

استعاره و مجاز در گونه‌های رسانه‌های اقتصادی: رویکردی پیکره‌بنیاد

پارسا بامشادی^{۱*}، زینب محمدابراهیمی^۲، شادی انصاریان^۳

۱. دانشجوی دکتری زبان‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی

۲. استادیار زبان‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی

۳. کارشناس ارشد زبان‌شناسی، دانشگاه رازی

دریافت: ۱۳۹۵/۰۶/۰۳ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۹/۳۰

Metaphor and Metonymy in the Economic Media Language Variety: A Corpus-based Approach

Parsa Bamshadi^{1*}, Zeynab Mohammad Ebrahimi², Shadi Ansarian³

1. PhD Student of Linguistics, Shahid Beheshti University

2. Assistant Professor of Linguistics, Shahid Beheshti University

3. MA in Linguistics, Razi University

Received: 2016/08/24 Accepted: 2016/12/20

Abstract

News texts, and specially news headlines, must be interesting and persuasive so that they can draw the addressee's attention and encourage him/her to study and follow the news. One way to achieve this goal is to use metaphor and metonymy in the language of media. Metaphor and metonymy, as two cognitive conceptual processes, have their root in thinking and conceptualization processes and are the integral parts of the human cognitive system. The present research explores the function and importance of metaphor and metonymy in Persian economic media discourse and tries to identify and explain the fundamental metaphors and metonymys in this field. Besides, possible hierarchical relations between them will be taken into consideration. The data include 700 headlines taken from: economic news headlines of "Donyaye Eghtesad" newspaper in all its issue numbers in Azar 1394 A.P., economic news headlines of "Young Journalists Club" news agency and "Emruz Online" news portal in Azar 1394 A.P. The results indicate that the main conceptual metaphors in the economic discourse include: "Economy is a living being", "Economy is human", "Economy is a route", "Economy is a space/container", "Economy is a natural phenomenon", "Economy is a car", and "Economy is substance/ thing". Moreover, some of the directional metaphors are significantly present in the language of economy.

Key Words: Language of Economy, Economic Discourse, Metaphor, Metonymy, Cognitive Linguistics

چکیده

متون خبری، به‌ویژه عناوین خبری، باید دارای زبانی جذاب و ترغیب‌کننده باشند تا توجه مخاطب را جلب کنند و او را به مطالعه و پیگیری خبر تشویق نمایند. یکی از شیوه‌های دستیابی به این هدف، استفاده مناسب از استعاره و مجاز در زبان رسانه است. این دو فرایند شناختی-مفهومی ریشه در فرایندهای تفکر و مفهوم‌سازی دارند و اجزای نظام شناختی انسان هستند. در این پژوهش نقش و اهمیت این دو فرایند شناختی در گفتمان رسانه‌های اقتصادی فارسی‌زبان بررسی می‌گردد و تلاش می‌شود تا استعاره‌ها و مجازهای بنیادین این حوزه شناسایی و تبیین شوند و ارتباط سلسله‌مراتبی احتمالی میان آنها بررسی شود. این پژوهش دارای رویکردی شناختی و پیکره‌بنیاد است و داده‌های آن از عناوین خبری اقتصادی روزنامه «دنیای اقتصاد» در همه شماره‌های آذر ۱۳۹۴ و نیز عناوین اخبار اقتصادی دو خبرگزاری «باشگاه خبرنگاران جوان» و درگاه «امروز آنلاین» در آذر ۱۳۹۴ گرفته شده است، که بیش از هفتصد عنوان خبری را شامل می‌شود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مهم‌ترین استعاره‌های مفهومی یافت‌شده در حوزه گفتمان اقتصادی عبارتند از: «اقتصاد یک موجود زنده است»، «اقتصاد انسان است»، «اقتصاد مسیر است»، «اقتصاد یک فضا/ ظرف است»، «اقتصاد یک پدیده طبیعی است»، «اقتصاد خودرو است» و «اقتصاد ماده/ شیء است». افزون بر این، برخی استعاره‌های جهت‌ی نیز نمودی چشمگیر در زبان اقتصاد دارند.

کلیدواژه‌ها: زبان اقتصاد، گفتمان اقتصادی، استعاره، مجاز، زبان‌شناسی شناختی.

*corresponding Author: Parsa Bamshadi

Email: parsa.bamshadi@gmail.com

* نویسنده مسئول: پارسا بامشادی

مقدمه

درباره استعاره و جایگاه و نقش آن در زبان و اندیشه بسیار سخن گفته شده است تا جایی که پیشینه این مفهوم و مطالعه آن به روزگار ارسطو می‌رسد. در اینجا، مجال پرداختن به روند تاریخی مطالعات مربوط به استعاره نیست، اما لازم است به دو دیدگاه رقیب در این زمینه اشاره شود و تفاوت‌های میان آن دو بازگو گردد. یکی، دیدگاه سنتی که کووچس^۱ (۲۰۱۰: IX-X) آن را در پنج ویژگی خلاصه کرده است: (۱) استعاره ویژگی مربوط به واژه‌هاست؛ یعنی، پدیده‌ای زبانی است؛ (۲) استعاره برای مقاصد هنری و سخنورانه به کار می‌رود؛ مانند این جمله شکسپیر: «همه جهان یک صحنه هنرنمایی است.» (۳) استعاره بر پایه همانندی و شباهت میان دو چیز بنا می‌شود که با هم مقایسه و سنجیده می‌شوند؛ (۴) استعاره نتیجه کاربرد آگاهانه و دلخواه واژه‌هاست و به‌کارگیری آن نیازمند توان‌مندی و نبوغ ویژه است؛ (۵) استعاره آرایه و پیرایه سخن است و برقراری ارتباط بدون استعاره نیز ممکن است.

در برابر دیدگاه سنتی، دیدگاهی جدید پدیدار شد که سرآغاز آن کتاب *استعاره‌هایی که با آنها زندگی می‌کنیم*^۲ لیکاف و جانسون^۳ (۱۹۸۰) بود و همه جنبه‌های دیدگاه سنتی را زیر سوال برد. این دیدگاه نیز پنج ویژگی دارد: (۱) استعاره ویژگی مفاهیم است نه واژه‌ها؛ (۲) کاربرد استعاره به درک بهتر برخی مفاهیم کمک می‌کند، نه اهداف هنری و سخنورانه؛ (۳) استعاره بسیاری اوقات بر پایه همانندی و شباهت نیست؛ (۴) استعاره را در گفتار روزمره، مردم عادی به‌آسانی به کار می‌برند و به‌کارگیری آن نیازمند نبوغ نیست؛ (۵) استعاره بیش از آنکه آرایه سخن باشد، فرایندی گریزناپذیر در اندیشه و استدلال انسان است (کووچس، ۲۰۱۰: X).

بر این پایه، استعاره نقش اساسی در سامان‌دهی و سازمان‌دهی اندیشه و گفتار انسان دارد، و یکی از ابزارهای عمده مفهوم‌سازی در ذهن و زبان به شمار می‌آید. در کنار استعاره، مجاز نیز یکی دیگر از فرایندهای مفهوم‌سازی است که در سال‌های اخیر، توجه پژوهشگران را بسیار جلب کرده است. راجع به استعاره و مجاز و تفاوت‌هایشان در بخش دوم به تفصیل سخن خواهیم گفت.

متون خبری و به‌ویژه عناوین خبری به سبب ویژگی‌ها و اهداف خاصشان نمودگاهی مهم برای استعاره و مجاز به شمار می‌آیند. به‌کارگیری استعاره و مجاز در عنوان‌های خبری افزون بر آنکه به آنها جنبه آرایه‌ای و هنری می‌بخشد و توان ارتباطی آنها را افزایش می‌دهد، سبب جلب توجه مخاطب و تشویق وی به مطالعه و پیگیری خبر یا گزارش می‌شود و نیز با ترغیب مخاطب به صورت پنهانی، وی را با دیدگاه نویسنده خبر یا گزارش همسو می‌سازد. وایت^۴ (۱۹۹۶) (به نقل از گرتیزو دلو ریوز^۵، ۲۰۱۰)، با توجه

به نمود چشمگیر و گسترده و سامان‌مند استعاره‌ها در گفتمان مطبوعاتی، مدعی شده که استعاره در انسجام و پیوستگی متنی، که یکی از جنبه‌های سرشتی گفتمان رسانه‌ای است، نقشی اساسی دارد. از این رو، در پژوهش پیش رو تلاش شده است تا استعاره و مجاز در عنوان‌های خبری اقتصادی در روزنامه‌ها و رسانه‌های اینترنتی و کاربرد و اهمیت این دو فرایند شناختی در بازنمایی اخبار اقتصادی بررسی شود. این پژوهش پیکره‌بنیاد است و داده‌های بررسی‌شده از عناوین خبری اقتصادی روزنامه *دنیای اقتصاد* در همه شماره‌های آذر ۱۳۹۴ (ش ۳۶۳۶-۳۶۵۷) و نیز عناوین اخبار اقتصادی دو خبرگزاری «باشگاه خبرنگاران جوان»^۶ و درگاه «امروز آنلاین»^۷ گرفته شده‌اند.

با توجه به فراوانی و گستردگی پژوهش‌های پیشین و پسین درباره نقش استعاره و مجاز در زبان اقتصاد و متون و گفتمان اقتصادی، به نظر می‌رسد بررسی نقش استعاره و زبان آرایه‌ای، در متون و گفتمان‌های اقتصادی، خود در حال تبدیل به یک شاخه علمی جد است. از این رو، بایسته است به پیشینه پژوهش‌های انجام‌گرفته در این زمینه توجه کنیم و چند مورد از آنها را از نظر بگذرانیم. گرتیزو دلو ریوز (۲۰۱۰) به شیوه بازتاب بحران اقتصادی، در ۵۱ شماره از مجله *پروازة اکونومیست*^۸ در سال ۲۰۰۸، در قالب استعاره «اقتصاد یک پدیده طبیعی است» پرداخته و در این زمینه توجه خود را به‌ویژه به کاربرد استعاره‌های در پیوند با بلایای طبیعی، پدیده‌های آسمانی و آب و هوا معطوف کرده است. بیلینیا-گراچسکا^۹ (۲۰۰۹) برخی اصطلاحات استعاری در ارتباطات سرمایه‌گذاری و بانک‌داری در زبان‌های انگلیسی، آلمانی، اسپانیایی و لهستانی را بررسی کرده است. میلار و پک^{۱۰} (۲۰۰۴)، در بررسی استعاره‌های مربوط به بحران‌های مالی، دریافته‌اند که دو قلمرو مفهومی «ظرف» و «جنگ» به عنوان قلمرو مبدأ بیشترین نقش را در شکل‌گیری این استعاره‌ها دارند و قلمرو مفهومی «بیماری/ناخوشی» در رده سوم قرار دارد. کارتریس-بلک و انیس^{۱۱} (۲۰۰۱) با واکاوی استعاره‌های به‌کاررفته در گزارش‌های مالی مربوط به بحران شکست بازار سال ۱۹۹۷ در زبان‌های انگلیسی و اسپانیایی، پی بردند که «اقتصاد یک موجود زنده است» پربسامدترین استعاره در این متون بوده است. پس از آن، استعاره‌های «تحرکات بازار، تحرکات فیزیکی است» و «تحرکات بازار، بلایای طبیعی است» بیشترین نمود را داشته‌اند. سانچز پرز^{۱۲} و گرتیزو دلو ریوز (۲۰۱۵) کاربرد استعاره و مجاز در بازتاب رویدادهای اجتماعی-اقتصادی مؤثر بر اقتصاد جهانی را در دو زبان انگلیسی و اسپانیایی بررسی کرده‌اند. این پژوهشگران شصت مقاله چاپ‌شده در نشریه‌های مالی

6. <http://www.yjc.ir/>7. <http://www.emruzonline.com>

8. Economist

9. Bielenia-Grajewska

10. Millar & Beck

11. Charteris-Black & Ennis

12. Sánchez Pérez

1. Kövecses

2. metaphors We Live

3. Lakoff & Johnson

4. White

5. Cortés de los Ríos

دیدگاه دیگر، که برگرفته از لنگاکر^۵ (۱۹۹۳) است، مجاز را ذیل موضوع نقطهٔ ارجاع^۶ مطرح می‌کند. در این دیدگاه، قلمرو مفهومی آغاز، دسترسی ذهنی به قلمرو پایانه و تماس و ارتباط ذهنی با قلمرو پایانه را ممکن می‌کند. یکی از انتقادهایی که بر این دیدگاه وارد است، کلی و فراگیر بودن آن و ناتوان بودنش در نشان دادن تفاوت میان مجاز با دیگر پدیده‌های غیر مجازی است.

دیدگاه سوم در واقع نسخهٔ اصلاح‌شدهٔ دیدگاه نخست است و بر اساس این دیدگاه، مجاز یک نگاشت مفهومی درون‌قلمروی است که در آن، قلمرو پایانه حاصل گسترش یا کاهش عناصری از قلمرو آغاز است. این دیدگاه وابسته به رویز دمنڈزا^۷ (۲۰۰۰)، دیرون^۸ (۲۰۰۵) و گیرارتس و پیرسمن^۸ (۲۰۱۱) است.

سه دیدگاه گفته‌شده با هم قابل جمع‌اند و می‌توان گفت مجاز، یک پیوند یا نگاشت مفهومی درون‌قلمروی است که در آن، قلمرو آغاز، از طریق عملکرد شناختی گسترش یا کاهش قلمرو مفهومی، دسترسی ذهن به قلمرو پایانه را فراهم می‌کند. در حالی که، استعاره یک نگاشت مفهومی برون‌قلمروی است و در آن، قلمرو آغاز برای درک و بیان قلمرو پایانه (از راه همانندی یا همبستگی) به کار می‌رود (رویز دمنڈزا، ۲۰۱۴: ۱۵۰). رویکرد ما در این مقاله همین دیدگاه، یعنی برآیند سه دیدگاه پیشین است، که توانایی تبیین بهتر فرایندهای استعاره و مجاز را فراهم می‌کند و امکان تمایز‌گذاری میان این دو را به ما می‌دهد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش، عناوین اقتصادی برگرفته از روزنامهٔ *دنیای اقتصاد* در همهٔ شماره‌های آذر ۱۳۹۴ (ش ۳۶۳۶-۳۶۵۷) و نیز عناوین اخبار اقتصادی دو خبرگزاری «باشگاه خبرنگاران جوان» و درگاه «امروز آنلاین» در آذر ۱۳۹۴ را، که دارای استعاره یا مجازند و شمار آنها به بیش از هفتصد عنوان می‌رسد، بررسی کرده‌ایم و کوشیده‌ایم به طبقه‌بندی و تحلیلی فراگیر از آنها برسیم.

استعاره مفهومی «اقتصاد یک موجود زنده است»

یکی از استعاره‌های مفهومی پرکاربرد و پربسامد در عناوین اقتصادی، استعارهٔ «اقتصاد یک موجود زنده است» می‌باشد. در این استعاره، میان اقتصاد و پدیده‌ها و شاخص‌های اقتصادی (همچون بازار، قیمت، نقدینگی، نظام مالیاتی، و صنعت) از یک‌سو، و موجود زنده و ویژگی‌ها و رفتارهای او از سوی دیگر، نگاشت برقرار می‌شود. نمونه‌هایی از این استعاره در عناوین خبری زیر وجود دارد. واژه‌ها یا عبارتهایی که زیر آنها خط کشیده شده

را، که به موضوع بهار عربی در خاورمیانه از ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۴ و آثار آن بر اقتصاد جهانی پرداخته‌اند، واکاوی نموده‌اند. آنها دریافتند که هم بسامد کاربرد و هم نوع استعاره‌ها و مجازهای به‌کاررفته برای بیان رخدادها، در انگلیسی و اسپانیایی با هم متفاوت‌اند.

مبانی نظری: استعاره و مجاز

با انتشار کتاب لیکاف و جانسون (۱۹۸۰)، استعاره در کانون توجه بسیاری از زبان‌شناسان شناختی قرار گرفت و در این باره، پژوهش‌های متعدد انجام گرفت. با آنکه لیکاف و جانسون هم استعاره و هم مجاز را دارای سرشت مفهومی می‌دانستند و آنها را فرایندهایی در اندیشه (و نه صرفاً در زبان) انسان به شمار می‌آوردند، اما در کارهای خود توجهی اندک به مجاز داشتند و تأکیدشان بر استعاره بود. در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰، این وضعیت رفته‌رفته دگرگون شد و زبان‌شناسان اروپایی دربارهٔ نقش مجاز در اندیشه و زبان انسان پژوهش‌های جدی انجام دادند. چون به مدت بیست سال استعاره در کانون توجه قرار داشت، بیشتر پژوهش‌ها و گفت‌وگوها در آغاز دربارهٔ تمایز استعاره و مجاز و نیز نشان دادن جایگاه برتر هریک از آنها در اندیشه و زبان بود (رویز دمنڈزا، ۲۰۱۴).

چگونگی تعریف مجاز در زبان‌شناسی شناختی هنوز موضوعی چالش‌انگیز است. با وجود این، سه دیدگاه اصلی دربارهٔ مجاز می‌توان یافت که رویز دمنڈزا (۲۰۱۴: ۱۴۴-۱۴۷) به تشریح آنها پرداخته است. بر اساس یکی از این دیدگاه‌ها، مجاز نیز مانند استعاره یک نگاشت مفهومی است؛ یعنی، یک یا چند تناظر میان قلمروهای مفهومی یا عنصرهایی از یک قلمرو مفهومی؛ اما دو تفاوت اصلی میان استعاره و مجاز دیده می‌شود: ۱) مجاز در درون یک قلمرو مفهومی روی می‌دهد، در حالی که استعاره میان دو قلمرو مفهومی واقع می‌شود. ۲) مجاز دربردارندهٔ رابطهٔ «به جای» میان دو بخش مرتبط با هم در یک قلمرو مفهومی، یا میان کل قلمرو مفهومی با بخشی از آن است؛ اما استعاره دربردارندهٔ رابطهٔ این‌همانی است که پیرو آن یک قلمرو مفهومی بر پایهٔ قلمرو مفهومی دیگر درک و بیان می‌شود. این دیدگاه لیکاف و جانسون (۱۹۸۰) و لیکاف و ترنر^۲ (۱۹۸۹) است. در این دیدگاه، بر کارکرد ارجاعی مجاز تأکید شده است که در آن، قلمرو آغاز^۳ برای ارجاع به قلمرو پایانه^۴ به کار برده می‌شود.

5. Langacker
6. reference point
7. Dirven
8. Geeraerts & Peirsman

1. Ruiz de Mendoza
2. Turner
3. source domain
4. target domain

است، تجلی استعاره مفهومی پیش‌گفته‌اند و در واقع، محور استعاری کل عنوان خبری به شمار می‌آیند:

۱۲. نبض بازار سهام
۱۳. سرگیجه بازارها از سیگنال آمریکا
۱۴. علائم حیات مجدد در شرکت بهداشتی دکتر عبیدی
۱۵. شرکت‌های هواپیمایی که پیر متولد شدند
۱۶. بازار مشتقه ارزی، ضربان اقتصاد کشور را منظم می‌کند
۱۷. تورم قوانین سرمایه‌گذاران را سردرگم کرد
۱۸. زخم باز اقتصاد درمان
۱۹. یارانه‌ای که مرهمی برای تولید نشد
۲۰. علاج بیماری تنگنای مالی در اقتصاد چیست؟
۲۱. سایه نامهربانی واردات بر سر تولید داخل
۲۲. فرصت‌طلبی نفت از سقوط طلای سیاه
۲۳. اونس، زندانی سلول ۱۰۷۰
۲۴. فلز سرخ در انتظار نوش دارو
۲۵. صنعت سیمان در انتظار رونق اقتصادی
۲۶. پیوند بورس و شهرداری
۲۷. عقد ایران خودرو و پژو توسط روحانی
۲۸. توقف ریزش مس با فرمان دلار
۲۹. سایه سنگین بی‌مهری به طلای سرخ
۳۰. وقتی هدفمندی یارانه کمر اقتصاد را شکست
۳۱. خداحافظی رونق اقتصادی با اهالی بازار
۳۲. مسکن همچنان منتظر روی خوش بازار

۱. خواب زمستانی صنایع در پاییز
۲. تولد یک‌سالگی اصلاح قیمت نان با نارضایتی مردم
۳. پوست‌اندازی نظام مالیاتی به مذاق برخی خوش نیامد
۴. یارانه نقدی ۱۲۰ هزار میلیارد تومان اضافی بلعید!
۵. رشد لاک‌پشتی در بحران اقتصادی
۶. استمرار جریان بهبود در بازار پتروشیمی‌ها
۷. نیاز و ترس در بازار ارز
۸. ردپای موسسات غیر مجاز در حساب‌های فاقد شماره ملی
۹. فرار نقدینگی از بازار سرمایه
۱۰. پرواز سکه به اوج یک‌ماهه
۱۱. شوک پاریس و واکنش سرد بازارها

در نمونه‌های بالا، می‌توان نگاهت ویژگی‌ها و رفتارهای موجود زنده را بر ویژگی‌ها و رفتارهای پدیده‌های اقتصادی دید؛ یعنی، ویژگی‌ها یا رفتارهای طبیعی موجودات زنده همچون خواب زمستانی، تولد، پوست‌اندازی، رشد، بهبود، نیاز و ترس، رد پا، فرار، پرواز و واکنش، به پدیده‌های اقتصادی همچون صنعت، قیمت، بازار، نقدینگی و مؤسسات مالی و اقتصادی نسبت داده شده‌اند.

استعاره مفهومی «اقتصاد انسان است»

استعاره «اقتصاد انسان است» یکی دیگر از استعاره‌های رایج در عناوین خبری اقتصادی است و در آن، اقتصاد و پدیده‌های اقتصادی به انسان تشبیه می‌شوند و ویژگی‌ها، حالات و رفتارهای انسانی به آنها نسبت داده می‌شود. در این استعاره، که در واقع زیرمجموعه استعاره «اقتصاد یک موجود زنده است» به شمار می‌آید، ویژگی‌ها و حالاتی که معمولاً درباره انسان مطرح می‌شوند و ما آنها را در تن و روان خود می‌یابیم و می‌شناسیم بر پدیده‌های اقتصادی نگاشت می‌شوند. وجود واژه‌های نبض، سرگیجه، ضربان، سردرگم، زخم، امید، انتظار، بی‌مهری، فرصت‌طلبی، خداحافظی و مانند این‌ها نشان‌دهنده این است که ما اقتصاد و پدیده‌های اقتصادی را که اغلب ناملموس و انتزاعی‌اند، همچون انسان می‌انگاریم و در نتیجه، ویژگی‌ها و حالات انسانی را به آنها نسبت می‌دهیم. موارد بسیار این‌چنینی در عناوین اخبار اقتصادی یافت می‌شوند که همگی از نقش اصلی و بنیادی استعاره «اقتصاد انسان است» در درک ما از اقتصاد و موضوعات و پدیده‌های گوناگون اقتصادی نشان دارند.

استعاره پرکاربرد دیگر، که زیرمجموعه استعاره «اقتصاد انسان است» می‌باشد، عبارت است از «مشکلات اقتصادی بیماری است». در این استعاره، مشکلات و بحران‌های اقتصادی به صورت بیماری‌ها و دردهایی در تن این موجود مفهوم‌سازی می‌گردند و رهایی از این مشکلات و بحران‌ها، همانند رهایی از بیماری و بهبود یافتن دانسته می‌شود. نمونه‌هایی از این استعاره در عناوین خبری شماره ۱۸، ۱۹ و ۲۰ دیده می‌شوند.

استعاره‌هایی که مشکلات و نابسامانی‌های اقتصادی (همچون تورم، رکود و بیکاری) را بر بیماری و درد نگاشت می‌کنند و برعکس، رفع مشکلات اقتصادی را به بهبودی بیمار و رفع بیماری نگاشت می‌کنند در واقع، مفاهیم را از حوزه اقتصاد به حوزه سلامت می‌کشاند. خود اصطلاح جافتاده «تورم» نیز یک استعاره است که در آن یکی از مشکلات رایج اقتصادی، یعنی افزایش بی‌رویه و افسارگسیخته قیمت‌ها، به «ورم تن جاندار» تشبیه شده است. در شکل ۱، بازنمایی نمادین استعاره «مشکلات اقتصادی بیماری است» و نگاشت‌های مفهومی همراه آن نشان داده شده است:

۵۰. عبور نفت اوپیک از کف یازده‌ساله (مجاز دارد: قیمت نفت)
 ۵۱. مقصد بعدی نفت: کف ۱۱ ساله؟

در نمونه‌های بالا، فعالیت‌ها و اقدامات اقتصادی مانند هزینه‌طرح‌ها، اصلاحات اقتصادی، اخذ مالیات، توسعه تجارت، سرمایه‌گذاری و تولید همچون طی کردن مسیری همراه با مانع و دست‌انداز فرض شده‌اند. افزایش یا کاهش قیمت‌ها نیز همانند حرکت بر مسیر فرض شده است. از الزامات استعاره مفهومی «اقتصاد مسیر است» نگاشت مفاهیم مرتبط با مسیر (همچون حرکت، توقف، مانع، سرعت، مبدأ، مقصد، ایستگاه، دوراهی، نقشه، دست‌انداز، و پرتگاه) بر اوضاع اقتصاد و پدیده‌های اقتصادی است. در نمونه‌های بالا مواردی از همه این نگاشت‌های استعاری وجود دارند.

استعاره مفهومی «اقتصاد یک فضا/ظرف است»

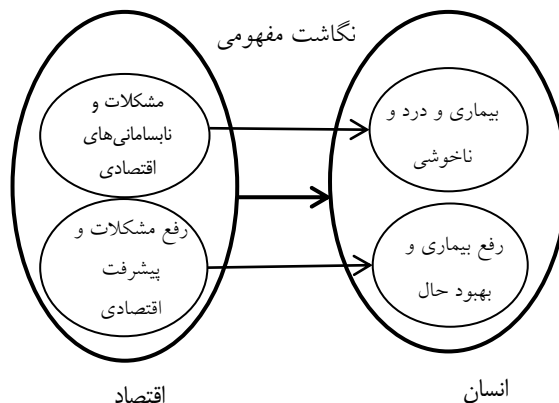
این استعاره نیز از استعاره‌های مفهومی پرکاربرد در گفتار اقتصادی است و در آن، اقتصاد و پدیده‌ها و موضوعات اقتصادی (مانند رکود، بازار و وضعیت مالی) همچون فضایی دانسته می‌شوند که می‌توان به آن وارد شد، از آن خارج گردید یا در تنگنای آن گرفتار آمد. این فضا ممکن است تنگ یا فراخ باشد، حد و مرز داشته باشد یا چشم‌انداز روشن یا تیره داشته باشد. همان گونه که در عناوین خبری زیر دیده می‌شود، کاربرد واژه‌هایی همچون «خروج، ورود، گریز، تنگنا، چشم‌انداز و مرز» نشانه‌های آشکار وجود این استعاره مفهومی در زبان اقتصادداند.

۵۲. بررسی بسته خروج از رکود
 ۵۳. طولانی شدن خروج از رکود مسکن
 ۵۴. ورود بورس به محدوده زیان
 ۵۵. تکاپوی سرمایه‌گذاران خارجی برای ورود به بازار سرمایه ایران
 ۵۶. ستاره‌ها در تنگنای اقتصادی
 ۵۷. تلاش دولت برای رهایی از تنگنای مالی مسکن
 ۵۸. نفت سبک ایران در مرز ۳۶ دلار
 ۵۹. چشم‌انداز روشن اقتصاد
 ۶۰. پول‌گریزی از بازار سهام

این استعاره مفهومی، در واقع، نمونه‌ای از استعاره‌های ظرف/حجم است که لیکاف و جانسون (۱۹۸۰) آنها را در زمره استعاره‌های بنیادین در ذهن و زبان انسان دانسته‌اند و نمود آن در زبان روزمره فراوان است.

استعاره مفهومی «اقتصاد یک پدیده طبیعی است»

استعاره آب و هوا و پدیده‌های طبیعی آسمانی، زمینی و دریایی نیز در عناوین اخبار اقتصادی دیده می‌شود. نمود این استعاره را در واژه‌هایی



شکل ۱. استعاره مفهومی «مشکلات اقتصاد بیماری است» و نگاشت‌های استعاری همراه آن

استعاره مفهومی «اقتصاد مسیر است»

استعاره مفهومی «اقتصاد مسیر است» خاستگاه بسیاری از عبارات‌های استعاری در عناوین اخبار اقتصادی است. بر اثر این استعاره، هم خود اقتصاد و هم پدیده‌ها و مؤلفه‌های اقتصادی به مسیری همانند می‌شوند که بر آن می‌توان حرکت کرد یا توقف نمود؛ این مسیر می‌تواند هموار یا ناهموار، مسدود یا باز، آسان یا دشوار باشد و همچنین، نقشه، ایستگاه، مبدأ، مقصد، دست‌انداز، سرعت‌گیر یا پرتگاه داشته باشد. در عنوان‌های خبری زیر، واژه‌هایی که زیرشان خط کشیده‌ایم نشان‌دهنده وجود استعاره مفهومی «مسیر» در گفتار اقتصادی‌اند:

۳۳. راه دشوار ترمیم اقتصاد
 ۳۴. مسیر جدید برای شارژ پروژه‌ها
 ۳۵. دست‌اندازهای الحاق دخانیات به وزارت صنعت
 ۳۶. دست‌اندازهای مالیاتی بخش خصوصی
 ۳۷. انسداد مالیاتی در نیمی از اقتصاد
 ۳۸. شش سرعت‌گیر حضور در بازار روسیه
 ۳۹. تعقیب تورم مأموریت اصلی بانک مرکزی
 ۴۰. راه سوم اقتصاد در پساتحریم
 ۴۱. تورم دورقمی در ایستگاه آخر
 ۴۲. نقشه راه توسعه تجارت با فنلاند
 ۴۳. پیشروی قیمت‌ها در بازار خودرو
 ۴۴. مسیر ورود سرمایه به ایران
 ۴۵. جاده یک‌طرفه سرمایه‌گذاری در فولاد
 ۴۶. بورس در دوراهی نفت و برجام
 ۴۷. قوانین پیچیده سد راه تولید بخش خصوصی
 ۴۸. لبنیات به ایستگاه گرانی رسید
 ۴۹. طلای سیاه بر لبه پرتگاه

همچون «هوای برفی، سوز، دماستخ، موج، گرد و خاک، تلاطم و زلزله» در عناوین خبری زیر می‌توان دید. در این استعاره، اقتصاد و پدیده‌های اقتصادی همچون پدیده‌های طبیعی انگاشته می‌شوند. این پدیده‌ها می‌توانند آسمانی (مربوط به آب و هوا)، دریایی یا زمینی باشند. از این رو، «اقتصاد یک پدیده طبیعی است» یکی دیگر از استعاره‌های مفهومی کمابیش رایج در زبان اقتصاد است که به پیدایش استعاره‌های زبانی زیر انجامیده است:

۶۱ هوای بورس برفی شد

۶۲ سوز گرانی قیمت مرغ و میوه

۶۳ کاهش ۳۸ واحدی دماستخ مستطیل شیشه‌ای

۶۴ دماستخی بورس از کدام منبع؟

۶۵ تداوم روند نزولی دماستخ بازار سرمایه ادامه دارد

۶۶ دماستخ بازار سرمایه در دور افزایش

۶۷ شبح مزاحم آسمان کسب و کار

۶۸ موج سواری سفته‌بازان در ارتفاع کم

۶۹ قایق صادرات سوار بر امواج شرایط

۷۰ تلاطم پولی در بازار بدهی

۷۱ زلزله نفتی در بازارها

۷۲ گرد و خاک کاهش نرخ سود بانکی گرفته می‌شود

۷۳ تسهیلات ۲۵ میلیونی هوا را آلوده کرد؟

۷۴ سوخت زمستانی معاملات مسکن

نمونه‌های بالا مبین آن هستند که فضای اقتصاد همچون فضای طبیعی (آسمانی، زمینی یا دریایی) فرض می‌شود و وضعیت پدیده‌های اقتصادی مانند بورس، گرانی، بازار سرمایه، کسب و کار، صادرات، قیمت نفت و سود بانکی بر پدیده‌های طبیعی مثل «برف، دما، تلاطم، گرد و خاک، موج و زلزله» نگاشت می‌شود.

استعاره مفهومی «اقتصاد خودرو است»

این استعاره نیز یکی دیگر از استعاره‌های نسبتاً پر کاربرد در زبان اقتصاد است و در آن، پدیده‌ها و مؤلفه‌های اقتصادی که بیشتر آنها انتزاعی و ناملموس‌اند، به خودرویی با قابلیت حرکت، توقف، شتاب‌گیری، سوخت‌گیری و مانند آن تشبیه می‌شوند. به کارگیری واژه‌هایی همچون سوخت، موتور، ترمز، ایستگاه، استارت و ضربه‌گیر در عناوین خبری زیر نشان‌دهنده کاربرد و رواج این استعاره مفهومی در گفت‌وگوهای اقتصادی است. در برخی از این عناوین رد پای استعاره مفهومی «اقتصاد مسیر است» نیز دیده می‌شود؛ وجود واژه‌های همچون «ایستگاه» گویای این مطلب است. استعاره‌های «اقتصاد مسیر است» و «اقتصاد خودرو است» با یکدیگر پیوند تنگاتنگ دارند، زیرا مفاهیم

خودرو و مسیر با یکدیگر در پیوندند.

۷۵ نوسان‌گیری دلار با سوخت جدید

۷۶ محرک سه‌موتوره اقتصاد

۷۷ موتور معیوب رشد ۸ درصدی

۷۸ ترمز روند صعودی دلار کشیده می‌شود؟

۷۹ لبنیات به ایستگاه گرانی رسید

۸۰ تورم دورقمی در ایستگاه آخر

۸۱ استارت فروش قسطی از بازار زمین

۸۲ ارز، ضربه‌گیر رکود صادرات

۸۳ قطار بهره‌برداری از پروژه‌های عمرانی سرعت می‌گیرد

۸۴ سکه در سراسراییبی

استعاره مفهومی «اقتصاد ماده/شیء است»

در عناوین خبری اقتصادی، عموماً پدیده‌ها و موضوعات اقتصادی که اغلب انتزاعی و ناملموس‌اند، به یک ماده یا شیء عینی و ملموس همانند می‌شوند و ویژگی‌ها و حالات مادی به خود می‌گیرند. از این رو، استعاره مفهومی «اقتصاد ماده/شیء است» یکی دیگر از استعاره‌های رایج در گفت‌وگوهای اقتصادی به شمار می‌آید و خاستگاه بسیاری از استعاره‌های زبانی موجود در عناوین خبری اقتصادی است. این استعاره، در واقع، گونه‌ای از استعاره‌های هستی‌شناختی^۱ لیکاف و جانسون (۱۹۸۰) به شمار می‌آید که در آن، مفاهیم انتزاعی به کمک مفاهیم عینی و ملموس درک و بیان می‌شوند. در نمونه‌های زیر نیز به موضوعات اقتصادی همچون قیمت، (شاخص) بورس، نرخ بهره، بازار، بدهی، سهام، ارز و اقتصاد که همگی مفاهیم انتزاعی‌اند، ویژگی‌ها و اعمال مادی نسبت داده شده است:

۸۵ قیچی قیمت‌ها در بازار سهام

۸۶ موج ریزش بورس در فضای نااطمینانی

۸۷ ریزش جدی قیمت‌ها در راه است

۸۸ تیشه نخ بهره بر ریشه بازارهای کالایی

۸۹ سایه بازارهای جهانی بر بورس

۹۰ حلقه‌های زنجیر بدهی

۹۱ فاصله بازار پول از نقطه جوش

۹۲ روز جابجایی بلوک سهام

۹۳ رهایی از تله ارزی

۹۴ راهکارهای جلوگیری از سقوط پولی

۹۵ چرخه اقتصاد روان‌تر می‌شود

۹۶ مهم‌ترین مشکل اقتصاد عدم شفافیت است

گفتنی است، برخی دیگر از انواع استعاره‌های مفهومی در زبان اقتصاد که تا کنون بررسی کردیم نیز گونه‌هایی از استعاره‌های هستی‌شناختی‌اند؛ برای مثال، استعاره‌های «اقتصاد جاندار/موجود زنده است» و «اقتصاد انسان است» به ترتیب از نوع جاندارپنداری و انسان‌پنداری‌اند که خود آنها گونه‌هایی از استعاره‌های هستی‌شناختی‌اند. ناگفته پیداست که استعاره «اقتصاد خودرو است» نیز گونه‌ای استعاره‌های هستی‌شناختی به شمار می‌آید.

استعاره‌های سوی‌مند

در این دسته از استعاره‌های شناختی، مفاهیم انتزاعی بر مفاهیم عینی مربوط به جهت، همچون «بالا و پایین، درون و بیرون، جلو و پشت، رو و زیر»، نگاشت می‌شوند. این گونه استعاره‌ها در عناوین اخبار اقتصادی نمودی چشمگیر دارند و خاستگاه بسیاری از عبارتهای استعاری در متون اقتصادی هستند. به کارگیری واژه‌هایی همچون «سقوط، صعود، افت، رشد، خیز، جهش، سقف، کف، دورخیز، پرواز، قله، اوج، ورود و خروج» نشان‌دهنده وجود استعاره‌های سوی‌مند در زبان اقتصادند.

۹۷. افت بورس، رشد دلار

۹۸. ادامه سقوط قیمت با مازاد عرضه

۹۹. شاخص بازار بورس باز هم سقوط کرد

۱۰۰. خیز قیمتی خودرو در بحران تقاضا

۱۰۱. دورخیز بازار محصولات پتروشیمی

۱۰۲. افت و خیز تولید خودروسازان خصوصی

۱۰۳. تداوم زمزمه‌های دلار برای صعود

۱۰۴. پرواز سکه به اوج یک‌ماهه

۱۰۵. تلاش سفته‌بازان در سقف‌شکنی دلار

۱۰۶. جهش صادرات در آبان ماه

۱۰۷. پیش‌بینی معاون وزیر نفت از جهش صنعت پتروشیمی

۱۰۸. دلار همچنان در قله ۳۶۰۰ تومان

۱۰۹. سکه در سراشیبی

۱۱۰. موج ریزش بورس در فضای نااطمینانی

در عنوان‌های خبری بالا، مفاهیم افزایش و کاهش، زیادی و کمی و بیشترین و کمترین به کمک مفاهیم سوی‌مندی بیان شده‌اند که زیر آنها را خط کشیده‌ایم.

مجاز

در میان عناوین خبری اقتصادی بررسی شده، سه گونه مجاز شناسایی شد که عبارت‌اند از: مجاز «چیز به جای قیمت/ شاخص آن»، مجاز «شرکت/سازمان به جای مسئولان/ مدیران آن» و مجاز «ساختمان به

جای سازمان/نهاد».

نمونه‌هایی از این سه گونه مجاز را می‌توان در عنوان‌های خبری زیر دید:

۱۱۱. پرواز سکه به اوج یک‌ماهه

۱۱۲. سکه در سراشیبی

۱۱۳. نفت سبک ایران در مرز ۳۶ دلار

۱۱۴. عبور نفت اوپک از کف یازده‌ساله

۱۱۵. دلار همچنان در قله ۳۶۰۰ تومان

۱۱۶. افت بورس، رشد دلار

۱۱۷. موج ریزش بورس در فضای نااطمینانی

۱۱۸. مقاومت بانک‌ها سدی در برابر کاهش نرخ سود سپرده

۱۱۹. ایران خودرو احساس خطر کرد

۱۲۰. آغاز به کار تالار شیشه‌ای با رشد کم‌رمق

۱۲۱. کاهش ۳۸ واحدی دماسنج مستطیل شیشه‌ای

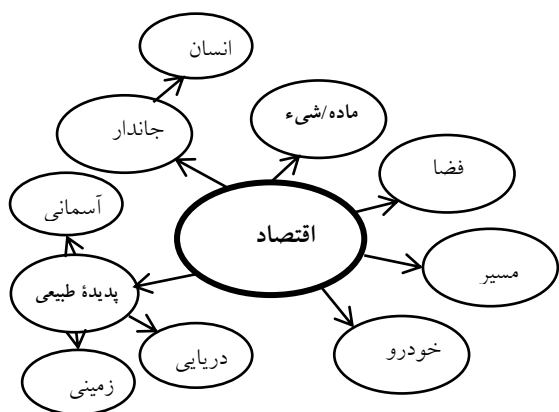
در نمونه‌های ۱۱۱ و ۱۱۲، منظور از «سکه» قیمت سکه است که افزایش یا کاهش یافته است. در نمونه‌های ۱۱۳ و ۱۱۴ نیز، مقصود قیمت نفت است. در نمونه‌های ۱۱۵ و ۱۱۶، منظور از «دلار» قیمت آن است و در نمونه‌های ۱۱۶ و ۱۱۷، «بورس» به جای «شاخص بورس» به کار رفته است. در این هفت نمونه، کاربرد مجاز «چیز به جای قیمت/شاخص آن» مشاهده می‌شود. در نمونه‌های ۱۱۸ و ۱۱۹، به ترتیب، «بانک‌ها» و «ایران خودرو» ذکر شده‌اند که منظور مسئولان و مدیران این دو نهاد است. در اینجا، هدف این بوده است که «مسئولان بانک‌ها» در برابر کاهش نرخ سود سپرده مقاومت می‌کنند و مسئولان «ایران خودرو» احساس خطر کرده‌اند. این دو، نمونه‌های مجاز «شرکت/نهاد به جای مسئولان/مدیران آن» را نشان می‌دهند که در گفتمان سیاسی نیز کاربرد فراوان دارد. نمونه‌هایی از کاربرد سیاسی آن را در جمله‌هایی همچون «کاخ سفید تحریم‌های ایران را لغو کرد» و «تهران و مسکو با هم قرارداد مشترک تجاری بستند» می‌توان دید. سرانجام، در نمونه‌های ۱۲۰ و ۱۲۱، کاربرد مجاز «ساختمان به جای سازمان/نهاد» دیده می‌شود. در نمونه ۱۲۰، «تالار شیشه‌ای» مجاز از بورس تهران است و در ۱۲۱، منظور از «مستطیل شیشه‌ای» تابلوی شاخص بورس تهران است.

بحث و نتیجه‌گیری

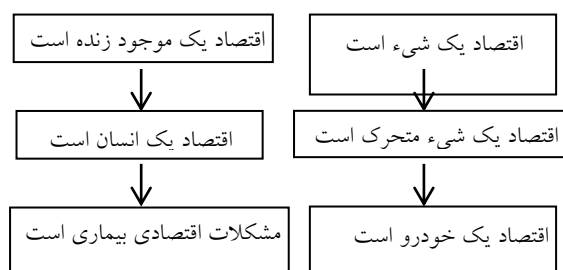
در این پژوهش، کاربرد و نقش فرایندهای شناختی استعاره و مجاز در درک و انتقال مفاهیم مربوط به حوزه اقتصاد بررسی شد. به این منظور، عناوین خبری اقتصادی روزنامه *دنیای اقتصاد* در همه شماره‌های آذر ۱۳۹۴ و نیز عناوین اخبار اقتصادی دو خبرگزاری «باشگاه خبرنگاران جوان» و درگاه «امروز آنالاین» در آذر ۱۳۹۴ گردآوری شد. سپس، عناوین

استعاره‌های مربوط به فضا/ظرف و مسیر از استعاره‌های رایج در ذهن و زبان انسان‌اند که ریشه در طرح‌واره‌های تصویری^۱ فضا/حجم و مسیر دارند. این استعاره‌ها در درک و بیان بسیاری از قلمروهای مفهومی کاربرد دارند و همچون استعاره‌های سوی‌مند در ارتباطات زبانی انسان بسیار رایج و پربسامدند.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان می‌دهند که استعاره‌ها در سطوح گوناگون انتزاع روی می‌دهند. در شکل ۳ (سمت چپ)، استعاره «اقتصاد یک موجود زنده است» در بالاترین سطح انتزاع، و استعاره «مشکلات اقتصادی بیماری است» در پایین‌ترین سطح انتزاع قرار دارد. در سمت راست نیز، استعاره مفهومی «اقتصاد یک شیء است» دارای بیشترین انتزاع و استعاره «اقتصاد یک خودرو است» دارای کمترین انتزاع است. این به آن معناست که استعاره‌ها می‌توانند از لحاظ میزان انتزاع به صورت پایگانی و پیوستاری باشند. شکل ۳ این رابطه انتزاع پایگانی را در میان استعاره‌های مفهومی رایج در قلمرو گفتمان اقتصادی نشان می‌دهد.



شکل ۲. شبکه استعاره‌های مفهومی در حوزه گفتمان اقتصادی مشکلات و نابسامانی‌های اقتصادی



شکل ۳. پایگان انتزاع در استعاره‌های مفهومی حوزه گفتمان اقتصادی

خبری دارای استعاره و مجاز استخراج و واکاوی گردید. به این ترتیب، آشکار شد که استعاره نقشی چشمگیر در عنوان‌های خبری اقتصادی دارد و افزون بر آنکه سبب تسهیل درک و بیان مفاهیم این حوزه می‌گردد، موجب ترغیب خواننده به پیگیری خبر و جلب توجه او نیز می‌شود. مجاز نیز به عنوان یکی از فرایندهای شناختی بنیادین در این زمینه اثرگذار است، هرچند نقش آن بسیار کم‌رنگ‌تر از استعاره به نظر می‌رسد. گرچه داده‌های این پژوهش فقط عنوان‌های خبری اقتصادی را در بر می‌گیرند، با توجه به همین عنوان‌های خبری که مفاهیم و موضوعات اقتصادی را بیان می‌کنند و نیز با توجه به پیشینه پژوهش‌های انجام‌گرفته درباره نقش استعاره و مجاز در گفتمان اقتصادی، می‌توان گفت کاربرد این دو فرایند شناختی تنها به جنبه‌های خبری و رسانه‌ای محدود نمی‌شود، بلکه مربوط به سرشت گفتمان اقتصادی است. از این رو، یافته‌های پژوهش مهر تأییدی است بر این سخن گورتیزو دلو ریوز (۲۰۱۰): «استعاره و مجاز ابزارهای اصلی در مفهوم‌سازی مسائل اقتصادی‌اند و اغلب به گونه‌ای هنرمندانه به کار می‌روند که توجه مخاطب را به خود جلب کنند، آنها را ترغیب نمایند و کارکردهای ارتباطی گوناگون داشته باشند». در مجموع، کارکرد استعاره‌ها در عناوین خبری اقتصادی را می‌توان دارای سه جنبه دانست: الف) جلب توجه مخاطب به خبر و ترغیب او به مطالعه و پیگیری آن؛ ب) آسان‌سازی فرایند بیان مفاهیم و موضوعات پیچیده و انتزاعی اقتصادی از سوی رسانه؛ ج) کمک به درک این مفاهیم و موضوعات از سوی مخاطب.

روی هم رفته، این سه کارکرد سرانجام به تسهیل و تحکیم ارتباط میان رسانه و مخاطب می‌انجامد. این موضوع همسو با دیدگاه کووچس (۲۰۱۴) است مبنی بر اینکه استعاره افزون بر کارکرد شناختی، کارکرد ارتباطی مهمی نیز در گفتمان دارد.

از مهم‌ترین استعاره‌های بنیادین که در حوزه گفتمان اقتصادی یافت می‌شوند می‌توان این موارد را برشمرد: «اقتصاد یک موجود زنده است»، «اقتصاد انسان است»، «اقتصاد مسیر است»، «اقتصاد یک فضا/ظرف است»، «اقتصاد یک ماده/شیء است»، «اقتصاد خودرو است» و «اقتصاد یک پدیده طبیعی است». استعاره‌های سوی‌مند نیز نمودی چشمگیر در زبان اقتصاد دارند. شکل ۲ شبکه استعاره‌های مفهومی رایج در گفتمان اقتصادی را نشان می‌دهد. وجود این استعاره‌ها گویای آن است که جنبه‌های مهم زندگی ما در این جهان همچون بُعد فیزیکی و مادی، بُعد جاننداری و زنده بودن، فضا و حرکت، سرچشمه‌های زاینده‌ای برای استعاره‌های مفهومی در گفتمان اقتصادی به شمار می‌روند. دیگر جنبه‌ها یا رویدادهای جهان پیرامون، همچون پدیده‌ها و بلایای طبیعی (پدیده‌های زمینی، آسمانی و دریایی) نیز از قلمروهای استعاری بااهمیت در گفتمان اقتصادی‌اند.

References

- Bielenia-Grajewska, M. (2009). The Role of Metaphors in the Language of Investment Banking. *Ibérica*, 17, 139-155.
- Charteris-Black, J. & T. Ennis (2001). A Comparative Study of Metaphor in Spanish and English Financial Reporting. *English for Specific Purposes*, 20, 249-266.
- Cortés de los Ríos, M. (2010). Cognitive Devices to Communicate the Economic Crisis: An analysis through Covers in The Economist. *Ibérica*, 20, 81-106.
- Dirven, R. (2005). Major Strands in Cognitive Linguistics. In: F. Ruiz de Mendoza and S. Peña (Eds.), *Cognitive Linguistics: Internal Dynamics and Interdisciplinary Interaction*, (pp. 69-100). Berlin: Mouton.
- Geeraerts, D. & Y. Peirsman (2011). Zones, Facets, and Prototype-Based Metonymy. In: R. Benczes, A. Barcelona & F. Ruiz de Mendoza (Eds.), *Defining Metonymy in Cognitive Linguistics: Towards a Consensus View*, (pp. 89-102). Amsterdam: Benjamins.
- Kövecses, Z. (2010). *Metaphor: A Practical Introduction* (2nd Edition). New York: Oxford University Press.
- Kövecses, Z. (2014). Metaphor and Metonymy in the Conceptual System. In: F. Polzenhagen, Z. Kövecses, S. Vogelbacher & S. Kleinke (Eds.), *Cognitive Explorations into Metaphor and Metonymy*, (pp. 15-34). Frankfurt am Main: Peter Lang Edition.
- Lakoff, G. & M. Johnson (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: Chicago University Press.
- Lakoff, G. & M. Turner (1989). *More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago: Chicago University Press.
- Langacker, R. W. (1993). Reference-Point Constructions. *Cognitive Linguistics*, 4, 1-38.
- Millar, F. & D. Beck (2004). Metaphors of Crisis. In: D. Millar & R. Heath (Eds.), *Responding to Crisis: A Rhetorical Approach to Crisis Communication*, (pp. 153-166). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Ruiz de Mendoza, F. (2000). The Role of Mappings and Domains in Understanding Metonymy. In: A. Barcelona (Ed.), *Metaphor and Metonymy at the Crossroads*, (pp. 109-2). Berlin: Mouton.
- Ruiz de Mendoza, F. (2014). On the Nature and Scope of Metonymy in Linguistic Description and Explanation: Towards Settling Some Controversies. In: J. Littlemore & J. R. Taylor (Eds.), *The Bloomsbury Companion to Cognitive Linguistics*, (pp. 143-166). London: Bloomsbury.
- Sánchez Pérez, M. & M. Cortés de los Ríos (2015). The Financial Language Used to Communicate the Same Socio-Economic Events in English and Spanish Press through Metaphors and Metonymies. *E. S. P Today*, 3(2), 216-237.
- White, M. (1996). *La Metáfora en el Tratamiento de la Crisis Monetaria en la Prensa Británica*. Madrid: Servicio de publicaciones de la Universidad Complutense de Madr.