

Research paper  
Year (Vol.), ...-, 2026

## Literary Devices in Movie Titles: An Onomastic Study of Two Decades of Iranian Cinema After the Islamic Revolution (1981-2001)

Mohammad Amerian<sup>1</sup> 

1. Assistant Professor, English Division, IRIB University, Tehran, Iran.

E-mail: [mohammadamerian82@gmail.com](mailto:mohammadamerian82@gmail.com)

### Article Info

#### Article type:

Research article

#### Article history:

Received: 3 Dec. 2025

Accepted: 7 May 2026

#### Keywords:

Onomastics,  
film,  
title,  
Literary Device,  
Iranian Cinema

### ABSTRACT

This article examines the recognizable literary devices in the titles of films made in Iran during the two decades of 1981 and 1991. To this end, the titles of 812 films participating in the Fajr Film Festival between 1982 (the first edition) and 2001 (the twentieth edition) were carefully evaluated for the presence of a range of the most frequently used literary devices, including (a) simile, (b) contrast, (c) allusion, (d) personification, and (e) imagery, using content analysis. The results show that the literary device of simile was present in only four film titles, and a total of fourteen titles contained contrast. Also, 32 film titles contained allusion (literary-artistic (15 cases), religious (10 cases), historical-political (5 cases), and popular culture (2 cases)). According to the results of this study, the titles of 35 films included personification. In addition, 155 film titles produced in the mentioned time interval (equivalent to approximately one-fifth of all works studied) had some type of imagery, among which the largest share belonged to "visual" imagery (120 titles), followed by imagery using extrasensory perception (and synesthesia) (27 cases), then "auditory" imagery (3 cases), "tactile" and "olfactory" imagery (2 cases each), and "gustatory" imagery (only one title).

**Cite this article:** Amerian, M. (2026). "Literary Devices in Movie Titles: An Onomastic Study of Two Decades of Iranian Cinema After the Islamic Revolution (1981-2001)". *Journal of Linguistic Studies: Theory and Practice*, Year (Vol.), ...-



© The Author(s).

Publisher: University of Kurdistan.

DOI: [10.22034/jls.2026.145065.1328](https://doi.org/10.22034/jls.2026.145065.1328)

## Introduction

Onomastics is a branch of social linguistics that initially focused on the study of name origins as a diachronic discipline. Social linguistics, adopting a synchronic perspective, transformed onomastics from an antiquarian study to a contemporary social study. Names are linguistic elements that form part of linguistic knowledge, resulting from social interactions and individual interactions with their surroundings, and thus play a central role in language and identity studies. This article examines the titles of Iranian cinema films for the presence of literary figures, and in doing so, analyzes the figures of simile, contrast, allusion, personification, and imagery. The reason for selecting these figures is that, due to their inherent nature and necessity (the relative simplicity of understanding by the reader/viewer), they can, in a more articulate and clear manner, establish a connection between word and meaning in a cinematic work's title and fulfill their functional mission (attracting the audience while simultaneously informing them).

## A brief note of previous works

Despite the relative youth and lesser-known status of the field of «Onomastics» (name studies) in Iran compared to other sub-branches of linguistics, onomastic studies conducted in Iran have been relatively abundant, and among them, a significant number can be classified as «literary onomastics». This category of research has primarily developed since the latter half of the 2010s. Amidst the breadth and diversity of the aforementioned onomastic studies, it can be safely claimed that the field of «art onomastics» in Iran and/or Persian has been largely neglected, and onomastic studies of artistic works and productions are limited to a small number of research projects. Nearly all of these works have focused on the study of titles in the realm of performing arts (and not, for example, music, visual arts, or sculpture), and even these studies have merely concentrated on the titles of radio and/or television programs, which can be further divided into two types: «title-focused» and «character-focused». To the best of the author's knowledge, no study in the country has yet explored the literary figures used/identifiable in the titles of artistic works, including the onomastics of film titles in Iranian cinema. Therefore, this article can be considered one of the first academic and comprehensive linguistic studies in this regard, aiming to examine the titles of selected Iranian films at the Fajr Film Festival from the perspective of literary figures.

## Theoretical Framework

This research adopts a three-tiered analytical framework to provide a unified conceptual structure for analyzing the content of Iranian film titles during the first two decades after the Islamic Revolution: (1) Rhetorical and Linguistic Level, (2) Semantic and Cognitive Level, and (3) Cultural Level. These levels are respectively linked to Modern Rhetoric Theory, Cognitive Linguistics, and Cultural Onomastic Theory.

Integrating Approaches: (a) Modern Rhetoric for analyzing the persuasive and aesthetic functions of literary devices, (b) Cognitive Linguistics to explain mental imagery and metaphorical

mechanisms in the naming process, and (c) Cultural Onomastic Theory for interpreting data within the cultural and historical context of Iranian cinema.

### **Rhetorical and Linguistic Level**

The research framework is initially based on Modern Rhetoric introduced by Perelman, & Tyteca (1969). Unlike classical/traditional rhetoric that emphasized beauty and linguistic craft, Modern Rhetoric focuses on the persuasive and communicative functions of language. In this view, literary devices are not merely decorative tools but cognitive and persuasive mechanisms that produce meaning and impact in the communication process. Within this framework, film titles are considered condensed and persuasive texts that, in a few words, serve diverse functions such as attracting the audience's attention, conveying the film's space and content, and establishing connections with the cultural memory of society. Simile, contrast, allusion, and personification are tools that achieve these goals.

### **Semantic and Cognitive Level: Cognitive Linguistics and Mental Imagery**

At the second level, the theoretical framework of the research is based on cognitive linguistics and, in particular, on the concept of metaphor and mental imagery. According to Lakoff and Johnson (1980), metaphors and other literary devices are not merely linguistic tools, but rather reflect the mental and conceptual structures of humans. In this theory, language is a tool for representing lived experiences, and literary devices are mechanisms by which the mind organizes abstract concepts into concrete and sensory images. From this perspective, the film title functions as a compressed cognitive unit where processes of mental imagery and metaphor are condensed and symbolically represented.

### **Cultural and Onomastic Level: Cultural Naming Theory**

At the third level, the theoretical framework is based on cultural naming theory. Onomastics is an interdisciplinary field that studies the structure, meaning, and function of names in cultural contexts (Alego, 1973). In this approach, a name is not only an indicator of individual identity or an artistic work but also a reflection of the values, beliefs, and cultural discourses of a society. From this viewpoint, a film title, as a specific name, has two main functions: first, the function of identification and differentiation of the work from other works, and second, the symbolic and cultural function that is achieved through the choice of vocabulary, literary devices, and cultural references. Therefore, analyzing literary devices in film titles in the target study can be a tool for identifying the communicative and cultural shifts in Iranian cinema over the past two decades.

### **Integrated Research Conceptual Model**

Based on the three theoretical levels above, the research's conceptual model is designed as an integrated model that extends from the linguistic level to the cultural level. In this model, the rhetorical level identifies and categorizes literary devices in film titles; the cognitive level explains the mental and linguistic imagery mechanisms behind these devices; and the cultural-onomastic level interprets the resulting data within the historical and cultural context of Iranian cinema.

### Method

This study is fundamental-theoretical in terms of purpose and in terms of methodology, it is integrative (qualitative and quantitative) content analysis. Its approach is, also, descriptive-analytical. The aim of the study is to examine distinct literary devices in the titles of films produced in Iran during the two decades after the Islamic Revolution (1982-2001).

**Analytical Framework (Selection of literary devices):** For analyzing film titles, five commonly used literary devices (simile, contrast, allusion, personification, and imagery) were initially selected and operationally defined with specific criteria from reputable literary sources. Subsequently, the film titles were examined for structural and semantic (functional) connections with the presence/extractability of the mentioned devices in collaboration with two experts (a linguist and a Persian literature specialist).

**Sampling and Data Selection:** The statistical population of this study consisted of film titles participating in the Fajr Film Festival between 1982 and 2001 (the initial two decades of post-revolutionary cinema in Iran).

**Unit of Analysis:** The unit of analysis in this study was the "film title" which could range from a single letter (e.g., a film named "چ" (Persian "Ch")) to a sentence (e.g., "من زمین را دوست دارم" ("I Love the Earth")) and, in fact, could be a combination of any type and number of lexical/phrase structures.

**Literary Devices' Coding Framework:** Efforts were made in this study to provide a precise and documented coding of literary devices in film titles that is supported by both literary techniques and cognitive theory. To ensure sufficient scientific validity, credible tools for assessing validity and reliability were used. To enhance analysis objectivity, operational definitions and specific linguistic indicators were determined for each device. Coding was performed on a binary basis (presence/absence), and in ambiguous cases, the principle of caution was observed, and coding was avoided. Additionally, to enhance reliability, a portion of the samples was re-examined for accurate coding.

### Conclusion

The title of a film, though linguistically brief and concise, serves a function beyond mere naming. A title can carry a network of cultural references, linguistic techniques, and attention-grabbing strategies understanding the nuances of which aids in grasping the cinematic and cultural discourse. While analyzing the titles of cinematic works in relation to their cultural and social conditions at the time of their creation should emphasize the interplay (and even intertwining) of the title within the content of the cinematic work, the titles themselves, independent of the content of their corresponding works, can be seen as symbols and indicators of the dominant attitudes, concerns, and values of each era, thus playing a significant role in understanding cultural and social trends and illustrating how cinema has played a role in reflecting and embodying social transformations.

This research, by examining a total of 812 Iranian film titles participating in the Fajr Film Festival

between 1982 and 2001, aimed to identify and analyze the use of literary figures in film titles. The literary figures identified include: simile in four titles, semantic contrast or contradiction in 14 titles, various types of allusion in 32 titles, personification in 35 titles, and diverse imageries in 155 titles.

Cinematic work titles serve various functions, such as attracting attention and creating curiosity, expressing the complexity and multi-layered nature of the subject, conveying the main message or theme of the film, and/or artistic and literary aesthetics. Analyzing cinematic titles can not only highlight the importance of symbols, cultural identity, and social structures in Iranian cinema, serving as a cultural indicator and analyst of cultural trends in society, but also provide a clearer and deeper understanding of cultural, social, and artistic trends over time and assess their relationship with social, political, and economic developments in countries.

دورهٔ ....، شمارهٔ ....، شمارهٔ پیاپی ...، فصل ۱۴۰۵، ص ...-...

### آرایه‌های ادبی در عناوین فیلم‌های سینمایی مطالعهٔ نام‌شناختی دو دههٔ سینمای ایران پس از انقلاب (۱۳۶۱-۱۳۸۰)

محمد عامریان<sup>۱</sup>

استادیار، گروه زبان انگلیسی، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران. mohammadamerian82@gmail.com

#### چکیده

#### اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ وصول:

۱۲ آذر ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش:

۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۵

واژه‌های کلیدی:

نام‌شناسی،

فیلم،

عنوان،

آرایه ادبی،

سینمای ایران

این مقاله به بررسی آرایه‌های ادبی قابل تشخیص در عناوین فیلم‌های سینمایی ساخته‌شده در ایران طی دو دهه ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ شمسی می‌پردازد. بدین منظور، عناوین ۸۱۲ اثر سینمایی شرکت‌کننده در جشنواره فیلم فجر در فاصله سال‌های ۱۳۶۱ (اولین دوره) تا ۱۳۸۰ (بیستمین دوره) از نظر وجود طیفی از پرکاربردترین آرایه‌های ادبی شامل (الف) تشبیه، (ب) تضاد، (ج) تلمیح، (د) جان‌بخشی/تشخیص و (ه) تصویرسازی به روش تحلیل محتوا به دقت مورد ارزیابی قرار گرفتند. نتایج نشان می‌دهد آرایه ادبی تشبیه صرفاً در چهار عنوان فیلم وجود داشت و مجموعاً چهارده عنوان دربردارنده تضاد بوده‌اند. همچنین، ۳۲ عنوان فیلم حاوی تلمیح (ادبی-هنری (۱۵ مورد)، مذهبی (۱۰ مورد)، تاریخی-سیاسی (۵ مورد)، و فرهنگ عامه (۲ مورد)) بودند. براساس نتایج این مطالعه، عناوین ۳۵ فیلم شامل آرایه تشخیص بوده است. علاوه بر آن، در مجموع ۱۵۵ عنوان فیلم تولیدشده در فاصله زمانی مورد اشاره (معادل حدود یک پنجم تمام آثار مورد بررسی) دارای نوعی از تصویرسازی بودند که در این میان، بیشترین سهم متعلق به تصویرسازی «دیداری» (۱۲۰ عنوان) بوده و با فاصله پس از آن، تصویرسازی به روش ادراک فراحسی (و حس آمیزی) (۲۷ مورد) و سپس تصویرسازی‌های «شنیداری» (۳ مورد)، «لامسه» و «بوایی» (هرکدام ۲ مورد) و «چشایی» (یک عنوان) قرار گرفتند.

استاد: عامریان، محمد (۱۴۰۵). «آرایه‌های ادبی در عناوین فیلم‌های سینمایی مطالعهٔ نام‌شناختی دو دههٔ سینمای ایران پس از انقلاب (۱۳۶۱-۱۳۸۰)». پژوهش‌های زبان‌شناسی: نظریه و کاربرد، دوره (شماره)، ...-....

ناشر: دانشگاه کردستان



حق مؤلف: نویسندگان

DOI: [10.22034/jls.2026.145065.1328](https://doi.org/10.22034/jls.2026.145065.1328)

## ۱. مقدمه

نام‌شناسی<sup>۱</sup> شاخه‌ای از زبان‌شناسی اجتماعی<sup>۲</sup> است که در ابتدا به‌عنوان دانشی در زمانی، به ریشه‌شناسی<sup>۳</sup> نام‌ها می‌پرداخت. زبان‌شناسی اجتماعی با اتخاذ دیدگاه هم‌زمانی، نام‌شناسی را از یک دانش کهن‌گرا به دانشی برای مطالعه اجتماع معاصر تبدیل کرد. نام‌ها، عنصرهای زبانی هستند که بخشی از دانش زبانی را که نتیجهٔ مراودات اجتماعی و تعامل فرد با محیط پیرامون است، تشکیل می‌دهند و به همین سبب، در مطالعات زبان و هویت، نقشی محوری ایفا می‌کنند. علاوه بر این، نام‌ها در ساخت‌شناختی افراد، در جوامع مختلف با تنوع زبانی و فرهنگی متفاوت، نقش مهمی دارند؛ از این رو زبان‌شناسان شناختی نیز به مطالعهٔ نام و نام‌گذاری علاقمند هستند، اما به‌دلیل چندبعدی بودن عنصر زبانی نام، زبان‌شناسی اجتماعی و زبان‌شناسی شناختی، هیچ‌یک به‌تنهایی قادر به تبیین جنبه‌های گوناگون نام و نام‌گذاری نیستند. پیوند دانش مربوط به زبان و دانش مربوط به جامعه با یکدیگر به انتخاب گونه‌ای از واژه‌ها و ساختارهای زبانی دیگر منجر می‌شود که با بافت اجتماعی، هماهنگ است. به اعتقاد زندی و احمدی (۱۳۹۵)، «نام‌شناسی اجتماعی-شناختی»<sup>۴</sup> به‌عنوان یک حوزهٔ مطالعاتی میان‌رشته‌ای با رویکرد تلفیقی، نام‌شناسی را از یک دانش رشته‌ای به دانشی میان‌رشته‌ای تبدیل می‌کند که قادر است به‌طور هم‌زمان «ابعاد اجتماعی-شناختی» مؤثر در نام‌گذاری را به‌خوبی تبیین کند.

در پژوهش زندی و همکاران (۱۳۹۹) که با هدف بررسی حوزهٔ نام‌شناسی از منظر زبان‌شناسی شناختی-اجتماعی با تأکید بر بافت کاربردی و با هدف معرفی رویکرد زبان‌شناسی اجتماعی-شناختی انجام گرفت، نویسندگان تغییر زاویهٔ توجه از مفهوم‌شناسی به سوی نام‌شناسی را یکی از تحولات ضروری و اجتناب‌ناپذیر در زبان‌شناسی شناختی و زبان‌شناسی اجتماعی دانسته و بر رویکرد کاربرد-بنیاد در نام‌شناسی تأکید می‌کنند؛ رویکردی که به مطالعه انتخاب‌های واقعی واژگانی از میان مجموعه عبارات و عوامل مؤثر بر انتخاب عبارات خاص می‌پردازد. بر اساس دیدگاه این پژوهشگران، انتخاب واژه مناسب برای یک مدلول خاص تحت تاثیر عوامل متعددی قرار دارد که در این میان نقش «بافت» از اهمیت فراوانی برخوردار است. همچنین، زندی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با هدف تدوین نقشهٔ مطالعاتی نام‌شناسی شناختی، ضمن مرور پیشینهٔ مطالعات نام‌شناسی از منظر فلسفی و در زمانی، به بررسی اسنادی این حوزه مطالعاتی از رویکرد سنتی تا رویکرد شناختی-اجتماعی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش بیانگر بزرگ‌تر شدن حوزهٔ پژوهش‌های نام‌شناسی بوده و نشان می‌دهد که توجه به سازوکارهای تولید واژگانی کمتر و درعوض، توجه به ساختارهای واژگانی و رویکردهای کمی مختلف، که تفاوت در میزان برجستگی فرایندهای نام‌شناختی را مطالعه می‌کنند، بیشتر شده است.

<sup>1</sup> onomastics

<sup>2</sup> Social linguistics

<sup>3</sup> etymology

<sup>4</sup> Cognitive-social onomastics

این مقاله به بررسی عناوین فیلم‌های سینمای ایران از نظر وجود آرایه‌های ادبی پرداخته و طی آن، آرایه‌های تشبیه، تضاد، تلمیح، تشخیص و تصویرسازی مورد بررسی قرار می‌گیرند. دلیل انتخاب آرایه‌های فوق آن بوده که این آرایه‌ها بنا به ماهیت و اقتضای خود (سادگی نسبی درک توسط خواننده/بیننده)، به شکل گویاتر و روشن‌تری می‌توانند در عنوان یک اثر سینمایی، پلی میان لفظ و معنا برقرار کرده و مأموریت کارکردی خود (جذب مخاطب و اطلاع‌دهی همزمان به او) را انجام دهند.

## ۲. پیشینه پژوهش

علی‌رغم نوپایی نسبی و کمترشناخته‌شده بودن حوزه «نام‌شناسی» در ایران در مقایسه با سایر (زیر)شاخه‌های زبان‌شناسی، مطالعات نام‌شناختی انجام شده در ایران نسبتاً متکثر بوده و در این میان، تعداد قابل‌توجهی از آن‌ها در دسته «نام‌شناسی ادبی»<sup>۱</sup> قابل طبقه‌بندی هستند. این دسته از پژوهش‌ها، عمدتاً از نیمه دوم دهه ۱۳۹۰ رشد پیدا کرده‌اند. نشانه‌شناسی<sup>۲</sup> نام شخصیت‌های نمایشی در نمایشنامه «مرگ فروشنده» (اسدی و فرید، ۱۳۸۸)، شکل‌شناسی نام‌ها در داستان «بچه‌های قالیباف خانه» اثر هوشنگ مرادی کرمانی (حجتی‌زاده و میرزایی، ۱۳۹۵)، بررسی القاب و نام‌های ترکی در شاهنامه (قائم‌مقامی، ۱۳۹۷)، نام‌شناسی رمان «ملکوت» (فرهنگی و رشت‌بهشت، ۱۳۹۸)، مجموعه یادداشت‌های قائم مقامی در نشریه آینه پژوهش در سال ۱۴۰۱ درباره نام‌های خاص در شاهنامه، مطالعه نام‌شناسی اشخاص در رمان «همسایه‌ها» (احمدوندی، ۱۴۰۰) با رویکرد توصیفی-تحلیلی، بررسی تطبیقی شگردهای نام‌گذاری آثار ادبی در ایران و جهان (طبقه‌بندی نام‌های ادبی از منظر ساخت‌های نحوی و ویژگی‌های زبان‌شناختی) (کوپال، ۱۴۰۲)، نشانه‌شناسی نام‌ها در رمان «من چراغ‌ها را خاموش می‌کنم» بر اساس الگوی سه‌گانه پیرس (حسنی و دیگران، ۱۴۰۳)، تحلیل و بررسی نام‌شناسانه تفاسیر عرفانی از منظر هسته معنایی (بریهی بهمنشیری، میرحسینی و زارع زردینی، ۱۴۰۳) و بررسی بازی‌های هنری و مضمون‌پردازی با نام شخصیت‌ها در شعر شهریار (کریمی قره‌بابا، ۱۴۰۳) از جمله مهم‌ترین این پژوهش‌ها به شمار می‌روند.

در این میان، با وجود گستردگی و تنوع مطالعات نام‌شناختی مذکور، تقریباً با اطمینان می‌توان ادعا کرد حوزه «نام‌شناسی هنر» در ایران و/یا به زبان فارسی تاکنون حوزه‌ای کاملاً مهجور بوده و مطالعات نام‌شناختی آثار و تولیدات هنری، تعداد محدودی از پژوهش‌های انجام‌گرفته را شامل می‌شوند. تقریباً تمام این آثار محدود به مطالعه عناوین در حوزه هنرهای نمایشی (و نه به عنوان نمونه موسیقایی، تصویری، و/یا تجسمی) بوده و همین مطالعات نیز صرفاً بر عناوین برنامه‌هایی رادیویی و/یا تلویزیونی متمرکز بوده‌اند که خود به دو نوع «متمرکز بر عناوین برنامه‌ها» و «متمرکز بر عناوین شخصیت‌ها (کاراکترها)» قابل تقسیم هستند. جدای از مطالعه پیشگام خجسته باقرزاده با محوریت نام‌گذاری برنامه‌های رادیویی (۱۳۸۱)، بررسی زبان‌شناختی عوامل موثر بر جذابیت عناوین برنامه‌های نمایشی

<sup>1</sup> Literary onomastics

<sup>2</sup> semiotics

صداسیمای جمهوری اسلامی ایران توسط ذاکر (۱۳۹۰) از اولین نمونه‌های این گونه مطالعات است که در ادامه با مطالعه زبان‌شناختی عنوان در برنامه‌های نمایشی (ذاکر و مهرابی، ۱۳۹۶) تکمیل گردید. بررسی نام‌گذاری افراد در سریال‌های تلویزیونی ماهواره‌ای به‌وسیله کردی و براتچیان (۱۳۹۳)، مطالعه انتخاب و طراحی نام برنامه‌های رادیویی توسط عادلین (۱۳۹۷)، پژوهش عظیمی‌فرد (۱۳۹۷) در خصوص بررسی نام‌های اشخاص در «چهار دهه سریال‌سازی رسانه ملی» از منظر زبان‌شناسی اجتماعی-شناختی، مطالعه همین نویسندگان با محوریت نام‌گذاری اشخاص در مجموعه‌های تلویزیونی طنز و اجتماعی ایرانی (۱۴۰۱) و مطالعه‌های زبان‌شناختی عناوین برنامه‌های صداسیمای مازندران توسط عامریان (۱۴۰۰ و ۱۴۰۳) از دیگر پژوهش‌های جدی انجام‌شده در این رابطه هستند.

تا جایی که نویسندگان این مقاله جستجو نموده، تاکنون پژوهشی در کشور به آرایه‌های ادبی استفاده شده/قابل شناسایی در عناوین آثار هنری، از جمله نام‌شناسی عناوین فیلم‌های سینمای ایران، نپرداخته است. بنابراین، می‌توان گفت این مقاله تقریباً اولین مطالعه علمی و جامع زبان‌شناختی در این خصوص محسوب می‌شود که در آن تلاش می‌گردد عناوین فیلم‌های برگزیده سینمای ایران در ادوار جشنواره فیلم فجر از منظر اشاره به آرایه‌های ادبی بررسی شوند.

### ۳. مبانی نظری پژوهش

هدف اصلی پژوهش حاضر، ارزیابی و تحلیل استفاده از انواع آرایه‌های ادبی در عناوین فیلم‌های سینمایی است که می‌تواند به درک بهتر رابطه میان زبان سینمایی و استفاده از عناصر ادبی در خلق هویت و معانی چندلایه کمک کند. تحلیل عناوین فیلم‌های سینمایی از منظر آرایه‌های ادبی، مستلزم اتخاذ رویکردی میان‌رشته‌ای است که بتواند همزمان ابعاد زبانی، شناختی و فرهنگی را در تبیین داده‌ها دخیل نماید. در این پژوهش، جهت فراهم آوردن ساختار مفهومی یکارچه برای تحلیل محتوای عناوین فیلم‌های سینمای ایران طی دو دهه نخست پس از انقلاب اسلامی، چارچوب نظری بر مبنای سه سطح تحلیلی برگزیده شده است: (۱) سطح بلاغی و زبانی، (۲) سطح معناشناختی و شناختی، و (۳) سطح فرهنگی. این سه سطح به‌ترتیب با نظریه بلاغت نوین، نظریه زبان‌شناسی شناختی، و نظریه نام‌شناسی فرهنگی پیوند دارند. تلفیق سه رویکرد مورد اشاره با این اهداف انجام شده است: الف- بلاغت نوین برای تحلیل کارکردهای اقناعی و زیبایی‌شناختی آرایه‌های ادبی، ب- زبان‌شناسی شناختی برای تبیین سازوکارهای تصویرسازی و استعاره ذهن در فرآیند نام‌گذاری، و ج- نام‌شناسی فرهنگی برای تفسیر داده‌ها در بستر فرهنگی و تاریخی سینمای ایران

#### ۱.۳ سطح بلاغی و زبانی: نظریه بلاغت نوین و کارکرد آرایه‌های ادبی

در سطح نخست، چارچوب نظری پژوهش بر مبنای نظریه بلاغت نوین استوار است که توسط پرلمان و تایتی‌کا (۱۹۶۹) مطرح شد. برخلاف بلاغت کلاسیک/سنتی که بر زیبایی و صنعت زبانی تأکید داشت، بلاغت نوین بر کارکرد اقناعی و گفتمانی زبان تمرکز می‌کند. در این دیدگاه، آرایه‌های ادبی نه‌فقط ابزارهای زینتی، بلکه سازوکارهای شناختی و اقناعی هستند که در فرآیند ارتباط، معنا و تأثیر

تولید می‌کنند. در این چارچوب، عناوین فیلم‌ها به‌منزله متونی فشرده و اقناعی تلقی می‌شوند که در چند واژه، کارکردهای متنوعی از جمله جلب توجه مخاطب، القای فضا و مضمون فیلم، و ایجاد پیوند با حافظه فرهنگی جامعه را ایفا می‌کنند. آرایه‌هایی چون تشبیه، تضاد، تلمیح و تشخیص، ابزارهایی هستند که این اهداف را محقق می‌سازند. برای مثال، تلمیح به متون مذهبی یا تاریخی در عنوان فیلم، نه فقط یادآور یک ارجاع فرهنگی است، بلکه نوعی استدلال ضمنی برای مشروعیت یا عمق معنایی اثر فراهم می‌آورد. از این منظر و طبق نظر چارتریس-بلک (۲۰۰۵)، هر آرایه ادبی در عنوان فیلم را می‌توان یک «استدلال بلاغی» دانست که با بهره‌گیری از پیش‌دانسته‌های فرهنگی مخاطب، معنا و ارزش افزوده ایجاد می‌کند. بنابراین، در سطح بلاغی، تحلیل کمی آرایه‌ها نه تنها فراوانی و توزیع آن‌ها را نشان می‌دهد، بلکه می‌تواند الگوهای اقناعی و زیبایی‌شناختی سینمای ایران را در دوره‌ای خاص آشکار سازد. این سطح از تحلیل، بنیان زبانی پژوهش را تشکیل می‌دهد و داده‌های خام را برای تفسیرهای شناختی و فرهنگی آماده می‌کند.

### ۲.۳ سطح معناشناختی و شناختی: نظریه زبان‌شناسی شناختی و تصویرسازی ذهنی

در سطح دوم، چارچوب نظری پژوهش بر نظریه زبان‌شناسی شناختی و به‌ویژه بر مفهوم استعاره و تصویرسازی ذهنی استوار است. طبق دیدگاه لیکاف و جانسون (۱۹۸۰)، استعاره‌ها و دیگر آرایه‌های ادبی، صرفاً ابزارهای زبانی نیستند، بلکه بازتاب ساختارهای ذهنی و مفهومی انسان‌اند. در این نظریه، زبان ابزاری برای بازنمایی تجربه زیسته بوده و آرایه‌های ادبی، سازوکارهایی هستند که ذهن از طریق آن‌ها مفاهیم انتزاعی را در قالب تصاویری ملموس و حسی سازمان می‌دهد. از این منظر، عنوان فیلم به‌منزله یک واحد شناختی فشرده عمل می‌کند که در آن، فرآیندهای تصویرسازی ذهنی و استعاره به‌صورت فشرده و نمادین متجلی می‌شوند. برای نمونه، وجود تصویرسازی‌های دیداری، شنیداری یا حسی در عناوین فیلم‌ها نشان‌دهنده طرحواره‌های تصویری است که در ذهن گویشوران فارسی فعال‌اند (لنگاکر، ۱۹۸۷؛ زندی و احمدی، ۱۳۹۵). در این سطح، تحلیل کمی داده‌ها می‌تواند به شناسایی الگوهای غالب در تصویرسازی ذهنی جامعه ایرانی در دو دهه مورد مطالعه بینجامد. افزون بر آن، نظریه‌ی زبان‌شناسی شناختی امکان تبیین چرایی انتخاب آرایه‌های خاص را فراهم می‌کند. برای مثال، تمایل به تلمیح‌های مذهبی یا تاریخی را می‌توان ناشی از طرحواره‌های فرهنگی مشترک دانست که در ذهن گویشوران فارسی تثبیت شده و در فرآیند نام‌گذاری آثار هنری به‌صورت ناخودآگاه فعال می‌شوند. از این رو، تحلیل شناختی می‌تواند به فهم عمیق‌تری از داده‌های کمی انجامیده و پیوند میان زبان، اندیشه و فرهنگ را برجسته سازد.

### ۳.۳ سطح فرهنگی و نام‌شناختی: نظریه نام‌گذاری فرهنگی

چارچوب نظری پژوهش، در سطح سوم، بر مبنای نظریه نام‌گذاری فرهنگی استوار است. نام‌شناسی شاخه‌ای میان‌رشته‌ای است که به مطالعه ساختار، معنا و کارکرد نام‌ها در بافت فرهنگی می‌پردازد (آلگو، ۱۹۷۳). در این رویکرد، نام نه فقط نشانگر هویت فردی یا اثر هنری، بلکه بازتابی از ارزش‌ها،

باورها و گفتمان‌های فرهنگی جامعه است. از این منظر، عنوان فیلم به‌عنوان یک نام خاص واجد دو کارکرد اصلی است: نخست، کارکرد شناسایی و تمایز اثر از سایر آثار، و دوم، کارکرد نمادین و فرهنگی که از طریق انتخاب واژگان، آرایه‌ها و ارجاعات فرهنگی تحقق می‌یابد. در نتیجه، تحلیل آرایه‌های ادبی در عناوین فیلم‌های هدف در این مطالعه می‌تواند ابزاری برای شناسایی تحولات گفتمانی و فرهنگی سینمای ایران در دو دهه مورد بررسی باشد. بر اساس این رویکرد، نام‌گذاری فیلم‌ها نوعی کنش زبانی-فرهنگی تلقی می‌شود که در آن، انتخاب آرایه‌های ادبی و تصویرسازی‌ها، بازتابی از هویت فرهنگی، ارزش‌های اجتماعی و حتی سیاست‌های فرهنگی دوره مورد مطالعه است. از این رو، نام‌شناسی فرهنگی می‌تواند پل ارتباطی میان تحلیل زبانی و تحلیل اجتماعی در این پژوهش باشد.

### ۴.۳ مدل مفهومی تلفیقی پژوهش

بر مبنای سه سطح نظری فوق، مدل مفهومی پژوهش به‌صورت تلفیقی طراحی شده است که از سطح زبان به سطح فرهنگ امتداد پیدا می‌کند. در این مدل، سطح بلاغی به شناسایی و طبقه‌بندی آرایه‌های ادبی در عناوین فیلم‌ها می‌پردازد؛ سطح شناختی سازوکارهای ذهنی و تصویرسازی‌های زبانی در پس این آرایه‌ها را تبیین می‌نماید؛ و سطح فرهنگی-نام‌شناختی داده‌های حاصل را در بافت تاریخی و فرهنگی سینمای ایران تفسیر می‌کند.

### ۴. روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه از نظر هدف، بنیادی نظری، از جنبه روش، تحلیل محتوای تلفیقی (کیفی و کمی) و از حیث رویکرد، توصیفی-تحلیلی است. هدف مطالعه، بررسی آرایه‌های ادبی قابل تشخیص در عناوین فیلم‌های سینمایی ساخته‌شده در ایران طی دو دهه بعد از انقلاب اسلامی (۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ شمسی) است.

چارچوب تحلیل (انتخاب آرایه‌های ادبی مورد نظر): برای تحلیل عناوین فیلم‌ها، ابتدا آرایه‌های ادبی پرکاربرد پنج گانه (تشبیه، تضاد، تلمیح، جان‌بخشی، و تصویرسازی) انتخاب و با استفاده از ملاک‌های مشخص‌شده در منابع معتبر مرجع ادبی، به صورت دقیق تعریف عملیاتی شدند. همان‌طور که پیشتر گفته شد، دلیل برگزیدن آرایه‌های یادشده این بود که آن‌ها بنا به ماهیت و اقتضای خود (سادگی نسبی درک)، به شکل روشن‌تری می‌توانند در عنوان یک اثر سینمایی، پلی میان لفظ و معنا برقرار کرده و مأموریت کارکردی خود (جذب مخاطب و اطلاع‌دهی همزمان به او) را به انجام برسانند. در ادامه، عناوین فیلم‌های هدف از نظر ساختاری و معنایی (کارکردی) در ارتباط با امکان وجود/قابل استخراج بودن آرایه‌های مذکور با همکاری سه متخصص (یک زبان‌شناس و دو متخصص ادبیات فارسی) بررسی شدند.

نمونه‌گیری و انتخاب داده‌ها: جامعه آماری در این مطالعه شامل عناوین فیلم سینمایی شرکت‌کننده در جشنواره فیلم فجر در فاصله زمانی سال‌های ۱۳۶۱ و ۱۳۸۰ (دو دهه ابتدای سینمای پس از انقلاب) بود. از آنجا که حجم جامعه مطالعه حاضر محدود بوده و تحلیل کل مجموعه هدف برای دستیابی به

نتایج جامع ضروری بود، از میان این آثار، همه عناوین شناسایی شده مورد بررسی قرار گرفتند. به منظور تشکیل پیکره قابل بررسی، عناوین تمامی فیلم‌های سینمایی شرکت‌کننده در بیست دوره جشنواره سینمایی فیلم فجر از نخستین دوره برگزاری آن (سال ۱۳۶۱) تا دوره بیستم (سال ۱۳۸۰) با استفاده از بانک‌های جامع اطلاعات سینمایی جمع‌آوری و تحلیل محتوا شد.<sup>۱</sup>

واحد تحلیل: واحد تحلیل در مطالعه حاضر، «عنوان/نام فیلم» بود که می‌توانست از یک حرف (مانند فیلمی به نام «چ») تا یک جمله (مانند فیلم «من زمین را دوست دارم!») و در واقع ترکیبی از هر نوع و تعداد ساخت واژگانی/عبارتی متغیر باشد.

ماهیت و فرآیند کدگذاری: جهت کدگذاری (اعمال ملاک‌های تشخیص) در این پژوهش، با ترکیبی از ادبیات نظری و تعریف‌های دقیق آرایه‌ها از منابع مرجع و همکاری سه متخصص، یک استاد زبان‌شناسی (جهت بررسی و تأیید ساخت واژگانی عبارت) و دو استاد ادبیات فارسی (جهت شناسایی/تأیید دقیق ملاک وجود آرایه‌ها بر اساس معیارهای از پیش تعریف‌شده و اجماع بر سر آن) استفاده شد.

#### ۱.۴ چارچوب کدگذاری آرایه‌های ادبی

در این مطالعه تلاش شد یک کدگذاری دقیق و مستند از آرایه‌های ادبی در عناوین فیلم‌ها ارائه شود که هم از جنبه فنون ادبی و هم از دیدگاه نظریه شناختی مورد حمایت قرار گیرد. در عین حال، با استفاده از ابزارهای معتبر ارزیابی روایی و پایایی، تلاش شد از اعتبار علمی کافی آن نیز اطمینان حاصل گردد. به منظور افزایش عینیت در تحلیل، برای هر آرایه تعریف عملیاتی و شاخص‌های زبانی مشخص تعیین شد. کدگذاری به صورت دوحالتی (وجود/عدم وجود) انجام گرفت و در موارد ابهام، اصل احتیاط رعایت و از ثبت کد خودداری شد. همچنین، جهت افزایش پایایی، کدگذاری بخشی از نمونه‌ها مجدداً به دقت بررسی شد.

#### ۱. مبانی فنون و صناعات ادبی

در ابتدا، مبانی و تعاریف دقیقی که در علم ادبیات و بلاغت مطرح شده‌اند با استفاده از منابع معتبر این حوزه (فتوحی، ۱۳۸۶؛ شمیسا، ۱۳۸۷ و ۱۴۰۲؛ شفیع‌ی کدکنی، ۱۴۰۳) مشخص گردید.

<sup>۱</sup> شایان ذکر است جهت جمع‌آوری عناوین، ابتدا از طریق لینک موجود در وب سایت سازمان امور سینمایی و سمعی و بصری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان متوالی اصلی و حاکمیتی برگزاری جشنواره فیلم فجر، به وب سایت رسمی جشنواره فیلم فجر مراجعه شد ولی متأسفانه این پایگاه اینترنتی فاقد هرگونه بانک اطلاعاتی و/یا آرشیو بوده و صرفاً به عنوان سایت اطلاع رسانی جشنواره (اعلام فراخوان‌های سالانه، اخبار جشنواره و ...) عمل می‌کرد. بنابراین، عناوین فیلم‌ها ناگزیراً براساس اطلاعات موجود در دانشنامه ویکی پدیا، دانشنامه‌های سینمایی مرجع (به عنوان مثال، کتاب جامع «دانشنامه سینمای ایران») و «بانک جامع اطلاعات سینمای ایران» در سایت معتبر سوره‌سینما (سازمان سینمایی سوره وابسته به حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی) و سپس تجميع عناوین و حذف عناوین تکراری شناسایی شد (نشانی تمام پایگاه‌های یادشده در بخش منابع در انتهای مقاله آورده شده است).

## ۲. رویکرد شناختی

از منظر شناختی، بررسی این آرایه‌ها در عناوین فیلم‌ها می‌تواند با استفاده از مفاهیمی چون پردازش اطلاعات و نحوه تعامل ذهن انسان با زبان صورت گیرد. در این زمینه موارد زیر در کدگذاری‌ها لحاظ شد:

- فرآیندهای شناختی: چگونگی پردازش اطلاعات توسط ذهن انسان هنگام برخورد با آرایه‌های ادبی و تاثیر آن بر مخاطب.

- شناخت و زبان: نحوه‌ی ایجاد ارتباط میان زبان و شناخت در تفسیر آرایه‌های ادبی (به این معنا که کدگذاری باید نشان دهد که هر آرایه چگونه به‌طور خاص در فهم و پردازش ذهنی مخاطب نقش دارد).

- ساختارهای معنایی: بررسی معنای ضمنی و درک نهایی مخاطب از آرایه‌ها. به عنوان مثال، تضاد می‌تواند همزمان دو معنای متناقض را در ذهن مخاطب ایجاد کند.

## ۳. روایی و پایایی کدگذاری

در مطالعات بر پایه تحلیل محتوا، استفاده از منابع مرتبط و معتبر با حوزه مورد مطالعه (که پیشتر به آن‌ها اشاره شد)، تا حدی روایی و پایایی را ارتقا می‌دهد. علاوه بر آن، اقدامات زیر انجام شد:

- روایی صوری<sup>۱</sup>: با بهره‌گیری از یک متخصص زبان‌شناسی و دو استاد زبان و ادبیات فارسی، از اینکه کدگذاری در این مطالعه براساس مبانی و فنون ادبی صورت گرفته است اطمینان حاصل شد.

- روایی محتوایی<sup>۲</sup>: ضمن مشورت با متخصصان مورد اشاره، از اینکه تمام آرایه‌های ادبی از فهرست مورد نظر به‌طور کامل در عناوین فیلم‌ها دیده شده‌اند اطمینان حاصل شد. این کار با استفاده از نمونه‌گیری دقیق از عناوین فیلم‌ها صورت گرفت.

- یک پنجم (۲۰٪) کدگذاری‌های انجام‌شده در یک دوره زمانی مشخص، پس از مدتی دوباره مورد ارزیابی قرار گرفتند تا از ثبات نتایج اطمینان حاصل شود (روش تست-بازآزمایی (Test-Retest)).

- پایایی بین ارزیاب‌ها<sup>۳</sup>: برای اطمینان از پایایی، از دو کدگذار مستقل استفاده و پس از کدگذاری نمونه‌های مشابه، میزان توافق بین کدگذاری‌های آنان (برای هر آرایه به صورت جداگانه) با محاسبه ضریب کاپای کوهن<sup>۴</sup> مشخص شد که نتیجه برای تمامی آرایه‌ها بالای ۷۰٪ بود که در پژوهش‌های علوم انسانی «مطلوب» تلقی می‌شود (کرسول، ۲۰۱۸).

<sup>۱</sup> Face Validity

<sup>۲</sup> Content Validity

<sup>۳</sup> Inter-rater

<sup>۴</sup> Cohen's Kappa

## ۲.۴ فرآیند کدگذاری

در این تحقیق، برای کدگذاری آرایه‌های ادبی در عناوین فیلم‌های مورد بررسی، یک چارچوب عملیاتی (Codebook) دقیق تهیه شد که برای هر آرایه شامل ۱. تعریف کوتاه و کاربردی (بر اساس مبانی نظری علم بیان)، ۲. معیار تشخیص روشن و ۳. نشانه‌های زبانی (کلمات کلیدی/الگوها) بود. جدول زیر این چارچوب را به تفکیک پنج آرایه هدف نشان می‌دهد:

جدول ۱. چارچوب کدگذاری عنوان‌ها بر اساس آرایه‌های ادبی هدف

| آرایه     | تعریف                                                                   | معیار تشخیص<br>(ورود/خروج در کدبوک)                                                                                                      | نشانه‌های زبانی                                                                  | مثال                               |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| تشبیه     | بیان شباهت میان دو پدیده با استفاده از ادات تشبیه                       | وجود ادات تشبیه (به صورت صریح)                                                                                                           | مثل، مانند، چون، همچون (و مانند آن‌ها)                                           | چون ابر در بهاران، مردی شبیه باران |
| تضاد      | قرارگرفتن دو واژه با معنای متقابل در کنار هم                            | وجود دو مفهوم متضاد در عنوان (تقابل معنایی مستقیم و آشکار)                                                                               | استنباط تضاد/تناقض معنایی میان دو واژه                                           | زشت و زیبا، خفگان بیدار            |
| تلمیح     | اشاره غیرمستقیم به یک داستان، شخصیت، رویداد مشهور/شناخته شده            | آیا عنوان به یک اثر یا شخصیت یا... شناخته شده اشاره دارد؟ (حوزه های ارجاع: ادبی و هنری، و مذهبی و فرهنگ عامه)                            | تشخیص شناخته شده بودن داستان، شخصیت، رویداد و ... توسط مخاطب آشنا با فرهنگ عمومی | آب را گل نکنید، شام آخر            |
| جان‌بخشی  | نسبت دادن ویژگی یا رفتار انسانی به اشیاء، مفاهیم انتزاعی یا عناصر طبیعت | وجود فعل یا صفت انسانی برای یک فاعل غیرانسان                                                                                             | افعال انسانی مانند گریستن، خندیدن، سخن گفتن و مانند آن‌ها                        | ماه مهریان، سجاده آتش              |
| تصویرسازی | ایجاد تصویر ذهنی حسی (یا فراحسی) از طریق واژگان                         | وجود واژگان (حداقل یک واژه) با بار حسی (یا فراحسی) مستقیم و ملموس (نوع: دیداری، شنیداری، لامسه، بویایی، چشایی، و ادراک چندحسی یا فراحسی) | ایجاد تصویر حسی (یا فراحسی) ملموس در ذهن مخاطب با استفاده از واژگان              | الماس بنفش، مربای شیرین            |

<sup>۱</sup> تشخیص وجود تلمیح در یک عنوان می‌تواند به عوامل مختلفی مانند گستره شناخته شدن آن تلمیح (جهانی، کشوری، منطقه‌ای یا حتی در یک روستا) یا دانش عمومی مخاطب (و حتی مخاطب عام یا خاص بودن وی) وابسته باشد. با این حال، در این مطالعه، شناخت «عرفی» داستان، شخصیت، رویداد و ... در سطح کشور (فرهنگ عمومی و جمعی ایرانیان) به عنوان معیار مدنظر قرار گرفت که البته می‌تواند همچنان نسبی باشد.

شیوه کدگذاری: بر اساس جدول بالا، برای هر یک از عناوین مورد بررسی فایل اکسلی طراحی شد که در آن عدد ۰ نشانه عدم وجود/شناسایی آرایه مربوطه و عدد ۱ نشانه وجود/شناسایی آرایه مربوطه در آن عنوان بود (اگر شناسایی آرایه‌ای در یک عنوان، ضعیف، تفسیری یا غیرقطعی بود، برای آن عدد ۰ درج شد).

#### ۵. یافته‌ها

#### الف. آرایه ادبی «تشبیه»

یکی از رایج‌ترین آرایه‌ها در ادبیات فارسی، تشبیه است. در علم بیان، تشبیه عبارت است از مانند کردن چیزی به چیزی دیگر در یک یا چند صفت (شمیسا، ۱۳۸۷ و ۱۴۰۲؛ علوی مقدم و اشرف زاده، ۱۳۹۰). این آرایه، در واقع، یادآوری همانندی و شباهت دو چیز از جهت یا جهاتی است (شفیعی کدکنی، ۱۴۰۳). نتایج بررسی انجام شده از عناوین فیلم‌های شرکت کننده در بیست دوره برگزار شده جشنواره سینمایی فیلم فجر از سال ۱۳۶۱ تا ۱۳۸۰ نشان می‌دهد آرایه ادبی تشبیه صرفاً در چهار عنوان فیلم به صورت مستقیم وجود دارد. این عناوین در جدول شماره دو آورده شده اند.

جدول ۲- عناوین فیلم دارای آرایه تشبیه

|                          |
|--------------------------|
| چون باد (۱۳۶۷)           |
| چون ابر در بهاران (۱۳۶۹) |
| مردی شبیه باران (۱۳۷۵)   |
| هزاران زن مثل من (۱۳۷۹)  |

#### ب. آرایه ادبی «تضاد»

آرایه تضاد به برقراربودن تناسب منفی میان دو یا چند لفظ اشاره می‌کند (شمیسا، ۱۴۰۲) که اگر «منجر به معنای غریب به ظاهر متناقضی» (شمیسا، ۱۴۰۲: ۱۱۱) شود، تناقض خواهد بود. با بررسی محتوایی انجام گرفته، همچنین، مشخص گردید مجموعاً چهارده عنوان فیلم به نوعی دربردارنده تضاد/ضدیت در معنا (مانند «بهار در پاییز») یا تناقض در معنا (مانند «دو فیلم با یک بلیت») میان مجموعه واژگان خود بوده‌اند. این عناوین به ترتیب سال ساخت در جدول شماره سه ارائه شده‌اند.

جدول ۳. عناوین فیلم دارای آرایه تضاد

|                       |                           |                               |
|-----------------------|---------------------------|-------------------------------|
| طلوع انفجار (۱۳۵۹)    | دو چشم بی‌سو (۱۳۶۲)       | آتش در زمستان (۱۳۶۴)          |
| تبغ و ابریشم (۱۳۶۴)   | بهار در پاییز (۱۳۶۶)      | نار و نی <sup>۱</sup> (۱۳۶۷)  |
| آب را گل نکنید (۱۳۶۸) | دو فیلم با یک بلیت (۱۳۶۹) | عشق و مرگ <sup>۲</sup> (۱۳۶۹) |

<sup>۱</sup> واژه «نار» در زبان فارسی به معنای آتش و «نی» به معنای لوله توخالی است. در ادبیات فارسی، این دو واژه اغلب به صورت ترکیبی برای بیان مفاهیم متضاد یا مکمل به کار می‌روند. در فیلم «نار و نی» نیز این دو واژه به عنوان نمادهایی برای تقابل و ارتباط بین نور و تاریکی، گرما و سرما، و یا حتی خیر و شر به کار رفته‌اند.

<sup>۲</sup> عشق به عنوان نماد زندگی و زبایی، و مرگ به عنوان نماد پایان و میرایی.

|                    |                    |                    |
|--------------------|--------------------|--------------------|
| خفتگان بیدار (۳۷۴) | ابر و آفتاب (۱۳۷۵) | اشک و لبخند (۱۳۷۳) |
| زشت و زیبا (۱۳۷۷)  |                    |                    |

### ج. آرایه ادبی «تلمیح»

تلمیح در ادبیات فارسی به معنای اشاره به اسطوره یا داستانی آشناست (شمیسا، ۱۳۸۷ و ۱۴۰۲). استفاده از تلمیح در یک عنوان به دلیل ماهیت این آرایه، همزمان نیازمند مهارت ادبی بالاتری از سوی نام‌گذارنده جهت تعبیه و آشنایی/اطلاع کافی از سوی مخاطب جهت شناسایی است. از میان عناوین آثار سینمایی بررسی‌شده در این پژوهش، ۳۲ عنوان به صورت غیرمستقیم به وقایع و/یا مضامین شناخته‌شده مذهبی یا دفاع مقدس، ادبی و هنری، تاریخی و/یا سیاسی و فرهنگ عامه اشاره داشتند (که این اشارات با موضوع فیلم نیز مرتبط بودند). ذکر این نکته ضروری است که در لحاظ نمودن نامی به عنوان دربردارنده تلمیح، اشاره «غیر مستقیم» آن ضروری است (و اصولاً همین نکته موجب جذابیت آن و «آراسته» شدن متن متناظر می‌گردد). لذا در این مطالعه، فیلم‌هایی مانند «سربداران» (۱۳۶۳) یا «بوعلی سینا» (۱۳۶۶) که در عنوان خود اشاره کاملاً واضح و مستقیم دارند از این دسته کنار گذاشته شدند. در مجموع بررسی صورت‌گرفته، تلمیح ادبی با شناسایی در ۱۵ عنوان، پرتکرارترین نوع تلمیح بوده است و بعد از آن، ۱۰ عنوان فیلم دربردارنده تلمیح مذهبی (قرآن، حدیث یا مضامین مذهبی برجسته و شناخته‌شده) یا مربوط به دفاع مقدس، پنج عنوان شامل تلمیح تاریخی و/یا سیاسی و دو عنوان دارای اشاراتی رایج به فرهنگ عامه بودند. فهرست کامل عناوین حاوی تلمیح در فیلم‌های سینمایی ساخته‌شده در سینمای ایران طی دهه های ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ شمسی به همراه جزئیات اشاره‌های آن‌ها در جدول شماره چهار آمده است.

جدول ۴. عناوین فیلم دارای آرایه تلمیح

| نوع تلمیح                                                | فیلم مرتبط  | مرجع اشاره (علت تلمیح)                                                                                                                                                                                          | فراوانی |
|----------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| ادبی و هنری<br>(اشعار،<br>داستان‌ها،<br>اسطوره‌ها و ...) | توبه نصوح   | نصوح شخصیتی داستانی است که در مثنوی معنوی مولانا در حکایت «توبه نصوح» به آن اشاره شده است. او مردی با ظاهر زنانه بود که به دلیل شباهتش به زن‌ها و صدای نازکش، در حمام‌های زنانه به عنوان دلاک به کار مشغول بود. |         |
|                                                          | دیار عاشقان | شعر معروف دفاع مقدس «سوی دیار عاشقان، رو به خدا می‌رویم * بهر ولای عشق او، به کربلا می‌رویم» با خوانندگی صادق آهنگران که برای رزمندگان در جبهه خوانده می‌شد. فیلم نیز از جمله آثار مربوط به دفاع مقدس است.      |         |
|                                                          | آن سفر کرده | بیت مشهور غزل شماره ۲۷۷ حافظ: «آن سفر کرده که صد قافله دل همراه اوست * هر کجا هست خدایا به سلامت دارش»                                                                                                          |         |
|                                                          | یار در خانه | بیت مشهور مولانا: «آب در کوزه و ما تشنه لبان میگردیم * یار در خانه و ما گرد جهان میگردیم» <sup>۱</sup>                                                                                                          |         |

<sup>۱</sup> این بیت در ضرب المثل نیز کاربرد داشته و اشاره به چیزی دارد که به دنبالش هستیم یا در دسترس ماست، اما از آن بی‌اطلاعی یا قدرش را نمی‌دانیم.

|    |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱۵ | آب را گل نکند          | بخشی از شعر معروف سهراب سپهری: «آب را گل نکند، در فرودست انگار، کفتری می‌خورد آب* یا که در بیشه‌ای دور، سیرهای پر می‌شوید»                                                                                                                                                            |
|    | ای ایران               | شعر معروف «ای ایران ای مرز پرگهر* ای خاکت سرچشمه هنر» سروده روح‌الله خالقی که می‌توان آن را سرود ملی غیررسمی ایرانیان دانست.                                                                                                                                                          |
|    | چون ابر در بهاران      | بیت معروف سعدی: «بگذار تا بگریم، چون ابر در بهاران* کز سنگ ناله خیزد، روز وداع یاران»                                                                                                                                                                                                 |
|    | باز باران              | شعر معروف کتاب دبستان ایرانیان: «باز باران با ترانه* با گهرهای فراوان* می‌خورد بر بام خانه» از سید مجدالدین میرفخرایی (گلچین گیلانی)                                                                                                                                                  |
|    | پرواز را به خاطر بسپار | شعر مشهور فروغ فرخزاد: «کسی مرا به آفتاب معرفی نخواهد کرد* کسی مرا به میهمانی گنجشک‌ها نخواهد برد* پرواز را به خاطر بسپار* پرندۀ مردنی‌ست!»                                                                                                                                           |
|    | شعله‌های خشم           | تداعی‌گر ترکیب واژگانی رمان «خوشه‌های خشم» اثر جان اشتاین‌بک                                                                                                                                                                                                                          |
|    | درد مشترک              | سرود رزم مشترک معروف به «همراه شو عزیز» (همراه شو عزیز، همراه شو عزیز* تنها نمان به درد، کاین درد مشترک* هرگز جداجدا* درمان نمی‌شود) شیری حماسی اثر برزین آذر مهر (احتمالاً نام مستعار پرویز مشکاتیان) است که در تاریخ معاصر ایران جایگاه ویژه‌ای دارد.                               |
|    | بودن یا نبودن          | بند معروف پرده سوم، صحنه اول نمایشنامه «هملت» اثر ویلیام شکسپیر که از تأثیر‌گذارترین بندهای ادبی در ادبیات جهان است: «بودن، یا نبودن: مسئله این است! آیا شایسته‌تر آن است که به تیر و تازیانه تقدیر جفاپیشه تن دردهیم، یا این که ساز و برگ نبرد برداشته، به جنگ مشکلات فراوان روییم؟» |
|    | باد ما را خواهد برد    | شعر فروغ فرخزاد: «باد ما را یا خود خواهد برد* در شب کوچک من، افسوس* باد با برگ درختان می‌عادی دارد* در شب کوچک من دلهره ویرانیست* گوش کن»                                                                                                                                             |
|    | چشمپایش                | عنوان کتاب معروف بزرگ علوی                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ۱۰ | شام آخر                | نام تابلوی نقاشی معروف لئوناردو داوینچی، نقاش مشهور ایتالیایی                                                                                                                                                                                                                         |
|    | ابراهیم در گلستان      | داستان به آتش انداختن حضرت ابراهیم (ع) و تبدیل شدن آتش به گلستان برای وی در قرآن و روایات اسلامی                                                                                                                                                                                      |
|    | سفیر                   | واقعه تاریخی سفر قیس با نامه‌ای از سوی امام حسین به مردم کوفه و حوادث پس از آن                                                                                                                                                                                                        |
|    | خانه عنکبوت            | آیه ۴۱ سوره عنکبوت در قرآن (که به خانه عنکبوت اشاره و آن را به عنوان مثالی از سستی و بی‌اساسی تکیه‌گاه‌های غیر الهی معرفی می‌کند).                                                                                                                                                    |
|    | استعاده                | در لغت و اصطلاح به معنای پناه بردن به خداوند از شر شیطان و بدی‌هاست. در اصطلاح قرائت قرآن، استعاده به معنای گفتن «أعوذ بالله من الشیطان الرجیم» است که قبل از شروع تلاوت قرآن گفته می‌شود.                                                                                            |
|    | آوای غیب               | روایت متواتر و داستان معروف گذشتن از سختی‌های راه برای رسیدن به رستگاری الهی                                                                                                                                                                                                          |
|    | نینوا                  | نینوا نام منطقه‌ای در نزدیکی کربلاست که واقعه عاشورا و شهادت امام حسین (ع) در آن رخ داد. فیلم از آن جهت «نینوا» نام گرفته که قهرمان‌هایش آرزوی زیارت حرم امام حسین (ع) را دارند.                                                                                                      |

مذهبی (قرآن، حدیث و وقایع مذهبی برجسته)

|    |                                                             |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۵  | یا دفاع مقدس <sup>۱</sup><br>(دربدارنده<br>مضامین<br>مذهبی) | پشتازان<br>فتح                                                                                                                                                                                                       | در ادبیات اسلامی، واژه «فتح» به معنای گشودن، پیروزی، غلبه، و تسخیر به کار می‌رود. این واژه به‌ویژه در قرآن و احادیث و همچنین در تاریخ اسلام جایگاه ویژه‌ای داشته و به فتح سرزمین‌ها، پیروزی در جنگ‌ها و گشایش در امور اشاره دارد. فیلم «پشتازان فتح» نیز درباره یک گروه ۱۲ نفره از رزمندگان است که برای پاکسازی میدان مین و آماده‌سازی راه برای عملیات «فتح‌المبین» به منطقه‌ای اعزام می‌شوند. لذا، عنوان فیلم، به نام عملیات هم اشاره دارد. |
|    | روز واقعه                                                   | اشاره ضمنی به واقعه کربلا                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|    | پسر مریم                                                    | در این فیلم، رحمان مؤذن نوجوان روستا با دیدن تابلوی تازه حضرت مریم که برای کلیسای روستا آورده شده، به یاد مادر خود می‌افتد. بنابراین، عنوان فیلم کارکردی دوگانه (اشاره به رحمان و حضرت عیسی، پسر حضرت مریم) می‌یابد. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|    | مسافر ری                                                    | سفر عبدالعظیم حسنی (ع) از سامراء به ری و اتفاقات آن                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ۵  | تاریخی و/یا<br>سیاسی                                        | مرگ یزگرد                                                                                                                                                                                                            | سرگذشت یزدگرد سوم که از جنگ مسلمانان به مرو می‌گریزد و در آسیابی پناه می‌گیرد.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|    | حاجی<br>واشنگتن                                             | داستان زندگی حسینقلی‌خان صدرالسلطنه نخستین سفیر ایران در آمریکا                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|    | سقوط ۵۷                                                     | حرکت انقلاب اسلامی ایران از سیزدهم شهریور (عید فطر) ۱۳۵۷ تا پیروزی اش در ۲۲ بهمن همان سال (واژه «سقوط» به سقوط نظام شاهنشاهی اشاره دارد).                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|    | پیک جنگل                                                    | اشاره به قیام میرزا کوچک‌خان جنگلی در گیلان معروف به «نهضت جنگل»                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ۲  | توفان شن                                                    | عملیات نظامی شکست‌خورده آمریکا در خاک ایران در اردیبهشت ۱۳۵۹                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|    | اتل<br>متل<br>توتوله                                        | شعر و بازی کودکان فارسی زبانان با قدمتی طولانی                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|    | خون بس                                                      | رسمی قدیمی که مردم استان‌های خوزستان، بوشهر، کهگیلویه و بویراحمد و لرستان برای جلوگیری از ادامه جنگ و دعوا و پایان دادن به قتل، کشتار و اصلاح روابط خانواده‌ها به آن پایبند هستند.                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|    | فرهنگ عامه<br>(ضرب المثل و<br>باور عامه)                    |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ۳۲ | مجموع                                                       |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

### د. آرایه ادبی «جان بخشی (تشخیص)»

تشخیص در ادبیات فارسی حاکی از "بخشیدن حرکت و جنبش به عناصر بی‌جان طبیعت اس" (شفیعی کدکنی، ۱۴۰۳: ۱۴۹). نتایج این مطالعه نشان می‌دهد در ۳۵ عنوان از عناوین سینمایی مورد بررسی، صفاتی انسانی به غیرانسان داده شده است. به عبارت دیگر، ۳۵ فیلم در عنوان خود دارای آرایه «تشخیص» (جان بخشی) بودند.<sup>۲</sup> این امر به روش‌های مختلفی صورت گرفته است؛ از اطلاق

<sup>۱</sup> از آنجا که ماهیت ارزشی و مذهبی دفاع مقدس برجسته و پررنگ بوده و با بررسی محتوای آثار نیز این امر تأیید شد، با تلمیح مذهبی ادغام گردید (در واقع، عملاً تفکیک این دو نه تنها غیرممکن بلکه از نظر منطقی اشتباه تصور می‌شود).

<sup>۲</sup> گرچه در این مطالعه، تشخیص و جان‌بخشی معادل هم در نظر گرفته شده‌اند، این دو تاحدی متفاوت از یکدیگر هستند. در تشخیص، صفات و ویژگی‌های خاص انسانی مانند احساسات، عواطف، تفکر و رفتار انسانی به غیرانسان (ها) نسبت داده می‌شود، در حالی که در جان‌بخشی، صفات عمومی موجودات زنده مانند راه رفتن، خوابیدن و خوردن به غیرانسان (ها) نسبت داده می‌شود، بدون اینکه لزوماً ویژگی‌های انسانی در آن دخیل باشد (شفیعی کدکنی، ۱۴۰۳).

ویژگی‌های انسانی به غیرانسان تا مرتبط کردن افعال با غیرانسان. این فیلم‌ها در جدول شماره پنج آورده شده‌اند.

جدول ۵. عناوین فیلم دارای آرایه جان‌بخشی

|                       |                      |                         |                     |                       |
|-----------------------|----------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------|
| طلوع انفجار (۱۳۵۹)    | دست شیطان (۱۳۶۰)     | هیولای درون (۱۳۶۲)      | آشیانه مهر (۱۳۶۳)   | خانه در انتظار (۱۳۶۶) |
| سایه‌های غم (۱۳۶۶)    | دوران سربی (۱۳۶۷)    | سال‌های خاکستری (۱۳۶۷)  | آوای دریا (۱۳۶۹)    | تیغ آفتاب (۱۳۶۹)      |
| سایه خیال (۱۳۶۹)      | آواز تهران (۱۳۷۰)    | رقص خاک (۱۳۷۰)          | چشم شیطان (۱۳۷۲)    | سجاده آتش (۱۳۷۲)      |
| آرایش مرگ (۱۳۷۳)      | بوی خوش زندگی (۱۳۷۳) | براده‌های خورشید (۱۳۷۴) | ماه مهربان (۱۳۷۴)   | آرابه مرگ (۱۳۷۵)      |
| بچه‌های آسمان (۱۳۷۵)  | پشت دیوار شب (۱۳۷۶)  | رنگ خدا (۱۳۷۶)          | بچه‌های نفت (۱۳۷۸)  | دختران خورشید (۱۳۷۸)  |
| دفتری از آسمان (۱۳۷۸) | عروس آتش (۱۳۷۸)      | ترکش‌های صلح (۱۳۷۹)     | زیر پوست شهر (۱۳۷۹) | موج مرده (۱۳۷۹)       |
| آرزوهای زمین (۱۳۸۰)   | خواب سفید (۱۳۸۰)     | راه بهشت (۱۳۸۰)         | رنگ شب (۱۳۸۰)       | نامه‌های باد (۱۳۸۰)   |

نکته قابل توجه در این زمینه آن است که از نظر ساخت واژه، ۳۲ عنوان از ۳۵ عنوان شناسایی شده (بیش از ۹۰٪) شامل ترکیب‌های اضافی یا وصفی بوده و فقط عناوین «خانه در انتظار»، «پشت دیوار شب» و «دفتری از آسمان» از این قاعده مستثنی بودند.

#### ۵. آرایه ادبی «تصویرسازی»

آفرینش و القای تصاویر به ذهن مخاطب از مسیر واژگان و تعابیر (شفیعی کدکنی، ۱۴۰۳) یا به عبارتی ساده‌تر «عکس ذهنی شیء در حافظه» (فتوحی، ۱۳۸۶: ۳۷) «تصویرسازی» نام داشته و در ادبیات فارسی، ذیل مبحث «صور خیال» بررسی می‌شود. احساسات و تصاویر ذهنی از مسیر تصویرسازی به خوانند/مخاطب منتقل می‌شود. بررسی عناوین آثار سینمایی در این مطالعه نشان داد مجموعاً ۱۵۵ عنوان (معادل حدوداً یک پنجم تمام آثار مورد بررسی) دارای نوعی از تصویرسازی<sup>۱</sup> بودند. شایان ذکر است تعاریف بسیار مختلفی از آنچه «تصویرسازی» می‌توان در نظر گرفت از سوی متخصصان امر ارائه شده است. بنابراین، جهت محدود، مشخص و چارچوب‌مند کردن انجام کار، در این مقاله از میان

<sup>۱</sup> تصویرسازی در ادبیات فارسی عمدتاً ذیل علم «بیان» قرار گرفته و خود شامل تشبیه، استعاره، کنایه و مجاز است. در تعریفی دیگر، تصویرسازی ادبی (Imagery) (که در آن مقصود از واژه «تصویر»، هرگونه ادراک با حس یا ذهن است) در شعر و نثر به دو شکل اصلی وجود دارد: حسی و ذهنی. تصویرسازی حسی شامل انواع تصویرسازی‌های بصری، شنیداری، بویایی، چشایی و لمسی است. تصویرسازی ذهنی، که در علم بیان (مانند تشبیه و استعاره) و یا خارج از آن (مانند تصویر ذهنی) مطرح می‌شود، به ایجاد یک تصویر در ذهن مخاطب از طریق زبان کمک می‌کند (شمیسا، ۱۳۸۷: ۱۳۸۷). شفیعی کدکنی، ۱۴۰۳. علاوه بر این، از آنجا که «تصویر»، هرگونه تصرف خیالی در زبان دانسته شده (فتوحی، ۱۳۸۶)، تصویرسازی در برخی تعاریف، دارای هم‌پوشانی‌ها و مصادیق فراوان در قالب آرایه‌های ادبی دیگر بوده (مانند فتوحی، ۱۳۸۶) و تفکیک آن‌ها یک امر قطعی (بلکه آسان) نیست.

عناوین فیلم های مورد بررسی، عنوان هایی که از نظر ساختار، «ترکیب وصفی» (موصوف + صفت)<sup>۱</sup> محسوب شده و ادراک صفت آن ها مرتبط با حواس پنج گانه مذکور بود (در برخی موارد، ادراک ترکیب موصوف و صفت (مانند «لُ منفی») و در برخی دیگر صرفاً موصوف (مانند «نگاهی دیگر» که در این ترکیب، صفت مبهم و موصوف کاملاً مربوط به حس بینایی ست)) دارای تصویرسازی محسوب و با لحاظ حس/حواس دارای اولویت در درک آن معنا (به طور مثال، صفات شمارشی، مربوط به جنس یا مربوط به رنگ عموماً با حس بینایی درک می شوند<sup>۲</sup>)، در پنج گروه طبقه بندی گردید (تصاویر دارای ترکیب دو یا چند حس یا مربوط به فرا-ادراک در دسته ششم طبقه بندی شد).

پنج نوع اصلی از تصاویر حسی وجود دارد که هر یک مربوط به یک حس، احساس، عمل یا واکنش است:

الف: تصاویر «بصری/دیداری» مربوط به تصاویر است که به وسیله حس بینایی ادراک می شود.  
ب: تصاویر «سمعی/شنیداری» مربوط به صداهاست که از طریق حس شنوایی ادراک می گردد.  
ج: تصاویر «بویایی» مربوط به انواع بوها، رایحه ها و عطرهاست که با حس بویایی درک می شود.  
د: تصاویر «چشایی» مربوط به طعم دهنده ها یا حس طعم و مزه است که حس چشایی آن را درک می نماید.

ه: تصاویر «لمسی» مربوط به بافت هاست که با حس لامسه قابل ادراک است .

و: تصاویر دارای ترکیب حواس یا قابل درک از طریق ادراک فراحسی که از طریق دو یا چند حس فهم می شوند.

جدول ۶ جزئیات طبقه بندی انواع تصویرسازی های شناسایی شده در عناوین آثار سینمایی مورد بررسی را نشان می دهد.

<sup>۱</sup> در برخی عناوین، صفت بر موصوف مقدم است که در این صورت، صفت+موصوف مدنظر قرار گرفت؛ مانند: «آخرین شناسایی» یا «سپیدبال». ضمناً در اندک مواردی مانند عنوان «یکبار برای همیشه»، گرچه بخشی از عنوان شامل موصوف و صفت بود، از آنجا که نقش کلی عنوان متفاوت بود (در اینجا، قید)، عنوان مجموعاً دارای تصویرسازی محسوب نشد (مثال دیگر «آدم برفی» یا «روسی آبی» است که مجموع ترکیب، در آنها صرفاً یک اسم معرفه است). البته تشخیص این امر آسان نیست و در عنوانی مانند «سپیدبال»، صفت+اسم (موصوف) صفتی بزرگتر تشکیل داده اند که در کاربرد فارسی، معنای متمایز و انحصاری دارد اما «سربلند» (یا حتی «پاکبخته») چنین نیست و کاربرد عام آن (صرفاً به عنوان یک صفت) بسیار رایج تر، مصطلح و نهادینه است. نکته دیگر آنست که در برخی موارد، عناوینی مانند «جنگ اطهر» تصویرسازی محسوب نشد چرا که صفت در آنها (در اینجا «اطهر») در واقع نام یکی از شخصیت های اثر بود (لذا، ترکیب اضافی شکل می داد و نه وصفی). بنابراین، از مجموعه تصویرسازی ها کنار گذاشته شد. درخصوص برخی ترکیبات مانند «هفت سنگ» نیز با احتیاط عمل شد. اولویت معنایی مصطلح این ترکیب نوعی بازی است (و مجموعاً یک اسم را تشکیل می دهد)، لذا از شمول ترکیبات دارای تصویرسازی در این مقاله خارج شد.

<sup>۲</sup> به طور کلی، در این زمینه نیاز به دسته بندی جدیدی از صفات بر اساس ترکیبی از ۱. معنای آنها (واقعی/استعاری) در اثر و ۲. حس/حواسی که آن صفات از طریق آنها ادراک می شوند وجود دارد (در این مطالعه، معیار تشخیص حواس اولویت دار، تشخیص هوش مصنوعی در نظر گرفته شده است).

## جدول ۶ عناوین فیلم شامل تصویرسازی‌های

| نوع تصویرسازی                         | عنوان اثر                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | فراوانی |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| الف: دیداری                           | برنج خونین، خط قرمز، دو چشم بی‌سو، مرگ سفید، راه دوم، ستاره دنباله‌دار، تصویر آخر، خانه ابری، شیر سنگی، پرنده کوچک خوشبختی، شرایط عینی، سال‌های خاکستری، صخره همیشه‌سبز، باشو؛ غریبه کوچک، الماس بنفش، پول خارجی، گل سرخ، آتش پنهان، چشم شیشه‌ای، دو فیلم با یک بلیت، شهر خاکستری، دو نفر و نصفی، دو نیمه سیب، سیرک بزرگ، مرغابی وحشی، بندر مه‌آلود، راز گل سرخ، صلیب طلایی، یک مرد یک خرس، خانواده کوچک ماه، پنجاه روز التهاب، خاکستر سبز، دره هزارفانوس، سپیدبال، سه مرد عامی، ضربه آخر، مسافر غریب، دو روی سکه، دو همسفر، راز چشمه سرخ، آرزوی بزرگ، افسانه دو خواهر، بادکنک سفید، بهشت پنهان، دشت ارغوانی، مرد پنجم، مرد کوچک، مروراید سیاه، منطقه ممنوعه، نگاهی دیگر، یک شب؛ یک غریبه، آخرین خون، آخرین مرحله، تعطیلات تابستانی، جهنم سبز، خفتگار بیدار، خواهران غریب، دایره سرخ، عاشق فقیر، عروس کاغذی، ماه مهربان، مرد افتابی، مرد نامرئی، هفت گذرگاه، فصل پنجم، آخرین نبرد، تارهای نامرئی، تولد یک پروانه، دنیای وارونه، سفر شبانه، مرد کوچک، یاس‌های وحشی، آخرین تک‌سوار، بال‌های سپید، پرواز خاموش، دو زن، روبان قرمز، آسمان پرستاره، دست‌های آلوده، مرد بارانی، نیمه گمشده، نیمه پنهان، سفره ایرانی، موج مرده، هزاران زن مثل من، هفت پرده، ارتفاع پست، ایستگاه متروک، خواب سفید، رای مخفی، شام آخر، قارچ سمی، کاغذ بی‌خط، سفر سرخ، روز باشکوه، دوران سربی، صنوبرهای سوزان، پاتال و آرزوهای کوچک، باد سرخ، پنجاه و سه نفر، دو سرنوشت، پرواز پنجم ژوئن، شب دهم، پرده آخر، اُمنفی، فرار مرگبار، آخرین بندر، آخرین پرواز، آخرین شناسایی، آخرین لحظه، آخرین مهلت، وکیل اول، پرنده آهنین، خانه خلوت، کودک قهرمان (نام دوم: پایان کودکی)، موشک کاغذی، فرار بزرگ، دختری با کفش‌های کتانی، گارد ویژه، ژانسن شیشه‌ای | ۱۲۰     |
| و: ادراک چندحسی (حسّ آمیزی) یا فراحسی | پایگاه جهنمی، گزارش یک قتل، میهمانی خصوصی، سفر غریب، میهمان ناخوانده، زمان از دست رفته، سفر جادویی، بهترین بابای دنیا، چهارشنبه عزیز، رابطه پنهانی، صبح روز بعد، مرد ناتمام، جای امن، روزهای خوب زندگی، زمین آسمانی، فردا روز دیگری است، گارد ویژه، یک داستان واقعی، زن امروز، سفر پرماجرآ، زن شرقی، شمارش معکوس، باشگاه سری، جنگجوی پیروز، مصائب شیرین، هدف سخت، یک روز بیشتر                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ۲۷      |
| ب: شنیداری                            | تماس شیطانی، ساز دهنی، گربه آوازخوان                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ۳       |
| ه: لامسه                              | جاده‌های سرد، درد مشترک                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ۲       |
| ج: بویایی                             | بوی خوش زندگی، هوای تازه                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ۲       |
| د: چشایی                              | مربای شیرین                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ۱       |
| مجموع                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ۱۵۵     |

## ۶ بحث

زبان فارسی، به عنوان زبانی غنی از حیث فنون، صنعت و آرایه‌های ادبی، دارای قدرتی بی‌نظیر جهت انتقال مفاهیم عمیق و چندوجهی است. تشبیه به عنوان یکی از این ابزارهای بیانی، شباهت‌ها میان دو مفهوم را نشان داده و کمک می‌کند تا مخاطب، معنای مورد نظر را به واسطه قیاس شکل گرفته در ذهن بهتر درک کرده و احساسات عمیق‌تری نسبت به محتوای مربوطه پیدا کند. در عناوین فیلم‌های سینمایی، می‌توان از آرایه ادبی تشبیه به منظور جلب توجه، انتقال مفهوم عمیق‌تر، و ایجاد تصویری

زنده و تاثیرگذار استفاده کرد. بهره‌گیری از تشبیه در نام فیلم‌ها موجب می‌شود که عنوان، تصویر یا احساس خاصی به ذهن مخاطب منتقل گردد. مثلاً با تشبیه شدن یک شخصیت یا موضوع به مفهومی آشنا و ملموس در قالب عنوان یک فیلم، تاثیرگذاری اثر می‌تواند افزایش یافته و در ذهن مخاطب ماندگارتر شود. کم بودن آشکار تعداد تشبیه‌های مستقیم شناسایی شده در عناوین آثار سینمایی مورد بررسی (فقط ۳ مورد) ممکن است به عوامل مختلفی بازگردد که از میان آن‌ها دو علت برجسته تر به نظر می‌رسند: (۱) تمایل به اختصار و اثرگذاری فوری عنوان فیلم که حوزه سینمای تجاری و جشنواره‌ای به آن حساس است (تشبیه معمولاً نیازمند ساختار مقایسه‌ای صریح (مانند «چون/مانند») یا سازوکار استعاره‌ی روشن بوده و در عنوان فیلم که محدودیت طول و نیاز به گیرایی دارد، چنین ساختاری ممکن است طولانی یا سطحی جلوه کند؛ بنابراین ساختارهای نمادین‌تر (مانند تلمیح یا تصویرسازی) ترجیح داده شده‌اند. و (۲) استفاده از معادل‌های تصویری و نمادها (تلمیح و تصویرسازی) که بار دلالتی بیشتری را در حداقل واژه ممکن منتقل می‌کنند (در واقع، نقش زبان اقتصادگرایی نام‌گذاری).

بر اساس نظریه بلاغت نوین پرلمان و تایتی‌کا، آرایه‌های ادبی ابزارهایی اقناعی‌اند که در بافت گفتمان، کارکرد استدلالی پیدا می‌کنند. عنوان فیلم، به‌منزله‌ی متنی فشرده و آستانه‌ای، باید در کمترین واژگان بیشترین تأثیر را بر مخاطب بگذارد. در این چارچوب، کاربرد تشبیه صریح - که متکی بر ادات تشبیه مانند «چون»، «شبهه» و «مثل» است - زمانی در عنوان ظاهر می‌شود که فیلم‌ساز یا نهاد تولیدکننده قصد داشته باشد نوعی هم‌ارزی معنایی آشکار و هدایت‌شده میان دو حوزه‌ی مفهومی برقرار کند. برای مثال، در «مردی شبیه باران»، رابطه‌ی انسان و پدیده‌ی طبیعی به‌صورت صریح برقرار می‌شود. «باران» در حافظه‌ی فرهنگی فارسی‌زبانان، دال بر طهارت، رحمت، زایش و گاه اندوه شاعرانه است. بنابراین، این عنوان با یک استدلال بلاغی ضمنی عمل می‌کند: شخصیت اصلی واجد صفاتی است که در طرحواره فرهنگی «باران» تثبیت شده است. در «چون ابر در بهاران» نیز تشبیه، تصویری گذرا، لطیف و طبیعت‌محور می‌آفریند که بار عاطفی و شاعرانه اثر را پیشاپیش القا می‌کند. به بیان دیگر، تشبیه در این عناوین، صرفاً صناعت لفظی نیست، بلکه سازوکاری اقناعی برای چارچوب‌بندی انتظار مخاطب است. با این حال، کمیابی این آرایه در سطح صریح را می‌توان ناشی از ماهیت رقابتی و هویتی عناوین دانست. عنوان فیلم باید تمایزبخش و موجز باشد؛ تشبیه‌های صریح، به دلیل ساختار نحوی نسبتاً طولانی‌تر و توضیحی‌تر، ممکن است از فشردگی و ایهام مورد انتظار در نام‌گذاری بکاهند. بنابراین، سینمای این دوره احتمالاً به آرایه‌هایی با تراکم معنایی بیشتر (مانند استعاره فشرده یا تلمیح) گرایش داشته است.

در چارچوب زبان‌شناسی شناختی، تشبیه، بازتاب فعال‌سازی همزمان دو حوزه مفهومی در ذهن است. در عناوین مورد اشاره، حوزه مبدأ عمده‌تاً طبیعت (باد، ابر، باران) و تجربه زیسته ملموس است، و حوزه مقصد، انسان یا وضعیت انسانی. این امر نشان می‌دهد که ذهنیت فرهنگی دوره مورد بررسی، برای فهم امر انسانی و اجتماعی، به طرحواره‌های طبیعی و حسی متوسل می‌شود. «چون باد» بر

طرحواره حرکت سریع، بی‌ثباتی یا رهایی استوار است. «هزاران زن مثل من» نیز از سازوکار تعمیم و هم‌هویتی شناختی بهره می‌گیرد؛ «مثل من» رابطه‌ای همسان‌ساز میان فرد و جمع برقرار می‌کند و از طریق سازوکار «نمونه‌سازی»<sup>۱</sup> تجربه فردی را به تجربه‌ای جمعی ارتقا می‌دهد. در اینجا تشبیه نه تنها تصویر می‌سازد، بلکه نوعی همبستگی اجتماعی را در سطح شناختی فعال می‌کند. نکته مهم آن است که بسامد پایین تشبیه صریح می‌تواند نشان‌دهنده حرکت از بیان آشکار همانندی به سوی سازوکارهای استعاری عمیق‌تر و ضمنی‌تر باشد. مطابق دیدگاه لیکاف و جانسون، بسیاری از استعاره‌ها در زبان روزمره تثبیت شده و بدون ادات تشبیه عمل می‌کنند. بنابراین، ممکن است سینمای این دوره به‌جای «تشبیه‌های نشان‌دار»، از استعاره‌های مفهومی تثبیت‌شده بهره گرفته باشد؛ امری که از منظر شناختی، نشانه‌ی پیچیده‌تر شدن الگوهای تصویرسازی ذهنی است.

در سطح فرهنگی، کاربرد محدود تشبیه صریح در عناوین این دوره را می‌توان در پیوند با بافت تاریخی دو دهه نخست پس از انقلاب اسلامی تحلیل کرد. این دوره با غلبه گفتمان‌های ایدئولوژیک، ارزشی و هویتی همراه بود؛ در چنین فضایی، عناوین گرایش داشتند صراحت معنایی، بار ارزشی مستقیم یا ارجاعات فرهنگی آشکار داشته باشند. تشبیه صریح، به دلیل ماهیت مقایسه‌ای و گاه شاعرانه‌اش، ممکن است نسبت به عناوین مستقیم و شعاری، کارکرد هویتی کمتری در فضای رسمی داشته باشد. با این حال، نمونه‌های موجود -به‌ویژه در نیمه دوم دهه هفتاد شمسی- می‌تواند نشان‌دهنده حرکت تدریجی به سوی فردیت، عاطفه‌محوری و تجربه‌ی زیسته باشد. سینما در مقام بستری برای بازنمایی جامعه، و فراتر از آن در جایگاه رویکردی برای دخالت و اعمال تأثیر در وضعیت موجود، می‌تواند رویکردی بازتولیدکننده یا انتقادی نسبت به جایگاه زنان در جامعه داشته باشد (سعداللهی و همکاران، ۱۴۰۳). در این راستا، نام «هزاران زن مثل من» آشکارا بر هویت زنانه و تجربه‌ی جمعی زنان تأکید می‌کند که می‌تواند بازتاب تحولات اجتماعی دهه ۱۳۷۰ باشد.

استفاده از آرایه ادبی تضاد (لفظی مانند «دو فیلم با یک بلیت» یا معنایی مانند «بهار در پائیز») در عناوین فیلم‌ها (۱۴ عنوان) نیز می‌تواند به دلایل متعددی اتفاق بیفتد. تضاد باعث می‌شود عنوان فیلم برجسته و متفاوت به نظر برسد، و مخاطب را ترغیب می‌کند تا درباره محتوای فیلم بیشتر فکر یا آن را تماشا کند. به علاوه، وجود تضاد در عنوان یک اثر سینمایی می‌تواند نماد پیچیدگی‌های شخصیت‌ها یا داستان آن و نشان‌دهنده تعارض‌ها، تضادهای درونی یا بیرونی در روایت فیلم باشد. استفاده از تضاد، همچنین، می‌تواند نشان‌دهنده تقابل ارزش‌ها، دیدگاه‌ها یا مفاهیم مختلف در فیلم بوده و پیام اصلی را به شکل نمادین منتقل کند. در کنار همه این‌ها، کارکرد زیبایی‌شناسانه تضاد، تقویت حس هنری و ادبی بودن عنوان و عمق و معنابخشی به آن، نیز حائز اهمیت است.

<sup>۱</sup> Exemplarization

در چارچوب بلاغت نوین، آرایه‌های ادبی ابزارهایی برای سازمان‌دهی استدلال و جلب توجه مخاطب‌اند. تضاد، در چارچوب نظریه تناسب، به سبب ایجاد تنش معنایی و برجسته‌سازی تقابل، یکی از کارآمدترین شگردهای اقناعی در متون فشرده به‌شمار می‌رود. عنوان فیلم، به مثابه متنی آستانه‌ای، باید در کوتاه‌ترین ساختار زبانی بیشترین تحریک شناختی و عاطفی را ایجاد کند؛ تضاد دقیقاً چنین کارکردی دارد. برای مثال، «طلوع انفجار» با ترکیب «طلوع» (دالّ بر آغاز، امید، روشنائی) و «انفجار» (دالّ بر خشونت، تخریب و بحران) نوعی تنش گفتمانی می‌آفریند که مخاطب را به کشف رابطه این دو قطب معنایی فرامی‌خواند. این عنوان، از منظر بلاغی، یک «استدلال ضمنی» است: در دل ویرانی، نوعی آغاز یا تحول نهفته است. به همین ترتیب، «آتش در زمستان» با قرار دادن عنصر گرما و سوزندگی در بستر سرما و سکون، تقابلی تصویری و حسی ایجاد می‌کند که بار عاطفی و دراماتیک اثر را پیشاپیش القا می‌نماید. در «عشق و مرگ» یا «اشک و لبخند»، تقابل دو تجربه بنیادین انسانی، به گونه‌ای فشرده، دامنه عاطفی روایت را ترسیم می‌کند. این عناوین، با اتکا بر تقابل‌های دوگانه، نوعی «اقتصاد بلاغی» ایجاد می‌کنند؛ یعنی در حداقل واژگان، حداکثر دامنه معنایی را فعال می‌سازند. بنابراین، فراوانی بالاتر تضاد نسبت به تشبیه را می‌توان ناشی از کارآمدی بیشتر آن در تولید ایجاز، تنش و جذابیت اقناعی دانست.

از منظر زبان‌شناسی شناختی، ذهن انسان تمایل دارد تجربه را در قالب تقابل‌های دوگانه سازمان دهد: روشنائی/تاریکی، حیات/مرگ، گرما/سرما یا زیبایی/زشتی. عناوینی چون «زشت و زیبا»، «ابر و آفتاب» یا «بهار در پاییز» دقیقاً بر چنین طرحواره‌های بنیادینی تکیه دارند. این عناوین با هم‌نشین کردن دو حوزه مفهومی متقابل، فرایند «یکپارچه‌سازی مفهومی»<sup>۱</sup> را در ذهن مخاطب فعال می‌کنند. برای نمونه، «بهار در پاییز» نه تنها یک تضاد فصلی را القا می‌کند، بلکه به صورت استعاری می‌تواند بر امید در دوران افول، یا تولد در بستر زوال دلالت داشته باشد. ذهن مخاطب، با اتکا به تجربه زیسته‌ی خود از چرخه‌ی طبیعت، این ناسازگاری ظاهری را به معنایی عمیق‌تر ترجمه می‌کند. همین سازوکار در «خفتگان بیدار» نیز فعال است: تقابل خواب/بیداری به صورت استعاری به حوزه‌های آگاهی/غفلت یا سکون/تحول نگاشت می‌شود. در واقع، تضاد به دلیل اتکای مستقیم به طرحواره‌های بنیادی ادراکی، نسبت به تشبیه صریح نیازمند پردازش نحوی پیچیده نیست؛ بلکه از طریق هم‌نشینی دو قطب معنایی، شبکه‌ای از مفاهیم را به‌طور هم‌زمان فعال می‌کند. از این رو، بسامد بالای آن می‌تواند بازتاب ترجیح شناختی به ساختارهای دوگانه و تنش‌محور در فرآیند نام‌گذاری باشد.

در سطح فرهنگی، عنوان فیلم به‌عنوان یک نام خاص، کنشی زبانی-اجتماعی است که در بستر گفتمان‌های مسلط معنا می‌یابد. دو دهه نخست پس از انقلاب اسلامی، دوره‌ای سرشار از تقابل‌های گفتمانی مانند سنت/تجدد، جنگ/صلح، ایمان/تردید یا فرد/جمع بود. در چنین فضایی، گرایش به

<sup>۱</sup> Conceptual Integration

ساختارهای متقابل در نام‌گذاری فیلم‌ها، می‌تواند بازتاب مستقیم این دوگانگی‌های اجتماعی و ایدئولوژیک باشد. برای مثال، «طلوع انفجار» یا «آتش در زمستان» را می‌توان در زمینه فضای جنگ و تحولات سیاسی دهه ۱۳۶۰ تحلیل کرد؛ جایی که ویرانی و امید، فقدان و مقاومت، همزمان تجربه می‌شدند. در دهه ۱۳۷۰ نیز عناوین آثاری چون «اشک و لبخند» و «زشت و زیبا» می‌تواند بیانگر پیچیده‌تر شدن تجربه اجتماعی و عبور از روایت‌های تک‌سویه باشد. در این معنا، تضاد نه فقط یک شگرد زبانی، بلکه بازتاب ساختار دیالکتیکی تجربه‌ی جمعی جامعه ایرانی است. از منظر نام‌شناسی فرهنگی، کاربرد تضاد به عنوان بخشی از نام اثر، کارکرد تمایزبخش نیز دارد. تقابل‌های واژگانی، عنوان را به لحاظ آوایی و معنایی برجسته کرده و آن را در حافظه جمعی ماندگارتر می‌سازند. بنابراین، انتخاب این آرایه را می‌توان نتیجه هم‌افزایی سه عامل دانست: کارآمدی بلاغی در ایجاد تنش، سازگاری شناختی با طرحواره‌های دوگانه، و همخوانی فرهنگی با گفتمان‌های متقابل دوره.

نتایج پژوهش حاضر، همچنین، نشان داد ۱۵۵ عنوان فیلم از مجموع ۸۱۲ عنوان بررسی‌شده (معادل تقریباً یک پنجم تمام عناوین) دارای اشارات تلمیحی (مذهبی، ادبی، ...) بوده‌اند. استفاده از تلمیح در عنوان، نوعی بازی زبانی است که می‌تواند نشان‌دهنده هوشمندی و هنر فیلم‌ساز بوده و به اثر هنری ارزش بیشتری ببخشد. استفاده از این آرایه در انتخاب نام آثار سینمایی می‌تواند به دلایل مختلفی رخ دهد. تلمیح باعث می‌شود عنوان فیلم از نظر معنایی چندسطحی شود که خود موجب افزایش جذابیت و غنای هنری عنوان می‌گردد. مخاطب با دیدن عنوان حاوی تلمیح (اشاره غیرمستقیم به مضمونی شناخته‌شده)، علاوه بر فهم سطحی، به مفاهیم و ارجاعات عمیق‌تری پی می‌برد که این امر موجب افزایش غنای معنایی اثر برای وی می‌شود. در کنار آن، عناوین تلمیح‌دار اغلب کنجکاوی مخاطب را برانگیخته، او را به تفکر درباره مفهوم پنهان در عنوان ترغیب کرده و حتی موجب ارتباط فرهنگی عمیق‌تر او با زمینه‌های پدیدآمدن اثر شده و در نتیجه، تمایل او به تماشای فیلم را افزایش می‌دهد. از سوی دیگر، استفاده هوشمندانه از تلمیح، به دلیل ماهیت ارجاع غیرمستقیم آن، می‌تواند از بروز حساسیت‌های سیاسی و فرهنگی احتمالی جلوگیری نماید. بنابراین، هرچه تلمیح‌ها در عناوین به صورت هوشمندانه‌تر و مبتنی بر ساختارهای نمادین و ادبی طراحی شوند، اثرگذاری بیشتری بر مخاطب داشته و به عنوان ابزاری مؤثرتر در انتقال پیام‌های چندلایه عمل می‌کنند.

توجه به انواع استفاده شده تلمیح در عناوین آثار سینمایی نیز می‌تواند نکات گوناگونی را بازگو کند. استفاده از ارجاعات مذهبی می‌تواند بار معنایی عمیق‌تری به فیلم‌های سینمایی داده و پیام‌های اخلاقی، فلسفی یا اجتماعی احتمالی آن‌ها را به صورت نمادین منتقل کند. مفاهیم مذهبی اغلب موضوعات انسانی و اخلاقی هستند و استفاده از آن‌ها در عنوان می‌تواند نشان‌دهنده محورهای اصلی فیلم باشد. در بسیاری از فرهنگ‌ها، مفاهیم مذهبی بخش مهمی از هویت جمعی بوده و استفاده از تلمیح‌های مذهبی می‌تواند احساس نزدیکی و هم‌ذات‌پنداری با مخاطبان آن فرهنگ را تقویت کرده و بدین وسیله حتی کارکردی نمادین در ایجاد حس همبستگی و اتحاد اجتماعی داشته باشند. از سوی دیگر، تلمیحات

ادبی از نظر زبانی و فرهنگی غنی و فراوان تر بوده و می‌توانند موجب شکل‌گیری نمادها و ارجاعات غیرمستقیم و نیز مرتبط کردن ساختارهای ادبی و معانی محتوایی چندلایه یک اثر شوند. عناوینی که به وقایع تاریخی یا شخصیت‌های سیاسی اشاره دارند نیز می‌توانند در برانگیختن حس همدلی و یا حتی نقد اجتماعی کاربرد داشته باشند. همچنین، استفاده از اشارات فرهنگ عامه و اصطلاحات رایج در جامعه می‌تواند موجب جذب مخاطب، تقویت ارتباط فرهنگی، انتقال پیام‌های عمومی از طریق نام‌های آشنا و نمادین و فراهم‌سازی زمینه‌های انتقال مفاهیم پیچیده در قالبی قابل فهم برای عموم گردد.

بهره‌گیری از تلمیح در عناوین فیلم‌ها، نه تنها به‌عنوان ابزاری بلاغی بلکه به‌عنوان یک روش برای برجسته‌سازی مفاهیم فرهنگی و اجتماعی به کار می‌رود. بر اساس نظریه بلاغت نوین، تلمیح در عنوان فیلم‌ها در حقیقت یک «استدلال بلاغی» است که از پیش‌دانسته‌های فرهنگی مخاطب بهره‌برداری می‌کند. در این تحلیل، تلمیح در عناوین فیلم‌ها، علاوه بر ایجاد معانی ضمنی و تقویت اثرگذاری، به شکل فشرده‌ای پیام‌هایی فرهنگی و تاریخی را منتقل می‌کند. برای مثال، عنوان فیلم «توبه نصوح» اشاره به حکایت معروف مولانا در مثنوی معنوی دارد که در آن نصوح به‌عنوان شخصیتی با ویژگی‌های خاص مطرح می‌شود. این عنوان، به‌طور غیرمستقیم مفهومی عمیق از توبه و اصلاح را به مخاطب منتقل و در بستر فرهنگی ایرانی که ارتباط عمیقی با ادب فارسی دارد، به نوعی هم‌ذات‌پنداری و ارتباط فرهنگی ایجاد می‌کند. در اینجا، تلمیح به متون ادبی، به‌ویژه متونی چون مثنوی معنوی، موجب برجسته‌سازی مفهومی می‌شود که در عین اختصار، لایه‌های معنایی و فرهنگی متعددی را در ذهن مخاطب فعال می‌کند. در همین راستا، عنوان «دیار عاشقان» نیز به شعر معروف دفاع مقدس اشاره دارد که برای رزمندگان در جبهه‌ها خوانده می‌شد. این عنوان نه‌فقط به‌عنوان یک ارجاع فرهنگی به دوران جنگ و دفاع مقدس عمل می‌کند، بلکه مخاطب را به نوعی با یک فضای تاریخی-مذهبی مرتبط می‌سازد. در این فیلم، تلمیح به‌ویژه در ترکیب با جنبه‌های عاطفی و حماسی، تأثیرگذار بوده و به‌طور غیرمستقیم مفهوم عشق و فداکاری در دفاع از میهن و آرمان‌ها را به مخاطب منتقل می‌کند.

در سطح شناختی، تلمیح به‌عنوان یک ابزار ادبی به کار می‌رود که می‌تواند موجب شکل‌گیری تصویرسازی‌های ذهنی مشخص در مخاطب شود. طبق نظریه زبان‌شناسی شناختی، استعاره‌ها و تلمیح‌ها ابزارهایی هستند که مفاهیم انتزاعی را در قالب تصاویر ملموس و حسی به ذهن مخاطب منتقل می‌کنند. از این منظر، تلمیح در عناوین فیلم‌ها می‌تواند باعث فعال‌سازی طرحواره‌های فرهنگی و تاریخی در ذهن مخاطب شده و منجر به ایجاد تأثیر بافتی<sup>۱</sup> گردد؛ به این معنا که تلمیح، با اشاره غیرمستقیم به مفاهیم یا رویدادهای آشنا، به‌طور ضمنی مفاهیم خاصی را به مخاطب القا می‌کند که برای فهم کامل آن نیاز به آگاهی فرهنگی یا تاریخی است. به‌طور مثال، عنوان فیلم «آب را گل

<sup>۱</sup> Contextual Effect

نکنید» که برگرفته از شعر معروف سهراب سپهری است، با استفاده از تصویرسازی‌های شاعرانه، مخاطب را به فضای معنوی و طبیعی شعر برده و در عین حال باعث ایجاد یک تأثیر شناختی خاص نیز می‌شود. این تأثیر می‌تواند شامل تداعی‌های ذهنی از آرامش و زلالی در کنار مفهوم‌سازی اجتماعی و انسانی باشد که از طریق این عنوان به‌طور غیرمستقیم به مخاطب منتقل می‌شود.

در سطح فرهنگی، تلمیح در عناوین فیلم‌ها کارکردی دوگانه دارد: اول آن که به‌عنوان ابزاری برای شناسایی و تمایز اثر از سایر آثار عمل می‌کند، و دوم، با ارجاع به مفاهیم فرهنگی یا تاریخی، موجب بسط معانی و ارزش‌ها در بستر اجتماعی می‌شود. در این راستا، تلمیح به وقایع تاریخی یا مذهبی در عناوین فیلم‌ها نه فقط یک ارجاع ظاهری به گذشته است، بلکه به‌طور فعالانه‌ای مخاطب را به مواجهه با تاریخ و فرهنگ کشورش دعوت می‌کند. عنوان فیلم «سفیر» که به واقعه تاریخی سفر قیس به کوفه و نامه امام حسین (ع) اشاره دارد، نمونه‌ای از تلمیح مذهبی است که در آن، هم‌زمان با اشاره به یک داستان تاریخی، مفاهیم معنوی و مذهبی نیز برجسته می‌شود. این عنوان، به‌عنوان یک مرجع فرهنگی و تاریخی، نه تنها مخاطب را با یک رویداد تاریخی آشنا می‌کند، بلکه با استفاده از بار معنایی آن، عمق روحانی و فرهنگی خاصی را در ذهن مخاطب شکل می‌دهد. با توجه به گفتمان فرهنگی و اجتماعی سینمای ایران، استفاده از تلمیح در عناوین فیلم‌ها، به‌ویژه در دهه‌های ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰، نشان‌دهنده پیوند سینما با تاریخ، فرهنگ و هویت ملی است. در این دوره‌ها، سینما به‌عنوان ابزاری برای انتقال پیام‌های اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی استفاده می‌شد. در این زمینه، تلمیح به‌عنوان یک ابزار کارآمد برای القای این پیام‌ها به‌طور ضمنی و غیرمستقیم در نظر گرفته می‌شود. برای مثال، عنوان فیلم «پیش‌تازان فتح» که به عملیات «فتح‌المبین» در دفاع مقدس اشاره دارد، نه تنها به یک عملیات نظامی ارجاع می‌دهد، بلکه به‌طور ضمنی به گفتمان مقاومت و پیروزی در برابر دشمن نیز اشاره می‌نماید.

بررسی عناوین آثار سینمایی هدف، همچنین، نشان داد ۳۵ عنوان از آرایه ادبی «تشخیص» بهره برده‌اند. یکی از مهم‌ترین دلایل استفاده از این آرایه، ایجاد ارتباط عاطفی قوی میان تماشاگر و عناصر تصویری و داستانی است. زمانی که عناصر غیرانسانی مانند اشیاء، حیوانات یا مفاهیم انتزاعی، به صورت «انسان‌نما» نمایش داده می‌شوند، تماشاگر راحت‌تر با آن‌ها هم‌ذات‌پنداری نموده و احساسات خود را نسبت به آن‌ها ابراز می‌نماید. این امر در افزایش تأثیرگذاری روایت، و ایجاد هیجان و تعلیق داستان نقش مؤثری دارد، چرا که احساسات انسانی در قالب شخصیت‌های غیرانسانی، حس همدلی و هم‌ذات‌پنداری را برمی‌انگیزد. شخصیت‌سازی غیرانسانی، قابلیت‌های رفتاری و روانشناختی خاص خود را به عناصر تصویری می‌دهد، که در نتیجه، روایت را زنده‌تر و جذاب‌تر می‌نماید. در فرهنگ‌های مختلف، نمادها و ویژگی‌های انسانی به مفاهیم انتزاعی نسبت داده می‌شوند؛ مثلاً در ادبیات و هنر، مفاهیمی همچون مرگ، عشق، صبر و عدالت، غالباً با صفات انسانی تجسم می‌یابند. بنابراین، می‌توان گفت این گرایش فرهنگی، در فیلم‌های ایرانی نیز باعث شده است که سازندگان آثار سینمایی برای

بیان مفاهیم عمیق و نمادین، از تکنیک جان بخشی بهره گیرند. به عنوان نمونه، فیلم‌هایی که از حیث وجود عناصر نمادین و سمبولیک غنی هستند، از این آرایه برای تقویت معنا و ایجاد لایه‌های چندگانه استفاده می‌کنند. در عناوین بررسی شده، به کارگیری صفات انسانی برای اشیاء و مفاهیم، علاوه بر ایجاد جذابیت زبانی، در انتقال پیام‌های عمیق و چندلایه نیز موثر است. به عنوان نمونه، در عناوینی مانند «خانه در انتظار» یا «سایه‌های غم»، عناصر غیرانسانی با صفات انسانی تصویر شده‌اند تا حس‌های انتظار و غم را برسانند. این تکنیک، به خصوص در فیلم‌های نمادین و فلسفی، نقش مهمی در تقویت پیام‌های هنری ایفا می‌کند. از سوی دیگر، تماشاگران در مواجهه با موضوعات دشوار و مفاهیم انتزاعی، نیازمند قالبی هستند که در آن این مفاهیم را درک و احساس کنند. «جان بخشی»، با شخصیت‌پذیر کردن عناصر غیرانسانی، این نیاز روانشناختی مخاطب را برآورده ساخته و وی را در فرآیند درک بهتر اثر یاری می‌دهد.

آرایهٔ ادبی «جان بخشی» یا تشخیص، به‌ویژه در زبان فارسی، یک سازوکار زیبایی‌شناختی و بلاغی است که در آن، ویژگی‌ها و صفات انسانی به اشیاء غیرزنده یا موجودات غیرانسانی نسبت داده می‌شود. این فرآیند باعث می‌شود که اشیاء یا پدیده‌های غیرزنده، ویژگی‌هایی مانند احساس، اراده، یا آگاهی پیدا کنند. در پژوهش حاضر، مشاهده گردید که در ۳۵ عنوان از عناوین فیلم‌های سینمای ایران، ویژگی‌های انسانی به اشیاء غیرانسانی نسبت داده شده است. این یافته در مجموع ۳۵ عنوان مختلف از فیلم‌ها را شامل می‌شود که در آن‌ها از تشخیص برای برقراری ارتباط میان اشیاء و ویژگی‌های انسانی استفاده شده است. برای نمونه، در عنوان فیلم‌هایی مانند «طلوع انفجار» (۱۳۵۹)، «دست شیطان» (۱۳۶۰)، «هیولای درون» (۱۳۶۲)، «آشیانه مهر» (۱۳۶۳)، و «سایه‌های غم» (۱۳۶۶)، شاهد استفاده از تشخیص هستیم. در این عناوین، اشیاء یا پدیده‌ها به‌گونه‌ای توصیف می‌شوند که گویی دارای احساسات یا ویژگی‌های انسانی هستند، که این خود به‌طور ضمنی فضا و مضمون فیلم را برای مخاطب تداعی می‌کند. در سطح بلاغی، بر اساس نظریه بلاغت نوین، آرایه‌های ادبی نه فقط ابزارهایی برای زیباسازی بلکه ابزارهای اقناعی نیز هستند. انتخاب تشخیص در عناوین فیلم‌ها می‌تواند به‌منزله‌ی یک استدلال بلاغی باشد که با بهره‌گیری از پیش‌دانسته‌های فرهنگی مخاطب، فضای معنایی فیلم را به‌طور فشرده و مؤثر منتقل می‌کند. به‌عنوان مثال، در عنوان فیلم «دست شیطان» (۱۳۶۰)، نه فقط از مفهوم «دست» به‌عنوان یک عضو انسانی استفاده شده، بلکه با انتقال آن به شیطان، فیلم در نظر مخاطب نوعی پیوند احساسی و دراماتیک با قهرمانان داستان برقرار می‌کند.

از منظر زبان‌شناسی شناختی، تشخیص می‌تواند به‌عنوان یک ابزار استعاری عمل کند که ساختارهای ذهنی و مفهومی مخاطب را درگیر می‌کند. در این زمینه، تشخیص به‌طور مؤثر تصاویری ذهنی و احساسی را در ذهن مخاطب برمی‌انگیزد که ارتباط میان انسان و طبیعت یا موجودات غیرانسانی را به‌گونه‌ای ملموس و آشنا نشان می‌دهد. این امر به‌ویژه در عناوینی مانند «آوای دریا» (۱۳۶۹) یا

«سایه خیال» (۱۳۶۹) بارز است که در آن‌ها طبیعت و عناصر طبیعی به‌گونه‌ای انسانی به‌تصویر کشیده می‌شوند.

در سطح فرهنگی و نام‌شناختی، استفاده از آرایهٔ جان بخشی می‌تواند بازتابی از باورهای فرهنگی و اجتماعی جامعه باشد. در سینمای ایران، به‌ویژه در دوران پس از انقلاب، تلاش برای ایجاد پیوند میان مفاهیم انسانی و جهانی طبیعی و مذهبی، نه‌تنها در عناوین فیلم‌ها بلکه در خود ساختار فیلم‌ها نیز دیده می‌شود. به‌عنوان مثال، در عنوان «ماه مهربان» (۱۳۷۴)، استفاده از تشخیص برای ماه، که ویژگی‌ای انسانی به آن داده شده، ممکن است نمادی از احساسات عاطفی و عمیق ایرانیان نسبت به ماه یا فضاها طبیعی باشد. این انتخاب‌ها به‌طور خاص در جهت بازنمایی هویت فرهنگی و اجتماعی جامعه به‌کار رفته است. استفاده از «جان بخشی» به‌عنوان یک ابزار بلاغی، نه‌فقط برای زیبا و قوی کردن عنوان فیلم‌ها، بلکه به‌منظور ایجاد یک ارتباط فرهنگی، احساسی و حتی سیاسی با مخاطب صورت گرفته است. این استفاده به‌طور ویژه در دوره‌هایی مشاهده می‌شود که سینمای ایران در پی بازنمایی مفاهیم عمیق‌تری چون مقاومت، مبارزه، و تاریخ فرهنگی خود بوده است.

بهره‌گیری از «تصویرسازی» در عناوین فیلم‌ها، یکی دیگر از تکنیک‌های مهم در خلق جذابیت، انتقال معنا و برانگیختن احساسات مخاطب بوده و نتایج مطالعه حاضر بیانگر اقبال تعداد بالایی از عناوین مورد بررسی (۱۵۵ مورد) نسبت به آن است. عناوین آثار سینمایی از طریق تصویرسازی دیداری، تصاویری ذهنی در ذهن مخاطب شکل می‌دهند که کمک می‌کند مفهوم فیلم سریع‌تر و بهتر درک شود. تصویرسازی همچنین می‌تواند فضای فیلم را در قالب عناوین به مخاطب نشان دهد (مثلاً عنوان «صخره همیشه سبز» که می‌تواند حس وجود تکه سنگی بزرگ در فضایی سرسبز و خرم را منتقل کند). وجود تصاویر دیداری در عنوان می‌تواند مضمون اصلی و پیام فیلم را نیز برجسته کنند، مانند «بهشت پنهان» که می‌تواند نمادی از مکانی ارزشمند اما مخفی باشد. از سوی دیگر، استفاده از کلمات و عباراتی که حس شنیداری را تحریک می‌کنند می‌تواند احساس حضور در فضای صوتی فیلم را در مخاطب تقویت کند، مثلاً «سازدهنی» که می‌تواند حس گوش دادن به آلتی موسیقایی در فضایی پرانرژی را در او برانگیزد. عناوینی که به صداها و موسیقی اشاره دارند، همچنین، می‌توانند ارتباط عمیقی با محتوای فیلم برقرار کنند، مانند «گره آوازخوان». تصاویر شنیداری در عنوان می‌تواند کنجکاو مخاطب را نیز تحریک نمایند، مانند «تماس شیطانی» که حس رمزآلود بودن و ترس را تقویت می‌کند.

بوها نیز نقش مهمی در خاطرات و احساسات دارند و استفاده از تصویرسازی بویایی در عناوین می‌تواند حس حضور در محیط‌های خاص را منتقل کند، مثل عبارت «عطر شب‌های پاریس» که به‌طور همزمان حس رایحه‌های فرهنگی و رمانتیک را برمی‌انگیزد. حس بویایی در عنوان یک اثر سینمایی می‌تواند نماد فرهنگ، تاریخ یا احساسات خاص هم بوده و تعبیه (تصویر) آن موجب انگیزش احساسات یا هیجان‌هایی مشخص شود، مانند «هوای تازه» که حس تازگی تنفس به مخاطب القا

کرده، یا «بوی خوش زندگی» که می‌تواند نمادی از بازگشت به حیات، درک معنای زیستن یا حتی موفقیت در زندگی زناشویی باشد. بوها گاهی در خاطرات و احساسات عمیق یک ملت جای می‌گیرند، بنابراین تصویرسازی بویایی در عنوان می‌تواند احساسات قدرتمندتری را برانگیزد. همچنین، عناوین با تصویرسازی چشایی می‌توانند حس لذت، اشتها یا طعم و مزه را برانگیزند؛ مانند «مربای شیرین». طعم‌ها می‌توانند نمادهای فرهنگی یا شخصیت‌های فیلم هم باشند (استفاده استعاری از همان عنوان یادشده). علاوه بر این‌ها، استفاده از عباراتی که حس تماس، گرما، سردی، نرمی یا خشن بودن را منتقل می‌کنند، می‌تواند احساس نزدیکی یا دوری را در مخاطب ایجاد کند، مانند «جاده‌های سرد» که به صورت همزمان حس فاصله و سرما را در مخاطب بر می‌انگیزد. تصویرسازی با تحریک حس لامسه، همچنین، قادر است حس حضور فیزیکی در صحنه‌ها را تقویت کند، مانند «درد مشترک».

تصویرسازی، یکی از آرایه‌های ادبی برجسته است که به‌طور وسیع در عناوین فیلم‌های سینمای ایران طی دو دهه مورد بررسی به‌کار رفته است. این آرایه به‌ویژه به‌عنوان یک ابزار شناختی و اقناعی به‌کار می‌رود که از طریق ایجاد تصاویری حسی و ملموس در ذهن مخاطب، تأثیرگذاری بیشتری در انتقال پیام فیلم دارد. از منظر بلاغت نوین، عناوین فیلم‌ها به‌عنوان متون اقناعی فشرده‌ای عمل می‌کنند که در آن، آرایه‌های ادبی از جمله تشبیه، تضاد، تلمیح و تشخیص به‌طور مؤثر برای جلب توجه مخاطب و القای فضا و مضمون فیلم به‌کار می‌روند. بررسی داده‌ها نشان داد که در حدود ۱۵۵ عنوان فیلم، این آرایه‌ها به‌شکلی گسترده و هدفمند به‌کار رفته‌اند. به‌ویژه استفاده از آرایه‌های تصویری (تشبیه‌های بصری، تضادهای فضایی و زمانی) نقش مهمی در جذب مخاطب و خلق فضاهای سینمایی متفاوت ایفا کرده است. برای مثال، عناوینی مانند «برنج خونین» و «مرگ سفید» که به‌طور خاص از تصاویر بصری (رنگ‌ها و اشیاء خاص) استفاده کرده‌اند، نه‌تنها ویژگی‌های بصری فیلم را به مخاطب منتقل می‌کنند بلکه احساسات و هویت فیلم را نیز به‌طور غیرمستقیم نشان می‌دهند.

در سطح شناختی و طبق نظریه زبان‌شناسی شناختی، استفاده از آرایه‌های ادبی در عناوین فیلم‌ها به‌ویژه از طریق تصویرسازی‌های حسی و استعاری به‌طور عمده‌ای از ساختارهای ذهنی و مفهومی جامعه ایرانی بهره می‌برد. در میان انواع مختلف تصویرسازی، تصاویر بصری/دیداری با ۱۲۰ عنوان، فراوان‌ترین نوع تصویرسازی را در عناوین فیلم‌های مورد بررسی تشکیل داده‌اند. این امر می‌تواند تا اندازه‌ای نشان‌دهنده اهمیت بالای تصاویر دیداری در فرهنگ ایرانی و تمایل به تجسم فضایی و معنایی در سینما باشد. به‌عنوان مثال، عناوین فیلم‌هایی مانند «خط قرمز» و «شیر سنگی» که به‌طور مستقیم از تصاویر بصری استفاده کرده‌اند، تأثیر مستقیمی در ایجاد تصویری خاص از فضای فیلم در ذهن مخاطب دارند. علاوه بر این، تصاویر ادراکی چندحسی (حس آمیزی) نیز با ۲۷ عنوان حضور دارند. این نوع تصویرسازی‌ها که غالباً به صورت ترکیبی از حس‌های مختلف ارائه می‌شوند، می‌توانند به‌طور همزمان تجربه‌های حسی متنوعی را در ذهن مخاطب ایجاد کنند و تجربه‌ای غنی‌تر از معنای فیلم‌ها ارائه دهند. نمونه‌ای از این نوع تصویرسازی‌ها می‌تواند عنوان فیلم «پایگاه جهنمی» باشد که

به نوعی ترکیب تصاویر بصری و شنیداری را به‌طور هم‌زمان در ذهن مخاطب ایجاد می‌کند. این یافته‌ها نشان‌دهنده اهمیت تصویرسازی ذهنی و نقش استعاره در فرآیند نام‌گذاری فیلم‌ها هستند. در این زمینه، می‌توان گفت که عنوان فیلم به‌عنوان یک واحد شناختی فشرده عمل کرده، با بهره‌گیری از تصویرسازی‌های مختلف؛ احساسات و تجارب حسی را در ذهن مخاطب برانگیخته و بدین ترتیب معنای فیلم را به‌طور غیرمستقیم منتقل نموده است.

در سطح فرهنگی و طبق نظریه نام‌گذاری فرهنگی، نتایج نشان داد که انتخاب آرایه‌های ادبی در عناوین فیلم‌ها نه‌تنها بازتابی از ویژگی‌های زبانی و شناختی است بلکه می‌تواند انعکاسی از هویت فرهنگی و اجتماعی سینمای ایران در دو دهه پس از انقلاب اسلامی نیز باشد. این تعاملات فرهنگی و هویتی، به‌ویژه در انتخاب واژه‌ها و آرایه‌ها قابل‌توجه است. برای مثال، استفاده از واژه‌هایی مانند «جهنم» یا «ستاره» در عناوین فیلم‌ها، به‌طور مستقیم بر تأثیرات فرهنگی و دینی بر زبان سینما اشاره دارند. این انتخاب‌ها نه‌فقط برای انتقال معانی مرتبط با داستان بلکه برای پیوند دادن فیلم‌ها به حافظه جمعی و اجتماعی جامعه ایران انجام شده‌اند. این پیوند میان نام‌گذاری فرهنگی و معناشناسی، در تحلیل نام‌های فیلم‌ها بازتاب می‌یابد که در نهایت به درک بهتر گفتمان فرهنگی و اجتماعی آن دوره از سینمای ایران کمک می‌کند.

با توجه به بررسی صورت‌گرفته، تصویرسازی در مقایسه با دیگر آرایه‌های ادبی، نقش غالب‌تری در عناوین فیلم‌های سینمایی در ایران دارد. این مسئله می‌تواند از چند جنبه تبیین شود. طبق نظریه زبان‌شناسی شناختی، تصویرسازی به‌عنوان یک ابزار قوی برای سازمان‌دهی مفاهیم انتزاعی در قالب تصاویری ملموس و حسی شناخته می‌شود. این فرآیند به‌ویژه در زبان‌های تصویری مانند فارسی که بیش از دیگر زبان‌ها تمایل به استعاره‌سازی و ایجاد تصاویر ذهنی دارند، بسیار مؤثر است. وقتی عنوان یک فیلم از تصویرسازی بهره می‌برد، مخاطب می‌تواند سریع‌تر و راحت‌تر با آن ارتباط برقرار کند، زیرا مغز انسان به‌طور طبیعی تمایل دارد که مفاهیم انتزاعی را به تصاویر و اشیاء ملموس تبدیل کند. این سازوکار شناختی باعث می‌شود که تصاویر ذهنی از طریق عنوان فیلم به‌طور مستقیم به حافظه بلندمدت مخاطب منتقل شوند. از سوی دیگر، در دنیای پر از اطلاعات و شلوغی رسانه‌ها، یکی از اهداف اصلی فیلمسازان و طراحان عناوین فیلم‌ها جلب توجه سریع مخاطب است. تصویرسازی، به‌ویژه در قالب تصاویر بصری، یکی از بهترین راه‌ها برای جذب فوری نظر مخاطب و ایجاد ارتباط سریع با او است. عنوان‌هایی مانند «برنج خونین» یا «شهر خاکستری» با استفاده از تصاویری بصری و ملموس، به‌راحتی می‌توانند توجه بیننده را جلب کرده و احساسات و نگرش‌های او را به‌سوی مفهوم فیلم هدایت کنند. از طرفی، سینما یک رسانه بصری است و بیشتر از هر چیزی از تصاویر برای انتقال معنا استفاده می‌کند. به همین دلیل، انتخاب تصاویر به‌عنوان آرایه‌های ادبی در عناوین فیلم‌ها نه‌تنها به‌طور طبیعی با ویژگی‌های سینما هم‌خوانی دارد، بلکه می‌تواند به‌طور مؤثری ارتباط میان زبان سینمایی و ادبی را تقویت کند. بنابراین، تصویرسازی در عناوین فیلم‌های سینمای ایران، به‌ویژه پس از انقلاب، به‌عنوان

ابزاری برای ایجاد فضای مناسب و جلب توجه بیشتر به کار رفته است. علاوه بر جنبه‌های شناختی و زیبایی‌شناختی، انگیزه‌های بازاریابی نیز می‌توانند نقش مهمی در غالب شدن تصویرسازی داشته باشند. استفاده از تصاویر جذاب در عناوین فیلم‌ها می‌تواند تأثیر زیادی در جلب علاقه مخاطبان به فیلم داشته باشد. در جامعه‌ای که سینما به عنوان یک رسانه سرگرمی و تفریحی نیز در نظر گرفته می‌شود، ایجاد تصاویری جذاب و به یادماندنی از طریق عنوان فیلم می‌تواند به فروش و موفقیت تجاری آن کمک کند. این امر به‌ویژه در سینمای ایران پس از انقلاب، که همواره در پی ایجاد ارتباط قوی‌تر با مخاطب داخلی و بین‌المللی بوده است، اهمیت زیادی پیدا می‌کند.

## ۷. نتیجه‌گیری

عنوان یک فیلم سینمایی، هرچند از نظر واژگانی کوتاه و موجز، عملکردی فراتر از نام‌گذاری صرف دارد. عنوان می‌تواند حامل شبکه‌ای از ارجاعات فرهنگی، تکنیک‌های زبانی و استراتژی‌های جلب توجه باشد که شناسایی دقیق آنها به فهم بهتر گفتمان سینمایی و فرهنگی کمک می‌کند. به اعتقاد خدابخش و همکاران (۱۴۰۴)، براساس نظریه گفتمانی انولت<sup>۱</sup>، هر روایتی یک آستانه گفتمانی دارد که اجازه ورود به روایت را صادر کرده به مثابه آغاز خلق جهانی که زمان، مکان و کنشگران را از ساحت اتصالی گفتمان برای گذر به ساحت انفصالی آماده می‌کند است. با وام‌گیری از آن، عنوان یک اثر سینمایی حتی می‌تواند به مثابه آغازگر «جهان» مورد اشاره نیز تلقی شود. گرچه تحلیل عناوین آثار سینمایی در ارتباط با شرایط فرهنگی و اجتماعی زمان ساخت، باید با تأکید بر رابطه (و حتی تنیده شدن) عنوان در محتوای اثر سینمایی و با دقت صورت بگیرد، خود عنوان‌ها نیز، مستقل از محتوای آثار متناظرشان<sup>۲</sup>، می‌توانند به عنوان نمادها و نشانه‌هایی از نگرش‌ها، دغدغه‌ها و ارزش‌های غالب هر دوره در نظر گرفته شده و از همین رو، نقش مهمی در فهم روندهای فرهنگی و اجتماعی داشته و نشان دهند چگونه سینما در بازتاب و تبلور تحولات اجتماعی نقش آفرینی کرده است. این پژوهش با بررسی مجموع ۸۱۲ عنوان فیلم ایرانی شرکت‌کننده در جشنواره فیلم فجر بین سال‌های ۱۳۶۱ و ۱۳۸۰ به دنبال شناسایی و تحلیل کاربرد آرایه‌های ادبی در عناوین فیلم‌ها بوده است. با بررسی انجام گرفته، سهم آرایه‌های ادبی مورد نظر عبارت است از: تشبیه در چهار عنوان، تضاد یا تناقض معنایی در ۱۴ عنوان، انواع مختلف تلمیح در ۳۲ عنوان، جان‌بخشی در ۳۵ عنوان و تصویرسازی‌های گوناگون در ۱۵۵ عنوان.

توزیع کمی نابرابر آرایه‌های ادبی مدّ نظر میان عناوین فیلم‌ها نشان می‌دهد که سازندگان و نام‌گذاران آثار سینمایی ایرانی در دو دهه بررسی شده، کمتر از آرایه‌هایی مانند تشبیه بهره برده و بیش‌تر به شکل‌های نسبتاً مختصر، کلیشه‌ای یا نمادین تصویرسازی و جان‌بخشی تکیه داشته‌اند. سبک

<sup>۱</sup> A. Hénault

<sup>۲</sup> چنین ارتباطی (میان عنوان اثر و محتوای آن) عموماً وجود داشته و حتی می‌توان گفت تجانس عنوان و محتوا، از امتیازات اثر سینمایی است چرا که در کنار جذابیت (جذب مخاطب)، کارکرد محوری و حتی فلسفه وجودی اصلی عنوان، تخلص محتواست.

نام‌گذاری در سینما معمولاً تابع محدودیت‌های تبلیغاتی، جذابیت بازارپسند و ضرورت برقراری هم‌افزایی با محتوا و فضای فیلم است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که در بازه زمانی هدف، زبان نام‌گذاری به سمت گزینش نشانه‌های پراثری رفته که بتوانند بدون توضیح اضافی مخاطب را به فضای اثر هدایت کنند (کوتاه با بار دلالتی بالا جهت افزایش سرعت معنازایی عمیق و چندلایه برای مخاطب آشنا). این مساله می‌تواند خود را در قالب‌های مختلف مانند تلمیح به موضوعات شناخته‌شده فرهنگی یا تاریخی و تصویرسازی دیداری موجز نشان دهد. الگوی اشاره به مضامین ادبی و هنری (۱۵ مورد)، مذهبی (دفاع مقدس و ...) (۱۰ مورد)، تاریخی/سیاسی (۵ مورد) و مرتبط با فرهنگ عامه (۲ مورد) نشان می‌دهد که عنوان‌ها علاوه بر نقش ارتباطی و تبلیغی خود، کارکرد مضمونی و هویتی نیز داشته‌اند؛ به‌ویژه در قالب تلمیح به حوزه‌هایی که در آن دوره در ایران از اهمیت فرهنگی-اجتماعی یا ایدئولوژیک برخوردار بوده‌اند (به عنوان نمونه، دفاع مقدس یا مضامین تاریخی-مذهبی).

همچنین، وجود ۳۵ عنوان حاوی تشخیص/جان‌بخشی نمایانگر گرایش نسبتاً پرتکرار در نسبت دادن صفات یا افعال انسانی به غیرانسان است که این مساله خود می‌تواند دو کارکرد داشته باشد: (۱) القای همذات‌پنداری و بار عاطفی به مخاطب از طریق انسانی‌سازی عناصر غیرانسانی و (۲) نمادپردازی و انتزاع بیشتر عناوین برای ایجاد لایه‌های معنادر در فضای محدود واژگانی عنوان.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که استفاده از آرایه‌های ادبی نه تنها به افزایش جذابیت عنوان فیلم‌ها کمک کرده، بلکه نقش مهمی در شکل‌دهی به معنای فرهنگی و اجتماعی آن‌ها ایفا کرده است. عناوین فیلم‌های ساخته‌شده در سینمای ایران طی دو دهه ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰، عمدتاً از طریق نمادها، تلمیح‌ها و تصویرسازی‌های دیداری معنا تولید کرده‌اند؛ تا روابط مبتنی بر تشابه یا تضاد صریح. توزیع موضوعی تلمیح‌ها (ادبی و هنری، مذهبی، تاریخی-سیاسی، و فرهنگ عامه) به عنوان شاخصی از دغدغه‌ها و زمینه‌های فرهنگی-اجتماعی در دوره مورد مطالعه قابل استفاده است. این الگو می‌تواند نشان دهد چه موضوعاتی در فضای فرهنگی آن دوران برجسته بوده و چگونه زبانی برای نام‌گذاری، بازتاب‌دهنده اولویت‌های نمادین جامعه ایران آن زمان بوده است. در واقع، حضور تلمیح‌های مرتبط با دفاع مقدس و مضامین فرهنگی-تاریخی گویای آن است که عناوین خود را به‌عنوان گره‌گاه‌های اثربخش انتقال مضمونی و نمادین در نظر گرفته‌اند. الگوی یادشده خود می‌تواند پایه مطالعات فرامنتی درباره روایت‌های سینمایی، هویت فرهنگی و استراتژی‌های جذب مخاطب در سینمای ایران قرار گیرد. آگاهی از الگوهای مورد استفاده در نام‌گذاری، همچنین، می‌تواند در انتخاب عناوین موثرتر به کار گرفته شود.

عناوین آثار سینمایی کارکردهای مختلفی، مانند جلب توجه و ایجاد کنجکاوی، بیان پیچیدگی و چندلایه‌گی موضوع، انتقال پیام یا مضمون اصلی فیلم و/یا زیبایی‌شناسی هنری و ادبی داشته باشند. تحلیل عناوین آثار سینمایی می‌تواند نه تنها نشانگر اهمیت نمادها، هویت فرهنگی و ساختارهای اجتماعی در سینمای ایران بوده و به عنوان یک شاخص فرهنگی و تحلیلگر روندهای فرهنگی در

جامعه مورد استفاده قرار گیرد بلکه می‌تواند درک روشن‌تر و عمیق‌تری از روندهای تغییرات فرهنگی، اجتماعی و هنری در طول زمان و ارزیابی رابطه آن‌ها با تحولات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی کشورها ارائه نماید.

### منابع فارسی

احمدوندی، محسن (۱۴۰۰). نام‌شناسی شخصیت‌ها در رمان همسایه‌ها. سبک‌پژوهی و مطالعات گونه‌های ادبی. ۵(۱۲): ۲۶۳-۲۸۱.

اسدی، سعید، فرید، فرهنگ (۱۳۹۰). «نشانه‌شناسی نام شخصیت‌های نمایشی در نمایشنامه ی مرگ فروشنده». نشریه هنرهای زیبا: هنرهای نمایشی و موسیقی. ۲(۳۹): ۱۳-۲۳.

بانک جامع اطلاعات سینمای ایران (سوره سینما) <https://irmdb.sourehcinema.com/>

بهارلو، عباس و مرادی کوچی، شهناز (۱۳۸۳). دانشنامه سینمای ایران. تهران: نشر قطره. بریهی بهمنشیری، محمد، میرحسینی، یحیی و زارع زردینی، احمد (۱۴۰۳). تحلیل و بررسی نام‌شناسانه تفاسیر عرفانی از منظر هسته معنایی. پژوهش‌های زبانشناختی قرآن. ۱۳(۲): ۱۳۶-۱۲۳.

جشنواره فیلم فجر در دانشنامه اینترنتی ویکی پدیا <https://fa.wikipedia.org/wiki/>

حجتی‌زاده، راضیه و میرزایی، هاجر (۱۳۹۵). شکل‌شناسی نام‌ها در داستان «بچه‌های قالیباف خانه» اثر هوشنگ مرادی کرمانی. گردهمایی سراسری انجمن ترویج زبان و ادب فارسی ایران.

حسینی، سارا، معروف، یحیی، نادریفر، عبدالرضا، سلیمی، علی (۱۴۰۳). نشانه‌شناسی نام‌ها در رمان «من چراغ‌ها را خاموش می‌کنم» بر اساس نظریه پیرس. پژوهشنامه ادبیات داستانی. ۱۳(۱): ۷۴-۵۳.

خجسته، حسن (۱۳۸۱). نام‌گذاری برنامه‌های رادیویی. رادیو. ۳(۱۵): ۹-۱۰.

خدابخش، منا، شعیری، حمیدرضا، کربلایی صادق، مهناز، صفوی‌زاده سهی، زهره (۱۴۰۴). تحلیل روایی نظام آستانه و پساآستانه در فیلم سینمایی زیر درختان زیتون. پژوهش‌های زبان‌شناسی: نظریه و کاربرد. ۴(۴): ۱-۲۴. doi:

10.22034/jls.2001.141973.1151

خرمایی، علیرضا، ذاکر، آرمان (۱۳۸۹). طرح‌های زبان‌شناختی برجسته‌سازی عناوین در نشریات ورزشی ایران. زبان‌شناسی و گویشهای خراسان، ۲: ۳۵-۵۷.

ذاکر، آرمان (۱۳۹۰). عوامل زبان‌شناختی موثر بر جذابیت عناوین برنامه‌های نمایشی صداوسیما. تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

ذاکر، آرمان، مهرابی، معصومه (۱۳۹۶). مطالعه زبان‌شناختی عنوان در برنامه‌های نمایشی. مطالعات بین‌رشته‌ای رسانه و فرهنگ، ۷(۱): ۱-۱۸.

زند، بهمن و احمدی، معصومه (۱۳۹۵). نام‌شناسی اجتماعی-شناختی؛ حوزه نوین مطالعات میان‌رشته‌ای. مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی. ۹(۱): ۹۹-۱۲۲.

زندى، بهمن، يوسفى راد، فاطمه، متشرعى، سيد محمود (۱۳۹۹). نام‌شناسى از منظر زبان‌شناسى شناختى اجتماعى با تأكيد بر بافت کاربردى. *شناخت / اجتماعى*، ۹(۱۸): ۲۱۲-۲۹۳.

زندى، بهمن، متشرعى، سيد محمود و يوسفى راد، فاطمه (۱۴۰۰). نقشه راه مطالعات نام‌شناسى: از رويکرد سنتى تا رويکرد شناختى-اجتماعى. *زبان‌شناسى / اجتماعى*، ۴(۲): ۲۸-۱۱.

پايگاه اينترنتى جشنواره فيلم فجر <https://fajrfilmfestival.com/>

پايگاه اينترنتى سازمان امور سينمايى و سمعى-بصرى وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامى ايران <https://www.cinemaorg.ir/fa/festivals/fajr>

سعداللهى، شپوا، صابرى، كورش، قبطورى، عامر (۱۴۰۳). بررسى وجهه زنان در سينماى دهه ۹۰ ايران بر اساس نظريه بى ادبى كلامى كالپير. *پژوهش‌هاى زبان‌شناسى: نظريه و کاربرد*، ۳(۴): ۲۹-۱.

doi: 10.22034/jls.2024.141923.1142

شفيعى كدكنى، محمدرضا (۱۴۰۳). *صور خيال در شعر فارسى*. تهران: آگه.

شميسا، سيروس (۱۳۸۷). *بيان*. تهران: ميترا.

شميسا، سيروس (۱۴۰۲). *نگاهى تازه به بديع*. تهران: ميترا.

عادلپان، ناهيد (۱۳۹۷). معيارهاى انتخاب و طراحى نام برنامه‌هاى راديويى. *مجموعه مقالات نخستين همائش ملى مطالعات نام‌شناسى ايران*. ۱۱-۱۴۶.

عامريان، فاطمه (۱۴۰۰). مطالعه زبان‌شناختى-اجتماعى نام‌گذارى برنامه‌هاى صداوسيمائى مركز مازندران. تهران: مركز تحقيقات صداوسيماء.

عامريان، فاطمه (۱۴۰۳). مطالعه زبان‌شناختى عناوين برنامه‌هاى صداوسيمائى مازندران. *مجموعه مقالات دومين همائش ملى مطالعات نام‌شناسى ايران*. ۱۸۳-۲۱۲. تهران: نويسه پارسه.

عظيمى فرد، فاطمه (۱۳۹۷). بررسى نام اشخاص در چهار دهه سريال‌سازى رسانه ملى از منظر زبان‌شناسى اجتماعى شناختى. *مجموعه مقالات دهمين همائش بين‌المللى زبان‌شناسى ايران*.

عظيمى فرد، فاطمه (۱۴۰۱). نامگذارى اشخاص در مجموعه هاى تلويزيوني طنز و اجتماعى ايرانى. *زبان‌شناسى / اجتماعى*، ۶(۱): ۵۵-۶۶.

علوى مقدم، محمد، اشرف زاده، رضا (۱۳۹۰). *معانى و بيان*. تهران: سمت

فتوحى، محمود (۱۳۸۶). *بلاغت تصوير*. تهران: سخن.

فرهنگى، سهيلا، رشت بهشت، اشرف السادات (۱۳۹۸). نام‌شناسى رمان «ملكوت» اثر بهرام صادقى. *زبان‌شناسى اجتماعى*، ۳(۱): ۲۴-۱۱.

قائم مقامى، سيداحمدرضا (۱۳۹۷). درباره چند نام و لقب تركى در شاهنامه. *جستارهاى نوين / ادبى*، ۵۱(۱): ۲۸۳-۲۷۱.

كردى، ناهيد و براتچيان، طاهر (۱۳۹۳). پخش سريالهاى تلويزيوني ماهوارهاى و فرهنگ نامگذارى مردم. *رسانه*، ۱: ۷۳-۹۰.

کریمی قره بابا، سعید (۱۴۰۳). بررسی بازی های هنری و مضمون پردازی با نام شخصیت ها در شعر شهریار. مجموعه مقالات هفتمین کنگره بین المللی شعر و ادب فارسی، نکو داشت مقام استاد شهریار. کوپال، عطاالله (۱۴۰۲). بررسی تطبیقی شگردهای نام گذاری آثار ادبی در ایران و جهان (طبقه بندی نام های ادبی از منظر ساخت های نحوی و ویژگی های زبان شناختی. پژوهش های بین رشته ای ادبی. ۵(۱۰): ۲۴۷-۳۷۸.

## References

- Adelian, N. (2020). Criteria for Selecting and Designing Radio Programs' Names. Proceedings of the First National Conference on Onomastics in Iran. pp. 11-146. [In Persian]
- Ahmadvandi, M. (2021). Onomastics of Characters in the Novel "Neighbors". Style Studies and Literary Genres Research. 5(12): 263-281. [In Persian]
- Algeo, J. (1973). On Defining the Proper Name. Gainesville: University of Florida Press.
- Alavi-Moghadam, M. & Ashrafzadeh, R. (2012). Meanings and Expression. Tehran: SAMT. [In Persian]
- Amerian, F. (2022). A Socio-Linguistic Study of Program Naming in Mazandaran Broadcasting Center. Tehran: IRIB Research Center. [In Persian]
- Amerian, F. (2024). A Linguistic Study of Program Titles in Mazandaran Broadcasting Center. Proceedings of the Second National Conference on Onomastics in Iran. 183-212. Tehran: Newisheh Parseh. [In Persian]
- Asadi, S. & Farbod, F. (2011). Semiotics of Character Names in the Play "Death of a Salesman". Fine Arts: Performing Arts and Music. 2(39): 13-23. [In Persian]
- Azimifard, F. (2020). A Study of Personal Names in Four Decades of IRIB's Series Production from Cognitive Sociolinguistics Perspective. Proceedings of the Tenth International Conference on Iranian Linguistics. [In Persian]
- Azimifard, F. (2022). Naming Characters in Iranian Television Comedy and Drama Series. Scientific-Research Quarterly of Sociolinguistics. 6(1): 55-66. [In Persian]
- Barihi Bahmanshiri, M., Mirhosseini, Y., & Zareh Zardini, A. (2024). Onomastic Analysis of Mystical Interpretations from Semantic

- Sphere Perspective. *Qur'anic Linguistics Research*. 13(2): 123-136. [In Persian]
- Beharlou, A. & Moradi Kochi, Sh. (2008). *The Encyclopedia of Iranian Cinema*. Tehran: Ghatreh. [In Persian]
- Cinema Organization of the Ministry of Culture and Islamic Guidance of Islamic Republic of Iran Website: <https://www.cinemaorg.ir/fa/festivals/fajr>
- Creswell, D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Charteris-Black, J. (2005). *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor*. Palgrave Macmillan.
- Farhangi, S. & Rashte-e-Behesht, A. (2019). Onomastics of the Novel *Malakut* by Bahram Sadeghi. *Scientific-Research Quarterly of Sociolinguistics*, 3(1): 11-24. [In Persian]
- Fajr Film Festival Website: <https://fajrfilmfestival.com/>
- Fajr Film Festival on Wikipedia <https://fa.wikipedia.org/wiki>
- Fotouhi, M. (2007). *Rhetoric of Visuals*. Tehran: Sokhan. [In Persian]
- Ghaem Maghami, S. A. R. (2019). On Some Turkish Names and Nicknames in the *Shahnameh*. *New Literary Studies*, 51(1): 271-283. [In Persian]
- Hassani, S., Ma'roof, Y., Naderifar, A. & Salimi, A. (2024). Semiotics of Names in the Novel "I'll Turn Off the Lights" Based on Peirce's Theory. *Journal of Story Research*. 13(1): 53-74. [In Persian]
- Hojatizadeh, R. & Mirzaei, H. (2016). Morphology of Names in the Story "Children of the Carpet Weaver" by Houshang Moradi Kermani. *Iran Persian Language and Literature Promotion Association Conference*. [In Persian]
- <https://irmdb.sourehcinema.com>
- Karimi Ghareh Baba, S. (2024). Analysis of Artistic Games and Content Creation with Character Names in Shahriar's Poetry. *Proceedings of the Seventh International Congress on Persian Poetry and Literature, Honoring the Professor Shahriar*. [In Persian]
- Khodabakhsh, M., Shairi, H. R., Karbalaee Sadegh, M. & Safavizadeh Sohi, Z. (2025). The Narrative Analysis of the Threshold and Post Threshold in the Film "Zire derakhtane zeytoon". *Linguistic*

- Studies: Theory and Practice*, 4(4), 1-24. doi: 10.22034/jls.2001.141973.1151 [In Persian]
- Khojasteh, H. (2001). Naming Radio Programs. *Radio*, 3(15): 9-10. [In Persian]
- Khormaei, A. R. & Zaker, A. (2010). Priming Linguistic Patterns in Headlines of Sports Press in Iran. *Ferdowsi University of Mashhad Journal of Linguistics and Dialects of Khorasan*, 2: 35-57. [In Persian]
- Kordi, N. & Baratchian, T. (2013). Broadcasting of Satellite Television Series and People's Naming Culture". *Rasaneh*, 1(1): 73-90. [In Persian]
- Koupal, A. (2023). Comparative Study of Naming Techniques of Literary Works in Iran and the World (Classification of Literary Names from Syntactic Structures and Linguistic Features Perspective. *Interdisciplinary Literary Research*, 5(10): 247-378. [In Persian]
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Langacker, R. W. (1987). *Foundations of Cognitive Grammar*, Vol. 1: Theoretical Prerequisites. Stanford: Stanford University Press.
- Perelman, C., & Olbrechts-Tyteca, L. (1969). *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. Notre Dame, Indiana: University of Notre Dame Press.
- Sadollahi, S., Saberi, K. & Gheitury, A. (2025). Studying the Face of Women in Iranian Cinema of the 90s based on Culpepper's Theory of Impoliteness. *Linguistic Studies: Theory and Practice*, 3(4), 1-29. doi: 10.22034/jls.2024.141923.1142 [In Persian]
- Shafi'i Kadkani, Mohammad-Reza (2023). *Shapes of Imagination in Persian Poetry*. Tehran: Agah. [In Persian]
- Shamisa, S. (2008). *Expression*. Tehran: Mitra. [In Persian]
- Shamisa, S. (2022). *A Fresh Look at Badii'*. Tehran: Mitra. [In Persian]
- Zaker, A. (2011). *Linguistic Factors Affecting the Attractiveness of IRIB TV Show Program's Titles*. Tehran: IRIB Research Center. [In Persian]

- Zaker, A. & Mehrabii, M. (2017). Linguistic Study of Titles in TV Shows. *Inter-Disciplinary Study of Media and Culture*, 7(1): 1-18. [In Persian]
- Zandi, B. & Ahmadi, M. (2016). Socio-Cognitive Onomastics; A New Inter-Disciplinary Study Domain. *Journal of Inter-Disciplinary Studies in Human Sciences*, 9(1): 99-122. [In Persian]
- Zandi, B., Yousefi Raad, F., & Moteshare'i, S. M. (2019). Onomastics from a Social Cognitive Linguistics Perspective with Emphasis on Practical Context. *Social Cognition*. 9(18): 193-212. [In Persian]
- Zandi, B., Moteshare'i, S. M., and Yousfi Raad, F. (2020). A Roadmap for Onomastics Studies: From Traditional to Socio-Cognitive Approaches. *Social Linguistics Quarterly*. 4(2): 11-28. [In Persian]