

Stylistic Devices in Iranian Sport Newspaper Headlines: A Discourse-Based Approach

Hossein Raeesi Linguistics Department, Faculty of Persian Literature and Foreign Languages,
Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran; raeesi_hossein@yahoo.com

Abstract

News headlines do more than summarizing stories, and stylistic devices are highly used to write interesting headlines. However, some stylistic devices function as representations of the discourse strategy of intertextuality, and as a result, can shape or influence the readers' interpretation of the text. In the light of this, the present study has sought to investigate the stylistic devices used in the Iranian sport newspaper headlines. To do so, the news headlines of 8 sports newspapers published in Tehran were randomly selected over a period of three months in 2018 and, consequently, a total of 185 headlines supposedly containing stylistic devices were selected and were then categorized according to Leigh's Model which provides a framework to classify figures of speech. According to the findings of the study, allusion and pun together accounted for over half of the total number the stylistic devices, and personification, paradox, repetition, and quotation were found to be the least used ones. The findings also indicated that the discourse strategy of intertextuality has mainly been realized through allusion which required background knowledge on the readers' part. Furthermore, the study provides implications for Persian language learners.

Keywords: sport discourse, stylistic devices, newspaper headlines, Leigh's Model, Persian language



Received: 2026-03-03 ■ Revised: 2026-06-01 ■ Accepted: 2026-06-11

Raeesi, H. (2026). The post-verbal position of non-core clause elements in Persian. *Language Science Studies*, 13(23), 1-17. <https://doi.org/10.22054/ls.2021.53579.1357>DOI: [10.22054/ls.2021.53579.1357](https://doi.org/10.22054/ls.2021.53579.1357) ■ <https://ls.atu.ac.ir>

Publisher: Allameh Tabataba'i University ■ ISSN: 2423-7728 ■ e-ISSN: 2538-2551

*Language Science Studies* is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

1. Introduction

Bell (1991) holds that “headlines are a part of news rhetoric whose function is to attract the reader” (p. 189). In other words, headlines both tell and sell (Ludwig & Gilmore, 2005). On the other hand, there are various relations, whether be in form or in meaning, among texts which are called intertextuality. Additionally, intertextuality involves stylistic devices like illusion (Azam, 2001). As a result, news headlines not only can reveal hidden meanings and the stylistic devices used but also can reflect a newspaper’s position. However, decoding and understanding texts involving intertextuality requires background information and pragmatic knowledge on the part of readers (Biber, 2003). Accordingly, using Leigh’s (1994) classification of stylistic devices and following a discourse-based approach, this research aimed to provide a quantitative and qualitative analysis of sports headlines in an Iranian context.

2. Literature Review

The most relevant studies are Bonyadi and Samuel (2013), Toosi Nasr-Abadi and Rowshan (2016), Namvar and Amiri Paryan (2017), Monsefi and Mahadi (2017), Maretha and Kongthai (2017), Afzali and Ahmadi Nasab (2018), and Karimi Firoozjaei and Araghi Yazdanparast (2018). Bonyadi and Samuel (2013) found out that metonymy and allusion were the most used. Based on the theory of conceptual metaphor, Toosi Nasr-Abadi and Rowshan (2016) determined that the metaphor ‘football is war’ was the most frequent. Namvar and Amiri Paryan (2017) used the cognitive semantics framework to learn that existential metaphors were the most dominant. Monsefi and Mahadi (2017) discovered that metonymy was the most common. Maretha and Kongthai (2017) noted that metonymy was the most frequent. Afzali and Ahmadi Nasab (2018) observed that allusion, simile, and contradiction were the most prevalent. Karimi Firoozjaei and Araghi Yazdanparast (2018) realized that headlines involve sociolinguistic and ideological contents.

3. Methodology

This research adopts Leigh’s (1994) model to describe and analyze various kinds of figures of speech used in the texts. The data consists of headlines from sports newspapers published daily in Iran. They were randomly collected over a three-month period dating back to the years 2018-2019. A total of 185 headlines from 8 sports newspapers supposedly containing figures of speech were gathered through the Website www.varzesh3.com which provides a good archive of the front pages of the sports newspapers. However, the Leigh’s model was adapted to cover more figures of speech because some items which are mainly found in Persian poetry cannot be found in the model. Meanwhile, some figures of speech which cannot find their parallels in Persian language were excluded from the list.

4. Results

Allusion was found to be the most prevalent figure of speech with a frequency of 52 out of 185, amounting to 25 percent of the total number. It was followed by pun with a frequency of 45 or 24.3 percent of the total. Simile came third with a frequency of 16 or 8.6 percent. Metonymy was next with a frequency of 11 or 5.9 percent. The least frequent figures of speech were reiteration (2 cases or 1 percent) and quotation (1 case or 0.5 percent). Generally speaking, the findings of this study agreed with the previous research such as Bonyadi and Samuel (2013), Monsefi and Mahadi (2017), Maretha and Kongthai (2017), and Afzali and Ahmadi Nasab (2018).

5. Conclusion

The reason allusion and pun were found to be the most common figures of speech can be explained by saying that understanding headlines using these stylistic devices will be thought to be much easier. Furthermore, the headline writer simply seeks to add some style and attractiveness to the text through brevity instead of creating riddles, getting readers confused, and making text very difficult so that only a small number of readers can understand it completely. To achieve that, the most common stylistic devices are employed which stress shared knowledge, activating previous knowledge on the reader's mind. Additionally, the findings of this study emphasize an important aspect of learning any language: language and culture are inextricably linked. This implies that the close relationship between language and culture is realized through representations of intertextuality like allusion and quotation.

Acknowledgments

I would like to thank Dr. Mohammad Dabir-Moghaddam for his guidance and comments, which led to the publication of this research paper.



کاربرد آرایه‌های ادبی در تیت‌های خبری روزنامه‌های ورزشی: رویکردی گفتمان‌بنیاد^۱

گروه زبان‌شناسی، دانشکده ادبیات فارسی و زبان‌های خارجی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران؛
raeesi_hossein@yahoo.com

حسین رئیسی 

چکیده

تیت‌های خبری، نقشی فراتر از خلاصه کردن اخبار ایفا می‌کنند. در این میان، آرایه‌های ادبی، از جمله ابزارهای بلاغی پرکاربرد برای نوشتن تیت‌های خبری جذاب هستند. برخی آرایه‌ها نیز به‌عنوان نمادهایی از راهبرد گفتمانی بینامتنیت عمل می‌کنند و در نتیجه می‌توانند تفسیر خوانندگان از متن را شکل دهند یا متأثر کنند. در پرتو این واقعیت، مقاله کنونی به بررسی کاربرد آرایه‌های ادبی در تیت‌های خبری روزنامه‌های ورزشی ایرانی پرداخته است. به این منظور، تیت‌های خبری هشت روزنامه ورزشی چاپ‌شده در تهران به‌طور تصادفی طی بازه زمانی سه‌ماهه در سال ۱۳۹۷ خورشیدی بررسی شد و در نهایت، تعداد ۱۸۵ تیت که تصور می‌شد دربرگیرنده آرایه‌های ادبی باشند، گزینش شدند و طبق انگاره لی که چارچوبی برای دسته‌بندی آرایه‌های ادبی فراهم می‌آورد، مقوله‌بندی گردیدند. براساس یافته‌های این مطالعه، دو آرایه ادبی تلمیح و ایهام، روی هم‌رفته بیش از نیمی از مجموع آرایه‌ها را به خود اختصاص دادند و آرایه‌های تشخیص، تضاد (متناقض‌نما)، تکرار و تضمین، کمترین بسامد را داشتند. بررسی تیت‌ها همچنین حاکی از آن بود که راهبرد گفتمانی بینامتنیت عمدتاً در قالب آرایه تلمیح بازنمایانده شده است که درک آن مستلزم دانش پیش‌زمینه‌ای گسترده‌تری از جانب خوانندگان است. همچنین، مطالعه حاضر دلالت‌هایی آموزشی برای فارسی‌آموزان به‌دست می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: گفتمان ورزشی، آرایه‌های ادبی، انگاره لی، تیت روزنامه‌ها، زبان فارسی

^۱ مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری رشته زبان‌شناسی همگانی دانشگاه علامه طباطبائی است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۲/۱۲ ■ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۳/۱۱ ■ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۲۱

رئیس، حسین. (۱۴۰۵). کاربرد آرایه‌های ادبی در تیت‌های خبری روزنامه‌های ورزشی: رویکردی گفتمان‌بنیاد. علم زبان، ۱۳(۲۳)، ۱۷-۱.

<https://doi.org/10.22054/ls.2021.53579.1357>

وبگاه نشریه: <https://ls.atu.ac.ir> ■ DOI: 10.22054/ls.2021.53579.1357

ناشر: دانشگاه علامه طباطبائی ■ شاپا چاپی: ۷۷۲۸-۲۴۲۳ ■ شاپا الکترونیک: ۲۵۳۸-۲۵۵۱



۱. مقدمه

سرتیترها (= تیترا) نقش مهمی در فروش روزنامه یا مجاب کردن و برانگیختن حس کنجکاوی خوانندگان برای پیگیری و مطالعه اصل خبر در رسانه‌های برخت دارند. به عقیده بل^۱ (1991: 189) سرتیترها «جزئی از بلاغت خبری هستند که کارکردشان جذب خواننده است». به عبارت دیگر، در سرتیتر، هدف، ایجاد تمایل برای خواندن اصل خبر است؛ از این رو، سرتیترها صرفاً بیان خبر به شکل مختصر نیستند بلکه آنها خبر را می‌فروشند (Ludwig & Gilmore, 2005). از سوی دیگر، روابط گوناگونی، چه به لحاظ معنی و چه به لحاظ صورت، میان متون وجود دارد که به آن بینامتنیت^۲ می‌گویند. براساس این مفهوم، متون بافت‌هایی فراهم می‌کنند که در آنها می‌توان متون دیگری را پدید آورد یا درک کرد. به عبارت دیگر، هیچ متنی، جزیره‌ای جدا از دیگر متن‌ها نیست (نامور مطلق، ۱۳۹۰)، بلکه متن‌ها پیوسته براساس متن‌های گذشته بنا می‌شوند (قائم‌نیا، ۱۳۸۹).

مفهوم بینامتنیت، با آرایه‌های ادبی همچون تضمین و تلمیح همپوشانی دارد (Azam, 2001). براین اساس، خود بینامتنیت را نیز می‌توان نوعی آرایه ادبی پنداشت که از طریق ارجاع‌ها، لایه‌های معنایی ژرفی به متن می‌افزاید. از این رو، رمزگشایی و درک متون برآمده از بینامتنیت مستلزم دانش زمینه^۳ و کاربردشناختی^۴ از جانب خواننده است (Biber, 2003: 180). برای نمونه، تیترا خبری جوانان ایران با فریاد یاحسین (ع) آماده رویارویی با سعودی‌ها شدند^۵ دربرگیرنده آرایه ادبی تلمیح است، زیرا از طریق ارجاع به «امام حسین (ع)» گفتمان خاصی را بازگو و برجسته کرده است. به طور دقیق‌تر، شعار «یا حسین (ع)» اشاره به باورهای دینی ایرانیان دارد که بر مبنای آن امام حسین (ع) یکی از نمادهای این باور (مذهب شیعه) است و تقابل این شعار با سعودی‌ها که وهابیون دانسته می‌شوند، می‌تواند کنایه آمیز تلقی شود. به عبارت دیگر، امام حسین (ع) بازنمایاننده گفتمان آزادی و آزادی است و ایرانیان، پرچمدار چنین گفتمانی تلقی می‌شوند. طبیعتاً چنین استنباط می‌شود که طرف مقابل در تضاد با چنین گفتمانی است. از سوی دیگر، نامی از عربستان برده نمی‌شود، بلکه سعودی خطاب می‌شوند تا همچنان که در ادبیات و گفتمان ایران امروز رایج است، مفهوم نامشروعیت، به تلویح رسانده شود.

بنابراین، بررسی سرتیترهای خبری، افزون بر افزایش آگاهی از معنای پنهان واژه‌ها و نمایاندن فنون بلاغت، می‌تواند دیدگاه هر روزنامه را آشکار کند. پیرو این علایق، پژوهش کنونی کوشیده است تا بر پایه طبقه‌بندی آرایه‌های ادبی لی^۶ (1994)، تحلیلی کمی و کیفی با رویکردی گفتمان‌بنیاد^۷ پیرامون سرتیترهای روزنامه‌های ورزشی ایرانی به دست دهد.

۲. پیشینه پژوهش

بررسی آرایه‌های ادبی در تیتراهای خبری، اعم از ورزشی و غیرورزشی، موضوع پژوهش بسیاری از پژوهشگران ایرانی و غیرایرانی بوده است. در عین حال، این مطالعات هریک از دیدگاهی خاص و با استفاده از چارچوب نظری متفاوتی به موضوع مربوطه پرداخته‌اند. از این رو، در اینجا صرفاً به مرتبط‌ترین آثار انتشار یافته در سالان اخیر پرداخته می‌شود. در این باره می‌توان به آثاری همچون طوسی

^۱. Bell, A.

^۲. intertextuality

^۳. background knowledge

^۴. pragmatic knowledge

^۵. خبرگزاری فارس (farsnews.ir). تاریخ خبر: ۱۳۹۵/۸/۳؛ تاریخ دسترسی: ۱۳۹۷/۷/۸.

^۶. Leigh, J. H.

^۷. corpus-based

نصرآبادی و روشن (۱۳۹۵)، نامور و امیری پریان (۱۳۹۶)، افضللی و احمادی نسب (۱۳۹۷)، کریمی فیروزجایی و عراقی یزدان‌پرست (۱۳۹۷)، بُنیادی و ساموئل^۱ (2013)، منصفی و ماهادی^۲ (2017) و مارتا و کونگتای^۳ (2017) اشاره کرد.

طوسی نصرآبادی و روشن (۱۳۹۵) در مقاله خود با عنوان «استعاره در عناوین خبری روزنامه‌های ورزشی ایران: بررسی موردی استعاره فوتبال» به بررسی استعاره در عناوین خبری روزنامه‌های ورزشی ایران پرداختند. آنها بر مبنای نظریه استعاره مفهومی^۴، تعداد ۱۰۸ عبارت استعاری مستخرج از عناوین خبری دو روزنامه خبر ورزشی و پیروزی را به ده قلمروی استعاری دسته‌بندی کردند. طبق یافته‌های آنها، استعاره «فوتبال، جنگ است» بالاترین بسامد را در بین عبارات استعاری داشت. همچنین، قلمروی مبدأ، علاوه بر جنگ، شامل فوتبال به مثابه ماشین و قلمروهایی چون پدیده‌های طبیعی، حیوانات، جادوگری، ورزش‌ها، آزمون، جهت، نمایش و قلعه می‌شد. افزون‌بر این، استعاره‌های بررسی شده به دسته‌بندی سه‌گانه ساختاری^۵، هستی‌شناختی^۶ و جهتی^۷ تقسیم شدند که عمده استعاره‌ها به ترتیب در دسته‌های ساختاری، هستی‌شناختی و جهتی قرار گرفتند.

نامور و امیری پریان (۱۳۹۶) نیز در مقاله‌ای با عنوان «کاربرد استعاره‌های مفهومی در تیترهای خبر ۲۰:۳۰ شبکه دو سیما: مطالعه‌ای در چارچوب معناشناسی شناختی»^۸ کوشیدند تا جلوه‌های انواع استعاره مفهومی را بر پایه نظریه استعاره لیکاف و جانسون^۹ (1980) تعیین کنند. طبق مطالعه آنها بر روی ۶۷ تتر خبری که به صورت نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده بودند، از هر سه نوع استعاره مفهومی ساختاری، هستی‌شناختی و جهتی، نمونه‌هایی یافت شد که در این میان، استعاره‌های هستی‌شناختی دارای بیشترین فراوانی بودند.

افضللی و احمادی نسب (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای دیگر با عنوان «بررسی عنوان‌های خبری ۲۰:۳۰ از دیدگاه بلاغی»، به بررسی آرایه‌های ادبی در عنوان‌های بخش خبری ۲۰:۳۰ در چارچوب تقسیم‌بندی فنون بلاغی شمیسا پرداختند. در این بررسی که ۲۱۸ عنوان خبری را در بر گرفت، معلوم شد که در ۱۵۸ عنوان خبری (۷۵ درصد) از آرایه‌های ادبی بهره گرفته شده است و تنها ۲۵ درصد آنها بدون آرایه‌های ادبی هستند. در این میان، کنایه، تشبیه و تضاد، از آرایه‌های پرکاربرد، و مبالغه و تلمیح، از کم‌بسامدترین‌ها در عنوان‌های خبری بوده‌اند. علاوه بر این، بررسی و تحلیل عنوان‌ها بیانگر آن بود که از آرایه‌های ادبی نه تنها در اطلاع‌رسانی رویداد، بلکه در شکل‌دهی به پیام یا جهت دادن به دیدگاه مخاطب نیز استفاده شده است.

کریمی فیروزجایی و عراقی یزدان‌پرست (۱۳۹۷) نیز در مطالعه خود با عنوان «بررسی تیترهای خبری شهرآورد‌های پرسپولیس و استقلال از دیدگاه تحلیل گفتمان انتقادی»^{۱۰} بر آن بودند که تیترهایی از شهرآورد دو تیم پرسپولیس و استقلال، از چند نشیء ورزشی را بر مبنای چارچوب نظری ون‌لیوون^{۱۱} (2008) بررسی کنند. یافته‌های این تحقیق با بررسی ۱۲ تتر برگزیده حاکی از آن بود که

¹. Bonyadi, A., & Samuel, M.

². Monsefi, R., & Mahadi, TST.

³. Maretha, A. L., & Kongthai, A.

⁴. conceptual metaphor

⁵. structural

⁶. ontological

⁷. oriental

⁸. cognitive semantics

⁹. Lakoff, G., & Johnson, M.

¹⁰. critical discourse analysis

¹¹. Van Leeuwen, T.

تیتراها به میزان پوشیدگی و ابعاد مخفی‌گونه زبان براساس مؤلفه‌های معنایی نظیر طرد^۱ و جذب^۲ و زیرشاخه‌های آنها، دربردارنده خصوصیات جامعه‌شناختی و ایدئولوژیک هستند.

بنیادی و ساموئل (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی مقابله‌ای عنوان سرمقاله‌های روزنامه‌ها»، راهبردهای متنی و بلاغی دو روزنامه انگلیسی‌زبان نیویورک‌تایمز و تهران‌تایمز را بررسی کردند. طبق نتایج این مطالعه، عنوان‌های این دو روزنامه بیانگر نگرش فردی نویسندگان روزنامه نسبت به موضوع بود. افزون‌بر این، تفاوت‌های مشخصی میان این دو مجموعه به‌لحاظ پیش‌انگاشت^۳ و برخی آرایه‌های ادبی مشاهده شد. در این میان، آرایه‌های مجاز (در هر دو روزنامه) و تلمیح (در روزنامه تهران‌تایمز) بیش از همه به‌کار رفتند.

مُتصفی و ماهادی (۲۰۱۷) نیز در مطالعه خود با عنوان «آرایه‌های ادبی تیتراهای خبری فارسی: مطالعه موردی یورونیوز^۴» در چارچوب نظری لی (۱۹۹۴) به بررسی عنوان‌های خبری یورونیوز فارسی پرداخته‌اند. آنها با بررسی پیکره‌ای شامل ۱۰۰ تیترا خبری دریافتند که آرایه‌های معنایی به‌ویژه مجاز و سپس تشخیص، پرسامدترین نوع به‌شمار می‌روند و از آرایه‌های ترتیبی مانند حذف، کمتر استفاده شده است. به عقیده آنها استفاده از بازی‌های زبانی^۵، خبر را سرزنده‌تر و برجسته‌تر می‌کند.

مشابه با مطالعه پیشین، مارتا و کونگتای (۲۰۱۷) در مقاله خود با عنوان «استفاده از آرایه‌های ادبی برای ساخت ایدئولوژی مخاطبان در تیتراهای خبری برخط» کوشیدند تا با بررسی ۱۳۹ تیترا خبری برخط، آرایه‌های ادبی استفاده‌شده را شناسایی و کاربردهای آنها را در شکل دادن به افکار و عقاید مخاطبان آشکار کنند. در این مطالعه، آرایه مجاز (با ۳۷ درصد) بیشترین بسامد و آرایه کنایه (با ۱/۵ درصد) کم‌ترین بسامد را داشتند.

اکنون، پس از مرور این آثار می‌توان دریافت که آثار مرتبط اندکی به بررسی آرایه‌های ادبی به‌کاررفته در تیتراهای روزنامه‌های ورزشی پرداخته‌اند و آنها صرفاً بر پایه نظریه استعاره لیکاف و جانسون (۱۹۸۹) یا رویکرد ون‌لیوون (۲۰۰۸) بوده‌اند. آثار دیگری که بر مبنای چارچوب نظری لی (۱۹۹۴) اقدام به دسته‌بندی آرایه‌های معنایی کرده‌اند، بر پایه پیکره‌ای غیرورزشی بوده‌اند. ازاین‌رو، این کمبود، دست‌مایه‌ای شد که نگارندگان، این بار پیکره‌ای ورزشی را بر پایه انگاره یادشده و بر مبنای رویکردی گفتمان‌بنیاد واکاوی کنند.

۳. روش

داده‌های این پژوهش که دربرگیرنده تیتراهای روزنامه‌های ورزشی چاپ‌شده در ایران هستند، به‌طور تصادفی در گستره زمانی سه‌ماهه از تاریخ ۱۵ آبان ۱۳۹۷ تا ۱۶ بهمن ۱۳۹۷ گردآوری شدند. در این راستا، مجموعاً ۱۸۵ تیترا از ۸ روزنامه ورزشی که گمان می‌رفت دربردارنده آرایه ادبی باشند، از طریق پایگاه varzesh3.com استخراج شدند که بایگانی بسیار سودمندی از صفحات نخست روزنامه‌های ورزشی معتبر در دسترس مخاطبان خود قرار داده است. این روزنامه‌ها به‌ترتیب الفبا عبارت‌اند از: ابرار ورزشی، استقلال، ایران ورزشی، پیروزی، خبر ورزشی، شوت، گل، هدف.

¹. exclusion

². inclusion

³. presupposition

⁴. Euronews

⁵. wordplays

در پژوهش کنونی، از انگاره لی (1994) بهره گرفته شده است. وی در طبقه‌بندی خود، ۴۱ آرایه را از هم تمیز داده است که در دو زیرمقوله زیر جای می‌گیرند: الف) آرایه‌های معنایی^۱ و ب) آرایه‌های دستوری^۲. با وجود جامعیت و فراگیری این طبقه‌بندی، بر آن ایراداتی نیز وارد است؛ برای مثال، برخی آرایه‌های ادبی فارسی مانند مراعات‌النظیر، تضمین و ارسال‌المثل در آن جای ندارند. از سوی دیگر، برخی مقولات در برخی زبان‌ها صادق هستند و در مورد همه زبان‌ها موضوعیت ندارند؛ برای مثال، «تغییر مقوله دستوری» در فارسی صدق نمی‌کند. همچنین، برخی تمایزها بسیار ظریف هستند؛ مانند بیان نقیضی، متناقض‌نما و تضاد. از این رو، برای تسهیل کار، این تمایزات ظریف و پیچیدگی‌ها کنار گذاشته شدند تا شکل ساده‌تری از انگاره لی (1994) ارائه شود.

۴. نتایج و بحث

نتایج حاصل از بررسی آرایه‌های ادبی به کاررفته در تیتراهای خبری جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. آرایه‌های ادبی به کاررفته در تیتراهای خبری، فراوانی و درصد آنها

آرایه ادبی	فراوانی	درصد
تلمیح	۵۲	۲۸/۱۰
ایهام	۴۵	۲۴/۳۲
تشبیه و استعاره	۱۶	۸/۶۴
مجاز/دگرنامی	۱۱	۵/۹۴
کنایه	۸	۴/۳۲
سجع	۶	۳/۲۴
آمیزش ^۳	۶	۳/۲۴
جناس	۵	۲/۷۰
تشخیص	۳	۱/۶۲
تضاد، متناقض‌نما، بیان نقیضی	۳	۱/۶۲
تکرار	۲	۱/۰۸
تضمین	۱	۰/۵۴
موارد تشخیص داده‌نشده	۲۷	۱۴/۵۹
مجموع	۱۸۵	۱۰۰

براساس جدول یادشده، دو آرایه ادبی تلمیح و ایهام به‌تنهایی بیش از نیمی از مجموع آرایه‌های ادبی به کاررفته در تیتراهای خبری ورزشی را در بر گرفته‌اند. آنچه در پی می‌آید فشرده‌ای از کاربرد این آرایه‌ها همراه با نمونه‌هایی چند از هر مقوله است.

۱-۴. تلمیح

تلمیح بدان معنی است که گوینده در ضمن کلام به داستانی یا مثلی، یا آیه و حدیثی معروف اشاره کند (همایی، ۱۳۸۹). در این مطالعه، تلمیح، هرگونه اشاره صریح یا تلویحی به یک رویداد؛ اعم از فیلم، داستان، دیالوگ، شعر و غیره تعریف شده است. در

^۱. tropes

^۲. schemes

^۳. blending

مجموع، ۲۸ درصد از آرایه‌های ادبی را تلمیح تشکیل داده است. نمونه‌هایی از تلمیح بر پایه پژوهش کنونی در اینجا آورده شده است:

(۱) هوا بس ناجوانمردانه آلوده است!

این تیتیر، اقتباسی از مصراع معروف «هوا بس ناجوانمردانه سرد است» از شعر «زمستان» اثر مهدی اخوان ثالث است.

(۲) سوت‌ها برای که به صدا درمی‌آید؟

این تیتیر اقتباسی از عنوان رمان (و فیلم) «زنگ‌ها برای که به صدا درمی‌آیند» نوشته ارنست همینگوی است.

(۳) دست‌پخت شفر برای شام آخر یحیی.

در این تیتیر، «شام آخر» اشاره به واقعه‌ای دارد که در آن حضرت عیسی (ع) بر سر آخرین سفره غذایی خویش نشست و «عشای ربانی» نیز از اینجا نشأت گرفته است. در اینجا منظور این است که شخص نامبرده برای آخرین بار سکان هدایت تیم مربوطه را به‌دست داشته است و به‌زودی برکنار خواهد شد.

(۴) گلزن گم‌گشته باز آید

این تیتیر اقتباسی از غزل معروف حافظ با نام «یوسف گم‌گشته بازآید به کنعان غم‌مخور» است.

(۵) جام باشگاه‌های کشتی جهان در ایران ماند: اهل کاشانم، روزگارم قهرمانی!

بخش پایانی تیتیر، اقتباسی از شعر «اهل کاشانم، روزگارم بد نیست ...» سروده سهراب سپهری است.

(۶) کریمی: مدیران بحران! دقیقاً کجایی؟

در این تیتیر، «دقیقاً کجایی» اقتباسی از ترانه‌ای با اجرای محسن چاووشی (در سریال شهرزاد) دارد که در آن گزاره «دقیقاً کجایی» در بخشی از شعر به کار رفته است.

۲-۴. ایهام

ایهام یعنی لفظی که دارای دو معنی نزدیک و دور باشد (همایی، ۱۳۸۹) در واقع، ایهام در فارسی معادل با «همنامی»^۱ در انگلیسی است، یعنی یک صورت با دو معنای کاملاً متفاوت، یا چند صورت مشابه با معانی مختلف. ایهام در تیتیرهای برگزیده، در مجموع، ۲۴/۳ درصد از آرایه‌های ادبی را تشکیل داده است. نمونه‌هایی از این آرایه بر پایه پژوهش کنونی در اینجا بیان شده است:

(۷) شفر، گل‌هاتو با خودت ببر!

در این تیتیر، «گل‌ها» یک صورت با دو معنی کاملاً متفاوت است: از یک‌سو، به معنی «گل گیاهی» است و از سوی دیگر، به معنی «گل ورزشی» است. البته در اینجا معنی دوم مدنظر نگارنده بوده است و به این نکته اشاره دارد که در بازی‌های آتی نیز شاهد به‌ثمر رسیدن گل‌های بیش‌تری از جانب تیم تحت هدایت شفر باشیم.

(۸) برد «شایان» توجه!

^۱. homonymy

در این تتر، «شایان» یک صورت با دو معنی است: یک معنی آن، «درخور» است و معنی دیگر آن، اشاره به بازیکنی با نام «شایان مصلح» دارد.

(۹) استقلال تیر خورد

در اینجا، «تیر خوردن» دارای دو معنی است: معنی نخست، «گلوله خوردن» است و معنی دوم، اصابت توپ به «تیر دروازه». در اینجا معنی دوم مدنظر نویسنده است.

(۱۰) بدرقه قربانی!

در اینجا، «قربانی» علاوه بر معنی لفظی، اشاره به نام بازیکن دارد.

(۱۱) بای بای طارمی از پشت پنجره‌های بسته

در اینجا، «پنجره» علاوه بر منفذ، به معنی پنجره نقل و انتقالات در فوتبال است.

۳-۴. تشبیه و استعاره

تشبیه عبارت است از مانند کردن چیزی به چیزی در صفتی (همایی، ۱۳۸۹). استعاره عبارت است از آنکه یکی از دو طرف تشبیه را ذکر و طرف دیگر را اراده کرده باشند (همایی، ۱۳۸۹). وجه تمایز تشبیه و استعاره در این است که برخلاف تشبیه که مشبه، مشبه‌به، ادات و وجه‌شبه حضور دارند، در استعاره تنها مشبه یا مشبه‌به حضور دارد. از آنجا که تترهای روزنامه‌ها از حداقل واژگان استفاده می‌کنند، طبیعی است که آنچه ارکان تشبیه نامیده می‌شود به این منظور حذف شود. از این رو، در اینجا این دو آرایه ادبی با هم در نظر گرفته شده‌اند و تمایزی میان آن دو نیست. در مجموع، ۸/۶ درصد از آرایه‌های ادبی را تشبیه/استعاره تشکیل داده است. نمونه‌هایی از این آرایه بر پایه پژوهش کنونی در اینجا آورده شده است:

(۱۲) عصای دست شفر دست به عصا شد

در این تتر، جایگاه مهم و کلیدی یکی از بازیکنان در تیم مربوطه باعث شده است که او را «عصا»ی دست مربی بدانند؛ در عین حال، این یک عبارت کنایه‌ای نیز است. به عبارت دیگر، بازیکن مذکور به «عصا» تشبیه شده است.

(۱۳) جادوگر در آزمون مبارزه با فساد

در این تتر، «جادوگر» لقبی است که به دلیل بازی تکنیکی و مهارت علی کریمی به این ستاره سابق تیم ملی فوتبال ایران داده شده است.

(۱۴) مهره کمر استقلال زیر دندان برانکو

در اینجا یکی از بازیکنان که نقش محوری در تیم ایفا می‌کند به «مهره کمر» تشبیه شده است.

(۱۵) زلزله ۳ ریشتری در اهواز

در اینجا بُرد به «زلزله» و گُل به مقیاس «ریشتر» تشبیه شده است.

۴-۴. مجاز یا دگرنامی

مجاز یا دگرنامی، کاربرد لفظ است در غیر معنی اصل و موضوع له حقیقی به مناسبتی، و آن مناسبت را در اصطلاح فن بدیع علاقه می‌نامند (همایی، ۱۳۸۹) به دیگر سخن، مجاز به این معنی است که به جای اشاره مستقیم به یک چیز، از چیزی که یادآور آن است، نام ببریم. در مجموع، ۵/۹ درصد از آرایه‌های ادبی را مجاز/دگرنامی تشکیل داده است. نمونه‌هایی از این آرایه بر پایه پژوهش کنونی در اینجا آورده شده است:

(۱۶) مانور قدرت آبی‌ها در نصف جهان

در این تیتیر، «آبی‌ها» یادآور تیم استقلال (لفظ جزء در معنی کل یا علاقه جزئیه) و «نصف جهان» (لفظ کل در معنی جزء یا علاقه کلیه) نام دیگر شهر اصفهان است.

(۱۷) سرخ‌ها کوه انگیزه برای جبران دو بازی اخیر

در اینجا، «سرخ‌ها» نام دیگر تیم پرسپولیس است. در واقع، از رنگ پیراهن (لفظ جزء) برای اشاره به تیم پرسپولیس (معنی کل) استفاده شده است.

(۱۸) کانگوروها به روسیه رسیدند.

در اینجا «کانگوروها» یادآور کشور استرالیا است. به‌واقع، از یک عنصر جزء (کانگورو) برای اشاره به کل یک کشور (استرالیا) استفاده شده است.

۵-۴. کنایه

کنایه سخنی است که دارای دو معنی دور و نزدیک باشد، ولی گوینده جمله را طوری به کار می‌برد که ذهن شنونده از معنای نزدیک به معنای دور منتقل شود (همایی، ۱۳۸۹). در مجموع، ۴/۳ درصد از آرایه‌های ادبی را کنایه تشکیل داده است. نمونه‌هایی از این آرایه بر پایه پژوهش کنونی در اینجا آورده شده است:

(۱۹) منشا: سیاهم کردند.

در این تیتیر، «سیاه کردن» دارای دو معنی لفظی و کنایه‌ای است و در اینجا معنی دوم مدنظر است: سر کسی شیره مالیدن یا گول زدن.

(۲۰) تدارک برای بین‌المللی شدن با چراغ خاموش

در این تیتیر، اصطلاح «چراغ خاموش» در معنای دور آن و با مضمون «بدون هیاهو» و «بدون جلب توجه» به کار رفته است.

(۲۱) چوب لای چرخ استقلال

در اینجا نیز، «چوب لای چرخ» کسی گذاشتن به معنای مانع ایجاد کردن بر سر راه کسی یا چیزی است.

۶-۴. سجع

سجع آن است که واژه‌های پایانی قرینه‌ها، در وزن یا حرف روی یا هر دو موافق باشند (همایی، ۱۳۸۹). در مجموع، ۳/۲ درصد از آرایه‌های ادبی را سجع تشکیل داده است. نمونه‌هایی از این آرایه بر پایه پژوهش کنونی در اینجا آورده شده است:

(۲۲) یا شانس و یا اورژانس

در اینجا، دو واژه «شانس» و «اورژانس» به لحاظ آوایی در واج‌های پایانی با هم یکسان هستند و از این رو تیترا آهنگین شده است.

(۲۳) اینجا بوران، آنجا آبودان

در این تیترا نیز واژه‌های «بوران» و «آبودان» به لحاظ آوایی در واج‌های پایانی یکسان هستند.

(۲۴) آقا فیروزه همین یه روزه

در این تیترا نیز واژه‌های «فیروزه» و «یه روزه» به لحاظ آوایی در واج‌های پایانی یکسان هستند. البته این تیترا می‌تواند تلمیح هم داشته باشد، زیرا اقتباسی از شعر یا ترانه «حاجی فیروزه، سالی یه روزه» است.

۷-۴. آمیزش

این مقوله در قاموس آرایه‌های ادبی نمی‌گنجد، زیرا نوعی فرایند واژه‌سازی^۱ است و نه آرایه‌ای ادبی. با وجود این، این مقوله به عنوان یکی از شیوه‌های استفاده شده، ولو کمتر متداول، در نوشتن تیتراها و بازی با واژه‌ها مطرح است. در مجموع، ۳/۲ درصد از آرایه‌های ادبی را آمیزش تشکیل داده است. نمونه‌هایی از این آرایه بر پایه پژوهش کنونی در اینجا آورده شده است:

(۲۵) کرمانسلطان

تلفیق «کرمانشاه» و «سلطان»، لقب علی پروین، به ترکیب «کرمانسلطان» انجامیده است.

(۲۶) نکوجام

تلفیق اسم بازیکنی به نام «نکونام» و «جام» ترکیب «نکوجام» را شکل داده است.

(۲۷) چارتار

تلفیق «چهار» به معنی دریافت چهار گل و اسم یک سرمربی به نام «تارتار» به ترکیب «چارتار» انجامیده است.

۸-۴. جناس

جناس آن است که نویسنده در سخن خود واژه‌هایی هم‌جنس بیاورد که در ظاهر به یکدیگر شبیه، و در معنی مختلف باشند (همایی، ۱۳۸۹). به بیان دیگر، جناس، خواه در قالب تام یا ناقص، به معنی دو صورت زبانی مشابه، یا کم‌ویش مشابه، با دو معنی کاملاً متفاوت تعریف شده است. در جناس تام، دو صورت زبانی هیچ تفاوتی به لحاظ شکل یا تلفظ با هم ندارند. در جناس ناقص، دو

^۱. word formation

صورت زبانی دست کم در یک آوا یا صورت با هم تفاوت جزئی دارند. در مجموع، ۲/۷ درصد از آرایه‌های ادبی را جناس تشکیل داده است. نمونه‌هایی از این آرایه بر پایه پژوهش کنونی در اینجا آورده شده است:

(۲۸) تیم کپروش با چشمی، چشم می‌خورد.

در این تیتیر، «چشمی» و «چشم» دو صورت با دو معنی کاملاً متفاوت هستند. مورد نخست، به بازیکنی با نام «چشمی» اشاره دارد؛ درحالی که دومی به «چشم» انسان اشاره دارد.

(۲۹) استقلال، قربانی قربانی!

در این تیتیر، «قربانی» نخست به معنی «فدا» است و «قربانی» دوم به معنی بازیکنی به همین نام است.

۹-۴. تشخیص

تشخیص به معنی نسبت دادن ویژگی‌های انسانی به اشیای بی‌جان است. در مجموع، ۱/۶ درصد از آرایه‌های ادبی را تشخیص تشکیل داده است. نمونه‌هایی از این آرایه بر پایه پژوهش کنونی در اینجا آورده شده است:

(۳۰) تراکتور برد و به سایپا خورد: لهجهٔ فی‌نال جام شهدا آذری شد.

در این تیتیر، «لهجه» که خصوصیتی از زبان انسان است، به یک مقولهٔ غیرزبانی و غیرجاندار همچون «مسابقه فوتبال» تعمیم داده شده است.

(۳۱) لباس سرخ بر تن جمعه

در این تیتیر، «لباس» که نوعی پوشش برای اشیای مادی و ملموس است، بر تن پدیده‌ای غیرمادی و انتزاعی همچون «ایام هفته» تصویر شده است.

(۳۲) رخت سیاه بر تن لیگ

مشابه مورد (۳۱)، در اینجا نیز «رخت» نوعی پوشش مادی است که در مورد یک مقولهٔ غیرمادی و انتزاعی (لیگ) به کار رفته است.

۱۰-۴. تضاد، متناقض‌نما، یا بیان نقیضی

در اینجا این سه مفهوم کم‌وبیش مشابه یکی در نظر گرفته شده‌اند و هر سه به معنی کنار هم گذاشتن عناصر متناقض هستند در مجموع، ۱/۶ درصد از آرایه‌های ادبی را تضاد یا متناقض‌نما تشکیل داده است. نمونه‌هایی از این آرایه بر پایه پژوهش کنونی در اینجا آورده شده است:

(۳۳) ناامید از امید

در اینجا دو واژهٔ «ناامید» و «امید» در کنار هم آمده‌اند و معنی متضادی را می‌رسانند.

(۳۴) فریاد بی‌صدای استقلال

در اینجا نیز دو واژهٔ «فریاد» و «بی‌صدا» دارای معانی متناقض هستند.

۱۱-۴. تکرار

تکرار به معنی آوردن دوباره و چندباره یک واژه به منظور افزودن بر موسیقی درونی و افزایش تأثیرگذاری سخن است. در مجموع، ۱ درصد از آرایه‌های ادبی را تکرار تشکیل داده است. برای مثال، در نمونه (۳۵) موردی از کاربرد این آرایه را می‌بینیم:

(۳۵) دشت طلا از طلایی‌ها

«طلا» و «طلایی» تکرار یک واژه هستند؛ در عین حال، آن را جناس نیز می‌توان تلقی کرد.

۱۲-۴. تضمین

به زبان ساده، تضمین نوعی نقل قول است؛ بدین معنا که شاعر یا نویسنده، بخشی از شعر یا نوشته یک شاعر یا نویسنده دیگر را در متن خود می‌گنجاند. در مجموع، ۰/۵ درصد از آرایه‌های ادبی را تضمین تشکیل داده است. تنها نمونه تضمین بر مبنای مطالعه حاضر در مثال (۳۶) آورده شده است:

(۳۶) «حالا حالاها» حال ندارند!

در اینجا عبارت «حالا حالاها» اشاره به شعار یا تکیه کلام «ما سپاهانیم حالا حالاها قهرمانیم» دارد که طرفداران تیم سپاهان اصفهان برای گری خوانی استفاده می‌کنند.

۵. نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر ضمن بررسی آرایه‌های ادبی در تیتراهای خبری روزنامه‌های ورزشی ایرانی، کوشیده است عمده‌ترین نمودهای گفتمانی بینامتنیت را آشکار کند. همچنان که یافته‌ها نشان دادند، تلمیح پرکاربردترین آرایه ادبی و نیز عمده‌ترین نمود گفتمانی بینامتنیت است. دیگر نمود گفتمانی بینامتنیت، یعنی تضمین، یکی از کم‌کاربردترین آرایه‌ها در بافت ورزشی شناخته شد.

اینکه چرا تلمیح و ایهام، پرکاربردترین آرایه‌های ادبی شناخته شدند را می‌توان این گونه توجیه و تبیین کرد که سرتیترنویس صرفاً در پی آن است که از راه اختصارنویسی، مقداری چاشنی ادبی و جذابیت به متن بیفزاید، نه اینکه معما طرح کند و خواننده را سردرگم نماید و در نهایت، تنها درصد اندکی از مخاطبان معنای آن را کامل درک کنند. به این منظور، لازم است در دسترس‌ترین و عمومی‌ترین عناصر ادبی به کار گرفته شوند تا بر بیشترین دانش فرهنگی مشترک میان نویسنده و خواننده تأکید کنند و بی‌درنگ آگاهی‌های پیشین در ذهن خواننده را فعال کنند. از این رو، آرایه ادبی تلمیح نسبت به آرایه‌های پیچیده‌تری چون تشبیه، استعاره، مجاز، کنایه و مانند آن، رخداد به مراتب بیشتری دارد و افزون بر این، تحقق اختصار و خوش طبعی، به ساده‌ترین شیوه یعنی ایهام نیز امکان‌پذیر است.

در عین حال، با توجه به اینکه در تلمیح تنها عناصر مشخصی از متن پیشین به امانت گرفته می‌شود و مابقی حذف می‌شود، نباید پنداشت که اқشار مختلف، گروه‌های سنی گوناگون و جنسیت‌های مختلف، به یک میزان معنی تیتراها را درک خواهند کرد. برای نمونه، درک تیترا همچون «کریم آقامون هم هست!»^۱ شاید برای گستره وسیعی از مخاطبان جوان‌تر قابل فهم نباشد. از سوی دیگر،

^۱. اقتباسی از دیالوگ معروفی از فیلم «قیصر». با وجود این، «کریم» در اینجا اشاره به «کریم انصاری‌فر» مهاجم تیم ملی ایران دارد.

تیتري همچون «کلين فالو!»^۱ برای مخاطبان کهنسال‌تری که شاید خود را با فناوری‌های روز سازگار نکرده‌اند، بی‌معنی است. ازاین‌رو، نویسنده هنگام آفریدن تیتري‌های خود باید مخاطبان خود و دانش زمینه آنان را مدنظر قرار دهد.

یافته‌های این مطالعه که الگوهای زبانی و هنجارهای کرداری غالب بر تدوین تیتري‌های خبری در یک بافت فارسی زبان را آشکار می‌کند، تلویحاً بر جنبه مهمی از یادگیری زبان‌ها تأکید می‌کند که همانا جدایی‌ناپذیر بودن زبان و فرهنگ از یکدیگر است. به بیان دیگر، ارتباط تنگاتنگ میان زبان و فرهنگ در اینجا از طریق بینامتنیت و نموده‌های آن همچون تلمیح و تضمین تجلی می‌یابد. ازاین‌رو، این امر در آموزش زبان و به‌ویژه برای فارسی‌آموزانی که زبان فارسی را به‌عنوان زبان بیگانه می‌آموزند، بسیار حائز اهمیت است، زیرا قرار دادن فارسی‌آموزان در معرض چنین مطالب اصیلی از زبان مورد یادگیری، ضمن افزایش آگاهی‌سازی فرهنگی می‌تواند به ارتقای مهارت‌های خواندن، درک و نوشتن و نیز ایجاد تفکر انتقادی در آنها یاری رساند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

سپاسگزاری

از جناب آقای دکتر محمد دبیرمقدم برای ارائه رهنمودها، دیدگاه‌ها و اصلاحاتی که به پذیرش و انتشار این اثر انجامید، بسیار سپاسگزارم.

منابع

- افضلی، زینب و احمدی‌نسب، فاطمه. (۱۳۹۷). بررسی عنوان‌های خبری ۲۰:۳۰ از دیدگاه بلاغی. پژوهش‌های ارتباطی، ۸(۹۳)، ۱۲۹-۱۵۲. <https://doi.org/10.22082/cr.2018.65941.1362>
- طوسی نصرآبادی، محمدرضا، و روشن، بلقیس. (۱۳۹۵). استعاره در عناوین خبری روزنامه‌های ورزشی ایران: بررسی موردی استعاره فوتبال. پژوهش‌های زبان‌شناسی، ۸(۲)، ۳۷-۴۸. <https://doi.org/10.22108/IRL.2017.21688>
- قائم‌نیا، علیرضا. (۱۳۸۹). بیولوژی نص: نشانه‌شناسی و تفسیر قرآن. سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلام.
- کریمی فیروزجایی، علی، و عراقی یزدان‌پرست، پیمان. (۱۳۹۷). بررسی تیتري‌های خبری شهرآوردهای پرسپولیس و استقلال از دیدگاه تحلیل گفتمان انتقادی. مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۵(۱۹)، ۲۷-۳۸. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23455578.1397.5.3.2.4>
- نامور مطلق، بهمن. (۱۳۹۰). درآمدی بر بینامتنیت: نظریه‌ها و کاربردها. سخن.
- نامور، زهرا، و امیری پریان، خدیجه. (۱۳۹۶). کاربرد استعاره‌های مفهومی در تیتري‌های خبر ۲۰:۳۰ شبکه دو سیم: مطالعه‌ای در چارچوب معناشناسی شناختی. پژوهش‌های ارتباطی، ۲۴(۸۹)، ۱۴۹-۱۷۹. <https://doi.org/10.22082/cr.2017.25793>
- همایی، جلال‌الدین. (۱۳۸۹). فنون بلاغت و صناعات ادبی. اهورا.

۱. «حذف دنبال‌کنندگان» (clean follow) در شبکه‌های اجتماعی.

References

- Afzali, Z. & Ahmadasab, F. (2018). A study on the headlines of News Program 20:30 from the rhetorical point of view. *Communication Research*, ١(93), 129-152. <https://doi.org/10.22082/cr.2018.65941.1362> [In Persian]
- Azam, M. (2001). *Al-Nas al-Qaeb*. Etehad al-ketab al-Arab.
- Bell, A. (1991). *The language of news media*. Blackwell.
- Biber, D. (2003). Compressed noun-phrase structures in newspaper discourse: The competing demands of popularisation vs. economy. In J. Aitchison & D. Lewis (Eds.), *New Media Language*. (pp. 169-181). Routledge.
- Bonyadi, A., & Samuel, M. (2013). Headlines in newspaper editorials: A contrastive study. *Sage Open*, ٣(2), 1-10. <https://doi.org/10.1177/2158244013494863>
- Homaei, J. (2010). Rhetorical techniques and literary devices. Ahoora. [in Persian]
- Karimi Firozjaei, A. & Araghi Yazdanparast, P. (2018). A study of news titles in the Persepolis and Esteghlal derbies based on a CDA approach. *Communication Management in Sports Media*, ٥(19), 27-38. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23455578.1397.5.3.2.4> [In Persian]
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Leigh, J. H. (1994). The use of figures of speech in print ad headlines. *Journal of Advertising*, 23(2), 17-33. <https://doi.org/10.1080/00913367.1994.10673439>
- Ludwig, M. D., & Gilmore, G. (2005). *Modern news editing*. (5th ed). Blackwell.
- Maretha, A. L., & Kongthai, A. (2017). The use of verbal rhetorical devices to construct readers' ideology in online news headlines. In *ASIAN Academic Society International Conference Proceeding* (pp. 103-107). https://www.academia.edu/109418144/The_Use_of_Verbal_Rhetorical_Devices_to_Construct_Readers_Ideology_in_Online_News_Headlines
- Monsefi, R., & Mahadi, TST. (2017). The rhetoric of Persian news headlines: A case study of Euronews. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, 6(2), 36-45. <https://doi.org/10.7575/aiac.ijalel.v.6n.2p.36>
- Namvar Motlagh, B. (2011). An introduction to intertextuality: Theories and applications. Sokhan. [In Persian]
- Namvar, Z., & Amiri Paryan, Kh. (2017). The use of conceptual metaphors in the 20:30 news headlines on Channel Two; A study on the basis of cognitive semantics. *Communication Research*, 24(89), 149-179. <https://doi.org/10.22082/cr.2017.25793> [In Persian]

- Qaemania, A. (2010). *Biology of the religious text*. Organization of Publications of the Research Institute for Islamic Culture and Thought. [In Persian]
- Toosi Nasrabadi, M., & Rowshan, B. (2016). Metaphors in the headlines of Iranian sports news: A case study of the metaphor of football. *Researches in Linguistics*, 8(2), 37-48. <https://doi.org/10.22108/JRL.2017.21688> [In Persian]
- Van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and practice: New tools for critical discourse analysis*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195323306.001.0001>