

## الحقول الدلالية في عنوانات الأخبار في الصحافة الإلكترونية العراقية

أ.م.د. خلود جبار عيدان

أ.م. نرينب جمعة جاسم

كلية الإعلام - جامعة بغداد

كلية الإعلام - جامعة بغداد

الكلمات المفتاحية: الحقول الدلالية. عنوان أخبار. الصحافة الإلكترونية.

## الملخص:

بعد أن اجتاحت المنظومة الرقمية العالم بأسره وأصبحت الصحافة الرقمية واقعاً لا يمكن إنكاره، صار من الضروري مساندة هذا الواقع الجديد للصحافة التي لم تعد كما كانت في السابق صحافة ورقية.

واستناداً إلى ما سبق ذكره ارتأت الباحثتان الخوض في مجال الصحافة الإلكترونية وإلقاء الضوء على عنوانات بعض الصحف العراقية الإلكترونية في محاولة لتحليلها على وفق نظرية الحقول الدلالية؛ لمعرفة ودراسة مرحلة الصراع بين ما هو مكتوب (مطبوعة) وما هو رقمي، وأن رصد العنوان الإعلامي له أهميته في صناعة التوجيه في الفهم الإعلامي، وقد وقع اختيار الباحثتان على صحف عراقية معروفة، هي الصباح، وطريق الشعب والزمان؛ لتكون عينة مدروسة تبين التأثير الفاعل لما هو رقمي في خبرات إعلامية معروفة لها تاريخها الإعلامي الورقي، ورصد شكل اللغة وقواها الجديدة في الإعلام الرقمي.

وهذا البحث قد يكون محاولة أولى لتجربة أكثر الساعات ودقة، وقد ختم البحث بنتائج وتوصيات يمكن الاستفادة منها في مجال البحث اللغوي الإعلامي.

## المقدمة:

اجتاحت المنظومة الرقمية العالم بأسره، ولم تعد الرؤى الكلاسيكية للثقافة بأبجدياتها المعهودة مثلاً يحتذى به بعد أن هيمنت العولمة الرقمية على العالم بأسره، وكان أن انزاحت الثقافة القرائية القديمة التي تعتمد على الطباعة الورقية لتحل محلها الثقافة الرقمية في كل شيء، وعلى الرغم من تعنت بعض

المؤمنين بقيمة ما هو ورقي مكتوب إلا إنَّ المقروء الرقمي أصبح هو الفيصل في الحياة .

الكتاب الرقمي، والصحافة الرقمية أصبحتا واقعًا لا يمكن إنكاره، لم تعد الصحافة بأبهرتها القديمة، ولكنها لم تستطع في الوقت نفسه الإفلات من القوالب القديمة، أو فلنقل: من الموروث القديم للمهنة، فنّا وعلمًا؛ لأسباب كثيرة منها أن هذا الانتقال من الورقي المكتوب إلى الرقمية ظهر في عهد لم يُنتج إعلاميين رقميين ينافسون بشكلٍ قويٍّ يُزيح هيمنة السابقين.

ومع ذلك كله فإنَّ الواقع فرض مسaire، أو توأمة لما هو موجود سابق وما هو مفروض لاحق، وهذا يُفسر لنا ظاهرة وجود نسختين مكتوبة مطبوعة وأخرى رقمية للصحافة العالمية، والعربية، والعراقية أيضًا، فلم يحسم أحد الطرفين معركة الوجود لصالحه - لحدّ الآن - وهو أمرٌ يدعو لدراسة هذه الظاهرة على انفراد .

هذا البحث المتواضع يلقي الضوء على عنوانات بعض الصحف العراقية الرقمية، ويحاول تحليلها على وفق نظرية الحقول الدلالية، ولعلَّ الهدف الأهم من ذلك معرفة مديات التأثير القديم - على أقلِّ تقدير- في صناعة العنوان الإعلامي، في محاولة لدراسة توثيقية لمرحلة الصراع بين ما هو مكتوب مطبوع وما هو رقمي .

ورصد العنوان الإعلامي له أهميته الخاصة؛ كونه يمثل توجّهًا كلاسيكيًا في صناعة التأثير والتوجيه في الفهم الإعلامي التقليدي، وقد وقع اختيار البحث على صحف عراقية معروفة هي الصباح، وطريق الشعب والزمان، ولكلِّ صحيفة توجّهاتها السياسية، والإعلامية؛ لتكون العينة المدروسة مختلفة ومتنوعة ليتبين من ذلك مديات التأثير الفاعل لما هو رقمي على خبرات إعلامية معروفة لها تاريخها الإعلامي الورقي، ومراقبة هيمنة شكلية اللغة وقوالها في النمط الرقمي.

يحاول البحث تقديم رؤية تحليلية أولى تعتمد في البداية على إبراز قيمة العنوان كونه اختزالاً معرفيًا، وتكثيفًا فكريًا للمقال بأكمله، وإبراز العلاقة بين صياغة العنوان ونظرية التلقي ومديات تقييمها لغويًا وإعلاميًا، ثم إبراز بعض السمات التي تميز العنوان في ثلاثة صحف عراقية على موقع شبكة الانترنت؛ هي الصباح الرسمية والزمان المستقلة وطريق الشعب التي تمثل التوجه اليساري في العراق. وهي محاولة أولى يمكن أن تكون نواة لتجربة أكثر اتساعًا ودقة، وقد ختم البحث بنتائج وتوصيات يمكن الاستفادة منها في مجال البحث اللغوي الإعلامي .

التمهيد : الإعلام وصناعة الدلالة :

تتمحور العلاقة الأزلية بين الإعلام واللغة. هذه العلاقة التي تتكفل بوجودها مقارنة الماهية الحقيقية للغة من جهة، والماهية الحقيقية للإعلام بالنعمية، (والعلّ أوضح ما في الإعلام أنه دعوة إلى قبول أمر بعينه ومحاولة للإقناع بصدق دعوى لم يقم على صدقها دليل سابق. من أجل هذه الدعوة وتلك الدعوى تُصاغ اللغة بكيفيات خاصة في تراكيبها، وأساليبها، وفي أفكارها ومعانيها وفي بوحها وكتمتها وفي تصريحها وتلميحها وإيحائها بما لم يقل وفي مخاطبتها للعقل حيناً وللعاطفة حيناً آخر) (حسن، 1980: 44)، ولهذا فإنّ القول بانفصال اللغة عن الإعلام في وجه من الوجوه كما يدعي ذلك بعض الباحثين ليس منطقيًا بشكل تامّ، يقول : (في ضوء تحليل العلاقة بين اللغة والإعلام، فإن اللغة ليست وسيلة من وسائل الاتصال بالمفهوم الإعلامي للوسائل، ولكن الاتصال وظيفة من وظائف اللغة) (خليل، 2002: 22)، هذا الادعاء بانفصالها غير دقيق، فاللغة بما تقوم به من إيصالية تعكس جوهر الإعلام، وإنما الإعلام في حقيقته تطور ثقافي تاريخي للغة، نعم ما تحدّث به الباحثان يُعبر عن كينونة الإعلام في الفهم الحديث، ومع ذلك فإنّ من الإجحاف الحكم على اللغة في كينونتها الأزلية تاريخيًا مقارنة بتطور مفاهيمي للإعلام، إنها أقرب لمقارنة بين نقاط التشابه والاختلاف بين رائد فضاء وإنسان بدائي مع قياس الفارق .

قد تبدو مقارنة تحديد اللغة الإعلامية مرتكزة على مقاصدية اللغة والإعلام في وقت واحد؛ فاللغة الإعلامية تلك (اللغة التي تشيع على أوسع نطاق، في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب.. ذلك لأنّ مادة الإعلام، في التعبير عن المجتمع والبيئة، تستمد عناصرها من كلّ فنّ وعلم ومعرفة) (الشريف، ومنصور، 2004: 34-35)، وعليه يمكننا طرح التساؤل الأهمّ : ما الفرق بين اللغة الإعلامية، واللغة الطّبيّة على سبيل المثال؟ والجواب إنّ اللغة الطّبيّة لا تتجاوز حدود قيمة المفاهيم والمصطلحات الطّبيّة التي تمرّ عبر منافذ اللغة، لكنّ اللغة الإعلامية تتجاوز ذلك إلى أمرين، الأوّل منهما المفاهيم والمصطلحات، والثاني قيمة التراكيب والتعبيرات اللغوية الفاعلة في الإيصال والتأثير لدى المتلقي، وعليه يمكننا - أيضًا - القول : إن طبيعة المتلقي في اللغة الطّبيّة لا تتجاوز حدود مجموعة ضيقة من الأفراد، كالأطباء مثلاً، أما اللغة الإعلامية

فتتجاوز حدود المختصين بالإعلام إلى جميع البشر القادرين على القراءة أو الاستماع أو المشاهدة، وهنا يمكننا تلمس حقيقة العلاقة بين اللغة والإعلام، هذا الأمر الذي حدا بباحثة للقول: (وتنبع أهمية الإعلامية من كون النص يهدف في الأساس إلى التوصيل، فالإعلامية تعمل إلى جانب عناصر النص الأخرى على الارتقاء بالنص إلى المستوى الذي تتفاعل فيه اللغة والعقل والمجتمع بصورة فعالة ومعبرة. والإعلامية بهذا وجه من وجوه علم اللغة. الاجتماعي، الذي يسعى في جانب منه إلى الكشف عن الظواهر اللغوية التي تؤثر في تشكيلها العوامل الاجتماعية) (عميرة، 2004: 21) وقد حدّد أحد الباحثين المفصلية التي تمثلها اللغة في الهيكلية الإعلامية، فجعلها في نقطتين، هما:

- أولاً: تمثل اللغة مقوّمًا أساسيًا في الاتصال .
- ثانيًا: تمثل عنصرًا أساسيًا إلى جانب النحت والنقش والموسيقى وغيرهنّ في إبراز الظواهر الحيّة (الدسوقي، 2010: 13) .

ويمكننا تحديد جوهر الصلة بين الإعلام واللغة بما ذكره أحد الباحثين بقوله: (إن الحقل المشترك بين اللغة والإعلام في العلاقة بين اللفظ والمعنى هو حقل (الدلالة) فعلماء اللغة يعنون بعلم (الدلالة) وعلماء الإعلام يهتمون بالإطار المشترك بين مرسل الرسالة، ومستقبلها حتى يتم الإعلام في هذا الإطار المشترك، ولا تسقط الرسالة خارجه) (البكاء، عبد المطلب، 2010: 21)، كلاهما يستند على إيصال مفاهيم دلالية بوساطة تقنيات مختلفة، وعلينا - هنا - التأكيد على أنّ جدلية العلاقة هذه تقوم على خطّين؛ الأول منهما يجعل اللغة وسيلة تعبيرية يستعين بها الإعلام، والثانية أن تكون اللغة كيانًا صوتيًا معقدًا يمكن الاستعانة به في عبور الرسائل الصوتية للمتلقّي .

مفهوم الحقول الدلالية، ومجالاتها :

يرتبط الحقل الدلالي بنظام المجموعات الرياضيّة فـ (الحقل الدلالي Semanticfield أو الحقل المعجمي Lexicalfield مجموعة من الكلمات ترتبط دلالاتها، وتوضع عادة تحت لفظ عام يجمعها. مثال ذلك كلمات الألوان في اللغة العربية. فهي تقع تحت المصطلح العام « لون » وتضم ألفاظاً مثل : أحمر- أزرق - أصفر - أخضر - أبيض الخ، وعرفه Ullmann بقوله : وهو قطاع متكامل من المادة

اللغوية يعبر عن مجال معين من الخبرة، و Lyons بقوله: " مجموعة جزئية لمفردات اللغة" (عمر، 1998: 79).

ويرى أحد الباحثين أن الدافع الأساس لنشوء هذه النظرية ووجودها التفاوت في الفهم لدى المتلقين للكلمات، وهو ما (يفرض التواصل بين الأفراد وجود قائمة من الكلمات مشتركة بينهم يفهمون معانيها بكيفية متشابهة أو متقاربة، ولكن دلالات الكلمات المعنوية يصعب عليهم الاتفاق حول تحديدها، لأن درجة فهمها تتفاوت من شخص لآخر، تبعاً للتجربة التي مر بها كل فرد، وطبيعة البيئة التي ينتمي إليها المتكلمون باللغة، ومستوى التعلم، وغيرها من العوامل التي تسهم في تحديد الدلالة. ويكون فهم الكلمات متماثلاً أو متشابهاً حينما يكون اتفاق ضمني حول توظيفها واستخدامها، ومن هنا كان تعريف الكلمة الذي يعد تحقيقاً لهذا الاتفاق أمراً مهماً في استعمال المعاجم) (عزوز، 2002: 8).

ويوضّح اللغوي فندريس تلك العلاقات المتشابكة بين الكلمات، إذا ما لاحظنا الجهد الذي يبذله الذهن في عمليات الفرز والتقييد والحصر والتجميع على وفق المشتراكات، يقول: (ليس في الذهن كلمة واحدة منعزلة. فالذهن يميل دائماً إلى جميع الكلمات، إلى اكتشاف عرى جديدة تجمع بينها. والكلمات تتشبه دائماً بعائلة لغوية بواسطة دال المعنى أو دوال النسبة التي تميزها، أو بواسطة الأصوات اللغوية التي تتركب منها لا أكثر من ذلك. فنحن نشعر بأن الكلمات: إعطاء، عطية، عطاء، معط، معطى" ... إلخ، تكون عائلة قائمة بذاتها تتميز بعنصر مشترك، هو الأصل "ع ط ي" مهما تنوعت معاني المشتقات) (فندريس، 1950: 232).

ليست العلاقات الرابطة بين تلك الكلمات معزولة لدى دي سوسير في خانات، او مجموعات قسرية بعيدة عن مديات تداولها الحقيقي في الأداء الكلامي (وإذا كانت الحقول الدلالية تحدد على أنها مجموعة من الكلمات ترتبط دلالتها وتوضع عادة تحت لفظ يجمعها، فإن دي سوسير قد أشار إلى وجود علائق ترابطية دلالية بين المداخل المعجمية، والتي بإمكانها أن تصنف النظام اللساني إلى مجموعة من الأنساق يختلف بعضها عن بعض، وهو ما يسميه بالعلائق التراتبية Rappports associatifs بالإضافة إلى وجود علائق أخرى كعلاقة التقابل، والعلاقة العكسية، وعلاقة الترادف، وعلاقة التدرج أو التعاقب، أو كما جمعها المختصون في خمس علائق، وهي: الترادف، الاشتمال، وعلاقة الجزء بالكل، والتنافر، والتضاد، وبواسطتها يتم تمييز معنى كلمة عن أخرى داخل الحقل الواحد، ومنه تكمن أهمية

الحقول الدلالية في الكشف عن أوجه الشبه والاختلاف بين تلك الكلمات المدرجة ضمن الحقل الدلالي الواحد) (بن خويا، 2016: 105). وعليه فإن قضية الحقل الدلالي لا يمكن دراستها معجمياً فقط، بل لا بدّ من دراستها في إطارها النحوي والسياقي والتركيبّي، هذا السياق سيكون كاشفاً عن القيمة المختزنة للدلالة في تلك الكلمات في حقل واحد .

وعلى هذا الأساس يمكن القول بمقاربة الفهم السوسيري للحقول الدلالي بما ذكره أبو هلال العسكري في نظرية الفروق الدلالية للألفاظ المترادفة ؛ إذ تتّضح القيم الدلالية وفروقاتها الدقيقة من خلال السياقات والتراكيب التي تقع فيها كلّ مفردة على حدة، وقد مهّد أبو هلال العسكري لذلك ببيان نفي الترادف عقلاً، فقال: (الشاهد على أن اختلاف العبارات والأسماء يوجب اختلاف المعاني ان الاسم كلمة تدل على معنى دلالة الاشارة واذا أشير الى الشيء مرة واحدة فعرف فالإشارة اليه ثانية وثالثة غير مفيدة وواضع اللغة حكيم لا يأتي فيها بما لا يفيد فأن أشير منه في الثاني والثالث الى خلاف ما أشير اليه في الاول كان ذلك صوابا فهذا يدل على أن كل اسمين يجريان على معنى من المعاني وعين من الاعيان في لغة واحدة فأن كل واحد منهما خلاف ما يقتضيه الآخر والا لكان الثاني فضلا لا يحتاج اليه) (العسكري، 1980: 12)، وعليه فإنّ الحقل الدلالي مبنيّ على هذه المفارقة التي تنبّه عليه دي سوسير لاحقاً، وأشار إليها أبو هلال العسكري سابقاً بقوله : (وقال بعض النحويين لا يجوز أن يدل اللفظ الواحد على معنيين مختلفين حتى تضاف علامة لكل واحد منهما فإن لم يكن فيه لذلك علامة أشكل والبس على المخاطب وليس من الحكمة وضع الادلة المشكّلة الا أن يدفع الى ذلك ضرورة أو علة ولا يجيء في الكلام غير ذلك الا ما شدّ وقلّ) (العسكري، 1980: 14)، فما ذكره النحويون من وجود العلامة الفارقة الدافعة للالتباس والإشكالات واللبس هو عين ما أشار إليه دي سوسير من وجود بيئة سياقية حاضنة للكلمة في حقلها الدلالي. وقد حاول أحد الباحثين تقريب قيمة البنية التركيبية التي تحيط بالكلمة ضمن إطار حقلها الدلالي، فقال: (يعطى أبو هلال - مثالا لهذا المعيار - استعمال كلمتي "العلم" و"المعرفة" فيقول: "وذلك أن العلم يتعدى إلى مفعولين، والمعرفة تتعدى إلى مفعول واحد. فتصرفهما على هذا الوجه، واستعمال أهل اللغة إياهما عليه يدل على الفرق بينهما في المعنى، وهو أن لفظ المعرفة يفيد تمييز المعلوم من غيره، ولفظ العلم لا يفيد ذلك إلا بضرب آخر من التخصيص في ذكر المعلوم".

إن أبا هلال - هنا- يريد أن يفيد من اختلاف النمط التركيبي للفعلين "علم" و"عرف"، ويريد أن يجعل ذلك مبرراً لضرورة الاختلاف الدلالي بينهما) (محسب، 2001، 24-25).

وإذ يترتب على الفهم السياقي معرفة ما يحيط بالنص كما يرى فييرث الذي يرى أنه (مجموع العناصر المكونة للحدث الكلامي، وتشمل هذه العناصر التكوينية الثقافية للمشاركين في هذا الحدث، والظروف الاجتماعية المحيطة به، والأثر الذي يتركه على المشاركين فيه. ويرى «فييرث، أن الوصول إلى معنى أي نص لغوي يستلزم تحليله على المستويات اللغوية المختلفة، ثم بيان وظيفة هذا النص اللغوي ومقامه، ثم بيان الأثر الذي يتركه على من يسمعه) (جبل، 1997: 22)، لكنّ الفهم الدلالي للحقول شيء آخر - حسب رأي الدكتور جبل - إذ تمثّل ((هذه النظرية منهجاً ملائماً للمقارنة بين مجموعات الألفاظ في اللغات المختلفة، أو للمقارنة بين مجموعات ألفاظ اللغة الواحدة في فترتين تاريخيتين متباينتين، كما أنها تعد منهجاً ملائماً كذلك للمقارنة بين مجموعات الألفاظ بداخل المجالات الفكرية المختلفة في نفس اللغة) (جبل، 1997: 23)، وما يذكره صحيح من الناحية الشكلية لمن يحاول قراءة هذه النظرية على حدة وبمعزل عن بيئتها، إلا إنّ القائلين بها لا يمكن أن يعزلوا الحقول عن حدود البيئة اللغوية لكلّ حقل!

وعلى هذا يمكننا الردّ على ما ادّعاه بعضُ الباحثين من كون الحقل الدلالي لا يمتلك القرابة الكافية من البنية التركيبية للغة، حين قال: (جميع علاقات التشابه والاختلاف بين معاني الكلمات هي علاقات بين الكلمات التي تنتمي إلى حقل دلالي واحد. وبالطبع، تستثنى من هذه العلاقات علاقات التناظر والاستلزام والتناقض لأن هذه العلاقات تشمل الكلمات بين الجمل، وليست علاقات بين الكلمات. الحقول الدلالية تشمل الكلمات فقط، ولا تشمل الجمل) (الخولي، 2001: 181)، والحقيقة أنّ عزل الكلمات عن محيطها اللغوي وتجريدها من قيمتها الدلالية التركيبية مجازفة كبيرة؛ لأنّ عزل الكلمات محاولة لتهديم العلاقات الدلالية نفسها؛ فلا يمكن بأيّ شكل من الأشكال اصطناع دلالات ثابتة من دون مرور تلك الكلمات في نسق تركيبية يؤثر فيها وتؤثر فيه، يقول بيارغيمرو: (الكلمات هي إبداعات إنسانية، ولها في الآن ذاته حياتها الخاصة، كما لباقي الكائنات؛ فنحن خالقون لها وهي خالقة ذاتها) (بيارغيمرو، 1986: 49)، ويكمل قائلاً: (وكان لنا أن نتقي من البستان الأنواع وأن نختار الحبوب وأن نغرس، ونضفر ونشك ونقلم إلخ.. فتحيا

النباتات ومنها ما يزدهي ومنها ما يذوي وما يختنق لشد ما تضيق عليها النباتات المجاورة القوية إلخ. ثمة إذاً، إبداع واع للكلام الذي يتحول تحولاً عفويًا. إننا نخلق الكلمات لنهب الأشياء أسماء، أكانت الأشياء لم توهمها بعد أو أن ما وهبته لا يؤمن لها وظيفتها بشكل فعال؛ تلك الوظيفة الثنائية: المعرفة أو الدلالية، التعبيرية أو الأسلوبية (بيارغيرو، 1986: 50). هذا الفهم التأملّي لقيمة المفردة كان ملحوظًا في الفكر النقديّ العربيّ قديمًا، وليس هو في حقيقته توجّهًا منفردًا من أبي هلال العسكريّ وحده، فلقد كان للنقاد رأيّ مهمّ يتجاوز حدود التجريد الكامل لدلالة الألفاظ بعيدًا عن حياتها اللغوية؛ فلهم (مذهب أخريغاير ما عرفناه في تحليلهم مدلول الكلمة المفردة، ذلك ما يمكن إدراجه تحت عنوان (صفات الألفاظ)، وفي هذا الباب من الدرس يأتلف جانبان من العمل النقدي خلال مصطلحات (اللفظ والألفاظ). فليس المقصود ههنا إبراز تفصيلات الدلالة لكل لفظة ومن ثم تقضي استعمالها ومجالاتها، والقيام بمقارنات وتقويمات لها، بل يتجه الناقد إلى إصدار أحكام جمالية تستحسن اللفظ أو تستهجنه في سلسلة من النعوت بحسب المقام، وما يناسبه من ضروب التعبير، أي أن القضية ذوقية إما محدودة بشخصية الناقد، وما يذهب إليه ويتخيره من الخصائص الفنية، أو ترجع إلى الذوق العربي القديم المتوارث من خلال أحكام وآراء ماثورة في المصنفات ومحفوظة عن الرواة والأدباء وعلماء العربية، ويتجلى الجانب الدلالي لـ(صفات الألفاظ) فيا تشف عنه من سمات تتعلق بأصوات اللفظة وتشكيلها الصرفي وحدة مميزة في الكلام، فالعذوبة والحلاوة والسهولة إنما تكون في الحرف وائتلافه مع حروف متناسبة فيما بينها، وكذلك نلحظ في النعوت في اللفظة المنتقاة من بين مقاربات تصنيفها بالمصطلح المميز "اللفظ والمعنى" (الداية، 1996: "63-64).

#### العنوان الرئيس بين تكثيف الدلالة ومديات التأثير:

يضعنا ابن فارس (ت395 هـ) أمام حيثيات اقترباب دلالة العنوان لغةً واصطلاحًا، فيقول: (وَالأَصْلُ الثَّالِثُ: عُنْيَانُ الكِتَابِ، وَعُنْوَانُهُ، وَعُنْيَانُهُ. وَتَفْسِيرُهُ عِنْدَنَا أَنَّهُ البَارِزُ مِنْهُ إِذَا حُتِمَ. وَمِنْ هَذَا البَابِ مَعْنَى الشَّيْءِ. وَلَمْ يَزِدِ الخَلِيلُ عَلَيَّ أَنَّ قَالَ: مَعْنَى كُلِّ شَيْءٍ: مَحْتَتُهُ وَحَالُهُ الَّتِي يَصِيرُ إِلَيْهَا أَمْرُهُ. قَالَ ابْنُ الأَعْرَابِيِّ: يُقَالُ مَا أَعْرِفُ مَعْنَاهُ وَمَعْنَاتَهُ. وَالَّذِي يَدُلُّ عَلَيْهِ قِيَاسُ اللُّغَةِ أَنَّ المَعْنَى هُوَ القَصْدُ الَّذِي يُدْرُزُ وَيَظْهَرُ فِي الشَّيْءِ إِذَا بُجِثَ عَنْهُ) (ابن فارس، 1979: 4/148)، فالعنوان كما يراه من البروز، وعليه فإنّ البروز هو القيمة الحقيقية التي يركز عليها العنوان، بمعنى أن

العنوان يمتلك من الخصائص المميّزة له عن باقي الأشياء في كونه ملفتاً للانتباه، ومثيراً للفضول والبحث، والتحري .

ونلتقط في نصّ لابن قتيبة (ت: 276 هـ) دلالة مميزة للعنوان؛ هي الأثر، يقول: (تَقُولُ الْعَرَبُ: هُوَ عُنْوَانُ الْكِتَابِ وَعُنْيَانُهُ وَقَدْ مُعْنَوْنَا وَعَنْتْنَاهُ تَعْنِينًا وَهُوَ كِتَابٌ مُعَنَّ. وَيُقَالُ: عُنْوَانٌ كَلِّ شَيْءٍ أَثَرُهُ قَالَ حَسَّانُ بْنُ ثَابِتٍ:

ضَحَّوْا بِأَسْمَطَ عُنْوَانُ السُّجُودِ بِهِ يُقَطِّعُ اللَّيْلَ تَسْبِيحًا وَقِرَاءً

أي: أثار السُّجُودِ بَيِّنٌ بوجهه وجمع العُنْوَانِ: عَنَّاوِينِ) (ابن قتيبة، 1988: 27)، وربما نستطيع القول: إنّ دلالة الأثر في العنوان يقترب من دلالة البروز في كلام ابن فارس، فالبروز لا يكون ما لم يكن معه أثر، يثير الاهتمام والانتباه .

ويذكر اللغويون أصلاً آخر للعنوان، وهو المعنى (وَقَالَ اللَّيْثُ: الْعُلْوَانُ لُغَةٌ فِي الْعُنْوَانِ غَيْرُ جَيِّدَةٍ. قَالَ: وَيُقَالُ عَنَنْتُ الْكِتَابَ عَنَّا. قَالَ: وَعُنُونْتَهُ. قَالَ: وَهُوَ فِيمَا ذُكِرَ مَشْتَقٌّ مِنَ الْمَعْنَى. قَالَ: وَعَنْيْتُهُ تَعْنِيَةً، كُلُّهَا لُغَاتُ) (الأزهري، 2001: 84/1). وتتساءل عن علاقة العنوان بالمعنى، وهل العنوان وحده يمتلك هذه السمة من دون النصّ؟ والجواب: إنّ المقصود بالعنوان هنا زبدته وخلاصته، أي التلميح لأليته الرئيسية في الاختصار والتكثيف، وهذا ما يميزه عن بقية النصّ، فالعنوان بهذا الاتجاه يعني خلاصة الشيء. وهذه الدلالة أي السمة مرتبطة بالذي ذكره ابن فارس من دلالة البروز، وينقل ابن منظور (ت 711 هـ) عن ابن سيده دلالة العنوان على السمة، فقال: (قَالَ ابْنُ سَيْدَةَ: الْعُنْوَانُ وَالْعُنْوَانُ سِمَةٌ الْكِتَابِ. وَعُنُونَهُ عُنُونَةً وَعُنْوَانًا وَعَنْنَاهُ، كِلَاهُمَا: وَسَمَهُ بِالْعُنْوَانِ. وَقَالَ أَيْضًا: وَالْعُنْيَانُ سِمَةُ الْكِتَابِ، وَقَدْ عَنَّاهُ وَأَعَنَّاهُ، وَعُنُونْتُ الْكِتَابَ وَعَلُونْتَهُ. قَالَ يَعْقُوبُ: وَسَمِعْتُ مَنْ يَقُولُ أَطْنُ وَأَعْنُ أَيُّ عُنُونُهُ وَاحْتِمَهُ. قَالَ ابْنُ سَيْدَةَ: وَفِي جِهَتِهِ عُنْوَانٌ مِنْ كَثْرَةِ السُّجُودِ أَيُّ أَثَرٍ؛ حَكَاهُ اللَّحْيَانِيُّ؛ وَأَنْشَدَ:

وَأَسْمَطَ عُنْوَانٌ بِهِ مِنْ سُجُودِهِ ... كَرُكْبَةٍ عَنَزٍ مِنْ عُنُوزِ بَنِي نَصْرٍ)

(ابن منظور، 1414 هـ: 15/106)

ويضعنا ابن منظور أمام قيمة جديدة للعنوان، وهي العلوّ، وهي عائدة إلى البروز أيضاً، لكنّ النصّ بحمل دلالة أخرى مهمة حين قال: (وَيُقَالُ: عَلُونْتَهُ عَلُونَةً وَعُلُونًا وَعُنُونْتَهُ عَلُونَةً وَعُنُونًا. قَالَ أَبُو زَيْدٍ: عَلْوَانٌ كَلِّ شَيْءٍ مَا عَلَا مِنْهُ، وَهُوَ الْعُنْوَانُ؛ وَأَنْشَدَ:

وحاجة دُونَ أُخْرَى قَدْ سَمَحْتُ بِهَا، ... جَعَلْتُهَا لِلَّذِي أَحَقَّتْ عُنْوَانًا

أَيَّ أَظْهَرْتُ حَاجَةً وَكَتَمْتُ أُخْرَى وَهِيَ النَّحْيُ أُرْبَعُ فَصَارَتْ هَذِهِ عُنْوَانًا لِمَا أَرَدْتُ (ابن منظور، 1414هـ: 92/15).

ونجد عند الجوهرى نصاً مهماً في تحديد دلالة العنوان، إذ ربطه بمعنى اللحن، وأراد به الدلالة الخاصة، أو اللغة الخاصة، فقال: (وأخبرني المنذري عن أبي الهيثم أنه قال: العُنُونُ واللَّحْنُ واحدٌ، وَهِيَ الْعَلَامَةُ نُشِيرُهَا إِلَى الْإِنْسَانِ لِيَقْطِنَ بِهَا إِلَى غَيْرِهِ، نَقُولُ لَحْنٌ فَلَانٌ بَلَحْنٍ ففَطِنْتُ. وأنشد:

وتعرف في عُنُونِهَا بَعْضَ لَحْنِهَا وَفِي جَوْفِهَا صَمْعَاءُ تَحْكِي الدَّوَاهِيَا

قَالَ وَيُقَالُ لِلرَّجُلِ الَّذِي يُعْرَضُ وَلَا يُصْرَحُ: قَدْ جَعَلَ كَذَا وَكَذَا لَحْنًا لِحَاجَتِهِ وَعُنْوَانًا (الأزهري، 2001: 40/5)، فالعنوان علامة، إنه شيفرة خاصة، ولغة خاصة، محدودة التداول، ورسالة قصيرة المدى لا تتجاوز المرسل، والمرسل إليه تستعين بدلالات خاصة مشفرة ومرمزة بينهما لا يمكن فكهما من غيرهما .

هذه الدلالة الخاصة تُقَرَّبُ الإعلان إلى حَيْزِ الاصطلاح، فهو انتقال الدلالة من حيز العموم إلى حيز الخصوص بقرينة، ونحن في كثير من العنونات نميل للاقتراب من المصطلح، أو صناعة المصطلح، وهذا ما يُلَخِّصُه أحد الباحثين بقوله: (من المعادلات الرابطة بين اللفظ والمعنى في نطاق خارج عن دلالات اللفظ الأولى معادلة المصطلح، معادلة مبنية على مرحلة انتقالية من الوضع الأول للفظ والمعنى إلى بناء علاقات جديدة تتسم بميزة فهي. مختلفة؛ إنها ميزة الاتفاق، والاجتماع) (قدوري، 2022: 231)، فهي حركة فاعلة بين العام إلى الخاص، هذه الحركة تنهض في بيئة محدّدة، مع شرط الاجماع وعدم التشظّي: إذ (تبدو فكرة انتقال الدلالة من معنى عام إلى معنى خاص أمراً مألوفاً في ظواهر لغوية كثيرة لكن انتماءها إلى بيئة لاوية خاصة، ومجتمع إنساني محدد يجعل المصطلح ظاهرة فاعلة، وسلوكاً لغوياً جمعياً مميزاً؛ نحن أمام انتقال للدلالة من المعنى العام إلى المعنى الخاص في بيئة اجتماعية تفرض اتفاقها واجماعها على هذا الانتقال في المعنى) (قدوري، 2022: 231).

وقد تعرّض التهانوي (ت 1158 هـ) لاصطلاح العنوان نفسه، فذكر انتقال دلالاته الاصطلاحية بين المفاهيم القديمة وأشار إلى كونه مصطلحاً بلاغيّاً، فقال: (بالضم والكسر لغة ديباجة الكتاب على ما في كثر اللغات. وفي عرف البلغاء على ما قال ابن أبي الإصبع هو أن يأخذ المتكلم في غرض فيأتي لقصده تكميله وتأكيده بأمثلة في ألفاظ تكون عنواناً لأخبار متقدّمة وقصص سالفة، ومنه نوع عظيم جدا

وهو عنوان العلوم بأن يذكر في الكلام ألفاظ تكون مفاتيح لعلوم ومداخل لها. فمن الأول قوله تعالى، وَأَنْزَلُ عَلَيْكُمُ نَبَأًا الَّذِي آتَيْنَاهُ آيَاتِنَا فَانْسَلَخْ مِنْهَا (سورة الأعراف/175) فإنه عنوان قصة بلعام، ومن الثاني قوله تعالى: أَنْظِلُّوْا إِلَى ظِلِّ ذِي ثَلَاثِ شُعَبٍ (المرسلات/30) فيها عنوان علم الهندسة فإن الشكل المثلث أول الأشكال، وإذا نصب في الشمس على أي ضلع من أضلاعه لا يكون له ظلّ لتحديد رؤوس زواياه) (التهانوي، 1996: 1241/2)، ويبدو أن المقصود من العنوان - هنا - دلالات جملة محدّدة على مصطلح، فالآيات المذكورة أمثلة يمكن الاستدلال بها على علوم معيّنة، أو اصطلاحات محدّدة .

يرتبط العنوان تلقائياً بالمواجهة الأولى بين المتلقي والنصّ، تلك المواجهة قد تبدو في العنوان تعريفية أحياناً، وتلخيصية في أحيانٍ أخرى، ولكن الأمر الذي لا مفرّ من تقبله أنّ العنوان يمثّل الهوية التعريفية للنصّ (العنوان للكتاب كالاسم للشيء، به يعرف ويفضله يتداول، يشار به إليه، ويدل به عليه، يحمل وسم كتابه، وفي الوقت نفسه يسمه العنوان - بايجاز يناسب البداية - علامة ليست من الكتاب جعلت له : لكي تدل عليه، وهذا التعريف الأولى له لا يختلف في " اللغة " العامة عنه في " اللغة " المعرفية، المسماة اصطلاحية. ودونما فارق واحد بينهما. والعنوان ضرورة كتابية، هكذا لغوياً وهكذا اصطلاحياً كذلك) (الجزار، 1998: 15). ومن الضروريات التي سادت الفهم الإعلامي تجاه العنوان القيمة التي لا يمكن انفصالها للعنوان مع النصّ الذي يتفاعل معه : إذ (يعدّ العنوان من أول العناصر التي تجذب انتباه القراء وتحدد لهم نوعية الموضوعات المعروضة على الصفحة. وتسهم في تكوين شخصية مميزة للصحيفة بحيث يستطيع القارئ أن يتعرف على صحيفته بمجرد رؤيتها. وقد اتخذت العناوين وظيفة أخرى لها تمثلت بالترويج للقراءة السريعة وذلك عن طريق العنوان القيام بتكثيف مضمون الإخبار ولهذا فقد استخدم العنوان في الصحف بشكل ملفت للنظر على اعتباره من مكوناتها الأساسية فهي عامل مؤثر وعنصر ثقيل يساهم مع العناصر التيبوغرافية الأخرى في بناء صفحة متكاملة، وهو يشكل احد أعمدة البناء الهيكلي للصحيفة (رشيد، وآخرون، 2013: 843) . وقد ذكر بعض الباحثين مجموعة من التعريفات الخاصّة بالعنوان، هي :

- السطر أو مجموعة السطور التي جمعت بحروف كبيرة لتسبق موضوع أو قصة خبرية، وتلخص هذا الموضوع أو القصة الخبرية، ويشمل كل الوحدات التي تسبق صدور الأخبار والموضوعات التي تنشر عنها الصحيفة .
  - أول شيء تقع عليه عين القارئ، ولذلك لا بد من الاهتمام به وإتقان كتابته، وهو آخر شيء يكتب في الخبر ولا بد أن يكون مناسباً .
  - رسالة موجزة ذات مضمون مهم لإيصال المعلومة إلى المتلقي، لجعله يقرر ما إذا كان عليه أن يستمر في متابعة تفاصيل الخبر أو الاستغناء عنه كلياً، وهو البوابة الأولى التي يعتمد على جاذبيتها في التشويق لإظهار مدى أهمية الخبر بالنسبة للجمهور، وبالتالي استقطابه ليوصل الاستماع لنشرة الأخبار حتى آخرها .
  - "تلخيص قصير يعرض بداية ما ستحدث عنه المقالة سواء في الراديو أو في البث التلفزيوني أو هو الذي يظهر فوق كل مقالة إخبارية في الصحف الإخبارية أو المواقع الإلكترونية .
  - "الجملة التي تلخص محتوى المادة الإخبارية، وتسعى إلى جذب انتباه القراء لقراءة باقي التفاصيل الداخلية في المادة الصحفية " .
  - "جملة تظهر فوق المواد الإخبارية، وتوضح هذه الجملة الموضوع الرئيس للنص، وتلخص المادة الإخبارية كاملة"
  - "مجموعة من المعلومات المعبرة بكلمات صغيرة باستخدام حجم خط مخصص للعناوين". (أبو زائدة، 2017: 50-51) .
- ونلاحظ أن هذه التعريفات عملية، لا علمية إلا ما ندر، فهي ترصد القضايا الشكلية للعنوان؛ كمكانه من الخبر، وفائدته، وحجمه، وغير ذلك، وعليه فإن هذه التعريفات حاولت إيصال الفكرة عن طريق ضرب الأمثال، وهذا التعريفات على وفق هذه التوجّهات تتصف بالتعليمية، وكأنها تُجيب على تساؤلات: ما العنوان؟ وأين يوضع؟ وما فائدته، وغير ذلك. وعلى الرغم من ذلك فإن تعريف الشيء بفائدته أو شكله، أو غايته يعدّ أمرًا إيجابيًا من الناحية العملية، دون الناحية العلمية النظرية .

المعاني المركزية للعنوانات الرئيسية ووظيفة الحقل الدلالية :

تبدو مقارنة فهم العنوان وظيفيًا هي الأجدى والأجدر بالتابع والدراسة لدى الباحثين؛ لأن القيمة الحقيقية للعنوان تكمن في ثمرته براغماتيًا، فالنوعية التي يخطط لها العمل الصحفي من وجود مختصرات تعبيرية تبدو مؤثرة في توجيه الدلالات الخاضعة لوجهة الرأي نحو ما يمنحه العنوان للمتلقى على وفق الصياغة الإبداعية للتركيب والجمل المكوّنة للعنوان، يقول أحد الباحثين في تحديد مفهوم العنوان: (يعد العنوان علامة لغوية تعلقوا النص لتسمه وتحدده وتغري القارئ بقراءته فلولا العناوين لظلت الكثير من الكتب مكدسة في رفوف المكاتب، فكم من كتاب كان عنوانه وبالاعلى عليه وعلى صاحبه. لهذا فالعناوين لا توضع اعتباريا، فكل شيء بمعنى وحسبان، وكل كلمة لها دلالاتها، بل يعجز الشاعر في بعض الأحيان عن وضع العنوان لقصيدته أو لديوانه، فيلقي به إلى المطبعة ثم يلحق العنوان به) (عبابسة، والعيفاوي، 2018: 15).

وتنشط الذهنية الصانعة للمشهد الإعلامي في تحديد الرؤى المنتجة للتأثير على وفق ما يمكن أن نسميه التخطيط الشامل لصناعة التكثيف والصياغة، ولعل بروز أهمية العنوان في الإعلام يستمد وجوده وفاعليته من ذلك التكامل المعرفي بين ما هو لغوي من جهة، وما هو إعلامي من جهة أخرى ..

وتبدو نظرية التلقي حجر الأساس الذي يجمع كلا الاختصاصين تحت بنيته، وفي هذا الخصوص يلج ياوس على ذلك التفاعل الخاص في عملية التلقي لتكون مثمرة ومؤثرة، فهو يرى أن هناك تكاملاً بين النص والمرسل إليه، وقد يبدو ذلك إهمالاً للمرسل، وهذا غير صحيح، فالمرسل يتخفى وراء النص (الرسالة)؛ إذ ليس في فاعلية التأثير للمرسل أي قيمة شكلية بارزة، بل المهم في ذلك من سيصله النص، يقول: (إذا عرفنا العمل بما هو حصيلة تلاقي النص وتلقيه، وبأنه بالتالي بنية دينامية لا يمكن إدراكها إلا ضمن تفاعلاتها التاريخية المتعاقبة، فسيمكننا بيسر أن نميز فيه بين "الأثر" أي وقع ذلك العمل، ثم "تلقية". ويؤلف هذان المكونان عنصري تفعيل العمل الفني والأدبي أو العنصرين البنائين لـ التقليد. فالأول، أي الأثر، يحده النص، والثاني، أي التلقي، يحدده المرسل إليه. ويفترض الأثر نداء أو إشعاعاً آتياً من النص، وكذا قابلية المرسل إليه لتلقي هذا النداء أو الإشعاع الذي يتملكه. ويحتمل مفهوم "تاريخ الأثر" تفسيراً معكوساً ما دام أنه يظهر مفعول عمل

فنيّ ما كما لو كان يتشكل من طرف واحد في هذا العمل بالذات وبه. والخاصية الوهمية) (ياوس، 2016: 132)، فالتلقي يفترض التنازل عن الضلع الأشهر في مثلث الدلالة؛ وهو المرسل، (وهكذا ظهرت سلطة أخرى في النقد هي سلطة الكتابة، أو سلطة النص، في مقابل سلطة المؤلف. فبدأ الاهتمام بالنص وبالنص فقط. وأبعد المؤلف هذه المرة ليتم التركيز على مفهوم آخر هو النص. ولعل التركيز على النص هو الذي سيؤدي إلى افتراضات أولية حول القراءة في علاقتها مع الكتابة. كما ظهر ذلك عند بارط في حديثه عن القارئ المفترض مثلاً. وليس خاف هنا ما كان لإنجازات الدراسات اللسانية من تأثير على هذا المنحى لنظرية الأدب) (بو حسن، 1993: 17).

وتبدو فاعلية هذه الرؤية في التوضيحية بالمرسل في العنوانات أكثر جديّة إعلامياً، لأن التثقيف والتركيز في صياغة العنوان الرئيس تهدف لخلق برقيات دقيقة ومختصرة ذات تأثير فعّال، من دون الدخول في نقاش، أو تفصيلات قد تدعو للتنازل عن التوضيحية هذه، فالحوار والجدل يجعل خفاء المرسل أمراً مربكاً، وصعباً، وهذا ما لا يمكن أن يتحقق معه.

إنّ الوشائج الفاعلة والمشاركة بين ما هو لغوي وما هو إعلامي يجعل لنظرية التلقي قيمة وبعداً حقيقيين، ذلك أن منظّرو التلقي يرون في الاتصال البوتقة الكبرى في تفاعل النظرية وجوداً وتفسيراً، يذكّر هولب بذلك فيقول: (ولابد لتناول هذا الموضوع من عرض فكرة إيذر عن الاتصال. ذلك بأن هذا النمط من التحليل، القائم على أساس من صيغة التفاعل بين النص والقارئ، لا يتضمن البنية والوظيفة كليهما فحسب، بل يقدم كذلك إجابة عن مسألة سريان الفاعلية، وكما رأينا من قبل فإن إيذر يفهم الاتصال الأدبي على أنه نشاط مشترك بين القارئ والنص يؤثر فيه وأحدهما في الآخر، في عملية تنتظم من تلقاء ذاتها. ومن ثم فإن الفاعلية المستمرة للعمل الأدبي تكمن في الخبرة بعملية القراءة) (هولب، 2000: 168)، ومع القول بالحيادية - إلا في تجربة الإعلام الحزبي - فإن التنازل عن الناص، والتوضيحية به بدعوى القيمة التأثيرية للنص نفسه يعدّ من الوجهة الإعلامية مقبولاً نوعاً ما في ما لو حققت الرسائل التي يحملها العنوان أهدافها، وعليه فإنّ الإعلام الحزبي الكلاسيكي سيعاني نظرياً من خسارة الكاتب، بيد أن الإعلام وفي ضوء العمل الجماعي قد يرضى بالخسائر في مقابل نجاح هذه الرؤية التي منحت نفسها حقّ الحديث عن بلاغة جديدة تعتمد القارئ فقط، وعلى الرغم من القضية هذه تبدو واضحة في الرؤية الأدبية - قبل الإعلامية - إلا إنها من

وجهة إعلامية قد تعاني رفضًا مؤقتًا مع اختلاف طبيعة المنجز الأدبي مقارنة بالمنجز الإعلامي، فالكاتب الصحفي سيجد مجالًا للمناورة في كسب الوقت على حساب المنجز الأدبي الذي يربط بين الناصّ والنصّ، يقول أحد الباحثين (الدسوقي، 2008: 7). ومن ثم فإنّ الفهم الإعلامي للتلقي بدأ متسقًا مع الفهم اللغويّ له؛ إذ (تهتم نظريات التلقي بمحاولة تفسير آليات فهم النصوص والصور الإعلامية من خلال فهم كيفية قراءة الجمهور لها، حيث يركز الاهتمام من خلال دراسات التلقي على تجربة مشاهدي السينما والإذاعة والتلفزيون. وكيف يتم تشكيل المعاني من خلال هذه التجربة، ومن بين فرضيات التلقي أن النصوص الإعلامية لا تستقل بمعنى ذاتي داخلي ملازم له، فالمعنى يولد عند تعرض المستمع أو المشاهد للنص، ويشير رواد نظريات التلقي إلى أن عوامل السياق لها تأثير أكثر من العوامل النصية على الطريقة التي يشاهد بها المتلقي البرنامج الإعلامي، وتتضمن عوامل السياق على تشكيلة متنوعة من العناصر منها هوية المتلقي وظروف التعرض وتجارب الماضي والتصورات السابقة عن البرنامج الإعلامي، إضافة إلى جوانب تاريخية واجتماعية وسياسية أخرى. أي أن نظريات التلقي تضع الجمهور كأفراد وجماعات في سياقات تأخذ بعين الاعتبار كل العوامل التي يمكن أن تؤثر في كيفية قراءة النص وفهم معناه) (الطاهر، وقدي، 2020: 113)، وهنا يكمن القلق إعلاميًا من وقوع عبثية - مقصودة أو غير مقصودة - في ترك التشكّل البنائي للنصّ الإعلامي لدى المتلقي، الذي قد تكون لمرجعياته المعرفية والإثنية والفكرية تأثيرات قوية في تبني قراءات وهمية تتلاءم ومرجعياته .

يطرح أحد الباحثين سؤالًا بخصوص القيمة الحقيقية لنظرية التلقي إعلاميًا، ومدى فاعليتها ووجودها، ويحدد بدايةً مستويين متناقضين في الرد؛ يؤمن الأول بواد النظرية إعلاميًا، ويؤمن الثاني بديموتها، ووجودها وقوتها، ويحاول الباحث أن يمسك العصا من الوسط ليصنع خطابًا نقديًا حياديًا، وفي هذا الخصوص طرح وجهات النظر المتناقضة وما طرحته من أدلة (العياضي، 2021: 2)، ويلخص النقد الموجه لنظرية التلقي إعلاميًا بالآتي :

- نخبوية القارئ، فالقارئ الذي يتلقى الرسالة يفترض به أن يكون ذا مرجعيات ثقافية معيّنة .

- الخوف من تجربة إنتاج المعنى، أو صناعة النصّ كما يفترضه كلّ قارئ بما تملّيه مرجعياته الثقافية والاجتماعية .
- عدم التنسيق بين نظرية التلقي والاستراتيجيات الإعلامية. (العياضي، 2021: 5-6) .

ولعلّ من أهم النقود التي وجّهت لنظرية التلقي إعلامياً ذلك النقد الذي يشير إلى إهمال المتلقي نفسه، وتحييده، وهذا يعني في حقيقته نسف للتلقي، يقول أحد الباحثين (لقد أكدنا سابقاً أن المتلقي لم ينظر إليه في كثير من النماذج الإعلامية، نظرية كانت أو تطبيقية، إلا بصفته مستقبلاً للرسالة/ الخطاب، ولم يرتق في اعتبار هذه النماذج ليكون مكوناً مهماً؛ لا من جهة استهدافه ولكن من جهة تمكينه من أداء وظيفته المتمثلة حقيقة في المشاركة في إنتاج هذه الرسائل والخطابات. إن تحليل الرؤية التي تشتغل وفقها هذه النماذج يكشف عن أنها تنبني على مقررات تنطلق من فكرة أن «الاتصال أضحى وكأنه يندفع باتجاه واحد، متوجهاً نحو الجمع المتلقي، وكأنه حشود فاقدة لحرية النقد، أو حشود مستسلمة فاقدة لقدرة التمييز والنقد وغير قادرة على مقاومة إغراء مواصلة الانصياع والتلقي السلبي) (الحتوي، 2017: 73)، وحقيقة الأمر فإنّ التلقي وفق هذا التبنّي سيجعل الرسائل أحادية التوجه، تحمل دلالات غير قابلة للتأويل والإنتاج والتغيير .

ويضعنا أحد الباحثين أمام رؤية تصنيفية للتلقي إعلامياً : إذ يجعل التلقي اختياريًا، وغير اختياري، ومباشرًا، وغير مباشر (مصطاف، د. ت: 460-461) إلا إنه لم يستطع تحديد ملامح هذه الأصناف بشكل دقيق ، واعتمد في هذا التقسيم على الإرادة الفاعلة لدى المتلقي، فإذا كان ممتلئًا لإرادة التلقي فهو مختار، وإذا لم يكن كذلك كان غير مختار، وهو بهذا كمن يفسّر الأشياء بصفتها، نعم يمكننا القول بتميز التقسيم هذا في ما هو تلقّي غير مباشر؛ وأراد به التلقي غير المقصود عن طريق الوسطاء، فقال : (لا تقف حدود التلقي المباشر، فهما أو تفسيراً أو تأثيراً، عند حدود الجمهور، إنما تنتقل وتفسر الرسائل إلى الآخرين بشكل غير محسوس وهنا يصبح الحديث عن النوع الثاني للتلقي، حيث لا تقتصر حدود التعرض لجمهور باعتباره وسيلة جماهيرية على المتعرضين لها بشكل مباشر، وإنما يسير أيضاً وفق نظريات التأثير غير المباشر فيما بين أفراد الجماعات الأولية من خلال وسطاء تماما

مثلاً يحدث وفق نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين من خلال قائد الرأي (مصطاف، د. ت: 461).

وإذ نتفق على قيمة التلقي في صناعة الخطاب الإعلامي فإنّ حدود هذه الصناعة ستكون مرهونة باللغة التي يتسرّب من خلالها الخطاب، وفي ضوء هذا التكيّف اللغوي - الإعلامي يمكننا طرح الآتي : ما قيمة الحقول الدلالية في صناعة العنوان ؟

وعندما نفترض أنّ الصناعة الإعلامية الواعية لقيمة العنوان ستكون على بينة من أمرها في توظيف الحقول الدلالية، وما يلحق بها من رؤى معجمية فإنّنا سنكون أمام تجربة نقدية تحليلية في مجموعة من الصحف العراقية الإلكترونية مضمار الدراسة المنشودة .

تجربة تطبيقية :

- مضمار الدراسة : وقع الاختيار على ثلاثة من الصحف العراقية الواسعة الانتشار، هي :

1- الصباح ؛ الصحيفة التي يمكن وصفها بال رسمية. وموقعها على شبكة الانترنت :

<https://www.ina.iq/156163--.html>

2- الزمان، وهي صحيفة مستقلة. وموقعها على شبكة الانترنت :

<https://www.azzaman.com/>

3- طريق الشعب، وهي صحيفة ترتبط إيديولوجيًا بالحزب الشيوعي العراقي.

وموقعها على شبكة الانترنت : <https://www.tareeqashaab.com/index.php>

- العينة : العناوانات التي تنتجها الماكنة الإعلامية في الصحف الثلاثة .

- البيئة الإعلامية : إلكترونية .

- الحيز الزمني : مفتوح .

تكمن أهمية هذه الدراسة في وضوح الرؤية المنهجية التي يسلكها المحررون الإعلاميون، وعلى الرغم من انتقال الاهتمام العالمي بالإنتاج الرقمي على حساب الإصدار الورقي إلاّ إن الإعلام الرقمي ما زال في طور المنافسة الوئيدة كما ذكرنا سابقاً، ويعود ذلك إلى كون أغلب الطاقات الإعلامية ما زالت تمرّ بمرحلة الانتقال التقني من الصناعة الورقية بحيثياتها إلى الصناعة الرقمية .

قراءة تحليلية في العنوانات لصحيفة الصباح :

تظهر الصحيفة سلوكاً مغايراً للصحيفتين الأخريين، إذ يُظهر الموقع مقالاً مختصراً بلا عنوانٍ، موقعاً باسم كاتبه مباشرةً (جعفر الونان)، وتبدو الصباح مميزة بنمطية أخرى في صياغة العنوانات تتمثل بكسر نمطية الصياغة التقليدية للجمل، فنجد مقالات تعتمد كلمة واحدة فقط في صياغة العنوان، مثل : تخوين، مواردنا، الحل، قمم ومصالح ... الخ، وهذا الاختزال يقتضي شغفاً وفضولاً لدى المتلقي، يجعله أكثر فضولاً في قراءة المقال وتتبع انطباق العنوان على المقال بالصدق، أو الكذب .

النمط البنائي للصيغ :

تظهر الأشكال التقليدية بشكل متوازن في صحيفة الصباح، وأهمها المتعلق بالإسناد الخبري المتكوّن من الاسم والفعل، والذي يُظهر ميل الكُتّاب إلى اختيار زمن الحال والاستقبال من خلال الفعل المضارع ؛ للإيحاء بكون الخبر جديد، ومن ذلك مثلاً :

- 1- اليابان ترفع القيود المفروضة على دخول البلاد بسبب كورونا .
  - 2- الخارجية الأمريكية تدعو الأطراف العراقية لاتخاذ مسار سلمي للخروج من الأزمة .
  - 3- الأمم المتحدة تتبني قراراً يدعو للتسوية السلمية للأزمة الأوكرانية الروسية .
- ويظهر الشكل الثاني من نمطية الاسم في العنوان بتوظيف المصادر، من ذلك مثلاً :

- 1- تحريزٌ مختطف، وقتلٌ إرهابيين بعملية نوعية في الأنبار .
  - 2- وكالة الاستخبارات : إحباطُ تهريب 31 محولة طاقةٍ كهربائية في كركوك .
  - 3- اليوم استئناف مباريات الدور العراقيّ الممتاز بكرة السلة .
- ويبدو الاهتمام بحقل الزمن مضطرباً، ففي المثال السابق لم يُعرِ الكاتب أهمية لمصدر خبره بقدر ما اهتم بتحديد التاريخ المضبوط للمباراة (اليوم). إلا إننا في مثال آخر لا نجدُ اهتماماً يُذكرُ بالزمان، كما في المثال : انخفاض أسعار صرف الدولار.

التنوع في الحقول :

تبدو مراجعة العنوانات تنوعاً في الحقول التدلالية، ونلاحظ :

1- عدم اهتمام العنوانات بإبراز الأعلام، وإن كان جُلّ الاهتمام بالقيمة الاسمية، من ذلك مثلاً: الإعمار – أي الوزارة – وكالة الاستخبارات، لبنان ... الخ، ويبدو أن الغاية من الاهتمام بالأسماء بهذا الشكل ليمنح العنوان الخبر مصداقية إضافية .

2- يبدو التنوع في الحقول التي يستقي منها الكُتّاب، ويبدو أن السبب يعود لتوجه الصحيفة إلى الشمولية في التغطية والتحرير، فالحقول الدلالية على وفق هذا التوجّه متنوعة لأن التخطيط المسبق للخطاب الإعلامي في الصحيفة يفترض هيكلًا متكاملًا في السياسة والاقتصاد والأدب والرياضة و ... الخ  
قراءة تحليلية في العنوانات لصحيفة الزمان :

• النمط البنائي للصيغ : تتخذ صحيفة الزمان نسقاً بنائياً يكاد يكون واحداً، إذ تكاد الصيغة الخبرية تهيمن بشكل كامل على العنوانات، وعليه فإن تصنيف المفردات في حقول (اسمية) يهيمن بشكل كبير خلافاً للصيغ الفعلية، وتبدو الأسماء في شكلين رئيسيين، هما المصادر، والأعلام، من ذلك مثلاً :

1- الغزي يدعو الملاكات التربوية للنهوض بمستوى المنظومة التعليمية .

2- العبيدي يزف للمفسوخة عقودهم بشرى العودة بعد إطلاق التخصيصات .

3- البارزاني ووفد سياسي يستعرضان المسار التفاوضي لتشكيل الحكومة .

تعتمد هيكلية البناء على اسم (علم) + فعل + ملحقات الخبر

1- قصف روسي كثيف على أوكرانيا وغوتيريش يعده تصعيداً غير مقبول

2- نزوح 1200 عائلة في جنوب العراق بسبب الجفاف

3- إعادة فتح جسري السنك والجمهورية أمام المركبات

تعتمد هيكلية البناء على مصدر (مبتدأ) + خبر

وعليه فإنّ التنوع في توظيف حقول الأسماء والأفعال يبدو ضعيفاً ولا

يستثمر هيكلية جديدة لبناء الجمل، ويغلب في صياغة الخبر المدعوم بالفعل أن

يكون الفعل مضارعاً، ويمكننا تبرير ذلك بالإيجاء بكون الخبر ليس قديماً .

التنوع في الحقول :

لا تبدو مراجعة العنوانات مثمرة في اقتناص تنوع حقيقي في الحقول

الدلالية، ويبدو أن الموقع الخاصّ بالصحيفة مبرمج على إبراز الأخبار السياسية

بشكل مستمر، وهذا ما جعل التفكير في تنوع الحقول الدلالية غير مثمر، وتبدو

مجموعة الحقول الدلالية الخاصة بالسياسة كالاتي :

1- الأعلام، ويغلب في صياغة ذلك الاعتماد على الألقاب، كالبازراني، والصدر، و... الخ

2- أسماء المؤسسات الحكومية، كأسماء الوزارات مثلاً.

3- لا يبدو في العنوانات التوجه نحو استقرار لمفردات محدّدة، إلا إن الغالب هيمنة كل ما يتعلق بالسياسة على غيره من الحقول، من ذلك : وفد، تشكيل، حكومة، مسارتفاوضي، قصف، نزوح، تأييد دولي ... الخ .

قراءة تحليلية في العنوانات لصحيفة طريق الشعب :

#### • النمط البنائي للصيغ :

تعتمد صحيفة طريق الشعب نمط الاسمية في صياغة العنوانات، ولا تميل للصيغ الفعلية، ولعلّ التفسير التقليديّ الذي يقول بثبات الاسم وزوال الفعل بسبب ارتباطه بالزمان هو الذي يؤسس لعقيدة خيرية لدى كُتّاب الصحيفة للإيحاء بمصداقية الصحيفة، ومن ذلك :

1- راصد الطريق : لجان التحقيق ... لإخفاء الحقائق .

2- احاطة ممثلة الامين العام للأمم المتحدة لمجلس الامن. عن الوضع في العراق

3- مطالبات ملحة بتفعيل دور لجان التفتيش

تعتمد الصحيفة صياغة فعلية سائدة للابتداء بالاسم، وتكون بالشكل الآتي :

اسم (مبتدأ) + فعل مضارع، من ذلك مثلاً :

1- الاحتجاجات الطلابية تعاود حراكها في السليمانية

2- قوى التغيير الديمقراطية ستعقد مؤتمرها خلال أيام وتعلن عن نتائج مهمة

لكننا نجد تنوعاً جديداً في توظيف حقل الأفعال ؛ إذ وردت صيغة الأمر، وصيغة

الماضي، وهذا ما يميّز الصحيفة عن غيرها، ومن ذلك :

1- أهالي الحيدرية: أنقذونا من ملوثات معامل الطابوق

2- عام مرّ.. الانتخابات المبكرة بيّضت وجوه المقاطعين .

والاستعانة بالفعل الماضي يمنح القارئ تصوّراً عن انقضاء الحدث وانقطاعه، وهي

التفاته بارعة في صياغة العنوان، لا نجدها كثيراً .

#### • التنوع في الحقول :

منابعة الصحيفة تظهر تنوعاً في الحقول، ومع مقارنة ذلك بالصحف

الأخرى فإننا سنجد الآتي:

1- إجماع الصحافة على ذكر أسماء الأعلام بشكل كبير إلا ما ندر، من ذلك مثلاً: رائد فهمي لشبكة رووداو: يصعب تشكيل حكومة توافقية ترفضها قوى التغيير.

2- يهتم الموقع الإلكتروني بإبراز تنوع في التوجهات التي يمكن متابعتها، كالثقافة العامة، وتبدو هيمنة الإيديولوجيا اليسارية في تبني هذا المسار.

3- يمكننا استنتاج التنوع في الحقول الدلالية للعنوانات، ويبدو أن التزام الصحافة بتبني اليسارية يجعلها تلتزم بشكل كلاسيكي بالحقول التي تخص الثقافة والفكر، مثل: فلاسفة، مفكرون، القطاع التربوي، التلوث، الرياضة ... الخ.

#### النتائج والتوصيات:

تكمن أهمية صياغة نتائج وتوصيات للبحث في كونه حافزاً لمن يأتي بعد للخوض في هذا المضمار بشكل أكثر اتساعاً ودقة. ومع ذلك فقد أثبت البحث مجموعة من النتائج منها:

- قيمة التكامل المعرفي بين اللغة والإعلام، وقيمة تبني ذلك لخلق أطر معرفية مشتركة بينهما.

- الوعي الإعلامي بكل تطوّر في الدراسات اللغوية بما يمنح الدراسات الإعلامية رؤى جديدة.

ويوصي البحث بتبني فكرة الموضوع بشكل أكثر شمولية وإحصاءً ليكون مقدمة رصينة لدراسات الاستثمار الممتاز للرؤى اللاوية إعلامياً.

#### المصادر:

- ابن فارس (ت 395 هـ)، (1979): معجم مقاييس اللغة، تح: عبد السلام هارون، دار الفكر، القاهرة، ط1.

- ابن قتيبة (ت 276 هـ)، (1988): رسالة خطية والقلم، تح: د حاتم الضامن، مجلة المجمع العلمي العراقي، ج4، مج 39.

- ابن منظور (ت 711 هـ)، (1414هـ): لسان العرب، دار صادر- بيروت، ط3.

- أبو البقاء الكفوي (ت 1094 هـ)، (2002): تح: عدنان درويش ومحمد المصري، مؤسسة الرسالة، بيروت.

- أبو زائدة، محمد سعيد أحمد (2017): العوامل المؤثرة في تحرير العناوين وإخراجها في الصحف الفلسطينية اليومية دراسة ميدانية، ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.
- الداية، د. فايز (1996): علم الدلالة العربي النظرية والتطبيق، دار الفكر، دمشق، وبيروت، ط2.
- البكاء، د. محمد عبد المطلب (2010): دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، دمشق.
- بن خويا، د. أدريس (2016): علم الدلالة في التراث العربي والدرس اللساني الحديث دراسة في فكر ابن قيم الجوزية، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن.
- بوحسن، أحمد (1993): نظرية التلقي إشكالات وتطبيقات، الشركة المغربية للطباعة والنشر، المغرب.
- بي-ارغويرو، (1986): علم الدلالة، تر: أنطوان أبوزيد، منشورات عويدات، بيروت- باريس، ط1 .
- التهانوي، محمد بن علي الحنفي (ت1158هـ)، (1996): كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، تقديم وإشراف ومراجعة: د. رفيق العجم تحقيق: د. علي دروج نقل النص الفارسي إلى العربية: د. عبد الله الخالدي الترجمة الأجنبية: د. جورج زيناني، مكتبة لبنان ناشرون - بيروت، ط1.
- جبل، د. عبد الكريم محمد حسن (1997): في علم الدلالة دراسة تطبيقية أن شرح الانباري للمفضليات، دار المعرفة الجامعية.
- الجزائر، د. محمد فكري (1998): العنوان وسيميوطيقا النص الأدبي، الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- حسان، د. تمام (1988): لغة الإعلام، مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة.
- الحوتي، د. نور الدين (2017): أزمة التلقي في عصر الإعلامية، مجلة رؤى استراتيجية، يناير.
- الخولي، د. محمد علي (2001): علم الدلالة علم المعنى، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن.

- الدسوقي، د. إبراهيم (2010): الأعلام واللغة، بحوث في لغة الصحافة التونسية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، ط1.
- الدسوقي، د. محمد السيد أحمد (2007): جماليات التلقي وإعادة إنتاج الدلالة، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ط1.
- رشيد، ابتهاج جاسم، وعزيز، سيماء سعدون (2013): فن إخراج العنوان الصحفي في الصفحة الأولى لجريدة الصباح العراقية للمدة من (١٢/٢٠١٢/١/١) ولغاية (١٢/٢٠١٢/٣١/١)، مجلة كلية التربية للبنات، مج (24)، ع 3.
- الشريف، د. سامي، وندا، د. أيمن منصور (2004): اللغة الإعلامية المفاهيم - الأسس - التطبيقات، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة.
- الطاهر، بصيص، وعبد الرحمان قدو (2020): تلقي الرسائل الإعلامية، الارتباط الجديد للمفهوم بشبكات التواصل الاجتماعي، مجلة الباحث، الجزائر، العدد (12) / المجلد (1).
- عباسية، حنان، والعيفاوي، نادية (2018): سيماء العنوان، ماجستير، الجزائر، جامعة العربي بن مهيدي.
- عبد، د. حسام قدوري (2022): علم المصطلح حفريات لغوية أولى، مجلة نسق، مج35/ ع 7.
- عزوز، د. أحمد (2002): أصول تراثية في نظرية الحقول الدلالية، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق.
- العسكري، أبو هلال (1980): الفروق في اللغة، تح: لجنة إحياء التراث العربي، دار الآفاق الجديدة، بيروت، ط4.
- عمارة، حنان إسماعيل أحمد (2004): التراكيب الإعلامية في اللغة العربية، أطروحة دكتوراه، الأردن، الجامعة الأردنية.
- عمر، د. أحمد مختار (1998): علم الدلالة، عالم الكتب، ط5.
- العياضي، نصر الدين، (د.ت): ماذا بقي من نظرية التلقي الإعلامي لدراسة الميديا الرقمية ؟ مركز قناة الجزيرة للدراسات .

- فندريس، جوزيف (1950): اللغة، تعريب: عبد الحميد الدواخلي، محمد القصاص، مكتبة الأنجلو المصرية.
- محسب، د. محيي الدين (2001): التحليل الدلالي في الفروق في اللغة لأبي هلال العسكري، دار الهدى للنشر والتوزيع، مصر.
- مصطاف، د. عادل عبدالرزاق، (د.ت): إشكالية التلقي في ظل الإعلام الرقمي وتأثيرها على جمهور وسائل الإعلام التقليدية (دراسة ميدانية)، مجلة مداد الآداب
- هولب، روبرت (2000): نظرية المتلقي، مقدمة نقدية، تر: د. إسماعيل عز الدين، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ط1.
- هيبه، د. محمد منصور، وخلييل، د. محمود (2002): إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة.
- ياوس، هانس روبرت (2016): جمالية التلقي من أجل تأويل جديد للنص الأدبي، تقديم وترجمة : د. بنحدو رشيد، منشورات ضفاف، تونس، ط1.

## Semantic fields in news headlines in the Iraqi electronic press

Assist Prof Dr. Khulood Jabbar Idan

College of Mass Communication

University of Baghdad

[drkholod@comc.uobaghdad.edu.iq](mailto:drkholod@comc.uobaghdad.edu.iq)

Assist Prof Dr. Zainab Jumaah Jasim

College of Mass Communication

University of Baghdad

**Keywords:** Semantic Fields, Title , News , Electronic Press

### Summary:

After the digital system invaded the entire world, digital journalism became an undeniable reality. It has become necessary to keep pace with this new reality of journalism, which is no longer what it was in the past as a paper press.

Based on the aforementioned, the two researchers decided to delve into the field of electronic journalism and shed light on the headlines of some Iraqi electronic newspapers in an attempt to analyze them according to the theory of semantic fields. To know and study the stage of conflict between what is written (printed) and what is digital, and that monitoring the media headline is important in making guidance in media understanding. The two researchers chose well-known Iraqi newspapers, namely Al-Sabah, Tariq Al-Shaab and Al-Zaman. To be a studied sample that shows the effective impact of what is digital in well-known media experiences that have a paper media history, and to monitor the form of language and its new templates in digital media.

This modest research may be a first attempt to experiment with the most accurate hours, and the research concluded with results and recommendations that can be benefited from in the field of media linguistic research.