

چهارمین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در فرهنگ، زبان و ادبیات فارسی

The 4th National Conference on Innovation and Research in Persian culture, language and literature

نقدی به باز نمود استعاری غیر توحیدی ویروس کرونا در رسانه‌های داخلی اعظم نورا

استادیار زبانشناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

Email:anoora@dehaghan.ac.ir

چکیده

با شیوع ویروس کرونا استعاره‌های بسیاری توسط رسانه‌ها برای معرفی آن مورد استفاده قرار گرفت. فهم ما از چگونگی بازنمایی استعاری کرونا می‌تواند الگوهای فرهنگی، عقیدتی و شناختی درک ما از این ویروس را نشان دهد. مقاله حاضر با نگاهی انتقادی به نوع پوشش استعاری کرونا در رسانه‌ها نشان می‌دهد که بازنمایی استعاری این ویروس عمدتاً غیر توحیدی بوده و در صورت تکرار و تبدیل شدن به گفتار، می‌تواند منجر به تضعیف باورهای مذهبی، و حتی خدا گریزی گردد. در خاتمه، نویسنده راهکارهایی را برای تزریق نگرش توحیدی به بازنمود استعاری بلایا ارائه می‌کند.

کلمات کلیدی: بازنمود استعاری، ویروس کرونا، رسانه‌ها، نگرش توحیدی

۱. مقدمه

زبان موثرترین ابزار برای ارتباط جهان اندیشه و دنیای درونی انسانها با جهان پیرامون آنهاست و به دلیل برخورداری از جنبه‌ها و کارکردهای گوناگون، مطالعه‌ی این پدیده به قلمرو خاصی منحصر نبوده و از جنبه‌های مختلف مورد توجه دانشمندان رشته‌های مختلف واقع شده است. یکی از مهمترین مسائل مطرح شده در حوزه مطالعات فلسفی درباره زبان، تبیین رابطه زبان و واقعیت و نقش آن در بازنمایی واقعیت است (فخار نوغانی و حسینی، ۱۳۹۷). در واقع پرسش این است که آیا زبان می‌تواند واسطه‌ای امین در بیان واقعیت باشد؟ آیا الفاظ و مفاهیم در نظام پیچیده‌ی زبانی می‌توانند بدون هیچ گونه دخل و تصرفی واقعیت را منعکس کنند و تنها نقش ابزار را در این انتقال ایفا کنند؟

در برابر پرسش‌های فوق دو رویکرد سنتی و مدرن وجود دارد. در رویکرد سنتی به زبان، رابطه میان زبان و واقعیت‌ها رابطه‌ای مستقیم بوده و لذا، زبان هیچ دخل و تصرفی در بیان واقعیت ندارد. به عبارت دیگر، واقعیت به واسطه صورت‌هایی در ذهن منعکس شده و عبارات زبانی به عنوان حاملان امین مفاهیم ذهنی وسیله برقراری تفاهم میان افراد هستند. (خانیک و دیگران، ۱۳۹۶). با این وجود، در رویکرد مدرن، زبان صرفاً بازتاب دهنده عینی جهان خارج نبوده و شیوه‌ای برای شکل دهی به جهان خارج است. در واقع، ساختار زبان انعکاس مستقیم شناخت است نه واقعیت. به عبارت دیگر، هر تعبیر زبانی با مفهوم سازی از موقعیت خاصی همراه است (لیکاف و مارک، ۱۹۹۹). در برخی از موارد ذهن انسان از موقعیت‌های خارجی مفهوم سازی خاصی متناسب با اطلاعات و پیش

چهارمین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در فرهنگ، زبان و ادبیات فارسی

The 4th National Conference on Innovation and Research in Persian culture, language and literature

فرض های موجود در آن انجام میدهد و زبان در واقع، منعکس کننده آن مفاهیمی است که متأثر از اطلاعات و پیش فرض های ذهنی از واقعیات خارجی ساخته شده است (لی، ۲۰۰۱).

یکی از علومی که زبان را ابزار سازماندهی و انتقال و پردازش اطلاعات می داند زبان شناسی شناختی است. زبان شناسی شناختی ریشه در ظهور علوم شناختی جدید در دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ میلادی بویژه روان شناسی گشتالت و مطالعات مربوط به مقوله بندی در ذهن انسان دارد. در زبان شناسی شناختی به بررسی رابطه میان زبان انسان، اندیشه و تجربه های اجتماعی و فیزیکی او پرداخته می شود. در این دیدگاه فکر و اندیشه نیز مانند زبان دارای نظام و ساختاری است که توسط زبان منعکس می شود (باطنی، ۱۳۸۵). زبان شناسان شناختی زبان را نمودی از نظام تصورات ذهنی دانسته و بصورت خاص معتقدند که استعاره عنصر مهمی است که درک انسان را از دنیای خارج ممکن ساخته و در چگونگی اندیشیدن ما نقش مهمی ایفا میکند. از دیدگاه لیکاف و جانسون (۱۹۸۰) تصویرسازی استعاری عامل اساسی در نظام مفهومی بوده و درک پدیده ها را بر اساس تجربیات قبلی ممکن می سازد. از این دیدگاه، استعاره ها با اندیشه ها و نه با واژه ها در ارتباط هستند. به عبارت دیگر، استعاره های ظاهر شده در الفاظ، بازتابی هستند از استعاره های تفکر و اندیشه.

با شیوع ویروس کرونا استعاره های بسیاری توسط رسانه ها برای معرفی آن مورد استفاده قرار گرفت. فهم ما از چگونگی بازنمایی استعاری کرونا می تواند الگوهای فرهنگی، عقیدتی و شناختی درک ما از این ویروس را نشان دهد. مقاله حاضر با نگاهی انتقادی، به بررسی اجمالی نوع پوشش استعاری کرونا در رسانه ها می پردازد.

۲. مبانی نظری پژوهش

۲-۱. استعاره مفهومی

استعاره پدیده ای است که در گذشته در حوزه مطالعات و تحقیقات ادبی مورد بررسی قرار می گرفته است اما در چند دهه اخیر با انتشار کتاب استعاره هایی که با آن زندگی می کنیم، لیکاف و جانسون (۱۹۸۰) چارچوبی را بنیان نهادند که باب تازه ای را پیش روی علاقمندان به مطالعات استعاره و علوم شناختی گشود و به نظریه ی استعاره های مفهومی معیار معروف گردید. در زبان شناسی شناختی، نظریه استعاره درباره ماهیت شناخت مفهومی انسان است.

استعاره ها نه تنها ابزارهای ادبی و زیباشناختی محسوب می گردند، بلکه مبنای اندیشه و تفکر انسان نیز می باشند. به عبارت دیگر، انسان استعاری می اندیشد و با استعاره نیز زندگی می کند. شاید مهمترین موضوع طرح شده توسط ارسطو نیز که اثرش را مستقیماً در رویکردهای شناختی به استعاره می توان مشاهده کرد، تأکید بر این موضوع است که استعاره در حقیقت ایجاد اندیشه است که خود مستلزم این نکته است که انسان استعاری بیندیشد. در زبان شناسی شناختی، استعاره به عنوان فهم یک حوزه مفهومی برپایه حوزه مفهومی دیگر تعریف می شود: حوزه مبداء که به واسطه آن عبارات استعاری را خلق می کنیم و حوزه مقصد که تلاش می کنیم تا آن را درک کنیم. بین عناصر سازنده حوزه مبداء و مقصد مجموعه نظام مندی از تناظرها وجود دارد که نداشت نامیده می شود. برای درک یک استعاره مفهومی باید مجموعه ای از نداشت ها را درک کرد. به عنوان مثال، هنگامی که می گوییم «قیمت ها بالا می رود»، از مفهوم «بالا رفتن» در حوزه مفهومی «جهت ها» برای درک «کمیت ها» استفاده می کنیم. همچنین، در استعاره ی زندگی سفر است، نداشت های زیر دیده می شود:

چهارمین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در فرهنگ، زبان و ادبیات فارسی

The 4th National Conference on Innovation and Research in Persian culture, language and literature

- شخص زنده یک مسافر است؛ هدف این شخص رسیدن به مقصد است؛ وسیله رسیدن به مقصد، راه می باشد؛ مشکلات زندگی، مشکلات سفر است؛ مشاوران زندگی، راهنمایان جاده می باشند؛ پیشرفت در زندگی، مسافت پیموده شده می باشد؛ چیزهایی که پیشرفت شما را نشان می دهند، علائم جاده هستند؛ انتخاب های زندگی، دو راهی ها می باشند (صراحی و موسوی، ۱۳۹۸).
- استعاره ها را می توان به دو دسته کلی جهانی و فرهنگی تقسیم نمود. به عنوان مثال، حوزه استعاره های جهانی بوده و تقریباً در تمامی فرهنگ ها جهت بالا با مفاهیمی همچون «فراوانی» و «خوبی» پیوند خورده است. استعاره معروف «زیادتر، بالاتر است» یکی از استعاره های شناخته شده زبان فارسی و دیگر زبان هاست، اما شاید یکی از جایگاه هایی که این استعاره به روشن ترین وجه ممکن، جنبه «استعارگی» خود را نشان میدهد، شعر و ادبیات فارسی باشد. تعداد پرشماری از ابیات در ادبیات فارسی وجود دارد که عناصر طبیعی را بر اساس جایگاه قرار گرفتنشان (بالا یا پایین بودن در طبیعت) با مفاهیم کمی و زیادی مرتبط میکند. برای مثال از میان چهار عنصر طبیعی (هوا یا باد، آب، آتش و خاک)، هوا (و مجازاً آسمان) که در جایگاه بالاتری قرار دارد با زیادی و بیشی پیوند دارد و خاک که در جایگاه پایین-تری قرار دارد با مفاهیمی همچون کمی و کمتری. برای مثال: گفتی ز خاک بیشترند اهل عشق من / از خاک بیشتر نه که از خاک کمتریم. بنابراین، در مجموع، نظریه ی معاصر استعاره را می توان به صورت ذیل جمع بندی نمود:
۱. استعاره نظام بنیادین برای مفهوم پروری و استدلال انتزاعی محسوب می شود.
 ۲. تقریباً از ساده ترین موضوعاتی که در زندگی وجود دارد تا پیچیده ترین موضوعات علمی معمولاً از طریق استعاره درک می گردند.
 ۳. استعاره، بنیادی مفهومی دارد و نه صرفاً زبانی.
 ۴. عبارت های استعاری زبان در حقیقت تظاهر زبانی استعاره های مفهومی می باشند.
 ۵. اگرچه قسمت عمده نظام ادراکی انسان مفهومی یا استعاری است، اما بخش قابل ملاحظه ای از آن نیز غیر استعاری است. درک استعاری مبتنی بر درک غیر استعاری انجام می پذیرد.
 ۶. کاربرد استعاره این امکان را فراهم می کند تا بتوان موضوعی نسبتاً انتزاعی را برحسب موضوعی عینی تر یا ساختمان دتر درک کنیم.
 ۷. با مطالعه تاریخی استعاره ها در متون گوناگون می توان به تحولات فکری، اجتماعی و فرهنگی دوره های مختلف دست پیدا کرد.

۲-۲. کرونا و استعاره

استعاره در زبان روزمره انسان و در همه قلمروهای زندگی او مانند سیاست، اقتصاد، ورزش، بهداشت و رشته های گوناگون علمی به وفور دیده می شود. در روزهای اخیر با شیوع ویروس کرونا استعاره های بسیاری پیرامون آن شکل گرفته و رواج یافته است. ویروس در علم زیست شناسی تعریف خاصی دارد که اگر از آن برای توصیف کرونا استفاده شود، قاعدتاً بسیاری از مردم متوجه نخواهند شد. بعلاوه، این نوع توصیف صرفاً زیست شناختی نمی تواند جامعه را متوجه شرایط موجود کند. لذا، رسانه ها از استعاره ها و نمادهای قابل فهم رایج در فرهنگ و جامعه استفاده می کنند. واژه ها، تعابیر، استعاره ها و نمادهایی که برای بیان این ویروس، نحوه عمل آن، پیامدهای آن و حتی نحوه مواجهه با آن مورد استفاده قرار می گیرد، الگوهای معنادار ضمنی و پنهانی برای بازنمایی بوده و کارکردهای ایدئولوژیک

چهارمین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در فرهنگ، زبان و ادبیات فارسی

The 4th National Conference on Innovation and Research in Persian culture, language and literature

خاص خود را دارند. از این رو فهم ما از چگونگی بازنمایی استعاری کرونا می تواند عمیقا الگوهای فرهنگی، عقیدتی و شناختی درک ما از این ویروس را نشان دهد^۱.

۳. نمونه‌هایی از باز نمود استعاری کرونا در رسانه ها

۱-۳ بسته‌ی استعاری مرتبط با جنگ

استعاره جنگ و مبارزه، استعاره‌ای رایج برای توصیف نبرد با بیماری‌ها از سال ۱۹۷۰ به این سو بوده است. مثلا ریچارد نیکسون، رئیس‌جمهور آمریکا در سال ۱۹۷۱ با اعلام قانون ملی سرطان، "جنگ علیه سرطان" را اعلام کرد. تونگرن نیز در سال ۱۹۷۷ اعلام کرد که مفاهیم جنگ و سرطان مطابقت استعاری کاملی را آشکار می‌کند: حضور دشمن (سرطان)، فرمانده (پزشک)، جنگ‌جو (بیمار)، متحدان (گروه پزشکی)، سلاح‌هایشان (شیمیایی، زیستی و غیره). در رسانه‌های داخلی نیز در وضعیت کرونایی با استعاره‌های مفهومی متعددی در حوزه جنگ و مبارزه مواجهه می‌شویم مانند کرونا دشمن است/ کرونا تهدید است/ درمان کرونا به مثابه جنگ با دشمن است. نمونه کاربرد این استعاره مفهومی را در جملات برگرفته از رسانه‌ها می‌توان دید مانند کرونا را شکست می‌دهیم/ این روزها شاهد عزم ملی برای شکست کرونا هستیم/ کادر درمان سربازان خط مقدم مبارزه با کرونا هستند/ ستاد ملی مبارزه با کرونا اعلام کرد.../ نیروهای مسلح نیز برای مقابله با کرونا به میدان آمدند/ مقابل کرونا می‌ایستیم.

به نظر می‌رسد متولیان ارائه این بسته‌ی استعاری، معتقدند که در مواجهه با اکثریت جامعه که ویروس کرونا را جدی نمی‌گیرند، باید به زبان هراس متوسل شد و با تزریق تهدید در گفتمان عمومی، سعی در کنترل بیماری داشت. در واقع، تمرکز آنان بر راهبرد برانگیزاننده ترس در گفتمان پیشگیری از بیماری و ارتقای سلامتی است. لذا، جامعه پزشکی می‌تواند با تصویرسازی از کرونا به مثابه دشمن متجاوز که به بیمار یورش می‌برد، با ایجاد هراس به مقابله با شیوع بیماری کمک کند.

۲-۳ کرونا انسان است

نمونه‌های کاربرد این استعاره در رسانه‌ها به شرح ذیل است: این مهمان ناخوانده را باید هر چه زودتر بیرون کرد... / اگر توصیه‌های بهداشتی رعایت نشود موج بیماری دوباره برمی‌گردد (گویا انسانی است که موقتا رفته و امکان برگشت او وجود دارد) / این ویروس منحوس، مرزها را در می‌نوردد/ رهایی از کرونا مستلزم رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی است (گویا کرونا انسانی نظامی است که دیگران را به اسارت می‌گیرد) / یگانه تازی این ویروس در برخی مناطق همچنان ادامه دارد

۳-۳ کرونا هیولا است

نمونه کاربرد: (تیترا یک روزنامه) کرونا، هیولای جدید ورزش ایران

۴-۳ کرونا یک تهدید است

نمونه کاربرد: سواد رسانه‌ای به مردم این فرصت را داد که از این تهدید وحشتناک فرصت‌های خوبی بسازند

۵-۳ کرونا یک مانع است

نمونه کاربرد: برای عبور از کرونا باید همگی پروتکل‌های بهداشتی را مراعات کنیم

۶-۳ کرونا یک بحران است

^۱ برگرفته از یادداشت علی قدیری، دانشجوی دکتری علوم سیاسی دانشگاه فردوسی مشهد

چهارمین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در فرهنگ، زبان و ادبیات فارسی

The 4th National Conference on Innovation and Research in Persian culture, language and literature

همایون و بنی اسد (۱۳۹۹) در گزارشی به این نکته اشاره می کنند که روزنامه "شرق" در نخستین بازنمایی ها از این پدیده از تعبیر "بحران" استفاده کرده و در یک متن یک صفحه ای، ۳۱ مرتبه از تعبیر و نام "بحران" برای بازنمایی فضای موجود درباره این پدیده استفاده کرده است (به عنوان مثال روزنامه شرق، سوم اسفند ۹۸، صفحه ۱۶). طبیعتاً در رسانه های دیگر نیز مخاطبان مکرر با این تعبیر مواجه میشوند.

۳-۷. کرونا دارای قدرت فوق عادی است و جهان در سیطره اوست / کرونا به عدالت رفتار می کند

نمونه کاربرد: کرونا ویروس کوری است که مرزهای طبیعی و اجتماعی را به رسمیت نمی شناسد، بین دولتی و مردمی، نظامی و غیر نظامی، اصلاح طلب و اصول گرا، بالا شهری و پایین شهری، زن و مرد، این قوم یا آن قوم تمایز قائل نمی شود... از هر خطی عبور می کند و به هیچ دروازه ای محدود نمی شود (روزنامه ایران، سوم اسفند ۹۸).

۳-۸. کرونا قاتل بی رحم است

نمونه کاربرد: آمار قربانیان کرونا در ایران / جهان از مرز ۲۰۰ نفر گذشت / کرونا هر روز جان هزاران انسان بی گناه را می گیرد / ویروس کرونا به گربه ها نیز رحم نکرد

۴. نگاه انتقادی به بازنمود استعاری کرونا در رسانه ها

کارشناسان رسانه معتقدند "تصاویر قالبی" که توسط رسانه ها برای پوشش یک پدیده مورد استفاده قرار می گیرد، در سطح نگرشی، شناختی، عاطفی، و رفتاری شدیداً روی مخاطب تأثیر دارد. رسانه صرفاً نقش اطلاع رسانی نداشته و نقش گفتمان سازی و شکل دهی به ذهنیت افراد را دارد. در واقع، رسانه ها با بهره گیری از بازنمودهای استعاری مورد پسند خود، جهان را از زاویه دید خود برای مخاطب ترسیم کرده و آن را بهترین تصویر ممکن معرفی میکنند. آنها در فرایند "برجسته سازی" رسانه ای به مخاطب القا می کنند که "به چه فکر کند؟" و با استفاده از "چارچوب سازی" به او القا می کنند که "چگونه فکر کند؟" بنابراین رسانه ها با ابزار مختلف و همچنین با بازنمودهای استعاری خاص خود، در ناخودآگاه مخاطب القا می کنند که "آنگونه که من می خواهم درباره این موضوع فکر کن".

نکته قابل توجه این است که در شرایط فعلی عامه مردم در برابر ویروس، نوعاً خود را مستأصل می یابند و ضمن مراعات توصیه های بهداشتی، برای حفظ آرامش درونی نیاز به رجوع به تکیه گاه محکم الهی، توکل بر او و دعا و توسل دارند. حال سوالی که مطرح می شود این است که آیا بازنمایی استعاری مسئله کرونا در رسانه های داخلی، متناسب با نیاز جامعه دینی ما، القا کننده نگرش توحیدی است؟ آیا بازنمایی استعاری کرونا، حس منفی مخاطبان را تقویت نمی کند؟ بدون شک نوع بازنمایی استعاری ارائه شده، در تقویت یا تضعیف مبانی اعتقادی افراد تأثیر گذار بوده و کوتاهی در پرداختن به این مسئله و برنامه ریزی برای اصلاح معایب موجود، در شرایط پسا کرونا خسارات اعتقادی جبران ناپذیری را به دنبال خواهد داشت.

۵. نتیجه گیری

چهارمین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در فرهنگ، زبان و ادبیات فارسی

The 4th National Conference on Innovation and Research in Persian culture, language and literature

نگاهی اجمالی به نوع پوشش استعاری کرونا در رسانه ها نشان می دهد که ارائه بازنمایی استعاری غیر توحیدی، با برجسته سازی مفاهیم " عاملیت داشتن، دارای قدرت فوق عادی بودن، قاتل بودن، دارای شرارت بودن، بی رحم بودن مخصوصا نسبت به ضعیف ترین اقشار یعنی سالمندان، قابلیت حضور در همه جا داشتن" زمینه شکل گیری تصاویر کلیشه ای مخدوشی از این پدیده را فراهم می کند که در سطح اعتقادات فردی و اجتماعی مقبول نبوده و می تواند در صورت تکرار و تبدیل شدن به گفتمان، منجر به تضعیف باورهای مذهبی، شکل گیری باورهای مذهبی غلط، سردرگمی، احساس تضاد و حتی خدا گریزی گردد. لذا، به نظر می رسد که راهکارهای زیر می تواند در ارائه ی بازنمودهای استعاری مناسبتر در موارد مشابه موثر واقع گردد:

۱) همانگونه که مطرح شد رسانه ها یکی از ابزارهای مهم در فرهنگ سازی بوده و در آسیب زایی یا آسیب زدایی در حوزه های مختلف تأثیر بسزایی دارند. لذا، اصحاب رسانه باید در صدد تصحیح کلیشه های نادرست از بیماریها و بلا یا بوده و با ارجاع به مشاوران مذهبی و متخصصان حوزه دین، درک درستی از جوانب مختلف این حوزه بدست آورده و با کمک روانشناسان و زبانشناسان، این درک را با انگاره های علمی همراه کرده و در بازنمایی زبانی و رسانه ای این پدیده ها، دست تدبیر حضرت حق را برجسته کنند. در واقع باید این گفتمان تقویت شود که بلا یا نیز بخشی از برنامه خداوند برای تدبیر عالم بوده و هر قدر شرایط سخت باشد باز هم تحت کنترل مری عالم است که بنا به مصلحت و حکمت، نوع آزمون مناسب را برای متریبان رقم میزند. نشر چنین گفتمانی (که حاصل تکرار بازنمودهای استعاری توحیدی از طریق رسانه های جمعی است) باعث میشود در مواجهه با بلا یا افراد در ناخودآگاه خود بدنبال پاسخ سوالی باشند که آیت اله محمد مهدی میرباقری، رییس فرهنگستان علوم اسلامی به این صورت مطرح میکنند: خدا به عنوان مری من، با من چکار دارد؟ از من چه توقعی دارد؟

۲) نباید با نگاهی متعصبانه از این واقعیت غافل شد که برخی از استعاره های مفهومی بکار رفته در بازنمود کرونا، از کارکردهای خوبی برخوردار است اما این کارکرد در یک سطح خاص از جامعه میتواند اثرات مثبت را برانگیزد. به عنوان مثال، استعاره " کرونا دشمن است" در سطح جامعه پزشکی می تواند بازنمایی مؤثری از کنشهای نظام سلامت داشته باشد اما در سطح عامه مردم، منجر به تشویش اذهان و بر هم خوردن آرامش روانی گردد. بعلاوه، چنین بازنمود استعاری در ذهن مخاطبان القا میکند که کرونا دشمن است و لذا بیرون مرزهای خانه است پس داخل منزل از این دشمن خبری نیست و لزومی ندارد مراقب مراعات فاصله و... باشیم. همچنین تأکید بیش از حد بر استعاره ی " کرونا بحران است" تبعات سیاسی و امنیتی جالبی را در سطح بین المللی برای جامعه ی ما بدنبال ندارد بخصوص زمانی که این استعاره توسط مسئولین، با بسامد بالا بکار میرود. بنابراین پیشنهاد می شود که زبان استعاری مواجهه با بلا یا، در چند سطح مورد توجه و برنامه ریزی قرار گیرد: سطح متخصصان حوزه مربوطه، سطح نظام سیاسی جامعه، و سطح عامه مردم. در این راستا، حتی می توان به استعاره هایی که مناسب رده ی سنی کودکان باشد نیز فکر کرد تا گفتمان سازی در خصوص چنین شرایطی از طریق برنامه های خاص کودکان در رسانه ها، زمینه را برای به حداقل رساندن آسیب های روانی به این قشر فراهم کرد.

۳) ضرورت تشکیل اتاق فکرهای متشکل از متخصصان حوزه دین، سیاست، رسانه، زبان شناسی، و روانشناسی در شرایط وجود بلا یا و بیماریها برای جهت دهی به استعاره های مفهومی استاندارد مورد نیاز رسانه ها متناسب با شرایط موجود. به عبارت دیگر، برای پوشش رسانه ای چنین مسائلی، علاوه بر پیوست فرهنگی- رسانه ای، به پیوست عقیدتی و زبانی نیز نیاز است.

۴) پرهیز از برخورد جناحی و سیاسی بازی در استفاده از استعاره های مفهومی در شرایط وجود بیماریهای همه گیر و بلا یا. همایون و بنی اسد (۱۳۹۹) با بررسی تفاوت بازنمود زبانی کرونا توسط روزنامه های دو جناح اصول گرا و اصلاح طلب به نکاتی اشاره می کنند که جای بسی تأمل دارد.

چهارمین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در فرهنگ، زبان و ادبیات فارسی

The 4th National Conference on Innovation and Research in Persian culture, language and literature

۵) تدوین بانک استعاره های مفهومی خدا- محور و توحیدی برای شرایط وجود بلایا و بیماریها و پرهیز از تقلید صرف از استعاره های مفهومی بکار رفته در جوامعی که پیشینه فرهنگی، سیاسی، و عقیدتی متفاوتی دارند. به عبارت دیگر، میتوان علاوه بر مراعات اصول بهداشتی، با توجه به مضمون آیات، روایات، و ادعیه استعاره های مفهومی مناسب و القا کننده نگرش توحیدی را ابداع کرد تا به عنوان الگو و معرف مبانی عقیدتی جامعه مذهبی ما، بتواند حتی توسط سایر جوامع، مخصوصا جوامع مسلمان مورد استفاده قرار گیرد. نمونه هایی از چنین استعاره هایی به شرح ذیل می باشد که طبیعتا "کرونا" در این نمونه ها می تواند بیانگر هر بیماری یا بلایی در جامعه در شرایط پسا کرونا باشد :

الف) نمونه استعاره برگرفته از فرازی از مناجات شعبانیه: *الهی بیدک لا بید غیرک زیادتی و نقصی و نفعی*

✓ کرونا مأمور تحت کنترل خداست / کرونا دست تدبیر خداست

ب) نمونه استعاره برگرفته از آیات قرآن:

قل لن یصیبنا آلا ما کتب الله لنا هو مولانا (آیه ۵۱ سوره مبارکه توبه)

✓ کرونا پیکی از جانب خداست

✓ کرونا آزمونی برای رسیدن به کمال است (نفرموده است "علینا" بلکه می فرماید "لنا")

وَلَقَدْ أَخَذْنَا آلَ فِرْعَوْنَ بِالسِّنِينَ وَنَقْصٍ مِنَ الثَّمَرَاتِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ (آیه ۱۳۰ سوره مبارکه اعراف)

✓ کرونا تذکر الهی است

فَأَرْسَلْنَا عَلَيْهِمُ الطُّوفَانَ وَالْجَرَادَ وَالْقُمَّلَ وَالضَّفَادِعَ وَالِدَّمَ آيَاتٍ مَّفَصَّلَاتٍ فَاسْتَكْبَرُوا وَكَانُوا قَوْمًا مُّجْرِمِينَ (آیه ۱۳۳ سوره مبارکه اعراف)

إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِّمَنْ خَافَ عَذَابَ الْآخِرَةِ ذَلِكَ يَوْمٌ مَّجْمُوعٌ لَهُ النَّاسُ وَذَلِكَ يَوْمٌ مَّشْهُودٌ (آیه ۱۰۳ سوره مبارکه هود)

✓ کرونا آیت و نشانه الهی است

وَإِذْ قَالَتْ أُمَّةٌ مِنْهُمْ لِمَ تَعِظُونَ قَوْمًا اللَّهُ مُهْلِكُهُمْ أَوْ مُعَذِّبُهُمْ عَذَابًا شَدِيدًا قَالُوا مَعذِرَةٌ إلی رَبِّكُمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَّقُونَ (آیه ۱۶۴ سوره مبارکه اعراف)

✓ کرونا سکوی تقوای الهی است

✓ کرونا سکوی تقوای الهی است

وَإِذْ أَنْجَيْنَاكُمْ مِنْ آلِ فِرْعَوْنَ يَسُومُونَكُمْ سُوءَ الْعَذَابِ يُقْتُلُونَ أَبْنَاءَكُمْ وَيَسْتَحْيُونَ نِسَاءَكُمْ وَفِي ذَلِكَ بَلَاءٌ مِنْ رَبِّكُمْ عَظِيمٌ (آیه ۱۴۱ سوره مبارکه اعراف)

✓ کرونا بلایی از جانب خداوند است

✓ کرونا بلایی از جانب خداوند است

قَالُوا يَا لَوْ طُ إِنَّا رَسُولُ رَبِّكَ لَنْ يَصِلُوا إِلَيْكَ فَأَسْرِ بِأَهْلِكَ بِقِطْعٍ مِنَ اللَّيْلِ وَلَا يَلْتَفِتْ مِنْكُمْ أَحَدٌ إِلَّا أَمْرًا تَكْ إِنَّهُ مُصِيبُهَا مَا أَصَابَهُمْ إِنَّ مَوْعِدَهُمُ الصُّبْحُ أَلَيْسَ الصُّبْحُ بِقَرِيبٍ (آیه ۸۱ سوره مبارکه هود)

✓ پیروزی بر کرونا نزدیک است

✓ پیروزی بر کرونا نزدیک است

قَالَ يَا قَوْمِ أَرَأَيْتُمْ إِنْ كُنْتُ عَلَىٰ بَيْتِهِ مِنْ رَبِّي وَرَزَقْنِي مِنْهُ رِزْقًا حَسَنًا وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفَكُمْ إِلَىٰ مَا أَنْتُمْ عَنْهُ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتِطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ (آیه ۸۸ سوره مبارکه هود)

✓ توفیق بر کرونا با خداوند است

✓ توفیق بر کرونا با خداوند است

البته لازم به ذکر است که در رسانه ملی از "کرونا را (به مدد الهی) شکست می دهیم" استفاده گردید اما ذکر این نکته لازم است

که درج بخش "به مدد الهی" ، اولاً با تأخیر صورت پذیرفت و ثانیاً به عنوان بخشی که به این شعار افزوده شده و بخش اصلی پیام

محسوب نمی شود، نمایش داده شد. تماشای مکرر این امر ، و قرار نگرفتن بخش "به مدد الهی" در آغاز این شعار پر تکرار، نه تنها

چهارمین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در فرهنگ، زبان و ادبیات فارسی

The 4th National Conference on Innovation and Research in Persian culture, language and literature

از حیث بصری بلکه از نظر ساخت اطلاع جمله و تقدم و تأخر عناصر با توجه به اهمیت آنها از دیدگاه گوینده، به ذهن مخاطب القا می‌کند که نقش خداوند در شکست کرونا، نقش اصلی و تعیین کننده نیست.

۶. مراجع

۱. قرآن مجید
۲. باطنی، محمدرضا؛ رابطه زبان و تفکر در مجموعه مقالات پیرامون زبان و زبانشناسی، چاپ سوم، نشر آگه، ۱۳۸۵
۳. خانیکی، هادی؛ یلفانی، طاهره و تقوا، ارسیا، چگونگی انعکاس تصویر بیماری‌های روانی در مطبوعات بررسی‌های اجتماعی در صفحات حوادث پنج روزنامه کثیرالانتشار کشور، نشریه رفاه اجتماعی، شماره ۶۵، تابستان ۱۳۹۶
۴. صراحی، محمد امین و موسوی، شایسته، استعاره و شناخت، سخنرانی ارائه شده در تالار حکمت دانشگاه گیلان، فروردین ۱۳۹۸
۵. فخار نوغانی، وحیده و حسینی، سید مرتضی؛ نقش زبان در بازنمود واقعیت از دیدگاه ملاصدرا، شماره (۵)، سال سوم، ۱۳۹۷، صفحات ۱۱۸-۱۰۱
۶. همایون، محمد هادی و بنی اسد، رضا؛ آزمون کرونا: دیدگاهها و راهبردها، جلد اول، انتشارات دانشگاه امام صادق علیه السلام، ۱۳۹۹
7. Lakoff, George & Jahnson, Mark, *Metaphors we Live by*, Chicago, University of Chicago Press, 1980
8. Lakoff, George & Johnson, Mark, *Philosophy in the Flesh; The Embodied Mind and Its Challenge to the western Thought*, New York: Basil books, 1999
9. Lee, David, *Cognitive Linguistics*, New York: Oxford University, 2001

چهارمین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در فرهنگ، زبان و ادبیات فارسی

The 4th National Conference on Innovation and
Research in Persian culture, language and literature

فهرست مراجع به عنوان آخرین بخش مقاله با فونت (Times New Roman 10pt) نوشته می‌شوند. کلیه مراجع مورد استفاده در دو بخش فارسی و انگلیسی به ترتیب حروف الفبا آورده می‌شوند. در متن با ارجاع به صورت شماره‌ای این کادر صورت می‌گیرد [1]. برای مراجع فارسی، از فونت (B Mitra13pt) استفاده گردد. منابع مورد استفاده در متن به چهار صورت در مراجع نوشته می‌شوند: کل کتاب- بخشی از کتاب- مقالات ارائه شده در همایش‌ها- مقالات منتشر شده در نشریات تخصصی. موارد زیر نحوه ارائه این اطلاعات را نشان می‌دهند:

۱. احمدی، حسن و بخارائی، امیرمهدی؛ نگارش مقاله برای همایش، انتشارات جاویدان، تبریز، ۱۳۷۲
۲. حسین‌خانی، هما، توسعه پایدار کشاورزی، مجله نشریه تخصصی کشاورزی، شماره ۷، بهار ۱۳۸۷، صفحات ۲۵-۲۷
۳. Art, Zé O. et al, *How to organize conference materials - A manual for proceedings design*, Pacific Press, London, 2005.
۴. Santos, Michael S., *GIS for the 21st Century*, in *Proc. Geo2005 - Rediscovering the World through GIS, Vol. II, Paris, September 7-11, 2005*, pp. 111-126.