

عنوان کتاب

و آیین انتخاب آن

بخش اول



دل تو نامه عقل و سخنت «عنوان» است
بکوش سخت و نکو کن ز نامه «عنوان» را

ناصر خیزو • پاییز علوم اسلامی

محمد اسفندیاری

ضرورت بحث

انفجار کتاب و عنوان معیار

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي لَهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَى - وَلَمْ نَعْلَمْ لَهُ سَمِيًّا - وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا.

دور نمی‌نماید که سخن گفتن از ارزش و اهمیت کتاب، به ارزش و اهمیت آن افزودن است. سهل است که دلیل آوردن برای اهمیت کتاب، از اهمیت آن کاستن است. چه، از کدامین صفت در وصف کتاب می‌توان بهره جست که جوانب گونه‌گون موصوف را روشن و آفتابی کند. خاصه اینکه موصوف (کتاب)، خود به نور و آفتاب مانند باشد. زیرا آنچه جهان را - چنان آفتاب - روشنی بخشیده، «رنگ سیاه است؛ رنگ مرکب سیاه»^۱ در کتاب. آنک دلیل آوردن برای آفتاب، فقط دلیل

بینایی و آفتابگردانی است. و پیداست که دلیل بر ارزش و اهمیت کتاب، همان کتاب است. (الدلیل دلیل لنفسه؛ آفتاب آمد دلیل آفتاب.)

مضافاً اینکه بازگو کردن شأن و ارزش کتاب در میان مسلمانان، از مقوله‌ای بدیهی و هویدا حکایت کردن است. مگر نه اینکه اسلام تنها دینی است که معجزه اش «کتاب» است و نام کتابش «خواندنی» و نخستین پیامش «بخوان» و سوگندش به «قلم» و «نوشته» و سوره‌ای از کتابش به نام «قلم». و نیز طرفه اینکه پیامبرش گرچه خود اُمّی است و در عصر جاهلیت می‌زیست؛ ولیک «مرکب» سیاه عالمان را از «خون» سرخ شهیدان برتر می‌شمرد.

پس حدیث کردن از ارزش کتاب، نه بر ارزش آن افزودن است؛ و نه حکایت کردن از مقوله‌ای مغفول و اهمیت آن را معلوم داشتن است. یکی بنگرید که اینک چنان بشر به منزلت و اهمیت کتاب واقف گشته است: کارنامه کتاب در دنیا، سخت «پربرگ» است. (گویانکه چنان «پر بار» نیست). گزافه نیست اگر بگوییم کتاب در کشورهای توسعه یافته به «ناکجا آباد» و مدینه فاضله خویش دست یازیده است. امروزه شعار «منتشر کن یا بمیر» (Publish or perish) بمثابة قانون اساسی دانشگاهها و مؤسسات آموزشی و پژوهشی قرار گرفته است.^۲ هر ساعت به شمار کتابهای منتشر شده در جهان افزوده می شود و سرعت و سبقت در نشر کتاب هر ساعت روزه فزونی است.

امروزه در هر ساعت بیش از ۵۰ عنوان کتاب^۳، و سالانه بیش از ۵۰۰/۰۰۰ عنوان کتاب در سراسر جهان منتشر می شود.^۴ در پایان قرن پانزدهم، عنوان کتابهای منتشر شده در سراسر جهان از ۴۰/۰۰۰ تجاوز نمی کرد. ولی تا سال ۱۹۷۰ بیش از ۳۰/۰۰۰/۰۰۰ عنوان کتاب در جهان منتشر گردیده.^۵ گفتمی است شمار کتابهای علمی که از سال ۱۹۵۰ تا ۱۹۷۰ در جهان منتشر شده، بیشتر از کلیه کتابهایی است که قبل از ۱۹۵۰ و در طی قرنهای متوالی در سراسر جهان منتشر شده است.^۶ مضافاً اینکه تعداد کتابهای منتشر شده در سال ۱۹۷۰، دو برابر کتابهای منتشر شده در سال ۱۹۵۰ در سراسر جهان است.^۷ در سال ۱۹۵۰ در فنلاند ۱۸۹۱، در فرانسه ۹۹۹۳، در آمریکا ۱۱۰۲۲، و در شوروی ۲۹۱۵۹ عنوان کتاب منتشر شده بود. اما در سال ۱۹۷۰ در فنلاند ۵۵۹۵، در فرانسه ۲۲۹۳۵، در آمریکا ۳۵۴۱۵، و در شوروی ۷۸۸۹۹ عنوان کتاب منتشر گردید.^۸ یعنی عنوان کتابهایی که در سال ۱۹۷۰ در کشورهای مزبور منتشر گردید، به طور میانگین - حتی به مرز سه برابر کتابهای منتشر شده در سال ۱۹۵۰ نزدیک گردید. این را نیز اضافه کنیم که نشر کتاب از سال ۱۹۷۰ به این سو، با شدت و جدت بیشتر و در گستره ای وسیعتر ادامه یافت. در سال ۱۹۸۱ در فرانسه ۳۷۳۰۸، در ژاپن ۴۲۲۱۷، در انگلستان ۴۲۹۷۲، و در آمریکا ۷۶۹۷۶ عنوان کتاب منتشر شده است.^۹ باری اجمالاً وضع نشر کتاب در جهان چنین است که گذشت. داده های آماری چنین می نماید که کشورهای در حال

توسعه، پدیده «گرسنگی کتاب» را پشت سر گذاشته اند و چندی است که در زیر «باران کتاب» نیز به سر می برند. اما کشورهای توسعه یافته نه تنها از پدیده گرسنگی کتاب و باران کتاب گذشته اند؛ بلکه به «انقلاب کتاب» نیز دست یازیده اند و در آستانه «انفجار کتاب» بسر می برند.

*

اینک سزااست که درنگی کوتاه در کارنامه مقاله نویسی بیفکنیم. مقاله نویسی از قرن هفدهم رواج یافت و امروزه مطاوی جرید و مطبوعات مالا مال از مقالات پژوهشی و گزارشی است. هر نشریه دست کم مشتمل بر ده مقاله کوتاه و بلند است و تعداد و تیراژ مقالات منتشر شده در جهان، بسیار بیشتر از کتابهاست. مطابق آمار یونسکو، در سال ۱۹۵۲ تعداد ۷۰۰۰ روزنامه در جهان منتشر می شده است. اما در سال ۱۹۷۰، یعنی کمتر از بیست سال بعد و در بیست سال پیش، تعداد ۷۶۸۰ روزنامه در جهان منتشر می شده است.^{۱۰} همچنین در سال ۱۸۰۰ (آغاز قرن نوزدهم)، در سراسر دنیا فقط ۱۰۰ مجله علمی کوچک و بزرگ منتشر می شد. این رقم در سال ۱۹۵۰ به ۱۰۰/۰۰۰ و در ۱۹۶۸ به ۲۰۰/۰۰۰ رسید.^{۱۱} و اگر میزان رشد در همین حد باقی بماند، پیش بینی کرده اند که در پایان قرن حاضر سالانه ۱۰۰۰/۰۰۰ مجله علمی منتشر خواهد شد. البته از سال ۱۹۷۰ به این سو، تعداد و تیراژ مجلات و نشریات با رقم چشمگیری ادامه یافت. در سال ۱۹۸۲ تنها در کشور چین، جمعاً ۳۱۰۰ مجله و نشریه منتشر شده است.^{۱۲} و در سال ۱۹۸۴ تنها در آمریکا صدها مجله اختصاصی فیزیک منتشر می شود.^{۱۴} و تنها در زمینه پزشکی سالانه ۱۰۰۰/۰۰۰ گزارش و مقاله در سراسر جهان منتشر می شود.^{۱۵} کوتاه سخن اینکه اکنون در هر سال^{۱۶} متجاوز از ۴۰۰۰/۰۰۰ مقاله در جهان منتشر می شود.^{۱۶} از این روست که گفته اند: «قرن بیستم عصر مقاله نویسی است.»^{۱۷}

*

با عنایت به آنچه گذشت می توان داوری کرد که اینک نشر کتاب و مطبوعات در جهان - البته به روی هم و خاصه در کشورهای فوق صنعتی و توسعه یافته - چشمگیر و امیدوارکننده است. آنچه به چشمگیری نشر کتاب و مطبوعات می افزاید،

شود. و پیداست که در این حیص و بیص، مرتباً به تعداد عنوان کتاب و مطبوعات افزوده می‌شود.

تراکم تعداد عنوان کتابها و مقالات در جهان، عملاً سبب گردید که پژوهندگان حتی نتوانند همراه پیشرفتهای علمی در زمینه تخصص خود پیش روند. از این رو برای دستیازی دانشوران به مطاوی مهم کتابها و مقالات، فن جدیدی به نام چکیده نویسی ایجاد و رایج گردید. پیشینه چکیده نویسی - به گونه نظام یافته و علمی - به قرن هفدهم می‌رسد. امروزه مؤسسات چکیده نویسی و نمایه سازی (Research and development) ، به عنوان واسطه العقد تولید و مصرف کننده دانش، با شتاب و استقبال فراوان در حال پیشروی است. در سال ۱۹۷۵ نزدیک به ۱/۷۹ میلیون چکیده در جهان منتشر شده است. و اکنون بیش از ۱۰۰۰ عنوان چکیده نامه و نمایه نامه در جهان منتشر می‌شود. تنها مؤسسه اطلاع رسانی شوروی، سالانه ۲۸ عنوان مجله چکیده در ۲۳۰ شماره منتشر می‌کند. این نشریات در هر سال مشتمل بر ۱۰۰۰/۰۰۰ چکیده است. ۲۱

برای پی بردن به تراکم و ترقی عنوان کتاب و مقاله و چکیده در جهان، می‌توان از کلیه آمار و ارقام فوق صرف نظر کرد و تنها به این رقم اقتصار کرد که اینک فعالیت علمی «در هر دوره دهساله دو برابر می‌شود.» ۲۲

آنچه در فوق به اشاره و اجمال گذشت؛ بیان کلیاتی از کارنامه انتشارات در جهان بود. کوتاه سخن اینکه کارنامه کتاب بسی پربرگ است و اینک به برکت صنعت گسترده و پیچیده چاپ، در دوران «ناکجا آباد» کتاب بسر می‌بریم. دورانی که دانشوران و نویسندگان و خوانندگان کتاب در گذشته، خواب آن را نیز نمی‌دیدند و حتی حسرت خواب دیدن آن را داشتند. با گستره عنوان کتاب و مقاله، چکیده نویسی نیز به حوزه تحقیقات و انتشارات افزوده شد و باز به تراکم «عنوان» ها افزود. پیداست که کارنامه نشر کتاب بسته نشده است و پیوسته کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، به تعداد عنوانهای کتاب و مقاله و چکیده خواهند افزود. دور نیست که کشورهای توسعه نیافته نیز با رهایی از «گرسنگی کتاب» و برخورداری از «باران کتاب»، به جامعه «فرا گیرنده» - که آن را وصف الحال جامعه آینده دانسته‌اند - افزوده شوند و به تعداد

استواری و سرافرازی آن در مقابله و رقابت با رسانه های گروهی است. گمان می‌رفت که در پی اختراع رادیو و تلویزیون و سینما، از جاذبه و مطالعه کتاب به گونه چشمگیری کاسته شود. کم نبودند پژوهندگانی که اعتقاد داشتند رسانه های سمعی و بصری، دشمن سرسخت کتاب است و به زودی کتاب - یگه و تنها - در برابر سینما و تلویزیون و رادیورنگ خواهد باخت. در آغاز نیز واقعاً چنین بود و در برخی کشورها جاذبه رسانه های گروهی از میزان انتشار کتاب و مطبوعات کاست و آن را «تحت الشعاع» خود قرار داد. ولیک سنجشهای یونسکو در یک - دو دهه گذشته گویای آن است که رسانه های سمعی و بصری نه تنها انتشار کتاب را دستخوش امواج خود قرار نداد؛ بلکه در پاره ای از نقاط دنیا نیاز مردم را به کتاب افزود. حتی پخش فیلمهایی که سناریوی آن از کتابی گرفته شده بود، به میزان انتشار آن کتاب افزود و «از قضا سرکنگبین صفر افزود».

مقصود از اشاره ۱۸ به رابطه کتاب و رسانه های گروهی، نمایاندن میزان موفقیت نشر کتاب در جهان است که چسان در برابر رقیب پر قدرتی چون رسانه های گروهی رنگ نباخت. گذشته از اینکه کتاب - از حیث تعداد عنوان و تیراژ - به مدینه فاضله خویش نیز دست یافت و دیگر فراورده های تکنولوژی را از پا انداخت و پشت سر گذاشت.

نشر گسترده و روز افزون کتاب و مطبوعات، یکی از آن روست که امروزه میزان رشد فکری و فرهنگی هر کشور را به میزان مصرف «کاغذ» آن می‌سنجند. هر چه مصرف کاغذ (وفی الواقع نشر کتاب و مطبوعات) در یک جامعه بیشتر باشد، سطح فرهنگ و دانش آن بیشتر است ۱۹. داده های آماری نیز بیانگر آن است که رشد علمی و فرهنگی هر کشور را می‌توان با میزان مصرف کاغذ سنجید. بر اساس بررسی یونسکو در کشورهای فوق صنعتی، مصرف سرانه کاغذ در حدود ۲۰۰ تا ۳۰۰ کیلوگرم در سال است. در کشورهای صنعتی و توسعه یافته نیز مصرف سرانه کاغذ در حدود ۱۰۰ تا ۱۵۰ کیلوگرم در سال برآورد شده است. در حالی که مصرف سرانه کاغذ در کشورهای روبه توسعه ۲٪ تا ۲۰ کیلوگرم در سال است. ۲۰ از این روی امروزه در کشورهای مختلف کوشیده می‌شود که با بالا بردن مصرف کاغذ به رشد فرهنگی و علمی مردم افزوده

«عنوان»‌ها بیفزایند.

اینک می‌توان به ضرس قاطع داوری کرد که تعداد عنوان کتاب و مقاله و چکیده در جهان به تراکم فزاینده‌ای رسیده است. معین نیست که اکنون در هر ثانیه چند صد «عنوان» کتاب و مقاله و چکیده به عالم علم و ادب عرضه می‌شود. آمار و ارقامی هم که در فوق به دست داده شد؛ تنها برای نمایاندن دورنمایی از چند و چون «عنوان» در جهان است. فقط می‌توان گفت که امروزه ما در دوران «انفجار جهانی عنوان» بسر می‌بریم.

امید می‌رود با عنایت به آنچه رفت، ضرورت بحث از عنوان کتاب، خود به خود آشکار شده باشد. زیرا «تصویر» انبوه عنوان؛ «تصدیق» ضرورت بحث از آن است. در عصر انفجار جهانی عنوان زیستن و فرزند عصر خود بودن و شناختن آن، اقتضای بحث از عنوان کتاب می‌کند. بیفزاییم که امروزه عناوین بسیاری از کتابها، گمراه کننده و در ذوق زننده و نامناسب است. و این نیز ضرورت بحث از عنوان کتاب و تعیین «عنوان معیار» را دوچندان می‌کند.

سوگمندانه باید خاطر نشان ساخت که با همه اهمیت و ضرورت بحث از عنوان کتاب، تاکنون پژوهش استوار و مستقل و همه‌جانبه‌ای در این باره انجام نگرفته است. و این نیز بر ضرورت بحث از عنوان کتاب می‌افزاید. اینک ما از یک سو در دوران انفجار جهانی عنوان بسر می‌بریم و از سوی دیگر، بحثی نظری و تئوریک در باره آیین‌گزینش عنوان سامان نداده‌ایم! این «خلاف آمد» متناقض نما و بی‌توجهی به روشمندی در گزینش عنوان کتاب، به هیچ روی موجه و توجیه پذیر نیست. در عصر «ناکجا آباد کتاب» بودن و بی‌توجهی به «عنوان معیار» کتاب؛ چنان حلوی تلخ و کوسه ریش پهن نمایاندن است. مگر نه این است که «من التزم بشئ التزم بلوازمه»؟ پس چگونه می‌توان با «پیلیانان» دوستی داشت و «خانه‌ای در خور پیل» بناء نداشت؟

محدوده بحث

اینک فرض است که تعریفی از «کتاب» فراچنگ داده شود و محدوده بحث حاضر در پرتو آن دقیقاً معین گردد. گفتنی است

که تعریف کتاب در دوره‌های مختلف، متفاوت بوده است. به دیگر بیان، شکل مادی کتاب در دوره‌های مختلف تاریخ، به گونه‌ای خاص و متمایز از دوره‌های دیگر بوده است. تا پیش از استعمال پارشمن، به نوشته‌های بر الواح چوبی یا عاجی، کتاب اطلاق می‌شد. پس از استعمال پارشمن، به نوشته‌های بر پوست، کتاب گفته می‌شد. پس از معمول شدن فن صحافی، به برگه‌های پوست که میان دو پوشش (جلد) به یکدیگر بسته می‌شد، کتاب اطلاق می‌شد. پس از اختراع کاغذ و رواج صنعت کاغذسازی، به اوراق خطی میان دو جلد، کتاب گفته می‌شد. و اینک در دوران صنعت چاپ، اوراق معتنا به چاپی در میان دو جلد را کتاب می‌نامند. این را هم بیفزاییم که در آینده‌ای نه‌چندان دور، تعریف ششمی از کتاب ارائه می‌شود که با پنج تعریف پیش گفته، به کلی متفاوت است. به اقتدار الکترونیک و کامپیوتر، کتاب بدون کاغذ (Paperless Book) ارمغانی بشر خواهد شد. در حافظه کامپیوترهای الکترونیک، مطاوی هر کتاب ضبط خواهد شد و کتاب خواندن از طریق تلویزیون و کامپیوتر انجام خواهد گرفت. تعریف ششم از کتاب، که به اشاره فقط «وصف العیش» آن شد. بماند برای آیندگان که از مزایا یا مضار این گونه کتابهای بدون کاغذ بهره‌مند خواهند شد.

اینک می‌نگریم که شکل و تعریف کتاب، هر دوری یک طوری بوده است و چنان موجودی مادی، تابعی از متغیر تمدن بوده و تاکنون اطوار گونه‌گونی داشته است. از مجموع پنج تعریفی که در فوق به دست داده شد، می‌توان کتاب را به مفهوم گسترده‌عینی آن چنین تعریف کرد: مجموعه‌ای است مکتوب (خطی یا چاپی، صحافی نشده یا شده) از الواح چوبی یا عاجی یا پارشمن یا کاغذ. اما کتاب را به مفهوم خاص امروزی آن چنین می‌توان تعریف کرد: اوراق معتنا به چاپی در میان دو جلد. این تعریف، هیچ گونه شبهه مفهومی ندارد؛ در عوض کلی اختلاف در باره «اوراق معتنا» است و شبهه مصداقیه در باره تعداد صفحات کتاب. برخی، آثار بیش از شصت و چهار صفحه را کتاب می‌شمارند؛ و برخی حداقل تعداد صفحات را نود و شش محسوب می‌دارند؛^{۲۳} و برخی دیگر آثار بیش از چهل و نه صفحه را کتاب قلمداد می‌کنند. رأی اخیر از آن سازمان یونسکو است که در یکی از کنفرانسها در

سال ۱۹۵۰، کتاب را چنین تعریف کرده اند: «نشریه فرهنگی غیر دوره ای که بدون شمارش جلد، چهل و نه صفحه یا بیشتر باشد.»^{۲۴} و با این تعریف از کتاب، به آثار کمتر از این صفحات، جزوه یا رساله گفته می شود.

تعریفی که از کتاب به مفهوم خاص امروزی آن ارائه شد، در واقع بیانگر مفهوم علمی کتاب است. یعنی در مجامع علمی است که تنها به اوراق معتابه چاپی (۶۴ یا ۹۶ یا ۴۹) که در میان دو جلد باشد، کتاب می گویند. اما مفهوم عرفی کتاب، اندکی متفاوت با مفهوم علمی آن و گسترده تر از آن است. امروزه در عرف مردم- و حتی عرف کتابخوانان از مردم- به اوراق چاپی در میان دو جلد، کتاب اطلاق می شود. خواه تعداد اوراق آن معتابه باشد، و خواه مشتمل بر چند ورق و کمتر از صفحات یادشده باشد. بنابراین در مفهوم عرفی کتاب، به جزوه یا رساله نیز که خارج از مفهوم علمی کتاب است، کتاب اطلاق می شود. یعنی هر اندازه اوراق چاپی که در میان دو جلد و به شکل کتاب عرضه شود، شایان نامیدن به کتاب است و کتاب نامیده می شود.

محدوده بحث حاضر نیز، معطوف به مفهوم عرفی کتاب است. همان عرفی که مخاطبان کتابها هستند و اغلب نویسندگان برای آنان کتاب می نویسند و انگیزه نوشتن و فراهم آوردن کتابها هستند. پس در این مقاله در باره عنوان کتاب، آن هم به مفهوم متعارف و گسترده کتاب، که خود مشتمل بر مفهوم علمی کتاب و نیز جزوه و رساله است، سخن خواهیم گفت. خواه تعداد صفحات کتاب کمتر از چهل و نه صفحه، و خواه بیشتر از آن باشد. و از قضا همین دسته کتابهای کم حجم و مختصر و کمتر از چهل و نه صفحه است که خریداران و خوانندگان بیشتری دارد.^{۲۵} غالباً چنین است که تیراژ کتابهای مختصر و کم حجم (کتاب دستی و کتاب خلاصه)، بسیار بیشتر از تیراژ کتابهای مفصل و قطور است. و همواره همین دسته کتابهای مختصر و کم حجم است که تأثیر و نفوذی ژرف در جامعه داشته است. این ضرب المثل فرانسوی را بنگرید و به میزان تأثیر و نفوذ کتابهای مختصر و کم حجم بیندیشید: «کتابهای قطور پانصد صفحه ای سبب انقلاب نمی شود؛ از جزوه های کوچک چند صفحه ای باید ترسید.»

همچنین محدوده بحث حاضر، مشتمل بر هر گونه کتاب از

نظر مطلب و محتواسست و اختصاص به رشته ای خاص از علوم ندارد. این مقاله عهده دار بحث از عنوان کتاب، در هر رشته علمی است و دامنه آن فراگیر کتابهای مذهبی، علمی، تاریخی، سیاسی، و جز اینهاست. تنها دربارهٔ دو بحث، و در ضمن بحث از آیین انتخاب عنوان کتاب، به برخی تفاوتها و امتیازات در انتخاب عنوان برای دسته ای از کتابها اشاره خواهیم کرد. چه اینکه انتخاب عنوان برای برخی کتابها، امتیازات و ویژگیهای منحصر به فردی دارد که برخی دیگر از کتابها فاقد آن است. در مثل عنوان کتابهای علمی، ویژگیها و بایستگیهایی دارد که عنوان کتابهای سیاسی، لزوماً حائز چنین ویژگیها نخواهد بود. و... گویانکه نگارنده به سائق عقیده خود، دغدغه عنوان کتابهایی را دارد که در حوزه فرهنگ اسلامی است. مضافاً اینکه امروزه عنوان بسیاری از کتابهایی که در چارچوب فرهنگ اسلامی منتشر می شود، بسیار نابهنجار و سست و در ذوق زننده است. و از این روست که در ذکر شواهد و نمونه هایی برای عنوان کتاب، بیشتر به عنوان کتابهایی که در حوزه فرهنگ اسلامی پدید آمده، اشاره خواهیم کرد. (جز اینکه در بحث «نقش عنوان در استقبال از کتاب»، به عنوان کتابهایی مثل زده شده که یکسره خارج از حوزه یاد شده است. و این هم اجتناب ناپذیر و ضروری می نمود.)

این را نیز بیفزاییم که گرچه مقاله حاضر عهده دار بحث از عنوان «کتاب» است؛ ولیک دامنه آن فراگیر عنوان «مقاله» و «چکیده» نیز است. اشارات گذشته ما به کارنامه مقاله نویسی و چکیده در جهان، با توجه بدین نکته بود که بحث از عنوان کتاب، دامنگیر عنوان مقاله و چکیده نیز خواهد گردید. پس با این حساب، محدوده بحث حاضر کاملاً نامحدود است و مشتمل بر عنوان کتاب، با عنایت به مفهوم علمی و عرفی آن؛ و با عنایت به احتواء کتاب بر هر رشته علمی؛ و نیز شامل عنوان مقاله و چکیده است. گویانکه مقاله، کتاب بالقوه است؛ و چکیده، مقاله ای از کتاب بالفعل است. بنابراین می توان گفت که مقاله حاضر به این اعتبار، عهده دار بحث از عنوان «اثر» خواهد بود. و اثر نیز مفهومی است کلی که «به هر نوشته ای اطلاق می شود، چه کتابی قطور و چه مقاله ای کوتاه.»^{۲۶} اگر چه نگارنده، بیشتر و بیشتر از عنوان مقاله، عنوان کتاب را ملحوظ دارد و فقط در بحث از آیین

انتخاب، به برخی تفاوتها میان عنوان کتاب و مقاله، استطراداً اشاره خواهد داشت؛ بعونه و توفیقه.

اهمیت عنوان کتاب

هر کتاب از پنج رکن تشکیل شده است: عنوان، کلمه، جمله، بند (پاراگراف)، بخش (یا فصل و باب و مانند آن). اساسیترین رکن کتاب، عنوان آن است؛ چرا که نویسنده در زیر عنوان است که به تألیف کتاب می پردازد. گذشته از اینکه امروزه به خود کتاب، واژه «عنوان» نیز اطلاق می شود؛ و این نشانگر آن است مادامی که اثری مکتوب (مرکب از کلمه، جمله، بند، بخش) دارای «عنوان» نباشد، درخور نامیدن به «کتاب» نیست. چنان که قطران تیریزی به این نکته اشاره دارد: ز تو آید پدید مردی وجود / چون به عنوان شود پدید کتاب. بنابراین عنوان کتاب نه تنها یکی از ارکان تشکیل دهنده کتاب است؛ بلکه خود، رکن دیگر ارکان نیز است. مضافاً اینکه دیگر ارکان کتاب، رکن درونی و پنهان کتاب است؛ ولیک عنوان کتاب، رکن بیرونی و نهان آن است.

با عنایت بدین مختصر، گزینش عنوان کتاب سخت اهمیت می یابد و نویسنده می بایست در جستن عنوانی زیبنده برای اثر خویش، توجهی مضاعف مبذول دارد. نویسنده ای که عنوان نامناسب و نادرستی بر کتاب خویش می نهد، خطای در رکن الارکان و رکن نهان کتاب کرده است. چنین نویسنده ای «متجاهر به فسق ادبی» است و طبیعتاً خطای او، «خطاء مضاعف» قلمداد می شود. از این رو بایسته است در عنوان کتاب ملائطی بود و مته روی خشخاش گذاشت. در اینجا سختگیری و تعصب، ستودنی و نشان پختگی است.

عنوان کتاب، بر چسب و انگلی است که نویسنده به اثر و اندیشه خود می زند؛ اگر این عنوان زیبنده و گیرنده بود، نخستین تحسین خواننده پیشکش نویسنده می گردد؛ و در صورتی که عنوان یک اثر نامناسب بود، بخیه به روی کار می افتد و نخستین تقبیح خواننده نثار نویسنده می شود. نباید از خاطر زدود که عنوان کتاب، نخستین برخورد نویسنده و خواننده است و چنان دیگر برخوردهای نخستین، حساس و سرنوشت ساز تعیین کننده و اکشهای آینده است. نویسنده موفق کسی است

که خواننده را در همان برخورد اول، چنان گاه و گهر با مجذوب اثر خویش سازد. این دسته نویسندگان، که همواره در اقلیت هستند، با گزینش عنوان گیرنده و انگیزنده و آموزنده برای کتاب خویش، تلنگری به احساس و اندیشه خواننده می زنند و او را وامی دارد تا کتاب را، به یمن عنوان آن، بگشاید و با روی گشاده، مطالعه آن را پی گیرد. اما نویسنده ناموفق کسی است که نخستین برخورد خواننده را با خود، به واپسین برخورد تبدیل می کند. یعنی با انتخاب یک عنوان غلط و نامناسب برای اثر خویش، خواننده را چنان آتش و سپند از کتاب خویش دور می افکند.

گفتیم که عنوان کتاب، نخستین برخورد میان نویسنده و خواننده است. بیفزاییم که واپسین برخورد نویسنده و خواننده نیز در تلاقی عنوان است. پنداست هر کس که مطالعه کتابی را به پایان می برد، ضرب الاجل آن را به یکسونمی نهد و چشم به عنوان روی جلد آن نمی بندد؛ بلکه بار دیگر، حتی به صورت غیر ارادی، به عنوان کتاب چشم می دوزد. و چون عنوان کتاب واپسین برخورد نویسنده و خواننده است، مانند همه برخوردهای واپسین، به یادماندنی و پراهمیت است.

می سزد گفت که عنوان کتاب، مانند بیت اول و آخر در قصیده و غزل است که به آن مطلع و مقطع گویند. شاعران می کوشند که در مطلع شعر، لفظ و معنی به غایت مطبوع و عذب و دلنشین باشد تا خواننده رغبت نماید که خواندن تمام آن را پی گیرد. در مقطع شعر نیز شاعران می کوشند که بیتی شیوا و دلپذیر بیاورند تا در روح خواننده خاطری خوش باقی بماند و سخنان گذشته را، گویانکه خوش نباشد، جبران نماید. عنوان کتاب نیز چنان مطلع و مقطع شعر، تلاقی نخستین و واپسین دیدار نویسنده و خواننده است و می بایست چنان شاعران که در حسن مطلع و مقطع شعر کوشند؛ در دلنشینی و زیبایی عنوان، که مطلع و مقطع دیدار نویسنده و خواننده است، سعی بلیغ کرد.

حسن مطلع و مقطع نه تنها مطمح نظر شاعران؛ بلکه مورد عنایت کنندگان هر کار سترگ است. دو سؤال پر هیمنه از کجا آغاز کنیم و به کجا پایان بریم؛ خود گویای عنایت به حسن آغاز و انجام هر کاری است. حق، عزاسمه، در کتاب خویش فرماید: «قُلْ رَبِّ أَدْخِلْنِي مُدْخَلَ صِدْقٍ وَأَخْرِجْنِي مُخْرَجَ

صِدْق» (اسراء، ۸۰). یکی بنگرید که امروزه گویند: کاری را که خوب آغاز کنید، مانند آن است که نیمی از آن را به فرجام رسانیده‌اید. و در دیگر سوی گویند: هر چیز که خوب تمام شود خوب است^{۲۷}. پس انتخاب یک عنوان مناسب و دندان‌گیر برای کتاب (حسن مطلع)، انجام دادن نیمی از کار، و نقطه شروع خوب و مهمتی برای سامان دادن یک اثر است. افزون بر اینکه عنوان زیننده، به منزله پایان خوب یک اثر و حسن مقطع است. (گفتیم که واپسین نگاه خواننده، به عنوان کتاب است و واپسین دیدار نویسنده و خواننده در تلاقی عنوان است.)

نقش عنوان در استقبال از کتاب

هر کتاب که برای آن عنوانی گذاشته شود، به منظور عرضه آن است؛ و مقصود از عرضه هر کتاب، استقبال از آن است. پس عنوان هر کتاب، در استقبال از آن نقش دارد. بنابراین همواره چنین نیست که توجه و یا بی‌توجهی خواننده نسبت به یک اثر، به تدریج و تنها در سیر مطالعه پیش می‌آید. بلکه عنوان کتاب، خود، نقش تعیینی در استقبال از کتاب دارد؛ و نباید چنین پنداشت که عنوان کتاب، چیزی تزیینی است. کم نیستند آثاری که به سبب عنوان نغز و گیرنده آن، مورد استقبال چشمگیری قرار گرفته است. و فراوان است کتابهای معتابهای که به سبب عنوان پرت و در ذوق زنده آن، مورد اعتنا قرار نگرفته است. عنوان کتاب در شهرت و جلب نظر و استقبال مردم از کتاب، تأثیری انکارناپذیر دارد و نخستین تصمیم خواننده برای خرید و مطالعه کتاب، مرهون عنوان آن است. چگونه می‌شود عنوان کتاب هیچ نقشی در استقبال از کتاب نداشته باشد و حالیا عرضه یک کتاب، در زیر عنوان آن است. و در زیر عنوان است که معرفی و نقد و نقل از کتاب -چه شفاهی و چه کتبی- صورت می‌پذیرد. همواره نخست عنوان کتاب یاد می‌شود و آنک نوبت به گزارش از آن می‌رسد. این ترتیب هم کاملاً بجاست. زیرا عنوان کتاب، رکن الارکان و رکن نهان کتاب است و فضل تقدم و تقدم فضل از آن عنوان است. باری عنوان کتاب، خود، نقش قابل توجهی در توجه به

کتاب و توجه ساختن محتوای آن دارد. فراوان می‌توان سراغ گرفت آثار نه چندان محققانه‌ای را که به سبب عنوان دلکش و دندان‌گیر آن، طرف توجه خیل خریداران قرار گرفته است. و فراوان می‌توان سراغ گرفت آثار محققانه‌ای را که به سبب عنوان سست و در ذوق زنده آن، مطمح نظر نیفتاده‌است. جای آن هم نیست که بگوییم: جای آن است که خون موج زند در دل لعل / زین تغابن که خرف می‌شکند بازارش. چرا که در «بازار» - حتی بازار کتاب - برگ برنده در دست گندم‌نمای جو فروش است (یعنی همان آثار دسته اول)؛ و بازنده، جونمای گندم فروش است (یعنی همین آثار دسته دوم)!

امروزه عنوان کتاب برای بسیاری از خوانندگان و خریداران، خود به صورت معیار داوری برای سنجش کتاب درآمده است. کم نیستند خوانندگانی که در داوری و ارزش‌گذاری روی یک کتاب، حکم به عنوان آن می‌کنند و ذهنشان یکسره معطوف و متمرکز به عنوان کتاب می‌شود. آنان کتابهایی را که دارای عنوان سست و غلط است؛ نشانگر سست و غلط بودن مطاوی کتاب می‌پندارند. گرچه این معیار داوری برای سنجش کتاب مخدوش است؛ اما در زیر آسمان هر کجا همین معمول است. یکی بنگرید که فیلسوفی چون شوپنهاور نیز - کمابیش - چنین داوری می‌کند. همومی گوید: «شخصی که آن قدر ابتکار ندارد که عنوان جدیدی برای کتاب خود انتخاب کند، کمتر ابتکار خواهد داشت که مطالب تازه‌ای در آن بگنجاند.»^{۲۸}

چنین می‌نماید که تنها امروزه نیست که بر اساس عنوان کتاب در باره مطاوی آن داوری می‌شود. از پیش نیز چنین بوده است که ابوحنیفه اسکافی می‌گوید «حشونامه» را با عنایت به «عنوان» آن می‌توان دانست:

نامه نعمت زشکر عنوان دارد

بتوان دانست حشونامه زعنوان

و سعدی نیز مدعی است که «حسن عنوان» دلیل بر خوبی

ذیل آن است:

حسن عنوان چنان که معلوم است

خبر خوش بود به نامه درش

همچنین بنگرید که فردوسی حکایت مرد دانایی را گزارش

می‌کند که او نیز چون سعدی و ابوحنیفه اسکافی و شوپنهاور

و خوانندگان هم‌روزگار ما به عنوان می‌نگریست:

به عنوان نگه کرد مرد دبیر

که گوینده او بود و هم یاد گیر

شاید اندکی - و نه بیش - منطقی نماید که اقبال و ادبار خوانندگان نسبت به یک کتاب در گرو عنوان آن است. این، نتیجه آموزه‌ها و فرهنگ کلیه ملت‌هاست. مگر نه اینکه ما می‌گوییم: الظاهر عنوان الباطن. و مگر نه این است که به اقتضای یک ضرب‌المثل عربی می‌گوییم: کل اناء یرشح بما فيه. و به استناد یک ضرب‌المثل فارسی: از کوزه همان برون تراود که در اوست. و به استناد یک ضرب‌المثل انگلیسی: چیزی از کیسه بیرون نمی‌آید جز آنچه در آن است. پس توان گفت که «اقرار العقلاء علی انفسهم جایز» و «خود کرده را تدبیر نیست»!

باور کردنی نیست که از سویی بسیاری از خوانندگان به عنوان کتابی اهمیتی فراوان می‌دهند و آن را معیار داوری برای سنجش یک اثر می‌دانند؛ و از دیگر سوی بسیاری از نویسندگان هیچ اهمیتی به عنوان کتاب خود نمی‌دهند و پس از فراغ از تألیف، یک - دو کلمه شکسته - بسته و پیش یا افتاده را برای عنوان کتاب خود دست و پا می‌کنند. آن همه اهمیت رشک‌انگیز خواننده از یک سوی؛ و این همه بی‌اهمیتی اشک‌انگیز نویسنده از دیگر سوی!

این درست است که از روی عنوان کتابی نباید یکسره در باره کتاب داوری کرد؛ ولیک برای گریز از محکومیت کتاب به سبب عنوان نامناسب آن، هر اندازه کوشش برای گزینش عنوان مناسب، وظیفه و فریضه می‌نماید. اما بنگرید که ما چگونه سرنا را از سرگشاد آن می‌زنیم: به جای آنکه به نویسندگان توصیه کنیم که توجه خود را معطوف به گزینش عنوان مناسب دارند؛ هماره به خوانندگان توصیه می‌کنیم که توجهی به عنوان کتاب نکنند و روی جلد کتاب را واقعی نهند. پیداست که این گونه توصیه‌ها، گره‌گشایی و چاره‌جویی برای عنوان کتاب نیست. زیرا خوانندگان بدین توصیه‌ها واقعی نمی‌نهند و به رکن‌الارکان و رکن بیرونی کتاب - که عنوان آن باشد - توجه و التفات می‌کنند. اما می‌توان امید داشت که نویسندگان به توصیه و رهنمون در باره گزینش عنوان مناسب گردن نهند و آن را بپذیرند. پس ضرور می‌نماید که به جای

توصیه به خوانندگان، چارچوب «عنوان معیار» را معین کرد و نویسندگان را به اهمیت عنوان کتاب توجه داد و آنان را از لغزش در عنوان مصون داشت. و کوتاه سخن اینکه آب را از آبشخور، سالم و پاکیزه داشت.

توجه و تدقیق خواننده نسبت به عنوان کتاب، خود می‌تواند سبب بختیاری و رونق کار و بار نویسنده مخاطب شناس شود. زیرا نویسنده مخاطب شناس از توجه خواننده نسبت به عنوان کتاب استفاده می‌کند و با انتخاب عنوان مناسب و پزگشش، به استقبال از کتاب خویش می‌افزاید. این دسته از نویسندگان به اهمیت عنوان کتاب آگاهند و به روانشناسی خواننده نسبت به عنوان کتاب متفطن هستند. آنان از رهگذر آگاهی به نقش عنوان در استقبال از کتاب، جدوجهد می‌ورزند که عنوانی زیننده و گیرنده برای کتاب خویش بگزینند.

شواهد و نمونه‌ها

اینک در بایسته است تا از تعارف کم کنیم و بر مبلغ بیفزاییم. یعنی به همین اندازه بحث و بررسی در نقش عنوان در استقبال از کتاب اقتصار ورزیم. در عوض برای عینی کردن بحث به یاد کرد کتابهایی پیردازیم که عنوان آن در استقبال از کتاب نقش و تأثیر داشته است. مضافاً اینکه بحث حاضر بدون ذکر شواهد و اشاره به عنوان کتابها، ذهنی و مبهم خواهد بود. گفتنی است کتابهایی که در ذیل از آن یاد می‌شود، خود از جنبه محتوا و مطلب، مهم و پراهمیت است. اما عنوانهای مناسب و دقیق و حساب شده آن نیز بر اهمیت کتاب و استقبال از آن افزوده است.

جایی که ملائک می‌ترسند پا بگذارند: ادوارد مورگان فورستر، نظریه پرداز بزرگ رمان و از جدیترین صاحب‌نظران نقد ادبی، در باره عنوان کتاب یاد شده خویش می‌گوید: «اسم رمان جایی که ملائک می‌ترسند پا بگذارند، در ابتدا مونتی ریانو بود؛ ولی ناشرش می‌گفت که اگر این اسم روی رمان باشد، زیاد فروش نمی‌کند. اسم ایسن رمان را [جایی که ملائک می‌ترسند پا بگذارند] پرفسور پی. ج. دنت پیشنهاد کرد.»^{۲۹}

نا گفته پیداست که چه تفاوت چشمگیری است میان عنوان مونتی ریانو، با عنوان جایی که ملائک می‌ترسند پا بگذارند. عنوان اولیه به هیچ روی گیرنده و انگیزنده نیست و به کلی فاقد

عناصر هنری است. اما عنوان دوم ضمن اینکه کلتی از زمان فراچنگ می‌دهد؛ دقیقاً گیرنده و انگیزنده است و آدمی می‌خواهد بداند کجاست که ملائکه ترس پا نهادن در آن دارند! البته بهتر بود عنوان رمان فورستر چنین باشد: جایی که ملائکه می‌ترسند پرواز کنند؛ و از آن بهتر: آنجا که ملائکه می‌ترسند پرواز کنند؛ و از همه بهتر: آنجا که ملائکه پرواز نمی‌کنند. چرا که «پا گذاشتن» (Tread) مناسب ملائکه نیست و تناسب با انسان دارد. مناسب وجود ملائکه «پرواز کردن» (Fly یا Wing) است. مناسبیت پرواز کردن برای ملائکه از آن روست که ملائکه در کلیه ادیان به دارندگان بال معرفی شده‌اند^{۳۱}؛ و پیداست که بالداران را مناسبست، «پرواز کردن» است و نه «پا گذاشتن». همچنین در ترجمه اثر مزبور بهتر بود که به جای «ملائک»، «ملائکه» آورده می‌شد. زیرا امروزه چنین متداول است که واژه ملک را به ملائکه جمع می‌بندند.

سرخ و سیاه: عنوان رمان سرخ و سیاه، نوشته استاندال، در ابتدا ژولین بود. به یک نظر توان دانست که چه تفاوت فاحشی میان عنوان ژولین، با عنوان چند پهلوی سرخ و سیاه است. در تفاوت این دو عنوان همین بس که چندی پس از انتشار رمان سرخ و سیاه (۱۸۳۱) تاکنون، بحث و بررسی دلکش و درازدانی میان ناقدان ادبی درباره وجه تسمیه رمان مزبور به سرخ و سیاه، جریان و ادامه دارد. در واقع استاندال با نگارش این رمان و گزینش چنین عنوان، دو کارنامه برای ناقدان کتاب خویش گشوده است: کارنامه‌ای ویژه سنجش محتوای کتاب؛ و کارنامه‌ای ویژه تفسیر عنوان کتاب. در تفسیر عنوان سرخ و سیاه، سخنان گونه‌گونی مطرح شده است. برخی سرخ و سیاه را نماد (سمبل) احزاب سیاسی دانسته‌اند. برخی دیگر این دو کلمه را اشاره به رنگ مهره‌های قمار دانند. هنری مارتینو از استاندال‌شناسان مشهور، از مجموع تفسیرهایی که درباره سرخ و سیاه شده، معجون قابل قبولی فراهم آورده است. همودر کتاب خود به نام دل استاندال می‌گوید: «این عنوان که ناگهان به خاطرش خطور کرد، پاسخگوی ذوق و علاقه‌ی مردم آن دوره بود. دو رنگ سرخ و سیاه دلالت بر لباس نظامی و لباده‌ی کشیشان، آزادیخواهی قهرمان جوان و تحریرکات سیاسی روحانی نمایان، و نیز در تحلیل آخر [دلالت به] نصیب و قسمت داشت.»^{۳۲}

یوتوپیا: برجسته‌تر از آثار پیش گفته، کتاب تامس مور با عنوان یوتوپیا است. مور با انتخاب عنوان خود ساخته یوتوپیا برای کتاب خویش، حد اعلای قدرت تخیل و قوه ادبی و واژه‌سازی را به رخ کشیده است. در اهمیت این عنوان همین بس که امروز واژه یوتوپیا (Utopie) و یوتوپیا (Utopia) و یوتوپیانسم (Utopianism) اصطلاحی شایع در علوم و فلسفه سیاسی است و همچنان سرزنده و با طراوات مورد مذاقه و پژوهش قرار می‌گیرد. اگر مجموع اوراقی را که تنها درباره عنوان کتاب مور نوشته شده است در کنار هم بگذاریم؛ خود یک کتابخانه تشکیل می‌دهد. یعنی تاکنون به اندازه کتابهای یک کتابخانه، در شرح و تفسیر عنوان یک کتاب، قلمفرسایی شده است.

می‌گویند کلمات- چنان موجودات استفاده‌کننده از کلمات- روزی به دنیا می‌آیند؛ روزی پیر می‌شوند؛ و دیگر روز می‌میرند. اما تو گویی کلمه یوتوپیا، پیری و مرگ ندارد و همچنان زنده و سرزنده است. تامس مور با انتخاب عنوان بدع یوتوپیا برای کتاب بکر خود، سبب طرح مباحث مفصل و سودمندی در باره این واژه خودساخته شد. هنوز در ادبیات سیاسی کشور ما بحث و بررسی در باره معنا و معادل واژه یوتوپیا ادامه دارد. یوتوپیا را به هیچستان، سرزمین خالی و واهی، طرح خالی و واهی، بی‌محل، ناکجا آباد، آرمانشهر، نیک آباد، سعادت آباد، مدینه فاضله و... ترجمه و معنا کرده‌اند. یقین می‌توان کرد که بسیاری از خوانندگان، نخست با واژه یوتوپیا در آثار سیاسی و فرهنگنامه‌ها آشنا شدند؛ و آنک از طریق عنوان به استقبال از کتاب شتافتند. به دیگر بیان، عنوان گیرنده و زینده یوتوپیا، راهبرد بسیاری از خوانندگان به کتاب مور گردید.

گفتنی است پس از انتشار کتاب پوتوپیا، دانشوران متعددی به نگارش کتابهایی در تصویر جامعه آرمانی خود دست یازیدند. اما همه این کتابها - و از جمله کتاب شهر آفتاب، اثر کامپانلا - در مقابل یوتوپیا رنگ باخت. چه، تامس مور توان دو کار سترگ کرده بود: گزارشی از ناکجا آباد به دست داده بود؛ عنوانی از ناکجا آباد برای کتاب خود گزیده بود؛ و پرورش است که در شق اخیر کسی نتوانست با عنوان یوتوپیا تحلی کند. و این از اسباب استقبال از کتاب یوتوپیا گردید.

صد سال تنهایی: عنوان اولیهٔ رمان صد سال تنهایی، اثر گابریل گارسیا مارکز، خانه بود. چنانچه مارکز به همان عنوان اولیهٔ خانه برای کتاب خود بسنده می کرد، به میزان چشمگیری از جاذبه و اقبال عامهٔ کتاب خود کاسته بود. زیرا تنهایی، ترجیح بند کتابهای مارکز و تنها مضمونی است که وی در آثارش بدان پرداخته و به عرش اعلا رسانده است.^{۳۳} پس دست کم ضرور می نمود که این پیام را در عنوان یکی از آثارش، و خاصه در عنوان همین اثرش که لب اللباب آن تنهایی و تفرّد است؛ صریحاً و مستقیماً فرمایند. باور کردنی نیست که اگر رمان مزبور مارکز با عنوان خانه منتشر می شد؛ این چنین مورد استقبال و طرف توجه قرار می گرفت که اینک به برکت عنوان صدسال تنهایی، جلب نظر کرده است. و می دانیم که مارکز، شهرت جهانی- و البته ایرانی- خود را مدیون صدسال تنهایی، و ترجمهٔ گسترده و پرتیراژ این اثر است.

پیرمرد و دریا: ارزست همینگوی نیز عنوان اولیهٔ رمان پیرمرد و دریا را بر آب کبود گذاشته بود.^{۳۴} تفاوت این دو عنوان نیز هویدا است. بر آب کبود، یکسره فاقد عنصر عاطفی و تازگی است؛ ولیک پیرمرد و دریا، مالا مال از جاذبهٔ عاطفی و تازه است. چه اینکه واژهٔ پیرمرد، گذشته از معنای سراسر است لفظی- دارای معنای عاطفی و ترحم برانگیز و پرکشش است.^{۳۵} آنچه به عنصر عاطفی این عنوان می افزاید، کنار هم بودن واژهٔ پیرمرد و دریا است. زیرا آدمی می خواهد بداند پیرمرد مفلوک و قابل ترحم را با دریایی موج و بی رحم چه کار! همچنین پرداختن به سوژه و واژهٔ پیرمرد و دریا، تا هنگام نگارش و نشر این اثر، کاملاً تازه و بی سابقه بود.^{۳۶} همینگوی این سوژهٔ جدید را در کتاب خویش وارد کرد و آن را برای عنوان کتاب خود برگزید. و ناگفته پیداست کتاب وی به مدلول «لِکَلِّ جَدِيدٍ لَدَّةً» (سخن نو آری که نورا حلاوتی است دگر)، از بختیاری و استقبال فراوانی برخوردار شد. و می دانیم که همینگوی جایزهٔ ادبی نوبل و پولیستر را به خاطر نگارش این اثر دریافت کرد و از رهگذر همین اثر بود که به آوازهٔ عالمگیری دست یافت. اینک می توان یقین کرد که استقبال گسترده از این اثر همینگوی، تا اندازهٔ زیادی مرهون عنوان پیرمرد و دریا است. خاصه اینکه همینگوی دقت و وسواس کم نظیری در انتخاب عنوان رمانهای خویش داشته است. (پس از این بدین نکته اشاره خواهیم

کرد.)

مائده‌های زمینی: هزار نکتهٔ باریکتر زمو اینجاست.

برای راهبرد به نقش عنوان در استقبال از کتاب، تنها می توان به کتاب آندره ژید با عنوان مائده‌های زمینی بسنده کرد. استقبال چشمگیر از این کتاب در ایران، مرهون عنوان آسمانی مائده‌های زمینی است. آندره ژید- که دستی در ادبیات اسلام و ایران داشته- عنوان مائده‌های زمینی را برای کتاب خود، از سورهٔ مائده، خاصه آیات ۱۱۲ و ۱۱۴ آن اقتباس کرده است: «إِذْ قَالَ الْاَحْزَابُ يَا عِيسَى ابْنُ مَرْيَمَ هَلْ تَسْتَطِيعُ رَبُّكَ اَنْ يُنَزِّلَ عَلَيْنَا مَائِدَةً مِنَ السَّمَاءِ... قَالَ عِيسَى ابْنُ مَرْيَمَ اَللّٰهُمَّ رَبَّنَا اَنْزِلْ عَلَيْنَا مَائِدَةً مِنَ السَّمَاءِ...» اما این عنوان، از آغاز و پیش از انتشار مائده‌های زمینی، مورد خنده گیری مادر ژید بود. از این رو آندره ژید در کتاب اگر دانه نمیرد (که خاطرات دوران کودکی تا زناشویی اوست، و عجب عنوان جالبی دارد)، اشاره ای به این نکته می کند: «از (عنوان) مائده‌های زمینی، خوشش نمی آمد و چون هنوز فرصت عوض کردن آن باقی بود بشکل خستگی ناپذیری بر آن حمله می برد».^{۳۷} ولی آندره ژید، بی اعتنا به این مخالف خوانیهای مداوم، عنوان مائده‌های زمینی را به عنوان دیگری عوض نکرد. در عوض، در نخستین سطور کتاب خویش، این چنین به استمالت مخالفین پرداخت: ناتانائل! «مبادا نام ناهمواری که پسندیده‌ام تا بر این کتاب بگذارم ترا در اشتباه اندازد».^{۳۸}

باری آندره ژید با اقتباس از قرآن و انتخاب عنوان مائده‌های زمینی برای اثر خویش، از بختیاری فراوانی بهره مند شد و به استقبال چشمگیری از کتابش دامن زد. لا اقل می توان یقین کرد که استقبال از کتاب مائده‌های زمینی در محافل مذهبی و توسط مسلمانان، تا اندازهٔ بسیار زیادی مرهون عنوان گیرنده و انگیزندهٔ آن است. حقیقت این است که آندره ژید تنها با کتاب مائده‌های زمینی (و دقیقتر بگویم با عنوان مائده‌های زمینی) بود که در میان محافل جدی مذهبی شناخته شد. نام وی با عنوان مائده‌های زمینی گره خورده است و استقبال بسیاری از اشخاص مذهبی از کتاب او، تنها به سبب عنوان آسمانی آن است. ژید با انتخاب چنین عنوان انگیزنده‌ای برای کتاب خویش، انگیزهٔ بسیاری از خوانندگان در استقبال از کتابش گردید. مگر نه این است که آدمی

می خواهد بنگرد که در ورای عنوان آسمانی مائده های زمینی، چه گنجانده و نوشته شده است. و مقصود یک نویسنده بیگانه در اقتباس از کتاب خداوند یگانه چیست.

گفتنی است که از آندره ژید کتابهایی چون سکه سازان، آهنگ روستائی، مائده های تازه و بازگشت از شوروی نیز به فارسی گردانیده شده است. اما هیچ یک از این کتابها، به اندازه کتاب مائده های زمینی مورد استقبال قرار نگرفت. حتی کتاب مارکسیسم ستیزانه و ضد روسی ژید که توسط جلال آل احمد تحت عنوان بازگشت از شوروی به فارسی گردانیده شد، آن چنان در کشورمان مورد استقبال قرار نگرفت که کتاب

مائده های زمینی طرف توجه قرار گرفت. ۳۹ با اینکه جاذبه مارکسیسم در دهه های اخیر در ایران، و آوازه گریهای حزب توده در جانبداری و بسط سیاستهای شوروی در کشور، زمینه های مناسبی برای انتشار کتاب بازگشت از شوروی و نمایاندن سیمای عریان مارکسیسم و شوروی بود. اما با این وجود نیز کتاب مائده های زمینی، گوی استقبال را از کتاب بازگشت از شوروی ربود. و البته که استقبال بیشتر از مائده های زمینی در ایران، بیشتر به برکت عنوان آسمانی آن بوده است.

از مائده های زمینی یک ترجمه به انگلیسی تحت عنوان

پانوشها:

- ۱۱- ا. ج. آریان پور، پیشین ص ۲۹. به نقل از: (V. peklish. (sos. Information Avalanche). sputnik monthly Digest .
- ۱۲- (Moscow ,No3, July 1968) P65-67 بهر داد نیک نام. پیشین ص ۴۲ Pierre Auger. current Trends in Scientific Research. نقل از: (Newyourk, united Nations, 1962)؛ هوشنگ ابرامی. شناختی از دانش شناسی (علوم کتابداری و دانش رسانی). ص ۷۰. به نقل از: همان P15۰
- ۱۳- «چین، رشد تولید شربیات ادواری». نشر دانش. (سال چهارم، شماره چهارم، خرداد و تیر ۱۳۶۳). ص ۸۳.
- ۱۴- بهروز قهرمانی (گزارشگر). «مطبوعات و مسأله کمبود کاغذ». کیهان. (۵ اردیبهشت ۱۳۶۸، شماره ۱۳۵۹۷). ص ۵. به نقل از: سالنامه آماری یونسکو ۱۹۸۸.
- ۱۵- نصرالله پورجوادی و دیگران. «گفتگو درباره مجله های علمی». نشر دانش. (سال پنجم، شماره ششم، مهر و آبان ۱۳۶۴). ص ۱۳.
- ۱۶- محمدرضا مهدوی (ترجمه و نگارش). چکیده نویسی، مفاهیم و روشها. (چاپ دوم: تهران، مرکز اسناد و مدارک علمی ایران، ۱۳۶۷). ص ۱۹.
- ۱۷- محمدحسین دبانی. پیشین. ص ۳۹. به نقل از: ا. ای. میخائیلوف و آر. اس. گیلیاروسکی. پیشین. (دوره دوم، شماره ۳ و ۲). ص ۵۰.
- ۱۸- ر. ک: مهرداد مهرین. فن نویسندگی. (چاپ اول: تهران، انتشارات توس، ۱۳۶۶). ص ۵۱. بدون ذکر مأخذ و نام گوینده.
- ۱۹- برای تحقیق در رابطه کتاب و رسانه های سمعی و بصری، رجوع کنید به: علی اسدی. مقدمه بی بر جامعه شناسی رسانه های همگانی. (چاپ اول: پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران، ۱۳۵۸). مخصوصاً صفحات ۶۳-۷۰؛ هوشنگ ابرامی. کتاب و پدیده کم رشدی. ص ۱۵-۲۰. بحث «کتاب و رسانه های گروهی».
- ۲۰- مصرف کاغذ را معیار فرهنگ، و مصرف صابون را معیار بهداشت، و مصرف آهن را معیار تکنولوژی در هر کشور می دانند. اخیراً مصرف رنگ را نیز معیار جدید پیشرفت معرفی کرده اند. تاکنون پژوهش مستقل و مشعبی در این باره نشده است و تنها در آمری که اینک نام می بریم، اشاره ای - کمتر از آنچه ما در فوق اشاره کردیم - به برخی یابیکی از این معیارها شده است. ر. ک: جعفر سبحانی. رمز پیروزی مردان بزرگ. (چاپ نهم: قم، انتشارات نسل جوان، ۱۳۴۸). ص ۹۹؛ عقیقی بخشایشی.
- ۲۱- دیوان ناصر خسرو. تصحیح مجتبی مینوی و مهدی محقق. (چاپ سوم: دانشگاه تهران، ۱۳۶۸). ص ۱۱۸. تأکید روی کلمات از این قلمزن است.
- ۲۲- ا. ج. آریان پور. پژوهش. (چاپ سوم: تهران، امیرکبیر، ۱۳۵۸). ص ۴۹.
- ۲۳- همان. ص ۲۸.
- ۲۴- محمّد حسین دبانی. «ضرورت آموزش کتابداری بعد از انقلاب». نشر دانش. (سال دوم، شماره دوم، بهمن و اسفند ۱۳۶۰). ص ۳۹. به نقل از: ا. ای. میخائیلوف و آر. اس. گیلیاروسکی. «انتشارات علمی، منبع و وسیله دانش». ترجمه پرویز مهاجر. نشریه فرهنگی مرکز مدارک علمی. (دوره دوم، شماره اول، ۱۳۵۲). ص ۲۱-۵۲.
- ۲۵- هوشنگ ابرامی. شناختی از دانش شناسی (علوم کتابداری و دانش رسانی). (چاپ اول: تهران، انتشارات انجمن کتابداران ایران، ۲۵۳۶). ص ۷۰ و ۷۱. در این مأخذ، رقم «قریب نیم میلیون عنوان کتاب» یاد شده است. با توجه به اینکه رقم یاد شده مربوط به سالهای گذشته است، نگارنده به تخمین و با ملاحظه جوانب دیگر، رقم «بیش از ۵۰۰/۰۰۰ عنوان کتاب» را در متن آورده است. همچنین: مهرداد نیک نام. «راهنمای محققان و کتابداران». نشر دانش. (سال پنجم، شماره دوم، بهمن و اسفند، ۱۳۶۳). ص ۴۲.
- ۲۶- ا. ج. آریان پور، پیشین. ص ۲۸. به نقل از: (A. Kondratov - sounds and sings. Tr. G. Yankovsky. (Moscow, 1969) P142
- ۲۷- آیزاک آسیموف. دائرة المعارف دانشمندان علم و صنعت. ترجمه محمود صاحب. چاپ دوم: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۶۶. ج ۱، ص پانزده.
- ۲۸- هوشنگ ابرامی. کتاب و پدیده کم رشدی. (تهران، مرکز اسناد فرهنگی آسیا، ۱۳۵۷). ص ۲۷ و ۲۸. به نقل از: (Edward wegman. (The books people read) (Unesco courier -, 1972) . P14
- ۲۹- همان. ص ۲۴. به نقل از: سازمان ملل متحد. سالنامه آماری ۱۹۵۲، ص ۵۱۲؛ ۱۹۶۲، ص ۶۴۱؛ ۱۹۷۲، ص ۸۱۶.
- ۳۰- ماندانا صدیق بهزادی. «دسترسی جهانی به انتشارات». نشر دانش. (سال ششم، شماره اول، آذر و دی ۱۳۶۴). ص ۴. به نقل از: سالنامه آماری یونسکو، سال ۱۹۸۳.
- ۳۱- هوشنگ ابرامی. پیشین. ص ۲۲.

میوه‌های زمینی *Fruit of the Earth* و ترجمه‌ای ترکی تحت عنوان نعمتهای دنیا (دولت‌نعمت‌تری) شده است؟ اما هیچ یک از این عنوانها برای اهل قبله، گیرندگی و انگیزندگی عنوان مائده‌های زمینی را ندارد. در مصر نیز طه حسین، اندیشه ترجمه این کتاب را در سر داشت.

فشرده سخن: عناوین مائده‌های زمینی، پسر مرد و دریا، صدسال تنهایی، یوتوپیا، سرخ و سیاه و جایی که ملائک می ترسند یا بگذارند؛ شواهد و نمونه‌هایی بود از نقش عنوان در استقبال از کتاب. گفتیم که عنوان، نقش انکارناپذیری در استقبال از کتاب دارد. آنک برای نمایاندن نقش عنوان در

پانویسها:

زیربنای تمدن و علوم اسلامی. (چاپ سوم: قم، دفتر نشر نوید اسلام، ۱۳۵۶). ص ۳۲ و ۳۳؛ فرخ ماهان (گزارشگر). «رنگ: معیار جدید پیشرفت». دانشمند. (سال ۲۶، شماره ۱۲، اسفند ۱۳۶۷). ص ۱۱۶ و ۱۱۷. گفتنی است که بر اساس نقل ابن رسته، اولین کسی که کاغذ ساخت، یوسف پیامبر؛ و نیز اولین کسی که صابون ساخت، سلیمان پیامبر بود. چنانچه این روایت صحیح باشد، خود، دلیل دیگری است که پیامبران، بنیاد گذاران فرهنگ و تمدن.

جوامع بشری بوده‌اند. گویانکه اختراع کاغذ را به تسای لون، در سال ۱۰۵ میلادی منسوب کرده‌اند. و ظاهراً تا زمان جالینوس (قرن دوم میلادی) نامی از صابون برای نظیف دیده نمی شود. در این مقاله، مجال پژوهش در این مقوله ممکن نیست. طالبان بنگرند به: احمد بن عمر بن رسته. *الاعلاق النفسیة*. ترجمه و تعلیق حسین قره چانلو. (چاپ اول: تهران، امیرکبیر، ۱۳۶۵). ص ۲۲۷؛ نیز آثاری که در حوزه فرهنگ اسلامی به بحث از «الاولئ» پرداخته و مجموعاً بالغ بر ده کتاب است؛ دایرة المعارف فارسی. (شرکت سهامی کتابهای جیبی و انتشارات فرانکلین، ۱۳۵۶). ج ۲، بخش اول، ص ۱۵۴۶ و ۲۱۴۴؛ پی یرروسو. تاریخ صنایع و اختراعات. ترجمه حسن صفاری. (چاپ سوم: تهران، شرکت سهامی کتابهای جیبی و امیرکبیر، ۱۳۵۸). ص ۱۶۱ و ۳۴۳-۳۴۷.

۲۰- بهروز قهرمانی. پیشین. ص ۵.

۲۱- محمدرضا مهدوی. پیشین. ص ۹ و ۱۰.

۲۲- هوشنگ ابرامی. شناختی از دانش شناسی (علوم کتابداری و دانش رسانی).

ص ۷۰. به نقل از: همان. P15

۲۳- دایرة المعارف فارسی. ج ۲، بخش اول، ص ۲۱۷۴؛ پوری سلطانی و فروردین راستین. اصطلاحنامه کتابداری. (ویرایش دوم: تهران، کتابخانه ملی ایران، ۱۳۶۵). ص ۲۲۸.

۲۴- میرشمس الدین ادیب سلطانی. راهنمای آماده ساختن کتاب. (چاپ اول: تهران، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، ۱۳۶۵). ص ۳. به نقل از:

Geoffrey Ashall Glaister. Glossary of the Book London. Allen and unwin 1960 نیز ر. ک: پوری سلطانی و فروردین راستین.

پیشین. ص ۲۲۸. همچنین برای پژوهش در شکلهای گونه گون کتاب در تاریخ رجوع

کنید به: هوشنگ ابرامی. پیشین. ص ۱۶-۲۹.

استقبال از کتاب، شواهد و نمونه‌های یادشده را فراچنگ دادیم. گویانکه از این دست نمونه‌ها فراوان است؛ ولیک همین چند نمونه نیز وافی به مقصود است و چون در خانه کس است، یک حرف بس است. بدیهی است کتابهایی که برشمریم، خود از جنبه فکری و ادبی، مهم و معتابه است؛ اما عنوانهای دلکش و دندان گیر آن نیز در استقبال از کتاب نقش داشته است.

بنابراین می نگریم که عنوان کتاب، چیزی تزیینی نیست و نباید به صورت تفضیلی به آن پرداخت؛ بلکه عنوان برای کتاب، نقش تعیینی دارد و باید آن را سخت و جدی گرفت. زیرا

۲۵- از استاد علامه محمدجواد مغنیه سؤال شده بود که چرا شما نگارش کتابهای قطور و مفصل را رها کرده و به کتابهای مختصر و جیبی پرداخته اید؟ استاد در جواب فرمودند: رویی از خیابانهای بیروت عبور می کردم؛ دیدم جوانی در همان حال که با یک دست ساندویچ می خورد، با دست دیگری کتاب جیبی را گرفته و مشغول خواندن آن است. فکر کردم که اگر آن کتاب، بزرگ و قطور بود، این طور قابل استفاده نبود. آنگاه تصمیم به نگارش چنین کتابهایی گرفتم. ر. ک: محمدجواد مغنیه. مردان پاک از نظر امام صادق علیه السلام. ترجمه مصطفی زمانی. (چاپ دوازدهم: قم، انتشارات پیام اسلام، ۱۳۶۸). ص ۶۶، مقدمه مترجم. گفتنی است که مرحوم مغنیه با عنایت بدین حادثه، کتابهای جیبی را «ساندویچات» نام نهاده بود؛ می گفت: «فألقت الکتب القصار والطوال، من «الصند ویشات» الی اللولام والمواند.» من هنا و هناک. (الطبعة الاولى: بیروت، مؤسسة الاعلمی للطبوعات، ۱۳۸۸). ص ۵ و ۶.

۲۶- میرشمس الدین ادیب سلطانی. پیشین. ص ۳.

۲۷- گفتار نخست، مضمون یک ضرب المثل انگلیسی است و گفتار دوم، عنوان کتابی است از ویلیام شکسپیر، شاعر انگلیسی. احتمالاً شکسپیر عنوان کتاب خود را از ضرب المثل برگرفته است. در ادبیات فارسی و عربی، امثال معادل متعددی در این باره در دست است.

۲۸- مهرداد مهرین. پیشین. ص ۱۱

۲۹- محسن سلیمانی (ترجمه). از روی دست رمان نویس، مصاحبه با فورستر، فاکنر، سیمنون، همینگوی و هاکسلی. (چاپ اول: تهران، نشر هنر اسلامی، ۱۳۶۷). ص ۲۸ و ۲۹. گفتنی است که فورستر در این مصاحبه اظهار داشته است که فیلیپ هریتون در رمان یاد شده، همان پروفور دنت است.

۳۰- عنوان رمان فورستر به زبان اصلیش چنین است: *Where Angels Fear to Tread*

۳۱- در تورات، کتاب اشیاء نبی، باب ششم، بند ۲ آمده است: «وسرافین بالای آن ایستاده بودند که هریک از آنها شش بال داشت.» و در قرآن، سوره فاطر، آیه ۱: «جَاعِلِ الْمَلَائِكَةِ رُؤُلًا أُولَىٰ أَيْحِيُوْثٍ مُّثْنَىٰ وَرِثًا وَرِثًا». بحث در باره جسمانی یا مجرد بودن ملائکه، خارج از مقصود ماست.

۳۲- باقر رجبعلی. «گشت و گذاری در دنیای شگفت انگیز «عنوان» و نقش آن در

نخستین تصمیم خواننده را برای دست بردن به سوی یک کتاب، عنوان آن تعیین می‌کند. البته هستند نویسندگان بی تجربه و کم توجهی که تصور می‌کنند عنوان کتاب، چیزی ترینی است و بنابراین به سلیقه پدید آورنده کتاب مربوط است. یعنی هر نویسنده که عنوانی انتخاب می‌کند، ناشی از ذوق و پسند اوست و «گروهی این، گروهی آن پسندند». اما نتیجه‌ی ترینی و سلیقه‌ای پنداشتن عنوان کتاب این است که دیگر هیچ ضابطه و معیاری در انتخاب عنوان نیست؛ و جای

هیچ نقض و نقدی بر هیچ عنوان کتابی نیست. پیداست که این سخن مردود است و نقد آن، در خود آن است. از آنچه در نقش عنوان در استقبال از کتابی گفته شد، در واقع نقش تعیینی عنوان کتاب نمایان شد. بعد از این نیز در بحث از آیین انتخاب عنوان، بی‌پایگی این گفته آفتابی خواهد شد و نشان خواهیم داد که عنوان کتاب، اصول و آیین ویژه‌ای دارد و ترینی و سلیقه‌ی پنداشتن آن، از قضا نشانه‌ی بی‌سلیقه‌ی است.

پانوشتها:

سال ۱۳۳۴ تا ۱۳۶۷، در مجموع هشت بار به چاپ رسیده است. پس تقریباً به طور میانگین، در هر چهار سال، یک بار کتاب مانده‌های زمینی منتشر شده است. و این مقدار انتشار، بسیار بیشتر از میزان انتشار دیگر کتابهای ژید در ایران است. ۴۰- آندره ژید. مانده‌های زمینی و مانده‌های تازه. ترجمه و مقدمه و حواشی از حسن هنرمندی. ص ۳۹۹ و ۴۰۰، حاشیه مترجم.

آثار هنری و ادبی». اطلاعات. (۲۱ اردیبهشت ۱۳۶۸، شماره ۵۸۷۳). ص ۱۵- به نقل از: کریستین کلن و پل لیدسکی. تفسیری بر سرخ و سیاه استدلال. ترجمه محمدتقی غیاثی. (تهران، امیرکبیر، ۱۳۵۵).
۳۳- ریتا گبیرت. «مصاحبه با گابریل گارسیامارکز». ترجمه نازی عظیمیا. کتاب الفبا. (تهران، امیرکبیر، ۲۵۳۶). ص ۲۶۴ و ۲۷۲؛ همو. هفت صدا، مصاحبه ریتا گبیرت با: نرودا، مارکز، آستوریاس، پاز، کورتاسار، اینفانته، بورخس. ترجمه نازی عظیمیا. (چاپ دوم: تهران، آگاه، ۱۳۶۷). ص ۳۸۲ و ۳۹۱ و ۳۹۲.
۳۴- فرزانه بی‌واتو. همینگوی. ترجمه رضا قیصریه. (چاپ اول: نشر نقره، ۱۳۶۸). ص ۲۸۲-۲۸۴؛ ارنست همینگوی. پیرمرد و دریا. ترجمه نجف دریا بندری.
۳۵- برخی کلمات سه معنای متفاوت دارند: معنای شخصی، معنای لفظی، معنای عاطفی. مثلاً معنای لفظی کلمه «سیزده» یک چیز است؛ دوازده به علاوه یک؛ و معنای عاطفی آن برای اشخاص خرافی، یک چیز دیگر؛ نحوست. هکذا کلمه «پیرمرد» که گذشته از معنای لفظی، دارای معنای عاطفی است.
۳۶- همینگوی به تازگی سوره خود اشاره کرده است؛ ر. ک: محسن سلیمانی. پیشین. ص ۱۱۲.



فوق الذکر!

ما نمی‌دانیم منشأ این تعبیر «فوق الذکر» که غلط فاحش و دال بر بی‌سوادی مطلق استعمال کننده آن است از کجاست. زیرا «فوق الذکر» به معنای «بالای ذکر» و «مافوق ذکر» است، نه به معنی «مذکور در فوق»؛ نظیر فوق العاده و فوق التصور و فوق الوصف و فوق الأرض و غیرها. و اگر «فوق الذکر» به معنی «مذکور در فوق» درست باشد؛ پس باید «تحت الذکر» و «ذیل الذکر» و «قبل الذکر» و «بعد الذکر» (به معنی مذکور در پایین یا در ذیل یا قبل از این یا بعد از این) نیز همه درست باشد. و حال آنکه هیچ کس -و حتی جرید تهران- گمان نمی‌کند این تعبیرات را استعمال کرده باشند.... به طور کلی شرط در استعمال این نوع ترکیبات عربی در آن معانی مذکوره آن است که کلمه اول صفت باشد؛ مثل سابق الذکر، مارالذکر، آتی الذکر. و از همه بهتر و مهلتر برای کسی که از قواعد عربی اطلاع ندارد آن است که از استعمال ترکیبات عربی مهما ممکن اجتناب ورزد تا در این چاله‌ها نیفتد؛ مثلاً به جای ترکیب مضحک «فوق الذکر»، صاف و ساده بگوید: «مذکور» یا «مزبور» یا «مرقوم در فوق» یا «گذشته» و نحو ذلك.... عربی ندانستن عیب نیست؛ ولی عربی غلط استعمال کردن عیب بزرگی است.

محمد قزوینی. مقالات. ج ۴، ص ۹۶۱ و ۹۶۲

۳۷- آندره ژید. مانده‌های زمینی و مانده‌های تازه. ترجمه و مقدمه و حواشی از حسن هنرمندی. (چاپ چهارم: تهران، انتشارات زوار، ۱۳۵۷). ص ۵۲، مقدمه مترجم.
۳۸- همان. ص ۶۹؛ همو. مانده‌های زمینی. ترجمه جلال آل احمد و پرویز داریوش. (چاپ سوم: انتشارات اساطیر، ۱۳۶۷). ص ۱۶. سخن آندره ژید در ترجمه اخیر، این چنین به جامعه فارسی درآمده است: «ناتانائیل از نام خشنی که پستلیم باین کتاب بدهم اندیشه بد بخود راه مده». (پیداست که چه تفاوت فاحشی میان این ترجمه هاست.) گفستی است که مانده‌های زمینی، پیامی است خطاب به یک مرید محبوب که ژید بر او نام ناتانائیل (ناتانائیل؟) را گذاشته است. این نام در اصطلاح عهد عتیق، به معنی خداداد یا یزدان بخش یا عطاء الله یا احسان الله است. (از افاضات مترجمان).

۳۹- مانده‌های زمینی یک بار توسط جلال آل احمد و پرویز داریوش به فارسی ترجمه شد. چاپ اول این ترجمه در سال ۱۳۳۴ (دوم ۱۳۵۰ و سوم ۱۳۵۵)، و چاپ چهارم (آخرین) آن در سال ۱۳۶۷ بود. (انتشارات اساطیر که ناشر چاپ چهارم این اثر بود، سهواً نوبت این چاپ را چاپ سوم ثبت کرده است.) بار دیگر این اثر توسط دکتر حسن هنرمندی (همراه با ترجمه مانده‌های تازه و با مقدمه و حواشی بسیار سودمند) به فارسی ترجمه شد. چاپ اول این ترجمه نیز در سال ۱۳۳۵ (دوم ۱۳۴۷ و سوم ۱۳۵۰)، و چاپ چهارم (آخرین) آن در سال ۱۳۵۷ بود. بنابراین کتاب یادشده از