

فصلنامه مطالعات زبان و ترجمه (دانشکده ادبیات و علوم انسانی)، علمی - پژوهشی، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۳

بومی‌سازی مدل پنجگانه عناصر فرهنگی نیومارک با زبان و فرهنگ فارسی:

ارائه تقسیم‌بندی نه‌گانه

سیدمحمدرضا هاشمی (دانشیار زبان انگلیسی، دانشگاه فردوسی مشهد، نویسنده مسئول)

hashemi@um.ac.ir

نادیا غضنفری‌مقدم (دانشجوی دکتری مترجمی زبان انگلیسی، دانشگاه فردوسی مشهد)

n.ghazanfari@stu.um.ac.ir

چکیده

گاهی مترجمان به‌هنگام ترجمه عناصر و مفاهیم فرهنگی اعم از اجتماعی، مذهبی و سیاسی و گاهی تاریخی، با چالش‌ها و تردیدهایی روبه‌رو می‌شوند. صاحب‌نظران ترجمه دیدگاه‌های مختلفی درباره شیوه مواجهه با این‌گونه چالش‌ها ارائه کرده‌اند. نیومارک یکی از این صاحب‌نظران است که با ارائه تقسیم‌بندی‌ای پنج‌گانه از مفاهیم فرهنگی، برای ترجمه آن‌ها پیشنهادهایی داده است. چارچوب نظری نیومارک مبنای مطالعات متعددی در زبان فارسی قرار گرفته است؛ اما پرسش این است که آیا می‌توان الگوی نیومارک را در ترجمه مفاهیم فرهنگی فارسی به‌کار گرفت؟ هدف از انجام پژوهش حاضر ارائه پاسخی هرچند محدود به این پرسش است. در این راستا، چهار داستان کوتاه محاوره‌ای، حاوی مفاهیم فرهنگی، از آثار جلال آل‌احمد انتخاب گردیدند و براساس مدل پیشنهادی نیومارک بررسی شدند. یافته‌ها نشان داد که مدل پیشنهادی نمی‌تواند تمام عناصر فرهنگی فارسی را در برگیرد. به این دلیل، چهار شاخه جدید به الگوی نیومارک افزوده شد و تغییراتی جزئی در بخش‌های دیگر آن صورت گرفت. نتایج این پژوهش می‌تواند برای مقاصد آموزشی و تربیت مترجم مفید باشد.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ، نیومارک، جلال آل‌احمد، ترجمه، زبان فارسی.

۱. مقدمه

ترجمه و انتقال مفاهیم فرهنگی همواره از مشکل‌ترین چالش‌های پیش‌رو در فرایند ترجمه بوده است. مترجمان، با وجود تلاش بسیار در انتقال مفاهیم از متن مبدأ به زبان مقصد، گاهی

در ترجمه آن‌ها درمی‌مانند؛ البته، صاحب‌نظران و مترجمان توانسته‌اند با ارائه راهکارهای مختلف، تاحدی مشکل ترجمه‌ناپذیری اقلام فرهنگی را تسهیل کنند؛ اما مسئله این است که برگرداندن این عناصر تنها بخشی از دشواری کار است و انتقال مفاهیم ضمنی و نیز ایجاد انگیزش و واکنش عاطفی در مخاطب، جنبه دشوارتر این چالش می‌باشد. مشکل زمانی دوچندان می‌شود که مترجم با آن دسته از عناصر و مفاهیم فرهنگی (اعم از مذهبی، سیاسی، اجتماعی و غیره) روبه‌رو می‌شود که اصطلاحاً معادل صفر^۱ (هممود، ۲۰۰۹) دارند؛ یعنی، آن مفاهیم یا در زبان و فرهنگ مقصد وجود ندارند یا مخاطب زبان مقصد برداشت متفاوتی از آن‌ها دارد.

با وجود مطالعات متعدد در حوزه فرهنگ، تعریف ثابت و واحدی برای فرهنگ ارائه نشده است. هر تعریف جنبه‌ای از ماهیت فرهنگ را بیان می‌کند. برخی از تعریف‌های ارائه‌شده چنین هستند: «نشان تمدن و یک زندگی ایده‌آل»، «سبک زندگی مردم»، «نوعی آگاهی فردی و اجتماعی که سبب می‌شود رفتار و گفتارهای خود و سایرین را «مقبول» یا «نامقبول» تشخیص داد» (کتان، ۲۰۰۹، ص. ۷۶). همچنین، فرهنگ را دانشی می‌دانند که فرد از کودکی آن را فرامی‌گیرد و به‌مرور زمان در وجودش عجین می‌گردد و موجب می‌شود تا گاهی تفاوت‌هایی را میان خود و افراد جوامع دیگر «احساس کند» (کتان، ۱۹۹۹، ص. ۸۲؛ صالحی، ۲۰۱۲). زبان هر فرد یکی از نشانه‌های هویت و تعلق اجتماعی و فردی او است که محروم‌شدن از امتیاز صحبت کردن به آن می‌تواند همچون اخراج او از اجتماع و طرد از فرهنگ خودی و از دست دادن هویت تلقی شود؛ «بنابراین، می‌توان گفت زبان تداعی‌کننده حقیقتی فرهنگی است» (کرامسخ، ۱۹۹۸، ص. ۳).

مطالعات فرهنگی و اجتماعی جدید نشان می‌دهند که فرهنگ متأثر از عوامل اجتماعی پیرامون و نیز تأثیر گذار بر آن‌ها است. نظام باورها، ایدئولوژی و سیاست‌های فرهنگی - اجتماعی یک جامعه به فرهنگ «شکل» می‌دهد و آن را «سویه‌دار» می‌کند (کتان، ۱۹۹۹، ص. ۷۳). زبان به‌مثابه یکی از مهم‌ترین عناصر اجتماعی در فرهنگ هر ملت، ارتباطی بسیار تنیده و

1. Nil-equivalence

مستقیم با فرهنگ دارد و بر آن اثر می‌گذارد و از آن تأثیر می‌پذیرد. سَپیر^۱ (به‌نقل از کتان، ۱۹۹۹، ص. ۷۳) بر این باور است که زبان در فرهنگ شکل می‌گیرد: اگر هر چیزی «زمینه‌ای» داشته باشد، فرهنگ «زمینه» و «قرارگاه» زبان است. مالینوسکی (۱۹۳۵، به‌نقل از حتیم و میسن، ۱۹۹۰) نیز در مطالعات انسان‌شناختی و زبان‌شناختی خود «بافت موقعیت» یا «بافت فرهنگی» را مطرح می‌کند که درک آن پیش از تحقق ترجمه الزامی است. وی تأکید می‌کند که انتقال مفهوم یک متن، واژه، عبارت، و غیره بدون توجه به بافت فرهنگی آن ناممکن است.

لفویر (۱۹۹۲، ص. ۷۶) معتقد است که ترجمه عناصر و مفاهیم فرهنگی از دشوارترین مشکلات ترجمه محسوب می‌شود؛ به‌ویژه که هر متن در زمینه فرهنگی خاص خود شکل می‌گیرد. این زمینه فرهنگی در کنار برخی از پیش‌انگاره‌های اجتماعی، سیاسی و تاریخی یک جامعه «شبکه‌های مفهومی» را تشکیل می‌دهد که هر متن براساس مجموعه‌ای از آن‌ها پایه‌گذاری شده است (بسنت، ۲۰۰۷، ص. ۲۰). بسنت «شبکه‌های مفهومی» را مفاهیمی می‌شمارد که برای مردم یک کشور نهادینه می‌شود و «انتظارات» و «توقعات» خاصی در آن‌ها ایجاد می‌کند. اهالی یک فرهنگ براساس انتظارات غالب در جامعه، توقعات خاصی از متن‌گونه‌ها^۲ دارند و با برقرارکردن ارتباط میان مفاهیم آشنا (اطلاعات قدیمی) و اطلاعات جدید متن را درک می‌کنند؛ البته لازم است ذکر شود که این «شبکه‌های مفهومی» به‌مرور زمان و با وضع و تغییر شرایط اجتماعی، تاریخی، سیاسی، مذهبی و فرهنگی یک جامعه و ایدئولوژی‌های غالب آن تغییر می‌کنند (بسنت و لفویر، ۱۹۹۸). این الگوهای فکری، بازتابی از ایدئولوژی‌ها و باورهای اجتماع می‌باشند؛ اما می‌توانند به‌طورکلی با انتظارات جوامع دیگر نیز اشتراکاتی داشته باشند (بسنت و لفویر، ۱۹۹۸). در این صورت، هرچه این شبکه‌ها در بین دو فرهنگ و زبان مبدأ و مقصد متفاوت باشند، ترجمه نیز به‌مراتب دشوارتر خواهد بود (بسنت و لفویر، ۱۹۹۸). در چنین حالتی، به‌گفته لفویر (به‌نقل از بسنت، ۲۰۰۷، ص. ۲۰)، احتمال دارد مترجم «شبکه‌های مفهومی» را به‌نفع جامعه مقصد تغییر دهد و بازنویسی نماید. لپی‌هالمه

1. Sapir

2. Text types

(۱۹۹۷، ص. ۳) با تشبیه مترجم به بیننده‌ای که از دورن بالگرد به پایین می‌نگرد، بر این باور است که مترجم یا محقق ترجمه، هنگام ترجمه متن و برخورد با عناصر فرهنگی باید با اشراف به متن عمل کند که این، بدان معنا است که ابتدا، «بافت فرهنگی» متن و سپس، «بافت موقعیتی» آن و سرانجام، خود «متن» را با دقت درک نماید و سپس، منتقل کند.

یکی دیگر از ضرورت‌های پرداختن به ترجمه عناصر و مفاهیم فرهنگی این است که غالباً افراد برداشت‌هایی خاص از اقوام و ملت‌ها دارند که گاه به دلایل سیاسی و یا پیش‌داوری غلط می‌توانند اشتباه باشند. هدف ترجمه می‌تواند معرفی مفاهیم نو و فرهنگ جدید به مخاطب یا دستکاری در مفاهیم و فرهنگ مبدأ، برای ارائه تصویری خاص از آن‌ها (مدح یا قدح فرهنگ مبدأ) باشد؛ بنابراین، ترجمه، کنشی بی‌طرف و همواره وفادار به متن و نویسنده نیست؛ ترجمه تقریباً همیشه در راستای منافع و مقاصد شخص یا گروه خاصی انجام می‌شود. به‌همین دلیل است که هر متن و مطلبی برای ترجمه انتخاب نمی‌شود؛ زیرا، هر ترجمه‌ای آوردگاه تقابل و گزینش ایدئولوژی‌ها است: ایدئولوژی متن مبدأ، ایدئولوژی غالب جامعه مقصد، ایدئولوژی مترجم (که ممکن است با ایدئولوژی غالب جامعه متفاوت باشد).

۲. پیشینه تحقیق

در مطالعه‌ای، عزیز و لتاویش (۲۰۰۰) انواع سوگیری متن مقصد در مواجهه با فرهنگ مبدأ را بررسی کرده‌اند. آن‌ها به دنبال پاسخ به این پرسش بوده‌اند که متن مقصد تا چه اندازه پذیرای مفاهیم فرهنگی زبان مبدأ است و آن‌ها را به خدمت می‌گیرد. نتیجه این تحقیق نشان داد که در ترجمه مفاهیم فرهنگی، سه روش خاص قابل مشاهده است:

۱. «انضمام مفاهیم» یا «یکپارچه‌سازی»: عبارت است از تمایل بیشتر به سمت فرهنگ مقصد؛ البته بدون تطابق کامل با فرهنگ مقصد؛
۲. «بیگانه‌سازی»: عبارت است از فاصله گرفتن ترجمه از هر دو فرهنگ مبدأ و مقصد؛ ترجمه بی‌طرف و بدون سوگیری خاص نسبت به هیچ یک از دو فرهنگ.

۳. «ترجمه (فرهنگ) مبدأ» یا «مبدأگرایی»:^۱ عبارت است از ترجمه‌ای سویه‌دار در راستای حفظ مفاهیم فرهنگی زبان مبدأ و انتقال آن‌ها در ترجمه.

برخلاف تحقیقاتی که به آن‌ها اشاره شد، مولداوسکی (۲۰۰۰) در جریان یک پروژه ترجمه قرار گرفته و عناصر و مفاهیم فرهنگی را شناسایی، استخراج، دسته‌بندی و ترجمه کرده است. وی فصل اول یک رمان را با توجه دقیق به عناصر فرهنگی، از زبان اسپانیولی به انگلیسی برگردانده است. به گفته او، عناصر فرهنگی این اثر در تمامی شاخه‌های طبقه‌بندی نیومارک قرار می‌گرفتند؛ هرچند برخی از مثال‌هایی که او فرهنگی تلقی کرده است، قابل تأمل می‌باشند؛ مثلاً، ماشین «رولز رویس». کمتر ماشینی را می‌توان یافت که «فرهنگی» باشد (یعنی، صرفاً به فرهنگ خاصی تعلق داشته باشد) و در ترجمه نیز معمولاً اسم ماشین ذکر می‌شود و در صورت لزوم، در پانویس توضیح داده می‌شود: «نوعی ماشین است که ...».

همچنین، مولداوسکی (۲۰۰۰) «زبان بدن و عادات» را زیرشاخه‌ای از روابط و مفاهیم اجتماعی می‌داند و نه به‌عنوان شاخه‌ای مجزا؛ زیرا، در اجتماع رفتارهای تعریف‌شده و خاص از افراد انتظار می‌رود؛ مانند رفتارهایی که در یک جامعه، از جنس مؤنث و مذکر انتظار می‌رود؛ اما فرهنگ همیشه به‌معنای فرهنگ کل جامعه نیست. گاه می‌توان از فرهنگ گروه خاصی نام برد؛ مانند فرهنگ گروه‌های سیاسی، اقتصادی، پزشکی، مترجمان، شاعران، بازیگران، پلیس و غیره که رفتار متناسب با اجتماع یا گروه خاص خود را دارند.

جیمز (۲۰۰۲) در مطالعه خود علاوه بر بحث از روش‌های مختلف ترجمه مفاهیم خاص فرهنگی، به مدل پنج‌گانه نیومارک پرداخته و در توضیح آن مثال‌هایی را آورده است. جیمز در بیان علت انتخاب مدل پنج‌گانه نیومارک برای مطالعه می‌گوید، مدل ذکر شده به مراحل موجود در فرایند ترجمه^۲ اختصاص دارد. از منظر جیمز، فرایند ترجمه نسبت به متن نهایی ترجمه (متن مقصد) در اولویت قرار دارد و دارای اهمیت می‌باشد. فرایند درک متن مبدأ و مراحل تصمیم‌گیری برای انتخاب بهترین شیوه ترجمه تأثیر ژرفی بر اثر نهایی می‌گذارد. علاوه بر این، مدل پنج‌گانه نیومارک بر لزوم

1. Source translation
2. Translation process

تحلیل دقیق عناصر و مفاهیم سازنده بافت متن مبدأ تأکید می‌کند. جیمز کاریکاتور را عنصری فرهنگی و زیرمجموعه «زبان بدن و عادات رفتاری» در مدل نیومارک قرار می‌دهد. وی معتقد است که کاریکاتور بیانگر سوگیری، پیش‌داوری یا برجسته‌سازی برخی از مفاهیم فرهنگی در افراد یک جامعه می‌باشد؛ برای مثال، فرانسوی‌ها وقتی بخوانند کاریکاتور مردان آفریقای شمالی را بکشند، آن‌ها را در حال ساختن صنایع دستی نشان می‌دهند. به علاوه، آن‌ها افراد سطح پایین الجزایری و مراکشی را بسیار تعارفی به تصویر می‌کشند.

تریوانی (۲۰۰۲) در بررسی ترجمه‌هایی که به زبان هندی انجام شده‌اند، ملاحظه کرد که غالباً تعداد و نوع مشخصی از عناصر فرهنگی همواره چالش برانگیز بوده‌اند. به نظر وی، عناصر فرهنگی مشکل‌ساز در زبان هندی را می‌توان به ۸ دسته تقسیم کرد.^۱ اساس این تقسیم‌بندی، طبقه‌بندی نیومارک^۲ (۱۹۸۸) از عناصر و مفاهیم فرهنگی بوده است.

پاولوویچ و پوسلک (۲۰۰۳) نیز مدلی برای دسته‌بندی عناصر فرهنگی ارائه داده‌اند که شامل ۱۳ شاخه می‌شود.^۳ مدل یادشده نیز به نوعی از مدل نیومارک الهام گرفته است؛ زیرا، شاخه‌ها و زیرشاخه‌های آن یکسان هستند. این طبقه‌بندی جامع‌تر و دقیق‌تر است؛ اما به گفته پاولوویچ و پوسلک، برخی از شاخه‌ها همپوشانی دارند (مانند همپوشانی «اقتصاد» و «کار»، یا «عادات زندگی روزمره» با اکثر شاخه‌ها) و این همپوشانی، فرایند تحلیل را کمی پیچیده می‌کند. افزون‌براین، در

۱. اسم‌ها، روابط اجتماعی، وابسته‌های غذایی، لباس و تزئینی‌ها، آداب و رسوم، باورها و احساسات، عناصر مذهبی و اسطوره‌ها و داستان‌ها، محیط و جغرافیا.

۲. تقسیم‌بندی عناصر و مفاهیم فرهنگی، از نظر نیومارک:

الف. طبیعت و پدیده‌های طبیعی و اقلیم: انواع باد، چمن، زمین، و ...؛

ب. وسایل امرار و معاش: خوراکی‌ها، نوشیدنی‌ها، پوشاک، مسکن، شهر و مکان زندگی؛

پ. مفاهیم خاص اجتماعی - فرهنگی: انواع مشاغل و تفریحات؛

ت. سازمان‌ها، آداب و رسوم، نهادها، فعالیت‌ها و اعمال و باورهای دولتی و اداری، سیاست، مذهب و هنر، زبان بدن و عادات.

۳. فعالیت‌های سیاسی و اداری، اقتصاد، مذهب، تاریخ، زندگی روزمره، فرهنگ مادی، محیط و اقلیم، وابسته‌های تفریح و کار، عادات و رفتار، اقلام خطاب، تحصیلات، نیروهای مسلح، مؤسسات و مراکز سرگرمی.

فرهنگی بودن بعضی از شاخه‌ها نیز تردید وجود دارد؛ برای مثال، اقتصاد، تاریخ، تحصیلات و برنامه آموزشی و نیروهای مسلح. بیشتر مفاهیمی که در این شاخه‌ها قرار می‌گیرند، جهان‌شمول هستند و برای ترجمه آن‌ها (حداقل در انگلیسی) معادل شناخته شده^۱ ارائه شده است. پاولوویچ و پوسلک (۲۰۰۳) دلیل فرهنگی بودن این شاخه را تفاوت‌های قابل ملاحظه در نظام‌های آموزشی و ارتشی می‌دانند. آنان در مورد شاخه «طبیعت و اقلیم» معتقد هستند که هر جامعه‌ای درک خاصی از محیط پیرامون خود دارد. این دو حتی رنگ‌ها را نیز در این شاخه قرار می‌دهند که در زبان فارسی مثالی ملموس برای این شاخه، «شالیزارهای شمال» است.

به اعتقاد فایق^۲ (۲۰۰۸)، آثار ادبی به دلیل ماهیت کاملاً فرهنگی خود مهم‌ترین آثار فرهنگی یک جامعه‌اند که «نادرست»^۳ یا «دستکاری» شده ارائه می‌شوند. ترجمه نیز ماهیت فرهنگی دارد و به همین دلیل فایق بر این باور است که برخلاف نظر سنت‌گرایان مبنی بر وفاداری به متن اصلی و ارائه ترجمه بی‌طرفانه، ترجمه نمی‌تواند «بی‌طرف» باشد؛ زیرا، حتی جایگزینی عناصر خاص یک متن می‌تواند واکنش خاصی را در مخاطب برانگیزد؛ به عنوان مثال، فایق (۲۰۰۸) با تحلیل گفتمان و فرهنگ عربی و انگلیسی، اصل «جانبداری» را در ترجمه بررسی کرده است. وی دو عنصر اساسی ترجمه را فرهنگ و زبان می‌داند؛ اما اذعان می‌دارد که فرهنگ سبب سوگیری زبان و در نتیجه، سبب سوگیری فرایند ترجمه و روش‌های آن گردیده است. یکی از مثال‌های او مفهوم «جهاد» است که بار معنایی آن در فرهنگ اسلامی (جهاد «فی سبیل الله») و فرهنگ غربی (کشتن بی‌رحمانه و تروریسم) تفاوت دارد. فایق (۲۰۰۸) معتقد است اگر مترجم از گفتمان‌های فرهنگی غالب بر یک اثر آگاه باشد، می‌تواند ترجمه‌ای به مراتب خشتی‌تر ارائه دهد.

هیمود (۲۰۰۹) ترجمه عناصر و مفاهیم فرهنگی از عربی به انگلیسی و برعکس را با استفاده از مدل نیومارک و نیز روش‌های پیشنهادی ترجمه او بررسی کرده است. برای این تحقیق، داده‌ها از ترجمه پنج مترجم با تحصیلات دانشگاهی استخراج شده‌اند. از هر پنج مترجم خواسته شده بود که متون انگلیسی را به عربی و عربی را به انگلیسی برگردانند.

1. Recognized equivalence

2. Faiq

3. Misrepresentation

هیمود (۲۰۰۹) در مورد عناصر فرهنگی مرتبط با «طبیعت و اقلیم» معتقد است که آب و هوا و شرایط محیطی یک اقلیم بر واژگان آن جامعه نیز اثر می‌گذارند. در انگلیس هوا سرد و بارانی؛ ولی در عربستان داغ و بیابانی است و به این دلیل است که در انگلیسی از اصطلاح «کسی را به گرمی در آغوش کشیدن» استفاده می‌شود؛ در حالی که در عربستان تعبیر «استقبال حار» (حار به معنای داغ و سوزان) به کار می‌رود؛ البته، وی نیز همچون سایر محققان نتوانسته است مثال مناسبی را برای این بخش از مدل نیومارک پیدا کند. همچنین، هیمود (۲۰۰۹) در قسمت «مواد و وسایل»، به عبارت WWW اشاره می‌کند که جزو فناوری است و به دلیل نیاز به انتقال آن به زبان دیگر و نبود معادل، در ترجمه از همان واژه استفاده می‌شود.

همچنین، هیمود (۲۰۰۹) با اشاره به مفاهیم صریح و ضمنی اشاره می‌کند که مشکل صرفاً انتقال مفهوم اولیه نیست؛ بلکه انتقال تمامی معانی ضمنی یک عنصر یا ترکیب زبانی است؛ برای مثال، در شاخه مذهب، تعبیر «مریم باکره» را که با لقب «مادر خدا» نیز در انگلیسی می‌آید، ذکر کرده است. ترجمه تحت‌اللفظی «مادر خدا» در متن مقصد موجب شوک فرهنگی و ایجاد اثر منفی در مخاطب غیرمسیحی خواهد شد. به همین دلیل این تعبیر با «مریم مقدس» جایگزین شده است.

پژوهش چانگ-لینگ (۲۰۱۰) مطالعه دیگری در مورد تغییر زاویه دید در انتقال مفاهیم فرهنگی متن مبدأ در ترجمه است. وی با بررسی ترجمه متون غربی به زبان تایلندی قبل و بعد از سال ۲۰۰۰، نشان داد که حتی روش‌های ترجمه‌ای که در این بازه زمانی استفاده شده‌اند، وابسته به روابط دوستانه یا خصمانه سیاسی این جوامع بوده‌اند؛ برای مثال، زمانی که روابط سیاسی تایلند و غرب دوستانه بود (قبل از سال ۲۰۰۰)، مترجم با استفاده از راهبردهای افزایش، تصریح^۱ و توضیح سعی کرده است مفاهیم غربی را به مخاطبان تایلندی معرفی نماید؛ اما زمانی که روابط میان دو کشور تیره شد (بعد از سال ۲۰۰۰)، بیشتر از روش‌های حذف، تلویح^۲، اقتباس و جایگزینی مطالب با فرهنگ و اندیشه تایلندی استفاده شده است.

-
1. Explicitation
 2. Implication

حسینی معصوم و داوطلب (۲۰۱۱) با استفاده از روش‌های ترجمه نیومارک، ترجمه عناصر فرهنگی را در رمان *دوبلینی‌ها*، در ترجمه مشترک محمدعلی صفاریان و صالح حسینی بررسی کرده‌اند. یافته‌های این تحقیق نشان داد که در این اثر، بیشترین فراوانی مفاهیم فرهنگی از نوع «وسایل امرار معاش» و انواع «سازمان‌ها» بوده و بیشترین روش‌هایی که برای ترجمه مفاهیم دشوار فرهنگی اتخاذ شده، به ترتیب «تعمیم» و «وام‌گیری» بوده است.

غضنفری مقدم و شریفی مقدم (۲۰۱۲) ترجمه عناصر فرهنگی از فارسی به انگلیسی را در «جشن فرخنده» جلال آل‌احمد بررسی کرده‌اند. حاصل این پژوهش نشان داد که این اثر که با هدف آموزشی (انتقال زبان و فرهنگ شرقی به زبان انگلیسی) انجام شده و انتظار می‌رفته است که خستی و بی‌طرف باشد، کاملاً در راستای تأیید تعصبات نادرست غرب از جامعه ایرانی ترجمه شده است. دستکاری در این ترجمه تا جایی پیش رفته است که فضای انقلابی داستان به کلی تغییر یافته و به ضد خود تبدیل شده است. تمام نمونه‌های دستکاری فقط در ترجمه سوگیرانه عناصر و مفاهیم فرهنگی به نفع غرب بوده است. یکی از مثال‌های بارز دستکاری در این ترجمه، استفاده از «ملا» (Mulla) به جای «یارو» می‌باشد.

نوروزی (۲۰۱۲) به بررسی مفاهیم و عناصر فرهنگی در متون خبری پرداخته است. وی نیز داده‌های فرهنگی استخراجی خود را براساس مدل عناصر فرهنگی پنج‌گانه نیومارک گردآوری کرده و سپس، ترجمه آن‌ها را براساس روش‌های پیشنهادی ترجمه نیومارک سنجیده است. حاصل این تحقیق نشان داد که اکثر واژگان فرهنگی به کاررفته در متون خبری، ریشه در واژگان عربی و اسلامی و همچنین، قومیت‌های ایرانی دارند. در این تحقیق، «آب‌های گرم خلیج فارس» را از مصادیق مفاهیم فرهنگی برای «طبیعت و اقلیم» می‌شمارند؛ البته، مقایسه این مثال با مثال دیگری همچون «کرسی» شاید کمتر حالت فرهنگی به خود بگیرد. باین حال، یافتن واژگان و ترکیب‌های فرهنگی برای «طبیعت و اقلیم» دشوار است؛ زیرا، با توسعه علم جغرافیا، اکنون تقریباً تمامی نقاط و نواحی، اسم و معادل مشخصی در هر زبان دارند. همچنین، نوروزی (۲۰۱۲) در مطالعه خود شاخه‌های دیگری مانند فناوری، لوازم آرایشی، خانه/مسکن و موسیقی را اضافه کرده است که تمام این موارد فاقد مثال‌های واضح هستند و همپوشانی دارند.

ایسماواتی (۲۰۱۳) ترجمهٔ رمان *آراگون* اثر کریستو پائولینی از انگلیسی به اندونزیایی را بررسی کرده است. الگوی تحقیق، چارچوب عناصر فرهنگی پنج‌گانه نیومارک بوده است و داده‌ها نیز براساس روش‌های ترجمهٔ نیومارک سنجیده شده‌اند. یافته‌های این تحقیق نشان داد که بیشترین فراوانی عناصر فرهنگی مربوط به «وسایل امرار معاش» بوده است (۴۳/۵٪) و پس از آن، «طبیعت و اقلیم» (۲۶/۶٪)، «سازمان‌ها» (۱۵/۶٪) و «مفاهیم خاص اجتماعی- فرهنگی» (۸/۲٪) به ترتیب بیشترین فراوانی را داشته‌اند. سپس، ایسماواتی (۲۰۱۳) با بررسی ترجمهٔ این عناصر و ترکیبات در متن مقصد، نشان می‌دهد که به دلیل تشخیص صحیح عناصر و مفاهیم فرهنگی و اتخاذ مناسب‌ترین شیوهٔ ترجمه برای آن‌ها، ترجمهٔ اندونزیایی داستان «آراگون» برای مخاطبان اندونزیایی دلنشین و روان بوده است. مطالعاتی که به آن‌ها اشاره شد، در چند مورد اشتراک دارند: اول، همه از مدل عناصر فرهنگی پنج‌گانه نیومارک استفاده کرده‌اند؛ اما این مدل در همهٔ مطالعات نقش حاشیه‌ای داشته است و در کنار آن، چارچوب‌های دیگری مثل روش‌های پیشنهادی ترجمهٔ نیومارک برای سنجش ترجمه مبنای تحقیق بوده است؛ دوم، همهٔ محققان طبقه‌بندی عناصر و مفاهیم فرهنگی را روش مفیدی برای درک دقیق‌تر متن مبدأ و انتخاب بهترین شیوهٔ ترجمهٔ مفاهیم فرهنگی می‌دانند؛ سوم، انتقال مفاهیم فرهنگی با رعایت نکات معنایی و کارکردی چالش برانگیز است؛ و گرنه معادل واژگانی (لغوی، وام‌گیری، ترجمهٔ آوایی و ترجمهٔ تحت‌اللفظی) یا ترکیبی (با توضیح و تصریح) برای آن‌ها در زبان‌های دیگر یافت خواهد شد. مشکل در ارائهٔ مفاهیم ناآشنا یا حتی متفاوت، برای مخاطب زبان مقصد است؛ چهارم، در هیچ مطالعه‌ای مثال فرهنگی واضحی برای شاخهٔ «طبیعت و اقلیم» در مدل نیومارک، ارائه نشده است؛ پنجم، طبقه‌بندی مفاهیم فرهنگی برای مقاصد آموزشی و به‌خصوص تربیت مترجم بسیار مفید است.

۳. روش تحقیق

همان‌گونه که در بخش قبل ذکر شد، مطالعات بسیاری براساس نظریه‌های ترجمهٔ نیومارک و به‌ویژه با استفاده از روش‌های ترجمهٔ وی، در زبان‌های مختلف و از جمله در بررسی ترجمهٔ فارسی به انگلیسی و برعکس انجام شده‌اند؛ اما تا آنجایی که نگارندگان آگاهی دارند، در هیچ مطالعه‌ای به بررسی قابلیت کاربرد مدل ذکرشده برای عناصر و مفاهیم زبان فارسی پرداخته نشده است.

مدل نیومارک راهنمای استخراج داده‌های مختلف فرهنگی در تحقیقات و مرتب‌سازی آن‌ها بوده است. در کنار این مدل، روش‌های ترجمه وی برای سنجش شیوه و کیفیت ترجمه آن‌ها نیز محور پژوهش‌های مختلف قرار گرفته است؛ اما این پرسش قابل طرح است که آیا می‌توان مدل نیومارک را در ترجمه عناصر فرهنگی زبان فارسی به کار گرفت؟ و اگر می‌توان، تا چه حد؟ آیا همه عناصر و مفاهیم فرهنگی فارسی را در برمی‌گیرد؟

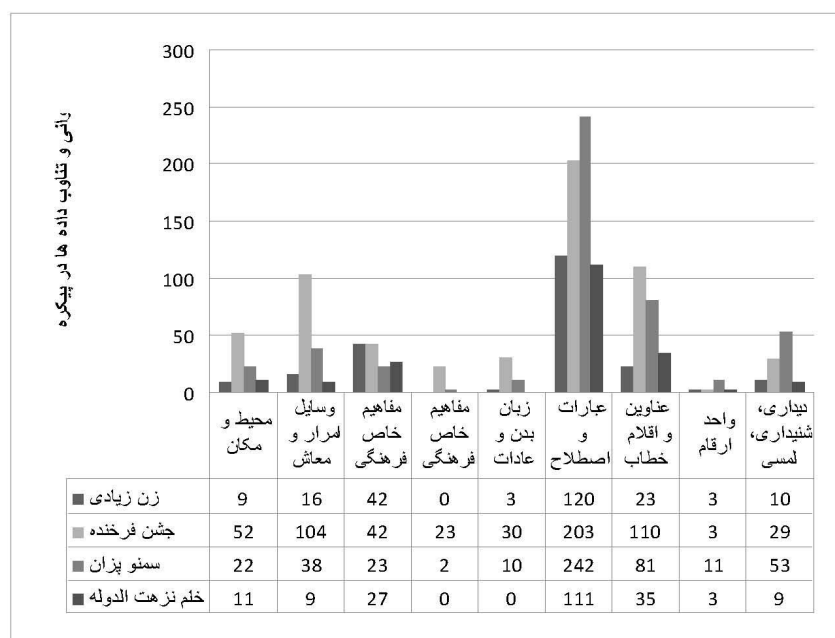
برای دستیابی به هدف تحقیق، از میان متون ادبی پیکره تحقیق انتخاب شد؛ به این دلیل که عناصر و ترکیبات فرهنگی ایرانی در این متون فراوان یافت می‌شوند. آثار جلال آل‌احمد به دلیل داشتن زبان محاوره‌ای، در میان مردم جایگاه شناخته شده‌ای دارند و برای این مطالعه، پیکره مناسبی تشخیص داده شدند. برای استخراج مفاهیم و عناصر فرهنگی مختلف و اطمینان از اینکه شواهد کافی برای سنجش مدل نیومارک بررسی گردد، لازم بود که پیکره به اندازه کافی گسترده و غنی از عناصر و مفاهیم مورد نظر باشد؛ بنابراین، از آثار آل‌احمد، چهار داستان کوتاه «جشن فرخنده»، «سمنو پزان»، «خانم نزهت الدوله» و «زن زیادی» انتخاب شدند.

در مرحله بعد، عناصر و مفاهیم فرهنگی و مذهبی متون استخراج گردیدند و در طبقه‌بندی الگوی نیومارک قرار گرفتند. علاوه بر بررسی و مقایسه بسامد داده‌ها، برای دستیابی به نتیجه‌ای قابل تعمیم، تحلیلی کیفی صورت گرفت. از آنجایی که عقاید مذهبی به مرور زمان در اجتماع نهادینه می‌شوند و رنگ فرهنگی به خود می‌گیرند، این مفاهیم و عناصر نیز جزو داده‌ها قرار گرفتند. نیومارک نیز مذهب را زیر شاخه‌ای از فرهنگ می‌داند.

۴. تحلیل داده‌ها

در پاسخ به سؤال تحقیق و پس از استخراج و تحلیل داده‌ها، مواردی دیده شدند که در هیچ‌یک از شاخه‌های مدل نیومارک جای نگرفتند. این نکته را می‌توان دلیل بر وجود تفاوت فرهنگی میان دو زبان فارسی و انگلیسی دانست؛ به این ترتیب، چهار شاخه دیگر به الگوی نیومارک افزوده شدند تا برای استفاده در تحلیل اقلام فرهنگی زبان فارسی متناسب گردند: ۱. عبارات و اصطلاحات محاوره‌ای؛ ۲. واحد و

ارقام؛^۳ عناوین و اقلام خطاب؛^۴ اقلام دیداری، شنیداری، لمسی و عطرها^۳. علاوه بر این، عنوان شاخه «طبیعت و اقلیم» نیومارک به «محیط و مکان» تغییر یافت تا داده‌های فرهنگی بیشتری را در برگیرد. همچنین، شاخه‌های دوم و سوم مدل نیومارک که همپوشانی بسیاری با هم داشتند، با دو عنوان «مفاهیم خاص فرهنگی-اجتماعی» و «مفاهیم خاص فرهنگی-تاریخی» با دقت بیشتری از هم جدا شدند. شکل (۱) داده‌های جمع‌آوری شده را بر طبق تقسیم‌بندی نه‌گانه پیشنهادی این تحقیق نشان می‌دهد. تحلیل کمی و کیفی این داده‌ها به شرح زیر است:



شکل ۱. چارچوب پیشنهادی نه‌گانه عناصر و مفاهیم فرهنگی و داده‌های استخراج شده از پیکره مطالعه

همانطور که مشاهده می‌شود، فراوانی داده‌ها از شاخه «عبارات و اصطلاحات محاوره‌ای» بیش از بقیه می‌باشد که شاهدهی بر محاوره‌ای بودن گفتمان آل‌احمد است. علاوه بر این، فراوانی «مفاهیم فرهنگی-تاریخی» در داستان «جشن فرخنده»، بیشتر از سه داستان دیگر است؛ زیرا، محوریت داستان

1. Numbers, dates, & units
2. Kinship & address terms
3. Auditory, visuals, & odors

بر واقعه ۱۷ دی و کشف حجاب بانوان بنا شده است. در داستان «سمنو پزان» که محوریت داستان یک «نذر» است، بیشترین فراوانی در «مفاهیم فرهنگی، اجتماعی و مذهبی»، «عبارات و اصطلاحات محاوره‌ای» و «دیداری‌ها» مشاهده شد. داستان «خانم زهت‌الدوله» در مورد مدرنیته و تقلید کورکورانه از غرب است و در آن، فراوانی مفاهیم فرهنگی کمتر از سه داستان دیگر است؛ زیرا، بافت داستان به گفتمان معاصر امروزی نزدیک شده است. محوریت داستان «زن زیادی» دختری است که در حدود ۴۰ سالگی ازدواج می‌کند و سر ۴۰ روز به خانه پدر فرستاده می‌شود. در این داستان، فراوانی «عبارات و اصطلاحات محاوره‌ای» و به‌ویژه «دشوازه، ناسزا و نفرین» بیشتر می‌باشد و فضای داستان تیره است. در ادامه، به معرفی و بحث درباره شاخه‌های پیشنهادی جدید تقسیم بندی می‌پردازیم.

در زبان و فرهنگ فارسی، برای ارجاع به افراد خانواده و خویشاوندان، اسامی، القاب و عناوین خاصی به کار می‌روند که در انگلیسی یا با یک کلمه بیان می‌شوند یا فاقد معادل هستند؛ برای مثال، تنها یک واژه cousin برای ارجاع به هشت نوع رابطه خویشاوندی در زبان فارسی به کار می‌رود؛ درحالی‌که در فرهنگ و زبان فارسی، این هشت نوع رابطه خویشاوندی بسیار دقیق‌تر بیان می‌گردد و حتی از لحاظ جنسیت افراد نیز تفکیک می‌شود؛ اما معادل انگلیسی بسیار کلی‌تر است و از انتقال جزئیات معادل‌های فارسی به مخاطب، ناتوان است. این اصل را می‌توان بسط داد و نمونه‌های دیگری را در شغل‌ها و روابط اجتماعی و تحصیلی موجود در جامعه ایرانی و غربی یافت. این عناوین اطلاعات لازم را در مورد درجه اهمیت، میزان احترام، سن و تاحدودی عقاید و باورهای مخاطبان (اعم از میزان تعصبات مذهبی و سیاسی) در اختیار ما می‌گذارند؛ برای مثال، حضرت فاطمه زهرا (سمنو پزان)، صاحب منصب، جاری (جشن فرخنده)، خاله‌زنک‌های فامیل (خانم زهت‌الدوله) و ارنعوت‌های مرده‌شوربرده (زن زی‌ادی).

در الگوی عناصر فرهنگی نیومارک، شاخه یا زیرشاخه خاصی برای این نوع عناوین تعیین نشده است. در راستای متناسب کردن مدل نیومارک برای عناصر و مفاهیم فرهنگی فارسی، شاخه‌ای نو با عنوان «عناوین و اقلام خطاب» به مدل نیومارک اضافه شد. فقط عناوینی در این زیرشاخه قرار گرفتند که رنگ و بوی فرهنگی داشتند.

مورد بعد، اعداد، واحد و تاریخ می‌باشند که می‌توانند مفاهیم خاصی را در یک فرهنگ تداعی کنند و چه بسا جایگزینی آن‌ها با واحد یا تاریخ زبان و فرهنگ مقصد برای مخاطب ناملموس و غریب باشد؛ علاوه بر اینکه مقصود نویسنده متن مبدأ نیز منتقل نمی‌گردد و فضای داستان نیز دچار تحولاتی می‌شود؛ البته، می‌توان از طریق تصریح و توضیح این ارقام، حوادث و علت اشاره به آن‌ها در داستان را برای خواننده متن مقصد (در سخن مترجم و نیز در پانویس و پی‌نوشت) روشن ساخت؛ اما این عمل فقط بر اطلاعات خواننده متن مقصد می‌افزاید؛ درحالی‌که معنای ضمنی و تأثیر عاطفی مورد نظر از متن به خواننده القا نمی‌شود و غالباً واکنش‌های احساسی خوانندگان متن مقصد به آن‌ها نسبت به واکنش‌های خوانندگان متن مبدأ کم‌رنگ‌تر خواهد بود؛ به این ترتیب، شاخه «واحد و ارقام» به مدل نیومارک اضافه شد. چند مثال بارز استخراج شده از پیکره مطالعه در زیر آورده شده است:

- ... جشن فرخنده ۱۷ دی و آزادی بانوان (جشن فرخنده)؛
- چهار قدم بیشتر نبود اما یک عمر طول کشید (زن زیادی)؛
- یک پنج قرانی در آورد ... : بدو باریکلا! یک قرونش مال خودت. چهارزارش آب‌نبات بخر بده بچه‌ها (سمنو پزان)؛
- خواهر برادرها تازه از تقسیم ارث فارغ شده بودند که شهریور بیست پیش آمد (نزهت‌الدوله).
- شاخه «دیداری، شنیداری، لمسی و عطرها» شامل تمام اصوات و الحان فرهنگی اعم از گویش، لهجه و موسیقی، تصاویر، نقاشی، معماری، و تمام بوها و عطرها خاص فرهنگی می‌باشد؛ مانند بوی اسپند، گنلر و عطر گل محمدی که خاص فرهنگ ایرانی است.
- دیداری: دخترهای بی‌شوهر را بیرون فرستادند و یک صندلی روضه‌خوان گذاشتند و پیروپاتال‌ها و شوهردارها چادر کرده و مرتب آمدند و دور تا دور مطبخ به انتظار روضه حدیث کسای آشیخ عبدالله نشستند (سمنو پزان)؛
- شنیداری: دیگ آتش رشته‌اش را میان پاهایش گرفته بود و چمبک زده بود (دیداری) و مشتری‌ها آتش را هورت می‌کشیدند (جشن فرخنده)؛
- عطرها: ته بازار آرسی دوزها دلم از بوی چرم به هم خورد (جشن فرخنده)؛

● **لمسی:** زیر پام فرش بود از پوشال نرم. گوشه و کنار تا دلت بخواهد تخته ریخته بود و چه بوی خوبی می‌داد! (دیداری و عطرها) (جشن فرخنده).

یافته بعدی این پژوهش، واژگان و ترکیبات محاوره‌ای و اصطلاحات فرهنگی می‌باشند که فقط در بافت فرهنگی - اجتماعی خاص خود و با استفاده از مجموعه‌ای از اطلاعات پیش‌زمینه^۱ قابل‌درک هستند. شایان ذکر است که اصطلاحات و ضرب‌المثل‌هایی که مفاهیم جهان‌شمول دارند، در این قسمت قرار نمی‌گیرند؛ زیرا، ممکن است بتوان آن‌ها را در زبان دیگر با معادل‌های بسیار نزدیک جایگزین کرد.

مختاری‌اردکانی (۱۳۷۵) این قبیل ترکیبات زبانی و اصطلاحات فرهنگی - اجتماعی را «جهانی‌های معنایی در زبان عامیانه» می‌شمارد که خود عبارت‌اند از: جناس^۲، طعنه^۳، نرم‌گویی (به‌گویی) یا حُسن تعبیر^۴، زشت‌گویی یا قُبُح تعبیر^۵، استعاره^۶، قافیه^۷، اتباع^۸، نام‌آوا^۹، سَرنام^{۱۰}، نام خاص یا عام^{۱۱}، نام مسخره^{۱۲}، مخفّف^{۱۳} و تحریف واکه^{۱۴}. می‌توان به مقوله‌های بالا، هم‌پندی^{۱۵}، دشواژه و ناسزا و نفرین^{۱۶}، تعارفات^{۱۷} و زبان احساس^{۱۸} را نیز اضافه کرد.

-
1. Presuppositions and schema
 2. Pun
 3. Irony
 4. Euphemism
 5. Dysphemism or cacophemism
 6. Metaphor
 7. Rhyme
 8. Reduplication
 9. Onomatopoeia or echoism
 10. Acronym
 11. Antonomasia or eponym
 12. Nickname
 13. Abbreviation
 14. Phonetic distortion
 15. Collocation
 16. Curses
 17. Phatics, small talk, treating
 18. Feeling language (coined similar to the well-known "body language")

«زبان احساس» به نوعی مشابه «زبان بدن» است. در واقع، زبان احساس از واژگان و ترکیبات لغوی برای ابراز احساسات مانند ترس، اضطراب، شادی، درد، هیجان، همدردی و غیره تشکیل می‌شود؛ برای مثال، «نازی نازی» معادل "there there"، «آخ» معادل "Ouch"، «وای خدا!» یا «ای وای!» معادل "Oh dear"، "Jesus Christ!" یا "Holy Lord!" در انگلیسی هستند.

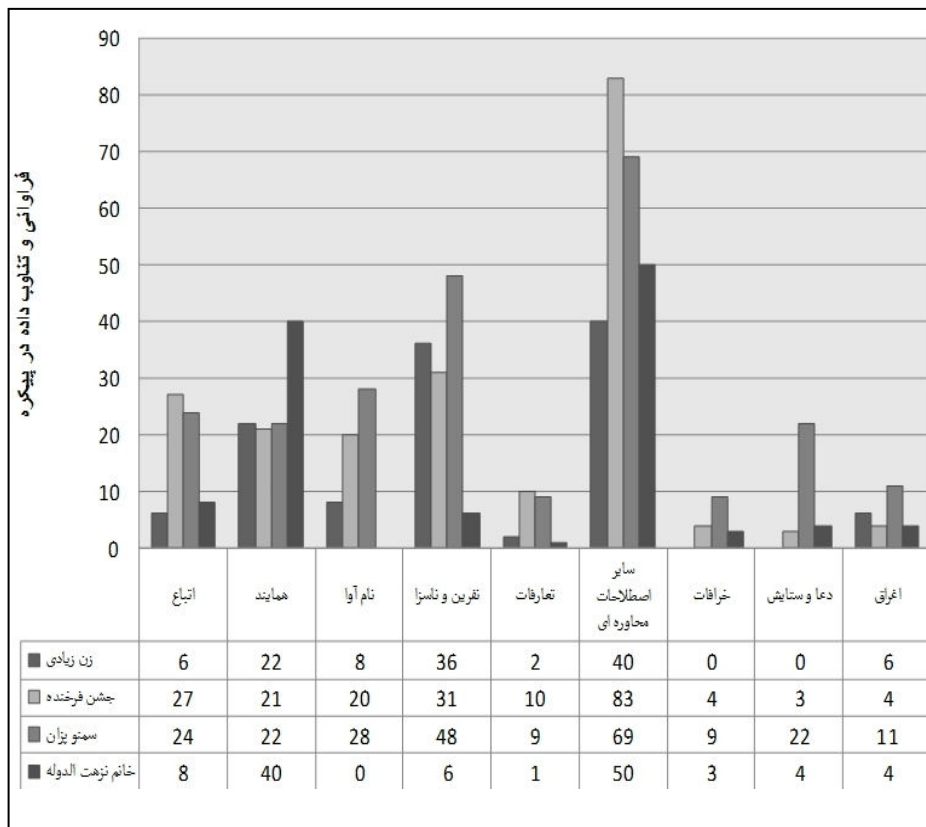
به نظر بیکر (۱۹۹۲)، حتی هماینها نیز به دلیل اینکه در بافت فرهنگی-اجتماعی جامعه شکل می‌گیرند، بار معنایی خاصی دارند. علاوه بر این، هماینها معمولاً معانی ضمنی فرهنگی نیز دارند و بنابراین، نمادی از شرایط فرهنگی کشور مبدأ را نشان می‌دهند. برخی هماینها نیز مستقیماً بر ابزار و وسایل، اجتماع، و محیط اخلاقی و فرهنگی یک جامعه دلالت می‌کنند؛ مانند نان و پنیر و سبزی در فرهنگ فارسی و نان و کره در فرهنگ انگلیسی.

برای این گونه داده‌ها که رنگ و بوی فرهنگی دارند، شاخه‌ای مجزا با عنوان «عبارات و اصطلاحات محاوره‌ای» به مدل نیومارک افزوده شد. مثال‌های برگرفته از پیکره مطالعه که در این شاخه قرار می‌گیرند، در زیر آورده شده‌اند:

- اختیار دارین (جشن فرخنده)؛
- غلط زیادی نکن، ذلیل شده! (جشن فرخنده)؛
- با آن چک و چانه مرده شور برده‌اش (زن زیادی)؛
- زن پیر ترشیده (زن زیادی)؛
- ... فحش داده‌ام و اله و بله کرده‌ام ... (زن زیادی)؛
- خدا لعنت کند باعث و بانیش را (زن زیادی)؛
- آخر من که کاغذ فدایت شوم ننوشته بودم (زن زیادی)؛
- جهاز عروسیشان را ... خودشان درست کردند و ... ده تا طبق کیش جهازشان را برد (زن زیادی)؛
- اما قریون شکلتون! دلم میخاد فقط مس و تس بیاریدها ... آگه چینی باشه نبادا خدای نکرده یکیش عیب و علتی کنه و روسیاهی به من بمونه (سمنو پزان)؛
- گفتی چله‌بری کن، کردم. گفتی تو مرده شورخونه از رو مرده بپر که پریدم و نصف گوشت تنم آب شد. خدا نصیبت نکنه (سمنو پزان)؛

- برای تازه عروس ها پاگشا می دهد (خانم نزهت الدوله)؛
- خودم می دونم و دختر پیغمبر. تا حاجتم رو نگیرم دست از دامنش ورنه نمی دارم (سمنو پزان)؛
- واه! واه! سر برهنه تو دیار کفرستون! همینت مونده که تن و بدنت رو بدی دست این کافرهای خدانشناس (سمنو پزان).

از آنجایی که در آثار آل احمد این نوع تعبیرات فرهنگی بیش از سایر تعبیرات فرهنگی به کار رفته اند، انواع «عبارات و اصطلاحات محاوره‌ای» در شکل (۲) تفکیک گردیده اند تا تناوب انواع خاص اصطلاحات محاوره‌ای واضح تر نشان داده شود:



شکل ۲. انواع عبارات و اصطلاحات محاوره‌ای

همانطور که ملاحظه می‌شود، مطابق با محوریت و موضوع اصلی هر داستان، میزان استفاده از انواع مختلف ترکیبات و اصطلاحات فرهنگی متفاوت بوده است؛ به‌عنوان مثال، در «سمنو پزان» و «زن زیادی» میزان استفاده از «دشوازه و ناسزا و نفرین» بیشتر از دو داستان دیگر است؛ زیرا، شخصیت اصلی هر دو داستان از شخصیتی دیگر بسیار دلخور است؛ اما در «خانم نزهت‌الدوله» که با تقلید کورکوانه چشم خود را بر حقایق زندگی بسته و دل‌گرم خوشی‌های دنیوی شده، این میزان به صفر رسیده است؛ البته، وجه مشترک هر چهار داستان این است که «سایر اصطلاحات محاوره‌ای» از بسامد بالایی برخوردارند؛ نکته‌ای که نشانه سبک نویسندگی و گفتمان داستان‌های آل‌احمد است.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

پیش از انجام ترجمه، تحلیل معنایی، ساختاری و کاربردی متن مبدأ اهمیت بسزایی دارد و می‌تواند موجب اتخاذ مناسب‌ترین شیوه ترجمه برای هدف خاص (مبدأگرایی، بیگانه‌سازی یا یکپارچه‌سازی) شود. نیومارک الگوی پنج‌گانه‌ای را برای طبقه‌بندی عناصر و مفاهیم فرهنگی ارائه کرده است که به‌همراه روش‌های پیشنهادی ترجمه وی، مبنای اکثر مطالعات ترجمه مفاهیم و عناصر فرهنگی متون مختلف قرار گرفته است.

با مطالعه کمی و کیفی چهار داستان کوتاه جلال آل‌احمد مشاهده گردید که این مدل برای تمامی اقلام فرهنگ فارسی پاسخ‌گو نیست؛ به‌این ترتیب، چهار شاخه جدید با عنوان‌های «عبارات و اصطلاحات محاوره‌ای»، «واحد و ارقام»، «عناوین و اقلام خطاب» و «دیداری، شنیداری، لمسی و عطرها»، در راستای تکمیل و متناسب‌سازی الگوی پنج‌گانه نیومارک پیشنهاد شدند.

تفکیک اقلام فرهنگی موجب می‌شود تا مترجمان با درک بهتر و دقیق‌تر متن مبدأ، روش ترجمه بهتری را انتخاب کنند. این پژوهش گامی در جهت تسهیل فرایند درک مطلب و تحلیل متن مبدأ بود و نتایج نهایی آن به‌همراه الگوی زیر به‌مثابه شکل بسط‌یافته الگوی نیومارک، می‌تواند برای آموزش ترجمه عملی مفید باشد:

۱. محیط و مکان: اعم از اسامی خاص فرهنگی که به پدیده‌های طبیعی و اقلیم ممکن است داده شود. همچنین، عنوان مکان‌ها و محیط‌های خاص که بار فرهنگی خاصی دارند (مثلاً دالان، مطبخ، قم، پستو، حجره، مکتب خونه)؛

۲. وسایل امرار معاش: مسکن، خوراکی‌ها، پوشیدنی‌ها و پوشیدنی‌ها (تنها پوشیدنی‌ها را نیز می‌توان از این دسته در الگوهای غیر کلامی قرار داد)؛
۳. مفاهیم خاص فرهنگی - اجتماعی: انواع مشاغل، سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی (مثل هیئت امام حسین)، تفریحات و آداب و رسوم، تحصیل و آموزش، رفتارهای مرسوم خانوادگی و احترام، آداب و رسوم، سیاست، مذهب (مثلاً نذری دادن یا پخش کردن شربت روز تولد حضرت ابوالفضل)؛
۴. مفاهیم خاص فرهنگی - تاریخی: باورها، داستان‌ها، هنر، برخی سیاست‌ها و وقایع تاریخی؛
۵. زبان بدن و عادات رفتاری (الگوهای غیر کلامی)؛
۶. عبارات و اصطلاحات محاوره‌ای (الگوهای کلامی): ضرب‌المثل، اصطلاح محاوره‌ای و کوچه‌بازاری، نفرین‌ها، زبان احساس، هماینها و غیره؛
۷. واحد و ارقام؛
۸. عناوین و اقلام خطاب (الگوهای کلامی)؛
۹. دیداری، شنیداری، لمسی و عطرها.

کتابنامه

- آل‌احمد، ج. (۱۳۸۸). جشن فرخنده. در *پنج داستان* (صص. ۴۳-۵۶). تهران: انتشارات دانشگاهیان.
- آل‌احمد، ج. (۱۳۹۱). خانم نزهت‌الدوله. در *زن زیادی* (صص. ۶۴-۷۷). تهران: انتشارات مجید.
- آل‌احمد، ج. (۱۳۹۱). زن زیادی. در *زن زیادی* (صص. ۱۷۵-۱۶۱). تهران: انتشارات مجید.
- آل‌احمد، ج. (۱۳۹۱). سمنو پزان. در *زن زیادی* (صص. ۴۶-۲۹). تهران: انتشارات مجید.
- مختاری‌اردکانی، م. ع. (۱۳۷۵). *هفده گفتار در اصول، روش و نقد ترجمه*. تهران: انتشارات رهنما.
- Aziz, Y, & Lataiwish, M. (2000). *Principles of translation*. Benghazi: Garyounis University Press.
- Baker, M. (1992). *In other words*. London: Routledge.
- Bassnett, S. (2007). Culture and translation. In P. Kuhiwczak, & K. Littau (Eds.), *A companion to translation studies* (pp. 13-23). Clevedon: Multilingual Matters Lt.
- Bassnett, S., & Lefevere, A. (1998). *Constructing cultures: Essays on literary translation Clevedon*. Philadelphia: Multilingual Matters.
- Chung-ling, S. (2010). Ideological interference in translation: Strategies of translating cultural references. *Translation Journal: Translation and Politics*,

- 14(3). Retrieved March 22, 2014, from <http://translationjournal.net/journal/53culture.html>
- Faiq, S. (2008). Cultural misrepresentation through translation. *Journal of Language and Translation*, 9(2), 31-48.
- Ghazanfari-Moghaddam, N., & Sharifi Moghaddam, A. (2012). The effects of translator's ideology on the transmission of cultural terms in the joyous celebration of Jalal Al- e Ahmad. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature (IJALEL)*, 1(2), 76-84.
- Hatim, B., & Mason, I. (1990). *Discourse and the translator*. London: Longman.
- Himood, Z. (2009). Strategies for overcoming cultural barriers in Translation. *Tikrit University Journal for Humanities*, 16(10), 2-30.
- Hosseini-Maasoum, S. M., & Davtalab, H. (2011). An analysis of culture-specific items in the Persian translation of "Dubliners" based on Newmark's model. *Theory and Practice in Language Studies*, 1(12), 1767-1779.
- Ismawati, S. (2013). The translation procedures in translating the cultural words the young adult novel. *Passage*, 1(2), 55-62.
- James, K. (2002). Cultural implications for translation. *Translation Journal*, 6(4), Retrieved September 15, 2014, from <http://translationjournal.net/journal/22delight.html>
- Katan, D. (1999). *Translating cultures an introduction for translators, interpreters and mediators*. Manchester: St. Jerome.
- Katan, D. (2009). Translation as intercultural communication. In J. Munday (Ed.), *The Routledge companion to translation studies* (pp. 74-92). Abingdom: Routledge.
- Kramersch, C. (1998). *Language and culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Lefevere, A. (ed.). (1992). *Translation, history and culture*. London: Routledge.
- Leppihalme, R. (1997). *Culture bumps*. Celvedon: Multilingual Matters.
- Moldavsky, A. F. (2000). *Choose a text, translate it into your language, and consider the cultural implications for translation*. Retrieved March 9, 2014, from <http://www.birmingham.ac.uk/Documents/college-artslaw/cels/essays/translation-intro/Franzoni1.pdf>
- Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. London: Longman.
- Noruzi, M. (2012). Culture-specific items in Iranian journalistic texts. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(2), 1685-1689. Retrieved September 3, 2014, from <http://www.textroad.com/Old%20Version/pdf/JBASR/J.%20Basic.%20Appl.%20Sci.%20Res.,%202%282%291685-1689,%202012.pdf>

- Povlovic, N., & Poslek, D. (2003). *British and Croatian culture-specific concepts in translation*. Retrieved September 3, 2014, from <http://www.pfri.uniri.hr/~bopri/documents/pavbac.pdf>
- Salehi, M. (2012). Reflections on culture, language and translation. *Journal of Academic and Applied Studies*, 2(5), 76-85.
- Thriveini, C. (2002). Cultural elements in translation. *Translation Journal*, 6(1). Retrieved September 3, 2014, from <http://accupaid.com/journal/19culture.html>