

## **The Discursive-Metaphorical Function of Media Language: A Cognitive Approach**

Masoud Dehghan<sup>\*</sup>, Vali Gholami<sup>\*\*</sup>

Atiyeh Karami<sup>\*\*\*</sup>

### **Abstract**

The purpose of the present study was to investigate the discursive-metaphorical functions of media language from a cognitive perspective and based on Fauconnier and Turner's Conceptual Blending Theory (1994, 1998, 2002) to illustrate how the media use metaphor in their speech to achieve their goals. This qualitative study is descriptive-analytical and data have been collected from widely circulated newspapers in recent years and, for this purpose, 18 samples (due to the limited size of the paper to draw conceptual blending diagrams) of metaphors used in these texts were analyzed and evaluated. The findings showed that media discourse, by blending the two source and target domains, and forming an emergent fourth blended space, conceptualizes language in such a way that it is possible to map abstract concepts – such as “wave of Islamic awakening”, “throwing the ball in someone's court”, etc. – onto tangible and concrete concepts and hence to attract audience and lighten public opinion; that is, the common features of the two mental spaces correspond to each other one by one.

**Keywords:** Cognitive approach, Media discourse, Conceptual blending theory, Media news headlines.

---

\* Assistant Professor, Department of Linguistics, Faculty of Language and Literature, University of Kurdistan (Corresponding Author), m.dehghan@uok.ac.ir

\*\* Assistant Professor, Department of English Literature, Faculty of Language and Literature, University of Kurdistan, vali.gholami@gmail.com

\*\*\* PhD Student of Linguistics, Ferdowsi University of Mashhad, atiyeh.karami92@gmail.com

Date received: 12/01/2021, Date of acceptance: 14/05/2021

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



## کارکرد گفتمانی - استعاری زبان رسانه: رویکرد شناختی

مسعود دهقان\*

ولی غلامی\*\*، عطیه کرمی\*\*\*

### چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر، دستیابی به کارکردهای گفتمانی زبان رسانه از منظر شناختی براساس انگاره‌ی آمیختگی مفهومی مطرح‌شده از سوی فوکونیه و ترنر (1994, 1998, 2002) بوده است تا نشان دهیم که رسانه‌ها چگونه در کلام‌شان از استعاره بهره می‌گیرند و از آن مسیر اهداف خود را دنبال می‌کنند. ماهیت روش‌شناسی این پژوهش کیفی، توصیفی-تحلیلی بوده و داده‌ها از متون مطبوعاتی و روزنامه‌های کثیرالانتشار در سال‌های ۹۵ تا ۹۸ گزینش و گردآوری شده‌اند و بدین منظور ۱۸ نمونه (به دلیل محدودیت در حجم مقاله جهت ترسیم نمودارهای آمیختگی مفهومی) از استعاره‌های به‌کاررفته در متون مذکور، تحلیل و مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. یافته‌ها نشان داد که گفتمان رسانه‌ها با تلفیق حوزه‌ی مبدأ و حوزه‌ی مقصد و پدیدآمدن فضای آمیخته‌ی چهارم نوپدید، زبان را طوری مفهوم‌سازی می‌کند که امکان نگاهت مفاهیم انتزاعی؛ همچون «موج بیداری اسلامی»، «انداختن توپ به زمین حریف» و غیره را به مفاهیم ملموس و عینی فراهم ساخته که این امر سبب جذب مخاطب و تنویر افکار عمومی شده است؛ به گونه‌ای که ویژگی‌های مشترک دو فضای ذهنی، یک‌به‌یک با هم متناظر می‌شوند.

**کلیدواژه‌ها:** رویکرد شناختی، گفتمان رسانه، انگاره آمیختگی مفهومی، عناوین خبری رسانه.

\* استادیار زبان‌شناسی، دانشکده زبان و ادبیات، دانشگاه کردستان (نویسنده مسئول)، m.dehghan@uok.ac.ir

\*\* استادیار ادبیات انگلیسی، دانشکده زبان و ادبیات، دانشگاه کردستان، vali.gholami@gmail.com

\*\*\* دانشجوی دکتری، زبان‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، atiyeh.karami92@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۲۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۲۵

## ۱. مقدمه

زبان یکی از ابزارهای مهم ارتباطی است و از طریق همین ارتباط است که زندگی اجتماعی و فرهنگی بشر شکل می‌گیرد. رسانه‌های جمعی (mass media) را نیز می‌توان همچون زبان، یکی از ابزارهای ارتباطی تلقی کرد. رسانه برای اطلاع‌رسانی و القاء معنای مورد نظر خود به مخاطب غالباً از زبان بهره می‌برد و به باور لیکاف (G. Lakoff) و جانسون (M. Johnson) (1980) نقش استعاره (metaphor) به عنوان ابزاری برای شناسایی نظام شناختی ما انسان‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. هنگام درک یک متن، اطلاعات از نوشته‌های روی کاغذ یا آواهای شنیداری به سوی مغز به حرکت در آمده و سپس درک می‌شوند. در واقع، این واژگان، عبارات و جملات هستند که ابتدا با آن مواجه می‌شویم، و پس از پردازش آن‌ها به معنای مورد نظر در ذهن دست می‌یابیم. بنابراین، ساختار جملات و گفتمان، در باز نمود استعاره اهمیت داشته و جریان فکر را هدایت می‌کند. استعاره از منظر زبان‌شناسان شناختی (Cognitive Linguistics)، بیان ذهن و افکار انسان به شیوه‌ای زبانی است که از جهان پیرامون و تجربه‌های آن شکل می‌گیرد. به باور لیکاف و جانسون (1980) آنچه که استعاره‌ها انجام می‌دهند، عبارت است از محدود کردن انتخاب ما و برجسته کردن آنچه که می‌بینیم و سازماندهی ساختار استنباطی که ما با آن استدلال می‌کنیم. به علت شایع بودن استعاره در تفکر، نمی‌توان بحث واقعیت را صرفاً در قالب عبارات حقیقی و غیراستعاری بیان کرد. از تفکر استعاری نمی‌توان اجتناب کرد، به خصوص در موضوعات پیچیده و انتزاعی نظیر سیاست خارجی. عدم توجه به اهمیت استعاره‌ها می‌تواند منجر به نداشتن نگاه نظام‌مدارانه به آنچه که استعاره‌ها مخفی و رمزگذاری (encoding) نموده‌اند، شود. به باور لیکاف و جانسون (1980) در رویکرد شناختی، استعاره زیربنای درک مفاهیم انتزاعی در تفکر انسان محسوب می‌شود. همچنین، به باور آن‌ها زبان ماهیتاً و به طور نمادین، ساختاری استعاری دارد. بدیهی است که گفتمان به عنوان نمود منسجم و سازمان‌یافته‌ی زبان، بازتابی از استعاره‌های سازنده‌ی ذهن انسان خواهد بود. از این رو، ایدئولوژی رسانه‌ای در لابه‌لای متن پنهان می‌شود و به ساخت کلی متن انسجام (cohesion) می‌بخشد. در این فرآیند انسجام‌بخشی، استعاره می‌تواند یکی از مؤثرترین ابزارها باشد. هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی نقش و کارکرد استعاره در گفتمان خبری رسانه بر اساس انگاره آمیختگی مفهومی (Conceptual Blending Theory) مطرح‌شده از سوی فوکونیه (G. Fauconnier) و ترنر (M. Turner) (2002, 1998, 1994) است. نگارندگان قصد دارند

نشان دهند که درک مفاهیم و سازوکارهای شناختی، همچون استعاره چگونه می‌تواند به رمزگذاری متون کمک کند تا نویسنده، باور و ایدئولوژی خود را در پس واژگان پنهان نماید. از این‌رو، هدف اساسی پژوهش حاضر آن است که رسانه‌ها از چه ویژگی کلامی و زبانی خاصی برخوردارند که بر اساس آن می‌توانند به جذب مخاطبان بیشتر نائل آیند. پس از روشن‌شدن این بُعد از کارکرد استعاره، در مرحله‌ی بعد به تبیین راه‌کارهای عملی پرداخته خواهد شد که می‌توان از آن‌ها در تولید متون خبری بهره گرفت. از این‌رو، توجه به استعاره‌ها در خدمت کشف واقعیت خواهد بود که از آن طریق می‌توان لایه‌های معنایی و حقیقت پنهان و ناآشکار در ورای واقعیت و رخداد و مهم‌تر از همه، کارکرد استعاری زبانی که در رسانه به نام «زبان ژورنالیستی» معروف است را شناسایی کرد. به عبارتی، رسانه‌ها وقایع و رخدادها را با زبانی که به باور لیکاف و جانسون (1980) ماهیتاً استعاری است، رمزگذاری می‌کنند و تحلیل‌گر گفتمان به دنبال آن است تا آن‌ها را رمزگشایی (Decoding) کرده و به حقیقت آن‌ها پی ببرد. از این‌رو، انگاره استعاره مفهومی (Cognitive metaphor) قادر به درک مفاهیم استعاری و تلفیق فضاهای درون‌داد ذهنی (mental input space) و به‌عبارتی این رمزگشایی نیست، و تنها به نگاشت نامتقارن (assymetric mapping) و یک‌سویه‌ی این حوزه‌های ذهنی توجه خود را معطوف می‌کند، در حالی که انگاره‌ی آمیختگی مفهومی که این پژوهش بر اساس آن انجام گرفته است، با تلفیق آن فضاهای درون‌داد و فرافکنی عناصر انتزاعی در فضای عام به این حوزه‌های ذهنی، فضای چهارم نوپدید (emergent space) را مفهوم‌سازی می‌کند که حاصل تلفیق آن دو فضا و فرافکنی آن‌ها به این فضای آمیخته‌ی پایینی است.

پژوهش حاضر شامل شش بخش است. بخش اول به مقدمه‌ی پژوهش، هدف اساسی پژوهش و بیان مسأله اشاره داشت. در بخش دوم به معرفی برخی پژوهش‌های انجام‌شده در راستای پژوهش حاضر خواهیم پرداخت. در بخش سوم با مبانی نظری مرتبط با انگاره آمیختگی مفهومی آشنا خواهیم شد. در بخش چهارم به روش‌شناسی پژوهش اشاره شده است. بخش پنجم به تحلیل استعاری متون خبر اختصاص دارد و در بخش آخر به نتیجه‌گیری پژوهش خواهیم پرداخت.

## ۲. پیشینه پژوهش و مطالعات مرتبط

در این بخش به معرفی پژوهش‌هایی که پیرامون انگاره‌ی استعاره مفهومی (لیکاف و جانسون، ۱۹۸۰) و انگاره‌ی آمیختگی مفهومی (فوکونیه و ترنر، ۱۹۹۴، ۱۹۹۸، ۲۰۰۲) انجام گرفته‌اند خواهیم پرداخت تا نه تنها خوانندگان را در فضای بیشتر مباحثی از این دست قرار داده باشیم، بلکه نوآوری این پژوهش نیز بیشتر نمایان گردد.

دهقان (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان *گفتمان دموکراسی پس از یازدهم سپتامبر بر اساس رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی* به تحلیل حادثه‌ی یازدهم سپتامبر آمریکا پرداخته است. وی نقش و اهمیت واژگان را به عنوان مهم‌ترین ابزارهای انتقال ایدئولوژی‌ها، دیدگاه‌ها و قضاوت‌ها در خبر مورد بررسی قرار داده است و با گردآوری و تحلیل ده سخنرانی رهبران غربی به استخراج موضوع و زیرموضوع‌هایی همچون ترور، خودنمایی زبانی، تعمیم‌شدگی (generalization)، دشمنی تراشی، موضع‌گیری، ثنویت‌گرایی پرداخته است. این پژوهش به موضوع دوگانگی که شامل خود و دیگری است اشاره کرده است که دیگری را به‌عنوان دشمن، پایین‌تر، دشمن آزادی، دشمن صلح، شیطان و تروریست نشان داده است. پژوهش حاضر با پژوهش انجام گرفته از آن نظر شباهت دارد که هر دو به بررسی گفتمان خبر و نحوه‌ی گزینش واژگان خوشایند و مورد توجه جامعه اشاره دارند.

اردبیلی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «پیوستگی معنایی متن از منظر نظریه آمیختگی مفهومی» که بخشی از پژوهشی وسیع درباره‌ی میزان کارایی انگاره‌ی آمیختگی مفهومی در تبیین مؤلفه‌ی شناختی فرآیند ساخت معنا در قصه‌های عامیانه است، کوشیده‌اند تا با توجه به مبانی انگاره‌ی آمیختگی مفهومی، پیوستگی معنایی را که یکی از مهم‌ترین عوامل ساخت معناست، در قصه‌ای از قصه‌های عامیانه ایرانی بررسی کنند. پرسش اساسی این مقاله آن است که مفاهیم انگاره‌ی آمیختگی مفهومی چگونه می‌توانند پیوستگی معنایی در قصه‌ها را تحلیل کنند؟ از این رو، این بررسی نشان داد که کاربست انگاره‌ی آمیختگی مفهومی می‌تواند در تحلیل پیوستگی معنایی و تفسیر متن از منظر معناشناسی شناختی راهگشا باشد.

آقاگل‌زاده و دهقان (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل شیوه‌های بازنمایی خبر بر مبنای رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی» به نحوه‌ی گزینش واژگان خبر از اخبار چهار رادیوی جمهوری اسلامی ایران، آمریکا، فردا و اسرائیل پرداخته تا بر اساس رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی تأثیر عوامل غیرزبانی را بر گزینش واژگان به‌کار رفته در خبر رسانه‌ها، ارزیابی و

تحلیل نمایند. نگارندگان داده‌های استخراج‌شده از خبرهای این چهار رادیو را در چارچوب راه‌کارهایی همچون تعمیم‌شدگی واژگانی (lexical overgeneralization)، عبارات خطایی (address term) و واژگان‌شدگی افراطی (over-extension) مورد ارزیابی قرار داده‌اند.

خسروی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «استعاره‌ی شناختی لیکاف و جانسون در متون مطبوعاتی» به بررسی استعاره‌ی شناختی در متون مطبوعاتی پرداخته و به این نتیجه دست یافت که تصویرسازی ذهنی در مطبوعات از تجربیات عینی افراد نشأت می‌گیرد و می‌تواند جهان‌بینی و دیدگاه افراد را تغییر دهد.

قربان‌زاده سوار و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «رسانه و هویت ملی» به این مسأله پرداختند که هویت ملی به منزله‌ی کلان‌ترین سطح هویتی در داخل کشورها تحت تأثیر رسانه است. نتایج تحلیل آن‌ها نشان داده است که رسانه‌ها نقش مهمی در تکوین یا تغییر هویت ملی دارند و به منزله‌ی اهرم تثبیت یا تغییر هویت ملی عمل می‌کنند. دهقان و وهابیان (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «خوانش استعاری-شناختی اشعار «کابوس‌های روسی» اثر پناهی بر اساس انگاره‌ی نظریه‌ی آمیختگی مفهومی» به بررسی استعاره‌های مفهومی اشعار کابوس‌های روسی، دفتر چهارم، از مجموعه‌ی هفت‌دفتری چشم‌چپ سگ اثر پناهی (۱۳۸۹) بر اساس رویکرد شناختی پرداختند. نتایج بررسی‌های آن‌ها نشان داد که برخی استعاره‌ها و ترکیبات به‌کاررفته در این مجموعه اشعار با استفاده از روش ادغام (fusion)، ترکیب (composition) و تکمیل (completion)، فضاها‌ی جدیدی را به وجود آورده است. به گونه‌ای که علاوه بر دو حوزه‌ی مبدأ (source domain) و حوزه مقصد (target domain)، فضای جدید دیگری نیز ساخته شده است که نشان می‌دهد پناهی در اشعارش از انگاره‌ی نام بهره گرفته است.

### ۳. انگاره‌ آمیختگی مفهومی

زبان‌شناسی شناختی به مثابه‌ی رویکردی در زبان‌شناسی در نظر گرفته می‌شود که زبان را وسیله‌ای برای سازماندهی، پردازش و انتقال اطلاعات در نظر می‌گیرد. در این رویکرد، زبان نظامی از مقولات (categories) است که ساختار صوری آن نه پدیده‌ای مستقل، بلکه به‌عنوان یکی از بازنمایی‌های نظام مفهومی مورد بررسی قرار می‌گیرد (Geeraerts, 1995). به عبارتی، در این رویکرد، دانش زبانی مستقل از دیگر قوای شناختی؛ همچون منطق، استدلال و تفکر نیست، بلکه زبان به‌عنوان بخشی از این قوای شناختی محسوب می‌شود.

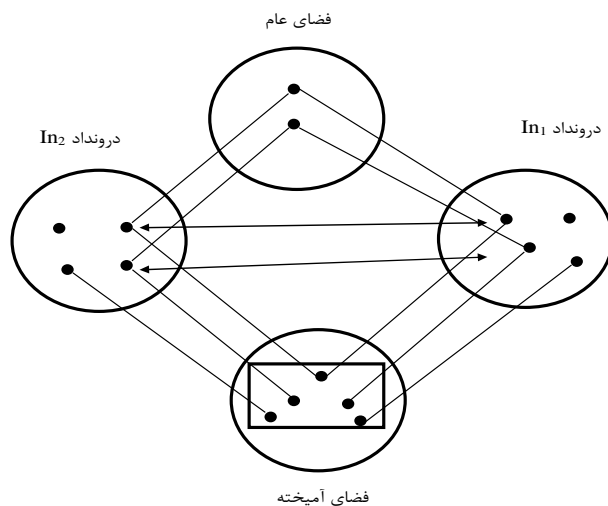
از این‌رو، رویکرد مذکور برای دستیابی به مفهوم‌پردازی و ساخت معنا به طرح مفاهیمی پرداخته است که از آن‌ها با عنوان سازوکارهای شناختی یاد می‌شود. لیکاف و جانسون (1980) پیرامون ساخت معنا و درک مفاهیم، اصطلاح «مفهوم‌سازی» (conceptualization) را به کار برده‌اند، و معتقدند که این ادراک از طریق مفاهیمی هم‌چون استعاره، مجاز (metonymy) و طرح‌واره‌های تصویری (image schema) حاصل می‌شود. مفهوم استعاره در زبان‌شناسی شناختی نخست در قالب انگاره‌ی استعاره‌ی مفهومی لیکاف و جانسون (1980) و سپس در چارچوب انگاره‌ی آمیختگی مفهومی فوکونیه و ترنر (1994, 1998, 2002) که به مفهوم‌سازی توجه دارد، مطرح شد. انگاره‌ی آمیختگی مفهومی، محصول دو نظریه‌ی استعاره‌ی مفهومی و فضای‌های ذهنی است. گریدی (G. Grady) و همکاران (101:1999) معتقدند این دو انگاره مکمل یکدیگرند و دربارهِ شباهت‌ها و تفاوت‌های این دو انگاره در باب مفهوم استعاره چنین بیان می‌دارند که:

هر دو رویکرد، استعاره را پدیده‌ای مفهومی می‌دانند تا پدیده‌ی صرفاً زبانی؛ هر دو رویکرد به استلزام فرافکنی نظام‌مند بین حوزه‌های مفهومی اشاره می‌کنند [...] اما تفاوت‌های مهمی بین آن‌ها هست، از جمله اینکه انگاره‌ی استعاره‌ی مفهومی بین دو بازنمود ذهنی پیوند برقرار می‌کند؛ درحالی‌که انگاره‌ی آمیختگی مفهومی پیوند میان بیش از دو بازنمود ذهنی را ممکن می‌داند. انگاره‌ی استعاره‌ی مفهومی، استعاره را پیوندی جهت‌دار (بین حوزه‌ی مبدأ و حوزه‌ی مقصد) می‌داند، اما انگاره‌ی آمیختگی مفهومی چنین نگاهی ندارد.

شایان ذکر است که هدف اساسی انگاره‌ی آمیختگی مفهومی در رویکرد شناختی، فراهم‌سازی یک الگوی شناختی عام برای معناسازی و پیدایش مفاهیم نوپدیدی است که به باور فوکونیه و ترنر (۲۰۰۲) انگاره‌ی استعاره‌ی مفهومی و نیز انگاره‌ی فضای‌های ذهنی قائل بدان نبودند. در سال‌های اخیر توجه زبان‌شناسان شناختی به رابطه‌ی نزدیک تجربه، زبان و شناخت، زمینه‌ی مساعدی را برای تحلیل‌های ادبی از منظر شناختی فراهم کرده است. آمیختگی مفهومی یک عملیات ذهنی است که منجر به ایجاد معنای جدید و مفهوم‌سازی می‌شود و نقش بنیادینی در ساخت معنا در زندگی روزمره، هنر، علوم به ویژه علوم اجتماعی و رفتاری ایفا می‌کند. زمینه‌ی اصلی پیدایش فضای‌های ذهنی و آمیختگی مفهومی به استعاره مفهومی و گسترش آن باز می‌گردد. ترنر (1991, 1996) یکی از افرادی است که با توجه به دستاوردهای علوم شناختی بحثی را در باب مطالعه‌ی ادبی مطرح



کرده است. در این دسته از علوم، صورت‌ها بر طبق الگوهای منظمی چیدمان می‌یابند ولی این بدان معنا نیست که می‌توان از آن‌ها معنایی استخراج کرد. فوکونیه و ترنر (1994, 1998, 2002) این موضوع را «مسأله‌ی آمیختگی» می‌نامند. انگاره‌ی آمیختگی مفهومی به معنایی موجود در یک ساختار زبانی با دیدی همه‌جانبه می‌نگرد و با در نظر گرفتن تمامی ویژگی‌ها و جزئیات دو فضای درون‌داد (input space) و تلفیق آن‌ها سعی می‌کند از زوایای جدیدی به مسائل بنگرد. از پس این آمیختگی، معانی نوظهوری پدید می‌آید که در فضاهای درون‌داد به تنهایی قابل درک نیست. این اصطلاح برای اشاره به توانایی خلاقانه‌ی بشر در ارتباط دادن عناصر موجود در قلمروهای مختلف و یافتن ساختار طرح‌واره‌ای مشترک بین آن‌ها ارائه شده است. فوکونیه و ترنر، همچنین، نشان دادند که انگاره‌ی آمیختگی مفهومی در بردارنده‌ی مجموعه‌ای از عملکردهای مربوط به ترکیب الگوهای پویای شناختی در شبکه‌ی «فضاهای ذهنی» است، و این انگاره نظامی از شناخت پشت صحنه را نشان می‌دهد که در برگیرنده‌ی تقسیم‌بندی‌ها، انطباق‌ها، فراقنتی‌های ساختاری و محرک‌های ذهنی پویاست. نکته‌ی حائز اهمیت در این انگاره، شبکه‌ی آمیخته‌ی مفهومی است. هم‌چنین، آن‌ها استدلال کرده‌اند که مجموعه‌ی کوچکی از فرآیندهای ترکیبی ناقص در ساخت خلاقانه‌ی معنا همانند استعاره، خلاف‌واقع، آمیختگی مفهومی و حتی درک سازه‌های دستوری شرکت دارند. ایوانز (V. Evans) و گرین (M. Green) (2006:223) در تبیین عدم ادراک مفاهیم بر اساس انگاره‌ی استعاره‌ی مفهومی و به‌عبارتی، نگاهت حوزه‌های مبدأ و مقصد، جمله‌ی «آن جراح قصاب است» است را مثال می‌زنند که به لحاظ استعاری از دو حوزه‌ی شناختی جراح و قصاب برخوردار است، اما همان‌گونه که پیداست، هدف صرفاً مفهوم‌سازی حوزه‌ی مقصد (یعنی جراح) بر اساس حوزه‌ی مبدأ (یعنی قصاب) نیست. علاوه بر شباهت‌هایی که بین جراح و قصاب وجود دارد، هدف گوینده «بی‌کفایتی و عدم لیاقت» جراح مورد نظر است که این در حوزه‌های مبدأ و مقصد به‌وضوح بدان اشاره نشده است و این استدلالی است که شنونده‌ی پیام، آن را رمزگشایی کرده است (Evans & Green, 2006:223). فوکونیه و ترنر برای تبیین این بحث، انگاره‌ی چهارفضایی آمیختگی مفهومی را مطرح می‌کنند و به حوزه‌ای به نام حوزه‌ی نوپدید قائل می‌شوند که از تلفیق دو حوزه‌ی جراح و قصاب شکل گرفته است. در ادامه، نمودار انگاره‌ی آمیختگی مفهومی مورد نظر فوکونیه و ترنر (2002:46) آمده است.



نمودار ۱. نمای شبکه‌ای انگاره آمیختگی مفهومی  
(Fauconnier & Turner.2002:46)

بر اساس نمودار بالا، ویژگی‌های فضای عام بالایی به ویژگی‌های دو فضای درون‌داد ۱ و ۲، فرافکنده می‌شود و برای رسیدن به استدلال و استنباط مورد نظر، این فضاها با هم آمیخته می‌شوند تا فضای نوپدید چهارم حاصل شود که در این صورت، این فضای چهارم آمیخته از تلفیق فضای عام و فضاهای درون‌دادی به دست آمده است.

#### ۴. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به صورت کیفی و با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی به تبیین برخی استعاره‌های به‌کار رفته در متون خبر پرداخته است. نگارندگان تعداد ۱۸ نمونه از استعاره‌های به‌کار رفته (به دلیل محدودیت در حجم مقاله) در متون مطبوعاتی و روزنامه‌های کثیرالانتشار را پیرامون واقعیت‌های موجود در جامعه گردآوری نموده و آن‌ها را در چهارچوب انگاره‌ی آمیختگی مفهومی فوکونیه و ترنر (1994, 1998, 2002) و نیز مفهوم‌سازی در رویکرد شناختی مورد تحلیل و ارزیابی قرار داده‌اند. از این‌رو، حجم نمونه گردآوری‌شده به گونه‌ای تصادفی از میان متون خبری روزنامه‌های کثیرالانتشار و خبرگزاری‌های مختلف که در سال‌های ۹۵-۹۸ منتشر شده بودند، گزینش شده‌اند.

## ۵. بررسی گفتمانی - استعاری زبان رسانه

از آنجایی که پژوهش حاضر سعی دارد تا بر اساس انگاره‌ی آمیختگی مفهومی و با دیدی پویاتر به تحلیل استعاره‌های به‌کاررفته در متون رسانه‌ای با موضوع‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بپردازد، به همین منظور نگارندگان در این بخش، به دلیل محدودیت در حجم مقاله، به بررسی و تحلیل ۱۸ نمونه از استعاره‌های به‌کاررفته در متون اخبار پرداخته‌اند.

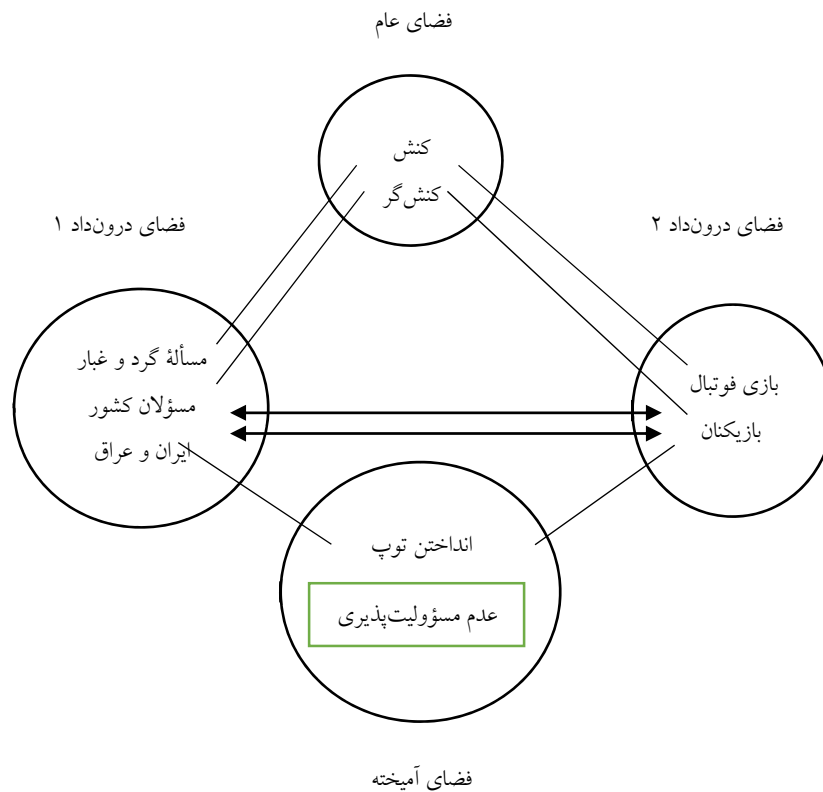
### ۱.۵ استعاره «انداختن توپ در زمین کشور عراق»

استعاره‌ی «انداختن توپ در زمین کشور عراق» نخستین استعاره‌ی مورد بررسی در پژوهش حاضر است که در حاشیه‌ی سخنرانی یکی از نمایندگان در تاریخ ۹۵/۷/۲۵ پیرامون معضل گرد و غبار طی ماه‌های گذشته که بیشتر جنوب کشور را درگیر خود کرده بود، آمده است:

حشمت‌اله فلاحت‌پیشه در گفت و گو با خبرنگار گروه جامعه خبرگزاری فارس در مورد تشدید معضل گرد و غبار طی ماه‌های اخیر در کشورمان گفت: «کم‌کاری دولت‌مردان در موضوع ریزگردها کاملاً مشهود است حتی رئیس محیط زیست در گزارشی که در مجلس ارائه داد، تنها به عمق فجایع زیست‌محیطی پرداخت و هیچ راه‌کاری برای مقابله با معضلات زیست‌محیطی مطرح نکردند و صرفاً *انداختن توپ به زمین عراقی‌ها* فرافکنی است».

در ترکیب استعاری «انداختن توپ»، دو جزء «توپ» و «انداختن» متناظر با دو فضای درون‌داد هستند. در اینجا، اجزاء ترکیب، از شبکه‌ی دوساحتی (double-scope network) هستند. استعاره‌ی «توپ» و انداختن آن به زمین حریف را با استفاده از آمیختگی دو فضای ذهنی، یکی مرتبط با مسأله‌ی «گرد و غبار» که بازیگران آن را مسؤولان محیط زیست کشورمان و همچنین مسؤولان کشور عراق تشکیل می‌دهند، و فضای ذهنی دیگر که فضای ذهنی «بازی فوتبال» است و از بازیکنانی تشکیل می‌شود، می‌توان به‌خوبی توجیه کرد. در ادغام این دو فضای ذهنی مشاهده می‌شود که از یک سو، فضاهای ذهنی «گرد و غبار» و «بازی فوتبال» با هم متناظرند و از سوی دیگر، مسؤولان محیط زیست کشور ایران و عراق و همچنین بازیکنان فوتبال در تناظر با هم قرار گرفته‌اند. نگاهت و فرافکنی فضاهای ذهنی موجود، نشان از آن است که دو موضوع «گرد و غبار» و

«توپ فوتبال» به گونه‌ای پیوسته از زمینی به زمین دیگر منتقل می‌شود. با توجه به این که در بازی فوتبال هیچ یک از دو طرفین بازی «توپ» را در زمین خود نگه نمی‌دارند و سعی در دفع توپ دارند، بنابراین مسؤلان محیط زیست دو کشور نیز بر همین اساس سعی می‌کنند تا با پاس دادن مسأله به زمین حریف، نه تنها مسؤولیت برطرف کردن آن را بر عهده بگیرند، بلکه مسؤولیت آن را به طرف مقابل واگذار کنند. با کمی تأمل در این استعاره، می‌توان ایدئولوژیک پنهان در پس آن را شناسایی نمود. بنابراین، آن حوزه چهارم نوپدیدگی که از این جریان شکل می‌گیرد «عدم مسؤولیت‌پذیری» است. نمودار ۲، شبکه‌ی آمیختگی این استعاره را به تصویر کشیده است.

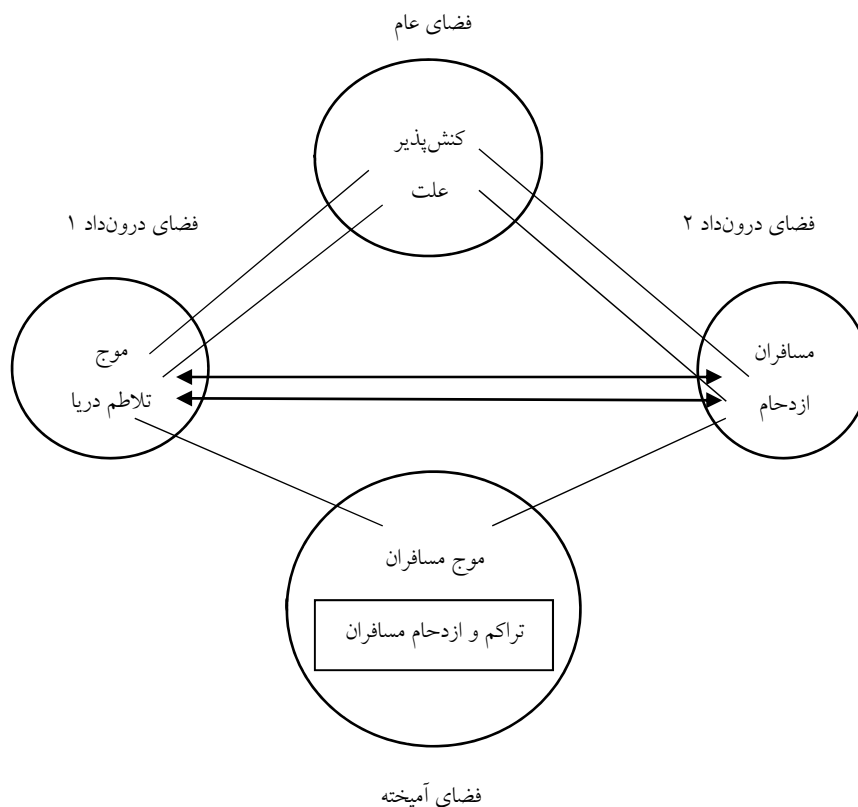


نمودار ۲. شبکه آمیختگی عنوان خبری «انداختن توپ در زمین کشور عراق»

## ۲.۵ استعاره «موج مسافران»

مفهوم استعاری دیگری که در ایام تعطیلات در خبرها به آن پرداخته می‌شود، استعاره «موج مسافران» است. صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در ایام تعطیلات از این استعاره برای ترافیک جاده‌ها که افراد در حال سفر باعث آن هستند استفاده می‌کند تا از این طریق بار سنگین ترافیکی را در محورهای مواصلاتی مختلف به اطلاع همهی مردم برساند. به عنوان مثال، جانشین فرماندهی نیروی انتظامی کشور در گفت‌وگوی خود با خبرگزاری ایسنا در تاریخ ۱۳۹۷/۲/۱۱ گفت:

«موج بازگشت مسافران نوروزی از امروز آغاز شده است. وی در ادامه افزود: در موج بازگشت مسافران نوروزی، محورهای مواصلاتی البرز پرترددترین راه‌ها هستند». شایان ذکر است که در این استعاره «موج و تلاطم» فضای نخست و «مسافران و گردشگران» نیز فضای دوم را تشکیل می‌دهند که تردد سنگین و دشوار خودروها را در جاده‌های کشور با زبانی استعاری و ملموس به تصویر کشیده است. درواقع، جاده به مثابه‌ی دریا و مسافرانی که در جاده در حرکتند به موج تشبیه شده‌اند. مفهوم سومی که از ادغام دو فضای درون‌داد فوق شکل می‌گیرد «تراکم و ازدحام مسافران» است.



نمودار ۳. شبکه آمیختگی عنوان خبری «موج مسافران»

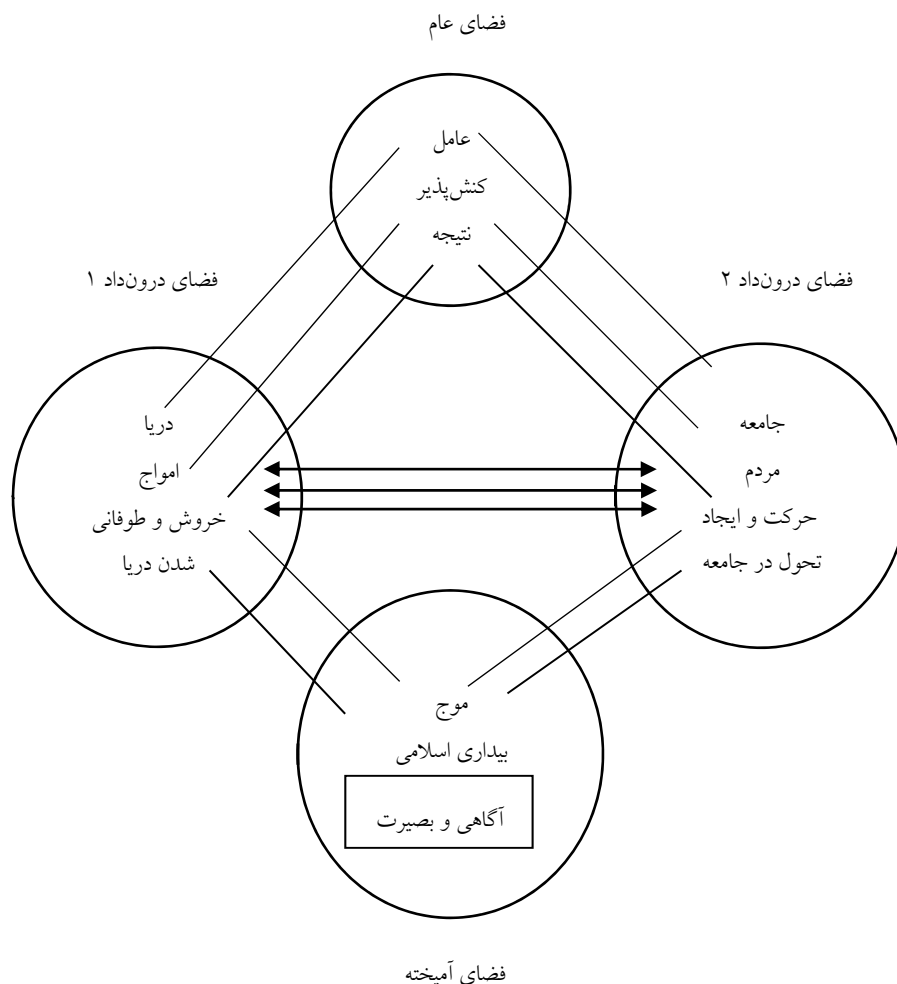
### ۳.۵ استعاره «امواج بیداری اسلامی»

استعاره‌ی دیگری که پژوهش حاضر به آن پرداخته، استعاره‌ی «امواج بیداری اسلامی» است که در سخنان حجت‌الاسلام رئیسی به تاریخ ۹۵/۱۱/۲۰ به چشم می‌خورد. وی با استفاده از استعاره‌ی «امواج بیداری اسلامی» قصد آشکار نمودن خباثت و دسیسه‌های استکبار را دارد. برای نمونه، عضو شورای عالی حوزه‌ی علمیه‌ی خراسان با اشاره به شکست‌های استکبار در عرصه‌های مختلف جهان اظهار کرد:

امروز استکبار در تمام عرصه‌ها شکست خورده و مستأصل است و آموزه‌های انقلاب اسلامی ایران برای سایر ملل جهان، عرصه عالم را برای ظالمان و ستمگران به شدت تنگ کرده است. همچنین وی با تأکید بر اینکه *امواج بیداری اسلامی*

از بین رفتنی نیست، اظهار کرد: ممکن است مستکبران بتوانند با حیل‌های مختلف حکومت‌ها را متأثر کنند، اما نمی‌توانند این پیام منتشرشده از خون شهدا و ایثار رزمندگان را از بین ببرند.

در خبری که در بالا آمده است، عبارت «بیداری اسلامی» به صورت استعاره‌ی به‌عنوان آگاهی جمعی بازنمایی شده است و نیز نوعی رابطه‌ی استعاره‌ی میان آن دو وجود دارد. به عبارتی، هوشیاری و بینش به گونه‌ای مفهوم‌سازی شده است که پس از خوابی طولانی در پرتو اسلام نوعی بیداری پدیدار شده است. کاربرد لغوی کلمه‌ی «موج» در استعاره بالا، به نوعی از معنای تلویحی/ضمنی برخوردار است که بیداری اسلامی از کشوری به کشور دیگر در حال گسترش است و این مسأله با توجه به ویژگی پیوستگی موج‌ها به یک‌دیگر تصویرسازی شده است. در واقع، مردم غفلت‌زده در جامعه به امواج دریا تشبیه شده‌اند که به حرکت درآمده‌اند و از خواب غفلت بیدار شده‌اند. بنابراین، استدلال به‌دست‌آمده از فرافکنی دو حوزه‌ی ذهنی مذکور، همانا «آگاهی و هوشیاری» است که حوزه‌ی معنایی جدید را شکل داده است. از این‌رو، مؤلفه‌ی پیاپی بودن و نیز خروشان‌ی امواج است که با فضای ذهنی مردم و جوامع اسلامی ادغام شده است و فضای سومی که حاکی از آگاهی مردم در جوامع اسلامی است را تشکیل داده است.



نمودار ۴. شبکه آمیختگی عنوان خبری «امواج بیداری اسلامی»

#### ۴.۵ استعاره «ریشه مشکلات فقر و بیکاری است»

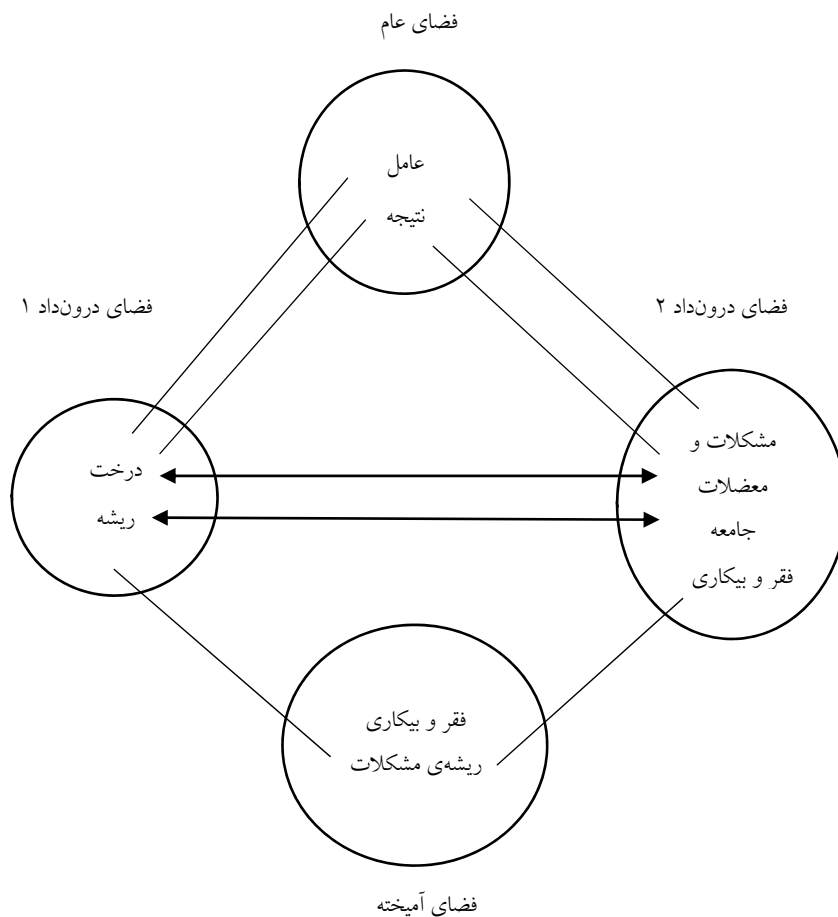
استعاره‌ی دیگری را که در متون اخبار می‌توان به‌وضوح در سخنان مسئولین مشاهده کرد، استعاره‌ی «ریشه‌ی مشکلات فقر و بیکاری است» می‌باشد که اشاره به معضلات و مشکلات اجتماعی در جامعه‌ی حاضر دارد که از جمله آن‌ها می‌توان به فقر و بیکاری در جامعه اشاره کرد. در کاربرد استعاره‌ی مذکور، معضلات اجتماعی همچون درختی



مفهوم‌سازی شده است که از ریشه‌ای برخوردار است و آن ریشه در این استعاره، «فقرو بیکاری» است که شباهتی را میان «ریشه‌ی گیاه» و «فقر و بیکاری» ایجاد نموده است. برای مثال، به گزارش شبکه‌ی اطلاع‌رسانی راه دانا و به نقل از لرسو؛ رئیس کل دادگستری استان لرستان در جلسه‌ی شورای اداری شهرستان سلسله با تأکید بر برخورد شدید دستگاه قضا با جرائم مربوط به انتخابات، اظهار داشت که:

با شعار نمی‌توان تغییر ایجاد کرد، و بیان داشت: سالانه در حدود ۱۸۰ هزار پرونده نیز وارد سیستم قضای استان می‌شود که ریشه بیشتر آن‌ها فقر و بیکاری است.

استعاره‌ی فوق بیان می‌دارد همان‌گونه که با مراقبت از ریشه‌ی گیاه می‌توان در حفظ و بقای درخت کوشید، و نیز با از بین بردن ریشه‌ی فاسدِ درخت می‌توان از رشد درخت فاسد جلوگیری کرد، بنابراین با کندن و از بین بردن ریشه‌ی مشکلات و معضلات در جامعه می‌توان درخت فساد فقر و بیکاری و در واقع درختی که ریشه‌ی آن مشکلات اجتماعی و اقتصادی هستند را از میان برداشت. به عبارتی، استعاره‌ی مذکور بیان می‌دارد تا زمانی که فقر و بیکاری در جامعه‌ای حضور داشته باشد، درخت مشکلات اجتماعی و اقتصادی در آن جامعه زنده خواهد بود و به رشد و نمو خود ادامه خواهد داد. بنابراین، عناصر فضای درون‌داد نخست، یعنی «درخت» و «ریشه» از یک طرف، و عناصر فضای درون‌داد دوم، یعنی «مشکلات و معضلات» و نیز «فقر و بیکاری» از سوی دیگر در هم تنیده و با هم متناظرند. به این ترتیب، استعاره‌ی مذکور به این نکته‌ی ظریف اشاره دارد که لازمه‌ی از بین بردن مشکلات اقتصادی، قطع و خشکاندن ریشه‌ی آن، یعنی فقر و بیکاری است که فضای چهارم شکل گرفته «چاره اساسی اندیشیدن در مواجهه با مشکلات» است.



قطع و خشکاندن ریشه‌ی مشکلات، یعنی همانا از بین بردن فقر و بیکاری در جامعه است.

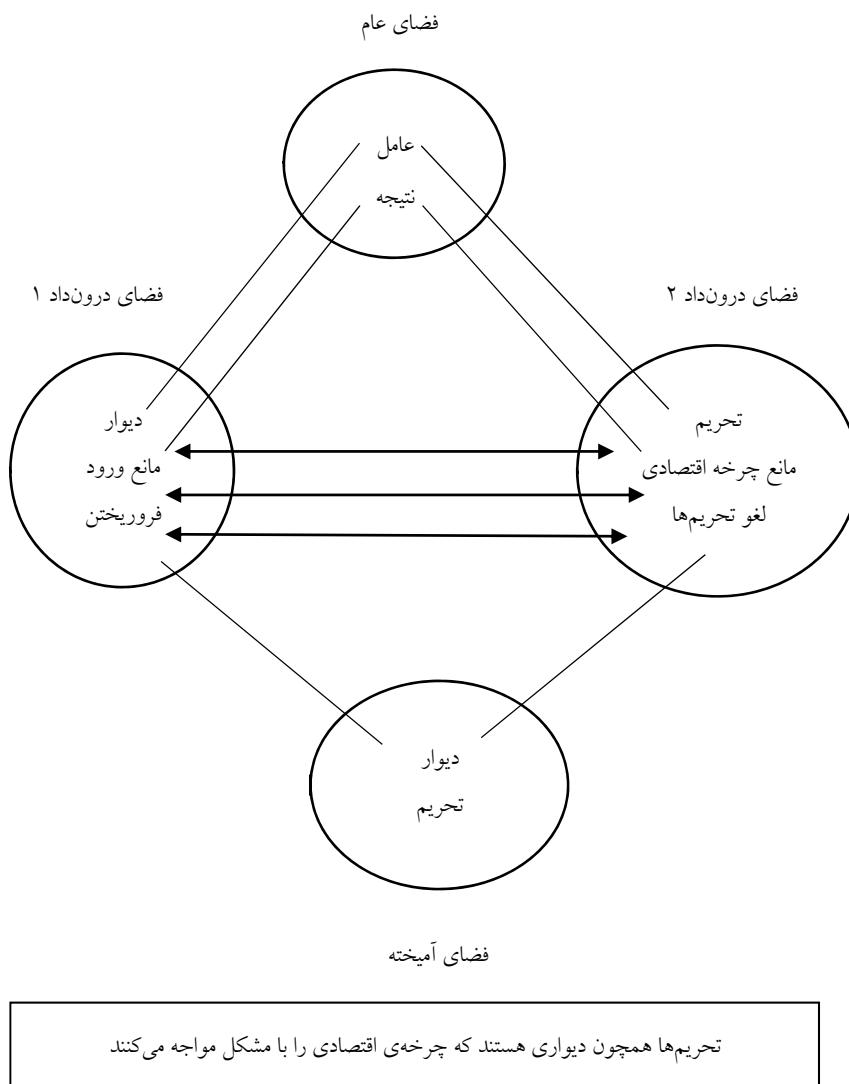
نمودار ۵. شبکه آمیختگی عنوان خبری «فقر و بیکاری ریشه‌ی مشکلات»

### ۵.۵ استعاره «دیوار تحریم‌ها»

استعاره‌ی «دیوار تحریم‌ها» مؤید آن است که تحریم‌های کشورهای ۵+۱ علیه ایران، هم‌چون دیواری مفهوم‌سازی شده است که مانع رشد و پیشرفت اقتصادی کشور است، و به عبارتی مانع چرخه‌ی اقتصادی کشور شده است. برای مثال، ایرنا در تیتیر خبری خود که آن را در تاریخ ۱۳۹۵/۱۰/۲۷ منتشر کرد، از استعاره‌ی **دیوار تحریم‌ها** استفاده کرد و نوشت:

دیوار تحریم‌ها سرانجام با اجرایی شدن برجام و تأیید آژانس بین‌المللی انرژی اتمی پس از سال‌ها بحران‌آفرینی‌های واهی علیه ایران شنبه شب فروریخت و دنیا به اعتراف بسیاری از مقامات ارشد کشورها، به حقوق ملت ایران و دیپلماسی تهران و گروه ۵+۱ ادای احترام کرد.

با کمی تأمل در استعاره‌ی مذکور می‌توان نتیجه گرفت که در بیان این استعاره، همچون استعاره‌های قبلی، دو فضای ذهنی در هم تنیده‌اند. نخست آن فضای ذهنی که «چرخه اقتصادی» و «تحریم‌ها» را در خود جای می‌دهد و دیگری آن که «دیوار» و «حرکت» را نشان می‌دهد. در واقع، ساخت مفهومی به‌دست‌آمده از استعاره‌ی «دیوار تحریم‌ها» مؤید آن است که «تحریم‌ها» همچون دیواری مانع رشد و پیشرفت کشور شده‌اند، و بنابراین امکان استفاده از پتانسیل‌های اقتصادی وجود ندارد. در اینجا، لغو تحریم‌ها در واقع با فروریختن دیوار مفهوم‌سازی شده است. به عبارتی، طرح‌واره‌ی حرکتی ذهن ما انسان‌ها به گونه‌ای است که حرکت هر عنصری به سمت جلو است، آن هم در شرایطی که هیچ مانعی در جلوی آن نباشد، و یا با حضور مانع، این حرکت نمی‌تواند انجام پذیرد. بنابراین، برای پیشرفت چرخه‌ی اقتصادی کشور و حرکت رو به جلوی آن باید موانع را از سر راه برداشت و دیوار که در اینجا حکم مانع دارد، باید از سر راه برداشته شود. از این‌رو، حوزه‌ی چهارم نوپدید، «مانعی» است بر سر راه موفقیت که باید از میان برداشته شود.



نمودار ۶. شبکه آمیختگی عنوان خبری «دیوار تحریم‌ها»

### ۶.۵ استعاره «فرزند تلویزیون»

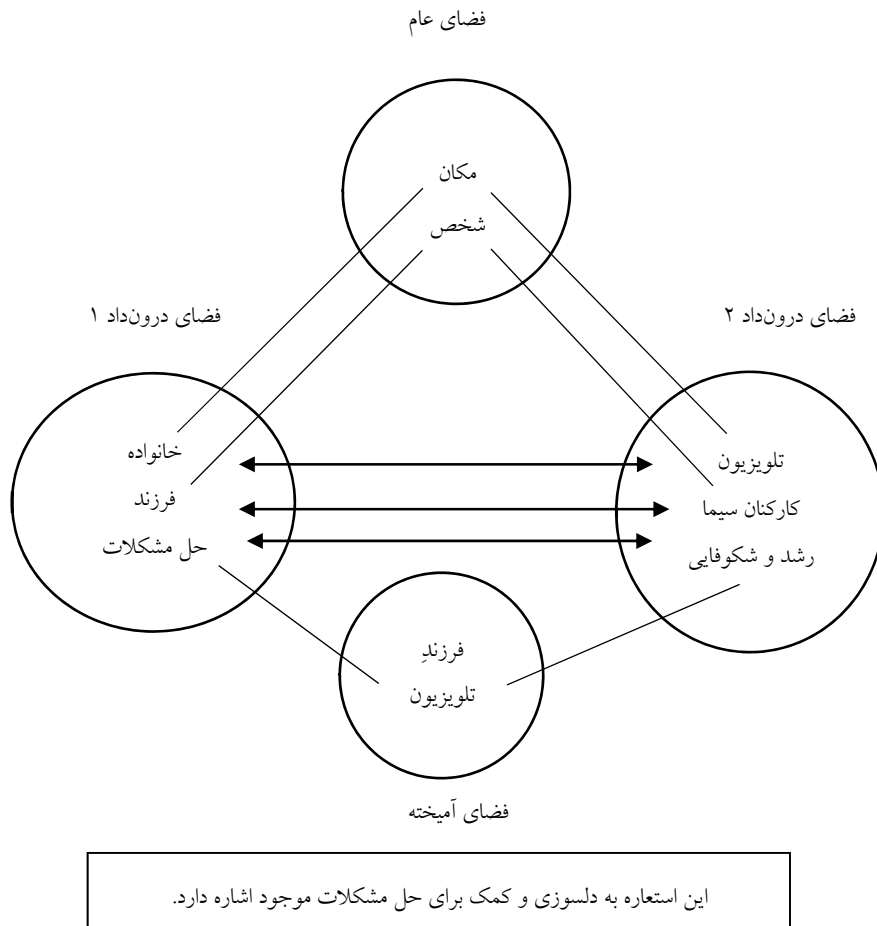
در این استعاره که توسط اشخاص مختلفی اعم از مجری و بازیگر استفاده شده است، رسانه و تلویزیون همچون خانواده‌ای در نظر گرفته شده که [آدمی] در آن به رشد و شکوفایی رسیده است. خانواده، مکانی امن و پراز آرامش است که اعضای آن برای

کارکرد گفتمانی - استعاری زبان رسانه: رویکرد شناختی (مسعود دهقان و دیگران) ۱۳۳

پیشرفت و ارتقاء یکدیگر از هیچ کمکی دریغ نمی‌کنند. از این رو، افرادی که در رسانه‌ها از این استعاره استفاده می‌کنند در حقیقت تلویزیون را پشتیبان و حامی خود و در واقع، هم‌چون خانواده‌ی خود معرفی می‌کنند که به واسطه‌ی آن فرصتی برای ابراز استعداد و توانایی خود پیدا کرده‌اند. به‌عنوان مثال، عادل فردوسی‌پور مجری برنامه‌ی ۹۰ در تاریخ ۱۳۹۷/۸/۶ روی خط برنامه‌ی *حالا خورشید آمد* و بیان داشت:

نزدیک به ۲۰ سال است که دارم کار می‌کنم. من *فرزند رسانه و تلویزیون* هستم و در این همه سال مردم لطف زیادی به من داشتند. در کنار مدیران مختلفی کار کرده‌ام. مدیرانی که از من حمایت کرده و فرصت دادند تا من با تمام وجود برنامه بسازم و مشکلات فوتبال را مطرح کنم. فرصت دادند تا کمک کنم که فوتبال کشورم ارتقاء یابد.

در این استعاره نیز همچون استعاره‌های قبلی نخست فضای ذهنی «فرزند و خانواده» و سپس فضای ذهنی «شخص و تلویزیون» با هم متناظرند و مفهوم «رشد، شکوفایی و حل مشکلات از روی دلسوزی» را به مثابه‌ی آن فضای چهارم و نوپدید برای شنونده مفهوم‌سازی کرده است.

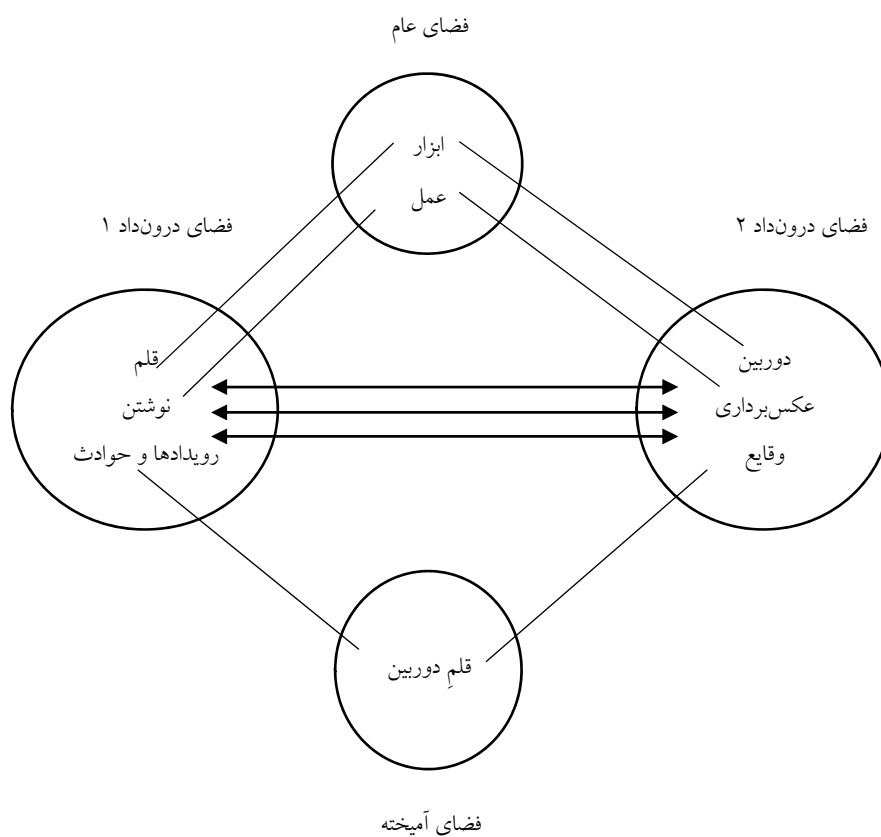


نمودار ۷. شبکه آمیختگی عنوان خبری «فرزند تلویزیون»

### ۷.۵ استعاره «قلم دوربین»

استعاره‌ی دیگری که در رسانه، فراوان مورد استفاده قرار می‌گیرد، قلم دوربین است که در بیش‌تر موارد برای نشان‌دادن تصاویر خبری از شبکه‌ی خبر و اخبار ۲۰:۳۰ پخش می‌شود. برای مثال، در پی بارش‌ها و سیلاب‌های نرورزی «روایت قلم دوربین از سیل و امدادسانی» در تاریخ ۱۳۹۸/۱/۶ از خبرگزاری شبکه‌ی خبر پخش شد و تصاویر مربوط به سیل، ویرانی و امدادسانی به مردم سیل‌زده را با تصاویر و شرح مختصری نشان داد. قلم، مخصوص نوشتن است، و روایت ویژه‌ی راوی یا مجری، اما تصاویر از نوشته و متن

خبر گویاتر است و واضح تر و راحت تر می توان با استفاده از آنها اخبار ایران و جهان را توضیح داد، بدون اینکه به تلاش زیادی نیاز داشته باشیم. قلم دوربین همراه با زیرنویس مختصری از شرح خبر در شبکه‌ی خبر مهم‌ترین تصاویر خبری ایران و جهان را به نمایش می‌گذارد. در این استعاره «قلم و نوشتن» عناصر فضای درون‌داد نخست را تشکیل می‌دهند و «دوربین و تصویر» عناصر فضای درون‌داد دوم را شکل می‌دهند که از ادغام آنها و سپس فرافکنی به فضای آمیخته، فضای نوپدید را تشکیل می‌دهند و معنا و مفهوم تصاویر را بدون نیاز به نوشته و توضیح اضافی نگاشت می‌کنند. به این صورت که عنصر «قلم» و «نوشتن» به ترتیب با عناصر «دوربین» و «تصویر» متناظر هستند. فضای آمیخته‌ی چهارم نوپدید در این استعاره، «ثبت وقایع به صورت نوشتاری اما با دوربین» بوده است.



این استعاره به ثبت وقایع و عکسبرداری آن از طریق دوربین اشاره دارد.

نمودار ۸ شبکه آمیختگی عنوان خبری «قلم دوربین»

### ۸.۵ «برگزیت» و استعاره‌های پیرامون آن

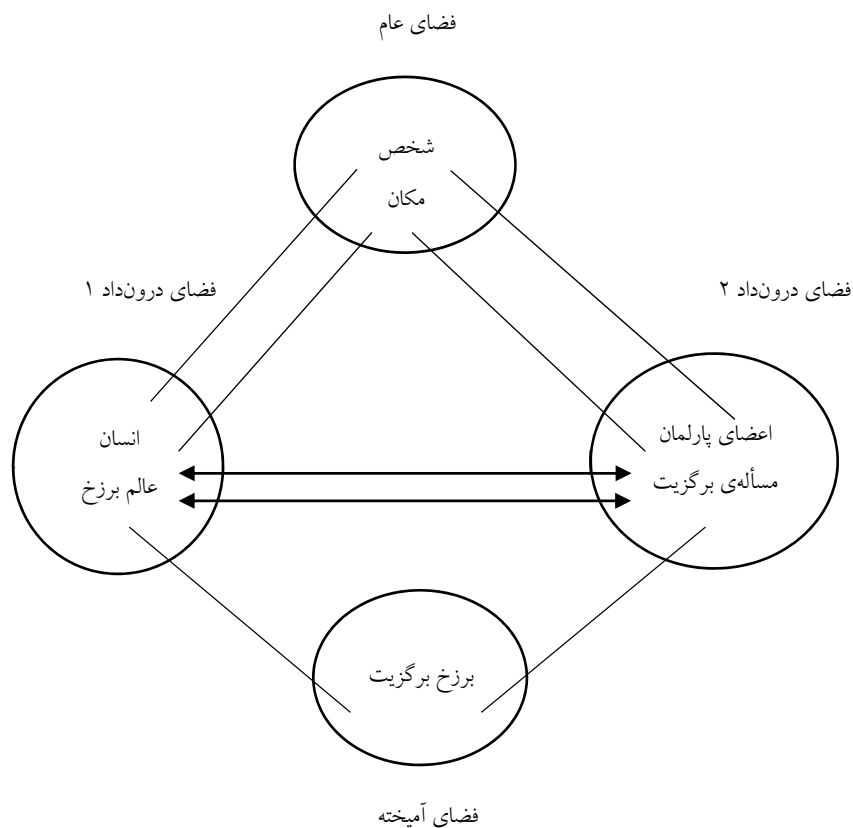
برگزیت که به خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا اشاره دارد، به صورت‌های مختلف و در پی مذاکرات نمایندگان پارلمان انگلیس در رسانه‌ها و اخبار به طور استعاری به آن پرداخته می‌شود. در خبرگزاری‌های مختلف برای اشاره به مسأله‌ی برگزیت از استعاره‌های بسیاری استفاده شده که از حوصله‌ی این پژوهش خارج است. برای مثال، در تاریخ ۱۳۹۸/۱/۱۰ استعاره‌ی **برزخ برگزیت** در خبرگزاری شبکه‌ی خبر برای اشاره به



«بلا تکلیف بودن» انگلیس برای ماندن یا نماندن در اتحادیه‌ی اروپا مورد استفاده قرار گرفته و این استعاره با زیبایی و جلوه‌ی خاص خود «برزخ» را توصیف می‌کند که عالمی مابین دنیا و آخرت است و انسان‌ها پس از مرگ به آن وارد می‌شوند و تا زمان موعود، روز قیامت، در آن می‌مانند. در این استعاره «انسان و عالم برزخ» عناصر فضای ذهنی نخست را تشکیل می‌دهند و «اعضای پارلمان و مسأله‌ی برگزیت» عناصر فضای ذهنی دوم را تشکیل می‌دهند که با ادغام آن دو فضا، حوزه‌ی چهارمی نوپدید «بلا تکلیفی» را مفهوم‌سازی کرده‌اند.

همچنین، عنوان خبری «**کلاف برگزیت پیچیده شد**»، استعاره‌ی دیگری است که در تاریخ ۱۳۹۸/۱/۱۳ در شبکه‌ی خبر برای اشاره به پیچیدگی مباحث و مذاکرات پی‌درپی در پارلمان انگلیس به‌کار رفت. در این استعاره «کلاف و عمل بافتن» فضاهای ذهنی بخش نخست و برگزیت و مذاکرات پیرامون آن در پارلمان انگلیس فضاهای ذهنی بخش دوم را تشکیل می‌دهند که فضای آمیخته‌ی چهارم به‌صورت «پیچیدگی در مذاکرات و حل این مسأله» مفهوم‌سازی شده است. همان‌گونه که کلاف پیچیده کلافی است که به سختی می‌توان آن را از حالت پیچیده خارج کرد، از این‌رو سامان‌دادن به مذاکرات نیز نیازمند صرف زمان و انرژی بسیاری است.

استعاره‌ی بعدی که در خصوص برگزیت خبرگزاری شبکه‌ی خبر به آن اشاره کرده است، **برگزیت در وقت اضافه** است. وقت اضافه یک اصطلاح فوتبالی است که معمولاً در مواقعی استفاده می‌شود که زمان انجام کاری رو به پایان است و به سطح هشدار رسیده است. برای مثال، به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی شبکه‌ی خبر در تاریخ ۱۳۹۸/۱/۱۵ رئیس بانک مرکزی انگلیس گفت: «خطر خروج انگلیس از اتحادیه‌ی اروپا بدون توافق به سطح هشدار دهنده‌ای رسیده است». در این استعاره نیز «برگزیت و اعضای پارلمان» عناصر فضای ذهنی نخست و «بازی فوتبال و بازیکنان» فضای درون‌داد دوم را تشکیل می‌دهند و مفهوم «هشدار و تعجیل در انجام مذاکرات» حوزه چهارمی است که از تلفیق دو حوزه‌ی درون‌داد و فرافکنی آن‌ها به فضای چهارم پایینی بوجود آمده است. در ذیل، نمودار استعاره‌ی اول، یعنی «برزخ برگزیت» پیرامون مبحث «برگزیت» که خبرگزاری‌های مختلف به آن اشاره کرده‌اند، ترسیم شده است.



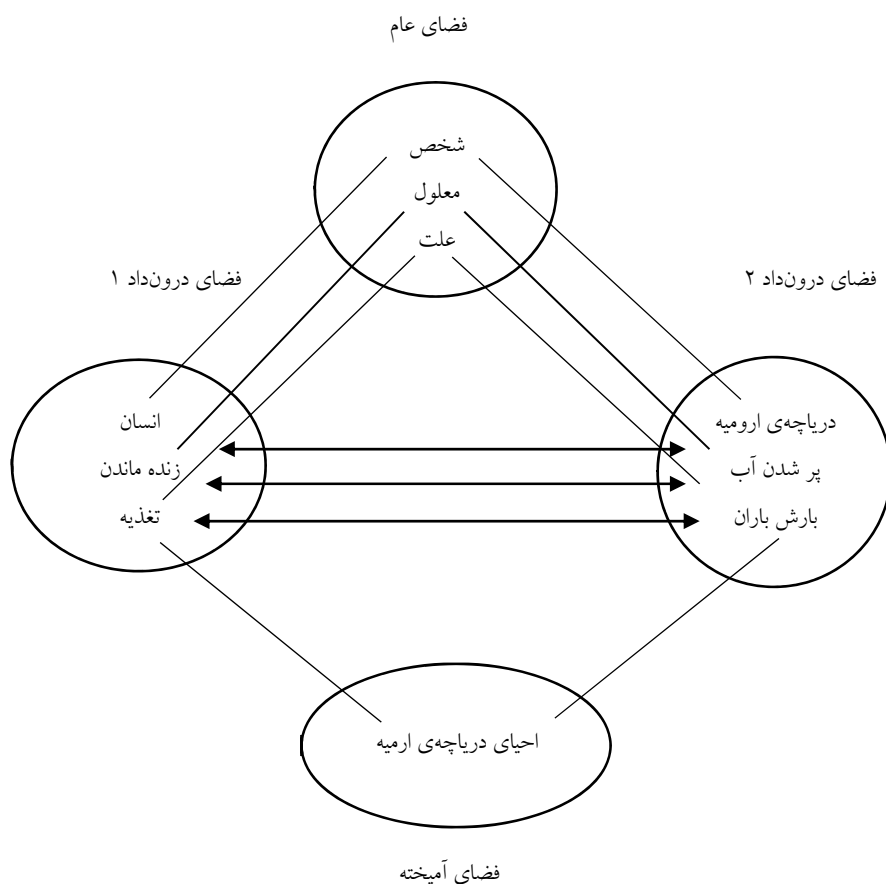
این استعاره به «بلا تکلیف بودن» بریتانیا اشاره دارد.

نمودار ۹. شبکه آمیختگی عنوان خبری «برزخ برگزیت»

### ۹.۵ استعاره «نفس‌های تازه در دریاچه ارومیه»

«جان‌بخشیدن به دریاچه‌ی ارومیه» و بهبود وضعیت آن که به سبب بارش‌های فراوان و پرشدن دریاچه‌ی ارومیه در قالب استعاره و به صورت مختصر و جذاب مورد استفاده قرار گرفته است، تیتر خبری شبکه‌ی خبر را به تاریخ ۱۳۹۸/۱/۹ به خود اختصاص داده است. این خبر با زبان استعاری افزایش آب این دریاچه را به خواننده و مخاطب القاء می‌کند. در این استعاره «انسان و نوع تغذیه‌ی او» عناصر فضای درون‌داد نخست و آن طرف

«دریاچه ارومیه و پرشدن آب این دریاچه» عناصر فضای درون‌داد طرف مقابل را تشکیل می‌دهند که مفهوم «بهبود شرایط و افزایش آب» را مفهوم‌سازی می‌کنند. به عبارتی، کاربرد این تیتراژی خبری به گونه‌ای استعاری حوزه‌ی نوپدید را نشان می‌دهد که در آن دریاچه‌ی ارومیه همچون موجودی جاندار، جان دوباره‌ای گرفت و زنده شد. نمودار زیر، شبکه‌ی آمیختگی این استعاره را به‌خوبی نشان می‌دهد.

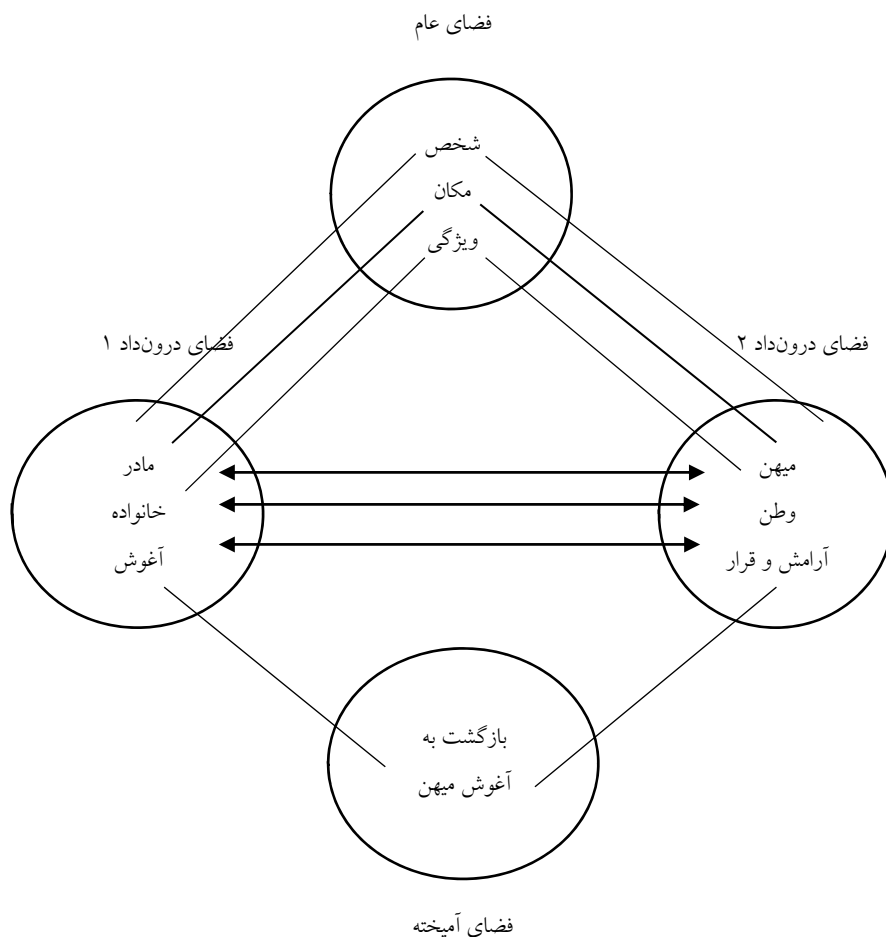


این استعاره به «احیا و زنده کردن» دریا اشاره دارد که گویی جان خود را از دست داده است.

نمودار ۱۰. شبکه آمیختگی عنوان خبری «نفس‌های تازه در دریاچه‌ی ارومیه»

### ۱۰.۵ استعاره «بازگشت مرزبانان به آغوش میهن»

این تیتتر خبری خبرگزاری شبکه‌ی خبر به آزادشدن چهار مرزبان از دست تروریست‌های جیش‌الظلم مربوط می‌شود و در تاریخ ۱۳۹۸/۱/۳ از شبکه‌ی خبر پخش شد. «میهن» در این تیتتر خبری به مادری تشبیه شده که بی‌قرار و مشتاق دیدار فرزندانش است. کاربرد این‌گونه استعاره‌ها در رسانه‌ها و متون مطبوعاتی روزبه‌روز در حال افزایش است و در بسیاری موارد برای جذب مخاطب اعم از بیننده و خواننده بسیار مفید و نتیجه‌بخش بوده است. با این‌که به راحتی و سهولت می‌توان اخبار را به مخاطب ارائه کرد، زبان استعاری به جذابیت هرچه بیش‌تر خبر، تأثیرگذاری و برانگیختن احساس افراد کمک شایانی می‌کند. در این استعاره که به راحتی می‌تواند حس وطن‌پرستی هر ایرانی را برانگیزاند عناصر فضای ذهنی نخست «مادر، خانواده و آغوش» و عناصر فضای ذهنی دوم شامل «میهن، وطن و آرامش» است که از فرافکنی ویژگی‌های مشترک فضای عام بالایی به این فضاها درون‌داد و تلفیق عناصر درون این دو فضا، فضای چهارم نوپدید «آغوشی که مفهوم آرامش و امنیت» به دست می‌آید.



این استعاره به «امنیت و رسیدن به آرامش» اشاره دارد.

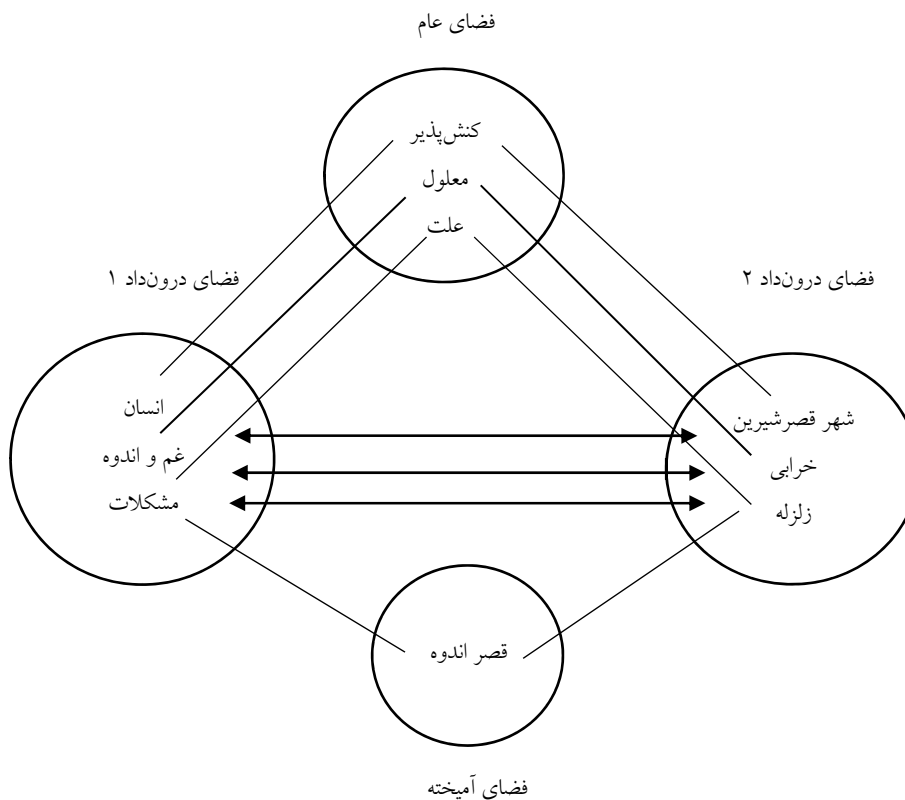
نمودار ۱۱. شبکه آمیختگی عنوان خبری «بازگشت مرزبانان به آغوش میهن»

### ۱۱.۵ استعاره «قصر اندوه»

این عنوان خبری در پی زلزله‌ی استان کرمانشاه برای اشاره به ویرانی و جان‌باختن بسیاری از مردم این منطقه، تیتراژی اصلی بسیاری از مطبوعات و روزنامه‌های کثیرالانتشار از جمله

روزنامه‌ی شرق به تاریخ ۱۳۹۶/۸/۲۳ را تشکیل می‌داد که تصاویر دلخراش ساختمان‌های آوارشده را نیز کنار خود داشت.

این استعاره به زلزله در شهر قصرشیرین اشاره دارد و با کوتاه‌سازی واژه‌ی «قصرشیرین» به «قصر»، ابهام دوگانه‌ای ایجاد می‌کند که هم در آن از اسم شهر (قصر<sup>۲</sup>) استفاده شده است و هم این‌که به شکوه و زیبایی این شهر اشاره دارد. قصر مکانی زیبا و با شکوه است و ترکیب آن با واژه‌ی «اندوه» ناراحتی و سوگواری عمومی را با زبانی استعاری بیان می‌کند و خواننده را نیز در خصوص این فاجعه به تأسف و تأثر دعوت می‌کند. در این استعاره «انسان، غم و مشکلات» فضای ذهنی نخست و عناصر «شهر قصرشیرین، خرابی و زلزله» فضای ذهنی دوم را تشکیل می‌دهند که ترکیب این دو فضای درون‌داد ذهنی به خلق حوزه‌ی نوپدید «شدت غم و اندوه» منجر شده است.



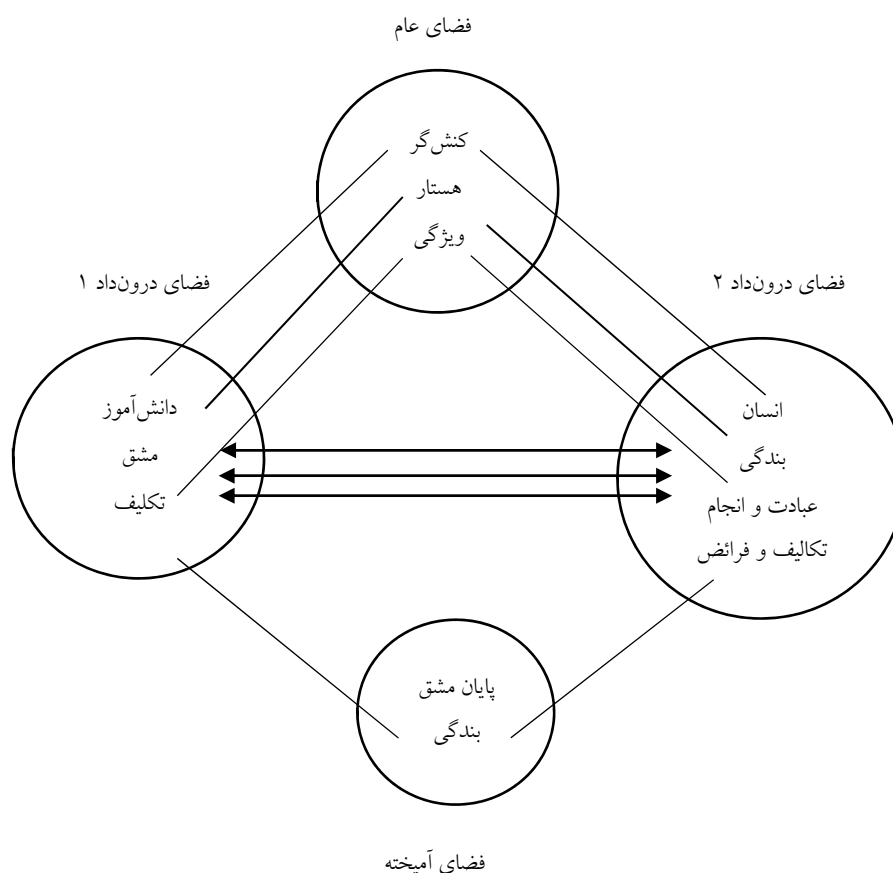
این استعاره به شدت «اندوه» اشاره دارد.

نمودار ۱۲. شبکه آمیختگی عنوان خبری «قصر اندوه»

### ۱۲.۵ استعاره «پایان مشق بندگی»

این استعاره یکی از تیتروهای خبری خبرگزاری شبکه‌ی خبر در تاریخ ۱۳۹۸/۱/۲ را تشکیل داد. در این استعاره به زیبایی هر چه تمام به آخرین روز مراسم معنوی اعتکاف اشاره شده است. واژه‌ی «مشق» در این عبارت، انجام تکلیف و فریضه‌ی بندگی را نشان می‌دهد و واژه‌ی «پایان» جذابیت این خبر را دوچندان کرده است. در این استعاره، فضای ذهنی «مشق و تکلیف» فضای ذهنی نخست و «بندگی و عبادت» فضای ذهنی دوم را تشکیل می‌دهند که نگاهت دو حوزه‌ی مبدأ و مقصد به هم، مفهوم «فریضه و

مراسم معنوی اعتکاف را با ظرافت خاصی به تصویر کشیده است که همان حوزه نوپدید و فضای سومی است که از ادغام دو فضای درون داد به دست آمده است.



این استعاره به «فرضیه‌ی معنوی اعتکاف» اشاره دارد...

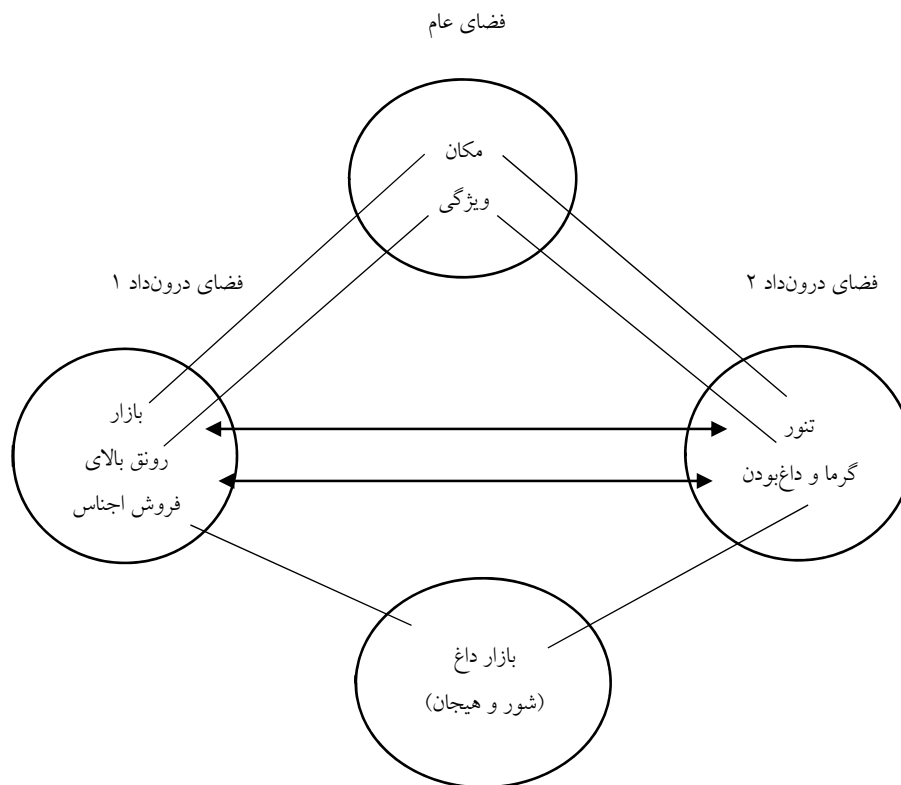
نمودار ۱۳. شبکه آمیختگی عنوان خبری «پایان مشق بندگی»

### ۱۳.۵ استعاره «بازار داغ»

در تاریخ ۱۳۹۶/۱۲/۱۴ ذر قلم (پایگاه خبری تحلیلی آذربایجان شرقی) برای اشاره به افزایش خرید ترقه در آستانه‌ی سال جدید از تیتربازار داغ و پرهیاهوی ترقه در تبریز استفاده کرده و این خبر را با زبان استعاری و ملموس به تصویر کشیده است که بسیار



جذاب‌تر و گویاتر از زبان مستقیم به جذب مخاطب می‌پردازد. رسانه‌ها با استفاده از این استعاره، و ادغام عناصر دو فضای درون‌داد، یعنی «بازار و ازدحام جمعیت» و نیز «تنور و گرما» که یکی یادآور مکان خرید و فروش اجناس موردنیاز مردم و دیگری گرما و داغی تنور را نشان می‌دهد، فضای نوپدید «پروونق‌بودن بازار» را به تصویر کشیده است. بنابراین، «بازار داغ» استعاره‌ای است که در بسیاری از موارد رسانه‌ها و مطبوعات برای اشاره به «پروونق بودن» وضعیت و شرایط به کار می‌برند. شایان ذکر است که این استعاره بسیار کاربردی است و نه تنها برای اشاره به رونق خرید و فروش، بلکه گاهی نیز برای اشاره به رایج بودن جریان و یا موضوعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. همواره حضور جمعیت باعث گرما می‌شود و این نیز بُعد دیگر قضیه است که چنین محصولی، حاصل نگاشت حوزه اول و دوم است.



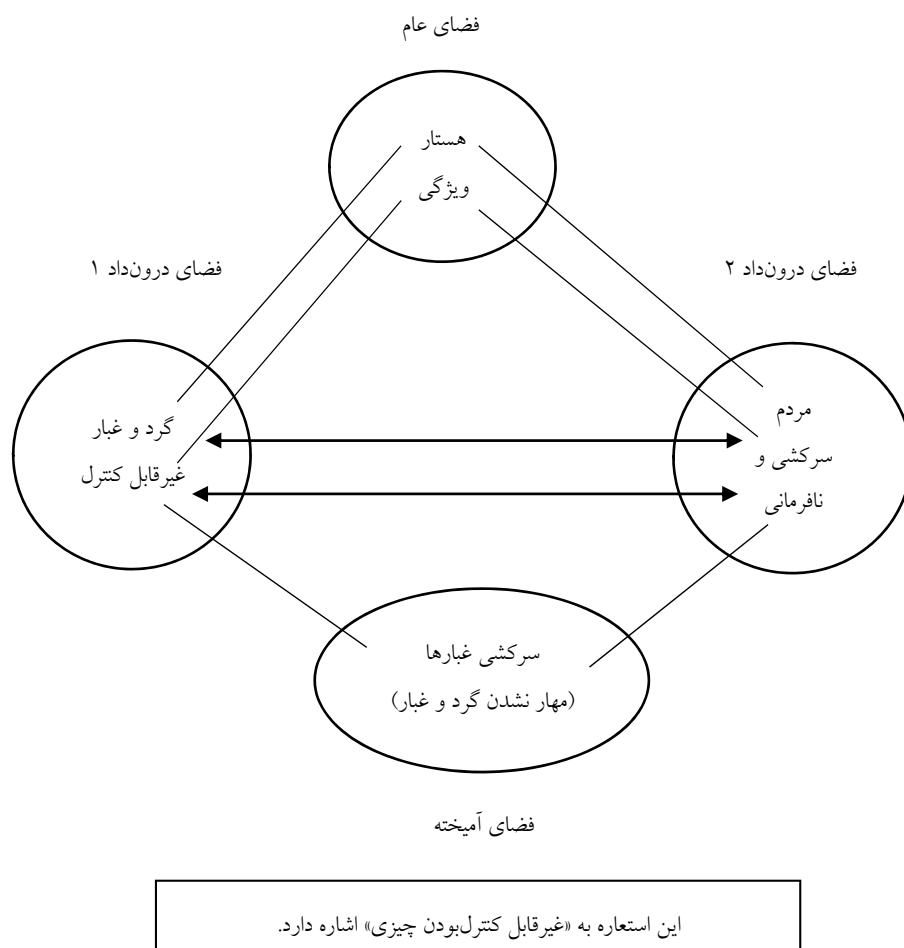
این استعاره به «شور و هیجان و پررونق بودن بازار» اشاره دارد.

نمودار ۱۴. شبکه آمیختگی عنوان خبری «بازار داغ»

#### ۱۴.۵ استعاره «سرکشی غبارها»

این عنوان خبری به صورت استعاری به پیدایش پدیده‌ی گردوغبار اشاره دارد و از آن دسته تیترهای خبری است که بارها در مطبوعات و رسانه‌ها به آن اشاره شده است. در این خبر، واژه‌ی «سرکشی» که به لحاظ لغوی به معنای طغیان و نافرمانی است، نارضایتی جمعی را از بروز چنین پدیده‌ای القاء می‌کند و به علاوه در جذب مخاطب به پیگیری خبر بسیار مؤثر واقع می‌شود. همچنین، عناصر متناظر دو فضای درون‌داد

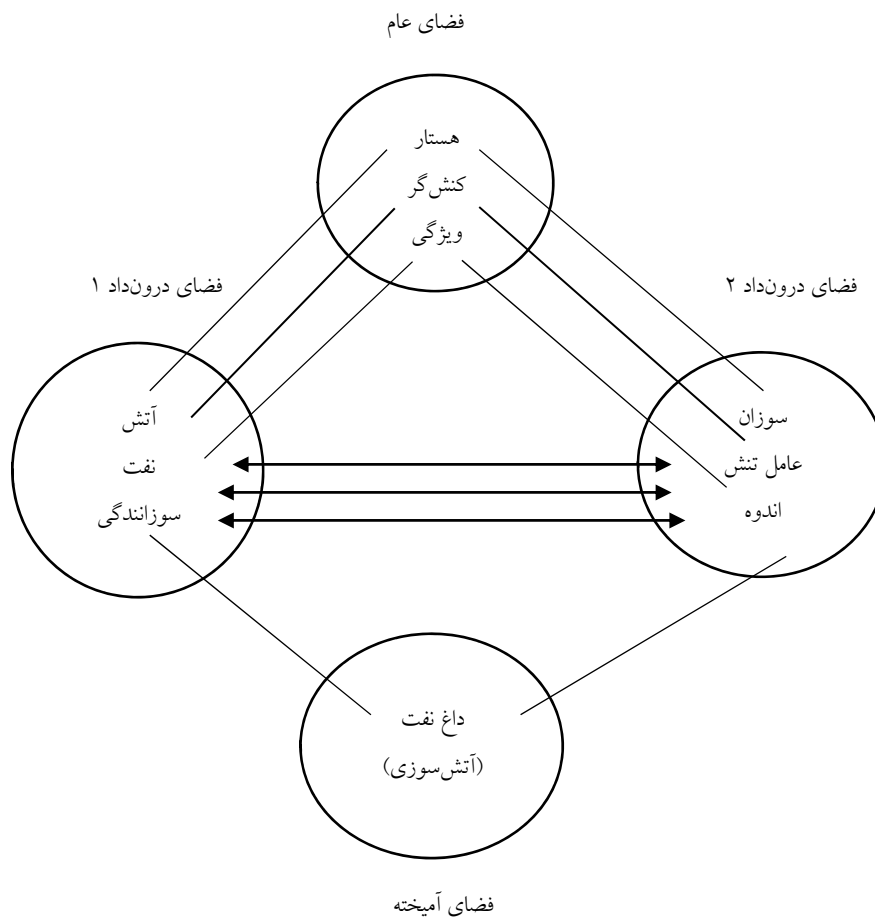
«سرکشی و نافرمانی» و «غبار» که هر دوی آن‌ها بار معنایی منفی را با خود به همراه دارند، به گونه‌ای در کنار هم جمع شده‌اند تا نافرمانی غبارها را با نارضایتی عامه‌ی مردم نشان دهد. همچنین با استفاده از این استعاره سعی شده است تا نشان داده شود که آلودگی هوا به سبب گرد و غبار، موضوعی است که قابل کنترل و مهارشدنی نیست. از این رو، فضای چهارمی که از تناظر این دو حوزه‌ی ذهنی مفهوم‌سازی می‌شود، مفهوم «غیرقابل کنترل بودن» گرد و غبار بوده که عدم مسؤلیت‌پذیری را نیز به مخاطب القاء می‌کند.



نمودار ۱۵. شبکه آمیختگی عنوان خبری «سرکشی غبارها»

### ۱۵.۵ استعاره «داغ نفت»

استعاره دیگری که در این پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد به آتش‌سوزی نفتکش سانچی که در سال ۹۶ در آب‌های چین با یک کشتی باری دیگر تصادف کرد و آتش گرفت اشاره دارد. این خبر در تاریخ ۱۳۹۶/۱۰/۲۵ از خبرگزاری «جامعه‌ی خبری تحلیلی الف» منتشر شد. در این خبر برای نشان‌دادن ناراحتی از فاجعه و حادثه‌ی تأسف‌باری که در پی آن ۳۲ نفر خدمه‌ی کشتی نیز جان خود را از دست دادند از واژه‌ی «داغ» استفاده شده و واژه‌ی «نفت» به‌طور ضمنی برای اشاره به نفتکش سانچی به‌کاربرده شده و مخاطب را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد و به همراهی و تأسف دعوت می‌کند. در ترکیب استعاری «داغ نفت»، دو جزء «داغ» و «نفت» متناظر با دو فضای درون‌داد هستند. در اینجا، اجزاء ترکیب، از شبکه‌ی دوساحتی هستند. در حوزه‌ی مفهومی «داغ»، دو مؤلفه وجود دارد که یکی «سوزان» و دیگری «اندوه» و در حوزه‌ی مفهومی «نفت»، دو مؤلفه‌ی «سوزاندگی و عامل تنش» وجود دارد و این مؤلفه‌ها دو به دو با هم متناظر شده که از ادغام آن‌ها حوزه‌ی چهارم «حادثه‌ی ناگوار آتش‌سوزی» مفهومی‌سازی می‌شود.



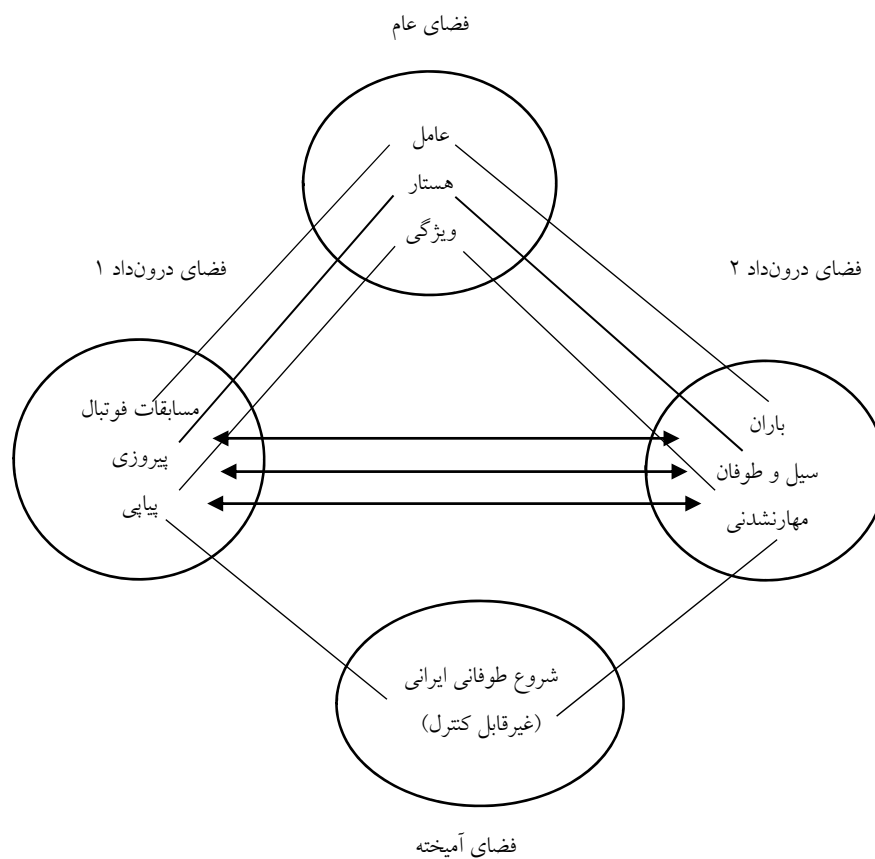
این استعاره به «حادثه‌ی آتش سوزی» کشتی سانچی در دریا اشاره دارد.

نمودار ۱۶. شبکه آمیختگی عنوان خبری «داغ نفت»

### ۱۶.۵ استعاره «شروع طوفانی ایران در جام ملت‌های آسیا»

در بسیاری از تیترهای خبری (برای مثال، تیتر خبری خبرگزاری/یرنا در تاریخ ۱۳۹۷/۱۰/۱۷) برای اشاره به پیروزی پرگل تیم فوتبال ایران در مقابل یمن در رقابت‌های جام ملت‌های آسیا از استعاره‌ی شروع طوفانی استفاده شده و بر جذابیت خبر افزوده و سعی در برانگیختن احساسات مخاطب دارد که خوشحالی از این بُرد را به‌خوبی

منتقل می‌کند. در این استعاره «شروع و آغاز» حوزه‌ی ذهنی نخست و «طوفانی و کولاک» حوزه‌ی ذهنی دوم را تشکیل می‌دهند و از آنجایی که طوفان قابل کنترل نیست و به دیگران خسارت خواهد زد؛ بنابراین، فضای نوپدیدی را به دست می‌دهد، گویی این پیروزی، تازه شروع موفقیت تیم ورزشی بوده و همچون طوفان مهارشدنی نیست. در اینجا، بازیکنان همان موج‌های سیل و طوفانی هستند که قرار است در بازی‌های بعدی، حریفان خود را مغلوب کنند. از این‌رو، فرآیند آمیختگی این دو حوزه، حوزه‌ی سوم و نوپدید «غیرقابل پیش‌بینی و غیرقابل مهار بودن» را مفهوم‌سازی کرده است.

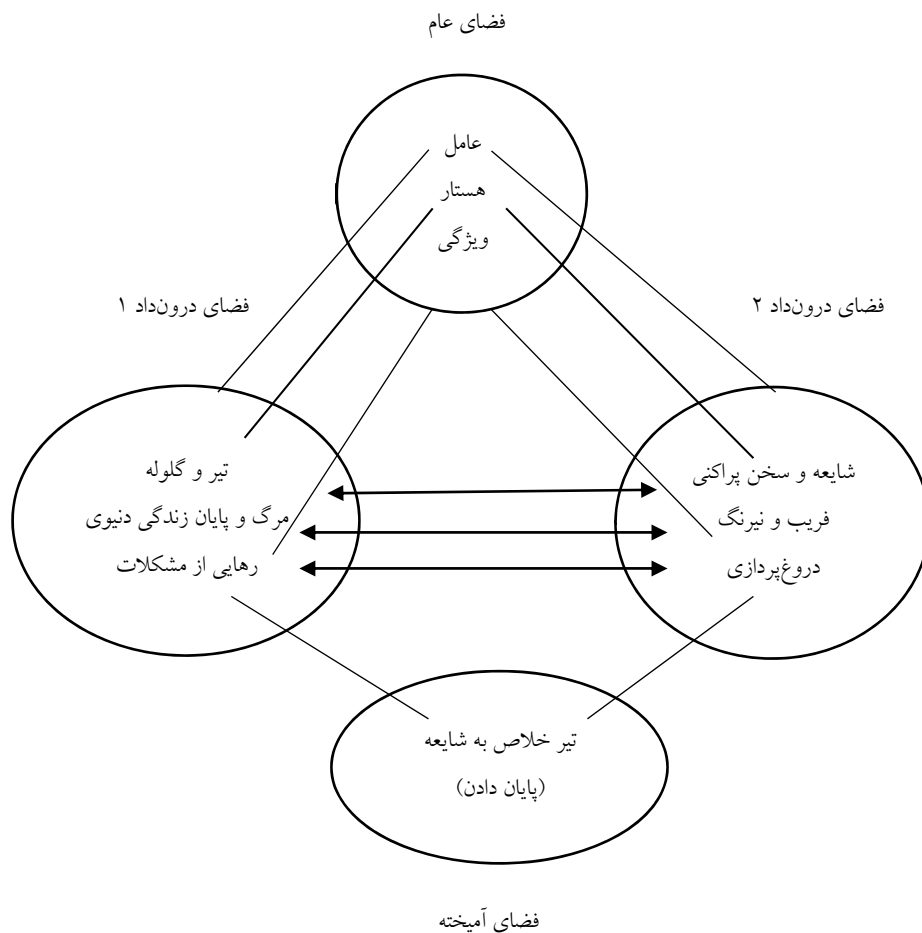


این استعاره به «پیروزی‌های بی‌درپی» تیم ایران اشاره دارد.

نمودار ۱۷. شبکه آمیختگی عنوان خبری «شروع طوفانی ایران در جام ملت‌های آسیا»

### ۱۷.۵ استعاره «تیر خلاص به شایعه»

استعاره‌ی دیگر مربوط است به خبرهای ضدونقیضی که پیرامون وقوع زلزله در غرب کشور در فضای مجازی به آن دامن زده شد و خبرگزاری جام‌جم نیز در تاریخ ۱۳۹۶/۸/۲۳ یکی از تیرهای خبری خود را به آن اختصاص داد. در این استعاره «تیر و گلوله، مرگ و پایان زندگی دنیوی، رهایی از مشکلات» عناصر فضای درون‌داد نخست و «شایعه، فریب و دروغ‌پردازی» عناصر فضای درون‌داد دوم را تشکیل می‌دهند که پس از فزافکنی عناصر انتزاعی در فضای عام به این دو فضای درون‌داد، و ایجاد تناظر بین عناصر در این فضاهای درون‌داد، فضای چهارم نوپدید شکل می‌گیرد که مفهوم «پایان‌دادن و خاتمه» به شایعات و خبرهای بی‌اعتبار مجازی را به مخاطب القاء می‌کند. البته این استعاره می‌تواند برای اشاره به تکذیب و پایان‌دادن به هر شایعه‌ای که در میان مردم جامعه وجود داشته باشد نیز به کار برده شود. به‌طور ضمنی «شایعه» به انسان کم‌جانی تشبیه شده که با تلنگری می‌میرد و ازسویی به قدرت و اهمیت کلام برای رد و تکذیب شایعه نیز اشاره دارد. به‌طوری‌که، آن کلام و سخن می‌تواند در حکم تیر خلاص به پیکر شایعه باشد. بنابراین، حوزه‌ی سومی که شکل گرفته است «سست بنیادبودن شایعه» است.



این استعاره پیرامون «پایان دادن» به شایعات و خبرهای بی اعتبار در رسانه به کار رفته است.

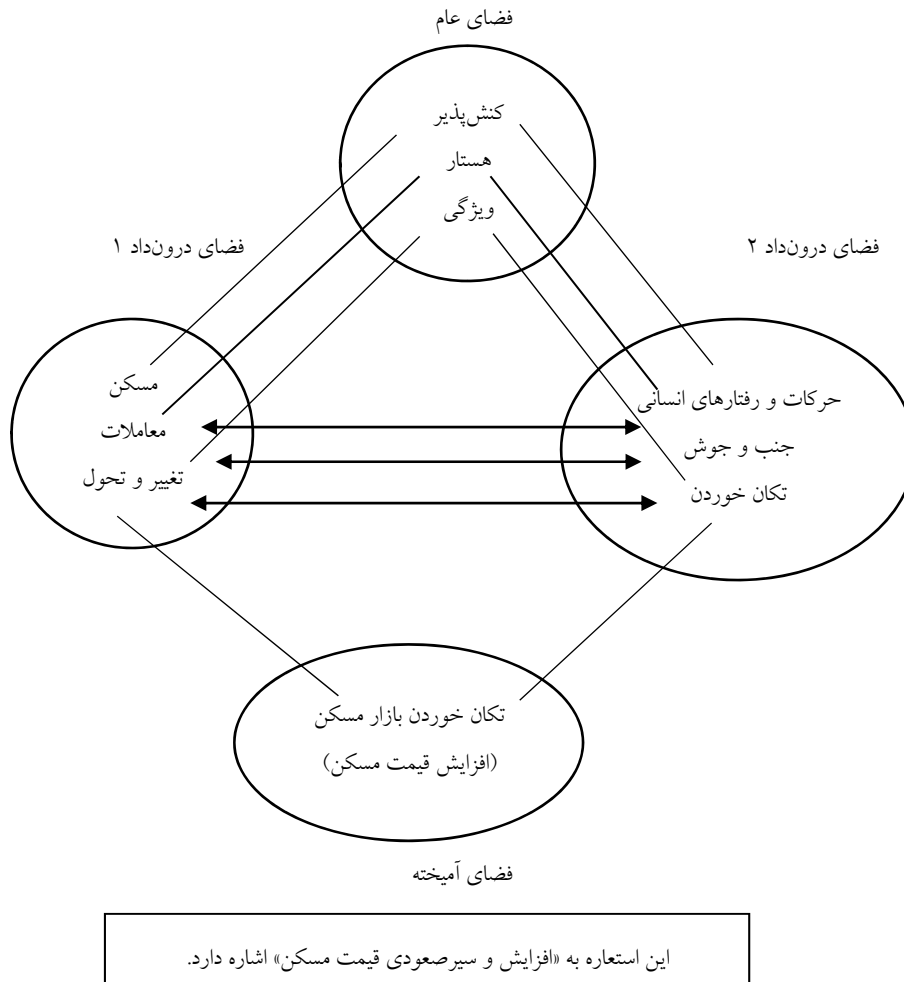
نمودار ۱۸. شبکه آمیختگی عنوان خبری «تیر خلاص به شایعه»

### ۱۸.۵ استعاره «تکان خوردن بازار مسکن»

تکان خوردن بازار به طور استعاری به جنب و جوش فضاهای موجود در بازار اشاره می کند که می تواند برای مثال بازار عرضه ی لوازم خانگی و هر چیز دیگری را شامل شود. به عنوان نمونه، پایگاه خبری صدای ایران در تاریخ ۱۳۹۶/۱۱/۶ درباره ی اوضاع و احوال مسکن از مشاوران املاک سؤال می پرسند و آنان در پاسخ، از عبارت استعاری «بازار مسکن تکان



خورده است» استفاده می‌کنند. در این استعاره «مسکن، معاملات و افزایش قیمت» عناصر فضای درون‌داد نخست و «رفتارها و حرکات انسانی، جنب‌وجوش، تغییر و تحول» عناصر فضای درون‌داد دوم را تشکیل می‌دهند که با متناظر نمودن عناصر این دو فضای درون‌داد، مفهوم «افزایش قیمت مسکن» شکل می‌گیرد. طبیعی است که مخاطب با دیدن و شنیدن چنین خبرهایی از رسانه‌ها و مطبوعات نسبت به پیگیری خبر و یافتن منبع آن واکنش نشان می‌دهد. از آنجایی که تکان‌خوردن نشان از تغییر و تحول است، و بازار شامل تمام خریداران و فروشندگانی است که در حال دادوستد کالاها یا خدمات خاصی هستند. بنابراین، ادغام این دو فضای درون‌داد به ساخت فضای چهارم منجر شده است که گوینده خبر «سیر صعودی» قیمت مسکن را با زبانی استعاری به مخاطبانش منتقل می‌کند.



نمودار ۱۹. شبکه آمیختگی عنوان خبری «تکان خوردن بازار مسکن»

## ۶. نتیجه گیری

یافته‌ها نشان داد که رسانه‌ها و مطبوعات با استفاده از زبان استعاری سعی در جذب مخاطب دارند و استفاده از تصاویر نیز در کنار این خبرها بر جذابیت هرچه بیش‌تر آنها می‌افزاید. از آنچه بیان شد، می‌توان نتیجه گرفت که از تفکر استعاری نمی‌توان غفلت کرد، به خصوص در موضوعات پیچیده و انتزاعی، همچون سیاست خارجی و در واقع توجه به استعاره‌ها ما را در درک و کشف واقعیات رهنمون خواهد بود.

کلام استعاری مخاطب را جذب می‌کند، به شادی و شیون فرامی‌خواند و وی را به تفکر و تعمق دعوت می‌کند. همین کلام به‌خوبی می‌تواند احساسات مخاطب را در بسیاری موارد برانگیزاند و جهان‌بینی افراد نسبت به مسائل پیرامون آن‌ها را تغییر دهد که از عهده‌ی زبان خارج است. از این‌رو، نظام استعاره‌ها همواره وجود دارند و ما به‌صورت ناخودآگاه برای درک واقعیت پیرامون‌مان از آن‌ها بهره می‌بریم. نتایج این جستار علاوه بر تأیید این مسأله که استعاره‌ها در گفتمان بازتاب‌دهنده‌ی ایدئولوژی هستند، نشان داد که لایه‌های پنهان معنای موجود در پس کاربرد استعاره، بسیار پیچیده است که حتی نگاشتِ دو حوزه‌ی انتزاعی مبدأ و ملموس مقصد، آن‌چنان‌که در انگاره‌ی استعاره‌ی مفهومی هست، قادر به درک آن نیست. از این‌رو، همان‌گونه که در انگاره‌ی آمیختگی مفهومی ادعا می‌شود، ادراک مفاهیم از تلفیق دو فضای درون‌داد حادث می‌شود که عناصر آن‌ها یک‌به‌یک با هم در تناظر قرار می‌گیرند تا مفهوم‌سازی موردنظر به‌دست داده شود. همین کلام و عبارات استعاری است که مخاطب را به دنبال کردن موضوع دعوت می‌کند و همین مسأله می‌تواند وجه تمایز خبرگزاری‌ها و رسانه‌های مختلف شود. به‌طورکلی، رویکرد رسانه‌ها و مطبوعات به سمت استفاده‌ی بیشتر از استعاره‌های ملموس و کاربردی است تا بتوان در خلال آن‌ها مسائل و دغدغه‌های مردم را به‌گوش جهانیان رساند. بنابراین، رسانه‌ها پیرامون آگاهی‌بخشی به عموم مردم وظیفه‌ی مهمی به عهده دارند و انجام این امر مهم با زبان استعاری نتیجه‌بخش‌تر خواهد بود.

## پی‌نوشت‌ها

۱. این واژه از کلمه‌ی انگلیسی Brexit که بر اساس فرآیند واژه‌سازی ادغام از دو واژه‌ی British و exit بدست آمده است.
۲. این واژه نام شهری در استان کرمانشاه است که همسایه‌ی کشور عراق و در غرب ایران واقع است.

## کتاب‌نامه

- اردبیلی، لیلا؛ برکت، بهزاد؛ روشن، بلقیس و محمد ابراهیمی، زینب (۱۳۹۲). «پیوستگی معنایی متون از منظر نظریه‌ی آمیختگی مفهومی». *جستارهای زبانی*، شماره‌ی ۵، صص. ۳۷-۴۷

- آفاگل زاده، فردوس؛ دهقان، مسعود (۱۳۹۳). «تحلیل شیوه‌های بازنمایی خبر بر مبنای رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی». *جستارهای زبانی*. دوره ۵، شماره ۴. صص. ۱۶-۱.
- دهقان، مسعود (۱۳۸۵). *گفتمان دموکراسی بعد از یازدهم سپتامبر*. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد. دانشگاه رازی، کرمانشاه.
- دهقان، مسعود؛ وهابیان، بهناز (۱۳۹۷). «خوانش استعاره‌ی اشعار «کابوس‌های روسی» اثر حسین پناهی براساس رویکرد آمیختگی مفهوم». *مطالعات زبانی-بلاغی*. دوره ۹، شماره ۱۷، صص. ۱۶۶-۱۴۱
- خسروی، زهره. (۱۳۹۳). *استعاره شناختی لیکاف و جانسون در متون مطبوعاتی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه بیرجند
- قربان‌زاده سوار، قربانعلی؛ رحمتی، مهدی و ناطقی، هاشم (۱۳۹۵). «رسانه و هویت ملی». *مطالعات بینارشته‌ای رسانه و فرهنگ*. دوره ۶، شماره ۱۱، صص. ۱۳۱-۱۱۱

- Evans, V. & Green, M. (2006). *Cognitive linguistics: An introduction*. Edinburg: Edinburg University Press.
- Fauconnier, G. & Turner, M. (1994). *Conceptual projection and middle spaces*. In Technical report 9401. University of California, San Diego
- Fauconnier, G. & Turner, M. (1998). "Conceptual Integration Networks". *Cognitive Science*, 22, 2, 33-187
- Fauconnier, G. & M. Turner. (2002). *The way we think: Conceptual blending and the mind's hidden complexities*. New York: Basic Books.
- Geeraerts, D. (1995). *Cognitive linguistics: Handbook of pragmatics*. Amsterdam: J. Benjamin Pub. Co.
- Grady, J.; Oakley, T. & Coulson, S. (1999). *Blending and metaphor*. In. Steen, G. & Gibbs, R. (eds.), *Metaphor in Cognitive Linguistics*. Philadelphia: John Benjamins. 101-124
- Lakoff, G. & M. Johnson. (1980). *Metaphors We Live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Turner, M. (1991). *Reading Minds: The Study of English in the Age of Cognitive Science*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Turner, M. (1996). *The Literary Mind*. Oxford: Oxford University Press