



Figurative Framing, Discourse Shaping, and Conceptualization of Concepts Relating to Cancer Disease: A Cognitive Approach

Mohammad Reza Pahlavannezhad¹

Professor of Linguistics, Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Setareh Mojahedi Rezaeian²

PhD Candidate of Cognitive Linguistics, Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran
Corresponding author

Received: June 08, 2025 ✦ Revised: July 07, 2025

Accepted: July 09, 2025 ✦ Published Online: February 01, 2026

How to cite this article:

Pahlavannezhad, M., & Mojahedi Rezaeian, S. (2025). *Figurative Framing, Discourse Shaping, and Conceptualization of Concepts Relating to Cancer Disease: A Cognitive Approach*. *Journal of Linguistics and Khorasan Dialects*, 17 (4), 87–109. (in Persian with English abstract)

<https://doi.org/10.22067/jlkd.2025.93971.1331>

Abstract

Framing, as an effective conceptualization method, plays an important role in representing and shaping concepts and communicating information at the level of discourse. Through two processes of selection and prominence, framing can guide the flow of information relating to the central and challenging social issues. This matter is accomplished by linguistic devices and reasoning devices of framing. Accordingly, following Burgers et al.'s (2016) Complex Figurative Framing Model, this study tried to investigate the linguistic devices of framing, including metaphor, hyperbole, irony and their combination and also reasoning of framing and how the frames are shaped based on the conceptualization of the concepts related to cancer disease, published in the online Persian texts. The findings indicated that, in the process of framing, for shaping the conceptualization of the concepts related to cancer disease, linguistic devices including metaphor, hyperbole, irony, and their combination can be applied for the selection and prominence of certain concepts. Among these, metaphor was applied significantly more than other framing devices and the metaphor of "Cancer Is Path" was dominant. Furthermore, the use of complex devices was observed in the discourse of the articles. Consequently, it seems complex figurative framing can be used as a device in shaping and accomplishing conceptualization and discourse purposes.

Keywords: Complex Figurative Framing, Discourse, Metaphor, Hyperbole, Irony, Cancer Disease

1. E-mail: pahlavan@um.ac.ir

2. E-mail: setareh.mojahedi@mail.um.ac.ir

<https://orcid.org/0000-0001-9808-1352>

<https://orcid.org/0000-0003-3182-9623>



قالب‌بندی مجازی، شکل‌گیری گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان: براساس رویکرد

شناختی

محمدرضا پهلوان‌نژاد

استاد زبان‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.^۱

ستاره مجاهدی رضائیان

دانشجوی دکتری علوم شناختی-زبان‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران (نویسنده مسئول)^۲

صص ۸۷-۱۰۹

ارجاع به این مقاله:

پهلوان‌نژاد، م.، و مجاهدی رضائیان، س. (۱۴۰۴). «قالب‌بندی مجازی، شکل‌گیری گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان: براساس رویکرد شناختی»، زبان‌شناسی و گویش‌های خراسان، ۱۷ (۴)، صص ۸۷-۱۰۹.

<https://doi.org/10.22067/jlkd.2025.93971.1331>

چکیده

قالب‌بندی، به‌عنوان یکی از روش‌های تأثیرگذار مفهوم‌سازی، در بازنمایی و شکل‌گیری مفاهیم و انتقال اطلاعات نقش مهمی را در سطح گفتمان ایفا می‌کند. قالب‌بندی با به‌کارگیری دو فرایند گزینش و برجسته‌سازی، جریان اطلاعات را در رابطه با مسائل مهم و چالش‌برانگیز اجتماعی می‌تواند هدایت کند. این امر به‌وسیله ابزارهای زبانی و ابزارهای استدلال قالب‌بندی محقق می‌شود. هدف پژوهش حاضر، بررسی و شناسایی ابزارهای زبانی قالب‌بندی شامل استعاره، اغراق، کنایه و ترکیب آن‌ها و همچنین استدلال قالب‌بندی یا محتوای مفهومی و چگونگی شکل‌گیری قالب‌ها در گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان در مقاله‌های چاپ‌شده به‌صورت برخط براساس الگوی قالب‌بندی مجازی ترکیبی است. یافته‌های پژوهش نشان داد در زبان فارسی برای شکل‌گیری گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان، در فرایند قالب‌بندی، ابزارهای زبانی شامل استعاره، اغراق و کنایه هم به‌طور مجزا و هم به‌طور ترکیبی می‌توانند برای گزینش و برجسته‌سازی عناصر و مفاهیم خاص مورد نظر به‌کار روند. در این میان، به‌کارگیری استعاره به‌طور معناداری بیشتر از دیگر ابزارهای قالب‌بندی مشاهده گردید و در بین انواع استعاره‌ها، استعاره «سرطان مسیر است» ابزار زبانی غالب بود. علاوه‌براین، ابزارهای ترکیبی نیز در گفتمان مقاله‌های موردبررسی وجود داشت؛ بنابراین، به نظر می‌رسد الگوی قالب‌بندی مجازی ترکیبی نیز می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای شکل‌گیری و تحقق مفهوم‌سازی و اهداف گفتمان به‌کار گرفته شود.

کلیدواژه‌ها: قالب‌بندی مجازی ترکیبی، گفتمان، استعاره، اغراق، کنایه، بیماری سرطان.

۱. مقدمه

تحلیل و بررسی قالب^۱ در رابطه با مسائل اجتماعی ریشه در مطالعات اواخر دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ دارد. جامعه‌شناس مشهور، گافمن^۲ در اثر خود در سال ۱۹۷۴، یکی از اولین افرادی بود که قالب‌ها و روش ساختاربندی آن‌ها از تعامل‌های ما با جهان را مورد توجه قرار داد. گافمن (۱۹۷۴) موسسه‌های مختلف مانند بیمارستان‌ها و رستوران‌ها، و رفتارهای اجتماعی قراردادی مانند قرار ملاقات و خرید را بررسی کرد و نشان داد موسسه‌ها و موقعیت‌های اجتماعی به‌وسیله ساختارهای ذهنی یا همان قالب‌ها شکل می‌گیرند، سپس مشخص می‌کنند چگونه در آن موسسه‌ها و موقعیت‌ها رفتار کنیم. به باور لیکاف^۳ (۲۰۰۶) قالب‌بندی^۴ صرفاً برای پیام‌های سیاسی یا برقراری ارتباط نیست، بلکه بسیار بنیادی‌تر از آن است. قالب‌ها ساختار ذهنی هستند که به انسان امکان درک واقعیت را می‌دهند و گاهی امکان خلق آنچه را واقعیت در نظر می‌گیریم، نیز فراهم می‌سازند. براین اساس، اینکه قالب چگونه تعریف و شناسایی می‌شود به‌طور قابل ملاحظه‌ای می‌تواند متفاوت و متنوع باشد (ون‌دایک^۵، ۲۰۲۳). برای مثال، فیلمور^۶ (۱۹۸۵) ساختارهای قالب را در مقیاس کوچک‌تری در نظر گرفت و این مسئله را مورد مطالعه قرار داد که چگونه قالب‌های روزمره در سطح جمله عمل می‌کنند و از طریق واحدهای واژگانی و ساخت‌های دستوری رمزگذاری می‌شوند، همچون فعل «تهمت زدن» که در قالب تهمت با توجه به نقش‌های معنایی مرتبط شامل مدعی، متهم، جرم و اتهام تعریف می‌شود.

از آنجایی که قالب‌بندی شامل دو فرایند گزینش^۷ و برجستگی^۸ است (انتمن^۹، ۱۹۹۳) و قالب قطعه پیش‌ساخته‌ای^{۱۰} از ساختار دانش را نشان می‌دهد که می‌تواند به‌وسیله عبارتی ارجاع‌دهنده به جنبه‌ای از آن قطعه برانگیخته شود (دنسیگیر و سوویستر^{۱۱}، ۲۰۱۴)، قالب‌بندی مفهوم مهمی در تبیین این مسئله محسوب می‌شود که

1. Frame
2. Goffman
3. Lakoff
4. framing
5. van Dijk
6. Fillmore
7. Selection
8. Saliency
9. Entman
10. prefab chunk
11. Dancygier & Sweetser

چگونه محتوای رسانه بر مخاطب خود تأثیر می‌گذارد (برگرز^۱ و همکاران، ۲۰۱۶؛ بورا^۲، ۲۰۱۱). براین اساس، در نظریه قالب‌بندی سنتی، قالب‌بندی به‌عنوان گزینش برخی جنبه‌های ادراک واقعیت و برجسته‌سازی آن‌ها در متن در نظر گرفته می‌شود، به طوری که به تعریف مسئله‌ای خاص، تعبیر علی، ارزیابی اخلاقی و یا توصیه چگونگی برخورد با واحد توصیف شده کمک می‌کند (اتمن، ۱۹۹۳، ص. ۵۳)؛ بنابراین، قالب را می‌توان تشکیل شده از دو عنصر تعریف کرد: (الف) ابزارهای قالب‌بندی^۳ که عناصر به‌طور واضح قابل درک در متن یا ساختار زبانی خاص هستند همچون استعاره؛ و (ب) ابزارهای استدلال^۴ اطلاعات (پنهان) در متن هستند که از طریق آن‌ها مسئله، علت، ارزیابی و یا نوع برخورد به‌طور ضمنی مورد اشاره قرار می‌گیرند (یوریس^۵ و همکاران، ۲۰۱۴، ص. ۶۰۹)؛ بنابراین، به نظر می‌رسد فرایند مفهوم‌سازی^۶ از طریق قالب‌بندی و ابزارهای تعیین‌کننده مرتبط در شکل‌گیری قدرت متن و انتقال مفاهیم و پیام‌ها تأثیرگذار است.

در این راستا، ابزارهای زبانی مختلفی مانند استعاره^۷، اغراق^۸ و کنایه^۹ در گفتمان ممکن است به کار گرفته شوند که به‌عنوان ابزارهای قالب‌بندی عمل می‌کنند. علاوه بر این، ابزارهای استدلال نیز در این سطح وجود دارند که شامل اطلاعات مفهومی هستند. استعاره‌ها، به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین ابزارهای زبانی، نگاشت بین حوزه‌ای هستند، به این معنا که اطلاعات از حوزه مبدأ^{۱۰} بر حوزه مقصد^{۱۱} نگاشت می‌شوند (لیکاف و جانسون^{۱۲}، ۲۰۰۳/۱۹۸۰). استعاره‌ها اغلب برای برقراری ارتباط در مورد تجربه‌های ذهنی، انتزاعی، پیچیده و یا حساس برحسب تجربه‌های ساده‌تر، عینی‌تر و کمتر حساس به کار می‌روند (دمن^{۱۳} و همکاران، ۲۰۱۵؛ سمینو^{۱۴} و همکاران، ۲۰۱۸). لازم است این دو حوزه در عین داشتن شباهت به اندازه کافی از یکدیگر دور باشند، برای مثال در استعاره مفهومی «زندگی سفر است»،

1. Burgers
2. Borah
3. framing devices
4. Reasoning devices
5. Joris
6. Conceptualization
7. Metaphor
8. Hyperbole
9. Irony
10. Source domain
11. Target domain
12. Johnson
13. Demmen
14. Semino

«زندگی» حوزه مفهومی مقصد و «سفر» حوزه مفهومی مبدأ است. به‌کارگیری انواع استعاره با اهداف گوناگون منجر به نگاشت حوزه‌های مفهومی مختلفی می‌شود. ابزار دیگری که در قالب‌بندی مورد استفاده قرار می‌گیرد اغراق است. اغراق مبالغه افراطی است که چیزی را بزرگ‌تر و فراتر از آنچه در واقعیت هست، توصیف می‌کند (برگرز و همکاران، ۲۰۱۶). برای مثال، عبارت «هزار سال طول کشید» در بافت کاربردشناختی و موقعیتی انتظار طولانی شامل اغراق است. کنایه ابزار دیگری است که ممکن است در فرایند قالب‌بندی به‌کار رود. کنایه با جمله و یا تقویت انتظارات، باورها و معیارها شامل ارزیابی تحت‌اللفظی است که برخلاف آن چیزی است که فرد قصد فهمیده شدن آن را دارد (برگرز و همکاران، ۲۰۱۶). برای مثال، عبارت «عجب لباس قشنگی!» برای لباسی که در حقیقت زیبا نیست نوعی کنایه محسوب می‌شود. همان‌طور که مشخص است هر یک از این ابزارهای زبانی می‌توانند در مفهوم‌سازی و قالب‌بندی مشارکت داشته باشند. در اکثر پژوهش‌های انجام‌شده تاکنون این ابزارهای زبانی به‌صورت مجزا مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند. برگرز و همکاران (۲۰۱۶) بر این باورند که این ابزارهای زبانی را می‌توان به‌صورت قالب‌های مجازی ترکیبی^۱ در مسائل مهم و چالش‌برانگیز اجتماعی و روان‌شناختی به‌کار برد. به‌این‌ترتیب، تأثیر و قدرت انتقال مفاهیم مورد نظر بیشتر خواهد شد.

در دنیای امروز، گسترش بیماری سرطان و تأثیرات عمیق آن بر کیفیت زندگی افراد مبتلا باعث شده است پزشکان و متخصصان، بیماران و خانواده‌های آنان، و رسانه‌ها از زبان توصیفی برای بیان و انتقال تأثیر و تجربه‌های امیدبخش و ناامیدکننده بیماری سرطان استفاده کنند. اگرچه ممکن است در برخی جوامع عوامل مختلفی همچون بیماری‌های قلبی، حوادث رانندگی و غیره نرخ بالایی از مرگ‌ومیر را به خود اختصاص دهند، اما برای اکثر افراد بیماری سرطان وحشتناک‌ترین بیماری محسوب می‌شود (آلتمن^۲، ۲۰۰۸). در این میان استفاده از ابزارهای قالب‌بندی مجازی همچون استعاره و اغراق نقش مهمی در درک جنبه‌های مختلف مفهوم‌سازی احساس و تجربه‌های انتزاعی، ذهنی و عینی ایفا می‌کنند. این امر به‌نوبه خود منجر به شکل‌گیری استدلال‌ها و در نتیجه گفتمان‌های متفاوتی به‌منظور انتقال مؤثرتر پیام‌ها به مخاطب شده است. این اهداف از طریق به‌کارگیری ابزارهای قالب‌بندی مانند استعاره، اغراق و کنایه و شکل‌گیری قالب‌های مورد نظر می‌توانند تحقق یابند.

بنابراین، براساس آنچه عنوان گردید و با توجه به اهمیت و نقش قالب‌بندی در شکل‌گیری مفاهیم و انتقال پیام‌ها

1. Complex figurative frames

2. Altmann

به مخاطب و قدرت تأثیرگذاری گفتمان، پژوهش حاضر درصدد است به پیروی از الگوی قالب‌های مجازی ترکیبی برگرز و همکاران (۲۰۱۶) بازنمایی مفاهیم و شکل‌گیری گفتمان در رابطه با موضوع مهم و حساس بیماری سرطان را مورد بررسی قرار دهد. به‌طور خاص، هدف این پژوهش بررسی چگونگی شکل‌گیری قالب‌ها و ابزارهای استدلال بر مبنای گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان با توجه به فراوانی ابزارهای زبانی قالب‌بندی شامل استعاره، اغراق، کنایه و ترکیب آن‌ها در مقاله‌های چاپ شده به‌صورت برخط در سایت مؤسسه خیریه نور (<https://noor-charity.com>) است. براین اساس، پرسش‌های پژوهش حاضر به‌صورت زیر مطرح می‌شوند:

(۱) آیا تفاوت معناداری در به‌کارگیری ابزارهای زبانی قالب‌بندی شامل استعاره، اغراق، کنایه و ترکیب‌های آن‌ها در گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان وجود دارد؟

(۲) کدام ابزار زبانی قالب‌بندی در گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان بیشترین فراوانی را دارد؟

(۳) چگونه گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان بر اساس الگوی قالب‌های مجازی ترکیبی قالب‌بندی می‌شود؟

۲. پیشینه پژوهش

قالب‌بندی به‌عنوان یکی از رویکردهای شناختی در چند سال اخیر مورد توجه بسیاری از پژوهشگران در حوزه‌ها و رشته‌های مختلف قرار گرفته است. گستره وسیع پژوهش‌های انجام شده براساس نظریه قالب‌بندی را می‌توان در مطالعات شناختی، ساختگرا^۱ و انتقادی (دی‌آنگلو^۲، ۲۰۰۲)، جامعه‌شناسی، اقتصاد، روان‌شناسی، زبان‌شناسی شناختی و علم ارتباطات (شوفل و توکسبری^۳، ۲۰۰۷) و علوم سیاسی، جامعه‌شناسی و رسانه (هرتوگ و مک‌لیود^۴، ۲۰۰۱) مشاهده کرد. علاوه بر حوزه‌ها و رشته‌های مختلف عنوان‌شده، موضوع‌های بسیار مختلفی نیز براساس نظریه قالب‌بندی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در این رابطه می‌توان به علم ارتباطات (بروگمن^۵، ۲۰۱۴)، حوزه سلامت و بیماری‌ها (سمینو و همکاران، ۲۰۱۸؛ هندریکس^۶ و همکاران، ۲۰۱۸)، تولید محصولات و تبلیغات (چنگ^۷،

1. Constructionist
2. D'Angelo
3. Scheufele & Tewksbury
4. Hertog & McLeod
5. Brüggemann
6. Hendricks
7. Chang

۲۰۰۷)، ازدواج (عبدل-رحیم^۱، ۲۰۲۳)، سیاست (بوینائمز^۲ و همکاران، ۲۰۱۷؛ چارتریس-بلک^۳، ۲۰۰۶)، جنگ (فلاسبرگ^۴ و همکاران، ۲۰۱۸) و غیره اشاره کرد.

نکته مهم و قابل توجه ابزارهایی هستند که از طریق آن‌ها قالب مفهومی مورد نظر شکل می‌گیرد. به دلیل ماهیت قالب‌ها و همچنین از آنجایی که نظریه قالب‌بندی گستره وسیعی را شامل می‌شود، ابزارهای زبانی متنوعی برای شکل‌گیری آن‌ها به کار گرفته می‌شوند. مطالعات انجام شده براساس نظریه قالب‌بندی با توجه به اهداف پژوهشی مورد نظر پژوهشگران ابزارهای زبانی مختلفی همچون استعاره، اغراق، کنایه و غیره را مورد پژوهش و مطالعه قرار داده‌اند. بیشتر مطالعات انجام شده بر مبنای نظریه قالب‌بندی، استعاره را به‌عنوان ابزار قالب‌بندی اصلی و مهم معرفی کرده‌اند؛ از آن جمله می‌توان به آلبرگ^۵ (۲۰۱۲)، سوپوری و دیلارد^۶ (۲۰۰۲)، گیبز و فرنکس^۷ (۲۰۰۲)، هندریکس و همکاران (۲۰۱۸) اشاره کرد. برای مثال، دمن و همکاران (۲۰۱۵) نشان دادند به‌کارگیری استعاره «جنگ» برای بیماری، به‌طور خاص بیماری سرطان در سطح گفتمان بسیار غالب است. علاوه بر استعاره به‌عنوان ابزاری تأثیرگذار و تعیین‌کننده، ابزارهای قالب‌بندی دیگری مانند اغراق (همچون در کرائینگ و بلنکشپ^۸، ۲۰۱۱؛ نوریگ^۹، ۲۰۰۴؛ وبر و ورث^{۱۰}، ۲۰۱۴) و کنایه (همچون در الرفائی^{۱۱}، ۲۰۰۵؛ برگرز و همکاران، ۲۰۱۲؛ گیبز، ۲۰۰۰) نیز مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته‌اند.

به‌طور خاص، بازنمایی مفاهیم و به‌کارگیری ابزارهای زبانی در حوزه پزشکی، سلامت و بیماری‌ها مورد توجه بسیاری از پژوهشگران بوده است. برای نمونه، گیبز و فرنکس (۲۰۰۲) استعاره‌های جسمی شده را در روایت‌های بانوان در مورد تجربه آن‌ها از سرطان مورد مطالعه قرار دادند. ریزفیلد و ویلسون^{۱۲} (۲۰۰۴) به مطالعه کاربرد استعاره در گفتمان مربوط به سرطان پرداختند.

1. Abdel-Raheem
2. Boeynaems
3. Charteris-Black
4. Flusberg
5. Aalberg
6. Sopory & Dillard
7. Gibbs & Franks
8. Craig & Blankenship
9. Norrick
10. Weber & Wirth
11. El Refaie
12. Reisfield & Wilson

در زبان فارسی نیز پژوهش‌هایی به بررسی ابزارهای زبانی همچون استعاره برای بازنمایی مفاهیم مرتبط با پزشکی انجام شده است که از آن میان می‌توان به این موارد اشاره کرد. وهابیان و ایزدی فر (۱۳۹۸) در پژوهشی براساس دیدگاه زبان‌شناسی شناختی به بررسی استعاره‌های مفهومی مورد استفاده در مقاله‌های پزشکی مرتبط با سرطان تالیف شده به زبان فارسی پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد فارسی‌زبانان برای بیان مفاهیم پزشکی حوزه سرطان از حوزه‌های مبدأ مختلفی همچون «سرطان جنگ است» و «سرطان سفر است» استفاده می‌کنند این استعاره‌ها می‌توانند تأثیرات مثبت و منفی بر تصور رایج در مورد سرطان داشته باشند. محبوبی و زردار (۱۴۰۱) نیز کاربرد استعاره جنگ در بخش اورژانس و دلالت‌های ارتباطی آن در روایت‌های کادر درمان (پزشکان و پرستاران) و بیماران (بیمار و همراه بیمار) از اورژانس را به‌عنوان یکی از فضاهای درمانی استراتژیک مورد بررسی قرار دادند.

همان‌گونه که از پژوهش‌های انجام شده در زبان فارسی مشخص است، به‌طور خاص استعاره به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی در شکل‌گیری گفتمان حوزه پزشکی به‌کار گرفته شده است. به‌طور کلی، براساس مطالعات و بررسی‌های انجام شده توسط نویسندگان مقاله حاضر، تاکنون در زبان فارسی پژوهشی بر پایه نظریه قالب‌بندی، به‌طور خاص الگوی قالب‌بندی مجازی ترکیبی، و با توجه به ابزارهای قالب‌بندی در رابطه با مسائل مختلف اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و به‌ویژه پزشکی انجام نشده است؛ بنابراین، اگرچه نظریه قالب‌بندی و ابزارهای مؤثر در قالب‌بندی در انتقال مفاهیم و پیام‌های مختلف در گستره وسیعی از حوزه‌ها از اهمیت و کارایی ویژه‌ای برخوردار است، اما خلأ پژوهشی قابل توجهی در حوزه گفتمان پزشکی در زبان فارسی، و به‌طور خاص در رابطه با بیماری سرطان، وجود دارد.

۳. چارچوب نظری پژوهش

قالب‌بندی به‌عنوان گزینش برخی جنبه‌های ادراک واقعیت و برجسته‌سازی آن‌ها در متن است، به‌طوری‌که به تعریف مسئله‌ای خاص، تعبیر علی، ارزیابی اخلاقی و یا توصیه چگونگی برخورد با واحد توصیف شده کمک می‌کند (انتمن، ۱۹۹۳، ص. ۵۳). براین اساس، قالب را می‌توان تشکیل شده از دو عنصر در نظر گرفت و تعریف کرد: (الف) ابزارهای قالب‌بندی که عناصر به‌طور واضح قابل درک در متن یا ساختار زبانی خاص هستند همچون استعاره؛ و (ب) ابزارهای استدلال اطلاعات (پنهان) در متن هستند که از طریق آن‌ها مسئله، علت، ارزیابی و یا نوع برخورد به‌طور ضمنی مورد اشاره قرار می‌گیرند (یوریس و همکاران، ۲۰۱۴، ص. ۶۰۹).

همان‌گونه که مطالعات و پژوهش‌های انجام شده بر پایه نظریه قالب‌بندی تاکنون نشان می‌دهد اغلب پژوهش‌ها ابزارهای قالب‌بندی از جمله استعاره، اغراق و کنایه را به‌صورت مجزا و جداگانه مورد بررسی قرار داده‌اند. باوجوداین،

برگرز و همکاران (۲۰۱۶) بر این باورند که ابزارهای قالب‌بندی مجازی مختلف را می‌توان با هم ترکیب کرد. آن‌ها معتقدند چنین ترکیبی تأثیرات ارتباطی فراتر از تأثیرات هر یک از این قالب‌ها به‌صورت جداگانه دارد. برای مثال، بونگیووانی^۱ (۲۰۱۸) چالش هجوم امواج گسترده پناهجویان به اروپا را به‌مثابه «سونامی» مورد اشاره قرار می‌دهند. این قالب بر پایه استعاره قراردادی با مقایسه مهاجران با امواج ساخته می‌شود؛ به‌طور هم‌زمان استعاره موج به‌طور اغراق‌آمیزی به وضعیت سونامی گسترش می‌یابد. این‌گونه قالب‌ها مفهوم انتزاعی مانند مهاجرت را از طریق استعاره عینی‌سازی می‌کنند و همچنین از طریق اغراق تأثیرگذاری این پدیده انتزاعی را تشدید می‌کنند.

به‌کارگیری ترکیبی استعاره و کنایه در مطالعات مربوط به تشبیه^۲ مورد بررسی قرار گرفته است (وئال^۳، ۲۰۱۳). تشبیه نوعی استعاره است که به لحاظ زبانی به‌صورت «مثل X، Y است» همچون در «مثل شیر، شجاع است» بازنمایی می‌شود. در شرایطی که عنصر X ویژگی و خصوصیت Y را نداشته باشد این عبارت مفهومی کنایه‌ای پیدا می‌کند. به اعتقاد برگرز و همکاران (۲۰۱۶) چنین تشبیه‌های کنایه‌ای در مقایسه با تشبیه‌های غیرکنایه‌ای تأثیر متفاوتی را ایجاد می‌کنند. به این ترتیب که تشبیه غیرکنایه‌ای تصویر متعارفی را برای مخاطب ارائه می‌کند که براساس دانش کلیشه‌ای ساخته می‌شود (برای مثال، شیرها به‌طور معمول شجاع هستند). در مقابل، تشبیه‌های کنایه‌ای دانش کلیشه‌ای مخاطب را تخریب می‌کنند (برای مثال، شیرها شجاع نیستند).

در اکثر موارد ترکیب کنایه و اغراق در بافت‌های دارای اهداف کاربردشناختی مورد مطالعه و بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد (برگرز و همکاران، ۲۰۱۶). برای نمونه، کولستون و کلر^۴ (۱۹۹۸) این مسئله را مورد مقایسه قرار دادند که مخاطبان چگونه به عبارت‌های اغراق‌آمیز (همچون «یک نفر هم در صف نیست» برای اظهار نظر در مورد صفی که دو نفر در آن ایستاده‌اند)، عبارت‌های کنایه‌ای (همچون «صف طولانی است») و اغراق‌های کنایه‌آمیز (همچون «صف یک میلیون مایل طول دارد») واکنش نشان دادند. نتایج نشان داد دریافت‌کنندگان شگفتی بیشتری را از اغراق‌های کنایه‌آمیز در مقایسه با یا اغراق یا کنایه به‌تنهایی استنتاج می‌کنند. در این رابطه، تفاوت بین اغراق و کنایه را می‌توان این‌گونه عنوان کرد که اغراق در همان حوزه ارزشی مثبت یا منفی باقی می‌ماند اما کنایه به‌صورت بازگشت روی مقیاس معنایی از مثبت به منفی و برعکس عمل می‌کند. به اعتقاد برگرز و همکاران (۲۰۱۶) ترکیب دو ابزار

1. Bongiovanni
2. Simile
3. Veale
4. Colston & Keller

همچون کنایه و اغراق به صورت یک قالب در مقایسه با به‌کارگیری این ابزارها به‌طور مجزا و جداگانه تأثیر بیشتری بر ارزیابی مخاطب دارد.

به‌طورکلی، الگوهای مجازی ترکیبی تأثیرات قالب‌بندی را بر جا می‌گذارند که فراتر از تأثیر هر یک از ابزارهای قالب‌بندی به صورت جداگانه است. برگزر و همکاران (۲۰۱۶) معتقدند ترکیب دو ابزار قالب‌بندی کار منتقدان را برای به چالش کشیدن قالب مورد نظر دشوار می‌سازد، زیرا هم‌زمان شامل حداقل دو عملیات بلاغی^۱ است که گیر انداختن نویسنده را به واسطه واژگان مورد استفاده‌اش بسیار سخت می‌کند. برای مثال، به‌کارگیری فقط ابزار اغراق (همچون «یکی از بدترین قوانین») ممکن است به‌عنوان مبالغه غیر واقعی به‌سادگی کنار گذاشته شود، در حالی که مخالفت کردن با اغراق استعاری (همچون «سونامی») به دلیل داشتن قدرت بیشتر بسیار دشوارتر است.

در رابطه با قالب‌بندی در زبان فارسی نیز به نظر می‌رسد می‌توان چنین الگوی ترکیبی را در مطالعات مربوط به قالب‌بندی، ابزارهای قالب‌بندی و استدلال قالب‌بندی به‌کار گرفت. به پیروی از الگوی برگزر و همکاران (۲۰۱۶) هر یک از ابزارهای قالب‌بندی شامل استعاره، اغراق و کنایه و همچنین ترکیب این ابزارها در جدول (۱) نشان داده شده است.

جدول ۱. انواع قالب‌های مجازی شکل‌گرفته به‌وسیله ابزارهای زبانی قالب‌بندی مجازی ترکیبی

| نوع قالب مجازی | کنایه | اغراق | استعاره |
|---|---------|---------|-----------|
| بدون قالب مجازی (مثال «بیماری الف بد است») | - کنایه | - اغراق | - استعاره |
| کنایه (مثال «بله، بیماری الف واقعاً خوب است») | + کنایه | | |
| اغراق (مثال «بیماری الف بدترین بیماری تاریخ است») | - کنایه | + اغراق | |
| اغراق و کنایه (مثال «بله، این بیماری بهترین بیماری تاریخ است») | + کنایه | | |
| استعاره | - کنایه | - اغراق | + استعاره |

1. Rhetorical

| نوع قالب مجازی | کنایه | اغراق | استعاره |
|--|---------|---------|---------|
| (مثال «بیماری الف سفر بدی است») | | | |
| استعاره و کنایه (مثال «بله، بیماری الف واقعاً سفر خوبی است») | + کنایه | | |
| استعاره و اغراق (مثال «بیماری الف سفری است که جهنمی را می‌سازد») | - کنایه | | |
| استعاره، اغراق و کنایه (مثال «بله، بیماری الف واقعاً سفر خوبی است که بهشتی را می‌سازد») | + کنایه | + اغراق | |

۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است. همان‌طور که عنوان گردید با توجه به اهمیت و نقش قالب‌بندی در شکل‌گیری مفاهیم و انتقال پیام‌ها به مخاطب و قدرت تأثیرگذاری گفتمان، پژوهش حاضر درصدد است به پیروی از الگوی قالب‌های مجازی ترکیبی برگرز و همکاران (۲۰۱۶) موضوع حساس و چالش‌برانگیز بازنمایی مفاهیم را در رابطه با بیماری سرطان مورد بررسی قرار دهد. به‌طور خاص، هدف این پژوهش بررسی چگونگی شکل‌گیری قالب‌ها و ابزارهای استدلال و مفهوم‌سازی برمبنای تجربه بیماری سرطان با توجه به فراوانی ابزارهای زبانی قالب‌بندی شامل استعاره، اغراق و کنایه و ترکیب آن‌ها در مقاله‌های چاپ شده به‌صورت برخط است. به این منظور داده‌های زبانی این پژوهش شامل مقاله‌های چاپ شده به‌صورت برخط در رابطه با بیماری سرطان (شامل گفتمان نوشتاری حدود ۲۰۰۰۰ واژه) گردآوری شده از سایت موسسه خیریه نور (<https://noor-charity.com>) مورد بررسی، تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نخست، داده‌های پژوهش شامل متن مقاله‌های چاپ شده در این سایت گردآوری و با دقت مطالعه شد. سپس، هر یک از ابزارهای مجازی به‌کار گرفته شده در مورد بیماری سرطان، شامل استعاره، کنایه، اغراق و ترکیب‌های آن‌ها شناسایی، مشخص و برچسب‌گذاری^۱ شدند. در مرحله بعد، نمونه‌های شناسایی و مشاهده شده براساس چارچوب الگوی برگرز و همکاران (۲۰۱۶) مورد توصیف و تحلیل قرار

1. Annotating

گرفت. پس از آن، با استفاده از نرم‌افزار اسپاس^۱ فراوانی و درصد به‌کارگیری هر یک از ابزارهای زبانی قالب‌بندی شامل استعاره، کنایه، اغراق، و ترکیب‌های آن‌ها ارائه گردید. در مرحله بعد، وجود یا عدم وجود تفاوت معنادار در به‌کارگیری هر یک از ابزارهای زبانی قالب‌بندی شامل استعاره، کنایه، اغراق، و ترکیب‌های آن‌ها با آزمون کای دو^۲ در سطح معناداری ۰/۰۵ بررسی شد.

۵. تجزیه و تحلیل داده‌ها

با توجه به اهمیت قالب‌بندی در بازنمایی و شکل‌گیری مفاهیم و انتقال پیام‌ها به مخاطب و قدرت تأثیرگذاری گفتمان، پژوهش حاضر درصدد است به پیروی از الگوی قالب‌های مجازی ترکیبی برگرز و همکاران (۲۰۱۶) موضوع مهم، حساس و چالش‌برانگیز بازنمایی مفاهیم را در رابطه با بیماری سرطان مورد بررسی قرار دهد. در این راستا، هدف این پژوهش بررسی چگونگی شکل‌گیری قالب‌ها و ابزارهای استدلال بر مبنای تجربه‌ها و همچنین بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان با توجه به فراوانی ابزارهای زبانی قالب‌بندی شامل استعاره، اغراق و کنایه و ترکیب‌های آن‌ها در مقاله‌های چاپ شده به صورت برخط است. به این منظور، در ادامه، نخست توصیفی از نمونه‌های مشاهده و شناسایی شده ابزارهای قالب‌بندی بر مبنای تجربه‌ها و همچنین بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان شامل استعاره، اغراق، کنایه، و ترکیب‌های آن‌ها در این مقاله‌ها به ترتیب در جدول (۲) و (۳) ارائه می‌گردد.

جدول ۲. توصیف انواع و نمونه‌های قالب‌های مجازی شکل‌گرفته به وسیله ابزارهای زبانی قالب‌بندی و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان

| استعاره | اغراق | کنایه | نوع قالب مجازی |
|-----------|---------|---------|--|
| - استعاره | - اغراق | - کنایه | بدون قالب مجازی مثال (۱): سرطان نوعی بیماری است. |
| | | + کنایه | کنایه مثال (۲): سرطان اصلاً وحشتناک نیست. |
| | + اغراق | - کنایه | اغراق مثال (۳): سرطان وحشتناک‌ترین بیماری در تاریخ است. |

1. SPSS
2. chi-square

| نوع قالب مجازی | کنایه | اغراق | استعاره |
|---|---------|---------|-----------|
| افراد امیدوار در زمان برخورد با موانع می‌توانند با انگیزه‌ترین باشند. | | | |
| اغراق و کنایه مثال (۴): سرطان اصلاً وحشتناک‌ترین بیماری در تاریخ نیست. | + کنایه | | |
| استعاره مثال (۵): سرطان جنگ است. افراد امیدوار در زمان برخورد با موانع می‌توانند انگیزه خود را حفظ کنند. | - کنایه | - اغراق | + استعاره |
| استعاره و کنایه مثال (۶): سرطان اصلاً جنگ وحشتناکی نیست. | + کنایه | | |
| استعاره و اغراق مثال (۷): سرطان وحشتناک‌ترین جنگ در تاریخ است. | - کنایه | + اغراق | |
| استعاره، اغراق و کنایه مثال (۲۲): سرطان اصلاً وحشتناک‌ترین جنگ در تاریخ نیست. | + کنایه | | |

در جدول (۲)، توصیف انواع و نمونه‌های قالب‌های مجازی شکل گرفته به وسیله ابزارهای زبانی قالب‌بندی بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان ارائه شد. در مثال (۱)، یعنی «سرطان نوعی بیماری است» قالب‌بندی خاصی استفاده نشده است. در مثال (۲)، جمله «سرطان اصلاً وحشتناک نیست» در شرایطی که برای اکثر افراد سرطان به‌عنوان بیماری مهلک و وحشتناک تداعی می‌شود همراه با کنایه است. در مثال (۳) «سرطان وحشتناک‌ترین بیماری در تاریخ است» و «افراد امیدوار در زمان برخورد با موانع می‌توانند با انگیزه‌ترین باشند» به‌کارگیری صفت‌های عالی «وحشتناک‌ترین» و «با انگیزه‌ترین» همراه با اغراق است که با استفاده از بزرگ‌نمایی، تأثیر مفاهیم مربوط به سختی‌ها و مقابله با دردهای به‌ویژه ذهنی و انتزاعی این بیماری را تقویت کند. در مثال (۴)، «سرطان اصلاً وحشتناک‌ترین بیماری در تاریخ نیست» از دو ابزار زبانی اغراق، یعنی صفت عالی «وحشتناک‌ترین»، و کنایه، یعنی قید «اصلاً»، استفاده شده است. همچنین، یکی از ابزارهای بسیار پرکاربرد براساس این الگو استعاره است. به این ترتیب که اطلاعات از حوزه مبدأ بر حوزه مقصد نگاشت می‌شود. مثال (۵) «سرطان جنگ است» یا «افراد امیدوار در زمان برخورد با موانع می‌توانند انگیزه خود را حفظ کنند» از نگاشت استعاری «جنگ» و «مانع» استفاده شده است تا هدف عینی‌سازی مفاهیم انتزاعی بیماری و

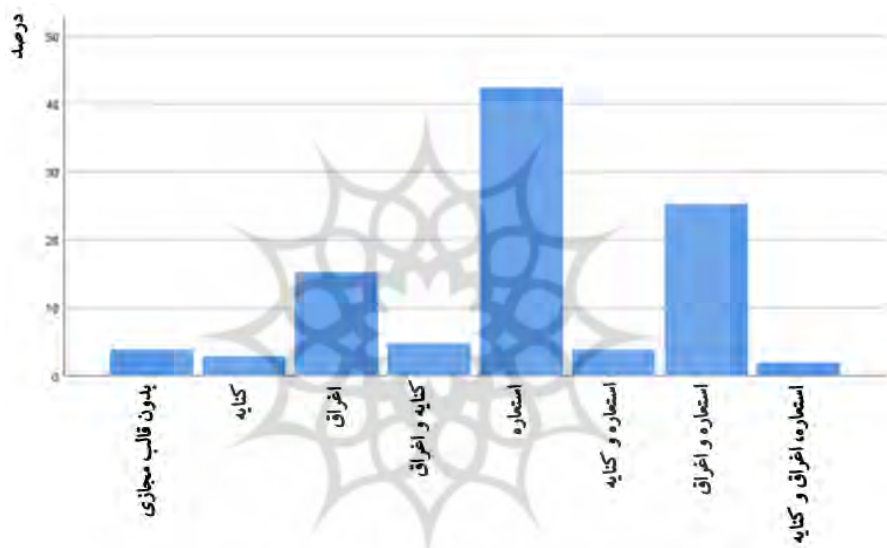
مسائل مرتبط با آن محقق گردد. به این معنا که «بیماری سرطان»، حوزه مقصد، حوزه انتزاعی‌تر و ناملموس‌تر و «جنگ/مانع/مسیر/راه/سفر»، حوزه مبدأ، حوزه عینی و ملموس‌تر است. مثال (۶) به‌کارگیری هم‌زمان استعاره و کنایه را نشان می‌دهد، به طوری که در «سرطان اصلاً جنگ وحشتناکی نیست» از نگاهت استعاری «سرطان جنگ است» و همچنین به‌منظور تقویت سختی‌های این بیماری بر روی مدار ارزشی متفاوت از کنایه «وحشتناک نیست» استفاده شده است. مثال (۷) به‌کارگیری استعاره و اغراق را در «سرطان وحشتناک‌ترین جنگ در تاریخ است» نمایان می‌سازد، به این صورت که نگاهت استعاری «سرطان جنگ است» و در «وحشتناک‌ترین» مورد استفاده قرار گرفته است. درنهایت، نمونه آخر، مثال (۸)، قالب شامل استعاره، اغراق و کنایه به این معنا که به‌صورت قالب مجازی ترکیبی است، «سرطان اصلاً وحشتناک‌ترین جنگ در تاریخ نیست» از نگاهت استعاری «سرطان جنگ است» و همچنین به‌منظور پررنگ ساختن دشواری‌ها از کنایه «سرطان وحشتناک‌ترین جنگ در تاریخ نیست» استفاده شده است. علاوه بر این، در واژه «وحشتناک‌ترین» نوعی اغراق و بزرگ‌نمایی نیز مشاهده می‌شود.

در ادامه، در جدول (۳)، فراوانی و درصد انواع ابزارهای زبانی قالب‌بندی به‌کار گرفته شده در قالب‌های مجازی شکل گرفته به‌وسیله ابزارهای زبانی قالب‌بندی و بازنمایی مفاهیم شامل استعاره، اغراق، کنایه و ترکیب آن‌ها در رابطه با بیماری سرطان ارائه می‌شود.

جدول ۳. فراوانی انواع قالب‌های مجازی شکل گرفته به‌وسیله ابزارهای زبانی قالب‌بندی و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان

| نوع قالب مجازی | فراوانی | درصد |
|------------------------|---------|------|
| بدون قالب مجازی | ۸ | ۳/۸ |
| کنایه | ۶ | ۲/۹ |
| اغراق | ۳۲ | ۱۵/۲ |
| کنایه و اغراق | ۱۰ | ۴/۸ |
| استعاره | ۸۹ | ۴۲/۴ |
| استعاره و کنایه | ۸ | ۳/۸ |
| استعاره و اغراق | ۵۳ | ۲۵/۲ |
| استعاره، اغراق و کنایه | ۴ | ۱/۹ |

همان‌طورکه از جدول (۳) بالا و نمودار (۱) پایین مشخص است ابزار قالب‌بندی استعاره ۴۲/۴٪، بیشتر از دیگر ابزارها به‌کار گرفته است. پس از آن ابزار ترکیبی استعاره و اغراق با ۲۵/۲٪ و پس از آن ابزار اغراق به‌صورت مجزا با ۱۵/۲٪ مورد استفاده قرار گرفت. براساس داده‌های موردبررسی، ابزارهای زبانی دیگر به میزان بسیار کمتری مورد استفاده قرار گرفتند. براین اساس، به ترتیب ابزار ترکیبی کنایه و اغراق با ۴/۸٪، ابزار ترکیبی استعاره و کنایه و همچنین بدون قالب مجازی با ۳/۸٪، ابزار کنایه با ۲/۹٪ و درنهایت ابزار ترکیبی استعاره، اغراق و کنایه با ۱/۹٪ کمترین فراوانی را در نمونه‌های مشاهده شده در داده‌های موردبررسی به خود اختصاص دادند.



نمودار ۱. فراوانی انواع قالب‌های مجازی شکل‌گرفته به‌وسیله ابزارهای زبانی قالب‌بندی و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان

به‌منظور پاسخ به پرسش (۱) پژوهش مبنی بر اینکه «آیا تفاوت معناداری در به‌کارگیری ابزارهای زبانی قالب‌بندی شامل استعاره، اغراق، کنایه و ترکیب‌های آن‌ها در گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان وجود دارد؟» آزمون کای‌دو انجام شد که نتایج آن در جدول (۴) ارائه می‌گردد.

جدول ۴. آزمون کای دو انواع قالب‌های مجازی شکل گرفته به وسیله ابزارهای زبانی قالب‌بندی و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان

| ارزش | درجه آزادی | سطح معناداری تقریبی (دو-سویه) |
|----------|------------|-------------------------------|
| ۱۲۶۰/۰۰۰ | ۴۲ | ۰/۰۰۰ |
| ۶۳۶/۷۸۴ | ۴۲ | ۰/۰۰۰ |
| ۱۷/۵۳۴ | ۱ | ۰/۰۰۰ |
| ۲۱۰ | | |

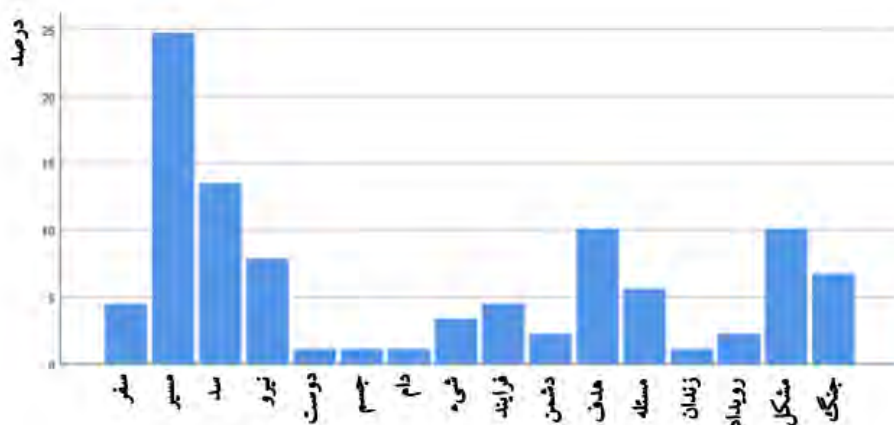
براساس جدول (۴)، با توجه به مقدار p حاصل از آزمون آماری (۰/۰۰۰)، تفاوت معناداری در سطح معناداری ۰/۰۵ ($p < ۰/۰۵$) در فراوانی به‌کارگیری انواع قالب‌های مجازی شکل گرفته به وسیله ابزارهای زبانی قالب‌بندی شامل استعاره، اغراق، کنایه و ترکیب‌های آن‌ها در گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان وجود دارد. علاوه‌براین، به‌منظور پاسخ به پرسش (۲) پژوهش مبنی بر اینکه «کدام ابزار زبانی قالب‌بندی در گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان بیشترین فراوانی را دارد؟» تحلیل و بررسی داده‌های گردآوری شده و نتایج آماری تاکنون نشان داد استعاره به‌عنوان یکی از ابزارهای زبانی قالب‌بندی در گفتمان مربوط به بیماری سرطان بیشترین کاربرد را با ۴۲/۴٪ به خود اختصاص می‌دهد. لازم به ذکر است که استعاره‌های گوناگونی برای این نوع مفهوم‌سازی‌ها مورد استفاده قرار گرفته است که انواع و فراوانی آن‌ها در جدول (۵) و نمودار (۲) ارائه می‌شود.

جدول ۵. فراوانی و درصد انواع استعاره‌ها در گفتمان مربوط به بیماری سرطان

| ردیف | استعاره | فراوانی | درصد |
|------|---------|---------|------|
| ۱ | سفر | ۴ | ۴/۵ |
| ۲ | مسیر | ۲۲ | ۲۴/۷ |
| ۳ | سد | ۱۲ | ۱۳/۵ |
| ۴ | نیرو | ۷ | ۷/۹ |
| ۵ | دوست | ۱ | ۱/۱ |
| ۶ | جسم | ۱ | ۱/۱ |

| ردیف | استعاره | فراوانی | درصد |
|------|---------|---------|-------|
| ۷ | دام | ۱ | ۱/۱ |
| ۸ | شیء | ۳ | ۳/۴ |
| ۹ | فرایند | ۴ | ۴/۵ |
| ۱۰ | دشمن | ۲ | ۲/۲ |
| ۱۱ | هدف | ۹ | ۱۰/۱ |
| ۱۲ | مسئله | ۵ | ۵/۶ |
| ۱۳ | زندان | ۱ | ۱/۱ |
| ۱۴ | رویداد | ۲ | ۲/۲ |
| ۱۵ | مشکل | ۹ | ۱۰/۱ |
| ۱۶ | جنگ | ۶ | ۶/۷ |
| | مجموع | ۸۹ | ۱۰۰/۰ |

همان‌طور که جدول (۵) و نمودار (۲) نشان می‌دهد ۱۶ نوع گوناگون استعاره در گفتمان مربوط به بیماری سرطان در داده‌های زبانی مورد بررسی به کار گرفته شده است. در میان استعاره‌های مختلف، استعاره «مسیر» با ۲۴/۷٪ بیشترین نوع را به خود اختصاص می‌دهد که مفهومی خنثی‌تر نسبت به دیگر استعاره‌ها را بازنمایی می‌کند. پس از آن استعاره «سد» با ۱۳/۵٪، استعاره «هدف» و «مشکل» با ۱۰/۱٪، «نیرو» ۷/۹٪ و «جنگ» با ۶/۷٪ مشاهده گردید. به کارگیری استعاره‌های «مسئله» با ۵/۶٪، استعاره «فرایند» و «سفر» با ۴/۵٪، استعاره «شیء» با ۳/۴٪، استعاره «رویداد» و «دشمن» با ۲/۲٪، و استعاره‌های «دوست»، «جسم»، «دام» و «زندان» با ۱/۱٪ کمترین فراوانی را در داده‌های زبانی مورد بررسی به خود اختصاص می‌دهند.



نمودار ۲. فراوانی و درصد انواع استعاره‌ها در گفتمان مربوط به بیماری سرطان

بنابراین، با توجه به نتایج تحلیل داده‌ها در قالب‌بندی گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان استعاره «سرطان مسیر است» ابزار زبانی غالب است که می‌تواند تأثیرات مثبت و تعیین‌کننده‌ای در بازنمایی مفاهیم و تجربه‌های شناختی افراد داشته باشد.

نتیجه‌گیری

همان‌طور که عنوان گردید با توجه به اهمیت و نقش قالب‌بندی در شکل‌گیری مفاهیم و انتقال پیام‌ها به مخاطب و قدرت تأثیرگذاری گفتمان، پژوهش حاضر به پیروی از الگوی قالب‌های مجازی ترکیبی برگرز و همکاران (۲۰۱۶) بازنمایی مفاهیم و شکل‌گیری گفتمان در رابطه با موضوع مهم و حساس بیماری سرطان را مورد بررسی قرار داد. به‌طور خاص، هدف این پژوهش بررسی چگونگی شکل‌گیری قالب‌ها و ابزارهای استدلال برمبنای گفتمان و بازنمایی مفاهیم در رابطه با بیماری سرطان با توجه به فراوانی ابزارهای زبانی قالب‌بندی شامل استعاره، اغراق، کنایه و ترکیب آن‌ها در مقاله‌های چاپ شده به‌صورت برخط در سایت موسسه خیریه نور (<https://noor-charity.com>) بود. قالب‌بندی به‌عنوان گزینش برخی جنبه‌های ادراک واقعیت و برجسته‌سازی آن‌ها در متن است، به‌طوری‌که به تعریف و بازنمایی مسئله‌ای خاص کمک می‌کند (اتمن، ۱۹۹۳). قالب را می‌توان متشکل از دو مؤلفه در نظر گرفت: (الف) ابزارهای قالب‌بندی که عناصر به‌طور واضح قابل درک در متن یا ساختار زبانی خاص هستند همچون استعاره؛ و (ب) ابزارهای استدلال اطلاعات (پنهان) در متن هستند که از طریق آن‌ها مسئله، علت، ارزیابی و یا نوع برخورد به‌طور ضمنی مورد اشاره قرار می‌گیرند (یوریس و همکاران، ۲۰۱۴). در راستای الگوی برگرز و همکاران (۲۰۱۶)،

داده‌های زبانی پژوهش حاضر و تحلیل آن‌ها نشان داد ابزارهای قالب‌بندی مجازی مختلف را می‌توان با هم ترکیب کرد. چنین ترکیبی تأثیرات ارتباطی فراتر از تأثیرات هر یک از این قالب‌ها به صورت جداگانه دارد. یافته‌های پژوهش حاضر نیز این نکته را تأیید می‌کنند، زیرا اگرچه ابزار قالب‌بندی استعاره بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داد اما دیگر ابزارها همچون استعاره و اغراق، استعاره و کنایه، استعاره، اغراق و کنایه در گفتمان و بازنمایی مفاهیم مربوط به بیماری سرطان مورد استفاده قرار گرفت. علاوه بر این، همان‌گونه که از تحلیل داده‌های زبانی گردآوری شده از سایت «موسسه خیره نور» مشخص است، برخلاف به‌کارگیری قراردادی استعاره «جنگ» برای بیماری، به‌طور خاص بیماری سرطان (دمن و همکاران، ۲۰۱۵)، در موقعیت‌ها و شرایطی که هدف ایجاد امید و انگیزه است از استعاره‌های با مفاهیم مثبت و خنثی استفاده می‌شود. به نظر می‌رسد به‌کارگیری استعاره‌هایی همچون «سرطان مسیر است»، «سرطان سد است»، «سرطان هدف است» و «سرطان نیرو است» به شکل‌گیری مفاهیمی مانند «ادامه زندگی» برای فرد مبتلا به بیماری منجر می‌شود. چنانچه حجم نمونه و محتوای زبانی بزرگ‌تری در دسترس باشد، در ارتباط با مطالعه استعاره، سلامت و همچنین آموزش (برای مثال آموزش متخصصین حوزه سلامت، افراد نزدیک فرد مبتلا به بیماری، فرد مبتلا به بیماری و اقشار مختلف جامعه) می‌توانند کاربردهای عملی بسیاری به همراه داشته باشند.

به‌علاوه، یافته‌های پژوهش حاضر در راستای دیدگاه برگرز و همکاران (۲۰۱۶)، بونگیووانی و بونگیووانی (۲۰۱۸) و کولستون و کلر (۱۹۹۸) است، مبنی بر این که الگوهای مجازی ترکیبی تأثیرات قالب‌بندی را بر جا می‌گذارند که فراتر از تأثیر هر یک از ابزارهای قالب‌بندی به صورت جداگانه است و همچنین ترکیب دو ابزار قالب‌بندی کار منتقدان را برای به چالش کشیدن قالب مورد نظر دشوار می‌سازد، زیرا هم‌زمان شامل حداقل دو عملیات بلاغی است. برای مثال، به‌کارگیری فقط ابزار اغراق (همچون «وحشتناک‌ترین بیماری») ممکن است به‌عنوان مبالغه غیرواقعی به‌سادگی کنار گذاشته شود؛ درحالی‌که مخالفت کردن با اغراق استعاری (همچون «وحشتناک‌ترین جنگ» یا «سخت‌ترین موانع») به دلیل داشتن قدرت بیشتر به‌واسطه استدلال قالب‌بندی یا مفاهیم پنهان بسیار دشوارتر است. در همین رابطه، این یافته‌ها در تأیید دیدگاه‌های اتمن (۱۹۹۳)؛ برگرز و همکاران (۲۰۱۶)؛ بورا (۲۰۱۱)؛ و دنسیگیر و سوویستر (۲۰۱۴) است.

بنابراین، به‌طورکلی، یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد در زبان فارسی برای شکل‌گیری گفتمان‌های مختلف، فرایند قالب‌بندی و ابزارهای زبانی و استدلال قالب‌بندی هم به‌طور مجزا و هم به‌طور ترکیبی می‌توانند برای گزینش و برجسته‌سازی عناصر و مفاهیم خاص مورد نظر به‌کار گرفته شوند. در نتیجه، به نظر می‌رسد الگوی قالب‌بندی مجازی

ترکیبی ابزاری قدرتمند در شکل‌گیری و تحقق مفهوم‌سازی و اهداف گفتمان باشد. البته، لازم به ذکر است که انجام پژوهش‌های بیشتر در حوزه‌های مختلف براساس داده‌های زبانی مختلف به منظور نتیجه‌گیری دقیق‌تر ضروری است.



کتابنامه

- محبوبی، ل.، و زردار، ز. (۱۴۰۱). کاربرد استعاره جنگ در بخش اورژانس و دلالت‌های ارتباطی آن. *مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ*، ۱۲(۲)، ۱۹۱-۲۱۶. <https://doi.org/10.30465/ismc.2022.42329.2603>
- وهابیان، م.، و ایزدی‌فر، ر. (۱۳۹۸). کاربرد استعاره در بیان بیماری سرطان. *پژوهش‌های زبان‌شناسی تطبیقی*، ۹(۱۸)، ۲۲۴-۲۰۷. <https://doi.org/10.22084/rjhl.2019.19500.1949>
- Aalberg, T., Strömbäck, J., & de Vreese, C. H. (2012). The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 162-178. <https://doi.org/10.1177/1464884911427799>
- Abdel-Raheem, A. (2023). What's really in a frame? The case of public marriage proposals. *Discourse Studies*, 25(2), 273-287. <https://doi.org/10.1177/14614456231154720>
- Altmann, C. (2008). To use a metaphor at a time like this would be obscene: A study of cancer, poetry and metaphor. *Colloquy*, (15), 7-35. <https://search.informit.org/doi/10.3316/informit.617744600939691>
- Boeynaems, A., Burgers, C., Konijn, E. A. & Steen, G. J. (2017). The Effects of Metaphorical Framing on Political Persuasion: A Systematic Literature Review. *Metaphor and Symbol*, 32(2): 118-34. <https://doi.org/10.1080/10926488.2017.1297623>
- Bongiovanni, F. M. (2018). *Europe and the End of the Age of Innocence*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-74370-7>
- Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature. *Journal of Communication*, 61(2), 246-263. <https://doi.10.1111/j.1460-2466.2011.01539.x>
- Brüggemann, M. (2014). Between frame setting and frame sending: How journalists contribute to news frames. *Communication Theory*, 24(1), 61-82. <https://doi.10.1111/comt.12027>
- Burgers, C., Konijn, E. A., & Steen, G. J. (2016). Figurative framing: Shaping public discourse through metaphor, hyperbole, and irony. *Communication theory*, 26(4), 410-430. <https://doi.org/10.1111/comt.12096>
- Burgers, C., van Mulken, M., & Schellens, P. J. (2012). Type of evaluation and marking of irony: the role of perceived complexity and comprehension. *Journal of Pragmatics*, 44(3), 231-242. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2011.11.003>
- Chang, C.-T. (2007). Health-care product advertising: The influences of message framing and perceived product characteristics. *Psychology & Marketing*, 24(2), 143-169. <https://doi.org/10.1002/mar.20156>
- Charteris-Black, J. (2006). Britain as a container: Immigration metaphors in the 2005 election campaign. *Discourse & Society*, 17(5), 563-581. <https://doi.10.1177/09579265060666345>
- Colston, H. L., & Keller, S. B. (1998). You'll never believe this: Irony and hyperbole in expressing surprise. *Journal of Psycholinguistic Research*, 27(4), 499-513. <https://doi.10.1023/A:1023229304509>
- Craig, T. Y., & Blankenship, K. L. (2011). Language and persuasion: Linguistic extremity influences

- message processing and behavioral intentions. *Journal of Language and Social Psychology*, 30(3), 290–310. <https://doi.org/10.1177/0261927X11407167>
- D'Angelo, P. (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman. *Journal of Communication*, 52(4), 870–888. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2002.tb02578.x>
- Dancygier, B. & Sweetser, E. (2014). *Figurative Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Demmen, J., Semino, E., Demjén, Z., Koller, V., Hardie, A., Rayson, P., & Payne, S. (2015). A computer-assisted study of the use of violence metaphors for cancer and end of life by patients, family carers and health professionals. *International Journal of Corpus Linguistics*, 20(2), 205–231. https://doi.org/10.1207/S15327027HC1402_1
- El Refaie, E. (2005). 'Our purebred ethnic compatriots': Irony in newspaper journalism. *Journal of Pragmatics*, 37(6), 781–797. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2004.10.017>
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4): 51–8. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fillmore, C. (1985). Frames and the Semantics of Understanding. *Quaderni di Semantica*, 6(2): 222–53.
- Flusberg, S. J., Matlock, T. & Thibodeau, P. H. (2018). War Metaphors in Public Discourse. *Metaphor and Symbol*, 33(1): 1–18. <https://doi.org/10.1080/10926488.2018.1407992>
- Gibbs, R. W., Jr. (2000). Irony in talk among friends. *Metaphor and Symbol*, 15(1–2), 5–27. <https://doi.org/10.1080/10926488.2000.9678862>
- Gibbs, R. W., Jr., & Franks, H. (2002). Embodied metaphor in women's narratives about their experiences with cancer. *Health Communication*, 14(2), 139–165. https://doi.org/10.1207/S15327027HC1402_1
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row.
- Hendricks, R. K., Demjén, Z., Semino, E., & Boroditsky, L. (2018). Emotional implications of metaphor: Consequences of metaphor framing for mindset about cancer. *Metaphor and Symbol*, 33(4), 267–279. <https://doi.org/10.1080/10926488.2018.1549835>
- Hertog, J., & McLeod, D. (2001). A multiperspectival approach to framing analysis: A field guide. In S. D. Reese, O. H. Gandy & A. E. Grant (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, (pp. 139–161). Mahwah, NJ: Erlbaum. <https://doi.org/10.4324/9781410605689>
- Joris, W., d'Haenens, L., & Van Gorp, B. (2014). The euro crisis in metaphors and frames: Focus on the press in the Low Countries. *European Journal of Communication*, 29(5), 608–617. <https://doi.org/10.1177/0267323114538852>
- Lakoff, G. (2006). *Thinking points: Communicating our American values and vision*. Macmillan.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980/2003). *Metaphors we live by*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Norricks, N. R. (2004). Hyperbole, extreme case formulation. *Journal of Pragmatics*, 36(9), *Psychology*, 30(3), 290–310. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2004.06.006>
- Reisfield, G. & Wilson, G. (2004). Use of metaphor in the discourse on cancer. *Journal of Clinical Oncology*, 22/19: 4024–7. <https://doi.org/10.1200/JCO.2004.03.136>

- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of communication*, 57(1), 9-20.
https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00326_5.x
- Semino, E., Demjén, Z., & Demmen, J. (2018). An integrated approach to metaphor and framing in cognition, discourse, and practice, with an application to metaphors for cancer. *Applied linguistics*, 39(5), 625-645. <https://doi.org/10.1093/applin/amw028>
- Sopory, P., & Dillard, J. P. (2002). The persuasive effects of metaphor: A meta-analysis. *Human Communication Research*, 28(3), 382-419. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00813.x>
- van Dijk, T.A. (2023). Analyzing frame analysis: A critical review of framing studies in social movement research. *Discourse Studies*, 25(2), 153-178.
<https://doi.org/10.1177/14614456231155080>
- Veale, T. (2013). Strategies and tactics for ironic subversion. In M. Dynel (Ed.), *Developments in linguistic humor theory* (pp. 321-340). Amsterdam, The Netherlands: John Benjamins.
<https://doi.org/10.1075/thr.1.15vea>
- Weber, P., & Wirth, W. (2014). When and how narratives persuade: the role of suspension of disbelief in didactic versus hedonic processing of a candidate film. *Journal of Communication*, 64(1), 125-144. <https://doi.org/10.1111/jcom.12068>.
<https://noor-charity.com>.

