

Investigating the place of entrepreneurship in Arabic proverbs: with a rhetorical approach Article Type: Research

Abdulbasit Arab Yousefabadi^{*}, Ali Akbar Ahmadi Chenari², Sahar
Dehghani³

¹ Assistant Professor of Arabic Language and Literature, , University of Zabol,
Faculty of Literature and Humanities, Iran, Zabol.

² Associate Professor of Arabic Language and Literature, University of Zabol,
Faculty of Literature and Humanities, Iran, Zabol.

³ PhD Student of Arabic Language and Literature, Faculty of Literature and
Humanities, University of Hakim Sabzevari, Sabzevar, Iran.

Abstract

In a world that is constantly growing and evolving, entrepreneurship plays an important role in the development of societies. This category is one of the emphasized axes in folk culture and oral literature. A proverb is an outstanding example of folk culture that refers to various phenomena of society with a short and melodious structure derived from a folk story. In some Arabic proverbs, direct or indirect reference is made to the most important entrepreneurial indicators such as hard work, wisdom, responsibility, individualism, opportunism and income generation, which adds to the importance of research on this issue. In the present research, an attempt is made to examine the entrepreneurship category in 200 selected Arabic proverbs by relying on the descriptive-analytical method and to extract their most important directions by emphasizing the foundations of rhetoric. The results show that the high frequency of hard work (32%) and wisdom (23%) in the discussed proverbs indicates the importance of work and effort combined with wisdom and reason among Arabs. From the rhetorical point of view, the high frequency of descriptive orientation (47%) and motivational orientation (34%) shows the development of the Arab society in explaining the working conditions to the audience and motivating and encouraging them to make continuous efforts and avoid laziness.

Keywords: Arabic proverb, entrepreneurship, hard work, wisdom, descriptive orientation, motivational orientation.

^{*}Corresponding Author

arabighalam@uoz.ac.ir

بررسی جایگاه کارآفرینی در ضرب المثل های عربی: با رویکردی بلاغی

نوع مقاله: پژوهشی

^۱ عبدالباسط عرب یوسف آبادی*، علی اکبر احمدی چناری^۲، سحر دهقانی^۳

^۱ استادیار گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه زابل، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، ایران، زابل

^۲ دانشیار گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه زابل، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، ایران، زابل

^۳ دانشجوی دکتری گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه حکیم سبزواری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی ایران، سبزوار

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۲۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۲۹

چکیده

در جهانی که پیوسته در حال رشد و تحول است، مقوله کارآفرینی نقشی مهم در جریان توسعه جوامع دارد. این مقوله یکی از محورهای مورد تأکید در فرهنگ عامیانه و ادبیات شفاهی به شمار می آید. ضرب المثل نمونه ای برجسته از فرهنگ عامیانه است که با ساختاری کوتاه و آهنگین و برگرفته از داستانی عامیانه به پدیده های مختلف جامعه اشاره دارد. در برخی از ضرب المثل های عربی به مهم ترین شاخص های کارآفرینی همچون سخت کوشی، خردمندی، مسئولیت پذیری، فردگرایی، فرصت طلبی و درآمدزایی اشاره می شود که این امر بر اهمیت پژوهش در این موضوع می افزاید. در پژوهش حاضر تلاش می شود با تکیه بر روش توصیفی-تحلیلی، مقوله کارآفرینی در ۲۰۰ ضرب المثل منتخب عربی مورد بررسی قرارگیرد و مهم ترین جهت گیری های بلاغی آن ها استخراج گردد. نتایج نشان می دهد فراوانی بالای شاخصه سخت کوشی (۳۲٪) و خردمندی (۲۳٪) در ضرب المثل های مورد بحث، بیانگر اهمیت کار و تلاش توأم با خرد و عقل در میان عرب هاست. از منظر بلاغت نیز فراوانی بالای جهت گیری توصیفی (۴۷٪) و انگیزشی (۳۴٪) نشان دهنده توسعه جامعه عرب در توضیح و تبیین شرایط کاری برای مخاطب و ایجاد انگیزه در وی و تشویق به تلاش مداوم و پرهیز از تنبلی و سستی است.

کلیدواژه ها: ضرب المثل عربی، کارآفرینی، سخت کوشی، خردمندی، جهت گیری توصیفی، جهت گیری انگیزشی.

۱. مقدمه

در تعریفی کلی، مفهوم کار به عنوان وظیفه‌ای تعریف می‌شود که فرد ملزم به انجام آن است و برای انجام آن باید تلاش و تمرکز زیادی داشته باشد. از دیگرسو؛ نیاز انسان به زنده ماندن، او را به سمت کار سوق می‌دهد و این، کار است که برای انسان ارزش می‌سازد و او را دارای جایگاهی خاص در میان دیگر افراد جامعه می‌کند. واژه کارآفرینی (Entrepreneurship) از جمله واژه‌های قدیمی است که عموماً با موفقیت‌های حاصل شده از ایده‌های خلاق برای ایجاد کسب‌وکار و همچنین ایجاد کار جدید تعریف می‌شود. فرهنگ کار مجموعه‌ای از ارزش‌ها و باورهای پذیرفته‌شده در هر کشور است که به‌طور یکسان جزو سیاست‌های تمامی کشورها نیز محسوب می‌شود.

۱-۱. بیان مسئله

ادبیات شفاهی از مهمترین عناصر سازنده فرهنگ ملی است و گنجینه‌ای از پند و اندرز، تجارب افراد و ارزش‌های جامعه است که تأثیر گسترده‌ای بر افکار و اعمال افراد جامعه دارد. ضرب‌المثل‌ها -از انواع ادبیات شفاهی- نقش قوانین را در جوامعی بازی می‌کند که وضعیت مكتوب ندارند؛ اما مردم از آن استقبال کرده و به شدت به آن اعتقاد دارند. یکی از مسائلی که به‌صورت شفاهی به عنوان قانون در جامعه مطرح می‌شود و مردم به آن توجه ویژه‌ای دارند، مسئله کارآفرینی و توصیف، تشویق و ترغیب به آن است. در ضرب‌المثل‌ها همچون دیگر گونه‌های ادبیات شفاهی به فرهنگ کار توجه ویژه‌ای می‌شود و با عباراتی ساده و قابل فهم؛ اما عمیق و گاهی نمادین، مشاغل مختلف و شرایط موفقیت در آن، توصیف شده و به انجام کار و اقدام عملی تشویق و دستور داده می‌شود.

مهم‌ترین شاخص‌های کارآفرینی که در ضرب‌المثل‌ها به آن‌ها اشاره می‌شود عبارت‌است از آینده‌نگری، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی، همکاری، رعایت نظم، مسئولیت‌پذیری، سخت‌کوشی و انعطاف‌پذیری (هزار جریبی، ۱۳۸۹: ۱۰). برخی از پژوهشگران موارد دیگری همچون وقت‌شناسی، کسب روزی حلال، احساس مسئولیت، وجدان کاری و سحرخیزی (ظاهری عبدوند، ۱۳۹۷: ۲۰) را نیز جزو شاخص‌های کارآفرینی برشمردند. از دیگرسو؛ از منظر بلاغی نیز می‌توان این شاخص‌ها را در چهار دسته کلی جهت‌گیری توصیفی، عاطفی، انگیزشی و آمرانه قرارداد و بررسی کرد که در فرهنگ شفاهی بیشتر به توصیف کار و کارآفرینی تأکید شده‌است یا تشویق و دستور به آن. در این جستار تلاش می‌شود مهم‌ترین شاخص‌های کارآفرینی در ۲۰۰ ضرب‌المثل منتخب عربی بررسی شود و از منظر بلاغی، مهم‌ترین جهت‌گیری‌های آن‌ها مشخص گردد. لازم به ذکر است در برخی از این ضرب‌المثل‌ها اشاره‌ای مستقیم به مسئله

کارآفرینی شده است و در برخی دیگر نیز به صورت ضمنی و غیرمستقیم؛ لذا معیار انتخاب ضرب المثل های مورد بحث صرفاً شیوه بیان مستقیم نیست؛ بلکه هر دو شیوه ملاک است.

۲-۱. ضرورت و اهمیت پژوهش

ضرورت آشنایی با کارآفرینی از آنجا نشأت می گیرد که میزان مفید بودن فعالیت افراد را در زندگی فردی و اجتماعی بیان می دارد. این ضرورت به حدی است که پیشنهاد کار و کارآفرینی در همه جوامع مورد توجه قرار می گیرد. بنابراین برای شناخت پیشنهاد کارآفرینی بایستی به ادبیات شفاهی آن جامعه یا به عبارتی دیگر به ضرب المثل های آن جامعه که نوعی از ادبیات شفاهی جامعه را تشکیل می دهد، مراجعه نمود تا بتوان مسئله کارآفرینی را از آن استخراج نمود و اهمیت و جایگاه آن را مورد بررسی قرار داد.

۳-۱. پرسش های پژوهش

- برجسته ترین شاخص های کارآفرینی در ضرب المثل های عربی کدامند؟
- از منظر بلاغت، پربسامدترین جهت گیری نسبت به مسئله کارآفرینی در ضرب المثل های عربی کدام است؟

۴-۱. پیشنهاد پژوهش

تاکنون پژوهش های متعددی درباره تحلیل محتوایی و ساختاری ضرب المثل های عربی انجام شده است. از آن جمله: وناس (۲۰۱۵م) در پایان نامه «الأمثال الأخلاقية في العصر الجاهلي» مهم ترین مفاهیم اخلاقی مندرج در ضرب المثل های دوره جاهلی را استخراج نموده و آن ها را بر اساس محورهای ادبیات تعلیمی تحلیل نمود. عابی (۲۰۱۶م) در پایان نامه «الدلالات الاجتماعية في الأمثال الشعبية: منطقة أولاد عدي لقبالة» ضرب المثل های عامیانه یکی از مناطق الجزایر را استخراج نمود و بر اساس مبانی جامعه شناسی آن ها را ارزیابی کرد. کشیک (۲۰۱۴م) در مقاله «المضامين التربوية للأمثال السائدة في البيئة الدمشقية» با تحلیل ضرب المثل های عامیانه دمشق، آن ها را بر اساس رویکردهای تربیتی-اخلاقی مورد بررسی قرار داد. عایشه (۲۰۲۰م) در مقاله «القيم الاجتماعية والأخلاقية في الأمثال الشعبية الجزائرية» با جمع آوری مهم ترین ضرب المثل های عامیانه الجزایر، آن ها را بر اساس محورهای اخلاقی و جامعه شناسی تحلیل نمود.

همچنین چند پژوهش دیگر یافت شد که با موضوع پژوهش حاضر همسو است. از آن‌جمله: ازکیا و پاک‌سرشت (۱۳۷۷ش) در مقاله «فرهنگ توسعه در ادبیات کرد» که بر این باورند مضامین فرهنگی مثبت درباره کار در ضرب‌المثل‌های کردی بیشتر بازتاب یافته‌است. سبحانی‌نژاد و همایی (۱۳۸۴ش) در مقاله «میزان توجه به نگرش فرهنگ کار در کتاب‌های درسی دوره راهنمایی کشور» معتقدند در این کتاب‌ها بیشتر به بُعد شناختی فرهنگ کار و به مؤلفه‌های رعایت بهداشت و ایمنی حرفه‌ای، همدلی و همکاری، بیشترین و به مؤلفه‌های صداقت و انتقادات سازنده، کمترین توجه شده‌است. عزتی (۱۳۹۱ش) در مقاله «مؤلفه‌های سنتی کار در ادبیات شفاهی» مهم‌ترین مؤلفه‌های فرهنگ کار در ادبیات عامه را شامل اراده، قناعت، ساده‌زیستی، تجمل‌گرایی و اسراف می‌داند. آزاد ارمکی و همکاران (۱۳۹۲ش) در مقاله «تحلیل کیفی نگرش توسعه‌ای در ادبیات عامه: با تأکید بر ضرب‌المثل‌های لری» به بررسی مقوله‌هایی همچون ارزش‌های اخلاقی، خردمندی، جمع‌گرایی، تقدیرگرایی، جایگاه انتسابی و عام‌گرایی در ضرب‌المثل‌های لری پرداختند. نظری و کیانی (۱۳۹۵ش) در مقاله «نقش هسته کارآفرینی در توسعه کارآفرینی برای رشته زبان و ادبیات عربی» معتقدند در رشته زبان و ادبیات عربی باید دانش کارآفرینی، مهارت آن و نیز نگرش استادان و دانشجویان مورد بازنگری اساسی قرار گیرد. بنابراین برای فعال‌کردن کارآفرینی در این رشته می‌بایست در سرفصل‌های درسی به این موضوع توجه شود. ظاهری عبدوند (۱۳۹۷ش) در مقاله «بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری» بر این باور است که از طریق ضرب‌المثل‌های بختیاری، ارزش‌ها و باورهای مهمی درباره کار و کارآفرینی نهاده می‌شود؛ زیرا در آن‌ها تأکید می‌شود که انسان باید در انجام کارها، پشتکار و سخت‌کوشی داشته باشد و همواره مسئولیت‌پذیر باشد.

باتوجه به پیشینه یاد شده، تاکنون هیچ پژوهشی به‌صورت مستقل به بررسی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های عربی نپرداخته‌است؛ بنابراین نویسندگان این مقاله می‌توانند به درستی ادعا کنند که این نخستین پژوهشی است که به این موضوع می‌پردازد.

۲. تحلیل شاخص‌های کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های عربی

کارآفرینی مفهومی مهم است که طیف وسیعی از فعالیت‌ها را دربرمی‌گیرد. این مفهوم در فرهنگ و ادبیات شفاهی شامل شاخص‌ها و مؤلفه‌هایی است که نیاز است ضمن شناخت و دسته‌بندی آن‌ها، وضعیت مطلوب و مناسب هر یک را در ارتقای سطح کیفی جامعه و توسعه و رشد آن سنجید. مهم‌ترین شاخص‌های کارآفرینی عبارت است از سخت‌کوشی، تقدیرگرایی،

خردمندی، مسئولیت‌پذیری، درآمدزایی، تخصص‌گرایی، فردگرایی، فرصت‌طلبی و غیره (ر.ک: ظاهری عبدوند، ۱۳۹۷: ۴۲). به همین جهت در این بخش به مهم‌ترین شاخص‌های کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های عربی اشاره می‌شود.

۱-۲. سخت‌کوشی

سخت‌کوشی به معنای توانایی فرد در انجام کارها و فعالیت‌هایش است. «سخت‌کوشی شامل اعتماد به نفس، تمرکز، قاطعیت و کنترل فرد در شرایط استرس‌زای شغلی است» (شاهین، ۲۰۱۶: ۲۸). در کارآفرینی بر این مسئله تأکید می‌شود که هر کس هدفی برای زندگی خود در نظر گرفته است، در راستای رسیدن به آن باید تلاش فراوان کرد؛ زیرا زندگی بدون تلاش و کوشش معنایی ندارد. در برخی از ضرب‌المثل‌های عربی، موفقیت هر فرد در گرو تلاش و سخت‌کوشی وی و پافشاری بر بر نقش‌های شغلی او تعریف می‌شود.

جدول ۱- شاخصه سخت‌کوشی در ضرب‌المثل‌های عربی			
ارجاع	توضیحات	معادل فارسی	ضرب‌المثل عربی
۳۹	اصرار به تلاش زیاد و نتیجه‌بخشی کارها	طبل توخالی	أسمع جعجعة ولا أرى طحنا
۵۸	تأکید بر اقدام عملی و جدی برای موفقیت در شغل و حرفه	از تو حرکت، از خدا برکت	ألقِ دلوک فی الدلاء
۱۱۶	تحمل تمامی سختی‌ها در حین انجام کار و استمرار بر تلاش	گنج خواهی در طلب، رنجی بپر/ خرمی می‌بایدت تخمی بکار	بقدر الكد تكتسب المعالي/ ومن طلب العلی سهر الليالي
۱۳۵	دعوت به تلاش همراه با آرامش و تعادل	آهسته برو، همیشه برو	تمشي وتدوم خير من أن تعدو ولا تقوم
۱۵۹	تلاش و استمرار زیاد در کارها	ذره ذره پشم قالی می‌شود	حبة حبة تصبح قبة
۱۸۰	اهمیت زیاد اقدام عملی در انجام کارها	به عمل کار برآید، به سخن‌دانی نیست	الداعي بلاعمل كالرامي بلا وتر
۴۶۱	اهمیت جدیت و تلاش مضاعف	جوینده یابنده است	من جد وجد
۳۳۵	تلاش فراوان تا پایان کار	کار نیکو از پُرکردن است	القطرة بدوامها تحفر الصخر

۲-۲. تقدیرگرایی

تقدیرگرایی به معنای اعتقاد فرد به عدم توانایی خود در کنترل آینده و نظارت قدرتی برتر یا نیرویی خارجی بر تمامی امور است. بنابراین فرد تمام اعمال و رویدادهای زندگی‌اش را تحت سیطره سرنوشت و تقدیر می‌داند (Bernard, 2012: 60). از منظر کارآفرینی، تقدیرگرایی نقطه مقابل سخت‌کوشی و ریسک‌پذیری است و از پیامدهای منفی کارآفرینی به شمار می‌آید؛ زیرا اعتقاد به این مسئله سبب می‌شود فرد تمایلی به کار و مشارکت نداشته باشد و شخصیتی وابسته، مطیع، بی‌اراده و منفعل داشته باشد (Goodwin, 2000: 2560). در برخی از ضرب‌المثل‌های عربی این عقیده در ذهن فرد ثبت می‌شود که چه بکوشد و چه نکوشد، قادر به تسلط بر سرنوشت و تقدیر خود نخواهد بود و نتیجه کارش به تلاش و کار وی ارتباطی ندارد؛ بلکه به تقدیر و بخت و سرنوشت و قضای الهی بستگی دارد. بنابراین این دیدگاه انگیزه و پویایی و تلاش را از او گرفته و تأثیر مستقیم بر کار و کارآفرینی وی می‌گذارد.

جدول ۲- شاخصه تقدیرگرایی در ضرب‌المثل‌های عربی			
ارجاع	توضیحات	معادل فارسی	ضرب‌المثل عربی
۴۳۲	اعتقاد به سرنوشت و تسلیم‌شدن در برابر آن	با قضا، کارزار نتوان کرد	القدر حکمة لن يستوعبها الكل
۳۷۶	اعتقاد به قدرت برتری که تصمیم‌گیرنده خیر و شر است	گر رود سر برنگردد سرنوشت	عند صفو الليالي يحدث الكدر
۱۵۵	همه چیز بر اساس تقدیر انسان رقم می‌خورد	چون قضا آید شود دانش به خواب	الحذر لا يدفع القدر
۳۹۱	همه چیز بسته به مشیت الهی است	آنچه خدا خواست همان می‌شود	«لا تقولن لشيء إني فاعل ذلك غدا إلا أن يشاء الله»
۴۱۹	کسب روزی یکی از اهداف کارآفرینی، بسته به سرنوشت و تقدیر است	اگر دنیا را گندم بردارد، خوراک کبک ریگ است	و لو كانت الأرزاق تجري على الحجا/ هلكن إذن من جهلهم البهائم
۲۰۸	میزان درآمد در هر شغلی بسته به خواست خداست	هر آن کس که دندان دهد، نان دهد	الرزق على الله
۲۴	ناکارآمدی فکر و تدبیر آدمی در برابر مشیت الهی	تدبیر دگر باشد و تقدیر دگر	إذا حلت المقادير بطلت التدابير
۴۰۹	ناکارآمدی فکر و تدبیر آدمی در برابر مشیت الهی	تدبیر دگر باشد و تقدیر دگر	العبد يدبر والله يقدر

٢-٣. خردمندی

خردمندی و یا عقل‌گرایی به معنای تکیه بر اصول عقلی و منطقی در اندیشه، رفتار و گفتار است. خردمندی در کارآفرینی به این معناست که فرد برای انجام هر کاری، ابتدا به قوه تعقل و تفکر خویش مراجعه نماید و پس از آگاهی از جزئیات آن کار و سنجش میزان آمادگی و توانایی خود، نسبت به انجام آن کار اقدام نماید (احمدپور، ۱۳۸۰: ۶۴). در ضرب‌المثل‌های عربی زیر به مسائلی همچون دوراندیشی، عاقبت‌اندیشی، مشورت، مصلحت‌اندیشی و سازش در انجام کارها اشاره می‌شود که ارتباطی مستقیم با شاخصه خردمندی دارد.

جدول ۳- شاخصه خردمندی در ضرب‌المثل‌های عربی			
ضرب‌المثل عربی	معادل فارسی	توضیحات	ارجاع
ثمرة الحزم السلامة	هر که اول بنگرد پایان کار/ اندر آخر او نگردد شرمسار	دوراندیشی در انجام کارها	۱۴۲
درهم وقایة خیر من قنطار علاج	علاج واقعه قبل از شروع باید کرد	عاقبت‌اندیشی پیش از شروع کار	۱۸۲
بیضة الیوم خیر من دجاجة الغد	سیلی نقد به ز حلوای نسیه است	ترجیح دادن نتیجه واقعی کوچک به نتیجه غیرواقعی بزرگ	۱۲۰
کما تزرع تحصد	هر چقدر پول بدی، آش می‌خوری	نتیجه هر کاری، در گرو شیوه انجام منطقی و معقول آن کار است	۳۷۸
أول الحزم المشورة	اول استشاره، سپس استخاره	تشویق به مشورت گرفتن در کارها	۲۱
کل امرئ یحتطب فی حبله	هر کسی مصلحت خویش نکو می‌داند	تأکید بر مصلحت‌اندیشی در کارها	۳۵۳
أكدح لی أكدح لك	با هر دست دادی از همان دست پس می‌گیری	اهمیت سودآوری و سوددهی در کارها (معامله دوسویه)	۵۳
عصفور فی الید خیر من عشرة علی الشجرة	سنگ به از گوهر نایافته	کار کوچک معقول بهتر از کارهای بزرگ نامعقول است	۲۸۹
عند تناهي الشدة تكون الفرجة	از ابر سیه بارد آب سفید	عدم ناامیدی به هنگام انجام کارها	۲۹۴

۲-۴. مسئولیت‌پذیری

مسئولیت‌پذیری به تعهد درونی کارآفرین در انجام وظایف و مسئولیت‌هایش گفته می‌شود. کارآفرین به فکری منسجم و ذهنی آرام نیاز دارد تا بتواند مطابق اصول مشخص‌شده، وظایفش را انجام دهد و در صورت ناهماهنگی، تمامی عواقب کار را به عهده گیرد (شاهین، ۲۰۱۶: ۳۱). مسئولیت‌پذیری یکی از مهم‌ترین مفاهیمی است که در ادبیات شفاهی و به‌ویژه ضرب‌المثل‌ها تأکید زیادی به آن شده‌است. برخی از ویژگی‌های افراد مسئولیت‌پذیر عبارت است از عمل‌گرایی، تعهد، نظارت، نتیجه‌گرایی، قابلیت‌سنجی، آگاهی و کاردانی. در ضرب‌المثل‌های عربی موردبحث نیز به‌صورت جداگانه به هریک از این ویژگی‌ها اشاره شده‌است و از مخاطب خواسته می‌شود در انجام کارها دارای روحی مسئولیت‌پذیر باشد:

جدول ۴- شاخصه مسئولیت‌پذیری در ضرب‌المثل‌های عربی			
ارجاع	توضیحات	معادل فارسی	ضرب‌المثل عربی
۴۷	انجام کارها تا مرحله آخر	کار را که کرد، آن‌که تمام کرد	الأعمال بخواتمها
۵۰	عمل کردن مسئولیت‌های شغلی به دور از شعارزدگی	به عمل کار برآید، به سخن‌دانی نیست	الأفعال أبلغ من الأقوال
۳۸۳	انجام تعهدات و مسئولیت‌ها در موعد مقرر	کار امروز به فردا مفکن	لا تؤجل عمل اليوم إلى الغد
۵۱۷	لزوم انجام تعهدات و مسئولیت‌های شغلی	مرد است و قولش	وعد الکرم دین
۲۶۵	در انجام مسئولیت‌ها، فرد باید مسئولیت‌پذیر باشد	کل اگر طبیب بودی سر خود دوا نمودی	طبیب یداوئ الناس وهو مریض
۷	لزوم انجام مسئولیت‌های شغلی تا مرحله پایان کار	کار را که کرد؟ آن‌که تمام کرد	أتبع الفرس لجامها والناقة زمامها
۵۳۷	فرد مسئولیت‌پذیر هر کاری را به درستی انجام می‌دهد	اگر علی ساربان است، می‌داند شتر را کجا بخواباند	یعلم من حیث تؤکل الکتف
۳۹۸	واگذاری کارها به افراد متخصص و کاردان	آدم به یک کار به همه کار، آدم به همه کار به هیچ کار	لا یجمع سیفان فی غمد

٢-٥. درآمدزایی

درآمد مجموعه‌ای از دستمزدها، سود، حقوق، اجاره و پرداخت بهره است که در دوره مشخص زمانی و در ازای خدمات فرد حاصل می‌شود. اصلی‌ترین بخش کارآفرینی به درآمدزایی آن برمی‌گردد. به همین دلیل، ایده‌پردازی باید به ایجاد و افزایش درآمد کمک کند و کسب و کار تازه‌ای راه بیندازد (احمدپور، ۱۳۸۰: ۴۵). در برخی از ضرب‌المثل‌های عربی به‌طور مستقیم تأکید می‌شود که در انجام هر کاری، اگر سرمایه و پول نباشد و یا این‌که به درآمد قابل‌قبولی منتهی نشود، آن کار و شغل جایگاه خاصی ندارد و صاحب شغل نیز از چشم دیگران می‌افتد.

جدول ۶- شاخصه درآمدزایی در ضرب‌المثل‌های عربی			
ارجاع	توضیحات	معادل فارسی	ضرب‌المثل عربی
۷۸	تأکید بر اهمیت پول در راه‌اندازی کارها	تا پول داری رفیقتم، قربان بند کی‌فتم	إِنْ قَلَّ مَالِي فَلَا خَلٌّ يَصَاحِبُنِي
۱۸۱	مهم‌ترین مؤلفه کارآفرینی، میزان درآمد مشاغل است	زَر زَر آرد، گنج گنج	الدرهم بالدرهم تكسب
۱۸۱	درآمد بالاترین شاخصه موفقیت در شغل است	به زر آسان شود دشوار عالم	الدرهم مراهم
۱۱۶	حفظ سرمایه ولو به قیمت از دست‌دادن علاقه‌مندی‌ها	بی‌مایه فطیره	بَقِّ نَعْلِيكَ وَابْدُلْ قَدَمِيكَ
۱۹۷	نگاه اطرافیان صرفاً به میزان درآمد فرد است	تا پول داری رفیقتم	رَأَيْتَ النَّاسَ قَدْ مَالُوا إِلَى مَنْ عِنْدَهُ مَالٌ
۴۲۱	درآمدزایی باعث جذب گروه‌های مختلف می‌شود	زر نداری، نتوانی رفت به زور از دریا	لَوْلَا الدَّرَاهِمُ مَا حَيَّاكَ إِنْسَانٌ
۴۲۱	تأکید بر معامله نقد جهت موفقیت در کسب و کار	سرکه نقد به ز حلوای نسیه	لَا تَبِعْ نَقْدًا بَدِينٍ
۱۴۰	پول و درآمد فرد مهم‌تر از چهره و ظاهر اوست	سرخر باش صاحب زر باش	ثَأْدَاءُ وَجْهِ شَافِهِ التَّرْغِيسِ

۲-۶. تخصص‌گرایی

تخصص‌گرایی به این معناست که هر فرد بر اساس سابقه کاری و تخصصش، در یک زمینه‌ای فعالیت نماید. تخصص‌گرایی، شاخص پیشرفت علم و کار در هر جامعه‌ای است؛ زیرا توسعه گرایش‌های تخصصی نشان‌دهنده تلاش اندیشمندان و مدیران آن جامعه در جهت توسعه علم و درنوردیدن مرزهای موجود است (فتاحی، ۱۳۸۳: ۳). در فرهنگ شفاهی عربی و به‌خصوص ضرب‌المثل‌های عربی تأکید می‌گردد که باید افرادی برای مسئولیت‌های شغلی مختلف در نظر گرفته شود که از نظر عملکرد، توانایی و تخصص به آن مسئولیت کاملاً اشراف داشته و در آن زمینه، کاردان و حرفه‌ای باشد.

جدول ۷- شاخصه تخصص‌گرایی در ضرب‌المثل‌های عربی			
ارجاع	توضیحات	معادل فارسی	ضرب‌المثل عربی
۴۶	ضرورت انجام کارها توسط افراد خبره و کاردان	کار را به کاردان بسپار	أعط القوس باريها
۵۹	داشتن تخصص مهم‌ترین عامل موفقیت در کارها	هر کسی را بهر کاری ساختند	أمّ الأخرس تعرف بلغة الخرسان
۶۰	ابن بجده: کسی که خاک مناسب کشاورزی را می‌شناسد	راز درون پرده ز رندان مست پرس	أنا ابن بجدها
۳۱۵	ضرورت فعالیت هر فرد در زمینه تخصصی خود	از کوزه همان برون تراود که در اوست	فعل المرء يدل على أصله
۳۶۹	مناسب‌بودن هر فرد برای یک زمینه شغلی خاص	از خُم سرکه، سرکه پالاید	كلّ يعمل علي شاكلته
۲۱۵	موفقیت در کارها به جثه و قامت نیست؛ بلکه به تخصص و عملکرد است	فلفل نبین چه ریزه بشکن ببین چه تیزه	زعمت أن العير لا يقاتل
۳۱۲	هر شغل برای افرادی خاص مناسب است	هر کسی را بهر کاری ساختند	لكل ثوب لابس

٢-٧. فردگرایی

فردگرایی به معنای قراردادادن فرد در مرکز توجه است، به طوری که حقوق فرد، حریم خصوصی و عقیده فردی وی در هر شرایطی محترم شمرده شود (السرای، ۲۰۲۱: ۱۸). فردگرایی در کارآفرینی به این معناست که اهداف و خواسته‌های فرد در نظر گرفته شود و برای استقلال و خوداتکایی وی ارزش داده شود و منافع او نسبت به اعضای گروه در اولویت قرار گیرد (الکحلانی، ۲۰۰۴: ۲۳). پژوهشگران رابطه مثبتی میان فردگرایی و کارآفرینی متصورند و بر این باورند که نگاه اجتماعی مثبت به ارزش‌های فردی و دیدگاه‌های فردگرایانه، آثار مثبتی بر توسعه کارآفرینی دارد (Codrina Conțiu, 2008: 2). برای تبیین بهتر این مسئله نیاز است میان دو نوع فردگرایی مثبت و منفی تفاوت قائل شد. تاکنون هر آنچه درباره فردگرایی گفته شد، در تعریف فردگرایی مثبت است که از مهم‌ترین شاخص‌های توسعه‌یافتگی نیز به شمار می‌آید؛ اما فردگرایی منفی معطوف به منیت، خودمداری، اتکای افراطی فرد به خود و کسب سود شخصی با ضرر دیگران است. این نوع فردگرایی فاقد هرگونه اعتبار و جایگاه در کارآفرینی است (جوادی و هاشمی، ۱۳۸۷: ۱۴۵). در ضرب‌المثل‌های عربی مربوط به کارآفرینی نمودهایی از فردگرایی مثبت یافت شد که در جدول زیر به برخی از آنها اشاره می‌شود:

جدول ۸- شاخصه فردگرایی در ضرب‌المثل‌های عربی			
ارجاع	توضیحات	معادل فارسی	ضرب‌المثل عربی
۵۲	اتکای صرف به خود در برابر سختی‌های کار	هر که به امید همسایه نشست، گرسنه می‌خوابد	إقْلَعْ شَوْكُكَ بِيَدِكَ
۲۳	تأکید بر استقامت و خوداتکایی فرد در انجام کارهای سخت	چوب نرم را موریانه می‌خورد	إِذَا لَمْ تَكُنْ ذَبْئاً أَكَلْتَكِ الذَّنَابُ
۲۲	سخت‌کوشی و استقلال فردی عامل موفقیت در کارها	یک صبر کن و هزار افسوس مخور	إِذَا ثَارَتْ خُطُوبُ الدَّهْرِ يَوْمًا فَقَابِلْهَا بِعِزٍّ غَيْرِ وَانِّ
۴۴۰	امید و اتکای به خود در انجام کارها	کس نخارد پشت من جز ناخن انگشت من	مَا حَاكَ جِلْدُكَ مِثْلَ ظَفَرِكَ
۴۴۱	امید و اتکای به خود در انجام کارها	کس نخارد پشت من جز ناخن انگشت من	مَا سَدَّ فَمُكَ مِثْلَ ذَاتِ يَدَيْكَ
۳۵۳	تأکید بر خوداتکایی در مسیر کارآفرینی	هر کسی کار خودش، بار خودش، غله به انبار خودش	كُلْ أَمْرِي فِي شَأْنِهِ سَاعَ
۲۳۵	هر فرد به میزان تلاش فردی خود انتظار نتیجه داشته باشد	کار کنی نان می‌خوری، کار نکنی سنگ	شُبُّ شَوْبًا لَكَ بَعْضُهُ

۸-۲. فرصت‌طلبی

فرصت‌ها به لحظات و مهلت‌هایی گفته می‌شود که منجر به فعالیت و نتیجه مثبت می‌شود. فرصت‌طلبی به معنای بهره‌گیری از فرصت مطلوب و زمان مناسب برای نیل به اهداف و انجام دادن کاری خاص و یا تغییر رویه بر اساس تغییرات اوضاع است (Stevenson & Gumpurt, 1983: 86). افراد فرصت‌طلب برای حفظ منافع خود و گروهشان از هیچ کوششی دریغ نمی‌کنند و تا می‌توانند خود را با هر شرایطی تطبیق می‌دهند. با خوانش برخی از ضرب‌المثل‌های عربی چنین برداشت می‌شود که استفاده اثربخش از فرصت‌طلبی، ضرورتی است که برای موفقیت و پیشرفت شغلی مدنظر است؛ بنابراین اگر فرصت شغلی مناسب و یا شرایط درآمدی خوبی فراهم شد نباید آن را به تأخیر انداخت.

جدول ۱۰- شاخصه فرصت‌طلبی در ضرب‌المثل‌های عربی			
ارجاع	توضیحات	معادل فارسی	ضرب‌المثل عربی
۱۷۵	عدم تأخیر در انجام فرصت‌های پیش‌آمده	در کار خیر حاجت هیچ استخاره نیست	خير البر عاجله
۲۵۲	استفاده بی‌درنگ از فرصت‌های شغلی	شکار سر تیر که آمد، باید زد	صيدك إن لم تحرمه
۴۹	انجام کارها در همان لحظه‌ای که فراهم می‌شود	فرصت را غنیمت بشمار	اغرس العود مادام لَدْنَا
۱۴	غنیمت‌شمردن فرصت‌های مطلوب	وقت را غنیمت دان، آن‌قدر که بتوانی	اختم بالطين مادام رطباً
۳۰۴	وقتی که شرایط مهیاست باید به کار موردعلاقه پرداخت	بخت، فقط یکبار در خونه آدم رو می‌زند	غاب القط لعب يا فأر
۴۴	هر کار را تازه و در وقت مناسب باید انجام داد	تا تنور داغ است نان را باید پخت	اضرب حديدًا حامياً، لا نفع منه إن برد
۲۹۸	تأکید بر اهمیت زمان انجام کار و غنیمت‌شمردن آن	وقت طلاست	الفرصة سريعة الفوت بطيئة العود
۳۴	تا زمانی که شرایط فراهم است باید دست به کار شد	ماهی را هر وقت از آب بگیری تازه است	إذا هبت رياحك فاغتنمها
۳۱۹	عدم تأخیر در انجام فرصت‌های پیش‌آمده	کار امروز به فردا مفکن	في التأخير آفات

٣. تحلیل جهت گیری های بلاغی در ضرب المثل های عربی

منظور از جهت گیری، قواعد و اصولی است که مستقیماً بر فعالیت ها و گفته های افراد تأثیر گذاشته و عملکرد آن ها را تقویت و تداوم می بخشد. پیام رسان با توجه به شرایط و موقعیتی که در آن قرار دارد، برای بیان یک موضوع از جهت گیری های توصیفی، عاطفی، انگیزشی و آمرانه استفاده می نماید (سبحانی نژاد و همایی، ۱۳۸۴: ۴). لازمه درک و تحلیل جهت گیری در ضرب المثل های کارآفرینی بدان جهت است که درک شود آیا یک شغل و شرایط موفقیت در آن، صرفاً توصیف می شود یا درباره ابعاد آن به مخاطب شناخت خاصی داده می شود و یا این که از ابزارهای زبانی به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم برای ایجاد انگیزه و تشویق در مخاطب استفاده می شود. برای درک بهتر این مسئله، در ادامه به هریک از این جهت گیری ها با مصادیقی از ضرب المثل های کارآفرینی عربی اشاره می شود.

٣-١. توصیفی

در این نوع از جهت گیری، پیام رسان هر آنچه را که در واقعیت روی می دهد به همراه نظر خود درباره درستی و نادرستی آن بیان می کند (طالبی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۶۹). توصیف سوژه و موقعیت و شرایط آن برای مخاطب، باعث افزایش شناخت بیشتر وی نسبت به آن سوژه می شود. در ضرب المثل های عربی غالباً از این نوع جهت گیری برای افزایش درک مخاطب نسبت به کار و شرایط موفقیت در آن استفاده می شود.

جدول ۱۱- جهت گیری توصیفی در ضرب المثل های عربی			
ارجاع	توضیحات	معادل فارسی	ضرب المثل عربی
۲۳	توصیف اعتقاد به تقدیر الهی در تقسیم روزی و کسب و کار	چون قضا آید فرو پوشد بصر	إذا جاء القضاء عمي البصر
۵۴	توصیف اهمیت کامل کردن کارها تا مرحله آخر	کار را که کرد، آن که تمام کرد	الإكram بالإتمام
۸۰	توصیف منطقی بودن نتایج مشاغل با میزان تلاش فرد	هر عمل اجری و هر کرده جزایی دارد	إنك لا تجني من الشوك العنب
۱۲۴	توصیف اهمیت ریسک پذیری در مشاغل	اگر به آب نرنی شناگر نمی شوی	التاجر الجبان لا يربح ولا يخسر
۱۲۴	توصیف اهمیت تجربه اندوزی در کارها	یک زیان کردم و استاد شدم	تجارب المرء تدميه وتعليه

الجزء من جنس العمل	گندم از گندم بروید جو ز جو	توصیف متناسب بودن نتایج مشاغل با میزان تلاش فرد	۹۹
صفقة لم يشهدا حاطب (حاطب فردی مشهور و خبره در معاملات بود)	بی پیر مرو تو در خرابات، هر چند سکندر زمانی	توصیف افزایش زیان‌آوری کارها در صورت عدم مشورت با متخصصین	۲۵۱
عند الغاية يعرف السبق	جوجه را آخر پاییز می‌شمارند	توصیف محول کردن نتیجه کارها به زمان اتمام آن کار	۲۹۶

۲-۳. انگیزشی

در جهت‌گیری انگیزشی، پیام‌رسان به صورت ضمنی و با کمک ابزارهای زبانی خاص، پیام مدنظرش را به مخاطب انتقال می‌دهد. در ضرب المثل‌های کارآفرینی، هدف از جهت‌گیری انگیزشی این است که انگیزه‌ای برای اقدامات عملی مخاطب ایجاد شود و یا این‌که از انجام کاری که مناسب وی نیست، برحذر داشته شود. به نمونه‌مثال‌های زیر بنگرید:

جدول ۱۲- جهت‌گیری انگیزشی در ضرب المثل‌های عربی			
ضرب المثل عربی	معادل فارسی	توضیحات	ارجاع
لا يلدغ المرء من جحر مرتين	آدم یک‌بار پایش در چاله می‌رود	ممانعت غیرمستقیم مخاطب از زیان دوباره	۴۰۵
لا ينال العلى من قدم الحذر	نابرده رنج گنج میسر نمی‌شود	تشویق غیرمستقیم مخاطب به تلاش و کار	۴۰۵
لا بد دون الشهد من إبر النحل	هر که طاووس خواهد جور هندوستان کشد	ایجاد انگیزه غیرمستقیم برای اقدام و عمل	۳۸۱
لا يجتنى النفع من لم يحمل الضرر	هر که خربزه می‌خورد پای لرزش هم می‌نشیند	تشویق مخاطب به ناامید نشدن از ضررهای شغلی	۳۸۱
لكل طي نشر	هر خزان را ز پی، البته بهاری باشد	تشویق غیرمستقیم مخاطب به امید به روزهای خوب	۴۱۴
من اتكل على زاد غيره طال جوعه	هر که به امید همسایه نشست، گرسنه می‌خوابد	تحدیر غیرمستقیم مخاطب به عدم اتکا به دیگران	۴۵۷
من تأتى أدرك ما تمّنى	گویند سنگ لعل شود در مقام صبر	تشویق مخاطب به شکیبایی در انجام کارها	۴۶۰
هل يربحى مطر بلا سحاب	هر چه قدر پول بدی همون قدر آتش می‌خوری	تحریک مخاطب به تلاش بیشتر در انجام کارهایش	۵۰۷

٣-٣. آمرانه

در جهت‌گیری آمرانه، پیام‌رسان با بیان یک جمله، به صورت مستقیم مخاطب را ملزم به انجام کاری خاص می‌کند و یا او را از انجام آن کار منع می‌کند (مغانی، ۱۳۹۷: ۱۰۵). تفاوت جهت‌گیری انگیزشی و آمرانه در این است که در جهت‌گیری انگیزشی، تشویق و تحذیر مخاطب به صورت غیرمستقیم صورت می‌پذیرد؛ اما در جهت‌گیری آمرانه به صورت مستقیم و بی‌پرده (امر و نهی)، مخاطب مورد تشویق و تحذیر قرار می‌گیرد. در برخی از ضرب‌المثل‌های عربی مورد بحث از فعل امر و نهی برای بیان مستقیم یک خواسته به مخاطب استفاده می‌شود با این هدف که مخاطب بتواند در زمینه شغلی‌اش نتیجه مطلوب‌تری به دست آورد.

جدول ۱۳- جهت‌گیری آمرانه در ضرب‌المثل‌های عربی			
ضرب‌المثل عربی	معادل فارسی	توضیحات	ارجاع
قَدَّمَ الخُروجَ قَبْلَ الوُلوْجِ	هر که اول بنگرد پایان کار/ اندر آخر او نگردهد شرمسار	دستور مستقیم به سنجیدن ابتدا و انتهای هر کاری	۳۳۱
ثُبُّ شَوْبًا لَكَ بَعْضُهُ	کار کنی نان می‌خوری، کار نکنی سنگ	دستور مستقیم به انجام کاری که سودآور است	۲۳۵
ثَبَّتَ العَرشَ أَوَّلًا ثُمَّ انْقَشَ	اول برادريت را ثابت کن، سپس ادعای ميراث کن	دستور مستقیم به ثبات و عمل پایدار در کارها	۱۴۰
أَقْصِرْ رَأْيَكَ عَلَى مَا يَعْينُكَ	لقمه را به اندازه دهانت بردار	دستور مستقیم به انجام کارهایی در حد توان	۵۱
لَا تَحْسَبِ المَجدَ ثَمَرًا أَنْتَ أَكَلَهُ/ لَنْ تَبْلُغَ المَجدَ حَتَّى تَلْعَقَ الصَبْرَ	از تو حرکت از خدا برکت	ممانعت مستقیم از دست‌کم گرفتن کارها و عدم شکیبایی	۳۸۴
قَدَّرَ لِرَجْلِكَ قَبْلَ الخَطْوِ مَوْضِعَهَا	اول اندیشه وانگهی گفتار	دستور مستقیم به دوراندیشی در کارها	۳۳۰
دَمَيْتَ لَجَنَبِكَ قَبْلَ النُّومِ مَضْطَجِعًا	دریغ سود ندارد چو رفت کار از دست	دستور مستقیم به پیشگیری از اتفاقات ناخوشایند قبل از رخ دادن آن‌ها	۱۸۳
تَعَاشَرُوا كَالْإِخْوَانِ وَتَعَامَلُوا كَالْأَجَانِبِ	حساب حسابه کاکا برادر	دستور مستقیم به عدم رودربایستی در معاملات	۱۳۳
إِلْبَسْ حَصِيرَةَ وَلَا تَلْبَسْ عَارِيَةَ	گوشت رانم را می‌خورم، منت قصاب را نمی‌کشم	امر و نهی مستقیم از تکیه صرف به دیگران در کارها	۵۷

۳-۴. عاطفی

جهت‌گیری عاطفی به گونه‌ای از گفتار گفته می‌شود که بیانگر حالات روحی و روانی پیام‌رسان است و معمولاً با عبارات دعایی، آرزو، تعجب و التماس همراه است. در ضرب‌المثل‌های کارآفرینی عربی موردبحث عباراتی که دال بر جهت‌گیری عاطفی باشد، یافت نشد. علت این امر را می‌توان در این دانست که در حوزه کارآفرینی، عموماً نگاهی واقع‌گرایانه صورت می‌پذیرد، بدین‌گونه که یا برای مخاطب توضیحاتی درباره راه‌اندازی مشاغل و شرایط و وضعیت آن‌ها داده می‌شود و یا اینکه به صورت مستقیم و غیرمستقیم او را به انجام یک کار تشویق و ترغیب کرده و یا از انجام کاری منع می‌کند؛ لذا در کارآفرینی مجالی برای دعا و آرزو -که خارج از دایره واقعیت و حقیقت است- فراهم نیست.

نتیجه‌گیری

در پاسخ به پرسش نخست پژوهش باید گفت برجسته‌ترین شاخص‌های کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های عربی منتخب، به ترتیب شامل سخت‌کوشی (۳۲٪)، خردمندی (۲۳٪) و مسئولیت‌پذیری (۱۴٪) است. علت چنین بسامدی را می‌توان در این دانست که در فرهنگ کارآفرینی عموماً بر میزان تلاش و فعالیت کارآفرین تأکید می‌شود و از او خواسته می‌شود با تمام توان و قدرتی که در اختیار دارد برای شغل خویش مایه بگذارد (سخت‌کوشی). همچنین باید از هوش و خرد بالایی در مدیریت کارها بهره‌مند باشد (خردمندی)؛ بدین‌شکل که از صاحب‌نظران عرصه کارآفرینی مشورت گرفته و از تجارب آن‌ها استفاده نماید و کارها را تا مرحله آخر آن انجام دهد و نسبت به انجام هر کاری، از قبل دوراندیشی داشته باشد. بنابراین کارآفرین موفق در انجام مسئولیت‌هایش از هیچ کوششی دریغ نمی‌کند (مسئولیت‌پذیری). جدول زیر گویای توضیحات فوق است:

بسامد و فراوانی حضور شاخص‌های کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های عربی								
بسامد	فراوانی	خردمندی	مسئولیت‌پذیری	دوراندیشی	تخصص‌گرایی	خوش‌نظمی	خردگری	تفکر
۶۳	۳۲٪	۴۷	۲۸	۱۷	۱۴	۱۲	۱۰	۹
۲۰۰	۱۰۰٪	۲۳٪	۱۴٪	۹٪	۷٪	۶٪	۵٪	۴٪

در پاسخ به پرسش دوم پژوهش باید گفت از منظر بلاغت، پربسامدترین جهت‌گیری‌ها در ضرب‌المثل‌های کارآفرینی عربی به ترتیب جهت‌گیری توصیفی (۴۷٪)، انگیزشی (۳۴٪) و

آمرانه (١٩٪) است. همچنین جهت‌گیری عاطفی هیچ حضوری در ضرب‌المثل‌های موردبحث ندارد. در توضیح باید افزود بر اساس آمار، در ضرب‌المثل‌های موردبحث ابتدا یک فعالیت شغلی برای مخاطب توضیح داده می‌شود و درباره شرایط کاری، موقعیت، میزان درآمد و سنجش میزان توانایی کارآفرین صحبت می‌شود (جهت‌گیری توصیفی) و پس از آن سعی می‌شود به‌صورت غیرمستقیم و با ابزارهای زبانی خاص، مخاطب به فعالیت، تلاش، موفقیت، رشد و پویایی تشویق شود و از انجام کارهایی که در حد توان وی نیست برحذر داشته شود (جهت‌گیری انگیزشی) و پس از آن با رعایت حال مخاطب، به‌صورت مستقیم به وی در انجام کارهای خاص امر و نهی شود (جهت‌گیری آمرانه). همچنین از آن‌جاکه کارآفرینی مقوله‌ای واقع‌گرایانه است و با شاخص‌های واقعی و ملموس ارزیابی می‌شود؛ لذا در بیان آن از ساختارهای زبانی دعا، نفرین، آرزو و تعجب (جهت‌گیری عاطفی) که با اقدام و عمل فیزیکی فاصله دارد، استفاده نمی‌شود. در پایان باید گفت از لحاظ بلاغی، ساختارهای زبانی ضرب‌المثل‌های منتخب، با ماهیت کارآفرینی که بیشتر بر پایه توصیف شرایط کاری و ایجاد انگیزه و رغبت در میان کارآفرینان است، همسویی قابل‌ملاحظه‌ای دارد.

منابع

الف. کتاب‌ها

- السراي، رشيد (۲۰۲۱م). العمل الإسلامي من الفردانية إلى المؤسساتية. النجف: دار جامعة الصدر.
- شاهين، تيريزا (۲۰۱۶م). مقدمة إلى ريادة الأعمال الاجتماعية. ط ۱. باريس: منظمة التعاون.
- الكحلاني، حسن (۲۰۰۴م). الفردانية في الفكر الفلسفي المعاصر. ط ۱. القاهرة: مكتبة مدبولي.
- احمدپور دارياني، محمود (۱۳۸۰ش). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. ج ۱. تهران: پردیس.
- رضایی، ابوالفضل (۱۳۹۷ش). فرهنگ جامع تطبیقی مثل‌ها و حکمت‌ها. ج ۲. تهران: دانشگاه تهران.

ب. مجلات

- جوادی، محمدرضا؛ هاشمی، سیدضیاء (۱۳۸۷ش). «نگاهی جدید به مناقشه فردگرایی و جمع‌گرایی در جامعه‌شناسی». دانشگاه تهران: نامه علوم اجتماعی. دوره ۳۰. شماره ۳۳. صص ۱۶۱-۱۳۱.
- سبحانی‌نژاد، مهدی؛ همایی، رضا (۱۳۸۴ش). «میزان توجه به نگرش فرهنگ کار در کتاب‌های درسی دوره راهنمایی کشور». دانشگاه شاهد: پژوهش‌های آموزش و یادگیری. دوره ۳. شماره ۲. صص ۲۰-۱.
- طالبی، انسیه و همکاران (۱۳۹۶ش). «بررسی خطبه‌های جنگ امام علی(ع) بر اساس نظریه کنش گفتاری». دانشگاه فردوسی: زبان و ادبیات عربی. دوره ۹. شماره ۱۶. صص ۲۰۲-۱۶۱.
- ظاهری عبدوند، ابراهیم (۱۳۹۷ش). «بازنمایی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب‌المثل‌های بختیاری». دانشگاه تربیت مدرس: فرهنگ و ادبیات عامه. دوره ۶. شماره ۲۴. صص ۴۵-۱۹.
- فتاحی، رحمت‌الله (۱۳۸۳ش). «تخصص‌گرایی در حرفه». آستان قدس رضوی: کتابداری و اطلاع‌رسانی. دوره ۷. شماره ۴. صص ۳-۴.
- مغانی، حسین (۱۳۹۷ش). «معنی‌شناسی جملات امری در فارسی». مطالعات زبان‌ها و گویش‌های غرب ایران. دوره ۶. شماره ۲۱. صص ۹۹-۱۲۶.
- هزار جریبی، جعفر (۱۳۸۹ش). «کارآفرینی و اخلاق اسلامی». دانشگاه علامه طباطبائی: علوم اجتماعی. دوره ۱۳. شماره ۴۷. صص ۳۵-۱.

References

- Ahmadpour Dariani, Mahmood (2001). **Entrepreneurship: definitions, theories and models**. 1th Ed. Tehran: Pardis. [In Persian]
- Al-Kahlani, Hassan (2004). **Individualism in contemporary philosophical thought**. 1th Ed. Cairo: Madbouly Library. [In Arabic]
- Al-Saray, Rashid (2021). **Islamic work from individualism to institutionalism**. Najaf: University Of Sadr. [In Arabic]
- Bernard T, Dercon S, Taffess A. (٢٠١٢). "Beyond Fatalism: An Empirical Exploration of Self-Efficacy and Aspirations Failure in Ethiopia". **Development Strategy And Governance Division**. 6 (4). pp ١-٢٠.
- Codrina Conțiu, L. (2008). "The importance of individualism vs. collectivism in organizational entrepreneurship". Technical University of Kosice: **National and Regional Economics VII**. 5 (12). Pp 1-3.
- Fattahi, Rahmatullah (2004). "Specialization of professions". Astan Qods Razavi: **Library and Information Sciences**. 7 (4). Pp 3-4. [In Persian]
- Goodwin R, Allen P. (٢٠٠٠). "Democracy and Fatalism in Former Soviet Union". **Applied Social Psychology**. 7 (3). Pp ٢٥٥٩ -٢٥٧٠.
- Hezar Jaribi, Jafar (2010). "Entrepreneurship and Islamic Ethic". Allameh Tabatabaei University: **Journal of Social Sciences**. 13 (47). Pp 1-35. [In Persian]
- Javadi, Mohammadreza. & Hashemi, Seied Ziaa (2008). "The Challenge of Individualism and Collectivism in Sociology". University of Tehran: **Journal of Sociological Studies**. 30 (33). Pp 131-161. [In Persian]
- Moghani, Hossein (2018). "On the Semantics of Imperatives in Persian". Razi University: **Journal of Western Iranian Languages and Dialects**. 6 (21). Pp 99-126. [In Persian]
- Rezaei, Abolfazl (2017). **The complete encyclopedia of proverbs and wisdom**. 2th Ed. Tehran: University of Tehran. [In Persian]

- Shaheen, Teresa (2016). **Introduction to social entrepreneurship**. 1th Ed. Paris: Organization for Cooperation. [In Arabic]

- Sobhaninejad, Mahdi.& Homaei, Reza. (2005). " Work Culture Attitude in Junior High School Textbooks: A Content Analysis". University Of Shahed: **Education and learning research**. 3 (2). Pp 1-20. [In Persian]

- Stevenson HH, Gumpert D. (1985), "the heart of entrepreneurship", **Harvard Business Review**, 63 (2), Pp. 85–94.

- Talebi, Ensieh & Others (2018). "Investigating Imam Ali's War Sermons Based on the Speech Act Theory". University Of Ferdowsi: **Arabic Language & Literature**. 9 (16). Pp 161-202. [In Persian]

- Zaheri Abdovand, Ebrahim (2019). "The representation of work culture in Bakhtiari proverbs". Tarbiat Modares University: **Culture and Folk Literature**. 6 (24). Pp 19-45. [In Persian]

دراسة دور ريادة الأعمال في الأمثال العربية: دراسة موضوعية وبلاغية

نوع المقالة: أصيلة

عبدالباسط عرب يوسف آبادي*، أعلى أكبر أحمددي جناري^٢، سحر دهقاني^٣^١ أستاذ مساعد في قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة زابل، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، إيران، زابل^٢ أستاذ مشارك في قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة زابل، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، إيران، زابل^٣ طالبة الدكتوراه في قسم اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة حكيم السبزواري، إيران، سبزوار

الملخص

تلعب ريادة الأعمال دوراً رئيسياً في تقدم المجتمعات التي تتغير باستمرار، فهي من المحاور الهامة في الثقافة الشعبية والأدب الشفوي. تعدّ الأمثال نموذجاً للثقافة الشعبية وهي ذات هيكل قصير وإيقاعي ومأخوذة من حكاية شعبية تشير إلى مختلف قضايا وظواهر المجتمع. نرى بعض الأمثال العربية تشير مباشرة أو غير مباشرة إلى أهم مجالات ريادة الأعمال مثل الجهد والعقلانية والمحافظة والمسؤولية والدخل العائد، وهذا يؤكد على أهمية البحث في هذا المجال. وهذه الدراسة معتمدة على المنهج الوصفي-التحليلي تبحث عن ظاهرة ريادة الأعمال في ٢٠٠ مثل عربي مختار وتؤكد كذلك على مباني علم البلاغة واستخراج مقاصدها في المعاني الثانوية. أظهرت النتائج أن عدداً كبيراً من الأمثال المختارة تدور حول مسألة الجهد والاجتهاد (٣٢٪) والعقلانية (٢٢٪) في الأعمال اليومية، وذلك يشير إلى أهمية العمل والاجتهاد المقترنين بالعقل والحكمة عند العرب. ومن المنظور البلاغي فإن عدداً كبيراً من هذه الأمثال تنحو إلى الأساليب الوصفية (٤٧٪) والتحفيزية (٣٤٪)، وذلك يدلّ على تطور المجتمع العربي في التعبير عن ظروف العمل للجمهور وتحفيزه وتشجيعه على الاجتهاد الدائم وتجنّب الكسل والضعف.

الكلمات الرئيسية: الأمثال العربية، ريادة الأعمال، الاجتهاد، العقلانية، الأسلوب الوصفي، الأسلوب التحفيزي.