

مجله پژوهش‌های زبان‌شناسی

سال هشتم، شماره دوم، شماره ترتیبی ۱۵، پاییز و زمستان ۱۳۹۵

تاریخ وصول: ۱۳۹۴/۹/۲۶

تاریخ اصلاحات: ۱۳۹۶/۱/۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۳/۲۳

صص ۳۷-۴۸

استعاره در عناوین خبری روزنامه‌های ورزشی ایران: بررسی موردی استعاره فوتبال

*محمد رضا طوسی نصرآبادی
**بلقیس روشن

چکیده

مقاله حاضر به بررسی استعاره در عناوین خبری روزنامه‌های ورزشی ایران اختصاص دارد. تحقیق حاضر تحقیقی توصیفی-تحلیلی است که در آن با اتخاذ نظریه استعاره مفهومی به بررسی عبارات زبانی استعاری موجود در عناوین خبری دو روزنامه خبر ورزشی و پیروزی در پاییز ۱۳۹۳ پرداخته شد. با بررسی تعداد ۱۰۸ عبارت استعاری، استعاره‌های مفهومی مربوط به فوتبال در ده قلمرو استعاری دسته‌بندی گردید. یافته‌ها نشان می‌دهند استعاره "فوتبال جنگ است" بالاترین بسامد را در بین عبارات استعاری مربوط به عناوین اخبار فوتبال دارد. قلمرو مبدأ تنها جنگ نیست و شامل فوتبال به مثابه ماشین و قلمروهایی چون پدیده‌های طبیعی، حیوانات، جادوگری، ورزش‌ها، آزمون، جهت، نمایش و قلعه را هم در کاربرد استعاری ورزش فوتبال شاهدیم. استعاره‌های مورد بررسی در دسته‌بندی سه‌گانه ساختاری، هستی‌شناختی و جهتی دسته‌بندی شدند که عمده استعاره‌ها به ترتیب به دسته ساختاری و هستی‌شناختی و جهتی تعلق داشتند.

کلیدواژه‌ها: معنی‌شناسی شناختی، استعاره مفهومی، عنوان خبری، روزنامه ورزشی ایران، فوتبال

۱. مقدمه

معناشناسی شناختی^۱ در پی انتقادات وارده بر معناشناسی واقع‌گرا^۲ شکل گرفت. ایده اصلی در این نوع معناشناسی این است که معناها عبارت‌های ذهنی هستند و معنا به ساختار شناختی مربوط می‌شود نه به جهان بیرون یا جهان‌های ممکن. از نظر معناشناسان شناختی، انسان تجربه‌هایی را که از محیط اطراف خود کسب می‌کند در ذهن به صورت مفاهیم انبار می‌کند، این مفاهیم برای برقراری ارتباط با دیگران و از همه مهم‌تر برای تفکر مورد استفاده قرار می‌گیرند. شالوده تفکر معناشناسان شناختی این واقعیت است که دانش زبانی بخشی از شناخت عام آدمی است (گاردنفورز، ۱۹۸۴: ۱۹).

مطالعه استعاره در دیدگاه‌های سنتی به زبان ادبی و شعر محدود بود اما با گسترده‌گی مطالعات در حوزه علوم شناختی، مشخص گردید که استعاره نه ویژگی زبان ادبی که مشخصه تفکر بشر است. استعاره در کل زندگی و تجربه بشر جریان دارد و جزء جدانشدنی تجربه و تفکر آدمی است. یکی از نظرات برجسته در حوزه علوم شناختی، نظریه استعاره مفهومی^۳ است که در آن شاهد نگاشت^۴ یک حوزه مفهومی ملموس (مبدأ) بر حوزه مفهومی انتزاعی (مقصد) هستیم و بدین طریق و با استعاره مفهومی قادریم حوزه انتزاعی را به کمک حوزه عینی درک کنیم.

زبان ورزش به عنوان یک پدیده جاری در زندگی بشر، نقش‌مند است. وانل (۱۹۹۲) معتقد است زبان ورزشی متجلی در رسانه‌ها، موجب ایجاد یک سبک مجزا در زبان رسانه شده است. زبان ورزش به سبب ارتباط تنگاتنگ خیل عظیمی از افراد با این زبان، ویژگی‌های خاص خود را دارد. عناوین خبری نوشتاری روزنامه‌های ورزشی نیز به سبب مخاطب قابل توجه و ایجاد تاثیرگذاری و جذابیت هرچه بیشتر در کمترین زمان اهمیت قابل توجهی دارند.

عمده دانش ما از جهان اطراف از طریق اخبار شکل می‌گیرد و بدین جهت اخبار نقشی اساسی در شکل‌گیری تفکر جمعی دارند (ون دایک، ۱۹۹۱). آن چیزی که استعاره را در بیان گزارش قدرتمند ساخته، توانایی آن در برجسته‌سازی عناصری از یک واقعیت است که دیگران سعی در کم‌رنگ جلوه دادن آن دارند (لیکاف و جانسون، ۱۹۸۰). عنوان خبری یا تیتیر بیان خبر به موجزترین شکل ممکن است. عنوان خبری نقش‌های فراوانی دارد که از آن جمله می‌توان به ترغیب خوانندگان به خواندن خبر و تعیین وزن و اهمیت خبر اشاره کرد. اصلی‌ترین مشخصه یک عنوان خبری خوب میزان هدایت خواننده یا کاربر به سوی خبر است و در این راه تیترونویس باید از فنون گوناگونی در جهت جذاب‌سازی تیتیر بهره‌برد و نگاه را به آن جلب کند. تیترونویس باید از ابزارهایی چون بازی معنایی استفاده کند، برای مثال در تیتیر *بغض آسمان بر سر تهران* ترکیب شاهد بیان یک خبر با استفاده از بازی معنایی هستیم (شکرخواه، ۱۳۹۱: ۱۰۵). بازی معنایی در ادبیات روزنامه‌نگاری همان بیان استعاری است که در مثال فوق با جان‌بخشی به آسمان، آسمان شروع به گریستن می‌کند و این همان الگوی استعاری *آسمان انسان است* می‌باشد.

در انجام پژوهش حاضر تلاش می‌شود تا مشخص گردد که (۱) مطبوعات ورزشی ایران در بیان و توصیف ورزش فوتبال از چه الگوهای استعاری بهره می‌برند، (۲) این استعاره‌ها به کدام یک از انواع استعاره‌های مدنظر لیکاف و جانسون

¹ Cognitive Semantics

² realistic semantics

³ conceptual metaphor

⁴ mapping

(۱۹۸۰) و کوچش (۲۰۰۲) تعلق دارند. علاوه بر این، بسامد هر کدام از مولفه‌های پژوهش شامل انواع استعاره‌ها و نیز حوزه‌های مبدأ و مقصد معین می‌شوند.

بررسی استعاره‌های ورزشی مورد توجه متخصصان زیادی بوده است (بیرد، ۱۹۹۸؛ چارتریس بلک، ۲۰۰۴؛ کوچش، ۲۰۰۵؛ نوردین، ۲۰۰۸؛ سمینو، ۲۰۰۸). ما از آن رو با استعاره‌های ورزشی سروکار داریم که ورزش و اخبار مربوط بدان بخشی از زندگی روزمره ما و اخبار رسانه‌ها را به خود اختصاص می‌دهد. بیرد (۱۹۹۸) معتقد است مطالعه استعاره‌های ورزشی نوشتاری از آن رو حایز اهمیت است که اصطلاحات و عبارات ورزشی، هم به لحاظ ریشه‌ای استعاری‌اند و هم این که ورزش می‌تواند به‌عنوان حوزه مبدأ استعاری قلمداد گردد. ورزش به عنوان مبنای قیاسی توصیف و تشریح تجربیات زندگی روزمره به کار می‌رود؛ برای مثال، در فعالیت‌های اقتصادی و سیاسی، مدیر و سیاست‌مدار به عنوان مربی ورزشی قیاس می‌شوند (بیلینیا، ۲۰۰۹: ۱۴۳).

کالر (۲۰۰۴: ۳) معتقد است کاربرد زبان استعاری در رسانه‌های نوشتاری به جذابیت بالا، روشنی و سبکی مبتکرانه منجر می‌شود. وی معتقد است با کاربرد استعاره در گفتمان‌های ژورنالیستی، روزنامه‌نگاران می‌توانند برخی از مدل‌های ذهنی^۱ خاص خود را در شناخت خوانندگان ایجاد یا تقویت کنند. استعاره‌ها به ما در درک مفاهیم مختلف ورزش فوتبال فوتبال یاری می‌رسانند. مقاله حاضر به مطالعه استعاره‌های مفهومی موجود در عناوین خبری روزنامه‌های ورزشی می‌پردازد و در این زمینه به صورت موردی، استعاره‌های مربوط به ورزش فوتبال را جستجو می‌کند. دلیل انتخاب ورزش فوتبال نیز گستردگی بیش از حد و علاقه عموم مردم ایران به این ورزش است.

۲. پیشینه تحقیق

لواندوسکی (۲۰۱۲) براساس نظریه استعاره مفهومی در زمینه زبان فوتبال تحقیقی انجام داده و از دو پیکره انگلیسی و لهستانی شامل متون نوشتاری، گزارش‌های زنده بازی‌ها، مصاحبه‌ها و غیره سودجسته و اشاره می‌کند که در فوتبال تنها استعاره فوتبال به مثابه جنگ وجود ندارد و به استعاره‌های دیگری چون قدرت سلطنتی و جادوگری نیز اشاره می‌کند. برگ (۲۰۱۱) در پژوهشی به بررسی استعاره "فوتبال جنگ است" پرداخته است. وی در این مقاله که به بررسی موردی یک گزارش فوتبالی اختصاص دارد، نشان می‌دهد که یک انتقال مفهومی^۲ قابل توجه بین دو حوزه مبدأ و مقصد وجود دارد که نشان می‌دهد فوتبال جنگ است. وی بیان می‌کند که نگاشت استعاری برای ساختن صحنه جنگ در گزارش‌های فوتبال مشهود است. وی همچنین معتقد است که استراتژی فوتبال، از طریق یک عمل درگیری فیزیکی به راحتی درک می‌شود.

کلت (۲۰۰۲) در مقاله‌ای با عنوان "فوتبال به مثابه جنگ، مربی به عنوان فرمانده"، به بررسی قیاسی استعاره و تلویحات مدیریتی پرداخته است. وی می‌نویسد که اصطلاحات ورزشی از طریق استعاره و قیاس به منظور توصیف تجربیات زندگی روزمره به کار می‌رود. در این زمینه به نظر می‌رسد که قیاس ورزش و جنگ در فوتبال رایج‌تر باشد. وی به همین منظور با بررسی و تحلیل تصاویر و متون دو روزنامه شهر ملبورن، قصد دارد تا این قواعد را نشان دهد و بیان می‌کند که مردم چگونه اصطلاحات ورزشی را در قالب استعاره جنگ درک می‌کنند.

¹ mental models

² conceptual transfer

شریفی‌فر (۱۳۷۸) در مقاله‌ای به بررسی استعاره و نقش آن در زندگی و مشکلات احتمالی ترجمه استعاره‌ها پرداخته است. وی در بخش کوتاهی از مقاله خود، مثال‌هایی از زبان فوتبال ارائه کرده و این مثال‌ها را ناشی از تصور استعاری "فوتبال جنگ است" می‌داند و معتقد است از آنجایی که زبان فوتبال جزو زبان زندگی روزمره است به جاری بودن استعاره در زندگی واقف است.

تا بدین جا به بررسی کلی مطالعات صورت گرفته در حوزه استعاره ورزشی پرداختیم اما باید گفت که تمرکز عمده اکثر مطالعاتی از این دست، این است که تنها به بررسی یک مورد از نگاشت‌های استعاری در فوتبال توجه کرده‌اند و با مطالعه‌ای پیکره‌بنیاد که با آن طریق بتوان به کاربرد واقعی در زبان دست یافت، به دنبال جمع‌آوری سایر حوزه‌های نگاشتی نبوده‌اند. پژوهش حاضر در پی آن است که با بررسی یک دوره زمانی از انتشار مطبوعات برگزیده ورزشی ایران، خبر ورزشی و پیروزی، به بررسی نگاشت‌های استعاری در حوزه عناوین خبری ورزش فوتبال پردازد.

۳. چارچوب نظری

بنابر گفته ایوانز و گرین (۲۰۰۶: ۲۹۳) بیش از دو هزار سال است که استعاره در حوزه علم بلاغت مطالعه می‌شود. از آن نظر استعاره یکی از فنون بلاغی بود که بر پایه مقایسه بین دو پدیده استوار بود؛ اما برخلاف تشبیه این مقایسه با ادات تشبیه بیان نمی‌شد. صفوی (۱۳۸۷: ۲۶۶) بیان می‌کند که در سنت اسلامی، عبدالقاهر جرجانی در زمینه استعاره، پژوهش‌های دقیقی را انجام داده است. جرجانی در اسرار البلاغه به این نکته اشاره می‌کند که در برقراری پیوند استعاره، رعایت شباهت ظاهری و ارتباط عقلی مهم است و استعاره برحسب همین تشابه پدید می‌آید.

لیکاف و جانسون (۱۹۸۰: ۳۷) چنین اظهار می‌دارند که استعاره صرفاً ابزاری زبانی برای اندیشه نیست بلکه راهی برای اندیشیدن درباره چیزهاست. آنها معتقدند درک ما از جهان واقعی، مستقیم و بلافصل نیست بلکه ادراکات ما بر مبنای تاثیرات محدودکننده دانش بشر و زبان شکل می‌گیرد. لیکاف (۱۹۹۳: ۲۰۸) معتقد است استعاره را می‌توان نگاشت از یک قلمروی مبدأ به یک قلمرو مقصد تعریف کرد. وی بیان می‌کند که دستگاه مفهومی ما که انتزاعی‌ترین مفاهیم را دربرمی‌گیرد به وسیله نظامی از استعاره‌ها ساخت‌مند می‌شود. به اعتقاد او بسیاری از بنیادی‌ترین مفاهیم در نظام‌های مفهومی ما، مثل زمان، کمیت، حالت، دگرگونی، کنش، علت، هدف و مانند آن، معمولاً به وسیله استعاره‌ها درک می‌شوند. کووچس (۲۰۰۲: ۴) نیز معتقد است که استعاره‌های مفهومی، مفهومی انتزاعی‌تر را به عنوان مقصد و مفهوم عینی‌تر یا فیزیکی‌تر را به عنوان مبدأ به کار می‌گیرند.

ایوانز و گرین (۲۰۰۶: ۲۱۳) بر این عقیده‌اند که در زبان‌شناسی شناختی برخلاف دیدگاه سنتی که استعاره را اصطلاح‌هایی دارای معنای دلخواهی می‌دانستند، این امکان وجود دارد که آن‌ها را نه دلخواهی، بلکه انگیخته در نظر بگیریم. یعنی اصطلاحات به صورت خودکار و براساس قوانین زایا تولید می‌شوند و در عین حال با یک یا چند الگو در نظام مفهومی^۱ انطباق دارند. تک‌سوئیگی^۲ در استعاره از مهمترین مشاهدات نظریه پردازان استعاره مفهومی است. بدان معنا که استعاره حاصل نگاشت از حوزه مبدأ به حوزه مقصد است، نه برعکس. برای مثال، قلمرو عشق بوسیله قلمروی سفر مفهوم‌پردازی می‌شود ولی به طور قراردادی، سفر به وسیله عشق ساختاربندی نمی‌شود. حوزه‌هایی مانند بدن انسان، حیوانات، گیاهان، غذاها و قدرت اغلب به عنوان حوزه مبدأ، و حوزه‌هایی مانند عواطف، اخلاقیات، اندیشه، روابط

^۱ conceptual system

^۲ unidirectionality

انسانی و زمان به عنوان حوزه مقصد انتخاب می‌شوند. طبق اصل ثبات^۱ نمی‌توان هر حوزه‌ای را به عنوان مبدأ و هر حوزه‌ای را به عنوان مقصد انتخاب کرد. برای مثال، لیکاف و ترنر (۱۹۸۹) مشاهده کردند که مفهوم مرگ به چند طریق شخصیت بخشی می‌شود. مرگ می‌تواند مخرب و ویران‌گر باشد ولی نمی‌تواند تدریس کند.

استعاره‌ها در زبان‌شناسی شناختی در سه دسته اصلی ساختاری^۲، هستی‌شناختی^۳ و جهت^۴ تقسیم می‌شوند (لیکاف و جانسون، ۲۰۰۳؛ کووچش، ۲۰۰۲). اکنون به شرح هر کدام می‌پردازیم (کووچش، ۱۳۹۳: ۶۲-۶۵) و برای هر کدام با ذکر مثالی از حوزه ورزش فوتبال، بحث را ادامه می‌دهیم.

در استعاره ساختاری، حوزه مبدأ، دانش ساختار معرفتی نسبتاً پرمایه‌ای را برای حوزه مقصد فراهم می‌کند. یعنی این کارکرد شناختی استعاره‌هاست که گوینده را قادر می‌سازد حوزه (الف) را با استفاده از حوزه ساختار مبدأ (ب) درک کند. به مثال زیر دقت کنید:

۱. ایران با خط حمله هلندی می‌جنگد در این مثال شاهد مفهوم‌سازی دو حوزه مبدأ جنگ و فوتبال به عنوان مقصد هستیم که گوینده را قادر می‌سازد تا حوزه فوتبال را با استفاده از حوزه جنگ درک کند.

استعاره هستی‌شناختی، ساختار شناختی به مراتب کمتری را برای مفاهیم مقصد فراهم می‌کند و مفاهیم انتزاعی با اموری کلی از قبیل شیء و مواد مفهوم‌پردازی می‌شوند.

۲. عبور تراکتور از آتش مثل یک قهرمان در این مثال، شاهد نوعی جاندارپنداری^۵ هستیم که بارزترین نمونه استعاره هستی‌شناختی است. تراکتور به عنوان یک موجود جاندار فرض شده که می‌تواند همانند بشر از یک موقعیت عبور کند. استعاره‌های جهت‌ی از این واقعیت نشأت می‌گیرند که بیشتر استعاره‌ها با جهات اصلی مورد استفاده انسان‌ها مانند بالا-پایین، مرکزی-پیرامونی و نظیر آن سروکار دارند. در این مورد می‌توان به مثال زیر اشاره کرد:

۳. پرسپولیس جلوتر از رقبا در این نمونه، جهت رو به جلو با ویژگی مثبت برنده شدن مفهوم‌سازی شده است، حال آنکه می‌توان با کاربرد جهت عقب، ویژگی منفی بازنده شدن را نیز نشان داد.

۴. روش تحقیق

در انجام پژوهش حاضر که تحقیقی توصیفی-تحلیلی است از روش تحلیل محتوا استفاده شد. به این صورت که استعاره‌های رایج در عناوین خبری روزنامه‌های ورزشی خبر ورزشی و پیروزی را به روش شیوه تشخیص استعاره^۶ (گروه پراگل جاز، ۲۰۰۷) برگزیدیم که شرح کارکرد این روش نیز به این صورت است که:

۱. تمام متن یا کلام را بخوانید تا به درکی کلی از معنای آن برسید.

۲. واحدهای واژگانی متن را مشخص کنید.

۳. در مورد هر واحد واژگانی درون متن، معنای بافتی آن را پیدا کنید و نیز در مورد هر واحد واژگانی مشخص کنید که آیا در حال حاضر معنای پایه‌ای‌تری در سایر بافت‌ها نسبت به بافتی که در آن بکار رفته دارد یا نه. اگر معنای رایج

¹ invariance

² structural

³ ontological

⁴ orientational

⁵ Personification

⁶ Metaphor Identification Procedure

واحد واژگانی در سایر بافت‌ها نسبت به بافت موجود پایه‌ای‌تر است ببینید آیا معنای بافتی با معنای پایه در تقابل است و آیا در مقایسه با آن قابل درک است یا خیر.

۴. اگر این چنین است، پس واحد واژگانی مذکور استعاری است.

با توجه به انتشار تعداد زیادی روزنامه ورزشی، عملاً بررسی تمام روزنامه‌ها مشکل بود بدین سبب به صورت قرعه‌کشی روزنامه‌های مذکور انتخاب شدند. در انتخاب دوره زمانی تحلیل روزنامه‌ها نیز به صورت قرعه‌کشی از میان چند تاریخ (غیر از ایام تعطیلی لیگ برتر)، دوره زمانی مهر تا آذرماه ۱۳۹۳ را انتخاب کردیم. پس از جمع‌آوری پیکره تحقیق به بررسی عبارات و عناوین استعاری پرداختیم و انواع استعاره‌ها را دسته‌بندی کردیم. در این مطالعه علاوه بر بررسی انواع استعاره‌ها، به بسامد و درصد هر کدام نیز توجه کرده‌ایم.

۵. تجزیه و تحلیل داده‌ها

داده‌های این پژوهش از دو روزنامه ورزشی خبر ورزشی و پیروزی جمع‌آوری شده است. باید گفت که این قلمروهای مشخص شده (که در زیر به آنها اشاره خواهد شد) تنها قلمرو حوزه استعاره ورزشی نیستند؛ چراکه داده‌های این پژوهش از دو روزنامه ورزشی جمع شده و سایر حوزه‌های اخبار ورزشی نظیر مصاحبه‌ها، گزارش‌های زنده و .. را شامل نمی‌شود. بعد از جمع‌آوری داده‌ها، از مجموع ۹۸۱ عبارت، تعداد ۱۰۸ عبارت استعاری و تعداد ۸۷۳ عبارت غیراستعاری بدست آمد که این تعداد استعاره به قلمروهای متفاوت متعلق هستند که در زیر به هر کدام از این قلمروها و بیان مثال‌هایی از آنها می‌پردازیم. همانگونه که ذکر آن رفت در پژوهش حاضر، استعاره‌ها را به روش شیوه تشخیص استعاره (MIP) برگزیدیم. در زیر قلمروهای استعاره ورزشی فوتبال (سه نمونه اول در بخش ۳ آمده است) مشخص شده است:

۱. فوتبال جنگ است.

۴. جنگیدن برای سربلندی استقلال

۵. ایران با خط حمله هلندی

۶. لشکرکشی پرشورها به کرج

۷. ارتش ۵۵ هزار نفری تراکتور را در صدر نگه داشت

۸. آژیر قرمز در اردوگاه آبی

۹. کی‌روش در محاصره

۱۰. بوی انتقام در مادرید

۱۱. تونی درجه‌های ژنرال را کند

۱۲. حمله به قهرمانی نیم فصل

محققان زیادی بر کاربرد استعاری "فوتبال به مثابه جنگ" و سایر نگاشت‌های استعاری صحه گذاشته‌اند (مک کی، ۱۹۹۱؛ تروچیلو، ۱۹۹۵؛ لواندوسکی ۲۰۱۲). همان‌گونه که از مثال‌های فوق برمی‌آید شاهد استفاده از استعاره جنگ برای ورزش فوتبال و جنگجویان برای بازیکنان هستیم. یکی از مشخصات بارز زبان فوتبال برجستگی استعاره جنگ در آن است (بیرد، ۱۹۸۸ و کووچش، ۲۰۰۵). به عنوان مثال، در مثال (۶) شاهد بسط استعاری قلمروی جنگ بر ورزش فوتبال هستیم به صورتی که تیم فوتبال استقلال را با استعاره اردوگاه آبی مفهوم‌سازی کرده است.

۲. تیم فوتبال ماشین و دستگاه است.

۱۳. ترمز پرسپولیس را کشیدند

۱۴. آبی‌ها قبل از دربی به روغن سوزی افتادند

۱۵. پیکان استقلال را نزدیک صدر جدول پیاده کرد

۱۶. ژنرال لوکوموتیوران می‌شود

۱۷. موتومبا موتور پیکان را روشن کرد

۱۸. الاهلی زیر چرخ‌های تراکتور قدرتی

مثال‌های فوق به استعاره "تیم فوتبال ماشین است" اشاره دارند. تیم فوتبال به عنوان ماشین مفهوم‌سازی شده که فرض بر درست کار کردن آن است. حال وقتی ماشینی به روغن سوزی می‌افتد به معنای این است که ماشین خراب شده و نیاز به تعمیر دارد که می‌تواند به مفهوم ضعف و گسست یک تیم فوتبال اشاره کند یا وقتی یک فرد زیر چرخ‌های ماشینی قرار می‌گیرد در این مثال با جاندارپنداری تیم به شکست تیم الاهلی اشاره می‌کند.

۳. استفاده از استعاره مربوط به پدیده‌های طبیعی مخرب

۱۹. زلزله پرسپولیس در آسیا

۲۰. سونامی در تیم ملی

۲۱. ذوب آهن در گرداب سرخ

۲۲. طوفان سرخ‌ها

۲۳. پرسپولیس در باتلاق

در مثال‌های بالا با استفاده از عبارات زبانی استعاری پدیده‌های مخرب طبیعی به عباراتی از زبان فوتبال نظیر شکست (باتلاق و گرداب)، پیروزی (طوفان و زلزله) و تغییرات (سونامی) اشاره دارد.

۴. استفاده از نام حیوانات

۲۴. باغ وحش کی‌روش تیم فوتبال باغ وحش است. بازیکنان حیوانات وحشی هستند.

۲۵. حمله یوزهای ایران به جام

۲۶. جدال گول‌ها در بالای جدول

۲۷. بازگشت عقاب به آشیانه

۲۸. ایران در حال تبدیل شدن به گول آسیا

حوزه حیوانات حوزه مبدأ بسیار پرکاربردی است به خصوص انسان‌ها که اغلب در قالب ویژگی‌های مفروض حیوانات درک می‌شوند. از همین روست که ما حیوان را برای انسان بکار می‌بریم (کووچش، ۱۳۹۳: ۳۷).

۵. فوتبال جادوگری است.

۲۹. انرژی درمانی جادوگر

۳۰. طلسم لعنتی شکست

۳۱. معجزه سرخ‌جامگان

در زبان فوتبال از عبارات استعاری مربوط به جادو برای مفهوم‌سازی کنش‌ها در بازی فوتبال استفاده می‌شود. در این مثال‌ها، استعاره جادوگر با توجه به قدرت خارق‌العاده‌اش در اشاره به بازیکن و طلسم در اشاره به جادوی شکست پیاپی می‌باشد.

۶. فوتبال آزمون است.

۳۲. یک گزینه دیگر برانکو هم رد شد

۳۳. استقلال - پارسه پشت کنکورهای جام حذفی

۳۴. کریمی بهترین گزینه سرمربیگری

در مثال‌های بالا با بسط فوتبال به عنوان یک امتحان و آزمون، شکست یک تیم به پشت کنکور ماندن و عدم موفقیت در امتحان مفهوم‌سازی شده است.

۷. تیم برنده بالا، جلو و تیم بازنده پایین، عقب

۳۵. صعود به لیگ ستارگان

۳۶. استقلال در اوج

۳۷. سقوط پرسپولیس

۳۸. سپاهان در سرازیری

۳۹. پرسپولیس جلوتر از رقبا

جملات بالا همگی دارای استعاره‌های جهت هستند. بنابر نظر لیکاف و جانسون (۱۹۸۰: ۱۴) این نوع استعاره‌ها یک جهت‌بندی مکانی را ترسیم می‌کنند و به بالا و پایین و جلو و عقب بسط می‌دهند.

۸. استفاده از عبارات زبانی سایر ورزش‌ها (مبدا) = فوتبال شطرنج است. فوتبال تیراندازی است.

۴۰. کی‌روش با ۴ تغییر امارات را مات کرد

۴۱. اندازه ۲ تیم مهره داریم

۴۲. صد هزار نیرو برای مات کردن آبی‌ها

۴۳. تیر کاپیتان به لاستیک پیکان

بازی‌ها و ورزش‌ها ویژگی‌های خاصی دارند که برای اهداف استعاری به کار می‌روند (کووچش: همان). در مثال‌های بالا شاهد مفهوم‌سازی استعاری ورزش فوتبال با کمک عبارات زبانی مربوط به ورزش شطرنج و تیراندازی هستیم.

۹. فوتبال نمایش است.

۴۴. تکرار سناریوی دربی

۱۰. تیم فوتبال قلعه / دژ است.

۴۵. چهار ستون قلعه آبی فرو ریخت

در مثال‌های ۴۴ و ۴۵ هم به ترتیب شاهد مفهوم‌سازی فوتبال به صورت نمایش و ساختمان هستیم. در مثال اول بازی‌کنان، بازیگران نمایش هستند. در مثال دوم نیز تیم فوتبال به صورت ساختمان مفهوم‌سازی شده که فروریختن ساختمان می‌تواند نشانه شکست یک تیم باشد. در جدول (۱) نگاشت قلمروهای مربوط به عناوین خبری فوتبال آمده است.

جدول ۱: نگاشت قلمروهای مربوط به عناوین خبری فوتبال

مبدأ	نگاشت	مقصد
فوتبال جنگ است	←	جنگ
تیم فوتبال ماشین و دستگاه است	←	ماشین و دستگاه
تیم فوتبال و بازیکنان پدیده‌های طبیعی مخرب هستند	←	پدیده‌های طبیعی مخرب
تیم فوتبال و بازیکن حیوان وحشی هستند	←	حیوانات
فوتبال جادوگری است	←	جادوگری
مسابقه فوتبال از مون است	←	آزمون
مسابقه فوتبال شطرنج/تیراندازی است	←	سایر ورزش‌ها
مسابقه فوتبال اجرای نمایش است	←	اجرای نمایش
تیم فوتبال ساختمان است	←	ساختمان

در جدول (۲) به ارائه بسامدی هریک از مولفه‌های مورد نظر پژوهش می‌پردازیم.

جدول ۲: حوزه‌های مقصد در عناوین خبری ورزش فوتبال

ردیف	حوزه‌های مقصد	فراوانی	درصد
۱	فوتبال جنگ است	۵۲	۴۸,۱۴
۲	تیم فوتبال ماشین و دستگاه است	۱۴	۱۲,۹۶
۳	تیم فوتبال و بازیکنان پدیده‌های طبیعی مخرب هستند	۱۰	۹,۲۵
۴	تیم فوتبال و بازیکن حیوان وحشی هستند	۱۰	۹,۲۵
۵	فوتبال جادوگری است	۷	۶,۴۸
۶	مسابقه فوتبال شطرنج/تیراندازی است	۶	۵,۵۵
۷	برنده جلو/ بازنده عقب است	۴	۳,۷۰
۸	مسابقه فوتبال از مون است	۳	۲,۷۷
۹	مسابقه فوتبال اجرای نمایش است	۱	۰,۹۲
۱۰	تیم فوتبال قلعه/دژ است	۱	۰,۹۲
		۱۰۸	۱۰۰ درصد

در جدول (۳) فراوانی انواع استعاره در عناوین خبری ورزش فوتبال مشاهده می‌شود.

جدول ۳: انواع استعاره در عناوین خبری ورزش فوتبال

ردیف	انواع استعاره	فراوانی	درصد
۱	ساختاری	۵۱	۴۷،۲۲
۲	هستی‌شناختی	۳۷	۳۴،۲۵
۳	جهتی	۱۲	۱۱،۱۱
		۱۰۸	۱۰۰ درصد

۶. نتیجه‌گیری

در بررسی حاضر با مطالعه تعداد ۱۰۸ مورد عبارات زبانی استعاری به بررسی انواع کلی استعاره‌های این پژوهش پرداختیم. در این میان انواع استعاره‌ها نیز بررسی شد. مشخص گردید که نگارندگان روزنامه‌های ورزشی به منظور ایجاد جذابیت و روان‌سازی متن از این عبارات استعاری بهره برده‌اند. در این بین کاربرد استعاره "فوتبال جنگ است" با میزان ۵۲ درصد بیشترین سهم از استعاره‌های پژوهش را به خود اختصاص داده است. این مطلب همسو با نتایج مطالعه (مک کی، ۱۹۹۱؛ تروگیلو، ۱۹۹۵؛ لواندوسکی، ۲۰۱۲) است. در مراتب بعدی استعاره‌های ماشین، پدیده‌های طبیعی، حیوانات، جادوگری، ورزش‌ها، آزمون، جهت، نمایش و ساختمان نیز به صورت استعاری بکار رفته‌اند که لواندوسکی (۲۰۱۲) نیز به برخی از آنها اشاره کرده است به گونه‌ای که می‌توان با انجام مطالعات رده‌شناختی در سایر زبان‌ها نیز به مبنای استعاری این عناوین دست یافت که طبیعتاً گامی در راستای کشف مبنای تفکر است. این استعاره‌ها در تقسیم‌بندی سه‌گانه ساختاری، هستی‌شناختی و جهتی قرار می‌گیرند که در این تحقیق میزان تعلق استعاره‌ها به نوع ساختاری با ۵۱ درصد در بالاترین میزان تعلق و به ترتیب استعاره‌های هستی‌شناختی و سپس استعاره‌های جهتی قرار گرفتند. این موضوع خود می‌تواند نشان از این باشد که در این قلمروی استعاری ورزشی، حوزه مبدأ دانش ساختار معرفتی پرمایه‌ای را برای حوزه مقصد فراهم می‌کند.

استعاره‌های مفهومی به منظور ساده‌سازی درک مفاهیم انتزاعی و پیچیده بکار می‌روند و درک مطالب را آسان‌تر می‌کنند (قاسم‌زاده، ۱۳۸۷). حال با توجه به نتایج تحلیل‌های استعاره‌های موجود در پیکره مورد بررسی که در آن شاهد استفاده از استعاره در عناوین خبری هستیم، این سوال مطرح می‌شود که ورزش فوتبال مفهومی انتزاعی نیست پس چه نیازی به استفاده از استعاره برای بیان آن مفاهیم عینی آن وجود دارد؟ در پاسخ باید گفت: نویسندگان روزنامه‌های ورزشی به منظور همراه‌سازی عناوین خبری با بار عاطفی و احساسی بالا و جذب مخاطب از این ترفند بهره می‌برند تا میزان جذابیت موضوع و روان‌سازی متن را افزایش دهند و این کار را با استفاده از عناوین خبری و یا در طول گزارش ورزشی انجام می‌دهند.

کتابنامه

- شریفی‌فر، مسعود (۱۳۷۸). *استعاره - زندگی - ترجمه*، نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شهید باهنر کرمان، دوره جدید، شماره ۶ و ۷، صص: ۴۵-۵۵.
- شکرخواه، یونس (۱۳۹۱). *خبر*، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- صفوی، کورش (۱۳۸۷). *درآمدی بر معنی‌شناسی*، تهران: سوره مهر.

- قاسم‌زاده، حبیب‌الله (۱۳۸۷). *استعاره و شناخت*، تهران: انتشارات ارجمند.
- کووچش، زلتن (۱۳۹۳). *مقدمه‌ای کاربردی بر استعاره*، ترجمه شیرین پورابراهیم، تهران: سمت.
- Beard, A. (1998). *The Language of Sport*. London and New York: Taylor & Francis Ltd.
- Bergh, G. (2011). Football is war: A case study of minute-by-minute football commentary VEREDAS ON LINE – TEMÁTICA – 2/2011, PP. 83-93 – PPG LINGUÍSTICA/UFJF – JUIZ DE FORA - ISSN 1982-2243
- Bielenia, G. (2009). The role of metaphors in the language of investment banking, *ibérica 17* [2009]: 139-156. Coaches". *Sport Management Review*, 2(2), 150-71.
- Evans, V. & Green, M. (2006). *Cognitive Linguistics: An Introduction*. Edinburg: Edinburg University Press.
- Kellet, P. (2002). Football-as-War, Coach-as-General: Analogy, Metaphor and Management Implications, *Football Studies*. vol. 5 no. 1
- Kellet, P. (2002). *Organisational leadership: Lessons from professional*.
- Koller, V. (2004). *Metaphor and gender in business media discourse: a critical cognitive study*, Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan.
- Kövecses, Z. (2002). *Metaphor. A Practical Introduction*: Oxford: Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (2005). *Metaphor in Culture. Universality and Variation*: Cambridge: Cambridge University Press
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1987). *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason*. Chicago: University of Chicago Press .
- Lakoff, G. & Turner, M. (1989). *More Than Cool Reason: a Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Lakoff, G. (1993). The contemporary theory of metaphor, In Geeraerts, Dirk (Ed.). (2006) *Cognitive linguistics: basic readings* (Cognitive linguistics research; 34). Mouton de Gruyter Berlin, New York, pp. 185-238.
- Lewandowski, M. (2011). The Rhetoric of Violence in English and Polish Soccer Reporting, Nowak P./Nowakowski P. (eds.): *Język, Komunikacja, Informacja 5*.Poznań, 87-99.
- Lewandowski, M. (2012). Football is not only war. Non-violence conceptual metaphors in English and Polish soccer language. In: Taborek/Tworek/Zielinski, 79–95.
- McKay, J. (1991). Hawk(e)s, doves and Super Bowl XXV. *Social Alternatives*, 10 (1), 58-60.
- Trujillo, N. (1995), Machines, missiles, and men: Images of the male body on ABC's, Monday Night Football. *Sociology of Sport Journal*, 12(4), 403-423.
- Pragglejaz Group (2007). MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol*, 22(1), 1–39.
- van Dijk, T. (1991). Media Contents. The Interdisciplinary Study of News as Discourse. In *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, edited by Nicholas W. Jankowski and Klaus Bruhn Jensen, pp: 108–120. New York: Routledge.
- Whannel, G. (1992). *Fields in vision: television sport and cultural transformation*. London: Routledge.

