

## هنجارهای انتظاری بینندگان ایرانی درباره برنامه‌های دوبله‌شده به فارسی:

### پژوهشی اکتشافی<sup>۱</sup>

سعید عامری<sup>۲</sup>، مسعود خوش‌سلیقه<sup>۳</sup> و علی خزاعی فرید<sup>۴</sup>

#### چکیده

اگرچه دوبله شیوه مرسوم پخش برنامه‌های دیداری-شنیداری در ایران است، بینندگان به‌طور عمده در پژوهش از نظر دور مانده‌اند و به نظر می‌رسد پرداختن به یک‌رشته مطالعات در خصوص بینندگان دوبله ضرورت داشته باشد. از این رو، هدف پژوهش حاضر، بررسی هنجارهای انتظاری بینندگان حرفه‌ای برنامه‌های دوبله‌شده به فارسی در سطح کلان بود. بر این اساس، دیدگاه و نظرات ۱۵ شرکت‌کننده به‌صورت کیفی جمع‌آوری شد و این نظرات با کمک نظریه داده بنیاد تحلیل و کدگذاری شده و در نهایت به پنج دسته اصلی تقسیم شدند. یافته‌ها شامل هنجارهای انتظاری مرتبط با گویندگان، ترجمه، مترجم، مدیر دوبلاژ و دیگر عوامل است. آنچه از یافته‌های پژوهش به‌دست آمده، نشان‌دهنده آن است بینندگان حرفه‌ای توجه ویژه‌ای به برنامه‌های دوبله‌شده دارند، به این ترتیب، توجه به انتظارات ایشان می‌تواند نقش قابل‌توجهی در ارتقای کیفیت دوبله داشته باشد. همه این‌ها می‌تواند دستمایه مناسبی برای آموزش ترجمه دیداری-شنیداری و دوبله در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کشور باشد.

**واژه‌های راهنما:** دوبله، بیننده حرفه‌ای، ترجمه دیداری-شنیداری، هنجارهای انتظاری

---

۱. این مقاله در تاریخ ۱۳۹۴/۰۴/۲۵ دریافت شد و در تاریخ ۱۳۹۴/۰۷/۲۰ به تصویب رسید.

۲. کارشناس ارشد مترجمی زبان انگلیسی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران؛ پست الکترونیک:

saeed.ameri@stu.um.ac.ir

۳. استادیار مطالعات ترجمه (نویسنده مسئول)، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران؛ پست الکترونیک:

khoshsaligheh@um.ac.ir

۴. دانشیار مطالعات ترجمه، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران؛ پست الکترونیک: khazaeefarid@um.ac.ir

## ۱. مقدمه

امروزه عصر مطالب دیداری-شنیداری است (بگوسکی، ۲۰۱۳، ص. ۱۱) چون قرن ۲۱ با حضور فراگیر رسانه‌ها روبه‌رو شده است که هدف آن‌ها اطلاع‌رسانی، گاهی اوقات گمراه‌سازی، سرگرمی و آموزش است (دیاس سینتاس و آندرمین، ۲۰۰۹، ص. ۱). در این دنیای چندرسانه‌ای، ترجمه دیداری-شنیداری با سرعت هرچه‌تمام‌تر رشد کرده است تا برنامه‌های دیداری-شنیداری در محیط‌های چند زبانی و چند فرهنگی منتشر شوند (دیاس سینتاس، ۲۰۱۰، ص. ۳۴۴). با وجود آنکه مخاطبان برنامه‌های دیداری-شنیداری بسیار زیاد است، در تحقیقات کمتر به آن‌ها توجه شده است (آنتونینی، ۲۰۰۵) و همان‌طور که چاومه (۲۰۱۳، ص. ۲۹۴) بیان می‌کند، یکی از حوزه‌هایی که تا به امروز کمتر مورد پژوهش قرار گرفته است نحوه دریافت مواد دیداری-شنیداری ترجمه‌ای به‌خصوص دوبله است. به عقیده نلسون و ماهر (۲۰۱۳، ص. ۷) همان‌طور که هیچ ادبیاتی بدون نویسنده و مترجمی وجود ندارد، هیچ ادبیاتی بدون خواننده نیز زنده نخواهد بود. متون خلق می‌گردند که خوانده شوند و ترجمه می‌گردند تا مخاطبان جدیدی در زبان و فرهنگ دیگری به آن‌ها دسترسی پیدا کنند. اگر مخاطبی وجود نداشته باشد متون چه اهمیتی خواهند داشت؟ به همین دلیل باید تلاش کنیم اطلاعات بیشتری درباره مخاطبان کسب کنیم (تومینن، ۲۰۱۲، ص. ۱۳). با وجود اینکه ایران یکی از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان برنامه‌های دوبله در جهان است، در بافت ایران هنوز هیچ پژوهشی به بررسی هنجارهای انتظاری بینندگان دوبله نپرداخته است و پژوهش حاضر قصد پر کردن بخشی از این فضای خالی علمی را دارد. ضرورت امر آنجاست که تنها با پی بردن به نیازها و انتظارات بینندگان می‌توان دوبله‌های کاربر-محور تولید کرد. با نظر به آنچه بیان گردید، مقاله پیش رو با تکیه بر مدل مطالعات دیدگاهی (سویینن، کوسکینن و تومینن، ۲۰۱۵) به بررسی هنجارهای انتظاری (چسترمن، ۱۹۹۷) بینندگان حرفه‌ای دوبله ایران درباره برنامه‌های دوبله‌شده به شکل کیفی می‌پردازد.

## ۲. چارچوب نظری و پیشینه تحقیق

### ۲-۱ استانداردهای کیفی در دوبله

در باب استانداردهای کیفی دوبله، چاومه (۲۰۰۷، صص. ۷۳-۷۵) به چند نکته مهم اشاره می‌کند.

نخست، دوبله باید هر سه نوع همگام‌سازی (چاومه، ۲۰۰۴) را به‌خوبی رعایت کند. این وظیفه مترجم، مدیر دوبلاژ و گفتگونیوس است اما در ایران همگام‌سازی بر عهده مدیر دوبلاژ است، یعنی مدیر دوبلاژ ترجمه را به‌اصطلاح 'سینک' می‌زند (همگام‌سازی می‌کند)؛ هرچند مترجمان کارکشته در این امر کمک شایانی به مدیر دوبلاژ می‌کنند و می‌دانند که ترجمه نباید بیش‌ازحد طولانی یا خیلی کوتاه باشد. اصولاً در فرایند دوبله در ایران فردی به نام گفتگونیوس وجود ندارد و این وظیفه مترجم است که ترجمه را به شکل گفتگو دربیآورد و مدیر دوبلاژ آن را بررسی و کنترل می‌کند. به‌علاوه گویندگان باید وظیفه گویندگی خود را به نحوه عالی انجام دهند و نباید بیش‌ازحد و یا کمتر از حد انتظار نقش خود را اجرا کنند. بیشتر اینکه، گفتگوها باید شکل طبیعی، واقعی و قابل قبولی داشته باشند و این وظیفه مترجم است که ترجمه مناسبی را ارائه کند. دوبله باید همگام‌سازی محتوایی<sup>۱</sup> را نیز رعایت کند؛ یعنی میان آنچه دیده می‌شود و آنچه شنیده می‌شود رابطه منطقی وجود داشته باشد. همچنین، ترجمه باید نسبت به محتوا، ساختار، کارکرد و تأثیرات متن مبدأ وفادار باشد. درنهایت، موارد فنی دوبله از جمله صداگذاری به‌خوبی انجام گیرد. این مورد وظیفه مهندس صدا است که کار ضبط دوبله را به عهده دارد. وی باید وظیفه خود را طوری انجام دهد که صدای شخصیت‌های اصلی در زیر صدای گویندگان شنیده نشود و گفتگوها واضح و شفاف باشند.

## ۲-۲ بیننده و دریافت

در مطالعات دریافت تاکنون اشاره‌ای به تقسیم‌بندی بیننده حرفه‌ای و عادی نشده است. اما گیلوری (۲۰۰۰) معتقد است دو نوع خواننده وجود دارد: خواننده حرفه‌ای و خواننده عادی. خواننده عادی برای تفریح و لذت مطالعه می‌کند اما خواننده حرفه‌ای فقط برای تفریح و لذت مطالعه نمی‌کند و نگاهی عمیق، انتقادی و آموزشی به مطالعه دارد. خواننده حرفه‌ای نسبت به آنچه مطالعه می‌کند هوشیار و حساس است، وی سعی می‌کند نظرات خود را درباره هر آنچه را که می‌خواند منتشر کند. این نظریه را نیز می‌توان بر روی بینندگان دوبله نیز پیاده کرد و البته این

مقاله صرفاً به انتظارات بینندگان حرفه‌ای می‌پردازد.

تحقیقات در باب دریافت و بیننده بسیار اندک است و سوینن و همکاران (۲۰۱۵، صص. ۱۱۶-۱۱۹) این تحقیقات را به چهار دسته تقسیم می‌کنند: مطالعات موضوعی<sup>۱</sup>، که در آن‌ها، نحوه دریافت و میزان درک ترجمه عنصر خاصی مانند طنز یا عناصر فرهنگی مورد پژوهش قرار می‌گیرند؛ مطالعات دیدگاهی<sup>۲</sup>، که در آن‌ها، پژوهشگر به دنبال بررسی دیدگاه‌ها و تجربیات بینندگان در باب ترجمه است؛ مطالعات ادراکی<sup>۳</sup>، که در آن‌ها، واکنش بینندگان مورد پژوهش قرار می‌گیرد به‌ویژه واکنش‌هایی که خود بیننده از آن اطلاعی ندارد و مطالعات دریافت اجتماعی<sup>۴</sup>، که این‌گونه مطالعات با آمار کلی فروش ترجمه‌ها سروکار دارند؛ یعنی میزان پذیرش ترجمه‌ها در جامعه. به‌طور کلی، توجه پژوهش در حوزه دوبله بیشتر به سمت مطالعات موضوعی و تا حدودی ادراکی معطوف بوده و تاکنون پژوهشگران به مطالعات دیدگاهی، که موضوع بحث این مقاله است، توجه چندانی نداشته‌اند. از جمله حوزه‌های پژوهش در باب مطالعات دیدگاهی هنجارهای انتظاری هستند. واژه هنجارهای انتظاری برای اولین بار توسط چسترمن (۱۹۹۷، صص. ۶۳-۷۰) مطرح شد. هنجارهای انتظاری بر اساس انتظارات خوانندگان از ترجمه تعیین می‌گردد. به‌عبارت‌دیگر، از نظر خواننده یا بیننده، ترجمه چگونه باید باشد تا وی آن را بپسندد و از آن لذت ببرد. البته در این تحقیق هنجارهای انتظاری از سطح خرد خود که فقط بر روی ترجمه تمرکز می‌کند خارج شده و به سطح کلان کشیده شده است به‌طوری‌که این پژوهش هنجارهای انتظاری در باب دوبله را در حالت کلی مورد بررسی قرار می‌دهد. گفتنی است که نه در ایران و نه در خارج از ایران تاکنون هیچ پژوهشی به بررسی انتظارات بینندگان درباره دوبله نپرداخته است. در حوزه ترجمه ادبی در ایران تحقیق مشابهی (بیژنی، خوش‌سلیقه و هاشمی، ۲۰۱۴) در سطح کمی انجام شده است. نتایج پژوهش بیژنی و همکاران (۲۰۱۴) نشان داد که از دید خوانندگان ایرانی، رمان ترجمه‌شده در

- 
1. thematic studies
  2. experience and attitude studies
  3. perception studies
  4. public reception and reception statistics

وهله اول باید تصویرسازی مناسب داشته باشد و مقوله‌های فرهنگی متن مبدأ را بدون تغییر در ترجمه انتقال دهد. درنهایت، باید توجه به فرهنگ مقصد، وفاداری به نویسنده، داشتن مقدمه مترجم و توجه به زبان مقصد در اولویت قرار داشته باشند.

### ۳. روش‌شناسی پژوهش

#### ۳-۱ شیوه گردآوری داده‌ها

این پژوهش به لحاظ راهبرد، توصیفی و از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ رویکرد، کیفی است. یکی از مشکلات انجام این تحقیق دسترسی به بیننده حرفه‌ای دوبله بود، یعنی کسی که نگاهی عمیق به برنامه دوبله شده دارد و آنچه را که تماشا می‌کند به‌طور انتقادی، هوشیارانه و حساس بررسی می‌کند. به همین منظور در این تحقیق از ابزارهای عمومی گردآوری داده همچون پرسشنامه، مصاحبه فردی یا مصاحبه گروهی استفاده نگردید بلکه از وبلاگ به‌عنوان منبعی برای گردآوری اطلاعات استفاده شد. بدین منظور، وبلاگی که به موضوع دوبله اختصاص داشت شناسایی شد. مترجم فیلمی مسئول این وبلاگ است و بازدیدکنندگان آن به‌طور عموم گویندگان، مترجمان، مدیران دوبلاژ و بینندگان حرفه‌ای دوبله هستند. از طریق رایانامه از مدیر وبلاگ درخواست شد که در این پروژه با ما همکاری کند و ایشان نیز موافقت کردند. برای مدیر وبلاگ هفت سؤال باز<sup>۱</sup> ارسال شد تا ایشان در وبلاگ قرار دهند و بازدیدکنندگان از طریق بخش اعلام نظرات، دیدگاه‌های خود در پاسخ به آن سؤالات مطرح کنند. سؤالات در سه حوزه دوبله، ترجمه برای دوبله و عوامل تهیه‌کننده دوبله طراحی شدند که انتظارات بینندگان را در این باره جویا می‌شد. در انتهای مطلب هم تأکید گردید که نظرات بازدیدکنندگان به‌هیچ‌وجه مورد ارزیابی صحیح و غلط نخواهد گرفت و قرار نیست نسبت به آن‌ها موضوع گیری شود. مطلب مربوط که به زبان فارسی نگاشته شده بود در ۲۰ آبان ۱۳۹۳ در وبلاگ قرار داده شد و از بازدیدکنندگان خواسته شد که در این تحقیق آزادانه شرکت کنند. بازه زمانی گردآوری پاسخ سؤالات تا تاریخ ۱۹ دی ۱۳۹۳ ادامه داشت. در نهایت ۱۵ بازدیدکننده دیدگاه‌های خود را در باب سؤالات در قالب نظر ذیل

---

1. open-ended question

پست مربوط ارائه نمودند. نمونه این پژوهش از نوع نمونه‌گیری در دسترس و هدفمند بود. به دلیل ماهیت کیفی تحقیق، متغیرهایی همچون سن، جنسیت و سطح تحصیلات کنترل نگردید. همچنین از آنجایی که پژوهش رویکردی کیفی داشت تعداد زیاد شرکت‌کنندگان اهمیت و ضرورتی نداشت و داده‌ها با تعداد ۱۵ مورد به سطح اشباع نظری خود رسیدند (دورنیه، ۲۰۰۷). لیکن، یادآوری می‌شود که نگارندگان به دنبال تعمیم نتایج در سطوح گسترده نیستند و هدف این پژوهش کیفی رسیدن به درک عمیقی از مسئله موردنظر بود. سطح اشباع نظری در نظرات شرکت‌کننده شماره ۱۳، ۱۴ و ۱۵ دیده می‌شود چون نظرات سه نفر آخر در نظرات ۱۲ نفر اول تکرار شده بودند. تمامی نظرات به صورت کامل از وبلاگ بارگیری شدند و در فایل‌های ورد جداگانه ذخیره گردیدند.

### ۳-۲ شیوه تحلیل داده‌ها

به علت ماهیت کیفی داده‌ها، برای تحلیل داده‌ها از نظریه داده بنیاد<sup>۱</sup> کمک گرفته شد. نیاز به آوانویسی داده‌ها نبود چون شرکت‌کنندگان نظرات خود را به شکل نوشتاری مطرح کرده بودند. نظریه داده بنیاد شامل سه مرحله است که به آن کدگذاری می‌گویند. الف) کدگذاری اولیه<sup>۲</sup>: در این مرحله داده‌ها به واحدهای تحلیل (عبارت بلند، جمله یا پاراگراف) شکسته می‌شوند و این بخش‌ها نام‌گذاری می‌شوند؛ ب) کدگذاری محوری<sup>۳</sup>؛ در این مرحله کدهای مرحله قبل بررسی و هر کدام در زیرمجموعه‌ای قرار می‌گیرند؛ پ. کدگذاری انتخابی<sup>۴</sup>؛ کدهای نام‌گذاری شده در مرحله دوم مقایسه می‌گردند و در زیر یک کد محوری (مادر) قرار می‌گیرند که در واقع مبانی نظریه جدید است (دورنیه، ۲۰۰۷، صص. ۲۶۰-۲۶۲؛ سالدانا و ابراین، ۲۰۱۳، صص. ۱۹۱-۱۹۲).

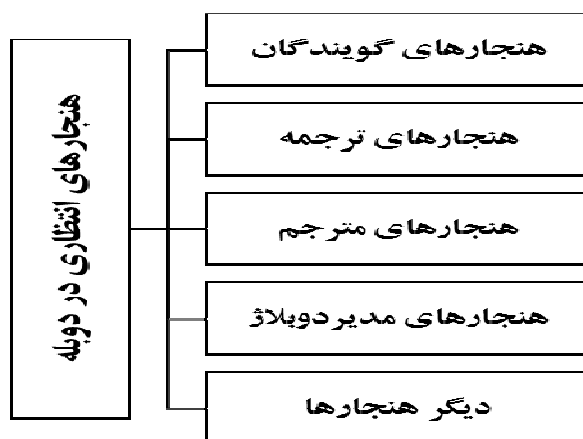
تحلیل داده‌ها هم‌زمان با فرایند گردآوری داده‌ها نبود و پس از جمع‌آوری کل داده‌ها، فرایند

- 
1. grounded theory
  2. initial coding
  3. axial coding
  4. selective coding

تحلیل آغاز گردید. برای تحلیل داده‌ها از هیچ نرم‌افزاری استفاده نشد و داده‌ها به شکل دستی تحلیل شدند. کدگذاری داده‌ها بر اساس نظریه‌ای از پیش تعیین‌شده انجام نشده بلکه تنها با بازخوانی داده‌ها در چندین مرحله و با کمک نظریه داده بنیاد انجام گرفت. قبل از شروع تحلیل داده‌ها، تمامی پاسخ‌ها چندین مرتبه بررسی و مطالعه شدند تا تحلیل‌گر با داده‌ها آشنا و تصویری کلی از آن‌ها در ذهن ترسیم کند. در مرحله اول، تمام پاسخ‌های هر شرکت‌کننده جداگانه مطالعه و به واحدهای تحلیل کوچک‌تر تقسیم شدند و برای هر واحد تحلیل نامی انتخاب گردید. سپس دوباره تمامی واحدهای تحلیل شرکت‌کنندگان بازخوانی شد تا کدگذاری مرحله دوم صورت گیرد. واحدهای تحلیل مرحله اول در چندین نوبت مقایسه گردیدند و دسته‌بندی‌های کلی‌تر و انتزاعی‌تری مشخص گردید و واحدهای تحلیل هر کدام در ذیل یکی از دسته‌بندی‌ها قرار گرفتند. در مرحله کدگذاری انتخابی، دسته‌بندی‌ها مرحله قبل چندین مرتبه مقایسه گردیدند تا تشابه و تفاوت دسته‌ها مشخص گردد و داده‌ها در ذیل پنج کد محوری قرار گرفتند.

#### ۴. یافته‌ها

پس از اتمام کدگذاری داده‌ها، هنجارهای انتظاری بینندگان به پنج دسته هنجارهای انتظاری در باب گویندگان، مترجم، مدیر دوبلاژ و دیگر هنجارها تقسیم شدند (نمودار ۱).

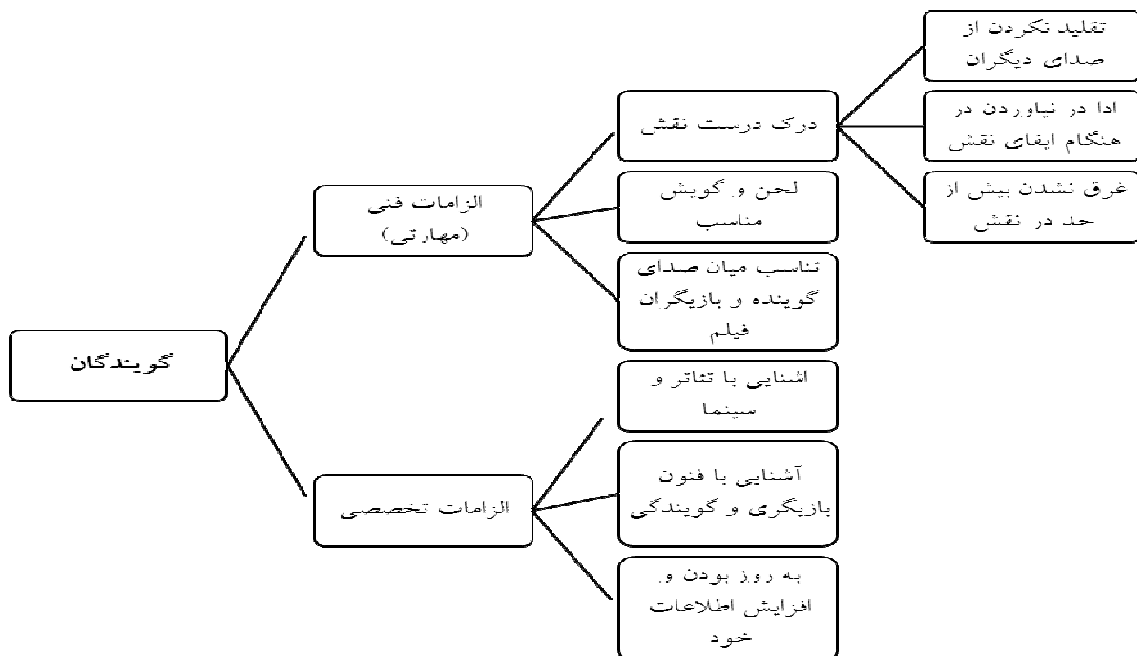


نمودار ۱ هنجارهای انتظاری در دوبله

#### ۴-۱ هنجارهای انتظاری در باب گویندگان

گویندگان نقش بازیگران را در برنامه‌های دوبله‌شده بازی می‌کنند و مهم است که آن‌ها نقش خود را به خوبی ایفا کنند. هنجارهای این گروه به دو دسته تخصصی و فنی تقسیم گردیدند (نمودار ۲)؛

البته بر اساس میزان پاسخگویی، الزامات فنی برای شرکت‌کنندگان مهم‌تر می‌آیند. از جمله مهارت‌های تخصصی آشنایی گوینده با سینما و تئاتر، فنون بازیگری و گویندگی بود که گوینده باید سعی کند در اکتساب آن‌ها ممارست بورزد چون تمامی این مهارت‌ها می‌تواند موجب تقویت مهارت‌های گروه فنی شوند. به عقیده شرکت‌کنندگان گوینده‌ای ماهر است که بتواند نقشی را که قرار است گویندگی کند کامل درک کند. زمانی که درک درستی از نقش به دست آید وی به راحتی می‌تواند نقش موردنظر را اجرا کند و دیگر نیازی به تقلید صدای دیگر گویندگان ندارد و نیز باعث می‌شود که دیگر در نقشش بیش از حد غرق نشده و در نتیجه شخصیت‌پردازی به خوبی انجام گیرد. اما مهم‌تر اینکه لحن و گویش گوینده باید مناسب باشد تا به دل بیننده بنشیند. همچنین، صدای گوینده متناسب با شخصیت اصلی باشد؛ یعنی همگام‌سازی شخصیتی رعایت گردد (فودور، ۱۹۷۶). آلبرگر (۲۰۱۱) نیز معتقد است که گویندگی به معنای خلق نقش‌های زنده و باورپذیر است؛ از این‌رو، فراهم آمدن این الزامات مخصوصاً مهارت‌های فنی می‌تواند بسترساز تقویت دوبله گردد.

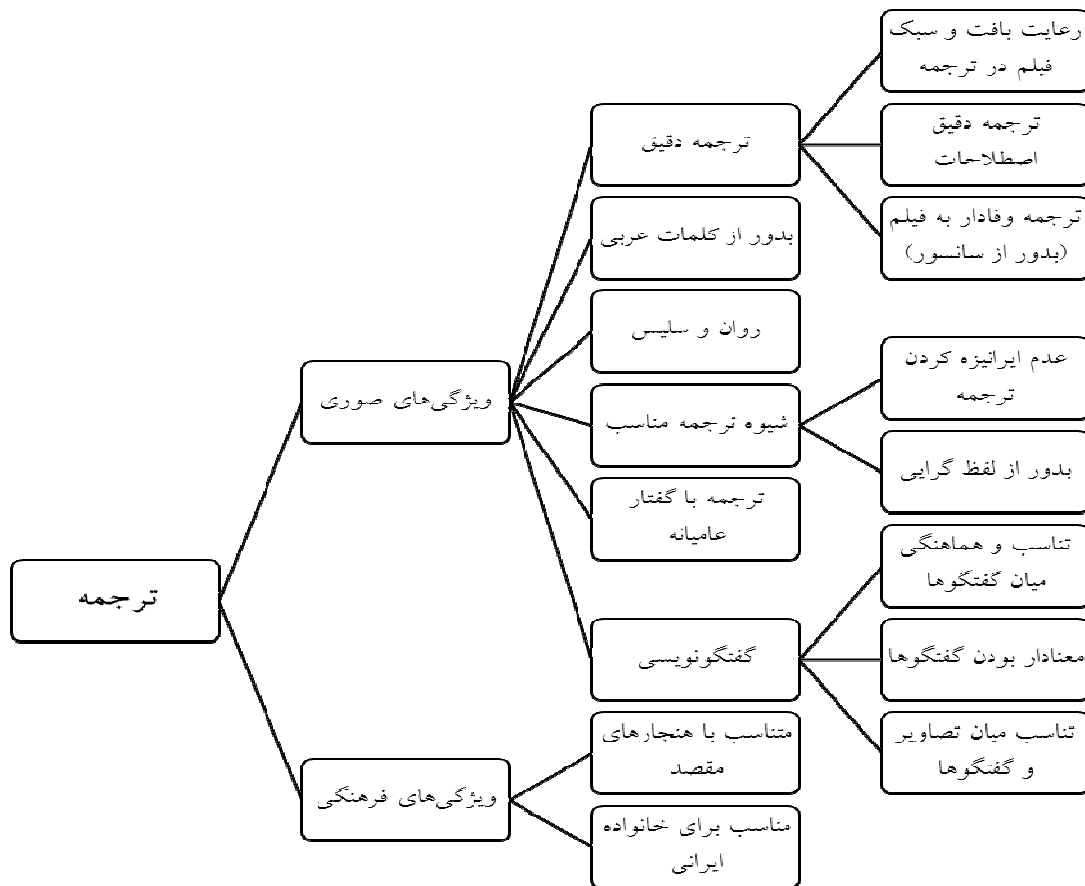


نمودار ۲ هنجارهای انتظاری گویندگان



#### ۴-۲ هنجارهای انتظاری در باب ترجمه

صحبت در باب ترجمه شاید برای بینندگان مشکل باشد چون ترجمه حرفه‌ای تخصصی محسوب می‌شود که نیازمند دانستن زبان خارجی است. به‌علاوه، برخلاف زیرنویس، در دوبله بیننده به صدای اصلی برنامه خارجی دسترسی ندارد پس نمی‌تواند هم‌زمان با تماشای برنامه به مقایسه ترجمه با صدای اصلی پردازد. به‌طور کلی، شرکت‌کنندگان به ویژگی‌های صوتی و فرهنگی ترجمه اشاره داشتند (نمودار ۳) و بیشتر بر ویژگی‌های صوتی ترجمه تأکید شد. به نظر آن‌ها ترجمه‌ای مناسب است که دقیق، سلیس و بدون لفظ‌گرایی باشد؛ چون ترجمه تحت‌اللفظی و واژگان نامأنوس دوبله را بی‌معنا می‌کند. اما ویژگی دیگری که آن‌ها به آن تأکید کردند عدم «ایرانیزه کردن» دوبله است یعنی در آن، ترجمه بیش‌ازحد بومی‌سازی می‌شود که به نظر شرکت‌کنندگان ایده جالبی در دوبله نمی‌آید چون ایشان می‌دانند که فیلم و بازیگران ایرانی نیستند و نوعی تناقض به وجود می‌آید. همچنین ترجمه باید کامل و به دور از سانسور باشد. شرکت‌کنندگان همچنین به گفتگونیسی هم اشاره کردند؛ گفتگونیسی یکی از ویژگی‌های بارز دوبله است چون دوبله کاملاً به شکل گفتگو است بنابراین ترجمه باید به شکل گفتگو درآید. اما این گفتگو نویسی باید دقیق انجام گیرد؛ یعنی باید میان گفتگوها تناسب و هماهنگی حفظ گردد و میان آنچه گفته می‌شود و دیده می‌شود تناسب وجود داشته باشد یا به‌اصطلاح فودور (۱۹۷۶) همگام‌سازی محتوایی رعایت گردد. مورد دیگر، رعایت بافت و سبک فیلم اصلی است؛ یعنی دوبله باید همچون آینه‌ای بافت و سبک برنامه اصلی را در ترجمه انتقال دهد. مثلاً اگر فیلم به‌صورت موزیکال هست دوبله نیز به همان صورت موزیکال پخش گردد و حذفی در آهنگ‌ها صورت نگیرد و آهنگ‌ها به فارسی اجرا گردند. گروهی از شرکت‌کنندگان به ویژگی‌هایی فرهنگی در باب ترجمه اشاراتی داشتند، درواقع آن‌ها ترجمه‌ای را می‌پسندد که با توجه به فرهنگ ایران انجام گیرد اما درعین‌حال نباید این کار به قیمت سانسور یا ایرانیزه کار تمام شود.

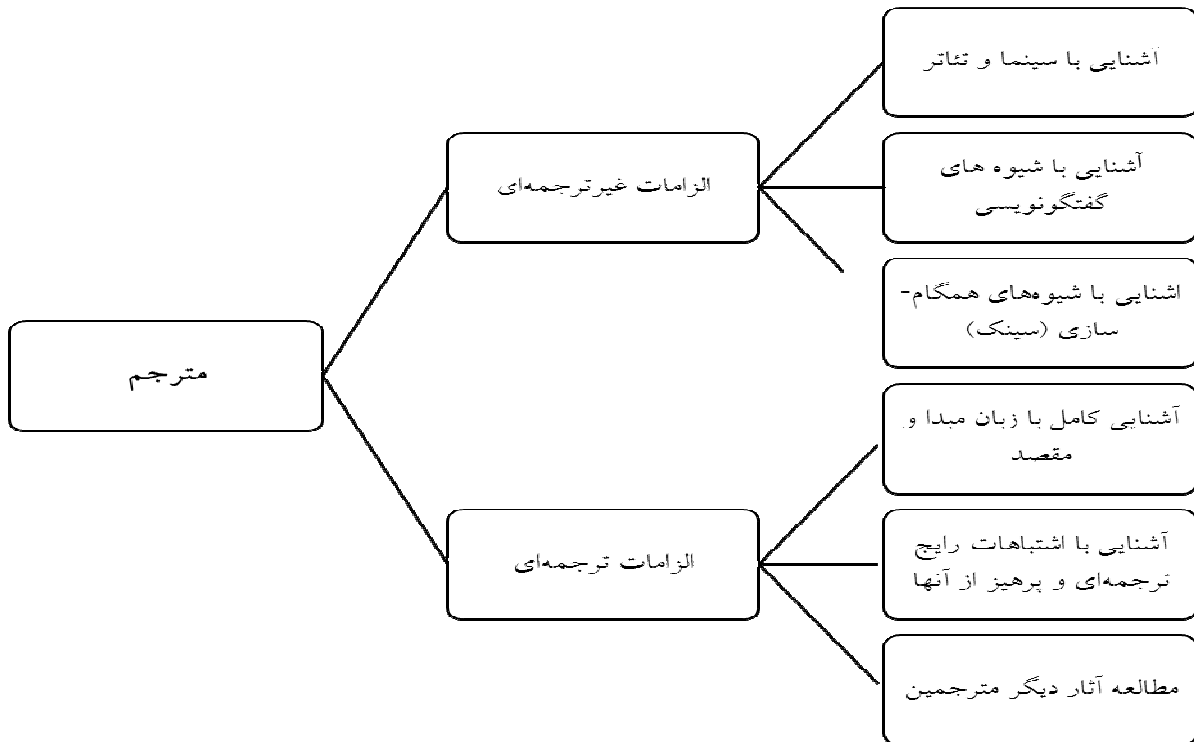


نمودار ۳ هنجارهای انتظاری ترجمه

#### ۳-۴ هنجارهای انتظاری در باب مترجم

تعداد دیدگاه‌هایی که در مورد مترجم ذکر شد به مراتب کمتر بود (نمودار ۴) چون شرکت‌کنندگان بیشتر نظرات خود را معطوف به ترجمه کرده بودند. کاملاً واضح است که مهم‌ترین مهارت مترجم آشنایی کامل به دو زبان مبدأ و مقصد است به‌ویژه زبان مبدأ چون اصولاً فیلم‌ها چون به‌صورت گفتگوهای روزمره هستند مملو از اصلاحات زبان و فرهنگ مبدأ هستند در نتیجه مترجم باید با فرهنگ و بطن زبان مبدأ آشنا باشد. اما تنها درک و فهم اصطلاحات متن مبدأ کافی نیست بلکه پیدا کردن معادل مناسب در زبان مقصد هم ضرورت دارد که اگر این دو رعایت شوند هنجارهای گروه قبل، یعنی ترجمه، تا حدودی رعایت می‌شوند، پس در وهله اول مهارت‌های مترجم اهمیت پیدا می‌کند. نکته جالب‌تری که شرکت‌کنندگان بدان اشاره کردند

مطالعه آثار ترجمه‌ای دیگران و آشنایی با اشتباهات رایج در ترجمه است. این پیشنهاد یا هنجار انتظاری بسیار معقولانه است چون اصولاً در کلاس‌های تربیت مترجم به دانشجویان ترجمه توصیه می‌شود که آثار مترجمان دیگر را مطالعه کنند. دلیل این امر این است که دانشجویان با شیوه‌های ترجمه آشنا می‌شوند و می‌توانند آن‌ها را در ترجمه خود اعمال کنند یا می‌توانند این آثار را نقد کرده و از تکرار اشتباهات آن‌ها جلوگیری کنند. اما پیشنهاد می‌گردد که پژوهشی در سطح وسیع بر روی تعداد زیادی برنامه دوبله انجام شود، خطاهای رایج آن‌ها شناسایی شود و فهرست این خطاها در اختیار مترجمان قرار گیرد. شرکت‌کنندگان همچنین معتقد بودند مترجم هم باید با شیوه‌های گفتگونویس آشنایی داشته باشد که البته برای کشور ایران که گفتگوها توسط مترجم نگارش پیدا می‌کنند امری ضروری است. چاومه (۲۰۰۴) نیز معتقد هست که دانشجویان رشته ترجمه دیداری-شنیداری باید با مهارت‌های گفتگونویسی و شیوه‌های همگام‌سازی آشنایی داشته باشند. در دانشگاه‌های ایران و در برنامه درسی کارشناسی مترجمی زبان انگلیسی، درسی با عنوان «ترجمه نوار و فیلم» گنجانده شده است اما در برنامه درسی مصوب وزارت علوم درباره این درس به شیوه‌های گفتگونویسی و همگام‌سازی هیچ اشاره‌ای نشده و بر مهارت‌های ترجمه بدون متن (مهارت‌های شنیداری) تأکید شده است. این در حالی است که اصولاً مترجمان با بهره بردن از متن برنامه یا فیلم‌نامه، آن را ترجمه می‌کنند و به‌ندرت از مهارت شنیداری خود برای ترجمه استفاده می‌کنند. شرکت‌کنندگان همچنین پیشنهاد کردند که مترجمان با سینما و تئاتر و مسائل مرتبط با این دو بیشتر آشنا شوند. اما دانشجویان با اصطلاحات سینما آشنا نمی‌گردند چون مدرسین ترجمه نیز خود مهارت و توانش کافی در این دروس نداشته و اصولاً تجربه ترجمه برای دوبله را نیز ندارند؛ این در حالی است که در اروپا به‌ویژه اسپانیا دوره‌های دوساله تربیت مترجم فیلم برگزار می‌شود و مدرسین آن‌ها از مترجمان برجسته فیلم می‌باشند.



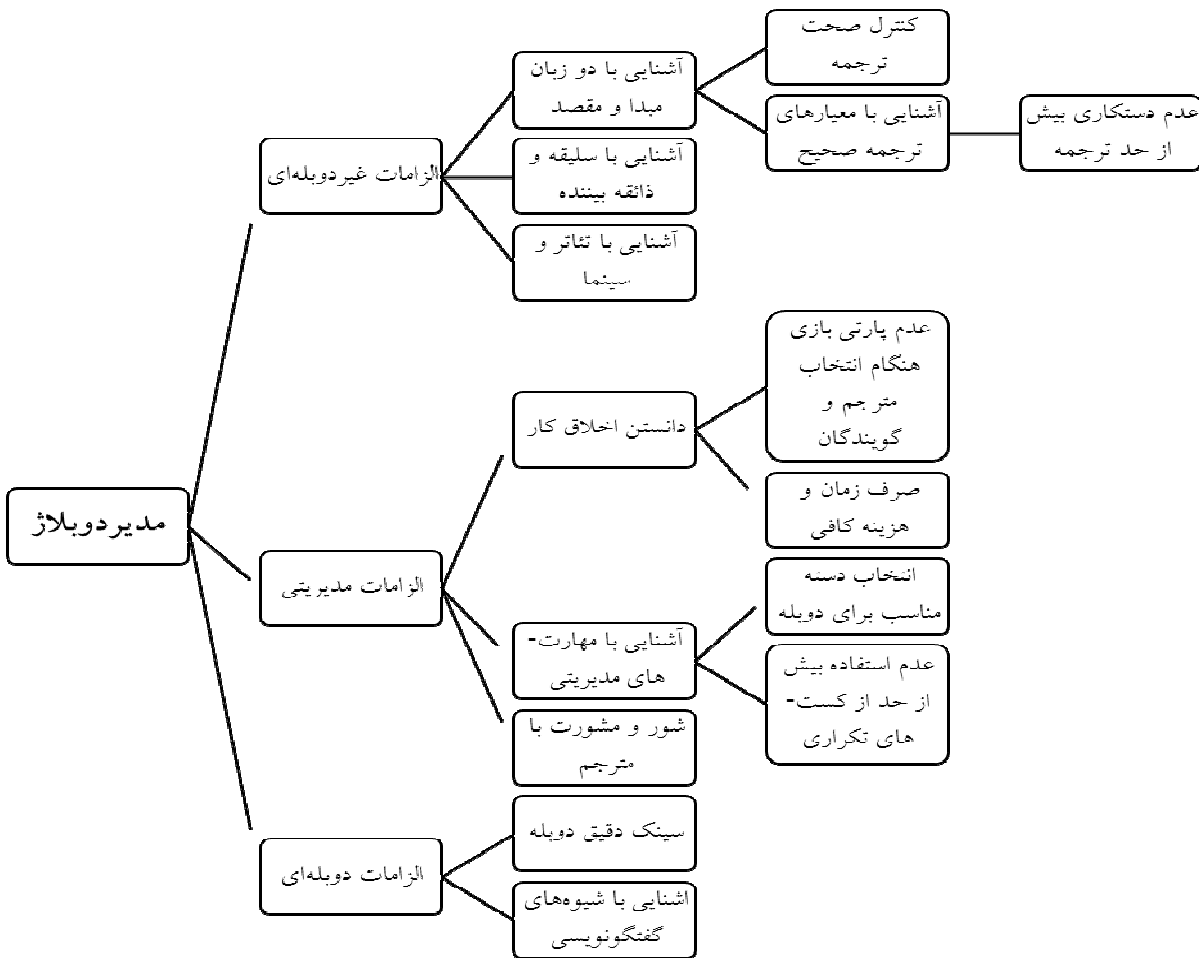
نمودار ۴ هنجارهای انتظاری مترجم

#### ۴-۴ هنجارهای انتظاری در باب مدیر دوبلاژ

مدیر دوبلاژ نقش بسیار مهمی در دوبله ایفا می‌کند. وی باید ترجمه را همگام‌سازی یا به‌اصطلاح سینک بزند و بتواند گروه مناسبی از گویندگان بچیند. شرکت‌کنندگان به سه گروه از مهارت‌های یک مدیر دوبلاژ اشاره کردند: مهارت‌های دوبله‌ای، مهارت‌های غیر دوبله‌ای و مهارت‌های مدیریتی (نمودار ۵). به نظر می‌رسد برای شرکت‌کنندگان مهارت‌های دوبله‌ای در اولویت قرار دارند. این مهارت‌ها شامل آشنایی مدیر دوبلاژ با شیوه‌های گفتگونیویسی و مهارت کافی برای همگام‌سازی دوبله است. همگام‌سازی یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های دوبله است که چنانچه رعایت نگردد تأثیر بسیار منفی بر روی بیننده خواهد گذاشت، به‌ویژه ایزوهم‌گامی<sup>۱</sup> که اگر به آن دقت کافی نشود دوبله تبدیل به صدای شاهد (ویس آور)<sup>۲</sup> می‌شود. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد که

- 
1. isochrony
  2. voice-over

مترجم باید با شیوه‌های گفتگونیویسی آشنا باشد، آشنایی با آن برای مدیر دوبلاژ هم یک الزام است چون وی می‌تواند دیالوگ‌هایی را که مترجم ایجاد کرده است بررسی و ویرایش کند. همان‌طور که از نام مدیر دوبلاژ مشخص است وی باید مدیر خوبی باشد یعنی با مهارت‌های مدیریتی در دوبله آشنا باشد. وی باید بتواند دسته مناسبی برای کار دوبله بچیند و بداند چه گوینده‌ای برای چه بازیگری مناسب است. اما شرکت‌کنندگان از این موضوع شاکی بودند که گاهی اوقات دیده می‌شود که گویندگان و یا مترجمان بر اساس مهارت‌ها و استعدادها ایشان انتخاب نمی‌گردند به طوری که مسئله خویشاوندسالاری (پارته‌بازی) در بعضی از گروه‌های دوبله دیده می‌شود و این باعث می‌شود که بعد از مدتی، به علت استفاده بیش‌ازحد از آن گوینده، صدای وی برای بیننده تکراری شود. همان‌طور که آیولا (۱۹۹۷، به نقل از چاومه، ۲۰۱۲) بیان می‌کند استفاده بیش‌ازحد از گوینده خاصی در یک برنامه و یا چندین برنامه موجب افت کیفیت دوبله می‌گردد، زیرا آن صدا دیگر برای بیننده جذابیتی ندارد، پس تربیت گوینده بامهارت در اینجا اهمیت پیدا می‌کند. مسئله مهم‌تر، صرف وقت و هزینه کافی برای دوبله است و باید از دوبله‌های عجله‌ای پرهیز شود؛ بیننده برنامه‌های سینمایی را تماشا می‌کند تا از آن‌ها لذت ببرد و اوقات فراغتش را پر کند نه اینکه به دلیل افت کیفیت دوبله از آن دلسرد شود. اصولاً در کشورهای اروپایی مانند اسپانیا، وظیفه کنترل کیفیت ترجمه بر عهده شخص دیگر مانند زبان‌شناس است (ماتامالا، ۲۰۱۰) حال آنکه در ایران تعداد افراد درگیر در فرایند دوبله کمتر است و مدیر دوبلاژ آن‌قدر به ترجمه مترجم اعتماد دارد که دست به ویرایش آن نمی‌زند یا اصولاً با زبان خارجی آشنایی ندارد که بتواند اشتباهات ترجمه‌ای را شناسایی کند. بینندگان معتقد بودند که مدیر دوبلاژ باید به خوبی با دو زبان مبدأ و مقصد آشنایی داشته باشد؛ زیرا وقتی با این دو زبان آشنا باشد بهتر می‌تواند ترجمه را کنترل و ویرایش کند و همچنین در هنگام سینک زدن ترجمه می‌تواند تصمیم بگیرد که ترجمه را تا چه حد دست‌کاری کند که سینک مناسب به دست آید. از دیگر الزامات غیر دوبله‌ای آشنایی با سلیقه بیننده و آشنایی با تئاتر و سینما بود.

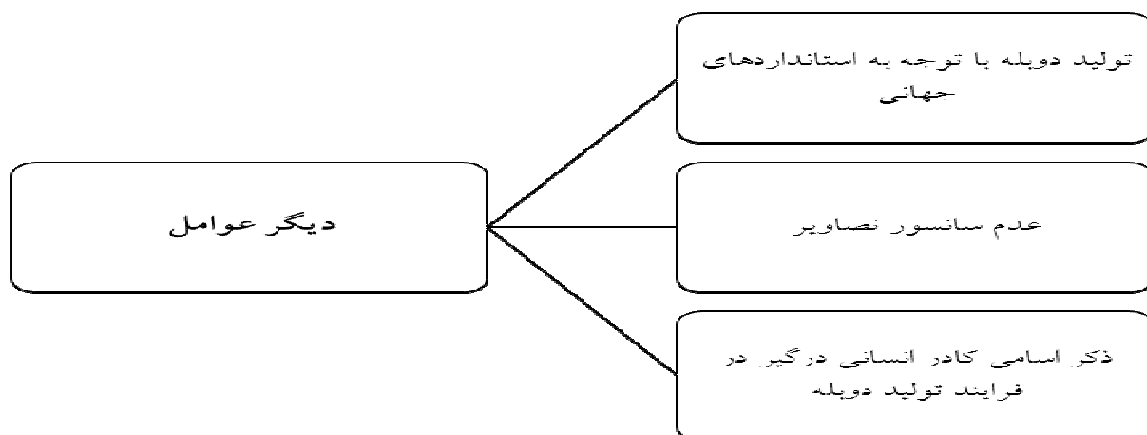


نمودار ۵ هنجارهای انتظاری مدیر دوبلاژ

#### ۴-۵ دیگر هنجارهای انتظاری

به هنجارهای انتظاری دیگری نیز اشاره شد که نمی‌توان آن‌ها را در دسته‌های قبل جای داد. این دسته‌بندی شامل سه هنجار مهم است؛ ذکر کادر انسانی درگیر در فرآیند دوبله؛ یعنی مترجم، مدیر دوبلاژ و گویندگان، عدم سانسور تصاویر و تولید دوبله بر اساس استانداردهای جهانی (نمودار ۶). به نظر می‌رسد شرکت‌کنندگان به عوامل تولید دوبله اهمیت بسیاری می‌دهند به طوری که فرد خاصی در فرآیند دوبله می‌تواند در انتخاب بینندگان تأثیر بگذارد. اصولاً در شبکه‌های تلویزیونی عوامل دوبله به ندرت ذکر می‌شوند و اگر هم نام کسی ذکر شود نام مدیر دوبلاژ خواهد بود. اما در بخش خصوصی مثل شرکت قرن ۲۱ نام تمامی عوامل دوبله از جمله صداگذار نیز بر روی پک سی دی دوبله شده ذکر می‌گردد. هرچند بینندگان انتظار دارند که نام عوامل درگیر در دوبله ذکر گردد، اما با نگاهی دقیق‌تر مشخص می‌شود که بینندگان به دنبال اسامی خاصی هستند. برای مثال،

شرکت‌کننده‌ای اظهار داشت که فقط دوبله‌هایی با مدیریت دوبلاژ مهرداد رئیسی و محمدرضا علیمردانی تماشا می‌کند. این بدان معناست که در دوبله ایران فقط عده خاصی توانایی و مهارت کافی برای دوبله خوب دارند و توانسته‌اند نظر بینندگان را به خود جلب کنند. این یک نقطه ضعف است، یعنی عده‌ای مهارت دارند درحالی‌که گروه‌های دیگر بدون مهارت هستند. اما دوبله باید به نحوی باشد که تمام محصولات دوبله‌شده از کیفیت بالایی برخوردار باشند و کیفیت دوبله بر اساس نام افراد خاصی تعیین نشود. گروهی از شرکت‌کنندگان به سانسور تصاویر اشاره کردند و خواهان برداشته شدن آن بودند. هرچند در هنجارهای ترجمه بیان شد که ترجمه باید برای خانواده‌های ایرانی مناسب باشد ولی می‌توان ممیزی را تا حدی کاهش داد که به داستان برنامه آسیب نزند یا هر دوبله بر اساس گروه‌های مختلف مخاطب تولید شود. درنهایت فردی هم عنوان کرد که دوبله با توجه به استانداردهای جهانی تولید شود.



#### نمودار ۶ دیگر هنجارهای انتظاری

#### ۵. بحث و نتیجه‌گیری

این جستار نشان داد که بینندگان حرفه‌ای دوبله می‌توانند و دوست دارند نظرات سازنده‌ای را ارائه کنند که هم‌راستا با دیدگاه تومینن (۲۰۱۲) است که معتقد بود بینندگان فیلم‌های زیرنویس شده علاقه‌مند به صحبت درباره آن‌ها هستند. به نظر می‌رسد در دوبله، برای بینندگان گویندگان برنامه دوبله‌شده، نسبت به چهار گروه دیگر از اهمیت بیشتری برخوردارند زیرا بیشترین نظرات شرکت‌کنندگان در این تحقیق متوجه گویندگان بود. این در حالی است که در ترجمه ادبی تمرکز

بیننده بیشتر بر روی ترجمه است. البته این مورد به دلیل وجود مجرای تصویری است، چون مجرای تصویری تمرکز بیننده را به خود جلب می‌کند و مجرای صوتی، گفتاری و غیرگفتاری کمک به درک بهتر آن می‌کنند. دلیل دیگر این است که گویندگان درواقع نقش بازیگران را دارند و در وهله اول توجه بیننده به آن‌ها جلب می‌شود و مترجم و مدیر دوبلاژ حکم عوامل پنهان و پشت‌صحنه را دارند، یعنی نقش آن‌ها به‌گونه‌ای نیست که دیده شوند.

از آنجایی که در حوزه دوبله تحقیقات مشابهی انجام نگرفته است، نمی‌توان نتایج پژوهش حاضر را با یافته‌های قبلی دیگر محققین در حوزه ترجمه ادبی مقایسه کرد اما ذکر چند نکته خالی از لطف نیست. از نظر بیژنی و همکاران (۲۰۱۴) تصویرسازی، مقوله‌های فرهنگی متن مبدأ، فرهنگ مقصد، وفاداری به نویسنده، مقدمه مترجم و زبان مقصد برای خوانندگان ترجمه ادبی مهم هستند. در این پژوهش نیز شرکت‌کنندگان به وفاداری به محتوای متن مبدأ، رعایت سبک برنامه و توجه به فرهنگ مقصد اشاره کرده بودند.

این تحقیق همچنین کاربردهای بسیاری دارد که می‌تواند راهگشای افزایش کیفیت دوبله‌های کشور گردد. مؤسسات دوبله، مدیران دوبلاژ، گویندگان و مترجمان می‌توانند از یافته‌های این تحقیق برای ارتقا سطح کیفیت کار خود استفاده کنند. علی‌رغم نتایج مفید به‌دست‌آمده، این پژوهش با محدودیت‌هایی همراه بود که ذکر آن‌ها ضروری است. این تحقیق به شکل کیفی و تنها با ۱۵ بیننده انجام گرفت؛ نتیجه آنکه پژوهشگران آینده می‌توانند این پژوهش را در مقیاس وسیع‌تری انجام دهند. محققین در آینده می‌توانند با کمک یافته‌های این پژوهش پرسشنامه‌ای را طراحی کرده و آن را در مقیاس بسیار وسیع‌تر و به شکل کمی مورد آزمایش قرار دهند. همچنین این تحقیق فقط بینندگان حرفه‌ای دوبله را مخاطب قرار داد و بینندگان عادی دوبله نیز باید در پژوهش‌های آینده جای گیرند.

#### منابع:

- Alburger, J. R. (2011). *The art of voice acting: The craft and business of performing voice-over* (4th ed.). Boston, MA: Focal Press.
- Antonini, R. (2005). The perception of subtitled humour in Italy: An empirical study. *Humor, Journal of Humor Research*, 18(2), 209-225.



- Bijani, S., Khoshsaligheh, M., & Hashemi, M. R. (2014). Categorization of the fiction translation expectancy norms to Iranian undergraduate readership. *Asia Pacific Translation and Intercultural Studies*, 1(3), 210-221.
- Bogucki, Ł. (2013). *Areas and methods of audiovisual translation research*. Frankfurt, Germany: Peter Lang.
- Chaume, F. (2004). Synchronization in dubbing: A translational approach. In P. Orero (Ed.), *Topics in audiovisual translation* (pp. 35-52). Amsterdam, the Netherlands: John Benjamins.
- Chaume, F. (2007). Quality standards in dubbing: A proposal. *TRADTERM*, 13, 71-89.
- Chaume, F. (2012). *Audiovisual translation: Dubbing*. Manchester, England: St. Jerome.
- Chaume, F. (2013). Research path in audiovisual translation: The case of dubbing. In C. Millán & F. Bartrina (Eds.), *The Routledge handbook of translation studies* (pp. 288-302). Abingdon, England: Routledge.
- Chesterman, A. (1997). *Memes of translation: The spread of ideas in translation theory*. Amsterdam, The Netherlands: John Benjamins.
- Díaz Cintas, J. (2010). Subtitling. In Y. Gambier & L. v. Doorslaer (Eds.), *Handbook of translation studies* (Vol. 1, pp. 344-349). Amsterdam, The Netherlands: John Benjamins.
- Díaz Cintas, J., & Anderman, G. (2009). Introduction. In J. Díaz Cintas & G. Anderman (Eds.), *Audiovisual translation: Language transfer on screen* (pp. 1-17). Basingstoke, England: Palgrave MacMillan.
- Dörnyei, Z. (2007). *Research methods in applied linguistics*. Oxford, England: Oxford University Press.
- Fodor, I. (1976). *Film dubbing: Phonetic, semiotic, esthetic and psychological aspects*. Hamburg, Germany: Helmut Buske.
- Guillory, J. (2000). The ethical practice of modernity: The example of reading. In M. Garber, B. Hanssen & R. L. Walkowitz (Eds.), *The turn to ethics* (pp. 29-46). London, England: Routledge.
- Matamala, A. (2010). Translations for dubbing as dynamic texts: Strategies in film synchronisation. *Babel*, 56(2), 101-118.
- Nelson, B., & Maher, B. (2013). Introduction. In B. Nelson & B. Maher (Eds.), *Perspectives on literature and translation: Creation, circulation, reception* (pp. 1-10). New York, NY: Routledge.
- Saldanha, G., & O'Brien, S. (2013). *Research methodologies in translation studies*. Manchester, England: St. Jerome.
- Suojanen, T., Koskinen, K., & Tuominen, T. (2015). *User-centered translation*. Abingdon, England: Routledge.
- Tuominen, T. (2012). *The art of accidental reading and incidental listening: An empirical study on the viewing of subtitled films*. (Unpublished doctoral dissertation), University of Tampere, Tampere, Finland.