ڕۆڵی ئەمیگدالا لە دیکۆدکردنی میتافۆرە وێنەییەکان، لە ڕێکلامی بازرگانیدا

(توێژینەوەیەکی تیۆرییە)

محەمەد مەجید سەعید

بەشی زمانی کوردی، کۆلێژی پەروەردە، زانکۆی گەرمیان، هەرێمی کوردستان، عێراق.

پوختە- لە سەردەمی) ئابووری سەرنجدان(Attention Economy_دا، ڕێکلامە بازرگانییەکان بۆ ئەوەی بچنە نێو هزری بەکاربەر/بەکارهێنەرەوە، سوود لە ئامرازە درکپێکردنانەیی و سۆزدارییەکان وەردەگرن. میتافۆرە وێنەییەکان وەکو یەکێک لەکاریگەرترین و داهێنەرانەترین ئامرازەکانی ئەم بوارە، لە توانایاندایە چەمکە دەرهەستەییەکان(ئەبستراکت)ی براندە بازرگانییەکان، لە چوارچێوەی وێنەیەکی بەهێز و لەبیرنەکراودا، بخەنەڕوو .

ئەم توێژینەوەیە بە ڕوانگەی نێوان_بەشی (Interdisciplinary)لە پەیوەندیی قووڵی نێوان زانستەکانی دەمارناسیی درکپێکردن، دەروونناسیی بەکاربەر و ڕەوانبێژیی بینراو(میتافۆری وێنەیی) دەکۆڵێتەوە، لە میانیشیدا بە تایبەتی ڕۆڵی گرنگ و سەرەکیی "ئەمیگدالا" لە پرۆسەی دیکۆدکردن و پێواژۆکردنی میتافۆرەکاندا، شیدەکاتەوە.

ئەمیگدالا وەکو سەنتەری وروژان و ڕێکخستنی یادگە لە مێشکدا، لە کاردانەوەی مێشک بەرامبەر بزوێنەرە بینراوەکان، کە هەڵگری بارێکی سۆزداریی و درکپێکردنانەن، ڕۆڵێکی گرنگ دەگێڕێت. ئەم توێژینەوە ئەوە ڕووندەکاتەوە، کە میتافۆرە وێنەییەکان چۆن لە ڕێگەی بەدیهێنانی "ئاڵنگارییەکی درکپێکردنانەی چێژبەخش"ەوە، پرۆسەیەک سازدەکەن، کە دەبێتە هۆی چالاککردنی ڕێڕەوەکانی پاداشت و وروژاندن بە تایبەتیش "ئەمیگدالا" لە مێشکدا.

ئەم چالاکبوونە دەمارییەش، نەک تەنها وروژاندنەکانی بەکاربەر قووڵتردەکاتەوە، بەڵکو لە ڕێگەی ڕێکخستنی هیپۆکامپەوە، یارمەتیدەر دەبێت لە چەسپاندنی براندە بازرگانییەکە لە یادگەی بەکاربەردا(بڕوانە: ئاڤێستا کەمال مەحموود(٢٠١٢))و(محەمەد مەجید سەعید(٢٠٢٤):٧٩)، هەروەها تێڕوانینێکی ئەرێنیانە لەبارەی براندەکەوە، لای بەکاربەر دروستدەکات. توێژینەوەکە بە شیوەیەکی گشتی لە سێ تەوەر پێکدێت، تەوەری یەکەمی تایبەتکراوە بە باسکردنی دروستە و بەشە جیاوازەکانی ئەمیگدالا و چۆنێتی کارکردن و ڕۆڵی لە دیکۆدکردنی میتافۆرە وێنەییەکاندا، تەوەری دووەمیش تایبەتکراوە بە میتافۆرە وێنەییەکان، جۆرەکانیان و چوارچێوە تیۆرییەکانی پێواژۆکردنی میتافۆر، وەک تیۆری پێواژۆکردنی دوانەیی(Dual-process Theory) و ڕەوانیی/ئاسانی پێواژۆکردن(Processing fluency). هەروەها قۆناغەکانی پێواژۆکردن و دیکۆدکردنی میتافۆرە وێنەییەکان لە مێشکدا خراوەتەڕوو. لە تەوەری سێیەمیشدا باس لە ئاسانیی پێواژۆکردن کراوە و سوود لە مۆدێلی(U)ی سەربەرەوخوار(Inverted U-Curve) وەرگیراوە، بۆ ڕوونکردنەوەی پەیوەندیی نێوان ئاستی ئاڵۆزیی میتافۆر و کاردانەوەی بەکاربەر. لە کۆتاییشدا توێژینەوەکە کۆمەڵێک سەرنج و تێبینیی ئەخلاقیی تایبەت بە بەکارهێنانی دروستی تەکنیکەکان لەلایەن بەبازاڕخەر و خاوەنکارەکان و دیزاینەرانی بوارەکەوە خستووەتەڕوو. دواتریش ئەو ئەنجامانەی توێژینەوەکە پێی گەشتووە، بە خاڵ باسکراون.

کلیلە ووشەکان- ئەمیگدالا ، میتافۆری وێنەیی ، ئاگایی ، ڕێکلامی بازرگانی ، ڕەفتاری بەکاربەر.

پێشەکی:

ئەم سەردەمە، بووەتە سەردەمی ململانێیی بەردەوام و بێوچان بۆ ڕاکێشانی پڕبەهاترین سەرچاوەی مرۆیی سەدەی بیستویەکەم، کە بریتییە "**سەرنجی بەکاربەر**"، بەکاربەران ڕۆژانە بە هەزاران پەیامی ڕێکلامی بۆمباران ئەکرێن، کە هەریەکە لەو پەیامانەش، لە هەوڵدایە بۆ ئەوەی بەربەستە درکپێکردنانەیی/مەعریفی و سۆزدارییەکانی بەکاربەر تێکبشکێنێت. لە وەها بارودۆخێکدا تێڕوانینە کلاسیکی و باوەکانی ڕێکلامکردن، کە پشت بە لۆژیک و سادەسازیی تایبەتمەندییەکانی بەرهەمێکی بازرگانیی دەبەستن، بە ڕێژەیەکی زۆر توانای خۆیان لە دەستداوە.**(دشتی شاهرخ و همکاران(١٣٩٤))**

مانەوەو سەرکەوتنی براندە بازرگانییەکان لەم ژینگەیەدا، پێویستی بەستراتیژیەتی پەیوەندیی ئاڵۆزتر و هۆشمەندانەترە، تا بتوانێت فلتەرەکانی هزر ببڕێت و لە ئاستێکی قووڵتردا مامەڵە لەگەڵ بەکاربەردا بکات.

لەم نێوەندەدا، ڕێکلامی بازرگانی لە پرۆسەیەکی زانیارییبەخشی ڕووتەوە، گۆڕاوە بۆ هونەری پێشەسازیی چیرۆکئاسا و خولقێنەری ئەزموونە خۆش و جوانەکان. یەکێک لەو ئامرازە بەهێزانەش، کە لەم بوارەدا کاری خۆی بەباشی بەڕێوە بردووە، میتافۆرە وێنەییەکان(Visual Metaphors)، ئەم ئامرازە زمانیی و ڕەوانبێژییە، بە سازکردنی پەیوەندییەکی داهێنەرانە و باوەڕپێنەکراو، پەیوەندیی لە نێوان دوو بواری چەمکیی

مجلة جامعة التنمية البشرية

المجلد 12، العدد 3(2026)؛ عدد الصفحات (7)؛ معرف الكائن الرقمي: 10.21928/juhd.v12n3y2026.pp171-177

ورقة بحث منتظمة: أُستلم البحث في 23 أَيْلُول 2025؛ قُبل في 23 تشرين الثاني 2025؛ نُشرت في 6 آب 2026؛

البريد الإلكتروني للمؤلف : muhammed.majeed@garmian.edu.krd

حقوق الطبع والنشر ©2026 محەمەد مەجید سەعید. هذه مقالة الوصول اليها مفتوح موزعة تحت رخصة المشاع الإبداعي النسبية - CC BY-NC-ND 4.0

جیاوازدا دروستدەکات، ئەمەش بوار بە براندەکان دەدات، تا لە ڕێیەوە چەمکە دەرهەستەییەکانی وەک: "هێز" ، "ئاسایش" ، "متمانە" ، "نوێگەریی"، بە شێوەیەکی بەرجەستە و فراوان و سۆزدارییانە، بگوازێتەوە.((Philips & McQuarrie(2004) میتافۆری وێنەیی بەکاربەر/بینەر لە وەرگرێکی ناچالاکەوە، دەگۆڕێت بۆ بەشدارێکی چالاک، لەم ڕووەشەوە کاریگەرییەکی زۆر گەورەتر بەجێدەهێڵێت، لە چاو دروشمێکی سادەدا.

هاوکات لەگەڵ گەشەسەندنی هونەری ڕیکلامکردندا، زانستیش دەستەوەستان نەوەستاوە و لە هەوڵی فراوانکردنی "سندوقی ڕەش"ی هزری بەکاربەردا بووە، بە دەرکەوتنی زانستی نیورۆمارکێتینگ(Neuro Marketing)، کە بۆ تێگەیشتن لە ڕەفتاری بەکاربەر، سوود لە ئامراز و تێڕوانینەکانی زانستی(دەمارناسیی درکپێکردن) وەردەگرێت، شۆڕشێکی گەورەی لە پرۆسەی بڕیاردانی بەکاربەردا دروستکردووە. توێژینەوەکانی ئەم بوارە بە ڕوونی ئەوە پیشاندەدەن، کە بەشی هەرەزۆری بڕیاردانی کڕینی مرۆڤ، لە زنجیرەیەک پرۆسەی سۆزدارانە، خێرا، خۆکارانەو نائاگایانەی مرۆڤەوە سەرچاوە دەگرێت، کەمتر پشت بە بڕیارە لۆژیکی و ئاگایانەکان دەبەستێت.((Kenning & Plassman(2005)

لەم جیهانە وروژێنەرەدا، ئامرازێکی گرنگ بە ناوی "ئەمیگدالا" بوونی هەیە، کە پێکهاتووە لە کەمەڵێک هێشووە خانەی دەماریی، کە دەکەونە قووڵایی(لوب گیجگاهی-Temporal Lobe)ی مێشکەوە، کە وەکو سیستەمێکی هۆشیارکردنەوە و هەڵسەنگاندنی وروژانی مێشک کاردەکەن و ڕۆڵێکی گەورەیان لە پیواژۆکردنی ترس، چێژ، سۆز و هەروەها ڕێکخستنی یادگەدا، هەیە. (Karine Sergerie & et al: 811-815 :(2008)) لەم ڕووەشەوە، هەر بزوێنەرێک، کە باری سۆزدارییانەی هەبێت، وەکو خەندەی سەرلێوی کەسێک، یان دەنگێکی هەڕەشەئامێز، یانیش وێنەیەکی کاریگەر، ئەمیگدالا چالاکدەکات و زنجیرەیەک کاردانەوەی فیزیۆلۆژییانە و درکپێکردنانە، بەدوای خۆیدا دەهێنێت.

ئەم توێژینەوەیە لەڕێی خستنەڕووی پرسیارێکی بنەڕەتییەوە، بە ئامانجی دروستکردنی پردێک لەنێوان ئەم دوو جیهانە بە ڕووکەش جیاوازەدا، واتە(میتافۆری وێنەیی و دەمارناسیی سۆز)دا، هەوڵدەدات. پرسیارەکەش ئەوەیە، کە ئایا ڕێوشوێنە دەماریی__درکپێکردنانەییەکان کامانەن، کە لە ڕێیانەوە میتافۆرە وێنەییەکان کاریگەریی لەسەر تێگەیشتن، هەستەکان و ڕەفتاری بەکاربەر دەکەن، لەم پرۆسەیەشدا "ئەمیگدالا" چ ڕۆڵێکی هەیە؟

بیردۆزەی سەرەکیی ئەم توێژینەوەیەش ئەوەیە، کە کاریگەریی میتافۆرە وێنەییەکان بە تەنها لە جوانیناسیی و لایەنە داهێنەرەکەی میتافۆرەکانەوە نەهاتوە، بەڵکو ڕیشەی ئەو کاریگەرییە لە توانای میتافۆرە وێنەییەکان لە چالاککردنی تۆڕە دەمارییە درکپێکردنانەیی و سۆزدارییەکانەوە، دێت.

میتافۆرە وێنەییەکان بەسازکردنی "مەتەڵێکی وێنەیی"، هزری مرۆڤ ناچاردەکەن، کە تاوتوێکردنێکی هزرییانە بکات، بۆ دۆزینەوەی وەڵامی مەتەڵە وێنەییەکە، کە دواجار ئەمەش وەکو پاداشتێکی وروژێنەر کاردەکات و ئەمیگدالا چالاکدەکات. ئەم چالاککردنە لە کاتی دیاریکراودا ڕیکلامە بازرگانییەکە لەگەڵ مۆرکێکی سۆزداریی ئەرێنیدا بەکۆددەکات(Encoding)، ئەمەش شیمانەی بیرهاتنەوە و کاریگەریی ڕیکلامەکە زۆرتر و زیاتر دەکات.

بۆ خستنەڕووی ئەم بیردۆزە، توێژینەوەکە لە بەشەکانی دواتردا، بە تەواوی تیشکدەخاتە سەر توێکاریی قووڵی بنەما تیۆرییەکانی "ئەمیگدالا و میتافۆرە وێنەییەکان" پاشانیش خاڵی بەیەکگەیشتنی هەردووکیان لە مێشکدا، شیدەکاتەوە و دواتر چوارچێوە تیۆرییەکانی بابەتەکە دەخاتەڕوو، لە کۆتاییشدا بەکارهێنانە کردارییەکان و سەرنجە ئاکارییەکانی ئەم تەکنیکانە بۆ جیهانی بەبازاڕکردن(Marketing)، دەخاتەبەرباس.

ڕێبازی توێژینەوەکە: ئەم توێژینەوەیە لەبەر ئەوەی توێژینەوەیەکی تیۆرییە، سوود لە ڕێبازی (پەسنی-شیکاریی) وەرگیراوە و تیایدا پاش پەسنکردنی نموونە و وێنەکان، شیکردنەوەی تایبەتیان بۆکراوە.

بنەما تیۆرییەکان:

بۆ ئەوەی تێگەیشتنێکی قووڵ لە پەیوەندیی نێوان ئەمیگدالا و میتافۆرە وێنەییەکاندا بێتە ئاراوە، پێویستە سەرەتا هەریەک لەچەمکەکان بە تەنها و بە وردیی بخرێنە بەرباس.

یەکەم-ئەمیگدالا:

ئەمیگدالا وەکو بەشێکی بچووکی پێکهاتەی مێشک، خۆی لە خۆیدا دروستەیەکی یەکپارچەی نییە، بەڵکو لە کۆمەڵێک هێشووەخانە پێکهاتووە(**پروانە وێنەی ژمارە(١)**)، کە پەیوەندیی نێوانیان و ئەرکەکانیان لێکجودان، شوێنیشیان بە دیاریکراوی دەکەوێتە بەشەکانی (چرچولۆچیی ناوەڕاستی لاجانەپێش__Anterior-mid temporal Lobe)ەوە. گرنگترین ئەم هێشوانە بریتین لە: کۆمەڵە هێشووەکانی(Basolateral Complex__BLA) هێشووی ناوەندیی(Central Nucleus__CeN)و هێشووەکانی توێکڵی-ناوەندی(Cortio-medial Nucleus).

أ-**کۆمەڵە هێشووەکانی BLA:** ئەم بەشەی ئەمیگدالا وەکو "دەروازەی سەرەکیی تێپەڕبوون(بۆ ناوەوە)"ی ئەمیگدالا کاردەکات، زانیاریی هەستیی پیواژۆکراو لەسالامۆس و توێکڵی هەستی(بیستراو، بینراو و ...تاد) بەم دەروازەیەدا تێدەپەڕن. BLA بەرپرسی هەڵسەنگاندنی سەرەتایی و گرنگیتی وروژانی بزوێنەرەکان و ڕێکخستنی بیرهێنانەوەیە لە ئەمیگدالادا. بۆ نموونە لە پرۆسەی بەمەرجکرکردنی(Conditioning)ی ترسدا، ئەم ناوچەیە(BLA) فێردەبێت، کە بزوێنەرێکی بێلایەن(وەک لێدانی زەنگێک) لەگەڵ بزوێنەرێکی ناخۆشی(وەک: بەرکەوتنی شۆکی ئەلیکتریکی)دا پەیوەست بکات.**(LeDoux(2000)**)

لە بواری ڕیکلامی بازرگانییشدا BLA دەتوانێت زنجیرەی بیرهاتنەوەکانی نێوان بەرهەمێک(بزوێنەرێکی بێلایەن) و هەستێکی خۆش(وەک: شادی یان سەرکەوتن یان بەدەستهێنان) فێربێت.

ب-**هێشووی ناوەندیی (CeN):** ئەم بەشەش دەروازەی سەرەکیی تێپەڕبوون"بۆ دەرەوە"ی ئەمیگدالایە، بۆ کۆنترۆڵکردنی وەڵامە سۆزدارییەکان. پاش ئەوەی بزوێنەرێک لەلایەن BLAوە هەڵدەسەنگێنرێت، قۆناغی دوای ئەو سیگناڵەکان دەنێردرێن بۆ (CeN) و ئەم بەشەی ئەمیگدالا پەیام بۆ هیپۆسالامۆس و لاسکی مێشک دەنێرێت، بۆ ئەوەی مێشک وەڵامێکی فیزیۆلۆژییانە و ڕەفتارێک ئامادە بکات، بۆ نموونە "زیادکردنی خێرایی لێدانی دڵ" یان "گۆڕانی فشاری خوێن" یانیش "ڕژاندنی هۆرمۆنەکانی سترێس(کۆرتیزۆل)" و پاشانیش کاردانەوە ڕەفتارییە خێراکانی وەک "هێرشبردن/شەڕکردن" یان "ڕاکردن و هەڵهاتن".(**Whalen & Davis(2001)**)

سەرەڕای پیواژۆکردنی ترس، ئەمیگدالا ڕۆڵی لە پیواژۆکردنی پاداشت و بارە سۆزدارییە ئەرێنییەکانیشدا، هەیە، ئەم دروستەیە لەگەڵ ناوچە سەرەکییەکانی ڕێڕەوی پاداشتی مێشکدا، کە بریتیین لە (ناوکی ئەکومبینس__Nucleus Accumbens) و توێکڵی (ئۆربیتۆفرۆنتاڵ__Orbitofrontal)، یارمەتی هەڵسەنگاندنی بەهای

سۆزداریی بزوێنەرە خوازراوەکان دەدات، بۆیە ئەم ڕەهەندە لە ڕیکلامکردندا، کە بە زۆریی بەدوای بیرهێنانەوە ئەرێنییەکانەوەن، سوودێکی گەورە و گرنگی هەیە.**(Phelps(2006))**

یەکێکیش لە هەرە گرنگترین ئەرکەکانی ئەمیگدالا بریتییە لە هاوسەنگکردن و ڕێکخستنی یادگە(Memory Modulation). ئەگەرچی خودی ئەمیگدالا سەنتەری هەڵگرتنی یادگە نییە، بەڵام بە دروستکردنی کاریگەریی لەسەر هیپۆکامپ(پێکهاتەی سەرەکیی یادگەی درێژخایەن)، وا دەکات، ئەو ئەزموونانەی، کە هەڵگری بارێکی بەرزی سۆزدارییـن، باشتر و قووڵتر لە یادگەدا تۆماربکرێن. ئەم دیاردەیە، کە بە "بەهێزکردنی یادگە پەیوەست بە سۆز"ەوە ناسراوە، ئەوە ڕووندەکاتەوە، کە بۆچی مرۆڤ ڕووداوە گرنگ و سۆزدارییەکانی ژیان(ئەرێنی و نەرێنی)، بە وردەکارییەکی زیاترەوە وەبیردێنێتەوە. لەم ڕووەشەوە لە ڕیکلامدا چالاککردنی ئەمیگدالا، دەکرێت ببێتە هۆی چەسپاندنی ناوی براندە بازرگانییەکە و پەیامەکەی، لە یادگەی درێژخایەندا.**(Burn & Ambler(1999))**

دووەم-میتافۆرە وێنەییەکان:

باسکردن و توێژینەوە لە بارەی میتافۆرە وێنەییەکانەوە، دەگەڕێتەوە بۆ بۆچوونەکانی "لاکۆف و جانسن١٩٨٠" و بڵاوکردنی کتێبی "ئەو میتافۆرانەی لەگەڵیاندا دەژین__Metaphors we live by"، لاکۆف و جانسن پێیانوابوو، کە میتافۆرەکان بە گشتی، تەنها بەرهەمێکی ئەدەبیی ڕووت نیین، بەڵکو میکانیزمێکی سەرەکیی درکپێکردنانەن، کە لە ڕێیانەوە چەمکی بواری ئامانج(Target Domain)، کە بە زۆریی چەمکە دەرهەستەیی(ئەبستراکت)ەکان دەگرێتەوە، وەک: عیشق یان گفتوگۆ و ...تاد لە ڕێی چەمکەکانی بواری سەرچاوە(Source Domain) بەرجەستە دەکەن، وەک: سەفەر و جەنگ و ...تاد. واتە میتافۆرەکان بەمشێوەیەن(عیشق سەفەرە) یان (گفتوگۆ جەنگە).بڕوانە: **(محەمەد مەجید(٢٠٢٥):٣٩-٤٠)**

چارڵز فۆرسڤیڵ(Charles Forceville) و پاشانیش فلیپس و مەککواری(Phillips & McQuarie) ئەم چەمکانەیان لە زمانەوە بەرەو بواری بینراو، فراوانتر کرد. ئەوان ئەوەیان خستەڕوو، کە وێنەکانیش دەتوانن دروستەی میتافۆریی هاوشێوەی میتافۆرە دەنگییەکان(زمانییەکان) سازبکەن. میتافۆرێکی وێنەیی کاتێک بە سەرکەوتوو دادەنرێت، کە تیایدا لانیکەم دوو ڕەگەزی بینراو پێکەوە هاتبن یان ئاوێتەکرابن، وا لە بینەر بکات، کە بینەر لە هزری خۆیدا نەخشەیەکی چەمکی(Conceptual Mapping) لە نێوان هەردوو ڕەگەزە وێنەییەکەدا، دروستبکات. بۆ ئەو مەبەستەش وا دەخوازێت لێرەدا جۆرە جیاوەکانی میتافۆرە وێنەییەکان، لەسەر بنەمای بواری"ئامانج" و "سەرچاوە" بخرێتەڕوو:

١)**میتافۆری هاونشینی(Juxtaposition):** لەم جۆرە میتافۆرەدا هەردوو ڕەگەزەکەی ناو وێنەکە، واتە ئامانج و سەرچاوە، بەشێوەی جیاجیا، بەڵام لە چوارچێوەیەکی هاوبەشدا نمایشدەکرێت، بینەر دەبێت پەیوەندیی چەمکی لە نێوان هەردوو ڕەگەزەکەدا بناسێتەوە، بۆ نموونە دەکرێت سەرنج لە وێنەی ژمارە (٢)بدرێت. لە وێنەی ژمارە (٢)دا، کە ڕیکلامێکی بازرگانییە بۆ جۆرە ئۆتۆمبێلێکی کۆمپانیا ڤۆڵکس واگن، هەردوو ڕەگەزەکە، کە بریتییە لە وێنەی ئۆتۆمبێلێک(بواری ئامانج) و وێنەی ئاسکی کێوی(بواری سەرچاوە)، لە چوارچێوەیەکدا لە تەنیشت یەکەوە هاتوون، پەیامە میتافۆرییەکە لێرەدا ئەوەیە، کە ئۆتۆمبێلەکە لە ڕێڕۆشتندا هێندە خێراو بەگوڕ و گورجوگۆڵە، وەکو ئاسکێکی کێوییە. بە شێوەیەکی گشتی ئەم جۆرە میتافۆرانە، پێویستیان بە تاوتوێکردنێکی هزرییانە و درکپێکردنانەی زیاتر هەیە.

٢)**میتافۆری تێکەڵکراو(Fusion):** لەم جۆرەدا، هەردوو ڕەگەزی ئامانج و سەرچاوە پێکەوە لێکدەدرێن و وێنەیەکی ئاوێتە کە وێنەیەکی مەحاڵە، پەیدا دەبێت. بۆنموونە **بڕوانە وێنەی ژمارە(٣).** لەم وێنەیەدا کە ڕیکلامێکی بازرگانییە بۆ جۆرە بسکیتێک(بواری ئامانج)، تیایدا بسکیتەکە تێکەڵ بە کارپێکەرێکی میوزیکی کلاسیکی(بواری سەرچاوە) کراوە، پەیامە میتافۆرییەکەی ئەم وێنەیە بریتییە لەوەی، کە تام و چێژی ئەم بیسکیتە هێندەی گوێگرتن لە میوزیکێکی کلاسیک چێژبەخش و ئارامبەخشە و پەیامێکی تریش ڕەنگە "ڕەسەنایەتی" بگەیەنێت. ئەم جۆرە میتافۆرانە بە گشتی خێرا دەفامرێن، چونکە پەیوەندیی بینراوی نێوان هەردوو ڕەگەزەکە، هەر لە سەرەتاوە بوونی هەیە لە وێنەکەدا.

٣) **میتافۆری شوێنگرەوە(Replacement):** جیاواز لە دوو جۆری پێشوو، لەم جۆرە میتافۆرەدا تەنها ڕەگەزی سەرچاوە پیشاندەدرێت و ڕەگەزی ئامانج، کە بریتییە لە (بەرهەم یان براندەکە) پیشان نادرێت، بەڵام هەندێکجار دەکرێت کۆمەڵێک ئاماژەی نوسراو یان لە باکگراوندا کۆمەڵێک ئاماژە هەبن بۆ خستنەڕوی بواری ئامانج.**بڕوانە وێنەی ژمارە(٤).** لە وێنەکەدا قاچەکانی ئافرەتێک دەبینرێت، کە بواری سەرچاوەیە و تیایدا بواری ئامانج، کە بریتییە لە یارییەکی منداڵان(میکانۆ) دەرنەکەوتووە، هەرچەندە چەند ئاماژەیەک لە وێنەکەدا هەن، کە بریتین لە وێنەی جێپێی میکانۆکان لە ژێرپێی دایکەکەدا، پەیامە میتافۆرییەکە ئەوەیە، کە منداڵان زۆرترین کات یاریی بەم میکانۆیە دەکەن و هێند هەڵیناگرنەوە، تا لە پێیەکانی دایکەکە چەقیون. ئەم جۆرە میتافۆرانە، زۆرترین وابەستەیی لەگەڵ ئاگایی کلتووری و باکگراوندی هزری پێشینەی بینەرەوە هەیە، بۆیە هەمیشە لێکدانەوە و ڕاڤەکردنی ئەم جۆرە میتافۆرانە قورس و ئاڵۆزن.

هەریەک لە جۆرەکانی میتافۆرە وێنەییەکان ئاستی جیاوازی لێڵی ڕەوانبێژییانە(Rhetorical Ambiguity) دەخولقێنن، کە هەریەکەیان بە ڕێژەی خۆی، هزری مرۆڤ لە ڕووی سۆزداری و درکپێکردنەوە، دەخەنە ژێر کاریگەرییەوە.

بە یەکگەیشتنی دەمارناسیی و ڕیکلامی بازرگانی: پرۆسەی دیکۆدکردنی میتافۆر لەمێشکدا.

پاش ڕوونکردنەوەی چەمکە پێویستەکان و پێناسەکردن و خستنەڕووی جۆرەکانیان، ئێستا دەکرێت لە ڕێی ئاوێتەکردنی هەردوو زانستی دەمارزانی و ڕیکلامکردنەوە، مۆدێلێکی گریمانەیی لە بارەی چۆنێتی پێواژۆکردنی میتافۆرە وێنەییەکان بە تیشکخستنەسەر ڕۆڵی "ئەمیگدالا"، لە مێشکدا بخرێتەڕوو. پرۆسەکەیش دەکرێ لە چەند قۆناغێکدا بخرێتەڕوو:

قۆناغی یەکەم: ڕووبەڕووبوونەوەی سەرەتایی و سەرنجڕاکێشان(Attentional Capture):

میتافۆرە وێنەییەکان بە هۆی ئەو تایبەتمەندییە چاوەڕواننەکراو نەناسراوییەی، کە لە واتاکانیاندا هەڵگیراوە، بۆ نموونە "ئۆتۆمبێلێک کە باڵی پەپوولەی پێوەیە"**بڕوانە وێنەی ژمارە(٥)**، هەمیشە لە مێشکی بینەردا ناهەماهەنگییەکی پەیپێبردنانە(Perceptual Incongruity) دروستدەکات**(بڕوانە: باخان سەرحەد(٢٠٢٤))**، ئەم ناهەماهەنگییە سیگناڵێکی بەهێزە بۆ سیستەمی سەرنجدانی مێشک، لەم بارەدا هەندێک لە ناوچەکانی تۆڕی سەرنجدانی مێشک، وەک توێکڵی لاجانگ(Parietail Cortex) چالاکدەبن، هاوکات "ئەمیگدالا" وەکو پشکنەری زیادەڕۆیی(Saliance detector)ی ئەم بزوێنەرە نائاساییە(میتافۆری وێنەیی)، بۆ پێواژۆکردنێکی قووڵتر، وەکو ڕەگەزێکی گرنگ دەستنیشانی دەکات.**(Zhaoping(2014))** لە ڕاستیدا میتافۆرە وێنەییەکان،

لەگەڵ ڕەوینەوەی تەمومژە بینراوییەکەیاندا، یەکەمین بەربەستی بەرگریکاری هزر(واتە: سەرنجنەدان یان پشتگوێخستن) تێکدەشکێنن. بە واتایەکی تر، کاتێک مرۆڤ(بینەر) توانی ئەو تەمومژییە وێنەییە بڕەوێنێتەوە، کە لە میتافۆرە وێنەییەکاندا هەن، ئەوە میتافۆرەکە توانیویەتی بەربەستی بەرگریکاری هزری مرۆڤ تێکبشکێنێ، کە بریتییە لە بەربەستی(سەرنجنەدان).

قۆناغی دووەم: هەوڵدانی درکپێکردنانە و بە یەکپارچەکردنی واتا(Semantic Integration & Cognitive Elaboration)

دوای ڕاکێشانی سەرنجی بینەر/بەکاربەر، مێشکی مرۆڤ هەوڵدەدات، تا ئەم ناهەماهەنگییە چارەسەر بکات و واتایەکی یەکپارچە لە وێنەکەوە دەربهێنێت، ئەم پرۆسەیە بە زۆریی لە توێژەکانی توێکڵی مێشکدا و بە تایبەتیش لە نیوەگۆی چەپدا ڕوودەدەن، ئەگەرچی نیوەگۆی ڕاستی مێشکیش ڕۆڵی هەیە لەم بابەتەدا(**بڕوانە: محەمەد مەجید(٢٠٢٥):٧١-٧٤**) (چرچولۆچی ژێرەوەی ناوچەوانەپل_ Inferior Frontal Gyrus)، کە پەیوەندیی بە پێواژۆکردنی زمان و واتاسازییەوە هەیە، هەروەها ناوچەکانی لاجانگەپل، کە کاری بەدەستهێنانەوەی زانیارییە تایبەت بە هەردوو ڕەگەزەکە(بۆ نموونە تایبەتمەندیی ئۆتۆمبێل و پەپوولە)، چالاکدەبن.(**Bohrn et al(2012)**

لەم بارەدا مێشک بە دوای دۆزینەوەی خاڵێکی چەمکیی هاوبەشەوەیە، بۆ نموونە(سووکی ، ئازادی ، جوانی)، تا بتوانێت هەردوو ڕەگەزەکە(ئۆتۆمبێل و پەپوولە) پێکەوە گرێبدات، ئەم قۆناغە بریتییە لە قۆناغی دۆزینەوەی "مەتەڵە وێنەییەکە".

قۆناغی سێیەم: چرکەساتی "ئەها" و پاداشتی هەستبزوێن(The ‘Aha’ moments & Affective reward)

سەرکەوتن لە هەڵهێنانی/حەلکردنی مەتەڵە وێنەییەکە و ئاشکراکردنی واتای شاراوەی میتافۆرەکە، ئەزموونێکی درکپێکردنانەی جێی خۆشحاڵی و چێژبەخشە، کە پێی دەوترێت "چێژی وەدەستهاتوو لە ئاشکراکردنی شتێکەوە"(Pleasure of the text)، ئەم ئەزموونکردنە، پاداشتێکی دەروونییە و لە ڕوانگەی دەمارییەوە لەگەڵ چالاککردنی ڕێڕەوی پاداشتی مێشکدا تێکەڵە. ئەم ڕێڕەوەش ناوچەی تێگمێنتۆمی سکی/ورگی(Ventral tegmental Area_VTA) و ناوکی ئیکۆمبێنس(Nucleus Accumbens) و توێکڵی ئۆربیتۆفرۆنتاڵ(OFC) دەگرێتەوە و بە ڕژاندنی "گوێزەرەوەی دەماریی دۆپامین" لە مێشکدا، هەستی چێژ و ڕەزامەندیی سازدەکات.(**Meijers & Lagerwerf(2008)**)

خاڵی سەرەکی لێرەدا ئەوەیە، کە ئەمیگدالا پەیوەندییەکی زۆر نزیکی لەگەڵ ئەم ڕێڕەوی پاداشتەدا هەیە، چالاککردنی ئەم ڕێڕەوە لەگەڵ خۆیدا ئەمیگدالاش چالاکدەکات و مۆرکێکی سۆزدارانەی ئەرێنی دەبەخشێن بە ئەزموونی تێگەیشتن لە میتافۆر.

ئەو توێژینەوانەی، کە پشتیان بە وێنەگرتنی مێشک و (fMRI) بەستووە، ئەوە پشتڕاستەدەکەنەوە، کە تێگەیشتن لە میتافۆرە ئەرێنی و دڵخۆشکەرەکان(هەمبەر بە دەربڕاوی ئاسایی/پیتی)، زیاتر دەبێتە هۆی چالاککردنی ئەمیگدالا و توێکڵی پێش-ناوەنجی مێشک.(**Citron et al(2016)**)

لەبەر ئەمە ڕیکلامەکان چیتر تەنها پەیامێک نین لە بارەی بەرهەمێک یان براندێکەوە، بەڵکو سەرچاوەی ئەزموونکردنێکی وروژێنەری ئەرێنین.

قۆناغی چوارەم: ڕێکخستنی یادگە و سازکردنی تێڕوانین(Memory modulation & Attitude formation)

ئەو مۆرکە سۆزدارییە ئەرێنییەی، کە لەلایەن ئەمیگدالاوە وەکو سیگناڵێکی بەهێز دەنێردرێت بۆ هیپۆکامپ، کاردەکات، تا ئەم ڕووداوە (واتە: ئەزموونی ڕووبەڕووبوونەوە لەگەڵ ڕیکلامدا) وەکو یادگارییەکی گرنگ و لەیادنەکراو، هەڵبگرێت/کۆگا بکات. لە ئەنجامیشدا نەک تەنها خودی ڕیکلامەکە، بەڵکو زنجیرەی بیرهاتنەوە ئەرێنییەکانی براندەکە و ئەو هەستە خۆشحاڵکەرەش، کە بەکاربەر ئەزموونی دەکات، لە یادگەی درێژخایەندا هەڵدەگیرێت.

ئەم پرۆسە دەمارییە، پایە و بنەمای سازکردنی بیرهێنانەوەی براندەکە(Brand Recall)و ناسینەوەی براندەکە(Brand Recognition) و لە کۆتاییشدا تێڕوانینی ئەرێنییانە(Positive Brand Attitude) بۆ براندەکە، سازدەکات. بۆ زیاتر دەوڵەمەندکردنی ئەم شیکردنەوانە، دەکرێت سوود لە چوارچێوەیەکی تیۆریی ناسراو وەربگیرێت، کە لە دەروونناسیی درکپێکردنەوە سەرچاوە دەگرن، ئەویش بریتییە لە تیۆری "**پێواژۆکردنی دوانەیی**"، کە لەلایەن دانێل کانەمەن(**Daniel Kahneman(2011)**)ەوە خراوەتەڕوو و ناوبانگی پەیداکردووە، کە تیایدا دوو سیستەمی بیرکردنەوە لێکجیادەکاتەوە:

سیستەمی یەکەم: تایبەتمەندیی ئەم سیستەمە ئەوەیە، کە سیستەمێکی خێرا، خۆکارانە، ڕوون، سۆزدارانە و نائاگایانەیە، ئەم سیستەمە بەرپرسە لە کاردانەوە هەنوکەییەکان و هەڵسەنگاندنی خێرای بزوێنەرەکان.

سیستەمی دووەم: تایبەتمەندیی ئەم سیستەمەش بە پێچەوانەی سیستەمی یەکەمەوە، لەسەرخۆ، ئاگایانە، شیکەرەوەیی، لۆژیکی و پێویستی بە تاوتوێکردنی هزریانەی زیاتر هەیە، ئەم سیستەمە بەرپرسە لە چارەسەرکردنی بابەتە ئاڵۆزەکان و بڕیاردانە هەڵسەنگێنراوەکان.

پەیوەست بەمەشەوە، میتافۆرە وێنەییەکان بە شێوەیەکی زۆر هۆشمەندانە، هەردوو سیستەمەکە چالاکدەکەن، بەرکەوتنی سەرەتایی بینەر/بەکاربەر لەگەڵ وێنەکە و کاردانەوەی وروژانی ڕاستەوخۆ بۆ ڕەنگ، شێوە و بارە سۆزدارییەکەی (بۆ نموونە: بینینی ئاژەڵێکی زۆر بەهێز یان دیمەنێکی زۆر سەرنجڕاکێش) لەلایەن سیستەمی یەکەمەوە و بەبەشداریی کارای ئەمیگدالا بەڕێوەدەچێت، بەڵام پرۆسەی دیکۆدکردنی وێنە میتافۆرییەکە و هەڵهێنانی مەتەڵە بینراوەکە، پێویستی بە چالاککردنی سیستەمی دووەمە.

لەگەڵ ئەوەشدا بە شێوەیەکی ئاسان و یاریئاسا، ئەم بەریەککەوتنە دوانەییە دەبێتە هۆی ئەوەی، کە پەیامە ڕیکلامییەکە لە هەمانکاتدا هەم کاریگەریی سۆزدارانەی خێرای هەبێت و هەم لە ڕێگەی پێواژۆکردنی درکپێکردنانە و هزریانەوە، لە مێشکی بەکاربەردا قووڵتر و جێگیرتر بچەسپێت. بۆ ئەم مەبەستەش مێشک سوود لە بنەمایەک وەردەگرێت بە ناوی ئاسانی پێواژۆکردن.

سێیەم: ئاسانیی پێواژۆکردن و بوی پێچەوانە:

ئاسانیی پێواژۆکردن(Processing Fluency) ئاماژەیە بۆ ئاسانی و خێراییەی، کە تیایدا هزری مرۆڤ دەتوانێت بزوێنەرێک پێواژۆ بکات و تێی بگات.بڕوانە:(**Reber, R., Schwarz, N., & Winkielman, P. (2004): 365** به شێوەیەکی گشتی ئەو بزوێنەرانەی، کە ئاسانییەکی باڵایان هەیە لە پێواژۆکردندا(وەک: وێنەی ئاسایی و سادە یان وێنەی هاوشێوە) هەستێکی خۆشتر دەبەخشن بە بینەر.) لە سەرەتاوە وا دەردەکەوت، کە میتافۆرە وێنەییەکان بە دروستکردنی ئاڵۆزیی، بنەمای

ئاسانیی پێواژۆکردن پێشبینیدەکەن، بەڵام توێژینەوەکانی مەککواری و میک(McQuarrie & Mick(1999): 48) ئەوە دەردەخەن، کە پەیوەندیی نێوان ئاڵۆزیی ئامرازێکی ڕەوانبێژییانە(وەک میتافۆرەکان) و کاردانەوەی بەکاربەر(وەک تێڕوانینی بەکاربەر بۆ ڕێکلام) لەسەر هێڵێکی ڕاست نیین یان پەیوەندییەکی ڕاستەوانە نییە، بەڵکو سوود لە تەرزێک وەردەگرن بە ناوی (یوی پێچەوانە__Inverted U-Curve)، کە بەم شێوەیە کاردەکات و لە سێ بەش پێکدێت:

١)ئاڵۆزیی کەم(بەشی لای چەپی چەماوەکە):

میتافۆرە زۆر سادەکان، کلێشەیی و شیاوی پێشبینی کردن، وەک (سوودوەرگرتن لە کۆتری سپی وەکو نیشانەی ئاشتی، یان شێر بۆ پیشاندانی هێز) کەمتر ئاڵۆزن، ئەم جۆرە لە میتافۆر خێراتر پێواژۆ دەکرێن، بۆیە هیچ ئاڵنگارییەکی درکپێکردنانە و هزرییانە ناخوڵقێنن، لە ئەنجامدا بێزارکەر دەردەکەون، چونکە چێژێکی وا نابەخشن بە بینەر/بەکاربەر، لەم حاڵەتەشدا چالاکبوونی ئەمیگدالا لە لاوازترین باردا دەبێت.

٢)ئاڵۆزیی مامناوەند(ترۆپکی چەماوەکە):

باشترین جۆری میتافۆرەکان لەم خاڵەدا بەرچاودەکەون، لێرەدا میتافۆرەکە تا ئەو ڕادەیە ئاڵۆزە، کە هزری بینەر/بەکاربەر تووشی ئاڵنگاریی بکاتەوە، بەڵام نەک بەو ڕادەیەش، کە چارەسەرکردن و لێتێگەیشتنی مەحاڵ بێت، هەوڵدان و سەرکەوتن لە تێگەیشتنی ئەم جۆرە میتافۆرانە، زۆرترین ڕێژەی "چێژی ئاشکراکردن" و پاداشتی سۆزدارانە بەرەدەستدەخات. لێرەشەوە چالاکبوونی ئەمیگدالا و ڕێڕەوی پاداشت دەگەن بە لوتکە و ئەمەش وادەکات، کە تێڕوانینێکی ئەرێنی و زۆرترین ڕێژەی بیرهاتنەوە لای بینەر/بەکاربەر دەستەبەر بکات.(**Leder, H., Belke, B., Oeberst, A., & Augustin, D. (2004): 497**) نموونەی ئەم جۆرە میتافۆرە دەکرێت لە ڕێکلامەکانی کۆمپانیای "نۆتێلا"دا ببینرێت، دروشمی سەرەکیی کۆمپانیاکە بریتییە لە "شادی بڵاوبکەرەوە__Spread the happy" وەک لە **وێنەی ژمارە(٦)**یشدا دیارە، بە خودی قوتووی نۆتێلا ئیمۆجی یان دەموچاوێکی پێکەنیناویان لەسەر دیوارێک دروستکردووە.

٣)ئاڵۆزیی زۆر(لای ڕاستی چەماوەکە):

میتافۆری زۆر ناڕوون، کە بۆ هزر دوورەدەست بێت، یان پێویستی بە زانیاریی کلتووری تایبەت هەبێت، ئاڵۆزییەکی زۆر دروستدەکات، ئەمەش وا لە بینەر/بەکاربەر دەکات، کە لە هەڵهێنانی مەتەڵەکەدا نائومێد بێت، ئەم نائومێدییەش دەبێتە هۆی سەرلێشێوان، دەستەوەستان و دواتریش تێڕوانینی نەرێنی لە بارەی ڕێکلامەکەوە، چونکە بینەر وا میتافۆرەکە لێکدەداتەوە، کە (ئەم ڕێکلامە لە ڕادە بەدەر داهێنانی تێداکراوە و زۆر ژیرانەتر لە بینەر دەردەکەوێت)، لەم حاڵەتەشدا ئەمیگدالا بەهۆی ئەزموونکردنی نەرێنیانەوە، کاردانەوەیەکی نەخوازراوی هەبێت. لەبەر ئەمەیە، ئەرکی دیزاینەری ڕێکلام بریتییە لە دۆزینەوەی "خاڵی شیرین"ی ئاڵۆزیی، کە زۆرترین پاداشتی سۆزدارانە بە کەمترین تێچووی هزریانە بۆ بینەر/بەکاربەر بەردەستبخات.

بەکارهێنانە کارەکییەکان و سەرنجە ئاکارییەکان

ئەم چوارچێوە تیۆرییەی، کە لەم توێژینەوەیەدا خرایەڕوو، کۆمەڵێک پەیامی ڕاستەوخۆ و کارەکیی تێدایە، کە بۆ دیزاینەرانی ڕێکلام، خاوەن کارەکان و بەبازاڕگەران و هەموو ئەوانەی پەیوەندیان بە کاری ڕێکلام و بازرگانییەوە هەیە، پێویست و گرنگن، لەوانە:

١)**بە ئامانجگرتنی ترۆپکی چەماوەکە لە بنەمای یوی پێچەوانەدا:** ئێمە داهێنانکارەکانی دیزاینەری ڕێکلامی بازرگانی، هەمیشە وا پێویستدەکات، کە خۆیان لە کلێشە سواو و باوەکان بپارێزن، لە هەمانکاتیشدا دوورین لە دروستکردنی میتافۆری وێنەیی زۆر داهێنەرانە، کە بەجۆرێک بێت خەڵکی بە گشتی لێی تێنەگەن، مەگەر چینێکی تایبەت و دیاریکراو. بۆ ئەم مەبەستەش پێویستە دیزاینەرانی ڕێکلام زۆر بە باشی و بە تەواوی بینەر/بەکاربەر، زانیاریی کلتوورییەکانی، خواست و ویستەکانی بناسن، چونکە ئەم ناسینە یارمەتیدەرێکی گرنگ و گەورەیە بۆ پەیداکردنی "خاڵی شیرین" لە میتافۆرە وێنەییەکاندا.

٢)**گونجاویی میتافۆر لەگەڵ ناسنامەی براندو بەرهەمەکەدا:** بەهێزترین میتافۆرە وێنەییەکان ئەوانەن، کە نەک تەنها داهێنەرانەن، بەڵکو لەگەڵ بەها سەرەکییەکان و کەسایەتی براندەکەشدا هاوئاهەنگە و یەکدەگرێتەوە.(**تهرانی و فرخی(١٣٩٠): ٤١-٥٨**) بۆ نموونە براندێکی شیک و کەشخە(بۆ نموونە جوانکاریی)، دەبێت سوود لە میتافۆرگەلێک وەربگرێت، کە پیشاندەری کەشخەیی و جوانی و تایبەتبوون بگەیەنێت، بەڵام بۆ براندێکی وەرزشی دەبێت سوود لە میتافۆرەکانی هێز و چالاکی و ...تاد وەربگرێت.

٣)**بنەمای پێش-تاقیکردنەوە(Pre-Testing):** کۆمپانیاکان و خاوەنکارەکان دەتوانن پێش دەسپێکی کەمپینەکانیان و بڵاوکردنەوەی ڕێکلامەکان، لە ڕێی کارمەند و ئەنجوومەنەکانیانەوە، ڕاپرسی ئەنجامبدەن، یان لە ڕێی ئامرازەکانی نیورۆمارکێتینگ(وەک: شوێنگێری چاو__Eye Tracking)و(EEG)ەوە، کاردانەوەی بینەر/بەکاربەر لە بارەی میتافۆرە وێنەییە جیاوازەکانەوە، هەڵبسەنگێنێت، تا لە تێگەیشتنی دروست و کاردانەوەی ئەرێنی بەکاربەر، دڵنیابێتەوە. **(شاهرخ و همکاران(١٣٩٨))**

٤)**ڕازیکردن هەمبەر بە بەلاڕێدابردن(Persuation vs. Manupulation):** ئایا سوودوەرگرتن لەم تەکنیکانە لە ڕێکلامی بازرگانیدا، بۆ "هاککردنی ئەمیگدالا"ی بەکاربەر و هاندانی بۆ کڕینی شتی ناپێویست یان سازکردنی نیازی درۆینە، کارێکی ئەخلاقییە؟ بێگومان نەخێر، بۆیە گرنگە سنووری نێوان ڕازیکردنی ڕەواو دروست هەمبەر بە دەستێوەردانی ناخودئاگا و بەلاڕێدابردنی بەکاربەر، تێکەڵ نەکرێت و نەبەزێنرێت. **(محمدیان و همکاران(١٣٩٥): ٨٥-٩٣)**

٥)**هەڵخەڵەتاندنی بەکاربەر:** سوودوەرگرتن لە میتافۆرە وێنەییەکان بە مەبەستی داتاشینی کۆمەڵێک تایبەتمەندیی ناڕاست، کە لە بنەڕەتدا لە بەرهەمەکەدا نییە، وەک: نمایشکردنی خواردنەوەیەکی پڕ شەکر، لە ڕێی میتافۆرەکانی وەک: چێژبەخش و تەندروست و بێ زیان، ئەم کارە دەکرێت وەکو نموونەی هەڵخەڵەتاندنی بەکاربەر بەکاربهێنرێت. بڕوانە:

٦)**کاریگەریی ئەم جۆرە ڕێکلامانە لەسەر منداڵان و نەوجەوانان:** ئەم دوو چینەی کەمەڵگا بەهۆی ناتەواوی و پێنەگەیشتوویی توێکڵی ناچەوانەپلی مێشکیانەوە(کە بەرپرسە لە کۆنترۆڵکردنی جووڵە و بیرکردنەوەی ڕەخنەگرانە) لە بەرامبەر ئەم جۆرە پەیامە وروژێنەرانەدا، زیاتر زیانیان پێدەگات، سوودوەرگرتن لە میتافۆرە وێنەییە کاریگەر و بەهێزەکان لە ڕێکلامدا، بۆ ئەم چینانە، دەبێت بە وریایی و هەستیارییەکی زۆرەوە مامەڵەی لەگەڵ بکرێت. بڕوانە**(کاوسی و همکاران(١٣٩٣):٧٨٧-٨٠٦)**

سنووردارییەکانی توێژینەوەکە:

ئەم توێژینەوەیە چوارچێوەیەکی تیۆریی لە بارەی ڕۆڵی ئەمیگدالا لە پێواژۆکردنی میتافۆرە وێنەییەکاندا خستۆتەڕوو، ئەم چوارچێوەیە بە ئاوێتەکردنی ئەنجامە

بەدەستهاتووەکانی زانستە جیاوازەکان، وێنەیەکی گشتیی لە پرۆسەیەکی ئاڵۆزی درکپێکردنانە-سۆزدارییانە، پیشاندەدات.

لەم ڕووەشەوە ئەم شیکردنەوەی، کۆمەڵێک بەربەست و سنورداریێتی هاتۆتەپێش، کە بریتین لە(یەکەم) لەبەرئەوەی ئەم توێژینەوەیە، توێژینەوەیەکی تیۆرییە، گریمانەکانی پێویستیان بە تاقیکردنەوەی زیاتر هەیە، بە سوودوەرگرتن لە ئامراوە پێشکەوتووەکانی وێنەگرتنی مێشک، (دووەم) توێژینەوەکانی پشتبەستوو بە (fMRI) زیاتر ماهیەتی یەکانگیریان هەیە و ناتوانن پەیوەندیی هۆو بەرهۆ/هۆکار بسەلمێنن، (سێیەم) جیاوازییە تاکەکەسییەکان وەک(کەسێتی، شێوەی درکپێکردن، ئەزموونی ڕابردوو) و جیاوازیی کلتووری ڕۆڵێکی زۆر گەورەیان لە ڕاڤەکردن و شیکردنەوەی میتافۆرەکاندا هەیە، کە لەم توێژینەوەیەدا بە شێوەیەکی گشتی باسیان لێوەکراوە.

ئەنجامەکان

1. ئەمیگدالا وەک پردی پەیوەندیی لە نێوان بارە سۆزدارییەکان و بیرکردنەوەی مرۆڤدا کاردەکات و بە شێوەیەک مێشک دەخاتە کار، کە لەکاتی بینینی وێنەیەکی میتافۆری لە ڕیکلامێکدا دوو شت ڕوودەدەن: سەرەتا، لایەنی سۆز و هەستەکان دەوروژێن، پاشان هزر چالاکدەبێت و واتای شاراوەی ناو وێنەکە دەدۆزێتەوە و تێیدەگات. بۆیە: بەهێزترین و باشترین ڕیکلام ئەوانەن، کە هەم لەگەڵ هەستەکان و هەم لەگەڵ لایەنی ئەقڵیدا دەدوێن.
2. میتافۆرە وێنەییەکان پێویستە دژوارییەکی دروست و گونجاویان تێدابێت، میتافۆرە زۆر سادەکان بێزارکەرن، میتافۆرە زۆر ئاڵۆزەکانیش سەر لە بینەر دەشێوێنن. باشترین میتافۆری وێنەیی ئەوانەن، کە پێویستیان بە "هەندێک" تاوتوێکردنی هزرییانە هەیە، لەلایەن بینەرەوە.
3. ئەو ڕیکلامانەی، کە ڕاستەوخۆ کاریگەریی لەسەر مێشکی مرۆڤ دادەنێن، دەکرێت بە شێوەی ئەرێنی یان نەرێنی سوودیان لێوەربگیرێت، بۆیە زۆر گرنگە بە شێوەیەکی ڕاستگۆیانە و بە دروستی سوود لەم هێزەی ڕیکلامەکان وەربگیرێت، نەک بۆ فریودان و بە لاڕێدابردنی بەکاربەر بەکاربهێنرێت..

سەرچاوەکان

بە کوردی:

ئاڤێستا کەمال مەحموود(٢٠١٢): پرۆسە سایکۆلۆژییەکان لە زمانی کوردیدا، سلێمانی، چاپی یەکەم.

باخان سەرحەد عبدالرحمن(٢٠٢٤): پەیپێبردنی ئاخاوتنی و دەستپێداگەیشتنی فەرهەنگی لە زمانی کوردیدا، تێزی دکتۆرا، زانکۆی سلێمانی.

محەمەد مەجید سەعید(٢٠٢٥): نواندن و چالاکبوونی میتافۆر لە زمانی کوردیدا، لێکدانەوەیەکی زمانەوانیی دەماریی-دەروونییە، تێزی دکتۆرا، زانکۆی گەرمیان.

بە فارسی:

زهره دهدشتی شاهرخ،رحیم نیا، فریبرز و هاشم آقازاده(١٣٩۴). نورومارکتینگ: واکاوی ناخودآگاه مصرف‌کننده. فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، ۵(۴).

اسماعیل کاوسی و محران رضوانی. (١٣٩٣). بررسی تأثیر تبلیغات تلویزیونی بر رفتار کودکان: ملاحظات اخلاقی و راهکارها .مدیریت بازرگانی، ٦(٣).

محمود محمدیان؛ امید کامکار، امید و یحیی یگانه. (١٣٩۵). بازاریابی عصبی: ملاحظات اخلاقی و چالش‌ها .فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ١١(١).

بلوریان تهرانی، محمد و فرخی، مجتبی. (١٣٩٠). نقش تبلیغات در فرایند ساخت و تقویت هویت برند .چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، شماره ٧.

به ئینگلیزی:

Ambler, T & ,.Burne, T. (1999). The impact of affect on memory of advertising .Journal of Advertising Research.34-25 ,(2)39 ,

Bohrn, I. C., Altmann, U & ,.Jacobs, A. M. (2012). Looking at the brains of an audience: The neural correlates of fiction .Scientific Study of Literature.200-175 ,(2)2 ,

Citron, F. M., Güçlü, U & ,.Cacchione, T. (2016). The effect of emotional context on the neural processing of conventional and novel metaphors .Frontiers in Human Neuroscience.599 ,10 ,

Davis, M & ,.Whalen, P. J. (2001). The amygdala: vigilance and emotion . Molecular Psychiatry.34-13 ,(1)6 ,

Forceville, C .(1996) .Pictorial Metaphor in Advertising .Routledge.

Kahneman, D .(2011) .Thinking, Fast and Slow .Farrar, Straus and Giroux.

Kenning, P & ,.Plassmann, H. (2005). Neuroeconomics: An overview from an economic perspective .Brain Research Bulletin , .354-343 ,(5)67

Lagerwerf, L & ,.Meijers, A. (2008). The appreciative reader: The role of affect in the processing of ironic and metaphorical utterances. In H. L. Colston & A. N. Katz (Eds.) ,Figurative language comprehension: Social and cultural influences (pp. 115-144). Lawrence Erlbaum Associates.

Lakoff, G & ,.Johnson, M .(1980) .Metaphors We Live By .University of Chicago Press.

McQuarrie, E. F & ,.Mick, D. G. (1999). Visual rhetoric in advertising: The inverted-U hypothesis .Journal of Consumer Research , .54-37 ,(1)26

McQuarrie, E. F & ,.Mick, D. G. (2003). The contribution of semiotic and rhetorical perspectives to the explanation of visual persuasion in advertising. In L. M. Scott & R. Batra (Eds.) , Persuasive imagery: A consumer response perspective (pp. 191-221). Lawrence Erlbaum Associates.

Phelps, E. A. (2006). Emotion and cognition: insights from studies of the human amygdala .Annual Review of Psychology.53-27 ,57 ,

Phillips, B. J & ,.McQuarrie, E. F. (2004). Beyond visual metaphor: A new typology of visual rhetoric in advertising .Marketing Theory.136-113 ,(2-1)4 ,

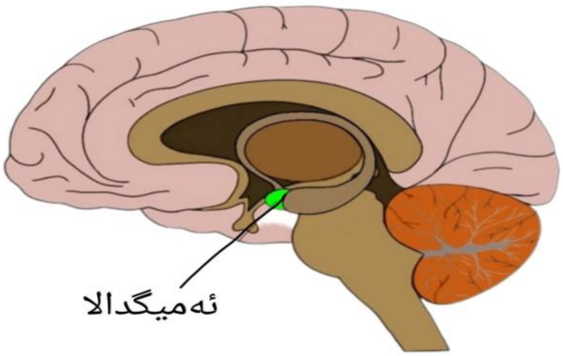
Zhaoping, L. (2014). The V1 hypothesis: a new framework for understanding vision. In The New Visual Neurosciences (pp. 879-893). MIT Press.

Leder, H., Belke, B., Oeberst, A., & Augustin, D. (2004). A model of aesthetic appreciation and aesthetic judgments. British Journal of Psychology, 95(4), 489-508

Reber, R., Schwarz, N., & Winkielman, P. (2004). Processing Fluency and Aesthetic Pleasure: Is Liking an Indication of Successful Processing? Personality and Social Psychology Review, 8(4), 364-382.

Karine Sergerie, Caroline Chochol, Jorge L. Armony: The role of the amygdala in emotional processing: A quantitative meta-analysis of functional neuroimaging studies, Neuroscience & Biobehavioral Reviews, Volume 32, Issue 4, 2008, Pages 811-830.

پاشکۆکان



وێنەی ژمارە (١) ، شوێنی ئەمیگدالا لە مێشکدا

وێنەی ژمارە (٢)

وێنەی ژمارە (٣)

وێنەی ژمارە (٤)

وێنەی ژمارە (٥)

وێنەی ژمارە (٦)