

إشهارية العنوان وتوظيفها لتكثيف الخطاب النقدي في القرن الثالث الهجري

**Titel Advertisement and its functionalization in
Concentration of Critic Discourse of Third Hijri
Century**

أ.م.د. مؤيد بدري منهي / Dr. Muayad Badri Al Sahlanee

جامعة ذي قار - كلية العلوم الاسلامية

Gmail : Badrimuayad@gmail.com

م. جعفر شنان حسن / Jafar Shannan Hassan

جامعة ذي قار - كلية العلوم الاسلامية

Gmail : jafar.hassan.islqu@utq.edu.iq

Abstract

This research entitled (Titel Advertisement and its functionalization in Concentration of Critic Discourse of Third Hijri Century) is an attempt to know what the interest in the title was at that time? Searching for its content answers such a question. The research began with a study of the concept of the title term and the term publicity, and then studied in the second section the application side, and the titles were divided into four types, which are: complex idiomatic titles, open compound titles, specialized restricted titles, and open single titles. The research relied on a number of books and scientific journals that talk about the topic of the

research, among the most important of those books are the critical books that were written in the third century AH Because it is the main article on the topic of this research.

مقدمة

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العالمين وصلى الله على محمد واله وصحبه المنتجبين.

وبعد... فانه لا يخفى أهمية القرن الثالث في النقد العربي، اذ بدأت فيه انتقال النقد الى مرحلة التوسع في الكتابة والتأليف النقدي؛ لذا يعد هذا البحث محاولة للوقوف على أهمية العنونة ومدى توظيفها اشهارياً لتكثيف الخطاب النقدي عصرذاك. بدأ هذا البحث الكلام النظري حول مصطلحي الاشهار والعنوان، ثم انتقل الى الاجراء التطبيقي لدراسة عنوانات النقد في القرن الثالث، اذ تم تقسيم تلك العنوانات الى أربعة أنواع، وانتهى البحث الى نتائج تم تثبيتها في خاتمته. وقد كان عماد البحث في الجانب التطبيقي المصادر النقدية في القرن الثالث الهجري؛ كونها عماد الموضوع، اما ما سبقه من كلام تنظيري فقد اعتمد على عدد من المراجع الحديثة التي تكلمت عن مفهومي الاشهارية والعنونة منها : اليات الخطاب الاشهاري الصورة الثابتة نموذجاً ، لعبد العالي بو طيب ، والمقاربة السيميائية لتحليل الخطاب الاشهاري ، لعبد الجليل مرتاض ، وغيرها. يأمل الباحث ان يكون هذا البحث انطلاقة موفقة لدراسة التراث النقدي بهدف سبر اغوار الخطاب النقدي وكشف مراحل الوعي الذي انتجه في مساره التطوري، بدءاً من اختيارهم العنوانات، وانتهاءً بوجود ما يربط ذلك بنسيج المعارف النقدية المتجلية في ممارسات النقد العربي في مراحل الكتابة الأولى. هذا ومنه سبحانه نستمد التوفيق والسداد.

الكلمات المفتاحية : (إشهار ، عنونة ، خطاب ، نقدي ، تكثيف ، عنوانات

موسوعية، منفتحة، زائفة، النقد القديم)

● اضاءات حول الإشهار والعنوان :

كثيرة هي التعريفات التي حاولت بيان مصطلح الاشهار ، منها : انه نشاط تواصلية ، مستقل بآليات خاصة في الصياغة والاشتغال لا يؤدي فيها الخير سوى حيزاً بسيطاً ، وبعد الإشهار خطاباً متعدد الوسائط ، انه يفرض نفسه في وقتنا الحاضر كما لو كان إنتاجاً فنياً أو أدبياً في خدمة أهدافه النفعية التي كان يؤديها الخطاب العادي في السابق ، ذلك أن الإشهار أضحي حاضر في كل الأمكنة وعبر جميع وسائل الإتصال ؛ ولذلك يعتبر الإشهار خطاباً بديلاً يستثمر الصورة واللغة للتأثير وتغيير وجهات النظر ، فهو خطاب تواصلية فعال من حيث القيمة المعرفية وتحريك الدلالة ، فهو يهدف الى الإخبار بقصد التأثير ، ومن ثمة فالإشهار يختلف عن الخبر، (فالخبر محايد ، والاشهار متحيز) ، واليات الاشهار تحرك في الشخص ميولاته ، عقده، وأمانيه المتراكمة في هذا العالم . والإشهار متنوع الأشكال والأهداف، فقد يتم توجيهه إلى فرد أو جماعة أو حزب أو أمة... وقد يكون علمياً أو ثقافياً أو سياسياً أو اقتصادياً، وقد يكون مسموعاً أو مكتوباً أو سمعياً بصرياً. ويتكون الخطاب الإشهاري من نسقين دلاليين أساسيين: النسق اللساني، والنسق الأيقوني البصري؛ أما النسق اللساني فتكمن أهميته بالنسبة للنسق الأيقوني، من حيث كونه يوجه المتلقي نحو قراءة محددة، ويربط بين مختلف مقاطع النسق الأيقوني، لا سيما عندما يتعلّق الأمر بصورة ثابتة . وداخل هذين النسقين اللساني والأيقوني، تتمظهر مجموعة من الآليات الفاعلة داخل نسيج الخطاب الإشهاري، والتي تشكل استراتيجية أساسية مشابهة لاستراتيجية المحارب، حيث تنغيب إفسال الطاقة النقدية لدى المتلقي/المشاهد، عبر استماتته لفعل الشراء . ومن بين الآليات والميكانيزمات المعتمدة في ذلك آليات الإقناع المنطقي وبعض الآليات الأخرى التي تستند إلى العلامات والرموز والصور التي تجد مرجعيتها في المتخيل العام للمجتمع⁽¹⁾. ومن المعروف ان ثمة دراسات متعددة في مجال الإشهار ، والتي تناولته من زوايا متعددة ، وتعاملت معه بنية ودلالة ووظيفة ؛ وذلك انطلاقاً من مقاربات مختلفة ، بيد أن الأدب كان بعيداً عن مجال الإشهار ، إلى أن جاءت اللسانيات والسيمانيات لتهتم بالخطابات بصفة عامة ، وتدرس الدوال اللغوية والبصرية بصفة خاصة ، ثم تعنى بتصنيف

الأنواع والأجناس الكلامية والمرئية من جهة ، ثم تنكب على مختلف العلامات الموجودة في مجتمعنا بالدرس والتحليل والتأويل من جهة أخرى⁽²⁾ . وسعيا ليحقق وظيفته الإقناعية، يوظف الإشهار الذاكرة الجماعية و ما تخزنه من نصوص غائبة، ويساهم في خلق ذاكرة جديدة خاصة عند الجيل الجديد الذي يتفاعل معه أكثر، بتكريس فكرة قوة التأثير السحرية للاستهلاك الذي يحقق الذات ويغير المصائر⁽³⁾، وهذا ما يحاول الإشهار أن يوظفه كمعطيات نفسية وتأويلية تستقي مرجعياتها من المحيط الاجتماعي حيث نجده يوظف التعدد اللغوي داخل المجتمع من فصحي وعامية ولهجات محلية في مختلف اللغات. تتميز لغة الإشهار بصفة عامة بجمل بسيطة قصيرة موجزة مكثفة من حيث الدلالة، وقد يكون الاشهار كلمة واحدة كما في بعض العنونات، تحمل فكرة رئيسة واحدة، غالبا ما تود تبليغها إلى المتلقي في أحسن الظروف والأحوال. إن ما يهيم الإشهاري من اللغة هو أن يبلغ خطابه ويحقق الهدف منه مهما يكن المستوى اللغوي المستعمل. اما العنوان فيكاد المتتبع لمسار الحركة النقدية عند العرب يجد أن العنوان يشغل حيزا واضحا في نتاجاتهم الادبية والنقدية والفكرية ، ولم يكن ذلك من فراغ وانما كانت العنونة لها وجودها - الفعلي لا التنظيري - في نتاجات دينية وشعرية بدت رائجة انذاك، منها عناوين الكتب المقدسة لاتباع الديانات السماوية في الجزيرة العربية ، وعناوين قصائد مشهورة مثل (المعلقات) ، ومما عهد عن العرب انهم يراعون في " كثير من المسميات أخذ أسمائها من نادر أو مستغرب يكون في الشيء : من خلق ، أو صفة تخصه ، أو تكون معه أحكم ، أو أكثر ، أو أسبق لإدراك الرائي للمسمى، ويسمون الجملة من الكلام والقصيدة الطويلة بما هو أشهر فيها " ⁽⁴⁾. واذا ما انتقلنا الى عصر ظهور الاسلام نجد العنونة تبرز بوضوح في وضع اسم للكتاب السماوي المنزل على النبي محمد (ص) ، ووضع عنوان لكل سورة من القرآن الكريم . ويجب ان يتم التمييز في هذه المرحلة بين العنونات والتسميات ، اذ لا يخفى ان التسمية وظيفية من وظائف العنونة يهدف واضعها الى تعيين المسمى سواء كان نتاجا شعريا او غير ذلك. في المجال النقدي لا يكاد الدارس يجد عنوانا بارزا في مؤلف نقدي مشهور انذاك، نعم لقد ادرك المصنفون العرب في مجال اللغة اهمية العنوان فوضعوا عنوانا تداوليا اشهاريا لمصنف سيبويه الذي قيل انه توفي ولم يضع له عنوانا ، فاطلقوا عليه (الكتاب)؛ لادراكهم اهمية العنوان. ولكننا نجد أن النقد لم يحظ بمصنف تخصصي جامع يحمل عنوانا واضحا

الا في القرن الثالث الهجري ، نعم توجد ممارسات نقدية كثيرة في القرن الاول والثاني ، بيد ان مؤلفا يحمل عنوانا لم يصل الينا ، ما خلا اشارات لصحيفة نقدية اشار اليها نقاد من القرن الثالث هي (صحيفة بشر بن المعتمر) ، التي كان لها " اثرها فيما كتب الاصمعي (ت 216 هـ) الذي خطا بالنقد المنهجي خطوة كبيرة نحو التوبيع والتهذيب"⁽⁵⁾.

• الإجراء التطبيقي لدراسة عنوانات النقد في القرن الثالث:

في القرن الثالث الهجري ظهرت عنوانات لمصنفات نقدية عديدة ، يمكن تقسيم تلك العنوانات على وفق تركيبها وموضوعاتها بالشكل الاتي :

1-العنوانات الاشهارية الاصطلاحية المركبة :

تتجلى بدايات هذه العنونة في النقد واضحة في القرن الثالث الهجري على يد الاصمعي - بحسب ما وصل الينا من مؤلفات- في كتابه (فحولة الشعراء). اذ نجد العنوان مركبا من مفردتين مضافتين الى بعضهما ، كل مفردة تمثل اصطلاحا نقديا انتقاه المؤلف ليكسب عنوانه بعدا اشهاريا ، فالعنوان له وظائف متعددة منها الكشف عن مضمون الكتاب وتعيينه ، ومنحه التسمية ، وجذب المتلقي المتخصص الذي يروم معرفة المزيد عن النقد في مجال تخصصه او ميوله ، فضلا عن الوظيفة الاشهارية التي بموجبها يتم منح الكتاب سمة ترويجية ، والعنوان في الاشهارية يشكل علامة مميزة، وسندا شرعيا يثبت ملكية الكتاب لصاحبه ، وانتمائه لجنس معين من اجناس الادب او المعرفة.⁽⁶⁾ ومن العنوانات الاصطلاحية المركبة ما نجده عند ابن سلام (ت 232هـ)في كتابه (طبقات فحول الشعراء) ، ويبدو انه قد تأثر بالأصمعي في اختيار هكذا عنوانات يدل على اصطلاحات نقدية ، اذ يلحظ وجود عنوان الاصمعي ذاته مع اضافة كلمة طبقات قبله ، وحذف (تاء) فحولة لتنتقل دلالتها الى الجمع . ومصطلح الطبقة مفرد طبقات قد كان متداولاً في ذلك العصر ولا سيما عند المشتغلين في النقد ، وقد ذكره كثير منهم ، اشار اليها الجاحظ ، والثعالبي ، وابن نجيم ، وابن المعتز ، وغيرهم⁽⁷⁾، وقد جاء النقاد ليوظفوا تداولية المصطلح بصياغته ضمن عنوانات نقدية مباشرة لا غموض فيها.

ومن العنونات المقاربة والموازية لما سبق عنوان (طبقات الشعراء) لابن المعتز (ت296هـ) ، لا يخفى انه يحاكي ويقلد سابقين له في وضع عنوان اصطلاحى مركب من مفردتين ، فهو موافق لعنوان ابن سلام بعد حذف مفردة فحول. والمؤلف لا يخفى انه يحاكي في عنوانه بعض السابقين له ، ولكن عنوانه مشتمل على اشهارية اغرائية ، كونه يوهم المتلقي ان الكتاب يتكلم طبقات الشعراء بصورة عامة ، وان المؤلف قد عمد الى جمع الشعراء لغاية عصره فقسّمهم الى طبقات ، ولكن القارئ عندما يتجاوز عتبة العنوان ويلج الى دواخل النص يجد المؤلف يخصص كتابه في الشعر المنظوم في مدح الخلفاء العباسيين وكبار رجال الدولة لديهم⁽⁸⁾. ومما وصلنا من كتب تحمل عنونات ذات جنبه نقدية من نتاج القرن الثالث الهجري كتاب الجاحظ (ت 255هـ) (البيان والتبيين)، والجاحظ وان كان استطراديا في عرض مادة الكتاب الا ان العنوان يعد من عنونات النقد ولاسيما النقد البلاغي ، وقد اثبت الجاحظ دلالة المصطلح- البيان- في عصره عارضا لآراء اخرين تارة ، ومبدئياً لرأيه تارة اخرى ، ومن محاولاته لحد المصطلح هذا النص، نورده ليكون شاهدا على كون عنوان الكتاب اشهارا محيلا وان سمته الاساسية النقد ، فقد ذكر وصفا للكلام المتسم بالبيان " ان يكون سليما من التكلف ، بعيدا عن الصنعة ، بريئا من التعقيد ، غنيا من التأويل ..."⁽⁹⁾. وعنوان الجاحظ تحيل مفردته الاولى (البيان) الى صورة سمعية ذات بعد قدسي كونها مفردة قرآنية كثيرا ما تتردد على اسماع المسلمين في تلاوات القرآن (عَلَّمَهُ الْبَيَانَ)⁽¹⁰⁾، ولا يخفى ان المفردات التي ترد في سياق ديني واجواء قدسية تشكل ايقونة سمعية في المخزون الثقافي للإنسان ، واذا ما تم استعمال احدى هذه المفردات عنوانا لمؤلف ما فان هناك تشكلات متوازية في البنى العميقة والظاهرة تتصافر باتجاه التماثل اشهاري للعنوان.

2- عنونات اشهارية مُركبة منفتحة :

مما اتصفت به بعض عنونات ذلك القرن انها اشهارية موسوعية ، توحي للمتلقي بانها مشتملة على كل ما ينضوي تحت العنوان وبذلك تمثل اغراءً للمتلقي الباحث عن مبتغاه في مصنف موسوعي ، اذ تستهويه العنونات الموسوعية فيلج الى عوالم الكتاب بعد اغرائية العنوان الاشهاري ، مثل عنوان ابن قتيبة (ت 276هـ) : (الشعر والشعراء)، وعنوان ابن طيفور (ت280هـ) : (المنظوم والمنثور) ، وعنوان المبرد (ت 286) : (الكامل في اللغة

والادب). يلحظ ان هذه العنوانات مركبة تركيبيا ثانيا ، يربط بين مفردتي العنوان حرف عطف، ما خلا عنوان (الكامل في اللغة والادب) فقد جاء تركيبه من جملة اسمية محذوفة المبتدأ ، وجاء بعد الخير- الكامل- شبه جملة من الجار والمجرور المعطوف على ما بعده (الادب) فالعنوان الاشهاري هنا يبدأ بخبر يخبرنا عن ان هذا الكتاب هو الكامل ، ثم يعين موضوع الكمال فيه وهو (اللغة) ويعطفها على (الادب) ، وبذلك يغري المتلقي كون العنوان يعطي انطباعا عن ان كل من يريد موضوعا في اللغة او الادب فانه يجده في هذا الكتاب ، لان العنوان هنا يتسم بالاشهارية الموسوعية الاغرائية، فكما ان الصياغة التركيبية تلفت المتلقي كذلك الدلالة الموسوعية للمفردات تسهم في تشكيل ايقونة اشهارية جاذبة للمتلقي. وهذا الكلام ينطبق على العنوانين الاخرين من ناحية الدلالة الاجمالية للمفردات التي تعطي اشهارا عن موسوعية الكتاب ، كما هو واضح في (الشعر والشعراء) و (المنظوم والمنثور) ، فلم يحدد المؤلف عن أي شعر يتكلم ، ولا عن أي شعراء يصنف ، ويشاكله (المنظوم والمنثور) فلم يخص لنا نظم بعينه ، ولا نشر بذاته. ان مؤلف الكتاب يهدف الى اىصال رسالة اولية للمتلقي عبر العنوان الذي يصير مرسلاً اشهاريا ترويجيا ، يروج لمضمون الكتاب ، ويعد العنوان الواجهة الاشهارية الموازية لنص الكتاب ومحتواه ، وكل العنوانات آنفة الذكر سمتها الاشهارية الموسوعية ، وفي الوقت ذاته هي تسهم بتشكيل ايقونات داخل ذهن المتلقي مترابطة مع الايقونة الاشهارية الخارجية التي تشكلها العلامة اللسانية الركيبية للعنوان.

3- عنوانات اشهارية تخصصية مقيدة :

نجد ذلك متجليا في عنوان (قواعد الشعر) لثعلب (ت 291هـ)، وعنوان (عيار الشعر لابن طباطبا (ت 322هـ) الذي عدت نتاجاته النقدية من نتاجات القرن الثالث الهجري ، وان كانت وفاته في بدايات القرن الرابع. يتضح للدارس عند رؤية هكذا عنوانات ان المؤلف سعى الى اشهار مخصص ، موجه الى فئة معينة ، اذ هكذا عنوان لا يغري او يجذب المتلقي الباحث عن فنون النشر، او اخبار الشعراء وسيرهم ، انما يشكل اشهارا جذاباً للنقاد المشتغلين على نقد الشعر دون سواهم ، لدلالة العنوان على ان محتوى الكتاب مختص بوضع قواعد وضوابط ومعايير لكتابة الشعر ونقده، ومثل هكذا عنوانات تسهم في تضيق

الافق التوقعي عند المتلقي؛ لان الاشهار موجه في مسار غير قابل للانفتاح على موضوعات اخرى ، فهي تفتقر لدلالات عمومية مغرية تثير المتلقي غير المتخصص ، ومن ثم لا تفتح مساحات لولوج عدد اكبر من جماهير القراء . إنّ مفردات العنوان تفتح نوافذ على النص، وتمتد بواسطتها شبكات معقدة نحو العقل المتلقي ، اذ عادة ما يلازم عملية التلقي عناصر ابداعية لقراءة الاشهار وما خلف الاشهار ، ومتوازياته التي تجتمع لتشكيل ابعاد الصورة الاشهارية للعنوان، ويندر أن تحدث الإحساسات المرئية للكلمات بمفردها دون ان تصحبها أشياء ذات علاقة وثيقة بها بحيث لا يمكن فصلها عنها بسهولة، وأهم هذه الأشياء الصورة السمعية، أي وقع جرس الكلمة على الأذان الباطنة أو "أذن العقل"، وصورة اللفظ أي إحساس الشفتين والغم حينما تلفظ الكلمة⁽¹¹⁾ بحيث تتكامل تشكيلات الصورة السمعية للإشهار العنواني في عقل المتلقي مرادفة للصورة البصرية للإشهار العنواني عبر النظر الى البطاقة الأيقونة التي تتمظهر على واجهة الكتاب.

4-عنوانات اشهارية مفردة منفتحة :

يجد الدارس المتتبع مثل هذه العنوانات عند المبرد (ت 286) في كتابه (الفاضل)، وابن المعتر (ت 296) في كتابه (البديع) ، هذان العنوانان نموذجان للعنونة الاشهارية بلفظ مفرد ، وهذا اللفظ الذي يشكل ايقونة اشهارية على واجهة الكتاب له دلالة منفتحة ، وبانفتاحها يفتح امام المتلقي افقا توقعيا واسعا ، لعدم تحديد دلالة العنوان على المحتوى ، واذا ما كان العنوان الاشهاري من هذا النوع فان الاغرائية تتحرك على نطاق واسع ، وبما ان هكذا عنوان - مفرد مفتوح - يمثل أعلى اقتصاد لغوي ممكن، و هذه الصفة على قدر كبير من الأهمية، إذ أنها - في المقابل - ستفرض أعلى فعالية تلق ممكن، مما يجعل المتلقي فعالا بشكل كبير في قراءة العنوان، وهي فعالية تتضح من خلال البحث عن دلالات الاشهار العنواني من خارج الكتاب، وعن تفاصيل كاملة من داخله، و حين يشرع المتلقي في فك الشفرات تتحدد تلك الدلالات التي استقاها من خارج العمل ، نجد كلمة (الفاضل) مكتنزة الدلالة ، قابلة للتأويل وتكوين اكثر من صورة ايقونية عقلية عن محتوى الكتاب ، فهل دلالة الافضلية هنا على شخص فاضل ام على الكتاب ، ام الشعر ام الأسلوب ام غير ذلك، تساؤلات المتلقي تستنطق التوقعات التأويلية لاستكناه ما وراء العنوان ، وكل ذلك

يمهد السبيل لتخطي عتبة العنوان والولوج الى دواخل الكتاب ، وبذلك يكون المؤلف قد نجح في جذب المتلقي وتحريك رغبته الاستكشافية من اجل قراءة الكتاب. وجدير بالاشارة ان عنوان (الفاضل) مستعمل لاكثر من كتاب في القرن الثالث الهجري ، اذ يوجد كتاب اخر وصل الينا بهذا العنوان ، اشار محقق كتاب المبرد اليه، وانه موجود في مكتبة جامعة استانبول ، وهو لمؤلف مجهول ، ولكن الدلائل تشير الى ان مؤلفه من علماء القرن الثالث الهجري ، جاء فيه : " فصنعت لك كتابا ضمنته موجزات الخطب ، ومنتخب بلاغات العرب ، مما حفظ من ملح كلامها ، ومختصر لفظها ، وموجز خطبها ، وبراعة ادبها ... ترجمته بكتاب الفاضل لفضله على كل كامل"⁽¹²⁾. وهذا النص يشي بوجود حركة تأليفية تميل الى هكذا عنوانات ، وان كتاب الكامل للمبرد - وربما غيره يحمل هكذا عنوان - كان من مفعلات تلك الحركة؛ لان النص كما هو واضح فيه محاولة لبيان ان هذا الكتاب يفضل كل مؤلف معنون بـ (الكامل) ، وان وضع هكذا عنوان من اسبابه التنافس في ساحة التأليف الادبي والنقدي ، وان كتاب الفاضل هذا كما يزعم متفوق على مؤلفات سابقة عنوانها (الكامل). واذا ما كانت مهمة الدارس التساؤل عن حدود التوازي والتقاطع بين النص وعنوانه ، ثم استكشاف ذلك عن طريق تفحص مدى دلالة العنوان على مضمون الكتاب ، يجد الدارس سمة التوازي بين العنوان والنص في عنوانات القرن الثالث الهجري ، اذ لم نجد عنوانا اغرائيا يتقاطع مع مضمون الكتاب الذي وضع له ، وانما نجد الوظيفة الاشهارية حاضرة في الفضاء النقدي ، حتى بات العنوان يشكل ايقونة سمعية تثير المتلقي عند سماعها ، فمصطلح الفحولة مثلا - الذي شكل جزءاً من بنية العنوانات يومذاك ، وجعل بمعنية مصطلحات نقدية اخرى عنوانا لعدد من مؤلفات النقد - يحفز ذهن المتلقي عند سماعه ويحرك في داخله المخزون الثقافي الذي تلقاه سمعيا عن ذلك المفهوم ، ومن ثم يصبح الاشهار بهذا عنوان له دلالة ايقونية سمعية فضلا عن الدلالة اللسانية الملازمة للكتابة.

الخاتمة

يمكن ايجاز اهم ما خلص اليه البحث بما يأتي:

- 1- يلمس الباحث ادراك النقاد القدامى لأهمية العنوان في عملية الإشهار- وان لم يصرحوا بذلك- ، وفي تكثيف للدلالة على محتوى الكتاب، فضلاً عن مراعاة المتلقي في كل ذلك.
 - 2- بعض العنوانات الدالة على موسوعية المؤلف لا تخلو مما يعرف بالإغرائية، اذ يروم واضعها الى اغراء المتلقي وجذبه الى محتويات الكتاب.
 - 3- تتسم بعض العنوانات بكونها اشهارات كاشفة عمّا تُشهر عنه، كما في (قواعد الشعر) على سبيل المثال، في حين تتسم بعضها بكونها اقرب الى الاشهارات الزائفة؛ فمثلا عنوان (الفاضل) ناتج عن ادعاء مؤلفه بأن كتابه خير من الكتب الأخرى المؤلفة في هذا المجال، او هو فاضل على كل كتاب كامل بحسب زعمه، فيكون قد سلك سبيل العنونة الاغرائية، والاشهارية غير الكاشفة عن المضمون الواقعي للكتاب.
 - 4- العنوان العلمي بطبيعته يميل الى التكتيف والايجاز والاشهارية الكاشفة، وهذا ما نجده متحققاً في جلّ عنوانات ذلك القرن.
 - 5- يمكن استجلاء مرتكزات الخطاب النقدي في ذلك القرن (الثالث) بوساطة اشهارية العنوانات التي تثبت : ان النقد اتجه لدراسة الشعر والاهتمام بقواعده وضوايه، مثل عنوان (قواعد الشعر)، و الاشادة بالمبرزين فيه مثل (فحولة الشعراء)، و(طبقات الشعراء) و (الشعر والشعراء).
- وان الناقد يجب ان يكون موسوعيا في اللغة والادب، مثل عنوان (الكامل في اللغة والادب)، و(المنظوم والمتنور). وان بلاغة القران واصطلاحاته جزء مهم من المعارف النقدية ، كما نجد في عنوان (البيان والتبيين). وهذا يعني ان العنونة بوصفها اشهاراً مكثفاً يمكن ان تكشف عن مدى الوعي النقدي في عصر ما، او مرتكزات النقد ومساراته العامة في عصر معين.

هوامش البحث:

(1) ينظر : اليات الخطاب الاشهاري ، عبد العالي بو طيب ، مجلة علامات ع18 : 118 وما بعدها.

(2) سيميولوجيا الصورة الإشهارية، مؤسسة الحوار المتمدن، العدد3617، بصيغة الكترونية بدون صفحات.

(3) الإشهار والتراث الشعبي المغربي، بصيغة الكترونية بدون صفحات.

(4) الاتقان في علوم القرآن: 118.

(5) النظرية النقدية عند العرب: 44.

(6) ينظر : مقارنة العنوان في النص الادبي ، جميل حمداوي ، بصيغة الكترونية بدون صفحات، موقع الكلمة للدراسات النقدية.

(7) ينظر : الفهرست: 75 و160 و165 و168. و معجم مصطلحات النقد العربي القديم: 285.

(8) ينظر : طبقات الشعراء : 18.

(9) البيان والتبيين : 71.

(10) سورة الرحمن : (4) .

(11) ينظر : مبادئ النقد الأدبي: ريتشاردز: 171.

(12) الفاضل ، للمبرد :الصفحتان : د-هـ من تصدير الكتاب.

References

اولاً: الكتب:

➤ الاتقان في علوم القرآن ، جلال الدين السيوطي(ت811هـ)، مركز الدراسات القرآنية، المملكة العربية السعودية،1426هـ.

➤ البيان والتبيين، الجاحظ(ت255هـ)، تح: فوزي عطوي، دار صعب ، بيروت- لبنان ، 1968م.

➤ طبقات الشعراء ،ابن المعتز(ت296هـ)، تح : عبد الستار احمد ، دار المعارف ،

- ط3، مصر ، د.ت.
- الفاضل ، للمبرد(ت286هـ) ، تح: عبد العزيز الميمني ، دار الكتب المصرية ، ط2 ، 1995م.
- الفهرست ، أبو الفرج محمد بن إسحاق (ابن النديم)، تح: إبراهيم رمضان، دار المعرفة، ط2، 1997م، بيروت-لبنان.
- مبادئ النقد الأدبي، إ.أ. ريتشاردز، ترجمة: د. مصطفى بدوي، وزارة الثقافة والإرشاد القومي، القاهرة-مصر، 1963م.
- معجم مصطلحات النقد العربي القديم ، د. احمد مطلوب، مكتبة لبنان ناشرون، ط2، 2001م، بيروت - لبنان.
- النظرية النقدية عند العرب ، د. هند حسين طه ، دار الرشيد للنشر، بغداد-العراق، 1981م.
- ثانياً: البحوث المنشورة في الدوريات ومواقع الانترنت:
- ✓ آليات الخطاب الاشهاري ، عبد العالي بو طيب ، مجلة علامات ع18.
- ✓ الإشهار والتراث الشعبي المغربي، متاح على شبكة المعلومات العالمية من الموقع:
- <http://www.maghress.com/khbarbladi/>
- ✓ سيميولوجيا الصورة الإشهارية ، سمير الزغبي ، مؤسسة الحوار المتمدن، العدد3617، منشور على الموقع www.ahewar.org:
- ✓ مقارنة العنوان في النص الادبي ، جميل حمداوي ، متاح على شبكة المعلومات العالمية ، موقع الكلمة للدراسات النقدية.