



Pictorial Metaphor in Citizen Cartoons: A Case Study on Environmental Issue

Bahare Ghaderinezhad¹, Mahnaz Karbalaeei Sadegh², Hayat Ameri³

1. Ph.D. Student, Department of Linguistics, Faculty of Literature, Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: bahare.ghaderi2@yahoo.com
2. Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Linguistics, Faculty of Literature, Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: karbalaeei@srbiau.ac.ir
3. Associate Professor, Department of Linguistics, Faculty of Humanities, Tarbiat Modarres University, Tehran, Iran. E-mail: h.ameri@modares.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:

Received: 01 Nov 2021

Received in revised form:
14 Mar 2022

Accepted: 19 Mar 2022

Available online: 22 June
2023

Keywords:

pictorial metaphor,
conceptual metaphor,
cartoon,
citizenship cartoon,
environment.

ABSTRACT

The aim of this research is to investigate the role of pictorial metaphors in expressing and conveying the message of citizenship cartoons. To achieve this goal, in the form of a case study, seven cartoons published in Persian-language websites were extracted and analyzed in the framework of conceptual metaphor theory (Lakoff & Johnson, 1980, 1999; Lakoff, 1993) and multimodal metaphor theory (Forceville, 1996; 2008; 2009). The subject of all these cartoons is 'the environment' and the main question of the research is what conceptual metaphors and what pictorial metaphors have been used to express the importance and necessity of environmental protection and what are the source and target domains of these metaphors? The results show that cartoons are divided into two categories in terms of their source domain. In one category, the source domain refers to negative and unpleasant concepts (such as smoke and garbage), and their underlying conceptual metaphor is 'pollution is death'. In the other category, the source domain refers to positive and pleasant concepts (such as respiratory aids) and is based on the conceptual metaphor of 'tree is life'. Thus, the conceptual contrast between the tree and pollution on the one hand, and between the concepts of life and death on the other, form the main basis of the cartoons message.

Cite this article: Ghaderinezhad, B., Karbalaeei Sadegh, M., & Ameri, H. (2023). Pictorial metaphor in citizen cartoons: A case study on environmental issue. *Research in Western Iranian Languages and Dialects*, 11 (2), 77-99.



© The Author(s).

Publisher: Razi University.

DOI: 10.22126/JLW.2022.7105.1595



استعاره تصویری در کارتون‌های شهروندی با موضوع محیط‌زیست

بهاره قادری‌نژاد^۱، مهناز کربلایی صادق^۲، حیات عامری^۳

۱. دانشجوی دکتری، گروه زبان‌شناسی، دانشکده ادبیات، علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی،

تهران، ایران. رایانامه: bahare.ghaderi2@yahoo.com

۲. نویسنده مسئول، استادیار، گروه زبان‌شناسی، دانشکده ادبیات، علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد

اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: Karbalaei@srbiau.ac.ir

۳. دانشیار، گروه زبان‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: h.ameri@modares.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

هدف پژوهش حاضر بررسی نقش استعاره‌های تصویری در بیان و انتقال پیام در کارتون‌های شهروندی است. برای دستیابی به این هدف، در قالب مطالعه‌ای موردی، تعداد هفت کارتون منتشرشده در وبگاه‌های فارسی‌زبان داخلی استخراج و در چارچوب نظریه استعاره مفهومی (لیکاف و جانسون، ۱۹۸۰، ۱۹۹۹؛ لیکاف، ۱۹۹۳) و نظریه استعاره چندوجهی (فورسویل، ۱۹۹۶؛ ۲۰۰۸؛ ۲۰۰۹) تحلیل شدند. موضوع تمامی این کارتون‌ها «محیط‌زیست» بوده و پرسش اصلی پژوهش این است که برای بیان اهمیت و لزوم حفظ محیط‌زیست از چه استعاره‌های مفهومی و چه استعاره‌های تصویری‌ای استفاده شده است و حوزه‌های مبدأ و مقصد در این استعاره‌ها کدام‌اند؟ نتایج پژوهش نشان می‌دهد که کارتون‌ها از لحاظ حوزه مبدأ به دو دسته تقسیم می‌شوند: در یک دسته، از حوزه مبدأ دال بر مفاهیم منفی و ناخوشایند (مانند دود و زباله) استفاده شده است و استعاره مفهومی زیربنایی آن‌ها عبارت است از «آلودگی، مرگ است». در دسته دیگر، از حوزه مبدأ دال بر مفاهیم مثبت و خوشایند (مانند ابزارهای کمک تنفسی) استفاده شده و براساس استعاره مفهومی «درخت، زندگی است» شکل گرفته‌اند. بنابراین، تقابل مفهومی بین درخت و آلودگی از یک طرف، و تقابل میان مفاهیم زندگی و مرگ از طرف دیگر، زیربنای اصلی پیام کارتون‌ها را تشکیل می‌دهند.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۰ آبان ۱۴۰۰

تاریخ بازنگری: ۲۳ اسفند ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۲۸ اسفند ۱۴۰۰

دسترسی برخط: ۱ تیر ۱۴۰۲

واژه‌های کلیدی:

استعاره تصویری،
استعاره مفهومی،
کارتون،
کارتون شهروندی،
محیط‌زیست.

استناد: قادری‌نژاد، بهاره؛ کربلایی صادق، مهناز؛ عامری، حیات (۱۴۰۲). استعاره تصویری در کارتون‌های شهروندی با موضوع

محیط‌زیست. مطالعات زبان‌ها و گویش‌های غرب ایران، ۱۱ (۲)، ۷۷-۹۹.



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه رازی

DOI: 10.22126/JLW.2022.7105.1595

۱- مقدمه

در دنیای امروز که آن را عصر اطلاعات و ارتباطات می‌نامند، رسانه‌های گوناگون شنیداری، دیداری و نوشتاری نقش تعیین‌کننده‌ای در تبادل اطلاعات و برقراری ارتباط دارند. کارتونها^۱ یکی از رسانه‌های ارتباطی از نوع دیداری هستند که می‌توان به کمک آن‌ها مفاهیم مختلفی را خلق کرد و به مخاطبان انتقال داد. در ابزارهای رسانه‌ای دیداری مانند کاریکاتور، کارتون، پوستر، بیلبرد تبلیغاتی و مانند این‌ها استعاره‌ها حضور درخور توجه و نقش پراهمیتی دارند و استعاره‌های به کاررفته در آن‌ها غالباً از نوع استعاره تصویری^۲ یا تصویری-کلامی^۳ هستند. کارتونها علاوه بر آنکه می‌توانند تولیدکننده و انتقال‌دهنده معنا باشند، به علت دارا بودن جلوه بصری، جذابیت ویژه‌ای برای مخاطبان دارند و توجه آن‌ها را به خود جلب می‌کنند. ادواردز و وینکلر^۴ کارتون را یک بازنمایی گرافیکی تعریف کرده‌اند که معمولاً در یک قاب واحد و به صورت منفرد طراحی می‌شود تا دیدگاه خاصی را بیان کند (۱۹۹۷: ۳۶۰). مزایای ارتباطی کارتونها موجب شده است که رسانه‌های جمعی استفاده‌های وسیع و متنوعی از آن‌ها داشته باشند تا از طریق آن‌ها پیام‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، آموزشی و غیره را به مخاطبان خود عرضه کنند.

ظهور زبان‌شناسی شناختی در دهه ۱۹۸۰ باعث جهش خیره‌کننده‌ای در مطالعه استعاره شد و ارائه نظریه استعاره مفهومی^۵ (لیکاف و جانسون^۶، ۱۹۸۰، ۱۹۹۹؛ لیکاف، ۱۹۹۳) به عنوان یکی از اولین و مهم‌ترین نظریه‌ها در رویکرد شناختی به زبان، انقلابی در نگرش به استعاره و پژوهش درباره نقش آن در حوزه‌های گوناگون ارتباطی انسان به وجود آورد. یکی از مهم‌ترین اصول نظریه استعاره مفهومی این است که استعاره‌های زبانی را صرفاً یکی از مظاهر و جلوه‌های استعاره‌های مفهومی می‌داند و برای استعاره ماهیتی مفهومی قائل است. حال اگر این ادعای زبان‌شناسان شناختی را بپذیریم و استعاره را دارای ماهیت مفهومی بدانیم، به این نتیجه می‌رسیم که استعاره‌ها به غیر از زبان (گفتاری و نوشتاری)، باید در سایر جنبه‌های تفکر انسان و سایر مجراهای ارتباطی مانند هنر، موسیقی، سینما، تبلیغات، کارتون و غیره نیز تجلی پیدا کنند. مطالعات زیادی که برای بررسی این موضوع یعنی کاربرد استعاره در

1. cartoons
2. pictorial metaphor
3. verbo-pictorial metaphor
4. J.L. Edwards & C.K. Winkler
5. Conceptual Metaphor Theory
6. G. Lakoff & M. Johnson

حوزه‌های غیرکلامی، صورت گرفته است (مانند فورسویل^۱، ۱۹۹۶، ۲۰۰۷؛ اوجا^۲، ۲۰۱۳) حاکی از صحت ادعای پیروان نظریه استعاره مفهومی است و نشان می‌دهد که استعاره‌ها فقط به زبان محدود نیستند.

علی‌رغم اهمیت و وسعت کاربرد استعاره‌های تصویری و تصویری-کلامی در کارتونها، کاریکاتورها و پوسترها با موضوعات فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، تبلیغاتی، آموزشی و غیره، پژوهشگران ایرانی تاکنون به این نوع از رسانه‌ها توجه چندانی نکرده‌اند و تعداد پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه بسیار کم است. به نظر می‌رسد که مرتبط‌ترین پژوهشی که در اینجا می‌تواند ذکر شود پژوهش آقابابایی و دیگران (۱۳۹۵) در چارچوب نشانه‌شناسی شناختی است که نوع گفتمان‌های حاکم بر روابط نشانه‌ای را در تابلوهای تبلیغاتی شهرداری اصفهان بررسی کرده‌اند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهند که نظام نشانه‌ای این تابلوهای شهری بر مبنای پنج گفتمان قانونمداری، همذات‌پنداری، هشدار، پیام‌زیباشناسی و پیام‌محورانه شکل گرفته‌اند. این گفتمان‌ها محصول نوعی ترکیب نشانه‌شناختی هستند که در آن استعاره-مجاز و عبارات زبانی در کنار یکدیگر گفتمان تابلو را خلق می‌کنند. برای مثال، در گفتمان قانونمداری از استعاره راننده و رانندگی برای بیان لزوم توجه به وظایف و قوانین شهروندی استفاده شده است. در این استعاره، شهروند به‌مثابه راننده، قوانین شهروندی به‌مثابه قوانین راهنمایی‌وراندگی، تخلف از آیین شهروندی به‌مثابه تخلف از قوانین راهنمایی‌وراندگی بازنمایی شده‌اند. نتایج کلی این پژوهش حاکی از اهمیت استعاره و مجاز تصویری در انتقال پیام تابلوهاست.

بصائری و خزائی (۱۳۹۲) برای بررسی کاربرد استعاره و جلوه‌های مختلف آن در سطوح نظام‌های نشانه‌ای دیداری، منتخبی از پوسترهای عاشورایی را تحلیل نموده‌اند تا مشخص شود که استعاره در شکل‌گیری معنای این پوسترها چه نقشی دارد. این پژوهشگران، درنهایت، به این نتیجه رسیده‌اند که استعاره در هر سه سطح نظام نشانه‌ای دیداری (شامل صورتانه^۳، تجسمانه^۴ و مفهومانانه^۵) قابلیت ظهور و بروز دارد و کارکرد متفاوت آن در هر یک از این سه سطح باعث تجلی وجوه مختلفی از استعاره، پیدایش خوانش‌های متفاوت از سوی مخاطب و همچنین بروز معانی مختلفی از گفتمان موجود در

1. C. Forceville
2. A. Ojha
3. formalised
4. embodied
5. conceptualized

پوسترها می‌شود.

پورابراهیم (۱۳۹۳) پنج پوستر مناسبی را براساس نظریه استعاره‌های چندوجهی (فورسویل، ۱۹۹۴؛ ۲۰۰۶) بررسی کرده است. هریک از این پوسترها حاوی یکی از مضامین درخت‌کاری، کتاب‌خوانی، شهادت، میلاد پیامبر اکرم (ص) یا هفته پژوهش است. هدف این پژوهش بررسی این موضوع بوده است که استعاره‌های تصویری-کلامی چگونه در این پوسترها ظاهر می‌شوند و چه نقشی در انتقال پیام پوسترها ایفا می‌کنند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در استعاره‌های کلامی-تصویری، کلام و تصویر به صورت مکمل ولی با درجات مختلف، در انتقال پیام پوسترها ایفای نقش می‌کنند. در این استعاره‌ها ارتباط بین حوزه‌های مبدأ و مقصد به واسطه شباهت فیزیکی، پرکردن فضای خالی یکی از عبارات‌ها به شکل غیرمنتظره یا نشانه‌گذاری هم‌زمان شکل می‌گیرد.

رضایی (۱۳۹۵) به بررسی استعاره‌های کلامی و غیرکلامی در منتخبی از پوسترهای مذهبی و ملی ایران پرداخته است. وی به منظور ارزیابی تناسب رویکرد فورسویل (۲۰۰۲) برای تحلیل پوسترهای ملی-مذهبی، کشف شباهت‌ها و تفاوت‌های میان این پوسترها به لحاظ استفاده از کلام و تصویر و همچنین ارزیابی جهانی یا فرهنگ‌ویژه بودن این استعاره‌های به کاررفته در پوسترها، تعداد شانزده پوستر حاوی مفاهیم استعاری را انتخاب و تحلیل کرده است. نتایج این مطالعه نشان‌دهنده آن است که شباهت بین استعاره‌های ملی و مذهبی این است که استعاره‌های حاوی یک عبارت تصویری در حوزه مبدأ یا مقصد در هر دو گروه کمتر است و تشبیه تصویری در هیچ کدام از آن‌ها مشاهده نمی‌شود. تفاوت آن‌ها در این است که کاربرد استعاره‌های کلامی-تصویری در پوسترهای مذهبی بیش از پوسترهای ملی است؛ اما در پوسترهای ملی کاربرد استعاره‌های حاوی دو عبارت تصویری بیشتر است. علاوه بر این، اکثر استعاره‌های به کاررفته در پوسترها ویژه فرهنگ ایرانی-اسلامی هستند و تعدادی از آن‌ها جهانی به‌شمار می‌آیند.

غیاثیان و دیگران (۱۳۹۷) به بررسی استعاره‌ها در تعدادی از تصویرهای دیداری روزنامه همشهری پرداخته‌اند و به دنبال پاسخ به این پرسش بوده‌اند که این تصویرها چگونه می‌توانند با به‌کارگیری استعاره‌های تصویری به بحران کمبود آب و آلودگی هوا در کلان‌شهر تهران کمک کنند. فرض اولیه پژوهش این بوده است که اگر بین عناصر تشکیل‌دهنده استعاره‌های تصویری در رویکرد فورسویل (۲۰۱۶) و عناصر تشکیل‌دهنده استعاره‌های تصویری در روزنامه همشهری مغایرتی وجود نداشته باشد، آنگاه این تصویرهای دیداری شرایط لازم را خواهند داشت تا توسط مخاطبان درک شوند و در نتیجه،

پیام مورد نظر روزنامه به مخاطبان انتقال خواهد یافت. در نهایت، نتایج کلی پژوهش نشان می‌دهد که استعاره‌های تصویری منتشر شده در روزنامه همشهری برای مخاطبان قابل درک هستند و در نتیجه، آگهی دهندگان موفق به انتقال پیام مورد نظر خود به مخاطبان این روزنامه شده‌اند.

علاوه بر مطالعاتی که درباره استعاره‌های مربوط به موضوعات اجتماعی و فرهنگی در پوسترها و کارتونها انجام شده است، پژوهش‌های معدودی درباره کارتونها‌های سیاسی صورت گرفته که از بین آن‌ها می‌توان به پورا بر ابراهیم (۱۳۹۵) اشاره کرد. پورا بر ابراهیم در چارچوب معناشناسی شناختی و تحلیل انتقادی گفتمان، نحوه بازنمایی ایدئولوژی را در چند کاریکاتور سیاسی بررسی کرده است. تحلیل استعاره‌های تصویری و تصویری-کلامی در این کاریکاتورها نشان می‌دهد که مفاهیمی مانند صلح، آزادی و جنگ به دو روش بازنمایی شده‌اند: یکی تلفیق مفاهیم مبدأ و مقصد استعاری و دیگری پرکردن غیرمنتظره بخشی از یک طرح‌واره به صورت ایدئولوژیک. با توجه به نتایج کلی این پژوهش، استعاره‌های به کاررفته در این کارتونها نقش مهمی در انتقال پیام ایدئولوژیک و خلق طنز سیاسی دارند.

به جز مطالعه پوسترها و کارتونها، مطالعاتی نیز درباره کاربرد استعاره در تبلیغات انجام شده است. برای مثال، جولایی و همتی (۱۳۹۶) به کاربرد استعاره و مجاز^۱ در پیکره‌ای شامل ۷۵ تبلیغ تلویزیونی پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که استعاره و مجاز مفهومی نقش بسیار مهمی در این تبلیغات دارند؛ به طوری که در بیشتر از ۹۷ درصد آگهی‌های بازرگانی استعاره یا مجاز یا هر دوی آن‌ها در سطح کلامی، تصویری یا صوتی نقش ایفا کرده‌اند. مثال‌هایی از استعاره‌های به کاررفته در تبلیغات تلویزیونی عبارت‌اند از: «اندیشه، روشنایی است»، «بهتر بودن، جلو بودن است»، «بانک، انسان یاریگر است» و «آینده فرداست». از منظر نشانه‌شناختی نیز مطالعاتی روی تصاویر انجام شده است که از بین آن‌ها می‌توان به پژوهش‌های منفرد و حقیقین (۱۳۹۳؛ ۱۳۹۸) اشاره کرد که سازوکار معناپردازی رنگ و بافت موقعیت را در منتخبی از بیلборدهای تجاری سطح شهر تهران بررسی کرده‌اند. در نتیجه، مشاهده می‌کنیم که تا به حال در مورد کارکرد استعاره‌های تصویری در رمزگذاری پیام کارتونها‌های شهروندی در چارچوب نظریه استعاره چندوجهی مطالعه‌ای صورت نگرفته است.

پژوهش حاضر در قالب یک مطالعه موردی با هدف بررسی نقش استعاره‌های تصویری در انتقال پیام کارتونها‌های شهروندی انجام می‌گیرد. استعاره تصویری، (بصری^۲) عبارت است از بازنمایی

1. metonymy
2. visual metaphor

غیرزبانی تفکر استعاری انسان به طوری که یکی از حوزه‌های مبدأ و مقصد استعاری یا هر دوی آن‌ها در قالب تصویر بیان شوند (اوجا، ۲۰۱۳: ۱۳). داده‌های پژوهش حاضر مشتمل بر هفت کارتون منتشر شده در وبگاه‌های فارسی‌زبان داخلی شامل ویستا، ایران‌کارتون، بیتوته و تالاب است که تمامی آن‌ها با موضوع «محیط‌زیست» در سال ۱۳۹۸ منتشر شده‌اند. انتخاب کارتون‌ها به روش نمونه‌گیری هدفمند انجام شده و موارد منتخب آن‌هایی هستند که بیشترین مفهوم‌سازی استعاری را داشته‌اند. تحلیل این کارتون‌ها در چارچوب نظریه استعاره مفهومی (لیکاف و جانسون، ۱۹۸۰، ۱۹۹۹؛ لیکاف، ۱۹۹۳) و نظریه استعاره چندوجهی^۱ فورسویل (۱۹۹۶؛ ۲۰۰۸؛ ۲۰۰۹) انجام می‌شود و پرسش اصلی پژوهش این است که برای بیان مفهوم حفظ محیط‌زیست از چه استعاره‌های مفهومی و چه استعاره‌های تصویری استفاده شده است و حوزه‌های مبدأ و مقصد در این استعاره‌ها کدام‌اند؟

مقاله دارای چهار بخش است. در بخش بعدی چارچوب نظری پژوهش شامل نظریه استعاره مفهومی و نظریه استعاره چندوجهی معرفی خواهد شد. سپس در بخش سوم، داده‌های پژوهش در چارچوب دو نظریه یادشده بررسی خواهند شد. در نهایت، در بخش چهارم، نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها ارائه می‌شود.

۲- چارچوب نظری

پژوهش حاضر در چارچوب کلی زبان‌شناسی شناختی صورت می‌گیرد و برای بررسی نقش استعاره‌ها در خلق و انتقال پیام کارتون‌های مرتبط با موضوع حفظ محیط‌زیست از دو نظریه استعاره مفهومی و استعاره چندوجهی استفاده می‌شود. در ادامه، به‌اختصار به معرفی این نظریه‌ها خواهیم پرداخت.

۲-۱ نظریه استعاره مفهومی

نظریه استعاره مفهومی را لیکاف و جانسون (۱۹۸۰) در کتاب «استعاره‌هایی که با آنها زندگی می‌کنیم»^۲ پایه‌گذاری کردند. آن‌ها با انجام پژوهش گسترده‌ای درباره نقش استعاره در زبان روزمره انگلیسی پی بردند که استعاره‌ها نقش اساسی و ضروری در درک و بیان مفاهیم مختلف و به‌ویژه مفاهیم انتزاعی دارند. نظریه استعاره مفهومی، دیدگاه کلاسیک به استعاره را رد کرد و نشان داد که استعاره را نمی‌توان صرفاً یک ابزار زینت‌بخش و تجملاتی در زبان ادبی دانست؛ بلکه باید آن را فرآیندی شناختی در نظر گرفت که یکی از سازوکارهای اصلی در نظام شناخت و تفکر انسان است. لیکاف این موضوع را به این

1. Multimodal Metaphor Theory

2. Metaphors we live by

صورت بیان می‌کند که استعاره زینت گفتار نیست؛ بلکه شیوه‌ای برای تفکر است (۱۹۹۳: ۲۱۰). در نتیجه، اصطلاح «استعاره مفهومی» را مطرح کردند و آن را این‌گونه تعریف نمودند: استعاره مفهومی عبارت است از «درک یک حوزه تجربه براساس حوزه‌ای دیگر» (لیکاف و جانسون، ۱۹۸۰: ۱۱۷). اما کووچش^۱ تعریف استاندارد استعاره مفهومی را این‌گونه بیان می‌کند: «استعاره مفهومی مجموعه‌ای از تناظرهای نظام‌مند یا نگاشت‌ها، بین دو حوزه تجربه است» (۲۰۱۸: ۱۲۵). در استعاره، یک حوزه مفهومی^۲ از طریق یک حوزه مفهومی دیگر درک و بیان می‌شود و حوزه مفهومی دلالت بر هر سازمان‌دهی منسجم از تجربه دارد (کووچش، ۲۰۱۰: ۴). به عبارت دیگر، هر حوزه مفهومی «یک ساختار دانش پس‌زمینه‌ای است که شامل واژه‌ها، مفاهیم و استنباط‌های مرتبط باهم است» (نابشیما^۳، ۲۰۱۷: ۱۲۳).

همان‌طور که گفته شد، هر استعاره شامل دو حوزه مفهومی و نگاشت(های) بین آنهاست. یکی از این حوزه‌ها حوزه مبدأ^۴ و دیگری حوزه مقصد^۵ نام دارد. برای مثال، استعاره‌های «زندگی، سفر است» و «عشق، سفر است» را در نظر بگیرید. در این دو استعاره مفهومی، سفر حوزه مبدأ است که به واسطه آن مفاهیم زندگی و عشق را، که حوزه مقصد استعاره هستند، درک و بیان می‌کنیم. میان حوزه‌های مبدأ و مقصد «مجموعه‌ای از تناظرهای نظام‌مند» برقرار می‌شود که آنها را نگاشت استعاری^۶ می‌نامند (کووچش، ۲۰۱۰: ۷). بعضی از نگاشت‌های استعاری را در استعاره مفهومی «عشق، سفر است» به شرح زیر هستند.

جدول (۱). نگاشت‌های استعاری بین مؤلفه‌های حوزه سفر و حوزه عشق (براساس کووچش، ۲۰۱۰)

عاشقان	مسافران
رابطه عاشقانه	وسیله سفر
اتفاق‌هایی که در رابطه عاشقانه می‌افتد	سفر
پیشرفت رابطه	مسافت طی شده
مشکلات تجربه شده	موانع پیش رو
تصمیم‌گیری برای نحوه ادامه رابطه	تصمیم‌گیری برای انتخاب یکی از دو راه
هدف یا اهداف رابطه	مقصد سفر

1. Z. Kövecses
2. Conceptual domain
3. K.J. Nabeshima
4. source domain
5. target domain
6. metaphorical mapping

یکی از ادعاها و اصول اساسی در نظریه استعاره مفهومی این است که استعاره دراصل پدیده‌ای مفهومی است و نه پدیده‌ای زبانی. کووچش در این رابطه اشاره می‌کند که «اگر استعاره‌ها اساساً مفهومی‌اند؛ پس باید خودشان را به جز زبان از طرق دیگر نیز نشان دهند» (۲۰۰۲: ۵۲). بنابراین، استعاره‌ها باید نه تنها در زبان گفتاری و نوشتاری بلکه در سایر مجراهای ارتباطی و محصولات ذهن انسان مانند نقاشی، موسیقی، فیلم، تبلیغات و غیره تجلی یابد. فورسویل یکی از برجسته‌ترین پژوهشگرانی است که در این زمینه مطالعات گسترده‌ای انجام داده است و نقش استعاره را در وجوه غیرزبانی، مانند تبلیغات، کارتون، فیلم و غیره بررسی کرده است. وی با طرح نظریه استعاره چندوجهی، ادعای مفهومی بودن استعاره‌ها را مورد محک قرار داده است.

۲-۲ نظریه استعاره چندوجهی

پیدایش نظریه استعاره چندوجهی به انتشار کتاب تأثیرگذار «استعاره تصویری در تبلیغات»^۱ (فورسویل، ۱۹۹۶) برمی‌گردد که نشان داد استعاره‌های تصویری نقش بسیار مهمی در بیان پیام‌های تبلیغاتی دارند. پژوهش‌های فورسویل و همکارانش در زمینه استعاره‌های تصویری و تصویری-کلامی ادامه پیدا کرد تا اینکه انتشار کتاب «استعاره چندوجهی»^۲ (فورسویل و اوریوس-پاریسی، ۲۰۰۹) باعث رشد فزاینده‌ای در حجم مطالعات صورت گرفته درباره انواع استعاره‌های غیرزبانی شد و توجه پژوهشگران زیادی را به سوی این حوزه پژوهشی جلب نمود.

فورسویل (۲۰۰۶؛ ۲۰۰۸) استعاره‌ها را به دو دسته کلی تقسیم می‌کند: یک‌وجهی^۳ و چندوجهی^۴. استعاره یک‌وجهی به استعاره‌ای گفته می‌شود که در آن هر دو حوزه مبدأ و مقصد در یک وجه بازنمایی شوند. بنابراین، استعاره‌های تصویری، یعنی استعاره‌هایی که هر دو حوزه مبدأ و مقصد آن‌ها در قالب تصویر بازنمایی می‌شوند، جزء استعاره‌های یک‌وجهی به حساب می‌آیند. استعاره‌های زبانی نیز از نوع یک‌وجهی‌اند؛ زیرا در آن‌ها حوزه‌های مبدأ و مقصد به صورت کلامی بیان می‌شوند. در مقابل، استعاره چندوجهی به استعاره‌ای اطلاق می‌شود که حوزه مبدأ و مقصد آن منحصرأ یا غالباً در دو وجه متفاوت بیان شود (فورسویل و اوریوس-پاریسی، ۲۰۰۹: ۴). در این تعاریف، اصطلاح «وجه»^۵ عبارت است از

1. pictorial metaphor in advertising
2. multimodal metaphor
3. C. Forceville & E. Urios-Parisi
4. monomodal
5. multimodal
6. mode

هر نوع مجرای ارتباطی مانند زبان (گفتاری یا نوشتاری)، زبان اشاره، تصویر، فیلم، موسیقی غیر کلامی و غیره که انسان از طریق آن‌ها قادر به برقراری ارتباط و انتقال معناست.

فورسویل سرنخی را که می‌تواند پیوند استعاری میان دو مفهوم مبدأ و مقصد در استعاره‌های تصویری یا چندوجهی نشان دهد شامل سه مورد می‌داند: ۱. شباهت ادراکی^۱: فقط مختص به استعاره‌های یک‌وجهی است و به این معناست که دو مفهوم مبدأ و مقصد از جهت یا جهاتی به هم شبیه باشند. این شباهت می‌تواند از لحاظ رنگ، اندازه، وضعیت، بافت، جنس و غیره باشد؛ ۲. پرکردن یک خلاء طرح‌واره‌ای به‌طور غیرمنتظره^۲، یعنی چیزی را در جایگاه و موقعیتی قرار دهیم که آن جایگاه به‌طور طبیعی یا متعارف به چیز دیگری متعلق است. برای مثال، اگر در تصویری ببینیم که در داخل جعبه پیانو، به جای پیانو تفنگ وجود دارد به وجود استعاره «تفنگ پیانو است» پی می‌بریم؛ ۳. سرنخ‌دهی هم‌زمان^۳: زمانی که مبدأ و مقصد در دو وجه متفاوت بازنمایی شوند، بازنمایی هم‌زمان آن‌ها می‌تواند در شناسایی مبدأ و مقصد کمک کند؛ مثلاً در یک آگهی بازرگانی تصویر روغن ترمز نشان داده شود و هم‌زمان صدای ترمز خودرو نیز شنیده شود (۲۰۰۶: ۳۹۱؛ ۲۰۰۹: ۳۱-۳۲).

از دیدگاه فورسویل (۲۰۰۵؛ ۲۰۰۷)، استعاره‌های تصویری به چهار دسته تقسیم می‌شوند: استعاره بافتی^۴، استعاره آمیخته^۵، استعاره یکپارچه^۶ و تشبیه تصویری^۷.

۱. در استعاره بافتی یک تصویر در جایگاهی درون بافت و زمینه‌ای قرار می‌گیرد که آن جایگاه به‌طور طبیعی یا عرفی به مفهوم یا شیء دیگری متعلق است. حوزه مبدأ آن مفهومی که بازنمایی می‌شود و حوزه مقصد آن مفهومی است که جایگاهش با مفهوم دیگر پر می‌شود. برای مثال، اگر داخل یک بشقاب در وسط سفره غذا با تصویری از کتاب روبه‌رو شویم، استعاره «کتاب، غذا است» در ذهن ما شکل می‌گیرد.

۲. در استعاره آمیخته دو تصویر متفاوت متعلق به دو حوزه مفهومی متفاوت به گونه‌ای با یکدیگر تلفیق می‌شوند که حاصل آن به صورت یک شیء یا گشتالت واحد و یکپارچه درک می‌شود. درک این نوع استعاره مستلزم آن است که یکی از بخش‌ها بر حسب بخش دیگر درک شود. برای مثال، اگر در

1. perceptual resemblance
2. filling a schematic slot unexpectedly
3. simultaneous cueing
4. contextual metaphor
5. hybrid metaphor
6. integrated metaphor
7. pictorial simile

تصویری ببینیم که روی تنه کریستین رونالدو سر یک پلنگ قرار گرفته است، استعاره «کریستین رونالدو پلنگ است» به ذهن متبادر می‌شود.

۳. در استعاره یکپارچه پدیده‌ای به‌عنوان یک شیء یا گشتالت واحد تجربه می‌شود که در کلیت خود و حتی بدون سرنخ‌های بافتی به شیء یا گشتالت دیگری شباهت دارد. مثلاً می‌توان یک چراغ مطالعه را به شکل بدن یک پرنده طراحی کرد تا استعاره تصویری از نوع یکپارچه شکل بگیرد. استعاره‌های تصویری آمیخته و یکپارچه هر دو به‌صورت گشتالت واحد درک می‌شوند؛ اما تفاوت آن‌ها در این است که گشتالت آمیخته در جهان واقع ناممکن است (تخیلی است)؛ درحالی‌که گشتالت یکپارچه پدیده‌ای ممکن در جهان واقع است. پس در استعاره آمیخته، حوزه مقصد در عین حال حوزه مبدأ نیز هست؛ اما در استعاره یکپارچه حوزه مقصد به‌صورتی باورپذیر به تصویر درمی‌آید تا شبیه حوزه مبدأ باشد.

۴. تشبیه تصویری هنگامی است که دو مفهوم یا شیء به‌گونه‌ای کنار یکدیگر قرار گیرند که یکی را به‌واسطه دیگری درک کنیم. یکی از این دو حوزه مبدأ است و دیگری حوزه مقصد. برای مثال، اگر تصویری از بازیکنان تیم ملی ایران در کنار تصویری از شیر قرار گیرد، استعاره «بازیکنان تیم ملی شیر هستند» (ازلحاظ شجاعت و جنگندگی) به ذهن متبادر می‌شود.

در جدول (۲) نحوه بازنمایی حوزه‌های مبدأ و مقصد در هریک از انواع استعاره‌های تصویری به‌اختصار بیان شده است.

جدول (۲). نحوه بازنمایی حوزه‌های مبدأ و مقصد در انواع استعاره‌های تصویری (براساس فورسویل، ۲۰۰۵)	
مبدأ و مقصد هم‌فضا هستند و تلفیق آن‌ها در جهان واقع ممکن است	استعاره یکپارچه
مبدأ و مقصد هم‌فضا هستند و تلفیق آن‌ها در جهان واقع ناممکن است	استعاره آمیخته
مبدأ و مقصد ناهم‌فضا هستند و هر دو به تصویر درمی‌آیند	تشبیه تصویری
مبدأ و مقصد ناهم‌فضا هستند و فقط مبدأ به تصویر درمی‌آید	استعاره بافتی

۳- تحلیل داده‌ها

داده‌های پژوهش شامل هفت کارتون با موضوع محیط‌زیست است که در پایگاه‌های اینترنتی فارسی‌زبان داخلی منتشر شده‌اند و در این بخش آن‌ها را براساس نظریه استعاره مفهومی و نظریه استعاره چندوجهی بررسی می‌کنیم. برای این منظور، ابتدا توصیفی مختصر از کلیت کارتون ارائه

می‌دهیم؛ سپس به بررسی استعاره‌های تصویری و مفهومی آن و نیز نحوه استنباط پیام موردنظر کارتونیست می‌پردازیم.



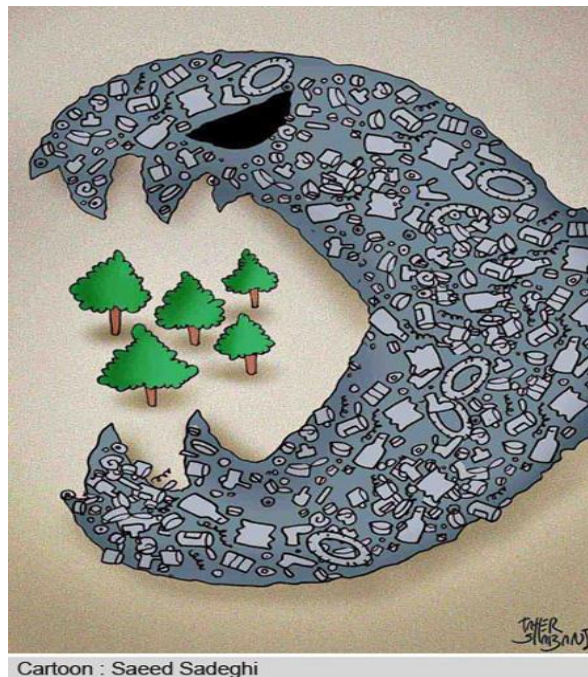
کارتون (۱). مجله ویستا (<https://vista.ir>)

در کارتون شماره (۱) می‌بینیم دود غلیظی که از خانه‌ها (کارخانه‌ها) بلند می‌شود به شکل اره‌ای درمی‌آید و درختان را قطع می‌کند. در اینجا تصویر دود و تصویر اره باهم ادغام شده‌اند و در نتیجه، یک استعاره تصویری از نوع آمیخته شکل گرفته است. تصویر آمیخته حاصل به نوعی بر هر دو مفهوم دود و اره دلالت دارد. تفسیر این نوع استعاره‌ها مستلزم این است که یکی از مفاهیم را برحسب مفهوم دیگر درک کنیم. در کارتون (۱)، مفهوم اره به واسطه مفهوم دود درک می‌شود. بنابراین، دود حوزه مبدأ استعاری و اره حوزه مقصد استعاری است که هر دو به صورت تصویری بازنمایی شده‌اند. استعاره تصویری نهفته در این کارتون را می‌توان به صورت «دود، اره است» بیان کرد. پیام اصلی کارتون مبتنی بر فرایندی به نام استدلال قیاسی^۱ است. همان‌طور که موسلف اشاره می‌کند یکی از کاربردهایی که استعاره‌ها در گفتمان دارند این است که موجب شکل‌گیری استدلال قیاسی می‌شوند (۲۰۰۴: ۳۴). در استدلال قیاسی براساس رابطه بین مفاهیم (الف) و (ب)، درمورد رابطه بین مفاهیم (ج) و (د) استدلال صورت می‌گیرد. در استدلال قیاسی ای که مبتنی بر استعاره باشد، براساس رابطه‌ای که بین دو یا چند مؤلفه در حوزه مبدأ استعاری وجود دارد، درمورد رابطه بین مؤلفه‌های حوزه مقصد استدلال انجام می‌گیرد. استدلال قیاسی زیربنایی در کارتون (۱) را می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

«همان‌طور که اره درختان را قطع و نابود می‌کند، دود و آلودگی نیز درختان و محیط‌زیست را از بین

می‌برند».

در این استدلال قیاسی، براساس رابطه‌ای که بین ارّه و درخت در حوزه مبدأ استعاری وجود دارد، درباره رابطه بین دود/آلودگی و محیط‌زیست (طبیعت) در حوزه مقصد استدلال صورت گرفته است. استعاره مفهومی زیربنایی در کارتون را می‌توان استعاره «آلودگی، مرگ است» دانست؛ زیرا همان‌طور که ارّه موجب مرگ و نابودی درختان می‌شود، دود و آلودگی محیط‌زیستی نیز می‌تواند برای طبیعت و انسان مرگ‌آفرین باشد. چنان‌که در ادامه خواهیم دید، این استعاره مفهومی زیربنایی چند کارتون دیگر را نیز تشکیل می‌دهد و نگاشت میان دو حوزه مفهومی مرگ و آلودگی در این کارتونها نقشی اساسی در بیان مفهوم کارتون و انتقال پیام آن دارد.



Cartoon : Saeed Sadeghi

کارتون (۲). مجله ویستا (<https://vista.ir>)

در کارتون شماره (۲) شاهد هستیم که زباله‌ها و پسماندهایی که در طبیعت ریخته می‌شوند، وقتی روی هم انباشته شوند به شکل یک موجود دریایی خطرناک (احتمالاً کوسه‌ماهی) درمی‌آیند و درختان را به کام خود فرو می‌برند و نابود می‌کنند. در اینجا تجلی استعاره تصویری «زباله، کوسه‌ماهی است» را می‌بینیم که در آن حوزه مبدأ (کوسه‌ماهی) و حوزه مقصد (زباله) باهم تلفیق شده‌اند و در نتیجه، استعاره‌ای از نوع آمیخته شکل گرفته است. در این کارتون درخت می‌تواند به‌طور مجازی بر کلیت

طبیعت و محیط‌زیست دلالت داشته باشد و در این صورت با مجاز «جزء به جای کل» مواجه هستیم. استدلال قیاسی نهفته در این کارتون که در قالب استعاره تصویری «زباله، کوسه‌ماهی است» بیان شده است، به صورت زیر خواهد بود:

«همان‌طور که کوسه‌ماهی سایر موجودات دریایی را می‌بلعد و نابود می‌کند، زباله و آلودگی نیز درختان و محیط‌زیست را نابود می‌کنند».

در کارتون شماره (۲) نیز همچون کارتون قبلی، استعاره مفهومی «آلودگی، مرگ است» را می‌توان زیربنای استعاره تصویری بازنمایی شده در کارتون دانست؛ زیرا شناختی که ما از کوسه‌ماهی به عنوان یک موجود دریایی خطرناک و مرگ‌آفرین داریم این است که جان شناگران و سایر موجودات دریایی را تهدید می‌کند و آن‌ها را به کام مرگ می‌کشد. بنابراین، کارتونیست زباله و آلودگی‌های محیط‌زیستی را نیز عامل مرگ و نابودی در نظر گرفته است.



کارتون (۳). ایران‌کارتون (<https://www.irancartoon.com/ir>)

در کارتون شماره (۳) دود ناشی از کارخانه‌ها یا خانه‌ها که به آسمان می‌رود به شکل هیولای مرگ ظاهر می‌شود. بنابراین، تلفیقی از دود و هیولای مرگ در این کارتون به شکل‌گیری استعاره‌ای تصویری منجر می‌شود که حاوی معنا و پیام اصلی کارتون است. این استعاره تصویری از نوع آمیخته به‌شمار می‌آید و در آن هر دو حوزه مبدأ و مقصد در کنار یکدیگر و در تلفیق باهم به نمایش درآمده‌اند. در اینجا حوزه مبدأ «هیولای مرگ» و حوزه مقصد «دود» است. استعاره تصویری را می‌توان به صورت

«دود، هیولای مرگ است» بیان کرد. کارتونیست براساس این استعاره تصویری، قیاسی بین اجزای حوزه مبدأ و مقصد انجام داده است که استدلال قیاسی زیر را به عنوان پیام اصلی کارتون در ذهن مخاطب برمی‌انگیزد:

«همان‌طور که هیولای مرگ برای انسان مرگ و نابودی به همراه می‌آورد، دود (و در کل آلاینده‌های هوا) نیز موجب مرگ و نابودی انسان می‌گردند».

همانند دو کارتون قبلی، استعاره مفهومی که زیربنای استعاره تصویری بازنمایی شده در کارتون (۳) را تشکیل می‌دهد عبارت است از «آلودگی، مرگ است». در این کارتون، آلودگی به شکل دود و مرگ به شکل هیولایی هراس‌انگیز بر فراز بام خانه یا کارخانه به تصویر درآمده است.

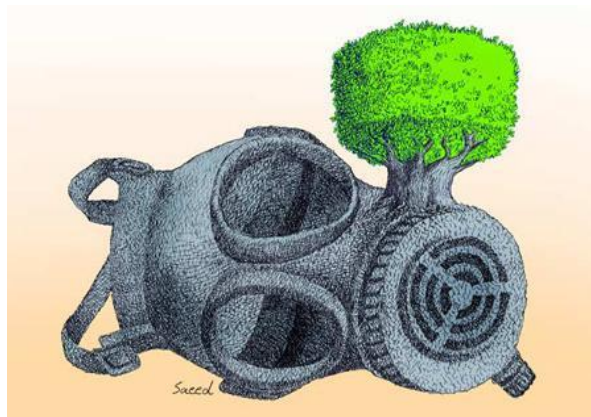


کارتون (۴). تالاب (<https://www.talab.org>)

در کارتون شماره (۴) دود خارج شده از آگروز خودرو به شکل غولی وحشت‌آفرین ترسیم شده است که کتاب دانش‌آموزان را از آن‌ها گرفته و آن‌ها را به فرار از مدرسه و نجات جان خود ترغیب می‌کند. در متن داخل کارتون عبارت «فرار کنین و به فکر جونتون باشین» به صراحت بر این مفهوم دلالت دارد که آلودگی محیط‌زیستی و به‌طور خاص، دود خودروها عاملی مرگ‌بار است و جان شهروندان را تهدید می‌کند. بنابراین، استعاره مفهومی زیربنایی در این کارتون را می‌توان استعاره «آلودگی، مرگ است» در نظر گرفت که آلودگی به شکل دود خودرو و مرگ به شکل غول به نمایش درآمده است. این استعاره مفهومی در استعاره تصویری «دود، غول وحشت‌آفرین است» تجلی یافته است که براساس طبقه‌بندی فورسویل (۲۰۰۵؛ ۲۰۰۷) از نوع آمیخته به حساب می‌آید؛ زیرا تلفیقی از دو مفهوم دود و غول را باهم می‌بینیم که اولی حوزه مقصد و دومی حوزه مبدأ در استعاره تصویری است. استدلال قیاسی موجود در کارتون را می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

«همان‌طور که غول موجب رعب و وحشت و عامل تهدیدکننده جان انسان است، دود خودروها نیز عاملی مرگ‌بار و هراس‌انگیز است که باید از آن دوری کرد».

کارتونیست به کمک استعاره تصویری و استدلال قیاسی فوق این پیام هشدارآمیز را مطرح کرده است که آلودگی ناشی از دود خودروها نه تنها درس و مدرسه دانش‌آموزان را تهدید می‌کند؛ بلکه سلامتی و زندگی آن‌ها را به خطر می‌اندازد.



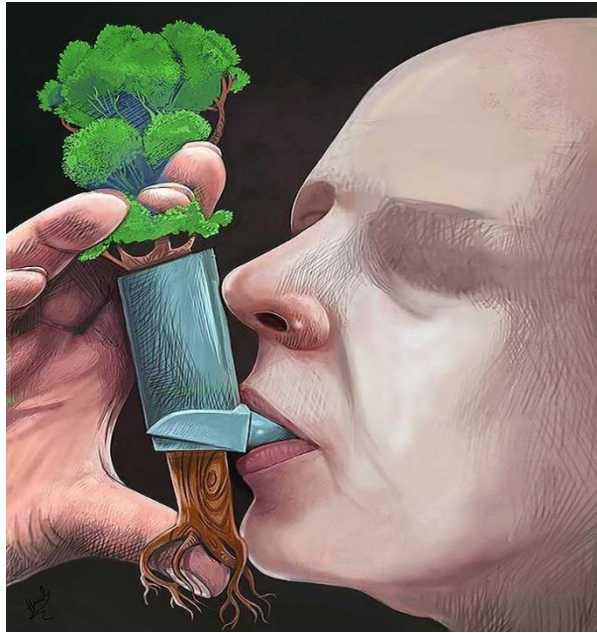
کارتون (۵). بیتوته (<https://www.beytoote.com>)

در کارتون شماره (۵) تصویری از یک ماسک غواصی را می‌بینیم که به جای آنکه به مخزن اکسیژن وصل شود، به یک درخت متصل شده است. بنابراین، استعاره تصویری حاصل را می‌توان به صورت «درخت، مخزن اکسیژن است» بیان کرد. این استعاره تصویری از نوع استعاره بافتی است؛ زیرا در بافتی که انتظار مواجهه با قطعه‌ای از دستگاه اکسیژن غواصی یعنی مخزن اکسیژن را داریم، به‌طور غیرمنتظره با تصویر یک درخت مواجه می‌شویم. بنابراین، این استعاره حاصل پرکردن خلأ طرح‌واره‌ای به صورت غیرمنتظره است (فورسویل، ۲۰۰۶؛ ۲۰۰۹). تصویر درخت در بافتی قرار گرفته است که جایگاه چیز دیگری است و در نتیجه، آنچه به تصویر درآمده است (درخت) نقش حوزه مقصد استعاری را دارد و آنچه جایگاهش را به این حوزه مبدأ داده است (مخزن اکسیژن) نقش حوزه مقصد استعاری دارد. پیام اصلی کارتون از طریق استدلال قیاسی زیر منتقل می‌شود که به کمک استعاره تصویری «درخت، مخزن اکسیژن است» خلق و بیان شده است:

«همان‌طور که مخزن اکسیژن به انسان قدرت تنفس می‌دهد و موجب ادامه حیات او می‌شود، درخت نیز منبع تولید اکسیژن و ضامن حیات و بقای انسان است».

استعاره مفهومی زیربنایی در کارتون شماره (۵) عبارت است از «درخت، نفس است». کارتونیست

به کمک این استعاره مفهومی اهمیت و ضرورت درختان را برای زندگی انسان نشان داده است و با این تصویرسازی به مخاطب خود این پیام هشدارآمیز را منتقل می‌کند که اگر در حفظ درختان و به‌طور کلی در حفظ طبیعت کوشا نباشد حیات او با خطر مواجه می‌شود.



کارتون (۶). ایران‌کارتون (<https://www.irancartoon.com/ir>)

در این کارتون، تلفیقی از یک دستگاه تنفسی - که اسم تخصصی آن دستگاه نیولایزر است - و درخت را مشاهده می‌کنیم. دستگاه نیولایزر برای مبتلایان به مشکل آسم تجویز می‌شود و درمان با آن اغلب به‌عنوان یک درمان تنفسی مؤثر در نظر گرفته می‌شود. از دستگاه نیولایزر برای افرادی می‌شود که نمی‌توانند از اسپری‌های استنشاقی استفاده کنند؛ مانند نوزادان، کودکان، سالمندان یا افرادی که در حملات شدید آسم نیاز به میزان زیادی دارو دارند. استعاره تصویری موجود در کارتون (۶) از نوع استعاره آمیخته است؛ زیرا در آن تصویر دستگاه نیولایزر با تصویر درخت تلفیق شده و به شکل‌گیری استعاره‌ای منجر شده است که حوزه مبدأ آن نیولایزر و حوزه مقصد آن درخت است. همان‌طور که فورسویل (۲۰۰۵؛ ۲۰۰۷) می‌گوید در استعاره آمیخته دو تصویر متفاوت که به دو حوزه مفهومی متفاوت متعلق‌اند چنان باهم تلفیق می‌شوند که حاصل آن به صورت یک شیء یا گشتالت واحد و یکپارچه درک می‌شود. در این کارتون، درخت به گونه‌ای با دستگاه نیولایزر تلفیق شده است که کلیت تصویر یک شیء واحد را به ذهن متبادر می‌کند و گویی درخت یکی از اجزای دستگاه نیولایزر

است. این استعاره تصویری عبارت است از: «درخت، دستگاه نیولایزر است». استدلال قیاسی بیان‌شده در کارتون (۶) عبارت است از:

«همان‌طور که دستگاه نیولایزر تأمین‌کننده تنفس در بیماران مبتلا به آسم است، درخت نیز تأمین‌کننده اکسیژن و تنفس برای انسان است».

کارتونیست به کمک استعاره تصویری یادشده و استدلال قیاسی مبتنی بر آن، این پیام هشدارآمیز را به مخاطب منتقل کرده است که اگر در حفظ درختان کوشا نباشد تنفس او و در نتیجه، حیات او با خطر جدی مواجه خواهد شد؛ همچنان که وجود دستگاه نیولایزر برای بیماران مبتلا به آسم اهمیت حیاتی دارد و فقدان آن ممکن است بیمار را با خطر مرگ مواجه سازد. بنابراین، حفظ درختان و درکل حفظ طبیعت برای زندگی انسان امری حیاتی است و بی‌توجهی به آن به معنای مرگ و نابودی است. در این کارتون نیز همچون کارتون قبلی (شماره ۵) تجلی استعاره مفهومی «درخت، نفس است» را می‌توان مشاهده کرد.



کارتون (۷). ایران‌کارتون (<https://www.irancartoon.com/ir>)

در کارتون شماره (۷) تلفیقی از تصویر درخت با تصویر برف‌پاک‌کن خودرو، استعاره تصویری «درخت پاک‌کننده آلودگی است» را به ذهن متبادر می‌سازد. در این تصویر می‌بینیم که شیشه خودرو بر اثر دود و آلودگی ناشی از کارخانه‌ها به شدت کدر و سیاه شده است و درختی که به جای برف‌پاک‌کن قرار گرفته، بخشی از شیشه را تمیز کرده است تا آسمان آبی و پاک دیده شود. بنابراین، استدلال قیاسی نهفته در این استعاره را می‌توان به صورت زیر در نظر گرفت:

«همان‌طور که رانندگان از برف‌پاک‌کن برای تمیز کردن شیشه خودرو استفاده می‌کنند و به وسیله آن

آلودگی و کثیفی را از بین می‌برند، درخت نیز می‌تواند آلودگی محیط‌زیست را از بین ببرد».

کارتونیست به کمک این استدلال قیاسی پیامی هشدارآمیز را به مخاطب خود منتقل می‌کند مبنی بر اینکه اگر در حفظ درختان و طبیعت غفلت و کوتاهی کنیم، دود و آلودگی‌های محیط‌زیستی امکان زندگی سالم را از ما سلب خواهد کرد. درعین حال، این پیام ترغیب‌کننده را منتقل می‌کند که با حفظ درختان و مراقبت از طبیعت می‌توانیم از داشتن آسمانی آبی و هوایی تمیز لذت ببریم. استعاره تصویری «درخت پاک‌کننده آلودگی است» براساس طبقه‌بندی چهارگانه فورسویل (۲۰۰۵؛ ۲۰۰۷) از نوع بافتی محسوب می‌شود؛ چون در بافتی که انتظار شیئی مانند برف‌پاک‌کن را داریم به‌طور غیرمنتظره‌ای با تنه و شاخ و برگ درختی مواجه می‌شویم که کار تمیزکردن شیشه را انجام می‌دهد.

براساس تحلیل‌های صورت‌گرفته، کارتونها را براساس نوع حوزه مبدأ استعاری که برای مفهوم‌سازی حوزه مقصد به کار رفته است، می‌توان به دو دسته کلی تقسیم کرد:

۱. کارتونهایی که از حوزه مبدأ بیانگر مفاهیم منفی، مضر و خطرناک استفاده کرده‌اند.
۲. کارتونهایی که از حوزه مبدأ بیانگر مفاهیم مثبت، مفید و خوشایند استفاده کرده‌اند.

در کارتونهاى دسته اول سعی کارتونیست بر این بوده است که با انتخاب حوزه‌های مبدأیی که دلالت بر پدیده‌های خطرناک و زیان‌بار و مرگ‌آفرین دارند، مخاطب خود را نسبت به خطرات آلودگی‌های محیط‌زیستی مانند دود و زباله آگاه کند و به او هشدار دهد که در صورت بی‌توجهی به این آلودگی‌ها، که در نقش حوزه مقصد استعاری ظاهر شده‌اند، محیط‌زیست با عواقب خطرناک و زیان‌باری مواجه خواهد شد. کارتونهاى (۱) و (۲) و (۳) و (۴) در این دسته قرار می‌گیرند.

در کارتونهاى دسته دوم کارتونیست می‌کوشد با انتخاب حوزه‌های مبدأ مثبت و خوشایند مانند نفس‌کشیدن، هوای پاک و آسمان آبی اهمیت حفظ محیط‌زیست را برای حفظ این پدیده‌های مثبت نشان دهد. در این کارتونها، کارتونیست این پیام را به مخاطب خود منتقل می‌کند که در صورت توجه به محیط‌زیست و حفظ آن، پیامدهای مثبت و خوشایند آن مانند برخورداری از هوای پاک و آسمان تمیز تداوم خواهد داشت. کارتونهاى (۵) و (۶) و (۷) در این دسته قرار می‌گیرند.

۴- نتیجه‌گیری

یکی از اساسی‌ترین ادعاها و اصول نظریه استعاره مفهومی این است که وفور و تنوع استعاره‌های زبانی که در زبان گفتار و نوشتار تجلی می‌یابند انعکاسی از این واقعیت است که تفکر انسان عمدتاً استعاری است. مطالعات گسترده‌ای که در حدود سه دهه گذشته درباره تجلی استعاره در وجوه و مجراهای مختلف ارتباطی انسان (مانند تصاویر، فیلم، موسیقی، زبان اشاره و غیره) صورت گرفته، مؤید این ادعای

زبان‌شناسان شناختی است. در پژوهش حاضر به بررسی استعاره در خلق و انتقال معنا و پیام کارتون‌های شهروندی پرداخته شد و نتایج حاصل از تحلیل هفت کارتون نشان داد که استعاره نقش اساسی و تعیین‌کننده‌ای در خلق و انتقال پیام این کارتونها دارد. نتایج کلی پژوهش حاکی از آن است که کارتونیست‌ها برای بیان اهمیت و ضرورت حفظ محیط‌زیست، به‌ویژه درختان، و نیز جلوگیری از ایجاد آلودگی‌های محیط‌زیستی بیشترین استفاده را از استعاره تصویری می‌برند و با انتخاب حوزه‌های مبدأ مناسب سعی دارند به‌صورت هشدارآمیز عواقب زیان‌بار بی‌توجهی به محیط‌زیست را به مخاطبان خود گوشزد کنند.

با بررسی استعاره‌های تصویری موجود در کارتونها مشخص شد که در سه مورد از کارتونها از حوزه مبدأ مرگ به شکل هیولا یا غولی وحشت‌آفرین برای بیان عواقب خطرناک بی‌توجهی به حفظ محیط‌زیست استفاده شده است و این پیام به مخاطب القا شده است که بی‌توجهی به حفظ محیط‌زیست مرگ و نابودی را برای طبیعت و انسان در پی دارد. همچنین، در دو مورد، کارتونیست از حوزه مبدأ تنفس برای بیان ضرورت و اهمیت حفظ درختان استفاده کرده است و به این وسیله، اهمیت وجود درختان و حفظ آنها را برای حیات و بقای انسان نشان داده است. به‌عبارت‌دیگر، این پیام را منتقل کرده است که همان‌طور که انسان برای زنده ماندن به نفس کشیدن نیاز دارد، برای ادامه حیات نیازمند درختان و محیط‌زیست سالم است. در کل، کارتونها را از لحاظ حوزه مبدأ می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: ۱. کارتونهایی که حوزه مبدأ آنها بر مفاهیم منفی و ناخوشایند دلالت دارد؛ ۲. کارتونهایی که حوزه مبدأ آنها بر مفاهیم مثبت و خوشایند دلالت دارد. در کارتون‌های دسته اول، استعاره مفهومی که زیربنای استعاره تصویری بازنمایی شده در کارتون محسوب می‌شود عبارت است از «آلودگی، مرگ است». این آلودگی در سه مورد (کارتون‌های ۱ و ۳ و ۴) به شکل دود و در یک مورد (کارتون ۲) به شکل زباله به تصویر درآمده است. مفهوم «مرگ» نیز در قالب تصاویر ارّه، کوسه‌ماهی و هیولای مرگ به نمایش درآمده است. اما در کارتون‌های دسته دوم، استعاره مفهومی «درخت، زندگی است» زیربنای استعاره تصویری بازنمایی شده در کارتون را شکل می‌دهد. در این کارتونها مفهوم زندگی در دو مورد (کارتون‌های ۵ و ۶) در قالب ابزارهای کمک تنفسی مانند ماسک غواصی و دستگاه نیولایزر و در یک مورد (کارتون ۷) در قالب رنگ آبی آسمان و تمیزی هوا به تصویر درآمده است. بنابراین، تقابل مفهومی بین درخت و آلودگی از یک‌طرف، و تقابل میان مفاهیم زندگی و مرگ از طرف دیگر، زیربنای اصلی پیام کارتونها را تشکیل می‌دهد.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از لحاظ نوع استعاره تصویری، در پنج مورد از کارتون از استعاره آمیخته و در دو مورد از استعاره بافتی استفاده شده است. دو نوع دیگر استعاره، یعنی استعاره یکپارچه و تشبیه تصویری، در کارتون‌های منتخب و حتی در جامعه آماری پژوهش نیز یافت نشده‌اند. از آنجاکه استعاره‌های یکپارچه و تشبیه تصویری هر دو مبتنی بر شباهت صوری حوزه‌های مبدأ و مقصد هستند، به نظر می‌رسد برای بیان مفاهیم مرتبط با حفظ محیط‌زیست مناسب نبوده‌اند؛ شاید به این دلیل که کشف یا خلق شباهت صوری بین این مفاهیم و مفاهیم دیگر دشوار است و در نتیجه، کارتونیست‌ها از آن‌ها استفاده نکرده‌اند.

یکی از یافته‌های جالب توجه در پژوهش حاضر این است که برخلاف آنچه غالباً در استعاره‌های زبانی دیده می‌شود و آنچه لیکاف و جانسون (۱۹۸۰) در نخستین توصیف از نظریه استعاره مفهومی ادعا کرده‌اند، حوزه‌های مبدأ استعاری همواره عینی‌تر و ملموس‌تر از حوزه‌های مقصد نیستند (مثلاً در استعاره «عشق، سفر است» یا «مباحثه، جنگ است»؛ بلکه در مواردی بنابه هدف ارتباطی، حوزه مبدأ می‌تواند انتزاعی‌تر از حوزه مقصد باشد. این واقعیت در استعاره‌های به کاررفته در کارتون‌های بررسی شده در این پژوهش به وضوح قابل مشاهده است. در دو استعاره مفهومی «آلودگی، مرگ است» و «درخت، زندگی است» حوزه‌های مبدأ (مرگ و زندگی) انتزاعی‌تر از حوزه‌های مقصد (آلودگی و درخت) هستند و دلیل آن را می‌توان هدف و منظور خاصی دانست که کارتونیست آن را به کمک استعاره تصویری برآورده ساخته است. در اینجا هدف کارتونیست این نبوده است که درک و بیان مفاهیم انتزاعی را به واسطه استعاره تسهیل کند؛ بلکه هدف او نشان دادن اهمیت حفظ محیط‌زیست به کمک پدیده‌های عینی مانند زباله، دود و درخت بوده است.

منابع

- آقابابایی، احسان؛ ویسی، رحمان؛ ژیانپور، مهدی؛ خادم‌الفقرايي، مهنوش (۱۳۹۵). گفتمان‌های حاکم بر نظام نشانه‌شناختی تابلوهای شهری (مطالعه موردی: تابلوهای شهرداری بین سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ در شهر اصفهان). *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۲(۴۴)، ۹۹-۱۱۸.
- بصائری، سلمان؛ خزائی، محمد (۱۳۹۲). جلوه‌های استعاره در نظام نشانه‌ای دیداری پوسترهای عاشورایی. *تقد ادبی*، ۶(۲۲)، ۴۹-۶۵.
- پورابراهیم، شیرین (۱۳۹۳). بررسی استعاره‌های تصویری-کلامی در چند پوستر مناسبتی زبان فارسی. *پژوهش‌های زبان‌شناسی*، ۶(۱)، ۱۹-۳۵.

- پورابراهیم، شیرین (۱۳۹۵). نقش استعاره تصویری در تحلیل انتقادی کلام: مطالعه کاریکاتورهای سیاسی. پژوهش‌های زبان‌شناسی، ۸(۱)، ۳۷-۵۲.
- جولایی، کامیار؛ همتی، طاهره (۱۳۹۶). استعاره‌ها و مجازهای مفهومی در تبلیغات رسانه ملی؛ رویکردی شناختی و پیکره‌بنیاد. پژوهش‌های ارتباطی، ۲۴(۹۲)، ۵۵-۷۱.
- رضایی، فاطمه (۱۳۹۵). بررسی استعاره‌های کلامی و غیرکلامی در پوستره‌های مذهبی و ملی براساس رویکرد شناختی فورسویل. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی، دانشگاه شهید باهنر کرمان.
- غیاثیان، مریم سادات؛ نندحسینی، مینا؛ زندی، بهمن؛ احمدخانی، محمدرضا (۱۳۹۷). خوانشی بر استعاره‌های تصویری روزنامه همشهری در بحران‌های زیست‌محیطی کلانشهر تهران. مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم/انسانی، ۱۰(۴)، ۱۶۹-۱۹۵.
- منفرد، نرجس؛ حق‌بین، فریده (۱۳۹۳). سازوکار معناپردازی رنگ در بیلبوردهای تجاری شهر تهران: مطالعه موردی بیلبوردهای تجاری شرکت بیمه معلم، پودر تاژ و اسنک چی توز. مطالعات زبان‌ها و گویش‌های غرب ایران، ۲(۵)، ۶۱-۸۴.
- منفرد، نرجس؛ حق‌بین، فریده (۱۳۹۸). بازنشانه‌سازی بافت موقعیت در رسانه محیطی آگهی‌نماها (بررسی موردی شهر تهران). زبان‌شناسی اجتماعی، ۲(۸)، ۱۰۱-۱۱۸.

References

- Aqababae, E., Veisi, R., Zhianpoor, M., & Khadem alfoghare, M. (2016). Predominant discourses on the semiotics system of urban billboards: A (case study: Municipal billboards (2010-2012) in Isfahan). *Cultural Studies & Communication*, 12(44), 99-118 (In Persian)
- Basaeri S., & Khazaei, M. (2013). Study of the metaphor displaying in the system of visual sign of the posters describing Ashoura'a. *Literary Criticism*, 6(22), 49-65 (In Persian).
- Edwards, J.L. & Winkler, C.K. (1997). Representative form and the visual ideograph: The Iwo Jima image in editorial cartoons. *Quarterly Journal of Speech*, 83(3), 289-310.
- Forceville, C. (1996). *Pictorial metaphor in advertising*. London/New York: Routledge.
- Forceville, C. (2002). The identification of target and source in pictorial metaphors. *Journal of Pragmatics*, 34(1), 1-14.
- Forceville, C. (2005). When is something a pictorial metaphor? [Lecture 2 in eight-lecture Course in Pictorial and Multimodal metaphor]. <http://www.chass.utoronto.ca/epc/srb/cyber/cforcevilleout.html>.
- Forceville, C. (2006). Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: agendas for research. In G. Kristiansen, M. Achard, R. Dirven, & F. Ruiz de Mendoza Ibáñez (Eds.), *Cognitive Linguistics: Current Applications and Future Perspectives* (pp. 379-402). Berlin and New York: Mouton de Gruyter.
- Forceville, C. (2007). Multimodal metaphor in ten Dutch TV commercials. *Public Journal of Semiotics*, 1(1), 19-51.

- Forceville, C. (2008). Metaphors in pictures and multimodal representations. In R.W. Jr. Gibbs (Ed.), *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought* (pp. 462-482). Cambridge: Cambridge University Press.
- Forceville, C. (2009). Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research. In C.J. Forceville & E. Urios-Aparisi (Eds.), *Multimodal Metaphor* (pp. 19-42). London: Mouton de Gruyter.
- Forceville, C., & Urios-Aparisi, E. (2009). Introduction. In C. Forceville, & E. Urios-Aparisi (Eds.), *Multimodal metaphor* (pp. 3-17). Berlin and New York: Mouton de Gruyter.
- Ghiasian, M., Vandhosseini, M., Zandi, B., & Ahmadkhani, M. (2018). A read into the pictorial metaphors of Hamshahri newspaper in the environmental crisis of Tehran metropolis. *Interdisciplinary Studies in the Humanities*, 10(4), 169-195 (In Persian).
- Hagbin, F., & Monfared, N. (2019). Resemiotisation of the context of situation in Ambient billboards (A case study of Tehran). *Journal of Sociolinguistics*, 2(4), 101-118 (In Persian).
- Joulaei, K., & Hemati, T. (2018). Conceptual metaphors and tropes in the national media advertising; A cognitive and figurative approach. *Communication Research*, 24(92), 55-71 (In Persian).
- Kövecses, Z. (2002). *Metaphor: A practical introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (2010). *Metaphor: A Practical introduction* (2nd ed.). New York: Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (2018). Metaphor in media language and cognition: A perspective from conceptual metaphor theory. In *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*. Warsaw: De Gruyter Open, 3(1), (124-141).
- Lakoff, G. (1993). The contemporary theory of metaphor. In A. Ortony (Ed.), *Metaphor and Thought* (pp. 202-251). New York: Cambridge University Press.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1999). *Philosophy in the flesh: The embodied mind and its challenge to Western thought*. New York: Basic Books.
- Monfared, N., & Hagbin, F. (2014). The mechanisms of color meaning-making in Tehran's commercial billboards: Case study of Moallem Insurance, Taj Washing Powder and Cheetooz Snack Commercial Billboards. *Journal of Western Iranian Languages and Dialects*, 2(5), 61-84 (In Persian).
- Musolff, A. (2004). *Metaphor and political discourse: Analogical reasoning in debates about Europe*. New York: Palgrave Macmillan.
- Nabeshima, K.J. (2017). Domains in cognitive metaphor theory and metaphor processing. *International Journal of Computational Linguistics Research*, 8(3), 123-131.
- Ojha, A. (2013). An experimental study on visual metaphor. Ph.D. Thesis in Cognitive Sciences, International Institute of Information Technology, Hyderabad, India.
- Pourebrahim, S. (2015). A study of verbo-pictorial metaphors in some persian informative posters. *Journal of Researches in Linguistics*, 6(11), 19-35 (In Persian).

- Pourebrahim, S. (2017). Metaphorical realization of ideology in political caricatures: The role of pictorial metaphors in critical discourse analysis. *Journal of Researches in Linguistics*, 8(1), 37-52 (In Persian).
- Rezaei, F. (2017). *A study on verbal and non-verbal metaphors in religious and national posters based on Forceville's cognitive framework*. M.A. Thesis in Linguistics, Shahid Bahonar University of Kerman (In Persian).

Archive of SID