درصد)، زمان به‌کارگرفته‌شده در گفتمان، زمان حال است. کاربرد زمان حال در وجه اخباری/ امری، زمان حال غیر زبانی است که حقایق کلی را بیان می‌کند؛ امر هم دستور اخلاقی است، ولی باید بررسی کرد هنگامی که گفته‌ای به زمان حال بیان می‌شود، دقیقاً چه اتفاقی رخ می‌دهد؟

ژوزف کورتز در تحلیل معنشناسی گفتمان اثبات کرده است که وقتی گفتمانی به زمان حال بیان می‌شود، زمان بیشتر مربوط به گفته‌پرداز است نه گفتمان و برای برجسته نشان دادن اعمالی است که مهم قضاوت شده‌اند؛ در نتیجه ما با یک تحریک شناختی سروکار داریم که گفته‌پرداز بر گفته‌یاب به وجود آورده است. گفته واقعی‌تر و بهتر به نظر برسد یا آنکه به او بقبولاند (Courtes, 1991: 261-264). گیوم زبان‌شناس نیز معتقد است که زمان حال واسطه‌ی میان دو دوره‌ای است که از هم جدا می‌شوند؛ یعنی زمان گذشته و آینده و در کتابش (بخش زمان و فعل) می‌نویسد: «زمان حال، زمانی است بسیار فشرده و در گستره نامحدود زمانی به‌عنوان یک واسطه جداکننده، بین آنچه پیش‌آمده و آنچه از پی آن خواهد آمد، عمل می‌کند و در نتیجه بین قبل و نتایجی که به آن مربوطند جدایی ایجاد می‌کند» (Guillaume, 1968: 293). ژاک فونتنی نیز زمان حال را تحلیل کرده و بین اکنون و زمان حال تفاوتی قائل شده و این دو را دو نظام زمانی جدا از هم می‌داند؛ به گفته او زمان اکنون یک مسیر است با یک جهت‌گیری، در حالی که زمان حال یک مسیر است با دو جهت‌گیری مخالف و معکوس هم؛ یکی رو به جلو و دیگری رو به عقب (Fontanille & Bertrand, 2006: 9). ژان فرانسوا بردرن نیز از قدرت زمان حال سخن می‌گوید و آن را همانند موجی می‌داند که جاری است (Ibid: 70).

در نتیجه زمان حال به‌عنوان زمان فشرده، در خود تنش زمانی دارد و در خارج از زمان حال، زمان‌های زیادی به صورت گذشته و آینده می‌تواند به وجود بیاید. گیوم همچنین از قدرت فشار زمان حال بر روح و روان گفته‌پرداز سخن می‌گوید. فاعلی که در حال گفته‌پردازی است، نمی‌تواند خود را تجریدی کرده و از دیگران جدا کند؛ بنابراین نمی‌تواند زمان گذشته را به کار برد. ضرب‌المثل‌هایی هم که به زمان حال گفته می‌شوند و یا گاهی امری هستند، این تنش را در خود دارند. در واقع درک یک ممکن حاضر است؛ به‌ویژه با شدتی که توسط زمان حال به وجود می‌آید و شخص نمی‌تواند از قدرت فشار زمان حال رهایی یابد. در نتیجه قدرت متقاعدکنندهٔ زمان حال به نقطهٔ اوجش می‌رسد و گیوم از آن به‌عنوان «معجزهٔ کلامی» یاد می‌کند.

پس این زمان، زمان خطی نیست؛ همان‌طور که شعیری در تعریف زمان خطی می‌گوید: زمانی که از نظر فیزیکی بی‌رونی است؛ زمانی که مانند فلشی به جلو حرکت می‌کند. [...] زمانی که به ما کمک می‌کند تا به تجارب و فعالیت‌های خود نظم دهیم و آن‌ها را با برنامه‌ریزی پیش ببریم. این زمان به ما امکان اندازه‌گیری می‌دهد و به همین دلیل، چنین زمانی، زمان عینیت‌یافته نام گرفته است (شعیری، ۱۳۸۵: ۱۸۷)، بلکه زمانی است که «قابلیت تحرک به جلو و عقب را دارد. زمان قابل یادآوری و منعطف است. این زمان همان زمان درونی شده است. زمان غیر عینی که در حافظه می‌گنجد و انسان امکان رجوع به آن را در همهٔ شرایط دارد» (همان: ۱۸۸) و همچنین کاربرد زمان حال، زمان روایی است که پویا است. مدام حال تولید است و همین امر باعث می‌شود از زمان گفته وارد زمان گفتمان شویم و چون مربوط به گفته‌پرداز و گفته‌پردازی است، همان‌طور که در بالا ذکر شد، گفته از حالت تیر شفاف خارج شده و نفوذپذیر می‌شود. به گفتهٔ اریک لاندوسکی «گفته‌پرداز به واسطهٔ زمان، حضوری را رقم می‌زند که معرف رابطهٔ او با دنیا و دیگری است. این رابطه در زمان شکل می‌گیرد. حضور در زمان استحکام و استمرار می‌یابد؛ جهت‌دار می‌شود و شکل و محتوا به خود می‌گیرد» (Landowski, 1997: 195). تخم مرغ، شتر، سیب، گل، بهار و... صورتی می‌شوند تا زمان را قابل رؤیت کرده و برای گفته‌پرداز تجربهٔ جدیدی را خلق کنند. برای مثال اگر کسی تخم مرغ (شیء کوچکی) بدزد، در آینده نیز اشیای بزرگتری خواهد دزدید، جهت حرکت رو به جلو کاملاً مشخص می‌شود.

همچنین زمان به‌کاررفته در ضرب‌المثل زمانی است که از مکان جدا نیست؛ زمان به محض اینکه به دنیای ضرب‌المثل راه یابد، به نحوی با مکان آمیخته شده است؛ به عنوان مثال، شکل و محتوایی که تخم مرغ، شتر، دریا، سیب، گل، بهار و... به خود می‌گیرند، زمانی-مکانی است؛ زیرا فضایی را اشغال می‌کنند؛ چه تخم مرغ، چه سیب و یا اشیای دیگر، زیرا برای فلسفه پدیدارشناسی، هر وجودی مکانی را اشغال می‌کند و به نوعی تجلی مکان‌دار است؛ به همین دلیل می‌توان حضور آن را لمس کرد و رابطه‌ای معنادار با آن برقرار کرد که به قول کرمان‌پارت^{۵۰} (۱۹۸۸) وجه غایتی^{۵۱} نیز دارد چون آن را به سوی هدفی مشخص هدایت می‌کند. در ضرب‌المثل‌ها ما با یک جریان جهت‌دار و هدفمند روبه‌رو هستیم که از باور جدا نیست. هر آن پارت معتقد است که وجه غایتی از قابلیت انتقال برخوردار است؛ یعنی می‌تواند تمام ویژگی‌های خود را به محیط پیرامونش منتقل کند. بنابراین زمان وجودی ضرب‌المثل بر گفته‌پرداز یا مخاطب اثر می‌گذارد؛ زیرا از سیالیت بالایی برخوردار است و در عین واحدبودن با ضرب‌آهنگ و حرکت تند، امکان دسترسی به آینده را برای ما میسر می‌کند. این وجه غایتی می‌تواند لحظه‌ای محور سیر درون زمان رقم بزند و گفته‌پرداز را وارد زمان تجربه کند. در واقع، ما وارد حوزه مابعدالطبیته ضرب‌المثل می‌شویم و از زمان روایت‌شده فاصله می‌گیریم و عناصر ضرب‌المثل (همان مؤلفه‌های گفتمانی) بسط و گسترده می‌شوند و می‌توانند عناصر دیگری را تحت پوشش قرار دهند؛ مثلاً اگر کسی تکه نانی را بدزد و شخص دیگری ببیند و بگوید «تخم مرغ دزد شتر دزد می‌شود»، اینجا تخم مرغ همه اشیایی را که برای برداشتشان مشکلی نداریم و با سرعت انجام می‌شود، تحت پوشش قرار می‌دهد و حتی فعل دزدیدن، دیگر فعل‌ها نظیر قاپیدن، کشریدن، ربودن و... را دربرمی‌گیرد. این انتقال از چنان قدرت پوششی بالایی برخوردار است که وجه غایتی زمانی-مکانی خود را رقم می‌زند؛ به عبارت دیگر قرار است اتفاقی مشابه آن رخ دهد. نتیجه‌ای جدید به بار آورد. مثلاً این‌که همین دزد ممکن است به سرقت بانک دست بزند و در اینجا مؤلفه شتر آن را پوشش می‌دهد، یک حاضرسازی غایب است که در شوشگر به وجود می‌آید و فضایی ایجاد می‌شود که در آن اعتماد به آن گفته وجود دارد؛ همان‌طور که پیش از این بیان شد، عنصر «باور» زیر بنای نظام گفتمان است و همواره در جلوی صحنه حضور دارد. در واقع، نمایه‌های برون‌ادراکانه صورت بیان که در عالم بیرون واقع شده‌اند، به

نمایه‌های درون‌ادراکانه محتوا (در درون) تبدیل می‌شوند. در اینجا به یاد جمله‌ای از مرلو پونتی می‌افتیم که بیان می‌کند:

دنیاى تجربه‌شده در این سوی دنیای عینی وجود دارد. اعضای بدن ما روش خاص خود را دارند. برای پردازش دنیا در مقابل بستر تجربه زنده از خلال آن، دیگری و اشیا تحمیل شده‌اند و نظام «من-دیگر» است. در حال شکل‌گیری است (Merleau-ponty, 1945: 69) چون این نظام در حال شکل‌گیری است، یک نیرویی از درون به ما تحمیل می‌شود که وضعیت روحی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد که بنا به گفته ژان پوتیتو^{۶۱} (1985) قابل بیان نیست. این نیروی درونی که در ما به وجود آمده قوه حسی-ادراکی، زبان‌شناسی، عاطفی و احساسی ما را فعال می‌کند. علاوه بر آن، این تأثیرات، دریافت‌های کلی و روزمره و قراردادی را تبدیل می‌کند به دریافتی شناختی، شناختی‌ای و بسیار سریع که دارای همه جزئیات است و به بایگانی لحظات درون‌ادراکانه ما تعلق دارد. این ظاهر ناگهانی ناپیوسته و مستمر، فاعل حساس را در اختیار خود می‌گیرد و او را به سطح آگاهی می‌رساند که این بار فردی است؛ گویا او را به گذشته‌ای دور می‌برد که خود تجربه‌گر آن بوده است. بنابراین دنیای برون‌ادراکانه فاعل حساس که کلی است و دچار روزمرگی شده، با شنیدن ضرب‌المثل به بیداری درون‌ادراکانه و شناخت آنی تبدیل می‌گردد. همان‌طور که گابریل فدریگو بیان می‌کند: «ادراک، یک پدیده زمانی است بین دریافت ما و آنچه به سطح مخ می‌رسد» (Fedrigo, 2009: 27) و به این ترتیب زمان تجربه برای گفته‌پرداز به وجود می‌آید.

۶. نتیجه‌گیری

با بررسی ضرب‌المثل‌ها نشان داده شد که چگونه زمان در رابطه صورت و محتوا به‌طور کلی و همچنین حضور فیزیکی و نیروی درونی به صورت جزئی‌تر و پیچیده‌تر درک می‌شود و معناسازی می‌کند و ما علاوه بر نشانه-معناشناسی که مربوط به حضور «ابژه» (در اینجا ضرب‌المثل) است، با نشانه‌شناسی فاعلی (سویژکتل)، در اینجا گفته‌پرداز یا گفته‌یاب، سروکار داریم که در تولید گفتمان و در درک این زمان نقش اساسی ایفا می‌کنند، آن هم به صورت جسمانه‌ای^{۶۸} که قادر به احساس و درک و دریافت است و حضور دارد؛ حضوری حسی-ادراکی

و عاطفی. در حقیقت، ضرب‌المثل‌ها وجود مجازی دارند و با به کار گرفته شدن در بافت یا شرایط خاص به وسیله گفته‌پرداز یا گفته‌یاب حضوری جاری خواهند داشت. گفتنی است این نوع گفتمان‌ها که بیان جمعی هستند، فردی و تجربه شخصی می‌شوند؛ یعنی از یک انفصال^۹ گفتمانی به اتصال^{۱۰} گفتمانی می‌رسیم و زمان به ظاهر ساده حال، زمانی کیفی، ناپیوسته، زمان سیال «شاید»، روایی و زمان مکان‌دار دارای وجه غایتی می‌شوند و ضرب‌المثل‌ها با به وجود آوردن آن لحظه آنی شناخت، زمان وجودی را به زمان تجربه تبدیل می‌کنند؛ آن هم تجربه فردی و بدین‌منتهی گفته‌پرداز خبر تجربه‌گر می‌شود و گفته‌یاب نیز مانند گفته‌پرداز همین تجربه پیوست با زمان حال را درک کند و بر دو به گفته‌پردازی پیوند می‌خورند.

۷. پی‌نوشت‌ها

1. trésor de la langue française
2. un sème
۳. ر. ک. شعیری، حمیدرضا. (۱۳۸۵). *تجربه و تحلیل نشانه - معناشناختی گفتمان*. تهران: سمت. (ص ۱۸۸).
4. expression et contenu
5. valences et valeurs
6. instances sémio-physiques
۷. برای این مورد فونتنی اصطلاحات Saillances / Prénances را به کار برده، همان Saillances چیزی است که واضح و روشن بوده و مورد توجه ما قرار می‌گیرد و این Prénances نیرویی است که از طریق ذهن به ما تحمیل می‌شود و مجازی و بالقوه می‌باشد.
۸. این نظریه مربوط به سمیوتیک سوپراکتیو ژان کلود کوک است که قائل به énonçantes Instances یعنی Prime actant و Tiers actant است.
9. Trégnier, A. Jiradas-Julien (1961). "Idiotismes, Proverbes, Dictons". *Cahiers de Lexicologie*, No. 3. pp. 41- 61.
10. Bolo, Fernando (1984). "Proposition d'une méthodologie d'analyse des logiques d'un corpus proverbial". in: *Richesse du Proverbe*. Vol. 2. *Typologie Fonctions*. pp. 25- 36.
11. Kerdiles, Yann (1984). "Les acteurs langagiers dans les proverbes". In *Richesse du Proverbe*. Vol. 2. *Typologie Fonctions*. pp. 95- 105.
12. Rodegem, F. (1984). "La parole proverbiale". In *Richesse du Proverbe*. Vol. 2. *Typologie Fonctions*. pp. 121- 132.
13. Kleiber, Georges (1999). "Proverbe: sens et dénomination, Le Proverbe, un pro

- nom". *Revue de Linguistique et de Didactique*. (Septembre). No.. 17. pp. 27- 38.
14. Visetti, Yves-Marie et Pierre Cadiot (2006). *Motifs et Proverbes, Essai de Sémantique Proverbiale*. Paris: PUF.
۱۵. نک. نشریه مطالعات اجتماعی- روان‌شناختی زنان (۱۳۸۸). زمستان. س ۷. ش ۴.
۱۶. نک. نشریه فنون ادبی اصفهان (۱۳۸۹). د. ۱. ش ۱.
۱۷. نشریه نقد زبان و ادبیات خارجی دانشگاه شهید بهشتی، پاییز و زمستان ۱۳۹۰ به چاپ رسیده است.
۱۸. Saint Augustin: فیلسوف فرانسوی قرن نوزدهم.
19. Vide. Bertrand Denis et Jacques Fontanille (2006). *Régimes Sémantiques de la Temporalité, La Flèche Brisée du Temps*. Paris: PUF.
20. le devenir des choses
21. etre
22. existence
۲۳. نک. همان: ۵.
24. temps de l'expérience
25. temps de l'existence
26. débrayage ontologique
27. embrayage ontologique
28. instruments de pensée
29. moment axial
30. proprioceptivité
31. exteroceptif
32. interoceptif
۳۳. این گفته مربوط به دوره ناصرالدین شاه بوده که از سر کسی که خواستند مالیات بگیرند، برایش آشی می‌بردند که روغنش بیشتر بوده؛ ولی الان به‌طور کلی در مریز به‌کار می‌رود که بخواهند برای کسی خط و نشان بکشند.
۳۴. به همین دلیل در مسائل مذهبی، دینی و یا آیینی بر تکرار ذکر یا دعا تأکید شده است.
35. jugement
36. gradation
37. figurative ou Concrète
۳۸. گفتنی است که در شناخت‌های کنشی، ابتدا عقد قرارداد است؛ سپس توانش، کنش و ارزیابی/ قضاوت. در واقع، ارزیابی و قضاوت با عملیات القایی پیوند خورده است (برای اطلاعات بیشتر ر. ک. شعیری، ۱۳۸۵: ۶۶).
39. Jacques Jeninascia
۴۰. ممکن است در بعضی از ضرب‌المثل‌ها رابطه علت- معلولی وجود داشته باشد: «تا نباشد چیزی،

مردم نگویند چیزها» Il n'y a pas de fumée sans feu یا «هر کس خربزه می‌خورد، پای لرزش می‌نشیند» Qui casse les verres les paye.

41. éthique

42. morale pratique

۴۳. در پاراگراف بعدی، بیشتر به این مطلب پرداخته شده است.

44. Herman Parret

۴۵. هرمان پارتت فیلسوف و معناشناس فرانسوی، چهار وجه برای زمان مکانی قائل است: وجه خطی؛ کلانی؛ رجعی و غایتی. در این رابطه ر. ک. شعیری، حمیدرضا. (۱۳۸۵). *تجزیه و تحلیل نشانه-معناشناسی زمان*. تهران: سمت. صص ۱۹۱-۱۹۲.

46. Jean Petitot

47. Gabriele Fedrigo

48. corps propre

49. debrayage

50. embrayage

۸. منابع

- حسین‌زاده، محمد و عبدالرضا بصیری (۱۳۸۸). «بررسی جنسیت در ضرب‌المثل‌های زبان فارسی با توجه با آیات و احادیث»، *نشریه مطالعات اجتماعی- روان‌شناختی زنان*. س ۷. ش ۴. (زمستان). صص ۷-۳۲.
- خطاط، نسرین‌دخت؛ گلناز رعدی آذرخشی و یگانه یگانه. *ضرب‌المثل‌ها و اصطلاحات متداول زبان فرانسه*. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- ذوالفقاری، حسن (۱۳۸۹). «بررسی ضرب‌المثل‌های زبان فارسی در سطح واژگانی و نحوی». *نشریه فنون ادبی اصفهان*. د. ۱. ش ۱. صص ۵۷-۸۰.
- زاهدی، کیوان و آسیه ایمانی (۱۳۹۰). «زن در ضرب‌المثل‌های انگلیسی: بر مبنای تحلیل انتقادی گفتمان». *نشریه نقد زبان و ادبیات خارجی دانشگاه شهید بهشتی*. زمستان). پیاپی ۴-۷. صص ۸۱-۱۱۳.
- سلحشور، سهیلا (۱۳۸۷). *بهترین ضرب‌المثل‌های ایرانی*. تهران: اروند.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۱). *مبانی معناشناسی نوین*. تهران: سمت.
- ----- (۱۳۸۵). *تجزیه و تحلیل نشانه-معناشناسی گفتمان*. تهران: سمت.

- ----- و ترانه وفایی (۱۳۸۸). *راهی به نشانه- معنانشناسی سیال*. تهران: علمی و فرهنگی.
- شهری، جعفر (۱۳۷۸). *قند و نمک: ضرب‌المثل‌های تهرانی (به زبان محاوره)*. تهران: معین.
- Anscombre, J. C. (2000). *La Parole Proverbiale*. in *Langages*. Paris: Larousse.
- Belo, F. (1984). "Proposition d'une méthodologie d'analyse des logiques d'un corpus proverbial". in: *Richesse du Proverbe*. Vol. 2. *Typologies et fonctions*. pp. 25-35.
- Bertrand, D. et J. Fontanille (2006). *Régimes Sémiotiques de la Temporalité, La Flèche Brisée du Temps*. Paris: PUF.
- Cadiot, P. et Y. M. Visetti (2006). *Motifs et Proverbes, Essai de Sémantique Proverbiale*. Paris: PUF.
- Cadiot, P. et Y. M. Visetti (2008). "Proverbes, sens commun et communauté de langage". in: *Revue Trimestrielle, Langages*. No. 170. pp. 79- 91.
- Courtes, J. (1991). *Analyse Sémiotique du Discours. De L'énoncé à L'énonciation*. Paris: Hachette.
- Coquet, J. C. (1997). *La question du sens*. Paris: PUF.
- De certeau, M. (1983). *L'Ordinaire de la Communication*. Paris: Dalloz.
- Fedrigo, G. (2006). *Valéry et le Cerveau Dans les Cahiers*. Paris: L'Harmattan.
- Fontanille, J. (1998). *Sémiotique du Discours*. Limoges: PULIM.
- Geninaeva, J. (1977). *La Parole Littéraire*. Paris: PUF.
- Guimarães, J. (1961). "Idiotismes, proverbes, dictons". in *Cahiers de Lexicologie*. No. 3. pp. 41- 61.
- ----- . (1983). *Du Sens II. Essais Sémiotiques*. Paris: Seuil.
- Guillaume, G. (1968). *Temps et Verbe, Théorie des Aspects, des Modes et des Temps*. Paris: Honoré Champion.
- Imbs, P. & B. Quemada (2004). *Trésor de la Langue Française*. Paris: CNRS.
- Kerdiles, Y. (1984). "Les acteurs langagiers dans les proverbes". In *Richesse du*

Proverbe; Typologie et Fonctions. Vol. 2. pp. 95- 105.

- Kleiber, G. (1999). "Proverbe: sens et dénomination, *Le Proverbe, un pro ...nom*". *Revue de Linguistique et de Didactique*. (Septembre). No. 17. pp. 27- 38.
- ----- (1988). "Sur la définition du proverbe". in *G. Gréciano*. pp. 233-252.
- ----- (2000). "Sur le sens des proverbes". *Langages*. (Septembre). No. 139. pp. 39 - 58.
- Landowski, E. (1997). *Présence de L'autre*. Paris: PUF.
- Merleau-ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la Perception*. Paris: Gallimard.
- Parret, H. (1988). *Le Sublime du Quotidien*. Paris: Amsterdam: Hachette-Benjamin.
- Petitot-Cocorda, J. (1985). *Morphogenèse du Sens*. Paris: PUF.
- Rey, A.; S. Chantreau & et. al., (1990). *Le Robert : Langage et Culture, Dictionnaire de Proverbes et Expressions*. Paris: Le Robert.
- Ricoeur, P. (1985). *Temps et Récit*. Tom 3. Paris: Le Seuil.
- ----- (2007). *Dictinnnaire de la Langue Française*. Paris: Robert.
- Rodegem, F. (1984). "La parole proverbiale". in: *Richesse du Proverbe; Typologie et Fonctions*. Vol. 2. pp. 121- 132.

Reference:

- Anscombe, J. C. (2000). "The proverbial speech". in *Langages*. Paris: Larousse [In French].
- Belo, F. (1984). "Proposal of a mythology of analysis of a proverbial corpus". In *Reality of the Proverb*. Vol. 2. *Typology & Functions*. pp. 25-36 [In French].
- Bertrand, D. & J. Fontanille (2006). *Semiotic Object of the Temporality, The Broken Arrow of Time*. Paris: PUF [In French].
- Cadiot, Pierre & Y. M. Visetti (2006). *Motifs & Proverbs, Essay of Proverbial Semantics*. Paris: PUF [In French].
- ----- (2008). "Proverbs, common meaning & community of language". In



Quarterly Journal, Languages. No. 170. pp. 79- 91 [In French].

- Coquet, J. C. (1997). *The Quest for the Sense*. Paris: PUF [In French].
- Courtes, J. (1991). *Semiotic Analysis of the Discourse (Speech). From Utterance to Enunciation*. Paris: Hachette [In French].
- De Certeau, M. (1983). *The Regular of Communication*. Paris: Dalloz [In French].
- Fedrigo, G. (2000). *Valéry & the Mind in the Notes*. Paris: L'Harmattan [In French].
- Fontanille, J. (1998). *Semiotics of Discourse*. Limoges: PULIM [In French].
- Geninasca, J. (1977). *The Literary Speech*. Paris: PUF [In French].
- Greimas, A. J. (1961). "Idiotisms, proverbs, maxims (sayings)". In *The Notes of Lexicology*. No. 3. pp. 41- 61 [In French].
- ----- (1983). *The Sense II. Semiotics Essays*. Paris: Seuil [In French].
- Guillaume, G. (1968). *Time & Verb, Theoretical Aspects, the Moods & the Times*. Paris: Honoré Champion [In French].
- Hosseinzadeh, M. & A. R. Bafri. (2009). "Study of gender in Persian proverbs with reference to Quranic verses and traditions". *Journal of Social-Psychological Studies of Women*. No. 4. Winter 2009 [In Persian].
- Imbs, P. & B. Quéhada (2004). *The Treasure Offrench Language*. Paris: CNRS.
- Kerdiles, Y. (1984). "The lingual actors in proverbs". in: *Wealth of Theproverb*. Vol. 2. *Typology & Functions*. pp. 95-105 [In French].
- Khattat, F. & et. al., (1987). *Proverbs and Common Terminologies in French Language*. Tehran: Markaz Nashr Daneshgahi [In Persian].
- Klüber, G. (2000). " About the sens of the proverb". *Languages*. September. No. 139. pp. 39-58 [In French].
- ----- (1988). "About the definition of the proverb". In *G. Gréciano*. pp. 233-252 [In French].
- ----- (1999). "Proverb: sens & denomination". *The Proverb, A Pro*

...Name". September. No 17. pp. 27-38 [In French].

- Landowski, E. (1997). *Presence of the Other*. Paris: PUF [In French].
- Merleau-ponty, M. (1945). *Phenomenology of the Perception*. Paris: Gallimard [In French].
- Parret, H. (1988). *The Daily Sublimate*. Paris; Amsterdam: Hadés-Benjamin [In French].
- Petitot-Cocorda, J. (1985). *Morphogenesis of the Sens*. Paris: PUF [In French].
- Rey, A.; S. Chantreau & et. al., (1990). *The Robert: Language & Culture, Dictionary of the Proverbs and Expressions*. Paris: The Robert [In French].
- Ricoeur, P. (1985). *Time & Story*. Book 3. Paris: Le Seuil [In French].
- Robert, P. (2007). *Dictionary of the French Language*. Paris: Robert [In French].
- Rodegem, F. (1984). "The proverbial speech". In *Wealth of the Proverb*. Vol. 2. *Typology & Functions*. pp. 121-132 [In French].
- Salahshoor, S. (2008). *The Best Persian Proverbs*. Tehran: Arvand Publication [In Persian].
- Shahri, J. (1999). *Sugar and Salt: Tehranian Proverbs (In Spoken Language)*. Tehran: Moin Publication [In Persian].
- Shairi, H. R. (2002). *The Preliminary of Modern Semiotics*. Tehran: SAMT Publication [In Persian].
- ----- (2005). *Semiotics Analysis of Speechs*. Tehra: SAMT [In Persian].
- ----- T. Yafaii (2009). *A Road to Fluid Semiotics*. Tehran: Scientific Cultural Publication [In Persian].
- Zahedi, M. & A. Imani (2011). "Critical discourse analysis of proverbs related to women". *Critical Language & Literary Studies*. Vol. 4. No. 7. Fall & Winter 2011-2012 [In Persian].
- Zolfaghari, H. (2010). "Study of Persian proverbs in two levels of vocabulary and syntax". *Fonun Adabi Isfahan (Literary Techniques)*. Vol. 1. No. 1. pp. 57-81 [In Persian].

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آوساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی