

سلامی از خدا



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پژوهشکده زبان‌شناسی

رساله دکتری رشته زبان‌شناسی همگانی

تحلیل انتقادی استعاره در گفتمان‌های انتخابات:  
انتخابات ریاست جمهوری 1396 ایران

استاد راهنما  
دکتر محمد دبیرمقدم

استادان مشاور

دکتر حسین صافی  
دکتر فاطمه راکعی

پژوهشگر

مهتاب نورمحمدی

اسفند 1397



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
مدیریت تحصیلات تکمیلی

باسمه تعالی

هیأت داوران در جلسه مورخ 1397/12/15

رساله‌ی تحصیلی خانم مهتاب نورمحمدی دانشجوی مقطع دکتری زبان‌شناسی همگانی  
تحت عنوان:

تحلیل انتقادی استعاره در گفتمان‌های انتخابات: انتخابات ریاست جمهوری 1396  
ایران را بررسی کردند و رساله با نمره 19/91 و درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

1. استاد راهنمای رساله: جناب آقای دکتر محمد دبیر مقدم با مرتبه علمی استاد امضاء
2. استاد مشاور اول رساله: جناب آقای دکتر حسین صافی با مرتبه علمی استادیار امضاء
3. استاد مشاور دوم رساله: سرکار خانم دکتر فاطمه راکعی با مرتبه علمی دانشیار امضاء
4. استاد داور داخلی رساله: سرکار خانم دکتر آتوسا رستم بیک با مرتبه علمی استادیار امضاء
5. استاد داور مدعو رساله: جناب آقای دکتر ارسلان گلفام با مرتبه علمی دانشیار امضاء
6. استاد داور مدعو رساله: سرکار خانم دکتر سپیده عبدالکریمی با مرتبه علمی استادیار امضاء

امضای مدیر تحصیلات تکمیلی

امضای رئیس پژوهشکده

## سپاسگزاری

إن الكرام إذا ما أيسروا ذكروا      من كان يالفهم في المنزل الخشن

سپاس فراوان ایزد پاک را که بلند است نام او. سپاس او را که دانستن را ارج نهاد و قلم را شایستگی سوگند عطا کرد و مرا در راه آموختن که تجلی نور اوست، یاریگر بود.

اما به آن حکم که، هر که سپاسگزار مخلوق نباشد، خالق را نیز سپاسگزار نخواهد بود، بر خود وظیفه می‌دانم، از تمامی کسانی که تا رسیدن به این مرحله مرا مرهون مهربانی، حمایت، راهنمایی و یاری خود نمودند، تشکر و قدردانی نمایم:

از استاد بزرگ و دانشمندم جناب آقای دکتر محمد دبیرمقدم که راهنمایی این رساله را تقبل فرمودند؛

از اساتید مشاور، سرکار خانم دکتر فاطمه راکعی و جناب آقای دکتر حسین صافی؛

از استاد ارجمندم جناب آقای دکتر گلفام، سرکار خانم دکتر رستم‌بیگ تفرشی و سرکار خانم دکتر عبدالکریمی که زحمت داوری این پایانامه را به عهده داشتند؛

و از تمامی اساتید، معلمان و مدرسانی که در مقاطع مختلف تحصیلی به من علم آموخته و مرا از سرچشمه دانایی سیراب کرده‌اند؛

از پدرم که پناه و پشتیبان همیشگی‌ام بود و مادرم که همواره مست جام فداکاری و محبتش هستم؛

از همسر همراه و صبورم که عشق و پاکی و راستی اش را توان قدردانی‌ام نیست؛

از خواهر و برادران همدل و همراز و خانواده مهربان و دوستان همراهم.

تقدیم به

پدرم،

که برایم هم آموزگار مهربانی بود و هم معلم دانایی؛

مادرم،

که تجسم عشق و فداکاری است؛

همسرم،

همراه مهربان و تکیه‌گاه استوار زندگی‌ام؛

و دخترانم،

شادی و نیکی،

که مرا جان‌اند و جان‌اند و جان.

## چکیده

زبان در کارکرد اجتماعی آن، گفتمان، در تعیین قدرت اجتماعی نقش بسیار مهمی دارد. از آنجا که استعاره پدیده‌ای بسیار رایج در زبان و حاکم بر نظام مفهومی است، می‌تواند در این راستا نقش برجسته‌ای ایفا کند. از آنجا که در زمان برگزاری انتخابات ریاست جمهوری و مجلس، جامعه بیش از هر زمانی در معرض نزاع گفتمان‌های رقیب برای تغییر روابط قدرت قرار می‌گیرد، در این پژوهش، در پی آنیم که در چارچوب رویکرد «تحلیل انتقادی استعاره» چارتریس-بلک (2004) که حاصل تلفیق رویکردهای شناختی، تحلیل انتقادی گفتمان، کاربردشناسی و پیکره‌ای است، استعاره‌های به‌کاررفته در گفتمان انتخابات ریاست جمهوری سال 1396 ایران را بررسی و از این رهگذر به اندیشه‌ها و نگرش‌های پنهان در پس متون تولیدشده دست یابیم. در این پژوهش این فرضیه اصلی که «ایجاد بستر تجربی مشترک با رأی‌دهندگان، متقاعدسازی منطقی و عاطفی آن‌ها، مشروعیت‌سازی برای خود و سلب مشروعیت از رقیب، مهم‌ترین انگیزه‌های کاربرد و گزینش استعاره‌ها در گفتمان انتخابات ریاست جمهوری 1396 ایران هستند» و سه فرضیه فرعی بررسی شد و یافته‌ها فرضیه اصلی و هر سه فرضیه فرعی را تأیید کردند: (1) در گفتمان این انتخابات، از حوزه‌های سفر، جنگ و ساختمان بیش از سایر حوزه‌ها استفاده شده است؛ (2) متون نوشتاری و گفتاری تولید شده در گفتمان این انتخابات از نظر فراوانی استعاره‌ها با یکدیگر متفاوتند؛ (3) جریان‌های سیاسی در میزان استفاده از حوزه‌های مبدأ و فراخوانی هستاره‌های مختلف هر حوزه برای متقاعدسازی و مشروعیت‌سازی متفاوت عمل می‌کنند.

کلیدواژه‌ها: تحلیل انتقادی استعاره؛ استعاره؛ متقاعدسازی؛ انتخابات؛ مناظره‌های تلویزیونی

## فهرست مطالب

- 1- کلیات پژوهش ..... 1
- 1-1- مسأله پژوهش ..... 2
- 2-1- قلمرو پژوهش ..... 5
- 3-1- اهمیت و ضرورت پژوهش ..... 5
- 4-1- اهداف پژوهش ..... 6
- 5-1- کاربردهای پژوهش ..... 7
- 6-1- پرسش‌های پژوهش ..... 7
- 7-1- فرضیه‌های پژوهش ..... 7
- 8-1- تعریف واژه‌های مهم و کلیدی ..... 8
- 2- روش‌شناسی پژوهش ..... 11
- 1-2- مقدمه ..... 11
- 2-2- روش‌شناسی رویکرد «تحلیل انتقادی استعاره» ..... 11
- 1-2-2- تهیه پیکره ..... 12
- 2-2-2- تعیین استعاره‌ها ..... 14
- 3-2-2- تفسیر استعاره‌ها ..... 16
- 4-2-2- تبیین استعاره‌ها ..... 17
- 5-2-2- الگوی تحلیل در رویکرد «تحلیل انتقادی استعاره» ..... 18
- 3-2- روش‌شناسی پژوهش حاضر ..... 19
- 1-3-2- گردآوری داده‌ها (تهیه پیکره) ..... 19
- 2-3-2- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها ..... 20
- 4-2- خلاصه ..... 24
- 3- پیشینه و چارچوب نظری پژوهش ..... 26

- 26..... 1-3- مقدمه
- 27..... 2-3- پیشینه پژوهش
- 28..... 1-2-3- آثار خارجی:.....
- 35..... 2-2-3- آثار ایرانی:.....
- 40..... 3-3- رویکردهای سنتی به مطالعه استعاره.....
- 41..... 1-3-3- نظریه مقایسه‌ای.....
- 41..... 2-3-3- نظریه تعاملی.....
- 42..... 3-3-3- نظریه کنش گفتار.....
- 43..... 4-3- رویکرد شناختی به مطالعه استعاره.....
- 44..... 1-4-3- نظریه استعاره‌های مفهومی.....
- 50..... 2-4-3- نظریه ادغام مفهومی.....
- 53..... 5-3- رویکردهای انتقادی به مطالعه استعاره.....
- 53..... 1-5-3- تحلیل گفتمان انتقادی.....
- 59..... 2-5-3- رویکرد «تحلیل انتقادی استعاره» (چارتریس-بلک، 2004).....
- 89..... 6-3- خلاصه.....
- 91..... 4- تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش.....
- 91..... 1-4- مقدمه.....
- 91..... 2-4- دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران (1396).....
- 92..... 3-4- پیکره پژوهش.....
- 94..... 4-4- توصیف داده‌ها.....
- 94..... 1-4-4- متون نوشتاری.....
- 96..... 1-1-4-4- توزیع استعاره‌ها در بخش‌های مختلف متن نوشتاری.....
- 101..... 2-4-4- متون گفتاری.....



- 101..... 1-2-4-4 مناظره‌های تلویزیونی
- 104..... 2-2-4-4 سخنرانی‌های انتخاباتی نامزدها
- 107..... 3-2-4-4 جمع‌بندی توصیف داده‌های بخش گفتاری پیکره
- 113..... 3-4-4 توصیف داده‌های کل پیکره
- 118..... 5-4 تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش
- 118..... 1-5-4 تجزیه و تحلیل داده‌های مربوط به الگوهای حاکم بر توزیع استعاره‌ها در بخش‌های مختلف پیکره
- 118..... 1-1-5-4 تفاوت در فراوانی استعاره‌ها در بخش‌های نوشتاری و گفتاری پیکره
- 124..... 2-1-5-4 تفاوت در فراوانی استعاره‌ها در بخش‌های مختلف یک متن
- 125..... 2-5-4 تجزیه و تحلیل داده‌های مربوط به حوزه‌های مفهومی مبدأ در استعاره‌ها
- 155..... 6-4 خلاصه
- 157..... 5- خلاصه و نتیجه‌گیری
- 157..... 1-5 مقدمه
- 159..... 2-5 بررسی پرسش‌ها و ارزیابی فرضیه‌ها
- 159..... 1-2-5 فرضیه فرعی اول پژوهش
- 161..... 2-2-5 فرضیه فرعی دوم پژوهش
- 163..... 3-2-5 فرضیه فرعی سوم پژوهش
- 165..... 4-2-5 فرضیه اصلی پژوهش
- 165..... 3-5 پیشنهاداتی برای مطالعات آتی
- 166..... 4-5 خلاصه
- 167..... کتابنامه

## فهرست تصاویر

- 18 شکل 1-2: مراحل اصلی تحلیل استعاره‌ها
- 19 شکل 2-2: شناسایی استعاره‌ها
- 20 شکل 3-2: نمونه‌ای از پیکره پژوهش
- 24 شکل 4-2: فهرست تهیه شده از استعاره‌های موجود در پیکره و اطلاعات مورد نیاز درباره آن‌ها
- 51 شکل 1-3: نمودار پایه‌ای ادغام مفهومی
- 63 شکل 2-3: الگوی گفتمانی استعاره
- 67 شکل 3-3: الگوی سلسله‌مراتبی استعاره
- 69 شکل 4-3: مراحل اصلی تحلیل انتقادی استعاره
- 75 شکل 5-3: ظرفیت‌های استعاره برای متقاعد کنندگی
- 128 شکل 1-4: هستارهای حوزه مفهومی سفر
- 134 شکل 2-4: بازنمایی نمادین نگاشت‌های میان دو حوزه سیاست و سفر
- 139 شکل 3-4: هستارهای حوزه مفهومی جنگ
- 147 شکل 4-4: تداعی حوزه ورزش با استعاره مفهومی «انتخابات جنگ است»
- 149 شکل 4-5: هستارهای حوزه مفهومی ساختمان

## فهرست جداول

- 88 جدول 1-3: ترتیب سخنرانی
- 93 جدول 1-4: محتوای پیکره
- 95 جدول 2-4: فهرست مقالات بررسی شده در تحلیل‌های کمی پژوهش
- 96 جدول 3-4: فراوانی استعاره‌ها در بخش نوشتاری پیکره
- 97 جدول 4-4: الگوی توزیع استعاره در اجزاء مختلف مقالات روزنامه
- 113 جدول 5-4: فراوانی استعاره‌ها در پیکره پژوهش

116 جدول 4-6: درصد فراوانی حوزه‌های مفهومی در گزاره‌های حاوی استعاره

117 جدول 4-7: درصد فراوانی حوزه‌های مفهومی در کل گزاره‌ها

### فهرست نمودارها

96 نمودار 4-1: درصد فراوانی گزاره‌های استعاری در متون نوشتاری

97 نمودار 4-2: فراوانی گزاره‌های استعاری در اجزاء مختلف مقالات روزنامه‌ها

98 نمودار 4-3: فراوانی هر یک از حوزه مفهومی در بخش نوشتاری پیکره

99 نمودار 4-4: مقایسه فراوانی هر یک از حوزه مفهومی در مقالات روزنامه‌های شرق و کیهان

100 نمودار 4-5: سهم هر حوزه مفهومی در استعاره‌های بخش نوشتاری پیکره، مقالات روزنامه کیهان و مقالات روزنامه شرق

101 نمودار 4-6: نسبت گزاره‌های حاوی استعاره به کل گزاره‌ها در مناظره‌های تلویزیونی

102 نمودار 4-7: فراوانی گزاره‌های حاوی استعاره در مناظره‌ها به تفکیک جریان‌های سیاسی

103 نمودار 4-8: فراوانی کاربرد گزاره‌های حاوی استعاره در مناظره‌ها به تفکیک نامزدها

104 نمودار 4-9: فراوانی گزاره‌های حاوی استعاره در بخش جمع‌بندی پایانی مناظره‌ها

104 نمودار 4-10: نسبت گزاره‌های حاوی استعاره به کل گزاره‌ها در مجموع سخنرانی‌های نامزدها

105 نمودار 4-11: فراوانی گزاره‌های حاوی استعاره در سخنرانی‌های نامزدها به تفکیک جریان‌های سیاسی

106 نمودار 4-12: مقایسه فراوانی گزاره‌های حاوی استعاره در سخنرانی‌های هر یک از نامزدها

107 نمودار 4-13: فراوانی گزاره‌های استعاری در بخش‌های مختلف سخنرانی‌ها

108 نمودار 4-14: نسبت گزاره‌های حاوی استعاره به کل گزاره‌ها در بخش گفتاری پیکره

108 نمودار 4-15: فراوانی گزاره‌های حاوی استعاره در بخش گفتاری پیکره

109 نمودار 4-16: فراوانی کاربرد گزاره‌های حاوی استعاره در متون گفتاری هر یک از نامزدها

110 نمودار 4-17: فراوانی هر یک از حوزه مفهومی در پیکره گفتاری پژوهش

- 111 نمودار 4-18: فراوانی هر یک از حوزه مفهومی در پیکره گفتاری جریان‌های سیاسی حاضر در انتخابات
- 112 نمودار 4-19: سهم هر حوزه مفهومی در استعاره‌های کل پیکره گفتاری، پیکره گفتاری مربوط به اصولگرایان و پیکره گفتاری مربوط به اصلاح‌طلبان-اعتدال‌گرایان
- 113 نمودار 4-20: فراوانی استعاره‌ها در گفتمان انتخابات
- 114 نمودار 4-21: فراوانی گزاره‌های استعاری در گفتمان انتخابات ریاست‌جمهوری دوازدهم و در گفتمان انتخاباتی هریک از طیف‌های سیاسی
- 114 نمودار 4-22: مقایسه فراوانی گزاره‌های استعاری در کل پیکره، بخش‌های نوشتاری و گفتاری
- 115 نمودار 4-23: مقایسه فراوانی هر یک از حوزه‌های مفهومی در گزاره‌های استعاری کل پیکره
- 126 نمودار 4-24: فراوانی استعاره سفر در گزاره‌های حاوی استعاره
- 137 نمودار 4-25: فراوانی استعاره جنگ در گزاره‌های حاوی استعاره
- 148 نمودار 4-26: فراوانی استعاره ساختمان در گزاره‌های حاوی استعاره

فصل اول:

# کلیات پژوهش

## 1- کلیات پژوهش

### 1-1- مسأله پژوهش

در عصری که پیام‌های چند واژه‌ای رهبران جهان به سرعت در هر گوشه و کناری منتشر می‌شود و بسیاری از محاسبات نظامی، سیاسی و ژئوپلتیک جهان را برهم می‌زند، یکی از مهم‌ترین ابزارهای صاحبان قدرت برای اعمال نفوذ، تأثیرگذاری و ترویج ایدئولوژی خود، زبان است. سیاستمداران با استفاده از زبان، به ساخت معانی می‌پردازند که در تولید، بازتولید و تغییر روابط نابرابر قدرت نقش دارند (فرکلاف، 1995: 14).

زبان به عنوان کرداری اجتماعی، یا به تعبیری بهتر، گفتمان در تعیین قدرت اجتماعی نقش بسیار مهمی دارد و صاحبان قدرت و سیاستمداران تلاش می‌کنند به مدد کردارهای گفتمانی بر شیوه‌های اندیشه و کنش‌های مخاطب خود تأثیر بگذارند، جهان اجتماعی را در مسیر مطلوب خود شکل دهند و شیوه‌های دیگری را نفی و طرد کنند، به قدرت خود مشروعیت بخشند و از قدرت دیگری سلب مشروعیت کنند.

یکی از پدیده‌های زبانی بسیار رایج که پس از اثر جریان‌ساز لیکاف و جانسون (1980) از جایگاه آرایه‌ای کلامی بسیار فراتر رفت و از جایگاهی ویژه در نظام فکری، معنایی و زبانی بشر برخوردار شد، استعاره است. بررسی استعاره به عنوان مؤلفه‌ای حاکم بر نظام مفهومی و رایج در

زبان، می‌تواند ایدئولوژی نهفته در پس‌گفتمان سیاسی را آشکار کند (کُن، 2013: 18؛ لی، 2016: 95) و یکی از بهترین کلیدهای کشف اندیشه خودآگاه و ناخودآگاه در پس‌متونی باشد که تولید شده‌اند.

استعاره به عنوان یکی از ستون‌های ساختمان مفهومی در ذهن و شاید مهم‌ترین مؤلفه نظام معنایی، نقش برجسته‌ای در بازنمایی ایدئولوژی، به عنوان نظام معنایی مشروعیت‌ساز قدرت، ایفا می‌کند. در نتیجه صاحبان قدرت از ظرفیت استعاره‌ها برای متقاعدسازی منطقی و احساسی مخاطب، تثبیت مشروعیت خود و سلب مشروعیت دیگری، ایجاد تغییر در نظم‌های گفتمانی، برانگیختن تداعی‌های احساسی ناخودآگاه، بیان غیرمستقیم ارزیابی از خود و دیگری، برجسته‌سازی و به‌حاشیه‌رانی و از همه مهم‌تر، تسهیل مفهوم‌سازی واقعیت‌های انتزاعی و پیچیده سیاسی، اجتماعی و اقتصادی و پدیده‌هایی که درک آن‌ها برای عامه مردم دشوار است، به صورت (نا)خودآگاه استفاده می‌کنند. در نتیجه پژوهش جدی درباره استعاره می‌تواند نقش مهمی در تحلیل انتقادی متون تولید شده و در نتیجه موضع‌گیری در مسائل اجتماعی و سیاسی ایفا کند.

یکی از برهه‌هایی که بیش از هر زمانی جهان اجتماعی-سیاسی در معرض نزاع ایدئولوژی‌ها و در نتیجه گفتمان‌های رقیب قرار می‌گیرد، زمان انتخابات است که با تلاش گروه‌های سیاسی برای حفظ یا تغییر روابط قدرت در راستای منافع خود همراه است (ر. ک. به: سلطانی، 1383). از سده 17 میلادی به این سو، کشورهای مختلف جهان به تدریج به سمت مشارکت دادن مردم در تعیین سرنوشت خود حرکت کرده‌اند و نظام‌های فئودالی و پادشاهی موروثی جای خود را به نظام‌های جمهوری داده‌اند تا جایی که هم‌اکنون در بیش‌تر کشورهای جهان گونه‌ای از دموکراسی و جمهوری برقرار است و برگزاری انتخابات به سازوکاری معمول برای تحقق دموکراسی نیابتی و چرخش قدرت رسمی میان سیاستمداران و تصمیم‌سازان تبدیل شده است. در فرایند انتخابات، افراد، احزاب و گروه‌های مختلف تلاش می‌کنند با استفاده از ابزارهای مختلف، احساس، هیجان و منطق رأی‌دهندگان را هدایت و به نفع گروه خود جهت‌دهی کنند.

در تبلیغات انتخاباتی گروه‌های سیاسی تلاش می‌کنند با هژمونیک کردن گفتمان خود از طریق تولید و تثبیت معنا، روابط قدرت را در راستای منافع خود هدایت کرده و موقعیت مطلوب خود را هم‌سو با عقل سلیم جلوه دهند. بنابراین با توجه به اهمیت زبان و گفتمان در تولید، ادامه و تغییر روابط قدرت، می‌توان با تحلیل مؤلفه‌های زبانی و گفتمانی متون تولید شده در دوران رقابت‌های انتخاباتی، نقاب از چهره ایدئولوژی پنهان در این متون برداشت و به آگاهی‌ای دست یافت که

تصمیم‌گیری هر چه بهتر را میسر کند. همان‌طور که گفته شد استعاره هم به دلیل حاکمیت خود بر نظام مفهومی و هم به دلیل رواج در زبان و کارکردهای گفتمانی بسیار متنوع، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی است که باید مورد توجه قرار گیرد.

در نزاع گفتمانی که در زمان انتخابات اتفاق می‌افتد و فضای جامعه پر از متن‌هایی می‌شود که از سوی رقبای انتخاباتی و طرفداران یا مخالفان آن‌ها، با سه رویکرد حفظ، کسب یا سلب قدرت تولید می‌شوند، از استعاره‌ها و ظرفیت‌های آن‌ها در کنار دیگر ابزارهای گفتمانی و غیرگفتمانی برای ارائه هویتی ایدئولوژیک از «خود و دیگری» (ونگ، 2013: 140) و ایجاد بستری مشترک با رأی‌دهندگان با توسل به حوزه‌های آشنای تجربه شخصی و فعالیت اجتماعی استفاده می‌شود.

انتخابات ریاست‌جمهوری در ایران به عنوان مهم‌ترین انتخابات سراسری که در کشور برگزار می‌شود با نزاعی گفتمانی میان دو جریان اصلی سیاست در ایران (یعنی جریان اصولگرا و جریان اصلاح طلب که در دوره‌های اخیر انتخابات شاهد ائتلاف آن با اعتدال‌گرایان بوده‌ایم) همراه است و فضایی را برای تولید متن‌های فراوان فراهم می‌کند. انتخابات ریاست‌جمهوری دوازدهم، با رقابت میان شش نامزد (آقایان اسحق جهانگیری، سید ابراهیم ریسی، حسن روحانی، محمدباقر قالیباف، سید مصطفی میرسلیم و سید مصطفی هاشمی‌طبا) آغاز شد که در میانه دوره تبلیغات رسمی نامزدها، آقایان جهانگیری و قالیباف از ادامه نامزدی انصراف دادند. در نتیجه، حمایت دو جریان اصلی در فضای سیاسی ایران، یعنی جریان اصولگرا و جریان اصلاح طلب-اعتدال‌گرا، به ترتیب از آقایان ریسی و روحانی، این رقابت انتخاباتی در عمل به رقابتی میان این دو نامزد تبدیل شد. آقای روحانی به عنوان منتخب دوره یازدهم انتخابات ریاست‌جمهوری، به دنبال حفظ جایگاه خود به عنوان رئیس‌جمهور و انتخاب دوباره‌اش بود و رقبای وی در جریان سیاسی مقابل تلاش می‌کردند دولت را از وی باز پس گرفته و رئیس‌جمهور منتخب در دوره دوازدهم باشند. تولید متون نوشتاری (بیانیه‌ها، مقالات روزنامه‌ها و ...) و متون گفتاری (مناظره‌ها، سخنرانی‌ها و ...) از مهم‌ترین ابزارهای آن‌ها برای همراه‌سازی جامعه و نیل به اهداف‌شان بود. بررسی این متون با رویکردی انتقادی می‌تواند از نیات، نگرش‌ها و ایدئولوژی‌های موجود در پس آن‌ها پرده بردارد و از یافته‌های آن در تصمیم‌گیری‌های بهتر در وقایع مشابه استفاده شود. همان‌طور که گفته شد، استعاره به دلیل نقش بی‌بدیل و بسیار مهم خود در نظام زبانی و فکری، در کانون توجه ویژه این پژوهش قرار گرفته است تا نقش آن در گفتمان انتخابات بررسی شود.



از این رو در این پژوهش، در پی آنیم که در چارچوب رویکردی که جنبه‌های مختلف شناختی، کاربردشناختی و گفتمانی زبان را در تحلیل‌های خود لحاظ کند و بر داده‌هایی برگرفته از زبان در کاربرد واقعی آن مبتنی باشد، به مطالعه انتقادی استعاره‌ها در گفتمان این انتخابات بپردازیم و پاسخی برای این پرسش بیابیم که چه انگیزه‌هایی در پس استفاده از استعاره‌ها در گفتمان انتخابات ریاست جمهوری 1396 ایران وجود دارد. برای یافتن پاسخ به این پرسش رویکرد «تحلیل انتقادی استعاره» (چارتریس-بلک، 2004) را برای تحلیل استعاره‌ها در پژوهش حاضر برگزیده‌ایم.

## 2-1- قلمرو پژوهش

در پژوهش حاضر به عنوان پژوهشی میان‌حوزه‌ای با بهره‌گیری از دستاوردهای حوزه تحلیل گفتمان انتقادی و معنی‌شناسی شناختی و زبان‌شناسی پیکره‌ای، به بررسی استعاره‌ها در گفتمان انتخابات ریاست جمهوری دوازدهم ایران پرداخته می‌شود و برای این کار متون مرتبط با موضوع انتخابات از دو روزنامه مهم (شرق و کیهان) به نمایندگی از دو طیف سیاسی کشور، سخنرانی‌های انتخاباتی نامزدها و مناظره‌های تبلیغاتی آن‌ها در رادیو و تلویزیون تحلیل می‌شوند. قلمرو زمانی این پژوهش هشتم تا سی و یکم اردیبهشت 1396 (آغاز زمان تبلیغات رسمی نامزدهای انتخابات تا دو روز پس از اعلام نتایج نهایی انتخابات) را در بر می‌گیرد.

## 3-1- اهمیت و ضرورت پژوهش

در نظام‌های دموکراتیک و نظام‌های جمهوری بخشی از سرنوشت کشور در انتخابات و از طریق انتخاب اولیای امور تعیین می‌شود. در نظام جمهوری اسلامی ایران نیز انتخاب رئیس‌جمهور یکی از مهم‌ترین رویدادها در سطوح عالی مدیریتی کشور است و سرنوشت قوه اجرایی را برای 4 سال تعیین می‌کند. در نتیجه انتخاب بهتر می‌تواند تأثیر بسیار زیادی در بهبود شرایط کشور داشته باشد.

در زمان برگزاری انتخابات ریاست جمهوری نزاع گفتمانی شدیدی هم میان گفتمان‌های موجود در چارچوب نظام و هم گفتمان‌های خارج از این چارچوب اتفاق می‌افتد و علاوه بر گفتمان‌های حامی نامزدها، شاهد حضور گفتمان ویژه‌ای هستیم که به دنبال تحریم انتخابات است. این وضعیت بر پیچیدگی فضای گفتمانی می‌افزاید و تصمیم‌گیری را برای رأی‌دهندگان دشوارتر می‌کند؛ چرا که حتی رأی ندادن هم بر سرنوشت انتخابات تأثیر زیادی دارد. از این رو افزودن تحلیل‌های خرد زبانی و گفتمانی به تحلیل‌های کلان سیاسی و نشانه‌شناختی می‌تواند رأی‌دهندگان را در شناخت بهتر ایدئولوژی‌ها و اهداف نهفته در پس گفتمان‌های موجود و در نتیجه تصمیم‌گیری بهتر کمک کند.

نامزدهای انتخاباتی و جریان‌های سیاسی حامی آن‌ها نیز می‌توانند از دستاوردهای چنین پژوهش‌هایی برای ارائه بهتر و متقاعدکننده‌تر برنامه‌ها و سیاست‌های خود استفاده کنند.

#### 1-4- اهداف پژوهش

مهم‌ترین اهداف این پژوهش عبارتند از:

- تحلیل انتقادی نقش استعاره‌ها در گفتمان‌های سیاسی به طور کلی و گفتمان انتخاباتی به طور ویژه؛
- تحلیل نقش استعاره‌ها در متقاعدسازی مخاطبان و کسب و سلب مشروعیت
- مقایسه و تبیین الگوهای کاربرد استعاره در کل پیکره پژوهش (گفتمان انتخابات ریاست‌جمهوری دوازدهم ایران) و خرده‌پیکره‌هایی همچون گفتمان هر یک از جریان‌های سیاسی؛ متون نوشتاری و گفتاری؛ سخنرانی‌ها و مناظره‌ها؛ بخش‌های مختلف سخنرانی‌ها و مقالات روزنامه‌ها.
- نشان دادن نقش مطالعه استعاره‌ها در کشف ایدئولوژی پنهان در متن‌ها؛
- نشان دادن نقش استعاره‌ها در کمک به مفهوم‌سازی و تسهیل درک موضوعات پیچیده سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و برنامه‌های خرد و کلان نامزدها در این حوزه‌ها؛
- نشان دادن نقش استعاره‌ها در تحریک احساسی مخاطبان و تحت تأثیر قراردادن رأی‌دهندگان برای شرکت در انتخابات و یا رأی دادن به نامزدی خاص و یا به تعبیری ایجاد شور انتخاباتی؛
- نشان دادن نقش استعاره‌ها در ارزیابی و قضاوت درباره سیاست‌ها و برنامه‌های نامزدها و رقبای‌شان؛
- آگاهی‌بخشی به رأی‌دهندگان درباره ایدئولوژی‌های پنهان در پس سخنرانی‌ها، بیانیه‌ها، مناظرات، مقاله‌های رسانه و متون تولید شده در جریان انتخابات به منظور تصمیم‌گیری بهتر و آگاهانه‌تر.

## 1-5- کاربردهای پژوهش

انتظار می‌رود تحلیل‌گران انتقادی گفتمان و به ویژه تحلیل‌گران گفتمان‌های سیاسی، مشاوران مقامات سیاسی که به تهیه و تدوین متن سخنرانی‌های آن‌ها کمک می‌کنند، احزاب و جریان‌های سیاسی، افراد و شخصیت‌هایی که قصد نامزدی در انتخابات را دارند، گردانندگان ستادهای تبلیغاتی، برنامه‌ریزان صدا و سیما، خبرنگاران و نویسندگان مقالات سیاسی در مطبوعات، مفسران و تحلیل‌گران سیاسی از دستاوردهای این پژوهش در تولید، تفسیر و تحلیل بهتر و آگاهانه‌تر متون بهره‌برداری کنند. دستاوردهای این پژوهش به سایر آحاد جامعه نیز در انتخاب و تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر کمک می‌کند.

## 1-6- پرسش‌های پژوهش

در این پژوهش، در پی آنیم که با مطالعه انتقادی استعاره‌ها در گفتمان انتخابات ریاست‌جمهوری سال 1396 ایران در چارچوب رویکرد «تحلیل انتقادی استعاره» (چارتریس-بلک، 2004) پاسخی برای این پرسش اصلی بیابیم که: «چه انگیزه‌هایی در پس‌گزینه‌های استعاره‌های به کار رفته در گفتمان انتخابات ریاست‌جمهوری 1396 ایران وجود دارد؟» پاسخ به این پرسش از طریق پاسخ به سه پرسش جزئی‌تر دنبال می‌شود:

- 1) از کدام حوزه‌های معنایی به عنوان حوزه مبدأ در این استعاره‌ها بیش‌تر استفاده شده است؟
- 2) چه تفاوتی در کاربرد استعاره‌ها از جنبه نوشتاری و گفتاری بودن متن تولید شده در گفتمان انتخابات وجود دارد؟
- 3) چه تفاوتی در کاربرد استعاره‌ها از جنبه کاربرد از سوی جریان‌های سیاسی حاضر در انتخابات ریاست‌جمهوری 1396 وجود دارد؟

## 1-7- فرضیه‌های پژوهش

در پاسخ به پرسش اصلی پژوهش این فرضیه مطرح است که «ایجاد بستر تجربی مشترک با رأی‌دهندگان، متقاعدسازی منطقی و عاطفی آن‌ها، مشروعیت‌سازی برای خود و سلب مشروعیت از رقیب، مهم‌ترین انگیزه‌های کاربرد و گزینه‌های استعاره‌ها در گفتمان انتخابات ریاست‌جمهوری 1396 ایران هستند». سه فرضیه نیز در پاسخ به پرسش‌های فرعی پژوهش مطرح است:

1) در گفتمان این انتخابات، از حوزه‌های سفر، جنگ و ساختمان بیش از سایر حوزه‌ها استفاده شده است؛

2) متون نوشتاری و گفتاری تولید شده در گفتمان این انتخابات از نظر فراوانی استعاره‌ها با یکدیگر متفاوتند؛

3) جریان‌های سیاسی در میزان استفاده از حوزه‌های مبدأ و فراخوانی هستارهای مختلف هر حوزه برای متقاعدسازی و مشروعیت‌سازی متفاوت عمل می‌کنند.

### 8-1- تعریف واژه‌های مهم و کلیدی

در ادامه به تعریف برخی از واژه‌های مهم و کلیدی در این پژوهش پرداخته می‌شود:

- **استعاره:** استعاره بازنمایی زبانی است که در نتیجه کاربرد یک واژه یا عبارت در بافتی جدید که انتظار رخداد آن واژه یا عبارت در آن نمی‌رفت، تنشی معنایی ایجاد می‌کند (لی، 2016: 93).
- **حوزه مبدأ<sup>1</sup> و مقصد<sup>2</sup> در استعاره:** استعاره‌ها از طریق برقراری نگاهت میان حوزه مفهومی عینی تر، آشنا تر و ملموس‌تری که حوزه مبدأ خوانده می‌شود، حوزه مفهومی انتزاعی‌تر و پیچیده‌تری به نام حوزه مقصد را مفهوم‌سازی می‌کنند. در نتیجه ارتباط عبارتی استعاری در زبان با دو حوزه مفهومی در ذهن، نوعی چندمعنایی به وجود می‌آید. از این منظر نیز می‌توان گفت معنای اصلی، پیشین، اساسی‌تر یا غیراستعاری واژه حوزه مبدأ و معنای گسترش یافته، متأخر، انتزاعی و استعاری حوزه مقصد نام دارد (چارتریس-بلک، 2018: 204). برای نمونه در استعاره «زندگی سفر است»، حوزه مقصد زندگی با استفاده از حوزه مبدأ سفر مفهوم‌سازی می‌شود.
- **تناظرهای هستی‌شناختی<sup>3</sup>:** آن دسته از نگاهت‌ها که میان هستارهای دو حوزه مبدأ و مقصد تناظر برقرار می‌کند (لیکاف، 1987: 7-386).

---

1 - source domain

2 - target domain

3 - ontological correspondences

- **تناظرهای معرفت‌شناختی<sup>1</sup>**: نگاشت میان دانش دو حوزه مبدأ و مقصد را تناظر معرفت‌شناختی می‌گویند (همان: 387).
- **استعاره مفهومی<sup>2</sup>**: نگاشتی میان دو حوزه مبدأ و مقصد استعاره‌های زبانی است که تنش معنایی مجموعه‌ای از استعاره‌های زبانی را با نشان دادن ارتباط آن‌ها با یکدیگر، حل می‌کند (چارتریس-بلک، 2004: 22).
- **کلید مفهومی<sup>3</sup>**: نگاشتی میان دو حوزه مبدأ و مقصد استعاره‌های مفهومی است که تنش معنایی مجموعه‌ای از استعاره‌های مفهومی را با نشان دادن ارتباط آن‌ها حل می‌کند (همان).
- **ارزیابی<sup>4</sup>**: بیان نظر، موضع، دیدگاه یا احساس گوینده یا نویسنده به هستارها یا گزاره‌هایی که وی درباره آن‌ها سخن می‌گوید. در بیان یک نظام ارزشی دو گزینه وجود دارد: یا ارزش‌ها به طور مستقیم بیان می‌شوند و یا می‌توان آن‌ها را به طور غیر مستقیم بیان کرد (همان: 12).
- **ویژگی زبرزنجیری معنایی<sup>5</sup>**: بار معنایی واحدهای زبانی از آنچه در واژه‌نامه‌ها ضبط شده هستند، بسیار بیش‌تر است. ویژگی زبرزنجیری معنایی را جنبه‌هایی از معنای واژه توصیف می‌کنند که معمولاً تحت عنوان معانی ضمنی به آن‌ها اشاره می‌شود و در مدخل واژه در واژه‌نامه ثبت نشده‌اند؛ اما از کاربرد معمول آن مشهودند (همان: 33).

---

1 - epistemic correspondences  
 2 - conceptual metaphor  
 3 - conceptual keys  
 4 - evaluation  
 5 - semantic prosody

## فصل دوم

# روش شناسی پژوهش

## 2- روش‌شناسی پژوهش

### 1-2- مقدمه

در این فصل به روش انجام پژوهش حاضر، گردآوری داده‌ها و شیوه تجزیه و تحلیل آن‌ها پرداخته می‌شود. از آن‌جا که پژوهش حاضر پژوهشی کاربردی است که در چارچوب رویکرد «تحلیل انتقادی استعاره» چارتریس-بلک<sup>1</sup> (2004) انجام شده است، پیش از معرفی روش انجام پژوهش حاضر، ابتدا به معرفی روش‌شناسی این رویکرد می‌پردازیم.

### 2-2- روش‌شناسی رویکرد «تحلیل انتقادی استعاره»

«تحلیل انتقادی استعاره» به عنوان رویکردی انتقادی به مطالعه استعاره، همچون تحلیل گفتمان انتقادی در پی افشای نیات پنهان و شاید ناخودآگاه کاربران زبان است (چارتریس-بلک، 2004: 34). چارتریس-بلک کار پژوهشی جدی درباره استعاره را گامی مهم در موضع‌گیری در موضوعات اجتماعی-سیاسی می‌داند. وی با این باور که کسب دانش درباره موضوعی از چند رویکرد مختلف به موضوع بر کیفیت روش‌شناسی ما می‌افزاید، رویکردی تلفیقی (از زبان‌شناسی شناختی، تحلیل گفتمان انتقادی، کاربردشناسی و زبان‌شناسی پیکره‌ای) را در مطالعه استعاره در پیش گرفته است.

---

1 - Charteris-Black