

صياغة العنوان وفق الشروط والضوابط المنهجية

الحسين بشوظ

2016-10-19

يعتقد بعض الكتاب أن العنوان غير ذي جدوى، وأنه مجرد مَلَمَح للمقال، ولا يستحق اهتماماً مُفْرِطاً أو عناية خاصة. ويرى البعض الآخر أن الاهتمام الحقيقي يجب أن يَنْصَبَّ على النص أو المقال ذاته لا على جُزئية العنوان، فالعنوان يبقى مجرد عنوانٍ مهما أبدعنا في صياغته أو تفنننا في تشكيله ونَحْتِهِ. هناك مقولة ذائعة الصيت تقول "كل جوهْر يُعرف من عنوانه"، إلا أن هذه المقولة ليست صحيحة تماماً، فقد يكون الجوهْر رديئاً فيما يظهر عنوانه أنيقاً وجيِّداً وجدّاباً، وقد يكون الجوهْر قِيئاً ولكن عنوانه لا يذُلُّ عليه ولا يحمل في تركيبه خصائص هذه القيمة وهذه الجودة، وبالتالي قد لا يُلْتَفَتُ إليه ولا يُؤَبَّه به. لذلك وجب وضع ميزانٍ علمي ومنهجي لقياس جودة كل من العنوان والجوهْر (النص/المقال ..) الذي يدل عليه، حتى لا يَنخدع البعض بسحر العنوان وإثارته، وحتى لا يُهمل ويُقصى نصٌّ أو مقال قيِّمٌ وجيِّدٌ بسبب ضعف عنوانه وركاكته.

نُبه بدايةً أننا نتحدث في مقالنا هذا عن عناوين المقالات والبحوث والرسائل العلمية، ولا نقصد أبداً النصوص الأدبية أو الإنشائية، فهذه النصوص لا تخضع لضوابط منهجية في صياغة عناوينها، ويعتمد الأديب في صياغتها على فُخيله وقُدْرته التصويرية والتجريدية والانزياحية. تحتاج صياغة العنوان إلى ضوابط لا بد منها، يدخل بعضها في منهجية الكتابة العلمية والأكاديمية المُتبعة في صياغة العناوين، وبعضها الآخر يندرج ضمن الأمانة العلمية وعدم تمويه القارئ أو الاستخفاف به أو استغفاله أو

الشروط المنهجية لصياغة العناوين

هناك شروط لا بد من توفرها لتمكين الكاتب من صياغة عناوين جيدة مستوفية للشروط المنهجية ومنها:

- ضرورة إلمام الكاتب بالموضوع الذي يريد أن يكتب حوله.
- ضرورة فرز القضية المحورية من الموضوع العام.

- ضبط المصطلحات والمفاهيم وحسن توظيفها
- ضرورة امتلاك زادٍ لغوي وذخيرةٍ مُعجميةٍ معتبرة
- يجب أن يُصاغ العنوان بطريقة سهلة واضحة ومعبرة، بحيث يُحيل على موضوعه بشكل مباشر أو عام.
- العناوين ذات المؤشر الجزئي على الموضوع أو العناوين التي تعتمد الإيهام بالموضوع، تُعتبر عناوين قاصرة لأنها لا تدل على الموضوع الذي وُضعت له.
- يعتبر الطول المفرط عيباً في العنوان، فالعناوين التي تكون على شكل فقرات ليست عناوين بمفهومها الإجمالي والمنهجي.
- من عيوب العناوين كذلك كثرة أدوات الربط بين الكلمات المكونة له، إذ يُشترط في العنوان أن يكون وحدةً جُمليّة متينة التركيب والربط، وتحتوي في داخلها على كل الوحدات الدالة على الموضوع.
- يجب على العنوان أن يكون شاملاً ومحيطاً لكل ما يتضمنه المقال، وعدم اقتصار العنوان على محور من محاور المقال فقط.
- العناوين المختصرة والدالة هي أحسن العناوين وأكثرها منهجية في الكتابة العلمية.
- ينبغي تعزيز المقالات الطويلة بالعناوين الصغرى، أو ما يُصطلح عليه بالعناوين الفرعية أو بعناوين المحاور. (هذه العناوين في المقالات المتوسطة التي لا تتعدى 7 إلى 8 صفحات تكون بخط 16 مضغوط وتكون مسبوقة برمز موحد من رموز الترقيم).
- عندما يتعدى المقال 10 صفحات فما فوق، يمكن استعمال الترقيم التسلسلي الرئيسي (1-2-3) أو الفرعي (1.1-1.2-2.2...) أو استعمال الترقيم الألفبائي. (الحروف).
- يجب كتابة العنوان (في المقالات العلمية) بطريقة الوحدات الدلالية، هذه الطريقة تساعد الكاتب على تضمين مُجمل محاور المقال في العنوان. فمثلاً عندما نُعاينُ هذا العنوان ((التعليم في مرحلة ما بعد الصراع في مناطق النزاعات)) فإننا نجدُه يتوفر على وحدائِه الدالة، التي من المفروض أن نجدَها جميعها في المقال، وهي (التعليم) باعتباره الموضوع الرئيسي، ثم تحديد المرحلة المعنية وهي (مرحلة ما بعد الصراع) ثم تحديد البيئة أو النطاق أو حقل الدراسة وهي (مناطق النزاعات). بعض العناوين الممتازة والجيدة، تبدو عند بعض القراء غير مناسبة أو بعيدة عن الموضوع الذي وُضعت له، وقد يكون مرادُ ذلك إلى الإلزام المحدود بالموضوع من طرف القارئ.

طرق صياغة العناوين

يمكن صياغة عنوانٍ ثمَّ الشروعُ في كتابة مقال له، وهذا يجعل الكاتب أمام وجهة محددة ومعلومة في الكتابة لا يجب الخروج عنها، ويتحتم على الكاتب

الالتزام بالعنوان الذي وضعه. كما يمكن كتابة مقال عن موضوع معين ثم استخلاص عنوانٍ منه، وهذه الطريقة تبدو أسهل من النموذج الأول.

العنوان ابتداءً

وهو أن يكون العنوان حاضرا وجاهزا في ذهن وتصور الكاتب، ويكون غالبا عند الكُتَّاب المُلمِّينَ بموضوع أو قضية معينةٍ تطرُقُ إشكالية تُؤرقُ الكاتب، فيضل العنوانُ حاضرا في ذهنه، في انتظار أن يشرع في صياغة مقال له. في هذه الحالة يتوجب على الكاتب الانتباه إلى تطابق المقال مع العنوان بمعنى أن تكون عناصر العنوان حاضرة في المقال كله، حتى لا يسرح به المقال بعيدا عن مَقْصِدِيَّة العنوان.

تجميع عناصر الاشكالية لاستخراج العنوان منها:

وهذا الطريقة من أصعب الطُّرُق في صياغة العنوان، وتحدث عندما يعكف الكاتب على كتابة مقال ذو وجهات موضوعاتية مُتفرعة، بحيث يجد نفسه في آخر المطاف أما مقال أو بحث متشعب يخوض في مواضيع كثيرة وأحيانا متنافرة. في هذه الحالة يكون الكاتب أمام خيارين: فيما أن يُجرِّئ المقال بحسب عدد المواضيع التي يُعالجها، ويجعل لكلِّ مقالٍ عنوانا، ثم يتوسع فيها بحسب الحاجة. أو يُحاول التوليف بين وحدات العنوان لتعكس الموضوع وتُدلُّ عليه قدر الإمكان.

عناوين البحوث والرسائل الجامعية:

إذا كان الأمر يتعلق ببحثٍ أو رسالة جامعية، فإن العنوان الرئيسي يكون عنوانا للقضية المركزية التي يُعالجها البحث، وتكون عناوين الفصول أو الأبواب أو المحاور تفرعاتٍ أو أجزاءً من القضية الأم. كما يجب الانضباط مع القضية المحورية، حتى لا يتسرب البحث إلى مجالاتٍ أخرى تُعتبرُ مباحثَ مستقلةٍ عما يُعالجُه البحث.

العناوين ذات الحمولة الإشهارية والتسويقية

يجب عدم خداع القارئ عن طريق استمالاته بعناوين مكدوبة، فإذا كانت هذه الطريقة جائزةً في الكتابة الأدبية، حيث يكون العنوانُ الغريب أو الشيقُ وسيلة من وسائلِ إغراء واصطياد القراء، فإن الحال في الكتابات العلمية مختلفٌ تماما، فالعناوين المكدوبة التي تكون شيقية ومثيرة ولا تعكس المضمون، مذمومة في الكتابات العلمية، وتُعتبرُ احتيالا على القراء واستغفالا لهم، إذ يجب على الكاتب احترامُ ذهن وثقافة ومستوى قارئه، وأن يمنحه مادة تتوافق مع العنوان المبتوِّث على ناصية المقال أو البحث، فإن أعجبَه العنوان قرأ المقال وإن لم يُعجبْه تركه.

ونضرب لذلك مثالاً: "حيث إنَّ كاتباً صحفياً عربياً في إحدى الصحف المغفورة التي لا يقرأها إلا رئيس التحرير وطاقمه الصحفي، أراد أن يُحقق نسبة قراءة كبيرة للصحيفة، فاحتال في أحد العناوين وكتب بالخط الأحمر العريض على الصفحة الأولى "انقلاب عسكري في اليمن" فُصدَم الناس بالخبر وانتشرت الصحيفة بين القراء انتشار النار في الهشيم، وبيعتُ منها أعداد كبيرة جداً، حتى أن الصُحُفَ المُنافِسة الأخرى تفاجأتُ بالخبر واشترتُ الصحيفة للتحقق من مصدر الخبر، فتفاجأوا من خلوِّ المقال من أي إشارة لحدوث انقلاب عسكري في اليمن، وأن المقال لا يتحدث بتاتا عن أيِّ انقلاب، والموضوع برمته يدور حول رَجُلٍ عسكري في اليمن يستعمل حماراً للتنقل بين منزله والتكنة التي يعمل فيها، وبينما هو على الطريق الجبلية الوعرة انزلق به حماره، وانقلب الرجل العسكري من على ظهر الحمار ووقع أرضاً. وقد تعمد الكاتب عدم تشكيل حُرُوف العنوان حتى لا يفقد العنوان تأثيره وقوته الإيحائية حيث يصبح العنوان بعد الشكل: ((انقلابُ (رَجُلٍ) عسكريٍّ في اليمن)).

في الكتابة الصحفية يجب التفريق بين الصحفي العلمي وهو المعني بهذا المقال بالدرجة الأولى. وصحافة الخبر التي لا تعيننا في هذا المقال بتاتا (خصوصاً صحافة الخبر في العالم العربي) وهي صحافة تجارية وتسويقية بالدرجة الأولى، تضع العناوين الكبيرة والضخمة والمُغرية لمواضيع ومقالاتٍ ركيكة تافهة وعديمة النفع والفائدة، تستغفل بها القارئ (العربي) لتحقيق نِسَبٍ مبيعاتٍ أو مشاهداتٍ قياسية، ولا يَهْمُها تقديم منتجٍ صحفيٍّ راقٍ ومفيد، يحترم عقول ووعي وذوق القارئ (العربي).

مُقَوِّمات العُنُوان الجيد

- العنوان هو أوَّل ما يُطالِعُ القارئ وأوَّل ما يُثير انتباهه، لذلك وجب أن يكون:
- في عبارة موجزة وذاتِ حمولة دلالية (جملة أو عبارة مفيدة).
- أن يكون متوازناً، لا مُفرطاً في الطويل ولا مُمعِناً في قِصر.
- أن يكون مرتبطاً بموضوعه دالاً عليه.
- أن يحمل خصائص العنوان في ذاته أي (أن تظهر فيه حدود وأبعاد الموضوع)
- لا بد أن يحمل العنوانُ وَسْمَه العلميّ.
- عنوان المقالات العلمية ليس يافطة إشهارية أو لوحة دعائية، لذلك وجب الابتعاد عن التعبيرات والعناوين ذات الحملة الإشهارية أو التجارية أو التسويقية.
- العنوان الجيد (عنوان المقالات العلمية) هو العنوان الواضح والسهل والبسيط والمُعَبَّرُ.

بريد الكاتب الالكتروني: bachoud.houssaine@gmail.com

Arab Scientific Community Organization (ARSCO) · arsko-ai.org