

العنونة والنص – من استراتيجية الضبط إلى وظيفة التأشير الدلالي –

**Addressing and text – from the control strategy to the function of
– semantic notation**

د.بن زهية عبد الله* (1)

المركز الجامعي تيبازة، (الجزائر)

benzahia.abdallah@cu-tipaza.dz

تاريخ النشر: 2024/06/30

تاريخ القبول: 2024/05/08

تاريخ الإرسال: 2024/01/12

الملخص:

تعتبر العنونة من أهم الاستراتيجيات اللغوية التي يراهن عليها الكاتب في تقديم عمله الإبداعي فيعمل على تقريب التصور العام للنص من خلال تقديم قراءات وإشارات ودلائل تساهم في بناء عملية التواصل الجيد بينه وبين المتلقي الذي يعمل على فهم هذه العناصر من خلال التركيز على عتبات النص الروائي بما في ذلك العنوان، محاولا ربطه بطريقة أو بأخرى مع السياقات السردية التي تشكل النص. وقد أردنا في هذا السياق تقديم مقارنة لتشكلات الدلالة من حدود العنونة إلى سياقات الخطاب حين اتصاله بالفعل التواصل منطلقين في ذلك من عدة إشكاليات أهمها: كيف يمكن لأثر الدلالي للعنونة أن يتجلى بصيغة الوضوح في الخطاب الروائي؟ وإلى أي مدى يمكن القول بأن العنوان مجال لقراءة المقاصد داخل الخطاب؟

الكلمات المفتاحية: العنوان، الخطاب، السيمياء، الدلالة، المعنى الكامن، الإشارة اللغوية.

Abstract

Addressing is considered one of the most important linguistic strategies that the writer relies on in presenting his creative work. It works to bring the general perception of the text closer by providing readings, signs, and clues that contribute to building a good communication process between him and the recipient, who works to understand these elements by focusing on the thresholds of the fictional text, including: That title, trying to link it in one way or another with the narrative contexts that make up the text.

* د.بن زهية عبد الله

In this context, we wanted to present an approach to the formations of meaning from the limits of addressing to the contexts of discourse when it is connected to the communicative act, starting from several problems, the most important of which is: How can the semantic effect of addressing be manifested in a form of clarity in novelistic discourse? To what extent can it be said that the title is a field for reading the purposes within the speech?

Keywords: title, discourse, semiotics, connotation, latent meaning, linguistic sign.

مقدمة:

يُبنى سياق النصّ وفق تواترات دلالية يحاول الكاتب من خلالها بناء نسق لغويّ متسلسل يحفظ للقارئ وضوح الدلالة، وترابط الأفكار حتى تسير عملية القراءة وفق خطيّة متوازنة مع المقروء، ولعلّ مما يعمد الكاتب إلى توظيفه من مؤشرات التدليل اللغوي ما يستقبل القارئ كعنصر ابتدائي دال، يستشرف من خلاله المضمون العام للمكتوب، فللعنوان تلك السياقات الضمنية التي يربط بها العلاقة بين بنائه اللغوي وما يمكن أن يستثمره هذا القارئ للاستدلال على المعنى، وإذا ركزنا على الجانب الاستعمالي للغة نجد أن الدلالة تزداد انفتاحاً كلما تكاثفت عناصر الخطاب واتسعت حلقة التواصل، ومن ذلك وجب الانتقال عبر مستويات متعددة في عملية التأويل لمحاولة الفهم الذي يستلزم بالضرورة التحديد الضمني للسياق الذي تؤول فيه اللغة، وما يندرج ضمنه من علامات تستدعي فهم الروافد اللسانية التي ساهمت في تشكيلها داخل الخطاب.

يعتبر العنوان مؤشراً فعالاً في عملية القراءة وفي نظام التفسير، وهو العتبة الأولى التي يلتقي منها العمل المقروء بالمخاطب عند اقترابه من النص. يمكننا القول أن العنوان إشارة لها القدرة على استحضار المعنى كتوقع يحدث في ذهن القارئ، ومن هنا يأتي دور القارئ في فك رموز هذا المركب. اللغوي، ومن أجل توضيح طبيعة العلاقة بين العنوان والنص، فإن العنوان ليس أكثر من "مجموعة من العلامات اللغوية التي يمكن إدراجها في رأس النص للتعرف عليه وبيان محتواه العام وجذبه الجمهور المستهدف".¹ وهذا يعني أن وظيفة العنوان كعلامة لغوية دالة لها دور مؤثر جداً في تحديد طبيعة العمل بالنسبة للقارئ من خلال البنية اللغوية والترميز الدلالي الذي يشكله، فضلاً عن التحولات التي تضيفي في العمل طابعاً خاصاً. طابع الغموض والتشويق. ويمكننا إذن أن نعتبر أن لها تأثيراً جدياً على أفق التوقع لدى المتلقي الذي يحدد المسار: فهو يصل إلى النص حسب طبيعة قراءته لبناء هذه العتبة وترميزها.

2. العنوان. من سياق الوضع إلى وظيفة التأشير الدلالي:

إن قراءة وتحليل بينية العنوان هي محاولة لفهم المستويات المتعددة للنص، وكذلك معرفة طبيعة النسيج السردى للخطاب السردى، ذلك أن تبين الأثر بين العنوان والنص، ومحاولة إظهار أنه يشكل أساس المعرفة الصحيحة لسياق العمل بمثابة خطوة أولى للسير نحو الخطوط الرئيسية التي بني عليها الخطاب، فللعنوان مجموعة من الوظائف التي حصرها رومان جاكسون²، التي حصرها فيما يلي:

1/ الوظيفة الإسنادية.

2/ وظيفة ذات بعد انفعالي.

3/ وظيفة التأشير.

4/ وظيفة استقصائية.

4/ وظيفة تخيلية.

هذه الوظائف لها دور في لفت انتباه القارئ، وجعله يقدم العديد من التفسيرات، لأن العنوان يحمل دلالات لا يمكن توضيحها إلا من خلال دراسة متعمقة للنص، والأخير له علاقة قوية مع العنوان، وهذا يعني أن هناك علاقة تكاملية بالنظر إلى أن العنوان هو هيكل قابل للتحليل والتفسير، وفي هذا الصدد نجد جيرار جينيت في كتابه "العتبات النصية" يميز أربعة وظائف مهمة تجعل العنوان نصًا فارقًا عن أنواع الخطاب وأشكاله، وقد حصرها في³:

1. التعيين:

سميت بذلك لأنها تسمى اسم الكتاب، وهذه الوظيفة من أهم وأشهر الوظائف، لأنها تعتبر استراتيجية يتسم من خلالها كل كتاب باسمه (إحالة إلى موضوعه طبيعة نصه) ولها عدة تسميات مثل وظيفة الاستدعاء، ووظيفة التسمية، والوظيفة التمييزية، تشير إلى معنى واحد، وهو التسمية، فبواسطتها تميز النص عن باقي النصوص.

2. النعت:

تسمى هذه الوظيفة (الوظيفة اللغوية)، وهي أيضا وظيفة مهمة يجب أن تكون، لأنها تعتبر وظيفة تكميلية، مثل الوظائف المتبقية.

3. الإيحاء:

هذه الوظيفة دالة أكثر على ارتباط العنوان بالنص، بمعنى أنه يمكن النظر لهذه الوظيفة كقيمة في العنوان أكثر من كونها دالة⁴.

4. الإغراء (الاستثارة):

تعتمد على الجانب الإشهاري الرسمي لعنوان النص، ويمكن دمج هذه الوظائف مجتمعة أو بشكل فردي في عنوان أي عمل أدبي، لكن ميزة وطبيعية العنوان جعلت هي ما جعلت الدارسين يميزون له وظائف مستقلة في إجرائيتها متكاملة في فعل القراءة ومحاولة فهم حدود الدلالة.

كما يرى "جيرار جينت" أن العنوان نصّ موازٍ أو مرفق نصي **paratexte** يحتل مكانة مهمة في مجال العتبات، فهو يعتبر "مفتاحا إجرائيا، ومدخلا أساسيا لأي نصّ، ورابطا رئيسيا داخل حلقات بنائه الاستراتيجي، كما أنه يمثل جوهر دلاليا يؤسس لفهم النص ويعطيه شرعية الكينونة، ومنه تبدأ الخطوة الأولى للقراءة."⁵

ومن هنا تجدر الإشارة إلى أن العناوين ترتبط ارتباطا وثيقا بقصد المؤلف ورؤيته الفنية، ذلك أن اختيار عنوان مميز لأي عمل إبداعي ليس اعتباطيا، بل يقوم على القصد "فهو ذو أهداف لاحقة تحمل القيم والرؤى التي تكفلها المواقف والتجارب اللغوية والفكرية والشعرية."⁶

ترتبط وظائف العنوان بأنواع النصوص، لأن أنواع العنوان يتم التحكم فيها من خلال علاقتها بالنص، وبالتالي لا يمكن حصر وظائف محددة لكل عنوان، ومع اختلاف الوظائف التي تظهر عبر بنيته اللغوية والدلالية، يجد القارئ نفسه أمام عدد كبير من المعاني التي يحاول من خلالها تحديد أهم الوظائف وفق محورين رئيسيين:⁷

* **الأول:** وفيه يتعلق الأمر بعلاقة العنوان بالمحتوى الموجود خلفه (وظيفة المرجع/ الإحالة)، وبالتالي فإن المتلقي - كعنصر فاعل في النص من خلال فعل القراءة - يتأثر بالرسالة التي تحرص على توليد ردود أفعاله، لأن كل نصّ جيّد له وظيفة مؤثرة تتناغم وفقا للمفاهيم البلاغية، وهو ما يجعلنا ننظر في البداية إلى النص مبدئيا من زوية المتلقي/القارئ، ونجعله خاضعا لمقصديه الأثر، ففي النموذج البلاغي للاتصال يحتل النص الأول (العنوان) عند المتلقي المنزلة الأولى ويندرج ضمنه:⁸

1- الإحاطة والاعتراض: لذلك، غالبا ما يتم وضعه أخيرا بعد اكتمال العمل، وهذا التأخير ناتج عن حاجة المؤلف إلى وضع العنوان حتى تلتقي جميع الجينات التي تحمل خصائص الكتاب.

2- الحبس والامتلاء: العنوان عبارة عن إطار يجمع -على الرغم من صغر حجمه- جينات أطراف الكتاب بحيث يصبح مقياسا لتحديد العناصر خارج إطاره، وقد يستدعي العنوان عناصر أخرى لم يأخذها المؤلف في الاعتبار من قبل، وحتى وجود العنوان تقنيا فوق الواجهة، وسقوط النص الكامل بين دفتريه يجعل الكتاب سجنا، ويجعل العنوان مفتاحا له.

* **الثاني:** ويتعلق بوظيفة العنوان إزاء المتلقي (التواصل/ التوجه الفكري) ويندرج ضمنه مجموعة من العناصر⁹:

1/ الوضوح: ويكون ذلك على مستوى شكل وحجم الكتابة والتدوين، والتي عادة ما تكون بشكل واضح، وبمقاس وحجم أكبر مما عليه في نص الكتاب، فالعنوان هو العنصر الذي يجذب به الكاتب قارئه، و حجمه هو الذي يجعل منه أكثر جذبا ومقروئية من الكتاب نفسه، فالكتاب له نوعان من الجمهور، قلة متخصصة تقرأ المضمون وتحاول فهمه وتحليله، كثرة تكتفي بقراءة العنوان ومحاولة تأويله تأويلا سطحيا استنادا إلى الأثر الذي يبيّنه المرجع المعرفي عن كل شخص.

2/ طبيعة المركب اللفظي: حيث يأخذ الكاتب بعين الاعتبار الكلمات التي تقوم بدور التبليغ الدلالي الي يكسبه قدرا واسعا من الرواج والشهرة.

3/ الرمزية والإيحاء: حيث يصبح العنوان مكمنا يفهم من خلاله القارئ نسيج النصّ فيثير فيه حتى قبل قراءة المحتوى شغفا للقراءة، وفيضا من التساؤلات التي يحاول الإجابة عنها استنادا إلى قوة الترميز والإيحاء، فمتى كانت هذه الخاصية قوية جاذبا، كان ارتباط القارئ بالنصّ المقروء أشد وأوثق، وهنا تظهر العملية بطابع تأثيري انفعالي يحي فكرة المقروئية على المستوى النفسي والعقلي.

4/ الأولوية والسبق: لقد أشرنا في وقت سابق إلى أن أي كاتب، قبل أن يضع عنوانا لكتابه، ينظر إلى العناوين التي سبقته في ذلك المجال ويحاول تمييز نفسه عنها من خلال التحرك بطريقة لم يتم القيام بها من قبل ، ويزيد من شهرة الكتاب ويزيد من شوق الجمهور وهذا ما يجب على القارئ أن يلمسه في العنوان من أجل تقبل الكتاب وقبول قراءته.

حيث يخضع استقبال النص بشكل أساسي لمجموعة من التأثيرات التي يبتكرها الكاتب لوضعه في سياق اهتمام المتلقي، ولأن الطرق التي يراهن بها كل كاتب على تقديم عمله للقارئ مختلفة، نجد في العنوان ما يجعله مؤشرا دلاليا بامتياز، ومعيارا مختلفا في تداول النصوص الإبداعية بين القراء من مختلف الاهتمامات، ورؤاهم الفكرية للقارئ.

3. التشكيل الدلالي بين العنونة ومتن النصّ:

تعتمد العلاقة بين العنوان والنص على ممارسة فعل القراءة ، لأن المتلقي لا يستطيع فهم النص إلا من خلال القراءة، " فالقارئ هو الذي يقوم بإعادة تشكيل النص، ويجعل معناه ينبعث من جديد، لأن القراءة كفعل إجرائي هي تفاعل بين الموضوع الذي يعبر عنه النص، والوعي الفردي الذي يكتسبه القارئ من خلال تجاربه.¹⁰ وهنا قد يثير الكاتب في لعبته السردية الكثير من القضايا التي تحتاج إلى الوقوف

ومحاولة فهمها من خلال إدراكه للمتطلبات النفسية والفكرية التي يحتاجها القارئ، "فيكون العنوان مرتبط ارتباطاً عضوياً بالنص وقصديته، فيعكسه بصدق ودقة".¹¹

ومن خلال استراتيجية التسمية التي يقررها أي كاتب اعتماداً على رؤاه الفنية وكذا توجهاته في الكتابة، يزداد التأثير كلما كان التوافق كبيراً بين ما يطرحه الكاتب من أفكار وما يتطلع إليه القارئ، "فعندما يتعلق الأمر بعمل إبداعي شعري أو نثري تكون عملية التلقي أكثر قوة وأعمق أثراً".¹²

وبذلك تصبح قراءة العنوان منهجية علمية دقيقة لها خطواتها المنطقية الخاصة التي تسعى إلى فهم معنى العنوان وتبنيته، وربطه بالنص، لأننا نبحث أولاً وأخيراً عن معنى النص في العنوان (كمون الدلالة)، وهذا البحث مليء بالإنارة الممزوجة بالغموض الضروري لبداية فعل القراءة، فالغموض شغل رغبة الاكتشاف وفهم العلاقة بين العنوان والنص عند القارئ، وبالتالي فإن مسألة العلاقة بين العنوان والنص "وجب أن تكون إنتاجية ذات قدرة على توريث المتلقي في غياهب النص".¹³

وفي هذا السياق تجدر الإشارة إلى أهم ما يمكن حصره من أنواع العناوين التي تتدرج ضمن استراتيجية البناء النصي على المستويين اللغوي والدلالي، وهي كالآتي:

1.3 العناوين الرئيسية (Les titres principales): وهي التي تحتل الواجهة الأولى للكتاب، فتكون ظاهرة لمواجهة المتلقي، وتسمى "العناوين الحقيقية"، أو الأساسية أو المركزية¹⁴ وتعتبر "البطاقة التعريفية التي تمنح للنص الهوية والتميز".¹⁵

2.3 العناوين الوهمية (les Faux titres): تأتي مباشرة بعد العناوين الحقيقية، وهي اختصار وتكرار لها، وتتمثل وظيفتها في التأكيد والتحسين العنوان الحقيقي. "كما أنّ مهمتها هي العثور على العنوان الحقيقي في حالة فقد صفحة الغلاف".¹⁶

3.3_العناوين الفرعية (les Sous titres): تتسلسل عن العناوين الحقيقية، وتأتي بعدها لتكملة المعنى، وغالباً ما تكون عنواناً لفقرات أو مواضيع أو تعريفات داخل الكتاب ويرى "جيرار جينيت" أنّ السبيل لفهم هذه العناوين باعتبارها رئيسية هو العناوين التي تفتح أبواب التفسير والقراءات الممكنة حتى لا يضيع القارئ، ويتيه في العنوان".¹⁷

4.3 الإشارات الشكلية (les signes formel): وهي العناوين التي تميز أنواع النصوص وطبيعتها عن باقي الأجناس الأخرى، وبالإمكان تسميتها "بالعناوين الشكلية".¹⁸ لأنّها لها القدرة على تمييز النص عن غيره، من حيث هو قصة، أو رواية أو شعر، أو مسرحية...

5.3 العناوين التجارية (les titres courant): وتقوم على مبدأ الإغراء، لما تحمله هذه من بعد تجاري تسويقي، وهذه العناوين تتعلق غالباً بالصحف والمجلات، وكذا المواضيع الموجهة للاستهلاك

السريع، " وهذا الفعل ينطبق في كثير من المرات على العناوين الرئيسية للكتب لأنها لا تخلو من البعد الإشهاري التجاري.¹⁹

إن امتداد المعنى وتشظياته بين الوسم الدلالي للعنوان، والعقل المعرفي للمتلقي، تجعل توضيحه غاية وهدفا يستجيب له القارئ، فالقارئ هو الذي يبحث عن جميع الأسئلة التي طرحها العنوان داخل كيانه الفكري، وعلى هذا الأساس تقوم العلاقة بين العمل الأدبي وقارئه من عملية استجلاء المعاني إلى عملية التدوين الفكري الذي يرسم من خلاله الملتقي المعاني في هيئة دلالية تخضع أساسا لتصوراته، ووقفا عند هذا السياق وجب التأكيد على أن القيمة الحقيقية للعمل الأدبي هي القيمة الجمالية التي يمتد فيها حبل الوصل بين النص كجمال للقراءة وإنتاج للأفكار، والقارئ كفاعل يستثمر هذا المجال لاستنتاج الدلالة.

4. العنوان كجمال لقراءة النصوص:

يكتسب العنوان حمولة مكثفة من المحتوى الأساسي للنص، وهو وجه النص المصغر الموجود على صفحة الغلاف الرئيسية، لذلك فقد " يُعدُّ دائما نظاما سيميائيا بأبعاد دلالية ورمزية تدفع الباحث إلى تتبع دلالاته، ومحاولة فك رموزه من أجل توضيح المفاهيم النصية المترابطة في الفضاء النصي، والتي " تشجع القارئ على محاولة فهم القصيدة وهذه القصيدة التي يكون فيه القارئ منتسبا إلى المرجع الذي يحمله العنوان، سواء كان عقليا أو فنيا أو سياسيا أو عقائديا أو أيديولوجيا.²⁰

لذلك فإن العنوان عبارة عن نص قائم بذاته، يتم تقديمه في شكل مصغر، لكنه يشير إلى دلالات وجب على المتلقي استكناها في النص، لأنها "علامة إرشادية وإحالية تُجلي الغموض، وتعلن عن نية الكاتب وأهدافه الأيديولوجية".²¹ حيث يعتبر العنوان جزءا يعبر عن الكل، وهذا الكل هو النص، وهنا يمكن اعتبار العنوان علامة لغوية تتضمن سياقاً دلالياً، ودور القارئ هو السياق الأصغر (العنوان) بالسياق الأكبر (النص) لتحقيق المعنى الكلي كاستنتاج يضمه اكتمال الإدراك لمستويات الخطاب، هذه العملية تجعل فهم العنوان يتم عبر مستويات هي:²²

أ/ مستوى التعيين.

ب/ مستوى تحديد مضمون النص.

جـ/ مستوى التأثير والتأثير.

وتزداد أهمية العنوان حين يُقرأ النص، إذ يحمل القارئ معه مرجعية معرفية تنشأ من خلالها رابطة وصل بين عنوان النص الذي قرر له، فيحاول الجمع بينهما، وهو بهذا الفعل "يقوم بتفكيك البنية اللغوية

لكل نصّ من أجل تركيبه تركيباً دلالياً ورمزياً²³، فالعنوان يدفع دائماً إلى محاولة التأويل، ذلك أنه يحفز القارئ ليصنع أفقا يفهم من خلاله العلاقات النصّية المضمرة داخل هذه العتبة.

إنّ أهمية العنوان تدرج ضمن دوره الأساسي في توجيه فعل القراءة، وفي هذا الصدد نلاحظ أنّ المنهج السيميائي قد لعب دوراً رئيسياً في فتح مساقات القراءة والتفسير، وكذلك إظهار الطريقة المنهجية لربط المعنى الموزع بين النصّ والعتبات المحيطة به، بدءاً بالعنوان، وهو عنصر مهم جداً في بناء الإدراك الأولي لما يريد النص الكشف عنه، ثم الأسئلة التي يثيرها ضمناً في ذهن القارئ، مما يجعله بلا شك مؤشراً إعلامياً لعملية الكتابة السردية، فالعنوان عنصر مهم للغاية كعلامة سيميائية لها دورها في قراءة ودراسة العمل الأدبي، لذلك كان على الكاتب أن يولي اهتماماً خاصاً لها لأنها أول شيء يستند عليه القارئ مستجلباً الدلالات، ومحاولاً فهم إيماءات الكاتب.

لهذا كان اهتمام علم السيمياء بالعنوان كبيراً حيث اعتبر ضرورة من الضروريات الأساسية للكتابة و"فاعلاً إجرائياً ناجحاً في قراءة النص الأدبي، ومفتاحاً أساسياً للولوج إلى كينونة النصوص قصد استنطاقها".²⁴

و وبعودتنا إلى الدراسات التي ركزت على العنوان كموضوع، نجد أنّ العنوان قد اعتبر نصّاً مصغراً تقوم بينه وبين النصّ الكبير علاقة لها بثلاثة أشكال:

1.4 علاقة سيميائية: (استنتاجية ذات بعد تفسيري) تكون فيها علاقة العنوان بالنصّ علاقة عامل وتأشير دلالي.

2.4 علاقة بنائية (شكل من أشكال الارتباط الغوي): تتشابه فيها العلاقة بين العمل وعنوانه على أساس بنائي.

3.4 علاقة انعكاسية (رمزية ذات بعد يحائي): يتم اختزال العمل بالكامل إلى العنوان، وهو تحليل يثبت مدى اهتمام النقاد بالعنوان من خلال جعله نصاً موازياً للنصّ الأصلي ومشابهاً لهذا النصّ، "فأهمية العنوان على المستوى الإبداعي والسيميولوجي إذن كبيرة، ولا شكّ فيها، فالعنوان دون غيره من العناصر الأخرى يشكل واجهة النصّ ومركز اختزال الأفكار التي ينوي النصّ إبلاغها".²⁵

5. خاتمة:

إنّ العنوان من أهم الاستراتيجيات التي يمكن أن يفيد منها الكاتب كمجال إجرائي فيه من الانفتاح ما يحفز المتلقي على الانتقال من العتبة إلى سياق الخطاب المقروء، ذلك أنّ هذا الخطاب في جانبه التواصلية يراهن على إيصال رؤيته المتعلقة بمادة الخطاب (اللغة) إلى المتلقي بل وإقناعه بهذه الرؤية

فالمتلقي هو من يحدد أبعاد تلك الجودة من خلال تأثير الصورة الأدبية فيه، فإذا امتلك زمام التأثير في المتلقي فقد حقق للأدب أدبيته، ومنح النصوص قيمة عالية، ووفر لها فرص البقاء والخلود عبر العصور فخلود الأعمال الأدبية إنما هو خلودها في نفوس متلقيها، فالنصوص الأدبية ليست من إنتاج الكتاب فقط بل هي أيضا من إنتاج المتلقي، وهذه حقيقة ماثلة في النصوص النقدية العربية، ومثلما نجد أنّ لنظام العنونة مواضعه وصفاته وطرقه في التبيين والاستمالة، فإنّ للمتلقى مواضعه أيضا، وله طريقه في فهم النصّ واتخاذ موقف منه، وله أيضا استعداد نفسي يقلّ ويضعف حسب المحفز اللغوي، والمؤثر الدلالي لعنوان هذا النصّ.

6- الإحالات:

- 1 - المطوي محمد الهادي، شعرية عنوان كتاب الساق على الساق فيما هو الفرياق، مجلة عالم الفكر، مجلد 28 العدد 01، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، (1999)، ص: 456.
- 2 - الحمداوي جميل حمداوي، السيموطيقا والعنونة، مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب عدد 03 الكويت، (1990)، ص: 101.
- 3 - بن عطية كمال، (2008)، سؤال العتبات في الخطاب الروائي، الجزائر، دار الأوراسية للطباعة والنشر، ط01 ص: 13
- 4 - بالعباد عبد الحق، (2008)، عتبات (جبرار جينت من النص إلى المناص)، الجزائر، منشورات الاختلاف ط01، ص: 64.
- 5 - بن عطية كمال: سؤال العتبات في الخطاب الروائي، ص: 13
- 6 - بناجي ملاح، (2002)، آليات الخطاب النقدي المعاصر في مقارنة القصة الجزائرية (دراسة في قراءة القراءة) الجزائر، دار الغرب للنشر والتوزيع، ص: 105.
- 7 - حمام بلقاسم، وظائف العنوان، مجلة اللغة والأدب، المجلد 07، العدد 01، جامعة تلمسان، الجزائر، 2007، ص: 11.
- 8 - بليث هنريش، (1989)، البلاغة والأسلوبية، تر: محمد العمري، فاس، الدار البيضاء، منشورات سال، ط01، ص: 45.
- 9 - حمداوي جميل: السيموطيقا والعنونة، ص: 100.
- 10 - لحميداني حميد، (1994)، القراءة و توليد الدلالة، بيروت، لبنان، المركز الثقافي العربي، ط01، ص: 13.
- 11 - مرتاض عبد المالك، (1995)، تحليل الخطاب السردي - معالجة تفكيكية سيميائية مركبة لرواية زقاق المدق - بن عكنون، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 1، ص: 277.
- 12 - حسين سليمان، (1999)، الطريق إلى النصّ - مقالات في الرواية العربية -، دمشق، اتحاد الكتاب العرب، ص: 09.

- 13 - الجزار محمد فكري، (1998)، العنوان وسيميوطيقا الاتصال الأدبي، مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب ط01 ص: 26.
- 14 - المطوي محمد الهادي: شعرية عنوان كتاب الساق على الساق فيما هو الفرياق، ص: 475.
- 15 - شادية شقروش، سيميائية العنوان في ديوان مقام البوح، الملتقى الوطني الأول السيمياء والنص الأدبي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2000، ص: 270.
- 16 - المطوي محمد الهادي: شعرية عنوان كتاب الساق على الساق فيما هو الفرياق، ص: 475.
- 17 - بالعابد عبد الحق: عتبات (جيرار جينت من النص إلى المناص)، ص: 79.
- 18 - المطوي محمد الهادي: المرجع السابق.
- 19 - المرجع نفسه.
- 20 - المرجع نفسه، ص: 31.
- 21 - الجزار محمد فكري: العنوان وسيميوطيقا الاتصال الأدبي، ص: 22.
- 22 - أقطي نوال، دندوقة فوزية، العنوان في النص الأدبي - بين الأهمية والوظيفة والمكان-، مجلة أمارات في اللغة والأدب والنقد، المجلد 05، العدد 02، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2021، ص: 151.
- 23 - الحمداوي جميل: السيميوطيقا والعنونة، ص: 96.
- 24 - المرجع نفسه.
- 25 - فضل صلاح، (1992)، بلاغة الخطاب وعلم النص، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص: 23.

7. المراجع:

1.7 الكتب العربية:

- الجزار محمد فكري، (1998)، العنوان وسيميوطيقا الاتصال الأدبي، مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط01.
- بالعابد عبد الحق، (2008)، عتبات (جيرار جينت من النص إلى المناص)، الجزائر، منشورات الاختلاف ط01.
- بن عطية كمال، (2008)، سؤال العتبات في الخطاب الروائي، الجزائر، دار الأوراسية للطباعة والنشر ط01.
- بناجي ملاح، (2002)، آليات الخطاب النقدي المعاصر في مقاربة القصة الجزائرية (دراسة في قراءة القراءة) الجزائر، دار الغرب للنشر والتوزيع.
- حسين سليمان، (1999)، الطريق إلى النص - مقالات في الرواية العربية -، دمشق، اتحاد الكتاب العرب.
- فضل صلاح، (1992)، بلاغة الخطاب وعلم النص، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- لحميداني حميد، (1994)، القراءة و توليد الدلالة، بيروت، لبنان، المركز الثقافي العربي، ط01.

- مرتاض عبد المالك، (1995)، تحليل الخطاب السردي - معالجة تفكيكية سيميائية مركبة لرواية زقاق المدق - بن عكنون، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 01.

2.7 المترجمة:

- بليث هنريش، (1989)، البلاغة والأسلوبية، تر: محمد العمري، فاس، الدار البيضاء، منشورات سال، ط 01.

3.7 المجالات:

- أقطي نوال ، دندوقة فوزية ، العنوان في النصّ الأدبي - بين الأهمية والوظيفة والمكان -، مجلة أمارات في اللغة والأدب والنقد، المجلد 05، العدد 02، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر 2021.
- الحمداوي جميل حمداوي، السيموطيقا والعنونة، مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب عدد 03، الكويت، (1990)
- المطوي محمد الهادي، شعرية عنوان كتاب الساق على الساق فيما هو الفريق، مجلة عالم الفكر مجلد 28 العدد 01، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، (1999)
- حمام بلقاسم، وظائف العنوان، مجلة اللغة والأدب، المجلد 07، العدد 01، جامعة تلمسان، الجزائر 2007.
- شادية شقروش، سيميائية العنوان في ديوان مقام البوح، الملتقى الوطني الأول السيمياء والنص الأدبي جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2000.