

استعاره، اسطوره و ایدئولوژی در سرخط انتخاباتی روزنامه‌های ایران: بر اساس انگاره چارتریس بلک (۲۰۰۵)^۱

شیرین پوراابراهیم^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۷/۳۰

نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

نظریه تحلیل انتقادی استعاره، دیدگاهی است که با هدف شناسایی نیات و ایدئولوژی‌هایی که در ژرفای کاربرد زبان وجود دارد، به تحلیل استعاره‌ها می‌پردازد. چارتریس بلک (Chartris-Black, 2005) معتقد است که استعاره، اسطوره و ایدئولوژی هر سه کارکرد اقناعی دارند. کاربرد نظام‌مند استعاره بخشی از ایدئولوژی است، زیرا استعاره میان اسطوره و ایدئولوژی پیوند برقرار کرده و اهداف اقناعی گفتمان سیاسی را محقق می‌کند. این مقاله بر آن است تا با بهره‌گیری از رویکرد چارتریس-بلک (همان) به بررسی نقش استعاره مفهومی در شکل‌گیری اسطوره و ایدئولوژی بپردازد. هدف این کار، تبیین رابطه میان استعاره مفهومی، اسطوره و ایدئولوژی در متن‌های سیاسی است. پرسش پژوهش از این قرار است که چگونه استعاره‌های موجود در سرخط‌های انتخاباتی، به ایجاد اسطوره سیاسی و نیز ایدئولوژی منجر می‌شود. با بررسی عنوان‌های ۱۲ روزنامه منتخب (دو جریان سیاسی اصلاح طلب و اصول‌گرا) در بازه زمانی دو ماهه تبلیغات انتخاباتی ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶، مشخص شد که استعاره‌های مفهومی به روایت‌های غیر واقعی در مورد خودی و غیر خودی و شکل‌گیری اسطوره

^۱ شناسه دیجیتال (DOI): 10.22051/jlr.2020.32682.1910

^۲ دکترای تخصصی زبان‌شناسی، دانشیار گروه زبان‌شناسی، دانشکده ادبیات فارسی و زبان‌های خارجی، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران؛ pourebrahimsh@pnu.ac.ir

منجر می‌شود. اسطوره‌های حاصل از کاربرد این استعاره‌ها به برانگیختن احساسات مورد نظر گفتمان‌سازها مثل علاقه به خودی و تنفر از غیر خودی و نهایتاً به شکل‌گیری ایدئولوژی مورد نظر رسانه در مخاطب منتهی می‌شود. این امر، در راستای مشروعیت‌بخشی به خودی و مشروعیت‌زدایی از رقیب و اقناع مخاطب به انتخاب ایدئولوژی خودی قرار دارد. این تحلیل نشان می‌دهد که ظهور استعاره‌ها در زبان می‌تواند به جای آگاه‌سازی مخاطبان با گفتن واقعیت، احساسات آن‌ها را با ایجاد اسطوره برانگیزد و میان اسطوره و ایدئولوژی میانجی‌گری کرده و کنش مورد نظر گفتمان‌سازها را تضمین کند.

واژه‌های کلیدی: تحلیل انتقادی استعاره، اسطوره، ایدئولوژی، خودی/غیر خودی، انتخابات.

۱. مقدمه

از دیدگاه بلومارت (Blommaert, 2005, p. 87) تحلیل گفتمان انتقادی بر آن است تا با کمک ابزار زبان‌شناختی و با در نظر گرفتن بافت اجتماعی و تاریخی، ایدئولوژی پنهان در متن را آشکار کرده تا به روابط چندگانه میان زبان، قدرت و ایدئولوژی پردازد. در این‌جا، ادعا بر این است که ایدئولوژی‌ها به طور عمده در ناگفته‌ها یا گزاره‌های تلویحی جای دارند (Fairclough, 1995, p. 24-25). از سوی دیگر، نظریه استعاره مفهومی لیکاف و جانسون (Lakoff & Johnson, 1980) استعاره را ابزاری شناختی و ذهنی و نه زبانی قلمداد کرده‌است که در زبان (و برخی نهادهای دیگر بشری چون هنر، معماری، تاریخ و سیاست) نمایان می‌شود. «استعاره مفهومی مجموعه انطباق‌های میان حوزه مبدأ به عنوان حوزه‌ای عینی و حوزه مقصد به عنوان حوزه‌ای انتزاعی یا کمتر عینی است. «جامعه و سیاست جزء نظام‌های پیچیده انتزاعی قلمداد شده‌است» (Kovecses, 2014, p. 213). سیاست نظامی انتزاعی و پیچیده است که مشتمل بر ایدئولوژی‌های آشکار و پنهان است. پرداختن به استعاره‌های موجود در گفتمان سیاسی پرده از راز واقعی ایدئولوژی بر می‌دارد. به باور کوچس (Kovecses, 2014) «گفتمان‌های طولانی اغلب ایدئولوژیک‌اند و ایدئولوژی‌ها اغلب تحت سیطره استعاره‌های مفهومی‌اند» (Kovecses, 2014, p. 398).

برای برجسته کردن تأثیر ایدئولوژیکی استعاره، تحلیل انتقادی استعاره (Chartris-Black, 2005, p. 26-29) به اشتراکات میان نظریه‌های شناختی استعاره و تحلیل گفتمان انتقادی می‌پردازد. چارتریس-بلک (Chartris-Black, 2011, p. 28) معتقد است که

استعاره‌ها در بافت سیاسی اغلب برای اهداف ایدئولوژیکی به کار می‌روند، زیرا ارتباط‌های احساسی ناخودآگاهی را فعال می‌کنند که با آن‌ها به اسطوره‌پردازی و گفتن داستان درست کمک می‌کنند. او معتقد است که نقش عمده کاربرد استعاره در خطابه سیاسی، قالب‌بندی دیدگاه‌های ما از موضوع‌های سیاسی با حذف دیدگاه‌های دیگر است. بنابراین، سران سیاسی از استعاره‌ها برای نمایش مثبت خود و نمایش منفی رقبای سیاسی و حمله به دیدگاه‌های آن‌ها بهره می‌برند. مبنای این پژوهش چارتریس-بلک (Chartris-Black, 2005) است که در بخش سوم مقاله به آن پرداخته می‌شود.

۲. پیشینه پژوهش

مرل‌من (Merelman, 1986) معتقد است مطالعه شناخت سیاسی^۱ بیشتر با نمودهای ذهنی افرادی سر و کار دارد که در ذهن کنشگران سیاسی مشترک است. دانش و دیدگاه ما در مورد سیاستمداران، احزاب یا رؤسای جمهور اغلب با صورت‌های گوناگون متن و گفتار در فرایند جامعه‌شدگی^۲ ایجاد می‌شوند، تغییر می‌کنند یا تأیید می‌شوند (Van Dijk, 2002, p. 203). ون دایک معتقد است که مطالعه گفتمان سیاسی از جنبه نظری و تجربی فقط هنگامی مرتبط به نظر می‌رسد که ساخت‌های کلامی^۳ را بتوان به ساخت‌ها و فرایندهای سیاسی پیوند زد. ساخت‌ها و فرایندهای سیاسی در سطح کلان عمل می‌کنند و ساخت‌های کلامی در سطح خرد. این شکاف را می‌توان با نظریه مفصل شناخت سیاسی پر کرد (همان، ۲۰۳-۲۰۴).

از نگاه فالر (Fowler, 1991, p. 231) روزنامه‌ها اغلب بر متون تولیدی خارجی وابسته‌اند: سخنرانی‌ها و بحث‌های پارلمانی، گزارش‌های مطبوعاتی از منبع‌های گوناگون، گزارش‌های تخصصی دولتی و غیر دولتی، مقاله‌های رسمی، شعارهای گروه‌های سیاسی و بیانیه‌ها و دیدگاه‌های صداها در دسترس، پروپاگانداها یا شعارهای گروه‌های سیاسی از منابع متنی مهم هستند. همچنین منابع شفاهی و گفته‌ها و نوشته‌های فردی از منابع دیگر روزنامه‌اند. تحلیل انتقادی می‌بایست توجه ویژه‌ای به این نکته داشته باشند که چگونه گفته‌های افراد منتقل می‌شوند.

تاکنون، ارتباط میان سیاست، زبان و شناخت موضوع برخی از پژوهش‌ها بوده است. این گروه از پژوهش‌ها تلاش کرده‌اند روش‌های تحلیل در زبان‌شناسی و معنی‌شناسی شناختی را با اهداف تحلیل گفتمان انتقادی گره بزنند تا بتوانند به محقق‌شدن اهداف این نظریه کمک کنند. برای

¹ political cognition

² socialization

³ discourse structure

نمونه، گوتلی (Goatly, 2007) بر این باور است «بسیاری از مسائل سیاسی برای درک رأی‌دهندگان پیچیده و انتزاعی است، از این رو استعاره‌ها می‌توانند به رأی‌دهندگان کمک کنند تا پدیده‌های انتزاعی را از طریق پدیده‌های عینی درک کنند» (Mio, 1997). موسلف (Musolff, 2012, p. 301) به طرح این بحث می‌پردازد که کاربرد زبان استعاری، و به طور عام‌تر زبان مجازی^۱، به تحلیل انتقادی کلام کمک می‌کند. وی نشان می‌دهد که شناسایی استعاره به وسیله زبان‌شناسان به عنوان ابزار بنیادین مفهوم‌سازی و استدلال می‌تواند به تحلیل انتقادی کلام در پرداختن به نحوه شکل‌گیری معنی در بافت اجتماعی کمک کند. لیکاف و جانسون (Lakoff & Johnson, 1980, p. 156) معتقدند که «استعاره می‌تواند راهنمایی برای عمل و کنش بعدی باشد. چنین کنش‌هایی متناسب با استعاره خواهد بود. این امر باعث تقویت قدرت استعاره برای انسجام تجربه می‌شود». به باور موسلف (Musolff, 2012) چنین رویکردی به استعاره - به عنوان ساز و کار شناختی مهم و حتی محوری - تا اندازه بسیاری با گرایش‌های تحلیل گفتمان انتقادی همخوانی دارد. در نتیجه، تحلیل‌های فراوانی در دهه‌های گذشته در مورد استعاره و با رویکرد شناختی به تحلیل گفتمان انتقادی چاپ شده‌است که می‌توان به چندین تحلیل از گفتمان سیاسی امریکا به وسیله خود لیکاف اشاره کرد (Musolff, 2012, p. 302-303).

ساختارهای استعاری در گفتمان اجتماعی-سیاسی نقشی ویژه دارند. چارتریس-بلک (Chartris-Black, 2011) از سیاست‌مدارانی نام می‌برد که برای تقویت فعالیت‌های مدنی و رسیدن به حکومت ملی از ساختار استعاری سفر بهره برده‌اند. وی از مهمترین افرادی است که به توان اقناعی استعاره توجه کرده‌است و در فصل دوم کتابش (همان، ۲۸-۵۰) به بررسی استعاره در گفتمان سیاسی و توان اقناعی آن در گفتمان سیاسی پرداخته‌است. شیلتون (Chilton, 2004, p. 51) معتقد است که گفتمان سیاسی تابعی ز فرایندهای ذهنی فردی و جمعی است. بر پایه انگاره ابعاد اشاری^۲ شیلتون، روش‌های مختلف اشاره به عناصر گوناگون، سبب ایجاد معانی متفاوت می‌شود.

موسلف (Musolff, 2012) به بررسی استعاره‌های شناختی در روزنامه‌های سیاسی اروپایی و در واقع سیاق سیاسی می‌پردازد (Musolff, 2004, p. 2). او معتقد است اگر تجارب اجتماعی و مفهوم‌سازی‌های ما به صورت استعاره سازماندهی شوند، در آن صورت سیاست به عنوان بخشی از حوزه اجتماعی بایستی به صورت استعاری درک و سازماندهی شود. در کتاب *سیاست/اخلاقی* لیکاف در سال ۱۹۹۶ به این استعاره‌ها پرداخته شده‌است (Lakoff, 1996). شیلتون و لیکاف

¹ figurative language

² deictic dimension model

(Chilton & Lakoff, 1995) در مقاله‌ای با نام سیاست خارجی و استعاره^۱ به نقش استعاری مفاهیم حوزه سیاست خارجی پرداختند و استعاره‌هایی چون کشور به مثابه شخص و کشور به مثابه ظرف^۲ را مورد بررسی قرار دادند. درولاک (Drulak, 2006, p. 251) نشان می‌دهد که مطالعه استعاره در گفتمان سیاسی، زمینه‌های مناسبی برای مفاهیم تحلیل کلام فراهم می‌کند. در این راستا، پژوهش‌های بسیاری وجود دارد که نشان می‌دهد تحلیل استعاره‌ها سبب غنای درک ما از روابط بین‌الملل و اتحاد اروپا می‌شود که می‌توان به بیر و لندشیر (Beer & Landtsheer, 2004)، شیلتون (Chilton, 2004)، شیلتون و لیکاف (Chilton & Lakoff, 1995)، میلیکن (Milliken, 1999)، موسلف (Musolff, 1995)، و شافنر (Schaffner, 1995) اشاره کرد. نولز و مون (Knowles & Moon, 2005, p. 74) معتقدند احزاب سیاسی همیشه تلاش می‌کنند مخاطبان خود را متقاعد کنند که روش‌ها و برنامه‌های آن‌ها بهترین‌های موجود و به صلاح شهروندان است. در این جا ایدئولوژی برای موجه جلوه دادن ادعای آن‌ها به کار می‌رود. از آن جایی که بُعد اجتماعی تبلیغات سیاسی جنبه‌ای مهم به شمار می‌آید، زبان و در نتیجه استعاره‌ها در ترویج ایدئولوژی نقش مهمی دارند. برک‌هولدر و هنری (Burkholder & Henry, 2009) معتقدند که «لازم است سیاستمداران نشان دهند در کنار درک مسائل پیچیده، قادر به حل آن‌ها هم هستند. بنابراین، آن‌ها با کاربرد مفاهیم تجربه‌شده عینی بر مفاهیم مجرد، از استعاره‌ها استفاده می‌کنند تا استدلال‌هایی قانع‌کننده را شکل دهند و توانایی‌شان را در تفکر منطقی بوضوح نشان دهند.

در ایران، مشیرزاده و همویی (Moshirzadeh & Hamoei, 2012) به بررسی استعاری گفتمان سیاست اروپایی بریتانیا اختصاص دارد. در این پژوهش، مسأله رویکرد منفی بریتانیا به همگرایی با اروپا مورد بررسی قرار گرفته است. سلطانی و فاضلی (Soltani & Fazeli, 2015, p. 109) به بررسی الگوی اقناعی استعاره در گفتمان اجتماعی-سیاسی، تغییر، تلقین و تثبیت نگرش‌های اجتماعی-سیاسی می‌پردازد. شهری (Shahri, 2012) به پیوند میان ایدئولوژی و استعاره می‌پردازد. وی معتقد است از آن جایی که استعاره در زبان ظاهر می‌شود می‌تواند ابزار مناسبی برای شناخت ایدئولوژی باشد، انتخاب استعاره‌های متفاوت در متن توسط کاربران زبان نشان‌دهنده ایدئولوژی غالب کاربران است. با این وجود، ایدئولوژی‌های متفاوت برای نهادینه کردن باورهای بنیادینشان می‌توانند به تولید استعاره‌های متفاوت دست بزنند. همچنین، رضاپور و آقاگل‌زاده (Rezapour & Aghagolzadeh, 2012, p. 91)، به بررسی

¹ foreign policy by metaphor

² STATES AS PERSONS & STATES AS CONTAINERS

نقش استعاره در برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی ایدئولوژی در روزنامه‌های داخلی پرداخته‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد راهبردهای قطبی‌سازی، برجسته‌سازی نقاط قوت خودی‌ها، و نقاط ضعف غیر خودی‌ها، توصیف کنشگر، گواه‌نمایی، تلویحات و تشریح از راهبردهای ایدئولوژیک استعاره‌های نظام‌مند در نمونه‌های منتخب هستند.

با بررسی این پژوهش‌ها به نظر می‌رسد هنوز ارتباط چندان محکمی میان معناشناسی شناختی و به ویژه پژوهش‌های استعاره‌شناختی و مجاز مفهومی محقق نشده‌است که بتواند به عنوان ابزاری کاربردی و فراگیر برای تحلیل زبان با اهداف انتقادی به کار رود و نیات و مقاصد پشت متن را به گونه‌ای روش‌مند آشکار سازد. این مقاله می‌کوشد این خلأ پژوهشی را تا اندازه‌ی داده‌های موجود در عنوان‌های انتخاباتی روزنامه‌ها پر کند.

۳. مبانی نظری و روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی است و بخشی از پژوهش بزرگتری است که به مفهوم‌سازی‌های مجازی و استعاری در سرخط‌های انتخاباتی روزنامه‌های ایران می‌پردازد. پرسش این است که چگونه استعاره‌های موجود در سرخط‌های انتخاباتی، به ایجاد اسطوره‌ی سیاسی^۱ و ایدئولوژی منجر شده‌است.

برای انجام این پژوهش، نخست از میان روزنامه‌های پُر شمارگان سیاسی متعلق به دو جریان سیاسی اصول‌گرا و اصلاح‌طلب، ۶ عنوان روزنامه، روی هم‌رفته ۱۲ عنوان انتخاب شد. روزنامه‌های وابسته به جریان اصول‌گرا مشتمل بر روزنامه‌های کیهان، وطن امروز، قدس، رسالت، جوان، همشهری بودند. روزنامه‌های وابسته به جریان اصلاح‌طلب شامل روزنامه‌های جمهوری‌اسلامی، شرق، آفتاب یزد، اعتماد، ایران، و آرمان امروز هستند. به سبب آنکه انتخابات دوازدهمین دوره ریاست جمهوری ایران در تاریخ ۲۹ اردیبهشت سال ۱۳۹۶ برگزار شد، نسخه‌های منتشرشده‌ی این روزنامه‌ها در بازه زمانی ۱۵ فروردین تا ۱۵ خرداد به مدت ۲ ماه، گردآوری و سرخط‌های خبری آن‌ها که به موضوع انتخابات اختصاص داشت، استخراج و در جدول‌هایی گردآوری گردید و در دو گروه اصول‌گرا و اصلاح‌طلب قرار گرفت. سپس، از میان عنوان‌های برگزیده‌شده، مواردی که به طور استعاری به توصیف خودی و پرداختند، انتخاب و بر پایه‌ی دیدگاه چارتریس-بلک (Chartris-Black, 2005) بررسی شدند تا رابطه‌ی میان استعاره، اسطوره و ایدئولوژی مشخص شود. در بندهای زیر به معرفی مختصر نظریه‌ی تحلیل انتقادی استعاره چارتریس-بلک (همان) و تعاریف اسطوره و ایدئولوژی و ارتباط این دو با استعاره و نقش استعاره در شکل‌گیری

¹ political myth

اسطوره و ایدئولوژی سیاسی خواهیم پرداخت.

چارتریس-بلک (Chartris-Black, 2005)^۱ به اهمیت و نقش استعاره در اقناع در گفتمان‌های بلاغی می‌پردازد. استعاره‌های مفهومی غالب در سخنرانی‌های سیاستمدارانی مانند چرچیل^۲، مارتین لوتر کینگ^۳، تاجر^۴، کلینتون^۵، تونی بلر^۶ و جورج بوش^۷ در این کتاب مورد بررسی قرار گرفته‌است. وی (Chartris-Black, 2005, p. 203) چهار کارکرد گفتمانی برای استعاره در یک ارتباط سیاسی بر می‌شمارد: الف- نشان‌دادن صفت‌های سیاستمدار، ب- بالابردن احساس دل‌سوزی و ترحم^۸، ج- اعلام و توضیح رویه‌های سیاسی و د- انتقال ایدئولوژی از راه اسطوره‌سازی.

از نگاه چارتریس-بلک (Chartris-Black, 2005) ایدئولوژی، اسطوره^۹ و استعاره هر سه دارای کارکرد گفتمانی اقناع هستند و هر سه قدرت مؤثری برای دربرگیری شناخت و احساس دارند. فرق آن‌ها در این است که تا چه اندازه به شناخت آگاهانه یا به تداعی‌های ناخودآگاه می‌پردازند. ایدئولوژی مجموعه باورها، نگرش‌ها و ارزش‌هایی است که آگاهانه شکل گرفته‌است. اسطوره مجموعه‌ای از اعتقادات، نگرش‌ها و ارزش‌هایی است که ناخودآگاه شکل می‌گیرد. استعاره ویژگی مهم گفتمان اقناعی است که بین ابزارهای هوشیار و ناهوشیار اقناع (ایدئولوژی و اسطوره) یعنی بین شناخت و احساس میانجی‌گری می‌کند تا جنبه‌ای اخلاقی در مورد زندگی (صفات^{۱۰}) را شکل دهد (Chartris-Black, 2005, p. 22). اسطوره سیاسی نظری است تبیینی و توضیحی و نه قابل اثبات، که طی آن دیدگاهی ساده و غیر رسمی در مورد رخدادهای سیاسی مسلم فرض می‌شود، دیدگاهی که از حمایت عمومی گسترده‌ای برخوردار است. چارتریس بلک، مثال باتلاق را که برای رویداد مهاجرت به بریتانیا استفاده شده‌است برای نشان دادن اسطوره سیاسی به کار می‌برد. هنگامی که می‌گویند خطر این وجود دارد که بریتانیا در باتلاق مهاجرت فرو رود، استعاره باتلاق [در مورد بریتانیا] سبب ایجاد و انگیزختن احساس ترس می‌شود. کار تحلیل انتقادی استعاره این است که روشن کند ارزیابی‌هایی که از طریق اسطوره‌های سیاسی تلویحاً منتقل می‌شوند، مثبت یا منفی هستند. این نظریه روشی است برای اینکه درک کنیم چگونه

¹ politicians and rhetoric: the persuasive power of metaphor

² Winston Churchill

³ Martin Luther King Jr

⁴ Margaret Thatcher

⁵ Bill Clinton

⁶ Tony Blair

⁷ George W. Bush

⁸ pathos

⁹ myth

¹⁰ ethos

اسطوره‌های سیاسی، بیانگر ایدئولوژی هستند (Chartris-Black, 2005, p. 23).

به باور چارتریس - بلک، استعاره سازوکاری برای مشروعیت‌بخشی در سخنرانی‌های سیاسی است. شناسایی مجموعه ارزش‌های مربوط به خوب و بد بنیان مشروعیت‌بخشی توسط رهبران سیاسی است، زیرا اعتقاد به اینکه چه چیز خوب است و چه چیز بد، مبنای کنش سیاسی است. برای مشروعیت‌بخشی، داشتن سبک ارتباطی ضروری است (Chartris-Black, 2005, p. 22). چارتریس - بلک معتقد است مشروعیت‌بخشی یک روال عقلانی نیست، چرا که رهبران از زبان اخلاق^۱ به عنوان مبنایی برای انگیزختن احساس کمک می‌کنند تا درک مشترکی از درست و نادرست به دست آید. رهبران سیاسی که استعاره‌هایی مبتنی بر تنش و درگیری می‌سازند - از واژه‌هایی مثل نبرد و مبارزه استفاده می‌کنند - قادرند احساساتی که با نبرد فیزیکی تداعی می‌شود، مانند احساس غرور، خشم یا تفر، را برانگیزند. این حس‌ها، حس قوی انزجار و نفرت از چیزی که آن‌ها دشمن یا شرور می‌خوانند را بر می‌انگیزد.

در مورد نشان دادن صفتهای سیاستمدار که از کارکردهای چهارگانه استعاره است، توضیح چارتریس - بلک (Chartris-Black, 2005) از این قرار است: «استعاره می‌تواند خودارزیابی‌گوینده یا نوعی ارزیابی از رویه‌های سیاسی، مخالفان سیاسی یا گروه‌های اجتماعی باشد» (Chartris-Black, 2005, p. 202). وی در تحلیل‌های خود از استعاره‌های بیرون‌نگرتر، مانند **شخصیت‌بخشی خیر و شر، سفر به سمت مقاصد مطلوب اجتماعی** که در سخنان چرچیل به کار رفته است، شروع می‌کند. وی به سمت سبک گفتمانی درونی‌تری حرکت می‌کند که در آن انتخاب استعاره مستلزم صفات اخلاقی ویژه‌ای از سیاستمداران مثل بوش و بلر است. وی این نوع تغییر را حرکت به سمت گفتمان اخلاقی^۲ توصیف می‌کند و اعتقاد دارد سازوکاری مهم در مشروعیت‌بخشیدن است. «وقتی جورج دبلیو بوش از استعاره حسابداری اخلاقی استفاده می‌کند، وقتی کارهایش را به عنوان پرداخت دینی می‌داند که بر وی تحمیل شده، خود را در موقعیتی قرار می‌دهد که طرفدار نظام ارزش اخلاقی است و دیدگاه‌های سیاسی‌اش را با نظرش در مورد رفتار درست پولی تلفیق می‌کند. به همین صورت، وقتی تونی بلر از استعاره‌های خیر و شر بهره‌برداری می‌کند تلویحاً می‌گوید که فردی اخلاقی است و دارد کسانی را خطاب قرار می‌دهد که زندگی‌شان را بر اساس همین اصول اخلاقی بنا نهاده‌اند. اگر استعاره **ایالات متحده یک رهبر اخلاقی است**^۳ را بپذیریم، آن‌گاه فردی که حامل این پیام است برحسب تعریف موجودی

¹ morality language

² ethical discourse

³ US AS A MORAL LEADER

اخلاقی است (Chartris-Black, 2005, p. 202). استدلال چارتریس - بلک این است که استعاره سبب بالا بردن کیفیت‌های اخلاقی گوینده می‌شود، به این صورت که گوینده با بازنمایی خود، داور یا قاضی مسائل اخلاقی می‌شود. بازنمایی خود به عنوان قاضی اخلاق، اساسی است برای اینکه آن‌هایی که به گوینده نزدیک اند، در ارزش‌های اخلاقی وی شریک و آن‌ها که دورند خارج از حلقه وی قلمداد شوند (Chartris-Black, 2005, p. 203).

به باور چارتریس - بلک (Chartris-Black, 2005, p. 15) ویژگی کاربردشناختی استعاره این است که با هدف زیرساختی اقناع برانگیخته می‌شود. اقناع که محور گفتار سیاسی است اغلب پنهان است و بازتاب نیت گوینده در بافت‌های کاربردی ویژه است. کار استعاره تغییر در نظام مفهومی است. اساس این تغییر مفهومی، ارتباط روان‌شناختی بین ویژگی‌های مرجع اصلی استعاره و مرجع‌های مقصد استعاری است. این ارتباط و تداعی معمولاً مبتنی است بر برخی شباهت‌های ادراک شده پیشین میان مبدأ و مقصد و اغلب با ارزش‌هایی که فرهنگ‌ها بر آن‌ها تحمیل می‌کنند، تعیین می‌شوند. برای نمونه، در مورد تعارض‌ها یا تنش‌های فیزیکی، ممکن است فرهنگ‌های مختلف ارزش‌گذاری‌های متفاوتی داشته‌باشند. هنگامی از این استعاره‌ها در سیاست به کار می‌رود، مجموعه‌ای از تداعی‌های روان‌شناختی فرهنگ محور بر روی مسائل سیاسی منتقل می‌شود و ما را به این فکر وامی‌دارد به شکل جدیدی در مورد آن مسائل سیاسی فکر کنیم.

یکی از راه‌های انتقال ایدئولوژی، اسطوره‌سازی است. اسطوره داستانی است که تمام چیزهایی که احساس می‌کنیم نیازمند توضیح اند، را شرح می‌دهد. کار اسطوره ایجاد روایت است، روایتی که مجموعه قواعدی را مجسم و شنونده را درگیر می‌کند و مبین جنبه‌های ناخودآگاه است. اسطوره نمایشی روایت محور از تجارب ناملموس برانگیزاننده است. چرا که ناآگاه به احساساتی مانند غم، شادی، و ترس ارتباط دارد. نقش اسطوره در گفتمان ارائه توضیح از یک دیدگاه، برای سرگرمی یا کسب قدرت، است (Chartris-Black, 2005, p. 22-23). چارتریس - بلک مدعی است که تحلیل استعاری روش شناسایی و توصیف اسطوره‌هاست. ما به بررسی انتقادی استعاره نیاز داریم، زیرا این دیدگاه، روایت را در ردیف اسطوره و نه یک واقعیت بررسی می‌کند. تحلیل استعاره‌های سیاسیون بخش اصلی کاری است که بین اسطوره و واقعیت تمایز می‌گذارد (Chartris-Black, 2005, p. 23). تحلیل انتقادی استعاره مشخص می‌کند ارزیابی‌هایی که در اسطوره‌های سیاسی غیر مستقیم بیان شده‌اند، ارزیابی‌هایی مثبت یا منفی‌اند. این نوع تحلیل به درک اینکه چگونه اسطوره‌های سیاسی به انتقال ایدئولوژی می‌پردازند کمک می‌کند. مانند چارتریس - بلک از این نوع اسطوره‌ها، کاربرد فعل «خزیدن» در مورد انسان است

[**انسان یک خزنده است**]. استعاره‌ای که طی آن انسان به مثابه یک خزنده یا حشره مفهوم‌سازی می‌شود. این نوع استعاره راهی ساده برای انگیزختن ترس ناخودآگاه از حیواناتی است که بر زمین راه می‌روند.

چارتریس - بلک بر این باور است که استفاده منظم از استعاره بخشی از ایدئولوژی است، چرا که استعاره رابط میان اسطوره و ایدئولوژی است. در ایدئولوژی ارزیابی مهم است، بنابراین، اسطوره‌هایی که اساس ایدئولوژی هستند را می‌توان با تحلیل استعاره‌هایی که در گفتمان سیاسی رخ می‌دهند، آشکار نمود (Chartris-Black, 2005, p. 24). ارتباط بین استعاره، اسطوره و ایدئولوژی را می‌توان به صورت زیر نشان داد:

۱. تحلیل استعاره ← آشکار شدن اسطوره‌ها ← ارزیابی ایدئولوژیکی

۴. استعاره‌ها و اسطوره‌ها در سرخط‌های انتخاباتی

در انتخابات ریاست جمهوری، بر خلاف اینکه ابتدا شش و سپس چهار نامزد حاضر بودند، در عمل میان دو نامزد که هر کدام نماینده یک جریان بودند، تقابل رخ داد. داده‌های موجود در گروه (۱)، متعلق به روزنامه‌های اصلاح‌طلب و داده‌های گروه (۲) مربوط به روزنامه‌های اصول‌گرا است. مشخصات هر روزنامه مشتمل بر عنوان روزنامه، شماره گروه سیاسی، تاریخ چاپ به روز و ماه، و صفحه در انتهای هر شاهد در کمانک قرار گرفته است. نخست، از استعاره **اخلاق و مذهب** آغاز می‌کنیم.

۲. بصیرت مثال‌زدنی قالیباف (n.n. 2017, p. 2)

در نمونه بالا، واژه بصیرت متعلق به حوزه مفهومی مذهب است و برای اشاره به کناره‌گیری نامزد خودی به نفع دیگر نامزد خودی است. در این جا، کناره‌گیری کاندیدای خودی از انتخابات به نفع دیگر کاندیدای خودی، که یک کنش سیاسی است، به مثابه یک کنش اخلاقی یا مذهبی مفهوم‌سازی می‌شود. استعاره **کناره‌گیری از انتخابات، بصیرت است** تظاهر نوعی روایت از کنش فداکارانه قالیباف و انصراف به نفع هم‌حزبی خود است که احساس مثبتی را در مورد خودی برمی‌انگیزد. در نمونه (۳)، همین کنش با حوزه مبدأ دیگری متعلق به مذهب مفهوم‌سازی می‌شود: یعنی **کناره‌گیری از انتخابات به مثابه جهاد / پل زدن به عمق سنگرهای ایثار** مفهوم‌سازی می‌شود و **خودی به مثابه قهرمان جهادی** است. کارکرد هر دو استعاره نشان‌دادن صفات کاندیدای خودی و همچنین اسطوره‌سازی است:

۳. دوباره جهادی/قالیباف پلی به عمق سنگرهای ایثار مقدس زد (n.n. 2017, p. 1)

حال به استعاره‌ای دیگر از همین گروه دقت کنید. در نمونه (۴) واژه متفرعن از حوزه اخلاق و مذهب برای توصیف دولت به کار می‌رود. دولت و دولتمردان و رئیس دولت همه به حوزه مفهومی سیاست تعلق دارند. استعاره حاصل یعنی **رئیس دولت به مثابه فرعون**، می‌تواند همه احساسات دینی و تاریخی منفی مربوط به فرعون که در تاریخ دینی قرار دارد را به دولت و رئیس دولت غیر خودی منتقل کند و اسطوره‌ای شکل می‌گیرد که در ارزیابی ایدئولوژیکی جریان سیاسی مذکور مؤثر است. کارکرد استعاره مذکور نشان دادن صفات رقیب و اسطوره‌سازی است:

۴. دولت متفرعن تهدید ملی (n.n. 2017, p. 1)

لازم به گفتن است مبنای شکل‌گیری این استعاره و برخی استعاره‌های حوزه مذهب، بینامتنیت است. یعنی حوزه مبدأ به متن یا تجربه دینی یا تاریخی از گذشته تعلق دارد و بسیار آشناست. الحراسی (Al-Harrasi, 2001, p. 225) استعاره مفهومی بینامتنی را این‌گونه تعریف می‌کند: «نگاشت تجربه‌ای معروف و ساختمند در گذشته، که در متنی ثبت شده یا به آن مربوط است، بر تجربه‌ای جدید و کمتر ساختمند». این مبدأ، یعنی فرعون، برای مفهوم‌سازی حوزه مقصد دولت به کار می‌رود تا ابعاد منفی آنرا روشن و آشنا کند. اما در نمونه زیر از گروه (۱)، **دولت به مثابه شخص پاک‌دست** مفهوم‌سازی می‌شود. با شخصی‌سازی^۱ مفهوم سیاسی و انتزاعی **دولت** و انتساب مجموعه‌ای از ویژگی‌های مثبت اخلاقی به این شخص اسطوره‌ای شکل می‌گیرد که حسی مثبت و مطمئن‌بخش را نسبت به خودی در ذهن مخاطب بر می‌انگیزد:

۵. پاک‌دستی مهمترین ویژگی دولت است (n.n. 2017, p. 2).

کارکرد استعاره در نمونه بالا نمایانندن صفت‌های خودی است. در نمونه زیر از همین گروه، استعاره‌های **دروغ به مثابه نردبان و عدالت به مثابه پشت بام** به کار رفته‌است. با حضور این استعاره فضایی روایی از رقیب ایجاد می‌شود که در آن رقیب از نردبان دروغ بالا می‌رود و این نردبان به پشت بام عدالت منتهی نمی‌شود. بنابراین، استعاره دو کارکرد نمایانندن صفات منفی رقیب و نیز اسطوره‌سازی و برانگیختن احساس تنفر از وی به عنوان دروغگو و غیرعادل را داراست:

۶. با نردبان دروغ نمی‌توان به پشت بام عدالت رسید (n.n. 2017, p. 1).

استعاره‌های بالا، اسطوره‌ای یا داستانی در ذهن خواننده از رقیب می‌سازند که احساس نفرت و انزجار از دوگانگی گفتار دروغ و ادعای عدالت را بر می‌انگیزد و نتیجه آن ارزیابی منفی از رقیب است. در انتقاد از ایدئولوژی غیر خودی، گروه ۱، از شخصی‌سازی سیاست استفاده کرده‌است،

¹ personification

سیاستی که عرفی است و لباس مقدس مذهب بر تن کرده‌است:

۷. لباس قدسی بر تن سیاست عرفی (n.n. 2017, p. 1).

در این نمونه، ذهن مخاطب می‌تواند با ایجاد رابطه‌ای مجازی از سیاست به سیاستمدار برسد و ویژگی منفی مقدس‌مآبی را به نامزد غیر خودی تسری دهد و ارزیابی منفی از رقیب و ایدئولوژی آن به دست آید. نمونه زیر از گروه (۲) نیز همین کارکرد را دارد:

۸. امروز نیازمند جهاد ضد دروغ هستیم (n.n. 2017, p. 4)

جهاد از مفاهیم دینی و دارای تلویحات معنایی مثبت است. در سرخط بالا، **دروغ به مثابه دشمن** نمایانده شده‌است که باید علیه آن به جهاد پرداخت. استعاره **دروغ به مثابه دشمن** در این مثال و لزوم جنگ علیه این دشمن، حس انزجار از رقیب را در ذهن مخاطب بر می‌انگیزد. در نمونه زیر نیز صداقت از حوزه مفهومی اخلاق به مثابه جاده‌ای در نظر گرفته می‌شود که کاندیدای رقیب از آن خارج شده‌است:

۹. روحانی از جاده صداقت خارج شده‌است (n.n. 2017, p. 5)

کاربرد استعاره **صداقت به مثابه جاده** این امکان را فراهم می‌کند که رقیب را خارج از آن مسیر مفهوم‌سازی کرد و در ذهن مخاطب به عنوان دروغگو انگیزد. بنابراین، افزون بر نمایاندن صفت یک سیاستمدار، به اسطوره‌ای شکل می‌دهد که با ابراز آن احساس تنفر از رقیب انگیزه می‌شود. در نمونه زیر، یک روزنامه وابسته به جریان اصول‌گرا، پس از انتخاب کاندیدای جریان اصلاح‌طلب، از استعاره **نامزد غیر خودی شاه‌سلطان حسین است** بهره گرفته‌است:

۱۰. چرا شاه‌سلطان حسین‌ها دشمن مردم‌سالاری دینی هستند قدرشناسی رای مردم با شجاعت

کارگزاران در مقابل دشمن (n.n. 2017, p. 5)

این امر سبب نگاهت رخداد تاریخی حکومت شاه‌سلطان حسین صفوی و اتفاقات واقعی مربوط به دوره وی به ویژه شکست‌های وی در مقابل دشمنان، بر حکومت فعلی ایران می‌شود و اسطوره‌ای می‌سازد که حاصل آن ترس از سیاست‌ها و اقدامات جریان پیروز انتخابات است. شکل‌گیری این اسطوره، ارزیابی منفی از رقیب را به دنبال دارد. منبع این استعاره نیز، بینامتنیت است، چرا که حوزه مبدأ استعاره، یعنی شاه‌سلطان حسین، با متنی در گذشته ارتباط دارد. تجربه ما از شاه‌سلطان حسین در این استعاره بر تجربه‌مان از نامزد غیر خودی منطبق می‌شود و صفات منفی وی از جمله بی‌کفایتی در اداره کشور را بیان می‌کند و با ایجاد اسطوره و روایتی غیر واقع، احساس انزجار به نامزد غیر خودی را در مخاطب محقق می‌کند.

یکی از استعاره‌هایی که در این گفتمان رسانه‌ای مشاهده می‌شود و به مسأله تفکیک جنسیتی

مربوط می‌شود، استعاره **دیوار** است. بحث تفکیک جنسیتی در ظاهر از مسائل مورد اختلاف دو جریان بوده‌است. اما مطرح کردن دیوارکشی در پیاده‌روها از سوی یکی از اصولگرایان سبب شد تا دامنه بحث به انتخابات و شعارهای انتخاباتی این دوره کشیده‌شود. روزنامه‌های گروه (۱) با طرح استعاره **دیوار**، یکی از کارآمدترین و نوترین سناریوهای تبلیغاتی علیه رقیب را شکل دادند که به ویژه احساسات جامعه زنان را مورد هدف قرار داد. هر چند روزنامه‌های گروه ۲ نیز، در پی پاسخ‌گویی به این سناریو برآمدند، ولی نتوانستند از تأثیر بسیار آن بکاهند. دیوارکشی در پیاده‌رو برای تفکیک جنسیتی به نمادی برای تبعیض‌های اجتماعی میان زن و مرد بدل شد و حوزه مفهومی **دیوارکشی**، متناظر با حوزه مفهومی **تبعیض جنسیتی** شد. هر چند عوام دیوارکشی را در همان معنای لفظی نیز پذیرفتند و به واسطه آن از گروه اصول‌گرا روی برگرداندند، اما در لایه وسیع‌تر معنایی، این استعاره به تبعیض جنسیتی و دیدگاه‌های مربوط به آن اشاره می‌کند. به چند مثال از گروه (۱) توجه کنید:

۱۱. نیایید، بین زن و مرد دیوار خواهند کشید (n.n. 2017, p. 2).

در نمونه بالا، دیوارکشی بین زن و مرد در معنای لفظی و استعاری، هر دو قابل برداشت است که درک هر کدام بستگی به نوع مخاطب و درک وی از مسائل اجتماعی سیاسی جامعه دارد. **تفکیک جنسیتی به مثابه دیوار بین زنان و مردان** استعاره‌ای است که طی آن اسطوره‌ای ناخوشایند از جداکردن زن و مرد در ایران شکل می‌گیرد. طبیعی است که این فضا کاملاً تخیلی و غیر قابل تحقق است اما بسیاری از مخاطبان با این فضای روایی تحریک می‌شوند و احساس انزجار از رقیب به واسطه چنین اسطوره‌ای تشدید می‌شود. نتیجه این احساس، کنش آن‌ها در عدم انتخاب رقیب خواهد بود که مورد نظر گفتمان‌سازها و استعاره‌سازان است. به نمونه پسین توجه کنید:

۱۲. آهای زنان رای به دیوارکشان ندهید (n.n. 2017, p. 16)

در نمونه بالا، **غیر خودی‌ها به مثابه دیوارکشان** مفهوم‌سازی شده‌اند که نگاهی از همان استعاره **تفکیک جنسیتی به مثابه دیوار** می‌باشد. جالب این‌جا است که در تقابل با این اسطوره، اسطوره دیگری از طریق استعاره **پل** عرضه می‌شود. عملکرد دیوار و پل در ارتباطات جنسیتی عکس یکدیگر است:

۱۳. این‌جا سرزمین پل هاست نه دیوارها (n.n. 2017, p. 1)

گروه (۱)، خودی را پل‌ساز و دیگری را دیوارکش معرفی می‌کند. انتساب این نقش‌های متضاد به خودی و غیر خودی و اسطوره‌سازی از طریق استعاره‌های دیوار و پل، به منظور مشروعیت‌بخشی به خودی و مشروعیت‌زدایی از رقیب و اقناع مخاطب در پیوستن به جرگه

ایدئولوژی خودی رخ می‌دهد. گروه (۲) نیز در واکنش به این امر، گاه دست‌به‌دامن استعاره شده‌اند:

۱۴. بین چپاول اقتصاد و حق مردم دیوار می‌کشیم (n.n. 2017, p. 4)

در مورد بالا، استعاره کلی تر **تفکیک کردن به مثابه دیوار کشیدن** آمده‌است و از رهگذر این استعاره، مسأله چپاول ثروت‌های مملکت توسط رقیب و اعطای حقوق مردم به عنوان برنامه خودی تمایز گذاشته می‌شود. در نمونه زیر، نیز می‌خواهند بین عملکرد ۴ ساله و **واقعیات دیوار بکشند**، با جسمیت‌یافتگی^۱ مفاهیم انتزاعی **عملکرد و واقعیات**، امکان اسطوره‌سازی فراهم می‌شود. باز هم استعاره **تفکیک کردن به مثابه دیوار کشیدن** استفاده شده‌است:

۱۵. می‌خواهند بین عملکرد ۴ ساله و واقعیات دیوار بکشند صادقانه بگوئید برنامه‌ای برای کشور نداریم (n.n. 2017, p. 2)

اسطوره غالب فرآورده این استعاره فضایی روایی است که در آن تفکیک چپاول اقتصاد و حق مردم از سوی خودی و قراردادن آن‌ها در دو سوی یک دیوار رخ می‌دهد. این داستان، حسی خوب و مثبت از خودی بر می‌انگیزد. همچنین، پاره‌گفته‌های **چپاول اقتصاد** و **حق مردم در کنار هم نگرش بسیار منفی** در ذهن نسبت به عملکرد تبعیض‌آمیز و غیر عادلانه غیر خودی در اقتصاد ایجاد می‌کند، همچنان که دیوار کشیدن بین این دو حس مثبتی را نسبت به اقدام عادلانه خودی بر می‌انگیزد. هر چند هر دو این روایات، واقعیت نیستند اما قادرند احساسات مورد نظر استعاره‌سازها را در مخاطب بر انگیزند.

گروه (۱) در سه نمونه زیر، از استعاره **قهرمان** برای نمایش خودی بهره‌برداری کرده‌اند. **کاندیدای خودی به مثابه آتش‌سوار، نجاتگر، ناخدای کشتی**، هر سه اسطوره‌هایی را ایجاد می‌کنند که نتیجه آن انگیزتن حس قهرمانانه و افتخارآمیز در مورد خودی است و با توجه به شرایط انتخابات ترغیب و اقناع‌کننده است. به نمونه‌های زیر توجه کنید:

۱۶. آمد یکی آتش‌سوار بیرون جهید از این حصار/ تا بر دمد خورشید نو شب را ز خود بیرون کند: بی رو درباستی با آنان که رای نمی‌دهند! (n.n. 2017, p. 16)

۱۷. روحانی کشور را از سیر قهقرایی نجات داد (n.n. 2017, p. 2).

۱۸. به روحانی رأی می‌دهیم تا کشتی وسط دریامانده را به مقصود برساند (n.n. 2017, p. 13).

پیدا است که بیرون جهیدن آتش‌سوار و بیرون کردن شب در نمونه (۱۶)، **نجات از سیر**

¹ reification

قهقرایی، در نمونه (۱۷) و به مقصود رساندن کشتی وسط دریامانده در نمونه (۱۸) واقعی نیست، بلکه روایت‌های متفاوتی است زائیده استعاره **نامزد خودی به مثابه قهرمان**. مخاطب با شنیدن این اسطوره، خیال قهرمانی را در ذهن می‌پرورد که از آتش بیرون می‌جهد، خورشید نویی است که شب را از خود بیرون کرده‌است، همچنین روایت کشوری که دارد به قهقرا سقوط می‌کند و قهرمانی آن را نجات می‌دهد، یا داستان کشتی کشور ایران که در دریا مانده و کاندیدای خودی ناخدای آن تا رسیدن به مقصود است. این روایت‌های برآمده از استعاره بالا، برای این ساخته شده‌اند تا احساسات مخاطب در مورد خودی را به هیجان درآورده و اهداف اقناعی گفتمان انتخابات را برای انتخاب خودی محقق‌سازند. همان‌گونه که به خودی مشروعیت داده شده‌است، از طریق استعاره، اسطوره‌ای ظاهر می‌شود که از غیر خودی مشروعیت را سلب می‌کند. در نمونه زیر (از گروه ۲) همین قهرمان را با عنوان *ارباب وعده‌ها* نام برده‌است. استعاره **نامزد غیر خودی به مثابه ارباب وعده‌ها**، اسطوره‌ای متفاوت و روایتی دیگرگون از همان یک فرد است. در این جا واژه ارباب، بزرگی و عظمت را منتقل می‌کند اما غافلگیرانه با آوردن وعده‌ها، عظمت و شکوه را با نوعی طنز، به دروغین و توخالی بودن تبدیل می‌کند. ارباب وعده‌ها یعنی اوج تهی‌بودن و دروغ. فرآورده این نمایش اسطوره‌ای از رقیب، حس انزجار از آن در مخاطب است:

۱۹. تو دانی و ارباب وعده‌ها (n.n. 2017, p. 2).

همچنین، در عنوان *وعده‌های روحانی روی کفه ترازو*، ابتدا با جسمیت‌یافتگی **وعده به عنوان کالایی قابل توزین** از یک سو روبه‌رو هستیم. با این وجود، عبارت استعاری *ترازو*، تداعی‌کننده عدل و برابری و نیز سنجش است. این توصیف استعاری از عملکرد خودی محرک احساسی مثبت در خواننده نسبت به خودی است:

۲۰. رئیس جمهور بر وعده‌های در نیمه راه مانده خود پایبند است: وعده‌های روحانی روی کفه

ترازو (n.n. 2017, p. 2)

به واسطه جسمیت‌یافتگی وعده و نیز استعاره **ارزیابی به مثابه وزن کردن با ترازو**، یک فضای روایی تخیلی مثبت از یک شخصیت سیاسی در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد. شخصیتی که عملکردی روشن و قابل سنجش دارد و این حق را به دیگران می‌دهد تا وعده‌های وی را در کفه ترازو قرار دهند و وزن کنند. آشکار است که این داستان است نه واقعیت. هر چند هستند مخاطب‌هایی که به جنبه داستانی آن نمی‌اندیشند و تحت تأثیر آن، احساساتشان برانگیخته می‌شود. ارزیابی مثبت از خودی به واسطه این استعاره حاصل این مفهوم‌سازی است.

همچنین، کارکرد اسطوره‌سازی، با استعاره **کلید**، که از دوره انتخابات ریاست جمهوری

پیشین به جای مانده و در این جا تداوم یافته، در نمونه زیر تقویت می‌شود:

۲۱. روحانی این بار با یک دسته کلید آمده‌است (n.n. 2017, p. 10).

روشن است که استعاره **حل مشکلات به مثابه کلید**، وقتی در مورد کاندیدای خودی به کار می‌رود او را در یک روایت احساسی، و نه واقعی، در موقعیت ازبین‌برنده مشکلات بر می‌انگیزد. استعاره **کلید** موقعیتی تخیلی ایجاد می‌کند که در آن **مسائل و مشکلات کشور به مثابه درهای بسته** هستند. دسته کلیدی که این درها را باز می‌کند در دست نامزد خودی است. این اسطوره به خوبی محرک هیجان مخاطب و پذیرفتن نامزد خودی می‌شود. استعاره **نامزد خودی به مثابه کلیددار / یا بازکننده در**، و پیش از آن، **مشکلات به مثابه در بسته** بین یک اسطوره با حس مثبت و ایدئولوژی جریان سیاسی خودی میانجی‌گری کرده و در ذهن به هم ربط می‌دهد. در این صورت کاندیدای خودی و ایدئولوژی متناسب به وی ارزش‌گذاری ایدئولوژیکی مثبتی در ذهن مخاطب خواهند داشت.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

در برخی نمونه‌های بالا (از نمونه‌های (۲) تا (۱۰)) دیده شد مفاهیمی که به حوزه اخلاق و مذهب تعلق دارند، به عنوان حوزه‌های مبدأ عمل کرده و ابعادی از حوزه سیاست از جمله ویژگی‌های خودی و رقیب را روشن می‌کنند. گروه (۱) از استعاره‌های زیر استفاده کرده‌اند: **دولت (خودی) به مثابه شخص پاک‌دست، غیر خودی به مثابه بالارونده از نردبان دروغ**، و **سیاست (غیر خودی) فردی است عرفی که لباس مقدس مذهب بر تن کرده‌است**. پاک‌دستی، دروغ و مقدس‌مآبی که اولی به خودی و دو تای دیگر به غیر خودی نسبت داده شده‌است، مفاهیم حوزه مذهب و اخلاق هستند که در خدمت مفهوم‌سازی سیاست به کار رفته‌اند و همگی زیرمجموعه استعاره **سیاست اخلاق است** قرار می‌گیرند. در اسطوره حاصل از این استعاره‌های اخلاقی، خودی فردی پاک‌دست و غیر خودی دروغ‌گو و مقدس‌مآب است. اسطوره حاصل به انگیزختن احساسی مطلوب از خودی و نامطلوب از رقیب منتهی می‌شود و با اهداف گفتمان رسانه برای مشروعیت‌بخشی به ایدئولوژی خودی و مشروعیت‌زدایی از رقیب هماهنگ است، چرا که ارزیابی مثبت از خودی و منفی از رقیب اهداف اقناعی گفتمان در جهت انتخاب خودی در انتخابات را فراهم می‌کند.

همین اتفاق در سرخط‌های گروه (۲) نیز رخ داده‌است **کناره‌گیری (خودی) از انتخابات، بصیرت است، خودی به مثابه قهرمان جهادی، دروغ (غیر خودی) به**

مثابه دشمن و خودی به مثابه جهادگر ضد دروغ، کناره‌گیری (خودی) از انتخابات به مثابه جهاد / پل زدن به عمق سنگرهای ایثار، رئیس دولت (غیر خودی) به مثابه فرعون، صداقت به مثابه جاده‌ای که غیر خودی از آن منحرف شده‌است و نامزد غیر خودی شاه‌سلطان حسین است. مشاهده می‌شود که در این جا نیز احساس خوشایند از خودی و انزجار از غیر خودی، فرآورده این سازوکار زبانی است. بلاغتی که منجر به مشروعیت‌دادن به ایدئولوژی خودی به عنوان ایدئولوژی افراد با بصیرت، جهادی، و قهرمان و مشروعیت‌زدایی از رقیب دروغگو و متفرعن می‌شود. این استعاره‌ها نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری ارزش‌های سیاسی هر دو جریان سیاسی دارد. این امر مؤید چارتریس-بلک (Chartris-Black, 2011, p. 28) است که بر اساس آن استعاره‌ها در بافت سیاسی اغلب برای اهداف ایدئولوژیکی به کار می‌روند، زیرا تداعی‌های احساسی ناخودآگاهی را فعال می‌کنند که با آن‌ها به اسطوره‌پردازی و گفتن داستان درست کمک می‌کنند.

در استعاره **دیوار** نیز اسطوره‌ای پدید می‌آید که طی آن، بدون هیچ پایبندی به واقعیت ملموس قابل نفی یا تأیید، گروهی بین زنان و مردان دیوار می‌کشند. این گروه رقبا و غیر خودی‌ها هستند. احساس ترس و انزجار از این عملکرد هیجانی است که نمی‌گذارد بسیاری از مخاطبان، به ویژه زنان، درستی و نادرستی این امر و حتی امکان‌پذیری آن را با واقعیت تطبیق دهند. پیامد این اسطوره، نفی ایدئولوژی رقیب و اقناع مخاطب در پذیرفتن کاندیدای خودی در انتخابات است، طوری که اگر خودی را انتخاب نکنند، دیوار کشان می‌آیند و در پیاده‌روها دیوارهایی بین زنان و مردان می‌کشند.

استعاره **قهرمان** از سوی گروه (۱) نیز در راستای مشروعیت‌بخشی به کاندیدا و به ایدئولوژی خودی است چرا که استعاره **کاندیدای خودی به مثابه قهرمان (آتش‌سوار، نجات‌گر، ناخدای کشتی)** بدون اینکه با واقعیت جهان خارج انطباقی داشته باشد، اسطوره‌ای را پی می‌ریزد که شخصیت اصلی آن کاندیدای خودی است با نقش‌های قهرمانانه نجات‌گر، آتش‌سوار و ناخدای کشتی در وسط دریامانده و این گونه بلاغت زبانی به کار گرفته می‌شود تا فضایی تخیلی را روایت کرده و خودی را به مثابه قهرمان نمایش دهد و با این ابزار بلاغی، اهداف ایدئولوژیکی سیاسی را محقق کند. استعاره ارباب وعده‌ها از سوی گروه (۲) در پی خنثی کردن این روایت قهرمانانه است.

هر چند استعاره‌های **ترازو و کلید** نیز که از سوی گروه (۱) ساخته شده، خودی را قابل سنجش و انتقاد و نیز حلال مشکلات نمایش می‌دهد. این بیان استعاری به گفتمان‌ساز امکان

می‌دهد تا مخاطب را از تحلیل عقلانی و شناختی در مورد کاندیدا و ایدئولوژی خودی دور ساخته و با برانگیختن حس غرور و اعتماد در وی، به باور قصه ساختگی وادارد. بنابراین، مشاهده می‌شود که استعاره، اسطوره، و ایدئولوژی، همان‌گونه که چارترس-بلک (Chartris-Black, 2005) پیش‌بینی می‌کند هر سه کارکردی اقناعی دارند. در نمونه‌های بالا از یک متن سیاسی انتخاباتی، استعاره زمینه‌ساز شکل‌گیری و ظهور اسطوره و نیز هدایت به سمت ایدئولوژی مورد نظر جریان سیاسی خود است. این فرایند بستری برای کنش سیاسی انتخاب نامزد مورد نظر جریان سیاسی را فراهم می‌کند. بنابراین، مقاله حاضر بر این باور است که می‌توان با بررسی استعاره‌های موجود در زبان سیاست، به نیات و اهداف پشت پرده آن‌ها دست یافت و به مخاطبان این آگاهی را داد که می‌توان با این ابزار به واقعیت معانی موجود در گفتمان سیاسی دست یافت و در هدایت کنش سیاسی هر فرد، آگاهی را جایگزین احساس نمود.

فهرست منابع

- بی‌نا (۱۳۹۶). «بین چپاول اقتصاد و حق مردم دیوار می‌کشیم». *قدس*. پنج‌شنبه ۲۱ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۴.
- بی‌نا (۱۳۹۶). «تو دانی و ارباب وعده‌ها». *کیهان*. سه‌شنبه ۲۶ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۲.
- بی‌نا (۱۳۹۶). «روحانی این بار با یک دسته کلید آمده‌است». *اعتماد*. سه‌شنبه ۲۶ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۱۰.
- بی‌نا (۱۳۹۶). «امروز نیازمند جهاد ضد دروغ هستیم». *قدس*. پنج‌شنبه ۲۱ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۴.
- بی‌نا (۱۳۹۶). «این‌جا سرزمین پل هاست نه دیوارها». *اعتماد*. دوشنبه ۲۵ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۱.
- بی‌نا (۱۳۹۶). «آمد یکی آتش‌سوار بیرون جهید از این حصار/ تا بردمد خورشید نو شب را زخود بیرون کند: بی‌رو درباستی با آنان که رای نمی‌دهند!». *اعتماد*. چهارشنبه ۲۰ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۱۶.
- بی‌نا (۱۳۹۶). «آهای زنان رأی به دیوارکشان ندهید». *آفتاب یزد*. سه‌شنبه ۲۶ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۱۶.
- بی‌نا (۱۳۹۶). «با نردبان دروغ نمی‌توان به پشت بام عدالت رسید». *جمهوری اسلامی*. یکشنبه ۲۰ فروردین ۱۳۹۶. ص ۱.
- بی‌نا (۱۳۹۶). «بصیرت مثال‌زدنی قالیباف». *وطن امروز*. چهارشنبه ۲۷ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۲.
- بی‌نا (۱۳۹۶). «به روحانی رأی می‌دهیم تا کشتی وسط دریامانده را به مقصود برساند». *شرق*. چهارشنبه ۲۷ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۱۳.
- بی‌نا (۱۳۹۶). «پاک‌دستی مهمترین ویژگی دولت است». *جمهوری اسلامی*. دوشنبه ۱۱ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۲.
- بی‌نا (۱۳۹۶). «چرا شاه‌سلطان حسین‌ها دشمن مردم سالاری دینی هستند: قدرشناسی رأی مردم با شجاعت کارگزاران در مقابل دشمن». *جوان امروز*. شنبه ۳۰ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۵.
- بی‌نا (۱۳۹۶). «دوباره جهادی/ قالیباف پلی به عمق سنگرهای ایثار دفاع مقدس زد». *جوان امروز*. سه‌شنبه ۲۶

اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۱.

بی‌نا (۱۳۹۶). «دولت متفرعن تهدید ملی». *وطن/امروز*. سه شنبه ۱۹ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۱.

بی‌نا (۱۳۹۶). «روحانی از جاده صداقت خارج شده است». *جوان/امروز*. دوشنبه ۲۵ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۵.

بی‌نا (۱۳۹۶). «روحانی کشور را از سیر قهقرايي نجات داد». *جمهوری اسلامی*. دوشنبه ۱۱ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۲.

بی‌نا (۱۳۹۶). «رئیس‌جمهور بر وعده‌های در نیمه راه مانده خود پایبند است: وعده‌های روحانی روی کفه ترازو». *اعتماد*. دوشنبه ۱ خرداد ۱۳۹۶. ص ۲.

بی‌نا (۱۳۹۶). «لباس قدسی بر تن سیاست عرفی». *اعتماد*. دوشنبه ۱۸ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۱.

بی‌نا (۱۳۹۶). «می‌خواهند بین عملکرد ۴ ساله و واقعیات دیوار بکشند صادقانه بگویند برنامه‌ای برای کشور نداریم». *کیهان*. شنبه ۲۳ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۲.

بی‌نا (۱۳۹۶). «نیاید، بین زن و مرد دیوار خواهند کشید». *اعتماد*. سه شنبه ۱۹ اردیبهشت ۱۳۹۶. ص ۲.

رضاپور، ابراهیم و فردوس آقاگل زاده (۱۳۹۱). «نقش استعاره در برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی ایدئولوژی در روزنامه‌های داخلی». *زبان‌پژوهی*. سال ۴. شماره ۷. صص ۶۷-۹۴.

سلطانی، بهروز و فیروز فاضلی (۱۳۹۴). «الگوی اقناعی استعاره در گفتمان اجتماعی-سیاسی، تغییر، تلقین و تثبیت نگرش‌های اجتماعی-سیاسی». *نقد ادبی*. سال ۸. شماره ۳۱. صص ۹۱-۱۱۴.

شهری، بهمن (۱۳۹۱). «پیوندهای میان استعاره و ایدئولوژی». *نقد ادبی*. سال ۵. شماره ۱۹. صص ۵۹-۷۶.

کوچش، زلتن (۱۳۹۳). *مقدمه‌ای کاربردی بر استعاره*. ترجمه شیرین پورابراهیم. تهران: سمت.

مشیرزاده، حمیرا و فاطمه همویی (۱۳۹۱). «گفتمان سیاسی اروپایی بریتانیا تحلیلی استعاره‌ای». *تحقیقات سیاسی بین‌المللی*. شماره ۱۲. صص ۱-۳۹.

References

- Al-Harrasi, A. N. K. (2001). *Metaphor in (Arabic-Into-English) translation with specific reference to metaphorical concepts and xpressions in political discourse* (Doctoral dissertation). Aston Univerity, Aston, United Kingdom.
- Beer, F. A. & C. Landtsheer. (2004). *Metaphorical world politics: rhetorics of democracy, war and globalization*. East Lansing, MI: Michigan State University Press.
- Blommaert, J. (2005). *Discourse: A critical introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burkholder, T. R. & Henry, D. (2009). Criticism of metaphor. In J.A. Kuypers (Ed.), *Rhetorical criticism: Perspectives in action* (pp. 97-114). Lanham, MD: Lexington Books.
- Charteris-Black, J. (2005). *Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor*. New York: Palgrave MacMillan.
- Charteris-Black, J. (2011). *Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor*. New York: Palgrave MacMillan.
- Chilton, P. (2004). *Analysing political discourse: Theory and practice*. London:

- Routledge.
- Chilton, P., & Lakoff, G. (1995). Foreign policy by metaphor. In Christina Schaffner and Anita L. Wenden (Eds.), *Language and peace* (pp. 37-60. Aldershot: Dartmouth.
- Drulak, P. (2006). Motion, container and equilibrium: Metaphors in the discourse about European integration. *European Journal of International Relations*, 12 (4), 499-531.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London & New York: Longman.
- Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. London: Routledge.
- Goatly, A. (2007). *Washing the brain: Metaphor and hidden ideology*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Knowles, M., & R. Moon (2005). *Introducing metaphor*. London and New York: Routledge.
- Kovecses, Z. (2010). *Metaphor: A practical introduction*. New York: Oxford University Press.
- Kovecses, Z. (2014) *A practical introduction on metaphor* (S. Pourebrahim, Trans.). Tehran: SAMT [In Persian].
- Lakoff, G. (1996). *Moral politics: What conservatives know that liberals don't*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: Chicago University Press.
- Merelman, R. M. (1986). Revitalizing political socialization. In M. G. Hermann (Ed.), *Political Psychology* (pp. 279-319). San Francisco: Jossey-Bass.
- Milliken, J. (1999). The study of discourse in international relations: A critique of research and methods. *European Journal of International*, 5(2), 225-254.
- Mio, J. S. (1997). Metaphor and politics. *Metaphor and Symbol*, 12 (2), 113-33.
- Moshirzadeh, H., & Hamoei, F. (2012). Britain's European policy discourse: A metaphorical analysis. *International Political Research*, 4(12), 1-39. [In Persian].
- Musolff, A. (1995). Promising to end a war = language of peace? The rhetoric of allied news management in the Gulf War 1991. In C. Schaffner and A. L. Wenden (Eds.), *Language and peace* (pp. 93-110). Aldershot: Dartmouth.
- Musolff, A. (2004). *Metaphor and political discourse: Analogical reasoning in debate about Europe*. New York: Palgrave MacMillan.
- Musolff, A. (2012). The study of metaphor as part of critical discourse analysis. *Critical Discourse Studies*, 9 (3), 301-310.
- n. n. (2017). rectitude is the most important characteristic of government. *Islamic Republican*, 1 May 2017, 2 [In Persian].
- n.n. (2017) Rouhani has come this time with a bunch of keys. *Etemad*, 16 May 2017, 10 [In Persian].
- n.n. (2017) Rouhani saved the country from regression. *Islamic Republican*, 1 May 2017, 2 [In Persian].
- n.n. (2017) Sacred dress on the body of customary politics. *Etemad*, 8 May 2017, 1 [In Persian].
- n.n. (2017) The president is keeping his half-baked promises: spiritual promises on the scales, *Etemad*, 22 May 2017, 2 [In Persian].
- n.n. (2017) You know and the Lord of promises. *Kayhan*, 16 May 2017, 2 [In

- Persian].
- n.n. (2017). A firerider going out of this fence / to let the new sun take the night out on its own: you must be free with those who do not vote. *Etmad*, 10 May 2017, 16 [In Persian].
- n.n. (2017). Again crusade: Qalibaf built a bridge to the depth of the holy defense trenches, *Javaneemrooz*, 16 May 2017, 1 [In Persian].
- n.n. (2017). An exemplary insight of Ghalibaf. *Vatanemrooz*, 17 May 2017, 2 [In Persian].
- n.n. (2017). Do not come, they will build a wall between men and women. *Etemad*, 9 May 2017, 2 [In Persian].
- n.n. (2017). Here is the land of bridges, not walls. *Etemad*, 15 May 2017, 1 [In Persian].
- n.n. (2017). It is not possible to reach to justice roof by a ladder of lie. *Islamic Republican*, 9 April 2017, 1 [In Persian].
- n.n. (2017). Oh women do not vote for the building-walls. *Aftab Yazd*, 16 May 2017, 16 [In Persian].
- n.n. (2017). Rouhani is out of the way of honesty. *Javaneemrooz*, 15 May 2017, 5 [In Persian].
- n.n. (2017). Snobbish government of national threat. *Vatanemrooz*, 9 May 2017, 1 [In Persian].
- n.n. (2017). They want to draw a wall between 4 years of performance and the realities. Honestly, say that we do not have a plan for the country. *Kayhan*, 13 May 2017, 2 [In Persian].
- n.n. (2017). Today we need an anti-lie crusade. *Quds*, 11 May 2017, 4 [In Persian].
- n.n. (2017). We are building a wall between plundering the economy and the rights of the people. *Quds*, 11 May 2017, 4 [In Persian].
- n.n. (2017). We vote for Rouhani to take the ship in the middle of the sea. *Shargh*, 17 May 2017, 13 [In Persian].
- n.n. (2017). Why Shah Sultan Husseins are the enemy of religious democracy: Appreciation of the people's vote with the courage of agents against the enemy. *Javaneemrooz*, 20 May 2017, 5 [In Persian].
- Rezapour, E., Aghagolzadeh, F. (2012). The role of metaphor in glorification and marginalization of ideology in local newspapers. *Journal of Language Research*, 4 (7), 67-94. [In Persian].
- Schaffner, C. (1995). The "Balance" metaphor in relation to peace. In C. Schaffner and A. L. Wenden (Eds.), *Language and peace* (pp. 75-92). Aldershot: Dartmouth.
- Shahri B. (2012). Metaphor and ideology. *Literary Criticism Quarterly*. 5 (19), 121-150. [In Persian].
- Soltani, B., & Fazeli, F. (2015). The Persuasive model of metaphor in the socio-political discourse: Alteration, suggestion and consolidation of socio-political Perspectives. *Literary Criticism Quarterly*. 8 (31), 91-114. [In Persian].
- Van Dijk, T. A. (2002). Ideology: Political discourse and cognition. In P. A. Chilton & C. Schaffner (Eds.), *Politics as text and talk: Analytic approaches to political discourse* (pp. 203-237). John Benjamins: Amsterdam.