

Analysis of the Title of the Rewritten Stories of *Kelileh and Demneh* Based on Gerard Genet's Point of View

Sajad Najafi Behzadi¹ , Zahra Amini²  and Mehran Najafi Hajivar³ 

1 Corresponding Author, Assistant Professor of Persian Language and Literature, Shahrekord University, Shahrekord, Iran. Email: najafi@sku.ac.ir

2 PhD student in Persian Language and Literature, Shahrekord University, Shahrekord, Iran. Email: zahra5578amini@gmail.com

3 Assistant Professor of Persian Language and Literature, Shahrekord University, Shahrekord, Iran. Email: najafi@yahoo.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article Article history: Received 20 November 2024 Received in revised form 12 January 2025 Accepted 05 March 2025 Published online 26 July 2024 Keywords: Rewriting, Gerard Genet, Title, <i>Kelileh and Demneh</i>.	One of the important elements and components of a work is its title. The first contact of the audience with any work is its title and appearance. The title represents both the text and the world of the text; for this reason, choosing a suitable and creative title for each story will attract the audience and read the work. The purpose of this research is to examine the titles of the rewritten stories of <i>Kelileh and Demneh</i> based on Gerard Geent's point of view. The rewritten stories by Mehdi Azaryazdi, Mohammad Hasan Shirazi and Davoud Lotfollah have been selected and analyzed for this research. The research method is descriptive-analytical and the method of collecting information is in the form of examining library sources. The results of the research showed that among the descriptive functions, choosing the title through the processing of names and characters has had a significant use among the titles of the investigated works, and the broad title is less used compared to other subsets of this function. The function of attractiveness was investigated in two areas of appearance and content, in which in the aspect of appearance, factors such as abbreviated words and rhetorical elements (identification, proverb, contrast, and simile) and in the field of content, techniques such as questioning are revealed. Being provocative, breaking norms and universality had been noticed by rewriters.
Cite this article: Najafi Behzadi, S., & et al. (2024)., Analysis of the title of the rewritten stories of <i>Kelileh and Demneh</i> based on gerard genet's point of view. <i>Rhetoric and Grammer Studies</i>, 14 (2). 83-100. DOI: https://doi.org/10.22091/jls.2025.11694.1645	
	© The Author(s) DOI: 10.22091/jls.2025.11694.1645 Publisher: University of Qom

تحلیل عنوان داستان‌های بازنویسی شده کليلة و دمنه براساس دیدگاه ژرار ژنت

سجاد نجفی بهزادی^۱ ID، زهرا امینی^۲ ID و مهران نجفی حاجیور^۳ ID

۱ نویسنده مسئول، استادیار گروه زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران. رایانامه: najafi@sku.ac.ir
 ۲ دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران. رایانامه: zahra5578amini@gmail.com
 ۳ استادیار گروه زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران. رایانامه: najafi@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۰/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۵ تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۵/۰۵ کلیدواژه‌ها: کليلة و دمنه، ژرار ژنت، بازنویسی، و در زمینه محتوایی، عنوان‌هایی نظیر: پرسش‌انگیز و هنجارشکن بودن مورد توجه بازنویسان قرار گرفته بود که عنوان هنجارشکن کاربرد بسیار کمی در میان آثار داشته است.	یکی از عناصر و اجزای مهم یک اثر، عنوان است. نخستین ارتباط مخاطب با هر اثری عنوان و جلوه‌های ظاهری آن است. عنوان، نماینده یک متن و نشان دهنده دنیای متن است؛ به همین دلیل انتخاب مناسب و خلاقانه عنوان برای هر داستان، سبب جذب مخاطب و خوانش اثر می‌شود. هدف این پژوهش، بررسی عناوین داستان‌های بازنویسی شده کليلة و دمنه بر اساس نظریه کارکردهای عنوان ژرار ژنت است. داستان‌های بازنویسی شده مهدی آذرین‌زادی، محمدحسن شیرازی و داود لطف‌الله برای این پژوهش انتخاب و بررسی شده‌اند. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی و شیوه گردآوری اطلاعات در قالب بررسی اسناد کتابخانه‌ای است. نتایج پژوهش نشان داد که از میان کارکردهای توصیفی، عنوان موضوعی (پردازش نام‌ها و شخصیت‌ها)، بیشترین و عنوان‌های تعریضی که نقش مهمی در جذب مخاطب دارند، کمترین کاربرد را داشته است. کارکرد جذب‌کنندگی در دو حوزه ظاهری و محتوایی نیز بررسی شد که در بخش شکل ظاهری، عواملی همچون: اطناب، اختصار، بازی‌های آوایی و در زمینه محتوایی، عنوان‌هایی نظیر: پرسش‌انگیز و هنجارشکن بودن مورد توجه بازنویسان قرار گرفته بود که عنوان هنجارشکن کاربرد بسیار کمی در میان آثار داشته است.

استناد: نجفی بهزادی، سجاد و دیگران. (۱۴۰۳). «تحلیل عنوان داستان‌های بازنویسی شده کليلة و دمنه براساس دیدگاه ژرار ژنت». پژوهش‌های دستوری و بلاغی. دوره ۱۴. شماره ۲۶. صص: ۶۳-۸۲. <https://doi.org/10.22091/jls.2025.11694.1645>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه قم

۱) مقدمه

عنوان با توجه به نقش آن در ارتباط خواننده با متن در داستان اهمیت ویژه‌ای دارد. خواننده با اولین چیزی که در هر اثر مواجه می‌شود، عنوان است؛ پس عنوان می‌تواند نقش مهمی در جذب مخاطب برای خوانش داستان داشته باشد. «عنوان‌ها قلمرو گسترده‌ای ناهمگون و متنوعی را شکل می‌دهند که از نگاه ژنت دارای پاره‌ای کارکردهای مشترک‌اند و در عین حال اثرگذاری آن‌ها بر مخاطب یا همان جنبه محتوایی و کارکرد گرایانه‌شان اهمیت بیشتری نسبت به تنوعشان دارد» (Genette, 1997: 2). ژرار ژنت (Gerard Genette) عنوان را به مثابه یکی از پیرامتن‌ها بررسی می‌کند و کارکردهای آن را توضیح می‌دهد. «از نظر ژنت، عنوان، کارکردی عام‌تر نسبت به متن دارد. اگر مخاطب یک متن فقط خواننده آن است، عنوان، عموم مردم یا حتی گسترده‌تر از آن است. عنوان به تعداد افراد بیشتری باز می‌گردد و دست به دست می‌چرخد. اگر متن یک ابژه برای مطالعه باشد، عنوان سوژه یا موضوع آن متن است» (Ibid: 75). درباره اهمیت عنوان گفته شده: «خواننده از طریق عنوان می‌تواند به نشانه‌هایی از متن و شناخت رمز و استعاره و مجاز مخفی در آن اطلاع یابد» (بخیت و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۰). گاهی عنوان داستان به جای نام نویسنده، مخاطب را در خوانش اثر همراهی می‌کند. «در شرایطی که اطلاع دقیقی درباره نویسنده متن نداریم، در نهایت بر اساس عنوان است که تصمیم به خواندن یا نخواندن یک داستان می‌گیریم. عناوینی وجود دارند که خواننده را می‌خکوب می‌کنند، با چالش روبه‌رو می‌سازند، تعجب وی را برمی‌انگیزانند یا او را شوکه می‌کنند، و در نهایت، عناوینی هستند که موجب مسرت می‌شوند یا به عکس، ذهن خواننده را می‌آزارانند» (ژوو، ۱۳۹۴: ۵). در حقیقت عنوان داستان، «با دلالت مستقیم یا نمادین به موضوع داستان، اولین عاملی است که خواننده را در شکل دهی به معنای متن و حصول رویکردی خاص به آن هدایت می‌کند» (Genette & Maclean, 1991: 275). گاهی عنوان داستان «سرنخ خوبی به ما می‌دهد تا پیام داستان را پیدا کنیم» (پرین، ۱۳۹۰: ۷۰). عنوان‌شناسی، بررسی عنوان به مثابه متنی در کنار متن اصلی و مهمترین عنصر نشانه‌شناسی است؛ زیرا «نشانه زبانی است که در رأس متن قرار می‌گیرد، به آن چارچوب می‌دهد و خواننده را برای خواندن آن جذب می‌کند» (رحیم، ۲۰۱۰: ۳۲۲).

در کلیت داستان، سه نقش را می‌توان برای عنوان تعریف کرد: ۱- آشکار کننده هویت داستان است؛ مانند استفاده از نام شخصیت برای عنوان. ۲- نقش نمادین و تمثیلی دارد و به معنای متن دلالت می‌کند. ۳- عنوان، سرنخی برای یافتن پیام داستان است» (صالحی ساداتی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۳). گاهی نامی که نویسنده برای اثر خود انتخاب می‌کند، خطوط فکری، خصوصیات و ویژگی‌های نویسنده را نیز مشخص می‌کند؛ همچنین «از طریق عنوانی که آگاهانه انتخاب شود، می‌توان به کلیت اثر، ذهنیت و نگاه نویسنده پی برد» (همان، ۵۲). شفیع کدکنی در اهمیت این موضوع می‌گوید: «نام اثر نه تنها برای دریافت خود اثر که برای دریافت ویژگی‌های خالق اثر نیز کافی است. هیچ ضرورتی ندارد که برای تحلیل ساحت‌های جمال‌شناسی یک شاعر حتماً دیوان‌های او خوانده شود، می‌توان از روی نام کتاب‌ها، ذهنیت او را تحلیل کرد» (شفیع کدکنی، ۱۳۸۶: ۴۴۲). از نظر ژرار ژنت عنوان، نقش پیرامنتی دارد و «به مجموعه عواملی که حول یک متن تشکیل می‌شوند - بدون در نظر گرفتن خود متن - پیرامتن می‌گویند» (ژوو، ۱۳۹۴: ۱). از نظر او عنوان در نقش یک پیرامتن، اهداف و رهاورد داستان و رمان را مشخص می‌کند. «عنوان، نقش پیرامنتی دارد و عناصر درون‌متنی در داستان می‌تواند همان عناصر داستان و مجموعه‌ای از شگردها و تکنیک‌هایی که یک نویسنده در متن به کار می‌گیرد، باشد. همچنین عناصر برون‌متنی می‌تواند مجموعه‌ای از عوامل سیاسی، فرهنگی، ایدئولوژی‌های حاکم در عصر نویسنده و... باشد که بدون آگاهی از آن‌ها گاهی فهم متن دشوار و غیرممکن می‌شود» (محمدی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۹۲).

یونسی درباره شاخص‌های عنوان خوب می‌گوید: «در شاخصه‌های عنوان خوب برای داستان، تازگی و نوآوری، برانگیختگی تفکر، تحریک اشتیاق خوانندگان و ترغیب آن‌ها به خواندن، گیرایی و تسخیر ذهن و نگاه خواننده، پرهیز از عنوان‌های دراز دامن و الهام‌بخش بودن مؤثر است» (یونسی، ۱۳۸۲: ۱۳۰-۱۱۰). ژنت بر اساس معیار جایگزینی، دو گونه پیرامتن را از هم متمایز می‌کند و از آن‌ها با عناوین درون‌متن و برون‌متن یاد می‌کند. «وی پیرامتن‌هایی را که درون کتاب به چشم می‌خورند (عنوان، دیباچه، پاورقی‌ها و سرفصل‌ها) درون‌متن نامید؛ و مجموعه پیرامتن‌هایی را که لاقل در همان ابتدای پیدایش متن در خارج از اثر جای گرفته‌اند (از جمله مصاحبه‌ها، مراسلات و یادداشت‌های روزانه شخصی) برون‌متن نام نهاد» (ژوو، ۱۳۹۴: ۴). بنا بر نظر او، عنوان یک عنصر درون‌متن است که هرگز از خود متن جدا نیست. ژرار ژنت چهار کارکرد را برای عنوان در نظر می‌گیرد: کارکرد هویتی، توصیفی، ارزش‌گذاری ضمنی و جذب‌کنندگی.

در این پژوهش به بررسی این کارکردها در آثار بازنویسی شده کلیل و دمنه (به روایت مهدی آذرزیدی، محمدحسن شیرازی و داود لطف‌الله) پرداخته می‌شود. درباره اهمیت کتاب کلیل و دمنه باید گفت که این اثر، مفاهیم و پیام‌های تربیتی و اخلاقی ارزشمندی برای گروه‌های سنی کودک و نوجوان دارد. «کتاب کلیل و دمنه سرشار از تمثیل‌ها و کنایه‌هاست که در هر یک دقایق ظریف نهفته است و در حقیقت زمینه‌ای است برای ارائه گوشه‌ای از طبیعت انسان و حیات او» (یوسفی، ۱۳۷۶: ۱۵۳). در این پژوهش، مهم‌ترین داستان‌های بازنویسی شده کلیل و دمنه از سه بازنویس (آذرزیدی، شیرازی و لطف‌الله) انتخاب شده است. آثار این بازنویسان تا حدودی از نظر ساختار و خلاقیت در بازنویسی، بهتر از دیگر آثار بودند. آثار آذرزیدی به عنوان اولین و قدیمی‌ترین بازنویسی و آثار شیرازی و لطف‌الله به ترتیب به عنوان تازه‌ترین بازنویسی‌ها برای بررسی انتخاب شدند.

۱-۱ بیان مسأله

بازنویسی متون کهن ادبی، همواره مورد توجه نویسندگان حوزه ادبیات کودک و نوجوان بوده است. بازنویسی آثار ادبی گذشته برای کودکان و نوجوانان ارزشمند است؛ از آن جهت که مخاطبان خود را با متون کهن، میراث فرهنگی- ادبی، فرهنگ و هویت ملی آشنا می‌کند. بازنویسی در اصل یک راهنما برای ارتباط مخاطب با متن اصلی است. یکی از آثار مهم و قابل توجه در زمینه بازنویسی متون کهن، کلیل و دمنه است؛ اثری جذاب با حکایت‌های خواندنی برای گروه سنی کودک و نوجوان. آشنایی کودکان و نوجوانان با این اثر، به نوعی آشنا شدن با برخی مفاهیم زندگی، اجتماع و جلوه‌های مختلف جامعه‌ای است که در آن زندگی می‌کنند. کتاب کلیل و دمنه سرشار از تمثیل‌ها و داستان‌های زیبایی است که مهم‌ترین نکات و مسایل تربیتی و اخلاقی در آن نهفته است. این نکات در یک داستان خلاق می‌تواند برای مخاطبان جذاب باشد. قصه‌ها و حکایت‌های کلیل و دمنه در متن اصلی، عنوان مشخصی ندارند. نویسنده در بازنویسی خود برای هر داستان، عنوانی برمی‌گزیند. نویسنده با برگزیدن عنوان مناسب برای داستان، نظر خواننده را به آن داستان جلب می‌کند و او را به خواندن ترغیب می‌کند. بازنویسان آثار کهن می‌توانند با الهام گرفتن از این نظریه و دیدگاه‌ها، عنوان مناسب و خلاق برای داستان‌های خود انتخاب کنند.

۲-۱ پرسش‌های پژوهش

مهم‌ترین پرسش‌های این پژوهش عبارتند از: ۱. عنوان داستان‌های بازنویسی شده کلیل و دمنه بیشتر با کدام طبقه‌بندی و کارکردهای عنوان از نظر ژنت همخوانی دارد؟ ۲. کدام کارکرد و طبقه‌بندی می‌تواند در ایجاد عنوانی خلاق و مناسب، تأثیرگذار باشد؟

۱-۳) پیشینه تحقیق

درباره بررسی عنوان داستان‌های بازنویسی شده کلّیله و دمنه، اثری مستقل تدوین نشده است؛ اما در مورد عنوان در آثار مختلف ادبی، پژوهش‌هایی صورت گرفته که به برخی از مهم‌ترین‌ها اشاره می‌شود. نامورمطلق (۱۳۸۸) در مقاله «عنوان‌شناسی آثار هنری و ادبی ایرانی، مطالعه نشانه‌شناختی عنوان هنری از قرن چهارم تا دوازدهم، با رویکرد نشانه‌شناسی»، عناوین آثار ادبی و معمارانه فرهنگ ایرانی را از قرن چهارم ه.ق تا پایان دوره صفوی مورد مطالعه قرار داده و سپس به نقش اقتصادی عناوین امروزی اشاره کرده است. بشیری و آقاجانی کلخوران (۱۳۹۵) در مقاله «بررسی تطبیقی عنوان در رمان‌های ادبیات پایداری با تکیه بر رمان‌های اُمّ سعد و دا» به بررسی تطبیقی این دو رمان از نظر پیرامنتیت ژرار ژنت و عنوان درون‌متنی و برون‌متنی پرداخته و ارتباط عنوان داستان با محتوای آن را مشخص کرده‌اند. نتایج نشان داده که عنوان این دو اثر برگرفته از محتوای آن‌هاست و از نظر پیرامنتیت، داستان‌هایی با عنوان درون‌متنی هستند و عنوان مضمونی دارند. صالحی ساداتی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله «بررسی عنوان داستان‌های جنگ حوزه کودک و نوجوان (دهه شصت و هفتاد)» به بررسی ۲۷۶ عنوان کتاب داستان کودک و نوجوان در این دو دهه پرداخته‌اند. در این پژوهش، به بررسی ساختار و عناصر درون‌متنی و برون‌متنی در گزینش عنوان پرداخته شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که ساختار عنوان داستان‌ها در دهه شصت بیشتر ساده است.

نجفی بهزادی (۱۴۰۱) در مقاله «تحلیل عنوان رمان‌های نوجوان از دیدگاه توصیفی ژرار ژنت» به این نتیجه رسید که رمان‌های «هستی» و «زیبا صدایم کن» به ترتیب کارکردی هویتی و مضمونی دارند. عنوان‌های برون‌متنی به دلیل ارجاع برخی از اطلاعات به پس‌زمینه ذهن مخاطب، نقش مهمی در مشارکت خواننده در داستان و مفاهیم آن دارند. درباره نقد آثار بازنویسی شده از کلّیله و دمنه نیز پژوهش‌های صورت گرفته که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

دارنگ (۱۳۹۱) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «بررسی بازنویسی‌ها و بازآفرینی‌های کلّیله و دمنه برای کودکان و نوجوانان، به این نتیجه رسید که در این دوره، نویسندگان بیشتر به بازنویسی ساده توجه داشته‌اند. امینی و نجفی (۱۴۰۳) در مقاله «تحلیل داستان‌های بازنویسی شده کلّیله و دمنه بر اساس ابعاد روایت‌مندی نیکولایا به این نتیجه رسیدند که با استفاده از ابعاد روایت‌مندی می‌توان ساختار جدید و خلاق در داستان‌های بازنویسی ایجاد کرد. نجفی بهزادی و ادراکی (۱۴۰۲) در مقاله «تحلیل حکایت‌های بازنویسی شده کلّیله و دمنه بر اساس انواع اقتباس» به این نتیجه رسیدند که بازنویسان از معیارهای بازنویسی خلاق استفاده چندانی نکرده‌اند و حکایت‌ها به صورت ساده بازنویسی شده‌اند. صفری و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله «عناصر داستان در قصه‌های بازنویسی کلّیله و دمنه» به تحلیل عناصر داستانی پرداخته‌اند و راهکارهایی برای بهتر شدن بازنویسی‌ها ارائه داده‌اند؛ از جمله استفاده از فضا سازی و عنصر کشمکش برای جذب مخاطب. آدینه (۱۳۹۶) در مقاله «نقد مجموعه داستان‌های اقتباسی کلّیله و دمنه» به بررسی عناصر داستانی در چهار مجموعه اقتباسی پرداخته است. نتایج نشان داد که افزودن برخی حیوانات و نامگذاری آن‌ها، شبکه استدلالی داستان را تضعیف کرده است. حدادی و کمال‌الدینی (۱۳۹۸) در مقاله «تحلیلی بر بازنویسی‌های کلّیله و دمنه اثر مهدی آذر یزدی»، به این نتیجه رسیده‌اند که آثار مهدی یزدی از موفق‌ترین نمونه‌های این نوع هستند. ساسانی و جوادی‌راد (۱۴۰۰) در مقاله «اصول ساده‌سازی متن‌های کهن ادبی: مطالعه موردی کلّیله و دمنه» به این نتیجه رسیدند که سه نوع رویکرد به سازوکار ساده‌سازی متن‌های ادبی کهن فارسی مشاهده می‌شود: ۱. گرایش به وفاداری هم به محتوا و هم در صورت متن اصلی؛ ۲. گرایش به وفاداری به محتوا و دست‌کاری در صورت متن اصلی؛ ۳. گرایش به دست‌کاری هم در محتوا و هم در

صورت متن اصلی. بر اساس بررسی‌های موجود، مشخص شد که تاکنون پژوهشی که به صورت شاخص به بررسی انواع اقتباس در داستان‌های بازنویسی شده کلیل و دمنه برای گروه سنی نوجوان پرداخته باشد، صورت نگرفته است و این پژوهش در نوع خود بکر و تازه است.

۴-۱) روش تحقیق

روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی و شیوه گردآوری اطلاعات در قالب بررسی اسناد کتابخانه‌ای است. در پژوهش حاضر، عنوان داستان‌های بازنویسی شده کلیل و دمنه به روایت مهدی آذریزدی، محمدحسن شیرازی و داود لطف‌الله بر پایه کارکردهای عنوان ژرار ژنت بررسی و تحلیل شده است.

۲) مبانی نظری پژوهش

در این بخش، مهم‌ترین رویکردهای نظری تحقیق بررسی می‌شوند. رویکردهای ژرار ژنت درباره عنوان و کارکردهای آن شرح داده می‌شود.

۲-۱) کارکرد هویتی

یکی از کارکردهای مورد بررسی در مسأله عنوان داستان‌ها، کارکرد هویتی است. این نوع کارکرد در واقع هویت و شناسنامه اثر محسوب می‌شود. «از عنوان، قبل از هر چیز، برای تعیین یک کتاب یا نامیدن آن استفاده می‌شود. عنوان یک اثر به تنهایی معیار کافی و مناسبی برای بازشناسایی آن اثر است» (ژوو، ۱۳۹۴: ۶). اغلب داستان‌های مورد بررسی در این نوع، از اسم شخصیت‌های داستان برای عنوان استفاده می‌کنند تا به نوعی هویت شخصیت و قهرمان داستان را برای مخاطب برجسته کند. برای نمونه رمان «هستی» اثر فرهاد حسن‌زاده که برای گروه سنی نوجوان نوشته شده، هویت و هستی شخصیت اصلی اثر یعنی «هستی» را به نمایش می‌گذارد. انتخاب واژه «هستی» برای عنوان رمان، تأمل برانگیز است. «هستی دختری است که می‌خواهد هستی و وجود خود را آن‌گونه که دوست دارد و هستی اوست به خانواده و جامعه نشان دهد. این مسأله در متن داستان نیز دیده می‌شود» (نجفی‌بهزادی، ۱۴۰۱: ۲۹۸)؛ اما درباره عنوان داستان‌های بازنویسی شده کلیل و دمنه می‌توان گفت چون هدف اصلی اثر، آموزش مسایل تعلیمی و اخلاقی در قالب حکایت‌های جذاب است، عنوان‌هایی که به شکل نام شخصیت‌ها، مخصوصاً شخصیت‌های جانوری و گیاهی و... انتخاب می‌شوند، بیشتر برای جذابیت و برجسته کردن مفهوم و مضمون اخلاقی-تربیتی داستان و قصه است؛ بنابراین کارکرد هویتی در داستان‌های بازنویسی شده، کاربرد کمتری دارد.

۲-۲) کارکرد توصیفی

عنوان، اطلاعاتی درباره محتوا یا قالب یک اثر ارائه می‌دهد. «اگر عنوان اثری مانند «بینوایان» به مثابه ارجاعی به قهرمانان متعدد اثر حماسی هوگو و در نتیجه، محتوای اثر باشد، عنوانی مانند دست نوشته پیدا شده در ساراگوسا معرف متنی است که در حقیقت مادی و ملموس خود (به صورت دست نوشته) پیدا شده است. از نظر ژنت دسته اول که درباره محتوا هستند، عناوین مضمونی و دسته دوم که درباره فرم یا قالب یک اثر هستند، عناوین صوری نامیده می‌شوند» (ژوو، ۱۳۹۴: ۶). از نظر منتقدان و داستان‌نویسان مدرن، عنوان داستان باید به گونه‌ای باشد که آشکارا محتوا و مضمون اثر را بیان نکند. «عنوان

داستان باید تازه باشد، برانگیزاننده فکر باشد، نگاه مخاطب را تسخیر کند، طرح داستان را آشکار نکند، متناسب با داستان باشد» (یونسی، ۱۳۸۲: ۱۱). کارکرد توصیفی دارای زیر مجموعه‌هایی است که به آن‌ها اشاره می‌شود.

۲-۲-۱) عنوان مضمونی

عنوان‌های مضمونی زیر مجموعه‌های متنوعی دارد و به شیوه‌های متعددی شکل می‌گیرند: ۱. عنوان‌های موضوعی: عنوان‌هایی که به محتوای متن اشاره دارند. برای مثال «گزند دلبستگی‌های لاکلوس» خطرات روابط عاشقانه را گوشزد می‌کند. ۲. عنوان‌های کنایی: در این نوع عنوان‌ها، به یک عنصر ثانوی یا به یکی از شخصیت‌های جنبی اثر اشاره می‌کند. در باباگوریو اثر بالزاک، قهرمان اصلی داستان، راستی نیاک است نه باباگوریو پیر و فرتوت. ۳. عنوان استعاری: عنوان‌هایی که محتوای متن را اغلب به صورت سمبولیک بیان می‌کند. مثلاً (سفر به انتهای شب) که به طور استعاری به سلوک درونی قهرمان داستان اشاره دارد. ۴. عنوان‌های تعریضی به طرزی ریشخندگونه به معرفی ضد مطالبی که از محتوای متن برمی‌آیند، می‌پردازند. این عنوان‌ها، به گونه‌ای استهزاآمیز به بیان مطالبی می‌پردازند که برخلاف ساخت و ساختار داستان است. برای نمونه در رمان (شعف زندگی) اثر زولا برخلاف عنوانش، قهرمان اثر با مرگ دست و پنجه نرم می‌کند» (ژوو، ۱۳۹۴: ۷).

۲-۲-۲) عنوان‌های صوری

«عنوان‌هایی که به متن همانند یک شیء می‌نگرند، به انعکاس موضوعی که در شرح آن کتاب رفته، نمی‌پردازند؛ بلکه شیوه‌ای را که موضوع در قالب آن پرورانیده شده است، به ذهن متبادر می‌کند» (همان: ۸).

۲-۲-۳) عنوان‌های مختلط

«عنوان‌های مختلط که هم زمان هم شامل عنوان‌های مضمونی و هم دربرگیرنده عنوان‌های صوری هستند. نمونه آن کتاب خنده و فراموشی است» (همان: ۹).

۲-۲-۴) عنوان‌های مبهم

«عنوان‌های مبهم که هم می‌تواند بازتاب دهنده جنبه صوری و هم معرف محتوای اثر باشد، بی‌آنکه خواننده بتواند مرز میان آن دو را تشخیص دهد» (همان: ۹).

۳-۲) کارکرد جذب کنندگی

اولین برخورد مخاطب با اثر از طریق عنوان صورت می‌گیرد که می‌تواند نقش مهم و تعیین‌کننده‌ای در جذب خواننده داشته باشد. «عنوان باید چشم‌گیر، تأثیرگذار و جذاب باشد. نامی تأثیرگذار است که نشان دهد داستان یا کتاب درباره چیست؛ البته نباید بیش از حد لازم موضوع را آشکار کند» (یافا، ۱۳۸۸: ۴۲). از آنجا که عنوان، کارکردهای متفاوتی دارد و نشانی از هویت متن محسوب می‌شود، «نویسندگان در انتخاب آن بر اساس دلایل متعددی عمل می‌کنند و آن را مانند نقابی بر چهره متن می‌گذارند تا حس کنجکاوی مخاطب را برانگیزند و او را به کاوش در متن وادارند» (محمّدی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۹۲). مهم‌ترین زیرمجموعه‌های کارکرد جذب کنندگی، شکل ظاهری، بازی‌های آوایی، عنوان پرسش برانگیز، جهان شمول و هنجارشکن است.

۲-۴) ارزش‌گذاری ضمنی

«ارزش ضمنی به کلیه معانی جانبی یک عنوان که همواره مستقل از کارکرد توصیفی مطرح می‌شود، دلالت دارد. معانی ضمنی بسیار گوناگونند؛ به طوری که نمی‌توان فهرست جامعی از آن‌ها عرضه کرد. یک عنوان می‌تواند به گونه‌ای

تکریم‌آمیز یا به عکس تمسخرآمیز هم تداعی‌کننده شیوه نوشتاری یک نویسنده، یک اصل یا یک گونه ادبی خاص باشد و هم معرف ویژگی‌های یک شاخه ادبی» (ژوو، ۱۳۹۴: ۷).

۳) بحث و بررسی

ژرار ژنت در کتاب زمینه‌ها (۱۹۸۷) پژوهش کاملی درباره آستان‌های متن یا درگاه‌های ورود به متن انجام داده که جزء اصلی‌ترین و کامل‌ترین منابع ارجاعی پژوهشگران در عنوان‌شناسی است. در این بخش، عنوان داستان‌های بازنویسی شده کلیله و دمنه، بر اساس رویکرد ژرار ژنت بررسی می‌شود.

۳-۱) کارکرد توصیفی

۳-۱-۱) عنوان موضوعی

موضوع داستان‌های بازنویسی شده کلیله و دمنه مسایل اخلاقی و تعلیمی است و در واقع داستان‌هایی پندآموز هستند که به دنبال انتقال مفاهیم اخلاقی به نوجوان هستند. این موضوع در عنوان داستان‌ها هم مشهود است. در این آثار عناوینی را می‌توانیم بیابیم که به وضوح، مضمون و محتوای اصلی داستان را آشکار می‌کنند؛ عنوان‌هایی که در داستان‌های بازنویسی شده به روایت محمدحسن شیرازی به کار برده شده است؛ مانند داستان بوزینه‌هایی که یک کرم شب‌تاب را به اشتباه شعله آتش می‌دانند و با گذاشتن هیزم بر روی آن سعی در روشن کردن آن دارند و کبوتری که شاهد این ماجراست، اصرار دارد که اشتباه بوزینه‌ها را به آن‌ها بفهماند که سرانجام سر از تن کبوتر جدا می‌کند و عاقبت کبوتر، مرگ می‌شود که این داستان «سرانجام نصیحت جاهلان» نام گرفته که مضمون اصلی داستان را به نمایش می‌گذارد. داستان دیگری که «عاقبت تنبلی» (شیرازی، ۱۳۸۹: ۹۵) نام دارد، داستان سه ماهی را بازگو می‌کند که وقتی متوجه حضور صیادان می‌شوند، دو ماهی که باهوش‌تر بودند از برکه فرار می‌کنند اما ماهی سوم هیچ تلاشی برای فرار نمی‌کند و گرفتار می‌شود. «تصمیم عجولانه»، بیانگر محتوای اصلی قصه‌ای است که در آن مردی یک بچه میمون را بزرگ کرده و در یک لحظه که میمون را خون‌آلود می‌بیند، با فکر این که به فرزندش آسیب رسانده، آن را می‌کشد و پس از آن متوجه می‌شود آن حیوان، جان فرزندش را نجات داده و مار را کشته است؛ پس در اصل، این داستان نمایانگر یک پیش‌داوری اشتباه و یک تصمیم عجولانه است. «عاقبت طمع» و «پاداش خوبی»، عنوان‌های دیگری هستند که محمدحسن شیرازی برای داستان‌های بازنویسی خود انتخاب کرده (همان: ۸۵) و بیانگر محتوای اصلی داستان هستند. برای نمونه برخی از عنوان داستان‌های بازنویسی شده کلیله و دمنه به صورت «خرگوش باهوش» و «کبوتر جهانگرد»، «شغال زیرک»، «کبوتر کم‌صبر»، «مرغان کارآگاه» و «شترخوش‌باور» ذکر شده است. عناوین انتخاب شده به وسیله بازنویسان، بیشتر در خدمت انتقال مضامین و پیام‌های قصه هستند تا برجسته‌سازی هویت شخصیت‌ها. عنوان داستان نباید مضمون و محتوای داستان را برای مخاطب آشکار کند. مناسب‌ترین عنوان، آن است که مخاطب را به خوانش داستان جذب کند و پرسش برانگیز باشد. بازنویسان همانند متن اصلی، از شخصیت‌های حیوانی برای عنوان داستان‌ها استفاده کردند؛ برای مثال در کلیله و دمنه حکایت «مردی که با یاران خود به دزدی رفت» (منشی، ۱۳۸۸: ۴۹) را داود لطف‌الله با عنوان «شب و ستاره و دزد» (لطف‌الله، ۱۳۹۹: ۲۳) و محمدحسن شیرازی با عنوان «دزد نادان» (شیرازی، ۱۳۸۹: ۴۱) بازنویسی کرده‌اند. تفاوتی که از نظر ساختاری میان عنوان حکایت‌ها در کلیله و دمنه و متن بازنویسی شده مشاهده می‌شود، کوتاهی و ایجاز در عنوان‌هاست. لطف‌الله با خلاصیت بیشتری عنصر شب و ستاره را متناسب با عمل دزدی در عنوان می‌گنجاند تا ضمن کوتاهی و ایجاز، تناسب محتوا و عنوان

هم مد نظر باشد. وی به جای اشاره مستقیم به درون‌مایه، از کلمات و ترکیب‌هایی استفاده می‌کند که به صورت غیرمستقیم با عمل دزدی و محتوای داستان ارتباط دارند؛ با استفاده از کلماتی چون شب و ستاره، فضاسازی لازم را انجام می‌دهد.

بهرتر است عنوان داستان به صورت ضمنی با موضوع و درون‌مایه داستان ارتباط داشته باشد تا مخاطب برای کشف معنا تأمل و تلاش کند و از این طریق در داستان مشارکت داشته باشد. شیرازی با اضافه نمودن صفت «نادان» برای دزد در عنوان، به نوعی درون‌مایه داستان را افشا می‌کند. حکایت «ماهی خوار و خرچنگ» (منشی، ۱۳۸۸: ۸۲) را لطف‌الله با عنوان «خرچنگ و مرغ ماهی‌خوار» (لطف‌الله، ۱۳۹۹: ۹۰)، شیرازی با عنوان «ماهی خوار حيله‌گر» (شیرازی، ۱۳۸۹: ۴۹) و مهدی آذریدی با عنوان «خرچنگ و مرغ ماهی‌خوار» (آذریدی، ۱۴۰۰: ۶۷) بازنویسی کرده‌اند. حکایت «سه ماهی که در آبگیری بودند» (منشی، ۱۳۸۸: ۹۱) را داود لطف‌الله با عنوان «آبگیر مرگ» (لطف‌الله، ۱۳۹۹: ۱۹۵) و محمدحسن شیرازی با عنوان «عاقبت تنبلی» (شیرازی، ۱۳۸۹: ۹۱) بازنویسی کرده‌اند. لطف‌الله از طریق عنصر ادبی تشبیه عنوان داستان «آبگیر مرگ» را انتخاب می‌کند که تا حدودی درون‌مایه داستان را افشا می‌کند که جذابیت ادبی بیشتری نسبت به عنوانی که شیرازی انتخاب کرده، دارد. «عاقبت تنبلی» درحقیقت درون‌مایه داستان است که بازنویس به مانند متن اصلی آن را آشکارا بیان کرده است. عناوینی که داود لطف‌الله برای داستان‌های بازنویسی شده کلیده و دمنه انتخاب کرده، نسبت به عنوان‌هایی که شیرازی برای داستان‌های خود به کار برده، خلاقانه‌تر به نظر می‌رسد؛ از این نظر که اغلب این عناوین، پایان داستان را مشخص نمی‌کنند و مخاطب از همان ابتدای داستان، نمی‌تواند پایان را پیش‌بینی کند و همین نکته باعث ترغیب او برای خواندن داستان می‌شود. آذریدی عنوان‌هایی را انتخاب کرده که با متن اصلی هماهنگی بیشتری دارند. بازنویسان معمولاً به هنگام بازنویسی متون و حکایات کهن، در اولین گام، به منظور ایجاد آشنایی‌زدایی و برجسته‌سازی در مخاطب، به ویژه مخاطب گروه سنی کودک و نوجوان، عناوینی را برای داستان‌ها در نظر می‌گیرند که علاوه بر اینکه اشاره‌ای ضمنی، کوتاه و گذرا به محتوای داستان دارد، در نظر خواننده جدید، متفاوت و حاوی رگه‌هایی از تخیل باشد، تا در همان قدم اول توجه مخاطب را برای خواندن داستان جلب نمایند. «بازنویسان همواره در تلاش هستند تا نهایت خلاقیت خود را برای انتخاب عنوان داستان‌های بازنویسی شده به کار ببرند و عناوینی مناسب خلق کنند» (نجفی‌بهزادی، ۱۴۰۱: ۳۴). عنوان‌هایی چون: «کبوتر کم‌صبر، شتر خوش‌باور، اشتباه اردک، عاقبت تنبلی و...» با ذکر صفت‌هایی در ترکیب عنوان، به نوعی محتوای اثر را بازگو می‌کنند و میزان کنجکاوی، قوه پرسش‌گری و مشارکت خواننده در داستان را کاهش می‌دهند. یکی از راه‌های ایجاد خلاقیت در متون بازنویسی، استفاده از عنوان‌های خلاق، جذاب و پرسش برانگیز است. گروه سنی نوجوان به دلیل شرایط روان‌شناختی، توانایی درک موضوعات و مسایل ذهنی و عقلی را دارد. «در دوره نوجوانی، نوجوان تفکر انتزاعی را به دست می‌آورد. تصویرسازی و استدلال‌های پیچیده در این دوره شکل می‌گیرد. نوجوانان توانایی فکر کردن به مفاهیم انتزاعی را دارد و شروع به فکر کردن به ایده‌های مختلفی مثل موضوعات معنوی و عشق می‌کنند» (شعاری‌نژاد، ۱۳۷۹: ۱۳۷)؛ بنابراین استفاده از عناوین خلاقانه، پرسشی و کنجکاو کننده مناسب به نظر می‌رسد. عنوان‌هایی که پرسشی و همراه با ظرافت‌های ادبی باشند.

۳-۱-۱-۱-۳ پردازش نام‌ها و شخصیت‌ها در عنوان

اغلب شاعران و نویسندگان ادبیات کلاسیک، عنوان داستان خود را مطابق نام قهرمان یا شخصیت داستان انتخاب می‌کنند؛ چنین عنوان‌بندی از دیدگاه نشانه‌شناسی، بیشتر نشانه‌ای از نوع «نمایه» به شمار می‌رود که به نقل از پیرس «نه تنها کمترین

شبهات را با موضوع خود دارد، بلکه از نظر روانشناختی نیز به تداعی ناشی از مجاورت وابسته است و نه تداعی ناشی از مشابهت یا عملیات فکری» (سجودی، ۱۳۸۷: ۲۱). مانند داستان‌های گلستان و بوستان و مثنوی که بر اساس نام شخصیت‌ها یا پیام داستان، عنوان مشخص می‌شود. برای داستان‌نویس امروزی؛ عنوان اثر، شاه کلید و رمز فتح معنی و گشایش پیچیدگی‌های آن است؛ به عبارتی، «براعت استهلال» به شمار می‌رود. «این براعت استهلال، در رابطه‌ای قراردادی و نمادین و در فرایند نشانگی یعنی رویکردی تفسیری، رمزگشایی می‌شود» (قاسم‌زاده و افشار، ۱۳۹۲: ۱۰۰). از نظر برخی منتقدان «ضعیف‌ترین عنوان، استفاده از اسم شخصیت‌های داستان است» (یونسی، ۱۳۸۲: ۱۱۱). از دیدگاه نشانه‌شناسی معنایی، «عنوان اثر جاذبه‌ای بیشتر برای ادامه خواندن ایجاد می‌کند و تأثیر متنی آتی را بیشتر می‌سازد؛ اما نبودن عنوان، این زمینه‌سازی معنایی نخستین را به وجود نمی‌آورد؛ در نتیجه، خواننده، شنونده یا بیننده با پیش ذهنیت کمتر به سراغ متن می‌رود» (ساسانی، ۱۳۸۹: ۱۶۷)؛ «البته این تعویق معنای متن، به دلیل کنار گذاشتن پیش ذهنیت ناشی از عنوان، گاه ممکن است به هنری‌تر شدن اثر بینجامد» (همان: ۱۶۷). در این داستان‌ها، حیوانات کنشگران داستان هستند. در کتاب مهدی آذرزیدی و محمدحسن شیرازی، استفاده از نام شخصیت‌ها یکی از مؤلفه‌های پرکاربرد در انتخاب عنوان داستان است؛ اما داود لطف‌الله سعی در تغییر داشته و از نام شخصیت‌ها کمتر در عنوان‌ها استفاده کرده است. اگرچه برای کودکان باید از نثر و عنوان ساده استفاده کرد اما ساده‌نویسی نباید مغایرتی با زیبانویسی داشته باشد. برای نمونه می‌توان به عناوین زیر اشاره کرد: «درس عبرت، دانه‌های شوم، آبگیر مرگ، چاه طمع، جواهر مشکل‌گشا، شب و ستاره و دزد و امان از حرف مردم» (لطف‌الله، ۱۳۹۹: ۱۵۳ و ۱۹۵ و ۸۴ و ۲۳۵). استفاده از شگردهای ادبی در عنوان‌ها (تشبیه و استعاره) ضمن جذاب کردن عنوان، مخاطب را به چالش فکری می‌کشاند تا در عین تلاش برای کشف معنا و درک ارتباط عنوان با طرح داستان، از آن لذت هم ببرد. عنوان برجسب یک اثر محسوب می‌شود. اولین برخورد خواننده با اثر از طریق عنوان صورت می‌گیرد. اگر عنوان نتواند مخاطب را به خود جذب کند، خوانش اثر انجام نمی‌گیرد؛ بنابراین در بازنویسی حکایت‌های متون کهن، می‌توان از برخی رویکردها مثل انتخاب عنوان از دیدگاه ژنت استفاده کرد. اغلب نویسندگان ترجیح می‌دهند نام قهرمان داستان را برای عنوان کتاب خود برگزینند، «اما بسیاری نیز عناوینی را می‌پسندند که فریبندگی بیشتری داشته باشد» (یافا، ۱۳۸۸: ۴۲). مهدی آذرزیدی از عناوینی چون: «خرگوش باهوش، کبوتر جهانگرد، روباه حيله گر، موش و زاغ و آهو و سنگ‌پشت، دوستی کبک و شاهین، داوری گربه، موش آهن‌خور، خرچنگ و مرغ ماهی‌خوار، سنگ‌پشت پر حرف، شغال زیرک و کبوتر کم صبر استفاده کرده است که نشان می‌دهد اساس عنوان بر شخصیت داستانی شکل گرفته است (آذرزیدی، ۱۴۰۰: ۵۹ و ۸۵ و ۷۳). محمدحسن شیرازی نیز عناوین داستان‌های بازنویسی خود را بر اساس شخصیت‌های داستانی انتخاب کرده است. عناوینی که به کار برده عبارتند از: «کلیله و دمنه، دزد نادان، ماهی‌خوار حيله گر، زاغ و مار، کبوتران در دام، لاک‌پشت حاضر جواب، خرب‌بی‌مغز، خرگوش و چشمه ماه، بوزینه و لاک‌پشت، پادشاه و برهمنان و زرگر و جهانگرد (شیرازی، ۱۳۸۹: ۵۷ و ۴۹ و ۸۵ و ۹۱). استفاده از عناصر بلاغی مانند تشبیه، استعاره و تشخیص در روایت و نیز در عنوان داستان، به زیبایی زبان داستان کمک می‌کند و نویسنده با استفاده از این عناصر، ساختار جدید و خلاقانه به عنوان و متن می‌بخشد. اهمیت عنوان به عنوان یک عنصر اولیه و دیداری در ارتباط با مخاطب مطرح می‌شود. اولین برخورد مخاطب با عنوان داستان است. پس انتخاب یک عنوان می‌تواند در جذب و خوانش یک اثر نقش مؤثری داشته باشد. «عنوان نقش آشناسازی و برجسته‌کنندگی دارد و سبب جذابیت و جلب توجه مخاطبان می‌شود» (اخوت، ۱۳۷۱: ۲۲۵). داود لطف‌الله نسبت به دو نویسنده دیگر (آذرزیدی و شیرازی) در انتخاب عنوان کمتر از نام شخصیت‌های

داستان استفاده کرده و به سمت مسایل ذهنی و انتزاعی رفته است؛ اما همچنان در میان داستان‌های او عناوینی دیده می‌شود که بر اساس شخصیت‌های داستانی انتخاب شده‌اند؛ مانند: دل میمون و طوطی‌های بد زبان.

۳-۱-۱-۲) پردازش عنوان با اسم حیوانات

جذابیت حکایت‌های کللیله و دمنه برای خواننده کودک و نوجوان بیشتر به دلیل حضور شخصیت‌های متفاوت و گوناگون حیوانی است. شخصیت‌هایی که نقش‌های مهمی در پیشبرد حوادث داستان ایفا می‌کنند. کللیله و دمنه دو شخصیت مهم هستند که رفتار و اعمالشان بازتاب و نمود رفتار و کنش‌های انسانی است. «حکایت‌های کللیله و دمنه اغلب رویکردی تمثیلی دارند؛ به گونه‌ای که روابط حاکم بر عوالم حیوانات بر روابط حاکم در جامعه انسانی، یکسان قلمداد می‌شود» (مشهور و شاهسونی، ۱۳۹۰: ۲۲۳). شخصیت‌های حیوانی در داستان‌های تمثیلی کللیله و دمنه، نمادی از شخصیت‌های انسانی‌اند؛ از این رو می‌توان رفتارهای آنان را بر اساس برخی ویژگی‌های انسانی تحلیل نمود. عنوان داستان‌های بازنویسی شده مورد بررسی در این پژوهش، ترکیبی از اسم حیوان و صفت‌های انسانی است؛ عنوان‌هایی نظیر: ماهی‌خوار حيله گر، لاک‌پشت حاضر جواب، خر بی مغز، شغال زیرک، کبوتر کم‌صبر، و شتر خوش‌باور. هدف مهم داستان کهنی چون کللیله و دمنه، انتقال مفاهیم اخلاقی و تربیتی در قالب حکایت‌های خواندنی و جذاب است. بازنویسان نیز به تبعیت از متن اصلی، برای انتقال مؤثرتر مفاهیم اخلاقی، عناوین داستان‌های بازنویسی شده را به گونه‌ای انتخاب می‌کنند که منتقل‌کننده ویژگی‌ها و صفت‌های مهم اخلاقی برای گروه سنی کودک و نوجوان باشد. از میان ۲۵ حکایتی که مهدی آذریزدی از کللیله و دمنه بازنویسی کرده، عنوان ۲۲ داستان نام شخصیت‌هاست؛ همچنین محمدحسن شیرازی نیز از میان ۲۲ داستان، عنوان ۱۳ اثر را به نام شخصیت‌های اصلی اختصاص داده است. شاید یکی از دلایل انتخاب نام شخصیت‌ها برای عنوان، استفاده از ظرفیت‌های نام حیوانات، شخصیت‌های گیاهی و اشیا برای جلب توجه مخاطب کودک و به نوعی ایجاد جذابیت بوده است. در کنار استفاده از نام حیوانات که می‌تواند برای مخاطب جالب باشد، می‌توان از خلاقیت‌های ادبی نیز بهره برد. بازنویسان می‌توانند برای انتخاب عنوان داستان‌ها از ظرفیت‌های ادبی (ترکیب تشبیهی یا استعاری یا استفاده از نماد) نیز بهره بگیرند.

۳-۱-۱-۳) عنوان تعریضی

در داستان‌های بازنویسی شده کللیله و دمنه می‌توان نمونه‌هایی از عنوان‌های تعریضی را مشاهده کرد. مهدی آذریزدی عناوینی برای داستانش انتخاب کرده که محتوای داستان برخلاف آن چیزی است که در عنوان ذکر شده است. از عنوان داستان «دوستی کبک و شاهین»، این گونه برداشت می‌شود که این دو پرنده همیشه کنار هم و با هم دوست هستند؛ اما محتوا، برخلاف آنچه از عنوان برداشت می‌شود، داستان کبکی را بازگو می‌کند که به امید زندگی بهتر، با شاهین دوست می‌شود؛ اما در پایان طعمه شاهین می‌شود. بدین ترتیب، عنوان داستان با توجه به آنچه از محتوای آن برداشت می‌شود، حالتی استهزایی و معکوس دارد. داستان «داوری گربه»، ماجرای کبک و تیهویی است که برای داوری و اجرای عدالت، نزد گربه می‌روند که گربه هر دوی آن‌ها را می‌خورد. این عنوان، به شکل طنز و ریشخندگونه به محتوای اصلی داستان اشاره دارد. دو پرنده که نمی‌توانند مشکل پیش آمده را بین خود حل کنند و برای داوری و قضاوت میان خود نزد گربه که دشمن پرندگان محسوب می‌شود، می‌روند در آخر از زبان گربه بیان می‌شود که: «وقتی دو موجود ضعیف نمی‌خواهند حق خودشان را بشناسند و شکایت خود را نزد بیگانه زورمند می‌برند، عدالت چنین حکم می‌کند که من فعلاً شکم خود

را سیر کنیم! (آذریزدی، ۱۴۰۰: ۵۸). عنوان تعریضی دیگری که مهدی آذریزدی برای یکی از داستان‌های بازنویسی خود انتخاب کرده، «دوستی خرس» است. این داستان، ماجرای پیرمرد باغبانی است که با خرس دوست می‌شود اما این خرس برای دور کردن مگس‌ها از آن مرد، سنگی بر سر او می‌زند و او را می‌کشد. «این عنوان اگرچه از لحاظ ظاهری، ترکیبی مثبت است اما از لحاظ محتوایی، عاری از هرگونه حقیقت و معناست» (بنی‌طالبی و فروزنده، ۱۴۰۱: ۳۲). در واقع، آذریزدی به شکل طعنه‌آمیز به محتوای داستان اشاره داشته و دوستی خرس را به حالت ریشخند و استهزاگونه بیان کرده است. آذریزدی با انتخاب عناوین تعریضی، در واقع به گونه‌ای مخاطب خود را غافلگیر می‌کند. خواننده وقتی کلمه دوستی را در عنوان داستان می‌بیند، می‌فهمد با داستانی روبه‌رو است که همدلی و یاری و دوستی در آن است؛ اما در پایان، با مرگ پیرمرد باغبان به دست خرس که دوست او بود، خواننده با تضاد و نوعی دوگانگی در عنوان و مفهوم داستان روبه‌رو می‌شود. انتخاب چنین عنوان‌هایی باعث پرورش قوه تفکر و کنجکاوی در مخاطب نوجوان می‌شود. گاهی لذت بخشی متن و داستان از مسیر انتخاب عنوان مناسب برای خواننده ایجاد می‌شود. نویسنده می‌تواند طرح‌واره‌های ذهنی و درک و استنباط اولیه مخاطب از داستان را به هم بریزد و به نوعی با خلق موقعیت و حوادث جدید، او را غافلگیر کند. مسأله‌ای که در انتخاب عنوان داستان‌های بازنویسی شده آذریزدی بیان شد. درحقیقت بازنویس با استفاده از شگرد انتخاب عنوان، می‌تواند زمینه خوانش دیگری از اثر را فراهم کند. اگر بپذیریم که «هر خوانش پویایی از عنوان اثر آغاز می‌شود؛ چه بسا از این رهگذر بتوان زمینه‌های دیگرگونه خواندن آثار ادبی را مهیا نمود» (رحیم، ۲۰۰۸م: ۳۳۴، به نقل از قاسم‌زاده و افشار، ۱۳۹۲: ۱۰۲). در میان آثار بازنویسی شده مورد بررسی در این پژوهش، تنها در عنوان داستان‌های بازنویسی شده آذریزدی از عناوین تعریضی استفاده شده است. استفاده از این عنوان نقش مهمی در مشارکت خواننده در خوانش داستان و ترغیب او دارد.

۳-۲) کارکرد جذب‌کنندگی (عنوان‌های جهان‌شمولی، هنجارشکن و پرسشی)

یکی از کارکردهای مهم عنوان، کارکرد جذب‌کنندگی است. این امر به برجسته‌سازی اثر و مجذوب کردن خوانندگان و ترغیب آن‌ها برای خواندن متن و داستان کمک می‌کند. عنوان می‌تواند هم به وسیله شکل ظاهری و هم به سبب محتوای ذاتی خود به این مهم دست یابد. در حوزه شکل ظاهری، عواملی مانند بازی‌های آوایی، عناصر بلاغی، اطناب عنوان و یا اختصار و همچنین از نظر محتوایی، زیرمجموعه‌هایی همچون پرسش‌انگیز بودن، هنجار شکنی، بی‌تناسبی و ناسازگاری و جهان‌شمولی، در مجذوب ساختن مخاطب نقش مهمی دارند. در ادامه به بررسی این عوامل در عناوین داستان‌های بازنویسی شده می‌پردازیم.

۳-۲-۱) شکل ظاهری (اطناب، اختصار، بازی‌های آوایی، پرسشی و هنجارشکن)

۳-۲-۱-۱) اطناب و اختصار

برای درک منسجم‌تر این کارکرد، می‌توان عناوین مورد نظر را از لحاظ ساختار، به عنوان‌های ساده و ترکیبی تقسیم و بررسی کرد. عنوان‌ها از نظر ساختار، ساده یا ترکیبی هستند. در کتاب قصه‌های خوب برای بچه‌های خوب (قصه‌هایی از کلیله و دمنه) از مهدی آذریزدی، که جزو اولین آثار بازنویسی شده حوزه ادبیات کودک و نوجوان است و کتاب قصه‌های کلیله و دمنه از محمد حسن شیرازی، عناوین ساده دیده نمی‌شود و عنوان‌های استفاده شده، ترکیبی هستند؛ اما داود لطف‌الله، در کتاب قصه‌های شیرین کلیله و دمنه عناوین ساده به کار برده است؛ بیشتر نام‌ها حاصل ترکیب دو یا چند واژه

است و دو سوی ترکیب نیز معمولاً حسی است. عناوینی همچون: شکار در شکار، دوستی یا دشمنی؟ تعبیر خواب، طوطی بد زبان. این عناوین به سبب اختصار، کوتاه بودن و ساختاری ساده، موجب جذب مخاطب و ترغیب او به خواندن می‌شود. عنوان، هرچه بلیغ‌تر و کوتاه‌تر باشد، هنری‌تر است. در میان عنوان داستان‌های لطف الله، عنوان طولانی هم دیده می‌شود؛ مانند: چاه مکن بهر کسی، عجله نکن، از چاله تا چاه. گاهی این عنوان‌های غیرحسی هستند؛ مثل: آبگیر مرگ، چاه طمع، تقدیر و... خواننده کودک و نوجوان با امور محسوس ارتباط راحت‌تری برقرار می‌کند.

ساختار عنوان داستان‌های آذریزدی و شیرازی ترکیبی است و بیشتر اسم شخصیت‌های داستان است. در کتاب داود لطف‌الله در کنار عناوین ترکیبی، داستان‌هایی با عناوین ساده دیده می‌شود؛ اما تعداد عناوین ساده در مقابل عناوین ترکیبی، بسیار اندک است. باید در نظر داشت که عنوان‌های ترکیبی که لطف‌الله به کار برده، نوآوری بیشتری نسبت به عنوان‌های آذریزدی و شیرازی دارد. داود لطف‌الله از عنوان‌های ترکیبی استفاده کرده که پرسش‌انگیز هستند؛ مثل دوستی یا دشمنی؟ و یا از ضرب‌المثل برای عنوان استفاده کرده است؛ مانند: چاه مکن بهر کسی، که یک نوآوری در گزینش عنوان در داستان‌های بازنویسی برای نوجوانان است. نوجوان از دایره واژگانی گسترده‌تری نسبت به سنین پایین‌تر، برخوردار است؛ به همین دلیل انتخاب عنوان داستان برای آن‌ها باید هوشمندانه و جذاب‌کننده باشد. اگر داستان برای گروه سنی کودک نوشته شود، استفاده از عنوان طولانی مناسب نیست؛ زیرا کودک هنوز دایره واژگانی گسترده‌ای ندارد و بسیاری از ترکیبات را نمی‌تواند به راحتی درک کند اما در سنین بالاتر، عنوان داستان می‌تواند تا حدودی پیچیده‌تر و پرسش‌برانگیز باشد تا بتواند مخاطب خود را به خواندن جذب کند. «برخی مانند گرایس عقیده دارند که در داستان‌های مدرن، عنوان باید اطلاع‌دهنده، ملخص و روشن‌کننده و برانگیزاننده حس کنجکاوی مخاطبان باشد» (اخوت، ۱۳۷۱: ۲۲۳). گاهی عنوان به صورت جمله، گزارشی و صریح‌اند، هیچ‌گونه ابهامی ندارند و اغلب در خود متن هم تکرار شده‌اند. این عنوان‌ها را نمی‌توان تأویل و تفسیر کرد. این عناوین مشارکت خواننده را در داستان کاهش می‌دهد. انتخاب عنوان برای یک داستان، به منزله آماده کردن مخاطب برای ورود به دنیای متن است. اغلب عنوان داستان‌های بازنویسی شده مورد بررسی، عنوانی کوتاه و ساده هستند.

در عنوان حکایت موش و زاغ و آهو و سنگ‌پشت (به روایت آذریزدی)، اطناب به کار رفته در عنوان، باعث فراموشی آن می‌شود و به نظر می‌رسد که این عنوان جذابیت چندانی برای مخاطب نوجوان ندارد. اگرچه نوجوان توانایی خوانش و درک عنوان را دارد اما انتخاب عنوان خلاق، مسیر خوانش و علاقه‌مندی خواننده به داستان را هموارتر می‌کند. حکایت مردی که با یاران خود به دزدی رفت (منشی، ۱۳۸۸: ۴۹) را داود لطف‌الله با عنوان شب و ستاره و دزد (لطف‌الله، ۱۳۹۹: ۲۳) بازنویسی کرده که عنوان طولانی به نظر می‌رسد. سرانجام نصیحت جاهلان، عنوان داستان بازنویسی شده محمدحسن شیرازی است که اطناب دارد. «در شاخصه‌های عنوان خوب برای داستان، تازگی و نوآوری، برانگیختگی تفکر، تحریک اشتیاق خوانندگان و ترغیب آن‌ها به خواندن (گیرایی و تسخیر ذهن و نگاه خواننده) پرهیز از عنوان‌های دراز دامن و الهام بخش بودن مهم است» (یونسی، ۱۳۸۲: ۱۱۳). انتخاب عنوان طولانی چند ویژگی منفی می‌تواند داشته باشد؛ از جمله اینکه: «نخست اینکه، زود در خاطر نمی‌ماند؛ دیگر اینکه، زود از خاطر می‌رود؛ سوم اینکه، خوانندگان بسیاری به حکم «الظاهر عنوان الباطن»، عنوان دراز را نشانه‌ی درازگویی نویسنده در اثر، قلمداد می‌کنند و به همین دلیل اعتنایی به آن نمی‌کنند؛ چهارم اینکه عنوان دراز، خواننده را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد و نافذ نخواهد بود؛ پنجم اینکه، چنین عنوان‌هایی توسط خوانندگان، کوتاه و به اختصار از آن‌ها یاد می‌شود» (اسفندیاری، ۱۳۷۰: ۱۲۹).

۳-۲-۱) عنوان‌های آوایی

گاهی نویسندهٔ بازنویس برای داستان بازنویسی شده، عنوانی با کارکردی بدیعی و بازی‌های آوایی انتخاب می‌کند. عناوینی که حاصل تصاویر زنده بدیعی و تکرار حروف و بازی با کلمات است. در آثار آذرزیدی، شیرازی و لطف‌الله، اکثر عنوان‌ها حاصل ترکیب دو یا چند واژه است. عناوین ترکیبی که گاهی بازی‌های آوایی در آن‌ها مشاهده می‌شود؛ مانند: سنگ‌پشت پُر حرف، خرگوش باهوش، کبوتر کم‌صبر، دوستی خرس، گناه مرغ خانگی (عناوین داستان‌های آذرزیدی)؛ دزد نادان، خرگوش و چشمهٔ ماه، قورباغهٔ غافل (عناوین داستان‌های شیرازی)؛ آبگیر مرگ، دزد و دیو، یک فکر بکر، دام و دانه، از چاله تا چاه، شکار در شکار (عناوین داستان‌های لطف‌الله). نوجوانان در مقایسه با کودکان تا حدودی توانایی درک و فهم عبارت‌های ترکیبی و آوایی را دارند. از این نظر بازنویسان کار نسبتاً آسانی برای انتخاب عنوان‌های ترکیبی و آهنگین دارند. وقتی نویسنده از این عناوین استفاده می‌کند، در واقع یک حس لذت در مخاطب خود ایجاد می‌کند. داود لطف‌الله از ضرب‌المثل برای عنوان داستان استفاده کرده است (چاه مکن بهر کسی). استفاده از این عنوان چند نکتهٔ مثبت دارد: اول اینکه نوجوان را با این ضرب‌المثل آشنا می‌کند و هنگامی که او داستان را می‌خواند، متوجه مفهوم و کاربرد این ضرب‌المثل می‌شود؛ از طرف دیگر، این عنوان خوش آهنگ است و همین دلیلی برای جلب توجه مخاطب است. عنوان دیگر «دوستی یا دشمنی؟» است که این عنوان، به سبب تضاد میان دو واژهٔ دوستی و دشمنی، توجه خواننده را به خود جلب می‌کند. عنوان «از چاله تا چاه» نیز به دلیل تناسب آوایی و تناسب میان واج‌های آن، سبب ایجاد موسیقی و آهنگ در این عنوان شده است و این امر باعث جذب مخاطب می‌شود.

۳-۲-۳) عنوان پرسشی

عنوان می‌تواند با برانگیختن حس کنجکاوی و ایجاد پرسش در ذهن خواننده، او را به خواندن داستان ترغیب کند. داود لطف‌الله، عنوان یکی از داستان‌های بازنویسی خود را دوستی یا دشمنی؟ می‌گذارد؛ در واقع مخاطب با یک عنوان پرسشی روبه‌رو می‌شود. این عنوان می‌تواند تأمل برانگیز باشد و پرسش‌هایی در ذهن مخاطب به وجود آورد که برای یافتن پاسخ، شروع به خواندن داستان کند. «وکیل دریا» عنوان دیگری است که داود لطف‌الله برای یکی از داستان‌های خود برگزیده است. این عنوان به دلیل مبهم بودن، ذهن مخاطب را درگیر می‌کند و پرسش‌هایی را در ذهن خواننده ایجاد می‌کند و هنگامی که خواننده با این عنوان مواجه می‌شود، سؤال‌هایی در ذهنش شکل می‌گیرد که آیا دریا وکیل دارد؟ و وکیل دریا چه کسی است؟ او برای پاسخ به این پرسش‌ها، خوانش داستان را ادامه می‌دهد. همین امر سبب کشش و جذب او به داستان می‌شود. در عنوان «خرگوش و چشمهٔ ماه» از محمدحسن شیرازی به نوعی با پرسش از سوی خواننده مواجه هستیم. ترکیب خرگوش و چشمهٔ ماه برای مخاطب نسبتاً تازگی دارد. کنجکاو می‌شود که چرا چشمهٔ ماه؟ اصلاً چیزی به نام چشمهٔ ماه وجود دارد؟ آذرزیدی نیز در عنوان داستان «موش آهن‌خور» تأمل و تعجب خواننده را برمی‌انگیزد. موشی که آهن می‌خورد؟ انتخاب چنین عناوینی نقش مهمی در مشارکت و جذب مخاطب در داستان دارد. به نوعی می‌توان گفت که عدم وضوح معنا در عنوان و برانگیختن حس کنجکاوی در مخاطب، یکی از شگردهای جذب مخاطب نسبت به خوانش داستان است. «ظرفیت چند معنایی یا چارچوب بندی ابتدایی عنوان، ذهن خواننده را در رویارویی با متن ویران می‌سازد و افق‌های انتظار او را از متن به تعویق می‌افکند» (قاسم‌زاده و افشار، ۱۳۹۲: ۱۰۳)؛ بنابراین یکی از شگردهای مناسب برای جذب خواننده، استفاده از عناوین جذاب و پرسش برانگیز است. بازنویس با حفظ محتوای متن کهن، می‌تواند

در دیگر اجزا و ساختار داستان دخل و تصرف کند و عنوانی مناسب و خلاق برای اثر خود انتخاب کند. شرط انتخاب عنوان، در نظر گرفتن ظرفیت‌های ادبی و شناختی مخاطب است.

۳-۲-۴) عنوان‌های هنجارشکن

نویسنده بازنویس می‌تواند برای خلق یک بازنویسی جذاب و خلاقانه از عناوینی استفاده کند که هنجارشکن باشند. قواعد و قوانین ساخته شده ذهن را بر هم بریزد. درواقع، یک هنجارشکنی و نوآوری در آن وجود دارد. خواننده به سراغ متن داستان می‌رود تا بتواند ابهام ایجاد شده در ذهن خود را حل کند و این امر سبب جلب نظر خواننده به داستان می‌شود. «نویسنده با انتخاب این عنوان نوعی شوک به خواننده برای خوانش وارد می‌کند؛ مانند: ژولیت یا آثار سعادت بار گناه اثر ساد» (ژوو، ۱۳۹۴: ۱۱). در عنوان «تریت گرگ» که مهدی آذرزیدی انتخاب کرده است، یک هنجارشکنی و نوآوری وجود دارد. در واقع قرار دادن این دو کلمه در کنار هم، با یکدیگر ناسازگار هستند؛ زیرا در جهان طبیعت، گرگ یک حیوان وحشی است که تریت آن ممکن نیست. بنابراین، آذرزیدی با آوردن این عنوان، به نوعی با فکر مخاطب بازی می‌کند و او را به داستان جذب می‌کند و در متن داستان، خواننده را متوجه می‌سازد که آیا می‌توان گرگ را تریت کرد یا خیر؟ این شگرد باعث جلب نظر مخاطب می‌شود. کودکان و نوجوانان اغلب به دنبال امور عجیب و غریب و شگفتی‌ساز هستند؛ چیزی یا کسی که در آنها حسی متفاوت ایجاد کند. «موش آهن‌خوار» از دیگر عناوین داستان‌های بازنویسی شده آذرزیدی است که به نوعی هنجارشکن است. آهن‌خوار بودن موش برای مخاطب می‌تواند عجیب و در عین حال جالب و کنجکاوکننده باشد. همین تعجب و کنجکاوای مسیر خوانش داستان را برای مخاطب همواره می‌کند و باعث می‌شود خواننده حوادث داستان را تا انتها دنبال کند. انتخاب چنین عنوان‌های آشنازدا و هنجارگریزی یکی از راه‌های ایجاد ساختار متفاوت و خلاق در بازنویسی متون کهن است. در داستان‌های شیرازی از عنوان‌های هنجارشکن استفاده نشده است. در داستان‌های بررسی شده این نوع عنوان کاربرد بسیار کمی داشته است. اگر بازنویسان بتوانند از این نوع عنوان‌ها استفاده کنند، نوجوانان تمایل بیشتری برای خوانش و مطالعه متن پیدا می‌کنند.

انواع کارکردهای عنوان داستان‌های بررسی شده را می‌توان در جدول ذیل مشاهده کرد:

نویسنده	تعداد داستان	کارکرد توصیفی (موضوعی، تعریضی و مضمونی ...)	کارکرد جذب کننده	کارکرد ضمنی	کارکرد هویتی
مهدی آذرزیدی	۲۵	۲۰	۸	-	-
محمد حسن شیرازی	۲۲	۱۶	۶		
داود لطف الله	۲۰	۱۱	۹	-	-

۴) نتیجه

با بررسی داستان‌های بازنویسی شده کلیله و دمنه (از مهدی آذرزیدی، محمدحسن شیرازی و داود لطف‌الله) بر اساس رویکرد ژرار ژنت، مشخص شد که از میان کارکردهای توصیفی، عنوان موضوعی، انتخاب عنوان از طریق پردازش نام‌ها و شخصیت‌ها، بسامد بیشتری داشته است؛ به گونه‌ای که از میان ۲۵ داستان مهدی آذرزیدی، عنوان ۲۲ داستان نام شخصیت‌های داستان است. همچنین محمدحسن شیرازی نیز از میان ۲۲ داستان، عنوان ۱۳ داستان را به نام شخصیت‌های

اصلی داستان اختصاص داده است. پس از آن، داود لطف‌الله سعی در نوآوری برای انتخاب عنوان داستان داشته اما در میان ۲۰ داستان بازنویسی شده او، عنوان ۲ داستان را بر پایه نام شخصیت‌ها انتخاب کرده است.

همچنین این پژوهش نشان می‌دهد که عنوان‌های موضوعی که یکی از زیر مجموعه‌های کارکرد توصیفی از دیدگاه ژنت است، در میان عناوین به کار برده شده توسط شیرازی و لطف‌الله دیده می‌شود. در میان عنوان‌هایی که شیرازی به کار برده است، عناوینی را می‌توانیم بیابیم که به وضوح، مضمون و محتوای اصلی داستان را مشخص می‌کند؛ اما داود لطف‌الله علی‌رغم استفاده از این نوع عنوان، سعی در نوآوری در این زمینه داشته و به گونه‌ای برای داستان نام انتخاب کرده است که با این که مضمون را مشخص می‌کند، ولی پایان داستان را پنهان نگه می‌دارد تا مخاطب نوجوان را کنجکاو کند. عناوین تعریضی، زیر مجموعه‌های کارکرد توصیفی، کاربرد کمتری در مقایسه با دیگر زیر مجموعه‌های این کارکرد داشته است. با توجه به عنوان‌های بررسی شده، می‌توان گفت که تنها مهدی آذریزدی از این نوع استفاده کرده است. از عنوان‌های صوری، مختلط و مبهم در داستان‌ها استفاده نشده که کاربرد هر کدام آن‌ها می‌تواند برای نوجوان قابل تأمل و جذاب باشد. کارکرد جذب‌کنندگی، یکی دیگر از کارکردهای عنوان از نظر ژنت است که عناوین مذکور بر این اساس در دو مقوله ظاهری و محتوایی بررسی شدند. در حوزه شکل ظاهری، عواملی مانند اطناب، اختصار و بازی‌های آوایی، و در زمینه محتوا، عواملی همچون: پرسش‌انگیز بودن و هنجارشکنی مورد توجه بازنویسان بررسی شده، قرار داشته است. نتایج حاصل از پژوهش حاکی از این است که عناوین به لحاظ شکل ظاهری بیشتر ترکیبی بودند. مهدی آذریزدی و محمدحسن شیرازی از عناوین ترکیبی استفاده کرده‌اند و اطناب در عنوان داستان‌های آن‌ها بیشتر است. داود لطف‌الله، به عنوان نویسنده متأخر، در میان عناوینی که به کار برده، عنوان‌های ساده‌ای نیز دیده می‌شود؛ اما تعداد عناوین ساده در مقابل عناوین ترکیبی، بسیار اندک است. همچنین با توجه به عنوان‌های به کار برده شده توسط داود لطف‌الله، می‌توان گفت که او در زمینه استفاده از عنوان‌های ترکیبی، خلاقیت و نوآوری بیشتری نسبت به آذریزدی و شیرازی داشته است. عنوان‌های هنجارشکن که نقش مهمی در جذب مخاطب دارد، کاربرد بسیار کمی داشته است. همان‌گونه که در نمونه‌ها مشهود است، در بین سه گروه بازنویس، داود لطف‌الله به خوبی توانسته عناوینی جدید و متفاوت از عنوان اصلی داستان‌ها ارائه دهد و با وجود اینکه دو بازنویس دیگر هم در این راستا تا حدودی تلاش کرده‌اند تا از عنصر خلاقیت بهره‌مند گردند اما در مقام مقایسه و ارزیابی عملکرد سه بازنویس با یکدیگر، داود لطف‌الله در زمینه انتخاب عنوانی معماگونه، پرسشی و خیال‌انگیز و در عین حال کوتاه و توجه‌برانگیز برای داستان‌های بازنویسی شده، موفق‌تر عمل نموده است که مشابهت و نزدیکی بسیار کمی با عناوین اصلی حکایات دارند. پیشنهاد می‌شود بازنویسان هنگام بازنویسی متون و حکایات کهن، در اولین گام، به منظور ایجاد حس آشنایی‌زدایی در مخاطب، به‌ویژه مخاطب گروه سنی کودک و نوجوان، عناوینی را برای داستان‌ها در نظر بگیرند که هم اشاره‌ای ضمنی، کوتاه و گذرا به محتوای داستان داشته باشد و هم در نظر خواننده جدید، متفاوت و پرسش‌برانگیز باشد. اگر بازنویسان از عنوان‌های هنجارشکن و جهان‌شمول هم استفاده کنند، نوآوری و خلاقیت آثار بیشتر می‌شود.

تعارض منافع

طبق گفته نویسدگان، پژوهش حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع است.

منابع

- آذرین‌دی، مهدی. (۱۴۰۰). قصه‌های خوب برای بچه‌های خوب. تهران: امیرکبیر.
- اخوت، احمد. (۱۳۷۱). دستور زبان داستان. تهران: فردا.
- اسفندیاری، محمد. (۱۳۷۰). «عنوان کتاب و آیین انتخاب آن: بخش پنجم». دو ماهنامه نقد کتاب، کتاب‌شناسی و اطلاع‌رسانی در حوزه فرهنگ اسلامی. شماره ۸، صص: ۱۳۶-۱۲۶.
- بخت، فاطمه. (۱۳۹۱). «سیمایه‌العنوان فی قصیدتی شبگیر لاحمد شاملو و لیل یفیض من الجسد لمحمود درویش». (دراسة مقارنة) مجلة العلوم الانسانية الدولية. العدد ۲۰. صص: ۳۷-۱۹.
- بشیری، محمود و آقاجانی کلخوران، سمیه. (۱۳۹۵). «بررسی تطبیقی عنوان در رمان‌های ادبیات پایداری با تکیه بر رمان‌های ام‌سعد و دا». متن پژوهی ادبی. شماره ۶۸. صص: ۹۳-۱۱۵.
- بنی‌طالبی دهکردی، امین و فروزنده، مسعود. (۱۴۰۱). «کارکردهای عنوان داستان در داستان‌های کوتاه ایرانی». ادبیات داستانی. شماره ۳. صص: ۵۴-۲۱.
- پرین، لارنس. (۱۳۹۰). تأملی دیگر در باب داستان. ترجمه محسن سلیمانی. تهران: سوره مهر.
- رحیم، عبدالقادر. (۲۰۱۰م). علم العنویة دراسة تطبیقة. دمشق: دار التكوين و الترجمة و النشر.
- ژوو، ونسان. (۱۳۹۴). بوطیقای رمان. ترجمه نصرت حجازی. تهران: علمی و فرهنگی.
- ساسانی، فرهاد. (۱۳۸۹). معناکاوی؛ به سوی نشانه‌شناسی اجتماعی. تهران: علم.
- سجودی، فرزانه. (۱۳۸۷). نشان‌شناسی کاربردی. تهران: علمی.
- شعاری‌نژاد، علی‌اکبر. (۱۳۷۹). روانشناسی نوجوان. تهران: فاخر.
- شفیعی کدکنی، محمدرضا. (۱۳۸۶). زمینه اجتماعی شعر فارسی. تهران: زمانه و اختران.
- شیرازی، محمدحسن. (۱۳۸۹). قصه‌های کللیله و دمنه. تهران: پیام محراب.
- صالحی ساداتی، سیده ساره. (۱۳۹۸). «بررسی عنوان داستان‌های جنگ حوزه کودک و نوجوان». فنون ادبی. شماره ۲. (پیاپی ۲۷). صص: ۶۸-۵۱.
- قاسم‌زاده، سیدعلی و کریمی افشار، سعیده. (۱۳۹۲). «هویت زنانه در عناوین رمان‌های نویسندگان زن پس از انقلاب اسلامی». فصلنامه مطالعات داستانی. شماره ۱۱۳-۹۷.
- لطف‌الله، داود. (۱۳۹۹). قصه‌های شیرین کللیله و دمنه. تهران: پیدایش.
- یوسفی، غلامحسین. (۱۳۷۶). دیداری با اهل قلم. جلد ۱. تهران: علمی.
- یونسی، ابراهیم. (۱۳۸۲). هنر داستان‌نویسی. تهران: نگاه.
- یافا، مانوراما. (۱۳۸۸). چگونه برای بچه‌ها داستان بنویسیم؟. تهران: سروش.
- محمدی، ابراهیم. (۱۳۹۳). «تحلیل تطبیقی عنوان داستان در آثار صادق هدایت و زکریا تامر». پژوهش‌های ادبیات تطبیقی. شماره ۲. صص: ۲۱۷-۱۹۱.
- محمدی، ابراهیم و قاسمی دورآبادی، طاهره. (۱۳۹۵). «بررسی و تحلیل عنوان کتاب‌ها و سروده‌های مهدی اخوان ثالث». ادب فارسی. شماره ۱. صص: ۹۲-۷۷.
- مشهور، پروین دخت و شاهسونی، زهرا. (۱۳۹۰). «شیوه و سبک قصه‌گویی و شخصیت‌پردازی در کللیله و دمنه». سبک‌شناسی نظم و نشر فارسی. شماره ۴. صص: ۲۳۴-۲۲۳.
- منشی، نصرالله. (۱۳۸۸). ترجمه کللیله و دمنه. تهران: دانشگاه تهران.
- نجفی بهزادی، سجاد. (۱۴۰۱). «تحلیل عنوان رمان‌های نوجوان (رمان هستی، زیبا صدایم کن و عاشقانه‌های یونس در شکم ماهی) از دیدگاه توصیفی ژرار ژنت». مطالعات ادبیات کودک. شماره ۱. صص: ۳۱۲-۲۸۹.
- Genette, G. & M. Maclean. (1991). "Introduction to the Paratexts New Literary". History. Vol. 22. No. 2. the john Hopkins University press. Pp. 261-272.
- Genette, G. (1997). *Palimpsestes*. La littérature au second degré. Paris: Seuil.

References

- Akhovat, A. (1992). Dastoorzaban-e dastan. Tehran: Farda. [In Persian]
- Azaryazdi, M. (2021). Qeseha-ye khoob Bara-ye bacheha-ye khoob. Tehran: Amir Kabir. [In Persian]
- Bakhit, F. (2011). "The Title's Features in the Poem "Shabgir AHamd Shamlu and "Layl Yafid min al-Jadsd for Mahmoud Darwish". (Comparative Study) Journal of Human Sciences, State University. Issue 20. pp. 19-37. Doi: 20.1001.1.23834269.1434.20.1.6.2 [In Persian]
- Banitalebi deahakardi, A; Forouzandeh, M. (2022). «Karkerdhay-e onvan-e dastan dar dastan-e kootah-e irani». Adabiat-e dastani. Dory-e10. Shomary-e 3. pp: 21- 54. Doi: 10.22126/RP.2021.6903.1418. [In Persian]
- Bashiri, M. A. K. s. (2016). «Barresi-ye tatbighi-ye onvan dar roman- Adabiat payedari ba teki-ye bar roman-e omm-e sad va da». Matan pazhuehi-ye adabi. sal20. Shomare-ye 68. pp: 93- 115. Doi: 10.22054/LTR.2016.4846 [In Persian]
- Esfandiari, M. (1991). "Onvan-e Ketab va aaye-n entekhab.bakhsh-e panjom. Do mahname-ye Naqd-e Ketab shenasi VA ettelaesani dar hozy-e Farhang. Dowrey-e 2. Shomary-e 8. pp. 126-136. [In Persian]
- ghasemzadeh, S.A; Karimi afshar, S. (2014). «Hovviat-e zanan-e dar anavin-e roman-e nevisandegan-e zan pas az enghalab-e Eslami». Faslname-ye motaleat-e dastani. Sal 2. Shomarye 1. pp: 97- 113. [In Persian]
- Lotfollah, D. (2020). Ghesehay-e Shirin-e Kelileh VA Demneh. Tehran: Paydayesh. [In Persian]
- Mashhoor, P. shasavani, Z. (2010). «Shiveh va sabak-e gheseh-guyi va shakhsiatpardazi dar Kelileh va-demneh». Sabkshenasiy-e nazam VA Nasr-e Farsi. Sal 4. Shomarye 4. pp: 223- 234. Doi: https://bahareadab.com/article_id/552 [In Persian]
- Mohammadi, E. (2014). «Tahlil-e tatbighiy-e onvan-e dastan dar asar-e Sadegh Hedayat VA Zakaria tamer». Pajhoosh-e Adbiat-e tatbighi. Dowry-e 2. Shomary-e 2. pp: 191- 217. <http://clrj.modares.ac.ir/article-۱۲-۱۲۰۳-fa.html>. [In Persian]
- Mohammadi, E; Ghasemi Durabadi, T. (2019). «Barresiy va tahlil-e onvan-e ketabha va sorudehay-e mehdiy-e Akhavan sales». Adab-e Farsi. Sal 6. Shomarye 1. pp: 77- 92. Doi: <https://doi.org/10.22059/jpl.2016.59585>. [In Persian]
- Monshi, N. (2009). Tarjomey-e Kelileh VA Demneh. Tehran: daneshgah-e Tehran. [In Persian]
- Najafi behzadi, S. (2022). «Tahlil-e onvan-e roman hay-e nowjavan (roman-e Hasti, ziba sedayam kon va asheghanehhay-e Younes dar shekam-e Mahi) az didgah-e tosifi zherar zhenet». Motaleat-e Adabiat-e koodak. Sal 13. shmarih1. pp: 289- 312. Doi: <https://doi.org/10.22099/jcls.2021.39284.1851>. [In Persian]
- Paren, L. (2014). Taammoli digar dar bab-e dastan. Tarjome-ye Mohsen Solaimani. Teheran: sourey-e Mehr. [In Persian]
- Rahim, A. (2010 AD). Al-Anwiyyah, a comparative study, Damascus. Dar Al-Takin, Al-Tarjome, and Al-Nashr. [In Persian]
- Salehi sadati, S. (2019). «Barresiy-e onvan-e dastanhay-e jang hozey-e koodak va nowjavan». Fonoon-e adabi. Sal 11. Shomarye 2. pp: 51- 68. Doi: 10.22108/LIAR.2019.114192.1509 [In Persian]
- Sasani, F. (2010). Mana kavi; be souy-e neshanehshenasiy-e ejtemaei. Teheran: Alam. [In Persian]
- Shafiei Kadkani, M. (2007). Zaminey-e ejtemaeiy-e sher-e Farsi. Tehran: Zamaneh VA Akhtaran. [In Persian]
- Shirazi, M.H. (2010). Ghesehay-e Kelileh VA Demneh. Tehran: Payam-e Mehrab. [In Persian]
- Shoarinejad, A. (2010). Ravanshenasiy-e nowjavan. Teheran: fakher. [In Persian]
- Sojoodi, F. (2013). Neshanehshenasi-ye korbordi. Tehran: 'Elmi. [In Persian]
- Yousefi, Q. (1997). Didari ba ahl-e ghalam. Jeld-e 1. Tehran: Elmi. [In Persian]
- Younesi, E. (2002). Honar-e dastan-nevisi. Tehran: Negah. [In Persian]
- Yafa, M. (2009). Chegong-eh baray-e bacheha dastan benevisim? Tehran: Soroush. [In Persian]
- Zhou, V. (2014). Novel boutique. Translated by Nosrat Hejazi. Tehran: Scientific and Cultural. [In Persian]