

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 ضرب‌المثل‌های عربی: با رویکردی

بلاغی

نوع مقاله: پژوهشی

^۱ عبدالباسط عرب یوسف‌آبادی*، علی‌اکبر 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 به‌شمار می‌آید. ضرب‌المثل نمونه‌ای برجسته از فرهنگ عامیانه است که با ساختاری کوتاه و آهنگین و برگرفته از داستانی عامیانه به پدیده‌های مختلف جامعه اشاره دارد. در برخی از ضرب‌المثل‌های عربی به مهم‌ترین شاخص‌های کارآفرینی همچون سخت‌کوشی، خردمندی، مسئولیت‌پذیری، فردگرایی، فرصت‌طلبی و درآمدزایی اشاره می‌شود که این امر بر اهمیت پژوهش در این موضوع می‌افزاید. در پژوهش حاضر تلاش می‌شود با تکیه بر روش توصیفی-تحلیلی، مقوله کارآفرینی در ۲۰۰ ضرب‌المثل منتخب عربی مورد بررسی قرارگیرد و مهم‌ترین جهت‌گیری‌های بلاغی آن‌ها استخراج گردد. نتایج نشان می‌دهد فراوانی بالای شاخصه سخت‌کوشی (۳۲٪) و خردمندی (۲۳٪) در ضرب‌المثل‌های مورد بحث، بیانگر اهمیت کار و تلاش توأم با خرد و عقل در میان عرب‌هاست. از منظر بلاغت نیز فراوانی بالای جهت‌گیری توصیفی (۴۷٪) و انگیزشی (۳۴٪) نشان‌دهنده 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.

کلیدواژه‌ها: ضرب‌المثل عربی، کارآفرینی، سخت‌کوشی، خردمندی، جهت‌گیری توصیفی، جهت‌گیری 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 دیگر سو؛ 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 مکتوب 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 دیگر سو؛ 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.

٢-١. 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 پیشینه کار و کارآفرینی در همه جوامع مورد توجه قرار می گیرد. بنابراین برای شناخت پیشینه 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.

٣-١. پرسش های پژوهش

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

٤-١. پیشینه پژوهش

تاکنون پژوهش های متعددی درباره تحلیل محتوایی و ساختاری ضرب المثل های عربی انجام شده است. از آن جمله: وناس (٢٠١٥م) 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 (٢٠١٦م) 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 (٢٠١٤م) 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 (٢٠٢٠م) 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 آن جمله: ازکیا و پاک‌سرشت (۱۳۷۷ش) در مقاله «فرهنگ توسعه در ادبیات کرد» که بر این باورند مضامین فرهنگی مثبت درباره کار در ضرب المثل‌های کردی بیشتر بازتاب یافته است. 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 شده است. 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 ضرب المثل‌های لری» به بررسی مقوله‌هایی همچون ارزش‌های اخلاقی، خردمندی، جمع‌گرایی، تقدیرگرایی، جایگاه انتسابی و عام‌گرایی در ضرب المثل‌های لری پرداختند. نظری و گیانی (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 ضرب المثل‌های بختیاری» بر این باور است که از طریق ضرب المثل‌های 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 به صورت مستقل به بررسی فرهنگ کار و کارآفرینی در ضرب المثل‌های عربی نپرداخته است؛ بنابراین نویسندگان این مقاله می‌توانند به درستی ادعا کنند که این نخستین پژوهشی است که به این موضوع می‌پردازد.

۲. تحلیل شاخص‌های کارآفرینی در ضرب المثل‌های 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 جمعجة 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/ خرمنی می‌بایدت تخمی بکار	بقدر الكد تكتسب المعالي / ومن طلب العلی سهر اللیالی
۱۳۵	دعوت به تلاش همراه با آرامش و تعادل	آهسته برو، همیشه برو	تمشي وتدوم خیر 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 جدّ 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 دوران‌اندیشی، عاقبت‌اندیشی، مشورت، مصلحت‌اندیشی و سازش در انجام کارها اشاره می‌شود که ارتباطی مستقیم با شاخصه خردمندی دارد.

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

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 طیب بودی سر خود دوا نمودی	طیب یداوی 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	الدراهم بالدراهم تكسب
۱۸۱	درآمد بالاترین شاخصه موفقیت در شغل است	به زر آسان شود دشوار عالم	الدراهم 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 إِلَىٰ 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	تَأْدَاءُ وَجْهِ شَافِهِ التَّرْغِيسِ

۶-۲. 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 باریها
۵۹	داشتن تخصص مهم‌ترین عامل موفقیت در کارها	هر کسی را بهر کاری ساختند	أم الأخرس تعرف بلغة الخرسان
۶۰	ابن بجده: کسی که خاک مناسب کشاورزی را می‌شناسد	راز درون پرده ز رندان مست پرس	أنا ابن بجدتها
۳۱۵	ضرورت فعالیت هر فرد در زمینه تخصصی خود	از کوزه همان برون تراود که در اوست	فعل المرء يدل على أصله
۳۶۹	مناسب بودن هر فرد برای یک زمینه شغلی خاص	از خُم سرکه، سرکه پالاید	كلُّ يعمل علي شاكلته
۲۱۵	موفقیت در کارها به جته و قامت نیست؛ بلکه به تخصص و عملکرد است	فلفل نبین چه ریزه بشکن ببین چه تیزه	زعمت أن العیر لا یقاتل
۳۱۲	هر شغل برای افرادی خاص مناسب است	هر کسی را بهر کاری ساختند	لكل ثوب لابس

٢-٧. فردگرایی

فردگرایی به معنای قراردادن 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 (2: Codrina Conțiu, 2008). 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 شَوْكَكَ بِيَدِكَ
۲۳	تأکید بر استقامت و خوداتکایی فرد در انجام کارهای سخت	چوب نرم را موریانه می‌خورد	إِذَا لَمْ تَكُنْ ذَبِيئاً أَكَلْتَكِ الذَّنَابُ
۲۲	سخت‌کوشی و استقلال فردی عامل موفقیت در کارها	یک صبر کن و هزار افسوس مخور	إِذَا ثَارَتْ خَطُوبُ الدَّهْرِ يَوْمًا فَقَابِلْهَا بِعِزِّمْ غَيْرِ وَاِنْ
۴۴۰	امید و اتکای به خود در انجام کارها	کس نخارد پشت من جز ناخن انگشت من	مَا حَاكَ جِلْدَكَ مِثْلَ ظَفْرِكَ
۴۴۱	امید و اتکای به خود در انجام کارها	کس نخارد پشت من جز ناخن انگشت من	مَا سَدَّ فَمْرَكَ مِثْلَ ذَاتِ يَدَيْكَ
۳۵۳	تأکید بر خوداتکایی در مسیر خوددش، غله به انبار خوددش	هر کسی کار خوددش، بار خوددش، غله به انبار خوددش	كُلْ أَمْرِي فِي شَأْنِهِ سَاعِ
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، آن قدر که بتوانی	اختم بالطين مادام رطبا
۳۰۴	وقتی که شرایط مهیاست باید به کار موردعلاقه پرداخت	بخت، فقط یکبار در خونه آدم رو می‌زند	غاب القط إلب يا فأر
۴۴	هر کار را تازه و در وقت مناسب باید انجام داد	تا تنور داغ است نان را باید پخت	اضرب حديدًا حاميا، 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 جهت‌گیری‌های بلاغی در ضرب‌المثل‌های عربی

منظور از جهت‌گیری، قواعد و اصولی است که مستقیماً بر فعالیت‌ها و گفته‌های افراد تأثیر گذاشته و عملکرد آن‌ها را تقویت و تداوم می‌بخشد. پیام‌رسان با توجه به شرایط و موقعیتی که در آن قرار دارد، برای بیان یک موضوع از جهت‌گیری‌های توصیفی، عاطفی، انگیزشی و آمرانه استفاده می‌نماید (سبحانی‌نژاد و همایی، ۱۳۸۴: ۴). لازمه درک و تحلیل جهت‌گیری در ضرب‌المثل‌های کارآفرینی بدان‌جهت است که درک شود آیا یک شغل و شرایط موفقیت در آن، صرفاً توصیف می‌شود یا درباره ابعاد آن به مخاطب شناخت خاصی داده می‌شود و یا این‌که از ابزارهای زبانی به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم برای ایجاد انگیزه و تشویق در مخاطب استفاده می‌شود. برای درک بهتر این مسئله، در ادامه به هریک از این جهت‌گیری‌ها با مصادیقی از ضرب‌المثل‌های کارآفرینی عربی اشاره می‌شود.

٣-١. توصیفی

در این نوع از جهت‌گیری، پیام‌رسان هر آنچه را که در واقعیت روی می‌دهد به همراه نظر خود درباره درستی و نادرستی آن بیان می‌کند (طالبی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۶۹). توصیف سوژه و موقعیت و شرایط آن برای مخاطب، باعث افزایش شناخت بیشتر وی نسبت به آن سوژه می‌شود. در ضرب‌المثل‌های عربی غالباً از این نوع جهت‌گیری برای افزایش درک مخاطب نسبت به کار و شرایط موفقیت در آن استفاده می‌شود.

جدول ۱۱- جهت‌گیری توصیفی در ضرب‌المثل‌های عربی			
ارجاع	توضیحات	معادل فارسی	ضرب‌المثل 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	الإكرام 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 ریسک‌پذیری در مشاغل	اگر به آب نرنی شناگر نمی‌شوی	التاجر الجبان لا يربح ولا يخسر
۱۲۴	توصیف اهمیت تجربه‌اندوزی در کارها	یک زیان کردم و استاد شدم	تجارب المرء تدميه وتعليه

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

۲-۳. انگیزشی

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

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			
ارجاع	توضیحات	معادل فارسی	ضرب‌المثل عربی
۳۳۱	دستور مستقیم به سنجیدن ابتدا و انتهای هر کاری	هر که اول بنگرد پایان کار/ اندر آخر او نگردد شرمسار	قَدَّمَ الخُروجَ قَبْلَ الوُجُوعِ
۲۳۵	دستور مستقیم به انجام کاری که سودآور است	کار کنی نان می‌خوری، کار نکنی سنگ	سُئِبَ شَوْبًا لَكَ بَعْضُهُ
۱۴۰	دستور مستقیم به ثبات و عمل پایدار در کارها	اول برادریت را ثابت کن، سپس ادعای میراث کن	ثَبِّتِ العَرشَ أَوَّلًا ثُمَّ انقِشْ
۵۱	دستور مستقیم به انجام کارهایی در حد توان	لقمه را به اندازه دهانت بردار	أَقْصِرْ رَأْيَكَ عَلَي مَا يَعْينُكَ
۳۸۴	ممانعت مستقیم از دست‌کم گرفتن کارها و عدم شکیبایی	از تو حرکت از خدا برکت	لَا تَحْسَبِ المَجدَ ثَمَرًا أَنْتَ أَكَلَهُ/ لَنْ تَبْلُغَ المَجدَ حَتَّى تَلْعَقَ الصَّبْرَ
۳۳۰	دستور مستقیم به دوراندیشی در کارها	اول اندیشه و انگهی گفتار	قَدَّرْ لِرِجْلِكَ قَبْلَ الخَطْوِ مَوْضِعَهَا
۱۸۳	دستور مستقیم به پیشگیری از اتفاقات ناخوشایند قبل از رخ دادن آن‌ها	دریغ سود ندارد چو رفت کار از دست	دَمِثْ لِحَنبِكَ قَبْلَ النُّومِ مَضطَجِعًا
۱۳۳	دستور مستقیم به عدم رودربایستی در معاملات	حساب حساب‌ه کاکا برادر	تَعَاشَرُوا كَالِإِخْوَانِ وَتَعَاملُوا كَالأَجَانِبِ
۵۷	امر و نهی مستقیم از تکیه صرف به دیگران در کارها	گوشت رانم را می‌خورم، منت قصاب را نمی‌کشم	إِلْبَسِ حَصِيرَةَ وَلا تَلْبِسْ عَارِيَةَ

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 مورد بحث 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								
تفکر و خردمندی	سخت‌کوشی	مسئولیت‌پذیری	درازدانی	تخصیص‌گرایی	فرصت‌طلبی	فرهنگ آرزو	تقدیرگرایی	سخت‌کوشی
۶۳	۴۷	۲۸	۱۷	۱۴	۱۲	۱۰	۹	۲۰۰
۳۲٪	۲۳٪	۱۴٪	۹٪	۷٪	۶٪	۵٪	۴٪	۱۰۰٪

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 به صورت 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، به صورت 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.
- سبحانی نژاد، 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 ۱-۲۰.
- 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 طباطبایی: علوم اجتماعی. دوره ۱۳. شماره ۴۷. صص ۱-۳۵.

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 ١٦-٢٠.
- 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, Seiiid 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*، علي 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 يدل على تطور المجتمع العربي في التعبير عن ظروف العمل للجمهور وتحفيزه وتشجيعه على الاجتهاد الدائم وتجنب الكسل والضعف.

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