

چهارمین سخن‌سردبیر

«چکیده متنی است سزوار سلاطین»

(ضرب‌المثلی فرانسوی)

از آن‌رو که سلاطین مجال غُور در متن را ندارند، پس لازم است متنی موجز فراهم آید تا لب مطلب را ادا کند.

چکیده آستانه ورود به مقاله است تا مخاطب در یک نظر دریابد که موضوع آن چیست. مخاطب خارجی هم از مسیر ترجمه چکیده با موضوع آشنا می‌شود و اگر پژوهشگر باشد و موضوع مقاله به‌کارش آید، سودای ترجمه آن را در سر می‌پروراند. بنابراین چکیده مانند ویتروینی، خود را در برابر مخاطبان می‌نماید. نوشتن چکیده در یک بند کفایت می‌کند و در آن باید گفت که موضوع مقاله چیست. چنین ظرف کوچکی و نیت مهمی کار چکیده‌نویسی را سخت می‌کند. اما اگر بدانیم که در نگارش چکیده نباید به مقولاتی مانند پی‌رنگ مقاله، سخنان بیرون از مقاله و البته توصیفات پردازیم، کار چکیده‌نویسی آسان می‌شود.

چکیده مانند شعر است؛ ظرفیت اندکی دارد که باید سرشار از معنا شود و شیوه بیان خود را می‌طلبد. همچنین تحمل تکرار عبارات ذکرشده در مقاله را ندارد و مستقل است و صریح؛ و مهم‌تر از هر چیز این است که باید آن را نوشت، نه ساخت و اگر نخستین کار هم نوشتن چکیده باشد، نقشه راه می‌شود برای مؤلف.

اما همکار موجز چکیده همان کلیدواژگان هستند که اشارات کوتاهی‌اند برای رهنمون شدن به اصل مقاله در سیستم‌های کتابخانه‌ای واقعی یا مجازی و همچنین دریافت سریع آن. بنابراین پژوهشگران باید کلیدواژگان را با دقتی درخور گزینش کنند و از واژه‌هایی که این دو کارکرد را ندارند و موجب سردرگمی مخاطبان می‌شوند، بپرهیزند تا به‌خوبی موضوع و مسئله مقاله را آفتابی کنند.

دکتر رویا لطافتی

دانشیار دانشگاه تربیت مدرس