

العنوان الأدبي بين الإنتاجية والتلقي: قراءة في المفاهيم والمصطلحات
**The literary title between productivity and reception A
 reading of concepts and terms**

حسنية مسكين*

جامعة مستغانم / الجزائر

سعاد نكاع*

جامعة مستغانم / الجزائر

hasnia.meskine@univ-mosta.dz

souad.nekkaa@univ-mosta.dz

تاريخ القبول: 2025/06/04	تاريخ التقييم: 2025/05/19	تاريخ الارسال: 2025/02/01
--------------------------	---------------------------	---------------------------

المخلص:

يعتبر العنوان فاتحة النصوص وعتباتها التي تميزها، فبعد أن كانت النصوص تفتح بقراءة مضامينها صارت في وقتنا الحالي تقرأ من خلال عناوينها، فالعنوان لوحده يحمل علامة فارقة كاملة تحيلنا إلى حوار داخلي خفي بين الكاتب والقارئ. ذلك أنه لا ينحصر في كونه يلج بنا إلى عالم النص، بل يتعدى ذلك ليشكل لنا عالماً وكياناً، هيكل ذات محتوى ومضمون تسهم في مقارنة النصوص وفتح مغاليقها ومعانيها المضمرة.

وتبعاً لهذه الأهمية التي حظي بها العنوان الأدبي باعتباره عتبة لها علاقات جمالية ووظيفية مع النص، جاء هذا المقال موسوماً بـ: العنوان الأدبي بين الإنتاجية والتلقي (قراءة في المفاهيم والمصطلحات) ليسلط الضوء على بعض الجوانب المتعلقة بنظرية العنوان وأبعادها النقدية.

الكلمات المفتاحية: العنوان؛ الإنتاجية؛ المفاهيم؛ المصطلحات.

Abstract:

The title is considered the opening of texts and their thresholds that distinguish them. After texts used to be opened by reading their contents, they are now read through their titles. The title alone carries a complete distinguishing mark that refers us to a hidden internal dialogue between the writer and the reader. This is because it is not limited to taking us into the world of the text, but rather goes beyond that to form a world and an entity for us, a structure with content and substance that contributes to approaching texts and opening their locks and implicit meaning.

According to this importance that the literary title has received as a threshold that has aesthetic and functional relationships with the text, this article

came under the title: The literary title between productivity and reception (a reading of concepts and terms) to shed light on some aspects related to the theory of the title and its critical dimensions.

Keywords: title; productivity; concepts; terms.

*المؤلف المراسل.

1. مقدمة:

لقد أخذ العنوان مؤخراً في الدراسات النقدية والسيمائية مركزيّة البحث، ليفرض بذلك سلطته على قارئ النص ما استطاع إلى ذلك سبيلاً. فهو يدفع هذا القارئ إلى سبر أغوار عالم النص باعتباره علامة كامنة وكاملة تمكّنه من فتح مغاليق الكون النصّي من جهة ثانية، وتبعاً لهذه الأهميّة التي حظي بها باعتباره عتبة لها علاقات جماليّة ووظيفيّة مع النص وجب الوقوف في هذا المقال عند أهمّ المحطّات النظريّة وأبعادها النقديّة الخاصّة بعلم العنوان في الدرس النقدي المعاصر وفق منهج وصفيّ تاريخي.

يجب أن تحتوي مقدمة المقال على تمهيد مناسب للموضوع، ثم طرح لإشكالية البحث ووضع الفرضيات المناسبة، بالإضافة إلى تحديد أهداف البحث ومنهجية.

2. مفهوم العنوان:

1.2 الفضاء المعجمي:

يقدم الفضاء المعجمي لمفردة عنوان -بضمّ العين وكسرهما- وحدتين معجميتين هما: (عَنْ) و(عَنَا)، يستفاد من مادّة (عَنْ) ما جاء في معجم لسان العرب: «عَنْ الشَّيْءِ وَيَعْنُ عَنَّا وَعُنُونَا: ظهر أمامك، وَعَنْ يَعْنُ عَنَا وَعُنُونَا، وَعَنْ وَعُنُونَا: ظهر واعتزّ: ظهر واعتزّ¹. ويضيف ابن منظور «وَعَنْتُ الْكِتَابَ وَأَعْنَتُهُ لَكَذَا أَيِ عَرْضْتُهُ لَهُ وَصَرَفْتُهُ إِلَيْهِ. وَعَنْ الْكِتَابَ يَعْنُهُ عَنَا وَعَنْتُهُ: كَعُنُونَهُ، وَعَعْنُونْتُهُ بِمَعْنَى وَاحِدٍ، مُشْتَقٌّ مِنَ الْمَعْنَى. وَقَالَ اللَّحْيَانِي: عَعْنْتُ الْكِتَابَ تَعْنِينًا وَعَعْنِيَّتُهُ تَعْنِيَّةٌ إِذَا عَعْنُونْتُهُ (...) وَسَمِيَ عُنُونًا لِأَنَّهُ يَعْنُ الْكِتَابَ مِنْ نَاحِيَّتِهِ (...) وَيُقَالُ لِلرَّجُلِ الَّذِي يَعْزُزُ وَلَا يَصْرَحُ: قَدْ جَعَلَ كَذَا وَكَذَا عُنُونًا لِحَاجَتِهِ وَأَنْشَدَ:

وتعرف في عناونها بعض لحنها وفي جوفها صمعاء تحكي الدواهي.

قال ابن بري: والعنوان الأثر، قال سوار بن المضرب:

وحاجة دون أخرى قد سنحت بها جعلتها للتي أخفيت عنوانا.

قال: وكلما استدلت بشيء تظهره على غيره فهو عنوان له كما قال حسان بن ثابت يرثي عثمان:

صَحَّوْا بِأَشْمَطَ عِنَاوُنِ السَّجُودِ بِهِ يَقْطَعُ اللَّيْلَ تَسْبِيحًا وَقِرْآنًا².

أما مادة (عنا) فتبرز الدلالات الآتية: «ومعنى كل شيء: منحتُه وحاله التي يصير إليها أمره». وروى الأزهري عن أحمد بن يحيى قال: المعنى والتفسير والتأويل واحد. وَعَنَيْتُ بالقول كذا أردت. ومعنى كل كلام ومعناته وَمَعْنِيَّتُهُ: مقصده، والاسم العناء. يقال: عرفت ذلك في معنى كلامه ومعنائه كلامه وفي معني كلامه (...) وعنوان الكتاب: مشتق فيما ذكروا من المعنى، وفيه لغات: عَنَوْتُ وَعَنَنْتُ. وقال الأخفش: عَنَوْتُ الكتاب واعنَّه، وأنشد يونس:

فَطِنِ الْكِتَابَ إِذَا أَرَدْتَ جَوَابَهُ وَاعْنُ الْكِتَابَ لِكِي يُسَرِّوْكَ تَمَامًا

قال ابن سيده: العِنَاوُنُ والعِنَاوُنُ سِمَةُ الْكِتَابِ: وَعَنَوْنُهُ عَنَوْنُهُ وَعِنَاوَانُهُ وَعَنَاءُهُ، كلاهما: وَسَمَهُ بِالْعِنَاوَانِ. وقال أيضا: والعِنَايَانُ سِمَةُ الْكِتَابِ، وَقَدْ عَنَاءَهُ وَأَعْنَاهُ، وَعَعَنَوْتُ الْكِتَابَ وَعَلَوْنَتُهُ (...) قال ابن سيده: وفي جبهته عنوان من كثرة السجود أي أثر، وأنشد:

وَأَشْمَطَ عِنَاوَانٍ بِهِ مِنْ سُجُودِهِ كَرَكِبَةٍ عَنَزٍ مِنْ عُنُوزٍ بَنِي نَصْرٍ³.

يظهر مما سبق أن كلمة (عنوان) -حسب معجم لسان العرب- ترجع إلى مادتين مختلفتين هما: (عَنَنْ) و(عَنَا)، وفي حين توجي الأولى بمعاني الظهور والاعتراض، توجي الثانية بمعاني القصد والإرادة، وكلا المادتين تشتركان في دلالتهما على الوسم والأثر. وفيما يلي سيتم الوقوف عند هذه المعاني من أجل استنطاقها واستنباط العلاقة بينها وبين العنوان بوصفه حدثا لغويا.

1.1.2 معنى (الظهور والاعتراض):

يكشف الفضاء المعجمي لمادة (عَنَنْ) عن التماسك بين دلالتَي الظهور والاعتراض، فـ «عَنَّ الشَّيْءُ: ظَهَرَ أَمَامَكَ، وَعَنَّ (...) وَاعْتَنَّ: اعْتَرَضَ وَعَرَضَ»⁴. وبذلك فالعنوان ظهور واعتراض، لأنَّ الظهور هو الذي يمرني «العنوان أي يجعله قابلا للرؤية، عبر منحه سمة مكانية أو فضائية،

وبذلك يغدو متمایزا ومختلفا عما حوله، وهو بهذا التمرئي يسمطق الفراغ ويؤسس لـ(سيميوطيقا المرئي)، أي يهب الفراغ معنى، فالظهور بوصفه ولادة وتهديدا للفراغ، وجود في مواجهة العدم»⁵.

أما دلالة الاعتراض فإنها متعلقة بالمتلقي على أساس أن العنوان هو ما يظهر له ويعترضه من النص الأدبي، فالعنوان هو الذي يخلق فرصة اللقاء الأول بين المتلقي والنص، وفي «هذه الاستباقية يتأسس بروتوكول القراءة، التي سوف تحمل (النص) على القول والظهور، لبدأ كينونة جديدة مع القارئ (...) ومن هنا تنبثق استراتيجية العنوان في ممارسة الغواية والإغراء على المتلقي لأسره في شبك النص، وحتى يكون له ذلك ينبغي أن يحقق أقصى درجات الشعريّة، بوصفه رسولا لبدايات اللذة المرتقبة، ولهذا فالعنوان إذ يخلق فرصة التلقي الأولى، فإنه يؤسس في الوجود إطلالة النص على العالم»⁶.

2.1.2 معنى (القصد والإرادة):

يشير الفضاء المعجمي للجذر (عنا) إلى معنى القصد والإرادة، يقال: «عَنيْتُ الشيء إذا كنت قاصدا له (...) يعنيك أي يقصدك يقال: عَنيْتُ فلاناً عَنيّاً أي قصدته، ومن تعني بقولك أي من تقصد، وعَناني أمرك أي قَصَدَنِي (...) وعَنيْتُ بالقول كذا: أردت، ومعنى كلّ كلام (...) مقصده، والاسم العناء»⁷.

بهذه الدلالات يصبح العنوان بوصفه فعلا من أفعال الكتابة، علامة تحمل في طياتها مقصديّات متنوّعة ورسالة يريد المرسل تبليغها إلى المرسل إليه، وهذا ما أشار إليه "الجزّار محمد فكري" في معرض حديثه عن قصديّة العنوان، يقول: «كلّ فعل اتّصال ينطوي على "قصد" من طرفيه يجمع بينهما على قاعدة المرسله، ثمة إذن- قصد للبتّ من طرف المرسل، وقصد لتلقي هذا البتّ من طرف المستقبل، هذا في المرسله ذاتها أي العمل، أما عنوان هذا العمل فإنّه - بالنظر لخصوصيّة وظيفته- ذو وضعيّة أكثر تعقيدا، إذ إنّّه يتوجّه إلى المستقبل حاملا مرسلته في دلاليّته، وهذا الحمل - تحديدا - هو "قصد" المرسل و"إرادته" إبلاغ المستقبل بجماع المرسله»⁸. ولكن قد يتحرّر العنوان أحيانا من سلطة مؤلّفه ومقاصده التي أرادها له

بوصفه علامة كتابية لها جماليّتها الخاصّة، وخطاب له قوانينه وشعريّته حسب المقاربة النقدية المعاصرة.

3.1.2 معنى (الأثر والوسم):

إنّ الجذرين اللّغويّين (عَنَنَ) و(عنا) يشتركان في دلالة الوسم والأثر، فما علاقة العنوان بهذه الدّلالة؟ وكيف يكون العنوان أثرا ووسما؟ قبل الإجابة عن هذه التّساؤلات يجب الإشارة إلى أنّ (الأثر) و(الوسم) يشتركان معجميّاً في معنى (العلامة)، فالأثر هو «بقية الشّيء (...) وخرجت في إثره وفي أثره أي بعده (...) والأثر بالتحريك: ما بقي من رسم الشّيء، والتأثير: إبقاء الأثر في الشّيء، وأثر في الشّيء: ترك فيه أثرا (...) والأثر: سمة في باطن خفّ البعير يُقتَفَر بها أثره (...) وأثر الجرح: أثره يبقى بعدما يبرأ»⁹.

وهذه الدّلالات نفسها يوحى بها الوسم، ف«الوسم: أثر الكيّ (...) وقد وسمه وسمما إذ أثر فيه بسمة وكَيّ (...) واتّسم الرّجل إذا جعل لنفسه سمة يعرف بها (...) والسمّة والوسام: ما وُسم به البعير من ضروب الصّور (...) الوسم أثر كيّة (...) تكون علامة له»¹⁰.

والمتّمعن في هذه المعطيات المعجميّة يجد نوعين من الدّلالة هما: (العلامة) و(التأثير)، أمّا العلامة فهي التي تحدّد العلاقة بين العنوان والنّص، والعنوان تبعاً لهذه العلاقة «يعدّ علامة للنّص، أي سمة له وأمرة عليه ودليلاً إليه، وهذا يعني أنّ إنجاز النّص لأنطولوجيّة واختلافه لا يتحقّق إلّا بالعنونة من حيث هي عملية إنتاج لاسم النّص (...) فالعنوان للنّص بمنزلة الاسم للكائن، لكونه يسمّي ويصف ما قد كُتِبَ»¹¹ وبذلك فالعلامة هي التي ترسم حدود العلاقة بين النّص وعنوانه وفقاً لوظيفة إحاليّة تنسب العنوان إلى عمله أو تنسب العمل إليه.

ولكن مهما بلغت درجة ارتباط العنوان بالنّص، إلّا أنّه يظلّ مستقلاً عنه طباعياً لوجود مسافة تفصله عن النّص، وهذا ما تؤكّده الدّلالة اللّغوية للعنوان المتمثّلة في (الوسم والأثر). وأمّا التأثير فإنّه يرسم حدود العلاقة بين العنوان والقارئ، لأنّ العنوان بوصفه "تأثير" يقع فعله هنا على المتلقّي من حيث أدائه لجملة من الوظائف التي تأسر القارئ في لذّة قراءة النّص.

2.2 الفضاء الاصطلاحي:

لقد قدّم "جيرار جينيت" _Gérard Genette_ سنة 1987 م مصنفًا كاملاً يحمل عنوان "عتبات" (Seuils)، ناقش فيه جملة من المفاهيم والمباحث المتعلقة بالعنوان، من بينها زمنية ومكانية العنوان وقرائن الإرسال والاستقبال، كما أثار إشكالية الوظائف والأنواع، واعتبره من أهم عناصر النص، مشيراً إلى صعوبة تعريفه نظراً لتركيبته المعقدة والعويصة عن التّفسير، يقول: «ربّما كان التّعريف نفسه للعنوان يطرح أكثر من أيّ عنصر آخر للنّص الموازي بعض القضايا، ويتطلّب مجهوداً في التّحليل، ذلك أنّ الجهاز العنواني، كما نعرفه منذ النهضة ... هو في الغالب مجموعة شبه مركّبة، أكثر من كونها عنصراً حقيقياً وذات تركيبة لا تمسّ بالضرورة طولها».¹²

هذا يعني أنّ تعريف العنوان يطرح أكثر من سؤال، ليس لأنّه بنية لغويّة طويلة أو قصيرة، بل لأنّه حمولة دلاليّة مكثّفة تتطلّب وعياً خاصاً وقدرة متميّزة على التّحليل والتّأويل، وهذا ما يجعله مع صغر حجمه نصّاً موازياً ونوعاً من أنواع التّعالّي النصّي الذي يحدّد مسار القراءة والتّأويل. وقد صنّف "جيرار جينيت" العنوان ضمن فضاء النصّ الموازي أو ما يعرف بالمناس في إطار حديثه عن أنماط التّعالّي النصّي (Transtextualité) والمتمثلة في:

1- التّناس: Intertextualité

2- المناس: Paratexte

3- الميتانصيّة: Métatextualité

4- النصّ اللاحق: Hypertexte

5- معماريّة النصّ: Architextualité

وما يهمّ - في هذا المقام - من هذه المتعلّيات النصّية هو نمط المناس، لأنّه يحتضن فعاليات العنوان، يحدّده "جينيت" بقوله: «إنّ التّمط الثّاني Paratexte يتكوّن من علاقة هي عموماً أقلّ وضوحاً وأكثر بعداً، ويقيمها النصّ في العنوان، العنوان الصّغير، العناوين المشتركة، المدخل، الملحق (...) وأنواع أخرى من الإشارات الكمالية الكتابيّة أو غيرها، التي توقّر للنّصّ وسطاً (متنوعاً)، وفي بعض الأحيان شرحاً رسمياً أو شبه رسمياً لا يستطيع أكثر

القراء نزوعاً للصِّفاء، وأقلِّهم اهتماماً بالمعرفة الخارجيّة أن يتصرّف به على الدّوام بالسهولة التي يريدها ولا يمكن أن يزعم ذلك».¹³

وقد قسّم "جينيت" هذه الموازيات النصّية إلى نوعين من النّصوص: نصّ خارجيّ فوقيّ وآخر محيطيّ، يحيل النّص الخارجيّ الفوقيّ (Epitexte) إلى عناصر تتعلق بالنّص ولكنها منشورة خارج الكتاب: مثل المقابلات والمذكرات الخاصّة، أمّا النّص المحيطيّ (Péritexte) فإنّه يضمّ كلّ ما يتعلّق بالنّص وينشر معه (في زواياه مثل عنوانات الفصول) وما يوجد داخل الكتاب¹⁴، وقد قسّمه "جينيت" هو الآخر إلى قسمين: النّص المحيطيّ النّشريّ (Péritexte éditorial) ويندرج تحته الغلاف، التّجليد، كلمة النّاشر وغيرها من المعلومات المتعلّقة بالنّشر، والنّص المحيطيّ التّأليفيّ (Péritexte Autorial) ويضمّ اسم الكاتب، العنوان، العنوان الفرعيّ، العناوين الدّاخلية، الاستهلال، التّمهيد، الإهداء، الهوامش وغيرها ممّا له علاقة بالمتن ولا ينفصل عن الكتاب¹⁵، وبذلك يكون المتلقّي أمام ثلاثة مستويات نصّية هي:

1- النّص الرّئيسيّ: Texte principal

2- النّص الخارجيّ الفوقيّ: Epitexte

3- النّص المحيطيّ: Péritexte

يحظى النّص الرّئيسيّ من هذه المستويات الثّلاث بدور الزّيادة بوصفه الأصل، في حين يمثّل كلاً من النّصين المحيطيّ والخارجيّ الحدّ الثّاني بوصفهما التّكملة أو الإضافة، وهذا ما يجعل المقاربات النّقديّة تحتفي بالأصل أو ما يسمّى بـ (المتن)، وتستبعد (النّص الموازي) مع كلّ ما يتمتّع به من أدوار مهمّة في نشاط القراءة والتّأويل.

والحقيقة أنّه لا يمكن اعتبار النّص الموازيّ بديلاً للنّص الأصليّ، كما لا يمكن اعتباره عنصراً تابعا يمكن الاستغناء عنه، فلو كان هذا الأصل مكتفياً بذاته لما احتاج لعناصر خارجيّة تكسبه الهويّة والتّميّز، وهنا تبرز أهميّة العنوان في عمليّة التّلقيّ لأنّها ستنبصّ أوّل ما تنصبّ على العنوان، ولذلك فالعنوان إمّا أن يغري المتلقّي بقراءة النّص فيقبل أو يصدّه فيدبر.

3. إنتاجية العنوان:

يخرج النص في حقيقته عن المفاهيم السائدة في كونه مجرد علامة تجارية تسهوي القارئ» وإنما قد يحمل العنوان رسالة النص الكبير، تختزل في شكل عبارة فتكون حروفا أو أرقاما أو علامات مطبعية أو بياضا، وقد تتسع الحروف وتضيق، وقد تشكّل ألوانا مختلفات وتتصل وتنفصل وتكون كوفية أو نسخية أو رقعية، مستقيمة أو معوجة، وقد ترسم مرتعشة... فهنا تلتقي بلاغة العنوان بصناعته، ويتم التوافق بين التشكّل والمقصد فإذا العنوان طاقة شعرية ورسم بالكلمات».¹⁶ هذا يعني أنّه مهما بلغت درجة ارتباط العنوان بالنص، إلّا أنّه يظلّ مستقلا عنه باعتباره نصّا مثله مثل العمل الذي يعنونه، يملك القدرة على قراءته من جوانب جمالية ودلالية، وقد يكون أكثر شعرية ممّا يعنونه في بعض الحالات، لكنّ هذا الاستقلال لا ينفي العلاقة النوعية بين العنوان ونصّه، فكلّ عنوان يرتبط بالنص الذي يليه برابط ما، يتجلّى في قول العنوان شيئا ما عن هذا النصّ إن بصورة مباشرة واضحة أو بصورة رمزية غير مباشرة.

لقد تقيّدت كتابة العنوان بمحدودية الكلمات في بادئ الأمر، فكان لزاما على منتج النصّ أن يحترم خاصيّة الاختصار على أن يتشكّل العنوان من مسند ومسند إليه، وبالنظر إلى طابع العنوان العربي نجده قد تفرّد بنوع من الطول بغية الوصول إلى خاصيّة التسجيع، إلّا أنّه وفي الوقت الراهن صار العنوان يتحرّك في فضاء أرحب من حيث الكم المفرداتي، أي أنّ جميع «إمكانات التراكيب التي تقدّمها اللّغة قابلة لتشكيل نصّ العنوان دون أيّ محظورات، فيكون كلمة ومركباً وصفيّاً ومركباً إضافيّاً، كما يكون جملة فعلية أو اسمية وأيضا قد يكون أكثر من جملة»¹⁷، يمكن للعنوان أن يتجلّى في صورة الوجود الحرفي أو يتجسد في علامات رمزية كالأرقام والبياضات، وعلى هذا الأساس يكون الدالّ عائماً يمنح للكاتب مساحة تمكّنه من اختيار عنوان لنصّه وفق لرؤاه واستشرافاته لنصّه.

وإذا كان العنوان بمظهره الخارجي يدلّ على وضعيّة لغويّة شديدة الافتقار مقارنة مع النصّ الذي يعنونه، فهذا راجع لخاصيّته المتمثّلة في الإيجاز والاختصار، وإذا كان الأمر كذلك، فهذا يفترض كفاءة عالية في التلقّي من أجل البحث عن المعنى وكشف الدلالات المخبوءة فيه، وهنا يكون «العنوان بمثابة رأس للجسد والنصّ تمطيط له، وتحوير إمّا بالزيادة

أو الاستبدال أو النقصان أو التحويل».¹⁸ لذلك فالقارئ حينما يتوجّه إلى العمل الأدبي يبدأ بالعنوان لأنّ بنيته «دائما ما تمتلك القدرة على الحكم الجماليّ على النصّ، إذ تشبه القطرة التي تلخّص كلّ صفات المحيط، والشجرة التي تختزن جميع صفات الغابة»¹⁹، فيقترح له عدّة تأويلات تتعزّز أو تنتفي عندما يتخطّى هذا القارئ العنوان متّجها إلى النصّ.

4. العنوان والمرسل:

إنّ كتابة العنوان عمل يصطبغ بصبغة فنيّة فريدة فهو يعكس جوهر النصّ ويجذب الانتباه، فالعنوان هو الواجهة الأولى التي تواجه القارئ وتحفّزه على التفاعل مع النصّ وخوض غماره وسبر أغواره. وعلى هذا الأساس يكون عمل واضع العنوان ليس بالأمر الهين ولا بالعشوائي، فعملية الكتابة هذه تنبني وفقا لشروط وملابسات بعيدة عن العمل في حدّ ذاته فدلالة العنوان تتشكّل في حركة ارتدادية بين الانفصال والاتّصال مع النصّ، ومن هنا كانت كتابة العنوان إشكالا في حدّ ذاته، وفي ذلك يقول الجزار محمد الفكري: «كانت عنوانة العمل أكثر ممّا نظنّ إشكالا، فمقاصد المرسل منها تختلف جذريّا عن مقاصده من عمله، وتتنازعهما عوامل أدبيّة، وأخرى ذرائعيّة برجمانيّة، وربما أضفنا العامل الاقتصادي (التسويقي) إلى هذين النوعين من العوامل»²⁰. إنّ متطلبات وضع العنوان تحذو بالكاتب أن يضع عنوانه بمراعاة ما يلي:

1- أن يكون العنوان ذا دلالة إيحائيّة، يحمل في طيّاته إشارات ورموزا عن النصّ.

2- مواعاة الجمهور القارئ الذي يكتب له، مع الأخذ بعين الاعتبار اهتماماتهم وثقافتهم.

هذا ما يتطلّب من واضع العنوان وقتا من التأمّل والتدبر لتوليدته وتحويله إلى بنية دلاليّة معيّنة، لأنّ العنوان في أغلب الحالات يقدّم ملخصا للنصّ الذي يعنونه بطريقة مباشرة أو إيحائيّة، لذلك فإنّ كلّ عنوان يضعه المبدع يكون قد تطلّب منه جهدا وتركيزا، ولذلك فإنّ العنوان في أيّ نصّ لا يأتي مجّانيا أو اعتباطيّا، لأنّ المبدع يعطي لكتابة عنوانه ما يعطيه للعمل من عناية واهتمام.

وفي السياق نفسه نجد الشاعر "شوقي بزيع" يعلّق عن ذلك قائلاً: «لا طالما وجدت صعوبة بالغة في العثور على عناوين ملائمة لمجموعاتي الشعريّة التي سبق أن أصدرتها خلال ربع قرن من الزّمن، ذلك أنّي أعلم تمام العلم ما للعنوان من أثر عميق في نفس القارئ، ومن جاذبيّة فائقة تسهم أغلب الأحيان في تسويق الكتاب ووضعه على طريق النّجاح»²¹، هذه الحالة التي تسبق العنوان ليست خاصّة بكاتب دون آخر وإنّما هي عامّة لدى الجميع، فإنّ تختار عنوان يجمع بين الغرض الإبداعيّ والفنيّ والغاية التجاريّة البراجماتيّة ليس بالعمل البهين. وهاهنا تظهر لنا إشكالية وضع العنوان: هل وضع العنوان يخضع لسلطة الكاتب الخالصة أم هناك أيدي خفيّة لها دور في إنتاجيّة العنوان؟ انطلاقاً من أقوال النّقاد والأدباء يظهر لنا اتّجاهين: الأوّل منهما يقول بأنّ الكاتب حرّ الاختبار. أمّا الاتّجاه الثّاني فيشير إلى السّلطة التّأثيريّة لدار الطّبّع وحقوقها في التّعامل مع العناوين بصيغة تجاريّة. إذا فالإجابة عن هذا السّؤال كانت متضاربة:

لقد أشار "جيرار جينيت" أنّ واضع العنوان ليس بالضرورة أن يكون صاحب النّص، إذ يمكن لمحيط النّشر أن يلعب هذا الدّور، فعادة ما تضع بعض دور النّشر رزنامة من العناوين ذات طابع تجاريّ واجتماعيّ حتّى تحقّق الأرباح، ولو على حساب قيمة النّص ومحتواه.²²

في حين تأخذ "نريمان الماضي" رأياً مغايّراً عن الذي صرّح به "جينيت" فالعنوان عندها لا يمكن أن يكون إلّا ذلك الذي اختاره كاتب النّص نفسه على اعتبار أنّه الوحيد الأكثر معرفة بخبايا نصّه، فوضع أيّ عنوان لقصيدة لم يعنونها الشّاعر نفسه يعتبر أمراً في غاية الخطورة، فالعنوان الموضوع قد يؤدّي إلى تضليل القارئ في عمليّة القراءة ويجعله يقرأ النّص قراءة غير كاملة،²³ لأنّه في أغلب الأحيان لا يوجد عنوان إلّا ويتّبع بطريقة ما إلى المعلومات والإشارات الموجودة في النّص الذي يعنونه.

إذا ما نحن نظرنا إلى دلالات العناوين الخفيّة فإننا نسترشد بأنّها في الغالب الأعمّ تحمل مقاصد الكتّاب، فالكاتب أثناء اختياره للعنوان «يكون واقعا تحت تأثير العمل نفسه بشكل ما من الأشكال، وكأنّ المرسل يتلقّى عمله ليتمكّن من عنونته، غير أنّ هذا التّلقّي لا

يستهدف إنتاج معنى العمل أو قواعد إنتاج هذا العمل، كما هو الأمر في تلقي المتلقي، إذ أن المرسل لا يتحرّر _مطلقا_ من وظيفته كمرسل في مواجهة عمله، ومن ثمّ لا يتمكّن من الإفلات نهائياً من مؤثرات عمليّة البثّ ومحقّراتها، بل ينضاف إليها العمل مؤثراً ومحقّراً لإنتاج العنوان»²⁴، أي أنّ الكاتب يؤوّل عمله فيتعرفّ منه على مقاصده وعلى ضوء هذه المقاصد يضع عنواناً لنصّه. وهذا ما يجعل منه عبارة عن تسمية من تسميات كثيرة ممكنة، وهي على الرغم من اختيار المؤلف إلا أنّها ليست ملزمة للقارئ الذي من حقّه أن يقترح للكتاب المقروء عنواناً بديلاً أو تسمية جديدة، قد تكون أكثر ملاءمة وأصدق تعبيراً عما يرغب المؤلف في إبلاغه للمتلقي، ولكنّ التأكيد على أصالة العنوان أمر لا بدّ منه، لأنّ العنوان شأنه «شأن التوقيع الشّخصي لصاحب النصّ وحده أحقيّة وضعه وتعديله»²⁵.

5. العنوان والمرسل إليه:

إذا كان العنوان هو آخر أعمال المبدع فإنّه أوّل عتبات القارئ، وهذا يعني أنّ وجود العنوان يفترض وجود مرسل ومتلقّ له، إذ أنّه لا يمكن بأيّ حال من الأحوال أن ينحصر العمل الموجه من المرسل إلى المتلقي في النصّ وحده، بل هو العنوان والنصّ متكافئين تكافؤاً سيميوطيقياً إلى الحدّ الذي يجعل الاهتمام بواحد منهما دون الآخر إهداراً ليس لما أهمل فقط وإنّما لما تمّ الاهتمام به أيضاً،²⁶ فالعنوان على الرغم من افتقاره اللغوي إلا أنّه عادة ما ينجح في إقامة اتّصال نوعي بين المرسل والمتلقي.

وإذا كان المرسل ينطلق من مقاصده في بثّه للعنوان فإنّ المتلقي ينطلق من معارفه الخلفيّة وثقافته الخاصّة في تقبّله لهذا العنوان، فهو «يدخل إلى العمل من بوابة العنوان متأولاً له، وموظّفاً خلفيته المعرفيّة في استنطاق دوالّه الفقيرة عدداً وقواعد تركيب وسياقا، وكثيراً ما كانت دلاليّة العمل هي ناتج تأويل عنوانه أو يمكن اعتبارها كذلك دون إطلاق»²⁷، فالمتلقي حينما يقرأ العنوان يطرح له عدّة تأويلات، ومن ثمّ يتوجّه إلى النصّ وفي ذهنه قد علقت هذه التّأويلات التي قد تنتفي أو تتعزّز بعد انتهائه من القراءة.

وفيما يلي محاولة لتحديد هويّة قارئ العنوان، وإن كان يبدو للبعض أنّ هذا أمر مفروغ منه، خاصّةً للذي يعتقد بأنّ قارئ العنوان هو قارئ العنوان فقط، متناسياً أنّ قارئ العنوان الحقيقيّ هو قارئ العنوان والنصّ معاً، وهنا يرى "جيرار جينيت" أنّ العنوان يرسل

نفسه إلى عدد من الأشخاص يفوق عددهم عدد الأشخاص الذي يرسل إليهم النص، لأن العنوان كاسم الكاتب عبارة عن غرض للاتصال، أما النص فهو غرض للقراءة، ولذلك فإن تلقي العنوان دون قراءة لمّن النص بشكل تامّ يعتبر تلقيًا قاصراً.

وعليه، فإن القراءة التامة تكون من خلال قراءة العنوان والنص معا وبحث العلاقة بينهما، لأن العنوان غالبا ما يحيل على النص الذي يعنونه، إلا إذا كان مراوغا، فحينها لا حلية للقارئ إلا أن يتكئ على النص لتفسير العنوان، وفي هذه الحالة ليس على المتلقي إلا الاستعانة بمخزونه الثقافي للبحث عن العلاقة بين العنوان ونصه.

6. أنواع العناوين:

لقد قسم النقاد والدارسون العناوين من حيث دلالتها وعلاقتها بالنصوص إلى أنواع متعددة، يمكن تصنيفها إلى مجموعتين، الأولى هي مجموعة العناوين الإخبارية والثانية هي مجموعة العناوين الموضوعاتية، تهدف العناوين الإخبارية إلى مساعدة القارئ على إيجاد العمل المطلوب وتمييزه عن الأعمال الأخرى، وعادة ما تكون هذه العناوين قصيرة بصورة عامة، بحيث تتألف من كلمة أو عبارة وتعرض الموضوع المعالج بشكل موضوعي وحيادي دون الإفصاح عن رسالة النص.

أما العناوين الموضوعاتية فإنها تتعلق بموضوع النص وتصفه بعدة طرق، ومن هذه العناوين ما يعين الموضوع المركزي في النص دون تمويه أو استخدام للمجاز، ومنها ما يرتبط بالغرض المركزي للنصوص بطريقة أقل وضوح وذلك باستخدام المجاز والكنية، ويشير "جينيت" إلى أن العلاقة بين العناوين الموضوعاتية والنصوص التابعة لها تكون غامضة على الغالب ومفتوحة على التأويل²⁸. وقد اقترح تقسيما منهجيا للعنوان وزّعه على النحو الآتي:

1- العنوان الرئيسي.

2- العنوان الفرعي.

3- المؤشر الجنسي.

يرى "جينيت" أنّ ما يهمّ في هذا التّقسيم هو العنوان الرّئيسيّ لأنّه هو المؤسّس لنظام العنونة في ثقافتنا الحاليّة، ومع ذلك فقلّمنا نجد عنوانا رئيسيّاً وحده، فهو كثيراً ما يخضع لهذه المعادلة: (عنوان رئيسيّ + عنوان فرعيّ) أو (عنوان رئيسيّ + مؤشر جنسيّ).²⁹

وعادة ما يكتب العنوان الرّئيسيّ بأحرف كبيرة وبارزة دلالة على أهمّيّته وبعده المركزيّ للعمل الّذي يعنونه، لأنّه الممثّل الأساسيّ لعمليّة العنونة، أمّا العنوان الفرعيّ فإنّه يكتب بأحرف صغيرة، لأنّه عبارة عن تنمّة تلحق بالعنوان الرّئيسيّ، قد تحضر أو تغيب، وفي «حال الحضور يؤدّي العنوان الفرعيّ - على الأرجح - وظيفة تأويليّة للعنوان الرّئيسيّ، فضلاً عن أدائه لوظيفة إعلاميّة تخصّ مضمون النّص أيضاً، ويكتسب شرعيّته في كونه يسدّ الفجوة الّتي تتخلّل العنوان الرّئيسيّ من حيث عدم استيفائه لمضمون النّص»³⁰، ولذلك فقد اعتبره "الجزّار محمّد فكري" «بنية موازيّة لبنية العنوان الرّئيسيّ، تكافؤها وتختلف عنها اختلافاً يجعل الأولى ضروريّة للثانيّة، على الرّغم من الدّائرة الدّلاليّة الواحدة الّتي تقع الاثنان فيهما»³¹، أمّا المؤشّر الجنسيّ فإنّ حضوره في نص العنوان يشير إلى نوع الجنس الأدبيّ الّذي ينتمي إليه هذا العمل.

7. وظائف العنوان:

إنّ الموقع الاستراتيجيّ الّذي يتمتّع به العنوان خوّله لأداء أدوار وظائفية متنوّعة، حتّى صار استقلال العنوان عن نصّه استقلال لا ينفي علاقته به، بقدر ما هو ناف لاختزال هذه العلاقة في وظيفة أحاديّة الاتجاه من العنوان إلى العمل فيما يشبه الإحالة الآليّة، لذلك حدّد النّقاد وظائفاً مختلفة للعنوان.

وقد يسهل أحيانا اختصار وظائف العنوان في الوسم أو التّجنيّس، وتزداد هذه السّهولة إذا تعلّق الأمر بالنصوص الإبداعية النثرية، لكنّها سهولة خادعة خاصّة في مجال الإبداع الشّعريّ، أين توجد بعض العناوين الّتي ليست لها صلة ظاهرة بالنّص الشّعريّ، كما قد يوجد أحيانا عنوانا هو في الأصل عبارة عن جملة مقتطعة من القصيدة، فهل يمكن القول في هذه الحالة أنّ ذلك العنوان يرشد للقصيدة أم لا يمثّل إلّا ذاته، ولا يوضّح إلّا ذلك الموضوع أو السّطر الّذي انتزع منه؟

الإجابة عن هذا السؤال غير قطعية، لأنّ هذا الأمر راجع إلى مسألة التعقيد والتّرميز في علاقة العنوان بنصّه، وهذه المسألة لا تكون متحقّقة في كلّ الحالات لأنّ الشّعراء متفاوتون في الإبداع، وهذا التّفاوت يحيل بلا شكّ إلى تنوّع أساليب الإبداع الأدبيّ، وبالتالي اختلاف وظائف العنوان وتعدّداتها.

ونظرا لتعدّد وظائف العنوان وتداخلها، اتّجه بعض الباحثين إلى تحديدها متّخذين من الوظائف اللّغويّة التّواصلية لـ"رومان جاكبسون" Roman Jacobson سبيلا للمقاربة، على أساس أنّ العنوان مرسلّة، وهذه المرسلّة «تبادله المرسل والمرسل إليه، يساهمان في التّواصل المعرفيّ والجماليّ، وهذه الرّسالة مسنّنة بشفرة لغويّة، يفكّكها المستقبل ويؤوّلها بلغته الواصفة، هذه الرّسالة ذات الوظيفة الشّاعريّة أو الجماليّة ترسل عبر قناة وظيفتها الحفاظ على الاتّصال»³²، من هنا يتبيّن أنّ للعنوان ستّ وظائف بحسب المخطّط التّواصلية الذي اقترحه "جاكبسون" هي: الوظيفة المرجعيّة، الوظيفة الانفعاليّة، الوظيفة الانتباهيّة، الوظيفة الجماليّة، الوظيفة المبتا لغويّة والوظيفة الإفهاميّة.

ويمكن استخلاص هذه الوظائف مجتمعة أو منفردة من أيّ عنوان، فهي قد تكون موجودة في العنوان الواحد ولكن بشكل متفاوت بحسب نمط الاتّصال، غير أنّ طبيعة العنوان الأدبيّ جعلت الباحثين يفردون له وظائفاً خاصّة، وهنا ذكر "جينيت" أنّ "شارل غريفل" و"ليوهوك" حدّدا ثلاث وظائف للعنوان هي:

1- وظيفة تعيين العمل.

2- وظيفة تعيين محتوى العمل.

3- وظيفة جذب الجمهور.

يرى "جينيت" أنّه ما من ضرورة أن تجتمع هذه الوظائف كلّها في العنوان الواحد، فالوظيفة الأولى تعدّ ضروريّة وإلزاميّة في أيّ عنوان، أمّا الوظيفة الثّانيّة والثّالثة فهما اختياريّتين، لذلك فقد وضع هذه الوظائف موضع مساءلة وتشكيك، وأبدى حولها مجموعة من الملاحظات، إذ يمكن للوظيفة الأولى أن تعوّض بعنوان مفرغ دلاليّاً بحيث لا يحدّد ولا يعيّن مضمون عمله، كما أنّ هذه الوظيفة لا تتحقّق بشكل قاطع، إذ يمكن أن توجد مثلاً

روايتين تحملان نفس العنوان فيقع المتلقّي في حيرة من أمره، ويستعين ببعض المؤشّرات النصّية الأخرى كاسم الكاتب، ولذلك فلا يمكن بناء على هذه الوظيفة الفصل بين عمل وآخر، كما أنّ هذه الوظائف غير مكتملة، لأنّ العنوان يمكن أن يعبّر في النصّ شيئا آخر غير محتواه وهو الشّكل، ويؤكد "جينيت" في ملاحظته هذه على ضرورة مراعاة وظيفة تحديد الشّكل لكي لا تبقى وظيفة تحديد المحتوى مفتقرة لوظيفة تحديد الشّكل.

وقد اقترح "جينيت" تقسيما لوظائف العنوان يختلف عن التقسيم الذي اقترحه "ليوهوك" و"غريفل" يتضمّن الوظائف الآتية:³³

1- الوظيفة التعيينية: تعرف أيضا بوظيفة التسمية لأنّها تتكفل بتسمية العمل الذي تسمه، وتصبح بمقتضاها العناوين مجرد ملفوظات تفرّق بين المؤلفات الأدبية والأعمال الفنية، يشترك في استعمالها المؤلف والباحث والقارئ، ولذلك فهذه إلزامية وضرورية وبموجبها يعبّر العنوان نصّه.

2- الوظيفة الوصفية: بموجب هذه الوظيفة يصف العنوان النصّ ويقول شيئا عن موضوعه أو جنسه الأدبيّ أو كلاهما معا، ولذلك فهي دائمة الحضور ولا غنى عنها، وهي الوظيفة نفسها التي عناها "ليوهوك" عندما عرّف العنوان على أنّه مجموعة من العلامات اللسانية، ترد طالع النصّ لتعينه وتعلن عن فحواه وترغب القراء فيه.

3- الوظيفة الإيحائية: ترتبط هذه الوظيفة ارتباطا شديدا بالوظيفة الوصفية بقصد من الكاتب أو بغير قصد، وهي أيضا ضرورية لأنّ كلّ عنوان مثل أيّ ملفوظ له طريقته في الوجود، كما أنّها تعتمد على مدى قدرة المؤلف على الإيحاء والتلميح، فهي ليست دائما قصديّة، لذلك فقد دمجها "جينيت" في بادئ الأمر مع الوظيفة الوصفية ثم فصلها عنها، على أساس أنّ العنوان الذي يقوم بالوظيفة الإيحائية ليس كشافا للمعنى.

4- الوظيفة الإغرائية: تسمّى أيضا بالوظيفة الاشهارية، لأنّها تغري القارئ وتحدث له تشويقا وتثير فضوله، وترتبطان كانت حاضرة بالوظيفة الوصفية والإيحائية، ولكنّ حضورها أو غيابها عادة ما يرتبط بمستقبلها اللذين لا تتطابق أفكارهم وقناعاتهم دائما مع واقع

العنوان، لأنّ هذا الأخير عندما يضع عنواناً لعمله إنّما يخاطب من القارئ ثقافة معيّنة، لأنّه ليس وسم المضمون أو الشّكل بقدر ما تعنيه مفاجأة القارئ. ويظهر ممّا سبق أنّ اهتمام "جيرار جينيت" بالعنوان كان عبارة عن مشروع بحث في معايير وقوانين خطاب العنوان بصفة عامّة، لذلك فالعنوان في الشّعر لم يحض في هذا المشروع بالاهتمام الكافي، لأنّ العنوان في الشّعر يختلف عن العنوان في الأشكال الأدبيّة والأنماط الفكرية الأخرى، فهذه الأخيرة تتطلّب من أصحابها التّدقيق والتّمحيص لكي تكون مناسبة لإفادة المحتوى، أمّا العنوان في الشّعر فإنّ علاقته بالنّص بالغة التّعقيد، ولذلك وجب على القارئ مراعاة وظيفة العنوان في الشّعر، ليس فقط لأنّه مكمل ودال على القصيدة، ولكن من حيث هو علامة لها علاقة اتّصال وانفصال معها، اتّصال لأنّه وضع أصلاً لأجل نصّ معيّن، وانفصال باعتباره علامة لها مقوماتها الدّاتية كغيرها من العلامات الأخرى المنتجة للمسار الدّلالي الّذي يكوّنه القارئ وهو يؤوّل العنوان والنّص معا.

8. إشكاليّة ترجمة العناوين:

إنّ إشكاليّة التّرجمة من لغة إلى أخرى تستوجب مراعاة الجوانب الثّقافيّة والسّياقيّة من اللّغة المنقول عنها إلى اللّغة المنقول إليها، أمّا العنوان لحظة التّرجمة فإنّه عادة ما يخضع للتّصرف من قبل المترجم، بما يلائم المتلقّي في اللّغة الهدف أو بما يجعل من التّسميّة أكثر جمالا وشعريّة، ولكن رغم ذلك فإنّ الفعل الاستبدالي للتّرجمة قد يتسبّب في إلحاق الكثير من الضّرر لمعنى ومبنى العنوان.

وفي محاولة لإثبات الفعل التّحريفي الّذي يطال العنوان وهو ينقل من لغته الأصليّة إلى لغة أخرى، استشهد "ابن عبد الله الأخضر" بعنوان كتاب (الأيّام) لصاحبه "طه حسين"، ورأى أنّ التّرجمة الّتي أقامتها "هيلاري" (Hilary wayment) للجزء الثاني من كتاب (الأيّام) إلى الإنجليزيّة عام 1948 بعنوان (the Stream of days) والّتي تعني (تيار الأيّام) أو (دفق الأيّام) غير دقيقة ولا تفي بالمحمول الدّلالي لنّص العنوان الأصليّ.

فمن حيث الكمّ المفرداتي يلاحظ على العنوان المترجم أنّه لم يلتزم بحدود الأنموذج العربيّ المشكّل في أصله اللّغويّ من مفردة واحدة، بل جاء مزدوج اللفظ على شكل مسند

ومسند إليه، ناهيك عن البعد الشاعري الذي توجي به لفظة (تيار) من انسياب وتدفق ورغد في العيش، على عكس أيام "طه حسين" التي استوطنها الهم والغم، والدليل أنه عند الاطلاع على الجزء الثاني من مؤلف (الأيام) وخاصة الفصل السادس والسابع والثامن منه، يلاحظ فيه تكرار عبارة (إنَّ لله وإنا إليه راجعون)، وهي العبارة التي كانت تختتم بها الفصول أيضا، وفي ذلك ما يوحي بالطابع المأساوي الغالب على هذه السيرة.

لذلك فقد اقترح "ابن عبد الله الأخضر" لفظ (chronique) كبديل للترجمة التي قدّمها "هلاري" لللفظة (الأيام)، يقول في ذلك: «بل إننا سنجرؤ على اقتراح لفظ chronique بديلا نحسبه يحمل في ثناياه معنى (الأيام) مضافا إليه معنى الإعسار والأزمان والتعقد كمثّل قولك الأمراض المزمنة maladie chronique... أليست أيام طه حسين ضربا من الأيام العصبية التي تشاكل في عسرها العسير ليالي السقم والألم؟ إنه اعتقادنا الذي يحملنا على المراهنة على لفظ chronique بديلا معجميا أعجميا، يترجم بعدا عميق الفوز ترشح به لفظة الأيام في الاستخدام الطه حسيني».³⁴

ويمكن استدعاء أكثر من مثال عمّا يحدثه فعل الترجمة في تحريف العمق الدلالي للعناوين، فحين ترجمت قصّة (ألف ليلة وليلة) إلى لغات العالم، ومن بينها اللغة الفرنسيّة تحت عنوان (les nuits de Baghdâd) يكون المترجم في هذه الحالة كأنه سلك مسلكا سلبيا في تأويل العنوان، لأنّه ركّز على ليالي بغداد المنصرفه إلى اللهو والعبث، وذاك ما لم يذهب إليه "عبد الله الغدّامي" عندما حاول تفكيك شفرة هذا العنوان.³⁵ فقد رأى أنّ عنوان (ألف ليلة وليلة) يتجاوز الدلالة العددية إلى قيمة إنسانية وبيولوجية، على أساس أنّ العدد (1001) ما هو في الحقيقة إلّا فترة حمل مضاف إليها فترة إرضاع، وأشار إلى أنّه بمجموع الفترتين تتحقّق دلالة العنوان، وذاك ما يؤكّده البعد الدلالي للقصّة، فشهرزاد روّضت شراسة الملك شهريار بذكائها وحكمة تدبيرها وجعلت منه شخصا آخر وكأنّه ولد من جديد، وفي الولادة حمل

وإرضاع، والمقصود حمل معنوي ورضاعة معنوية أيقضا فيه مشاعر الإنسانية، ولذلك فالعنوان المترجم بـ(ليالي بغداد) لا يفي بالبعد الدلالي الذي اكتتزه العنوان في لغته الأصليّة.

وقد يخضع العنوان لبعض التحريف أثناء الترجمة من قبل المترجم بما يلائم المتلقي في اللغة الهدف، ويظهر ذلك جلياً في بعض العناوين التي ترجمت في عصر "محمد علي" بمصر في القرن التاسع عشر، فقد كانت العناوين تترجم وفقاً لما يعرف بالعنوان التراثي، وهي تلك العناوين التي بها سجع ومطابقة، فقد ترجم "رفاعة رافع الطهطاوي" (1801م-1873م) رواية القسّ الفرنسي "فنون" (Fénelon) الموسومة بـ (les aventures de Télémaque) والتي تعني (مغامرات تليماك)، بعنوان (مواقع الأفلاك في وقائع تليماك)³⁶. فهنا يظهر جلياً أنّ "الطهطاوي" أخضع ترجمته لشروط اللغة العربية المستقبلية، والتي كانت تحتفي آنذاك باللغة المسجوعة وتفضّلها في الكتابات الأدبية.

يظهر ممّا سبق أنّ فعل الترجمة قد يتسبّب في إلحاق الكثير من الضرر لمعنى ومبنى العنوان، ولذلك فمن الحكمة مراعاة هذا التأخّر الكتابي لحظة ممارسة فعل الترجمة، أي «إرجاء ترجمة عبارة العنوان إلى حين نفض اليد من غبار النصّ الأكبر، بعدها لا بأس إن شرع في التعامل على انفراد مع العنوان، ذلك لأنّ هذا الأخير على صغر جرمه وحجمه، يكاد يمثل لوحده عالماً أسلوبياً له جماليته الخاصة»³⁷.

وتجدر الإشارة في الأخير إلى أنّ "جيرار جينيت" قد أعرب عن أسفه وهو يختم كتابه الموسوم بـ (عتبات)، كونه لم يتعرّض للإشكالية المتعلقة بترجمة العنوان، رغم أنّه مصنّف من حجم كبير درس فيه كافّة العناصر النصّية بما في ذلك العنوان، متوقفاً بصفة خاصّة عند قرائن إرساله واستقباله، وعند وظائفه وأنواعه.

9. خاتمة:

إنّ البحث في هذا الموضوع الموسوم بـ: العنوان الأدبيّ بين التّأصيل النّظريّ والإجراء النّقديّ أفرز مجموعة من التّنتائج، لعلّ من أهمّها ما يلي:

- إذا كان النصّ الأدبيّ مستقلّ في البناء والدّلالة، فإنّ العنوان هو الآخر يعدّ نصّاً موازياً للنصّ الأصليّ، يمتلك القدرة على قراءته من جوانب جماليّة وتركيبية ودلاليّة متعدّدة، ولذلك فلا بدّ للمنهج الذي ينصبّ على تحليل النّصوص الأدبيّة أن يفرد إجراءات خاصّة لدراسة العنوان وفق مستويين، المستوى الأوّل ينظر فيه إلى العنوان باعتباره بنية مستقلة

لها اشتغالاتها وانشغالاتها الدلالية الخاصة، والمستوى الثاني تتخطى فيه الإنتاجية الدلالية لبنية العنوان حدودها متجهة إلى النص ومتشابكة معه.

- إنَّ التراكيب النحوية لبنية العنوان لا يحدها أي شرط مسبق، ولذلك فإنَّ كافة التراكيب التي تقدّمها اللغة قابلة لتشكيل العنوان بدءاً من الكلمة المفردة وانتهاءً بالجملة المركبة، وتجدر الإشارة هنا إلى إنَّ صحّة التراكيب النحوية ليست شرطاً متى توقّرت في العنوان اتّضح معناه، ولذلك فإنَّ بعض العناوين تكون مؤجّلة الدلالة رغم سلامة بنيتها النحوية، وهذا التأجيل هو الذي يخلق الفرق بين لغة الشّعر الجمالية ولغة النثر التواصلية.

- لقد صنّفت الأبحاث والدّراسات النّقدية العناوين من حيث دلالتها وعلاقتها بمضمون النّصوص إلى مجموعتين، الأولى هي مجموعة العناوين الإخبارية والثّانية هي مجموعة العناوين الموضوعاتية، ولذلك فعلى المتلقّي مراعاة وظيفة العنوان، ليس فقط من حيث هو مكمل ودال على النص ولكن من حيث هو علامة لها علاقات اتّصال وانفصال معه، اتّصال باعتباره وضع أصلاً لأجل نصّ معيّن، وانفصال باعتباره علامة لها مقوماتها الدّاتية والدلالية، وعليه فالعنوان قد يضمّ النصّ في حالة اختزال أو يوازيه وفقاً لبنيته التركيبية وحمولته الدلالية، وهنا قد تفوق شعريّة العنوان شعريّة النصّ.

- إنَّ إشكالية ترجمة العناوين من لغة إلى أخرى تستوجب مراعاة الجوانب الثقافيّة والسياقية من اللغة المنقول عنها إلى اللغة المنقول إليها، لأنّ العنوان لحظة الترجمة عادة ما يخضع للتّصرف من قبل المترجم، بما يلائم المتلقّي في اللغة الهدف أو بما يجعل من التّسمية أكثر جمالاً وأدبيّة، ولكن رغم ذلك فإنّ الفعل الاستبدالي للترجمة قد يتسبّب في إلحاق الكثير من الضّرر لمعنى ومبنى العنوان.

الإحالات:

¹- ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط1، 2000، مادة (عَنَن).

²- المرجع نفسه، مادة (عَنَن).

³- م ن، مادة (عنا).

⁴- م ن، مادة (عَن).

⁵- خالد حسين حسين: في نظرية العنوان (مغامرة تأويلية في شؤون العتبة النصّية)، التكوين للتأليف

والترجمة والنشر، 2007، ص59.

- ⁶ _ المرجع نفسه، ص 60.
- ⁷ _ ابن منظور: لسان العرب، مادة (عنا).
- ⁸ _ الجزائر محمد فكري: العنوان وسيميوطيقا الاتصال الأدبي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، دط، 1998، ص 21.
- ⁹ _ ابن منظور: لسان العرب، مادة (أثر).
- ¹⁰ _ المرجع نفسه، مادة (وسم).
- ¹¹ _ خالد حسين: في نظرية العنوان (مغامرة تأويلية في شؤون العتبة النصية)، ص 65.
- ¹² _ Gérard Genette : Seuils, Collection poétique aux éd de seuil, paris, 1987, P54.
- ¹³ _ جيار جينيت: طروس (الأدب على الأدب)، ضمن كتاب دراسات في النص والتناصية، ترجمة محمد خير البقاعي، مركز الإنماء الحضاري، حلب، ط 1، 1998، ص 127.
- ¹⁴ _ ينظر: كريستين مونتاليبي، جيار جينيت (نحو شعرية مفتوحة)، ترجمة غسان السيد ووائل بركات، دار الرحاب، ط 1، 2001، ص 102، ص 108.
- ¹⁵ _ ينظر: عبد الحق بلعابد، عتبات (جيار جينيت من النص إلى المناص)، الدار العربية للعلوم، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط 2008، ص 49.
- ¹⁶ _ محمود الهميسي: براعة الاستهلال في صناعة العنوان، مجلة الموقف الأدبي، ع 313، دمشق 1997، ص 115.
- ¹⁷ _ الجزائر محمد فكري: العنوان وسيميوطيقا الاتصال الأدبي، ص 02.
- ¹⁸ _ جميل حمداوي: السيميوطيقا والعنونة، مجلة عالم الفكر، مجلد 25، ع 3، الكويت، 1997، ص 107.
- ¹⁹ _ إبراهيم تعيلب، شعرة العنوان في الخطاب الشعري المعاصر، موقع أدب.
- ²⁰ _ الجزائر محمد فكري: العنوان وسيميوطيقا الاتصال الأدبي، ص 07.
- ²¹ _ شوقي بزّغ: محنة العناوين، مجلة العربي، ع 556، 2005، ص 226.
- ²² - Voir : Gérard Genette, seuils, p77.
- ²³ _ نريمان الماضي، العنوان في شعر عبد القادر الجتّابي، موقع إيلاف.
- ²⁴ _ الجزائر محمد فكري: العنوان وسيميوطيقا الاتصال الأدبي، ص 61.
- ²⁵ _ ابن عبد الله الأخضر: في البدء كان العنوان وكان.... فهل في غد سيكون؟
- ²⁶ _ ينظر: الجزائر محمد فكري، العنوان وسيميوطيقا الاتصال الأدبي، ص 08.
- ²⁷ _ المرجع نفسه، ص 19.
- ²⁸ - Voir : Gerard Genette, seuils, 79.
- ²⁹ _ المرجع نفسه، ص 63.
- ³⁰ _ خالد حسين: في نظرية العنوان (مغامرة تأويلية في شؤون العتبة النصية)، ص 79.
- ³¹ _ الجزائر محمد فكري: العنوان وسيميوطيقا الاتصال الأدبي، ص 56.
- ³² _ جميل حمداوي: السيميوطيقا والعنونة، ص 100.

³³ _ ينظر: المرجع نفسه، ص 88.

³⁴ _ ينظر: ابن عبد الله الأخضر، إشكاليات ترجمة العنوان (قراءة في عنوانين)، مجلة نزوى، العدد 15،

1998، ص 44.

³⁵ _ ينظر: عبد الله الغدّامي، المرأة واللغة، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط 3، 2006، ص.

ص: 85، 89.

³⁶ _ ينظر: المرجع نفسه، ص 43.

³⁷ _ ابن عبد الله الأخضر: إشكاليات ترجمة العنوان (قراءة في عنوانين)، ص 47.

. قائمة المراجع:

المؤلفات:

- ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، 2000، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط 1.
- حسين، خالد حسين، 2007، في نظرية العنوان (مغامرة تأويلية في شؤون العتبة النصية)، التكوين للتأليف والترجمة والنشر.

- فكري، الجزّار محمد، 1998، العنوان وسيميوطيقا الاتصال الأدبي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، دط.
Genette Gérard, 1987, Seuils, Collection poétique aux éd de seuil, paris.

- جينيت، جيرار، 1998، طروس (الأدب على الأدب)، ضمن كتاب دراسات في النص والتناصية، ترجمة محمد خير البقاعي، مركز الإنماء الحضاري، حلب، ط 1.

- مونتالبيتي، كريستين، 2001، جيرار جينيت (نحو شعرية منفتحة)، ترجمة غسان السيد ووائل بركات، دار الرّحاب، ط 1.

- بلعابد، عبد الحق، 2008، عتبات (جيرار جينيت من النص إلى المناص)، الدار العربية للعلوم، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط 1.

- يعقوب، ناصر، 2004، اللغة الشعرية وتجلياتها في الرواية العربية (1970-2000)، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت.

- المناصرة، عز الدين، 1995، جمرة النص الشعري (مقدمات نظرية في الفاعلية والحداثة)، منشورات الاتحاد العام للأدباء والكتاب العرب، عمان، ط 1.

- الغدّامي، عبد الله، 2006، المرأة واللغة، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط 3.

المقالات:

- الهميسي، محمود، 1997، براعة الاستهلال في صناعة العنوان، مجلة الموقف الأدبي، ع 313، دمشق.

- حمداوي، جميل، 1997، السيميوطيقا والعنونة، مجلة عالم الفكر، مجلد 25، ع 3، الكويت.

- بزّغ، شوقي، 2005، محنة العنوانين، مجلة العربي، ع 556.

- الأخضر، ابن عبد الله، 1998، إشكاليات ترجمة العنوان (قراءة في عنوانين)، مجلة نزوى، العدد 15.

المداخلات:

- الأخضر، ابن عبد الله، (د.ت)، في البدء كان العنوان وكان.... فهل في غد سيكون؟ مداخلة خاصة بمؤتمر النقد الأدبي السادس، جامعة اليرموك، الأردن.

مواقع الانترنت:

_الماضي، نريمان، 2005، العنوان في شعر عبد القادر الجنّابي(حياة ما بعد الماء أنموذجا)،
الموقع: <http://www.elaf.com> بتاريخ: 26 ديسمبر.

_تعيلب، إبراهيم تعيلب، 2006، شعريّة العنوان في الخطاب الشعري المعاصر(شعر
الشّرقية أنموذجا)، الموقع: <http://www.adab.com> بتاريخ: 29 مارس.