

العنوان تعريفه ووظائفه:

تحدد المعاجم العنوان بأنه "مقطع لغوي أقل من الجملة"⁽¹⁾ يدل عادة على ما يوضع له إن كان كتاباً أو جزءاً من كتاب، وله موقعه المحدد في فضاء النص المعنون، ويعد "من أهم العناصر المكونة للمؤلف الأدبي ومكوناً داخلياً يشكل قيمة دلالية عند الدارس حيث يمكن اعتباره ممثلاً لسلطة النص وواجهته الإعلامية التي تمارس على المتلقي (...). فضلاً عن كونه وسيلة للكشف عن طبيعة النص والمساهمة في فك غموضه"⁽²⁾.

قدم كل من النقاد والمختصين بعلم العنونة مقاربتهم للعنوان، ف(لوي هوك) يرى فيه "مجموعة العلامات اللسانية من كلمات وجمل وحتى نصوص قد تظهر على رأس النص لتدل عليه وتعيّنه، تشير بمحتواه الكلي ولتجذب جمهوره المستهدف"⁽³⁾، أما (جاك فونتاني) فيرى في العنوان "مع علامات أخرى هو من الأقسام النادرة في النص التي تظهر على الغلاف وهو نص موازي له"⁽⁴⁾، أما (رولان بارت) فيرى في العناوين "عبارة عن أنظمة دلالية سيميولوجية تحمل في طياتها قيماً أخلاقية واجتماعية وأيديولوجية ودعم رؤيته للسيميولوجيا على أشياء كثيرة (...). إنها تتضمن قيماً مجتمعية أخلاقية وأيديولوجية كثيرة لا بد للإحاطة بها من تفكير منظم، هذا التفكير هو ما ندعوه هنا على الأقل سيميولوجياً"⁽⁵⁾، أما (جينيبيت) فيرى أن العنوان "غالباً مجموعة من العناصر شبه المركبة غير الحقيقية ومرتبطة بتعقيد لا يتعلق بالضبط بطولها"⁽⁶⁾، ومهما اختلفت هذه المقاربات وتعددت إلا أنها تدور حول معنى واحد ألا وهو كون العنوان هو رمز دال على مدلول سواء كان نصاً أدبياً أم كتاباً يتصدر ما يدل عليه ويميزه عن غيره ويفصله ويحدد كيانه المستقل المنفرد حتى يعود النص/الكتاب يعرف بما دل عليه فقط مهما قصر الأخير دون الحاجة إلى علامات أو إشارات أخرى.

ومن هنا ينطلق (هوك) في تحديد وظائف العنوان، فالعنوان "رسالة لغوية تعرف بهوية النص وتحدد مضمونه، وتجذب القارئ إليه وتغويه به"⁽⁷⁾، فوظائف العنوان في النص الأدبي/الكتاب متعددة مرتبطة بأطراف عملية الإرسال (المرسل - الرسالة - المرسل إليه) والتي تصبح إن كان العنوان رسالة (معنون - عنوان - معنون إليه) والعنوان مرتبط بنص أدبي/كتاب معين⁽⁸⁾، وهذه الوظائف هي:

• أولاً: الوظيفة التعيينية: (كاتب - عنوان):

وهذه الوظيفة واجبة الحضور في أي عنوان، فلا بد للكاتب أن يختار اسماً لكتابه/نصه ليحدد به هوية النص وانتماءه وليتداوله القراء، وليميز الكاتب بوساطة العنوان بين مؤلفه ومؤلف آخر⁽⁹⁾، وبهذا تكون أكثر الوظائف انتشاراً

وشبوعا فلا يخلو منها أي عنوان؛ إذ "تتشرك فيها الأسماء أجمع، وتصبح بمقتضاها مجرد ملفوظات تفرق بين المؤلفات والأعمال الفنية بل هي رواسم تهدي إلى الكتاب أو المنحوتة أو الرسم"⁽¹⁾.

• ثانيا: الوظيفة الوصفية: (نص - عنوان):

وهذه الوظيفة التي "يسعى العنوان عبرها إلى تحقيق أكبر مردودية ممكنة، وهو ما يجعلها المسؤولة عن الانتقادات الموجهة للعنوان والصادرة عن عدد لا بأس به من المبدعين والمنظرين الذين أبدوا دوما انزعاجهم أمام التأثير الذي يمارسه العنوان عند تلقي النص بفعل خاصيته التثقيفية الموجهة إلى القارئ"⁽²⁾، ويسمى (جينييت) الوظيفة الإيحائية "لأن النقابل الموجود بين النمطين الموضوعاتي والخبري لا يحددان لنا التقابلا"⁽³⁾ موازيا بين وظيفتين الأولى موضوعاتية والثانية خبرية تعليقية، غير أن هذين النمطين في تنافسهما واختلافهما يتبادلان نفس الوظيفة، وهي وصف النص بأحد مميزاته إما موضوعاتية (هذا الكتاب يتكلم عن...) وإما خبرية تعلق على الكتاب (هذا الكتاب هو...) "⁽³⁾.

• ثالثا: الوظيفة الدلالية: (عنوان - نص):

وهي مرتبطة بالوظيفة السابقة ومصاحبة لها، ولا مهرب منها، إذ لا يستطيع الكاتب التخلي عنها شاء أم لم يشأ، لكونها تحمل بعضا من توجهات المؤلف في نصه "لأن العنوان مثله مثل أي ملفوظ بعامة له طريقته في الوجود أو إن شئنا أسلوبه حتى الأقل بساطة فإن الدلالة الضمنية فيه تكون أيضا بسيطة وزهيدة"⁽⁴⁾، ولكون هذه الوظيفة غير مقصودة مباشرة مباشرة من المؤلف فيرى جينييت أن الأجدر أن يتكلم عنها بوصفها قيمة مصاحبة أو ضمنية "تعتمد على مدى قدرة المؤلف على الإيحاء والتلميح من خلال تراكيب لغوية بسيطة"⁽⁵⁾.

• رابعا: الوظيفة الإغرائية (قارئ - عنوان):

وتختص هذه الوظيفة بالقارئ أو متلقي النص/ الكتاب المعنون، إذ في بعض الأحيان تعلن بوصفك القارئ "الدهشة منذ الإطلالة الأولى على العنوان، فتكشف بعد قليل أنها دهشة في محلها من حيث هي تركز على أسس متينة وجمالية وإبداعية ترنوا نحو التجديد والابتكار لغة وإيقاعا وصورة وحساسية فنية وفي أحيان كثيرة نرى أن الدهشة كانت (...). مفتعلة لا تستند إلى أساس فني أو قيم جمالية أو إبداعية"⁽⁶⁾ وبوساطة الإغواء يستثير الكاتب نفسية المتلقي لقراءة نصه/ كتابه، ومن هنا يتعلق الأمر بالجانب التجاري، إذ باختبار أي عنوان "يضع المبدع في الحسبان ذوق المتلقي (...). فإنه يميل إلى أقرب العناوين إلى نفسية المتلقي ليستميله إلى كتابه/ نصه، رغبة منه في انتشار هذا الكتاب/ النص وتداوله"⁽⁷⁾، والعلاقة بين العنوان وغواية القارئ علاقة طردية، إذ كلما ازدادت شعرية العنوان زادت غواية القارئ والعكس صحيح إذ كلما كان العنوان أقل غموضا وأقرب إلى اللغة الاعتيادية قل احتفال القارئ به عنوانا ونصا.

• خامسا: الوظيفة الشعرية (عنوان - عنوان):

ليشكل العنوان إغراء يذكر للقارئ ينبغي أن يتوفر فيه ما يخترق المألوف ويخرج عن الخط اللغوي المتعارف عليه، أو المعنوي المتوقع، وهذا انما توفره العناوين ذات الصفة الشعرية التي هي "انزياح وخرق وانتهاك لمبدأ العنونة في النثر،

وأية ذلك أن العنونة وفق جان كوهين من سمات النص النثري لأن النثر قائم على الوصل والقواعد المنطقية⁽¹⁾، ووفقا لهذه الوظيفة يكتسب العنوان "قوة مضاعفة على الإيحاء وتغدو نصيبته أكثر قوة على إخراج نصه من لعبة الثنائيات المتضادة ليعتاش على تخوم اللا(حسم) ولا نهائية التأويل"⁽²⁾.