

مفهوم‌سازی شناختی استعاره‌های تصویری در عناوین پیکتوگرافیک کتاب‌های کودک، بر اساس ماتریس فیلیپس و مک‌کوآری

/// امیرحسین زنجانبر^۱

^۱ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، ادبیات کودک و نوجوان، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

دریافت مقاله: ۱۴۰۳-۰۲-۳۱، پذیرش نهایی: ۱۴۰۴-۱۲-۰۲

چکیده

پیکتوگرام‌ها نشانه‌های تصویری ساده و فاقد جزئیات‌اند که معنای خود را بدون پیچیدگی و بلافاصله منتقل می‌کنند. بسیاری از طراحان جلد کتاب‌های کودک، از خرده‌شمایل‌های پیکتوگرافیک در لابه‌لای تایپوگرافی عناوین استفاده می‌کنند. خرده‌پیکتوگرام‌های به‌کاررفته در این تایپوگرافی‌ها، علاوه بر کارکرد زیبایی‌شناختی دارای کارکرد اطلاع‌رسانی نیز هستند. این خرده‌پیکتوگرام‌ها پیام خود را در عین سادگی، از مجرای آرایه‌های بصری انتقال می‌دهند. مقاله حاضر با تحلیل استعاره‌ها و مجازهای مفهومی مستتر در عناوین پیکتوگرافیک کتاب‌های کودک به چگونگی ساختار هنری و کارکرد معنایی آرایه‌های تصویری این عناوین پاسخ می‌دهد. هدف مقاله پیش‌رو تحلیل شناختی فرایند شکل‌گیری و انتقال استعارات تصویری است که از به‌کارگیری شمایی پیکتوگرافیک در متنی نوشتاری حاصل می‌آید. این پژوهش به روش تحلیلی توصیفی و وفق نظریه فیلیپس و مک‌کوآری در نوع‌شناسی استعارات تصویری و با استناد به آرای کوچش در استعاره‌ها و مجازهای مفهومی انجام شده است. فقدان استعاره‌شناسی پیکتوگرام در ایران و بسامد به‌کارگیری این شگرد هنری در عناوین کتاب‌های کودک، ضرورت پژوهش را مسجل می‌کند. مقاله پیش‌رو برای نخستین بار در ایران، نوع‌شناسی مذکور را از حوزه تصویر به حوزه تایپوگرافی گسترش می‌دهد. روش گردآوری داده‌ها به صورت هدفمند و جامعه آماری آن، عناوین کتاب‌های تصویری گروه سنی «الف»، «ب» و «ج» (فارسی و انگلیسی) است. پژوهش حاضر نشان می‌دهد، اولاً: نوع‌شناسی فیلیپس و مک‌کوآری در ساختار بصری و بلاغت معنایی، نه تنها برای تعامل بین دو تصویر کارآمد است؛ بلکه برای آرایه‌های مبتنی بر تعامل بین تایپوگرافی و پیکتوگرام نیز کارایی دارد؛ ثانیاً، تولید و دریافت بلاغت معنایی پیکتوگرافی‌ها در گرو درک خودکار استعارات مفهومی است.

واژگان کلیدی

کتاب کودک، تایپوگرافی، پیکتوگرام، استعاره مفهومی، فیلیپس، مک‌کوآری.

◀ مقدمه

تایپوگرافی^۱، پل اتصال دو وجه زبان‌شناختی و شمالی کلمات است. در تایپوگرافی بسیاری از عناوین کتاب‌های تصویری کودک از پیکتوگرام^۲ برای مفهوم‌سازی استفاده می‌شود. چراکه تصاویر بیش از واژگان توجه کودکان را به خود جلب می‌کنند. پیکتوگرافی عنوان با برجسته‌کردن وجه بصری واژه‌ها و سکتته در خوانش، کودک را به سوی خود فرامی‌خواند و با تلفیق دو نظام نشانه‌ای نمادین و شمالی خواننده را از انفعال در برابر خوانش مکانیکی بازمی‌دارد. در واقع، خوانندگان کودک از دیالکتیک دلالت نظام زبانی و نظام تصویری به دلالت نوینی دست می‌یابند که علاوه بر تسهیل دست‌یابی به اطلاعاتی نسبی در خصوص ژانر کتاب (طنز، گوتیک، اجتماعی و غیره)، شرایط مشارکت فعال آن‌ها را نیز در استنباط معنای عنوان فراهم می‌سازد. در این میان، نقش استعاره‌ها و مجازهای مفهومی را نمی‌توان در فرایند شناختی دلالت و تبانی نظام تصویری و زبانی واژگان از نظر دور داشت. پس از اینکه لیکاف^۳، جانسون^۴ و کوچش^۵ کارکرد استعاره را از حوزه بلاغت ادبی فراتر بردند و به حوزه زبان و تفکر گسترش دادند؛ آرای ایشان نه تنها بر پارادایم‌های علوم کلامی تأثیر بسزایی گذاشت؛ بلکه باعث تحول تقسیم‌بندی‌های مفاهیم کلیدی در علوم غیرکلامی‌ای مانند رشته ارتباط تصویری نیز شد. ابتدا فورس‌ویل^۶ و سپس، فیلیپس^۷ و مک‌کوآری^۸ از جمله نظریه‌پردازانی بودند که با الهام از نظریه استعاره‌های مفهومی^۹، دسته‌بندی متفاوتی را در حوزه استعاره‌های تصویری^{۱۰} ارائه دادند. تاکنون در ایران، هیچ پژوهشی استعاره‌شناختی در حوزه پیکتوگرام انجام نشده است؛ از همین رو این مقاله بر آن است که کارایی نوع‌شناسی^{۱۱} استعاره‌های تصویری فیلیپس-مک‌کوآری را به حوزه پیکتوگرافی گسترش دهد. در همین راستا، پژوهش پیش‌رو به دو پرسش پاسخ می‌دهد: ۱- بر اساس نوع‌شناسی فیلیپس و مک‌کوآری، استعاره‌های مبتنی بر پیکتوگرام‌های عناوین کتاب‌های کودک چه انواعی دارند؟ ۲- استعاره‌ها و مجازهای مفهومی^{۱۲} چگونه استعاره‌های تصویری مذکور را مفهوم‌سازی می‌کنند؟

◀ روش پژوهش

پژوهش حاضر با روش تحلیلی‌توصیفی انجام شده است. جامعه هدف این پژوهش آن دسته از کتاب‌های گروه سنی «الف»، «ب» و «ج» است که فارغ از ترجمه یا تألیف بودن، عناوین پیکتوگرافیک فارسی یا انگلیسی دارند. عمده نمونه‌ها به زبان فارسی هستند. کتاب‌های زبان فارسی به بازه زمانی ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ و کتاب‌های زبان انگلیسی به بازه زمانی ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۱ محدود شده‌اند. علت انتخاب جامعه هدفی مرکب از دو زبان متفاوت این است که شمول فرافرهنگی انواع آرایه‌های بصری را در پیکتوتایپ‌ها به نمایش بگذارد. نمونه‌ها به روش هدفمند غیراحتمالی انتخاب شده‌اند. معیار گزینش، حضور مصادیقی از پیکتوگرام در تایپوگرافی عناوین روی جلد کتاب‌ها بوده است.

نمونه مورد مطالعه شامل هشتاد و دو عنوان کتاب بوده است که در تایپوگرافی عناوینشان خرده‌پیکتوگرام‌هایی وجود داشته است. در بخش بحث و تحلیل این مقاله، با تکیه بر ماتریس فیلیپس-مک‌کوآری آرایه‌های بصری دوازده عنوان از نمونه‌ها نوع‌شناسی و سپس با استناد به آرای کوچش مجموعه استعاره‌های مفهومی‌ای که پایه تشکیل پیکتو-تایپوگرافی در آن‌ها شده است، یک‌به‌یک تحلیل می‌شوند.

◀ پیشینه پژوهش

از پیشگامان بررسی آرایه‌های تصویری فورس‌ویل است. فورس‌ویل (۱۹۹۶) با انتشار کتاب *استعاره‌های تصویری در آگهی‌ها*، نقبی به رابطه بین تصویرسازی آگهی‌ها و استعاره‌های تصویری زد. فیلیپس و مک‌کوآری در سال ۲۰۰۴ در راستای تکمیل پژوهش‌های استعاره‌شناختی فورس‌ویل، مقاله «فراسوی استعاره بصری: یک نوع‌شناسی جدید برای آرایه‌های بلاغی بصری در تبلیغات» را نوشتند و با رویکردی دوبعدی آرایه‌های تصویری آگهی‌های بازرگانی را نوع‌شناسی کردند. مک‌کوآری در نوع‌شناسی خود، آرایه‌های بصری را به لحاظ ساختاری به سه گروه ترکیب بصری، مجاورت بصری و جایگزینی بصری تقسیم کرد. هوانگ^{۱۳} (۲۰۱۸) به طور خاص آرایه مجاورت بصری را در مقاله‌اش مطالعه و آنرا به دو گونه تقسیم‌بندی کرد. اخیراً خو و همکارانش (۲۰۲۱) در مقاله‌ای به نام «مروری بر استعاره بصری، بر پایه نوع‌شناسی بصری و فرم‌های کلامی» بر بررسی پنجاه مقاله در حوزه استعاره‌های بصری، این پژوهش‌ها را آسیب‌شناسی کرده‌اند. از منظر ایشان، تحقیقات در حوزه استعاره‌های بصری از سه جنبه ناکافی هستند؛ اول اینکه تمرکز اغلب آن‌ها بر بازاریابی است، نه بر گسترش زبان‌شناسی؛ دوم اینکه در بیشتر آن‌ها به تأثیرات شناختی بیش از چگونگی شکل پردازش شناختی استعاره‌های تصویری اهمیت داده شده است و سوم اینکه به انواع استعاره‌های تصویری-کلامی التفاتی بسنده نشده است. کتاب *استعاره‌های تصویری در تبلیغات* تألیف کیماسی و همکاران (۱۳۹۸) از معدود کتاب‌های تألیفی است که آرایه‌های بصری را از منظر فورس‌ویل، گروه مو و فیلیپس-مک‌کوآری بررسی و برای هر کدام مثال‌هایی تصویری از آگهی‌های بازرگانی آورده است. کاشانی‌زاده و همکارانش (۱۳۹۸) در مقاله «طراحی نوع‌شناسی آرایه‌های تصویری با تمرکز بر رابطه تعاملی استعاره و مجاز در تبلیغات چاپی» مدعی دسته‌بندی متفاوتی از آرایه‌های بصری در آگهی‌ها شده‌اند و تفاوت دسته‌بندی خود را با دسته‌بندی مک‌کوآری در این می‌دانند که فیلیپس و مک‌کوآری نوع‌شناسی خود را بر اساس پیش‌فرض وجود بلاغت معنایی در آرایه‌های بصری بنا می‌نهند؛ اما ایشان بدون این پیش‌فرض دست به نوع‌شناسی زده‌اند. مقاله مشترک معنوی‌راد و مددی (۱۴۰۱) با عنوان «نوع‌شناسی استعاره بصری در تبلیغات تجاری:

آسیب‌شناسی مقالات این حوزه، بیشتر پژوهش‌ها به تأثیرات شناختی استعارات بصری تمرکز داشته‌اند؛ لیکن پژوهش حاضر چگونگی فرایند پردازش شناختی استعارت بصری را کانون توجه قرار داده است.

۱. مبانی نظری پژوهش

۱. تایپوگرافی

تایپوگرافی هنر چیدمان نوشتار برای رسیدن به زبانی تصویری است و از طریق تغییر اندازه، فاصله و شکل فونت‌ها، چینش و ترکیب حروف، فاصله بین خطوط، زاویه خط زمینه، پاراگراف‌بندی و سازه‌های صوری دیگر تحقق می‌یابد. علاوه بر تایپوگرافی، لترینگ^{۱۶} (حروف‌نگاری) نیز رابطه‌ای بین وجه زبان‌شناختی و وجه بصری عبارات نوشتاری است؛ لیکن تفاوت این دو در این است که، اولی با فونت‌ها سروکار دارد و دومی با حروف (مثلاً با حروف دست‌نویس). مقاله حاضر برای پرهیز از پیچیدگی زبان، بین تایپوگرافی و لترینگ تمایزی قائل نشده است.

۲. پیکتوگرام

نخستین خط بشر، خط تصویری (هیروگلیف^{۱۷}) بوده است. اقوام ابتدایی به‌جای واژه «گاو» از تصویر ساده‌شده گاو استفاده می‌کردند. پیکتوگرام‌های کنونی وارثان خطوط تصویری نخستین‌اند. پیکتوگرام‌ها نشانه‌هایی تصویری هستند که ساده و فاقد جزئیات‌اند و برخلاف آرم‌ها، معنای خود را بدون پیچیدگی و بلافاصله به مخاطب منتقل می‌کنند. تفاوت دیگر پیکتوگرام‌ها این است که آرم‌ها معرف هویت یک شخص یا یک مجموعه هستند و در قالب همان شخص یا مجموعه نیز تأویل و تفسیر می‌شوند (خان‌زاده، ۱۳۹۸: ۱۳)؛ اما کارکرد پیکتوگرام‌ها هویت‌نمایی یک شخص یا یک مجموعه خاص نیست. پیکتوگرام‌ها معمولاً فرامحلی و برای عموم (جنسیت‌ها، فرهنگ‌ها، سنین، سطوح سوادی مختلف) قابل فهم‌اند (استوار، ۱۳۹۲: ۷۰).

گاهی تایپوگرافی عناوین کتاب‌های کودک مبتنی بر پیکتوگرام و شگردهای پیکتوگرافیک است. «پیکتوگرافیک تصویری است که ایده‌ای را به نمایش می‌گذارد» (دانسی، ۱۳۸۷: ۱۸).

۳. استعاره‌های مفهومی

استعاره‌ها و مجازهای مفهومی دو سازوکار شناختی زبان برای دریافت و انتقال معنا هستند. استعاره مفهومی درک خودکار یک حوزه مفهومی با استفاده از حوزه مفهومی دیگر است. از منظر لیکاف و جانسون، استعاره‌های مفهومی شامل دو حوزه مبدأ^{۱۸} و مقصد^{۱۹} هستند. همواره مبدأ آعراف از مقصد است و از همین رو، ادراک مقصد با استفاده از مبدأ تحقق می‌یابد. مثلاً آتش عینی و مبتنی بر تجربه زیسته بدنی است؛ اما خشم یک مفهوم انتزاعی است. بنابراین استعاره مفهومی «خشم آتش

مطالعه منتخبی از تبلیغات تجاری در شبکه اینستاگرام» تنها پژوهش دانشگاهی است که اختصاصاً با رویکرد فیلیپس-مک‌کوآری به آرایه‌های بصری توجه کرده است. شیوا و همکارانش (۱۴۰۳) در مقاله «استعاره‌های تصویری در تبلیغات، تحلیل کتاب‌سنجی و مصورسازی»، از طریق روش‌های آماری و با ترسیم نقشه‌های گرافیکی، پیوند مطالعات حوزه استعاره‌های تصویری و میزان به‌کارگیری نظریه‌های مرتبط با استعاره‌های تصویری را در تبلیغات بررسی کرده‌اند و پراستنادترین نظریه‌پردازان در این زمینه را به ترتیب نزولی چنین معرفی کرده‌اند: مک‌کوآری، فیلیپس، مایک^{۱۴}، پوزاکاوا^{۱۵}، کاواک^{۱۶}، روسترو^{۱۷}، فورسویل، کیم، دلپر^{۱۸}، و ون مولکن^{۱۹}.

با وجود اینکه نظریات مک‌کوآری و فیلیپس پراستنادترین رویکردها در پژوهش‌های جهان در حوزه استعارات تصویری بوده‌اند، در ایران تا کنون مورد توجه پژوهشگران هنر واقع نشده‌اند.

زنجانبر (۱۴۰۳) با رویکردی فرمالیسم تمهیدات صوری مانند رنگ، سریف، اندازه، فونت را در تایپوگرافی کتاب‌های کودک مطالعه کرده است. زنجانبر (۱۴۰۲) در مقاله‌ای دیگر نیز با رویکرد فرمالیسم سیمامعنایی تایپوگرافی عناوین کتاب‌های تصویری گروه سنی «الف»، «ب» و «ج» را بررسی کرده است؛ اما این بار نه از منظر تمهیدات صوری، بلکه از منظر سطح آشنایی‌زدایی، محورهای جانیشینی و همنشینی، میزان بینامتنیت، نسبت چگالی فضای مثبت به فضای منفی و ساختار گشتالتی شکل-زمینه تایپوگرافی‌ها را دسته‌بندی کرده است و هر یک از دسته‌های فوق را نیز به زیردسته‌هایی رده‌بندی کرده است. رضوی (۱۳۹۷) با مطالعه تایپوگرافی جلد کتاب کودک گروه سنی «ب»، کارکرد و ظرفیت بصری حروف فارسی را مورد توجه قرار داده است. رضوی در پایان‌نامه‌ی مذکور، آنقدر خوانایی در تایپوگرافی را حائز اهمیت می‌داند که در دسته‌بندی خود، تایپوگرافی‌ها را به دو کلان‌گروه خوانا و ناخوانا تقسیم می‌کند. طالب‌زاده (۱۳۹۳) تایپوگرافی عناوین کتاب‌های کانون پرورش فکری کودکان و نوجوان را موضوع مطالعه‌ی پایان‌نامه‌اش قرار داده است. او به تناسب کاراکترسازی حروف در تایپوگرافی با ویژگی‌های شناختی کودکان در هر گروه سنی توجه کرده است و اگرچه عناوین را در کتاب‌های کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان دارای تنوع در استفاده از کاراکترها برای گروه‌های سنی مختلف می‌داند؛ اما در به‌کارگیری خلاقیت و استفاده از ظرفیت‌های بصری حروف را در آن‌ها ضعیف می‌داند.

بر خلاف پژوهش حاضر، هیچ یک از پژوهش‌هایی که در تایپوگرافی کتب کودک و نوجوان انجام شده است، نه استعاره‌ها و مجازهای مفهومی در تایپوگرافی‌ها را مطرح نظر قرار داده‌اند و نه رویکرد فیلیپس-مک‌کوآری را. علاوه بر این، با توجه به



تصویرا. انطباق فرعی بین متعلقات حوزه مبدأ «آتش» و حوزه مقصد «خشم»

است برای شناسایی حوزه مقصد» (کوچش، ۱۳۹۳: ۶۲). از همین رو تعداد مؤلفه‌های انطباق بین دو حوزه مبدأ و مقصد در آن‌ها بسیار زیاد است؛ اما در استعاره‌های تصویری- طرحواره‌ای تعداد انطباق‌ها به مراتب کمتر و بسیار کلی است. مثلاً طرحواره حرکت فقط با سه مؤلفه مصور می‌شود: نقطه شروع، مسیر و نقطه پایان. از همین رو طرحواره حرکت می‌تواند پایه استعاره تصویری- طرحواره‌ای «سفر» قرار گیرد و «نقطه عزیمت»، «مسافرت» و «مقصد» را در تناظر با سه مؤلفه «شروع»، «حرکت» و «پایان» مفهوم‌سازی نماید.

۳-۳. استعاره‌های هستی‌شناختی

هستی‌شناسی شاخه‌ای از فلسفه است که با وجود سروکار دارد. «در مقایسه با استعاره‌های ساختاری، استعاره‌های هستی‌شناختی ساختار شناختی به مراتب کمتری را برای مفاهیم مقصد فراهم می‌کنند. وظیفه شناختی آن‌ها صرفاً اعطای یک جایگاه یا وضعیت هستی‌شناختی جدید به مقولات عام مفاهیم مقصد است» (کوچش، ۱۳۹۳: ۶۴-۶۵)؛ مثلاً وفق جمله «ترس من از همین است» حس انتزاعی ترس معادل ماده‌ای یا شیئی انگاشته شده است که قابلیت تملک دارد (استعاره ماده‌انگاری). وفق جمله «عشقش از دلم بیرون نمی‌رود» دل ظرف است و عشق مظلوفش (استعاره ظرف). وفق جمله «عمر می‌گذرد» عمر جاندار است (استعاره تشخیص). استعاره‌های ماده‌انگاری، ظرف و تشخیص از مهمترین مصادیق استعاره‌های هستی‌شناختی‌اند.

است» نگاشتی بین حوزه عینی آتش (حوزه مبدأ) و حوزه انتزاعی خشم (حوزه مقصد) برقرار می‌سازد؛ تا با توسل به مفاهیم حوزه آتش (عناصر مرتبط به آتش مثل گرما، دود، سوزندگی و غیره) ادراک مفهوم حوزه خشم میسر شود.

۱-۳. استعاره‌های ساختاری^{۳۴}

درک استعاره‌های ساختاری مستلزم ایجاد مجموعه‌ای از انطباق‌ها^{۳۵} بین عناصر حوزه مقصد با عناصر حوزه مبدأ است. از همین رو استعاره‌های ساختاری، تناظری^{۳۶} را بین ساختار حوزه مقصد و مبدأ ایجاد می‌کنند. مثلاً تعدادی از پیش‌فرض‌های انطباقی استعاره «عشق سفر است» می‌تواند بدین شرح باشد: عاشق در حرکت بر روی مسیری است/ مسیر دارای نقطه شروعی است که در انطباق با لحظه عاشق شدن است/ انتهای مسیر در انطباق با وصال است/ انتهای مسیر (لحظه وصال) به لحاظ جهت، در پیش روی مسافر قرار دارد و ابتدای آن (لحظه شروع عاشقی) در پشت سر او/ عشق بی‌وصال حرکت در مسیر بی‌پایان است. لیکاف این گونه مطابقه‌های مکان مادی بر مکان مفهومی را «مکان‌مندسازی انگاره صورت» می‌نامد (لیکاف، ۱۹۸۷: ۲۸۳). درک ساختار استعاره مفهومی «خشم آتش است»، مجموعه‌ای از انطباق‌های فرعی «شدت خشم، شدت آتش است»، «علت خشم، علت آتش است»، و «پیامد خشم، دود است» را در کنار خود دارد. به‌عنوان مثال تصویری برای نقش درک بصری ساختار استعاره «خشم، آتش است» می‌توان به تصویری اشاره کرد که شخصی از شدت عصبانیت، آتش از کله و دود از گوش‌هایش بیرون زده است (تصویرا). در داستان کودکانه *مامان کله‌دودکشی* از الهام مزارعی (۱۳۹۲)، شخصیت اصلی داستان مادری است که وقتی خشمگین می‌شود از دودکش روی کله‌اش دود برمی‌خیزد. شکل‌گیری این شخصیت بر اساس تجسم ساختاری استعاره «خشم آتش است» است (زنجانیر و کریمی‌دوستان، ۱۳۹۹: ۱۸۴).

۲-۳. استعاره‌های تصویری- طرحواره‌ای^{۳۷}

طرحواره‌ها پایه‌ای‌تر و بنیادی‌تر از استعارات هستند. چراکه استعارات ساختاری، بدون داشتن طرحواره‌ای از حوزه مبدأ قابل درک نیستند. «به نظر می‌رسد اکثر مفاهیم غیرطرحواره‌ای- تصویری (مثل سفر) مبنایی طرحواره‌ای-تصویری دارند. بنابراین می‌توان گفت حوزه‌های مقصد بسیاری از استعاره‌های ساختاری توسط حوزه مبدأ خود به‌صورت تصویری- طرحواره‌ای ساختار بندی می‌شوند» (کوچش، ۱۳۹۳: ۷۱). مثلاً «سفر» مبدأ است برای استعاره ساختاری «عشق سفر است» و پایه مفهوم غیرطرحواره‌ای «سفر» بر طرحواره- تصویر «حرکت» استوار است. بنابراین تفاوت استعاره‌های ساختاری با استعاره‌های تصویری- طرحواره‌ای در غنای انطباق‌های بین مبدأ و مقصد است. در استعاره ساختاری «حوزه مبدأ، ساختار معرفتی نسبتاً پرمایه‌ای

۴. مجازهای مفهومی

استعاره‌ها مبتنی بر شباهت‌اند و مجازها مبتنی بر مجاورت. حوزه‌های مبدأ و مقصد استعاره‌ها از یکدیگر دور هستند (در یک نشا قرار ندارند)؛ اما حوزه‌های مبدأ و مقصد مجازها به یکدیگر نزدیک و اصطلاحاً هم‌نشا هستند. منظور از نشا همان حوزه مفهومی است که به‌عنوان کلیتی واحد شامل عناصر مفهومی است. مجازها به دو شکل ظاهر می‌شوند: ۱- کل به‌جای جزء/ جزء به‌جای کل، ۲- یک جزء به‌جای جزء دیگر (کوچش، ۱۳۹۳: ۲۳۷). «مجاز فرایندی شناختی است که در آن یک عنصر مفهومی، دسترسی ذهنی به عنصر مفهومی دیگر (مقصد) را در همان حوزه یا نمونه شناختی آرمانی (نشا) فراهم می‌کند» (Kövecses and Radden, 1998: 39).

۵. نوع‌شناسی فیلیپس-مک‌کوآری

بیشتر نوع‌شناسی‌های آرایه‌های بصری، حضور دو شیء مرتبط را در تصویر به‌عنوان پیش‌فرض پذیرفته‌اند. در نوع‌شناسی فیلیپس و مک‌کوآری، از یک سو شیوه استقرار این دو شیء نسبت به هم مطمح نظر قرار می‌گیرد و از سوی دیگر رابطه معنایی آن‌ها. در واقع، ایشان آرایه‌های تصویری را در قالب ماتریس دوبعدی طبقه‌بندی کرده‌اند. یک بعد از این ماتریس، ساختار بصری^{۳۸} آرایه بصری را مورد توجه قرار داده است و بعد دیگرش، عملکرد معنایی آن را (Phillips & McQuarrie, 2004: 116).

۱-۵. تعامل ساختاری در آرایه بصری

موقعیت ساختاری دو شیء نسبت به هم، سه حالت بیشتر ندارد: جایگزینی^{۳۹}، هم‌آمیزی^{۴۰} و مجاورت^{۴۱} (Phillips & McQuarrie, 2004: 117).

۱-۱-۵. جایگزینی

یک شیء جایگزین شیئی دیگر در تصویر می‌شود. از همین رو، تنها یکی از دو شیء در تصویر حضور دارد و از طریق متغیرهای زمینه‌ای، می‌توان شیء غایب را تشخیص داد. در آگهی‌های تبلیغاتی «شیئی که در تصویر حضور دارد، ممکن است کالای تبلیغ شده یا شیء دیگری باشد که ذهن را به سمت کالای تبلیغ شده (کالای غایب) هدایت می‌کند» (کیماسی و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۵).

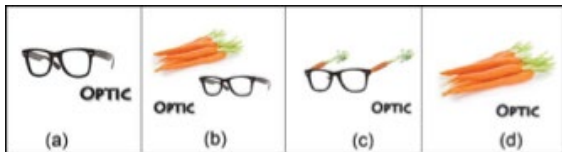
۲-۱-۵. هم‌آمیزی (ترکیب)

در این وضعیت هر دو شیء در تصویر حضور دارند و به‌گونه‌ای درهم تنیده شده‌اند که گویی شکلی جدید را پدید آورده‌اند. برای رسیدن به شناخت، ذهن این دو تصویر را از هم تفکیک می‌کند و ممکن است که این ابهام در ذهن باقی بماند که آیا تصویر ترکیبی به درستی شکسته شده است یا خیر. (Phillips & McQuarrie, 2004: 118).

۳-۱-۵. مجاورت

در این ساختار نیز هر دو شیء در تصویر حضور دارند، اما برخلاف ساختارهای هم‌آمیزه، هر یک از آن دو از دیگری مستقل و جداست. آن دو می‌توانند موقعیت نسبی هم‌جواری یا نسبت مکانی بالا و پایین داشته باشند.

در تصویر ۲، به‌خاطر کارکرد مشترک هویج و عینک در تقویت بینایی، استعاره «هویج عینک است» در قالب سه ساختار متفاوت بصری b مجاورت، c هم‌آمیزی و d جایگزینی به تصویر کشیده شده است.



تصویر ۲. استعاره تصویری «هویج عینک است» در سه ساختار: مجاورت (b)، هم‌آمیزی (c)، و جایگزینی (d). منبع (Van Mulken et al, 2014: 335)

ساختار هم‌آمیزی نسبت به ساختار مجاورت و نیز ساختار جایگزینی نسبت به ساختار هم‌آمیزی درجه پیچیدگی شناختی بیشتری دارند. چراکه در مجاورت، هر دو شیء در تصویر قابل مشاهده هستند و تشخیص هر دوی آن‌ها ساده است؛ این در حالی است که در حالت هم‌آمیزی، اگرچه هر دو شیء در تصویر حضور عینی دارند؛ اما ذهن باید آن‌ها را از هم تفکیک کند تا قابل شناسایی شوند. در حالت جایگزینی، یکی از اشیاء اصلاً در تصویر حضور ندارد و باید آن شیء غایب را از قراین زمینه‌ای در ذهن حاضر کرد (کیماسی و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۶).

۲-۵. تعامل معنایی در آرایه بصری

رابطه معنایی دو شیء نیز به سه حالت امکان ظهور می‌یابد: ارتباط^{۴۲}، مقایسه مبتنی بر تضاد^{۴۳} و مقایسه مبتنی بر تشابه (Phillips & McQuarrie, 2004: 118).

۱-۲-۵. مقایسه تشابه‌محور

در مقایسه تشابه‌محور، دو شیء بصری با یکدیگر مقایسه می‌شوند و بر ویژگی‌های مشابه آن‌ها تمرکز می‌شود. ساختار تشابه، ادراک اشتراک ویژگی‌ها را از سطح ساخت به سطح ژرف‌ساخت تعمیم می‌دهد؛ چراکه «مردم بر این باور تمایل دارند که چیزهای ظاهراً متشابه، ویژگی‌های جوهریشان نیز مشترک است» (Gibbs, 1994: 57).

۲-۲-۵. مقایسه تضادمحور

تفاوت در تصاویر مشابه برجسته‌تر از تفاوت در تصاویر نامشابه است (Holyoak & Thagard, 1995: 132). از همین رو، تضادهای دو تصویر نمی‌تواند بدون توجه به شباهت‌ها برجسته شود. تفاوت تعامل تضادمحور با تشابه‌محور در منطقه برجسته‌سازی است. در تصاویر تضادمحور، ویژگی‌های متضاد طرفین برجسته می‌شود و در تشابه‌محور، ویژگی‌های مشترک.

سطح شناختی کودکان زیر هشت سال در ادراک مقایسه‌تشابه‌محور موفق‌تر از مقایسه‌تضادمحور عمل می‌کند (Creusere, 2000).

۳-۲-۵. ارتباط

در این حالت، دو تصویر با یکدیگر مورد مقایسه قرار نمی‌گیرند و تنها ارتباط معنایی آن‌ها به تصویر کشیده می‌شود. در وضعیت ارتباط، معناآفرینی مبتنی بر استنباط خواننده است. در واقع علت ارتباط بین الف و ب را می‌توان در ویژگی شاخصی جستجو کرد که آن دو را به هم پیوند می‌دهد (Phillips & McQuarrie, 2004: 119). رابطه جزء به کل بین طرفین تصویر (در مجازهای مرسل تصویری) مصداقی از ساختار بصری ارتباط است. به‌لحاظ شناختی، عملکرد معنایی مقایسه^{۳۵} غنی‌تر از ارتباط است؛ چراکه امکان پاسخ‌های متنوع‌تری را فراهم می‌کند. تضاد بیشترین غنای معنایی را دارد؛ زیرا درک مفهوم تضاد چالشی‌تر از تشابه و ارتباط است (Phillips & McQuarrie, 2004: 120).

در دسته‌بندی فیلیپس و مک‌کوآری عنصر غالب مدنظر قرار می‌گیرد. مثلاً اگرچه یک تصویر می‌تواند هم‌زمان هم مبتنی بر مجاورت و هم مبتنی بر جایگزینی باشد؛ اما یکی از این دو، نقش برجسته‌تری در شکل‌گیری آرایه بصری مورد نظر دارد. این در حالی است که در دسته‌بندی نظریه‌پردازانی همچون پیترسون^{۳۶} (۲۰۱۸)، مجاورت-جایگزینی هم مبتنی بر مجاورت و هم مبتنی بر جایگزینی است یا جایگزینی-هم‌آمیزی در آن واحد مبتنی بر دو پارامتر جایگزینی و هم‌آمیزی است.

۴ بحث و تحلیل

در این بخش، عناوین پیکتوگرافیک کتاب‌های کودک از منظر ساختار بصری به سه بخش (جایگزینی، هم‌آمیزی و مجاورت) تقسیم می‌شود و هر بخش نیز از منظر کارکرد معنایی به سه زیربخش، در ادامه، برای هر بخش، نمونه‌ای آورده و سپس هر یک از نمونه‌ها بر اساس نظریه استعاره‌های مفهومی تحلیل می‌شود.

۱. جایگزینی

۱-۱. جایگزینی تشابه‌محور

استعاره تصویری در پیکتوگرافی *قلب من می‌روید* اثر لویکن^{۳۷} (۱۳۹۸) از مقایسه مفهومی بین قلب من (قلب راوی اول شخص) با نقطه «من» در عبارت «قلب من» حاصل آمده است (تصویر ۳). پیش از اینکه آرایه جایگزینی نقطه با پیکتوگرام قلب، در تایپوگرافی مذکور بررسی شود؛ لازم است که استعاره‌های مفهومی‌ای که معنای زبانی این عنوان را شکل می‌دهند، تحلیل شوند. استعاره «انسان گیاه است» باعث شکل‌گیری انطباق فرعی بین «قلب انسان» و «بذر گیاه» می‌شود. آنچه که قابلیت روییدن را به گیاه می‌دهد، نیروی درونی بذر است و آنچه قابلیت رشد را به انسان

می‌دهد، نیروی درونی قلب. در واقع استعاره خاص «روییدن کنش است» بر استعاره عام «رویداد کنش است» استوار است. چراکه از «روییدن رویداد است» و «رویداد کنش است» نتیجه می‌شود که «روییدن کنش است». تفاوت کنش و رویداد در این است که لازمه کنش، وجود یک فاعل (کنشگر) نیرومند و اراده‌مدار است؛ اما رویداد مستلزم علت یا عللی غیرارادی است. استعاره عام «رویداد کنش است» استعاره‌ای غیرتصویر-طرحواره‌ای است؛ اما در زیرساخت آن، تصویر-طرحواره نیرو قرار دارد. در واقع این استعاره کلان با طرحواره «علت رویداد، کنشگر است» مفهوم‌سازی می‌شود. یعنی «علت رویداد، جاندار نیرومند است» که با نیروی خود فاعل کنش (باعث وقوع رویداد) مذکور می‌شود. مخلص کلام، سلسله استعارات مفهومی پایه برای دریافت استعاره شناختی-تصویری فوق عبارت است از: «روییدن کنش است» بنابراین «بذر (علت روییدن)، کنشگر (رویاننده) است». از سویی دیگر «قلب بذر است» پس «قلب، کنشگر (رویاننده) است».



تصویر ۳. جایگزینی تشابه‌محور در عنوان روی جلد *قلب من می‌روید* اثر لویکن (۱۳۹۸) (گروه سنی: الف، ب)

حال وقت آن است که به استعاره‌های مفهومی مستتر در تایپوگرافی *قلب من می‌روید* از لویکن (۱۳۹۸)، پرداخته شود. در تایپوگرافی مذکور به جای نقطه حرف «ن» از شمایل قلب استفاده شده است. این پیکتوگرافی بر پایه استعاره هستی‌شناختی «کلمه انسان است» شکل گرفته است. واژه دوحرفی «من» (از حوزه کلمات) تحت استعاره مفهومی تشخیص (انسان‌انگاری) قرار گرفته و معادل انسان انگاشته شده است. نتیجه این انسان‌انگاری، شکل‌گیری استعاره‌های مفهومی دیگر است.

صفحه کاغذ به وجود می‌آید معادل مسیر است. ابتدای مسیر جایی است که قلم بر روی کاغذ قرار می‌گیرد و طول مسیر جایی است که حرکت پیوسته قلم ادامه می‌یابد و انتهای مسیر جایی است که حرکت ممتد قلم بازمی‌ایستد. این طرحواره حرکت، زیربنایی است برای استعاره تصویری-طرحواره‌ای «خط ممتد، مسیر است». این استعاره تصویری-طرحواره‌ای مسیر، علاوه بر عنوان کتاب *آن بالا / این پایین* در تایپوگرافی عنوان دیگر کتاب‌های کودک مانند *بزرگراه* اثر شعبان‌نژاد (۱۴۰۰ و ۱۳۸۸)، *دوستی دوطرفه* اثر استند^{۳۸} (۱۳۹۷) و حتی رمان نوجوان *دختر ستاره‌ای همیشه عاشق* اثر اسپینلی (۱۴۰۳) نیز دیده می‌شود. استعاره «جهت نوشتن، جهت حرکت است» از انطباق‌های فرعی استعاره «خط ممتد مسیر است» به شمار می‌آید (مثلاً نوشتار فارسی مسیری از راست به چپ به شمار می‌آید و نوشتار انگلیسی، مسیری از چپ به راست). استعاره فرعی «جهت نوشتن، جهت حرکت است» باعث می‌شود گرافیک «لا» در تایپوگرافی «آن بالا این پایین» به‌مثابه مسیری باشد که از آغازگاه حرف لام (از ابتدای دسته حرف «ل») شروع شود و در انتهای حرف الف در هجای «لا» به پایان برسد (تصویر ۴). به‌طور مشابه، گرافیک الف در واژه «این» مسیری را نشان می‌دهد که از نقطه فوقانی حرف الف آغاز می‌شود و تا پایان حرف الف ادامه دارد. در تایپوگرافی عنوان کتاب مذکور، حتی پایان حرف الف، پایان مسیر قلمداد نمی‌شود؛ چراکه ادامه‌دار بودن مسیر از جایگزینی پیکان روبه پایین (فلش روبه‌پایینی که جانشین حرف الف در واژه «این» شده است) دریافت می‌شود.

۱-۲. جایگزینی تضاد محور

شخصیت اصلی داستان *سامسون در برف*^{۳۹} اثر استند^{۴۰} (۲۰۱۶) ماموتی به نام سامسون است. داستان با عبارت «در یک روز آفتابی...» و یک ریزنقش «خورشید» در بالای این متن نوشتاری، آغاز می‌شود. همین ریزنقش خورشید که در صفحه نخست داستان به تصویر کشیده شده است، در تایپوگرافی عنوان جایگزین حرف *o* در کلمه *SNOW* شده است (تصویر ۵). با توجه به اینکه *SNOW* (برف) با خورشید سوزان در تضاد است؛ بنابراین اگرچه دایره حرف *o* به‌لحاظ تایپوگرافی شبیه به دایره خورشید است؛ اما ماهیتاً خورشید طلایی با کلیت کلمه سفیدبرفی *SNOW* (و با کلیت عنوان «سامسون در برف») گذشته از تضاد رنگ (فرم)، دارای تضاد مفهومی است. زیرساخت این استعاره تصویری متشکل است از استعاره هستی‌شناختی «برف ظرف است» و «ماموت ماده است». کلمه «در» (*in*) بیانگر رابطه ظرف و مظروف بین برف و ماموت (سامسون) است.

تحلیل استعاره تایپوگرافی عنوان نیاز به پیش‌دانشی از علت انقراض ماموت‌ها دارد. هم دانش پیش‌زمینه‌ای خواننده و هم پیرنگ داستان، رابطه تغییرات اقلیمی با انقراض ماموت‌ها را یادآوری می‌کند. در پیرنگ داستان مذکور رابطه

مثلاً چون کلمات از حروف و از متعلقات حروف (مثل نقطه، سرکاف، دندانه و امثالهم) تشکیل شده‌اند و انسان‌ها از اعضا و جوارح، پس استعاره فرعی «حروف و متعلقات آن، اعضای بدن هستند» (به‌ویژه «نقطه، قلب انسان است») نیز حوزه کلمات را به حوزه انسان‌ها می‌نگارد. وفق همین استعاره، بین نقطه مرکز کلمه «من» و قلب انسان تطابق شکل می‌گیرد.

خلاصه فرایند زنجیره استعارات مفهومی بدین صورت است: «انسان گیاه است»، «رویدن کنش است»، «بذر (علت رویش)، کنشگر (رویاننده) است»، «قلب بذر است»، «قلب، کنشگر (رویاننده) است»، از سویی دیگر «کلمه انسان است»، «نقطه من (کلمه دو حرفی متشکل از م، ن)، قلب من (انسان اول شخص) است» و بالاخره از همه اینها نتیجه می‌شود: «نقطه من رویاننده است». از همین رو «قلب من (با پیکتوگرام قلب به‌جای نقطه) می‌روید».

در تایپوگرافی عنوان *آن بالا این پایین* تألیف توپچی (۱۴۰۱)، پیکتوگرام یک علامت پیکان به سمت بالا جایگزین حرف الف در واژه «بالا» شده است و پیکانی به‌سوی پایین نیز جایگزین حرف الف در عبارت «این پایین» (تصویر ۴).



تصویر ۴. جایگزینی تشابه‌محور در تایپوگرافی عنوان *آن بالا این پایین* اثر توپچی (۱۴۰۱) (گروه سنی: الف، ب)

از آنجا که در هجای «لا» جهت حرکت قلم در نوشتن حرف الف، از پایین به سمت بالا است و در هجای «این» برای نوشتن حرف الف، جهت حرکت قلم از بالا به سمت پایین؛ لذا به‌لحاظ شناختی، پیکتوگرام‌های جهت‌یابی (فلش‌های بالا و پایین) با جهت حرکت قلم در موقع نوشتن کلمات همخوان است؛ یک خط (چه مستقیم و چه منحنی) که از جابه‌جایی قلم بر روی

در واژه «love» تصویر یک قلب جایگزین حرف «o» شده است (تصویر ۶). هم حرف «o» و هم تصویر قلبی که جایگزین این حرف شده است، به لحاظ ظاهری بی‌شبهت به یکدیگر نیستند. مثلاً هر دو به لحاظ هندسی، منحنی بسته (تقریباً دایره‌ای شکل) و به لحاظ اندازه همسان‌اند؛ اما به لحاظ مفهومی شباهتی با یکدیگر ندارند؛ بلکه رابطه طرف و مظلومی با یکدیگر دارند. در تولید معنا، بیشتر ملاک مفهوم است، نه فرم. برای جایگزینی قلب با حرف «o» شاید شباهت فرمی آن‌ها ملاک باشد؛ اما مفهوم‌سازی قائم بر ارتباط معنایی بین قلب و عشق است.

عنوان کتاب *عشق می‌تواند از راه‌های زیادی وارد شود* به کثرت راه‌های ورود عشق اشاره دارد و تایپوگرافی عنوان، نگاشت استعاری «راه‌های ورود به قلب، راه‌های تردد عشق است» را شکل می‌دهد. در این نگاشت تصویری، حوزه مقصد «راه‌های عبور عشق» است و حوزه مبدأ «راه‌های ورود به قلب». این استعاره تصویری بر پایه زنجیره‌ای از استعارات مفهومی شکل گرفته است. اولین استعاره مفهومی پایه، عبارت است از استعاره هستی‌شناختی «عشق ماده است». دومین استعاره پایه، عبارت است از استعاره «قلب ظرف است». بر اساس این دو استعاره هستی‌شناختی، انطباق فرعی «عشق مظلوف قلب (دل) است» شکل می‌گیرد. از سویی دیگر، استعاره تشخیص «عشق موجود زنده است» برای عشق توانایی حرکتی ارادی قائل می‌شود. لذا بنا بر استعاره هستی‌شناختی تشخیص، عشق به‌عنوان مظلومی متحرک می‌تواند به‌عنوان کنشگری اراده‌مند (انسانی نیرومند) به طرف دل داخل شود.

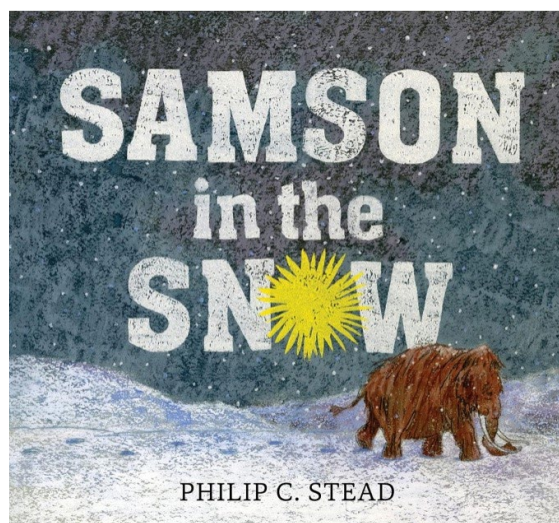
انقراض و گرمای اقلیمی زیست‌بوم ماموت‌ها را در قالب سفر خیالی یک ماموت (که در یک روز آفتابی به یک سفر خیالی زمستانی می‌رود) تلویحاً بیان می‌کند. از آنجا که گرمای زمین و تغییرات اقلیمی موجب انقراض نسل ماموت‌های ساکن در جزایر اقیانوس منجمد شمالی شده است؛ رنگ سفید فونت‌ها در تایپوگرافی عنوان، شباهت برساخته برف و ماموت را به نمایش گذاشته است. استعاره ساختاری «ماموت برف است»؛ بین علت نابودی ماموت و علت نابودی برف یک زیراستعاره ایجاد می‌کند: «علت نابودی ماموت، گرماست». بنابراین زنجیره استعاره‌های مفهومی برای مفهوم‌سازی پیکتوگرافی عنوان عبارت‌اند از: «ماموت، برف است»، «انقراض ماموت، ذوب برف است»، «علت انقراض، علت ذوب (گرما) است». گرما در اینجا مجاز مفهومی است و با نمایش «منبع گرما» (یعنی خورشید) مفهوم‌سازی مجازی شده است. چراکه گرما و خورشید از یک حوزه (نشای مفهومی) هستند که رابطه علت و معلولی دارند. تصویر روی جلد نیز عبور ماموتی با خرطوم بی‌حال و آویزان را نشان می‌دهد که در اثر حمله پرتوهای سوزناک خورشید در حال خروج از پهنه روزگار (از صحنه جلد) است. اگر کتاب مذکور به زبان فارسی ترجمه می‌شد؛ شاید برای حفظ پیکتوگرام عنوان، به جای نقطه روی حرف «ف» در کلمه سفیدرنگ «برف»، از شمایل خورشید زردرنگ استفاده می‌شد.

۱-۳. جایگزینی ارتباط محور

جایگزینی در پیکتوگرافی عنوان *عشق از راه‌های زیادی می‌تواند وارد شود*^{۴۳} اثر پیرس (۲۰۲۰) مبتنی بر تشابه با هیچ یک از ایماژهای حاصل از کلمات داخل عنوان نیست، بلکه مبتنی بر ارتباط عشق و قلب است. این دو رابطه طرف و مظلوم دارند، نه رابطه تشابه.



تصویر ۶. جایگزینی ارتباط محور در تایپوگرافی عنوان *Love Can Come in Many Ways* اثر پیرس (۲۰۲۰) (گروه سنی: الف)



تصویر ۵. جایگزینی تضاد محور در تایپوگرافی عنوان (گروه سنی: الف، ب) *Samson in the Snow* اثر استد (۲۰۱۶)

عبارت است از استعاره ساختاری «کلمه مجتمع ساختمانی است». این استعاره مفهومی باعث شکل‌گیری نگاشت فرعی بین حروف (اجزای سازنده هر کلمه) و بلوک‌های مجتمع ساختمانی (اجزای سازنده هر مجتمع) می‌شود. نگاشت‌های فرعی دیگر که دریافت استعاره تصویری فوق را تسهیل می‌کنند عبارت‌اند از: «فونت بزرگ، ساختمان بزرگ (آسمان‌خراش) است» و «مجموعه کلماتی که با فونت بزرگ نوشته شده‌اند، کلان‌شهر هستند».

علاوه بر این که فونت Big City بزرگ و سه‌بعدی است؛ در املايش نیز از حروف بزرگ انگلیسی (کیپیتال^{۴۵}) استفاده شده است. در نقطه مقابل، Little Elliot (الیوت کوچولو) با حروف کوچک انگلیسی، خط پیوسته و فونتی کوچک نوشته شده است. استعاره مفهومی «بزرگ قدرتمند است» و «کوچک ناتوان است» پایه تقابل استعاری تایپ‌فیس بزرگ Big City و تایپ‌فیس نحیف و کوچک Little Elliot است.

۲-۲. هم‌آمیزی تضادمحور

در تایپوگرافی عنوان جنگ بی‌تفنگ اثر عباسعلی زاده (۱۴۰۰)، به‌جای سرکاف حرف «گ» در کلمات «تفنگ» و «جنگ»، لوله تفنگ قرار گرفته است (تصویر ۸). اگر ترکیب تصویر با کلمه در حد یک سرکاف باقی می‌ماند، پیکتوگرافی از نوع جایگزینی به‌شمار می‌آید؛ اما پیکتوگرافی صرفاً به‌جای جانمایی لوله تفنگ به‌جای سرکاف خلاصه نشده است؛ بلکه رگباری از فشنگ‌ها نیز در حال خروج از داخل لوله تفنگ به سمت کودکی است که در پشت جلد کتاب از اصابت فشنگ‌ها در گریز است؛ به‌علاوه به‌جای نقطه‌های حروف نیز از چرخ‌های ماشین‌های زرهی استفاده شده است. شخصیت‌های داستان نیز روی حرف «گ» ایستاده‌اند. بنابراین تصویر ادوات جنگی در تایپوگرافی نوشتاری کلمات آمیخته شده است.



تصویر ۸. هم‌آمیزی تضادمحور در تایپوگرافی عنوان جنگ بی‌تفنگ اثر عباسعلی زاده (۱۴۰۰) (گروه سنی: الف، ب)

زیرساخت این استعاره خاص چیزی نیست بجز استعاره عام «رویداد، کنش است» و «علت رویداد، کنشگر است». از همین رو، «رویداد عاشق شدن، کنش است» که عشق (کنشگری اراده‌مدار) با ورودش به قلب آنرا بر عاشق تحمیل می‌کند.

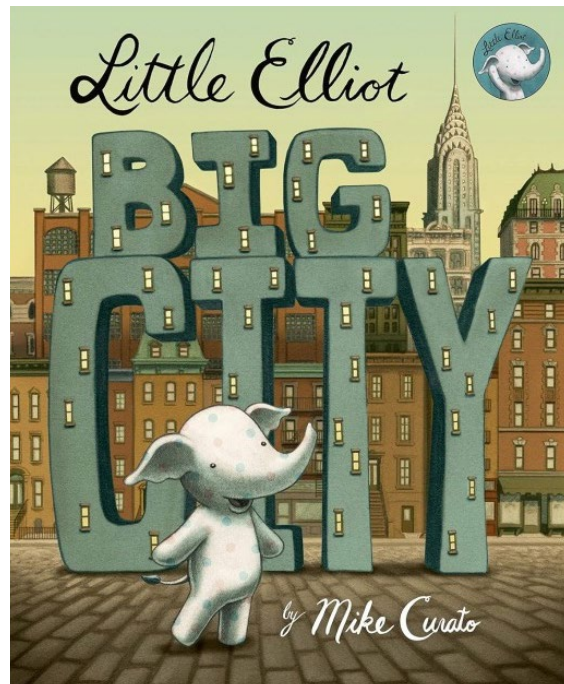
رنگ سرخ قلب نیز مبتنی بر مجاز مفهومی است. چراکه «عشق باعث خون شدن دل می‌شود» و «خون قرمز است» بنابراین به‌جای اینکه عشق به‌عنوان علت این خون‌شدگی نشان داده شود، معلول عشق (یعنی خود خون‌شدگی قلب) در تصویر نشان داده می‌شود. از همین رو، بر اساس زنجیره‌ای از مجازهای مفهومی، رنگ قرمز (رنگ خون) برای شمایل دل در کلمه love اختیار شده است.

۲. هم‌آمیزی (ترکیب)

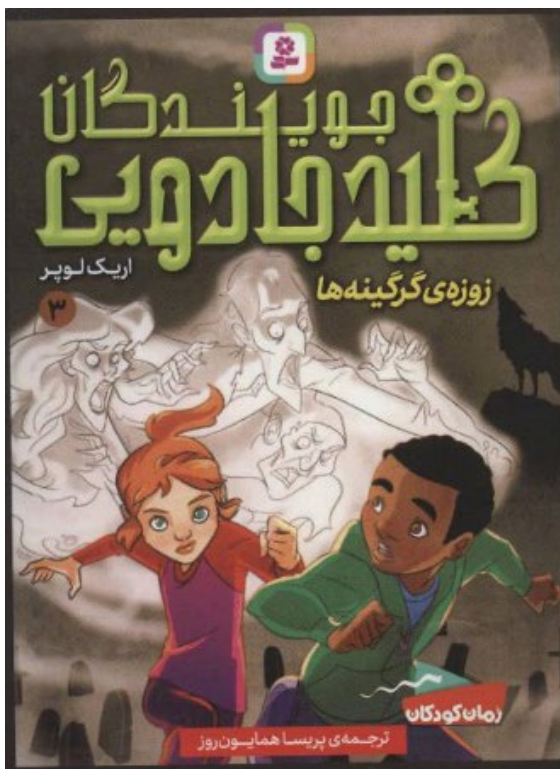
۲-۱. هم‌آمیزی تشابه‌محور

شخصیت اصلی کتاب تصویری الیوت کوچولو و شهر بزرگ^{۴۳} اثر کوراتو^{۴۴} (۲۰۱۴) فیل کوچکی به نام الیوت است که در کلان‌شهری مدرن احساس کوچک بودن و تنهایی می‌کند. تصویر ساختمان‌ها و بافت شهری، در عبارت Big City تنیده شده است (تصویر ۷). از همین رو، پیکتوگرافی عنوان دارای ساختار ادغام (هم‌آمیزی) است.

نویسه‌نگاری Big City (شهر بزرگ) با حروفی سریف‌دار و فونتی بسیار بزرگ و با به‌کارگیری سلول‌های فضایی (نوعی فونت سه‌بعدی) نگارش یافته است. پایه استعاره بصری مذکور



تصویر ۷. هم‌آمیزی تشابه‌محور در تایپوگرافی عنوان Little Elliot, Big City اثر کوراتو (۲۰۱۴) (گروه سنی: الف)



تصویر ۹. هم‌آمیزی ارتباط‌محور در تایپوگرافی عنوان جویندگان کلید جادویی اثر لوپر (۱۳۹۸) (گروه سنی: ج)



تصویر ۱۰. مجاورت تشابه‌محور در تایپوگرافی عنوان به همراه داشتن کلاه ضروری است اثر فیلیپ (۱۳۹۹) (گروه سنی: الف)

وفق پیکتوگرافی عنوان، تفنگ در «جنگ» تنیده شده است؛ اما نام کتاب همچنان مدعی بی‌تفنگ بودن جنگ است. بنابراین پیکتوگرافی عنوان مبتنی بر هم‌آمیزی تضاد‌محور است. استعاره مفهومی «دعوا جنگ است»، پایه نام‌گذاری کتاب است. امیر کودکی است که با هم‌مدرسه‌ای خود دعوا و کتک‌کاری کرده است و لباسش پاره شده است. مادرش به کتک‌کاری دانش‌آموزی «دعوا» می‌گوید؛ این در حالی است که امیر خودش را با دایی شهیدش مقایسه می‌کند و این کتک‌کاری با هم‌مدرسه‌اش را «جنگ بی‌تفنگ» می‌خواند؛ چرا که مثل دایی سعیدش برای دفاع از یکی از بچه‌های کوچکتری که در حال کتک‌خوردن بوده جنگیده است.

استعاره هستی‌شناختی «کلمه ماده است» از دیگر استعاره‌های مفهومی‌ای است که پیش‌فرض پیکتوگرافی عنوان کتاب بوده است. چراکه کودک بر روی بدنه حرف «گ» در حال حرکت است و مادرش نیز بر سطح افقی حرف «گ» نشسته است. استعاره طرف «کلمه طرف است» پرتاب رگبار فشنگ‌ها را از داخل کلمه «جنگ» و «تفنگ» توجیه می‌کند. چراکه لازمه پرتاب گلوله، این است که پرتابگر باید مخزنی (لوله‌ای) جهت استقرار گلوله یا فشنگ داشته باشد.

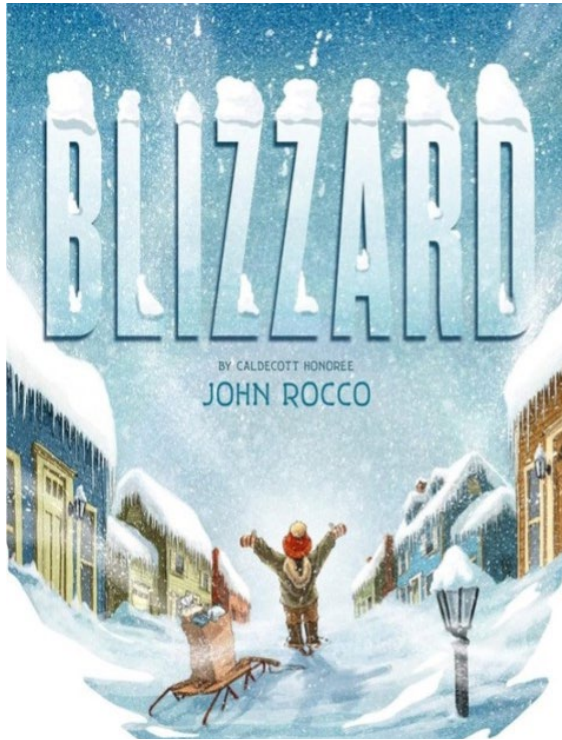
۳-۲. هم‌آمیزی ارتباط‌محور

در تایپوگرافی رمان کودکانه جویندگان کلید جادویی اثر لوپر^{۴۶} (۱۳۹۸)، علاوه بر جانشینی کلید به جای حرف لام، از ترکیب سوراخ حرف واو با سوراخ قفل در برای تایپوگرافی عنوان استفاده کرده است (تصویر ۹). تصویر سوراخ قفل در واژه «جادویی» با تصویر کلید در واژه «کلید» با هم رابطه معنایی دارند. این رابطه بر مبنای شباهت یا تضاد نیست، بلکه رابطه‌ای از نوع مجاز است. چراکه کلید و سوراخ قفل در یک نشای مفهومی قرار دارند. سوراخ کلیدی که در حرف واو تعبیه شده است، شبیه سوراخ قفل کمد و درهای قدیمی است و این ناشی از پیوندی است که به‌لحاظ استعاره مفهومی بین آرکایئک بودن و جادویی بودن وجود دارد. درواقع، استعاره «جادویی باستانی است» در کنار استعاره ساختاری «معما قفل است» و «راه حل، کلید است» و «پیدا کردن راه حل، جستن کلید است» باعث تشکیل این هم‌آمیزی ارتباط‌محور شده است.

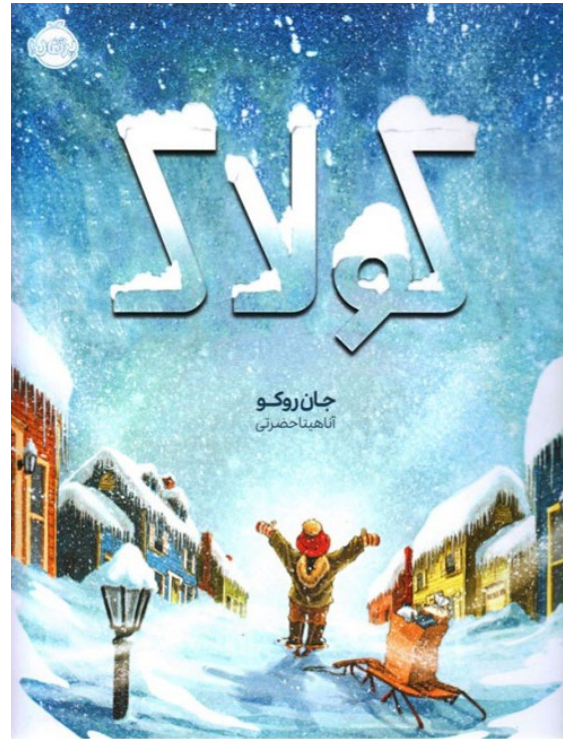
۳. مجاورت

۳-۱. مجاورت تشابه‌محور

در پیکتوگرافی عنوان به همراه داشتن کلاه ضروری است اثر فیلیپ^{۴۷} (۱۳۹۹)، روی حرف الف، کلاه گذاشته شده است (تصویر ۱۰). از آنجا که این حرف جایگزین هیچ بخشی از واژه نیست (حتی جایگزین علامت مد روی «آ») نیست، چون کلمه «کلاه» با الف نوشته می‌شود، نه با «آ»، بنابراین پیکتوگرافی عنوان مبتنی بر جایگزینی نیست؛ بلکه صرفاً مبتنی بر مجاورت است. مجاورت مذکور نیز صرفاً کارکرد زیبایی‌شناختی دارد و هیچ‌گونه کارکردافزوده



تصویر ۱۱. مجاورت تشابه محور در تایپوگرافی عنوان کولاک اثر روکو (۲۰۱۴) و ترجمه فارسی آن (گروه سنی: الف)



تصویر ۱۳. مجاورت ارتباط محور در تایپوگرافی صفحه عنوان نیست نیست به قلم مرادی لاکه (۱۴۰۰) (گروه سنی: ب)



تصویر ۱۲. مجاورت تضاد محور در تایپوگرافی عنوان دوستی دو طرفه اثر استد (۱۳۹۷) (گروه سنی: الف، ب)

کلاه بر سر انسان تلقی شود. به نسبت سایر حروف الفبا، حرف «الف» به سبب بلندی قامتش پیش‌نمونه قابل قبول‌تری برای انسان‌نمایی است. نگاشت مذکور نگاشته‌های فرعی دیگری نیز بین حوزه حروف و حوزه انسان‌ها ایجاد می‌کند. مثلاً برخلاف حروف منحنی‌شکل (مثل «میم») که به خاطر خمیدگی به‌مثابه انسان کوژپشت هستند؛ حرف الف که حالتی شق‌ورق و ایستاده دارد، انسان جوان است و نوع کلاه شاپو و روبان قرمز دورش (که در پیکتوگرافی حرف «آ») دیده می‌شود) طبقه اشرافی، نجیب‌زاده و اصیل را بازنمایی می‌کند. از همین رو نگاشت فرعی «الف»

روایی ندارد. یعنی هیچ دریافت جدید یا برداشت تکمیلی‌ای به معنای عنوان نمی‌افزاید. استعاره تشخیص «حرف انسان است» و به‌طور خاص «الف انسان است» زیرساخت این پیکتوگرافی است. وفق همین استعاره است که در زبان فارسی به «آ» (که علامت مد به سردارد) «آی باکلاه» می‌گویند. کلاه از پوشش‌های حوزه انسان است و با اطلاق نام «آی باکلاه» به حوزه حروف نگاشته می‌شود. از سویی دیگر، وضعیت ایستاده حرف «الف» باعث شده است که قسمت فوقانی حرف «آ» به «سر» (عضو فوقانی بدن انسان) نگاشته شود و علامت مد برای بخش فوقانی این حرف، به‌مثابه

حرف «ت» با یکدیگر از نظر ثنویت، تقارن و در امتداد خطی قرار داشتن شباهت دارند. دو چشم و دو نقطه حرف «ت» با یکدیگر از نظر ثنویت، تقارن و در امتداد خطی قرار داشتن شباهت دارند. بنابراین جانشینی چشم به جای نقطه‌ها چیزی جز استعاره نیست. حرف «ت» با کلمه «نیست نیست» رابطه جز به کل دارد (تصویر ۱۳).

در هر ایزود از داستان، شخصیت کم‌دقت داستان چیزی را گم می‌کند و بدون کوشش چندانی برای یافتنش بلافاصله می‌گوید: «نیست نیست!». قرار گرفتن عینک بر روی چشم، وفق علاقه لازم و ملزوم مجاز از کم‌بینایی است و جانشینی چشم کم‌بینا به جای چشم کم‌دقت، استعاره. چراکه هر دو در ندیدن اشیای پیرامون خود شباهت دارند.

نتیجه‌گیری

فیلیپس و مک‌کوآری مدعی حضور سه ساختار مشابهت، مجاورت و هم‌آمیزی در آرایه‌های بیناتصویری بوده‌اند؛ این پژوهش با مطالعه عناوین کتاب‌های تصویری کودک نشان داد که در آرایه‌های مبتنی بر تعامل بین تاییوگرافی و پیکتوگرام نیز از همین سه ساختار بصری استفاده می‌شود. همچنین فیلیپس و مک‌کوآری این آرایه‌های بیناتصویری را به لحاظ بلاغت معنایی به سه گونه تقسیم کرده‌اند: ارتباط، مقایسه تضادمحور و مقایسه تشابه‌محور. لازم به ذکر است که در نوع‌شناسی ایشان وجه غالب مد نظر قرار می‌گیرد؛ از همین رو اگرچه امکان ساختارهایی مانند جایگزینی-مجاورت نیز منتفی نیست؛ اما یکی از دو نوع جایگزینی و مجاورت وجه غالب و برجسته به‌شمار می‌آید. این پژوهش نشان داد که بلاغت معنایی تاییوگرافی‌های پیکتوگرافیک نیز در این تقسیم‌بندی صدق می‌کنند. از سویی دیگر از تحلیل عناوین پیکتوگرافیک کتاب‌های کودک، بر می‌آید که تشکیل و دریافت استعارات پیکتوگرافیک، بدون پادرمیانی استعارات مفهومی امکان‌پذیر نیست. استعارات هستی‌شناختی طرف، تشخیص و ماده‌اندگاری در پایه‌ای‌ترین سطح استعارات مفهومی به‌کاررفته در

انسانی اصیل است» زیراستعاره مفهومی‌ای است که در جایگاه پیش‌فرض پیکتوگرافی عنوان قرار گرفته است.

در تاییوگرافی کولاک اثر روکو^{۳۸} (۲۰۱۴) و نیز در نسخه فارسی آن با ترجمه حضرتی (۱۳۹۸)، بر روی حروف عنوان برف نشسته است. یعنی در مجاورت حروف سفیدرنگ، نشانی از کولاک دیده می‌شود (تصویر ۱۱). استعاره هستی‌شناختی «کلمه ماده است» پایه نمایش سه‌بعدی کلمات و سفیدپوشی آن توسط برف است.

۲-۳. مجاورت تضادمحور

«دوستی جاده است» استعاره مفهومی‌ای است که لازمه خلق و درک پیکتوگرافی دوستی دوطرفه اثر استد (۱۳۹۷) است (تصویر ۱۲). زیرساخت این استعاره ساختاری، تصویر-طرحواره‌ای است که شامل برداری از نقطه الف به نقطه ب است. دو نقطه طرفین پاره‌خط در تناظر با طرفین دوستی قرار دارد. «دوستی یک‌طرفه برداری یک‌طرفه است» و «دوستی دوطرفه، برداری دوطرفه». این در حالی است که بردارهای انتهای حرف «ی» و دسته حرف «ط» همسویه سمت بالا هستند، یعنی پیکتوگرافی عنوان برای روایت آیکونوگرافی خود، دو بردار همجهت را به نمایش گذاشته است که با دوستی یک‌سویه همخوانی دارد، نه با دوستی دوسویه. تناقض مذکور که بین وجه خوانداری عنوان و نمایش وجه تاییوگرافیک آن وجود دارد؛ هیچ کارکرد بلاغی ندارد؛ چراکه پیرنگ داستان مبتنی بر دوطرفه بودن دوستی است، نه یک‌سویی آن. بر اساس پیرنگ، نگهبان باغ وحش همه حیوانات را دوست دارد و از آن‌ها مراقبت می‌کند؛ یک‌روز که نگهبان بیمار می‌شود همه حیوانات به عیادتش می‌آیند. بنابراین داستان مذکور مبتنی بر دوسویی دوستی است. بردار یک‌سویه پیکتوگرافی عنوان، نه در خدمت محتوای کتاب و نه در خدمت وجه معناشناختی عنوان کتاب است.

۳-۳. مجاورت ارتباطمحور

در صفحه عنوان کتاب نیست نیست به قلم مرادی لاکه (۱۴۰۰)، روی دو نقطه حرف «ت» (در واژه «نیست») تصویر عینک قرار گرفته است. از سویی دیگر، عینک با چشم (با دو نقطه چشم‌مانند روی حرف «ت») در رابطه است. دو چشم و دو نقطه

جدول ۱. ماتریس دوبعدی فیلیپس-مک‌کوآری برای آرایه تصویری

مقایسه	ارتباط	رابطه معنایی	
		تشابه	تضاد
به همراه داشتن کلاه ضروری است اثر فیلیپ (۱۳۹۹) کولاک اثر روکو (۱۳۹۸) Blizzard (Rocco, 2014)	نیست نیست (مرادی، ۱۴۰۰)	تشابه	مجاورت
Little Elliot, Big City (Curato, 2014)	جویندگان کلید جادویی اثر لوپر (۱۳۹۸)	تشابه	هم‌آمیزی
قلب من می‌روید اثر لویکن (۱۳۹۸) آن بالا این پایین اثر توپچی (۱۴۰۱)	love Can Come in Many Way (Pierce, 2020)	تضاد	جایگزینی

خان‌زاده، فاطمه (۱۳۹۸). طراحی پیکتوگرام برای کودکان با استفاده از فضای مثبت و منفی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. رشته ارتباط تصویری. مؤسسه آموزش عالی نبی اکرم.

دانشی، مارسل (۱۳۸۷). *نشان‌شناسی رسانه‌ها*. ترجمه: گودرز میرزایی و بهزاد دوران. تهران: آئیسه‌نما.

رضوی، سیده‌طاهره (۱۳۹۷). «نقش تایپوگرافی در طراحی جلد کتاب کودکان گروه سنی ب». پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد رشته‌ی گرافیک. دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد.

روکو، جان (۱۳۹۸). *کولاک*. ترجمه: آناهیتا حضرتی. تهران: پرتقال.

زارع، لاله (۱۴۰۳). *کارگاه سیتودر ایران*. با تصویرگری فاطمه محمدعلی‌پور. تهران: هوپا.

زنجانبر، امیرحسین؛ کریمی‌دوستان، غلامحسین (۱۳۹۹). «رده‌بندی نشان‌شناختی سوزده‌های تخیلی در داستان‌های کودک از منظر نظریه آمیختگی مفهومی». *زبان پژوهی دانشگاه الزهر*. دوره ۱۲، شماره ۳۷. ص ۱۷۷-۱۹۵. <https://doi.org/10.22051/jlr.2020.27032.1734>

زنجانبر، امیرحسین (۱۴۰۲). «رده‌بندی فرمالیستی سیمامعنایی در تایپوگرافی عناوین کتاب‌های تصویری کودک». *گرافیک و نقاشی*. دوره ۶، شماره ۱. ص ۱۰-۱۳. [doi: 10.22051/pgr.2024.45973.1240](https://doi.org/10.22051/pgr.2024.45973.1240)

زنجانبر، امیرحسین (۱۴۰۳). «تمهیدات فرمالیستی در تایپوگرافی کتاب‌های تصویری گروه سنی «الف» و «ب»». *پژوهش‌های میان رشته‌ای زبان و ادبیات فارسی*. دوره ۳، شماره ۱. ص ۷۷-۱۰۷. [doi: 10.30479/irpli.2024.20585.1150](https://doi.org/10.30479/irpli.2024.20585.1150)

شعبان‌نژاد، افسانه (۱۳۸۸). *بزرگراه*. با تصویرگری نازلی تحویلی. تهران: توکا.

شعبان‌نژاد، افسانه (۱۴۰۰). *بزرگراه*. با تصویرگری مرزده شکری. تهران: لویه‌تو.

شهبازی، شهلا (۱۳۹۸). *به من بگو خال خالی*. با تصویرگری محبوبه کلایی. تهران: سروش.

شیوا، آیدا؛ حسین‌زاده شهری، معصومه؛ میراحمد، امیرشاهی؛ اسفیدانی، محمدرحیم (۱۴۰۳). «استعاره‌های تصویری در تبلیغات تحلیل کتاب‌سنجی و مصورسازی». *مدیریت بزند*. دوره ۱۱، شماره ۱. ص ۵۸-۱۳. [doi: 10.22051/bmr.2024.45061.2515](https://doi.org/10.22051/bmr.2024.45061.2515)

طالب‌زاده، رضوان (۱۳۹۳). «بررسی نام‌نوشته‌های کتاب‌های انتشارات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. رشته ارتباط تصویری. دانشکده پردیس البرز وابسته به دانشگاه تهران. گروه هنر و معماری. عباسعلی‌زاده، لیدا (۱۴۰۰). *جنگ بی‌تفنگ*. با تصویرگری محمدرحیم صلواتیان. تهران: مؤسسه فرهنگی قدر ولایت.

فیلیپ، سایمون (۱۳۹۹). *به همراه داشتن کلاه ضروری است*. با تصویرگری کیت هیندلی. ترجمه: سمیه حیدری. تهران: مهرسا.

کاشانی‌زاده، زهرا؛ اسفیدانی، محمدرحیم؛ کیماسی، مسعود؛ معنوی‌راد، میترا (۱۳۹۸). تحقیقات بازاریابی نوین. دوره ۹، شماره ۱. ص ۱۲۵-۱۴۴.

کوچش، زلتن (۱۳۹۳). *مقدمه‌ای کاربردی بر استعاره*. ترجمه: شیرین پورابراهیم. تهران: سمت.

کیماسی، مسعود؛ اسفیدانی، محمدرحیم؛ کاشانی‌زاده، زهرا؛ حاجی‌بابا، لیدا (۱۳۹۸). *استعاره‌های تصویری در تبلیغات*. تهران: انتشارات مبلغان.

تایپوگرافی‌های پیکتوگرافیک همیشه حضور دارند و در سطحی بالاتر، استعارات ساختاری گوناگون. این استعارات به‌طور خودکار و نامرئی در لایه‌های معنایی پیکتوگرام‌ها وجود دارند و تنها با بررسی‌ها و تحلیل شناختی می‌توان به حضور آن‌ها پی برد.

پی‌نوشت‌ها

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| 1. typography | 2. pictogram |
| 3. George Lakoff | 4. Mark Johnson |
| 5. Kövecses, Z. | 6. Forceville, Charles |
| 7. Phillips, Barbara. J. | 8. McQuarrie, Edward. F |
| 9. conceptual metaphors theory | 10. Pictorial metaphor |
| 11. typology | 12. conceptual metonymy |
| 13. Huang, Ying. | 14. Mick, D. G. |
| 15. Puzakova, Marina. | 16. Kwak, H. |
| 17. Rocereto, J. F. | 18. Delbaere, Marjorie |
| 19. Van Mulken, M. | 20. lettering |
| 21. hieroglyph | 22. source domain |
| 23. target domain | 24. structural metaphore |
| 25. mappings | 26. correspondens |
| 27. image-schema metaphor | 28. visual structure |
| 29. meaning operation | 30. replacement |
| 31. fusion | 32. Juxtaposition |
| 33. connection | 34. opposition |
| 35. comparison | 36. Peterson, M. O. |
| 37. Luyken, Corinna | 38. Dtead, P. C. |
| 39. Samson in the snow | 40. Stead, Ph. C. |
| 41. love Can Come in Many Way | 42. Pierce, T. |
| 43. Little Elliot, Big City | 44. Curato, M. |
| 45. Capital letter | 46. Luper, E |
| 47. Phillip, S. | 48. Rocco, J. |

فهرست منابع فارسی

- ابراهیم‌زاده، فاطمه؛ عزیز، مهدی (۱۳۹۴). «نحوه تأثیرگذاری فرم و ادراک آن بر میزان یادگیری در محیط آموزشی کودکان». *کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در عمران، معماری و شهرسازی*. تهران. <https://civilica.com/doc/449642>
- اسپینلی، جری (۱۴۰۳). *دختر ستاره‌ای همیشه عاشق*. ترجمه: فریده اشرفی. تهران: ایران‌بان.
- استد، فیلیپ کریستین (۱۳۹۷). *دوستی دو طرفه*. با تصویرگری *ارین ای استد*. ترجمه: آناهیتا حضرتی. تهران: پرتقال.
- استوار، مسیب (۱۳۹۲). *هنر گرافیک محیطی*. تهران: رازنامه.
- بهار، سعیدی، هاجر (۱۳۹۶). *کارگاه آفتاب*. با تصویرگری ریحانه شیران. تهران: علمی و فرهنگی.
- توپچی، فاطمه (۱۴۰۱). *آن بالا، این پایین*. با تصویرگری راشین خیریه. تهران: کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان.

- Lakoff, G. (1987). *Woman, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago & London: Chicago University Press.
- Peterson, M. O. (2018). «Aspects of visual metaphor: an operational typology of visual rhetoric for research in advertising». *International Journal of Advertising*. Volume 38. Issue 1. Pages 67-96. <https://doi.org/10.1080/02650487.2018.1447760>
- Phillips, B. J. & McQuarrie, E. F. (2004). «Beyond visual metaphor: A new typology of visual rhetoric in advertising». *Marketing Theory*. Volume 4. Pages 113-136.
- Rocco, J. (2014). *Blizzard*. New York: Little Brown Books for Young Readers.
- Shiva, A., Hosseinzadeh Shahri, M., Amirshahi, M., Eafidani, M. R. (2024). «Visual Metaphors in Advertising: Bibliometric Analysis & Visualization. Quarterly Journal of Brand Management». Volume 11. Issue 1. Pages 13-58. [in Persian]. doi: 10.22051/bmr.2024.45061.2515
- Simon, Ph. (2020). *You Must Bring a Hat*. Illus: Kate Hindley. Trans: Somayyeh Heydari. Tehran: Mehrsa. [in Persian].
- Stead, Ph. C. (2016). *Samson in the Snow*. New York: Roaring Brook Press.
- Stead, Ph. C. (2018). *A Sick Day for Amos McGee*. (Illus: Erin. E. Stead). (Trans: Anahita Hazrati). Tehran: Porteghal. [in Persian].
- Van Mulken, M.; Van Hooft, A. V.; Nederstigt, U. (2014). «Finding the Tipping Point: Visual Metaphor and Conceptual Complexity in Advertising». *Journal of Advertising*. Volume 43. Issue 4. Pages 333-343. <https://doi.org/10.1080/00913367.2014.920283>
- Xu, Ziya; Cao, Shuo; Zhao, Xuanyi (2021). «A Review of Visual Metaphor Based on Typologies and Verbalization Form». *English Language and Literature Studies*. Volume 11. Issue 3. Pages 9-21. <http://dx.doi.org/10.5539/ells.v11n3p9>
- لوپز، اریک (۱۳۹۸). *جویندگان کلید جادویی (مجموعه ۶ جلدی)*. ترجمه: پریسا همایون‌روز. تهران: فدیانی.
- لوپز، کورینا (۱۳۹۸). *قلب من می‌رود*. ترجمه: آناهیتا حضرتی. تهران: پرتقال.
- مرادی لاکه، یگانه (۱۴۰۰). *نیست نیست*. با تصویرگری عاطفه شفیعی‌راد. تهران: محراب قلم.
- مزارعی، الهام (۱۳۹۲). *مامان کله-دودکشی*. چاپ ۱. تهران: افق.
- معنوی‌راد، میترا؛ مددی، شادی (۱۴۰۱). «نوع‌شناسی استعاره بصری در تبلیغات تجاری: مطالعه‌ی منتخبی از تبلیغات تجاری در شبکه اینستاگرام». *هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی*، دوره ۲۷، شماره ۲، ص ۱۰۳-۱۱۴.

◀ فهرست منابع لاتین

- Creusere, M. (2000). «A Developmental Test of Theoretical Perspectives on the Understanding of Verbal Irony: Children's Recognition of Allusion and Pragmatic Insincerity». *Metaphor and Symbol*. Volume 15. Issue 1/2. Pages 29-45. <https://doi.org/10.1080/10926488.2000.9678863>
- Curato, M. (2014). *Little Elliot, Big City*. Braeside: Five Mile Press.
- Pierce, T. (2020). *Love Can Come in Many Way*. (Ultman, S.; Illus). Sanfrancisco: Chronicle Books.
- Forceville, C. (1996). *Pictorial metaphor in advertising*. London; New York: Routledge.
- Gibbs, R. (1994). *The Poetics of Mind*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Holyoak, K.; Thagard, P. (1995). *Mental Leaps: Analogy in Creative Thought*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Huang, Y. (2018). «Validating a modified typology of visual metaphor: Evidence from artful deviation, imagistic elaboration and ad attitude. Journal of Marketing Communications». Volume 26. Issue 5. Pages 509-527.
- Kövecses, Z.; Radden, G. (1998). «Metonymy: Developing a cognitive linguistic view». *Cognitive Linguistics*. Volume 9. Issue 1. Pages 37-77. [10.1515/cogl.1998.9.1.37](https://doi.org/10.1515/cogl.1998.9.1.37)

COPYRIGHTS

© 2022 by the authors. Published by Soore University. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

