

## نقدی بر شیوه عنوان‌یابی در مقالات گرایش ادبیات عرفانی

### چکیده

مقاله‌نویسی از صورت‌های رایج و معتبر در نشر و گسترش یافته‌های جدید در علوم مختلف است که سهم مقالات علمی-پژوهشی در نشر یافته‌ها و رشد علم و دانش انکارناپذیر است. از ابعاد مورد ارزیابی در روند مقاله‌نویسی، بُعد ساختاری آن است. آسیب‌شناسی بُعد ساختاری مقالات با هدف کاهش نواقص احتمالی و ارتقای کیفی مجلات مورد نظر می‌تواند در شاخص‌های گوناگون صورت پذیرد که، عنصر فرامتنی عنوان از اهمیت بسزایی برخوردار است. عنوان مقاله، علاوه بر کارکردهای چون هویت‌بخشی به مقاله، مخاطب‌پروری، ماندگار نمودن مقاله در ذهن و ... نقش مهمی در دست‌یابی به مقاله در جستجوگرهای اینترنتی دارد؛ از این رو، آسیب‌های موجود در شیوه‌های صحیح عنوان‌یابی و عنوان‌نویسی در دو بُعد ساختاری و محتوایی، راه دسترسی آسان به مقاله را در جستجوگرهای اینترنتی با مشکل روبرو می‌نماید و در نهایت منجر به گمنامی اثر می‌شود. روش پژوهش در مقاله حاضر از نوع پیمایشی-تحلیلی و جامعه پژوهش شامل مقالات علمی-پژوهشی در سه مجله گوهر گویا، ادب عرفانی، ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی، روش گردآوری داده‌ها کتابخانه‌ای با ابزار فیش‌برداری است.

واژه‌های کلیدی: مقاله‌نویسی، عنوان، عنوان‌یابی.

### بیان مسأله

مقاله‌نویسی از عرصه‌های معتبر در به ظهور رساندن تلاش‌های علمی-پژوهشی پژوهشگران و مقاله رایج‌ترین قالب ارائه پژوهش‌های جدید-به ویژه پژوهش‌های دانشگاهی- است. امروزه سهم مقالات علمی-پژوهشی در تولید علم، رشد اندیشه و محتوا که ترویج آن از طریق مجلات علمی-پژوهشی صورت می‌پذیرد؛ انکارناپذیر است. در دو دهه‌ی اخیر، رشد مقالات علمی-پژوهشی به لحاظ کمی بنا بر دلایلی چون؛ افزایش تعداد دانشجو، گرایش‌بندی شدن علوم در رویکرد تخصص‌گرایی، رشد و بهبود فضای اینترنتی محسوس بوده است؛ اما، برخی رشد موجود فعلی را فقط در بُعد صورت دانسته که ارزش محتوایی چندانی ندارد و بر این باورند که در مقالات علمی-پژوهشی بیشتر «به شکل و قالب مقالات توجه کردیم؛ اما، محتوای آنها را در نظر نگرفتیم» (صلح جو، ۱۳۷۸: ۵۶). بنا براین، رویکرد انتقادی به مقالات علمی-پژوهشی در یک رشته علمی (discipline)<sup>۱</sup> با هدف زودن نواقص احتمالی و ارتقای جنبه‌ی علمی مقالات و مجلات، در دو بُعد ساختاری و محتوایی قابل واکاوی است.

از عناصر برجسته مقالات علمی-پژوهشی در بُعد ساختاری، عنصر فرامتنی (paratext) عنوان (title) است. وجه برجستگی عنوان مقاله -نه عنوان در مقاله- در این است که؛

الف) عنوان مقاله، نشانه‌ی زبانی مقاله که در رأس متن قرار می‌گیرد و در واقع شناسنامه‌ی دقیق هویتی مقاله، تجلی‌گاه مسأله مقاله، «رکن اصلی مقاله» (آخوندزاده و حبیبی، ۱۳۸۶: ۲۶) و «از ابعاد استراتژیکی خوانش خواننده برای متن» (خالد-حسین، ۲۰۰۷: ۱۵) است که در شناساندن شخصیت علمی مؤلف نیز مؤثر است.

ب) نقش عنوان در جذب مخاطب از بین دیگر اجزای مختلف مقاله بیشتر است «نقش عنوان ۴۳٪، نقش چکیده ۲۳٪، نقش نمودارها ۱۷٪، نقش جلد ۱۱٪ و نقش مقدمه، روش، نتایج و منابع ۶٪» (طیبی و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۸۴).

ج) نقش برانگیزی عنوان مقاله در دست‌یابی به مقاله در جستجوگرهای اینترنتی غیرقابل انکار است «هنگام جست و جو در موتورهای کاوش صفحه‌های وب (web) که واژه مورد جست و جو در «عنوان» آن‌ها به کار رفته باشد؛ معمولاً به منزله مرتبط‌ترین مدارک نسبت به موضوع جستجو در نظر گرفته می‌شود و باعث بهبود ربط می‌شود» (حسن‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۵). امروزه، با توجه به رشد دم‌افزون مقالات علمی-پژوهشی در جستجوگرهای اینترنتی و جستجوی مقالات با کلیدواژه‌ی عنوان؛ وجود یک عنوان معیار، گرایش به عنوان‌گزینی و عنوان‌نویسی آسان از «اولین معیارهای ارزشیابی تحقیقات دانشگاهی» (عسگری، ۱۳۸۹: ۹۸) تبدیل شده است «اگرچه این معیار مخدوش، ولی معمول است» (اسفندیاری، ۱۳۶۹: ۱۱۴). و سهل‌انگاری در رعایت آن می‌تواند موجب گمنامی اثر شود.

گرایش عرفانی در رشته زبان و ادبیات فارسی «از دوره‌های تخصصی دکتری رشته زبان و ادبیات فارسی است که در آن ابعاد مختلف آثار ادب عرفانی بررسی، نقد و تحلیل می‌شود» (مصوبه ۷۹۰ شوری برنامه‌ریزی وزارت علوم، ۱۳۹۰: ۵). و بر اساس مصوبه‌ی شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی در مورخه ۱۳۹۰/۰۹/۰۵ یک گرایش مستقل در رشته زبان و ادبیات فارسی محسوب شد. نگاه به عناوین مقالات موجود در برخی مجلات ادبیات عرفانی -گوهر گویا، ادب عرفانی، ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی- گویای این است که؛ در رویکرد انتقادی، پذیرش و بکارگیری معیارهای عنوان‌گزینی و عنوان‌نویسی درست در بین پژوهشگران ادبیات عرفانی قابل واکاوی است. با توجه به نبود یک اثر مستقل در موضوع «آسیب‌شناسی عنوان‌یابی در ادبیات عرفانی»، ضرورت بحث عنوان در مجلات ادبیات عرفانی بدیهی بوده و بیان عنوان اهمیت و ضرورت بحث، امر واضح را بدون نیاز واضح‌تر نمودن است. نگارنده با هدف شناسایی آسیب‌های موجود در عنوان‌گزینی و عنوان‌نویسی مقاله‌ها در سه مجله ادبیات عرفانی و اجتناب از تکرار آن به نقد مهارت‌های عنوان‌یابی پرداخته است و درصدد پاسخ به این پرسش برآمده است که، برجسته‌ترین آسیب‌های عنوان‌یابی در مقالات موجود در مجلات ادبیات عرفانی چیست؟

## ۲-۱ پیشینه‌ی پژوهش

علاوه بر محمد اسفندیاری که از نخستین پژوهشگرانی است که چند مقاله با عنوان «عنوان کتاب و آیین انتخاب آن» در مجله آینه به چاپ رسانده است؛ برجسته‌ترین مقالات مرتبط با مسأله پژوهش عبارت‌اند از:

۱-۲-۱. مقاله «نقدی بر انتخاب موضوع و عنوان مقاله در مجلات علمی-پژوهشی زبان و ادبیات عربی»: نویسنده «وسیع و گسترده بودن موضوع، تکراری و بی‌فایده بودن موضوع، طولانی بودن و مبهم بودن عنوان» (عسکری، ۱۳۸۹: ۱۱۴-۱۰۰) را از مهم‌ترین آسیب‌های عنوان مقالات در مجلات علمی-پژوهشی زبان و ادبیات عربی برشمرده است.

۱-۲-۲. مقاله «آسیب‌شناسی عنوان‌گزینی در پژوهش‌های دانشگاهی: مطالعه موردی پایان‌نامه‌های رشته تاریخ»: نویسنده «طولانی بودن، مبهم بودن، کلیشه‌ای بودن، عدم انطباق با زبان معیار، مبالغه و بزرگ‌نمایی، کاربرد موضوع به جای عنوان» (ایمان‌پور و ناظری، ۱۳۹۵: ۲۶-۱۹) را از برجسته‌ترین آسیب‌های موجود در عنوان پایان‌نامه‌های رشته تاریخ مورد واریسی قرار داده است.

۱-۲-۳. مقاله «نقد و بررسی عناوین مقالات پژوهشی رشته علوم حدیث از منظر روش‌شناسی تحقیق - مطالعه موردی مجله علمی-پژوهشی علوم حدیث-»؛ «کلی بودن، طولانی بودن، عدم وضوح، نفی سادگی و جذابیت» (حاجی‌خانی و امینی، ۱۳۹۵: ۶۱-۶۹) از نقدهای وارد شده بر عنوان مقالات رشته علوم حدیث در مقاله مورد نظر است.

۱-۲-۴. مقاله «آسیب‌شناسی عنوان‌های مقاله‌های مجله‌ی شعرپژوهی از شماره ۱ تا شماره ۴۰»: نویسنده در این مقاله‌ی کوتاه «آوردن کلمات زائد، کلی بودن عنوان، ابهام داشتن عنوان و پرسشی بودن» (باوان پوری، ۱۳۹۹: ۲۹۹-۲۹۲) را از آسیب‌های موجود در عنوان مقاله‌های مجله شعر پژوهی بیان کرده است.

در مقالات بررسی شده -غیر از مقاله کوتاه اخیر که نویسنده چهار مورد از آسیب‌های عنوان‌گزینی را در مجله «شعر پژوهی» مورد بررسی قرار داده است- یا به عنوان پایان‌نامه-نه مقاله- در شاخه مربوطه اشاره داشتند و یا عنوان‌یابی را با موضوع‌یابی و مباحث روش تحقیق به صورت مرتبط مورد واکاوی قرار داده‌اند؛ در حالی که، در مقاله حاضر آسیب‌های عنوان‌گزینی مقالات موجود در سه مجله ادبیات عرفانی با دو رویکرد ساختاری و محتوایی مورد واکاوی قرار گرفته و در بُعد محتوایی نیز نگاهی متفاوت در تکمیل نگاه پژوهندگان محترم ارائه شده است.

## ۳-۱. روش پژوهش

پژوهش از نوع پیمایشی-تحلیلی و جامعه پژوهش شامل مقالات سه مجله ادبیات در گرایش عرفانی است؛ مجله پژوهش ادب عرفانی (گوهر گویا) با ۳۴۴ مقاله در ۲۴ دوره و ۴۴ شماره از سال ۱۳۸۶ تا سال ۱۳۹۹؛ ادبیات عرفانی (ادامه فصلنامه علوم‌انسانی دانشگاه الزهرا) با ۱۳۴ مقاله در ۱۲ دوره و ۲۲ شماره از سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۹؛

ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی دانشگاه آزاد تهران جنوب با ۵۲۵ مقاله در ۶۲ شماره از سال ۱۳۸۴ تا سال ۱۳۹۹. روش گردآوری داده‌ها فیش‌برداری از عناوین مقالات، سال انتشار و نام مجله مورد نظر بوده است. از بین ۱۰۰۳ عنوانی که در آرشیو سه مجله موجود است ۳۱۰ عنوان به روش تصادفی انتخاب شده و از نگاه آسیب‌ساختاری و یا محتوایی مورد واکاوی قرار گرفته است. روش پردازش در متن توصیفی-تحلیلی است. از آن جایی که، بیان مورد به مورد آسیب‌عناوین مورد واکاوی، خارج از گنجایش مقاله فعلی است؛ سعی بر آن شده تا تحلیل تعدادی از عناوین دارای آسیب‌ساختاری و یا محتوایی بیان گردد و موارد مشابه در جدول به صورت نمودار نمایش داده شود.

## ۲. چارچوب مفهومی پژوهش

### ۱-۲. عنوان

عنوان در لغت «عنوانُ کُلِّ شیءٍ: ظاهر هر چیزی...» (جوهری، ۱۴۰۷ق: ذیل واژه)، «دیباچه، سرنامه» (دهخدا، ۱۳۷۳: ذیل واژه) «دیباچه کتاب، سرآغاز کتاب یا نامه، آنچه در سر نامه یا پشت پاکت بنویسند» (عمید، ۱۳۸۱: ذیل واژه). در اصطلاح «واژه یا واژگانی که بر روی جلد کتاب، مقاله، روزنامه و یا در آغاز هر یک از فصل‌ها و بخش‌های آنها درج می‌شود و نشانگر موضوع و محتوای مطالب آنها باشد» (انوری، ۱۳۸۱، ج ۷: ذیل عنوان). و در اصطلاح روش تحقیق عنوان «امضای است پیش از متن» (بلعلی، ۱۴۳۱ق: ۲۶۷) «که برای نشان دادن محتوای کلی متن در رأس یک متن ظاهر می‌شود» (Stalloni, 2006: 270) به نقل از جلالی‌پور).<sup>۱</sup> تعاریف اصطلاحی بیان شده از واژه‌ی «عنوان»؛ عنوان کتاب، عنوان پایان نامه، عنوان فصل، عنوان گفتار را در بر گرفته؛ اما، در عنوان مقاله ساختار و کارکردی موجود است که شاید در تعاریف بیان شده چندان آشکار نباشد.

### ۲-۲. عنوان مقاله

عنوان مقاله در واقع شناسنامه‌ی دقیق هویتی مقاله و «بستری است که مقاله بر آن جاری می‌شود، پیچ و خم‌هایش را می‌سپرد و به انجام می‌رسد» (حمیدرفیعی، ۱۳۶۷: ۷۹). عنوان مقاله، مجموعه‌ای از چند واژه که با ویژگی ساختاری معین در آغاز مقاله آمده و گویای دقیق ابعاد همه‌جانبه متن مقاله است. عنوان مقاله نقطه مرکزی برای مدار متن مقاله است که در محور افقی، در کنار محتوا و درون‌مایه مقاله، یک عنصر درون متنی و در محور عمودی یک عنصر فرامتنی محسوب می‌شود.

### ۲-۳. عنوان یابی

واژه «یافتن» در لغت «رسیدن، پیدا کردن» (دهخدا، ۱۳۷۷: ذیل واژه) است. «یافتن» در اصطلاح عنوان‌یابی برای مؤلف مقاله «رسیدن به عنوان» و برای مخاطب «پیدا کردن عنوان» است. از این رو، عنوان‌یابی مؤلف، رسیدن به عنوان «رسا و صریح،

بدیع، با جهت‌گیری پژوهشی و درست ساخت» (قراملکی و شالباف، ۱۳۸۶: ۶۸) بوده که قبل از هر خاستگاه ذهنی و بیرونی مرهون تسلط و چیرگی پژوهشگر بر مسأله‌ی پژوهش (problem) در فرآیند مطالعاتی منظم و فراگیر است که در مرحله عنوان‌یابی به منصفی ظهور می‌رسد.

توانایی در عنوان‌یابی، قدرت نویسندگی نویسنده و تازگی متن اثر را به ذهن می‌رساند و نبود توانایی در عنوان‌یابی صحیح، نشان از عدم تسلط پژوهشگر به مسأله پژوهش، کوشش پژوهشگر به ساخت ذهنی مسأله به جای یافت علمی مسأله در فرآیند مطالعاتی مورد نظر و در نهایت نشان از گرایش به عنوان‌سازی در پژوهش است. غالباً در موردی که ساخت عنوان جایگزین یافت عنوان شود، نشان از تکرار، کلیشه‌ای بودن مطالب و نفی نوآوری دارد و این، یعنی؛ نفی پژوهش در معنای درست واژه. از این رو، «ظریف‌ترین امر در هر مقاله پژوهشی انتخاب عنوان آن است» (فرامرزی قراملکی، ۱۳۹۱: ۱۹۶).

#### ۴-۲. آسیب‌شناسی

اصطلاح آسیب‌شناسی (pathology) نخستین بار در حوزه‌ی علوم پزشکی و به معنای مطالعه و شناخت عوامل بی‌نظمی در سیستم بدن به کار رفت و بعدها آسیب‌شناسی به معنای شناسایی ناهنجاری در همهی رشته‌ها از جمله علوم انسانی، علوم اجتماعی، علوم دینی و... مورد توجه قرار گرفت.

#### ۳. شاخص‌های عنوان‌یابی

به طور معمول، گزینش عنوان در آثار علمی اتفاقی نیست بلکه بر مبنای اهداف نویسنده انجام می‌گیرد «نویسندگان با آوردن هر نام، اهداف مورد نظر خود را دنبال می‌کنند» (لاج، ۱۳۹۳: ۸۱). از این رو، اهمیت «عنوان‌یابی» کمتر از بحث «عنوان» و «عنوان‌شناسی» (Titology) نیست. «انتخاب یک عنوان زیبا و مناسب کار ساده‌ای به نظر می‌رسد؛ اما، در عمل اغلب چنین نیست» (توانگر، ۱۳۸۰: ۳۹). از برجسته‌ترین ابعاد گزینشی برای عنوان بُعد محتوایی و ساختاری است؛

#### ۳-۱. بُعد (Dimension) محتوایی

۱-۳. مُشیر به مسأله بودن: عنوان مقاله نمایانگر مسأله مقاله است و باید محتوای متن مقاله را آیینگی کند؛ اما، پژوهش‌ها نشان از آن دارد که «تنها ۴۰ درصد عناوین از سازگاری کامل با موضوع برخوردارند» (بزرگی، ۱۳۷۸: ۲۵). مُشیر به مسأله نبودن عنوان، منجر به شائبه‌ی فریب مخاطب می‌شود. <sup>۲</sup> شفیع‌ی کدکنی در مورد گزینش عنوان برای کتاب «چراغ و آینه» می‌نویسد: «عنوان دو کتاب را می‌خواستم جای پای شعرِ فرنگی در تحوّل شعرِ معاصر ایران قرار دهم تا بتواند بخش اصلی هدف و نیز محتویات کتاب را آیینگی کند» (شفیع‌ی کدکنی، ۱۳۹۰: ۲۷).

۳-۱-۲. **رسایی در عنوان:** از دیگر مولفه‌های عنوان‌یابی در بُعد محتوایی، نبود ابهام و بود صراحت و رسایی در عنوان است که گاهی اهمیت و جایگاه آن، با «جذاب بودن» (خاکی، ۱۳۹۱: ۱۰) در عنوان کتاب اشتباه گرفته می‌شود «اصولاً در مقاله‌های علمی رسایی و گویایی عنوان در مقایسه با جذابیت، اهمیت بیشتری دارد و باید توجه کرد که جذابیت، باعث از دست رفتن گویایی عنوان نشود» (میرزایی، ۱۳۹۰: ۶۰). اگرچه جذاب نمودن عنوان مقاله در اصل رسانگی و ماندگاری در ذهن مخاطب بی‌تأثیر نیست؛ ولی، نمی‌توان کارکرد عنوان در مقالات علمی را تنها در رسانگی و جذاب بودن آن دانست.

۳-۱-۳. **جزئی بودن:** از ویژگی نگرش مسأله‌محور و تولید محتوا در مقالات علمی، جزئی‌نگری و تحلیل متمرکز بر یک بُعد از ابعاد موضوع است که برای پژوهشگر واقعی در فرآیند (process) مطالعاتی و رسیدن به نقطه نیاز - احتیاج - یافت شده و در عنوان پژوهش وی به منصفی ظهور می‌رسد.

### ۳-۲. بُعد ساختاری

۳-۲-۱. **گزینش واژگانی:** واژگان عنوان مقاله باید دارای بار علمی مقاله باشند و هم‌چنین از واژگان کلیشه‌ای، تکراری، کهنه و بی‌ربط نباشند. گزینش واژگان صحیح و نو برای عنوان با دو رویکرد معنایی و ساختاری نشان از احاطه علمی پژوهشگر به عمق مسأله است. واژه‌ی در عنوان باید بتواند ذهن و زبان پژوهشگرانه مؤلف را در ذهن مخاطب رسانگی کند و «مثل یک آگهی تبلیغاتی که علاقه دیگران را به مقاله جلب کند» (حیاتی و علیجانی، ۱۳۸۹: ۶۰)

۳-۲-۲. **تعداد واژگان:** از مولفه‌های برجسته در بُعد ساختاری برای عنوان‌یابی تعداد واژگان عنوان است. مجله انجمن روانشناسی آمریکا (A.P.A) «تعداد واژه‌های عنوان را، دوازده کلمه تصویب کرده است» (سیف، ۱۳۷۵: ۱۲). در برخی از منابع روش تحقیق «واژگان یک عنوان مقاله علمی-پژوهشی بین پنج تا پانزده واژه دانسته شده است» (شیرانی، ۱۳۸۶: ۳۱) و «در برخی از مقالات اصل بر این است که عنوان مقاله از دو خط چایی تجاوز نکند» (ظریف، ۱۳۹۳: ۲۸). به نظر می‌رسد، با وجود شرط جامع، کامل و مشتمل بر مسأله بودن بودن، ایجاز در عنوان پسندیده است؛ زیرا، عنوان‌های طولانی منجر به ابهام و عدم تأثیرگذاری بر خواننده می‌شود.

۳-۲-۳. **ترکیب واژگانی:** از دیگر مولفه‌های بُعد ساختاری برای عنوان مقاله که گویای نوآوری مقاله است؛ ترکیب واژگانی در عنوان است. در ترکیب واژگانی، هم چگونگی پیوند واژگان با یکدیگر و هم درست‌ساخت بودن عبارت ترکیبی مؤثر است؛ زیرا، «چگونگی پیوند اجزا با یکدیگر مسأله‌ای است که رعایت آن در زیبایی و یا عدم زیبایی، کمتر از زیبایی اجزا اهمیت ندارد» (شفیعی کدکنی، ۱۳۹۸: ۱۹) و از دیگر سو، «عنوان باید به لحاظ نگارش درست‌ساخت و بر قواعد نگارش فارسی منطبق باشد» (قراملکی و شالباف، ۱۳۸۶: ۷۱).

بر همین مبنا، جمله بودن عنوان و یا عنوان جمله‌ای برای مقاله نوعی آسیب به شمار می‌رود؛ زیرا «همین که گوینده از شکل گرامری وجه خبری عدول کرده و از یک بیان خطابی بهره برده است» (شفیعی کدکنی، ۱۳۹۸: ۹۸) با اصل تازگی در عنوان سازگاری دارد. بنابراین، اهمیت ترکیب واژگانی برای عنوان مقاله کمتر از نوع واژگان به کار گرفته و محتوای واژگانی نیست؛ زیرا، ترکیب نامناسب می‌تواند یک مانع در ارتباطات علمی محسوب شود.

#### ۴. برجسته‌ترین آسیب‌های عنوان‌یابی در مقاله‌های مجلات ادبیات عرفانی

##### ۴-۱. کلی بودن عنوان

نبود نگاه جزئی‌نگر در عنوان مقالات بیانگر نبود مسأله و یا نبود تلقی درست از مسأله در مقاله است. از برجسته‌ترین پیامد ساخت عنوان کلی برای مقاله، سردرگمی مخاطب در پیدا کردن مقاله در جستجوگرهای اینترنتی است؛ زیرا، «پژوهش‌های جدید نشان می‌دهند افراد ترجیح می‌دهند تا از طریق کلیدواژه‌های عنوان به جستجوی مورد نظر خود بپردازند» (بزرگی، ۱۳۷۸: ۳۰). در نتیجه، کلی‌گویی در عنوان از ارزش مخاطب‌پروری مقاله کاسته و تعداد خوانندگان مقاله را کاهش می‌دهد؛ زیرا، بخشی از جذب مخاطب و مخاطب‌پروری یک مقاله یا مجله در دارا بودن عناوین درست است و «به کارگرفتن شیوه‌ی نامناسب-در هر یک از ابعاد مقاله-، موجب نارسایی اثر و بی‌توجهی به یک پژوهشی پرزحمت علمی می‌شود» (هروی، ۱۳۸۶: ۹۵). برای نمونه<sup>۳</sup>:

۴-۱-۱. مقاله «خواجوی کرمانی در آثارش (۱۳۱۶)»: عنوان مقاله بیانگر این است که، محتوای مقاله درصدد معرفی خواجوی کرمانی از درون آثارش است؛ اما کدام بُعد از ابعاد وجودی خواجوی کرمانی مشخص نیست. مخاطب با عنوان کلی بیان شده می‌تواند حدس‌های متفاوتی داشته باشد و همین چنداحتمالی برآمده از یک عنوان، سردرگمی ذهنی مخاطب را به همراه خواهد داشت و در نهایت از ارزش مخاطب‌پروری مقاله می‌کاهد.

۴-۱-۲. مقاله «طرز بابا فغانی (۱۳۸۱)»: مقاله درصدد بیان شیوه شاعری و تحلیل اشعار شاعر نیمه دوم قرن نهم هجری با نگاه سبک‌شناسانه است؛ اما، عنوان کلی بیان شده چگونه می‌تواند گستره‌ی وسیع مطالب درباره‌ی شیوه شاعری شاعر و یا نگاه سبک‌شناسانه شاعر را بیان کند!! عنوان مقاله باید آینه تابش برای شناساندن متن باشد «که با آن بتوان یک اثر را شناخت و بین آثار متفاوت تمایز قائل شد» (فکری الجزار، ۱۹۹۸: ۱۵) عنوان «طرز بابا فغانی» می‌توانست عنوان یک کتاب سبک‌شناختی در مورد شاعر باشد؛ زیرا نبود جزئی‌نگری هم در عنوان مقاله و هم در عناوین درون مقاله قابل مشاهده است؛ تا جایی که، هر یک از عناوین درون مقاله می‌توانند عنوان مقاله جداگانه باشند. برای نمونه: «زبان شعر بابا فغانی»، «بلاغت بابا فغانی»، «نظام فکری بابا فغانی».

۳-۱-۴. مقاله «چشم خروس (۱۳۸۱)»: مخاطب با عنوان بیان شده-چشم خروس- نمی‌تواند دریابد که مقاله مربوط به «تحلیل زیباشناختی از تصاویر چشم خروس در متون کهن فارسی» است و چه بسا همین عنوان کلی، پیداکردن مقاله در فضای اینترنتی را با مشکل روبرو سازد و تعداد مخاطبان مقاله را کاهش دهد و در نهایت روند کاهشی ضریب تأثیر (Influence factor) مقاله برای مجله از همین خاستگاه باشد.

۴-۱-۴. مقاله «از حال تا قال (۱۳۸۱)»: فرض بر این که مخاطب بداند که منظور عنوان مقاله بیان تاریخچه و تحلیل روند به قال درآمدن حالات عرفا و نظام‌مند شدن آن حالات در مکاتب فکری گوناگون است؛ از کجا بداند که این تحلیل در کدام اثر و با چه رویکردی مورد واکاوی قرار گرفته است؟

۵-۱-۴. مقاله «زهد پارسا (۱۳۸۷)»: در مقدمه مقاله آمده است: «نوشتار حاضر مفهوم زهد و ورع و جایگاه این دو مقام را از اوایل قرن پنجم با جستجو در آرای مشایخ بزرگ آن دوره تا رسیدن به دوره شاعر مورد نظر -بیدل دهلوی- بررسی می‌کند و ضمن دستیابی به آرای مشترک و متفاوت مشایخ با شاعر نامی بیدل، محور دلایل اختلاف نظر ایشان را منعکس نماید» (ص ۱۴۸-۱۴۷). واقعا مخاطب با دو واژه «زهد پارسا» چگونه بتواند این اهداف نویسنده را حدس بزند؟ به عبارت دیگر، چه میزان از رابطه بین مسأله مقاله و عنوان مقاله از عنوان بیان شده قابل دریافت است؟

نمونه‌های دیگر از عناوین کلی در مقاله‌های مجلات ادبیات عرفانی:

- فروغی و فردوسی (۱۳۸۶)

- حکمت معصومیه الهیه (۱۳۸۶)

- زبان و واژگان شعر (۱۳۸۶)

- از سماع تا وجد (۱۳۸۶)

- شاهنامه و نجوم (۱۳۸۶)

- جمال شناسی گلشن راز (۱۳۸۹)

- منطق تصویری شعر (۱۳۸۹)

- اسطوره و ادبیات مدرن (۱۳۹۰)

- علم ناآموخته (۱۳۹۱)

- حافظه مولانا (۱۳۹۲)



- ضحاک و بین النهرین (۱۳۹۲)

- عقل و عشق در گاهان (۱۳۹۳)

- سنایی و اخلاق حرفه‌ای (۱۳۹۵)

- فرامتن‌های سلمان و ابسال (۱۳۹۷)

تحلیل سیرالعباد إلى المعاد سنائی غزنوی (۱۳۸۸)

آسیب کُلی‌نگری در عنوانِ مقاله تقریباً در ۸/۷ درصد از مقاله‌های سه مجله ادبیات عرفانی-گوهر گویا، ادب عرفانی، ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی- قابل مشاهده است.

### آسیب کُلی بودن عنوان

تعداد عناوین کُلی	درصد عناوین کُلی	تعداد حجم نمونه
۲۷	۸/۷	۳۱۰

### ۲-۴. ابهام در عنوان

«ژرار ژنت در اثر خویش با عنوان **زمینه‌ها** چهار نقش تعیین‌کنندگی، وصفی، دلالت‌کننده و ترغیبی را کارکردهای اساسی عنوان بیان می‌کند» (به نقل از بخیت، ۱۳۹۲: ۴۱-۳۹). کارکرد ترغیبی در عنوانِ مقاله به شرط وجود سه کارکرد قبلی مورد پذیرش است و گرنه مقاله‌ای که عنوانش گویای هویت متن، محتوای و درون‌مایه‌ی متن و توصیفی از متن نباشد و یا به عبارت دیگر؛ مبهم باشد؛ کارکرد ترغیبی آن یک کارکرد منطقی برای عنوانِ مقاله نیست. برای نمونه؛ عنوان «بر مرکب خیال» (رضایی، ۱۳۸۸) بر مقاله‌ای است درباره‌ی انگیزه و اقسام سفرنامه‌های خیالی در جهان معاصر عرب؛ اگرچه، عنوانی جذاب و برانگیزنده است؛ ولی، صراحت و تعیین‌کنندگی در آن واضح نیست. بنا بر این، ابهام‌گرایی و مبهم بودن عنوانِ مقالات یک آسیب ساختاری-محتوایی در مقالات به حساب آمده که موجب سردرگمی مخاطب در بازیابی مقاله از سایت است.

از برجسته‌ترین عناوین در مقاله‌های مجلات ادبیات عرفانی که دارای آسیب مُبهم‌گویی هستند عبارت‌اند از:

۱-۲-۴. مقاله «وقت حافظ (۱۳۹۴)»: نگارنده اصطلاح «وقت» در اشعار حافظ را با رویکرد عرفانی مورد بحث قرار داده است. وجود چند احتمالی و عناوین محتمل برآمده از عنوان موجود، پیدا کردن مقاله را مشکل نموده و تعداد بازدیدکنندگان مقاله را کاهش می‌دهد. از این رو، باید «عنوانی مناسب‌تر شناخته و شناسانده شود تا معلم و متعلم از سردرگمی در این عرصه رهایی یابند» (طباطبایی و رضاداد، ۱۳۹۱: ۶۴). تشویش ذهنی و رنجش خاطر مخاطب از عنوان مبهم، می‌تواند گویای عدم یافت و رسیدن صحیح به عنوان و در نهایت جایگزینی ساخت عنوان به جای یافتن عنوان از طرف مؤلف باشد. بنا براین، تعیین‌کنندگی باید از کارکردهای عنوان مقاله باشد برخلاف عنوان داستان که باید «نادانی را طرح و میل به دانستن را خلق کند» (کنگرانی، ۱۳۸۸: ۸۵ به نقل از نوبرت). اگرچه، مبهم‌گویی در عنوان با هدف ایجاد انگیزه در مخاطب برای ادامه خوانش متن، نوعی مخاطب‌پروری محسوب می‌شود؛ ولی، -مخاطب‌پروری- غالباً برای عنوان داستان، آثار آموزشی و ... صحیح به نظر می‌رسد نه در عنوان مقالات علمی.

از این رو، «هرچند عنوان باید جذاب باشد و هرگز نباید از تلاش برای برانگیختن علاقه و انگیزه خوانندگان باکی داشته باشید ... و نویسنده باید سعی کند عنوان مقاله‌اش، افسون‌گر و آگاهی‌دهنده باشد؛ ولی، دقت کنید که در دنیای احساسات گم نشوید و بدانید که دست شما در نوشتن عناوین هنرمآبانه چندان باز نیست» (هال، ۱۳۷۸: ۴۲). برای نمونه در عنوان «باغ نظر و رامش دل»: <sup>۴</sup> مخاطب هیچ حدس و گمانی درباره فحوای متن مقاله نمی‌تواند داشته باشد و عنوان در آدرس‌دهی برای محتوا هیچ نقشی را ایفا نمی‌کند.

۲-۲-۴. مقاله «رابعه در گذار از پل مجاز (۱۳۸۹)»: نگارنده در چکیده مقاله می‌نویسد: در این مقاله، با نگاهی ساختارشکنانه، نخست، تردد روانشناختی رابعه در دو قلمرو عشق و عرفان کاویده و آسیب‌گاههای نگره عرفانی رابعه با تأمل بر خصیصه‌های وابستگی، مازوخیستی و از خود بیگانگی او گزارده می‌شود. سپس در بخشی با عنوان رابعه به مثابه زن نارس‌سیست، چرایی گرایش او به عرفان از منظری نوین تحلیل می‌گردد». مخاطب با دیدن این عنوان به چند درصد از این اهداف و نگرش‌های بیان شده می‌رسد؟ و یا چند مورد از این اهداف با عنوان فعلی مقاله قابل دست‌یابی است؟ گویایی و رسایی عنوان در بازگویی محتوا چقدر است؟

۳-۲-۴. مقاله «همچو شیری در نقش گاو -تثوفانی‌ها در آثار مولوی- (۱۳۹۲)» نویسنده در این مقدمه مقاله می‌نویسد: «در این مقاله، در باره سمبلی بحث می‌کنیم که مولانا آن را آفریده است. به کار گرفتن این سمبل، برای سمبلیزه کردن چند پدیده متفاوت، ریشه در نوع آن پدیده‌ها دارد. در این میان، امکان اطلاق واژه تثوفانی به همه آن‌ها وجه مشترک و کارگشایی است. بنابراین، ابتدا مفهوم تثوفانی را بیان می‌کنیم؛ سپس از قرآن، حدیث و سنت - که تثوفانی‌های موجود در

اسلام معرفی می‌کنند- شواهدی ذکر خواهیم کرد . پس از آن، مواردی را که این سمبل در مثنوی و دیگر آثار مولانا شرح و بررسی خواهیم کرد».

چه مقدار از این اهداف بیان شده نویسنده در مقدمه با عنوان «همچو شیری در نقش گاو» قابل بازیابی است؟ واژگان موجود در عنوان تا چه حد مرتبط با مسأله مقاله واضح و گویا هستند و نقش تعیین‌کنندگی را به درستی ایفا می‌نمایند؟

نمونه‌های دیگر از عناوین مبهم در مقاله‌های مجلات ادبیات عرفانی:

- فسق حافظ و گناه آدم (۱۳۸۹)
  - مکاشفات شبانه حافظ (۱۳۹۲)
  - جغرافیای ملکوتی و اوقات عرفانی (۱۳۹۵)
  - نور سیاه در ادب عرفانی (۱۳۹۳)
  - مهلتی بایست تا خون شیر شد (زایش شمس تبریزی از خون حسین بن منصور حلاج از یک نسخه تعزیه) (۱۳۹۶)
  - حباب خانه به دوش (طرحی نو در طبقه‌بندی عناصر مضمون‌ساز در دیوان صائب) (۱۳۸۷)،
  - سرای سکوت (بحثی درباره سکوت و تولد دوباره مولوی در دیدار با شمس تبریزی) (۱۳۸۹)
  - نگاره ماندالا، ریختار ساخت اسطوره، حماسه اسطوره‌ای و عرفان (۱۳۸۹)
  - جامی و مشکل عشق (۱۳۹۰).
- حدود ۵/۵ درصد از عنوان مقاله‌های مجلات ادبیات عرفانی-گوهر گویا، ادب عرفانی، ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی- دارای «ابهام در عنوان» هستند.

#### ابهام در عنوان

تعداد حجم نمونه	تعدادا واژگان مبهم	درصد عناوین مبهم
۳۱۰	۱۷	۵/۵

#### ۳-۴. عناوین طولانی

از دیگر آسیب‌های موجود در عناوین مقاله‌ها در مجلات ادبیات عرفانی عنوان‌های بلند و طولانی است؛ طولانی بودن عنوان مقاله منجر به ابهام، عدم انگیزش در مخاطب در استراتژی ادامه خوانش، عدم تأثیرگذاری مطلوب در جذب و به

ذهن‌سپاری عنوان می‌شود و در مقابل «کوتاه و در عین حال رسا بودن عنوان، بدون اشکال بودن از نظر نحوه‌ی نگارش محورهای است که مقبولیت و مطلوبیت مقاله را افزایش می‌دهد» (طیبی و همکاران، ۱۳۹۵: ۹۸).

هر گاه عناوین بلند و طولانی مقاله با نگاه جزئی‌نگرانه در مسأله قرین گردد مورد تحسین است؛ اما، در بسیاری از موارد «نویسندگان دانشگاهی ما در انتخاب عنوان‌های بلند مشکلی ندارند؛ مسأله در پرورندگان آنهاست. نویسنده -با عنوان بلند- خواننده را در نگاه اول مرعوب نگاه تخصصی خود می‌سازد؛ اما، برخلاف انتظاری که عنوان مقاله در او ایجاد کرده است با تقسیم‌بندی کلی روبه‌رو می‌شود» (صلح‌جو، ۱۳۷۸: ۵۸). یا با پراکنده‌گویی در متن مواجه می‌شود. برای نمونه: ۱-۳-۴، مقاله «معرفی تحلیلی و مقایسه سه سیرت‌نامه محمد بن عثمان درباره دو تن از مشایخ معروف فارس در قرن هشتم -شیخ ابواسحاق کازرونی و شیخ امین‌الدین بلینی- (۱۳۹۴)» از طرفی، ماندگاری عنوان مقاله در ذهن مخاطب که از مولفه‌های مخاطب‌پروری است در چنین عنوان‌های طولانی چندان مشهود نیست؛ از دیگر سو، چند احتمالی از عنوان بیان شده در نگاه اول، مخاطب را در سردرگمی فرو می‌برد.

۲-۳-۴. مقاله نقش «من نفسانی» در مقالات شمس؛ تجلی «فرآیند آینه» در «ساحت خیالی»، مؤلف و خصایص «نارسیستی» آن (۱۳۹۱)» مخاطب با چنین عنوانی چگونه دریابد که مقاله در کدام گستره‌ی موضوعی به پردازش داده‌ها پرداخته است؟ عنوان بیان شده به راحتی می‌تواند دربردارنده‌ی سه مسأله جداگانه باشد -«من نفسانی در مقالات شمس»، «تجلی فرآیند آینه در ساحت خیالی»، «مؤلف و خصایص نارسیستی من نفسانی»- و نتیجه‌گیری از مسائل جداگانه در قالب یک مقاله، مقاله را از تحلیل دقیق مسأله دور سازد.

بنابراین، عناوین مرکب برآمده از مسائل ترکیبی، جدای از آسیب‌ساختاری و به وجود آمدن مشکل در پیدا کردن مقاله در جستجوگرهای اینترنتی، می‌تواند یک آسیب‌محتوایی نیز به همراه داشته باشد و محتوای مورد نظر مؤلف نتواند در مخاطب نهادینه شود و در نتیجه لذت علمی لازم را به همراه نداشته باشد.

۳-۳-۴. مقاله «تحلیل و تطبیق سه اصطلاح تمثیل، التباس و منازل در نظام فکری عین القضاة همدانی و روزبهان بقلی (۱۳۹۶)» عنوان بیان شده با برشمردن سه اصطلاح در طولانی نمودن عنوان موثر بوده است.

**نمونه‌های دیگر از عناوین طولانی در مقاله‌های مجلات ادبیات عرفانی:**

- مقایسه تحلیلی مبدأ و مقصد روح در آیین زردتشت و یهود با سه اثر از عارفان مسلمان (اللعم فی التصوف، شرح التعرف لمذهب التصوف، کشف المحجوب) (۱۳۹۱)
- فردوسی و شاهنامه در منظومه‌های پهلوانی، دینی و تاریخی پس از او-ذیلی بر سرچشمه‌های فردوسی‌شناسی- (۱۳۸۷)
- بررسی ویژگی‌های سبکی کشف المحجوب با رویکرد نظریه انتقادی در چارچوب دستور نقش‌گرای هلیدی (۱۳۹۳)

- بررسی عوامل یقظه و انتباه از نظر خواجه عبدالله انصاری و جایگاه آن در شرح حال عارفان در تذکره الاولیا (۱۳۹۴)  
- ارتباط بافت موقعیتی و لایه‌های معنایی زبان در رساله «در بیان سلوک» کتاب انسان کامل؛ با تکیه بر رویکرد نقش‌گرای هلیدی (۱۳۹۷)

- بررسی کهن‌الگوی انسان نخستین و نمودهای آن در بخش پیشدادی شاهنامه فردوسی بر مبنای اسطوره‌شناسی تحلیلی (۱۳۹۳)

- بررسی تحلیلی و تطبیقی نخستین زیستگاه و هبوط انسان در کتاب مقدس با دیگر اسطوره‌های خاورمیانه (۱۳۹۴)  
- حدود ۴/۵ درصد از عنوان مقاله‌های مجلات ادبیات عرفانی-گوهر گویا، ادب عرفانی، ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی- از آسیب «طولانی بودن عنوان» برکنار نیستند.

#### عناوین طولانی

تعداد حجم نمونه	تعداد واژگان مبهم	درصد عناوین مبهم
۳۱۰	۱۴	۴/۵

#### ۴-۴. نقص در ترکیب واژگانی عنوان

از دیگر آسیب‌های ساختاری موجود در عناوین مقاله‌های مجلات عرفانی، تکرار برخی از واژگانی است که در آثار روش تحقیق از آن واژگان به عنوان واژگان نامناسب در عنوان مقاله یاد شده است. واژگانی مانند «پیرامون» بررسی...، نگاهی به...، نیم‌نگاهی به...، سیری در...، پژوهشی عمیق در...، آشنایی با...، مقدمه‌ای بر...، تأملی در... .  
۴-۴-۱. **واژه‌ی «بررسی»:** فتوحی واژه «بررسی» را جزو واژگان زاید در عنوان مقاله می‌داند که «عنوان را طولانی می‌کند و فهرست‌نویسان را به اشتباه می‌اندازد که حذف آن از عنوان جایز است» (فتوحی، ۱۳۸۹: ۱۶۳).

حاجی‌خانی در مقاله‌ای، عنوان «نقد و بررسی تحلیلی-متنی فرازی از دعای گُمیل» را طولانی دانسته و می‌نویسد: «واژگان زایدی چون بررسی را می‌توان از آن حذف کرد» (حاجی‌خانی و امینی، ۱۳۹۵: ۷۰). سمیعی‌گیلانی واژه‌ی «بررسی» را برای نوعی از نوشته می‌داند که در آن «نوع و سطح محتوایی اثر معرفی می‌شود. در «بررسی» علاوه بر گزارش اجمالی محتوا،

مقام و موقع اثر در عرصه‌ی خودش تعیین می‌شود.» (سمیعی‌گیلانی، ۱۳۸۶: ۲۶). بنابراین «بررسی» دارای درون‌مایه گزارش‌اجمالی از محتوا و بیانگر نبود نوآوری است و این برخلاف رویکرد پژوهشی است.

در مقابل، از معناهای واژه‌ی «بررسی» در لغت «غوررسی و یا اظهار نظر در محتوای کتاب و یا مقاله» (دهخدا، ۱۳۷۷: ذیل واژه) آمده است. در برخی از آثار روش تحقیق واژه‌ی «بررسی» (survey) در کنار واژگانی چون «مطالعه، کارایی، ارتباط و ... جزو افعال قابل استفاده در تدوین عناوین پژوهشی آمده است». (طیبی و همکاران، ۱۳۹۵: ۹۶).<sup>۶</sup>

به نظر می‌رسد، بکارگیری واژه‌ی «بررسی» در متن مقالات فارسی خالی از لطف نیست. شاید دیدگاه نبود واژه «بررسی» در عنوان مربوط به روش کیفی باشد وگرنه در روش کمی، چه بسا در رسیدگی دوباره، نتیجه و آماری متفاوت از نتیجه و آمار پیشین به دست آید. در مجلات مورد واکاوی کمتر دوره‌ای پیدا می‌شود که واژه‌ی «بررسی» در عناوین مقالات نباشد. برای نمونه در شماره ۵۹ (۱۳۹۹) مجله ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی ۶ مقاله از بین ۱۰ مقاله در دوره در عنوان واژه‌ی «بررسی» دارند. از آسیب‌های موجود در عناوین مقاله‌های مجلات ادبیات عرفانی - گوهر گویا، ادب عرفانی، ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی - بکارگیری واژگان نامناسب در ترکیب واژگانی عنوان است.

نمونه‌ای از عنوان مقاله با واژگان نامناسب و نقص در ترکیب واژگانی:

- نگاهی نو به پدیده‌های کهن - تخلص و بهره‌وری از آن - (۱۳۸۴)
  - تأملی در چند واژه از کتاب اسرارالتوحید (۱۳۸۵)
  - گریزی به سوی جهان آرمانی در شعر سهراب سپهری و ویلیام باتلر ییتس (۱۳۸۵)
  - نگاهی به خاطره‌نویسی و مقایسه آن با زندگی‌نامه و سفرنامه (۱۳۸۶)
  - نگاهی به نمادپردازی عطار در منطق الطیر (۱۳۸۷)
  - جستاری در رویکرد مولوی به از خود بیگانگی انسان با نگرش به انسان معاصر (۱۳۹۰)
  - درنگی در معنای چند واژه و تعبیر در تذکره الاولیا (۱۳۹۵)
  - تأملی در ویژگی زبانی و املائی نسخه خطی نخستین شرح کامل مثنوی به زبان فارسی در آسیای صغیر (۱۳۹۶)
  - تبّعی در شرح گیسو دراز بر الرسالة القشریه (۱۳۹۶)
- حدود ۱۲/۳ درصد از عنوان مقاله‌های مجلات ادبیات عرفانی - گوهر گویا، ادب عرفانی، ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی - از آسیب «نقص در ترکیب واژگانی» برکنار نیستند.<sup>۵</sup>

#### آسیب نقص در ترکیب واژگانی عنوان

تعداد حجم نمونه	تعداد عنوان با ترکیب واژگانی نامناسب	درصد عناوین با واژگان نامناسب
-----------------	--------------------------------------	-------------------------------

۱۲/۳	۳۸	۳۱۰
------	----	-----

علاوه بر آسیب‌های برجسته بیان شده؛ آسیب‌های دیگری هم در عناوین مقالات در مجلات عرفانی-گوهر گویا، ادب عرفانی، ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی- قابل مشاهده است. برای نمونه:

- بیان عنوان در قالب جمله پرسشی؛

مناظره گل و مل از کیست؟ (۱۳۸۶)،

چرا پهلوان نامه‌های پس از شاهنامه مطرح نشدند؟ (۱۳۸۸).

- پیش‌داوری کردن در عنوان؛

حافظ تقدیرگرای سازگار گرا (۱۳۹۱)؛

فروغ فرخزاد؛ شاعر عاطفه و شکست (۱۳۸۵)؛

بازنگری رمز تنبیه اول نمط نهم اشارات و تنبیهات در تبیین عدم صحت انتساب تصنیف سلیمان و ابسال به ابن سینا (۱۳۹۷).

- عدم انطباق عنوان با محتوا؛

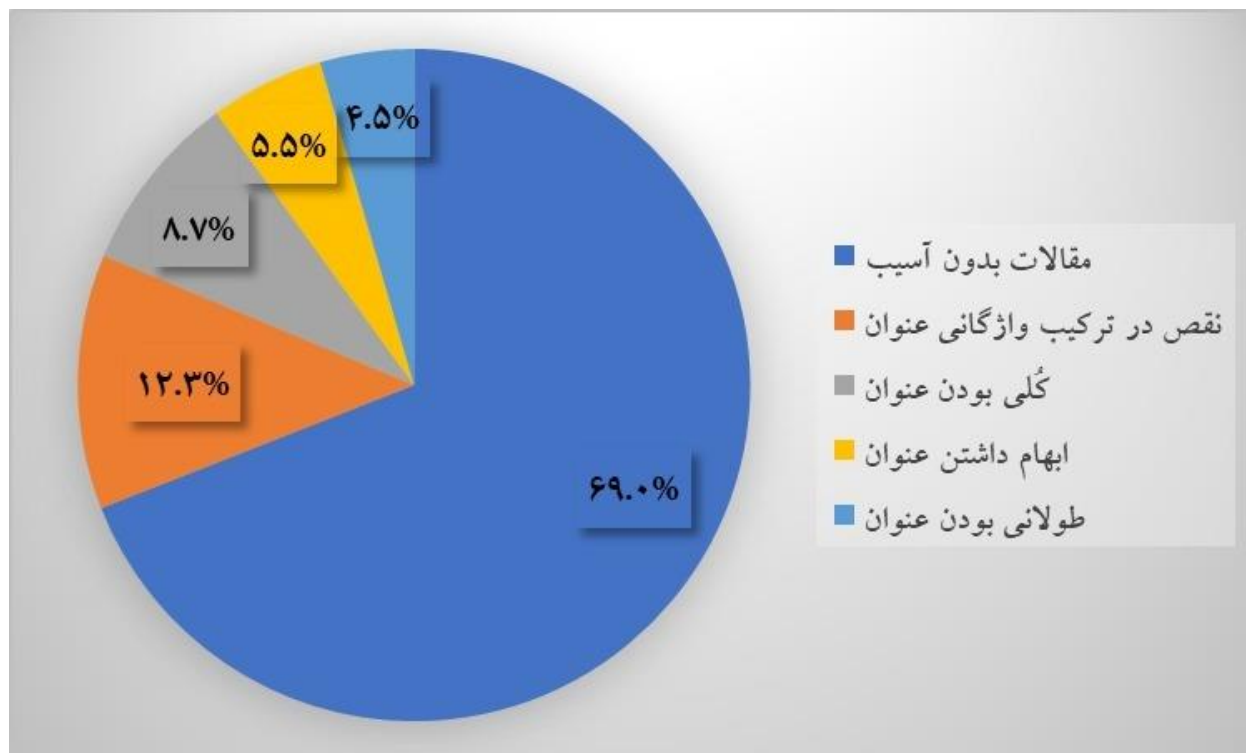
همچو گلبرگ طری بود وجود تو لطیف (۱۳۹۶)

- و مواردی چون؛ بزرگنمایی و تعریف نابجا در عنوان، کاربرد واژگان کلیشه‌ای در عنوان، کاربرد واژگان تکراری

در عنوان، تقلیدبرداری از عنوان دیگران و عنوان‌سازی و ساختگی کردن ترکیبات نادرست در عنوان.

نمودار آسیب‌های عنوان‌یابی در مقاله‌های مجلات ادبیات عرفانی

نوع آسیب مورد واکاوی	تعداد مقالات دارای آسیب	درصد عناوین	حجم نمونه	جامعه پژوهش
نقص در ترکیب واژگانی عنوان	۳۸	۱۲/۳	۳۱۰	۱۰۰۳
کلی بودن عنوان	۲۷	۸/۷	۳۱۰	۱۰۰۳
ابهام داشتن عنوان	۱۷	۵/۵	۳۱۰	۱۰۰۳
طولانی بودن عنوان	۱۴	۴/۵	۳۱۰	۱۰۰۳



### نتیجه گیری

عنوان مقاله معادل نام مقاله و معرف محتوای مقاله است. عنوان مقاله بنا بر دلایل بیان شده دارای ارزش و اهمیتی بیشتر از عنوان در مقاله و یا عنوان کتاب است. هر نوع سهل انگاری در نوشتن عنوان مقاله می تواند بدنامی مقاله، نارسایی اثر و هدررفت زحمات نویسندگان را در پی داشته باشد. از این رو، آسیب شناسی عناوین مقالات مرتبط با یک مجله ادبی در رویکرد «نقد نقد» با هدف اجتناب از تکرار نواقص می تواند گویای ارتقای علمی سطح مقالات معین در آن مجله و یا در آن گرایش علمی باشد.

واکاوی آسیب های عنوان یابی در مقاله های مجلات ادبیات عرفانی - گوهر گویا، ادب عرفانی، ادبیات عرفانی و اسطوره - شناختی - با دو رویکرد محتوایی و ساختاری نشان از آن دارد که؛ در رویکرد محتوایی کلی گویی و یا موضوع گزینی به جای مسأله گزینی و ابهام گرایی در عنوان دو آسیب برجسته به شمار می رود. در رویکرد ساختاری وجود عنوان های بلند



و طولانی و بکارگیری واژگانی چون «بررسی» در ترکیب ناقص واژگانی از آسیب‌های برجسته به شمار می‌رود. در مجموع بیش از ۳۱ درصد از عناوین مقالات موجود در حجم نمونه از آسیب ساختاری یا محتوایی به دور نیست.

عدم آگاهی کافی از کارکردهای نقش‌برانگیز و اساسی عنوان مقاله به ویژه در دنیای معاصر، عدم تسلط پژوهشگران به مسأله مقاله و جایگزین شدن پدیده عنوان‌سازی در جایگاه عنوان‌یابی، عدم آگاهی نسبت به کاربرد درست واژگان و یا واژگان درست در عنوان مقاله و عدم مسأله‌بودگی عنوان مقاله برای نویسنده به دلیل عدم وجود نیاز واقعی از خاستگاه‌های برجسته در پیدایش آسیب‌های مختلف در عنوان‌یابی و عنوان‌گزینی عناوین مقالات در مجلات ادبیات عرفانی - گوهر گویا، ادب عرفانی، ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی - به حساب می‌آید.

عنوان‌شناسی، تسلط در مسأله‌یابی، وسعت دایره‌ی واژگانی ذهن، تبدیل واژگان غیرفعال (passive vocabulary) ذهنی به واژگان فعال در مهارت‌های نگارشی (writing skills)، خلاقیت‌پروری ناشی از مطالعه، دقت نظر در فن بیان و نوشتار و حساسیت در انتخاب واژگان و لطافت‌های زبانی روزمره از مبانی مؤثر در عنوان‌یابی و عنوان‌گزینی صحیح به شمار می‌آید.

#### یادداشت‌ها

۱. رشته (discipline) عبارت است از واحد سازمانی دانش که در درون نهاد دانشگاه تعریف می‌شود. رشته‌ها ماهیت آموزشی دارند و هدفشان ایجاد نظم و ضوابط آموزشی است که در طی آن نهاد دانشگاه بتواند نوعی جامعه‌پذیری معرفتی در بافت دانشگاه برای دانشجویان ایجاد کند. (فاضلی، زندگی سراسر فهم... ص ۳۷).
۲. این جمله را استالونی به نقل از Leo Hoek (۱۹۸۲م) بیان می‌کند.
۳. از نمونه‌های شائبه فریب مخاطب در آثار کلاسیک متون فارسی منظومه عرفانی «سلیمان و بلقیس» از زلالی خوانساری است که یک ساقی‌نامه است و برخلاف نامش اصلاً به داستان سلیمان و بلقیس نمی‌پردازد» (شریفی، ۱۳۸۷: ۸۲۲).
۴. اولاً: نقد انجام شده بر عنوان یک مقاله به معنای نفی ارزش علمی و محتوایی آن مقاله نیست. ثانیاً: برای حفظ شئون نویسندگان محترم و حفظ جایگاه مجلات علمی-پژوهشی که پیشرفت‌های کنونی در موضوع حافظ‌پژوهی مرهون زحمات طاقت‌فرسای آنان است، بهتر دیدم در ذکر شواهد از نام نویسنده و مجله خودداری شود.

۵. مجله پژوهش‌های ادب عرفانی، شماره ۳، ۱۳۸۶.
۶. آمار موجود تنها مربوط به واژه «بررسی» است.
۷. دکتر کزازی در دفاع از بکارگیری کُلی-نه در عنوان- این واژه می‌نویسد: «به کار گرفتن واژه‌ای که از دید معنی‌شناسی نیازی به آن نیست هنجاری است که از این نابهنجاری هنوز در زبان پارسی به یادگار مانده است. یک نمونه می‌آورم: به جای واژه‌ی کوتاه، روشن و روان بررسیدن، مورد مطالعه قراردادن و یا مورد مذاقّه قراردادن به کار برده می‌شود. این رفتار نه با زیباشناسی سخن سازگار است و نه با آنچه اقتصاد زبان خوانده می‌شود» (کزازی، ۱۳۹۱: ۳۰۵).

#### کتاب‌نامه

۱. آخوندزاده، شاهین و حبیبی، غلامرضا (۱۳۸۶). *مبانی نگرش علمی*. تهران: نشر مرکز.
۲. اسفندیاری، محمد (۱۳۶۹). مقاله «*عنوان کتاب و آیین انتخاب آن*». مجله آیین پژوهش. ش ۴. صص ۱۸-۵.
۳. ایمان‌پور، محمدتقی و ناظری، محمدرضا (۱۳۹۵). مقاله «*آسیب‌شناسی عنوان‌گزینی در پژوهش‌های دانشگاهی: مطالعه موردی پایان‌نامه‌های رشته تاریخ*» دوفصلنامه علمی- پژوهشی تاریخ‌نگری و تاریخ‌نگاری دانشگاه (الزهرا)، سال ۲۶. شماره ۱۷. پیاپی ۱۰۲. صص ۳۲-۵.
۴. انوری، حسن (۱۳۸۱)، *فرهنگ بزرگ سخن*، جلد هفتم، تهران: انتشارات سخن.
۵. باوان پوری، مسعود (۱۳۹۹). مقاله کوتاه «*آسیب‌شناسی عنوان‌های مقاله‌های مجله‌ی شعرپژوهی از شماره ۱ تا شماره ۴۰*»، دانشگاه شیراز، مجله بوستان ادب. سال ۱۲. شماره ۲. پیاپی ۴۴. صص ۲۹۷-۲۹۰.

۶. بخیت، فاطمه (۱۳۹۲). رساله دکتری «بررسی تطبیقی دلالت عنوان در شعر شش شاعر فارسی و عربی معاصر». تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
۷. بزرگی، اشرف‌السادات (۱۳۷۸). «میزان سازگاری عنوان‌های کتاب‌های فارسی در حوزه علوم اسلامی با موضوعات آنها». تحقیقات کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه. شماره ۳۰ و ۳۱.
۸. بلعلی، آمنه (۱۴۳۱ق). *تحلیل الخطاب الصوفی فی ضوء المناهج النقدیه المعاصره*، الطبعه الاولى، بیروت: الدار العربیه للعلوم ناشرون.
۹. توانگر، فرشته (۱۳۸۰). مقاله «یک اسم، یک عنوان، یک جهان» کتاب ماه ادبیات و فلسفه. صص ۲۸-۲۶.
۱۰. جلالی‌پور، بهرام (۱۳۸۸). مقاله «پیش‌درآمدی بر نحوه انتخاب عنوان نمایشنامه و ملاحظات زیباشناختی و کاربردی آن» مجله هنر. شماره ۸۰. صص ۷۵-۶۰.
۱۱. جوهری، ابونصر (۴۰۷ق). *الصحاح تاج اللغة و صحاح العربیه*. بیروت: دارالعلم للملایین.
۱۲. حاجی‌خانی، علی و امینی، نوروز (۱۳۹۵). مقاله «نقد و بررسی عناوین مقالات پژوهشی رشته علوم حدیث از منظر روش‌شناسی تحقیق (مطالعه موردی مجله علمی-پژوهشی علوم حدیث)»، پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی-پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۱۶. شماره ۶. صص ۸۳-۵۵.
۱۳. حسن‌زاده، محمد؛ غفاری، سعید؛ زارعی، عاطفه؛ کمندی، حسین (۱۳۹۳). مقاله «کارکرد عنوان و نشانی اینترنتی در بهبود ربط نتایج و بازیابی اطلاعات». پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع رسانی. مشهد. سال ۴. شماره ۱. صص 221-240.
۱۴. حمیدرفیعی، محمد علی (۱۳۶۷). مقاله «تأملی در عنوان مقاله و پیشنهادهای درباره آن»، مجله نشر دانش، ش ۴۸. صص ۷۹-۸۲.
۱۵. حیاتی، زهیر و علیجانی، رحیم (۱۳۸۹). *نگارش مقاله و گزارش سایر انتشارات علمی*. تهران: نشر چاپار.
۱۶. خالد حسین، حسین (۲۰۰۷م). *فی نظریه العنوان*، دمشق: دارالتکوین للتألیف و الترجمة.
۱۷. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷). *لغت‌نامه*. بیست جلدی. تهران: انتشارات سیروس.
۱۸. سیف، علی‌اکبر (۱۳۷۵). *روش تهیه پژوهشنامه در روان‌شناسی و علوم تربیتی*. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی رودهن.
۱۹. سمیعی‌گیلانی، احمد (۱۳۸۶). *نگارش و ویرایش*. چاپ هشتم. تهران: انتشارات سمت.
۲۰. شریفی، محمد (۱۳۸۷). *فرهنگ ادبیات فارسی*، تهران: انتشارات نو و معین.

۲۱. شفیعی کدکنی، محمدرضا (۱۳۹۸). رستاخیز کلمات-درس گفتارهای درباره نظریه ادبی صورت‌نگرایان روس. چاپ پنجم. تهران: انتشارات سخن.
۲۲. شفیعی کدکنی، محمدرضا (۱۳۹۰). با چراغ و آینه. تهران: انتشارات سخن.
۲۳. شیرانی، افسانه (۱۳۸۶). عنوان در مجموعه: حبیبی غلامرضا و دیگران؛ مبانی نگارش علمی. تهران: نشر مرز فکر.
۲۴. صلح جو، علی (۱۳۷۸). مقاله «مقاله‌نویسی فرمالیستی»، نامه فرهنگستان. شماره ۳۸. صص ۵۲-۶۲.
۲۵. طباطبایی، سید کاظم و رضاداد، علیه (۱۳۹۱). مقاله «تأملی در باب عنوان درایه الحدیث»، دو فصلنامه حدیث پژوهی، سال ۴. شماره ۷. صص ۶۸-۵۶.
۲۶. طبیبی، جمال‌الدین و همکاران (۱۳۹۵). تدوین پایان نامه، رساله، طرح پژوهشی و مقاله علمی، چاپ هشتم، تهران: انتشارات فردوس.
۲۷. ظریف، فرهاد (۱۳۹۳). مقاله «راهمای تهیه مقالات فصلنامه علمی-تخصصی مهندسی مکانیک جامدات» دسترسی در <http://pcbj.mihanblog.com/post/page/61>
۲۸. فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۹). زندگی سراسر فهم مسئله است، تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۲۹. فتوحی، محمود (۱۳۹۰). آیین نگارش مقاله علمی-پژوهشی، چاپ هفتم، تهران: انتشارات سخن.
۳۰. فرامرز قراملکی، احد (۱۳۹۱). اصول و فنون پژوهش در گستره دین پژوهی، چاپ چهارم، قم: نشر حوزه علمیه.
۳۱. فرامرز قراملکی، احد؛ شالباف، عذرا (۱۳۸۶). تدوین پایان‌نامه - شیوه‌ها و مهارت‌ها -، قم: نشر حوزه علمیه.
۳۲. فکری الجزار، محمد (۱۹۹۸م). العنوان سیموطیقا للاتصال الادیبی. قاهره: الیهة المصریة عامه الكتاب.
۳۳. کزازی، میرجلال‌الدین (۱۳۹۱). از کاف تا نون-گفت و گو با میرجلال‌الدین کزازی گذری بر زندگی، آثار و اندیشه ها- انتشارات کتاب عنوان.
۳۴. کنگرانی، منیژه (۱۳۸۸). مجموعه مقالات چهارمین هم‌اندیشی نشانه‌شناسی هنر به انضمام مطالعات هم‌اندیشی سینما. تهران: فرهنگستان هنر.
۳۵. عسگری صادق (۱۳۸۹). مقاله «تقدی بر انتخاب موضوع و عنوان مقالات در مجلات علمی-پژوهشی زبان و ادبیات عربی»، مجله زبان و ادبیات عربی، سال اول. شماره ۲. صص ۹۷-۱۱۸.
۳۶. عمید، حسن (۱۳۹۰). فرهنگ عمید. چاپ سی و هشتم. تهران: انتشارات امیرکبیر.
۳۷. لاج، دیوید (۱۳۹۳). هنر داستان‌نویسی، ترجمه‌ی رضا رضایی، تهران: انتشارات نی.

۳۸. میرزایی، خلیل (۱۳۹۰). شیوه علمی مقاله نویسی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

۳۹. هال، جرج.م (۱۳۷۸). چگونه یک مقاله علمی بنویسیم. ترجمه ابراهیم پیر مؤذن. بی‌جا: مترجمین.

۴۰. هروی، جواد (۱۳۸۶). روش پژوهش و پژوهش علمی در تاریخ. تهران: انتشارات امیرکبیر.

41. Stalloni, Yves. Dictionnaire du roman. Armand colin. 2006, p270

پلیبرفتنه نشده برای انتشار