

УДК 811.411.21

THE MEANING OF HEADLINE AND ITS ANALYSIS

دلالة العنوان وتحليله

V.R. Nabiullina

Russian Islamic Institute

vasilya_zuhra@hotmail.com

Submission Date: 20.03.2019

المخلص

شهد العنوان إهمالا كبيرا من قبل الدارسين الغربيين والعرب بإعتباره هامشا للنص لا قيمة له وأنه إسم يدل على نص معين ولا أكثر من ذلك. وبدأ إجراء الأبحاث والدراسات المتعددة في تعيين مفهوم النص وخصائصه ووظائفه في الوقت الحاضر فقط. وحاول الكثير من الباحثين العرب والغربيين وضع تعريفهم الخاص لمعنى العنوان وخصائصه وبذلوا جهودهم الكثيرة في بحثهم عن الوظائف الأساسية للعنوان بإعتباره أن يكون نصا موازيا للنص الأساسي. إنتقالا إلى العملية الدلالية والتداولية للعنوان لقد تم التوصل الى أنها تتكون من ثلاثة عناصر أساسية وهي المرسل والرسالة والمرسل إليه.

كما ورد في النص، العنوان يتكون من جملة إسمية تتشكل من كلمتين على الأقل تجمع بينهما علاقة الإضافة التي تقوم بإسناد لفظ جدلي للفظ التواصل الذي يدل على تبادل الأخبار والمعلومات وهذا يستدعي وجود طرفين يتبادلان القبول والعطاء. عملية التواصل تتسم بحركية وتفاعل بين طرفين أو أكثر. في وسائل الإعلام والتواصل يكون على شكل إرسال وإستقبال المعلومات والأخبار. تتكون عملية التواصل من ستة مكونات: المرجع، القناة، الرسالة، المرسل، المرسل إليه وقواعد اللغة أو السنن.

الكلمات المفتاحية: تعريف العنوان، دلالة العنوان، عملية التواصل، الوظائف الأساسية للعنوان، المكونات الستة للعنوان

Abstract

The attention to the concept of headline and its importance has been mostly ignored by Western and Arab scholars, having being concerned as a simple worthless margin of text and just a name that indicates a particular text, not more. The process of multiple studies and researches on the definition of headline, its meaning, characteristics and functions have begun just in recent years. Many Arab and Western researchers tried to develop their own definition of the meaning of headline, its peculiarities and made a lot of efforts in their research for the basic functions of

the headline being a parallel text of the basic one. According to the headline's semantic and deliberative process, it was discovered that it consists of three basic elements: sender, message and addressee.

It was also noticed that the headline represents a nominal sentence consisting of at least two words, which have the relation of the genitive case. It refers to the communication term, which indicates the exchange of news and information. That requires the presence of two sides exchanging the acceptance and giving. The communication process is characterized by mobility and interaction between two or more sides. In the media, the communication is represented in the form of sending and receiving information and news. The communication process consists of six components: the reference, the channel, the message, the sender, the addressee and the grammar or language.

Keywords: *definition of headline, the meaning of headline, communication process, headline's main functions, six components of headline*

For citation: *Nabiullina, V.R. (2019). دلالة العنوان وتحليله [The meaning of headline and its analysis]. Eurasian Arabic Studies, 6, 47-53.*

المقدمة

عد الكثير من الدارسين الغربيين والعرب أن العنوان هو فقط هامش النص بلا قيمة وملحوظ لغوي وأنه مجرد إسم يدل على عمل أدبي ولا يقدم شيئا لتحليل النص. لقد أخذ العنوان يتمرد على إهماله فترات طويلة ولم يُلتفت إلى وظيفة العنوان إلا مؤخرا. وقد يعرض أ. عبد القادر رحيم في بحثه عن أهمية العنوان وأنواعه الملخص عرض فيها نتائج الدراسات والأبحاث السردية التي قد أجراها كل من جيرار جنيت في بحثه بالعتبات وهنري ميتيران في بحثه عن هوامش النص وشارل كريفل الذي درس العنوان أو النص الموازي بشكل عام (عبد القادر رحيم، 2008، ص.323).

المنهجية ومادة البحث

مفهوم العنوان:

لغويا: جاء في لسان العرب: وعنتت الكتاب وأعنتته لكذا أي عرضته له وصرفته إليه. وعنّ الكتاب يَعْنُهُ عَنَّا وعَنَّتته: كعنوانه، وعنوانته وعلونته بمعنى واحد، مشتق من المعنى (ابن منظور، ص.315-316).

وقال اللحياني: عنتت الكتاب تعنيّا وعَنَّتته تَعْنِيَةً إذا عنوانته، أبدلوا من إحدى النونات ياء، وسمي عنوانا لأنه يَعْنُ الكتاب من ناحيته، وأصله عَنَان، فلما كثرت النونات قلبت إحداها واوا، ومن قال

عُلوان الكتاب جعل النون لاما لأنه أخف واطهر من النون. ويقال للرجل الذي يعرض ولا يصرح: قد جعل كذا وكذا عنوانا لحاجته، وأنشد:

وتعرف في عنوانها بعض لحنها،

وفي جوفها صمعا تحكي الدواهي

اصطلاحا: يعرف العنوان بأنه مجموعة من العلاقات اللسانية قد ترد طالع النص لتعيينه وتعلن عن فحواه وترغب القراء فيه. وفقا لتعريف العنوان عند فيري هو كلام مكتوب فوق نص القصيدة في الفضاء الذي كان قد احتله هذا الكلام منذ المراحل الأولى للطباعة وهذا التعريف ينطبق أيضا على ألوان أدبية أخرى، كالقصة، والرسالة وغيرهما (أحمد رضاء، 1960، ص. 287).

اللفظة اللاتينية "Titulus" وهي تعني اللافتة التي تعلق على الدكان والملصقة التي توضع على القارورة وتبين محتواها، وتعتبر لفظة مشتركة للفظ "Titre" بالفرنسية أو "Title" بالإنجليزية ولغات أخرى ذات الأصل اللاتيني .

تعد وظائف العنوان من المباحث المعقدة للنص الموازي، لذا إتجه بعض الدارسين إلى تحليله متخذين من الوظائف اللغوية التواصلية وفقا لتعقيدها وإختلاف وجهات مقاربتها. بعدما فصل جينيت في وظائف العنوان تاريخا واشتغالا وإجراء، أراد أن يلملم إستراتيجيته بأن أعاد ترتيبها، وهذا وعيا منه بمدى تداخلها وتعلقها، لهذا يقترح هذا النموذج المنهجي كقائمة لوظائف العنوان:

- وظيفة التعيين: هي الوظيفة التي تعين إسم النص، وتعرف به القراء بكل دقة وبأقل ما يمكن من احتمالات اللبس. ويستعمل بعض المشتغلين على العنوان تسميات أخرى مثل وظيفة الإستدعاء (كريفل) ووظيفة التسمية (ميتيران) (عبد القادر رحيم، 2008، ص. 325)، إلا أنها تبقى الوظيفة التعيينية والتعريفية، فهي الوظيفة الوحيدة الإلزامية والضرورية، إلا أنها لا تنفصل عن باقي الوظائف الأخرى لأنها دائمة الحضور ومحيطة بالمعنى.

- وظيفة الوصف: هي الوظيفة التي يقول العنوان عن طريقها شيئا عن النص، وهي الوظيفة المسؤولة عن الانتقادات الموجهة للعنوان. ولا بد أن يراعى في تحديدها الوجهة الاختيارية للمرسل (المعنون)، أو الملاحظات التي يأتي بها هذا الوصف الحتمي والتأويلات المقدمة من المرسل إليه (المعنون له)، الحاضر دائما كفرضية لمحفات المرسل (المعنون)، وتعد هذه الوظيفة مفتاحا لتأويلها للعنوان. ولها تسميات أخرى مثل: وظيفة التلخيص والوظيفة اللغوية الواصفة ووظيفة الإيحاء وغيرها. ووظيفة الإيحاء هي أشد إرتباطا بوظيفة الوصف بقصد الكاتب أو بدونه فلا يمكن التخلي عنها ونقصد هنا القيمة الإيحائية المرتبطة بمشاعر الكاتب وهدفه لكتابة هذا النص.

- وظيفة الإغراء: يكون العنوان مناسبا لما يغري جاذبا قارئه المفترض، وينجح لما يناسب نصه، محدثا بذلك تشويقا وانتظارا لدى القارئ، كما يقول دريدا. غير أن جينيت يرى إن هذه الوظيفة مشكوك في نجاعتها عن باقي الوظائف. لهذا يطرح جينيت هذا التساؤل: أيكون العنوان سمسارا للكتاب، ولا يكون سمسارا لنفسه؟ (منبر حر للثقافة والفكر والآداب).

العملية التواصلية والتداولية للعنوان:

يمكن الإستعانة في تحقيق العملية التواصلية للعنوان بالخطاطة التي وضعتها عملية التواصلية عامة، وهنا نكتشف من خلالها عناصر التواصل الأساسية المتمثلة في (المرسل، والرسالة، والمرسل إليه)، ولكن لخصوصية العنوان يمكن تصور خطاطة تواصلية عنوانية مشابهة لسابقتها، تكون أطرافها: المرسل الرسالة المرسل إليه

المُعْنُونُ العنوان المُعْنُونُ له

الكاتب عنوان النص القارئ/ الجمهور

كما ورد في كتابة أحمد عبدن (منتدى ساعدني)، يتكون العنوان من جملة إسمية تتشكل من كلمتين أو أكثر تجمع بينهما علاقة الإضافة التي تقوم بإسناد لفظة جدلية للفظ التواصل. ونرى أن كلمة جدلية إسم مشتق من الجدل الذي يدل على الحوار وتبادل الآراء والمواقف، وهو ما يستدعي وجود طرفين على الأقل، يتبادلان القبول والعتاء. أما لفظ التواصل فقد رأينا انه يدل على تبادل المعلومات والأخبار وان له مكونات من أهمها المرسل والمرسل إليه والمرجع والقناة والسنن أو الشفرة...

نتيجة لذلك نستطيع القول أن عملية التواصل تتسم بحركية وتفاعل بين طرفين أو أكثر. الفرق بين الاتصال والتواصل هو أن الأول أحادي الجانب بينما الثاني يتميز بنوع من التفاعل بين طرفين أو أكثر. التواصل في وسائل الإعلام يتخذ شكل الإرسال والاستقبال أي إستقبال الأخبار والمعلومات والأحداث قبل القيام بإعادة بثها. مضمون التواصل في الأدب والفكر يقوم على إحداث تفاعل بينه وبين القارئ. إقامة الإنسان لجسور التواصل في ذاته عبر ما يسمى بالحوار النفسي وهو تواصل يهدف إلى تعديل صورة الواقع أو محاكمته أو ضبط متغيراته... حقيقة التواصل التي ينتمي إليها الكاتب في النص هي انه متعدد الجهات والمظاهر وانه يحدث بشكل متكرر ويحطم الحواجز ويقرب بين العقول.

وهنا نقوم التحليل للحقول الدلالية الحاضرة في النص:

- حقل الإتصال: إرسال او بث من طرف واحد. يتم إستخدام اللغة في اتجاه واحد - البث والإرسال - أن يصل إلينا؛

- حقل التواصل: لغة تواصل. هنا نُعبر بها عن مشاعرنا ونتلقى بها مشاعر الآخرين، حيث يحدث الإعطاء والأخذ، والإرسال والإستقبال - في الوقت الحالي والمستقبل. ولا يمكن البث إلى المستقبل إلا بعد ان حدث الإستقبال منه. ونستطيع ان نلاحظ ذلك التواصل بين الأدب والفكر والمفكر او مفكرين .

يهيمن على النص الحقل المرتبط بالتواصل ويمكن تفسير ذلك بطبيعة الموضوع الذي يعالجه النص والمتمثل في العلاقة التفاعلية بين أطراف التواصل على المستويات الاجتماعية وإعلامية والفكرية والنفسية.

المكونات الستة التي تقوم عليها عملية التواصل:

- المرجع ونقصد هنا العالم الخارجي الذي يجسده المرجع أو السياق بمعنى أن كل تعبير لغوي يرجع إلى ما يشير إليه خارج اللغة. وقد يعني ذلك أشياء أو عمليات أو أوضاع في الواقع. بعبارة أخرى، الواقع الذي يُحال إليه المتلقي لإدراك مفهوم الرسالة. ويمكن القول أن النص يمثل خطاباً يُحيل إلى واقع من حولنا مرتبط بعالم التواصل وتطوره في الواقع الإنساني بشكل عام؛
- المرسل: مفهوم يدل على من يرسل الخطاب، مثلاً المؤلف أو المتحدث في النص؛
- الرسالة: الخطاب أي النص؛
- المرسل إليه: ونقصد به المتلقي الذي يتوجه إليه المتكلم بالخطاب؛
- القناة: مفهوم يقصد به المركز الفيزيائي لنقل الرسالة أو الوسيط الذي يتم عبره نقل السنن أو الإشارات (الهواء في حالة التواصل اللفظي) ويفسره البعض بأنه نسق من العلاقات العامة بمعنى استعداد نفسي يربط بين المرسل والمرسل إليه؛
- السنن (قواعد اللغة) أو الشفرة: وهي تلك الخاصية الأسلوبية المتعارف عليها بين المرسل والمرسل إليه ويمكن التمثيل لها بالأسلوب الذي صيغ به الخطاب في النص (مبتدئ ساعدني).
- لننتقل إلى الوظائف التي يقوم التواصل بها وهي:
- الوظيفة الجمالية يعني تواصل الروائي مع قرائه عبر بناء صورة روائية من صور التواصل في الحياة؛
- الوظيفة الاجتماعية بمعنى تبادل المشاعر والأفكار والآراء بين أفراد المجتمع؛
- الوظيفة النفسية. يقصد بها الحوار النفسي الذي يسمح للإنسان بالتواصل مع ذاته.
- أهم الصفات والخصائص التي تميز مفهوم التواصل في النص:
- اللغة تواصل. التواصل هو تبادل للمشاعر والأفكار والإقترحات؛
- التواصل هو استقبال وبحث للأخبار والمعلومات والأحداث؛
- التواصل الفكري هو بحث في أعماق المجتمع وكشف عن مواقفه وعلاقاته وعاداته وتقاليده وتصرفاته؛
- التواصل الأدبي. يحدث فيه التفاعل بينه وبين القارئ؛
- التواصل النفسي هو عبارة عن صورة معدلة عن الواقع؛
- التواصل متعدد الجهات متكرر الحدوث.
- ننتقل الآن إلى الخصائص الأسلوبية للنص وهي:
- 1 - الأسلوب المهيم على النص. هو يغلب على نص الجمل الخبرية ويعود ذلك إلى الطابع الإخباري المرتبط بوضعية المتلقي التي تختلف من فكرة لأخرى وهذا ما توضحه الجمل التالية:
- اللغة تواصل لا اتصال.
- خبر ابتدائي موجه إلى متلق خلي الذهن من حكم الخبر؛
- إنه قبل ذلك كله ينشئ صورة روائية.
- خبر طلب موجه إلى متلق يراوده الشك في الحكم الذي يتضمنه الخبر؛

إنه ليكسر الحواجز مهما تكن.

خبر إنكاري استدعى تأكيد الحكم بأكثر من أداة لان المتلقي منكر لمضمون الخبر.

ب – الدلالة الإستلزامية في هذا المثال:

وأني يتأتى له ذلك إذا لم يكن على صلة وثيقة بهذا المجتمع

الدلالة الإستلزامية هنا الاستبعاد (مبتدى ساعدني).

الخلاصة

تم إجراء دراسات كثيرة في مفهوم العنوان وخصائصه ووظائفه بعد إهمال طويل من قبل معظم الدارسين والباحثين بإعتباره هامشا بلا قيمة للنص الأساسي. لقد توصلت نتائج الأبحاث إلى أن العنوان يحدد العملية التواصلية بين كاتب النص وجمهوره. التواصل يعتبر من أبرز المفاهيم المركزية في الحياة المعاصرة. ولغة بدور أساسي في إحداث التواصل بين الناس. يتعين التواصل بوصفه عملية تفاعلية تقوم على تبادل المعلومات والآراء وإحداث دائم لهذا التفاعل. يستند التواصل على ستة مكونات من أهمها المرسل والمرسل إليه والرسالة والمرجع والقناة والسنن. يتسم التواصل بوظائف نفسية واجتماعية وجمالية.

المصادر والمراجع

1. رضا، أحمد. معجم متن اللغة. (1960). لبنان، بيروت: دار مكتبة الحياة .
2. ابن منظور. لسان العرب. بيروت: دار صادر.
3. رحيم، عبد القادر. (2008). العنوان في النص الإبداعي – أهميته وأنواعه. مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية. بسكرة، الجزائر. مقتبس من http://fll.univ-biskra.dz/images/pdf_revue/pdf_revue_02-03/abdelkader%20rehim.pdf
4. رشد، محمد. (فبراير، 11، 2014). مدخل نظري لدراسة العنوان. منبر حر للثقافة والفكر والآداب. مقتبس من <http://www.diwanalarab.com/spip.php?article38941#.XkgoIpgzbiU>
5. مبتدى ساعدني. (سبتمبر، 22، 2017). مقتبس من <https://www.sa3dny.net/420853/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%86%D9%88%D8%A7%D9%86%D8%AF%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A7%D9%88%D8%AA%D8%B1%D9%83%D9%8A%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D8%9F>

BIBLIOGRAPHIC REFERENCES

1. Rida, Ahmad. (1960). Mu'jam mitan allugh [Language Dictionary]. Beirut, Lebanon: Dar maktabatil hayat. (In Arabic)
2. Ibn Manzur. Lisan al-Arab [The language of the Arabs]. Beirut: Dar Sader. (In Arabic)
3. Reheem, Abdel-Kader. (2008). Al-‘unwan fi-nnas al-ibda’I – ahammiyatuhu wa anwa`uhu [Title in the creative text – its importance and types]. Journal of the faculty of Philology and Social Studies. Biskra, Algeria. Retrieved from http://fil.univ-biskra.dz/images/pdf_revue/pdf_revue_02-03/abdelkader%20rehim.pdf (In Arabic)
4. Rushd, M. (2014, February 11). Madkhal nazari lidirasat al'unwan [Theoretical approach to studying titles]. Minbar hur lilthaqafat wal fikr wal'adab. Retrieved from <http://www.diwanalarab.com/spip.php?article38941#.XKgoIpgzbiU> (In Arabic)
5. Muntadaa sa'idni [Forum “Help me”]. (2017, September 22). Retrieved from <https://www.sa3dny.net/420853/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%8%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%86%D9%88%D8%A7%D9%86-%D8%AF%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A7-%D9%88%D8%AA%D8%B1%D9%83%D9%8A%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D8%9F> (In Arabic)

Information about the author

Lecturer Vasilya Rinatovna Nabiullina

Department of Philology and Regional Geography

Russian Islamic Insitute

19 Gazovaya str., Kazan, Russia, 420079

vasilya_zuhra@hotmail.com