

پیوندهای میان استعاره و ایدئولوژی

بهمن شهری*

کارشناس ارشد زبان‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد

چکیده

از آنجایی که استعاره در زبان رخ می‌دهد، می‌تواند برای شناخت ایدئولوژی ابزار مناسبی باشد. انتخاب استعاره‌های متفاوت در متن توسط کاربران زبان، نشان‌دهنده ایدئولوژی غالب کاربران است؛ در عین حال ایدئولوژی‌های متفاوت در جهت نهادینه کردن باورهای بنیادینشان می‌توانند به تولید استعاره‌های متفاوت دست بزنند. در این مقاله، از راه بررسی کارکردهای استعاره در دستگاه ایدئولوژی و همچنین نقش استعاره در بافت اجتماعی پیوند میان استعاره و ایدئولوژی مطالعه می‌شود.

واژه‌های کلیدی: استعاره مفهومی، ایدئولوژی، بافت اجتماعی، کارکردهای استعاره.

۱. مقدمه

استعاره‌ها می‌توانند با فروکاستن انسان به انواع ماشین، حیوانات و ابزار در خدمت یک ایدئولوژی قرار بگیرند و پیامدهای خطرناکی داشته باشند. هر نوع «مقوله‌سازی»^۱ از مفاهیم، گزاره‌ها و تجربه‌ها که به وسیله استعاره‌ها صورت می‌گیرد، با برجسته‌سازی ویژگی‌های مشخصی از یک تجربه در برابر ویژگی‌های دیگر، مفهوم جدیدی از آن تجربه را به دست می‌دهد. ایدئولوژی‌ها می‌توانند با استفاده از استعاره‌ها، احساس و درک کاذبی از امور برای مخاطبانشان فراهم آورند، روش‌های خاصی از مفهوم‌سازی را جایگزین روش‌های دیگری از مفهوم‌سازی کنند و شیوه‌های جایگزین مفهوم‌سازی یک تجربه را از دایره تفکر افراد درون گروه ایدئولوژیک خارج کنند. استعاره‌ها می‌توانند حوزه مفهومی مقصدشان را ساختاری تازه ببخشند و پذیرفتن یک شبکه از روابط استعاری ممکن است ناخودآگاه به پذیرفتن یک ایدئولوژی منجر شود. با توجه به «اصل عدم قطعیت»^۲ استعاره‌ها به خلق مدل تازه‌ای از واقعیت مبتنی بر ویژگی‌های برجسته‌سازی شده، کم‌رنگ‌شده و پنهان‌شده مفاهیم و گزاره‌ها گرایش دارند. در هر نظام فکری، مجموعه‌ای از استعاره‌ها وجود دارند؛ این مجموعه استعاره‌ها زمانی که در خدمت یک ایدئولوژی قرار می‌گیرند، با آفرینش مدل تازه‌ای از واقعیت می‌توانند به شست‌وشوی مغزها بپردازند و پیامدهای خطرناکی داشته باشند (Goatly, 2007: 401). استعاره‌ها با آفرینش مدل تازه‌ای از واقعیت و جایگزینی آن با مدل‌های قبلی، می‌توانند یک ایدئولوژی را به صورت ناخودآگاه وارد دستگاه شناختی فرد کنند. با توجه به این توضیحات، کارکردهای اصلی استعاره را در یک نظام ایدئولوژیک بررسی می‌کنیم.

۲. کارکردهای استعاره در یک دستگاه ایدئولوژیک

بنابر نظریه استعاره مفهومی،^۳ استعاره‌ها ابزاری برای فهم هستند و اساساً دستگاه تفکر انسان استعاری است. زبان از آن جهت که نظامی ارتباطی و مبتنی بر نظام مفاهیم ذهنی است، با تفکر و کنش‌های ما در ارتباط است؛ پس منبع خوبی برای پیدا کردن شواهدی درباره کارکرد نظام شناختی است (Lakoff & Johnson, 1980: 3). استعاره‌ها

مفاهیم روزمره ما را ساختار می‌بخشند و این ساختار در زبان تحت‌اللفظی بازتاب می‌یابند (همان، ۴۶). برخلاف تصور ارسطویی، استعاره مسئله‌ای فقط زبانی نیست. فرایند تفکر بشری به صورت گسترده‌ای استعاری است. نظام مفاهیم بشری به گونه‌ای استعاری ساختار بندی و تعریف می‌شود. استعاره‌ها در نظام مفاهیم جای دارند؛ بنابراین هرگاه از استعاره سخن می‌رود، منظور مفهوم استعاری است. اما امکان وقوع استعاره در عبارت‌های زبانی است؛ به این معنا که مفاهیم استعاری در قالب عبارت‌های استعاری در زبان باز نمود پیدا می‌کند (همان، ۴).

از سوی دیگر، ایدئولوژی در مدل تئون ون دایک^۴ فصل مشترکی است میان ساختارهای اجتماعی، شناخت و گفتمان. در این چارچوب، ایدئولوژی به عنوان اساس نموده‌های اجتماعی که میان اعضای گروه مشترک‌اند، تعریف می‌شود (Van Dijk, 1998: 8). بنابراین، تعریف ایدئولوژی نظامی از باورهاست که این نظام به صورت اجتماعی در میان اعضای گروه‌ها مشترک است و کارکردی شناختی دارد؛ به این معنا که انسجامی ایدئولوژیک برای باورهای افراد فراهم می‌کند. افراد ایدئولوژی‌ها را به شکل تدریجی فرامی‌گیرند و گاهی ایدئولوژی‌های فراگرفته شده در طول دوران زندگی فرد دستخوش تغییرات می‌شوند؛ هرچند دارای ثباتی نسبی‌اند (Van Dijk, 2006: 116-117). ایدئولوژی به افراد اجازه می‌دهد تا به عنوان اعضای گروه‌های اجتماعی، بسیاری از عقاید اجتماعی‌شان را درباره‌ی درست و غلط بودن، صادق و کاذب بودن امور سازمان ببخشند و بر این اساس عمل کنند. پس می‌توان به استعاره و ایدئولوژی از دیدگاه شناختی نگریست و کارکردهای استعاره در نظام ایدئولوژیک را بررسی کرد. هنگامی که یک استعاره و یا شبکه‌ای از روابط استعاری در نظام شناختی انسان پدید می‌آید، فقط یک نقش را ایفا نمی‌کند. کارکردهایی که در اینجا باز شناخته می‌شوند، اول اینکه آن کارکردهایی از استعاره‌اند که در دستگاه ایدئولوژیک نقش مهمی ایفا می‌کنند و دوم اینکه ممکن است یک استعاره، دو یا ترکیبی از این کارکردها را هم‌زمان داشته باشد. پس استعاره‌ها به طور قطع، کارکردهایی به مراتب بیشتر از موارد مطرح شده در این بخش دارند. تمام این کارکردها در فرایند فهم تأثیرگذارند؛ اما

کارکردهایی که در این بخش مطرح می‌شوند، در ارتباط با مفهوم ایدئولوژی و حافظهٔ جمعی قرار می‌گیرند.

نکتهٔ دیگر این است که استعارهٔ مفهومی ممکن است حتی در دو زبان مشترک باشد و عبارتهای استعاری زیادی در هر دو زبان هم‌پوشانی داشته باشند؛ اما همین عبارتها در هر زبانی تفاوت‌های ظریفی از پیشینهٔ فرهنگی - ایدئولوژیک جامعه‌ای را که این استعارهٔ مفهومی در آن نقش ایفا می‌کند نشان می‌دهند (Kövecses, 2005: 155). پس کارکردهای ذیل را باید دربارهٔ هر استعارهٔ مفهومی در همان زبان خاص و در میان سخن‌گویان آن زبان و بافت اجتماعی و پیشینهٔ ایدئولوژیک آن جامعهٔ زبانی بررسی کرد.

۲-۱. مدل‌سازی و تبیین

«مدل‌سازی و تبیین»^۵ فرایندی است که طی آن، استعاره‌ها مفاهیم دشوار به‌ویژه مفاهیم انتزاعی را براساس مفاهیم ساده‌تر و عینی‌تر و برجسته‌سازی ویژگی‌های مشترک مفاهیم توضیح می‌دهند. برای مثال، یکی از روش‌های رایج برای تدریس مفهوم جریان برق در مدارس ابتدایی، شباهت‌سازی آن با جریان آب در لوله‌هاست؛ به این ترتیب مفهوم انتزاعی ولتاژ به فشار آب و آمپر به درجهٔ شدت آب تعبیر می‌شود. در واقع هدف این مدل استعاری، برجسته‌سازی شباهت‌های میان جریان برق و جریان آب است؛ زیرا از آنجایی که جریان برق دیدنی نیست، ممکن است درک آن برای دانش‌آموزان دورهٔ ابتدایی دشوار باشد؛ در نتیجه این مدل‌سازی فرایند فهم را برای آنها آسان می‌کند. در مسائل علمی، استعاره‌ها می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای مدل‌سازی به‌کار روند تا مسائل علمی را آسان‌تر تبیین کنند (Goatly, 1997: 149). یکی دیگر از مثال‌های مشابه، استفاده از استعارهٔ «رایانه» برای مغز انسان است که نمودهای فراوانی در زبان روزمره نیز دارد (همان، ۱۵۰).

مدل‌سازی استعاری فقط به علم ختم نمی‌شود؛ بلکه ایدئولوژی‌ها نیز از این کارکرد استعاره جهت تبیین ایده‌ها و باورهای ایدئولوژیکشان استفاده می‌کنند. برای مثال، در ایدئولوژی‌های دینی از استعاره‌های مربوط به داستان آفرینش و آدم و حوا و فرستادن

آنان به زمین استفاده می‌شود تا مسائلی از این قبیل را تبیین کنند: چرا زنان باید درد زایمان را تحمل کنند، چرا مردان باید کار کنند، چرا انسان‌ها باید لباس بپوشند، چرا مارها دست و پا ندارند و چرا آفرینش در هفت روز انجام شد. در واقع زمانی که ایدئولوژی به وسیله استعاره به مدل‌سازی دست می‌زند، تلاش می‌کند تا مجموعه‌ای از باورها و ایده‌های خود را صورت‌بندی و تبیین کند. با مدل‌سازی استعاری، شبکه‌ای از روابط میان استعاره‌های مفهومی پدید می‌آید تا مجموعه گزاره‌های یک ایدئولوژی را تبیین کند و به صورت مدل‌های ذهنی هر فرد ایدئولوژیک عمل کند.

۲-۲. بازمفهوم‌سازی

ما امکانات فراوانی برای مقوله‌سازی مفاهیم داریم و ویژگی‌های خاصی را به‌عنوان ویژگی‌های اصلی‌تر یک مفهوم انتخاب می‌کنیم و به آن مفهوم از منظری خاص می‌نگریم. «بازمفهوم‌سازی» یکی از کارکردهای اصلی استعاره به‌ویژه استعاره‌های ادبی است که به ما این امکان را می‌دهد تا با استفاده از اصطلاحات غیرقراردادی و مقوله‌های ناآشنا، به تماشای یک تجربه پیشینی از چشم‌اندازی جدید بپردازیم. با استفاده از استعاره‌های ادبی بازمفهوم‌سازی تجربه صورت می‌گیرد. در صناعات ادبی هنگامی که از «آشنایی‌زدایی»^۷ سخن می‌گوییم، به این معناست که از یک استعاره جدید و یا شبکه‌ای از استعاره‌های جدید برای بازمفهوم‌سازی یک تجربه سخن می‌گوییم (همان، ۱۵۱). حال شاعر یا نویسنده‌ای که به تولید استعاره‌های ادبی جدید دست می‌زند، متأثر از مدل‌های ایدئولوژیک ذهنی می‌تواند چشم‌اندازهای تازه‌ای از یک مفهوم را در اختیار مخاطب قرار دهد و بازمفهوم‌سازی ایدئولوژیک از آن (کنش، رویداد، شیء) داشته باشد. برای مثال در طول سده‌ها عمر ادبیات عرفانی، ایده «وحدت جزء با کل» در قالب ده‌ها مدل استعاره‌های متفاوت بازمفهوم‌سازی شده است. در مثالی دیگر شعر «زمستان» مهدی اخوان ثالث (۱۳۰۷-۱۳۶۹) را در نظر بگیرید. او در این شعر استعاره مفهومی «وضعیت ما زمستان است» را پرورش می‌دهد و نه تنها به مدل‌سازی استعاری دست می‌زند؛ بلکه به تجربه زیستن در شرایط خفقان و دیکتاتوری مفهومی جدید می‌بخشد. در این میان شبکه‌ای از روابط استعاری میان مفاهیم به‌وجود می‌آید تا از

چشم‌اندازی جدید و با انتخاب مقوله‌های جدید معنایی از حوزه معنایی «زمستان»، مفاهیم «استبداد»، «خفقان»، «دیکتاتوری» و «سردی روابط میان انسان‌ها» را بازنمود کند.

۲-۳. پنهان‌سازی ایدئولوژی

زبان روزمره واقعیت‌های عینی جهان خارج را به‌طور دقیق بیان نمی‌کند؛ بلکه خود، به خلق واقعیت‌های جدید دست می‌زند و این کار را از راه فرایند «مقوله‌سازی» انجام می‌دهد. همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، استعاره‌ها می‌توانند با «برجسته‌سازی»^۸، «کم‌رنگ‌سازی»^۹ و «پنهان‌سازی»^{۱۰} ویژگی‌های مشخصی از یک مفهوم، چشم‌انداز تازه‌ای از واقعیت به‌دست دهند تا در خدمت ایدئولوژی قرار گیرد و به بقا و مشروعیت روابط قدرت در جامعه کمک کند. «پنهان‌سازی ایدئولوژی» کارکرد نهفته استعاره‌های مفهومی است و زمانی که هر استعاره مفهومی مورد پذیرش حافظه جمعی اجتماع قرار می‌گیرد، پیامدهای ایدئولوژیک خواهد داشت. به این معنا، استعاره‌ها حامل ایدئولوژی‌اند و با پذیرش آنان از سوی افراد، ایدئولوژی بازتولید می‌شود.

برای مثال، در زبان ژاپنی شبکه‌ای از استعاره‌های مفهومی برای ارجاع به مفهوم «زن» وجود دارد. استعاره مفهومی اصلی از این قرار است: «زن دارای است» و استعاره‌های زیرمجموعه این استعاره اصلی عبارت‌اند از: «زن محصول است» و «زن غذاست». پیامدهای ایدئولوژیک این استعاره‌های مفهومی کاملاً واضح است: دارایی‌ها اشیائی بی‌جان هستند که مصرف‌کنندگان از آن‌ها استفاده می‌کنند؛ آن‌ها قابل خرید و فروش‌اند و جزء اموال مالکان قانونی درمی‌آیند. این پیش‌فرض‌ها که در قالب این شبکه روابط استعاری پدید می‌آید، نظامی از روابط اجتماعی را می‌سازد و از این نظام دفاع می‌کند. نظامی که در آن زنان به‌عنوان موجوداتی انفعالی، بدون قدرت، ارزشمند و مرغوب هستند و نقش آن‌ها در جامعه این است: خریداری شوند، به مالکیت افراد درآیند، از آن‌ها استفاده شود، مصرف شوند و مورد استثمار و بهره‌برداری قرار گیرند (همان‌جا). پس کارکرد پنهان این شبکه استعاری، به‌وجود آوردن پیش‌فرض‌هایی ایدئولوژیک است که در نظام روابط اجتماعی بازتاب می‌یابد.

مثال دیگر را می‌توان در ایدئولوژی‌های سیاسی کشورهای توسعه‌یافته مشاهده کرد. استعاره مفهومی «اول = مهم» این پیش‌فرض ایدئولوژیک را با خود دارد که کشورهای «جهان سوم» در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته درجه اهمیت کمتری دارند. مثال دیگر در جوامع مدرن، این استعاره مفهومی است: «انسان ماشین است». این استعاره ایدئولوژی کاپیتالیستی استفاده از نیروی کار ارزان برای تولید محصولات را دربردارد که پیشتر به آن اشاره شد.

در سیاست خارجی آمریکا، استعاره مفهومی «ملت، یک فرد است» استعاره‌ای محوری است. برای مثال، جورج لیکاف اشاره می‌کند که در نظام سیاست خارجی آمریکا در جریان جنگ عراق، ملت عراق براساس یک فرد یعنی صدام حسین مفهوم‌سازی می‌شدند. شهروندان آمریکایی نیز به همین ترتیب در پشتیبانی از جنگ عراق می‌گفتند: «صدام ظالم است و باید جلوی او را گرفت». از نظر لیکاف، آنچه استعاره در اینجا پنهان می‌کند و از پیامدهای خطرناک ایدئولوژیک آن است، این است که ۳ هزار بمبی که در دو روز اول جنگ عراق به کار رفت بر روی یک فرد یعنی صدام حسین انداخته نشد؛ بلکه این بمب‌ها هزاران نفر انسان بی‌گناهی را کشتند که توسط این استعاره پنهان شده بودند. براساس این استعاره که در سیاست خارجی دولت آمریکا وجود دارد، ملت‌های دنیا به «ملت‌های دوست» و «ملت‌های ستیزه‌جو» تقسیم می‌شوند که باید با عنوان منافع ملی با این ملت‌ها رفتار کرد؛ درحالی که این ملت‌ها براساس نوع رفتار حاکمانشان مفهوم‌سازی می‌شوند (Lakoff, 2004: 69). نکته مهم این است که استعاره‌های این‌چنینی که در خود پیش‌فرض‌های ایدئولوژیک را حمل می‌کنند، استعاره‌هایی به شدت متقاعدکننده‌اند که کارکرد ایدئولوژیک پنهان دارند. به این معنا، شاید تمام استعاره‌ها دارای یک لایه زیرین ایدئولوژیک باشند که لزوماً ما از آن آگاهی نداریم (Goatly, 1997: 157).

۲-۴. عاطفی‌سازی نظرگاه

یکی از مهم‌ترین کارکردهای استعاره، «بیان احساس» است. استعاره‌های مفهومی با انتخاب ویژگی‌های خاصی از یک حوزه معنایی می‌توانند بار احساسی جمله‌ها را تغییر

دهند. شاعران از این شیوه برای افزایش بار احساسی جمله‌ها به‌منظور افزایش باورپذیری مفاهیم و گزاره‌های مورد نظرشان برای مخاطب استفاده می‌کنند. استعاره مفهومی «واژگان مایع هستند» را در نظر بگیرید. مثال‌های زیر متأثر از این استعاره مفهومی‌اند که می‌توانستند به‌گونه‌ای دیگر بیان شوند؛ اما با استفاده از این استعاره مفهومی بار احساسی آن‌ها تغییر می‌کند:

کلمات در ذهنم جاری‌اند.

امروز بر من کلمه می‌بارد.

رودی از واژگان جاری گشت.

ایدئولوژی‌ها از این کارکرد استعاره استفاده می‌کنند تا با افزایش بار احساسی، میزان باورپذیری عقایدشان را افزایش دهند. برای مثال، بسیاری از افراد استعاره «کربلا» را به‌منظور افزایش بار احساسی وقایع زمان حال به‌کار می‌برند تا با استفاده از باورهای ایدئولوژیک موجود در حافظه جمعی، به «خویش‌بازنمایی مثبت»^{۱۱} و «دگربازنمایی منفی»^{۱۲} پردازند. استراتژی «خویش‌بازنمایی مثبت» و «دگربازنمایی منفی» حرکات متفاوتی انجام می‌دهد تا کنش‌ها و ویژگی‌های منفی خود و کنش‌ها و ویژگی‌های مثبت دیگران را حذف، پنهان و یا انکار کند (Van Dijk, 1995: 157). این استراتژی کلی که با عنوان «مربع ایدئولوژیک»^{۱۳} ون دایک نیز شناخته می‌شود، ممکن است توسط مجموعه گوناگونی از صورت‌ها و معانی انجام شود و این صورت‌ها و معانی زبانی بر ویژگی‌های مثبت یا منفی اعضای درون گروه (خودی‌ها) و اعضای خارج از گروه (غیرخودی‌ها) تأکید می‌کنند و یا از برخی ویژگی‌ها چشم می‌پوشند. این مسئله می‌تواند از طریق لحن، تأکید، درجه بلندی صدا، ساختار عبارت (مثلاً معلوم و مجهول بودن)، انتخاب واژگانی، تلویح، پیش‌فرض‌ها، انسجام متنی، موضوع کلی متن، ابزار بلاغی (برای مثال استعاره)، انتخاب کنش‌های گفتار و مدیریت تعامل و گفت‌وگو (مثلاً اصل ادب) نیز انجام شود (Van Dijk, 1998: 317-318).

مثال‌های زیر را بنگرید:

برادر! تو در میانه کربلای زمان در کدامین صف ایستاده‌ای و برای یاری جبهه حق چه می‌کنی؟

در تاسوعا و عاشورا به نبرد با یزید زمانه خواهیم رفت.

غزّه، امروز کربلاست. یاران حسین به پا خیزید.

همان‌گونه که در این مثال‌ها مشاهده می‌شود، از آنجایی که به لحاظ تاریخی، مسئله «کربلا» در بافت مذهبی و حافظه جمعی مسئله‌ای کاملاً عاطفی و احساسی است، گوینده تلاش می‌کند تا با خلق مفهوم استعاره‌ی جدیدی از «کربلا» نه تنها به عاطفی‌سازی فضا دست بزند و توجه مخاطب را برانگیزاند؛ بلکه از این راه به جداسازی «خودی» و «غیرخودی» می‌پردازد. در هر سه مثال، گوینده «یاران حسین» را در برابر «یاران یزید» قرار می‌دهد و استعاره مفهومی «روزگار ما کربلاست» را برای مقاصد مورد نظر خویش بازنمود می‌کند تا هم به تحریک احساسات مخاطب بپردازد و هم موضع ایدئولوژیک خویش را آشکار کند.

۲-۵. پرورش صمیمیت

در دستگاه ایدئولوژیک، افراد گروه از شبکه‌ای از استعاره‌ها استفاده می‌کنند تا به صمیمیت میان افراد کمک کنند. از آنجایی که درک مشترک براساس دانش مشترک افراد صورت می‌گیرد و از آنجایی که افراد گروه از آبخور ایدئولوژیک مشترکی استفاده می‌کنند، شبکه‌ای از استعاره‌ها در دستگاه ایدئولوژیک ایجاد می‌کنند که باعث درک بهتر و صمیمیت اعضای گروه می‌شود. برای نمونه، برده‌های آمریکایی یکدیگر را برادر و خواهر می‌خواندند و از استعاره‌های برادر و خواهر استفاده می‌کردند تا میزان صمیمیت افراد بیشتر شود. ضمن اینکه از آنجایی که برده‌ها گروه مغلوب اجتماعی بودند، ایدئولوژی حاکم بر آنان توجیه‌کننده مقاومتشان در برابر گروه‌های غالب جامعه بود؛ پس این استعاره‌ها به آنان کمک می‌کرد تا هم صمیمیتشان زیاد شود، هم هم‌بستگی‌شان در جهت مقاومت افزایش یابد.

علاوه بر این، استعاره‌هایی که اعضای گروه می‌سازند به مفهوم جماعت بودن گروه معنای بیشتری می‌دهد؛ در نتیجه افرادی که خارج از گروه هستند و دارای ایدئولوژی یکسانی با اعضای گروه نیستند (غیرخودی‌ها)، نمی‌توانند ارتباط کلامی طولانی و همدلانه‌ای با اعضای گروه (خودی‌ها) برقرار کنند؛ بنابراین تفاوت‌های ایدئولوژیک در

استعاره‌های به‌کاررفته توسط افراد نمایان می‌شود. برای مثال پس از جنگ ایران و عراق، بسیاری از افراد (معمولاً بسیجیان) برای ساختن شبکه‌ای از استعاره‌های مفهومی در مکالمات روزمره‌شان از واژه‌های جنگی استفاده می‌کنند که نه تنها نمودار اساس ایدئولوژیک گفتمان‌شان است؛ بلکه نوعی حس صمیمیت و همدلی در بین آنها ایجاد می‌کند و برای آنانی که خارج از گروه‌اند، درک مشترک را سخت می‌کند. به مثال‌های زیر دقت کنید:

شب‌های جمعه شب‌های عملیاته!

مثل اینکه حاجی دیشب دو سه تا آریجی زده!

سید این ش. م. ه شما ما رو خفه کرد ها!

نکته جالب در اینجا است که این شبکه روابط استعاری در میان اعضای گروه منتقل می‌شود؛ حتی اعضای جوان‌تر گروه که تجربه حضور در جنگ را نیز نداشته‌اند، از همین دستگاه استعاری استفاده می‌کنند که ممکن است درک آن برای کسانی که در جنگ حضور داشته‌اند اما از اعضای این گروه نیستند، دشوار باشد.

۲-۶. طنز آفرینی

یکی از کارکردهای استعاره «طنز آفرینی» به‌ویژه در فرایند ساختن لطیفه‌هاست. لطیفه‌هایی که در جامعه به‌کار می‌روند، برخاسته از حافظه جمعی آن جامعه‌اند و نمودار اساس ایدئولوژیک بسیاری از باورهای عامه. به این چیستان بنگرید:

چه موجودی است که صبح چهار پا دارد، ظهر دو پا و شب سه پا؟

پاسخ: انسان

تفسیر استعاری از «صبح»، «ظهر» و «شب» که به دوران «کودکی»، «میان‌سالی» و «پیری» انسان ارجاع دارد و اینکه انسان در کودکی چهار دست و پا راه می‌رود و در پیری عصا به‌دست دارد، به این مفهوم جنبه طنز می‌بخشد (Goatly, 1997: 161). فهم طنز این چیستان در باورهای ایدئولوژیک عامه ریشه دارد.

در بسیاری از لطیفه‌ها، ترکیب معانی استعاری و غیراستعاری و توجه مخاطب به آن باعث پدید آمدن جنبه طنز لطیفه می‌شود. ایدئولوژی‌ها از این کارکرد استعاره برای

به‌سخره گرفتن مفاهیم بنیادی ایدئولوژی‌های رقیب استفاده می‌کنند. معمولاً با استفاده از این کارکرد استعاره، لطفیه‌های سیاسی زیادی دربارهٔ رهبران و مقامات سیاسی ساخته می‌شود که هر کدام برگرفته از ایدئولوژی خاصی‌اند. برخی از استعاره‌ها با فروکاستن مفهوم انسان به حیوانات، انواع ماشین و ابزار نه‌تنها به مدل‌سازی می‌پردازند و باورهای ایدئولوژیک خاصی را توجیه می‌کنند؛ بلکه در نتیجهٔ این مدل‌سازی انبوهی از لطفیه‌ها تولید می‌شود و در خدمت ایدئولوژی خاصی قرار می‌گیرد.

۳. استعاره در بافت‌های اجتماعی

استعاره‌ها در بافت‌های اجتماعی^{۱۴} گوناگون می‌توانند توسط سخن‌گویان یا نویسندگان به‌کار روند تا کارکردهای یادشده را در جهت حمایت از گزاره‌های بنیادین و باورهای یک ایدئولوژی و یا نظرگاه خاص ایفا کنند. هر بافت اجتماعی دربردارندهٔ ایدئولوژی غالب و چندین ایدئولوژی مغلوب است. در نبرد میان این ایدئولوژی‌ها در بافت‌های اجتماعی، استعاره‌ها نقش مهمی دارند. «سیاست»، «پول»، «ورزش» و «تبلیغات» از مهم‌ترین بافت‌های اجتماعی هستند که در آن‌ها ایدئولوژی‌ها به رقابت می‌پردازند و استعاره‌ای جدید بازتولید می‌شود. در این بخش نمونه‌هایی از کاربرد استعاره در این چهار بافت مهم اجتماعی را بررسی می‌کنیم.

۳-۱. استعاره و سیاست

سیاست یکی از مهم‌ترین بافت‌های اجتماعی است که در آن استعاره‌ها کارکرد ایدئولوژیکشان را ایفا می‌کنند. احزاب سیاسی همیشه در تلاش‌اند تا مخاطبان خود را متقاعد کنند که روش‌ها و برنامه‌های آن‌ها بهترین‌های موجود است و به صلاح شهروندان. در اینجا ایدئولوژی برای موجه جلوه دادن ادعای آنان به‌کار می‌رود. از آنجایی که بُعد اجتماعی تبلیغات سیاسی جنبه‌ای مهم تلقی می‌شود، زبان و در نتیجه استعاره‌ها در ترویج ایدئولوژی نقش مهمی دارند (Knowles & Moon, 2005: 74).

احزاب حاکم سیاسی برای درست جلوه دادن ایدئولوژی‌شان استعاره‌های خاصی را به‌کار می‌برند که همگی در دستگاه استعاره‌ی مفهومی بنیادین و در واقع ایدئولوژی

بنیادین آن نظام سیاسی ریشه دارد. در نظر بگیرید که در یک نظام سیاسی، استعاره مفهومی «انسان حیوان است»، استعاره بنیادین ایدئولوژی آن نظام سیاسی است. همان‌گونه که در قسمت پیشین اشاره شد، ایدئولوژی کارکرد پنهان چنین استعاره‌ای است. پیامدهای ایدئولوژیک چنین استعاره‌ای نیز آشکار است؛ زیرا مدل حکومتی که بر اساس چنین نظام سیاسی و چنین استعاره مفهومی‌ای شکل می‌گیرد، کارکرد بازمفهوم‌سازی را ایفا می‌کند. به این معنا که مفهوم «انسان» را در مقام حیوان تبیین می‌کند؛ پس در چنین حکومتی شهروندان باید رام شوند، برخی شهروندان بر برخی دیگر برتری دارند، حکومت قیم مردم است، انسان‌های (شهروندان) اهلی در خدمت حکومت هستند و انسان‌های (شهروندان) وحشی را باید مجازات کرد مگر آنکه اهلی شوند، شهروندان چیزی به نام قلمرو شخصی و مالکیت شخصی ندارند، در صورت نیاز شهروندان باید قربانی شوند، برخی شهروندان می‌توانند مورد استثمار و بهره‌برداری قرار گیرند و غیره. در چنین حاکمیتی، نظامی از استعاره‌ها پدید می‌آید که در زبان و متون نوشتاری حاکمان سیاسی تکرار می‌شود و این نظام استعاری در خدمت ایدئولوژی سیاسی نظام سیاسی قرار می‌گیرد. به بیان دیگر، استعاره‌ها به تولید ایدئولوژی در ذهن‌ها می‌پردازند و ایدئولوژی به تولید استعاره‌ها در زبان. برای مثال، استعاره‌های «شهروند درجه یک» و «شهروند درجه دو» را در نظر بگیرید. این دو استعاره در پس استعاره مفهومی «اول = مهم» - که پیشتر درباره آن بحث شد - شکل گرفته است. در اینجا استعاره مفهومی «اول = مهم» به عنوان یکی از استعاره‌های زیرمجموعه استعاره مفهومی بنیادین «انسان حیوان است» عمل می‌کند. به این ترتیب، استعاره مفهومی بنیادین با مجموعه‌ای از استعاره‌های مفهومی زیرمجموعه خود، نظامی استعاری را می‌سازد که ایدئولوژی حاکمیت را تشکیل می‌دهد. در اینجا استعاره مفهومی «اول = مهم» می‌تواند موجب تشکیل نهادهای اجتماعی و سیاسی شود که در آن‌ها مستقیم و غیرمستقیم به آموزش ایدئولوژیک شهروندان پرداخته شود و به اصطلاح «شهروندان درجه یک» به «شهروندان درجه دو» آموزش دهند و «شهروندان درجه یک» به عنوان الگوی «شهروندان درجه دو» توسط رسانه‌ها و نهادها معرفی شوند.

۲-۳. استعاره و ورزش

ورزش یکی دیگر از بافت‌های اجتماعی است که استعاره‌ها در آن کارکردهای خود را به اجرا درمی‌آورند. روزنامه‌نگاران ورزشی مجموعه‌ای از استعاره‌های گوناگون را از حوزه‌های «استعاره‌های حیوانات»، «استعاره‌های جنگ» و «میلیتاریستی»، «استعاره‌های سیاسی» و... برای توصیف قهرمانان و تیم‌های ورزشی به کار می‌برند. به مثال‌های زیر دقت کنید:

مارادونا، ارتش یک نفره

ارتش دایی با توپ پر آمد.

خداداد، غزال تیزیای فوتبال ایران، به مراسم انتخاب بهترین بازیکن سال آسیا دعوت شد.

ژنرال، شهریار، امپراتور: سرمربی آینده تیم ملی کیست؟

شیاطین سرخ از پس ماتادورها برنیامدند.

این مثال‌ها از عناوین متفاوت روزنامه‌های ورزشی انتخاب شده است. با کمی دقت در استعاره‌های موجود در این مثال‌ها به این نتیجه می‌رسیم که استعاره مفهومی «فوتبال نبرد است» در پس تمام این مثال‌ها دیده می‌شود. از آنجایی که مفهوم «جنگ» و «نبرد» در بافت‌های متفاوت مانند «جنگ»، «سیاست» و «حیات وحش» وجود دارد، استعاره‌های به کاررفته درباره فوتبال از حوزه‌های مفهومی «حیوانات»، «سیاست» و «جنگ» انتخاب می‌شوند تا به «مدل‌سازی» و «بازمفهوم‌سازی» فوتبال و ورزش پردازند. علاوه بر این، انتخاب استعاره‌های متفاوت برای قهرمانان و تیم‌های متفاوت نشان‌دهنده نظرگاه روزنامه‌نگاران ورزشی است. از سوی دیگر، انتخاب، کاربرد و تکرار یک استعاره خاص درباره یک قهرمان ورزشی و یا تیم ورزشی می‌تواند به تولید مدل‌های ذهنی خاصی درباره آن قهرمان یا تیم ورزشی منجر شود تا آنجا که آن استعاره خاص، حتی در خارج از بافت ورزشی، یادآور آن قهرمان یا تیم خاص برای مخاطبان باشد یا برعکس. در واقع، استعاره‌های ورزشی در مرزبندی میان هواداران تیم‌ها و قهرمانان ورزشی نقش مهمی ایفا می‌کنند.

۳-۳. استعاره و پول

پول در زندگی هر فردی نقش مهمی دارد. بخشی از دغدغه روزانه افراد به درآمد و خرج کردن پول اختصاص دارد. پس، پول و مسائل مربوط به آن بافت اجتماعی مهمی را تشکیل می‌دهد. بانک‌ها و مؤسسه‌های مالی و اعتباری در رقابتی تنگاتنگ در بازار تبلیغات برای ترغیب مشتریان جهت استفاده از خدماتشان از استعاره‌ها استفاده می‌کنند. این استعاره‌ها نه تنها جنبه تبلیغاتی دارند؛ بلکه ایدئولوژی مالی و سیاست‌های کلان مالی این نهادها را آشکار یا پنهان می‌کنند. به همین علت، مجموعه‌ای از استعاره‌های پول ساخته می‌شود که در بازار پول از آن‌ها استفاده می‌شود. در استعاره‌های مربوط به پول مفاهیمی مانند «گرما» و «آتش» بازنمود فراوانی دارند. این دو مفهوم درباره «عشق» و «عصبانیت» نیز به کار می‌روند و اتفاقاً استفاده آن‌ها در بافت پول و بازار نقش برانگیزندگی دارد (Knowles & Moon, 2005: 88). به مثال‌های زیر دقت کنید:

سیاست جدید دولت مبنی بر اعطای وام‌های کوتاه‌مدت بازار مسکن را دوباره داغ کرد.

واگذاری سهام بانک‌ها یخ بازار سرمایه را آب کرد.

کاهش ارزش پول آتش تورم را شعله‌ور می‌کند.

مدیریت حمل‌ونقل سوخت از بازار سرد تقاضای خرید خودروهایی دوگانه‌سوز خبر داد.

همان‌گونه که مشاهده می‌کنید، کاربرد استعاره‌های «گرما»، «آتش» و «سرما» برای بازار می‌تواند مخاطب را برای سرمایه‌گذاری یا عدم سرمایه‌گذاری تشویق کند؛ بنابراین استعاره‌ها کنش‌هایی در پی دارند.

۳-۴. استعاره و تبلیغات

تبلیغات یکی از گسترده‌ترین بافت‌های اجتماعی است که زبان و دیگر نظام‌های نشانه‌ای به شکل‌های گوناگون در آن به کار می‌روند. در تبلیغات، استعاره‌ها به صورت گسترده برای ترغیب و اقناع مخاطبان به منظور فروش به کار می‌روند (همان، ۹۱). بخشی

از قدرت فروش یک تبلیغ به این بستگی دارد که آیا استعاره‌های مفهومی مناسبی برای ترغیب مخاطبان استفاده شده است. انتخاب استعاره‌های مناسب می‌تواند نتایج شگفت‌انگیزی در فروش محصول داشته باشد (Kövecses, 2002: 59).

استعاره مفهومی «کیفیت، ثروت است» در پس‌زمینه بیشتر تبلیغات بازرگانی وجود دارد. البته، این نکته را نباید از نظر دور داشت که در تبلیغات بازرگانی اعم از تبلیغات تلویزیونی، روزنامه‌ها، بیلبوردها، بروشورها و دیگر انواع تبلیغات، مجموعه‌ای از عوامل زبانی و دیگر عوامل نشانه‌شناختی مانند عکس، فیلم و... برای ترغیب مخاطبان به کار برده می‌شوند؛ این تصویرها، فیلم‌ها و عکس‌ها حتی می‌توانند به‌عنوان استعاره و یا «تحقق غیرکلامی استعاره‌ها»^{۱۵} در نظر گرفته شوند (Knowles & Moon, 2005: 91). این تحقق‌های غیرکلامی استعاره‌ها را می‌توان «استعاره‌های بصری»^{۱۶} نیز نامید. کارکرد این استعاره‌ها انتقال ویژگی‌های مشخصی از یک نشانه است و در تبلیغات، برای ایجاد تمایز میان محصولات مشابه به کار می‌رود. استعاره‌های بصری با یادآوری مجموعه مشخصی از ارزش‌های اجتماعی در یک محصول، این تمایز را ایجاد می‌کنند (Chandler, 2002: 128). بنابراین در تبلیغات، استعاره‌های کلامی و غیرکلامی که همگی برگرفته از استعاره‌های مفهومی یکسان هستند، برای ترغیب مخاطبان و انتقال مجموعه‌ای از باورها و ایدئولوژی به کار می‌روند.

۴. نتیجه‌گیری

استعاره و ایدئولوژی هر دو امری شناختی‌اند و در حافظه جمعی افراد جای دارند. استعاره‌ها در دستگاه ایدئولوژیک می‌توانند یک یا چند کارکرد را هم‌زمان ایفا کنند. استعاره‌ها می‌توانند در جهت توضیح مفاهیمی که فهم آن‌ها ممکن است دشوار باشد، به‌ویژه مفاهیم انتزاعی، به کار روند. این کارکرد استعاره «مدل‌سازی» و «تبیین» خوانده می‌شود. ایدئولوژی‌ها از این کارکرد استعاره جهت تبیین ایده‌ها و باورهای ایدئولوژیکشان استفاده می‌کنند. بازمفهوم‌سازی یکی از کارکردهای استعاره، به‌ویژه استعاره‌های ادبی است که به ما این امکان را می‌دهد تا با استفاده از اصطلاحات غیرقراردادی و مقوله‌های ناآشنا، به بازگفت و بازتولید تجربه‌ای از چشم‌انداز جدیدی

بپردازیم. استعاره‌ها می‌توانند با برجسته‌سازی، کم‌رنگ‌سازی و پنهان‌سازی ویژگی‌های مشخصی از یک مفهوم، چشم‌انداز تازه‌ای از واقعیت به‌دست دهند تا در خدمت یک ایدئولوژی قرار گیرد و به بقا و مشروعیت روابط قدرت در جامعه کمک کند. در واقع، پنهان‌سازی و بازتولید ایدئولوژی یکی دیگر از کارکردهای استعاره‌های مفهومی است و هر استعاره مفهومی در صورت پذیرش حافظه جمعی، پیامدهای ایدئولوژیک خواهد داشت. شاعر یا ادیبی که استعاره‌های ادبی جدیدی می‌آفریند، متأثر از مدل‌های ایدئولوژیک ذهنی، می‌تواند چشم‌اندازهای تازه‌ای از یک مفهوم را در اختیار مخاطب قرار دهد و به بازمفهوم‌سازی ایدئولوژیک از یک مفهوم (کنش، رویداد، شیء) دست بزند. یکی دیگر از کارکردهای استعاره، عاطفی‌سازی فضا است. استعاره‌های مفهومی با انتخاب ویژگی‌های خاصی از یک حوزه معنایی می‌توانند بار احساسی جمله‌ها را تغییر دهند. ایدئولوژی‌ها از این کارکرد استعاره استفاده می‌کنند تا با افزایش بار احساسی، باورپذیری عقایدشان را افزایش دهند. پرورش صمیمیت از دیگر کارکردهای استعاره در دستگاه ایدئولوژیک است. از آنجایی که درک مشترک براساس دانش مشترک افراد صورت می‌گیرد و از آنجایی که افراد گروه از آبشخور ایدئولوژیک مشترکی استفاده می‌کنند، پس شبکه‌ای از استعاره‌ها در دستگاه ایدئولوژیک ایجاد می‌کنند که باعث درک بهتر و صمیمیت اعضای گروه می‌شود. در گروه‌های مغلوب، این استعاره‌ها نه تنها به افزایش صمیمیت اعضای گروه کمک می‌کنند؛ بلکه هم‌بستگی آنان را در جهت مقاومت افزایش می‌دهند. یکی از کارکردهای استعاره ایجاد طنز به‌ویژه در ساختن لطیفه‌هاست. لطیفه‌هایی که در جامعه به‌کار می‌روند، برگرفته از حافظه جمعی آن جامعه‌اند و بازتابنده اساس ایدئولوژیک بسیاری از باورهای عامه. در بافت‌های اجتماعی متفاوتی مانند مذهب، سیاست، ورزش، تبلیغات، صنعت و پول استعاره‌ها می‌توانند توسط سخن‌گویان یا نویسندگان به‌کار گرفته شوند تا در جهت حمایت از گزاره‌های بنیادین و باورهای یک ایدئولوژی و یا نظرگاه خاصی، این کارکردها را داشته باشند.

براساس مدل ارائه‌شده در این مقاله، می‌توان از رهگذر مطالعه روابط میان استعاره و ایدئولوژی، بازخوانی تازه‌ای از ادبیات فارسی و نظام‌های فرهنگی ایدئولوژیک

به دست داد؛ همچنین می توان بسیاری از نظام های استعاری در گفتمان های دینی، سیاسی، ادبی و فرهنگی در زبان فارسی از جمله گفتمان های عرفانی، درباری، حماسی، ادبیات انقلاب، گفتمان مشروطه و تجدد، ادبیات و گفتمان سیاسی چپ، ادبیات مهاجرت، گفتمان های تاریخ نویسی و گفتمان اصلاحات و... را مطالعه و تحلیل کرد. از رهگذر تحلیل پیوند نظام های استعاری با ایدئولوژی غالب در هر گفتمان و نقش ایدئولوژیک استعاره ها در این نظام ها می توان به شناخت روشن تری از نظام های مفهومی آنها دست یافت.

پی نوشت ها

1. categorization
2. principle of uncertainty
3. conceptual metaphor
4. Teun Van Dijk
5. modeling and explanation
6. reconceptualization
7. defamiliarization
8. highlighting
9. downplaying
10. hiding
11. positive self-presentation
12. negative other-presentation
13. ideological square
14. social contexts
15. non-verbal realization of metaphors
16. visual metaphors

منابع

- Chandler, Daniel (2002). *Semiotics: The Basics*. London and New York: Routledge.
- Goatly, Andrew (1997). *The Language of Metaphors*. London: Routledge.
- _____ (2007). *Washing the Brain: Metaphor and Hidden Ideology*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Knowles, Murray & Rosamand Moon (2005). *Introducing Metaphor*. London and New York: Routledge.
- Kövecses, Zoltán (2002). *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

-
- _____ (2005). *Metaphor in Culture: Universality and Variation*. Cambridge: Cambridge University Press.
 - Lakoff, George (2004). *Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate: The Essential Guide for Progressives*. White River Junction, VT 05001: Chelsea Green Publishing Company.
 - Lakoff, George & Mark Johnson (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
 - Van Dijk, Teun A. (1995). "Ideological Discourse Analysis" in Eija Ventola & Anna Solin (Eds.). *New Courant (English Dept, University of Helsinki)*, 4 (1995). Special Issue Interdisciplinary Approaches to Discourse Analysis. Pp. 135-161.
 - _____ (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage Publications.
 - _____ (2006). "Ideology and Discourse Analysis". *Journal of Political Ideologies*. 11/ 2. Pp. 115-140.