

## Cognitive Function of the Creative Substitution Device in the Pictography of Children's and Young Adult Book Titles Based on Forceville's Metaphorology<sup>1</sup>

Amir Hossein Zanjanbar<sup>2</sup>

Received: 2024-04-27

Accepted: 2024-12-08

### Abstract

Pictograms are simplistic visual symbols that lack intricate details; they communicate their meanings directly and effortlessly to audiences, distinguishing them from logos. Numerous designers specializing in children's and young adult literature innovate typography by substituting letters in book titles with pictographic symbols. Following the SCAMPER method, "substitution" is recognized as one of seven strategies for fostering creative ideas. Consequently, these substituted pictograms within children's and young adult book typography—particularly in picture books—tend to fulfill a more artistic and creative role rather than merely serving an informative purpose. Additionally, these pictograms effectively convey messages through a metaphorical visual medium while retaining simplicity. This research aims to examine the cognitive mechanisms involved in creating and conveying visual metaphors that emerge from replacing textual elements with pictographic symbols. Given that Forceville has developed a classification system for visual metaphors inspired by Lakoff and Johnson's conceptual metaphor theory, this study explores how the cognitive function associated with pictographic substitution operates within children's and young adult book titles through Forceville's typological framework. This analytical-descriptive study focuses on storybooks targeted at age groups "A," "B," "C," and "D," encompassing both domestic and international works. The absence of pictogram metaphorology in Iran, coupled with the prevalent use of this artistic technique in children's picture book titles, underscores the significance of this research.

<sup>1</sup>DOI: 10.22051/jjh.2024.47013.2162

<sup>2</sup>MA of Children's and Young Adults' Literature, Payame Noor University, Tehran, Iran.  
mosafer\_e\_barfi@yahoo.com

## Research Questions

This study seeks to address two primary inquiries:

1. Based on Forceville's metaphorology, what categories of metaphors, derived from the substitution of pictograms, can be identified in the titles of children's and young adult literature?
2. How do metaphors and conceptual metonymy facilitate the conceptualization of these pictorial metaphors?

## Research Method

The current research employs a qualitative-comparative content analysis methodology. Data were systematically selected from both Persian and non-Persian books intended for age groups "A," "B," "C," and "D." The criterion for selection was the presence of examples of pictograms in the graphic titles on book covers. The study sample consisted of seventy-one book titles, each characterized by typography (or lettering) that creatively incorporates pictographic representations.

## Discussion and Results

Forceville draws on conceptual metaphor theory to define pictorial metaphors as mappings that connect a source domain (X) to a target domain (Y), with at least one of these domains being visual in nature. It is not essential for either the tenor or vehicle to be explicitly represented in the image; instead, it may feature merely one of its attributes or a related element depicted within the image. For example, in an advertising poster, rather than displaying the advertised product X itself, an essential component or a related object may be illustrated. Here, product X functions as the target domain and necessitates a source domain like image Y for its representation. Consequently, a metaphorical mapping emerges between the advertised product (the primary object in the image) as the target and object Y as the source.

Forceville (2007) categorizes metaphors into four types: metaphor with one present visual element, metaphor with two present visual elements (mixed metaphor), integrated metaphor, and verbal-visual metaphor.

### a) Metaphor with One Pictorially Present Term (MP1)

In this category of typography, object Y, which represents a singular pictorial entity (single image), substitutes for one of the letters in the book title. The pictorial object Y within the source domain and the omitted letter in domain X are connected by either visual similarity or conceptual similarity (often, they share both visual and conceptual similarities at once). This similarity can be understood through the linguistic context. The substituted image is not a composite representation (depicting two intertwined objects), but rather a singular representation (depicting one object).

Creativity in lettering can emerge through numerous avenues. Pierce's (2020) work exemplifies substitution at the level of a singular pictorial metaphor, as it features an image of a heart replacing the letter "o" in the word "love" (Image 1).

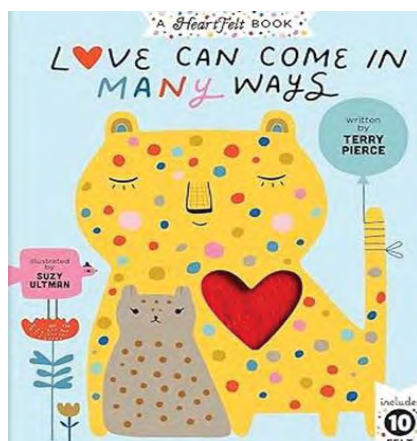


Image 1. love Can Come in Many Ways (2020) by Pierce.

### b) Metaphor with Two Pictorially Present Terms (MP2)

In this category of typography, object Y, which serves as a pictorial representation, replaces one of the letters in the book title. The pictorial object Y within the source domain and the omitted letter in domain X exhibit either visual similarity or conceptual similarity. The substitution based on a two-pictorial metaphor resembles that based on a one-pictorial metaphor in all aspects except for the structure of the pictorial object being replaced. In a two-pictorial metaphor (mixed), the substituted image is composite; it arises from the integration of two images from distinct domains, whereas in a one-pictorial metaphor, the substituted image remains simple and singular.

For instance, in Wallace's (2019) lettering for *How to Catch a Unicorn*, instead of utilizing the base of the letter "i," a unicorn's horn is incorporated, and instead of the dot over the "i," a star is employed. Consequently, through this combination of horn and star (derived from two separate pictorial entities), a visual resemblance to the letter "i" is established (Image 2).

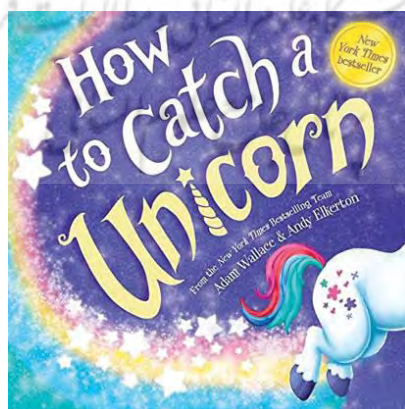


Image 2. How to Catch a Unicorn (2019) by Wallace

### c) Integrated Metaphors

In this category of metaphor, there is no substitution of images; rather, the visual modifications of one or more letters serve to represent pictorial object Y. Given that

telephone cables are continuous and unbroken, the typographer for the title *Telephone* by Mac Barnett (2014) employs connected English letters to visually depict the book title as a telephone wire. This pictogram not only enhances the aesthetic quality of the typography but also conveys the role of the telephone in simplifying the complexities inherent in communication processes (Image 3).

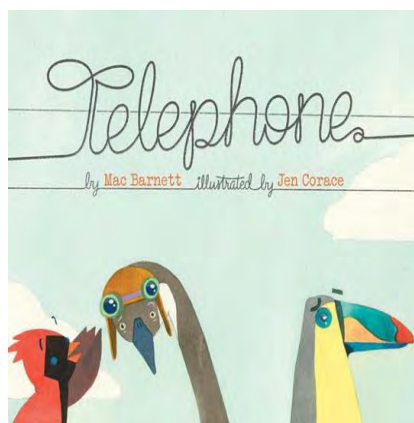


Image 3. Telephone (2014) by Barnett

#### d) Verbo-Pictorial Metaphors (VPM)

The source domain for this metaphor consists of a typographic phrase created through image substitution, typically of a mixed type; however, this typographic phrase by itself (even when considering its reading component) fails to convey its intended message. As a result, the book title serves as an anchor for this typographic phrase (the pictorial element), thereby completing the metaphorical mapping "Y is X." Thus, the pictorial component of this typographic phrase represents target domain X, while the written title adjacent to it represents source domain Y. In essence, the verbal message conveyed by the title facilitates comprehension of the pictorial context presented by the typography. This notion aligns with both Forceville and Roland Barthes. Barthes employs the term "anchoring written text to image" to describe how written text assists in interpreting pictorial contexts (Forceville, 1994: 4–5).

In Carlson's (2008) work *The Family Under the Bridge*, the lettering exemplifies a mixed type (intertwined imagery), indicating that image and typography are inseparable (Zanjanbar, 2023: 125). The term "mixed typography" should not be conflated with "mixed metaphor." Mixed typography denotes a fusion of letters and images, while mixed metaphor arises from intertwining two distinct images. In this instance, within the typography of "bridge," the lengthening stem of the letter "l" extends upward to connect with a bridge depicted in the background. Rather than using three dots to represent a "bridge," an illustration featuring three children (the story's main characters) is incorporated. The arrangement of these children's heads visually corresponds with how dots are placed beneath the letter "پ" in Persian script (Image 4). However, these children positioned beneath the letter "پ" alone do not convey the notion of "family." Thus, without anchoring provided by the written phrase *The Family Under the Bridge* (explicitly inscribed below the image), understanding any metaphorical connections between these children substituting for dots in the letter "p" and "the family under the bridge" would remain elusive.



Image 4. The Family Under the Bridge (2008)

Lettering and typography in children's book titles embody a fusion of commercial and artistic objectives pursued by graphic designers. To capture the audience's attention, typographers utilize innovative techniques in crafting book titles. Among the most effective creative brainstorming methods is SCAMPER, which incorporates the strategy of substitution. As a result, the practice of substituting pictographic symbols for segments of letters in titles has consistently attracted the interest of children's book cover designers. This study illustrates that Forceville's classification can be applied to different types of substituted pictograms found in children's book titles. Specifically, the various metaphors based on creatively substituted pictograms can be categorized into four distinct types: contextual metaphors, mixed metaphors, integrated metaphors, and visual-verbal metaphors. This categorization is structural in character, with each of these four types deriving its cognitive implications from metaphors and conceptual metonymy. Primarily, ontological metaphors play a crucial role, while structural metaphors serve as secondary elements necessary for establishing visual relationships with these concepts.

**Keywords:** children's book, typography, pictogram, conceptual metaphor, pictorial metaphor, Forceville

## کارکرد شناختی آرایه تصویری «جایگزینی خلاق» در پیکتوگرافی عناوین کتاب‌های کودک و نوجوان، براساس استعاره‌شناسی فورسویل<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۸

امیرحسین زنجانبر<sup>۲</sup>

تاریخ تصویب: ۱۴۰۳/۰۹/۱۸

### چکیده

پیکتوگرام‌ها نشانه‌هایی تصویری هستند که ساده و فاقد جزئیات‌اند و برخلاف آرم‌ها، معنای خود را بدون پیچیدگی و بلافاصله به مخاطب منتقل می‌کنند. بسیاری از طراحان جلد کتاب‌های کودک و نوجوان، برای نوآوری در تایپوگرافی یا لترینگ (حروف‌نگاری)، یک شمایل پیکتوگرافیک را جایگزین یک یا مجموعه‌ای از حروف عنوان کتاب می‌کنند. وفق مدل اسکمپر، شگرد «جایگزینی» یکی از روش‌های هفت‌گانه «ایده‌پردازی خلاق» است. از همین رو، پیکتوگرام‌های جایگزین‌شده در تایپوگرافی و لترینگ عناوین کتاب‌های کودک و نوجوان، به‌ویژه کتاب‌های تصویری، بیش از اینکه کارکرد اطلاع‌رسانی داشته باشند، کارکردی خلاقانه و هنری دارند. از سویی دیگر، این پیکتوگرام‌ها پیام خود را در عین سادگی، از مجرای استعاره‌ای تصویری انتقال می‌دهند. هدف این مقاله، تحلیل شناختی فرایند شکل‌گیری و انتقال استعارات تصویری‌ای است که از جایگزینی شمایی پیکتوگرافیک در متنی نوشتاری حاصل می‌آید. از آنجا که فورسویل با الهام از نظریه استعاره‌های مفهومی لیکاف و جانسون، استعارات تصویری را نوع‌شناسی کرده است، این پژوهش با رهیافت نوع‌شناسی فورسویل و با تکیه بر نظریه استعاره‌های مفهومی، به چگونگی کارکرد شناختی شگرد جایگزینی پیکتوگرافیک در عناوین کتاب‌های کودک و نوجوان پاسخ می‌دهد. روش پژوهش تحلیلی-توصیفی و جامعه آماری آن، کتاب‌های داستان گروه سنی «الف»، «ب»، «ج» و «د» (چه داخلی و چه خارجی) است. فقدان استعاره‌شناسی پیکتوگرام در ایران و بسامد بالای به‌کارگیری این شگرد هنری در عناوین کتاب‌های تصویری کودک، ضرورت این پژوهش را مسجل می‌کند.

کلیدواژه‌ها: کتاب کودک، تایپوگرافی، پیکتوگرام، استعاره مفهومی، استعاره تصویری، فورسویل

1. DOI: 10.22051/jjh.2024.47013.2162

۲. کارشناسی ارشد ادبیات کودک و نوجوان، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. [mosafer\\_e\\_barfi@yahoo.com](mailto:mosafer_e_barfi@yahoo.com)

پس از اینکه لیکاف<sup>۱</sup> و جانسون<sup>۲</sup> 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. فورسویل<sup>۳</sup> یکی از نظریه‌پردازانی است که با الهام از نظریه استعاره‌های مفهومی<sup>۴</sup>، دسته‌بندی متفاوتی را در حوزه استعاره‌های تصویری<sup>۵</sup> ارائه داده است. تا آنجا که نویسنده این مقاله اطلاع دارد، تاکنون در ایران، هیچ پژوهش استعاره‌شناختی‌ای در حوزه پیکتوگرام<sup>۶</sup> و تایپوگرافی‌ها<sup>۷</sup> انجام نشده است؛ از همین رو این مقاله بر آن است که کارایی نوع‌شناسی استعاره‌های تصویری را به حوزه تایپوگرافی‌ها (لترینگ‌ها)<sup>۸</sup> گسترش دهد. در همین راستا، پژوهش پیش‌رو به دو پرسش پاسخ می‌دهد: ۱- براساس استعاره‌شناسی فورسویل، استعاره‌های مبتنی بر جایگزینی پیکتوگرام‌های عناوین کتاب‌های کودک و نوجوان چه انواعی دارند؟ ۲- استعاره‌ها و مجازهای مفهومی<sup>۹</sup> چگونه استعاره‌های تصویری مذکور را مفهوم‌سازی می‌کنند؟ این پژوهش برای نخستین بار در ایران، گستره تایپوگرافی (لترینگ) را به‌عنوان موضوع استعاره‌شناسی مطمح نظر قرار داده است.

### پیشینه پژوهش

فورسویل (1996a) در مقاله‌ای با نام «آموزش چشم؟ خوانش تصاویر ون لیوون<sup>۱۰</sup> و کرس<sup>۱۱</sup>: دستور طراحی بصری»، ضمن اشاره به نقاط قوت شیوه تصویرخوانی لیوون و کرس، نقاط ضعف آن را به تفصیل بیان کرد؛ سپس با انتشار کتاب «استعاره‌های تصویری در آگهی‌ها»<sup>۱۲</sup>، نقبی به رابطه بین تصویرسازی آگهی‌ها و استعاره‌های تصویری زد. چند سال بعد، فورسویل (1999)، ضمن مطرح کردن تفاوت بین استعاره‌های ضمنی و آشکار، رمان «آرامش غریبه‌ها»<sup>۱۳</sup> اثر ایان مک‌یوون<sup>۱۴</sup> را با فیلمی که پل شریدر<sup>۱۵</sup> براساس این رمان ساخته بود، به‌لحاظ استعاره‌شناختی مقایسه کرد. او (2000) در مقاله «قطب‌نماها، ملکه‌های زیبایی و دیگر تصاویر: استعاره‌های تصویری در آگهی‌های تبلیغات رایانه»، حوزه مبدأ<sup>۱۶</sup>

استعاره‌هایی که حوزه مقصد<sup>۱۷</sup>شان رایانه بود را از پیکره آگهی‌های مرتبط با رایانه استخراج و تحلیل کرد. فورسویل (2005)، در مقاله «بازنمایی‌های بصری مدل شناختی ذهنی خشم در مجموعه تصاویر ماجراهای آستریکس: دعوا» یکی از مجموعه کمیک‌استریپ‌های آستریکس<sup>۱۸</sup> اثر رنی گوسینی<sup>۱۹</sup> با نام «دعوا» را موضوع پژوهش خود قرار داده است و استعاره‌های بصری - شناختی خشم را در اپیسودهای تصویری کتاب مذکور بررسی کرده است. او با همکاری مچوران<sup>۲۰</sup> (2021) در زمینه کتاب‌های مصور کودک نیز مقالاتی مانند «تصویرسازی خود و خانواده در کتاب‌های تصویری کودک: کاوشی پیکره‌بنیاد» دارد. فورسویل (2023 & 2024) بررسی استعاره‌های تصویری را در گونه‌های مختلف هنرهای تجسمی و نمایشی، همچنان تا سال‌های اخیر با مقالاتی مانند «روایت و کانونی‌سازی بصری و شفاهی - بصری در رمان‌های گرافیکی و کمیک» و «شناسایی و تفسیر استعاره‌های تصویری و چندوجهی در تبلیغات و فیلم‌های بلند» ادامه داده است.

در محافل دانشگاهی ایران، نخستین بار آرای فورسویل در مقاله پورابراهیم (۱۳۹۳) مورد توجه جدی قرار گرفت. پورابراهیم حوزه‌های مبدأ و مقصد استعاره‌های تصویری - کلامی را در پنج پوستر مناسبی تحلیل کرد. رضایی (۱۳۹۵) شانزده پوستر مذهبی و ملی را با رویکرد استعاره‌های تصویری - کلامی فورسویل بررسی کرده و در پایان، کارکرد تکمیلی کلام را در استعاره‌های تصویری پوسترهای مذهبی بیش از پوسترهای ملی دانسته است. غیائیان و همکاران (۱۳۹۷) با مطالعه تصاویر روزنامه همشهری، استعارات تصویری مرتبط با کم‌آبی و آلودگی هوا را با تکیه بر آرای فورسویل تحلیل کرده‌اند. حبیبی و همکاران (۱۴۰۰)، استعاره‌های چندوجهی را در کاریکاتورهای کرونایی مجله الیوم السابع بررسی کرده و در استعارات تصویری - کلامی این پوسترها حوزه مقصد بهداشت را پربسامدتر از سایر موضوعات کرونایی یافته‌اند. قادری‌نژاد و همکاران (۱۴۰۲) نیز هفت کاریکاتور محیط‌زیستی روزنامه همشهری را با کمک نوع‌شناسی فورسویل و نظریه استعاره‌های مفهومی لیکاف - جانسون تشریح کرده‌اند. زنجانبر (۱۴۰۳)،

طرح جلد نسخهٔ زبان‌اصلی (انگلیسی) یک کتاب تصویری کودک به نام «بگلم کن» اثر چیرائولو را با طرح جلد نسخهٔ ترجمهٔ فارسی‌اش از منظر استعاره‌شناسی فورسویل مقایسه کرده و تحلیل طرح جلد را در چهار محور مطرح نظر قرار داده است: ۱- تعامل استعاره‌های درون تصویر روی جلد؛ ۲- تعامل استعاره‌های تصویر روی جلد با وجه خوانداری عنوان کتاب؛ ۳- تعامل استعاره‌های تصویر روی جلد با وجه تایپوگرافیک عنوان و ۴- تعامل استعاره‌های تصویری وجوه تایپوگرافیک و خوانداری عنوان.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر با روش تحلیل محتوای کیفی - قیاسی انجام شده است. داده‌ها به روش هدفمند از میان کتاب‌های فارسی و غیرفارسی گروه سنی «الف»، «ب»، «ج» و «د» انتخاب شده‌اند. معیار گزینش، حضور مصادیقی از پیکتوگرام در گرافیک عناوین روی جلد کتاب‌ها بوده است. نمونهٔ مورد مطالعه شامل هفتادویک عنوان کتاب بوده است که تایپوگرافی (لترینگ) عناوین همگی آن‌ها خلاقیتی مبتنی بر جایگزینی شمایی پیکتوگرافیک داشته‌اند. از آنجا که گاهی تایپوگرافی / لترینگ عنوان کتابی واحد و حتی طرح جلدش در نوبت‌های مختلف چاپ و گاهی به‌خاطر تفاوت و تکثر ناشرانش دست‌خوش تغییر می‌شود، بنابراین لازم است نوبت چاپ و نام ناشری که در فهرست منابع آمده است به‌مثابهٔ بخش مهمی از اطلاعات کتاب‌های این نمونهٔ آماری مورد توجه قرار گیرد.

### مبانی نظری

#### ۱. پیکتوگرام

در اکثر متون، به‌ویژه متون علمی، وجه تصویری نوشتار نامرئی است و تمام بار معنای نوشتار را وجه زبانی متن به دوش می‌کشد. تایپوگرافی و لترینگ وجه تصویری نوشتار را برجسته‌نمایی می‌کنند و بخشی از کارکرد زبانی واژگان را به کارکردی شمایی<sup>۲۱</sup> تبدیل می‌نمایند؛ با این تفاوت که تایپوگرافی با فونت‌ها سروکار دارد، اما لترینگ (حروف‌نگاری) با حروف.

به‌منظور ساده‌سازی و تمرکز بر کارکرد استعاری پیکتوگرافی، در سرتاسر این مقاله از تفاوت دو اصطلاح مذکور صرف‌نظر شده است.

گاهی تایپوگرافی‌های خلاق (به‌ویژه در عناوین کتاب‌های کودک) مبتنی بر شگردهای پیکتوگرافیک‌اند؛ «پیکتوگرافیک تصویری است که ایده‌ای را به نمایش می‌گذارد» (دانسی، ۱۳۸۷: ۱۸). به‌عبارت‌دیگر، 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 مجموعهٔ خاص نیست. پیکتوگرام‌ها معمولاً فرامحلی و برای عموم (جنسیت‌ها، فرهنگ‌ها، سنین، سطوح سوادی مختلف) قابل فهم‌اند (استوار، ۱۳۹۲: ۷۰).

#### ۲. جایگزینی خلاق

اسکمپر<sup>۲۲</sup> یکی از مدل‌های ایده‌سازی خلاق است. نام اسکمپر از نخستین حروف لاتین واژه‌های «جایگزینی<sup>۲۳</sup>»، «ترکیب<sup>۲۴</sup>»، «تطبیق<sup>۲۵</sup>»، «اصلاح<sup>۲۶</sup>»، «تغییر کاربرد<sup>۲۷</sup>»، «حذف<sup>۲۸</sup>» و «وارونه‌سازی<sup>۲۹</sup>» اتخاذ شده است. «جایگزینی» یکی از این هفت شگرد ایده‌سازی خلاق است؛ در این شگرد، ایده‌پرداز سعی می‌کند با طرح پرسش‌هایی مانند «چه چیزی را می‌توان جایگزین چه بخشی کرد؟» به ایده‌هایی نوین دست یابد. در عناوین کتاب‌های کودک، جایگزینی حروف با تصویر در سطح تایپوگرافی / لترینگ رخ می‌دهد و منجر به شکل‌گیری یک پیکتوگرام خلاق می‌شود (زنجانبر، ۱۴۰۲: ۶۳ الف).

#### ۳. استعاره‌های مفهومی

از منظر لیکاف و جانسون، استعاره‌های مفهومی شامل دو حوزهٔ مبدأ<sup>۳۰</sup> و مقصد<sup>۳۱</sup> هستند. همواره مبدأ آعراف از مقصد است و از همین رو، ادراک مقصد با استفاده از مبدأ تحقق می‌یابد. مثلاً حوزهٔ سفر، عینی و مبتنی بر تجربهٔ زیستهٔ بدنی است، اما عشق یک مفهوم انتزاعی است. بنابراین استعارهٔ مفهومی «عشق سفر است» نگاهی بین حوزهٔ سفر و حوزهٔ عشق برقرار می‌سازد

تا با توسل به مفاهیم حوزه سفر ادراک مفهوم عشق میسر شود.

### ۳-۱. استعاره‌های ساختاری<sup>۳۲</sup>

درک استعاره‌های ساختاری مستلزم ایجاد مجموعه‌ای از انطباق‌ها<sup>۳۳</sup> بین عناصر حوزه مقصد (Y) با عناصر حوزه مبدأ (X) است. از همین رو استعاره‌های ساختاری، تناظری<sup>۳۴</sup> 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 (لحظه وصال) به لحاظ جهت، در پیش‌روی مسافر قرار دارد و ابتدای آن (لحظه شروع عاشقی) در پشت سر او/ عشق بی‌وصال حرکت در مسیر بی‌پایان است. لیکاف این‌گونه مطابقه‌های مکان مادی بر مکان مفهومی را «مکان‌مندی انگاره صورت» می‌نامد (لیکاف، ۱۹۸۷: ۲۸۳).

### ۳-۲. استعاره‌های تصویری - طرح‌واره‌ای<sup>۳۵</sup>

طرح‌واره‌ها پایه‌ای‌تر و بنیادی‌تر از استعارات هستند؛ چراکه استعارات ساختاری، بدون داشتن طرح‌واره‌ای از حوزه مبدأ قابل‌درک 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 به صورت تصویری - طرح‌واره‌ای ساختاربندی می‌شوند» (کوچش، ۱۳۹۳: ۷۱). مثلاً «سفر» مبدئی 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 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 (کوچش، ۱۳۹۳: ۷۱). 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»، «مسافت» و «مقصد» را در تناظر با سه مؤلفه «شروع»، «حرکت» و «پایان» مفهوم‌سازی نماید.

### ۳-۳. استعاره‌های هستی‌شناختی<sup>۳۶</sup>

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 مظروفش (استعاره ظرف). وفق جمله «عمر می‌گذرد»، عمر جاندار است (استعاره تشخیص). استعاره‌های ماده‌انگاری، ظرف و تشخیص از مهم‌ترین مصادیق استعاره‌های هستی‌شناختی‌اند.

مایکل ردی پایه استعاره مجرا<sup>۳۷</sup> را استعاره ظرف می‌داند؛ چراکه وفق استعاره ظرف، «واژه/ عبارت/ جمله/ پاراگراف ظرف است» و وفق استعاره ماده‌انگاری، معنا/ اندیشه/ احساسات مظروف آن‌ها (ردی، ۱۳۹۰: ۷۵). هسته استعاره مجرا شامل چهار پیش‌فرض است: ۱- زبان مجرا است و صورت جسمانی اندیشه‌ها را از فردی به فردی دیگر انتقال می‌دهد؛ ۲- نوشتن و سخن گفتن گنجاندن اندیشه‌ها در واژگان است؛ ۳- واژه‌ها عمل انتقال را با بارگیری اندیشه‌ها و انتقالش به دیگران عملی می‌کنند؛ ۴- گوش دادن و خواندن استخراج اندیشه‌های بارگذاری شده است (ردی، ۱۳۹۰: ۷۹).

### 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 مفهومی‌ای 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. استعاره‌های تصویری فورسویل

### ۵-۱. حوزه‌های مبدأ و مقصد استعارات تصویری

فورسویل با الهام از نظریه استعاره‌های مفهومی، استعاره‌های تصویری را نگاشت‌هایی می‌داند که یک حوزه مبدأ (Y) را به یک حوزه مقصد (X) می‌نگارند و دست‌کم یکی از این دو حوزه تصویری‌اند. درواقع از نظر او، استعاره تصویری رابطه‌ای مبتنی بر تشبیه بین دو ایزه است که حداقل یکی از این دو، ایزه‌ای تصویری است. قرار نیست لزوماً خودِ مشبه یا مشبه‌به در تصویر ظاهر شود، بلکه می‌تواند فقط یکی از ملائمت‌ها یا بخشی از تعلقش در تصویر قرار داشته باشد. مثلاً ممکن است که در یک پوستر تبلیغاتی، به‌جای کالای مورد تبلیغ X، یکی از اجزای مهم آن کالا یا یک شیء مرتبط با آن کالا، در تصویر حضور داشته باشد. کالای مورد تبلیغ X نقش حوزه مقصد را ایفا می‌کند و برای معرفی، نیاز به حوزه‌ی مبدأیی مانند تصویر Y دارد. در این صورت، نگاشتی استعاری بین کالای مورد تبلیغ (شیء اصلی تصویر) به‌مثابه مقصد، و شیء Y به‌مثابه مبدأ شکل می‌گیرد و رابطه استعاری بین آن‌ها با نماد  $X \approx Y$  نمایش داده می‌شود (کیماسی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۰).

فورسویل پاسخ‌گویی به سه پرسش را شرط لازم برای تحلیل هر استعاره تصویری می‌داند:

۱- تشخیص زوج (X و Y) نخستین شرط تحلیل است؛ به بیانی دیگر باید ابتدا مشخص شود که دو شیء مرتبط با یکدیگر در تصویر کدام‌اند؛

۲- کدام یک نقش مقصد (شیء اصلی X) را بازی می‌کند و کدام یک نقش مبدأ (شیء ثانویه Y) را؟

۳- چه ویژگی‌ها یا روابطی از حوزه مبدأ به حوزه مقصد منتقل می‌شود؟ این مرحله نیاز به تفسیر دارد.

مخاطب باید ویژگی‌های انتقالی را از طریق استنتاج تشخیص دهد (کیماسی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۱).

### ۵-۲. نوع‌شناسی فورسویل

فورسویل (2007) قائل به چهار نوع استعاره است: استعاره با یک عامل تصویری حاضر، استعاره با دو عامل تصویری حاضر (استعاره آمیخته)، استعاره یکپارچه<sup>۸</sup> و استعاره کلامی - تصویری.

### ۵-۲-۱. استعاره با یک عامل تصویری حاضر (MP1<sup>۹</sup>)

در این نوع استعاره، حوزه مقصد X در بافتی نامتعارف و غیرمنتظره قرار می‌گیرد؛ بافت نامتعارف، تصویر خودِ Y نیست، بلکه یکی از متعلقات یا ملائمت‌ها آن، نقش پس‌زمینه را برای تصویر X ایفا می‌کند. به‌اصطلاح ادبیاتی، زمینه Y قرینه صارفه‌ای برای پی بردن به استعاری بودنش است. بدین طریق، نگاشت استعاری «X همان Y است» شکل می‌گیرد. استعاره مذکور با استعاره مکنیه ادبیات فارسی قابل قیاس است. در استعاره مکنیه نیز شیء مقصد (مشبه) با ملائمتی از شیء مبدأ (مشبه‌به) می‌آید، مثل چنگال مرگ. شایان ذکر است که فورسویل اصطلاح «بافت» را محدود به پس‌زمینه تصویری نمی‌داند، بلکه بافتی گسترش‌یافته را مدنظر دارد. مثلاً دانستن این نکته که ژانر تصویر یک آگهی تبلیغاتی است و آگهی قصد ارائه پیامی مثبت درخصوص محصول X را دارد، اطلاعاتی است که مربوط به بافت گسترش‌یافته تصویر است. مفهوم «بافت» حتی در بسیاری از موارد، بافت فرهنگی را نیز شامل می‌شود (Forceville, 2002: 206-208).

مثلاً فرض کنید در کاریکاتوری، یکی از تاریخ‌دانان کذاب به نام X پشت میزی نشسته است و کتابی در دست دارد که فقط جلد کتاب تاریخ را دارد، اما به‌جای صفحاتش یک مشت استخوان لای جلد‌های کتاب قرار دارد. چنین تصویری نگاشت استعاری «تاریخ‌دان کذاب سگ است» را شکل می‌دهد. تاریخ‌دان کذاب حوزه مقصد X است و سگ حوزه مبدأ Y، لیکن به‌جای اینکه شیء ثانویه Y (سگ) مستقیماً در تصویر حضور یابد، متعلقش (استخوان) در تصویر حضور یافته است. این در حالی است که حوزه مقصد X (تاریخ‌دان کذاب) صراحتاً در تصویر حضور دارد.

شده و ترامپ (رئیس‌جمهور وقت امریکا) مشغول دوشیدن شیر است. در این صورت، استعاره تصویری «عربستان گاو شیرده است» شکل می‌گیرد. این استعاره مبتنی بر بازنمایی تصویر موجودی دوپاره است که بدنی از گاو و سری از بن سلمان دارد. گاو شیرده حوزه مبدأ (یعنی Y) است و عربستان حوزه مقصد (یعنی X) است، اما پادشاه عربستان مجازاً به جای کشور عربستان در تصویر گنجانده شده است.



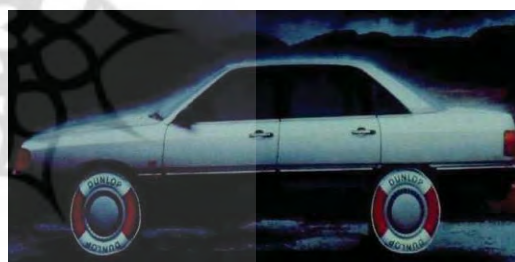
تصویر ۲. استعاره از نوع MP2 با همانی‌سازی عربستان (X) / گاو شیرده (Y) (منبع: URL2).

Image 2. MP2-type metaphor based on the identification of Saudi Arabia (X) with a milk cow (Y) (Source: URL 2).

همان‌گونه که در بخش قبل دیده شد، در استعاره تک‌تصویری نیز، طرفین استعاره دو شیء مجزا هستند، ولی یکی از طرفین استعاره (مثلاً Y) مجازاً و در نقش بافت مشارکت می‌کند. این در حالی است که در استعاره MP2S، دو تصویر (یا ملائمتشان) حتماً با یکدیگر ترکیب و گشتالت واحدی را تشکیل می‌دهند. در واقع، «درحالی‌که در MP2S هیچ ویژگی بافتاری (چه تصویری و چه کلامی) برای تعیین هویت طرفین استعاره لازم نیست، در MP1S ویژگی‌های بافتاری برای تعیین هویت طرف غایب استعاره ضروری است» (Forceville, 2002: 136). ممکن است این پرسش پیش بیاید که اگر در تصویر (۱) نیز کلیت چرخ خودرو به همراه لاستیکش به‌عنوان گشتالتی دوپاره در نظر گرفته شود، آنگاه می‌توان به‌جای استعاره‌ای تک‌تصویری، صحبت از استعاره‌ای دوتصویری کرد؟ اینجاست که اهمیت نخستین گامی که فورسویل به آن اشاره داشت مشخص می‌شود. تشخیص زوج (X و Y) نخستین شرط تحلیل است؛

در مواردی ممکن است که رابطه حضور و غیاب X و Y برعکس شود؛ یعنی ممکن است که حوزه مبدأ Y صراحتاً در تصویر حضور یابد و X تلویحاً از طریق متغیرهای زمینه‌ای دریافت شود. در تصویر (۱)، به‌جای لاستیک (حوزه مقصد X) از حلقه‌های نجات‌غریق (حوزه مبدأ Y) استفاده شده است. تأمین امنیت ویژگی‌ای است که از حوزه مبدأ به حوزه مقصد منتقل می‌شود. به‌لحاظ ساختار صوری، به‌جای اینکه شیء اولیه X (لاستیک) مستقیماً در تصویر حضور یابد، متعلقاتش (خودرو) به شکل پس‌زمینه در تصویر حضور یافته است. این در حالی است که حوزه مبدأ Y (حلقه نجات) صراحتاً در تصویر حضور دارد (Forceville, 2002: 122).

من‌حیث‌المجموع، شاخصه استعاره تک‌تصویری این است که فقط یکی از طرفین استعاره صراحتاً در تصویر حضور دارد و طرف دیگرش از طریق متغیرهای زمینه‌ای فهمیده می‌شود (Forceville, 2002: 133).



تصویر ۱. استعاره از نوع MP1 با همانی‌سازی لاستیک (X) / حلقه نجات (Y) (منبع: URL 1).

Image 1. MP1-type metaphor based on the identification of a tire (X) with a life ring (Y) (Source: URL 1).

## ۲-۲-۵. استعاره با دو عامل تصویری حاضر (MP2)

در استعاره آمیخته (استعاره با دو عامل تصویری حاضر) X و Y به‌عنوان مقصد و مبدأ از دو تصویر از دو حوزه کاملاً متفاوت هستند، اما چنان با یکدیگر ترکیب شده‌اند که گویی ترکیب آن‌ها تصویر شیئی واحد است. لازمه استعاری بودن تصویر مرکب این است که شیء X از طریق شیء Y مفهوم‌سازی شود. در تصویر (۲)، در یک پوستر سیاسی، بدن گاو با سر محمد بن سلمان آل سعود (پادشاه عربستان) ترکیب

در آگهی مذکور، شیء مورد تبلیغ لاستیک است؛ یعنی لاستیک در جایگاه مؤلفه X قرار دارد، نه چرخ خودرو (فورسویل، ۱۳۸۷: ۲۲۱).

### ۵-۲-۳. استعاره‌های یکپارچه

لازمه تشکیل استعاره یکپارچه این است که شیء X با تغییر شکلی مانند تا خوردن، خم شدن و امثالهم به شیئی مانند Y تبدیل شود، مشروط بر اینکه تشخیص هویت شیء ثانویه Y نیازی به قرینه‌های بافتی و پس‌زمینه‌ای نداشته باشد (کیماسی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۱). برخلاف دو استعاره پیشین، در استعاره یکپارچه تبدیل شیء X به شیء Y در جهان واقع غیرعملی و ناممکن نیست. مثلاً فرض کنید در یک پوستر ضدتبلیغ، شخصی که سیگاری در دست دارد، دود سیگار را به شکل صلیب از دهانش بیرون بدهد. اینکه کسی به شکل صلیب دود سیگار را بیرون بدهد، غیرممکن نیست؛ اگرچه دشوار است. در این صورت تصویر مذکور، استعاره «سیگار خودکشی است» را به نمایش می‌گذارد. در تصویر (۳)، سنجاق‌قفل‌ها بدون اینکه با تصویری دیگر (با چیزی به‌جز سنجاق‌قفل) ترکیب شوند، بارداری را به نمایش گذاشته‌اند؛ یعنی با حفظ کارکرد سنجاق‌قفل، استعاره‌ای تصویری از حاملگی نیز هستند.



تصویر ۳. استعاره تصویری یکپارچه برای نمایش حاملگی  
Image 3. An integrated visual metaphor representing pregnancy.

### ۵-۲-۴. استعاره‌های تصویری - کلامی (VPM<sup>۴</sup>)

در این نوع استعاره‌ها، یکی از دو حوزه مبدأ یا مقصد با تصویر نمایش داده می‌شود و دیگری با متنی نوشتاری یا گفتاری به آن پیوست می‌شود. در استعارات کلامی - تصویری، پیام کلامی به درک قراین تصویری استعاره کمک می‌کند. این نقطه اشتراک فورسویل و

رولان بارت است؛ رولان بارت برای اشاره به گره‌گشایی ابهامات تصویر به کمک متن نوشتاری، از اصطلاح «لنگر انداختن متن نوشتاری بر تصویر» استفاده می‌کند (Forceville, 1994: 4-5). برخلاف استعاره‌های قبلی که همگی تک‌وجهی هستند، استعاره‌های کلامی - تصویری چندوجهی هستند؛ در استعاره‌های تک‌وجهی مقصد و مبدأ به یک شیوه بیان می‌شود (مثلاً مقصد و مبدأ هر دو به صورت تصویر)، اما در استعاره‌های چندوجهی مقصد و مبدأ کاملاً یا اکثراً به شکل‌های مختلف بیان می‌شوند. مثلاً مقصد با یک عکس و مبدأ با یک شرح کلامی، و یا مقصد با گفتار و مبدأ با زبان اشاره (کوچش، ۱۳۹۳: ۱۱۱).

### بحث و تحلیل

#### ۱. جایگزینی مبتنی بر استعاره تک‌تصویری (MP1)

در این نوع تایپوگرافی‌ها شیء Y که ابژه تصویری منفرد است، جایگزین یکی از حروف در عنوان کتاب می‌شود. ابژه تصویری Y در حوزه مبدأ و حرف محذوف در حوزه X با یکدیگر یا شباهت بصری دارند یا شباهت مفهومی (معمولاً هم‌زمان هم شباهت بصری دارند و هم شباهت مفهومی). به هر حال، شباهت مذکور از طریق بافت زبانی قابل‌درک است. تصویری که جایگزین می‌شود، نه یک تصویری مرکب (تصویر دو شیء درهم‌آمیخته)، بلکه تصویری منفرد (تصویر شیئی واحد) است.

خلاقیت در لترینگ عنوان انگلیسی «عشق از راه‌های زیادی می‌تواند وارد شود»<sup>۴۲</sup> (پیرس، ۲۰۲۰)<sup>۴۳</sup> مبتنی بر جایگزینی در سطح استعاره تک‌تصویری است؛ چراکه در واژه «love» تصویر یک قلب جایگزین حرف «o» شده است (تصویر ۴). هم حرف «o» و هم تصویر قلبی که جایگزین این حرف شده است، به‌لحاظ ظاهری بی‌شباهت به یکدیگر نیستند. مثلاً هر دو به‌لحاظ هندسی، منحنی بسته (تقریباً دایره‌ای‌شکل) و به‌لحاظ اندازه همسان‌اند.

از نظر مفهومی، استعاره مذکور چه پیامی را به همراه دارد و بر پایه چه فرایند شناختی‌ای این پیام را منتقل می‌نماید؟ عنوان «عشق می‌تواند از راه‌های زیادی وارد شود» به کثرت راه‌های ورود عشق اشاره دارد و

پیکتوگرافی عنوان، نگاشت استعاری «راه‌های ورود به قلب، راه‌های عبور 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 «قلب ظرف است». دومین استعاره پایه، عبارت است از «عشق ماده است». براساس این دو استعاره هستی‌شناختی، انطباق فرعی «عشق مظلوف دل است» شکل می‌گیرد. از سویی دیگر، براساس استعاره تشخیص «عشق موجود زنده است»، عشق توانایی حرکت دارد. از همین رو، بنا بر استعاره هستی‌شناختی تشخیص، عشق به‌عنوان مظلوفی متحرک می‌تواند به ظرف دل داخل شود. 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 نشان داده شود، معلول عشق (یعنی خون‌شدگی قلب) در تصویر نشان داده می‌شود. از همین رو، براساس زنجیره‌ای از مجازهای مفهومی، در تایپوگرافی کلمه Love از رنگ قرمز (رنگ خون) برای بازنمایی شمایل قلب استفاده شده است.



love Can Come in Many Way. (پیرس، ۲۰۲۰).  
تصویر ۴.

Image 4. Love Can Come in Many Ways  
(Peirce, 2020).

در بخشی از تایپوگرافی «با آیدا تا همیشه» (لیویس<sup>۴۴</sup>، ۱۳۹۹)، از تصویر قلبی استفاده شده است که داخل آن سه حفره دیده می‌شود (تصویر ۵). از بافت ساختار کلمات می‌توان پی برد که این سه حفره حک‌شده بر قلب اولاً جایگزین سه نقطه حرف «ش» هستند. ثانیاً، بیانگر جای خالی یک دوست (آیدا) که برای همیشه به آسمان سفر کرده است؛ چراکه تایپ‌فیس حروف علاوه بر اینکه به رنگ آبی آسمانی است، ایضاً مانند ابر هاله‌ای شکل است. کشیدگی حرف «الف» تا نزدیکی لبه بالایی برش جلد کتاب، و پس‌زمینه ابری که تراکمی به سمت بالا دارد، همگی عروج آیدا را به سوی آسمان نشان می‌دهند. بنابراین، سه حفره قلب (حوزه مبدأ Y) با سه نقطه کلمه «همیشه» (حوزه مقصد X) هم شباهت صوری دارد (به‌لحاظ تعداد، سه تا هستند و به‌لحاظ موضع استقرار نیز هر سه روی حرف «ش» تجمیع شده‌اند)، هم شباهت مفهومی (تایپ‌فیس ابرمانند و آبی‌رنگ، با قلب سرخ و جای خالی حفره‌های حک‌شده بر آن ارتباط مفهومی دارند).

برخلاف استعارات مرتبط با تایپوگرافی «عشق از راه‌های زیادی می‌تواند وارد شود»، در حروف‌نگاری «با آیدا تا همیشه»، استعاره‌های هستی‌شناختی «قلب ظرف است»، «دوست ماده است» و استعاره ساختاری «دوست، مظلوف قلب است» (دوست در قلب است) کنار گذاشته شده است و در حالی مبالغه‌آمیز، استعاره هستی‌شناختی «قلب ماده است» و «دوست، جزئی از قلب است»، پایه استعاره تصویری این پیکتوگرام شده است. از همین رو، استعاره فرعی «جدا شدن دوست، جدا شدن بخشی از قلب است» و «فقدان، حفره است» از استعاره ساختاری «دوست جزء قلب است» منتج می‌شود.

از سویی دیگر استعاره‌های هستی‌شناختی «بدن ظرف است» و استعاره «روح ماده است»، پایه تشکیل استعاره ساختاری «روح، مظلوف بدن است» می‌شود. استعاره تشخیص «روح جاندار است»، قابلیت جدا شدن روح از داخل بدن و عروجش به آسمان را فراهم می‌آورد. استعاره جهت<sup>۴۵</sup> «خوبی بالاست» در نتیجه «مرگ بالاست» نیز، مرگ را مساوی با استعلا روح می‌انگارد. لذا پیکتوگرام عنوان، بیانگر

مرگ آیدا و تأثیر همیشگی فقدان او بر قلب دوستش است. در واقع، شباهت مفهومی سه حفره روی قلب با سه نقطه کلمه «همیشه» در همیشگی بودن حفره‌های حک شده بر قلب (همیشگی بودن تأثیر جای خالی آیدا) است. به عبارتی دیگر، در عنوان کتاب فوق، پیوندی مفهومی بین حروف‌نگاری و معنای زبانی واژه «همیشه» دیده می‌شود.



تصویر ۵. «با آیدا تا همیشه» (لیویس، ۱۳۹۹).

Image 5. With Aida, Forever (Levis, 2020).

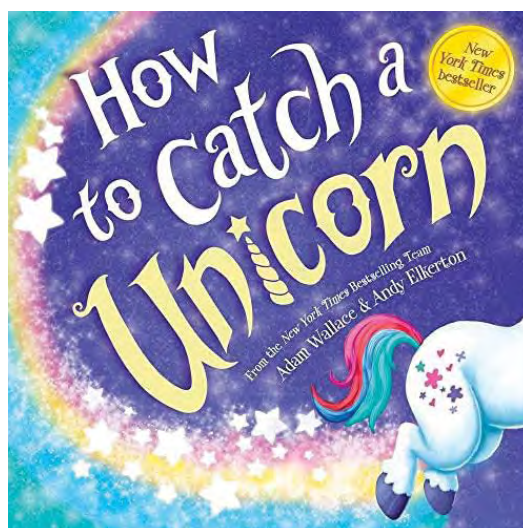
## ۲. جایگزینی مبتنی بر استعاره دوتصویری (MP2)

در این نوع تاپوگرافی‌ها شیء Y که ابژه‌ای تصویری است جایگزین یکی از حروف در عنوان کتاب می‌شود. ابژه تصویری Y در حوزه مبدأ و حرف محذوف در حوزه X یا شباهت بصری دارند یا شباهت مفهومی. جایگزینی مبتنی بر استعاره دوتصویری با جایگزینی مبتنی بر استعاره تک‌تصویری از هر نظر شبیه یکدیگرند جز در ساختار ابژه تصویری‌ای که جایگزین می‌شود. در استعاره دوتصویری (آمیخته) تصویر جایگزین شده، مرکب است؛ یعنی از تلفیق دو تصویر از دو حوزه مجزا شکل گرفته است، این در حالی است که در استعاره تک‌تصویری، تصویر جایگزین ساده و منفرد است.

*Unicorn* به معنای اسب تک‌شاخ است. در تاپوگرافی عنوان انگلیسی «چگونه یک تک‌شاخ بگیریم»، (والاس، ۲۰۱۹)<sup>۴۶</sup> به جای پایه حرف «i» از شاخ یک تک‌شاخ و به جای علامت نقطه روی «i»، از ستاره استفاده شده است. بدین ترتیب، از ترکیب شاخ و ستاره (از ترکیب دو ابژه تصویری مجزا) شباهتی بصری با حرف «i» شکل گرفته است (تصویر ۶).

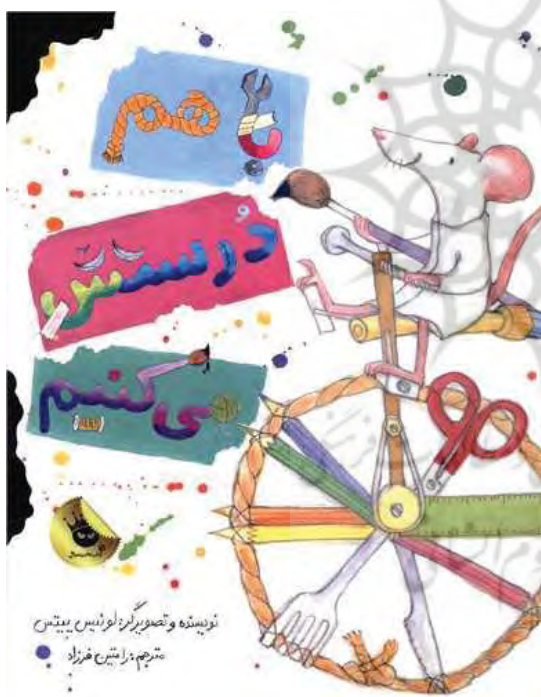
با توجه به اینکه اسب تک‌شاخی که دور شاخش ستاره‌های درخشان باشد نماد جامعه رنگین‌کمانی (اقلیت هم‌جنس‌گرا) است، پس جایگزینی تصویر مرکب «شاخ تک‌شاخ به همراه یک ستاره» به جای حرف «i»، نگاهی مفهومی بین عنوان کتاب و جامعه دگرباش‌ها ایجاد می‌نماید. استفاده از شخصیت تک‌شاخ به عنوان نماد این جامعه در ادبیات کودک غرب مانند کتاب‌های «تک‌شاخ سفارشی»<sup>۴۷</sup> (یانگ، ۱۴۰۱) و «من کی هستم؟»<sup>۴۸</sup> (سیما، ۱۳۹۷)، مسبوق به سابقه است. به اعتقاد قدما شاخ این حیوان به نحوی معجزه‌آسا برای دفع بسیاری از سموم و بیماری‌ها کارآمد بوده است. از همین رو، این خاصیت افسانه‌ای معجزه‌گون را جامعه رنگین‌کمانی با گذاشتن ستاره در اطراف شاخ این حیوان مصادره کرده است؛ چراکه علامت ستاره برای اشیای جادویی و معجزه‌گر در داستان‌های کودک و در پیکتوگرافی‌ها متداول است.<sup>۴۹</sup> بنابراین پیکتوگرافی مذکور براساس نگاشت استعاری «تک‌شاخ دگرباش است» شکل گرفته است. بنابراین پیامی که از جایگزینی تصویر مرکب «تک‌شاخ + ستاره» حاصل می‌شود، اشاره به چگونگی تور کردن یک دگرباش دارد. جایگزینی «شاخ + ستاره» به جای ابژه تصویری «تک‌شاخ + ستاره»، که نماد جامعه دگرباش است، مبتنی بر مجاز مفهومی است؛ چراکه شاخ و تک‌شاخ در یک نشا (یک حوزه مفهومی) هستند که یکی به جای دیگری به کار رفته است. بنابراین مجاز فوق مقدم است بر به‌کارگیری استعاره مفهومی «تک‌شاخ دگرباش است».

یکدیگر جدا شده‌اند و تصمیم دارند دوباره با هم متحد شوند و آنچه را که خراب شده دوباره بازسازی کنند. از همین رو، تایپوگرافی عنوان کتاب چیزی نیست مگر نمایش بصری عنوان «با هم درستش می‌کنیم». استعاره هستی‌شناختی «واژه ماده است»، پایه برای تشکیل این استنباط بصری است؛ چراکه استعاره فرعی «اجزای واژه، اجزای ماده است» و «گویشور، سازنده است» از همین استعاره هستی‌شناختی نشئت می‌گیرد و سپس اتصال نقطه‌ها، سر کاف‌ها، اعراب و حروف به همدیگر به چشم اتصال اجزای یک ماده ساختارمند و مرکب عینی‌سازی می‌شود. بنابراین، زنجیره استعارات «واژه ماده است»، «واژه مصنوع است»، «واژه‌ساز (گویشور زبان)، بازسازنده (مرمت‌کار) است» در مفهوم‌سازی بصری پیکتوگرام عنوان «با هم درستش می‌کنیم» دخیل هستند.



تصویر ۶. «How to Catch a Unicorn» (والاس، ۲۰۱۹).  
Image 6. How to Catch a Unicorn (Wallace, 2019).

در حروف‌نگاری «با هم درستش می‌کنیم» (بییتس، ۱۳۹۸)، از ابزارآلات برای ساخت حروف استفاده شده است؛ مثلاً یک گلوله نخ جایگزین دایره میم در هجای «می» شده است و یک قلم‌مو جانشین سر کاف «می‌کنیم». از سویی دیگر این حروف با ابزاری مانند چسب، بانداز، نخ و سوزن وصله‌پینه شده‌اند (تصویر ۷). درواقع، ابزارآلات بخش جدایی‌ناپذیر ساخت و تایپ‌فیس حروف هستند. بنابراین، استعاره حاصل از آن از نوع MP2 است. پیکتوگرام حروف با استفاده از دو فرم بصری، مفهوم «بازسازی» را به نمایش گذاشته است؛ یکی اینکه، پیکتوگرام اتصالات (پیچ و مهره، نخ و سوزن، باند، چسب، طناب) در تایپوگرافی کاملاً مشهود است، و دوم اینکه، همگی حروف دوباره‌اند و به مدد اتصالات تمیذ شده‌اند و واژه «هم» را ساخته‌اند. حرف «ب» که نقطه‌ای از مهره دارد به مدد باند به آچار الحاق شده است. حرف «ر» از وسط جر خورده و درحال دوباره شدن است، اما نخ و سوزن امکان پیوستگی آن‌ها را احیا کرده است. حروف‌نگاری عنوان نشان می‌دهد که حروف دوباره و وصله‌پینه‌شده می‌توانند با همدیگر، واژه‌ها و ساخت‌واژگان معناداری را بسازند. فعل جمع در جمله «با هم درستش می‌کنیم» بیانگر فاعلی بیش از یک نفر (حداقل دو نفر) است. این دو دوستانی هستند که به‌خاطر پاره‌ای اختلافات از



تصویر ۷. «با هم درستش می‌کنیم» (بییتس، ۱۳۹۸).  
Image 7. We'll Fix It Together (Yates, 2019).

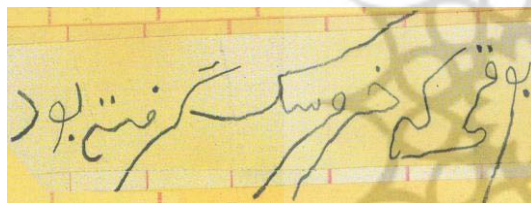
### ۳. جایگزینی مبتنی بر استعاره یکپارچه

در این نوع استعاره، جایگزینی تصویر رخ نمی‌دهد؛ بلکه تغییرات ظاهری یک یا چند حرف باعث بازنمایی تصویر ابژه Y می‌شود. در مجموعه «بگو ما هم بخندیم» (شفیعی، ۱۴۰۱) حرف «د» و حرف «خ» شبیه به دهانی که به خنده باز شده است،



تصویر ۹. «Telephone» (بارنت، ۲۰۱۴).  
Image 9. Telephone (Barnett, 2014).

گرافیکست «بوقی که خروسک گرفته بود» (حبیبی، ۱۴۰۰)، در صفحهٔ عنوان کتاب از حروف‌نگاری خط دست‌نویس<sup>۵</sup> استفاده کرده است تا از این راه بتواند پیکتوگرام نوسان و لرزش را به نمایش بگذارد (تصویر ۱۰).



تصویر ۱۰. «بوقی که خروسک گرفته بود» (حبیبی، ۱۴۰۰).  
Image 10. The Trumpet Caught a Croup (Habibi, 2021)

پیکتوگرام لرزش خط بیانگر لرزش صدایی است که مجاز از بیماری خروسک (مجاز به علاقهٔ علیت) است. درواقع، حوزهٔ مبدأ (X) لرزش خط است و مقصد، بیماری خروسک (Y)، لیکن به‌جای بیماری خروسک، عوارض بیماری به تسخیر نمایش استعاری در آمده است. در اینجا نیز استعارهٔ مجرا دو بار استفاده شده است؛ یکی اینکه «گفتار مجراست» و «معنا مادهٔ انتقالی است»، و دیگری اینکه «نوشتار مجراست» و «معنا مادهٔ انتقالی است». از مقایسهٔ این دو استعارهٔ مجرا، استعارهٔ فرعی «نوشتن گفتن است» شکل می‌گیرد و به‌دنبال آن، نگاشت‌های فرعی دیگری مانند «نوشتار لرزان، صدای لرزان است».

حروف‌نگاری شده‌اند (تصویر ۸). استعارهٔ تشخیص «واژه انسان است»، پایه‌ای برای استعارهٔ فرعی «اجزای واژه، اندام‌های انسان هستند» یا «حرف اندام است» قرار می‌گیرد. لذا یک نگاشت فرعی بین حرف «د» و دهان خندان ساخته می‌شود.



تصویر ۸. «بگو ما هم بخندیم» (شافیعی، ۱۴۰۱).  
Image 8. Let Us Laugh Too (Shafiei, 2022).

از آنجا که کابل‌های تلفن مخابرات ممتد و فاقد گسست‌اند، تایپوگرافِ عنوان «تلفن» (مک بارنت، ۲۰۱۴)، از حروف پیوستهٔ انگلیسی استفاده کرده است تا عنوان کتاب را به شکل سیم تلفن بازنمایی کند. این پیکتوگرام علاوه‌بر شمایی کردن حروف، نقش تلفن را در تسهیل پیچیدگی فرایند ارتباط به نمایش می‌گذارد (تصویر ۹). پیرنگ داستان از پیام ساده‌ای شروع می‌شود که قرار است توسط یک زنجیره از پرنده‌های میانجی از قول یک پرندهٔ مبدأ به یک پرندهٔ مقصد (از مادر به فرزندش) انتقال داده شود، اما این پیام در زنجیرهٔ نقل‌قول‌ها صدوهشتاد درجه تغییر معنا می‌دهد. تلفن ابزاری است که این میانجی‌ها را از چرخهٔ انتقال پیام حذف و بی‌واسطه پیام را از مبدأ به مقصد منتقل می‌سازد. پایهٔ گرافیکِ عنوان کتاب مذکور از دو استعارهٔ مفهومی مجرا استفاده کرده است؛ یکی اینکه «کلمه مجرا است» و «پیام ماده است»، و دیگری اینکه «کابل تلفن، مجراست» و «پیام ماده است». از مقایسهٔ این دو استعارهٔ مجرا، استعارهٔ فرعی «کلمه کابل تلفن است» شکل می‌گیرد.

#### ۴. جایگزینی مبتنی بر استعاره تصویری - کلامی (VPM)

حوزه مبدأ این استعاره، عبارتی تایپوگرافیک است که وفق جایگزینی تصویر (عموماً از نوع تصویر آمیخته) شکل گرفته است، اما تایپوگرافی آن عبارت به تنهایی (حتی به کمک وجه خوانداری آن عبارت) افاده منظور نمی‌نماید؛ از همین رو، عنوان کتاب به مثابه متنی نوشتاری بر روی تایپوگرافی عبارت (وجه تصویری عبارت) لنگر می‌اندازد و نگاشت استعاری «X, Y است» را تکمیل می‌کند. بنابراین وجه تصویری عبارت (تایپوگرافی)، حوزه مقصد X را نمایندگی می‌کند و عنوان نوشتاری کتاب که در مجاورت آن قرار دارد، حوزه مبدأ Y را. به عبارتی دیگر، پیام کلامی به درک قراین تصویری تایپوگرافی کمک می‌کند. این نقطه اشتراک فورسویل و رولان بارت است؛ رولان بارت برای اشاره به گره‌گشایی قراین تصویر به کمک متن نوشتاری از اصطلاح «لنگر انداختن متن نوشتاری بر تصویر» استفاده می‌کند (Forceville, 1994: 4-5).

در «خانواده زیر پل»<sup>۵۱</sup> (کارلسون، ۱۳۸۷<sup>۵۲</sup>)، حروف‌نگاری از نوع آمیخته (تصویر تنیده) است؛ یعنی تصویر و حروف از هم قابل تفکیک نیستند (زنجانبر، ۱۴۰۲: ۱۲۵ ب). مفهوم «حروف‌نگاری آمیخته» با «استعاره آمیخته» مترادف نیست؛ تایپوگرافی یا حروف‌نگاری آمیخته یعنی حروف و تصویر در هم تنیده شده‌اند، اما استعاره آمیخته مبتنی بر درهم‌تنیدگی دو تصویر مجزاست. در لترینگ واژه «پل»، درازای دسته حرف «ل» تا سقف پلی که در پس‌زمینه تصویر دیده می‌شود، بالا رفته است. به جای سه نقطه واژه «پل»، از تصویر سه بچه (سه شخصیت اصلی داستان) استفاده شده است. قرار گرفتن کله‌های این سه بچه طوری است که با چینش نقطه‌های زیر حرف «پ» در زبان فارسی مشابهت دارد (تصویر ۱۱). بچه‌های زیر حرف «پ» به تنهایی نمی‌توانند مفهوم «خانواده بودن» را بازنمایی کنند. به عبارتی دیگر، بدون لنگر عبارت نوشتاری «خانواده زیر پل» (یعنی عنوانی که صریحاً در زیر تصویر نوشته شده)، هرگز نگاشت استعاری بین بچه‌هایی که جایگزین نقطه‌های حرف

«پ» شده‌اند و «خانواده زیر پل بودن» نمی‌توانست فهم‌پذیر شود.

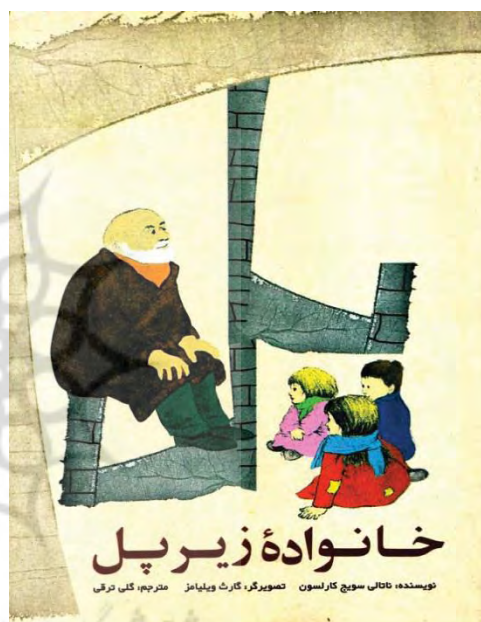
استعاره «فاصله عاطفی، فاصله فیزیکی است»، پایه استعاره کلامی - تصویری عنوان کتاب قرار گرفته است. وفق استعاره مفهومی مذکور، بچه‌هایی که در فاصله کمی از هم در زیر حرف «پ» قرار گرفته‌اند، فاصله عاطفی کمی با یکدیگر دارند. در واقع، استعاره «فاصله عاطفی، فاصله فیزیکی است» را می‌توان با استعاره «نزدیکی خانوادگی، نزدیکی فیزیکی است» نیز بیان کرد و فشردگی فاصله بین بچه‌ها را به نزدیکی عاطفی - خانوادگی آن‌ها تعبیر کرد. همچنین نگاشت «هم‌خانوادگی شباهت است»، بیانگر یک استعاره مفهومی دیگر است. از همین رو سه کودکی که وضعیت مشابهی (به لحاظ سن و سال، وصله‌های فقیرانه لباس، اقامت مشترکشان در زیر حرف «پ» و امتداد مشترک نگاهشان) دارند، هم‌مقوله و در این مورد خاص به خاطر لنگر عنوان کتاب، «هم‌خانواده» تلقی می‌شوند. از سویی دیگر «کلمه ساختمان است» استعاره‌ای مفهومی است و وفق نگاشت فرعی مرتبط با آن، کلمه از مصالحی به نام «حرف» ساخته شده است. بنابراین انطباق فرعی هستی‌شناختی «حرف ماده است» و انطباق فرعی ساختاری «حرف، مصالح ساختمانی است» در طرح‌واره آن حضور دارند. یعنی براساس نگاشت استعاری «حرف مصالح ساختمانی است»، حروف واژه «پل» با پیکتوگرام دیوارهای سنگ‌چین جایگزین شده است. دسته حرف «ل» به مثابه دیوارچینی است که بین پیرمرد و بچه‌ها فاصله انداخته است. استعاره «فاصله انتزاعی، فاصله فیزیکی است» پایه‌ای برای فاصله‌گذاری‌های شخصیت‌های داخل تصویر است. بچه‌هایی که با فاصله کم در زیر پل نشسته‌اند و به یک امتداد بر روی شیئی زمینی خیره‌اند، با یکدیگر فاصله فکری، سنی، عاطفی و خانوادگی کمی دارند و پیرمردی که آن سوی دیوار سنگ‌چین دسته حرف «ل» قرار دارد و به امتداد دیگری در افق آسمان خیره شده و موضع نشستنی بالاتر (روی دایره حرف «ل»، نه در زیر حرف «پ») دارد، خبر از فاصله نسلی، خانوادگی و عاطفی متفاوت او دارد.

پیکتوگرام‌های جایگزین‌شده در عناوین کتاب‌های کودک است. به عبارتی دیگر، انواع استعارات مبتنی بر پیکتوگرام‌های جایگزین‌شده خلاق به چهار دسته استعاره بافتی، آمیخته، یکپارچه و تصویری - کلامی تقسیم می‌شوند. دسته‌بندی مذکور یک دسته‌بندی ساختاری است و هر یک از این چهار دسته، به لحاظ شناختی دلالت‌پذیری خود را مدیون استعارات و مجازهای مفهومی هستند. در درجه نخست، استعارات هستی‌شناختی و در درجه دوم، استعارات ساختاری لازمه ارتباط بصری با آنهاست.

### پی‌نوشت

- 1 George Lakoff
- 2 Mark Johnson
- 3 Charles Forceville
- 4 conceptual metaphors theory
- 5 Pictorial metaphor
- 6 pictogram
- 7 typography
- 8 lettering
- 9 conceptual metonymy
- 10 Van Leeuwen
- 11 Gunther Kress
- 12 *Pictorial metaphor in advertising* (1996)
- 13 *The Comfort of Strangers*
- 14 Ian McEwan
- 15 Paul Schrader
- 16 source domain
- 17 target domain
- 18 Asterix: la Zizanie
- 19 René Goscinny
- 20 Clva-Maturana, C.
- 21 iconic
- 22 SCAMPER
- 23 substitute
- 24 combine
- 25 adapt
- 26 modify
- 27 Put to another use
- 28 eliminate
- 29 reverse
- 30 source domain
- 31 target domain
- 32 structural metaphore
- 33 mappings
- 34 correspondens
- 35 image-schema metaphor
- 36 ontological
- 37 Conduit metaphor
- 38 integrated

حروف‌نگاری عنوان کتاب با پیرنگ داستان نیز مطابقت دارد. چراکه در پیرنگ داستان، دیده می‌شود که این پیرمردی که در تایپوگرافی مذکور از سایرین جدا افتاده است، نه تنها عضو آن خانواده نیست، بلکه ذاتاً ادعا دارد که از هر کودکی بیزار است. وجه مشترک او با بچه‌ها در این است که او نیز بی‌خانمان است و بر سر اقامت در زیر پل با سه کودک مذکور اختلاف دارد. در تایپوگرافی روی جلد، ستون دیوارچین دسته حرف «ل» دو فضای متفاوت و غیرقابل نفوذ را بین یک خانواده و یک پیرمرد ایجاد کرده است و کارکرد ارتباطی واژه «پل» را از حیث معنا ساقط کرده است.



تصویر ۱۱. «خانواده زیر پل» (کارلسون، ۱۳۸۷).  
Image 11. Family Under the Bridge (Carlson, 2008).

### نتیجه‌گیری

لترینگ و تایپوگرافی عنوان کتاب‌های کودک، ملتقای اهداف تجاری و هنری گرافیک‌هاست. تایپوگرافرها با هدف جلب نظر مخاطب از شگردهای خلاق برای نگارش عنوان کتاب استفاده می‌کنند. یکی از کارآمدترین روش‌های ایده‌یابی خلاق اسکمپر، استفاده از شگرد جایگزینی است. از همین رو جایگزینی شمایی پیکتوگرافیک به جای بخشی از حروف عنوان همواره مورد اقبال طراحان جلد کتاب‌های کودک قرار داشته است. این پژوهش نشان می‌دهد که تقسیم‌بندی فورسویل، قابل‌تعمیم به انواع

ردی، مایکل (۱۳۹۰). «استعاره مجرا: نمونه‌ای از مغایرت چارچوب در زبان ما». ترجمه فرزان سجودی. *استعاره: مبنای تفکر و ابزار زیبایی‌آفرینی*. به کوشش فرهاد ساسانی، تهران: سوره مهر.

رضایی، فاطمه (۱۳۹۵). *بررسی استعاره‌های کلامی و غیرکلامی در پوسته‌های مذهبی و ملی براساس رویکرد شناختی فورسویل*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته زبان‌شناسی، دانشگاه شهید باهنر کرمان.

زنجابری، امیرحسین (۱۴۰۲ الف). *دگرپرسی بصری خلاق در کتاب‌های تصویری کودک بر اساس مدل ایده‌یابی اسکمپر*. *رهپویه هنر*، ۶(۲)، ۶۱-۷۵.

زنجابری، امیرحسین (۱۴۰۲ ب). *رده‌بندی فرمالیستی سیمامعنایی در تایپوگرافی عناوین کتاب‌های تصویری کودک*. *پژوهشنامه گرافیک و نقاشی*، ۱۱(۲)، ۱۲۰-۱۳۳.

زنجابری، امیرحسین (۱۴۰۳). *مقایسه طرح جلد دو نسخه فارسی و انگلیسی کتاب تصویری «بگلم کن» اثر چیرائولو براساس استعاره‌شناسی فورسویل*. *مطالعات تطبیقی هنر*، ۱۴(۳۰).

سیمما، جسی (۱۳۹۷). *من کی هستم؟* با تصویرگری جسی سیمما. ترجمه آناهیتا حضرتی، تهران: پرتقال. (در متن مقاله، تاریخ چاپ کتاب متفاوت است و چنین آمده: سیمما (۱۴۰۰). کدام صحیح است؟ لطفاً اصلاح فرمایید) شفیع، شهرام (۱۴۰۱). *بگو ما هم بخندیم* (ج۵). با تصویرگری رضا مکتبی، تهران: پیدایش.

شوارتس، بریتا (۱۳۹۷). *عینک جادویی*. با تصویرگری کارستن مرتین، ترجمه منیژه نصیری، تهران: زعفران.

غیاثیان، مریم سادات؛ مینا وندحسینی، بهمن زندگی و محمدرضا احمدخانی (۱۳۹۷). *خوانشی بر استعاره‌های تصویری روزنامه همشهری در بحران‌های زیست‌محیطی کلان‌شهر تهران*. *مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی*، ۱۰(۴) پیاپی ۴۰، ۱۶۹-۱۹۵.

فورسویل، چارلز (۱۳۸۷). *استعاره‌های تصویری در آگهی‌های بازرگانی*. ترجمه لیلی کافی، تهران: اداره کل پژوهش و آموزش سیمما.

قادرینژاد، بهاره؛ کربلای صادق، مهناز و عامری، حیات (۱۴۰۲). *استعاره تصویری در کارتون‌های شهروندی با موضوع محیط‌زیست*. *مطالعات زبان‌ها و گویش‌های غرب ایران*، ۱۱(۲)، ۷۷-۹۹.

<https://doi.org/10.22126/jlw.2022.7105.15>

95

- 39 metaphor with one pictorially present term  
40 metaphor with two pictorially present term  
41 verbo-pictorial metaphor  
42 *Love Can Come in Many Way* (Pierce, 2020)  
43 Pierce, T.  
44 Levis, c  
45 orientational  
46 *How to Catch a Unicorn* (Wallace, 2019)  
47 *A Unicorn Named Sparkle* (Young, 2018)  
48 *Not Quite Narwhal* (Sima, 2017)

«عینک جادویی» (شوارتس، ۱۳۹۷) کتابی برای گروه سنی

«الف» و «ب» است که در تایپوگرافی عنوانش، دوروبر واژه «عینک» ستاره‌هایی قرار دارد که مبین صفت جادویی آن است.

#### 50 Hand-lettering

«خانواده زیر پل» (کارلسون، ۱۳۸۷) رمانی نوجوان است که با ترجمه‌های متعدد و طرح جلد‌ها و تایپوگرافی‌های گوناگونی وارد بازار نشر ایران شده است. طرح جلدی که در این مقاله مورد بررسی قرار می‌گیرد چاپ دوم از انتشارات امیرکبیر است. شایان ذکر است که ناشر در چاپ‌های اخیر کتاب مذکور، از طرح جلد و تایپوگرافی متفاوتی استفاده کرده است.

52 Carlson. N.

#### منابع

استوار، مسیب (۱۳۹۲). *هنر گرافیک محیطی*، تهران: رازنامه.

پورابراهیم، شیرین (۱۳۹۳). *بررسی استعاره‌های تصویری - کلامی در چند پوستر مناسبی زبان فارسی*. *پژوهش‌های زبان‌شناسی*، ۱۱(۱) پیاپی ۱۱، ۱۹-۳۵.

چیرائولو، سیمونا (۱۳۹۸). *بگلم کن*. ترجمه رامتین فرزاد، تهران: زعفران.

حبیبی، حامد (۱۴۰۰). *بوقی که خروسک گرفته بود*. تصویرگر علیرضا گلدوزیان، تهران: علمی فرهنگی.

حبیبی، علی‌اصغر؛ عرب یوسف‌آبادی، عبدالباسط و بیات کشکولی، مژگان (۱۴۰۰). *معناشناسی استعاره‌های چندوجهی در کاریکاتورهای کرونایی مجله‌الیوم السابع با استناد به الگوی فورسویل*. *علم زبان* (ویژه‌نامه کرونا)، ۸، ۱۵۳-۱۷۸.

<https://doi.org/10.22054/ls.2021.54876.138>

2

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). *نشانه‌شناسی رسانه‌ها*. ترجمه گودرز میرزایی و بهزاد دوران، تهران: آنیسه نما.

- \_\_\_\_\_ . (1999). The metaphor COLIN IS A CHILD in Ian McEwan's, Harold Pinter's, and Paul Schrader's The Comfort of Strangers. *Metaphor and Symbol*. 14(3). 179-198.  
<http://dx.doi.org/10.1207/S15327868MS140302>
- \_\_\_\_\_ . (2000). Compasses, beauty queens and other PCs: pictorial metaphors in computer advertisements. *Journal of Linguistics and Communication in Business*. 13(24). 31-55.  
<http://dx.doi.org/10.7146/hjlc.v13i24.25568>
- \_\_\_\_\_ . (2002). *Pictorial Metaphor in Advertising*. New York: Routledge. This edition published in the Taylor & Francis e-Library.
- \_\_\_\_\_ . (2005). Visual representations of the idealized cognitive model of anger in the Asterix album la Zizanie. *Journal of Pragmatics*. 37(1). pp.69-88.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.pragma.2003.10.002>
- \_\_\_\_\_ . (2007). Multimodal metaphor in ten Dutch TV commercials. *Public Journal of Semiotics*, 1(1): 19-51.  
<https://doi.org/10.4324/9781003145875>
- \_\_\_\_\_ . (2008). *Pictorial Metaphor in Advertising*. Translated by: Leili Kafi. Tehran: Pazhouhesh va Amouzeshe Sima. [In Persian].
- \_\_\_\_\_ . (2023). Narrating and focalizing visually and verbal-visually in comics and graphic novels. *Pragmatics & Cognition* 30(1): 183–211.  
<https://doi.org/10.1075/pc.22007.for>
- \_\_\_\_\_ . (2024). Identifying and Interpreting Visual and Multimodal Metaphor in Commercials and Feature Films. *Metaphor and Symbol*, 39(1), 40–54.  
<https://doi.org/10.1080/10926488.2023.2271544>
- Ghaderi Nezhad, B.; Karbalaie Sadegh, M.; Ameri, H., (2023). Pictorial Metaphor in Citizen Cartoons: A Case Study on Environmental Issue. *Motaleat-e Zaban va Gooyeshha-y Gahr*(Research in Western in Iranian
- کارلسون، ناتالی سوچ (۱۳۸۷). *خانواده زیر پل*. با تصویرگری گارث ویلیامز، ترجمه گلی ترقی، تهران: امیرکبیر.
- کوچش، زلتن (۱۳۹۳). *مقدمه‌ای کاربردی بر استعاره*. ترجمه شیرین پوراابراهیم، تهران: سمت.
- کیماسی، مسعود؛ اسفیدانی، محمدرحیم؛ کاشانی‌زاده، زهرا و حاجی‌بابا، لیدا (۱۳۹۸). *استعاره‌های تصویری در تبلیغات*، تهران: انتشارات مبلغان.
- لیویس، کران (۱۳۹۹). *با آیدا تا همیشه*. به تصویرگری چارلز سنتوسو. ترجمه آناهیتا حضرتی، تهران: پرتقال.
- یانگ، ایمی ال (۱۴۰۱). *تک‌شاخ سفارشی*. با تصویرگری ایمی ال یانگ. ترجمه شبنم حیدری‌پور، تهران: پرتقال.
- بییتس، لوئیس (۱۳۹۸). *با هم درستش می‌کنیم*. ترجمه رامتین فرزاد، تهران: زعفران.

## References

- Barnett, M. (2014). *Telephone*. California & San Francisco: Chronicle Books.
- Carlson, N. (2008). *The Family under the Bridge*. Illustrated by Garth Williams. Translated by: Goli Taraghi. Tehran: Amir Kabir. [text in Persian].
- Ciraolo, S. (2019). *Hug me*. (Farzad, R.; Trans). Tehran: Z'aferan. [In Persian].
- Clva-Maturana, C.; & Forceville, C. (2021). "The Depiction of Family and Self in Children's Picture Books: A Corpus-Driven Exploration" In *Multimodal Approach to Challenging Gender Stereotypes in Children's Picture Books*. (Edited by: A. Jesús Moya-Guijarro & Eija Ventola) New York: Routledge.
- Danesi, M. (2008). *Understanding Media Semiotics (Nešāneh-šenāsi-e Resāneh-hā)*. Translated by: Goudarz Mirzayi and Behzad Dovran. Tehran: Aniseh Nama. [text in Persian].
- Forceville, C. (1996a). Educating the eye? Kress & Van Leeuwen's Reading Images: The Grammar of Visual Design. *Language & Literature*. 8(2), 163–178.  
<https://doi.org/10.1177/096394709900800204>
- \_\_\_\_\_ . (1996b). *Pictorial Metaphor in Advertising*. London/New York: Routledge.

- Pourebrahim; Trans). Tehran: SAMT. [in Persian].
- Lakoff, G. (1987). *Woman, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*, Chicago and London: Chicago University Press.
- Lakoff, G. (1993). The contemporary theory of metaphor. In A. Ortony (ed.), *Metaphor and Thought* (pp. 202-251). New York: Cambridge University Press.
- Levis, C. (2020). *Ida Always (Bā Āydā tā Hamiše)*. Illustrated: Charles Shantoso. Translated by: Anahita Hazrati. Tehran: Porteqal. [text in Persian].
- Ostovar, M., (2013). *The Environmental Graphic Art*. Tehran: Raznameh. [text in Persian].
- Pierce, T. (2020). *Love Can Come in Many Way*. (Ultman, S.; Illus). Sanfrancisco: Chronicle Books.
- Pourebrahi, Sh. (2015). A Study of Verbo-Pictorial Metaphors in Some Persian Informative Posters. *Pajouhesh-ha-y Zabān Shenasi (Researches in Linguistics)*. 6(1). 19-35. [In Persian].
- Reddy, M. J. (2011). The Coduit Metaphor: A Case of Frame Conflict on Our Language, in *Metaphor: The Basis of Thinking and a Tool for Creating Beauty*. Edited and Translated by: Farzan Sojoudi. Tehran: Sooreh Mehr. 67-134. [text in Persian].
- Rezaei, F. (2017). *A Study on Verbal and Non-verbal Metaphors in Religious and National Posters Based on Forceville's Cognitive Framework*. Thesis Master of Arts in Linguistics. Faculty of Literature Humanities Department of Foreign Languages. Shahid Bahonar University of Kerman. [Text in Persian].
- Schwarz, B. (2018). *Meine Brille Kann Zaubern ('einak-e Jādūei)*. Illustrated by: Carsten Martin. Translated by: Manizhe Nasiri. Tehran: Z'aferan. [Text in Persian].
- Shafi'ei, Sh. (2022). *Tell me so we can laugh together (Begu bāham Bexandim)*. Illustrated by Reza Maktabi. Vol:5. Tehran: Peydayesh. [text in Persian].
- Languages and Dialects*). 11(2). 77-99. [in Persian]. <https://doi.org/10.22126/jlw.2022.7105.1595>
- Ghiasian, M. S.; Vandhosseini, M., Zandi, B., AhmadKhani, M. R., (2018). *A Read into the Pictorial Metaphors of Hamshahri Newspaper in the Environmental Crisis of Tehran Metropolis. Motale'at-e Mian Reshte-dar Oloum-e Ensani(Interdisciplinary Studies in the Humanities)*. 10(4). 169-195. [in Persian]. <https://doi.org/10.22035/isih.2018.293>
- Habibi, H. (2008). *Būqī ke Xorūsak Gerefteh Būd*. Illustrated by Ali Reza Golouziyan. Tehran: Elmi-Farhangi. [text in Persian].
- Habibi, A.; Arab Yousefabadi, A. B.; Bayat Kaskouli, M. (2021). *Metaphors in Coronary Cartoons by Al-Yawm Al-Sabeeh Magazine Based on Forsville Theory. Elm-e Zabān( Language Science)*. (Special Issue). V:8. 153-178. [text in Persian]. <https://doi.org/10.22054/ls.2021.54876.1382>
- Keimasi, M.; Esfidani, M. R.; Kashanizadeh, M; and Hajjibab, L. (2019). *Pictorial Metaphor in Advertising (Este'āre-hā-ye Tasviri dar Tabliqāt)*. Tehran: Moballegghan. [text in Persian].
- Khanzadeh, F. (2020). *Designing Pictograms for Children Using Positive and Negative Space (Based on the Concept of Visual Gestalt)*. Thesis Master of Art in Visual Communication Art. Department of Art. University of College Nabi Akram. [Text in Persian].
- Kövecses, Z.; & Radden, G. (1998) Metonymy: Developing a cognitive linguistic view. *Cognitive Linguistics*, 9(1), Pp37-77. [10.1515/cogl.1998.9.1.37](https://doi.org/10.1515/cogl.1998.9.1.37)
- Kövecses, Z. (2014). *Metaphor: A Practical introduction*. (Shirin,

Sima, J. (2018). *Not Quite Narwhal (Man Ki Hastam?)*. Illustrated by Jessie Sima. Translated by: Anahita Hazrati. Tehran: Porteqal. [text in Persian].

Wallace, A. (2019). *How to Catch a Unicorn*. (Elkerton, A.; Illus). Naperville: Sourcebooks Wonderland. ISBN: 978-1492669739.

Yates, L. (2019). *Frank & Teddy Make Friends (Bāham Dorostaš Mikonim)*. Translated by: Ramttin Farzad. Tehran: Z'feran.. [text in Persian].

Yung, A. L., (2022). *A Unicorn Named Sparkle (Tak-šāx-e Sefāreši)*. Illustrated by Amy Yung. Translated by: Shabnam Heydarpour. Tehran: Porteqal. [text in Persian].

Zanjanbar, A. H. (2023 a). Creative Optical Metamorphosis in Children's Picture Books: Based on SCAMPER's Idea Generation Model. *Rahpooye Honarhaye Sana'ee, (Rahpooye Journal of Visual Arts)*. 6(2). 61-75. [Text In Persian].

Zanjanbar, A. H., (2023 b). Classification of Calligrams from a Formalist Perspective in the Typography of Titles for Children's Picture Books. *Pajouhesh Name-y Geraphic va Naghashi (Graphic Art and Painting Research)*. 6(11). 120-133. [Text In Persian].

\_\_\_\_\_. (2024). An Examination of the Cover Designs of "Hug Me" by Ciralo, A Comparative Analysis of the Persian and English Editions Using Forceville's Metaphorological Framework. *Motaleat-e tatighi-e Honar*. 14(30). [Text In Persian].

URL 1:

[https://www.researchgate.net/figure/Figura-5-Ejemplo-de-metafora-visual-en-un-anuncio-publicitario-de-neumaticos-de-Abbott\\_fig1\\_348787855](https://www.researchgate.net/figure/Figura-5-Ejemplo-de-metafora-visual-en-un-anuncio-publicitario-de-neumaticos-de-Abbott_fig1_348787855). (access date: 2024-7-4).

URL 2:

<https://cdn.mashreghnews.ir/d/2018/10/17/4/2366314.jpg> (access date: 2018-10-17).