

گفتمان‌های حاکم بر نظام نشانه‌شناختی تابلوهای شهری (مطالعه‌ی موردی: تابلوهای شهرداری بین سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ در شهر اصفهان)^۱

احسان آقابابایی^۲، رحمان ویسی^۳، مهدی ژیانپور^۴، مهوش خادم‌الفقرايي^۵

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۱/۲۹ تاریخ تایید: ۹۵/۱/۲۱

چکیده

زندگی شهری آکنده از تابلوها، طرح‌ها و تصاویر متعدد تبلیغاتی است که از سوی سازمان‌های دولتی و خصوصی، فضای شهری را اشباع کرده‌اند. در این میان، شهرداری‌ها نیز با هدف توسعه‌ی فرهنگ شهروندی، تابلوهایی را در سطح شهرها در معرض دید عموم قرار می‌دهند. هدف مقاله‌ی حاضر این است که تابلوهای تبلیغاتی شهرداری اصفهان در بین سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ را تحلیل نموده و نوع گفتمان‌های حاکم بر روابط نشانه‌ای این تابلوها را تفسیر نماید. برای نیل به هدف فوق‌الذکر، روش «تحلیل نشانه‌شناسی شناختی» متعلق به پارادایم تفسیری به عنوان ابزار نظری و روشی مورد استفاده قرار گرفت و از بین ۱۴۰ طرح سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰، ۲۷ طرح وارد حجم نمونه شدند. بعد از تضمین اعتبار کار، طرح‌ها مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان می‌دهند که پنج گفتمان قانون‌مداری، گفتمان همذات‌پنداری، گفتمان هشدار، گفتمان پیام-زیباشناسی و گفتمان پیام‌محورانه بر نظام نشانه‌ای تابلوهای شهری حاکم هستند. در حالی که در سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ گفتمان پیام-زیباشناسی عمومیت بیشتری دارد؛ در سال ۱۳۹۰ گفتمان همذات‌پنداری بیشتری وجود دارد و تحولی گفتمانی به وقوع می‌پیوندد که از پیام صرف، تصاویر خشن، معانی منفی و هشدارآمیز به سوی تبلیغاتی در راستای ایجاد همدلی، همذات‌پنداری و همراه با شگردهای هنری حرکت می‌کند.

واژگان کلیدی: گفتمان، نشانه‌شناسی شناختی، تابلوهای شهری، شهرداری اصفهان.

۱- این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی «تحلیل محتوای آموزش‌های ارائه شده (فراگیر و نظام‌مند) توسط کمیته‌ی شهروندی شهرداری اصفهان» است که توسط گروه مطالعات شهری جهاد دانشگاهی واحد اصفهان (fec.es@acecr.ac.ir) اجرا شده است.

۲- استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.

ehsan_aqababae@yahoo.com

veisirahman@yahoo.com

۳- استادیار، گروه زبان‌شناسی و زبان انگلیسی، دانشگاه کردستان، سنندج.

۴- دکترای جامعه‌شناسی، استادیار پژوهش، گروه مطالعات اجتماعی - فرهنگی شهر، جهاد دانشگاهی واحد اصفهان.

zhianpourmehdi@yahoo.com

mahvash_khadem@yahoo.com

۵- کارشناس ارشد جامعه‌شناسی.

مقدمه

امروزه تصویر، کل فضای اجتماع را در بر گرفته‌اند. نمایش گسترده‌ی فیلم‌های سینمایی و سریال‌های تلویزیونی به جزء لاینفکی از زندگی مبدل شده است. مردم از دوربین‌های خانگی برای ضبط لحظات زندگی استفاده می‌کنند و آن را بارها و بارها تماشا می‌نمایند. تابلوهای بزرگ تبلیغاتی بر سر در مغازه‌ها و حاشیه‌ی میدان‌ها دیده می‌شوند. بدین‌سان تصویر، به اندازه‌ی زندگی اجتماعی افراد را اشباع کرده‌اند که برخی از نظریه‌پردازان بر این باورند که متن‌ها و نشانه‌ها، جهان‌های اجتماعی و از جمله زندگی شهری، که مردم در آن زیست می‌کنند را نظم داده و می‌سازند (هال و دیگران، ۲۰۰۳: ۱۴۱). بخشی از این تصاویر تولیدی سازمان‌هایی است که برای اهداف خود از تبلیغات شهری استفاده می‌کنند. شرکت‌های تجاری، سازمان‌های دولتی و خصوصی نمونه‌ای از این دست هستند. در این میان، در طول سالین گذشته، شهرداری‌ها تابلوهایی برای تغییر در الگوهای شهرنشینی اجرا و نصب کرده‌اند. شهرداری شهر اصفهان نیز از این قاعده مستثنی نیست و مجری تبلیغاتی وابسته به آن یعنی «کمیته فرهنگ شهروندی» که خود را «متولی اصلی تحقق فرهنگ شهروندی در جامعه شهری اصفهان» (به نقل از سایت کمیته فرهنگ شهروندی) می‌داند برای «اصلاح ارتباط شهروندان با محیط شهر» و «اصلاح ارتباط شهروندان با یکدیگر» از تابلوهای تبلیغاتی شهری بهره برده است. نظام نشانه‌شناختی این تابلوهای تبلیغاتی، مملو از گفتمان‌هایی است که سعی دارند مخاطبان را متوجه مسائل شهری کنند. هدف مقاله‌ی حاضر آن است که تابلوهای تبلیغاتی شهرداری اصفهان در بین سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ را تحلیل نموده و نوع گفتمان‌های حاکم بر روابط نشانه‌ای این تابلوها را تفسیر نماید.

پیشینه موضوع

نشانه‌شناسی

«فردینان سوسور» ظهور نشانه‌شناسی را پیشگویی کرد و آن را علم مطالعه‌ی نقش نشانه‌ها در زندگی اجتماعی دانست. هم‌زمان با وی، «چارلز سندرس پیرس» اصطلاح نشانه‌شناسی را از «جان لاک» به عاریه گرفت و نشانه را «هر چیزی که به چیز دیگری اشاره کند» تعریف کرد و سه نوع نشانه به نام‌های شمایل، نمایه و نماد را از هم جدا نمود (سجودی، ۱۳۸۳: ۳۰).

یکی از مباحث مهم در نشانه‌شناسی، مفاهیم محورهای همنشینی و جاننشینی و رابطه‌ی استعاره و مجاز با این دو مفهوم است. «یاکوبسن» اولین کسی است که این مباحث را در رابطه با پدیده‌های زبانشناختی و پدیدارهای هنری و زیباشناختی به کار گرفت. به باور وی، هر کلام

(و هر نظام نشانه‌شناختی) در دو محور جانشینی و همنشینی ادامه می‌یابد. محور جانشینی، محوری است که در آن تمام واژه‌ها و نشانه‌هایی که می‌توانند بالقوه به جای یکدیگر به کار روند، قرار دارند. محور جانشینی در واقع شامل تمام گزینه‌ها و عناصر مشابهی است که فرد می‌تواند از میان آن‌ها یکی را انتخاب کند و بقیه را انتخاب نکند. محور همنشینی به سطح زبان و نشانه‌ها اشاره دارد. یعنی آن نشانه‌هایی که می‌توانند در کنار یکدیگر قرار بگیرند و ساخت نشانه‌شناختی معناداری را بسازد (یاکوبسن و دیگران، ۱۳۸۶: ۳۸). یاکوبسن معتقد است که هر فرد با استفاده خاص خود از این دو شیوه استعاری و مجازی و با نوع انتخاب خود در رابطه‌ها (مشابهت و مجاورت) در یک ارتباط نشانه‌شناختی خاص، نشان می‌دهد که چه گرایش‌ها، مضامین و اهدافی در سر داشته است. یعنی، سبک ذهنی افراد و نوع ایدئولوژی خاص آن‌ها با تحلیل این دو محور خاص و این دو شیوه استعاری - مجازی مشخص می‌شود (همان: ۴۲؛ هاوکس^۱، ۱۹۹۲: ۷۸-۷۷).

اما این رولان بارت بود که به رابطه عمیق بر ساخت‌های نشانه‌شناختی و پدیدار ایدئولوژی دقت کرد. او ابژه‌های جهان اجتماع را در یک نظام نشانه‌شناختی جای داده و آن را در ارتباط با گفتمان ایدئولوژیک تفسیر می‌کند. به عنوان مثال به نظر او لباس‌ها نیز در دو سطح همنشینی و جانشینی در کنار هم قرار می‌گیرند. یعنی، بعضی از لباس‌ها به حکم مشابهت می‌توانند به جای همدیگر قرار بگیرند و بعضی دیگر به حکم مجاورت می‌توانند با همدیگر پوشیده شوند. او همچنین در تحلیل دستور غذا و دیگر کالاهای فرهنگی مانند عکس و تبلیغات به همین سیاق عمل می‌کند و سعی می‌کند با در نظر گرفتن آن‌ها به مثابه دال و مدلول، تحلیلی نشانه‌شناختی از آن‌ها ارائه دهد. او در تحلیل عکس‌های تبلیغاتی غیر از روش سوسوری به روش یلمزلفی هم روی آورد و نشانه‌های تصویری را به دو بخش نشانه مصداقی^۲ و نشانه ضمنی^۳ تقسیم کرد و بر این اساس مفهوم ایدئولوژی را وارد نشانه‌شناسی تصویر نمود (بارت، ۱۳۸۹؛ سیلورمن^۴، ۱۹۸۳: ۲۷). وقتی که یک دال مصداقی با یک مدلول مصداقی ترکیب می‌شود، یک نشانه مصداقی را می‌سازند که در مرحله بعد خود این نشانه مصداقی به عنوان یک دال ضمنی ظاهر می‌شود که با معنا و محتوایی ایدئولوژیک یعنی، مدلول ضمنی، ترکیب شده و نشانه ضمنی را می‌سازد (همان: ۲۶). نشانه ضمنی شامل یک نشانه مصداقی در نقش دال ضمنی و معنایی اضافی در نقش مدلول ضمنی است که با نوعی ایدئولوژی طبقه خاص

1- Hawks

2- denotative sign

3- connotative sign

4- Silverman

اجتماعی گره خورده است. ایدئولوژی‌ها، دال‌ها را برای اهداف خود مبنی بر بیان ارزش‌های‌شان به کار می‌گیرند (همان: ۲۷).

نشانه‌شناسی شناختی

نشانه‌شناسی شناختی به مباحث اصلی نشانه‌شناسی، پدیده ذهن و شناخت را نیز افزود و بسیاری از مرزهای مرسوم میان زبان و نظام‌های نشانه‌شناختی اولیه (زبان روزمره) و نظام‌های نشانه‌شناختی ثانویه (زبان هنر) را بی‌اعتبار نمود. از نظر نشانه‌شناسی شناختی هر نظام نشانه‌شناختی از ریشه‌های بوطیقایی و هنری نشأت می‌گیرد. یعنی، همان گونه که زبان ادبی از مجموعه‌ای مجازهای بیانی چون استعاره و مجاز نشأت گرفته است، زبان روزمره و غیر ادبی نیز از همین مجازها ریشه گرفته و این مجازها هستند که زبان روزمره را شکل می‌دهند. این ادعا تا بدانجا پیشرفت که زبان هنری و مجازی مقدم بر زبان روزمره قلمداد شد (ترنر^۱، ۱۹۹۶؛ فریمن^۲، ۲۰۰۶؛ فوکونیه^۳، ۲۰۰۷؛ لیکاف^۴، ۲۰۰۳). از نظر فوکونیه نه تنها زبان، بلکه اعمال، افکار و احساسات ما نیز بر اساس فرایندهایی تکوین می‌یابد که با فرایندهای تکوین آثار هنری تفاوتی ماهوی ندارند. فرایندهای نگاشت^۵ و ادغام^۶ که عاملان اصلی استعاره‌سازی و ساختن مجاز هستند در شکل‌دهی به رفتارها و افکار ما و همچنین آثار متفاوت فرهنگی دخیل هستند. زبان، ذهن، تصویر و واقعیت شبیه حلقه‌های به هم پیوسته عمل می‌کنند و بر اساس فرایندهای شناختی با هم ادغام شده و صورت بوطیقایی و نشانه‌شناختی خاصی را پدید می‌آورند.

علوم شناختی، رویکرد جدیدی از استعاره و مجاز را به نشانه‌شناسی معرفی کرد که ارائه‌ی دقیق این صورتبندی نو می‌تواند سایر دست‌آوردهای این رویکرد را به صورت ضمنی نشان دهد. لیکاف و جانسون^۷ (۲۰۰۳) در کتاب خود با نام «استعاره‌هایی که با آن‌ها زندگی می‌کنیم»، غلبه و کثرت استعاره‌ها را در نظام زبان و ذهن ما نشان دادند و استعاره را از مواردی دانستند که نوع ذهن و زبان ما را شکل می‌دهد. به نظر آن‌ها استعاره در واقع فهم و تجربه یک چیز بواسطه چیز دیگری است (همان: ۵). هر فرد یک چیز را توسط چیزی دیگر، یا تصویری را با تصویری دیگر یا مفهومی را با مفهومی دیگر درک می‌کند. این پدیده که ادراک ما بر آن

1- Turner

2- Freeman

3- Fauconnier

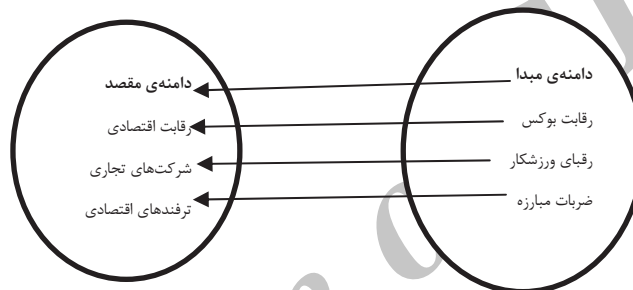
4- Lakoff

5- mapping

6- blending

7- Johnsen

مبتنی است، همان استعاره است. استعاره امری است که بین دو حوزه ذهنی اتفاق می‌افتد که این دو حوزه ذهنی می‌توانند در بردارنده دو شی یا دو تصویر یا دو مفهوم باشند. این دو حوزه توسط فرایند نگاشت یا ادغام با هم ترکیب شده و از ترکیب آن‌ها فضایی استعاری شکل می‌گیرد. یکی از حوزه‌های ذهنی «دامنه‌ی مبدا» و حوزه‌ی ثانوی «دامنه‌ی مقصد» نام دارد. برای مثال در عبارت (سونی سامسونگ را ناک اوت کرد) استعاره‌ی «رقابت اقتصادی ورزش بوکس است» استفاده شده است. در این استعاره ورزش بوکس دامنه‌ی مبدا بوده و به عنوان مبنایی استعاری برای مفهوم پردازی و تصویرگری دامنه‌ی مقصد رقابت اقتصادی استفاده شده است. در این حالت عناصر مفهومی این دو دامنه با هم ترکیب شده و ساختی استعاری را بر می‌سازند. در شکل ۱ مربوط به انطباق استعاری بین این دو حوزه را می‌بینیم.

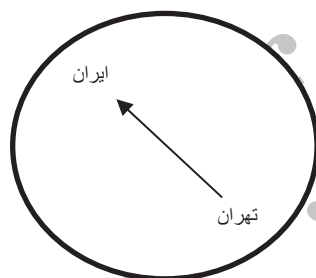


شکل شماره ۱: انطباق استعاری

در استعاره‌های تصویری نیز به همین شیوه یکی از تصاویر دامنه‌ی مبدا پنداشته شده، و برای مفهوم پردازی و تصویرگری یک ایده یا تصور دیگری (دامنه مقصد) مورد استفاده قرار می‌گیرد (فورسفیل، ۲۰۰۲). این استعاره می‌تواند طی مکانیسم ادغام در ذهن انسان با دیدن یک مجسمه، یک تابلو و یا یک جمله شکل بگیرد. تمام فرایند ادغام و نگاشت در ذهن انسان اتفاق می‌افتد، لذا استعاره به شدت گره خورده به ذهن و مدل‌های فرهنگی انسان است (لیکاف، ۲۰۰۳؛ فوکونیه، ۱۹۹۷). این فرایند در فیلم‌های تلویزیونی، تابلوهای تبلیغاتی، شعر و متون علمی نیز اتفاق می‌افتد (استاکول^۱، ۲۰۰۲؛ برون^۲، ۲۰۰۹؛ گیوینس^۳، ۲۰۰۳). البته باید توجه داشت که ادراک یا تکوین استعاره‌ها به شدت وابسته به الگوهای فرهنگی، روایت‌های عامیانه و حافظه تاریخی مخاطبان استعاره است و اگر این الگوها در نظر گرفته نشود استعاره‌ها و مجازها غیرقابل فهم خواهند بود (هیراگا^۴، ۱۹۹۹).

1- Stockwell
2- Brone
3- Gavins
4- Hiraga

«مجاز» از دیگر مباحث مطرح شده در علوم شناختی است. لیکاف، مجاز را محصول استفاده از یک شی به جای شی دیگری می‌داند که به آن مرتبط است. از جمله مجاز «جزء به کل» که در آن ما بخشی از یک شی یا تصویر را به جای کل شی یا تصویر به کار می‌گیریم (لیکاف و جانسون، ۲۰۰۳: ۳۵). فرایند مجاز هم، فرایندی شناختی است و در ذهن فرد اتفاق می‌افتد. در زبانشناسی شناختی عنصری که به عنوان مبنایی برای ارجاع دادن استفاده می‌شود «محمل^۱» نامیده شده و عنصر دیگر را «مقصد^۲» گویند. برای مثال در جمله‌ی «تهران با مسکو دیدار کرد»، تهران محمل بوده و ایران مقصد است. تفاوت مجاز با استعاره در این است که در مجاز یک فضای ذهنی و دو عنصر متعلق به آن وجود دارد، در حالی که در استعاره دو فضای ذهنی متفاوت و دو عنصر متفاوت دخیل هستند (کرافت ۲۰۰۳: ۲۸). شکل ۲ مربوط به مجاز شناختی است.



شکل شماره ۲: مجاز تهران از ایران

بنابراین می‌توان گفت هیچ اثری مستقیماً پیام خود را به مخاطب ارایه نمی‌دهد بلکه با زبانی بوطیقای و تحت تأثیر فرایندهای پیچیده شناختی از جمله انواع نگاشت‌ها و استعاره‌سازی‌ها و دیگر مجازها خود را به ذهن مخاطب تحمیل می‌کند و با فعال کردن الگوهای خاص فرهنگی در ذهن مخاطب معنایی را تولید می‌کند. رابطه‌ی ذهن، نشانه و واقعیت بیرونی در این رویکرد اصلی‌ترین عامل تکوین معنای هر پدیدار نشانه‌شناختی است. یعنی در بررسی و تحلیل نشانه‌شناختی یک پدیده، باید تعامل آن پدیده با جهان بیرونی، ذهن و الگوهای فرهنگی و همچنین نوع بافت بوطیقای آن بررسی شود تا به بهترین شیوه معنای فرهنگی موجود در آن پدیده تبیین شود و علایق پنهانی و رویه‌های گفتمانی خاص حاکم بر تولید پدیده‌های نشانه‌شناختی روشن گردد. بر این اساس چارچوب مفهومی مورد استفاده در این تحقیق به صورت زیر است:

- 1- vehicle
- 2- target

جدول شماره ۱: چارچوب مفهومی

مفهوم	توضیح
استعاره	تعریف: امری است که بین دو حوزه‌ی ذهنی اتفاق می‌افتد. این دو حوزه می‌توانند در بردارنده دو شی، دو تصویر یا دو مفهوم باشند.
	دامنه‌ی مبدا: عنصر بنیادی است که مانند اساسی برای مفهوم پردازشی عنصری دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرد.
	دامنه‌ی مقصد: عنصری که توسط عنصری مبنایی‌تر به صورتی استعاری مفهوم‌پردازی می‌شود.
مجاز	تعریف: فرایندی شناختی است که در آن دو عنصر مرتبط و متعلق به یک فضای ذهنی با هم انطباقی شناختی پیدا می‌کنند.
	محمل: عنصری که به عنوان مبنایی برای ارجاع دادن مورد استفاده قرار می‌گیرد.
	مقصد: عنصری است که ارجاع دادن به آن توسط عنصری دیگر در یک فضای ذهنی یکسان به واسطه‌ی نوعی ارتباط ممکن می‌شود.

روش‌شناسی تحقیق

روش مورد استفاده در مقاله حاضر «نشانه‌شناسی شناختی» است. این روش به پارادایم تفسیری تعلق دارد و درصدد است که با کشف روابط اجزای یک متن مثل عکس، نقاشی، تابلو و... روابط ساختاری حاکم بر این اجزا را کشف نماید.

جامعه‌ی آماری

جامعه آماری این مقاله، کل تابلوهای شهرداری در یک فاصله‌ی زمانی است. این تابلوها شامل تک‌پایه‌ها، پشت‌تابلوها و تابلوهای ایستگاه ۱۴۰ مورد است که از ابتدای فروردین ۱۳۸۸ تا انتهای اسفند ۱۳۹۰ از سوی شهرداری در شهر اصفهان نصب شده است.

حجم نمونه و شیوه نمونه‌گیری

شیوه‌ی نمونه‌گیری تابلوها، از نوع هدفمند است. این اهداف مشتمل بر زمان نصب، سبک و محتوای طرح هستند. بدین قرار که هر سال به سه قسمت آغاز، میانه و پایان دوره تقسیم شده و برای هر نوع طرح، سه نمونه از هر سال انتخاب گردیده است. در هر دوره، طرحی انتخاب شده است که به لحاظ سبک و محتوا، متداول‌ترین طرح دوره‌ی خود است. از این رو مجموعاً ۲۷ طرح به عنوان مورد تحلیل وارد حجم نمونه شده‌اند.

اعتبار تحقیق

اعتبار یافته‌ها از دو طریق تضمین شده است. اولین ابزار مورد نظر در تحلیل‌های نشانه‌شناختی این مقاله، مفاهیم و چارچوب‌های نظری نشانه‌شناسی شناختی است. برای مثال محققان در این تحقیق با یافتن حوزه‌های مبدا و مقصد در استعاره‌های تصویری و استخراج انطباق‌های موجود بین دو حوزه به تحلیل تصاویر نمادین تابلوها پرداختند. چون دو حوزه‌ی مبدأ و مقصد در عمده‌ی تابلوها وجود داشتند، لذا در این موارد تحلیل‌ها کاملاً سراسر است، بدون ابهام و فراسلیقه‌ای هستند. اما در مواردی که نمادهای تصویری در تابلوها فقط حوزه‌ی مبدأ را نشان می‌دادند، و مستقیماً به حوزه‌ی مقصد اشاره نمی‌کردند به دانش فرهنگی و شمّ نشانه‌شناختی تحلیل‌گر رجوع شد. به دانش فرهنگی موجود در ذهن افراد متعلق به یک فرهنگ، شم ارتباطی یا توانش ارتباطی می‌گویند. در دانش نشانه‌شناختی این نکته بدیهی فرض می‌شود که نشانه‌های تصویری معنای فرهنگی دارند و این معنا عمدتاً بر اساس الگوها و چارچوب‌های شناختی مخاطب شکل می‌گیرد. دانش فرهنگی موجود در ذهن مخاطب تابلو، در ارتباط با نمادهای تصویری موجود در تابلو تعامل کرده و معنای تابلو پدیدار می‌شود. از این رو می‌توان تا اندازه‌ی زیادی نتایج را معتبر دانست.

یافته‌های تحقیق

به طور کلی پنج گفتمان قانون‌مداری، گفتمان همذات‌پنداری، گفتمان هشدار، گفتمان پیام-زیباشناسی و گفتمان پیام محورانه در طرح‌ها قابل شناسایی است. این گفتمان‌ها محصول نوعی ترکیب نشانه‌شناختی هستند که بر اساس تمهیدات استعاری-مجازی و گزاره‌های زبانی ایجاد می‌شوند. به عبارت دیگر، هر گفتمان از ترکیب برخی تصاویر و عبارات زبانی هماهنگ پدید می‌آید. هر گفتمان در نهایت برساختی نشانه‌شناختی را می‌سازد که مخاطبان خود را در راستای خاصی هدایت می‌کند و حاوی نوعی پیام است. در ادامه هر کدام از این گفتمان‌ها را تبیین خواهیم کرد.

گفتمان قانون‌مداری

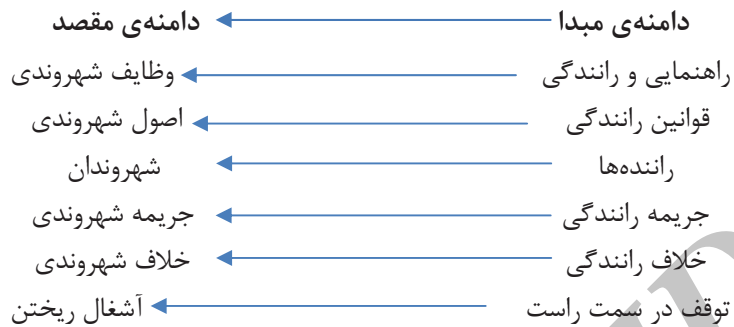
گفتمان قانون‌مداری در تابلوهایی وجود دارد که وظایف شهروندی را به صورت قوانین شهری و ترافیکی بازنمایی می‌کند. در این گفتمان اغوا یا تهدیدی در کار نیست، بلکه تنها رعایت قانون تبلیغ می‌شود که باعث برقراری نظم در زندگی شهری خواهد شد.

نمونه: در بالای تصویر کادری با رنگ قرمز قرار دارد که با خط سفید در آن این عبارت نوشته شده است: «احتمال توقف این راننده در» و در پایین تابلو دوباره در کادری با رنگ قرمز این

عبارت نوشته شده است: «راستگرد خیابان زیاد است». در وسط تابلو فردی سوار بر یک ماشین از قسمت چپ ماشین، آشغالی را بیرون می‌ریزد. رنگ ماشین سیاه است و چراغ‌های عقبی آن قرمز رنگ‌اند. لازم به ذکر است که این تصویر برگرفته از شمایل‌های موجود در کتاب‌های راهنمایی و رانندگی است. در این تابلو فضای راهنمایی و رانندگی و مفهوم قانونمندی راننده‌ها و جرم به صورتی استعاری فضای شهروندی، قانون‌مداری شهروندی و جرائم شهروندی را باز می‌نمایاند. همانگونه که مخاطبان کتاب‌های راهنمایی و رانندگی، راننده‌هایی هستند که باید از قوانین راهنمایی و رانندگی تبعیت کنند، این تصویر نیز به صورتی ضمنی فضای شهروندی را مانند فضای راهنمایی و رانندگی، محصول قانون‌مداری شهروندان می‌داند. لذا فضای راهنمایی و رانندگی، استعاره‌ای از فضای شهروندی است. راننده استعاره‌ای از شهروند است، قانون راهنمایی و رانندگی با قانون شهروندی انطباق یافته و جرم راننده‌ها با جرم شهروندان انطباق می‌یابد. بدین‌گونه که چنانکه توقف در راستگرد خیابان بر اساس قانون‌های راهنمایی و رانندگی برای یک راننده ممنوع است، به همانگونه ریختن آشغال به بیرون، بر اساس قوانین شهروندی نیز ممنوع است. همانگونه که اطاعت از قوانین ترافیک واجب است، قوانین شهروندی نیز اطاعت‌شان برای نظم شهر واجب است. نگاشت استعاری فضای راهنمایی و رانندگی به فضای شهروندی را در زیر مشاهده می‌کنیم.



شکل شماره ۳: گفتمان قانون‌مداری



نگاشت فوق استعاری تصویرای را می‌سازد که در آن تصویری پدیدار می‌شود که حاوی ویژگی‌های ترکیبی از حوزه‌ی رانندگی و تصاویر ایده‌هایی از حوزه‌ی شهروندی است. از نمودار بالا می‌توان رابطه‌ی استعاری آشغال ریختن به عنوان یک خلاف شهروندی را با توقف در راستگرد به عنوان خلاف ترافیکی به صورتی استعاری استنباط کرد. در این نمودار کل فضای راهنمایی رانندگی، طی نگاشتی استعاری به فضای شهروندی فرافکنی شده است. شهروند به عنوان یک راننده و خلاف شهروندی که همان آشغال ریختن است به عنوان خلافی ترافیکی، استنباط می‌شود و همچنین همانگونه که یک راننده‌ی متخلف باید جریمه شود یک شهروند متخلف نیز باید جریمه شود و این نکته آخری ضمن استعاری تابلوی فوق است. همچنین تابلوی مورد نظر، یک ساخت ساده‌ی استعاری بسیار تأمل برانگیز و منسجم دارد و دارای ضمن‌های استعاری متعددی است که در ذهن مخاطب تابلو ساخته می‌شود که عبارتند از:

- کسی که قوانین شهروندی را رعایت نمی‌کند، قوانین راهنمایی و رانندگی را نیز رعایت نمی‌کند.

- قوانین شهروندی نیز مانند قوانین ترافیکی لازم‌الاجرا هستند.

- همانگونه که اطاعت نکردن قوانین ترافیکی می‌تواند خطرناک باشد رعایت نکردن قوانین شهروندی نیز خطرناک است.

این استعاره کمک می‌کند که مخاطب تابلوی شهروندی را به مثابه قانون‌مداری و نظم و ضرورتی اجتناب‌ناپذیر درک کند، بدون اینکه مثل تابلوهای قبلی کمیت زیادی از تهدید و ارباب و اخطار را در خود داشته باشد. یعنی ترویج قانونمندی و نظم بدون تهدید و ارباب. گفتمان حاکم بر این گونه از تصاویر مبتنی بر گزاره‌ها و تصاویری است که مفهوم قانون‌مداری و نظم را تداعی می‌کنند. این قانون‌گرایی بر اساس تبلیغ بدون خشونت و هشدار منتقل می‌شود. لذا ما این گفتمان را گفتمان قانون‌مداری نامیدیم.

گفتمان همذات‌پنداری

گفتمان همذات‌پنداری مبتنی بر یکسان‌انگاری انسان با محیط پیرامون خود شکل می‌گیرد. این گفتمان در تابلوهایی دیده می‌شود که با تکیه بر ایجاد همذات‌پنداری‌های تصویری نوعی حس همدردی را در مخاطب شکل می‌دهد.

نمونه: در طرح مقابل، تصویر حاوی پس‌زمینه‌ای خاکستری است، و مستطیلی زرشکی رنگ به صورت مورب از آن عبور کرده است و بر روی آن این عبارت نگاشته شده است: «چقدر به زیبایی خود اهمیت می‌دهید». در گوشه چپ تصویر، جوانی وجود دارد که صورتش با لکه‌هایی کثیف شده است و با دست چپ به یکی از لکه‌ها بر روی گونه‌اش اشاره می‌کند. شگرد اساسی‌ای که در این طرح به کار رفته است، استفاده از استعاره هستی‌شناختی (تشخیص) است. به این صورت که طی این استعاره شهر تبدیل به انسان شده است. در واقع انسان به عنوان دامنه‌ی مبدا بر شهر به عنوان دامنه‌ی مقصد انطباقی استعاری یافته است. به همین صورت آشغال‌های روی خیابان به صورت لکه‌هایی روی صورت فرد بازنمایی شده است.



شکل شماره ۴: گفتمان همذات‌پنداری

دامنه‌ی مقصد	←	دامنه‌ی مبدا
شهر	←	انسان
آشغال	←	چرک
تمیزی شهر	←	تمیزی انسان
زیبایی شهر	←	زیبایی انسان

بر اساس این نگاه استعاری، نوعی تصویر جاندارپندارانه از شهر پدیدار می‌شود. شهر طی این استعاره‌ای هستی‌شناختی، چون انسان نمودار شده است و آلودگی شهر مثل کثیفی روی گونه

یک فرد بازنمایی شده است.

نکته دیگر در مورد این تابلو، عبارت نگاشته شده درون مستطیل است. در واقع گویی جمله ابتدا این گونه بوده است: چقدر به زیبایی خود اهمیت می‌دهید؟ و سپس کلمه شهر به قبل از خود اضافه شده و شهر جایگزین انسان (خود) شده است. لذا این بازی با کلمات شهر و خود در جمله کاملاً با تصویر استعاری شهر-انسان هماهنگ است. گفتمان این تصویر مبتنی بر نوعی تمهیدات تصویری است که در آن حوزه‌ی ذهنی مربوط به شهر با تصاویر و ایده‌های انسانی آمیخته می‌گردد، و لذا احساسات و امور مربوط به شهر با تصاویر انسانی آمیخته می‌گردد. با توسل به این تصاویر فرد با شهر و مسائل مربوط به آن همذات‌پنداری کرده خود را با آن منطبق می‌کند. ترکیب جمله‌ها و تصاویر یک گفتمان تصویری زبانی می‌سازد که به آن گفتمان همذات‌پنداری می‌گوییم. این تابلو گفتمان خود را بر اساس هشدار یا تهدید قرار نمی‌دهد بلکه با ایجاد همدردی و همذات‌پنداری، مخاطب را با خود همراه می‌کند.

گفتمان هشدار

تابلوهایی که گفتمان هشدار دارند حاوی لحنی تهدیدآمیز بوده، و عمدتاً دارای پیامی بیمناک هستند. انبوهی از استعاره‌های مبتنی بر «خشم» و «خطر» در روابط نشانه‌ای این تابلوها دیده می‌شود.



شکل شماره ۵: گفتمان هشدار

نمونه: تابلوی روبرو دارای پس‌زمینه‌ای سیاه است. در بالای تابلو با خط قرمز این جمله نوشته شده است: «در هنگام رانندگی» و در وسط تابلو، تصویری از یک دست خون‌آلود وجود دارد که موبایل در حال تماسی را رها کرده است. در بالای موبایل کنار جمله «در هنگام رانندگی» تابلویی وجود دارد که خط قرمزی به نشانه ممنوع بودن سخن گفتن با موبایل در آن ترسیم شده است. در پایین آن نوشته شده است: «در هنگام رانندگی موبایل خود را خاموش کنید.»^۱ از در کنار هم قرار گرفتن جمله زبان فارسی و تصویر استفاده از موبایل ممنوع و جمله انگلیسی می‌توان این برداشت را کرد: در هنگام رانندگی موبایل خود را خاموش کنید. این جملات به مخاطب تابلو کمک می‌کند که بتواند استنباط جدیدی داشته باشد: دست خون‌آلود (فرد مرده) کسی است که در هنگام رانندگی با موبایل صحبت می‌کرده است. پس در تابلو نوعی هماهنگی بین جملات و تصویر وجود دارد که کمک می‌کند تا تشخیص دهیم که منظور و هدف تابلو چه بوده است. در این تابلو از صنعت مجاز «جزء به جای کل» استفاده شده است. دست، مجازی از راننده است: یعنی جزء (دست) جانشین یک کل (راننده) شده است. مخاطب با دیدن این جزء، کل را استنباط می‌کند. مجاز دیگر این تابلو خون است. خون مجاز تصادف است. این مجاز مبتنی بر تجانس همراهی دو پدیدار است. اگر تصادف را یک کل در نظر بگیریم، خون جزئی از آن حادثه کلی است. لذا با دیدن خون، معنا و مقصود تصادف هم در ذهن مخاطب تداعی می‌شود. در جدول ۲ مربوط به این تمهیدهای مجازی را در تصویر فوق می‌بینیم:

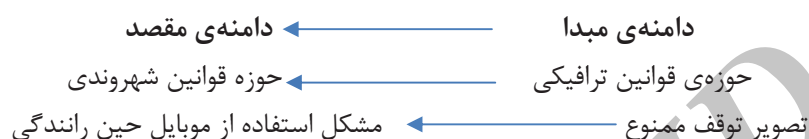
جدول شماره ۲: عناصر نشانه‌ای شکل ۵

عناصر محمل	عناصر مقصد	مجاز تصویری
دست	راننده	دست به جای راننده
خون	تصادف	خون به جای تصادف

سطر بالای تابلو باعث می‌شود که مخاطب دست، خون و موبایل را به این موقعیت گره بزند. در واقع این اطلاعات در ایجاد این انطباق‌های مجازی به بیننده کمک می‌کند. علاوه بر این، نوعی ادغام استعاری بین فضای قانون ترافیکی و فضای قانون شهروندی در این تابلو اتفاق می‌افتد. یعنی تابلوی توقف ممنوع به صورتی استعاری برای ممنوع بودن استفاده از موبایل در حین رانندگی استفاده شده است. در این حالت فضای ذهنی قانون ترافیکی دامنه‌ی مبدا بوده و فضای ذهنی قوانین شهروندی نیز دامنه‌ی مقصد است. از دامنه‌ی مبدا برای تصویرسازی دامنه‌ی مقصد استفاده شده است. به همین دلیل یک تصویر ترافیکی (توقف ممنوع) به جای یک ایده‌ی شهروندی (نباید در حین رانندگی از موبایل استفاده کرد) مورد استفاده قرار گرفته

1- Turn Off Your Mobile While Driving

است. ترکیب شدن این دو حوزه‌ی ذهنی باعث شده است که تصویر مورد نظر ماهیتی ترکیبی داشته باشد، یعنی هم شبیه تابلوی توقف ممنوع باشد و هم حاوی عکس موبایل باشد. این امر به دلیل نگاشت تصویری میان دو دامنه‌ی مبدا و مقصد است. در زیر نمودار مربوط به این نگاشت استعاری را می‌بینیم.



حاصل این نگاشت استعاری یک تصویر است که عناصری بصری را از دامنه‌ی مبدا و مقصد به ارث می‌برد. این طرح نیز حاوی مجازها و استعاره‌های متنوعی است. اما نکته مهم در این تابلو، برجسته کردن خون و مرگ است. با قراردادن خون در وسط تابلو، مفهوم مرگ و تصادف تداعی می‌شود که جو و اتمسفری وحشتناک را بر تابلو تحمیل می‌کند. در واقع تصاویر و پیام‌های موجود در این تصویر حاوی یک هدف گفتمانی است و آن القای نوعی ترس و هشدار در ذهن بیننده است. به همین دلیل ترکیب تصویر و جملات یک گفتمان تصویری-زبانی می‌سازد، که ما به آن گفتمان هشدار می‌گوییم.

گفتمان پیام-زیباشناختی

این گونه از گفتمان‌ها حاوی پیام‌هایی هستند که مستقیماً در تابلو بیان می‌شوند. همچنین از تمهیدات بصری نسبتاً پیچیده‌ای نیز استفاده می‌کنند.

نمونه: تابلوی مقابل دارای پس‌زمینه‌ای سفید است. در بالای تابلو این جمله نگاشته شده: «اکنون زمان نوسازی [با رنگ سفید] بافت فرسوده [با رنگ زرد] است». این جمله در واقع پیام مرکزی تابلو است که سعی می‌کند مخاطب خود را برای نوسازی بافت فرسوده ترغیب کند. اما غیر از بیان مستقیم پیام در تابلو، تمهیداتی بصری نیز به کار رفته است. در مرکز تابلو، یک ساعت شنی قرار دارد. به جای شن در بخش بالایی ساعت شنی، بافت فرسوده قرار دارد که در حال از هم فرو پاشیدن است و به صورت شن به بخش پایینی ساعت شنی فرو می‌ریزد. یک آپارتمان نوساخت در بخش پایینی ساعت شنی قرار دارد. گویی که از شن‌های فرو ریخته‌ی بافت فرسوده یک ساختمان نو ساخته شده است. این طرح مبتنی بر نوعی نگاشت تصویری میان دو ساحت متفاوت زمان (زمان گذشته و زمان حال) و ساختمان (بنای کهنه و بنای نو) است. در واقع همان گونه که می‌دانیم ساعت شنی از دو بخش متقارن درست شده است و هر

بخش می‌تواند به نوبت در بالا و یا پایین قرار گیرد. برای مثال زمانی شن قسمت بالایی (اکنون) به قسمت پایین فرو می‌ریزد و در آنجا انباشته می‌شود. سپس دوباره ساعت برعکس شده و شن (زمان) انباشته شده در پایین و این بار در قسمت بالایی قرار می‌گیرد و به پایین می‌ریزد. لذا همیشه قسمت بالایی با لحظه‌ی اکنون و قسمت پایین می‌تواند بصورت زمان انباشته شده در نظر گرفته شود که به صورت بالقوه زمان آینده را می‌سازد. این زمان آینده بعد از برعکس شدن ساعت تبدیل به زمان اکنون می‌شود. حال این ساحت زمانی دوگانه با دو گونه ساختمان متفاوت منطبق شده‌اند. در واقع قسمت بالایی (اکنون) با ساختمان فرسوده منطبق شده است و قسمت پایینی (آینده بالقوه) با ساختمان تازه ساخت منطبق شده است. زمان (شن) در سطح بالای ساعت شنی به تدریج تمام شده، و سپس به صورت شن‌های توده شده (زمان آینده بعد از برعکس کردن ساعت شنی) در قسمت پایین می‌ریزد، به همان صورت بافت تدریجی نیز چون شن‌هایی ناپایدار از قسمت بالایی ساعت فروریخته و سپس مانند ساختمانی نو در یخس پایین بازسازی می‌شود. لذا می‌توان گفت که این تصویر نیز محصول نگاشتی پیچیده میان زمان اکنون و بافت فرسوده، و زمان آینده و بافت نو هست.



شکل شماره ۶: گفتمان پیام-زیباشناختی

بافت فرسوده و کهنگی در بخش بالایی ساعت شنی قرار دارد که در حال تمام شدن است. یعنی زمان آن در حال تمام شدن است و بافت نو و نو بودن در بخش پایینی ساعت شنی قرار دارد که به زمان آن افزوده می‌شود. پس، بخش بالایی ساعت در حال نابودی و فناست و بخش پایینی به عمر و زمان آن افزوده می‌شود.

نکته‌ی اساسی این است که این روابط پیچیده میان دو ساحت متمایز زمان و ساختمان مبتنی بر یک نگاشت مجازی است. این نگاشت در واقع محصول تجانس میان بافت شهری کهنه و زمان حال و گذشته است، و بافت نو که قرار است در زمان آینده ساخته شود. بر این اساس این مجاز را نمی‌توان مجاز کل و جز دانست، بلکه مجاز مبتنی بر تجانس و همراهی است. این نگاشت مجازی مبتنی بر تجانس نوعی نظام تصویری و ترکیبی را ساخته است. به این شیوه که قسمت مربوط به زمان حال ساعت شنی را با یک بافت فرسوده ترکیب کرده و قسمت مربوط به زمان آینده را با یک بافت نو ترکیب نموده است. در واقع نگاشت مجازی میان مفاهیم ذهنی (زمان حال و بافت کهنه، زمان آینده و یافت نو) و تصاویر آنها شکل نهایی تابلو را بر ساخته است. در جدول ۳ این نگاشت‌های مجازی مبتنی بر تجانس را می‌بینیم. در این جدول دو عنصر محمل و مقصد با هم رابطه متجانس دارند (نه کلی و جزئی)، لذا هر دو همتراز هستند.

جدول شماره ۲ عناصر نشانه‌ای شکل ۶

عنصر محمل	عنصر مقصد	مجاز تصویری
زمان حال	بافت فرسوده	آمیختگی بخش بالایی ساعت شنی و بافت فرسوده
زمان آینده	بافت نو	آمیختگی بخش پایینی ساعت و بافت نو

این گفتمان به صورت مستقیم پیام خود را به صورت یک جمله بیان کرده است، اما برای تاثیر گذاری بیشتر بر مخاطب از یک نگاشت پیچیده‌ی مبتنی بر مجاز تجانس بهره برده است. لذا گفتمان مربوط به این طرح‌ها هم از تمهیدات زیباشناختی و هم از ارائه‌ی مستقیم پیام استفاده می‌کند. به همین دلیل این گفتمان را گفتمان پیام- زیباشناختی نام می‌نهیم.

گفتمان پیام محورانه

منظور از گفتمان پیام‌محورانه، گفتمانی است که بر بیان مستقیم پیام خود (اطلاعاتی مربوط به محیط زیست، قوانین ترافیکی و شهروندی) تکیه دارد. این نوع از تابلوها یا فاقد تمهیدات بصری هستند یا از تمهیدات مجازی بسیار ساده بهره می‌برند.

نمونه: طرح مقابل دارای ساختاری ساده است. تابلو حاوی یک پس‌زمینه سفید است. در حاشیه‌ی بالا و پایین تابلو، رنگ و خطوط موج سبزرنگی قرار دارد؛ و با رنگ آبی در وسط تابلو نوشته شده است: «آیا می‌دانید درختان درجه حرارت محیط را در تابستان ۳ تا ۶ درجه (با رنگ قرمز) کاهش می‌دهند». تمهیدات به کار رفته در این تابلو مربوط به رنگ‌ها است. به عبارت دیگر رنگ‌ها به صورت مجازی (بخشی از یک کل) با عناصری خاص در ارتباط هستند. برای مثال رنگ آبی، به صورت مجازی به آب و خنکی اشاره دارد و رنگ سبز هم به صورت مجازی به درختان اشاره می‌کند. رنگ قرمز که برای نوشتن عبارت مربوط به درجه‌ی گرمای هوا به کار رفته است، به صورت مجازی به گرما و آتش مربوط است. از این رو می‌توان گفت که در تابلوی فوق تنها سه مجاز مبتنی بر رنگ وجود دارد. در جدول ۴ عناصر این مجازها را می‌بینیم:



شکل شماره ۷: گفتمان پیام محورانه

جدول شماره ۴: مجازهای مفهومی در شکل ۷

عناصر محمل	عنصر مقصد	مجاز تصویری
رنگ سبز	درخت	حجم تصویری سبز رنگی با تداعی معنای درخت
رنگ قرمز	آتش و گرما	فونت‌های قرمز رنگ با تداعی معنای گرما
رنگ آبی	آب و خنکی	فونت‌های آبی رنگ با تداعی معنای خنکی

نکته‌ی اساسی در این تابلو این است که تمهیدات به کار رفته در آن بسیار ساده است (تنها سه مجاز رنگی) و ساختار گفتمانی آن در اساس مبتنی بر همان جمله‌ی پیام محورانه است که در

وسط تابلو با فونت بزرگی نوشته شده است. یعنی تابلو بیش از اینکه در صدد برساختن گفتمان پیچیده‌ی زیباشناختی باشد به بیان مستقیم پیام خود اکتفا کرده است. این گفتمان را گفتمان پیام محور تعریف می‌کنیم.

نتیجه‌گیری

هدف این مقاله تفسیر گفتمان‌های حاکم بر روابط نشانه‌ای تابلوهای شهری در شهر اصفهان در طول سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ بود. از بین ۱۴۰ طرح موجود، ۲۷ طرح وارد حجم نمونه شدند و مورد تحلیل قرار گرفتند. روش نشانه‌شناسی شناختی به عنوان راهبر مقاله حاضر مورد استفاده قرار گرفت.

تحلیل‌ها نشان دادند که پنج گفتمان بر این تابلوها حاکم هستند:

گفتمان پیام محورانه: این گفتمان صرفاً اطلاعاتی را درباره‌ی اصول شهروندی و بدون هیچ تضمین زیبایی‌شناختی به مخاطب منتقل و عرضه می‌کند.

گفتمان پیام-زیباشناسی: این گفتمان برای رساندن یک پیام از فنون و تکنیک‌های تبلیغی بهره می‌برد.

گفتمان هشدار: چنین گفتمانی از تهدید و رعب در مجاب کردن شهروندان برای رعایت الزامات شهری استفاده می‌کند.

گفتمان قانون‌مداری: این گفتمان سعی دارد که با تکیه بر قانون، پیامی را به مخاطب منتقل نماید.

گفتمان همذات‌پنداری: چنین گفتمانی با همسان کردن بدن و طبیعت بر مخاطب اثر می‌گذارد.

به لحاظ کمی می‌توان تعداد تابلوهای متأثر از گفتمانهای گوناگون را مجزا کرد. بدین معنا که در سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ پنج مورد از آثار تحت تأثیر گفتمان پیام‌محورانه، نه مورد تحت تأثیر گفتمان پیام - زیباشناسی، پنج مورد تحت تأثیر گفتمان هشدار، یک مورد تحت تأثیر گفتمان قانون‌مداری و هفت مورد تحت تأثیر گفتمان همذات‌پنداری بوده‌اند. این اعداد نشان می‌دهند که گفتمان پیام-زیباشناختی بیشترین و گفتمان قانون‌مداری کمترین تعداد از تابلوها را تحت تأثیر قرار داده‌اند. بنابراین، در حالی که شهر به قانون شهری گره خورده است، گفتمان قانون‌مداری کاربرد چندانی ندارد و تابلوهایی که عناصر زیبایی‌شناختی بر آنها حاکم است، شیوع بیشتری دارند.

علاوه بر این، نتایج نشان می‌دهد که گفتمان غالب بر طرح‌های سال ۱۳۹۰ گفتمان همذات‌پنداری است که پنج مورد را به خود اختصاص داده است. در این سال هیچ اثر از

گفتمان پیام محورانه دیده نمی‌شود و از تعداد تابلوهای دارای گفتمان هشدار نیز نسبت به قبل به شدت کاسته شده است. این امر یک تحول گفتمانی در روابط نشانه‌های تابلوها را نشان می‌دهد؛ تحولی که از پیام صرف، تصاویر خشن، معانی منفی و هشدارآمیز به سوی تبلیغاتی در راستای ایجاد همدلی، همذات‌پنداری و همراه با شگردهای هنری حرکت می‌کند.

Archive of SID

منابع

- بارت، رولان (۱۳۸۹) *اسطوره امروز*، ترجمه‌ی شیرین دخت دقیقیان، تهران: نشر مرکز.
- سجودی، فرزانه (۱۳۸۳) *نشانه‌شناسی کاربردی*، تهران: نشر قصه.
- یاکوبسن، رومن و دیگران (۱۳۸۶) *زبان‌شناسی و نقد ادبی*، ترجمه‌ی مریم خوزان و حسین پاینده، تهران: نشر نی.
- Brone, G., & Vanaele, J. (2009). *Cognitive Poetics: Goals, Gains and Gaps*. De Gruyter: Mouton.
- Charles, F. (2002). "The Identification of Target and Source in Pictorial Metaphors". *Journal of Pragmatics*, 34(1), 1-14.
- Croft, W. (2006). The Role of Metaphor and Metonymy. In D. Geeraer, R. Dirven, J. Taylor (Eds.). *Cognitive Linguistics: Basic Readings*. Berlin and New York: Mouton.
- Fauconnier, G. (1997). *Mapping in Thought and Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fauconnier, G. (2007). Mental Space, In D. Geerart and H. Chykev (Eds.). *Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. Oxford University Press.
- Freeman, M. (2006). The Fall of the Wall Between Literary Studies and Linguistics: Cognitive Poetics, In G. Terkistiansen, M. Achard, R. Driven (Eds.). *Application of Cognitive Linguistics: Foundations and Fields of Application*. Berlin and DE Gruyer : Mouton.
- Gavins, J., & Steer, G. (2003). *Cognitive Poetics in Practice*. London and New York: Routledge.
- Hall, J., & Neitz, M. J., & Battani, M. (2003). *Sociology on Culture*. London: Routledge.
- Hawks, T. (1992). *Structuralism and Semiotics*. London: Routledge.
- Hiraga, M. (1999). *Blending and Interpretation of Haiku: A Cognitive Approach*. Poetics Today, Duke University Press.
- Hunger, F., & Schmid, H. (2006). *An Introduction to Cognitive Linguistics*. Pearson: Longman.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2003). *Metaphors We Live By*. London: Chicago University Press.
- Silverman, K. (1983). *The Subject of Semiotics*. New York: Oxford University Press.
- Stockwell, P. (2002). *Cognitive Poetics: An Introduction*. London and New York: Routledge.
- Turner, M. (1996). *The Literary Mind*. New York: Oxford University Press.