

Metaphorical Contrast between Books and Cyberspace in Citizenship Cartoons: A Cognitive Linguistic Approach

Bahare Ghaderinezhad^{*}, Mahnaz Karbalaei Sadegh^{}**

Hayat Ameri^{*}**

Abstract

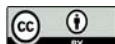
This article is a case study that aimed at investigating the role of pictorial metaphors in conveying the message of citizenship cartoons. For this purpose, four cartoons related to the contrast between book and cyberspace published in Persian-language websites were selected by purposive sampling method. These cartoons then were analyzed in the framework of conceptual metaphor theory (Lakoff & Johnson, 1980, 1999; Lakoff, 1993) and multimodal metaphor theory (Forceville, 1996, 2008, 2009). the main question of the research is: what pictorial metaphors have been used to express the contrast between books and cyberspace in citizenship cartoons, and what are the source domains in these metaphors? The results showed that pictorial metaphors based on the concepts of train, sea and physical conflict between humans have been used to express the contrast between books and cyberspace. Moreover, the source or target domains of these metaphors involved conceptual metonymy. Thus, metaphor and metonymy interact to create the cartoonist's intended meaning and convey it to their audience based

^{*} PhD Student of Linguistics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran,
bahare.ghaderi2@yahoo.com

^{**} Assistant Professor, Department of Linguistics, Science and Research Branch, Islamic Azad University,
Tehran, Iran (Corresponding Author), karbalaei@srbiau.ac.ir

^{***} Associate Professor, Department of Linguistics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran,
h.ameri@modares.ac.ir

Date received: 03/01/2023, Date of acceptance: 27/02/2023



on a kind of analogical reasoning. The results also showed that the pictorial metaphors used in these cartoons were either hybrid or contextual.

Keywords: Cyberspace, book-reading, cartoon, pictorial metaphor, conceptual metaphor.



تقابل استعاری کتاب و فضای مجازی در کارتون‌های شهروندی: رویکرد زبان‌شناسی شناختی

بهاره قادری‌نژاد*

مهناز کربلایی صادق**، حیات عامری***

چکیده

این مقاله با هدف بررسی نقش استعاره‌های تصویری در انتقال پیام کارتون‌های شهروندی به رشته تحریر درآمده است. بدین منظور، در قالب مطالعه‌ای موردی، تعداد چهار کارتون با موضوع تقابل بین کتاب و فضای مجازی که در وبگاه‌های فارسی‌زبان داخلی منتشر شده‌اند به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند و در چارچوب نظریه استعاره مفهومی (لیکاف و جانسون، ۱۹۸۰، ۱۹۹۹؛ لیکاف، ۱۹۹۳) و نظریه استعاره چندوجهی (فورسویل، ۱۹۹۶، ۲۰۰۸، ۲۰۰۹) مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. پرسش پژوهش این است که برای بیان تقابل بین کتاب و فضای مجازی در کارتون‌های شهروندی از کدام استعاره‌های تصویری استفاده شده است و حوزه‌های مبدأ و مقصد در این استعاره‌ها کدامند؟ نتایج پژوهش نشان می‌دهد که کارتون‌ها برای بیان تقابل بین کتاب و فضای مجازی از استعاره‌های تصویری مبتنی بر قطار، دریا و تعارض فیزیکی بین انسان‌ها بهره برده‌اند و در حوزه مبدأ یا مقصد این استعاره‌ها از مجاز مفهومی نیز استفاده شده است. بنابراین، استعاره و مجاز در تعامل با یکدیگر معنای مورد نظر کارتون‌ساز را خلق می‌کنند و آن را براساس نوعی استدلال قیاسی به مخاطبان خود

* دانشجوی دکتری زبان‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران،

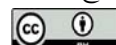
Bahare.ghaderi2@yahoo.com

** استادیار زبان‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)،

karbalaei@srbiau.ac.ir

*** استادیار زبان‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران، h.ameri@modares.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۱۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۰۸



منتقل می‌سازند. همچنین مشخص شد که استعاره‌های تصویری به‌کاررفته در این کارتون‌ها از نوع آمیخته و بافتی هستند.

کلیدواژه‌ها: فضای مجازی، کتاب‌خوانی، کارتون، استعاره تصویری، استعاره مفهومی.

۱. مقدمه

کارتون (cartoon) به‌عنوان ابزاری برای انتقال پیام، یکی از ابزارهای رسانه‌ای پرکاربرد و جذاب در عصر ارتباطات و اطلاعات است. کارتون را می‌توان یک بازنمایی گرافیکی دانست که معمولاً در یک قاب واحد و به‌صورت منفرد طراحی می‌شود تا دیدگاه و نظر خاصی را بیان کند. اهمیت و ارزش کارتون در انتقال پیام را می‌توان در این ضرب‌المثل مشهور مشاهده کرد که می‌گوید «یک تصویر به اندازه هزار کلمه ارزش دارد» (Edwards & Winkler, 1997: 360) و همین مزیت باعث شده است که کارتون‌ها در رسانه‌های جمعی به‌طور وسیع مورد استفاده قرار گیرند تا این رسانه‌ها بتوانند از طریق آنها پیام‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و غیره را به مخاطبان خود منتقل سازند. 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. یکی از مهمترین و جذاب‌ترین شیوه‌های بیان در کارتون‌ها و به‌طور کلی در ابزارهای رسانه‌ای دیداری از قبیل کاریکاتور، کارتون، پوستر، بیل‌بورد تبلیغاتی و مانند این‌ها استفاده از استعاره (metaphor) است. استعاره‌های به‌کاررفته در کارتون‌ها غالباً از نوع استعاره تصویری (pictorial) یا تصویری-کلامی (verbo-pictorial) هستند. بنا به تعریف فورسویل (Forceville, 2009: 24)، استعاره تصویری که آن را استعاره بصری (Visual metaphor) نیز می‌نامند، به استعاره‌ای گفته می‌شود که یکی از حوزه‌های مبدأ و مقصد آن یا هردوی آنها در قالب تصویر بیان شوند. استعاره تصویری-کلامی به استعاره‌ای گفته می‌شود که حوزه‌های مبدأ و یا مقصد آن در هر دو قالب تصویر و کلام بیان گردند.

ظهور زبان‌شناسی شناختی و به‌ویژه ارائه نظریه استعاره مفهومی (Conceptual Metaphor Theory) در سال ۱۹۸۰ میلادی موجب جهش خیره‌کننده‌ای در مطالعه استعاره شد. یکی از اصول کلیدی نظریه استعاره مفهومی این است که استعاره را پدیده زبانی صرف نمی‌داند بلکه آن را دارای ماهیت مفهومی و شناختی می‌داند. بنابراین استعاره‌های زبانی صرفاً یکی از مظاهر و جلوه‌های استعاره‌های مفهومی‌اند. بر این اساس، اگر استعاره را دارای ماهیت مفهومی بدانیم

و آن را شیوه‌ای برای تفکر قلمداد کنیم، پس می‌توان نتیجه گرفت که استعاره‌ها علاوه بر زبان، در سایر ابعاد تفکر انسان مانند هنر، موسیقی، سینما، تبلیغات، کارتون و غیره نیز به طریقی تجلی پیدا می‌کنند.

پژوهش حاضر مطالعه‌ای موردی است که هدف آن بررسی نقش استعاره‌های تصویری در انتقال پیام کارتون‌های شهروندی است. داده‌های پژوهش حاضر شامل چهار کارتون با موضوع تقابل بین کتاب و فضای مجازی است که در وبگاه‌های فارسی‌زبان داخلی منتشر شده‌اند. به‌منظور استخراج کارتون‌های مرتبط با این موضوع، ابتدا در جستجوگر گوگل عباراتی از قبیل «کارتون کتاب‌خوانی و فضای مجازی»، «کارتون کتاب و فضای مجازی»، «کارتون مطالعه و فضای مجازی» و مانند این‌ها مورد جستجو قرار گرفته‌اند. سپس از بین کارتون‌های موجود، چهار مورد را که بر تقابل بین کتاب و فضای مجازی متمرکز بوده‌اند، در پایگاه‌های اینترنتی شناخته‌شده‌تر (مانند خبرگزاری‌های معتبر) یا مرتبط با موضوع کتاب منتشر شده‌اند و نیز بیش‌ترین غنای استعاری را داشته‌اند به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب کرده‌ایم. چهار کارتون منتخب در وبگاه‌های خبرگزاری جمهوری اسلامی، خبرگزاری تسنیم، ایران‌کارتون و خبرگزاری کتاب ایران منتشر شده‌اند. در نهایت، کارتون‌های منتخب در چهارچوب نظریه استعاره مفهومی (لیکاف و جانسون، ۱۹۸۰، ۱۹۹۹؛ لیکاف، ۱۹۹۳) و نظریه استعاره چندوجهی (Multimodal Metaphor Theory) فورسویل (۱۹۹۶، ۲۰۰۸، ۲۰۰۹) موردبررسی قرار گرفته‌اند. پژوهش بر مبنای این پرسش اصلی شکل گرفته است که برای بیان تقابل بین کتاب و فضای مجازی در کارتون‌های شهروندی از کدام استعاره‌های تصویری استفاده شده است و حوزه‌های مبدأ و مقصد در این استعاره‌ها کدامند؟

۲. پیشینه پژوهش

مطالعه در مورد کاربرد و نقش استعاره‌های تصویری و تصویری-کلامی در کارتون‌ها، کاریکاتورها و پوسترها با موضوعات مختلف سیاسی، اجتماعی، تبلیغاتی، فرهنگی، آموزشی و غیره در سطح جهانی بسیار قابل توجه و رو به رشد است، اما پژوهشگران ایرانی تا کنون توجه کافی به این حوزه پژوهشی نشان نداده‌اند و مطالعات بسیار کمی در این حوزه صورت گرفته است. مرتبط‌ترین پژوهشی که در اینجا می‌توان به آن اشاره کرد پژوهشی است که آقابابایی و همکاران (۱۳۹۵) در چارچوب نشانه‌شناسی شناختی در مورد نوع گفتمان‌های حاکم بر روابط نشانه‌ای در تابلوهای تبلیغاتی شهرداری اصفهان انجام داده‌اند. نتایج این مطالعه حاکی

از آن است که نظام نشانه‌ای این تابلوهای شهری بر اساس پنج گفتمان قانون‌مداری، هم‌ذات‌پنداری، هشدار، پیام-زیباشناسی و پیام‌محورانه شکل گرفته‌اند و این گفتمان‌ها محصول نوعی ترکیب نشانه‌شناختی‌اند که در آن استعاره (و البته مجاز) در کنار عبارات زبانی گفتمان تابلو را خلق می‌کنند. به عنوان مثال، در گفتمان قانون‌مداری از استعاره رانندگی برای بیان لزوم توجه به وظایف و قوانین شهروندی استفاده می‌شود. در این استعاره، شهروند به‌مثابه راننده، قوانین شهروندی به‌مثابه قوانین راهنمایی و رانندگی، تخلف از آیین شهروندی به‌مثابه تخلف از قوانین راهنمایی و رانندگی بازنمایی شده‌اند. نتایج کلی این پژوهش بر اهمیت استعاره و مجاز تصویری در انتقال پیام تابلوهای شهروندی صحنه می‌گذارد.

بصائری و خزائی (۱۳۹۲) به بررسی منتخبی از پوسترهای عاشورایی پرداخته‌اند تا کاربرد استعاره و جلوه‌های مختلف آن در سطوح نظام‌های نشانه‌ای دیداری را مورد تحلیل و ارزیابی قرار دهند. یعنی مشخص کنند که استعاره در شکل‌گیری معنای این پوسترها چه نقشی دارد. نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان‌دهنده آن است که استعاره در هر سه سطح نظام نشانه‌ای دیداری (شامل صورتانه، تجسمانه و مفهومانه) می‌تواند ظهور و بروز پیدا کند و کارکرد متفاوت آن در هر یک از این سطوح باعث تجلی وجوه مختلفی از استعاره، پیدایش خوانش‌های متفاوت از سوی مخاطب و همچنین بروز معانی مختلفی از گفتمان موجود در پوسترها می‌شود.

پورابراهیم (۱۳۹۳) در چارچوب نظریه استعاره چندوجهی (فورسویل، ۱۹۹۴، ۲۰۰۶)، پنج پوستر مناسبی را که حاوی یکی از مضامین درختکاری، کتاب‌خوانی، شهادت، میلاد پیامبر اکرم یا هفته پژوهش هستند بررسی نموده است. هدف وی بررسی این موضوع بوده است که تجلی استعاره‌های تصویری-کلامی در این پوسترها به چه صورتی است و چه نقشی در انتقال پیام پوسترها ایفا می‌کنند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در استعاره‌های کلامی-تصویری به‌کاررفته در پوسترهای مورد مطالعه، کلام و تصویر به صورت مکمل ولی با درجات مختلف، در خدمت انتقال پیام پوسترها درمی‌آیند. در این استعاره‌ها ارتباط بین حوزه‌های مبدأ و مقصد به واسطه شباهت فیزیکی، پر کردن فضای خالی یکی از عبارت‌ها به شکل غیرمنتظره یا نشانه‌گذاری همزمان شکل می‌گیرد.

رضایی (۱۳۹۵) به تحلیل استعاره‌های کلامی و غیرکلامی در منتخبی از پوسترهای مذهبی و ملی (تعداد ۱۶ پوستر) براساس رویکرد شناختی فورسویل (۲۰۰۲) پرداخته است. هدف وی ارزیابی تناسب رویکرد فورسویل برای تحلیل پوسترهای ملی-مذهبی، کشف شباهت‌ها و تفاوت‌های بین استعاره‌های ملی و مذهبی از نظر استفاده از کلام و تصویر، و همچنین ارزیابی

جهانی یا فرهنگ‌ویژه بودن این پوسترها بوده است. براساس نتایج پژوهش، نقطه شباهت بین استعاره‌های ملی و مذهبی در پوسترها این است که در هردوی آنها تعداد استعاره‌های حاوی یک عبارت تصویری در حوزه مبدأ یا مقصد کمتر از سایر استعاره‌هاست و تشبیه تصویری در هیچ کدام از آنها دیده نمی‌شود. تفاوت آنها در این است که در پوستره‌های مذهبی کاربرد استعاره‌های کلامی-تصویری بیشتر از پوستره‌های ملی است، در حالی که در پوستره‌های ملی کاربرد استعاره‌های حاوی دو عبارت تصویری بیشتر است.

غیاثیان و همکاران (۱۳۹۷) کاربرد استعاره‌ها را در تعدادی از تصویرهای دیداری روزنامه همشهری بررسی کرده‌اند تا به این سؤال پاسخ دهند که تصویرهای دیداری روزنامه همشهری چگونه می‌توانند با به‌کارگیری استعاره‌های تصویری به بحران کمبود آب و آلودگی هوا در کلان‌شهر تهران کمک کنند؟ بر اساس فرضیه این پژوهش، اگر بین عناصر تشکیل‌دهنده استعاره‌های تصویری در رویکرد فورسویل (۲۰۱۶) و عناصر تشکیل‌دهنده استعاره‌های تصویری در روزنامه همشهری مغایرتی وجود نداشته باشد، این تصویرهای دیداری شرایط لازم را خواهند داشت تا توسط مخاطبان درک شوند و در نتیجه پیام موردنظر روزنامه به مخاطبانش منتقل خواهد گردید. نتایج کلی این مطالعه نشان‌دهنده آن است که استعاره‌های تصویری به‌کاررفته در تصویرهای روزنامه همشهری برای مخاطبان قابل درک هستند و در نتیجه، می‌توان گفت که آگهی‌دهندگان موفق شده‌اند پیام موردنظر خود را به مخاطبان این روزنامه منتقل کنند.

علاوه بر مطالعات فوق‌الذکر که به بررسی استعاره‌های مربوط به موضوعات اجتماعی و فرهنگی در پوسترها و کارتون‌ها پرداخته‌اند، مطالعات معدودی نیز در مورد کارتون‌های سیاسی صورت گرفته است که پژوهش پورابراهیم (۱۳۹۵) نمونه‌ای از آنهاست. پورابراهیم بر مبنای دو رویکرد معناشناسی شناختی و تحلیل انتقادی گفتمان، نحوه بازنمایی ایدئولوژی را در چند کاریکاتور سیاسی منتشرشده در مطبوعات داخلی بررسی کرده است. پس از تحلیل استعاره‌های تصویری و تصویری-کلامی به‌کاررفته در این کاریکاتورها این نتیجه به دست آمده است که مفاهیمی نظیر صلح، آزادی و جنگ به دو روش بازنمایی شده‌اند، یکی تلفیق مفاهیم مبدأ و مقصد استعاری و دیگری پرکردن غیرمنتظره بخشی از یک طرحواره به‌صورت ایدئولوژیک. نتایج کلی پژوهش نشان‌دهنده نقش مهمی است که استعاره‌ها در انتقال پیام ایدئولوژیکی و خلق طنز سیاسی در این کارتون‌ها ایفا می‌کنند. انصاریان (۱۴۰۱) نیز تعدادی از کارتون‌های سیاسی مرتبط با موضوع برجام را در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی-شناختی

بررسی کرده است و دریافته است که مفهوم‌سازی برجام و موضوعات مرتبط با آن نظیر مکانیزم ماشه، افای‌تی‌اف و اینستکس در کارتون‌های سیاسی از طریق استعاره تصویری یا تصویری-زبانی، آمیختگی مفهومی و مجاز صورت گرفته است و تعامل بین این سازوکارهای شناختی نقش مهمی در خلق و انتقال معنای کارتونها دارد.

علاوه بر پوسترها و کارتونها، مطالعاتی نیز درباره کاربرد استعاره در تبلیغات انجام شده است که در این رابطه می‌توان به جولایی و همتی (۱۳۹۶) اشاره کرد. این پژوهشگران به بررسی کاربرد استعاره و مجاز (metonymy) در پیکره‌ای مشتمل بر ۷۵ تبلیغ تلویزیونی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش حاکی از نقش پررنگ استعاره و مجاز در این تبلیغات است به طوری که در بیشتر از ۹۷ درصد آگهی‌های بازرگانی استعاره یا مجاز یا هردوی آنها در سطح کلامی، تصویری یا صوتی نقش ایفا کرده‌اند. مثال‌هایی از استعاره‌های به کاررفته در تبلیغات تلویزیونی عبارتند از: «اندیشه، روشنایی است»، «بهتر بودن، جلو بودن است»، «بانک، انسان یاریگر است» و «آینده فرداست». لازم است اشاره شود که منفرد و حق‌بین (۱۳۹۳، ۱۳۹۸) نیز از دیدگاه نشانه‌شناختی به بررسی تصاویر صورت پرداخته‌اند و سازوکار معناپردازی رنگ و بافت موقعیت را در منتخبی از بیلبوردهای تجاری سطح شهر تهران بررسی کرده‌اند. با توجه به آنچه در مورد پژوهش‌های مرتبط با موضوع پژوهش مشخص شد، تا به حال درباره کارکرد استعاره‌های تصویری در رمزگذاری پیام کارتونها شهروندی در چهارچوب نظریه استعاره چندوجهی مطالعه‌ای صورت نگرفته است.

۳. مبانی نظری

از آنجایی که پژوهش حاضر در چارچوب کلی زبان‌شناسی شناختی و بر مبنای نظریه استعاره مفهومی و نظریه استعاره چندوجهی صورت می‌گیرد، در ادامه این بخش به تشریح این دو نظریه خواهیم پرداخت.

۳-۱ نظریه استعاره مفهومی

نظریه استعاره مفهومی که لیکاف و جانسون (۱۹۸۰) در کتابی با عنوان «استعاره‌هایی که با آنها زندگی می‌کنیم» آن را ارائه دادند، یکی از شناخته‌شده‌ترین نظریه‌ها در رویکرد زبان‌شناسی شناختی و جزء ارکان اصلی این رویکرد به شمار می‌رود. لیکاف و جانسون در زمینه رواج و

نقش استعاره در زبان روزمره انگلیسی مطالعه وسیعی انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که استعاره‌ها نقش اساسی و ضروری در درک و بیان مفاهیم مختلف و به‌ویژه مفاهیم انتزاعی دارند. براساس نتایج پژوهش آنها، استعاره فرایندی شناختی است که در نظام درک و تفکر انسان نقش اساسی دارد. همان‌طور که لیکاف اشاره می‌کند، استعاره زینت گفتار نیست بلکه شیوه‌ای برای تفکر است (۱۹۹۳: ۲۱۰). تا قبل از نظریه استعاره مفهومی، دیدگاه رایجی که نسبت به استعاره وجود داشت دیدگاه کلاسیک بود که استعاره را به عنوان یکی از صنایع و فنون ادبی و به‌ویژه شعری در نظر می‌گرفت و آن را محدود و منحصر به زبان ادبی می‌دانست. اما نظریه استعاره مفهومی با رد دیدگاه کلاسیک، نشان داد که استعاره را نمی‌توان صرفاً یک ابزار زینتی و تجملاتی در زبان ادبی دانست بلکه باید آن را فرایندی شناختی دانست که یکی از سازوکارهای اصلی در نظام شناخت و تفکر انسان است. لیکاف و جانسون برای صورت‌بندی این موضوع، اصطلاح «استعاره مفهومی» را مطرح و آن را این گونه تعریف کردند: استعاره مفهومی عبارت است از «درک یک حوزه تجربه براساس حوزه‌ای دیگر» (لیکاف و جانسون، ۱۹۸۰: ۱۱۷). براساس این تعریف در شکل‌گیری استعاره دو حوزه مفهومی دخالت دارند که یکی از این آنها حوزه مبدأ (Source domain) و دیگری حوزه مقصد (Target domain) نام دارد. مثلاً در استعاره‌های «زندگی، سفر است» و «مباحثه، جنگ است» سفر و جنگ حوزه‌های مبدأ هستند که به‌واسطه آن مفاهیم زندگی و مباحثه، که حوزه مقصد استعاره نامیده می‌شوند، درک و بیان می‌گردند. بنابراین هر استعاره شامل دو حوزه مفهومی و نگاشت‌های استعاری (metaphorical mapping) بین آنهاست. کووچس (Kövecses, 2018: 125) تعریف استاندارد استعاره مفهومی را به این صورت بیان می‌کند: «استعاره مفهومی مجموعه‌ای از تناظرهای نظام‌مند، یا نگاشت‌ها، بین دو حوزه تجربه است». وی (۲۰۱۰: ۴) اشاره می‌کند که در استعاره، یک حوزه مفهومی از طریق یک حوزه مفهومی دیگر درک و بیان می‌شود و حوزه مفهومی دلالت به هر سازمان‌دهی منسجم از تجربه دارد (کووچس، ۲۰۱۰: ۴). برای مثال، در استعاره مفهومی «عشق، سفر است» بعضی از نگاشت‌های استعاری به شرح زیر هستند.

جدول ۱. نگاشت‌های مفهومی بین مؤلفه‌های حوزه سفر و حوزه عشق
(براساس کووچس، ۲۰۱۰)

مفاهیم مبدأ	مفاهیم مقصد
مسافران	عاشقان

رابطه عاشقانه	وسيلة 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

در نظریه استعاره مفهومی باور بر این است که استعاره در اصل پدیده‌ای مفهومی و شناختی است و نه پدیده‌ای زبانی. کووچش (۲۰۰۲: ۵۲) در این رابطه اشاره می‌کند که «اگر استعاره‌ها اساساً مفهومی‌اند پس باید خودشان را به جز زبان از طرق دیگر نیز نشان دهند». به عبارت دیگر، انتظار می‌رود که استعاره‌ها نه تنها در زبان گفتاری و نوشتاری، بلکه در دیگر مجراهای ارتباطی و محصولات ذهن انسان از قبیل نقاشی، موسیقی، فیلم، تبلیغات و غیره نیز ظهور و بروز پیدا کنند. چارلز فورسویل از برجسته‌ترین پژوهشگرانی است که در این زمینه مطالعات گسترده‌ای انجام داده است و به بررسی استعاره در وجوه غیرزبانی، مانند تبلیغات، کارتون، فیلم و غیره پرداخته است. مطالعات فورسویل منجر به طرح نظریه استعاره چندوجهی شد.

۳-۲ نظریه استعاره چندوجهی

ظهور نظریه استعاره چندوجهی بیش از هر چیز مرهون انتشار کتاب تاثیرگذار «استعاره تصویری در تبلیغات» (Pictorial metaphor in advertising) (فورسویل، ۱۹۹۶) است. فورسویل در این کتاب نشان داد که استعاره‌های تصویری نقش بسیار مهمی در بیان پیام‌های تبلیغاتی دارند. پژوهش‌های وی و همکارانش در زمینه استعاره‌های تصویری و تصویری-کلامی ادامه پیدا کرد و گسترش یافت تا اینکه با انتشار کتاب «استعاره چندوجهی» از سوی فورسویل و اوریوس-اپاریسی (Forceville & Urios-Aparisi, 2009) رشد چشمگیری در مطالعات صورت گرفته درباره انواع استعاره‌های غیرزبانی به وجود آمد و توجه پژوهشگران زیادی به سوی این حوزه پژوهشی جلب شد.

طبق نظر فورسویل (۲۰۰۶، ۲۰۰۸)، استعاره‌ها به دو دسته کلی تقسیم می‌کند: یک‌وجهی (monomodal) و چندوجهی (multimodal). استعاره یک‌وجهی اشاره به استعاره‌ای دارد که در آن هر دو حوزه مبدأ و مقصد در یک وجه بازنمایی شوند. اصطلاح «وجه» (mode) دلالت بر

هر نوع مجرای ارتباطی مانند زبان (گفتاری یا نوشتاری)، زبان اشاره، تصویر، فیلم، موسیقی غیرکلامی و غیره دارد که انسان از طریق آنها قادر به برقراری ارتباط و انتقال معنا است. براساس این تعریف، استعاره تصویری به استعاره‌ای گفته می‌شود که هر دو حوزه مبدأ و مقصد آن در قالب تصویر بازنمایی می‌شوند و جزء استعاره‌های یک‌وجهی به حساب می‌آیند. درمقابل، استعاره چندوجهی دلالت بر استعاره‌ای دارد که حوزه مبدأ و مقصد آن منحصرأ یا غالباً در دو وجه متفاوت بیان شوند (فورسویل و اوریوس-پاریسی، ۲۰۰۹: ۴).

از نظر فورسویل (۲۰۰۵، ۲۰۰۷)، استعاره‌های تصویری به چهار دسته تقسیم می‌شوند که عبارتند از: استعاره بافتی (contextual metaphor)، استعاره آمیخته (hybrid metaphor)، استعاره یک‌پارچه (integrated metaphor) و تشبیه تصویری (pictorial simile).

۱) در استعاره بافتی یک تصویر در جایگاهی درون بافت و زمینه‌ای قرار می‌گیرد که آن جایگاه به‌طور طبیعی یا غرضی متعلق به مفهوم یا شیء دیگری است. حوزه مبدأ آن مفهومی که بازنمایی می‌شود و حوزه مقصد آن مفهومی است که جایگاهش با مفهوم دیگر پر می‌شود. برای مثال، اگر در یک بشقاب غذا با تصویری از کتاب روبرو 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 به‌صورت یک شیء یا گشتالت واحد و یکپارچه درک می‌شود. درک این نوع استعاره مستلزم آن است که یکی از بخش‌ها برحسب بخش دیگر درک شود. برای مثال، اگر در تصویری بینیم 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 به عنوان یک شیء یا گشتالت واحد تجربه می‌شود که در کلیت خود و حتی بدون سرخ‌های 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 (یعنی تخیلی است) در حالی که 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 به گونه‌ای 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 مقصد. قرار گیرد استعاره «بازیکنان تیم ملی شیر هستند» (از لحاظ شجاعت و جنگندگی) به ذهن متبادر می‌شود.

در جدول زیر نحوه بازنمایی حوزه‌های مبدأ و مقصد در هر یک از انواع استعاره‌های تصویری به اختصار بیان شده است.

جدول ۲. نحوه بازنمایی حوزه‌های مبدأ و مقصد در انواع استعاره‌های تصویری
(براساس فورسویل، ۲۰۰۵)

مبدأ و مقصد هم‌فضا (homospatial) 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

۴. تحلیل داده‌ها

در این بخش از مقاله به بررسی چهار کارتون شهروندی می‌پردازیم که در آنها تقابل بین کتاب و فضای مجازی به‌صورت استعاری نشان داده شده است.



شکل ۱. کارتون ۱. کتاب و کتابخوانی در سایه فضای مجازی

(منبع: خبرگزاری جمهوری اسلامی (https://irna.ir/xjwgXd)، ۲۹ آبان ۱۳۹۸)

در این کارتون قطاری را مشاهده می‌کنیم که چند واگن جلویی آن به شکل قفسه‌های کتاب ترسیم شده‌اند و حاوی کتاب هستند در حالی که واگن آخری حامل یک گوشی تلفن همراه است. واگن‌های حامل کتاب به سلامت در حال حرکت هستند اما واگن حامل تلفن همراه دچار آتش‌سوزی شده و از سایر واگن‌ها جدا شده است. همچنین دو نفر تلاش می‌کنند که نفر سومی را که در واگن حامل گوشی تلفن همراه جا مانده است به سمت خود بیاورند و او را نجات دهند. در این کارتون از استعاره قطار برای بیان تقابل میان کتاب و فضای مجازی (که در قالب تصویر گوشی تلفن همراه تجلی یافته است) استفاده شده است. تقابل میان این دو به این صورت است که واگن‌های حامل کتاب به مقصد خود می‌رسند اما واگن حامل تلفن همراه نمی‌تواند به مقصد برسد و در بین راه از قطار جدا شده و واژگون می‌گردد. دو استعاره تصویری نهفته در این کارتون را می‌توان به صورت «کتاب واگن امنی است که مسافران را به مقصد می‌رساند» و «گوشی تلفن همراه واگن ناامنی است که مسافران را به مقصد نمی‌رساند» بیان کرد. نگاشت‌های مفهومی موجود در این استعاره‌ها شامل موارد زیر است:

واگن امن و سالم ← کتاب

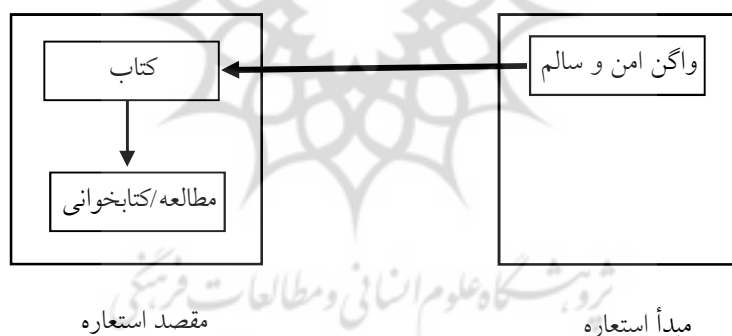
افراد سوار واگن امن ← افراد کتاب‌خوان

واگن ناامن و جداشده ← فضای مجازی

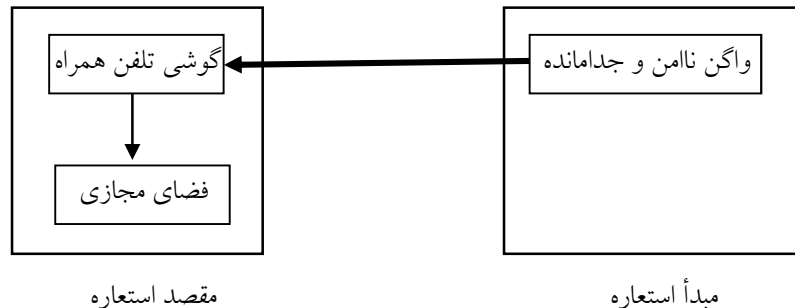
افراد سوار واگن ناامن ← افراد گرفتار فضای مجازی

علاوه بر استعاره، مجاز نیز در خلق معنای کارتونها نقش ایفا می‌کند. مجاز نیز مانند استعاره فرایندی شناختی است که در نظام تفکر انسان نقشی اساسی دارد. تفاوت مجاز با استعاره در این است که در استعاره یک چیز را به واسطه چیزی دیگر درک می‌کنیم اما در مجاز چیزی «به جای» چیز دیگر به کار می‌رود. در نتیجه، کارکرد اصلی استعاره «درک» مفاهیم است در حالی که کارکرد اصلی مجاز «ارجاع» است (لیکاف و جانسون، ۱۹۸۰: ۳۶). برای مثال، وقتی که می‌گوییم «از خواندن باباطاهر لذت می‌برم»، در واقع «باباطاهر» را به جای اشعار او به کار برده‌ایم و بدین ترتیب از آن برای ارجاع به مفهومی استفاده کرده‌ایم که در ارتباط تنگاتنگ با آن است. فورسویل (۲۰۰۹: ۵۶) تفاوت بین استعاره و مجاز را به اختصار به این صورت بیان می‌کند: «در استعاره ما الف را به مثابه ب درک می‌کنیم اما در مجاز الف را به جای ب به کار می‌بریم». از آنجایی که افراد برای دسترسی به فضای مجازی و استفاده از امکانات و برنامه‌های این فضا عمدتاً از تلفن همراه خود استفاده می‌کنند، در این کارتون بین گوشی

تلفن همراه و فضای مجازی رابطه‌ای مبتنی بر مجاز برقرار شده است. بنابراین می‌توان گفت که گوشی تلفن مجازاً دلالت بر فضای مجازی دارد. علاوه بر این، خود تصویر کتاب نیز دارای معنای مجازی است چرا که صفحات فیزیکی کتاب به خودی خود سودی به افراد نمی‌رساند بلکه آنچه برای انسان سودمند می‌تواند باشد مطالعه کتاب است. بنابراین می‌توان گفت که در این کارتون کتاب مجازاً دلالت بر مطالعه و کتابخوانی دارد. در نتیجه می‌بینیم که در کارتون بالا هر دو فرایند شناختی استعاره و مجاز در ترکیب با یکدیگر پیام موردنظر کارتونیست را منتقل می‌کنند. تعامل بین استعاره و مجاز یکی از موضوعات پژوهشی در چهارچوب زبان‌شناسی شناختی است و پژوهشگرانی مانند رویز دمندزا و دییز (Ruiz de Mendoza & Díez, 2002) و رویز دمندزا (۲۰۱۴) به بحث و بررسی آن پرداخته‌اند. بازنمایی استعاره‌های مفهومی یادشده به صورت زیر خواهد بود که در آنها تعامل بین استعاره و مجاز نیز نشان داده شده است. در شکل ۲-الف، در حوزه مقصد استعاره با عملکرد فرایند مجاز مواجه هستیم که در آن کتاب دلالت بر مطالعه/کتابخوانی دارد. در شکل ۲-ب نیز در حوزه مقصد استعاره عملکرد فرایند مجاز را مشاهده می‌کنیم که باعث می‌شود از مفهوم گوشی تلفن همراه به مفهوم فضای مجازی برسیم.



شکل ۲-الف. تعامل استعاره و مجاز در استعاره تصویری
«کتاب به مثابه واگن امن و سالم»



شکل ۲-ب. تعامل استعاره و مجاز در استعاره تصویری
«گوشی تلفن همراه به مثابه واگن ناامن و جدامانده»

قطار تصویرشده در کارتون به سوی مقصدی در حرکت است و از آنجایی که واگن‌های آن حامل کتاب‌اند می‌توان نتیجه گرفت که مقصد آن رسیدن به آگاهی و دانایی است؛ بنابراین می‌توان استدلال کرد که پیام موردنظر کارتونیست این بوده است که مطالعه کتاب انسان را در مسیر زندگی به آگاهی و دانایی می‌رساند. طبق دیدگاه موسلف (Musolff, 2004: 34)، یکی از کاربردهایی که استعاره‌ها در گفتمان دارند این است که موجب شکل‌گیری استدلال قیاسی می‌شوند. استدلال قیاسی به این صورت است که ما براساس رابطه بین دو مفهوم الف و ب، در مورد رابطه بین مفاهیم ج و د استدلال می‌کنیم. برای مثال اگر بتوانیم بگوییم که الف منتج به ب می‌شود یا الف خلاف ب است، آنگاه می‌توانیم بگوییم که ج منتج به د می‌شود یا ج خلاف د است. در استدلال قیاسی‌ای که بر مبنای استعاره بنا شده باشد، براساس رابطه‌ای که بین دو یا چند مؤلفه در حوزه مبدأ استعاره وجود دارد، در مورد رابطه بین مؤلفه‌های حوزه مقصد استدلال صورت می‌گیرد. پیام موردنظر در کارتون ۱ از طریق استدلال قیاسی مبتنی بر استعاره‌های تصویری قابل درک است. براساس این استدلال قیاسی می‌توان گفت:

(۱) «همان‌طور که واگن امن و سالم قطار افراد را به سلامت به مقصد موردنظر می‌رساند،

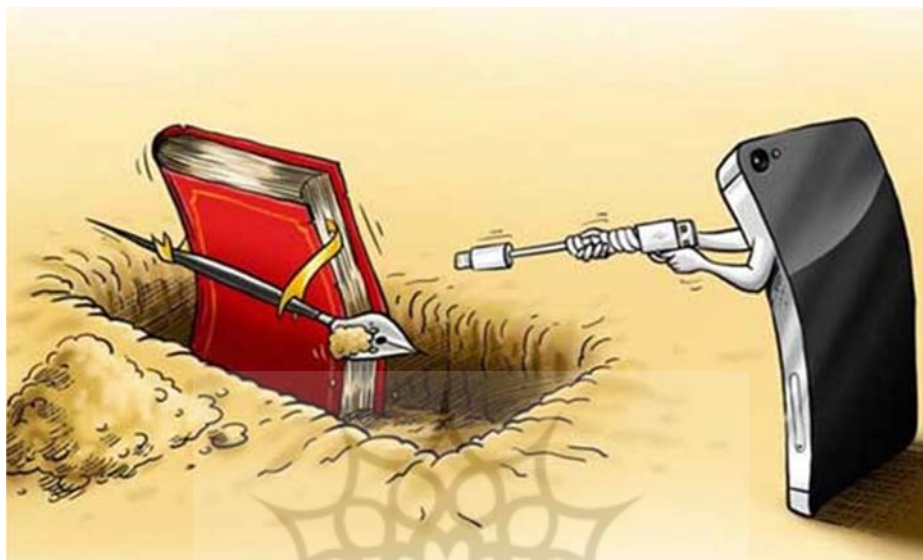
مطالعه و کتابخوانی نیز افراد را به مقصد آگاهی و دانایی می‌رساند.»

(۲) «همان‌طور که افراد سوار بر واگن ناامن و جداشده قطار نمی‌توانند به مقصد

موردنظر برسند، افراد گرفتار در فضای مجازی نیز نمی‌توانند به مقصد آگاهی و

دانایی برسند.»

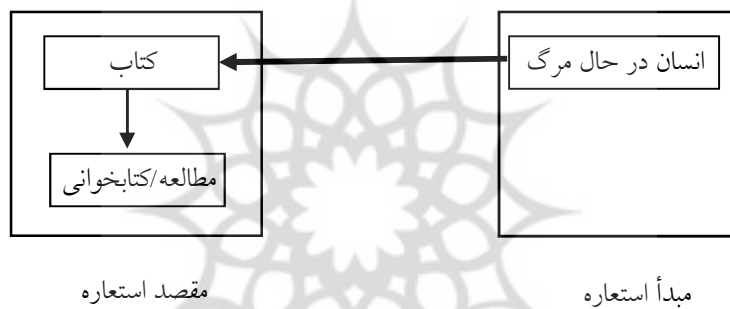
دو استدلال قیاسی بالا مبتنی بر دو استعاره تصویری تجلی‌یافته در کارتون ۱ هستند که براساس رابطه بین مؤلفه‌های حوزه‌های مبدأ و مقصد استعاره شکل گرفته‌اند.



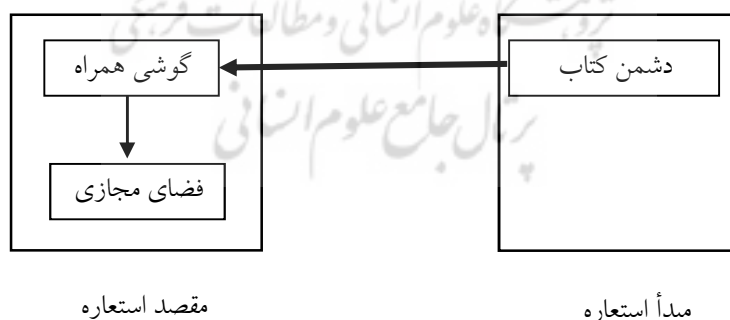
شکل ۳. کارتون ۲. شبکه‌های اجتماعی تهدیدی برای کتابخوانی!
(منبع: خبرگزاری تسنیم (https://tn.ai/936792)، ۱۶ آذر ۱۳۹۴)

در کارتون شکل ۳ نیز شاهد تقابل بین گوشی تلفن همراه و کتاب هستیم. تقابل ترسیم‌شده در این کارتون واضح‌تر و قوی‌تر از تقابلی است که در کارتون شکل ۱ به تصویر درآمده است. در اینجا می‌بینیم که گوشی تلفن همراه با اسلحه‌ای که در دست دارد کتاب را تهدید و مجبور می‌کند که برای خودش قبری حفر کند. کتاب نیز بالاجبار با بیلی که در دست دارد مشغول کندن قبری است که قرار است خودش در آن مدفون شود. واضح‌ترین و اولین استعاره‌ای که در این تصویر مشاهده می‌شود استعاره مبتنی بر انسان‌پنداری (یا شخصیت‌بخشی) است. همان‌طور که اپلی و همکاران (۲۰۰۷) اشاره کرده‌اند، انسان‌پنداری فرایندی است که در آن ویژگی‌ها، انگیزه‌ها، تمایلات یا احساسات انسانی به یک موجود غیرانسان نسبت داده می‌شود. در نتیجه می‌توان مفاهیم انتزاعی و غیرانتزاعی را به صورت استعاری به مثابه یک انسان در نظر گرفت. کارتون‌نویست به کمک این فرایند استعاری تقابل بین کتاب و فضای مجازی را به مثابه تعارض و درگیری بین دو انسان بازنمایی کرده است. وجود اسلحه در دستان گوشی تلفن همراه و وجود بیل در دستان کتاب حاکی از آن است که در این

تعارض، قدرت فضای مجازی بیشتر است و در نتیجه این مفهوم برداشت می‌شود که رواج فضای مجازی موجب به حاشیه رفتن و تضعیف فرهنگ کتابخوانی شده است به‌طوری که این فرهنگ در آستانه نابودی و مرگ قرار گرفته است (قرار گرفتن کتاب در داخل قبر). استعاره‌های تصویری موجود در کارتون شکل ۳ را می‌توان به صورت «فضای مجازی دشمن قدرت‌مندی است که فرهنگ کتابخوانی را تهدید می‌کند» و «فرهنگ کتابخوانی انسان ضعیف و درحال مرگ است» بیان کرد که نگاشت‌های مفهومی آنها در شکل‌های زیر به‌نمایش درآمده‌اند. همان‌طور که در شکل‌های زیر نیز می‌بینیم، در اینجا نیز مانند کارتون قبلی، تعامل بین استعاره و مجاز نقش اساسی در بیان و درک مفهوم مورد نظر کارتنیست دارد. از یک طرف، تصویر کتاب به‌طور مجازی دلالت بر عمل مطالعه و کتابخوانی دارد و از طرف دیگر، تصویر گوشی تلفن همراه مجازاً دلالت بر فضای مجازی و فعالیت افراد در این فضا دارد.



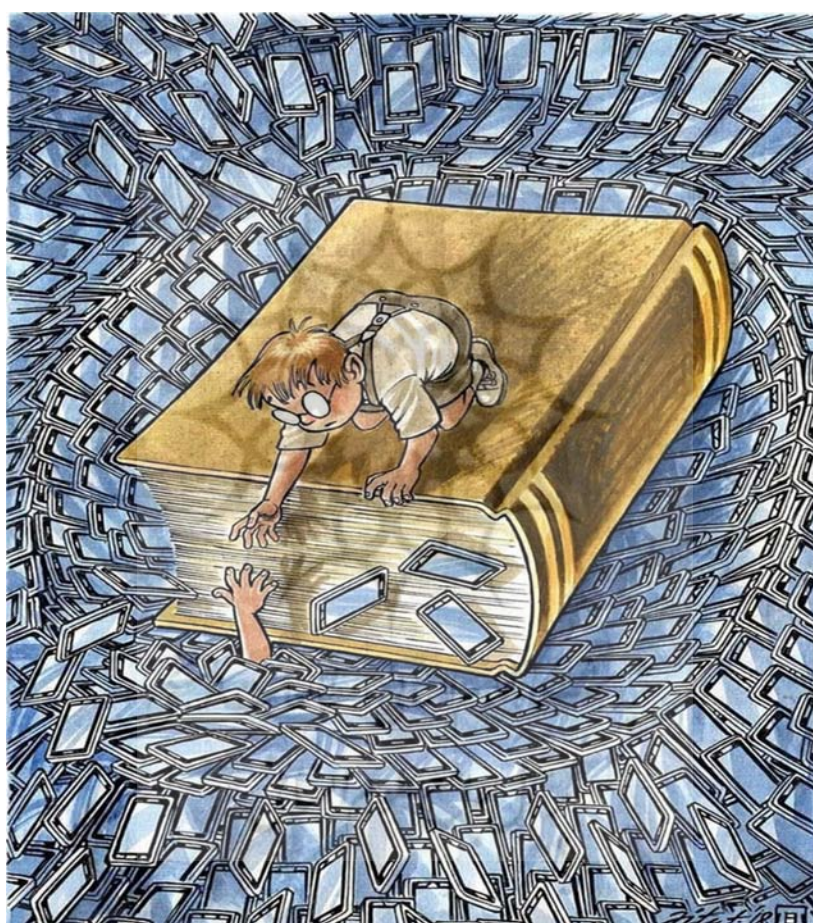
کل ۴-الف. تعامل استعاره و مجاز در استعاره تصویری
«کتاب به‌مثابه انسان در حال مرگ»



شکل ۴-ب. تعامل استعاره و مجاز در استعاره تصویری
«گوشی تلفن همراه به‌مثابه دشمن کتاب»

پیام کارتون شکل ۳ مبتنی بر استدلال قیاسی‌ای است که کارتون‌نویس آن را به کمک استعاره‌های تصویری بیان کرده است. این استدلال قیاسی را می‌توان به شکل زیر صورت‌بندی کرد:

«همان‌طور که فرد اسلحه به دست (قدرتمند) می‌تواند فرد فاقد اسلحه (ضعیف) را تهدید به مرگ کند، فضای مجازی که به خاطر رواج گوشی‌های تلفن همراه قدرت زیادی پیدا کرده است نیز تهدیدی برای فرهنگ کتابخوانی است و در حال نابودی آن است».



شکل ۵. کارتون ۳. قایق نجات کتاب در دریای فضای مجازی

(منبع: ایران کارتون)

(<https://www.irancartoon.com/ir/daily/cartoon/871a3db0-8cd1-48a3-8bbc-312f335bcb11>)

(حدود یک سال پیش)

در کارتون شکل ۵ نوع دیگری از تقابل بین کتاب و فضای مجازی را مشاهده می‌کنیم که در آن از استعاره دریا استفاده شده است. در این کارتون تعداد بسیاری زیادی گوشی تلفن همراه را می‌بینیم که تصویر دریا را به ذهن متبادر می‌کنند. در میان انبوه این گوشی‌ها دست شخصی را مشاهده می‌کنیم که به قصد تقاضای کمک دراز شده است. این تصویر به وضوح نشان‌دهنده آن است که آن شخص در حال غرق شدن در دریاست و شخصی که روی کتاب نشسته به کمک او شتافته است. کتاب به صورت یک قایق بر روی دریای گوشی‌های تلفن همراه شناور است. بنابراین استعاره‌های تصویری موجود در کارتون عبارتند از: «کتاب قایق نجات انسان است» و «فضای مجازی دریایی است که انسان را در خود غرق می‌کند». تقابل بین کتاب و فضای مجازی در این کارتون به صورت تقابل بین قایق نجات و دریا به تصویر درآمده است. در این کارتون نیز مانند دو کارتون قبلی، مجاز نقش مهمی در مفهوم‌سازی پیام کارتون دارد و در تعامل با استعاره کارتونیست را قادر ساخته است که مفهوم مورد نظر خود را به مخاطب انتقال دهد. نگاشت‌های مفهومی موجود در این استعاره‌ها عبارتند از:

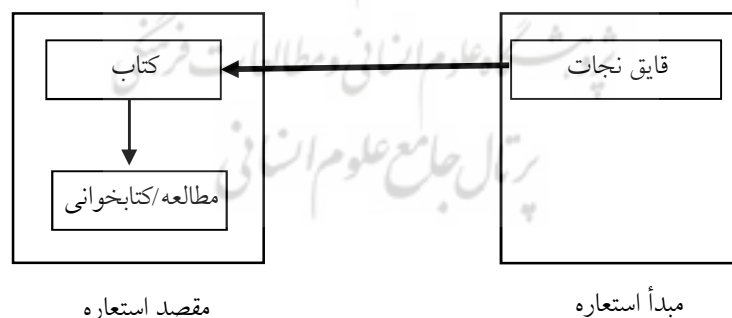
قایق نجات ← کتاب

فرد سوار قایق ← افراد کتاب‌خوان

دریا ← فضای مجازی

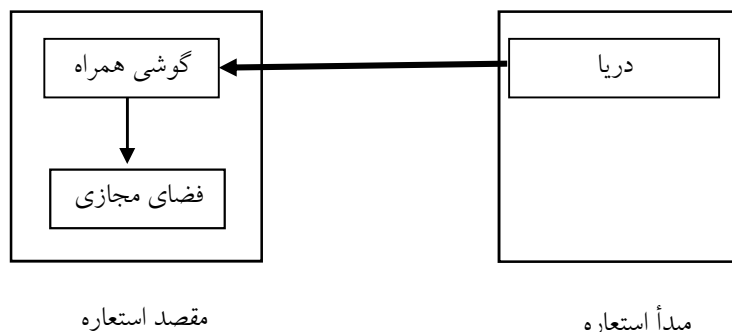
فرد غرق شده در دریا ← افراد گرفتار فضای مجازی

نحوه تعامل بین استعاره و مجاز در شکل‌گیری مفهوم مورد نظر کارتونیست را می‌توان به صورت زیر ترسیم نمود.



شکل ۶-الف. تعامل استعاره و مجاز در استعاره تصویری

«کتاب به مثابه قایق نجات»



شکل ۶-ب. تعامل استعاره و مجاز در استعاره تصویری
«گوشی تلفن همراه به مثابه دریا»

با توجه به شکل‌های ۶-الف و ۶-ب می‌توان پی برد که در یک استعاره تصویری، «قایق نجات» حوزه مبدأ و «کتاب» حوزه مقصد است؛ اما از آنجایی که کتاب مجازاً دلالت بر کتاب‌خوانی/مطالعه دارد، حوزه مقصد این استعاره در اصل «کتاب‌خوانی» است. در استعاره تصویری دیگر، «دریا» حوزه مبدأ و «گوشی تلفن همراه» حوزه مقصد است؛ ولی از آنجایی که گوشی تلفن همراه مجازاً دلالت بر فضای مجازی دارد پس می‌توان گفت که حوزه مقصد در اصل «فضای مجازی» است.

پیام نهفته در این کارتون مبتنی بر دو استدلال قیاسی است که به کمک استعاره و مجاز بیان شده‌اند. این استدلال‌ها را می‌توان به شکل زیر صورت‌بندی نمود:

- ۱) همان‌طور که دریا می‌تواند انسان را در خود غرق کند، فضای مجازی نیز می‌تواند افرادی را که فعالیت بیش از حد در این فضا دارند در خود غرق نماید.
- ۲) همان‌طور که قایق نجات می‌تواند افراد را از غرق شدن در دریا نجات دهد، مطالعه و کتاب‌خوانی نیز می‌تواند افراد را از گرفتار شدن در فضای مجازی نجات دهد.



شکل ۷. کارتون ۴

(منبع: خبرگزاری کتاب ایران (www.ibna.ir))

در کارتون شکل ۷ تقابل بین کتاب و فضای مجازی به صورتی متفاوت از کارتون‌های قبلی به تصویر درآمده است. در اینجا تصویر فردی را می‌بینیم که کتابی در دست دارد و به قصد مطالعه آن را باز کرده است اما یک گوشی تلفن همراه چشمان او را بسته است. در این کارتون، بر خلاف کارتون‌های قبلی، برای بیان مفهوم کتابخوانی از استعاره تصویری استفاده نشده است اما قرار گرفتن گوشی تلفن همراه در مقابل چشمان فرد به گونه‌ای که مانع از مطالعه کتاب می‌شود می‌تواند حاوی استعاره‌ای تصویری باشد که در آن گوشی تلفن همراه به مثابه چشم‌بند مفهوم‌سازی شده است، ضمن اینکه گوشی تلفن مجازاً دلالت بر فضای مجازی دارد. پیام نهفته در این کارتون از طریق استدلال قیاسی زیر قابل فهم است:

«همان‌طور که چشم‌بند مانع از دیدن فرد می‌شود، فضای مجازی نیز مانعی برای کتاب‌خوانی افراد است.»

نکته جالب توجهی که در دو مورد از کارتونها (کارتون ۱ و ۳) به چشم می‌خورد این است که افراد کتابخوان (افراد داخل واگن کتاب‌ها در کارتون ۱ و فرد نشسته بر روی کتاب در کارتون ۳) همه تلاش خود را به کار می‌بندند که افراد گرفتار فضای مجاز (فرد داخل واگن

آتش گرفته در کارتون ۱ و فرد غرق شده در کارتون ۳ را نجات دهند. این نوع تصویرسازی نشان می‌دهد که کارتونیست‌ها گرچه از یک طرف تقابل و تعارض بین کتابخوانی و فضای مجازی را برجسته کرده‌اند اما از طرف دیگر، افراد اهل مطالعه را افرادی خیرخواه و یاری‌کننده دانسته‌اند که سعی در کمک به افراد گرفتار فضای مجازی دارند. بنابراین، علی‌رغم تقابلی که بین کتاب و فضای مجازی وجود دارد، بین افراد اهل مطالعه و افراد اهل فضای مجازی چنین تقابلی وجود ندارد.

تا به اینجا استعاره‌های تصویری تجلی‌یافته در چهار کارتون شهروندی با موضوع تقابل کتاب و فضای مجازی را بررسی کردیم و تعامل استعاره و مجاز تصویری را در این کارتونها نشان دادیم. همچنین نشان دادیم که کارتونیست چگونه به کمک استعاره و مجاز تصویری و براساس استدلال قیاسی پیام موردنظر خود را در کارتون مفهوم‌سازی کرده است. اکنون لازم است که نوع استعاره‌های تصویری به‌کاررفته در کارتون‌های بررسی‌شده را بر اساس طبقه‌بندی فورسویل (۲۰۰۵، ۲۰۰۷) مشخص سازیم. همان‌طور که قبلاً در بخش سوم مقاله گفته شد، فورسویل استعاره‌های تصویری را به چهار دسته استعاره بافتی، استعاره آمیخته، استعاره یکپارچه و تشبیه تصویری تقسیم می‌کند. براساس شرحی که از این استعاره‌ها در بخش ۲-۳ و جدول ۲ ارائه شد، استعاره تصویری به‌کاررفته در کارتون ۱ (شکل ۱) از نوع آمیخته است زیرا در آن تصویر قفسه‌های کتاب و گوشی تلفن همراه با تصویر واگن قطار تلفیق شده‌اند و حاصل این تلفیق، تصویری استعاره‌ای است که در آن هر دو حوزه مبدأ و مقصد قابل تشخیص هستند. در کارتون ۲ (شکل ۳) نیز با استعاره تصویری از نوع آمیخته مواجه هستیم که در آن تصویر کتاب و گوشی تلفن همراه با تصویر انسان تلفیق شده‌اند (به‌واسطه ترسیم دست برای آنها و اسلحه یا پیل به دست گرفتن). در کارتون ۳ (شکل ۵) حجم زیادی از گوشی‌های تلفن همراه به‌گونه‌ای به تصویر درآمده‌اند که شکل موج دریا را به ذهن متبادر می‌سازد و بیرون آمدن دست فردی از لایه‌ای این گوشی‌ها این مفهوم‌سازی را تقویت می‌کند. علاوه بر این، در عنوان این کارتون، یعنی «قایق نجات کتاب در دریای فضای مجازی» نیز استعاره «فضای مجازی دریا است» به‌صراحت بیان شده است. این استعاره نیز از نوع آمیخته است، زیرا تصویر گوشی‌های همراه با تصویری که ما از دریا و موج آن در ذهن داریم تلفیق شده است. اما استعاره تصویری دیگری که در این کارتون وجود دارد، یعنی «کتاب قایق نجات است»، از نوع استعاره بافتی است زیرا تصویر یک کتاب قطور در بافتی که انتظار آن را نداریم ظاهر شده است. این بافت (یعنی دریا) در اصل متعلق به چیزهایی مانند

قایق یا کشتی است که در اینجا برخلاف انتظار، با تصویر کتاب پر شده است. نهایتاً به کارتون ۴ (شکل ۷) می‌رسیم که در آن تنها یک استعاره تصویری یافت می‌شود که از نوع بافتی است. انتظار ما این است که مقابل چشم فرد چشم‌بند یا عینکی تیره قرار گیرد که مانع دید او شود در حالی که یک گوشی تلفن همراه قرار گرفته است. بنابراین در مجموع می‌توان گفت که استعاره‌های تصویری به‌کاررفته در چهار کارتون بررسی شده همگی از نوع آمیخته با بافتی هستند و استعاره تصویری یکپارچه و تشبیه تصویری در آنها به کار نرفته است. در جدول زیر، استعاره‌های تصویری به‌کاررفته در کارتون‌های بررسی شده در این مطالعه، نوع هر استعاره براساس طبقه‌بندی فورسویل (۲۰۰۵، ۲۰۰۷)، و همچنین حوزه‌های مبدأ و مقصد هر استعاره ذکر شده است.

جدول ۳. استعاره‌های تصویری به‌کاررفته در کارتونها

شماره کارتون	استعاره تصویری	نوع استعاره	حوزه مبدأ	حوزه مقصد
۱	کتاب به‌مثابه واگن امن و سالم	آمیخته	واگن قطار	کتاب
	گوشی تلفن همراه به‌مثابه واگن ناامن و جدامانده	آمیخته	واگن قطار	گوشی تلفن همراه
۲	کتاب به‌مثابه انسان در حال مرگ	آمیخته	انسان	کتاب
	گوشی تلفن همراه به‌مثابه دشمن	آمیخته	انسان	گوشی تلفن همراه
۳	فضای مجازی به‌مثابه دریا	آمیخته	دریا	فضای مجازی
	کتاب به‌مثابه قایق نجات	بافتی	قایق	کتاب
۴	گوشی تلفن همراه به‌مثابه چشم‌بند	بافتی	چشم‌بند	گوشی تلفن همراه

به نظر می‌رسد که عدم کاربرد تشبیه تصویری در کارتون‌های بررسی شده ناشی از این موضوع است که در تشبیه تصویری اساساً دو مفهوم عینی از لحاظ شکل ظاهری باهم مورد مقایسه قرار می‌گیرند و بدین‌وسیله شباهت فیزیکی آنها مبنای نگاشت استعاری واقع می‌شود. از آنجا که در این کارتونها مفاهیم «مطالعه»، «کتاب»، «تلفن همراه» و «فضای مجازی» حوزه مبدأ استعاره بوده‌اند و هدف کارتونیست برجسته‌سازی جنبه‌های غیرفیزیکی و ناملموس این مفاهیم (و عمدتاً مزایا و معایب آنها) از طریق استعاره بوده است، تشبیه تصویری ابزار مناسبی برای نیل به این هدف نیست. عدم کاربرد استعاره تصویری یکپارچه نیز می‌تواند به این دلیل باشد که این نوع استعاره‌ها حاوی یک گشتالت آمیخته از دو مفهوم‌اند که ماهیت تخیلی دارند و از لحاظ قوانین فیزیکی، وقوع آنها در جهان خارج ناممکن است.

(فورسویل، ۲۰۰۵). بنابراین، ترسیم استعاره‌های یکپارچه به‌مراتب دشوارتر و خلاقانه‌تر از استعاره‌های آمیخته و بافتی است.

۵. نتیجه‌گیری

زبان‌شناسان شناختی استعاره را یک روش رایج برای استدلال در مورد جهان می‌دانند که خود را در زبان روزمره مردم منعکس می‌سازد (رویز دمندزا، ۲۰۲۰). بررسی کارتون‌های شهروندی مرتبط با تقابل کتاب و فضای مجازی در پژوهش حاضر نیز نشان داد که استعاره‌های تصویری نیز می‌توانند مانند استعاره‌های زبانی برای استدلال در مورد مسائل و موضوعات مختلف جهان واقع به کار روند و کارتونیست‌ها با اشراف بر این مطلب در کارتون‌های شهروندی از قدرت استدلالی استعاره بهره زیادی می‌برند. در این پژوهش نشان داده شد که کارتونیست‌ها پیام موردنظر خود در رابطه با تقابل بین کتاب و فضای مجازی را به‌کمک نوعی استدلال قیاسی بیان می‌کنند که در آن براساس رابطه بین مؤلفه‌های حوزه مبدأ استعاری، در مورد رابطه بین مؤلفه‌های حوزه مقصد استدلال صورت می‌گیرد.

تحلیل داده‌ها نشان‌دهنده آن است که کارتونیست‌ها برای بیان تقابل بین کتاب و فضای مجازی از استعاره‌های تصویری مبتنی بر قطار، دریا و تعارض فیزیکی بین انسان‌ها (به کمک انسان‌پنداری) استفاده کرده‌اند. نتایج پژوهش همچنین نشان داد که استعاره و مجاز در این کارتون‌ها با یکدیگر در تعامل‌اند و درون حوزه مبدأ یا مقصد استعاری می‌توان رابطه‌ای مبتنی بر مجاز یافت. این رابطه در کارتون‌های مورد مطالعه بین تصویر کتاب و عمل کتاب‌خوانی از یک سو، و بین تصویر گوشی تلفن همراه و مفهوم انتزاعی فضای مجازی از سوی دیگر برقرار شده است. برقراری این رابطه مجازی کارتونیست را قادر ساخته است تا مفاهیم انتزاعی کتاب‌خوانی (مطالعه) و فضای مجازی را به تصویر درآورد و آنها را در جایگاه حوزه مبدأ یا مقصد استعاره‌ای تصویری قرار دهد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که براساس طبقه‌بندی‌ای که فورسویل (۲۰۰۵، ۲۰۰۷) از استعاره‌های تصویری ارائه می‌دهد و آنها را به چهار دسته تقسیم می‌کند (بخش ۳-۲ مقاله)، تنها دو مورد از آنها شامل استعاره آمیخته و استعاره بافتی در کارتون‌های منتخب به‌کار رفته‌اند.

کتابنامه

- آقابابایی، احسان؛ ویسی، رحمان؛ ژیانپور، مهدی و خادم‌الفرقایی، مهنوش (۱۳۹۵). گفت‌وگوهای 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.
- انصاریان، شادی (۱۴۰۱). *تحلیل انتقادی گفتمان کارتون‌های حوزه سیاست خارجی ایران در چارچوب نظریه‌های استعاره و آمیختگی مفهومی*. رساله دکتری زبان‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- بصائری، سلمان، خزائی، محمد (۱۳۹۲). جلوه‌های استعاره در نظام نشانه‌ای دیداری پوستره‌های عاشورایی. *نقد 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 پوسترهای مذهبی و ملی براساس رویکرد شناختی فورسویل*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته زبان‌شناسی، دانشگاه شهید باهنر کرمان.
- غیاثیان، مریم سادات؛ میناوندحسینی، بهمن زندی و محمدرضا احمدخانی (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 بیلبردهای تجاری شهر تهران: مطالعه موردی بیلبردهای تجاری شرکت بیمه معلم، پودر تاز و اسنک چی‌توز. *مطالعات زبان‌ها و گویش‌های غرب ایران*، ۲ (۵)، ۶۱-۸۴.
- منفرد، نرجس، حق‌بین، فریده (۱۳۹۸). بازنشان‌سازی بافت موقعیت در رسانه محیطی آگهی‌نماها (بررسی موردی شهر تهران). *زبان‌شناسی اجتماعی*، ۲ (۸)، ۱۰۱-۱۱۸.

- 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.
- Epley, N., Waytz, A., & Cacioppo, J. T. (2007). On seeing human: A three-factor theory of anthropomorphism. *Psychological Review*, 114 (4), 864-886.
- 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, 1-14.

- 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 Kristiansen, G., Achard, M., Dirven, R., and Ruiz de Mendoza Ibáñez, F. (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. (2009a). 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. (2009b). Metonymy in Visual and Audiovisual Discourse. In A. Ventola & A.J. Moya (eds.), *The World Told and the World Shown* (pp. 57-74). New York: Palgrave Macmillan.
- 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.
- Kövecses, Z. (2002). *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (2010). *Metaphor: A Practical Introduction* (2nd Ed.). Oxford: 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, III (1), p. 124-141.
- 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.
- Lakoff, G. (1993). The contemporary theory of metaphor. In A. Ortony (ed.), *Metaphor and thought* (pp. 202-251). New York: Cambridge University Press.
- Musolff, A. (2004). *Metaphor and political discourse: analogical reasoning in debates about Europe*. New York: Palgrave Macmillan.
- Ruiz de Mendoza, F. (2014). On the Nature and Scope of Metonymy in Linguistic Description and Explanation: Towards Settling Some Controversies. In J. Littlemore & J. R. Taylor (eds.), *The Bloomsbury Companion to Cognitive Linguistics* (pp. 143-166). London: Bloomsbury.
- Ruiz de Mendoza, F. (2020). Understanding figures of speech: Dependency relations and organizational patterns. *Language & Communication*, 71, 16-38.
- Ruiz de Mendoza, F., & Diez, O. (2002). Patterns of conceptual interaction. In R. Dirven & R. Pörings (eds.), *Metaphor and Metonymy in Comparison and Contrast* (pp. 489-532). Berlin/New York: Mouton de Gruyter.