

نقش کاربردشناختی اجتماعی ضرب‌المثل‌ها در یادگیری زبان فارسی

الهام صداقت^۱، اسماعیل آذر^{۲*}

۱. دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. دانشیار زبان و ادبیات فارسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۳

دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۳۰

The Socio-Pragmatic Role of Proverbs in Learning Persian Language

ELham Sedaghat¹, Esmail Azar^{2*}

1. Ph.D. Candidate of Persian Language and Literature, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

2. Associate Professor of Persian Language and Literature, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 2021/04/19

Accepted: 2022/09/04

10.30473/il.2023.58680.1457

Abstract

Persian proverbs are Iranian previous generations' wise thoughts usually in short melodic linguistic and literary especially poetic form. They often have simple meaning and structure that makes them more memorable and easy to use in oral and written communications. Many articles have investigated Persian proverbs from different points of view. But not enough attention has been paid to the importance of these proverbs in enhancing sociocultural literacy and sociolinguistic and pragmatic competences as parts of Persian learners' communicative competence. In this article, by the documentary method, it is paid to the role of proverbs in representing and learning some sociocultural features of Persian language (politeness, compliments, collectivism, etc.). Then, two things are suggested, a proverbial categorization from easy to hard, and Richmond's (1987) revised model for comparing the similarities and differences between Persian proverbs and learners' mother tongue proverbs. The results of a comparative study between Persian and Arabic proverbs in the Persian class of Arab learners are discussed.

Keywords: Pragmatics, Sociolinguistics, Persian Language Teaching (PLT), Proverb, Persian Learners, Richmond's Model.

چکیده

ضرب‌المثل‌های فارسی افکار خردمندانه نسل‌های پیشین ایرانیان است که معمولاً در قالب زبانی کوتاه، آهنگین و ادبی به‌ویژه شعری هستند. اغلب این ضرب‌المثل‌ها معانی و ساختاری ساده دارند که به آسانی می‌توان آن‌ها را به‌خاطر سپرد و در ارتباط‌های شفاهی و نوشتاری به‌کار برد. مقاله‌های بسیاری ضرب‌المثل‌های فارسی را از منظرهای متفاوتی بررسی نموده‌اند؛ اما به اهمیت این ضرب‌المثل‌ها در افزایش سواد فرهنگی-اجتماعی و توانش زبان‌شناسی اجتماعی و کاربردشناختی به‌عنوان بخشی از توانش ارتباطی فارسی‌آموزان توجهی نشده است. در این مقاله با روش اسنادی، به نقش ضرب‌المثل‌ها در بازنمایی و یادگیری بعضی از مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی زبان فارسی (ادب، تعارفات، جمع‌گرایی، و ...) پرداخته می‌شود. سپس طبقه‌بندی‌ای از ضرب‌المثل‌ها از آسان به سخت پیشنهاد و الگوی اصلاح شده ریچموند (۱۹۸۷) برای مقایسه شباهت‌ها و تفاوت‌های ضرب‌المثل‌های فارسی با ضرب‌المثل‌های زبان مادری فارسی‌آموزان ارائه و نتایج بررسی تطبیقی انجام شده بین ضرب‌المثل‌های فارسی و عربی در کلاس فارسی‌آموزان عرب ذکر می‌گردد.

کلیدواژه‌ها: کاربردشناسی، زبان‌شناسی اجتماعی، آموزش زبان فارسی (آزفا)، ضرب‌المثل، فارسی‌آموزان، الگوی ریچموند.

مقدمه

دانش «کاربردشناسی اجتماعی»^۱ به ارتباط بین کاربردشناسی و عوامل اجتماعی می‌پردازد (ریچاردز و ریچاردز، ۲۰۰۲: ۴۱۱). برای دستیابی به چنین دانشی باید زیربناهای فرهنگی یک زبان را شناخت. زیرا «نقش اصلی و دلیل وجودی زبان اتصال سامانه‌های شناختی و اجتماعی-فرهنگی است.» (زاهدی و شمس، ۱۳۸۸: ۲۸۵ و ۳۰۶).

«ارتباط فرهنگ و زبان بارها توسط دانشمندان ملل گوناگون مورد تأکید قرار گرفته است. مردم دو کشور، بدون دانش و آشنایی اصلی با فرهنگ یکدیگر، به سختی می‌توانند [زبان و] آثار ادبی هم را بفهمند و با مردم کشور مقابل تبادل نظر کنند.» (وانگ زن رونگ، ۱۳۹۳: ۲۷).

در نتیجه در آموزش زبان از فرهنگ-به‌ویژه تفاوت‌ها و شباهت‌های فرهنگی زبان مادری زبان‌آموزان (زبان مبدأ) با زبان مورد آموزش (زبان مقصد)- نباید غافل شد. زیرا آموزش زبان به غیر اهل آن زبان همیشه مشکلاتی را به همراه دارد که هر چه تفاوت فرهنگی زبان‌ها بیشتر باشد، دشواری‌های بیشتری را هم برای مدرّسان و هم زبان‌آموزان ایجاد می‌نماید. برای برطرف نمودن این دشواری‌ها و حل این مشکلات به‌ویژه در جامعه زبانی مقصد روش‌هایی همچون «آموزش زبان ارتباطی»^۲ را پیشنهاد می‌کنند تا به آن جنبه از زبان‌آموزی پرداخته شود که «توانش ارتباطی»^۳ زبان‌آموزان را تقویت می‌کند و آنان را به کاربران زبانی کارآمدتری تبدیل می‌نماید. نخستین بار زبان‌شناس دل‌هایمز^۴ (۱۹۷۲) در نقد محدودیت تعریف چامسکی از توانش- به دلیل در نظر نگرفتن عوامل اجتماعی- اصطلاح «توانش ارتباطی» را مطرح ساخت. بعدها دیگران به طبقه‌بندی توانش ارتباطی پرداختند و اذعان داشتند که افزایش توانش ارتباطی، مشروط به تقویت دیگر توانش‌ها از جمله «توانش زبان‌شناسی اجتماعی»^۵ - یعنی، آگاهی از قواعد فرهنگی-اجتماعی زبان- (کنل و سوآین^۶، ۱۹۸۰: ۲۹-۳۰) به عنوان بخشی از «توانش کاربردشناسی»^۷ - همانا، نحوه به‌کارگیری زبان- (باخمن^۸، ۱۹۹۰: ۸۷) است.

به عقیده برخی از پژوهشگران یکی از راه‌های افزایش سواد فرهنگی-اجتماعی و توانش کاربردشناسی اجتماعی، و کاهش شکست‌های کاربردشناسی اجتماعی زبان‌آموزان، گنجاندن متون زبانی برآمده از دل جامعه زبان خارجی همچون ادبیات عامه و ضرب‌المثل‌ها است (اکبری، ۱۳۸۲). مسئله‌ای که به دلیل نقش ارتباطی زبان در جامعه از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای در زبان‌آموزی برخوردار است.

«با این‌که ضرب‌المثل‌ها در ارتباطات روزمره در محیط‌های مختلف کاربرد فراوانی دارند» (کریکمن^۱، ۲۰۰۹: ۵۱) و «برای داشتن ارتباط شفاهی و نوشتاری معنادار هم افراد بومی و هم خارجی به این ابزار مؤثر کلامی نیاز دارند» (میدر^۲، ۱۹۹۳: ۵۴)، اما در بسیاری از کتاب‌های آموزش زبان اول و خارجی عدم توجه کافی به ضرب‌المثل‌ها تقریباً امری شایع است (همان، ۲۰۰۴: ۱۴۷). این کمبود در نظام آموزش زبان فارسی به غیرفارسی‌زبانان (آزفا) نیز وجود دارد و با آن‌که ضرب‌المثل‌ها در جامعه فارسی‌زبان آن‌قدر متداول هستند که فارسی‌زبانان حتی از کودکی (فارسی به عنوان زبان اول) با ضرب‌المثل‌ها آشنایی دارند (میرحسینی^۳، ۲۰۱۷: ۷۱)؛ ولی هنوز نقش مهم ضرب‌المثل‌ها در فرآیند فارسی‌آموزی به‌درستی شناخته نشده است. یکی از دلایل این امر عدم شناخت کافی از توانش آموزشی ضرب‌المثل‌هاست. در این پژوهش به مقایسه بیست ضرب‌المثل رایج فارسی با معادل‌های عربی ارائه شده آن‌ها در کلاس فارسی‌آموزان عرب‌زبان طبق الگوی ریچموند (۱۹۸۷) پرداخته و به این سؤال‌ها پاسخ داده می‌شود که «ضرب‌المثل‌های فارسی و عربی چه میزان مطابقت دارند؟» و «چگونه می‌توان از شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود میان ضرب‌المثل‌های دو زبان در فارسی‌آموزی بهره برد؟»

پیشینه پژوهش

علم ادبیات با علوم انسانی و اجتماعی پیوند دارد؛ و بخشی از برساخته‌های ذهنی انسان را مطالعه می‌کند. انسانی که زاده اجتماع خویش و جبر حاکم بر آن است؛ از این‌رو، ادبیات هر سرزمینی بی‌آن‌که به بسترهای اجتماعی آن پرداخته شود، قابل پژوهش نیست (فرستی جویباری و نبئی، ۱۳۹۲: ۱۴۶) و «امثال منبع در خور اعتمادی در پژوهش‌های میان‌رشته‌ای ادبی-جامعه‌شناختی است.» (همان: ۱۴۸). برخی پژوهش‌های

1. sociopragmatics
2. Richards & Richards
3. communicative language teaching
4. communicative competence
5. Dell Hymes
6. sociolinguistic competence
7. Canale & Swain
8. pragmatic competence
9. Bachman

1. Krikmann
2. Mieder
3. Mirhosseini

ضرب‌المثل‌ها را ابزار برای یادگیری زبان در نظر گرفته‌اند. مانند: یافتن پیشینه یا نگارش داستانی بر مبنای موضوع امثال، یافتن معادل ضرب‌المثل‌ها در زبان مادری زبان‌آموز، جست‌وجو برای پیدا کردن شباهت‌ها و تفاوت‌های (ساختاری، واژگانی، معنایی) میان ضرب‌المثل‌های زبان خارجی و زبان مادری زبان‌آموز و یافتن ضرب‌المثل‌هایی با واژگان کلیدی، مضامین و موضوع مشترک. برخی دیگر نیز به نقش مؤثر ضرب‌المثل‌ها در آموزش واژگان و تأثیر مثبت استفاده از تصاویر در به‌یادآوری آن واژگان پرداخته‌اند (بهاریان و رضایی، ۲۰۱۴). بعضی هم اهمیت جایگاه ضرب‌المثل‌ها در آموزش زبان انگلیسی به عنوان زبان خارجی و زبان دوم و تأثیر مثبت آن‌ها در افزایش توانش فرهنگی و ارتباطی زبان‌آموزان را بیان کرده‌اند (آجوک و همکاران، ۲۰۱۵ و هنزن، ۲۰۰۷). در آموزش زبان فارسی به غیرفارسی‌زبانان (آزفا) نیز برخی اعتقاد دارند گنجیندن ضرب‌المثل‌های مناسب در متون آموزش زبان فارسی می‌تواند در ایجاد نگرش مثبت فارسی‌آموزان نسبت به فرهنگ که این ضرب‌المثل‌ها از آن برآمده است (فرهنگ ایرانی) سهمی در خور توجه ایفا نماید، و موجب ارتقاء انگیزه برای فراگیری زبان فارسی شود (اکبری، ۱۳۸۲: ۲۵).

چارچوب نظری

تلاش گردآورندگان، مثل‌شناسان و مثل‌پژوهان در گردآوری و بازنمایی ابعاد مختلف ضرب‌المثل‌های فارسی نشان از گستردگی و تنوع این ضرب‌المثل‌ها دارد. «فرهنگ بزرگ ضرب‌المثل‌های فارسی» ذوالفقاری (۱۳۸۸ب) با حدود یکصد هزار ضرب‌المثل یکی از همین موارد است. این منبع با داشتن نمایه موضوعی و کلیدواژه‌های علاوه بر تسهیل کار پژوهشی، انتخاب ضرب‌المثل‌های مناسب برای سنجیدن جوانب آموزشی و تدریس زبان فارسی را نیز آسان نموده است. از این‌رو، با بررسی این ضرب‌المثل‌ها به ارزشمندی و توانش آموزشی آن‌ها بیشتر می‌توان پی برد. البته این غنای آموزشی را باید در ماهیت خود امثال جست‌وجو کرد. زیرا:

«مثل جمله‌ای است کوتاه، مشهور و گاه آهنگین حاوی اندرزا، مضامین حکیمانه و تجربیات قومی مشتمل بر تشبیه، استعاره یا کنایه که به دلیل روانی الفاظ، روشنی معنا، سادگی، شمول و کلیت در میان مردم شهرت و رواج یافته و با تغییر یا بدون تغییر آن را به کار می‌برند» (ذوالفقاری و عامری، ۲۰۱۲: ۱۰۷).

جامعه‌شناختی امثال، ابعاد کلان زبان‌شناختی اجتماعی ضرب‌المثل‌ها را نمایان می‌سازند، پژوهش‌هایی که برای رشد و پیشرفت با رویکردی جامعه‌شناختی از منظر ضرب‌المثل‌ها، امثال و حکم دهخدا را بررسی نموده‌اند (کرمی، سیف‌اللهی و نوابخش، ۲۰۲۰)، یا برای دستیابی به اطلاعات جامعه‌شناختی موجود در ادبیات عامه ایران و ارائه چشم‌اندازی زبانی-جامعه‌شناختی، به تحلیل جامعه‌شناختی ضرب‌المثل‌ها در افسانه‌های پهلوانی فارسی پرداخته‌اند (ذوالفقاری و باقری، ۱۳۹۶)، و یا با بررسی جامعه‌شناسی تاریخی ضرب‌المثل‌های فارسی به خاستگاه‌های شعری آن‌ها پرداخته و به عدم توجه کافی به آموزه‌های اخلاقی موجود در اشعار شاعران بزرگ پارسی اشاره کرده‌اند (حدیثی، ۲۰۱۰). پژوهش‌های دیگری نیز همچون «بازتاب مسائل اجتماعی در ضرب‌المثل‌های فارسی» (ذوالفقاری، ۱۳۸۶الف) و «تحلیل و بررسی ضرب‌المثل‌های ایرانی از دیدگاه جامعه‌شناسی» (مقیمی، ۱۳۸۴) انجام شده‌اند که در بازنمایی ویژگی‌های فرهنگی-اجتماعی جامعه فارسی‌زبان برای خارجیان اهمیت دارند.

اما مرتبط‌ترین پژوهش جامعه‌شناختی ضرب‌المثل‌ها در آموزش زبان فارسی به غیرفارسی‌زبانان (آزفا) مربوط به اکبری (۱۳۸۲) است که در مقاله‌ای برگرفته از پایان‌نامه خود، با بررسی جامعه‌شناختی ضرب‌المثل‌ها جهت انتخاب آن‌ها برای متون آموزش زبان فارسی به بیست ضرب‌المثل می‌رسد که سه ضرب‌المثل (قطره قطره جمع گردد، وانگهی دریا شود/ ماهی را هر وقت از آب بگیری تازه است/ جوجه را آخر پاییز می‌شمارند) طبق نتایج آن پژوهش از ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی بیشتری برخوردارند. در حوزه آموزش زبان انگلیسی به عنوان زبان دوم یا خارجی نیز افرادی (زید، ۲۰۱۶؛ آجوک، حسن و سلیمان، ۲۰۱۵؛ بهاریان و رضایی، ۲۰۱۴؛ اکبریان، ۲۰۱۰؛ و هنزن، ۲۰۰۷) فواید و ابعاد آموزشی ضرب‌المثل‌ها را مد نظر قرار داده و با اشاره به جایگاه مهم و فواید ضرب‌المثل‌ها در آموزش زبان انگلیسی به عنوان زبان خارجی و زبان دوم، نقش آن‌ها در زبان‌آموزی را بیان کرده‌اند. در میان این پژوهش‌ها، برخی (زید، ۲۰۱۶ و اکبریان، ۲۰۱۰) فعالیت‌هایی را پیشنهاد نموده و

1. Karami, Seifollahi & Navabakhsh
2. Hadissi
3. Zaid
4. Ajoke, Hasan & Suleiman
5. Baharian & Rezai
6. Akbarian
7. Hanzen

به فارسی‌آموزان عرب‌زبان و مقایسه این ضرب‌المثل‌های فارسی با عربی آورده می‌شود. سپس، نتایج منجر به ارائه یک طبقه‌بندی (واژگانی، دستوری و معنایی) از ضرب‌المثل‌ها و انجام اصلاحاتی برای تکمیل الگوی ریچموند (۱۹۸۷) - جهت مقایسه جامع‌تر و کاربردی‌تر شباهت‌ها و تفاوت‌های ضرب‌المثل‌های زبان فارسی (زبان مقصد) با زبان مادری فارسی‌آموزان (زبان مبدأ) - می‌شود.

بحث و بررسی یافته‌های پژوهش

ضرب‌المثل‌ها در زبان و ادبیات رسمی و عامه، و بخش قابل توجهی از گفتار فارسی‌زبانان حضور دارند. خاصیت اصلی این ضرب‌المثل‌ها ملموس نمودن مسایل انتزاعی، غیرمستقیم‌گویی، اختصار، جمع‌بندی و نتیجه‌گیری کلام است. البته به عقیده فاطمی، امثال و حکم صرفاً آثار ادبی نیستند، گنجینه‌ای از اندیشه‌ها و عقاید متنوع و مختلف‌اند که مشتمل بر برخی از نظریه‌های علمی چون روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، منطق، سیاست و غیره هستند. از این‌رو نباید آن‌ها را تنها در حوزه ادبیات بررسی کرد (فاطمی، ۱۳۹۰: ۸۷ و ۸۸). زیرا «از میان انبوه امثال می‌توانیم اساسی‌ترین مفاهیم فرهنگ سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و آموزشی را استخراج و استنباط کنیم» (ذوالفقاری، ۱۳۹۱: ۱۳۷ و ۱۳۸) و از همه مهم‌تر، آن‌ها را آموزش دهیم.

آموزش ضرب‌المثل‌ها کار سختی نیست؛ زیرا «تعداد زیادی از مثل‌ها خالی از هرگونه استعاره یا کنایه هستند» (فاطمی، ۱۳۹۰: ۸۸) و اغلب ساختار و معانی ساده دارند؛ در اصل همین «روانی لفظ، روشنی معنا و سادگی و رسایی، مثل‌ها را ماندگار می‌کند» (ذوالفقاری، ۱۳۸۶: ب: ۳۴). «ساختار بیشتر ضرب‌المثل‌ها توصیفی است و به دلیل اختصار روایی ضرب‌المثل‌ها، جملات ساده درصد بیشتری نسبت به جملات مرکب به خود اختصاص می‌دهند.» (متقی‌زاده و نیکوبخت، ۱۳۹۳: ۳۱۹). این «مثل‌ها بر اثر تراش خوردگی، تکرار و رواج، سادگی طبیعی، خالی بودن از عناصر بیگانه، بی‌تکلفی و صمیمیت، زبانی ویژه یافته‌اند؛ از این رو می‌توان آن‌ها را در سطوح مختلف زبانی بهتر شناخت» (ذوالفقاری، ۱۳۸۸: الف: ۷۷) و «به‌جرات می‌توان گفت تنها سخنی که کلمات زائد در آن دیده نمی‌شود، مثل است.» (همان، ۱۳۸۹: ۶۴). با توجه به موارد مذکور، افزودن مؤلفه‌های فرهنگی-زبانی مانند ضرب‌المثل‌ها در برنامه فارسی‌آموزی و مقایسه و تطبیق آن با زبان مادری فارسی‌آموزان ضروری است چرا که محتوایی

اما از آن‌جا که به این بخش غنی و پرکاربرد ادبیات شفاهی در آموزش زبان توجه چندانی نشده است، در این پژوهش الگوی پنجگانه ریچموند^۱ (۱۹۸۷) برای مقایسه ضرب‌المثل‌های زبان فارسی با زبان مادری فارسی‌آموزان پیشنهاد و نمونه‌ای از تجربه نویسنده-مدرس مقاله در استفاده از این الگو در کلاس فارسی‌آموزان عرب‌زبان جهت مقایسه ضرب‌المثل‌های فارسی و عربی ذکر می‌شود. طبق این طبقه‌بندی، شباهت‌ها و تفاوت‌های ساختاری و معنایی ضرب‌المثل‌های زبان مادری زبان‌آموزان با زبان خارجی که یاد می‌گیرند عبارتند از این‌که ۱. ضرب‌المثل‌های هر دو زبان [خارجی و مادری] معنا و عبارتی [کاملاً یا تقریباً] یکسان دارند؛ ۲. ضرب‌المثل‌های هر دو زبان معنایی مشابه، ولی عباراتی متفاوت دارند؛ ۳. ضرب‌المثل‌های هر دو زبان عبارتی مشابه، ولی معانی متفاوت دارند؛ ۴. برای ضرب‌المثل‌های خارجی معادلی در زبان مادری زبان‌آموزان وجود ندارد، ولی معنای آن برای آن‌ها قابل درک است؛ ۵. نه تنها برای ضرب‌المثل‌های خارجی معادلی در زبان مادری زبان‌آموزان وجود ندارد، بلکه معنای آن‌ها نیز نامفهوم و ناملموس است. از نظر تطابق واژگانی و معنایی هم می‌توان گفت که «منظور از مطابقت‌های واژگانی، تشابه در معانی لفظی واژه‌ها و منظور از مطابقت معنایی، اشتراک در مفهوم و کاربرد آن‌ها است» (زرکوب و امینی، ۱۳۹۳: ۱۲۱). بنابراین، «می‌توان امثال را به سه دسته زیر تقسیم کرد: ۱. مثل‌هایی که [تقریباً] مطابقت واژگانی و معنایی کامل دارند. ۲. مثل‌هایی که مطابقت واژگانی نسبی و معنایی کامل دارند. ۳. مثل‌هایی که مطابقت واژگانی ندارند، اما مطابقت معنایی دارند.» (همان: ۱۲۳).

روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکردی کیفی و روش اسنادی انجام شده است؛ در روش اسنادی سؤالات چرایی، از نوع تبیین تفسیری‌اند و سؤالات چگونگی، در سطح نظری قرار دارند (صادقی فسایی و عرفان‌منش، ۱۳۹۴: ۷۱). در این مقاله داده‌های جمع‌آوری شده، برگرفته از مقالاتی است که به بازنمایی مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی ضرب‌المثل‌های فارسی، مانند مردسالاری، جمع‌گرایی، روابط خویشاوندی، ادب و تعارفات پرداخته و در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود؛ پژوهشگر به فواید این مؤلفه‌ها در فارسی‌آموزی می‌پردازد. علاوه بر این، نتیجه تدریس بیست ضرب‌المثل رایج فارسی

این، «از مسیر چنین داده‌هایی می‌توان زمینه‌های غالب فکری، فرهنگی و سیاسی مثل‌ها را واکاوی و ریشه‌های آن را تحلیل کرد.» (غلامی و احمدی، ۱۳۹۸: ۱۲۵). زیرا «مثل‌ها حاوی تجربیات قومی، نسلی، ملی و اجتماعی و زندگی» (ذوالفقاری، ۱۳۸۶: ب: ۳۳)، و سرچشمه افکار، پایگاه اندیشگانی و جملاتی کوتاه با تجربه‌هایی طولانی از یک ملت هستند. در نتیجه نتایج و دانش حاصل از تحلیل ضرب‌المثل‌ها بیانگر نحوه مفهوم‌سازی گویشوران یک زبان از تجربیات و اتفاقات پیرامون و راهبردهای حل مسائل فردی و اجتماعی‌شان است که زمینه مناسبی را برای آشنایی زبان‌آموزان خارجی با آن جامعه زبانی فراهم می‌سازد از این رو، «در امثال فارسی اطلاعات جامع مردم‌شناختی ارزشمندی نهفته است» (ذوالفقاری و باقری، ۱۳۹۶: ۲۵) که می‌توانند نقش مؤثری را در شناخت فارسی‌آموزان از جامعه فارسی‌زبان ایفا نمایند. در نتیجه فارسی‌آموزان با شناخت متقابلی که از مؤلفه‌های فرهنگی جامعه فارسی‌زبان و زبان مادری به دست می‌آورند، زبان فارسی را بهتر یاد می‌گیرند. در جدول ۱ برخی فواید و کارایی‌های ضرب‌المثل‌ها در افزایش سواد فرهنگی-اجتماعی و شناخت فارسی‌آموزان از جامعه فارسی‌زبان که منجر به تقویت توانش ارتباطی‌شان می‌شود برشمرده شده است:

جدول ۷. بازنمایی فواید و کارایی ضرب‌المثل‌ها در افزایش توانش ارتباطی فارسی‌آموزان خارجی

مقایسه ضرب‌المثل‌های فارسی با خارجی جهت آشنایی با شباهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگی-زبانی زبان مادری فارسی‌آموزان با زبان فارسی برای پیشگیری از تداخل فرهنگی-زبانی در برقراری ارتباط با فارسی‌زبانان (رک: زندگی، بحرینی، سبزواری و مهدی‌بیرقدار، ۱۳۹۷: صادقی‌منش، علوی‌مقدم و استاجی، ۱۳۹۶ و ۱۳۹۸؛ وانگ زن رونگ، ۱۳۹۳؛ محمدحسین‌زاده و بصیری، ۱۳۸۸)
آشنایی فارسی‌آموزان با نقش متغیرهای گوناگون (قدرت، فاصله، طبقه اجتماعی، و ...) در روابط اجتماعی از طریق ضرب‌المثل‌های فارسی برای انجام صحیح کنش‌های ارتباطی و برقراری ارتباطی موفق به‌ویژه در جامعه فارسی‌زبان (رک: غلامی و احمدی، ۱۳۹۸؛ زندگی و همکاران، ۱۳۹۷)
آشنایی فارسی‌آموزان با اهمیت خانواده و روابط خویشاوندی در جامعه فارسی‌زبان از طریق ضرب‌المثل‌های فارسی برای شناخت بیشتر و جامع‌تر جامعه فارسی‌زبان (رک: چراغی و ابراهیمی، ۱۳۹۷؛ زندگی و عباسی، ۱۳۹۵؛ ذوالفقاری، ۱۳۸۶ الف و ۱۳۹۱؛ زاهدی و شمس، ۱۳۸۸)
آشنایی فارسی‌آموزان با مؤلفه‌های ایران و ایرانی (سنت‌ها، آداب و

اصیل و ساده هستند و آموزش آن‌ها «می‌تواند در ایجاد نگرش مثبت فارسی‌آموزان نسبت به فرهنگی که این ضرب‌المثل‌ها از آن برآمده است (فرهنگ ایرانی) سهمی در خور توجه ایفا نماید، و موجب ارتقاء انگیزه برای فراگیری زبان فارسی شود.» (اکبری، ۱۳۸۲: ۲۵). همچنین، افزایش شناخت و آگاهی زبانی-فرهنگی از زبان مبدأ و مقصد، بدفهمی‌ها از زبان و فرهنگ مقصد، و شکست‌های کاربردشناختی متأثر از تداخل (انتقال منفی) زبان مادری زبان‌آموزان را کاهش می‌دهد و به انتقال مثبت شباهت‌ها کمک می‌نماید. همچنین، «زبان‌آموزان با درک و شناختی که از دنیای خود و دیگران به‌دست می‌آورند، نگرش مثبت بیشتری نسبت به تفاوت‌ها پیدا می‌کنند که آن‌ها را نه فقط قادر به تشخیص، بلکه فهم این تفاوت‌ها می‌سازد» (میر، ۱۹۹۷: ۲۶). البته هر چند تنوع فرهنگی بیانگر تفاوت‌ها است؛ ولی وجوه مشترک را هم نمایان می‌سازد. به‌طور کلی، فرهنگ ارزش‌ها، دستورالعمل‌ها، نحوه زندگی، عقاید، و باورهای مردم را نشان می‌دهد که باید آن‌ها را از طریق نمادها، وجوه یا مؤلفه‌های فرهنگی همچون ضرب‌المثل‌ها شناخت و یاد گرفت. علاوه بر این، شناخت دیگر فرهنگ‌ها از طریق امثال به شناخت بیشتر فرهنگ خود منجر می‌شود (رانگ، ۲۰۱۳: ۳۱-۳۲). زیرا امثال و حکم «عصاره فرهنگ توده، باورها، پندار، گفتار و کردار مردمان هر سرزمین است» (فرستی جویباری و نبئی، ۱۳۹۲: ۱۴۵). «به نظر می‌رسد با مطالعه عمیق این ضرب‌المثل‌ها بتوان از لایه‌های عمیق‌تر ارزش‌ها و نگرش‌های نهفته مردم نسبت به موضوعات مختلف پرده برداشت.» (چراغی و ابراهیمی، ۱۳۹۷: ۳۸۸). در نتیجه بسیاری از شباهت‌ها و تفاوت‌های جوامع را از ضرب‌المثل‌هایشان می‌توان متوجه شد و به طرح‌واره‌های فکری مردم آن جوامع دست یافت. زیرا «ضرب‌المثل پیوندی عمیق با فرهنگ و جامعه دارد. از این رو منبعی ارزشمند در مطالعات اجتماعی و فرهنگی است.» (غلامی و احمدی، ۱۳۹۸: ۹۰) و این حکمت عامیانه از «ادب عامیانه منبع قابل اعتمادی در پژوهش‌های جامعه‌شناختی، روان‌شناختی و مردم‌شناختی به‌شمار می‌رود.» (پارسا، ۱۳۸۴: ۷۵). زیرا «ماده اصلی این ضرب‌المثل‌های نغز و حکیمانه، عناصر هویتی سازندگان و به کاربرندگان آن‌هاست و با تجزیه و بررسی این مثل‌ها، می‌توان عناصر و مؤلفه‌های مذکور را تفکیک، طبقه‌بندی و تحلیل کرد.» (ذوالفقاری، ۱۳۸۶: ب: ۳۳). علاوه بر

1. Meier
2. Rong

- * من الحبه تنتشأ الشجره (درخت از دانه رشد می‌کند)
 * حبه حبه تصبح قبه (دانه دانه قبه می‌شود)
 * حجر علی حجر یصیر قصر (سنگ روی سنگ قصر می‌سازد)
 * النمره الی التمره طمر (خرما روی خرما تپه می‌شود)
 * رحله الألف میل تبدأ بخطوه (هزاران مایل از یک قدم آغاز می‌شود)
 ۳. «کوه به کوه نمی‌رسد، ولی آدم به آدم می‌رسد»
 * جبل لجبل لا یبلیتقوا أما آدم لآدم یبلیتقوا (معادل دقیق فارسی آن است)
 ۴. «یک مو از خرس کردن غنیمت است»
 * شعره من الخنزیر مکسب (یک مو از خوک/گراز کردن غنیمت است)
 ۵. «آشپز که دو تا شد آش یا شور می‌شود یا بی‌نمک»
 * اذا کثر الطباخین خربت الطبخه (آشپز که دو تا بشود غذا خراب می‌شود)
 مورد پیشنهادی دیگر:
 * من کثره المأخین غرقت السفینه (ناخدا که زیاد شود کشتی غرق می‌شود)
 ۶. «گرچه دستش به گوشت نمی‌رسد می‌گوید بو می‌دهد» / «روباه دستش به انگور نمی‌رسد می‌گوید ترش است»
 * الذی لا یصل الی العنب یقول عنہ حامض (دقیقاً معادل فارسی آن است)
 مورد پیشنهادی دیگر:
 * العنقود العالی حصرم (خوشه بلند انگور غوره است)
 ۷. «تو که آمد به بازار کهنه می‌شود دل آزار»
 * کل جدید و له هبه و کل قدیم و له دفشه (آدم برای هر چیز جدیدی اشتیاق دارد و هر چیز قدیمی را پس می‌زند)
 * لکل جدید لذه (هر چیز جدیدی خوشایند است)
 ۱۳. «دیگ به دیگ می‌گه رویت سیاه است»
 * طنجره تقول لطنجره قاعک أسود» (دقیقاً معادل فارسی آن است)
 * خرقاء عیابه (آبکش به آفتابه می‌گوید دو سوراخ داری)
 * ربّ لائم ملام (کسی که خودش عیبی دارد آن عیب را روی دیگران می‌گذارد)
 ۱۶. «جواب ابلهان خاموشی است»
 * جواب السفیه/الأحمق/سؤال المنطق/الجاهل السکوت یا ترک الجواب علی الجاهل جواب (دقیقاً معادل فارسی آن است)
 ۱۸. «کاسه داغ‌تر از آش شده است»

رسوم، اسطوره‌ها، نوروز باستانی، صنایع دستی، اقوام ایرانی، شهرهای ایران و... از طریق ضرب‌المثل‌های فارسی (رک: ذوالفقاری، ۱۳۸۶ الفوب)
آشنایی فارسی‌آموزان با جمع‌گرایی، ادب و تعارفات جامعه فارسی‌زبان از طریق ضرب‌المثل‌های فارسی برای داشتن تعامل و ارتباطی موفق به‌ویژه در جامعه فارسی‌زبان (رک: یوسفی، عبادی و پورسیاه، ۲۰۱۶؛ صداقت، ۱۳۹۲؛ ذوالفقاری، ۱۳۸۶ الف؛ اکبری، ۲۰۰۲؛ کوتلاکی، ۲۰۰۲؛ میبیر، ۱۹۹۷؛ براون و لوینسون، ۱۹۸۷)
آشنایی فارسی‌آموزان با کارکردهای زبانی گوناگون فارسی (هشدار، توصیه، تنبیه، تهدید، تشویق، تمسخر، و...) از طریق ضرب‌المثل‌های فارسی برای انجام موفق کنش‌های ارتباطی مختلف به‌ویژه در جامعه فارسی‌زبان
آشنایی فارسی‌آموزان با زبان گفتاری، ادبی و نوشتاری و تقویت توانش و مهارت‌های زبانی، ادبی و ارتباطی آنان از طریق ضرب‌المثل‌های فارسی

در این پژوهش بیست ضرب‌المثل رایج فارسی که در پژوهش اکبری (۱۳۸۲) به آن‌ها اشاره شده بود در کلاس فارسی‌آموزان عرب‌زبان استفاده شد. ابتدا چندین جلسه به فارسی‌آموزان ضرب‌المثل‌ها و مفاهیم آن‌ها آموزش داده شد. سپس از آن‌ها خواسته شد این ضرب‌المثل‌ها را با موارد مشابه در زبان مادری خودشان (زبان عربی) مقایسه کنند که نتایج زیر به دست آمد:

طبق الگوی ریچموند (۱۹۸۷) و دسته‌بندی زرکوب و امینی (۱۳۹۳) از معادل‌های عربی که برای این بیست ضرب‌المثل فارسی ارائه شده‌اند برخی معنا و عبارت (واژگان) دقیقاً یا تقریباً یکسان دارند (مانند ضرب‌المثل‌های ۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۳، ۱۶، ۱۸، ۱۹، ۲۰) یعنی یا مثل‌هایی هستند که مطابقت واژگانی و معنایی کامل دارند و یا مثل‌هایی هستند که مطابقت واژگانی نسبی و معنایی کامل دارند. موارد دیگری نیز برای ضرب‌المثل‌های مذکور پیشنهاد شد که مطابقت واژگانی ندارند، اما مطابقت معنایی دارند که ابتدا آن ضرب‌المثل که از نظر واژگان و معنا به معادل فارسی آن نزدیک‌تر است آورده شده و سپس بقیه موارد پیشنهادی ذکر شده است:

۱. «قطره قطره جمع گردد وانگهی دریا شود»
 * أول الغيث قطره (آغاز باران قطره است)
 بقیه موارد پیشنهادی برای ضرب‌المثل شماره یک:

1. Yousofi, Ebadi & Pursiah
 2. Akbari
 3. Koutlaki
 4. Brown & Levinson

لكسدت الأسواق/البضائع
(سلیقه‌ها یکنواخت نیست / هر کسی سلیقه متفاوت از دیگری دارد)
۱۲. «مرغ همسایه غاز است»
* قرصه فی ناره و عینه علی جاره (نانش در آتش و چشمش به همسایه است)
* المرء تواق إلی ما لم ینل (انسان برای چیزهایی که ندارد اشتیاق دارد)
۱۴. «کافر همه را به کیش خود پندارد» (همه را شبیه خودش می‌بیند)
* یحسب الممطور ان کلاً مطر (آدمی که چیزی دارد فکر می‌کند همه آن را دارند)
* کل من یری الناس بعین طبعه (همه مردم را مثل خودش می‌بیند)
* یحسب المجنون ان کل الناس مجانین (دیوانه فکر می‌کند همه مردم دیوانه هستند)
* رب لائم ملام (کسی که خودش عیبی دارد آن عیب را در دیگران می‌بیند)
۱۵. «حساب حساب است، کاکا برادر»
* تعاشروا کالإخوان و تعاملوا کالغرباء (مانند برادر معاشرت کنید و مانند غریبه‌ها معامله کنید)
* الشغل لحال و الصحبه لحال (کار به جای خود، دوستی به جای خود)
۱۷. «دود از کنده بلند می‌شود»
* الشخص الذی یکبرک بیوم أعلم منک بدهر (کسی که یک روز از تو بزرگتر است به اندازه ده سال بیشتر از تو می‌فهمد) همچنین، برای برخی ضرب‌المثل‌ها معادلی ارائه نشد (مانند ضرب‌المثل‌های ۱۰ و ۱۱)؛ ولی طبق بخش چهارم الگوی ریچموند (۱۹۸۷) معنای آن‌ها برای فارسی‌آموزان قابل درک بود:
۱۰. «بُزک نمیر بهار میاد (می‌آید) کُمبرزه با خیار میاد (می‌آید)»
۱۱. «یک کلاغ چهل کلاغ می‌کند»
«با توجه به این نکته که ضرب‌المثل‌ها مخزنی غنی و نشانگر ویژگی‌های فرهنگی جامعه می‌باشند» (چراغی و ابراهیمی، ۱۳۹۷: ۳۸۹) و «به‌نوعی تصویری گویاتر و کمتر تحریف شده از نگرش مردم نسبت به موضوعات مختلف هستند» (همان: ۳۸۸)، با اطلاعات مفید و مهمی که در خود دارند روش خوبی برای تحلیل چپستی و چرایی و یافتن

* أحر من الجمر (داغ‌تر از ذغال شده است)
۱۹. «کبوتر با کبوتر باز با باز / کند همجنس با همجنس پرواز»
* الطیور علی أشکالها تقع / کل طیر یطیر مع شکله (پرنده‌گان با هم‌نوع خودشان پرواز می‌کنند)
بقیه موارد پیشنهادی برای ضرب‌المثل شماره نوزده:
* جلیس المرء مثله (همنشین انسان مثل خود اوست)
* طنجره لقت غطاها (قابلمه سر خودش را پیدا می‌کند)
۲۰. «جوجه را آخر پاییز می‌شمرند» / «شاهنامه آخرش خوش است»
* لا تعد الفراخ قبل فقسها (جوجه‌ای که از تخم بیرون نیامده را نشمر)
بقیه موارد پیشنهادی برای ضرب‌المثل شماره بیست:
* عندالغایه یعرف السبق (در پایان پیروزی مشخص می‌شود)
* من یضحک أخیراً، یضحک کثیراً (کسی که آخر می‌خندد، بیشتر می‌خندد)
* العبره فی الخاتمه (عبرت در آخر ماجراست)
* فی الامتحان یکرم المرء أو یقهان (در امتحان انسان یا تکریم می‌شود یا تحقیر)
* غداً یدوب الثلج و بیان المرح (فردا که برف ذوب شود دشت نمایان می‌شود)
علاوه بر این، برای برخی ضرب‌المثل‌های فارسی معادل‌هایی با عبارت و واژگان دقیقاً یا تقریباً یکسان وجود نداشت یعنی مثل‌های عربی بودند که با ضرب‌المثل فارسی مطابقت واژگانی نداشتند، اما مطابقت معنایی داشتند (مانند ضرب‌المثل‌های ۲، ۸، ۹، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۷):
۲. «ماهی را هر وقت از آب بگیری تازه است»
* أن تبدأ متأخراً خیر من ألا تبدأ أبداً (دیر شروع کردن بهتر از هرگز شروع نکردن است).
۸. «هر که خربزه می‌خورد پای لرزش هم می‌نشیند/ هر که طاووس خواهد جور هندوستان کشد»
* لا بدّ دون الشهد من ابر التحل / من یرید العسل یصبر علی ابر التحل
(عسل بدون نیش زنبور نمی‌شود / کسی که عسل می‌خواهد باید نیش زنبور را هم تحمل کند)
* من طلب الحسنة یعطی مهرها (هر که زیبارویی را طلب کند مهرش را هم باید بدهد)
۹. «علف باید به دهن بز شیرین بیاد»
* و للناس فیما یعشقون مذاهب / لو لا تعدد الأذواق

الگوها و ارزش‌های یک فرهنگ هستند (رانگ، ۲۰۱۳: ۳۴). «با کاوش در واژگان امثال درمی‌یابیم تمامی این واژگان برگرفته از تمامی ابعاد زندگی مردم [...] مانند معادل‌های ضرب‌المثل‌های ۱ و ۵] است. مثل‌ها از این حیث، بازتابی از زندگی مردم هستند.» (ذوالفقاری، ۱۳۹۱: ۱۳۸). زیرا «امثال، بزرگترین سرمایه‌های ادب هر ملت و فشرده افکار هر قوم (همایی، ۱۳۸۸: ۱۴۸-۱۲۴) و تعداد آن نشانگر وسعت فکر آن ملت است. (یوسفی، ۱۳۶۳: ۶)» (به نقل از غلامی و احمدی، ۱۳۹۸: ۸۹).

نتایج به دست آمده از مقایسه ضرب‌المثل‌های فارسی و عربی نشان می‌دهد که هرچند شباهت‌ها و تفاوت‌هایی میان امثال دو زبان وجود دارد، اما میزان تشابهات از تفاوت‌ها بیشتر است و گاهی ضرب‌المثل‌ها تطابق کامل با هم دارند (مانند: کوه به کوه نمی‌رسد، ولی آدم به آدم می‌رسد). بنابراین، «یک مثل رایج در ادبیات یک ملت، می‌تواند متعلق به ادبیات ملت و قوم دیگری با زبان و فرهنگ بیگانه باشد که علت آن، چه بسا مهاجرت اقوام از قدیم به نقاط مختلف زمین است» (زرکوب و امینی، ۱۳۹۳: ۱۲۰). البته خود شباهت‌ها و تفاوت‌های میان ضرب‌المثل‌های زبان‌های مختلف، دلایل بسیاری دارد. یکی از دلایل مهم شاید این است که «بسیاری از مثل‌ها نشانی از مختصات فرهنگی و بومی یک منطقه یا یک قوم هستند.» (غلامی و احمدی، ۱۳۹۸: ۹۰) و این «امثال طی هزاران سال میان اقوام مختلف شکفته ... و در هر کشور بر اساس اختصاصات قومی و فرهنگی و آداب و سنت و مذهب و حتی وضع جغرافیایی و سیاسی آن کشور ویژگی‌هایی پیدا کرده است.» (شکورزاده بلوری، ۱۳۸۰: ۷، به نقل از غلامی و احمدی، ۱۳۹۸: ۹۰). برای مثال، فارسی‌آموزان عرب برای ضرب‌المثل «آشپز که دو تا شد آش یا شور می‌شود بی‌نمک» طبق بخش اول الگوی ریچموند (۱۹۸۷) یک معادل مشابه از نظر معنا و عبارت (آشپز که زیاد شود غذا خراب می‌شود) را در زبان خود آوردند و طبق بخش دوم الگوی ریچموند (۱۹۸۷) یک معادل با عبارتی متفاوت و معنایی مشابه (ناخدا که زیاد شود کشتی غرق می‌شود) را نیز ذکر کردند که نشانه هویت فرهنگی-جغرافیایی خود آن‌هاست چرا که برخی از کشورهای عربی بنادر و سواحل زیادی دارند و کشتی وسیله‌ای مهم در آنجاست. همچنین برای ضرب‌المثل «قطره قطره جمع گردد وانگهی دریا شود» معادل‌هایی ارائه نمودند که فقط یکی از آن‌ها تقریباً از نظر معنا و عبارت شباهت داشت (آغاز باران

قطره است) ولی بقیه معنایی مشابه و عبارتی متفاوت داشتند که حاکی از تأثیرات فرهنگی-جغرافیایی بر نوع عبارت بود (برای مثال، یکی از معادل‌ها به خرما که محصول گرمسیری اغلب کشورهای عربی است اشاره دارد که «دانه دانه خرما جمع شود تا انبوهی از خرما شوند»). این امر نشان از تنوع در تجربیات، باورها و ریشه‌های هر فرهنگ دارد. بنابراین با توجه به مؤلفه‌های اجتماعی-شناختی و در نظر گرفتن فرهنگ و آداب و رسوم هر کشور و منطقه می‌توان متوجه شد که هر چند در زیرساخت ذهنی اهل زبان مفاهیم بسیار مشابهی از لحاظ اجتماعی-شناختی وجود دارند؛ ولی افراد از کلمات و ترکیب‌های متفاوتی برای بیان موضوع استفاده می‌کنند. پس در روساخت بازنمود عینی و ساختار هر مورد متفاوت می‌شود. (زندگی، بحرینی، سبزواری و مهدی‌بیرقردار، ۱۳۹۷: ۳۳۱-۳۳۰). برای مثال، به اعتقاد وانگ زن رونگ (۱۳۹۳) اسامی و تفسیر حیوانات نمادین (مانند: مار، اژدها، اسب، شیر، ببر) به کار رفته در ضرب‌المثل‌های دو زبان چینی و فارسی بیانگر تفاوت‌های فرهنگی آن‌ها است. زیرا با آن که «در بسیاری از ضرب‌المثل‌ها، از حیوانات مشابه استفاده می‌شود، اما این حیوانات بار معنایی یکسانی ندارند و گاهی نیز برای بیان معنی یکسان، حیوانات متفاوتی به کار می‌روند.» (وانگ زن رونگ، ۱۳۹۳: ۱۸). دلیل آن را هم باید خاستگاه، زیستگاه، وفور و اهمیت بعضی حیوانات در برخی کشورها و فرهنگ‌ها دانست. بنابراین ممکن است برداشت فارسی‌آموزان چینی از کاربرد و معانی اسامی نمادین بعضی از حیوانات (واقعی یا خیالی) در ضرب‌المثل‌های فارسی با تصویری که از آن حیوانات در زبان چینی دارند مطابقت داشته باشد تا با زبان فارسی. فارسی‌آموزان عرب‌زبان نیز برای ضرب‌المثل «یک مو از خرس کندن غنیمت است» معادلی با معنایی مشابه و عبارتی تقریباً متفاوت به کار بردند (یک مو از خوک/گراز کندن غنیمت است) که تفاوت در کاربرد نوع حیوان به کار رفته در ضرب‌المثل عربی دارد. با تشخیص این‌گونه تفاوت‌ها می‌توان از تداخلات فرهنگی-زبانی پیشگیری و یا آن‌ها را کم، و با برجسته نمودن شباهت‌ها توانش کاربردشناختی اجتماعی-فرهنگی و زبانی فارسی‌آموزان را تقویت نمود.

الگوی پیشنهادی پژوهش

ارائه الگوی که با افزایش دانش «زبان‌شناختی کاربردی»^۱

ضرب‌المثل‌ها)، الگوی پنجگانه ریچموند (۱۹۸۷) - را که در بخش چارچوب نظری بدان اشاره شد - به صورت جامع‌تر ارائه و موارد زیر به آن اضافه می‌گردد؛ از جمله: ۶. برای یک ضرب‌المثل خارجی دو یا چند معادل در زبان مادری زبان‌آموزان وجود دارد؛ ۷. برای ضرب‌المثلی در زبان مادری زبان‌آموزان دو یا چند معادل در زبان خارجی است؛ ۸. ضرب‌المثل‌های هر دو زبان معنا، عبارت و کاربردی یکسان دارند؛ ۹. ضرب‌المثل‌های هر دو زبان با معنا و عبارتی مشابه، کاربردی متفاوت در دو جامعه زبانی (جامعه زبان مادری زبان‌آموز و جامعه زبان خارجی) دارند؛ ۱۰. ضرب‌المثل‌های هر دو زبان با معنا و کاربردی مشابه، عبارتی متفاوت دارند؛ ۱۱. ضرب‌المثل‌های هر دو زبان با عبارت و کاربردی مشابه، معنایی متفاوت دارند؛ ۱۲. ضرب‌المثل‌های هر دو زبان با عبارتی یکسان، معنا و کاربردی متفاوت دارند؛ ۱۳. ضرب‌المثل‌های هر دو زبان با معنای یکسان، عبارت و کاربردی متفاوت دارند؛ ۱۴. ضرب‌المثل‌های هر دو زبان با کاربردی یکسان، عبارت و معنایی متفاوت دارند؛ ۱۵. ضرب‌المثل خارجی دو یا چند معادل در زبان مادری زبان‌آموز با کاربردی یکسان دارد؛ ۱۶. ضرب‌المثل خارجی دو یا چند معادل در زبان مادری زبان‌آموز با کاربردهای متفاوت دارد؛ ۱۷. ضرب‌المثل زبان مادری زبان‌آموز دو یا چند معادل در زبان خارجی با کاربردی یکسان دارد؛ ۱۸. ضرب‌المثل زبان مادری زبان‌آموز دو یا چند معادل در زبان خارجی با کاربردهای متفاوت دارد. علاوه بر موارد مذکور، گاهی ۱۹. از ادغام و در کنار هم قرار دادن دو یا چند ضرب‌المثل در زبان مادری زبان‌آموزان به معادلی برای یک ضرب‌المثل در زبان خارجی با کاربردی مشابه یا متفاوت می‌توان رسید؛ و یا ۲۰. ترکیبی از دو یا چند ضرب‌المثل در زبان خارجی می‌تواند معادلی برای یک ضرب‌المثل در زبان مادری زبان‌آموزان با کاربردی مشابه یا متفاوت باشد. هدف از این معادل‌سازی‌های ترکیبی در موارد اخیر ضرب‌المثل‌سازی نیست و صرفاً جهت آشنایی زبان‌آموزان با مفهوم کامل و کارکرد دقیق آن تک ضرب‌المثل اصلی است. زیرا یک ضرب‌المثل که حاوی ساختاری ترکیبی و حامل چند پیام است، هر ساختار مفهومی و زبانی آن می‌تواند معادل یک یا چند ضرب‌المثل در زبانی دیگر باشد. در نتیجه، با الگوی تکمیل‌شده ریچموند (۱۹۸۷) می‌توان به کارکردهای متفاوت و مشابه، و تفاوت‌ها و شباهت‌های ساختاری، معنایی و کاربردشناختی زبان مادری فارسی‌آموزان با زبان فارسی، و میزان تداخل (انتقال منفی) و انتقال‌های مثبت، و در نهایت شدت دشواری یادگیری زبان فارسی برای فارسی‌آموزان پی برد.

حاصل از ضرب‌المثل‌ها، منجر به تقویت شناخت یادگیرندگان زبان خارجی از سخنوران آن جامعه زبانی و درک تفاوت‌های بین زبانی شده و مانع از «انتقال کاربردشناختی»^۱ (انتقال هنجارها و شیوه به کارگیری زبان اول (زبان مادری زبان‌آموز) به زبان دوم (زبان خارجی) و «شکست کاربردشناختی»^۲ (عدم شناخت، درک و تشخیص صحیح از زبان خارجی) به‌ویژه «شکست کاربردشناختی اجتماعی»^۳ (عدم شناخت، درک و تشخیص نحوه صحیح به کارگیری زبان خارجی) آنان بشود ضرورت دارد. اما پیش از ارائه الگو، ابتدا انجام یک طبقه‌بندی جهت تسهیل فرآیند انتخاب ضرب‌المثل‌ها برای سطوح مختلف فارسی‌آموزی از مقدماتی و میانی تا پیشرفته و عالی، اهمیت بیشتری دارد.

با بررسی معنایی، واژگانی و ساختاری ضرب‌المثل‌ها آن‌ها را می‌توان برای فارسی‌آموزان از «آسان به سخت» به ضرب‌المثل‌هایی با:

۱. واژگان و ساختار دستوری ساده با معنای مستقیم (مانند: جواب ابلهان خاموشی است)؛
 ۲. واژگان و ساختار دستوری ساده با معنای غیرمستقیم (مانند: مرغ همسایه غاز است)؛
 ۳. واژگان ساده و ساختار دستوری پیچیده با معنای مستقیم (مانند: هر چه کنی به خود کنی / گر همه نیک و بد کنی)؛
 ۴. واژگان ساده و ساختار دستوری پیچیده با معنای غیرمستقیم (مانند: تو مو می‌بینی و من پیچش مو / تو ابرو من اشارت‌های ابرو)؛
 ۵. واژگان سخت و ساختار دستوری ساده با معنای مستقیم (مانند: علاج واقعه قبل از وقوع باید کرد)؛
 ۶. واژگان سخت و ساختار دستوری ساده با معنای غیرمستقیم (مانند: بزک نمیر بهار می‌آید، کُمبزه با خیار می‌آید)؛
 ۷. واژگان سخت و ساختار دستوری پیچیده با معنای مستقیم (مانند: خدا گر ز حکمت ببندد دری / ز رحمت گشاید در دیگری)؛
 ۸. واژگان سخت و ساختار دستوری پیچیده با معنای غیرمستقیم (مانند: آن چه تو در آینه بینی عیان / پیر اندر خشت ببند پیش از آن)، طبقه‌بندی نمود.
- با در نظر گرفتن طبقه‌بندی پیشنهادی مقاله (مراتب دشواری (واژگانی، ساختار دستوری و معنایی) هشت‌گانه

1. pragmatic transfer
2. pragmatic failure
3. sociopragmatic failure

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به این‌که ضرب‌المثل‌های فارسی حاوی نکات فرهنگی-اجتماعی و تعلیمی و تربیتی فراوان با تنوع موضوعی و مضمونی بسیار زیادی هستند، این امر وجهه آموزشی مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی آن‌ها به غیرفارسی‌زبانان را برجسته‌تر می‌نماید. یادگیری ضرب‌المثل‌های فارسی و دانستن نکات کاربردشناختی اجتماعی این ضرب‌المثل‌ها برای فارسی‌آموزان برای شرکت مؤثر آن‌ها در رویدادهای زبانی به‌ویژه در جامعه فارسی‌زبان اهمیت و گنجانیدن آن‌ها در متون آموزش زبان فارسی ضرورت دارد. در نتیجه باید آن‌ها را به فارسی‌آموزان خارجی آموزش داد. زیرا یک فرد خارجی که درک بالایی از ضرب‌المثل‌های یک زبان داشته باشد و همچنین بداند که چگونه و از چه ضرب‌المثل‌هایی، در کجا، چه زمانی و خطاب به چه کسی استفاده نماید (توانش ارتباطی)، مطمئناً در نظر افراد آن جامعه زبانی بهتر و صمیمی‌تر جلوه می‌نماید و در بین آن جامعه بیشتر پذیرفته می‌شود. از این‌رو، یادگیری ضرب‌المثل‌های فارسی برای افزایش توانش ارتباطی فارسی‌آموزان ضرورت دارد. زیرا ضرب‌المثل‌ها جزء جدایی‌ناپذیر کلام فارسی‌زبانان در گفتار و نوشتار رسمی و غیررسمی از آگهی‌های تبلیغاتی تا سخنرانی‌های سیاسی هستند. در نتیجه استفاده از ضرب‌المثل‌های شناخته شده رایج، پرتکرار و پرکاربرد فارسی به‌عنوان ابزاری آموزشی

منابع

می‌تواند دانش و توانش کاربردشناسی اجتماعی و در واقع درک و سواد فرهنگی-اجتماعی یادگیرندگان را تقویت نماید، سؤنفاهمات فرهنگی را کاهش دهد، و ارتباطات آن‌ها را طبیعی‌تر جلوه دهد.

در پژوهش حاضر با بررسی و مقایسه ضرب‌المثل‌های فارسی و عربی در کلاس فارسی‌آموزان عرب طبق الگوی اصلاح شده ریچموند (۱۹۸۷) به این نتیجه می‌رسیم که ضرب‌المثل‌های هر دو زبان شباهت‌های بسیاری از نظر عبارت، معنا و کاربرد دارند و در اغلب موارد برای هر ضرب‌المثل دو یا چند معادل با کاربرد یکسان وجود دارد. این امر با نتایج پژوهش زرکوب و امینی (۱۳۹۳) قابل مقایسه است که دلیل شباهت‌ها را در مهاجرت اقوام به نقاط مختلف زمین می‌دانند که همراه با خود، امثال خود را نیز به همراه می‌برند و به مرور زمان آن‌مَثَل در مکان جدید و در میان اقوام جدید با تغییر یا بدون تغییر وارد می‌شود.

در نهایت، به پژوهشگران توصیه می‌شود ابعاد و وجوه آموزشی ارزشمند ضرب‌المثل‌ها را با انجام پژوهش‌های کاربردی بیشتر معرفی نمایند. به برنامه‌ریزان درسی و آموزشی، طراحان محتوا و مدرسان زبان فارسی نیز پیشنهاد می‌شود به دلیل تعداد و تنوع (ساختاری، واژگانی، موضوعی و ...) زیاد ضرب‌المثل‌های فارسی از به‌کارگیری این‌گونه محتواهای اصیل، جذاب و انگیزه‌بخش در فارسی‌آموزی چه به خارجی‌ان و چه در مناطق دو یا چندزبانه ایران غافل نشوند

ضرب‌المثل‌های فارسی. فصل‌نامه مطالعات ملی، سال هشتم، شماره ۲، ۲۷-۵۲.

ذوالفقاری، حسن. (۱۳۸۸، الف). بررسی ضرب‌المثل‌های فارسی در دو سطح واژگانی و نحوی. مجله فنون ادبی، سال اول، شماره ۱، ۵۷-۸۰.

ذوالفقاری، حسن. (۱۳۸۸، ب). فرهنگ بزرگ ضرب‌المثل‌های فارسی. تهران: معین.

ذوالفقاری، حسن. (۱۳۸۹). زیبایی‌شناسی ضرب‌المثل‌های فارسی. مجله شعرپژوهی/بوستان ادب/علوم اجتماعی و انسانی سابق، دوره دوم، شماره ۲، ۵۱-۸۲.

ذوالفقاری، حسن. (۱۳۹۱). خانواده و روابط خانوادگی در ضرب‌المثل‌های فارسی. فصل‌نامه فرهنگ مردم ایران، شماره ۳۱، ۱۳۷-۱۵۴.

ذوالفقاری، حسن. و باقری، بهادر. (۱۳۹۶). تحلیل

اکبری، فاطمه. (۱۳۸۲). بررسی جامعه‌شناختی ضرب‌المثل‌ها و انتخاب آن‌ها برای آموزش فارسی به غیرفارسی‌زبانان.

نامه پارسی، سال هشتم، شماره سوم، ۲۵-۵۰.

پارسا، احمد. (۱۳۸۴). جلوه‌های طنز در ضرب‌المثل‌های فارسی. مجله رشد آموزش زبان و ادب فارسی، شماره ۷۳، ۷۷-۷۴.

چراغی، مونا. و ابراهیمی، مریم. (۱۳۹۷). تحلیل روان‌شناختی رابطه والد-فرزندی در ضرب‌المثل‌های ایرانی: یک پژوهش کیفی. فصل‌نامه خانواده‌پژوهی، سال چهاردهم، شماره ۵۵، ۳۸۳-۴۱۰.

ذوالفقاری، حسن. (۱۳۸۶، الف). بازتاب مسائل اجتماعی در ضرب‌المثل‌های فارسی. نجوای فرهنگ، شماره ۳، ۱۵-۲۴.

ذوالفقاری، حسن. (۱۳۸۶، ب). هویت ایرانی و دینی در

(مطالعه موردی: امثال و حکم دهخدا و مجمع الأمثال میدانی). *نشریه ادبیات تطبیقی*، سال یازدهم، شماره ۲۰، ۱۴۴-۱۲۳.

صداقت، الهام. (۱۳۹۲). *ادب در گفتار فارسی آموزان خارجی: مطالعه موردی در بیان تقاضا*. پایان نامه کارشناسی ارشد آموزش زبان فارسی. دانشگاه پیام نور تهران.

غلامی، فاطمه. و احمدی، فاطمه. (۱۳۹۸). سخن و شایست و نشایست‌های آن در آیین ضرب‌المثل‌ها. *پژوهش‌نامه ادبیات تعلیمی*، سال دهم، شماره ۴۱، ۸۷-۱۳۰.

فاطمی، جمیله. (۱۳۹۰). بررسی و تحلیل منطقی لغزش‌های فکری خرد عامه در ضرب‌المثل‌های فارسی. *کهن‌نامه ادب پارسی*، سال دوم، شماره ۱، ۸۷-۹۹.

فرستی جویباری، رضا. و نبی، مینا. (۱۳۹۲). بررسی جایگاه زنان در امثال و حکم فارسی با رویکرد جامعه‌شناسی. *فصل‌نامه تحلیل و نقد متون زبان و ادبیات فارسی (دهخدا)*، دوره پنجم، شماره ۱۶، ۱۷۶-۱۴۵.

متقی‌زاده، عیسی. و نیکوبخت، الهام. (۱۳۹۳). مقایسه ضرب‌المثل‌های فارسی و عربی با موضوع سخن از لحاظ واژگانی، نحوی، بلاغی و معناشناسی. *ادبیات تطبیقی*، سال ششم، شماره ۱۰، ۲۹۵-۳۲۱.

محمدحسین‌زاده، عبدالرضا. و بصیری، محمد. (۱۳۸۸). بررسی جنسیت در ضرب‌المثل‌ها با توجه به آیات و احادیث. *فصل‌نامه مطالعات اجتماعی-روان‌شناختی زنان (مطالعات زنان)*، دوره هفتم، شماره ۴، ۷-۳۱.

مقیمی، نرجس. (۱۳۸۴). *تحلیل و بررسی ضرب‌المثل‌های ایرانی از دیدگاه جامعه‌شناسی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره).

وانگ زن رونگ (۱۳۹۳). حیوانات در ضرب‌المثل‌های چینی و فارسی. *مجله مطالعات انتقادی ادبیات*، سال اول، شماره ۲، ۱۱-۳۰.

همای، جلال‌الدین. (۱۳۸۸). *فنون بلاغت و صناعات ادبی*. تهران: هما.

یوسفی، غلامحسین. (۱۳۶۳). *کاغذ زر*. تهران: یزدان.

Ajoke, A.R., Hasan, Md. K., & Suleiman, Y. (2015). Examining the use of proverbs in teaching English as second language: An implication for secondary school principals in Nigeria. *International E-Journal for Research in ELT*, 1(3), 14-28.

Akbari, Z. (2002). The realization of politeness principles in Persian. *Karen's linguistics Issues*.

جامعه‌شناختی ضرب‌المثل‌ها در افسانه‌های پهلوانی فارسی. *فصل‌نامه زبان‌شناسی اجتماعی*، سال اول، شماره ۲، ۱۷-۲۷.

زاهدی، کیوان. و شمس، محمدعلی. (۱۳۸۸). خویشاوندی و جنسیت در خانواده و بازتاب آن‌ها در زبان. *فصل‌نامه خانواده‌پژوهی*، سال پنجم، شماره ۱۹، ۲۸۱-۳۰۹.

زرکوب، منصوره. و امینی، فرهاد. (۱۳۹۳). تحلیل مقابله‌ای امثال در فارسی و عربی از نظر معنا، واژگان و سبک (بررسی موردی بیست و یک مثل). *دوفصل‌نامه پژوهش‌های ترجمه در زبان و ادبیات عربی*. سال چهارم، شماره ۱۰، ۱۱۹-۱۳۹.

زندى، بهمن، بحرینی، مسعود، سبزواری، مهدی. و مهدی بیرقدار، راضیه. (۱۳۹۷). بررسی اجتماعی-شناختی تابو و حسن تعبیر در ساختارهای عبارات، اصطلاحات و ضرب‌المثل‌های فارسی و انگلیسی. *دوماهنامه جستارهای زبانی*، دوره نهم، شماره ۶، ۳۱۷-۳۳۴.

زندى، بهمن. و عباسی، بیستون. (۱۳۹۵). بازتاب روابط خویشاوندی در ضرب‌المثل‌های فارسی. *فرهنگ و ادبیات عامه*، سال چهارم، شماره ۹، ۲۳-۶۰.

شکورزاده بلوری، ابراهیم. (۱۳۸۰). *دوازده هزار مثل فارسی و سی هزار معادل آن‌ها*. مشهد: به نشر.

صادقی فسایی، سهیلا. و عرفان‌منش، ایمان. (۱۳۹۴). مبانی روش‌شناختی پژوهش اسنادی در علوم اجتماعی، مورد مطالعه: تأثیرات مدرن شدن بر خانواده ایرانی. *مجله راهبرد فرهنگ*، شماره ۲۹، ۶۱-۹۱.

صادقی‌منش، علی، علوی‌مقدم، مهیار. و استاجی، ابراهیم. (۱۳۹۶). بررسی هم‌سنج جایگاه زن در ضرب‌المثل‌های امثال و حکم و فرهنگ ضرب‌المثل‌های آکسفورد بر بنیاد دیدگاه‌های روان‌شناختی آلفرد آدلر و اریک برن. *فرهنگ و ادبیات عامه*، سال پنجم، شماره ۱۷، ۴۷-۶۹.


صادقی‌منش، علی، علوی‌مقدم، مهیار. و استاجی، ابراهیم. (۱۳۹۸). بررسی تطبیقی «جایگاه زن» در ضرب‌المثل‌های فارسی و عربی بر بنیاد دیدگاه‌های آدلر و برن

Akbarian, I. (2010). A spice of classroom: Incorporating proverbial expressions in EFL classes. *The Journal of Asia TEFL*, 7(1), 221-238.

Bachman, L. F. (1990). *Fundamental considerations in language testing*. Oxford: Oxford University Press.

Baharian, E., & Rezai, M.J. (2014). The effect of proverbs on learning vocabulary

- through visual organizers. *International Journal of English Language Teaching*, 2(4), 16-32.
- Brown, P., & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Canale, M., & Swain, M. (1980). Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing. *Applied Linguistics*, 1(1), 1-47.
- Hadissi, K. (2010). A socio-historical approach to poetic origins of Persian proverbs. *Iranian Studies*, 43(5), 599-605.
- Hanzén, M. (2007). "When in Rome, do as the Romans do" proverbs as a part of EFL teaching. *Högskolan För Larande Och Kommunikation (HLK)*, 36, 1-27.
- Hymes, D. (1972). On communicative competence. In Pride, J.B. & Holmes, J. (Eds.). *Sociolinguistics*. Harmondsworth, UK: Penguin Books.
- Karami, F., Seifollahi, S., & Navabakhsh, M. (2020). Iranian folklore, proverbs and aspiration for development. *International Journal of Social Sciences (IJSS)*, 10(2), 19-33.
- Koutlaki, S. A. (2002). Offers and expressions of thanks as face enhancing acts: Tæ'arof in Persian. *Journal of Pragmatics*, 34(12), 1733-1756.
- Krikmann, A. (2009). *Proverb semantics: Studies in structure, logic, and metaphor*. Burlington, Vermont: Queen City Printers Inc.
- Meier, A. J. (1997). Teaching the universals of politeness. *ELT Journal*, 51(1), 21-28.
- Mieder, W. (1993). *Proverbs are never out of season. Popular wisdom in the modern age*. New York: Oxford University Press.
- Mieder, W. (2004). *Proverbs: A handbook*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Mirhosseini, S. A. (2017). Early metaphorical communication: Farsi-speaking children beginning to learn proverbs. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 7(1), 71-86.
- Richards, J. & Richards, S. (2002). *Dictionary of language teaching & applied linguistics*. London: Longman Group, Ltd.
- Richmond, E. B. (1987). Utilizing proverbs as a focal point to cultural awareness and communicative competence: Illustrations from Africa. *Foreign Language Annals*, 20(3), 213-216.
- Rong, H. (2013). Proverbs reveal culture diversity. *Cross-Cultural Communication*, 9(2), 31-35.
- Zaid, A. (2016). Using proverbs as a lead-in activity in teaching English as a foreign language. *International Journal on Studies in English Language and Literature (IJSELL)*, 4(10), 1-5.
- Zandi, B., Bahreyni, M., Sabzevari, M., & Mahdi Beyraghdar, R. (2019). Socio-cognitive analysis of taboo and euphemism in expressions, idioms and proverbs structures, of Persian and English. *LRR*, 9(6), 317-334.
- Zarkob, M. & Amini, F. (2014). Confronting analysis of proverbs in Persian and Arabic (Case study of 21 proverbs in their meaning, vocabulary and style). *Translation Researches in the Arabic Language and Literature*, 4(10), 119-139.
- Zolfaghari, H., & Ameri, H. (2012). Persian proverbs: Definitions and characteristics. *Journal of Islamic and Human Advanced Research*, 2, 93-108.
- Yousofi, N., Ebadi, S., & Pursiah, F. (2016). An exploratory emic investigation into politeness in Persian. *Teaching English Language*, 10(1), 63-86.

	<p>COPYRIGHTS © 2022 by the authors. Licenses PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0)</p>
-------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------