

ترجیح بینندگان غربی در مورد زیرنویس عناصر فرهنگی در فیلم‌های ایرانی: مطالعه موردی نام غذاها

محمدصادق کنویسی* (گروه مترجمی زبان انگلیسی، دانشگاه جهرم، جهرم، ایران)

الهام رجب‌دری (گروه مترجمی زبان انگلیسی، دانشگاه جهرم، جهرم، ایران)

چکیده

هدف پژوهش پیش رو بررسی ترجیح بینندگان غربی به زیرنویس نام غذاها در فیلم‌های ایرانی است. بدین منظور، پیکره‌ای شامل ۳۰ فیلم ایرانی و زیرنویس رسمی انگلیسی آن‌ها برای استخراج نام غذاها و تکنیک ترجمه به‌کاررفته بررسی شد. برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش، پرسش‌نامه‌ای طراحی شد و در اختیار تعداد ۲۲۳ بیننده غربی قرار گرفت. نظریه ناپیدایی ونوتی (۲۰۰۸/۱۹۹۵) و رویکردهای غرابت‌گرا و بومی‌گرای وی برای تحلیل نظر بینندگان به‌کار رفت. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهنده رویکردی بومی‌گرا در زیرنویس نام غذاها در فیلم‌های ایرانی است. در مقابل، نتایج پژوهش حاکی از این است که بینندگان غربی رویکرد غرابت‌گرا در ترجمه نام غذاها در زیرنویس فیلم‌های ایرانی را ترجیح می‌دهند. با توجه به تحلیل نتایج، ترجمه‌ای غرابت‌گرا برای ترجمه نام غذاها در زیرنویس فیلم‌های ایرانی پیشنهاد می‌شود. این نوع رویکرد نه تنها با ترجیح بیننده غربی هم‌راستاست و انتظار وی را برآورده می‌کند، بلکه با حفظ تصویری از هویت ملی و فرهنگی ایرانی، می‌تواند به گفتمان دوطرفه فرهنگی در روابط نامتوازن قدرت در جوامع امروز تبدیل شود.

کلیدواژه‌ها: زیرنویس، غذا، فیلم‌های ایرانی، بینندگان غربی، ترجیح مخاطب، ونوتی

* نویسنده مسئول ms.kenevisi@jahromu.ac.ir

۱. مقدمه

عناصر فرهنگی^۱ زبان از عوامل مهم در تعاملات میان فرهنگ‌ها محسوب می‌شوند. هرچند درک عناصر فرهنگی، آن‌چنان که از نام آن‌ها پیداست، مستلزم دانشی فرازبانی است. پدرسِن^۲ (۲۰۱۱، ص. ۴۴)، فهم عناصر فرهنگی جامعه برای فردی خارج از آن فرهنگ را حتی با وجود دانستن زبان مبدأ، در موارد بسیاری غیرممکن می‌داند. در حقیقت، عناصر فرهنگی به‌عنوان آینه‌ای از جنبه‌های مختلف فکری، ارزشی، سنتی، جهان‌بینی و اعتقادی جامعه به‌شمار می‌آیند و از این رو، به شناخت بهتر هویت و ویژگی‌های خاص آن جامعه کمک می‌کنند. از منظر ترجمه نیز، به‌علت تفاوت زبانی و فرهنگی موجود، ترجمه این عناصر می‌تواند با دشواری همراه باشد. این فاصله فرهنگی که منشأ آن، به گفته پیم^۳ (۲۰۰۴)، نبود شرایط ایدئال در تعاملات فرهنگی است، باعث شده از ترجمه عناصر فرهنگی تحت عناوینی چون «مقاطع گفتمانی با ریسک بالا»^۴ (پیم، ۲۰۰۴، ص. ۱)، «مقاطع بحرانی ترجمه»^۵ (پدرسِن، ۲۰۰۵، ص. ۱) یا «مشکلات ترجمه»^۶ (پدرسِن، ۲۰۱۱، ص. ۴۱) نام برده شود.

یکی از عناصر اصلی در تقسیم‌بندی عناصر فرهنگی، نام و اصطلاحات مربوط به انواع غذاهاست (ماسچه و ویلمز^۷ ۲۰۱۰). همان‌طور که بارتس^۸ (۲۰۱۳) می‌گوید، از نظر علم انسان‌شناسی، غذا بدون شک اولین نیاز مشترک بشر محسوب می‌شود. علی‌رغم این اشتراک فیزیولوژیکی مهم، تفاوت‌های میان فرهنگی بسیاری را می‌توان در عادات غذایی، انواع غذاها و نقش اجتماعی برخی غذاها دید (اوستر و مولس

-
1. cultural Items
 2. Pedersen
 3. Pym
 4. points of high-risk discourse
 5. Translation Crisis Points (TCP)
 6. translation problems
 7. Mussche and Willems
 8. Barthes

کیسز^۱، ۲۰۱۶). لوی استراس^۲ (۲۰۱۳، ص. ۴۰) معتقد است همان‌طور که هیچ جامعه‌ای بدون زبان وجود خارجی ندارد، همان‌طور هم هیچ جامعه‌ای را نمی‌توان یافت که عادات غذایی مخصوص به خود نداشته باشد. اهمیت این حوزه باعث شده تا گفتمان غذایی در طی دو دهه گذشته با سرعت بیشتری و در تمام حوزه‌های اجتماع مطرح بشود (روساتو^۳، ۲۰۱۵). گستردگی و اهمیت این گفتمان باعث شده تا پژوهشگران در دانشگاه‌ها نیز به این حوزه به‌عنوان حوزه پژوهشی بنگرند. این گرایش را می‌توان در افزایش تعداد مجلات، کتاب‌ها و کنفرانس‌های برگزار شده در این حوزه دید (آلبالا^۴، ۲۰۱۳). به‌علاوه، تعداد پژوهشگرانی که از مؤسسات متولی جامعه‌شناسی برای انجام پروژه‌های مربوط به عادات و فرهنگ غذایی درخواست می‌کنند در حال افزایش است (کوچ، سامنر و وینسون^۵، ۲۰۱۲).

از فیلم‌های ایرانی و جشنواره‌های بین‌المللی فیلم می‌توان به‌عنوان یکی از مهمترین راه‌های آشنایی مخاطبان غربی با فرهنگ ایرانی و نام غذاهای ایرانی به‌عنوان عنصری مهم از فرهنگ ایرانی نام برد. در حقیقت، نقش فیلم‌ها و جشنواره‌های بین‌المللی فیلم در فرایند تعاملات و تبادلات فرهنگی میان جوامع نقشی بسیار جدیست. جشنواره‌های بین‌المللی فیلم از قدیم محلی برای معرفی فیلم‌ها و در پی آن فرهنگ‌های غیرانگلیسی‌زبان یا بهتر بگوییم «شرقی» بوده‌اند. فیلم‌های ایرانی نیز، به‌ویژه در دو دهه گذشته، جایگاه ویژه‌ای برای خود در خارج از مرزهای جغرافیایی ایران به‌دست آورده‌اند. محققان بسیاری پژوهش‌های ارزنده‌ای در این زمینه انجام داده‌اند (رجوع شود به دباشی^۶، ۲۰۰۱، ۲۰۰۷؛ تاپر^۷، ۲۰۰۲؛ متحده^۸،

1. Oster & Molés-cases
2. Lévi-Strauss
3. Rossato
4. Albala
5. Koç, Sumner, & Winson
6. Dabashi
7. Tapper
8. Mottahedeh

۲۰۰۸؛ زیدآبادی-نژاد^۱، ۲۰۱۰؛ و نفیسی^۲، ۲۰۱۲). در این میان، اهمیت ترجمه و به‌طور خاص زیرنویس در موفقیت فیلم‌های ایرانی امری کاملاً واضح است. اهمیت مسائل فرهنگی و ضرورت چگونگی، کیفیت و فرایند زیرنویس و نیز دلایل انگیزه‌های زیرنویس‌گذاران، پژوهشگران ایرانی را بر آن داشته تا به مسائل مختلف زیرنویس فیلم‌های برجسته بپردازند (برای مثال: خوش‌سلیقه و فاضلی حق‌پناه، ۱۳۹۵ و خوش‌سلیقه و فاضلی حق‌پناه، ۱۳۹۷). با وجود این اهمیت، زیرنویس فیلم‌های ایرانی برای بینندگان غیرفارسی‌زبان کمتر بررسی شده است (نفیسی، ۲۰۱۲). همچنین، پژوهش در حوزه ترجمه غذاهای ایرانی به‌عنوان بخشی از فرهنگ جامعه ایرانی کمتر واکاوی شده است. با توجه به اهمیت این حوزه، مقاله پیش رو مطالعه‌ای بر روی ترجمه نام غذاها در زیرنویس رسمی فیلم‌های ایرانی و همچنین انتظارات و ترجیح بیننده غربی در ترجمه این حوزه فرهنگی است.

۲. پیشینه پژوهش

ترجمه عناصر فرهنگی را می‌توان اساساً بر روی محور غربت‌گرا^۳ و بومی‌گرای^۴ ونوتی^۵ (۲۰۰۸) مطالعه کرد. در حالی که تأکید رویکرد غربت‌گرا بر «بیگانگی» فرهنگ مبدأ است، رویکرد بومی‌گرا بر قرابت و آشنایی مخاطبان فرهنگ مقصد با ترجمه تأکید دارد (ونوتی، ۲۰۰۸). البته از این دو رویکرد به طرق گوناگونی یاد شده است از جمله «ماهیت محافظه‌کارانه»^۶ و «ماهیت تعویضی»^۷ (آیکسلا^۸، ۱۹۹۶)، «غربت‌سازی»^۹ و «طبیعی‌سازی»^{۱۰} (رامیر^{۱۱}، ۲۰۰۶)، «زبان مبدأ محور»^{۱۲} و «زبان

1. Zeydabadi-Nejad

2. Naficy

3. foreignization

4. domestication

5. Venuti

6. conservative nature

7. substitutive nature

8. Aixela

9. exoticising

10. naturalization

11. Ramie re

12. SL oriented

مقصود محورل^۱ (پدرسن، ۲۰۱۱) و «غرابت‌سازی»^۲ و «بیوند فرهنگی»^۳ (اولک، ۲۰۱۳). البته علی‌رغم گسترش پرشتاب بازار ترجمه متون غذایی و انجام مطالعاتی در حوزه ترجمه غذا، رابطه ترجمه و غذا به‌عنوان عنصری فرهنگی از حوزه‌های کمتر بررسی‌شده در حوزه مطالعات ترجمه است (روساتو ۲۰۱۵؛ دسیاردینز، کوک و شارون^۴ ۲۰۱۵؛ کیارو و روساتو^۵ ۲۰۱۵). البته در این حوزه می‌توان به مطالعاتی به‌ویژه در ترجمه ادبی (روسینی^۶، ۲۰۰۴)، ترجمه منوی رستوران‌ها و کتاب‌های آشپزی (پوگت^۷، ۲۰۰۰؛ دسیاردینس^۸، ۲۰۱۱؛ لانسکا و کولاروا^۹، ۲۰۱۵)، یا رابطه غذا و مهاجرت (کرونین^{۱۰}، ۲۰۱۴) و همچنین از تحقیقاتی که از غذا به‌عنوان عناصر فرهنگی یاد کرده‌اند (کایرو^{۱۱}، ۲۰۰۹؛ کرونین، ۲۰۰۹) و مطالعات افرادی چون کرونین (۲۰۱۵ و ۲۰۱۷)، مورگان^{۱۲} (۲۰۱۵)، ماسچه و ویلمز (۲۰۱۰)، اپستین^{۱۳} (۲۰۰۹) و گرامنیدیس^{۱۴} (۲۰۰۸) اشاره کرد. ترجمه غذاها در عصر ارتباطات آن‌چنان حائز اهمیت است که مجله معتبر مترجم^{۱۵} چاپ انتشارات راتلج^{۱۶} نسخه سوم خود در سال ۲۰۱۵ را به ترجمه غذاها اختصاص داده است. اصطلاح غذا می‌تواند شامل انواع وعده‌های اصلی غذا، نوشیدنی‌ها، نان‌ها، چاشنی‌ها و غیره شود که برخی در مراسم خاص ارائه می‌شوند. در طول تاریخ جامعه، عللی چون جغرافیا، اقلیم، مذهب

1. TL oriented
2. exoticism
3. cultural transplation
4. Olk
5. Desjardins, Cooke & Charron
6. Chiaro & Rossato
7. Rosini
8. Pouget
9. Desjardins
10. Lanská & Kolářová
11. Cronin
12. Chiaro
13. Morgan
14. Epstein
15. Grammenidis
16. The Translator
17. Routlege

و غیره، نقشی اساسی در تعیین نوع غذای مردمان آن داشته است. فرهنگ ایرانی نیز از این قاعده مستثنی نیست.

انتظارات و نیاز بینندگان به ترجمه فیلم‌ها از دیگر عوامل بااهمیت و در عین حال کمتر بررسی شده محسوب می‌شوند. پژوهشگران بسیاری در حوزه ترجمه از اهمیت بینندگان و توجه به انتظارات آن‌ها سخن گفته‌اند. برای مثال، نورد^۱ (۲۰۰۵)، توجه به انتظارات و نیازهای ارتباطی مخاطب را از حیاتی‌ترین عوامل تعیین‌کننده در تئوری هدف^۲ می‌داند. از نظر ویلز^۳ (۱۹۹۶، ص. ۴۱، به نقل از لی^۴، ۲۰۰۲)، لازم است مترجم برای «تولید ترجمه‌ای که در راستای انتظارات مخاطب زبان مقصد است» تلاش کند. شافنر^۵ (۱۹۹۹)، چسترمن^۶ (۱۹۹۷) و لپی‌هالم^۷ (۱۹۹۷) نیز بر اهمیت توجه به انتظارات مخاطب تأکید کرده‌اند. گوتلیب^۸ (۲۰۰۹) اهمیت انتظارات مخاطب را به‌طور اخص در ترجمه دیداری‌شنیداری یادآور می‌شود. از نظر وی دریافت برون‌داد ترجمه دیداری‌شنیداری، نه تنها بر پیش‌فرض‌های فرهنگی، تلمیحات یا اسامی خاص استوار است، بلکه همچنین بر انتظارات بیننده بنیان می‌شود. ونوتی^۹ (۲۰۰۴) از ترجمه به‌عنوان ابداع قرائتی نو از متن بیگانه یاد می‌کند که در آن انتظارات و علایق مخاطب در نظر گرفته شده است. فرقال و المصری^{۱۰} (۲۰۰۰) نیز از واکنش بیننده و مخاطب به‌عنوان معیار تعیین‌کننده در موفقیت ترجمه نام می‌برند. همچنین می‌توان به مطالعاتی در حوزه دریافت^{۱۱} بر روی ترجیح بینندگان ایرانی برای دوبله فیلم‌های ایرانی اشاره کرد. برای مثال عامری، خوش‌سلیقه و خزاعی فرید (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای کیفی کمی، دریافت بینندگان ایرانی بر دوبله فیلم‌های انگلیسی‌زبان به فارسی را به ۶

1. Nord
2. skopos theory
3. Wills
4. Lee
5. Schaffner
6. Chesterman
7. Leppihalme
8. Gottlieb
9. Venuti
10. Farghal & Al-Masri
11. reception studies

جنبه شامل جنبه‌های فنی، عامل، وفاداری، ممیزی، بومی‌سازی و ترجیح بینندگان تقسیم کرده‌اند. از نظر شرکت‌کنندگان در پژوهش فوق، در نظر بینندگان جنبه فنی دوبله که شامل هماهنگی و انطباق صدا با شخصیت‌های فیلم است از مهم‌ترین فاکتورها بوده است. در پژوهشی دیگر عامری و خوش‌سلیقه (۲۰۱۸) نحوه دریافت بینندگان ایرانی از دوبله فیلم به زبان فارسی را بررسی کرده‌اند. عامری و خوش‌سلیقه (۲۰۱۸) نتیجه می‌گیرند که از منظر بینندگان کیفیت ترجمه در دوبله فیلم در مقایسه با ویژگی‌های فنی دوبله همچون انطباق صدا از اهمیت کمتری برخوردار است.

علی‌رغم اهمیت بیننده و مخاطب و مطالعات موردی انجام‌شده، انتظارات و ترجیح‌های آن‌ها کمتر بررسی شده است (نورد، ۲۰۰۵ و لی، ۲۰۰۲). از نظر نورد (۲۰۰۵، ص. ۵۷) «هیچ عامل دیگری در ترجمه تا این حد نادیده گرفته نشده است». همین غفلت در بررسی زیرنویس فیلم‌های ایرانی برای بینندگان غیرفارسی‌زبان نیز دیده می‌شود (نفیسی، ۲۰۱۲).

انتظار بیننده از ترجمه عناصر فرهنگی از اصلی‌ترین مسائلی است که می‌بایست مترجم به آن توجه داشته باشد. در فیلم‌های ایرانی نیز نام غذاها عناصر فرهنگی پرکاربردند. در این فیلم‌ها، نام غذاها با رویکردهای مختلفی زیرنویس شده است. به بیان دقیق‌تر، در بسیاری از موارد یک عنصر فرهنگی خاص با به‌کارگیری رویکردهای غرابت‌گرا یا بومی‌گرا، زیرنویس شده است. اما پرسش اینجاست که کدام رویکرد مورد پسند بیننده غربی فیلم‌های ایرانی است؟ آگاهی از انتظارات بیننده غربی در ترجمه نام غذاها می‌تواند اطلاعات بسیار مفیدی در اختیار مترجمان قرار دهد. علت آن هم این است که ترجمه عناصر فرهنگی، به‌نحو چشمگیری بر برداشت بیننده از متن تأثیرگذار است و بنابراین می‌تواند در مطالعات ترجمه به‌عنوان موضوعی مهم بررسی شود. البته به‌علت محدودیت‌های مختلف از جمله زمان، امکان بررسی همه عوامل اعم از زبانی، فرهنگی و فنی در این مقاله نیست و مقاله پیش رو فقط بر روی ترجمه نام غذاها در زیرنویس رسمی فیلم‌های ایرانی و انتظارات بیننده غربی از دیدگاه فرهنگی تمرکز خواهد داشت. با توجه به این مسائل، هدف پژوهش

پیش رو بررسی ترجیح بیننده غربی (انگلیسی زبان) در ترجمه نام غذاهای ایرانی به عنوان عنصری فرهنگی در فیلم‌های ایرانی است. بنابراین، پرسش پژوهش حاضر این است که کدام رویکرد (بومی‌گرا یا غرابت‌گرا) در ترجمه نام غذاهای ایرانی در زیرنویس فیلم‌های ایرانی بیشتر مورد پذیرش بیننده غربی است. پاسخ این پرسش می‌تواند با فراهم کردن اطلاعات مناسب، درک بهتری از ترجیح بیننده غربی به مترجمان ایرانی قرار دهد تا با این بینش، برای نام غذاها در زیرنویس فیلم‌های ایرانی معادل‌یابی کنند.

۳. روش پژوهش

پژوهش پیش رو بر آن است تا در بستر نظریه ناپیدایی مترجم^۱ ونوتی (۲۰۰۸) به کنکاش و مطالعه ترجیح بینندگان غیرفارسی‌زبان فیلم‌های ایرانی در زیرنویس انگلیسی غذاها در فیلم‌های ایرانی بپردازد. به علاوه، نظریه فوق به منظور تحلیل عوامل اجتماعی فرهنگی دخیل در اتخاذ رویکرد ترجمه و همچنین ترجیح بینندگان به کار گرفته خواهد شد. طبق نظریه ناپیدایی مترجم، در حالی که نتیجه رویکرد بومی‌گرا تقلیل قومیت‌گرایانه بار فرهنگی متن مبدأ به ارزش‌های فرهنگی زبان مقصد است، رویکرد غرابت‌گرا به عنوان نیروی قومیت‌گریز بر ارزش‌های فرهنگی زبان و فرهنگ مقصد عمل کرده و باعث تثبیت تفاوت‌های فرهنگی و زبانی می‌شود (ونوتی، ۲۰۰۸).

برای استخراج داده‌های پژوهش در فیلم‌های ایرانی، ۳۰ فیلم بررسی شد (رجوع شود به بخش فیلم‌نگاشت). سپس، براساس تقسیم‌بندی پدرسن (۲۰۱۱) فرایند ترجمه اسم غذا در زیرنویس‌های رسمی فیلم‌ها تحلیل شده و رویکرد ترجمه غذاها مشخص شد. پدرسن ترجمه عناصر فرهنگی را براساس پژوهشی بر روی پیکره‌ای از زیرنویس فیلم‌های اسکاندیناویایی به دو رویکرد اصلی مبدأمحور و مقصدمحور تقسیم کرده است. براساس این تقسیم‌بندی رویکرد مبدأمحور خود به فرایندهای

1. translator's invisibility

وام‌گیری تام^۱، وام‌گیری با اعمال قواعد زبان مقصد^۲، افزایش^۳، تکمیل^۴، گرت‌برداری^۵ و ترجمه مستقیم انتقال‌یافته^۶ تقسیم می‌شود. در مقابل رویکرد مقصدمحور به فرایندهای شمول معنایی^۷، بازنویسی^۸، جایگزینی فرهنگی^۹، جایگزینی موقعیتی^{۱۰} و حذف^{۱۱} تقسیم می‌شود.

برای اطلاع از نظر بینندگان پرسش‌نامه‌ای به زبان انگلیسی طراحی شد و در اختیار بینندگان غربی فیلم‌های ایرانی (عمدتاً انگلیسی) قرار گرفت. قبل از انتشار، پرسش‌نامه توسط گروه نمونه متشکل از ۲۰ نفر بیننده غربی فیلم‌های ایرانی خطایابی و اصلاح شد. پرسش‌نامه در جشنواره‌های فیلم ایرانی در لندن، سیدنی و ملبورن و همچنین از طریق ایمیل و شبکه اجتماعی فیسبوک بین بینندگان پخش شد. شرح یک نمونه پرسش پرسش‌نامه در ادامه خواهد آمد. در این نمونه ابتدا معنای غذا (قورمه‌سبزی) برای بینندگان تبیین شد. سپس از بینندگان خواسته شد تا به سؤالی (شاخص آگاهی بیننده) پاسخ دهند که نشان‌دهنده میزان آشنایی پاسخ‌دهندگان با این عنصر فرهنگی است. بعد از این سؤال نام فیلم، بافت سکانس، نمای فیلم، صدای مبدأ و ترجمه تحت‌اللفظی صدای مبدأ آمده است. چهار زیرنویس متفاوت از نام غذا (با توجه به تحلیل پیکره پژوهش و با رویکردهای مختلف بومی‌سازی و بیگانه‌سازی) برای بیننده مشخص شده و از پاسخ‌دهندگان خواسته شده ترجمه دلخواه خود را مشخص کنند. برای افزایش اعتبار پاسخ بینندگان، تمام این مراحل برای نام غذا در دو پرسش جدا و در دو فیلم متفاوت تکرار و از پاسخ‌دهندگان

1. complete retention
2. TL adjusted retention
3. addition
4. completion
5. calque
6. shifted direct translation
7. superordinate term
8. paraphrase
9. cultural substitution
10. situational substitution
11. omission

خواسته شد با توجه به اطلاعات ارائه شده، زیرنویسی را که ترجیح می دهند در دو فیلم انتخاب کنند.



ENGLISH SUBTITLING OF IRANIAN FILMS

10. References to Food: Ghormeh Sabzi / قورمه سبزی

Ghormeh Sabzi / قورمه سبزی (Click for the pronunciation of Ghormeh Sabzi / قورمه سبزی) is an Iranian herb stew. It is a very popular dish in Iran and is often said to be the Iranian national dish. Ghormeh means stewed and Sabzi is the Persian word for herbs and green. The main ingredients are a variety of sautéed herbs, mainly spinach, parsley, spring onions, fresh coriander, seasoned with the key herb, and dried fenugreek leaves.

30. Were you familiar with this food before you read the above description?

- Yes
 No

CONTEXT:

Sensitive Floor (2013), is the story of Mrs Kamali's death. Her husband, Mr Kamali who is a very religious and patriarchal man, gets very depressed after his wife's body was buried in a wrong grave. In this scene Mr Kamali, the husband, is complaining about the taste of the food, Ghormeh sabzi, that his daughter has made.

Please check the subtitle that you prefer the most.



31. Persian Soundtrack: قورمه سبزی خوردیم ما! بخور یکن چیه این لاله

Gloss Translation: /we/ /Ghormeh Sabzi/ /have eaten before/ /you eat/ /see/ /what is/ /this/

English subtitles:

- I've had green stew before. Eat this ... what the hell is it?
 I've had stew before. Eat this ... what the hell is it?
 I've had Ghormeh Sabzi before. Eat this ... what the hell is it?
 I've had this before. Eat this ... what the hell is it?

تعداد ۲۲۳ بیننده انگلیسی‌زبان فیلم‌های ایرانی در این پژوهش شرکت کردند. صد و یک بیننده زن و ۱۲۲ بیننده مرد بودند. اغلب بینندگان بین ۱۸ تا ۵۹ سال سن داشتند. بیش از ۹۰ درصد پاسخ‌دهندگان (۲۰۲ نفر) اظهار داشتند که هیچ‌گونه دانشی درباره زبان فارسی ندارند. ده درصد باقیمانده نیز دانش زبانی فارسی بسیار محدودی داشتند. پس از جمع‌آوری داده‌ها، اطلاعات به‌دست آمده با ترجمه غذاها در زیرنویس، مقایسه و طبق نظریه ونوتی (۲۰۰۸) درباره ناپیدایی مترجم موشکافانه تحلیل شدند.

۴. نتایج و بحث

تحلیل پیکره پژوهش نشان داد در فیلم‌های ایرانی از نام غذاها زیاد استفاده شده است. در فیلم‌های بررسی شده ۵۲ مورد نام غذا یافت شد (رجوع شود به ضمیمه). نام غذاهای به‌کاررفته انواع وعده‌های اصلی غذا، خورشت‌ها، نوشیدنی‌ها، نان‌ها و غیره را در بر می‌گیرد. با توجه به جایگاه نخست «قرمه‌سبزی»^۱ در این لیست به‌لحاظ بسامد و اهمیت این غذا به‌عنوان وعده غذایی اصلی در بین ایرانی‌ها، نام این غذا به‌عنوان گزینه ورود به پرسش‌نامه انتخاب شد. بررسی زیرنویس نام غذاها در پیکره پژوهش نشان‌دهنده گرایش مترجمان به رویکردی بومی‌گرا و در نتیجه ترجمه‌ایست که مترجم در آن ناپیداست. با توجه به ترجمه‌های متفاوتی که برای نام این غذا در پیکره پژوهش یافت شد، گزینه‌های ارائه‌شده به‌عنوان زیرنویس به شرح زیرند: ۱. *green stew*، ۲. *stew*، ۳. *Ghorme Sabzi*، و ۴. *this* (به‌علت چندوجهی و چندنشانه‌ای بودن ماهیت ترجمه دیداری شنیداری و با توجه به دیده‌شدن تصویر غذا در فیلم، مترجم برای نام غذا، در عوض ترجمه، از ضمیر *this* استفاده کرده است). با توجه به پرسش^۲ شاخص آگاهی، تحلیل میزان آشنایی بینندگان غربی با این غذا قبل از پاسخ به پرسش‌نامه به شرح زیر است.

از تعداد کل ۲۲۳ بیننده‌ای که پرسش‌نامه را دریافت کردند، ۱۹۹ نفر (۸۹/۲ درصد) به این سؤال پاسخ داده‌اند. از این تعداد، اکثر پاسخ‌دهندگان (۶۶/۸ درصد یا

۱. برخی قرمه‌سبزی را غذای ملی ایرانی‌ها می‌دانند.

2. *Were you familiar with this food before you read the above description?*

۱۳۳ نفر) اذعان داشته‌اند که نام این غذا را نشنیده‌اند و اطلاعاتی درباره آن نداشته‌اند. این در حالی است که ۶۶ نفر از پاسخ‌دهندگان (۳۳/۲ درصد) نام این غذا را شنیده یا اطلاعاتی درباره آن داشته‌اند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که شاخص آگاهی برای اکثر شرکت‌کنندگان غربی این پژوهش در رابطه با نام این غذا پایین است.

پس از پاسخ به پرسش فوق، از بینندگان خواسته شد با توجه به بافت ارائه‌شده از فیلم^۱، تصویر و ترجمه‌های ارائه‌شده، گزینه ترجیحی خود را انتخاب کنند. تحلیل ترجیح بینندگان درباره زیرنویس‌های ارائه‌شده نشان می‌دهد از تعداد ۲۰۳ پاسخ به این پرسش، اکثر بینندگان (۱۲۵ نفر یا ۶۶/۶ درصد) به ترجمه نام غذا به صورت ترجمه قرضی (Ghorme Sabzi) گرایش دارند؛ یعنی گرایش به رویکردی کاملاً غرابت‌گرا. سی‌وسه نفر (۱۶/۳ درصد) به green stew، ۳۱ نفر (۱۵/۳ درصد) به ترجمه با تکنیک شمول معنایی (stew) و تنها ۱۴ نفر (۶/۹ درصد) به ترجمه به صورت هم‌متنی (this) رأی داده‌اند؛ یعنی گرایشی به رویکردهای بومی‌گرا. این در حالی است که مترجم گزینه نخست یعنی green stew را برای ترجمه قورمه‌سبزی در زیرنویس رسمی این فیلم انتخاب کرده است. با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت که علی‌رغم پایین بودن شاخص آشنایی با این عنصر فرهنگی، اکثر بینندگان فیلم‌های ایرانی به ترجمه‌ای کاملاً غرابت‌گرا و بیگانه گرایش داشته‌اند. رویکردی که با ترجمت رسمی نام این غذا در تناقض است.

همان‌طور که ذکر شد، برای بالا بردن اعتبار پرسش‌نامه، نام غذا در صحنه‌ای از فیلمی دیگر (برف روی کاج‌ها، پیمان معادی، ۲۰۱۲) نیز مورد پرسش قرار گرفت. همانند سؤال نخست، از بینندگان خواسته شد با توجه به بافت ارائه‌شده از صحنه فیلم^۲، تصویر و ترجمه‌های ارائه‌شده، گزینه ترجیحی خود را انتخاب کنند. تحلیل

1. *Sensitive Floor* (2013), is the story of Mrs. Kamali's death. Her husband, Mr. Kamali who is a very religious and patriarchal man, gets very depressed after his wife's body was buried in a wrong grave. In this scene, Mr. Kamali, the husband, is complaining about the taste of the food, Ghorme sabzi, which his daughter has made.

2. *Snow On The Pines* (2012), is the story of a piano teacher who faces a major event in her personal life and some secrets of her husband's life become revealed. In this scene, the teacher's friend wants to put the remaining of the food, Ghorme sabzi, in the fridge.

میزان ترجیح بینندگان به ترجمه نام غذا در فیلم دوم نشان می‌دهد که از تعداد ۲۰۲ پاسخ به این پرسش، اکثر بینندگان (۱۱۴ نفر یا ۵۶/۴ درصد) به ترجمه قورمه‌سبزی به صورت ترجمه فرضی (Ghorme Sabzi) گرایش نشان داده‌اند؛ رویکردی کاملاً قومیت‌گریز و غرابت‌گرا. ۳۸ نفر (۱۸/۸ درصد) به ترجمه با تکنیک شمول معنایی، یعنی به stew، ۳۴ نفر (۱۶/۸ درصد) به green stew و تنها ۱۶ نفر (۹/۷ درصد) به ترجمه به صورت هم‌متنی (this) رأی داده‌اند؛ یعنی رویکردهای بومی‌گرا. در زیرنویس رسمی این فیلم، گزینه آخر، یعنی استفاده از تکنیک هم‌متنی (this) برای ترجمه نام این غذا استفاده شده است. نتایج به دست آمده از فیلم دوم نیز نشان می‌دهد که علی‌رغم پایین بودن شاخص آشنایی با نام این غذا، بیش از ۵۶ درصد از بینندگان فیلم‌های به ترجمه‌ای کاملاً غرابت‌گرا، بیگانه و قومیت‌گریز گرایش نشان داده‌اند؛ رویکردی که با ترجمه رسمی نام این غذا در زیرنویس رسمی این فیلم در تضاد است. عناصر فرهنگی و باتبع آن اسامی مربوط به غذاها به عنوان نشانگرهای هویت فرهنگی متن و فرهنگ مبدأ محسوب می‌شوند (ماسچه و ویلمز، ۲۰۱۰). بنابراین، نام غذاها می‌تواند به عنوان ابزاری قدرتمند در ابراز هویت فرهنگی متن مبدأ محسوب شوند. بررسی زیرنویس نام غذاها در پیکره پژوهش نشان‌دهنده گرایش مترجمان به رویکردی بومی‌گرا و در نتیجه ترجمه‌ایست که مترجم در آن ناپیدا است. البته همان‌طور که دسیاردینز، کوک و شارون (۲۰۱۵) می‌گویند، چنین گرایشی را در ترجمه متون غذایی نیز می‌توان دید. براساس نظریه ونوتی (۲۰۰۸/۱۹۹۵)، این نوع رویکرد در زیرنویس نام غذاها در فیلم‌های ایرانی، باعث کاهش فرهنگ ایرانی در برابر ارزش‌های غالب فرهنگ و زبان انگلیسی بوده و نشان‌دهنده خشونت قومیت‌گرای ترجمه^۱ به زبان‌ها و فرهنگ‌های مسلط مانند انگلیسی و امریکایی است. به بیان دیگر، نام غذاها به عنوان عنصری فرهنگی و هویتی در فیلم‌های ایرانی، غالباً به نحوی زیرنویس شده‌اند که برون‌داد آن، ترجمه‌ای بومی، طبیعی و روان و قومیت‌گرا برای بیننده غربی و متناسب با ارزش‌های زبان و فرهنگ او باشد؛

1. the ethnocentric violence of translation

ترجمه‌ای که ونوتی از آن به نام ارزش‌های امپریالیستی زبان و فرهنگ انگلیسی یاد می‌کند. البته رویکرد بومی‌گرا مزایایی دارد که می‌توان به طبیعی و روان بودن ترجمه، واضح و قابل فهم بودن آن و همراهی آن با عادات خواندن بیننده اشاره کرد (ونوتی، ۲۰۰۸/۱۹۹۵). با این حال، متن مبدأ، به‌علت مکتوم ماندن ویژگی‌های فرهنگی‌اش، ناگزیر تحریف می‌شود. امری که از نظر ونوتی (۲۰۰۸/۱۹۹۵) پذیرفته شده نیست. در نتیجه، براساس نظر ونوتی، می‌توان گفت که ترجمه غذاهای ایرانی با روشی بومی‌گرا که عنصر فرهنگی هویتی ایرانی را در فرهنگ آنگلو-آمریکایی ذوب کرده و باعث ناپیدایی فرهنگ ایرانی می‌شود امری نامطلوب است. از نظر ونوتی (۲۰۰۸/۱۹۹۵)، این ناپیدایی می‌تواند از دو منظر بررسی شود. نخست، بهره‌کشی و استثمار اقتصادی مترجمانی که به زبان انگلیسی یا از زبان انگلیسی ترجمه می‌کنند. در ترجمه بومی‌ساز مترجم به‌ندرت دیده شده و مورد توجه قرار می‌گیرد که نتیجه آن پرداخت حق‌الزحمه کم برای ترجمه خواهد بود (ونوتی ۲۰۰۸، ص. ۱۳). امری که ریشه در تسلط فرهنگ آنگلو-آمریکایی دارد و نتیجه آن ترجمه‌ای سلیس و شفاف و همراستا با فرهنگ غالب است. نکته دوم مبحث برابری فرهنگی^۱ و مغایرت فرهنگی^۲ است. از نظر ونوتی (۲۰۰۸)، مجال بروز برای فرهنگ‌های خرد در دنیای نامتوازن امروز، نیازمند حفظ تفاوت‌های فرهنگی و فراهم کردن فرصت درک و احساس فرهنگی بیگانه توسط بیننده غربی است. امری که خلاف آن باعث خواهد شد ارزش‌های فرهنگ غالب از طریق بومی‌سازی بر متن و فرهنگ مبدأ غالب. در مقابل نیز، بررسی تولیدات انگلیسی نشان‌دهنده تولید فرهنگی «تک‌زبانۀ تهاجمی»^۳ بوده که «ارزش‌های بریتانیایی و آمریکایی را در خود جای داده و به‌نحوی خودشیفته‌مآبانه تجربه‌ای از فرهنگ انگلیسی را برای مخاطب رغم می‌زنند» (ونوتی ۲۰۰۸، ص. ۱۲). البته باید این نکته را در نظر داشت که علی‌رغم مزایای هویتی و فرهنگی ترجمه غرابت‌گرا، کاربرد افراطی این رویکرد به‌علت دشوار کردن درک و

1. cultural equality

2. cultural otherness

3. monolingual aggressive culture

فهم متن مبدأ در بسیاری از مواقع غیرممکن خواهد بود. همان‌طور که گامبیر^۱ (۲۰۰۹، ص. ۵۱) ذکر می‌کند، «تولیدات دیداری-شنیداری باید برای بیننده آن‌قدر غرابت داشته باشند که بیگانه محسوب شوند و در عین حال آن‌قدر مشابه باشند که توجه بیننده را به خود حفظ کنند. از این منظر، نیازها و انتظارات بیننده مقصد عواملی هستند که در نوع برخورد با متن مبدأ تعیین‌کننده‌اند». یا آن‌طور که وارد^۲ (۱۹۹۷) می‌گوید، غرابت از آن‌جایی که در خود هیجان و ماجراجویی دارد امری جذاب می‌نماید، در حالی که سنت ضمانتی است بر آسایشی که در آشنایی، شناخت و امنیت وجود دارد. رد پای رویکردهای غرابت‌گرا، بومی‌گرا و فرادستی^۳ را می‌توان به‌طور گسترده در ترجمه غذاها نیز یافت. برای مثال، هلدک^۴ (۲۰۰۳) از اصطلاح «استعمار فرهنگی غذایی»^۵ نام برده و آن را با مفهوم امپریالیسم غذایی مقایسه می‌کند.

«در شکل بسیار فاحش امپریالیسم فرهنگی، قدرت امپریالیستی احتمالاً آشکارا، سنت‌های بومی را ریشه‌کن کرده و برای مطیع کردن و تسلط بر یک ملت، سنت‌های خود را جایگزین آن‌ها می‌کند. از مثال‌های فاحش آن در ایالات متحده، نظام مدارس شبانه‌روزی برای بومیان امریکا بود [...] در این مدارس، موی بلند پسران را می‌بریدند (توهینی آشکار به سنت‌های مذهبی بسیاری از بومیان) و دختران و پسران را از تکلم به زبان مادری، خوردن غذاهای بومی یا شرکت در مراسم مذهبی خود نهی می‌کردند [...] اما در شکل نرم آن، نفوذ فرهنگ امپریالیستی، حتی در نظر بومیان، به‌عنوان تلاشی برنامه‌ریزی‌شده برای تخریب فرهنگ بومی محسوب نمی‌شود؛ در حقیقت به آن به‌عنوان نوعی تأثیر ظاهراً جانبی و بی‌خطر یا حتی خوشایند نگاه می‌شود. برای مثال، می‌توان از افزایش تقاضای غذاهای فست‌فودی آمریکایی، فیلم‌های آمریکایی و پوشش آمریکایی در بسیاری از کشورهای جهان سومی کنونی نام برد. (هلدک، ۲۰۰۳،

ص. xvii-xviii)

1. Gambier
2. Warde
3. Hegemonic
4. Heldke
5. cultural food colonialism

البته اسامی غذاها در متون ادبی غربی بیشتر با رویکردی غرابت‌گرا ترجمه شده‌اند تا رویکردی بومی‌گرا (سیران^۱ ۲۰۰۷، به نقل از اوستر و مولس کیسنز، ۲۰۱۶). این نوع رویکرد در ترجمه غذاها را نیز می‌توان از یک منظر با توجه به پیشینه و رویکردها فرادستی بررسی کرد و آن را بخشی از ویژگی‌های استعماری جوامع غربی دانست. برای مثال، از نظر هلدک (۲۰۱۳)، اشتیاق جوامع غربی کنونی به ترجمه‌های «بیگانه» (جدید) در حوزه غذا، با نگاه استعماری این جوامع ارتباط دارد؛ امری که ریشه در نگرش‌هایی همچون کشورگشایی، داشتن منابع نو و یافتن مسیرهای بازرگانی جدید به منظور سلطه استعمارگران بر دیگر مناطق دنیا دارد. البته علاوه بر نگاه استعماری، اشتیاق به یافتن پدیده‌های نو، بدیع و الهام‌بخش نیز از عوامل گرایش جوامع غربی به ترجمه‌های بیگانه محسوب می‌شود و باعث شده آشپزانی را از غرب به منظور یافتن طعم‌ها و سبک‌های جدید غذایی رهسپار مناطق دوردست دنیا کند. (هلدک، ۲۰۱۳، ص. ۳۹۸).

(روساتو، ۲۰۱۵). همین اشتیاق به بیگانگی جوامع غربی باعث شده است بسیاری از متولیان امر گردشگری سعی در تولید و ارائه غذاهایی مشتمل بر عناصر محلی و بیگانه کنند تا از این طریق به عطش گردشگران برای تجربه واقعی غذاهای محلی و سنتی کمک کنند (کوهن و اویلی^۲، ۲۰۰۴). جالب اینجاست که بسیاری از گردشگران پس از بازگشت به کشور خود با تغییر در عادات غذایی روزانه خود و طبخ غذاهای محلی که در سفر تجربه کرده‌اند سعی در بازسازی تجربه و احساس دلپذیر صرف غذاهای فرهنگ مقصد دارند (کی و لا و کروتس^۳، ۲۰۰۶).

فیلم‌های ایرانی نیز آن‌طور که سعید-وفا^۴ (۲۰۰۲) می‌گوید، نقش توری رایگان به ایران را برای مخاطبان غربی بازی می‌کنند. سفری که به بینندگان غربی همچون یک گردشگر این امکان را می‌دهد تا اطلاعات و حقایق گوناگونی را در رابطه با این سرزمین گاهی ناشناخته و غریب، مردم این کشور، فرهنگ و رسوم آن، معماری شهرها و روستاها، مسائل سیاسی و اجتماعی و طعم غذاهای آن یا آن‌طور که کایرو (۲۰۰۸، ص. ۱۹۵) از آن نام می‌برد «طعم بیگانه»^۵ کسب کنند. گردشگران نیز به تجربه غذایی خود در طول سفر به عنوان یکی از جنبه‌های آشنایی با

1. Siran
2. Cohen & Avieli
3. Kivela and Crotts
4. Saeed-Vafa
5. a taste of otherness

کشور مقصد و فرهنگ آن نگاه می‌کنند (اوارت^۱، ۲۰۰۹؛ مک، لامبرز و ایوز^۲، ۲۰۱۲). بهاتاچاریا^۳ (۱۹۷۷، ص. ۳۷۲) نیز با اشاره به کتاب‌های راهنمای سفر از آنها تحت اصطلاح «چارچوب شناختی» یاد می‌کند. به گفته وی این منابع می‌توانند اطلاعاتی کاربردی درباره تاریخ، فرهنگ و فرهنگ غذایی مقصد به گردشگران ارائه دهند. سفرنویسان نیز، فضاها، مناطق، بوها و طعم‌ها را آنچنان انتخاب می‌کنند که از طریق آن افراد بتوانند فضا و تصویر مقصد را در ذهن خود پیروانند (بهاتاچاریا، ۱۹۹۷، ص. ۳۷۶)؛ وظیفه‌ای که برنامه‌های تلویزیونی و به‌طور خاص فیلم‌های ایرانی می‌توانند در جشنواره‌های بین‌المللی برای بیننده غربی و حتی بیننده شرقی انجام دهند. مترجمان نیز به‌عنوان میانجیگران فرهنگی و غذایی از طریق رویکرد غرابت‌گرا به مخاطبان امکان چشیدن غذای یک کشور و کسب اطلاعات در مورد زبان غذایی آن فرهنگ را فراهم می‌کنند (یاوورسکی و دیگران^۴، ۲۰۰۳، ص. ۶). مثلاً مارکو^۵ (۲۰۱۵) از برنامه تلویزیونی *آشیا داون آندر*^۶ مثال می‌زند. برنامه‌های تلویزیونی که به فعالیت‌های نیوزلندی‌های آسیایی می‌پردازد. مارکو (۲۰۱۵) نشان می‌دهد که چگونه به تصویر کشیدن غذاها در تلویزیون می‌تواند به بینندگان کمک کند تصویری درست از هویت ملی و چندفرهنگی نیوزلند در ذهن مجسم کنند؛ کاری که گفتمان و فعالیت‌های سیاسی از عهده آن بر نیامده‌اند. همان‌طور هم که فرگوسن^۷ (۲۰۱۴) می‌گوید، امروزه نگاهی ملی‌گرایانه و هویت‌مدار درباره ترجمه غذاهایی که از مرزهای یک کشور گذشته و وارد کشورهای دیگر می‌شوند، وجود دارد. به‌همین ترتیب، زیرنویس نام غذاهای ایرانی در فیلم‌های ایرانی با رویکردی غرابت‌گرا در جشنواره‌های بین‌المللی فیلم می‌تواند تصویری از هویت ملی و فرهنگی ایرانیان در ذهن بیننده غربی به تصویر کشد. این تصویر حتی می‌تواند پس از مدتی وارد فرهنگ و زبان غربی شده و به بخشی از جامعه غربی تبدیل شود؛ پیش‌بینی‌ای که نه تنها غیرواقع‌بینانه نیست بلکه به‌راحتی می‌تواند از گفتمانی یک‌سویه به مسیری دوسویه و بخشی از گفتگوی دوطرفه فرهنگی تبدیل شود. برای مثال، در حالی که یک‌صد سال پیش تصور اینکه

1. Everett
2. Mak, Lumbers, and Eves
3. Bhattacharyya
4. Jaworski et al
5. Marco
6. Asia Down Under
7. Ferguson

ماهی خام به غذایی محبوب در آمریکای شمالی تبدیل شود بعید به نظر می‌رسید، امروزه سوشی ژاپنی یکی از غذاهای پرطرفدار در آمریکای شمالی است. به‌علاوه، در قرن حاضر، نقش عللی چون سهولت در حمل و نقل، بازرگانی، مهاجرت، رسانه، اینترنت و غیره که تأثیر مستقیمی بر نزدیک شدن فرهنگ‌ها به یکدیگر داشته‌اند را نمی‌توان نادیده گرفت. طبق نظر کایرو و روساتو (۲۰۱۵)، از قرن ۲۱ می‌توان به‌عنوان قرنی یاد کرد که جوامع در آن به‌صورت سیال درآمد و شاهد ذوب شدن مرزها و فرهنگ‌های مختلف در یک «دیگ چندفرهنگی»^۱ هستیم. به‌لحاظ عادات غذایی نیز همین اتفاق در حال رخ دادن است. و فرهنگ‌ها و مرزهای مربوط به عادات غذایی در حال ذوب شدن در دیگی هستند که ترجمه در آن نقش اساسی ایفا می‌کند. همان‌طور که مک‌گی^۲ (۲۰۰۴) معتقد است، از آنجا که امروزه انواع غذاها به‌راحتی در جوامع غربی در دسترس هستند، شاهد موجی از علاقه به غذا و آشپزی در این جوامع هستیم. نگاهی گذرا به طیف مختلف قومیتی در برنامه‌های سبک زندگی شبکه انگلیسی چون بی‌بی‌سی نیز تأیید می‌کند که ذائقه مخاطبان بریتانیایی به غذاها بیگانه و روش پخت‌های سنتی و محلی تمایل نشان می‌دهد (روساتو، ۲۰۱۵). کایرو و روساتو (۲۰۱۵) نیز با تأکید بر تغییرات جمعیتی و سهولت در گردآوری اطلاعات، از این دو به‌عنوان عواملی یاد می‌کنند که باعث امتزاج فرهنگ‌ها و عادات غذایی جوامع مختلف شده‌اند. با توجه به مباحث فوق، آنچه به نظر در مورد ترجیح بیننده غربی در مورد زیرنویس حداقل نام غذاها به‌عنوان عنصری فرهنگی می‌توان گفت، گرایش عمده آن‌ها به آشنایی با فرهنگ بیگانه و ترجمه‌ای غرابت‌گراست.

۵. نتیجه‌گیری

رابطه میان مترجم و مخاطب رابطه‌ای پیچیده و دوجانبه است. بنابراین، علاوه بر مسائلی مانند محدودیت‌های فنی ترجمه و دیدگاه و ایدئولوژی مترجم (به‌معنای گسترده و عام آن)، آنچه نقشی اساسی بر ترجمه دارد، آگاهی مترجم از انتظارات مخاطب ترجمه خود است. نتایج پژوهش حاضر با فراهم کردن اطلاعاتی درباره ترجیح بیننده غربی درباره ترجمه نام غذا در فیلم‌های ایرانی، درک بهتری از تمایلات و انتظارات بیننده غربی در اختیار مترجمان گذاشته و

1. transcultural cooking pot

2. McGee

به آن‌ها کمک می‌کند تا در ترجمه، با دانشی بیشتر نسبت به ترجیح‌ها و انتظارات بیننده غربی، به معادل‌یابی برای نام غذاها به‌عنوان عنصری فرهنگی پردازند. همچنین، پس از بررسی انتظارات بیننده غربی فیلم‌های ایرانی و با توجه به نظریه ناپیدایی و رویکردهای غرابت‌گرا و بومی‌گرای ونوتی، می‌توان ترجمه غرابت‌گرا را به‌عنوان رویکردی مناسب برای زیرنویس نام غذاها از فارسی به انگلیسی در فیلم‌های ایرانی پیشنهاد داد. چنین رویکردی می‌تواند برای فرهنگ‌ها و زبان‌های غیرانگلیسی و آمریکایی این امکان را فراهم کند تا بتوانند در صحنه نامتوازن تبادلات فرهنگی امروز نقش بیشتری ایفا کنند. البته نتایج به‌دست‌آمده به‌هیچ‌وجه قصد تجویز روشی خاص برای ترجمه ندارد. بلکه، همان‌طور که گفته شد، امید است با گسترش شناخت مترجمان ایرانی از مخاطب غیرفارسی‌زبان، آن‌ها را در انتخاب رویکرد و تصمیمی مناسب در معادل‌یابی کمک رساند. با وجود این، پژوهش حاضر از محدودیت‌های پژوهش برکنار نیست. نخست اینکه پاسخ‌دهندگان فقط از میان بینندگان انگلیسی‌زبان انتخاب شدند. با توجه به این مسئله، ترجیح بیننده غیرانگلیسی‌زبان می‌تواند متفاوت از نتایج پژوهش باشد که این خود می‌تواند پیشنهادی برای پژوهش‌های آتی باشد. به‌علاوه، عدم دسترسی به زیرنویس رسمی برخی از فیلم‌های جشنواره‌ای ایرانی در زمان پژوهش این فیلم‌ها را اجباراً از پیکره پژوهش خارج کرد. پژوهش‌های آتی همچنین می‌توانند به ترجیح بیننده غیرفارسی‌زبان درباره زیرنویس دیگر عناصر فرهنگی پردازند.

کتابنامه

- خوش‌سلیقه، م. و فاضلی حق‌پناه، ا. (۱۳۹۵). فرایند و ویژگی‌های زیرنویس غیرحرفه‌ای در ایران. *مطالعات زبان و ترجمه*، ۴۹(۲)، ۶۷-۹۵.
- فاضلی حق‌پناه، ا. و خوش‌سلیقه، م. (۱۳۹۷). انگیزه‌ها و دلایل طرفدارزیرنویسی فیلم‌ها و سریال‌های کره‌ای. *مطالعات زبان و ترجمه*، ۵۱(۴)، ۱-۲۰.
- Aixela, F. J. (1996). Culture-specific terms in translation, In R. Alvarez & M. Carmen Africa Vidal (Eds.), *Translation, power, subversion* (pp. 52-78). Clevedon, England: Multilingual Matters.
- Albala, K. (2013). *Routledge international handbook of food studies*. London, England: Routledge.

- Ameri, S., & Khoshsaligheh, M. (2018). Exploring the attitudes and expectations of Iranian audiences in terms of professional dubbing into Persian. *Hermes*, 57, 175-193.
- Ameri, S., Khoshsaligheh, M., & Khazae Farid, A. (2018). The reception of persian dubbing: A survey on preferences and perception of quality standards in Iran. *Perspectives: Studies in Translation Theory and Practice*, 26(3), 435-451. doi:10.1080/0907676X.2017.1359323
- Barthes, R. (2013). Toward a psychosociology of contemporary food consumption. In C. Counihan & P. Van Esterik (Eds.), *Food and culture: A reader* (pp. 23-30). London, England: Routledge
- Bhattacharyya, D. P. (1997). Mediating India. An analysis of a guidebook. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 371-389. doi:10.1016/S0160-7383(97)80007-2
- Chesterman, A. (1997). *Memes of translation*. Amsterdam, the Netherlands: John Benjamins.
- Chiaro, D. & Rossato, L. (2015). Food and translation, translation and food. *The Translator*, 21(3), 237-243. doi: 10.1080/13556509.2015.1110934
- Chiaro, D. (2008). A taste of 'otherness'. Eating and thinking globally. *European Journal of English Studies*, 12(2), 195-209. doi:10.1080/13825570802151470
- Chiaro, D. (2009). Issues in audiovisual translation. In J. Munday (Eds.), *The Routledge companion to translation studies* (pp. 141-165). London, England: Routledge.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction or impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778. doi:10.1016/j.annals.2004.02.003
- Cronin, M. (2009). *Translation goes to the movies*. London, England: Routledge.
- Cronin, M. (2014). Cooking the books: Translation, food and migration. *Comparative Critical Studies*, 11(2-3), 337-354. doi:10.3366/ccs.2014.0132.
- Cronin, M. (2015). The moveable feast: Translation, ecology and food. *The Translator*, 21(3), 244-256. doi: 10.1080/13556509.2015.1103094
- Cronin, M. (2017). *Eco-Translation: Translation and ecology in the age of the anthropocene*. London, England: Routledge.
- Dabashi, H. (2001). *Close up: Iranian cinema, past, present, future*. London, England: VERSO.
- Dabashi, H. (2007). *Masters and masterpieces of Iranian cinema*. Washington, DC: Mage.
- Desjardins, R. (2011). L'étude du menu comme représentation de l'identité culinaire québécoise: Le cas des menus au Château Frontenac. *Cuizine: The Journal of Canadian Food Cultures* 3(1). doi:10.7202/1004729ar.
- Desjardins, R., Cooke, N. & Charron, M. (2015) Food and translation on the table: exploring the relationships between food studies and translation studies in Canada. *The Translator*, 21(3), 257-270. doi: 10.1080/13556509.2015.1103095
- Epstein, B. (2009). What's cooking? Translating food. *Translation Journal*, 13(3), Retrieved from <http://translationjournal.net/journal/49cooking.htm>

- Everett, S. (2009). Beyond the visual gaze? the pursuit of an embodied experience through food tourism. *Tourist Studies*, 8(3), 337-358.
- Farghal, M. & Al-Masri, M. (2000). Reader responses in Quranic translation. *Perspectives: Studies in Translatology*. 8(1), 27-46.
- Ferguson, P. P. (2014). *Word of mouth: What we talk about when we talk about food*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Gambier, Y. (2009, August). Perception and reception of audiovisual translation: Implications and challenges, In H. Che Omar, H. Haroon, & A. Ghani (Eds.), *The Sustainability of The Translation Field*. Paper Presented at the 12th International Conference on Translation, Universiti Sains Malaysia, Malaysia (pp. 40-57). Malaysia: Malaysian Translators Association.
- Gottlieb, H. (2009). Subtitling against the current: Danish concepts, English minds. In J. Diaz Cintas (Ed.), *New trends in audiovisual translation* (pp. 21-43). Clevedon, England: Multilingual Matters.
- Grammenidis, S. P. (2008). Mediating culinary culture: The case of Greek restaurant menus. *Across Languages and Cultures*, 9(2), 219-233. doi: 10.1556/Acr.9.2008.2.4
- Heldke, L. (2003). *Exotic appetites: ruminations of a food adventurer*. London, England: Routledge.
- Heldke, L. (2013). Let's cook Thai: Recipes for colonialism. In C. Counihan & P. Van Esterik (Eds.), *Food and culture: A reader* (pp. 394-408). London, England: Routledge.
- Jaworski, A., Thurlow, C., Lawson, S., & Ylänne-McEwen, V. (2003). The uses and representations of local languages in tourist destinations: A view from British TV holiday programmes. *Language Awareness*, 12(1), 5-29. doi:10.1080/09658410308667063
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377. doi:10.1177/1096348006286797
- Koç, M., Sumner, J., & Winson, A. (2012). *Critical perspectives in food studies*. Don Mills, England: Oxford University Press.
- Lanská, D., & Kolářová, D. (2015). Translations of Czech menus into foreign languages. *Czech Hospitality and Tourism Papers*, 11(24), 53-64.
- Lee, C. S. (2002). Toward a theory of readers' expectations in translation: A case study of translating terms of address. *Forum: International Journal of Interpretation and Translation*, 1(1), 169-180.
- Leppihalme, R. (1997). *Culture bumps: An empirical approach to the translation of allusions*. Clevedon, England: Multilingual Matters LTD.
- Lévi-Strauss, C. (2013). The culinary triangle, translated from the French by Peter Brooks. In C. Counihan & P. V. Esterik (Eds.), *Food and culture: A reader* (pp. 41-47). New York: Routledge.

- Mak, A. H. N., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171-196. doi:10.1016/j.annals.2011.05.010
- Marco, A. D. (2015). Are green-lipped mussels really green? Touring New Zealand food in translation. *The Translator*, 21(3), 310-326. doi: 10.1080/13556509.2015.1103098
- Mc Gee, H. (2004). *On food and cooking: The science and lore of the kitchen*. New York, NY: Scribner.
- Morgan, N. (2015). Finding your tongue as cook and playwright: the case of Ryk Hattingh's *Eensnaar*. *The Translator*, 21(3), 296-309. doi: 10.1080/13556509.2015.1103097
- Mottahedeh, N. (2008). *Displaced Allegories: Post-Revolutionary Iranian Cinema*. United States of America: Duke University Press.
- Mussche, E. & Willems, K. (2010). Fred or farīd, bacon or baydun ('egg')? Proper names and cultural-specific items in the Arabic translation of Harry Potter. *Meta*, 55(3), 474-498. doi:10.7202/045066ar
- Naficy, H. (2012). *A social history of Iranian cinema* (Vol. 4). London, England: Duke University Press.
- Nord, C. (2005). *Text analysis in translation: Theory, methodology, and didactic application of a model for translation-oriented text analysis*. Amsterdam and Atlanta: Rodopi.
- Olk, H. M. (2013). Cultural references in translation: A framework for quantitative translation analysis. *Perspectives: Studies in Translatology*, 21(3), 344-357. doi: 10.1080/0907676X.2011.646279
- Oster, U., & Molés-cases, T. (2016). Eating and drinking seen through translation: a study of food related translation difficulties and techniques in a parallel corpus of literary texts. *Across Languages and Cultures* 17(1), 53-75. doi: 10.1556/084.2016.17.1.3
- Pedersen, J. (2005). How is culture rendered in subtitles? Paper presented in *MuTra Conference Proceedings*, Available online: http://www.euroconferences.info/proceedings/2005_Proceedings/2005_proceedings.html
- Pedersen, J. (2011). *Subtitling norms for television: An exploration focusing on extralinguistic culture references*. Amsterdam, the Netherland: John Benjamins.
- Pouget, C. F. (2000). Are menu translations getting worse? Restaurant menus in English in the Tarragona Area. *Target*, 12(2), 323-332.
- Pym, A. (2004). Propositions on cross-cultural communication and translation. *Target*, 16(1), 1-28. doi: 10.1075/target.16.1.02pym
- Ramie`re, N. (2006). Reaching a foreign audience: Cultural transfers in audiovisual translation. *The Journal of Specialised Translation*, 6, 152-166.
- Rosini, M. R. (2004) *La traduzione è servita, ovvero Food for thought: analisi di corpora paralleli in traduzione costruiti su topos descrittivi e tematici incentrati sul cibo*. Trieste, Italy: EUT Edizioni Università di Trieste.

- Rossato, L. (2015) Le grand culinary tour: adaptation and retranslation of a gastronomic journey across languages and food cultures. *The Translator*, 21(3), 271-295. doi: 10.1080/13556509.2015.1103096
- Saeed-Vafa, M. (2002). Location (physical space) and cultural identity in Iranian films, In R. Tapper (Eds.), *The new Iranian cinema: Politics, representation and identity* (pp. 200-214). London, England: I.B. Tauris.
- Schaffner, C. (1999). The concept of norms in translation studies. In C. Schaffner (Ed.), *Translation and norms* (pp.1-8). Clevedon, England: Multilingual Matters Ltd.
- Tapper, R. (2002). *The new Iranian cinema: Politics, representation and identity*. London, England: I.B. Tauris.
- Venuti, L. (1995/ 2008). *The translator's invisibility: A history of translation*. New York, NY: Routledge.
- Venuti, L. (2004). Translation, community, utopia. In L. Venuti (Ed.), *The translation studies reader* (pp. 482-502). New York, NY: Routledge.
- Warde, A. (1997). *Consumption, food and taste*. London, England: Sage.
- Zeydabadi-Nejad, S. (2010). *The politics of Iranian cinema: Film and society in the Islamic Republic*. London, England: Routledge.

فیلم‌نگاشت

- Asadian, H. (2011). *Gold and copper* [طلا و مس].
- Azarbayjani, N. (2011). *Facing mirrors* [آینه‌های روبرو].
- Bani Etemad, R. (1998). *May lady* [بانوی اردیبهشت].
- Bani Etemad, R. (2001). *Under the skin of the city* [زیر پوست شهر].
- Farhadi, A. (2006). *Fireworks Wednesday* [چهارشنبه سوری].
- Farhadi, A. (2009). *About Elly* [درباره الی].
- Farhadi, A. (2011). *A separation* [جدایی نادر از سیمین].
- Farid, M. (2010). *Women are incredible* [زن‌ها شگفت‌انگیزند].
- Farid, M. (2011). *Bitabi Bita* [بیتابی بیتا].
- Haghighi, M. (2012). *Modest reception* [یک پذیرایی ساده].
- Hasanpour, F. (2011). *Ziba and i* [من و زیبا].
- Hekmat, M. (2002). *Women's prison* [زندان زنان].
- Javan, R. (2011). *No men allowed* [ورود آقایان ممنوع].
- Jeyrani, F. (2012). *I am a mother* [من یک مادر هستم].
- Kiarostami, A. (1997). *Taste of cherry* [طعم گیلاس].

- Majidi, M. (1997). *Children of heaven* [بچه‌های آسمان].
- Majidi, M. (1999). *The colour of paradise* [رنگ خدا].
- Majidi, M. (2005). *The willow tree* [بید مجنون].
- Majidi, M. (2008). *The song of sparrows* [آواز گنجشک‌ها].
- Mehrjui, D. (2007). *Santouri* [ستوری].
- Mirkarimi, R. (2001). *Under the moonlight* [زیر نور ماه].
- Mirkarimi, R. (2011). *A cube of sugar* [یک حبه قند].
- Moaadi, P. (2012). *The snow on the pines* [برف روی کاج‌ها].
- Moussavi, G. (2009). *My tehran for sale* [تهران من حراج].
- Panahi, J. (2003). *Crimson gold* [طلای سرخ].
- Sahebzamani, F. (2010). *There are things you don't know* [چیزهایی هست که نمی‌دانی].
- Tabrizi, K. (1999). *Sheyda* [شیدا].
- Tabrizi, K. (2004). *The lizard* [مارمولک].
- Tabrizi, K. (2005). *A piece of bread* [یک تکه نان].
- Tabrizi, K. (2014). *Sensitive floor* [طبقه حساس].
- Tavakoli, b. (2011). *Here without me* [اینجا بدون من].

ضمیمه

نام غذاها و بسامد آنها در پیکره پژوهش

شماره	نام غذا	بسامد در پیکره پژوهش
۱	قرمه‌سبزی	۶
۲	کوکو	۶
۳	آش رشته	۴
۴	دل و جگر	۳
۶	کباب	۳
۵	کشک	۳
۷	کیک یزدی	۳
۸	پیاز داغ	۲
۹	ترشی	۲

شماره	نام غذا	بسامد در پیکره پژوهش
۱۰	جگر	۲
۱۱	حلوا	۲
۱۲	حلیم	۲
۱۳	قلوه	۲
۱۴	کوفته	۲
۱۵	استانبولی	۱
۱۶	آب قند	۱
۱۷	آبغوره	۱
۱۸	جوجه کباب	۱
۱۹	چلو کباب	۱
۲۰	خاگینه	۱
۲۱	زرشک	۱
۲۲	ساجمه پلو	۱
۲۳	شله زرد	۱
۲۴	عدس پلو	۱
۲۵	فستجون	۱
۲۶	کله پاچه	۱
۲۷	نان تافتون	۱
۲۸	نان سنگک	۱
۲۹	غذای نذری	۱