

## ارزیابی شیوه‌های ترجمه عبارت‌های طنزآمیز سریال «مدیر عام» و دوبله فارسی آن بر اساس راهبردهای گاتلیب

۱- مریم حاجی‌زاده\* ۲- احمدرضا صاعدی\*\* ۳- منصوره زرکوب\*\*\* ۴- محمود افروز\*\*\*\*

۱- دانشجوی دکتری زبان و ادبیات عربی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۲- دانشیار زبان و ادبیات عربی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۳- دانشیار زبان و ادبیات عربی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۴- استادیار زبان انگلیسی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۶/۱۶؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۱۲)

### چکیده

طنز در شمار یکی از مقوله‌های جذاب زبان قرار دارد که به شکل نامحسوسی به مسائل فرهنگی، سیاسی و اجتماعی می‌پردازد و به دلیل در امان ماندن از انتقادات و فیلترهای موجود در جامعه و نیز جهت برقراری رابطه‌ای نزدیک با مخاطبان از آن استفاده می‌شود. در این میان با ورود ابزارهای ارتباطی تازه، جنبه‌های نوینی به مباحث ترجمه طنز افزوده شده است به ویژه در ترجمه طنزهایی که در قالب فیلم کوتاه، بلند و سریال عرضه می‌شوند. هدف از نگارش مقاله پیش رو، ارزیابی عملکرد مترجم در رویارویی با عبارت‌های طنزآمیز بوده و فرآیند تحقیق مبتنی بر بررسی داده‌های به دست آمده از مجموعه طنز عربی «مدیر عام» به لهجه شامی (سوریه‌ای) و دوبله فارسی آن که از صداوسیما پخش شده، است. بدین منظور ۲۱۵ عبارت و جمله طنزآمیز استخراج شده است و میزان به کارگیری راهبردهای ترجمه، طبق نظریه هنریک گاتلیب (۱۹۹۲) تحلیل شد. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد «دگرنویسی» و «جابه‌جایی» به ترتیب بیشترین انتخاب‌های مترجم در ارائه ترجمه بوده است. همچنین عوامل و محدودیت‌های فرهنگی نه تنها موجب بالا رفتن میزان استفاده از «کوتاه‌سازی» عبارت‌هایی توسط مترجم شده است که در بخش‌هایی از سریال شاهد حذف سکانس‌های متعدد و نیز قسمت‌هایی از مجموعه هستیم.

**واژگان کلیدی:** ترجمه، طنز، دوبله فارسی، عبارت‌های طنزآمیز، محدودیت‌های

فرهنگی، گاتلیب.

\* E-mail: m.hajizadeh@fgn.ui.ac.ir

\*\* E-mail: a.saedi@fgn.ui.ac.ir (نویسنده مسئول)

\*\*\* E-mail: zarkoobm@gmail.com

\*\*\*\* E-mail: m.afrouz@fgn.ui.ac.ir

## مقدمه

زبان عاملی است که فرهنگ‌های مختلف را به هم متصل می‌کند و شیوه‌ای برای بیان احساسات و عقایدی محسوب می‌شود که افراد سعی در انتقال آن دارند. حال این ترجمه است که به کمک زبان و فرهنگ زبان مبدأ می‌آید و نقشی حیاتی در معرفی آن در زبان مقصد ایفا می‌کند. شاید بتوان گفت منتقل کردن طنز و ترجمه آن در زبان مقصد از جمله دشوارترین انواع ترجمه است؛ این دشواری به دلیل وابستگی طنز به فرهنگ و زبان مبدأ بوده و عدم آشنایی مترجم با فرهنگ مبدأ یا عدم تشخیص موارد طنزآمیز که ممکن است در فرهنگ و زبان مقصد نامأنوس باشد در انتقال تأثیر طنز موفق عمل نکند و چه بسا مخاطب زبان مقصد به اندازه مخاطب زبان مبدأ از اثر بهره نبرد. البته «از مترجمان بومی بیش از مترجمان غیربومی توقع آن می‌رود که با ظرایف فرهنگ سرزمین خود» آشنا باشند تا با چالش کمتری در این خصوص مواجه شود (افروز، ۱۳۹۵: ۴۲).

پر واضح است که ترجمه به عنوان پل ارتباطی میان زبان‌ها و فرهنگ‌های متعدد، مرزهای بین فرهنگ‌های مختلف را امری مسلم می‌داند و مترجم به احتمال زیاد از این مرزها و محدودیت‌های غیرقابل اجتناب در انتقال آن‌ها آگاه است؛ از جمله مرزها و محدودیت‌ها می‌توان به محدودیت‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و برخی تابوها اشاره کرد. در این میان ارزیابی موفقیت مترجم و سنجش میزان درستی و کاربردی بودن آن و نیز مطابقت با معیارها و اصول ترجمه بسیار مهم است. از آنجا که از چندین سال قبل شاهد موج ترجمه رسانه‌ای به ویژه در بخش فیلم و سریال بین دو زبان فارسی و عربی هستیم به نظر می‌رسد ارزیابی علمی و فنی ترجمه‌ها به ویژه دوبله و زیرنویس امری ضروری است. فرآیند معادل‌گزینی در ترجمه متأثر از عوامل متعدد از جمله راهبردهای منتخب مترجمان است (افروز، ۲۰۱۹). هدف این پژوهش شناسایی و معرفی راهکارهای انتخابی مترجم در ترجمه عبارت‌های طنزآمیز عربی با توجه به نظریه گاتلیب (Gatlib) و نیز بررسی میزان فراوانی به کارگیری آن‌ها توسط مترجم و موفقیت وی در ارائه ترجمه است. همچنین با توجه به اختلافات فرهنگی مؤثر در فرآیند ترجمه، این موضوع بررسی خواهد شد که مترجم زبان عربی به فارسی جهت ارائه ترجمه خود برای محدودیت‌های فرهنگی

زبان مبدأ و مقصد، چه چاره‌ای می‌جوید و تا چه اندازه انتخاب‌های خود را تحت تأثیر فرهنگ مبدأ یا مقصد انجام خواهد داد و اینکه این دست محدودیت‌ها و آزادی‌های هر فرهنگ بر فراوانی به کارگیری راهبردها چگونه تأثیر خود را نشان می‌دهد.

اهمیت پژوهش را می‌توان در لزوم بررسی کاربردی نظریه‌های ترجمه و معرفی الگویی مناسب برای ترجمه طنز رسانه‌ای در قالب دوبله و زیرنویس و همچنین تأثیر محدودیت‌های فرهنگی در این دست ترجمه‌ها دانست.

پژوهش حاضر در پی پاسخ‌گویی به سؤالات زیر است:

- مترجم کدام‌یک از راهبردها را از سایر موارد برای ترجمه سریال «مدیر عام» مناسب‌تر دانسته است؟

- محدودیت‌های فرهنگی چه تأثیری بر راهبردهای انتخابی مترجم داشته است؟

- مترجم با توجه به راهبردهای گاتلیب تا چه اندازه در ارائه ترجمه خود موفق بوده است؟

## ۱. روش‌های ترجمه طنز

برخی محققان بر این باورند که ترجمه طنز از لحاظ کیفیتی متفاوت از سایر انواع ترجمه است. جی. وندایل نظریه‌های جاری را به طور مؤثر خلاصه و چهار تفاوت اصلی را شناسایی می‌کند؛ اول، ترجمه طنز شامل دستیابی به یک اثر طنزآمیز (خنده یا لبخند) است و این کار برای مترجم دشوارتر از ضرورت‌های متون دیگر است. دوم، تولید طنز از درک طنز متفاوت است و به نظر نمی‌رسد که یک مهارت آموختنی باشد. سوم، ممکن است شوخ‌طبعی مترجم در تضاد با نویسنده باشد؛ بنابراین مشکل این است که چگونه به طور مؤثر یک عبارت طنزآمیز که با ارزش، اما خنده‌دار نیست را ترجمه کنیم. چهارم، اثر لفظی طنز ممکن است تا حد زیادی بر مترجمان غلبه کند و مانع تحلیل عقلانی شود (دمیری و احمدی، ۲۰۱۰: ۵۷).

در پژوهش پیش رو به ارزیابی ترجمه طنز و میزان موفقیت آن در رساندن پیام زبان مبدأ می‌پردازیم که این ارزیابی در چارچوب راهبردهای گاتلیب<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) انجام خواهد گرفت. با این مقدمه باید گفت در ترجمه طنز به صورت دوبله با دیدگاه‌های متعددی در نحوه و مدل ترجمه و مدل‌های ارزیابی روبه‌رو هستیم؛ معصوم و مرادی (۱۳۹۰) در مقاله خود از میان مدل‌های ترجمه طنز، مدل پانک (۲۰۰۹) را معرفی می‌کنند؛ پانک روش‌های ترجمه طنز را این‌گونه دسته‌بندی می‌کند: فشردگی، فشردگی، کوتاه‌سازی، حذف، دگرنویسی، نواژه، فرانهم، دگرگون‌سازی، جانشینی، ترجمه تحت‌اللفظی (معصوم و مرادی، ۱۳۹۰: ۱۱۰).

آتردو<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) پیشنهاد می‌کند که اگر مطلبی در زبان مقصد برای طنز در دسترس نباشد، یک راه‌حل خوب این است که فقط جایگزینی برای وضعیت نامناسب یافت شود. هرچند او از حد مجاز فراتر نمی‌رود. اگر بتوان گفت میزان پیشروی در طنز، ذاتی است و مرزها در مکان و زمان متغیر هستند، این امر، فرآیند ترجمه را بیش از پیش دشوار می‌کند. برخی از محققان بر این باورند که ترجمه طنز از لحاظ کیفیتی، متفاوت از سایر انواع ترجمه است.

حال از میان مدل‌های گوناگون، راهبرد گاتلیب از مدل‌هایی است که به صورت ویژه به ارزیابی زیرنویس و دوبله پرداخته است و به این دلیل در این پژوهش، از راهبردهای مدل گاتلیب استفاده خواهد شد. وی برای این نوع ترجمه‌ها ۱۰ راهبرد پیش رو می‌گذارد: بسط<sup>۳</sup>، تبدیل<sup>۴</sup>، دگرنویسی<sup>۵</sup>، بدل‌سازی<sup>۶</sup>، رونویسی<sup>۷</sup>، جابه‌جایی<sup>۸</sup>، فشردگی<sup>۹</sup>،

۱. هنریک گاتلیب استاد انگلیسی دانشگاه کپنهاگ.

۲. سالوادور آتردو، استاد تمام دانشگاه نگراس و سردبیر مجله (humor) انجمن بین‌المللی تحقیقات طنز.

3. Expansion
4. Paraphrase
5. Transfer
6. Imitation
7. Transcription
8. Dislocation
9. Condensation

کوتاه‌سازی<sup>۱</sup>، حذف بخشی از متن<sup>۲</sup> و واگذاری<sup>۳</sup> (دهباشی و سهرابی، ۲۰۱۵: ۸۰) که هر یک به صورت زیر تعریف می‌شوند:

\* بسط: هنگامی استفاده می‌شود که متن اصلی به توضیحی نیاز داشته باشد و به دلیل برخی تفاوت‌های فرهنگی، قابل بازیابی در زبان هدف نیست.

\* تبدیل: در مواردی به کار می‌رود که متن اصلی را نمی‌توان به همان روش نحوی زبان مبدأ به زبان مقصد منتقل کرد.

\* دگرنویسی: عبارت است از انتقال به طور کامل و دقیق از زبان مبدأ به زبان مقصد.

\* بدل‌سازی: مترجم، نام افراد و مکان‌ها را عیناً از زبان مبدأ به زبان مقصد منتقل می‌کند.

\* رونویسی: در مواردی استفاده می‌شود که یک اصطلاح غیر معمول در زبان مبدأ توسط زبان سومی به زبان مقصد منتقل می‌شود.

\* جابه‌جایی: وقتی صورت می‌گیرد که مترجم برای افزایش تأثیرپذیری مخاطب به ترجمه خود جلوه‌ای ویژه اعم از آهنگ، افکت و... اضافه می‌کند.

\* فشرده‌سازی: عبارت است از حذف بخش‌هایی از متن مبدأ در فرآیند ترجمه که نقشی در انتقال معنا ندارد.

\* کوتاه‌سازی: عبارت است از کوتاه کردن متن مبدأ طی ترجمه به زبان مقصد.

\* حذف بخشی از متن: مترجم بخشی از متن را حذف می‌کند.

\* واگذاری: هرگاه مترجم هیچ ترجمه مناسبی برای انتقال به متن مقصد نمی‌یابد، ناگزیر به حذف کامل می‌شود که خود منجر به از دست رفتن معنا نیز می‌شود (گاتلیب، ۱۹۹۲: ۱۶۶).

### ۱-۱. ترجمه شنیداری - دیداری، ترجمه‌ای بین فرهنگی

امروزه با فراگیر شدن فناوری در رسانه‌های نوین و تبادل سرسام‌آور اطلاعات در زمینه‌های مختلف خبری، فرهنگی، سیاسی، طنز و لطیفه با پدیده ترجمه چندرسانه‌ای برای ایجاد

1. Decimation
2. Deletion
3. Resignation

ارتباط میان زبان‌ها و آن هم در شاخه ارتباط فرهنگی مواجه هستیم. ترجمه در جای جای جهان ارتباطات حضور دارد و در حقیقت رسانه‌ها ماشین‌های عظیم ترجمه‌اند. برای مثال، خبرنگاری که در روزنامه و یا بخش‌های خبری فعالیت دارد ناگزیر در ارتباطات خود از ترجمه و ابزارهای آن استفاده می‌کند. در این بین، طنز در شمار یکی از مقوله‌های جذاب زبان قرار دارد که به مسائل فرهنگی، سیاسی و اجتماعی به گونه‌ای نامحسوس می‌پردازد که به دلیل در امان ماندن از انتقادات و فیلترهای موجود در جامعه و نیز جهت برقراری رابطه‌ای نزدیک با مخاطبان از آن استفاده می‌شود. در این میان ما با دو مقوله ترجمه شنیداری - دیداری و تفاوت‌های فرهنگی روبه‌رو هستیم.

ترجمه شنیداری - دیداری عبارت است از ترجمه فرآورده‌هایی که صوت و تصویر در آن‌ها ترکیب می‌شوند؛ برای نمونه فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی. ترجمه چندرسانه‌ای عنوان دیگری است که گاه به این مفهوم اطلاق می‌شود. زیرنویسی، دوبله، صدای شاهد و توصیف شنیداری از انواع ترجمه دیداری - شنیداری هستند. زیرنویسی و دوبله دو شکل اصلی این دست ترجمه‌ها به شمار می‌روند (فرح‌زاد و کریم‌زاده، ۱۳۹۱: ۱۱-۱۰).

یکی از مباحث عمده در ترجمه به عنوان عامل برقراری ارتباط بین فرهنگی، تفاوت بین مقولات فرهنگی جامعه مبدأ با مقولات فرهنگی جامعه مقصد است. از آنجا که ترجمه با دو فرهنگ متفاوت و در برخی موارد ارتباط آن‌ها متضاد هم هستند، مترجم نیز در حین ترجمه گاه با مشکلاتی مواجه می‌شود. در این حالت، وی به عنوان واسطه بین دو فرهنگ مختلف باید به گونه‌ای عمل کند که از یک سو، محتوا و پیام متن مبدأ را منتقل کند و از سوی دیگر، ترجمه متن و مقولات فرهنگی موجود در آن در تضاد و تقابل با دیدگاه فرهنگی جامعه مخاطب قرار نگیرد. بر این اساس، مترجم باید به فرهنگ‌های مبدأ و مقصد اشراف کافی داشته باشد و علاوه بر ویژگی «دو زبانی» دارای ویژگی «دو فرهنگی» نیز باشد، یعنی هم زمان که زبان و فرهنگ مقصد و مخاطبان خود را می‌شناسد باید از شناخت کافی نسبت به زبان و فرهنگ مبدأ نیز برخوردار باشد (حقانی، ۱۳۸۶: ۱۸۶-۱۸۴).

## ۲. پیشینه پژوهش

پژوهش پیش روی حاصل بررسی جمله‌ها و عبارت‌های طنزآمیز سریال عربی «مدیر عام»، ارزیابی عملکرد مترجم، شناسایی و معرفی راهبردهای انتخابی وی خواهد بود. موضوعات انجام شده و مرتبط با این پژوهش تاکنون فقط در زبان انگلیسی و فرانسه و تنها روی نمونه‌های ترجمه شده به فارسی صورت گرفته است و در زبان عربی فاقد این دست بررسی‌ها هستیم. بنابراین، در این بخش به مطالعات کم و بیش مرتبط با موضوع اشاره‌ای خواهیم داشت. دمیری و احمدی (۲۰۱۰) در مقاله خود با عنوان «راهبردهای استفاده شده در ترجمه طنز»، دو کتاب طنز و ترجمه فارسی آن را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج پژوهش نشان داده کاربردترین راهبردها در ترجمه طنز به ترتیب ترجمه طنز متن مبدأ به صورت طنز در زبان مقصد و حذف متن مبدأ در متن مقصد هستند. این مقاله به بررسی کم‌بسامدترین راهبردها؛ یعنی تکنیک‌های ویرایشی و ترجمه تحت‌اللفظی طنز متن مبدأ در متن مقصد نیز پرداخته است. وثوقی و صبا (۱۳۸۴) در مقاله «مشکلات ترجمه طنز در زیرنویس فیلم‌ها» به بررسی ترجمه‌های طنزی با شیوه‌ای پژوهشی توصیفی می‌پردازند که در زیرنویس فیلم‌ها به کار رفته‌اند. مؤلفان تلاش کردند به این پرسش که در ترجمه فارسی طنزهای گوناگون در زیرنویس فیلم‌های انگلیسی، گرایش مترجم بیشتر به سمت زبان هدف است یا مقصد پاسخ دهند. همچنین به توضیح راهبردهای کاربردی مترجمان اشاره کرده‌اند. داده‌های مورد بررسی عبارت‌اند از دو فیلم نمادین آمریکایی که هر دو دارای زیرنویس‌های ترجمه شده به زبان فارسی است. معصوم و مرادی (۱۳۹۰) در مقاله «بررسی شیوه‌های ترجمه عبارت طنزآمیز در زیرنویس انگلیسی مجموعه‌های طنز تلویزیونی» به ارزیابی عملکرد مترجم در برخورد با موارد اشکال برانگیز در ترجمه زیرنویس پرداخته‌اند. پژوهشگران با استخراج عبارت‌ها و جملات طنزآمیز، میزان کاربرد روش‌های ترجمه طنز را براساس طبقه‌بندی نیومارک<sup>۱</sup> (۱۹۸۸) بررسی کرده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد از میان شیوه‌های ترجمه طنز

۱. پیتر نیومارک استاد ترجمه دانشگاه ساری (Surrey)، یکی از چهره‌های شاخص در بنیان‌گذاری مطالعات ترجمه در زبان انگلیسی.

«دگرنویسی» پرکاربردترین شیوه مترجم بوده که شیوه‌ای ناکارآمد در انتقال طنز کلامی و فرهنگی معرفی شده است.

جوادی (۱۳۸۹) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «بررسی ترجمه طنز کارتون‌های دوبله شده انگلیسی به فارسی»، به بررسی ترجمه طنز در چهار کارتون دوبله شده در ایران، پرداخته است تا کارایی راهکارهای متفاوت مترجمان در ترجمه طنز موجود در این آثار را بررسی کند. محقق بر آن بوده است که مشخص کند کدام یک از راهبردها بیشترین استفاده را داشته‌اند و آیا مترجمان با به کار بردن آن‌ها در انتقال طنز موفق بوده‌اند یا خیر که ابتدا به استخراج موارد طنز در کارتون‌ها و معادل‌های برگزیده از سوی مترجمان پرداخته و سپس براساس الگوی وینی و داربلنه (۱۹۹۵)، انتخاب‌های مترجمان در ترجمه این موارد تعیین شده است که نتیجه آن، این بوده که مترادف‌سازی و معادل‌سازی پرکاربردترین راهبردهای مورد استفاده مترجمان در ترجمه عبارات طنزآمیز بوده‌اند.

افتخاری (۱۳۸۸) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود «بررسی راهبردهای ترجمه اصطلاحات محاوره‌ای زیرنویس انگلیسی فیلم‌های ایرانی بعد از انقلاب»، شیوه‌های ترجمه زیرنویس فیلم را از دیدگاه محاوره بررسی کرده است. محقق با در نظر گرفتن وفاداری مترجم به متن مبدأ، طبیعی بودن ترجمه، تأثیرات پیش‌بینی شده روی مخاطبان و روان بودن ترجمه به عنوان معیارهای ارزیابی ترجمه برای مقایسه اصطلاحات محاوره‌ای در فیلم‌های ایرانی با ترجمه انگلیسی آن‌ها، ثابت می‌کند که رایج‌ترین استراتژی‌های به کار برده شده مترادف‌سازی و اقتباس بوده است.

### ۳. جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش مجموعه تلویزیونی طنز «مدیر کل» با نام کامل خاطرات مدیر کل (به عربی: یومیات مدیر عام)، تولید سال ۱۹۹۵ سوریه است که نوروز سال ۱۳۸۲ در ایران روی آنتن رفت. نگارش فیلم‌نامه این مجموعه تلویزیونی از «زیاد ال‌ریس»، مونتاژ آن با «خالد دهنی» و کارگردانی آن با «هشام شربتچی» است.



سریال «مدیر کل» داستان پزشکی است که وزیر به او پیشنهاد می‌دهد مدیر کل یک شرکت دولتی شود؛ هرچند او ابتدا از قبول این سمت سر باز می‌زند، اما با پافشاری خانواده و اطرافیان بالاخره می‌پذیرد. مدیر این اداره با بازی کردن در نقش‌های متعدد به صورت ناشناس به بخش‌های مختلف اداره سر می‌زند، روند و جزئیات اتفاقات را در محیط اداری از نزدیک رصد می‌کند و بعد از شناسایی تخلف‌های صورت گرفته در هر بخش و یا سطح اداری، اقدامات لازم را انجام می‌دهد. «مدیر کل» از جمله مجموعه‌هایی است که با استقبال گسترده‌ای از جانب مخاطب روبه‌رو شد تا آنجا که در پخش چندین باره‌اش همچنان بیننده‌های مشتاقی دارد. این سریال با ترسیم محیط آشفته یک اداره و با به نمایش گذاشتن معضلات عدیده آن برای تماشاگر ایرانی که با این دست مشکلات از نزدیک برخورد داشته، بسیار قابل باور و ملموس به‌شمار می‌آید.

سازندگان مدیر کل با زیرکی چگونگی روایتشان را تنها به محیط اداره محدود نکردند، بلکه به روابط خانوادگی شخصیت‌ها نیز پرداخته‌اند و این خود موجب شد که «مدیر کل» به جرأت به عنوان بهترین سریال عربی در حافظه تماشاگر ایرانی ثبت شود. دوبله سریال به طور کامل با فضای طنز و جنس بازی اغراق‌آمیز، اما دوست‌داشتنی هنرپیشه‌ها، تطابق دارد و یکی از عوامل مهم جذب مخاطب به سریال است.

#### ۴. روش پژوهش

داده‌های این تحقیق در دو مرحله گردآوری شده‌اند: در مرحله اول، جمله و عبارت‌های طنزآمیز سریال عربی «مدیر عام»، و در مرحله دوم ترجمه این عبارت‌ها از سریال دوبله شده فارسی استخراج و نگاشته شدند. در آخر عبارت‌های طنز و دوبله آن با توجه به دسته‌بندی راهبردهای گاتلیب شناسایی و تقسیم‌بندی شدند و سپس مورد تحلیل و بررسی قرار گرفتند. در بخش تحلیل داده‌ها به میزان به‌کارگیری هر یک از این راهبردها از سوی مترجم، پرداخته خواهد شد.

## ۵. تحلیل داده‌ها

پیش از آنکه به تحلیل داده‌ها بپردازیم لازم است به سؤال احتمالی مخاطب این پژوهش در مورد معیار انتخاب جمله‌ها و عبارت‌های طنزآمیز پاسخ داده شود؛ چرا که این عبارت‌ها به تنهایی و خارج از متن و فضای سریال، خاصیت طنز خود را تا حدود زیادی از دست می‌دهند. باید در نظر داشت که سیاق در انتخاب داده‌ها تأثیر بسزایی دارد؛ فضای کلی سریال، زبان بدن و تن صدای بازیگران، موسیقی متن و سایر موارد، همه در خلق طنز و مخابره کردن آن به مخاطب بسیار مؤثر است که در این پژوهش عبارت‌ها با توجه به این نکات مهم انتخاب شده‌اند. بدیهی است هنگامی که ما لطیفه‌ای را تعریف می‌کنیم در آن با به کارگیری ابزاری نظیر حرکات دست، تن صدا و گاه خندیدن تلاش می‌کنیم فضای طنز مؤثری را برای مخاطب خود ترسیم کنیم؛ حال اگر این لطیفه را بنویسیم و در حقیقت همه این عوامل تأثیرگذار را به اقتضای نوشتار حذف کنیم، نتیجه آن داده‌هایی می‌شود که در این پژوهش به صورت مکتوب درآمده و به دلیل جدا شدن از طنز حاکم بر سریال، عبارت‌های عادی به نظر برسند و میزان طنز بودن آن از دست برود. شاید بتوان گفت تبدیل گفتارهای طنزآمیز به نوشتار از جمله مشکلات جدی این نوع پژوهش‌ها به شمار می‌رود. پژوهشگران با در نظر گرفتن همه این عوامل به استخراج داده‌ها و معادل‌هایشان در زبان فارسی و سپس به طبقه‌بندی آن‌ها اقدام کرده‌اند. البته، غالباً در مباحثات راجع به انواع معادل، برقراری «تعادل کامل» موضوعیت ندارند (افروز و شاهی، ۲۰۱۹: ۳).

در این پژوهش تعداد ۲۱۵ جمله و عبارت از سریال عربی «مدیر عام» گردآوری و همراه با ترجمه‌ها در ذیل راهبردهای گاتلیب قرار گرفتند. نتایج اولیه بررسی این داده‌ها نشان‌دهنده بیشترین و کمترین میزان کاربرد راهبردها از سوی مترجم است؛ به ترتیب دگرنویسی با ۳۸/۰۴ درصد و جابه‌جایی با ۲۸/۳۷ درصد بیشترین میزان کاربرد را نشان می‌دهد (جدول (۱)).

جدول (۱): تعداد و درصد راهبردهای به کار رفته در ترجمه

راهبردهای ترجمه	تعداد	درصد
بسط	۱۳	۶/۰۴
تبدیل	*	*
دگرنویسی	۸۳	۳۸/۰۴
بدل‌سازی	*	*
رونویسی	-	-
جاب‌جایی	۶۱	۲۸/۳۷
فشرده‌سازی	حذف ۹۰ دقیقه	-
کوتاه‌سازی	۵	۲/۳۲
حذف بخشی از متن	۵	۲/۳۲
واگذاری	۱۵	۶/۹۷

منبع: یافته‌های پژوهش

«دگرنویسی» به عنوان ابزاری برای رساندن پیام و مفهوم طنز، برای ترجمه جملات و عبارت‌هایی که پیچیدگی ندارند، گزینه مناسبی است، از این رو، بالاترین درصد از بین انتخاب‌های مترجم را به خود اختصاص داده است؛ مترجم در عین حالی که ترجمه‌ای ساده و گاه لفظ به لفظ ارائه می‌دهد آن عبارت یا مؤلفه همچنان بار طنزی خود را حفظ کرده و با روانی به مخاطب منتقل می‌شود. این راهبرد در عبارت‌ها و جمله‌هایی به کار گرفته می‌شود که مترجم از تأثیرگذاری آن در زبان مقصد به همان میزان که در زبان مبدأ مشاهده می‌شود، اطمینان حاصل کند؛ زیرا نتیجه عدم دقت در انتخاب این راهبرد چیزی جز ارائه ترجمه معروف به تحت‌اللفظی، نامأنوس و القای طنزی بی‌معنا به مخاطب زبان مقصد نخواهد بود.

در مثال‌های زیر دگرنویسی به خوبی قابل ملاحظه است:

أنا اليوم مخي ما عم بيجمع شي: من امروز مغزم درست کار نمی‌کند.  
 المسابقة مثل قلّتها: بود و نبود مصاحبه استخدامی فرقی ندارد.  
 انا الان بكامل انخجالي: من به قدر کافی شرم‌نده‌ام.  
 يخرب بيتك وين رايح بالباقي؟: خونه خراب شی. پس بقیه‌شو کجا بردی؟  
 مين بدك تنتف؟: پر کیو میخوای قیچی کنی؟  
 قوم لالح: بجنب بریم.

همان‌طور که در معادل‌ها می‌بینیم مترجم به این نتیجه رسیده است که تنها با ترجمه مؤلفه طنزی زبان عربی موفق خواهد شد فضای طنز را منتقل کند.  
 پس از «دگرنویسی»، درصدها نشان‌دهنده بیشترین استفاده از راهبرد «جابه‌جایی» از سوی مترجم است؛ چرا که همان‌گونه که در تعریف گاتلیب از جابه‌جایی آمده، مترجم تلاش می‌کند بیشترین تأثیر را در مخاطب ایجاد کند. علاوه بر افکت‌ها و جلوه‌های ویژه به کار گرفته شده در سریال، مترجم برای انتقال فحوای طنزآمیز که پیچیدگی بیشتری دارد از این راهبرد استفاده کرده است؛ در حقیقت راهبرد جابه‌جایی برای انتقال طنزی است که در آن تلفیقی از عبارت‌های طنزآمیز خاص زبان مبدأ، زبان بدن، موسیقی و سایر جلوه‌های ویژه مشاهده می‌شود. به‌عنوان مثال، می‌توان ضرب‌المثل‌ها، عبارت‌های کوتاه طنزآمیز رایج در زبان مبدأ و برخی حاضر جوابی‌ها را در این دسته قرار داد. در ادامه به مثال‌هایی از جابه‌جایی اشاره می‌شود که مترجم در آن اصطلاحات و ضرب‌المثل‌های طنز عربی را با نمونه‌های رایج در زبان فارسی جایگزین کرده است:

و ساعتها مافی یا امی إرحمینی: اون موقع ننه من غریبم بازی در نیاریا.

بالله شو؟: آ؟ نه بابا؟

الله يبعث لك عريس: خدا خیرت بده.

فی إن: یه کلکی تو کاره.

ولا لسانك أكله القط؟: چی شد؟ نکنه موش زبونتو خورده؟

الشركة مطبولة طبل بهالخير: این خبر مثل بمب تو شرکت ترکیده.

در مثال‌ها مشاهده می‌شود اصطلاحات و ضرب‌المثل‌های عربی (رایج در لهجه سوریه‌ای) با موارد کاربردی در زبان فارسی جایگزین شده‌اند؛ مانند: «الله یبعث لك عریس» (خدا برات خواستگار بفرسته!) که با جمله (خدا خیرت بده) به زبان فارسی منتقل شده است. «ولا لسانک اکلها القط» نیز وقتی به زبان فارسی آمده جمله (نکنه گربه زبونتو خورده) به (نکنه موش زبونتو خورده) تبدیل شده است.

در مورد راهبرد «واگذاری»، سومین انتخاب مترجم، عملکرد بدین صورت بوده است که برخی از عبارت‌ها و ضرب‌المثل‌ها را به این دلیل که در فارسی کاربرد ندارد و یا معادل مناسبی برایش نیافته، کاملاً حذف کرده است. مثال‌های زیر نمونه‌هایی هستند که در سریال عربی به کار گرفته شده‌اند، اما طی فرآیند ترجمه و دوبله به زبان فارسی حذف شده‌اند؛

فالج ولا تعالج<sup>۱</sup>.

شغلة بتعل القلب<sup>۲</sup>.

نبحت علی مثل العادة<sup>۳</sup>.

فيها دربكة بترقص<sup>۴</sup>.

و های ذقنی<sup>۵</sup>.

۱. این ضرب‌المثل معادل ضرب‌المثل فارسی «مشت بر سندان کوبیدن» است؛ اما با توجه به اینکه در سریال‌های طنز معمولاً از این تعبیر ادبی استفاده نمی‌شود، می‌توان به جای آن عبارت‌هایی نظیر «خودتو اذیت نکن، فایده نداره» یا «بیخودی زور نزن، درست بشو نیست» را به کار گرفت.

۲. معنای این جمله در حقیقت این است: کاری است که قلب را به درد می‌آورد؛ که ما در زبان فارسی این گونه به کار می‌بریم: کاریست که آدمو خون به جگر می‌کنه یا کاریست که فقط جگرخونی دنبالشه.

۳. معادل: عین همیشه سرم نق می‌زنی یا عادت همیشگی ات اینه سرم واق واق کنی.

۴. این جمله به صورت تعریض در یکی از سکانس‌ها آمده است که مدیر می‌خواهد صدای ضبط شده یکی از کارمندان را با محتوای اخذ رشوه برای وی پخش کند. کارمند وقتی می‌پرسد این چیست؟ مدیر پاسخ می‌دهد: صدای دربوکا (نوعی تنبک) است، گذاشتم برقصی!

۵. معنای دقیق این جمله عبارت است از «این ریش من اگر تو فلان کار رو کردی... یا نکردی...» که در فارسی روزمره می‌گوییم: «اسممو عوض می‌کنم اگر...».

انزت و ولا<sup>۱</sup>.

در مورد چگونگی این حذف‌ها دو احتمال وجود دارد: یکی آنکه مترجم این سریال عربی اصالتاً عرب بوده و فارسی را به اندازه‌ای نمی‌دانسته است که بتواند این جزئیات را درک و معادل کاربردی آن را در زبان فارسی شناسایی کند و به کار گیرد و دیگر اینکه مترجم فارس بوده و با نوع و کاربرد این عبارات در لهجه روزمره سوریه‌ای آشنایی عمیق و کاملی نداشته که بتواند جمله‌ها و عبارات‌های جایگزین در زبان فارسی را بیابد که در هر دو صورت مترجم ترجیح می‌دهد از این عبارات آن هم با تصور اینکه معادلی در زبان مقصد ندارد، چشم‌پوشی کند و راهبرد «واگذاری» را برای رویارویی با این چالش برگزیند (اطلاعی در مورد نام و ملیت مترجم یا مترجمان این سریال وجود ندارد و شبکه پخش‌کننده فیلم در این رابطه همکاری نکرد).

راهبرد «بسط» در رده چهارم انتخاب‌های مترجم قرار گرفته است. در مواقعی که مترجم برای ارائه ترجمه بهتر، عبارت یا جمله‌ای را نیازمند به توضیح بداند از این راهبرد استفاده می‌کند؛ این توضیح‌ها گاه ساده و تنها برای منتقل کردن موفق‌تر فضای طنز به کار برده می‌شود که نمونه‌های آن در این سریال و دوبله آن آمده است؛ به عنوان مثال، مترجم سه جمله طنز عربی را در چهار جمله به مخاطب زبان فارسی منتقل کرده است. گاه مترجم به مواردی از جمله موارد فرهنگی نظیر آداب و رسوم و اتفاقاتی منحصر به فرهنگ بومی زبان مبدأ برخورد می‌کند که وی را به این نتیجه می‌رساند که توضیح و بسط آن در زبان مقصد ضروری است و اگر به ترجمه‌ای ساده و لفظ به لفظ بسنده کند چه بسا میان مخاطب و پیام موردنظر زبان مبدأ به دلیل عدم شکل‌گیری ارتباط لازم، فاصله جدی خواهد افتاد؛ از این رو، «بسط» را به عنوان بهترین و کاربردی‌ترین راهبرد - که توصیه اغلب قریب به اتفاق نظریه‌پردازان است - برای این چالش به کار می‌گیرد. در جامعه آماری این تحقیق به علت فضای کم‌دی ملموس و ساده، نوع دوم بسط به کار گرفته نشده و

۱. جمله «انزت و ولا» جمله‌ای دستوری و غیرمودبانه معادل: هوی! راه بیافت ببینم. یا آهای! گمشو ببینم.

مترجم تنها به اضافه کردن جملات و عبارت‌هایی شبیه به آنچه در سریال عربی آمده اکتفا کرده است. در ادامه به نمونه‌هایی از راهبرد بسط اشاره می‌کنیم:

کلامک مو کلام واحد امی، انت معک شهادة؟: داری دیوونه‌ام می‌کنی؛ حرفات حرفای یه آدم بیسواد نیست؛ تو مدرکی چیزی داری؟

قوم تلحاح، ضیفنا شی: حالا تو باشو یه چیزی بیار بخوریم. دو ساعته نشستی.

إشلونی معک؟: چطور بودم؟ دک شد یا نه؟

فریره برج لک: می‌رم عین قرقی برمی‌گردم.

إنزت ع الذاتية بسرعة: فقط زود برو ذاتیه و برگرد. معطل نکنیا.

در معادل‌های به کار گرفته شده برای عبارت‌های عربی مشاهده می‌شود که مترجم با هدف کم‌دی‌تر کردن فضا برای مخاطب ایرانی از جمله‌های کمکی استفاده کرده است.

مثلاً در نمونه آخر در ادامه جمله «فقط زود برو ذاتیه و برگرد» عبارت «معطل نکنیا» را هم اضافه کرده است که از انتقال کامل طنز اطمینان پیدا کند.

پس از راهبردهای پرسامد در این پژوهش به راهبرد «کوتاه‌سازی» که کار برد کمتری داشته است، اشاره می‌کنیم؛ در تعریف گاتلیب از این راهبرد آمده است که متن مبدأ طی فرآیند ترجمه به زبان مقصد کوتاه‌تر می‌شود. این کوتاه‌تر شدن متن، تأثیری بر انتقال پیام به مخاطب ندارد و تنها با توجه به عواملی چون تفاوت‌های صرفی و نحوی، نوع جمله‌بندی و سلیقه و تشخیص مترجم در انتخاب این راهبرد صورت پذیرفته است. در ادامه به نمونه‌هایی از کوتاه‌سازی اشاره می‌کنیم:

لأن رجلی ورجلک فی الفلکة سوی: پای هر دو مون گیره.

الله لا ینقر لک قلب محب: برای چی باید بترسی؟

أنا شو الله جابرنی کل یوم آکل هالیهادل؟: من مأمورمو معذور.

در این مثال، مترجم به جای آنکه ترجمه جمله عربی را به زبان فارسی منتقل کند به

آوردن عبارتی با همان مضمون، اما کوتاه‌تر اکتفا می‌کند: (مگه من مجبورم هر روز

این طوری آلاخون بالاخون بشم؟) را با (من مأمورمو معذور) جایگزین کرده است.

دو راهبرد «تبدیل» و «بدل‌سازی» که در جدول (۱) با ستاره علامت‌گذاری شده‌اند نیاز به توضیح بیشتری دارد؛ همچنان که در تعریف‌ها آمده تبدیل در مواردی به کار می‌رود که متن اصلی را نمی‌توان به همان روش نحوی زبان مبدأ به زبان مقصد منتقل کرد. اختلاف صرف و نحو زبان عربی و زبان فارسی بر هیچ‌کس پوشیده نیست و این بدین معنا است که هر مترجمی دست به ترجمه‌ای میان این دو زبان می‌زند، لاجرم از راهبرد تبدیل استفاده خواهد کرد؛ بر این اساس، ترجمه و دوبله این سریال نیز از این قاعده مستثنی نبوده است و می‌توان گفت راهبرد کلی ترجمه بین زبان عربی و فارسی و آن هم در هر زمینه اعم از متون سیاسی، فرهنگی، علمی، طنز، ادبی و... راهبرد «تبدیل» است.

در راهبرد «بدل‌سازی» مترجم نام افراد و مکان‌ها را از زبان مبدأ به زبان مقصد منتقل می‌کند. در دوبله این سریال نیز مترجم نام شهرها، خیابان‌ها، پول رسمی و شخصیت‌ها را بجز چند مورد، همه از زبان مبدأ به مقصد بدون اعمال تغییر منتقل کرده است؛ مترجم تنها نام شخصیت خانم «امیره» را به «حمیده» و نام شخصیت آقا «اکرم» را به «أقدم» تغییر داده است؛ چراکه امیره در زبان فارسی نام‌آنوس بوده و اکرم نامی زنانه است که با توجه به اختلاف فرهنگ نام‌گذاری بین دو زبان، مترجم اقدام به این تغییر کرده است.

مترجم از راهبرد «رونویسی» - که هنگام نیاز به زبان واسطه یا سوم برای انتقال معنا به کار گرفته می‌شود - در هیچ‌کجای متن استفاده نکرده است و هر یک از راهبردهای «کوتاه‌سازی»، «حذف بخشی از متن» در مقایسه با کل متن به دفعات بسیار کمتری استفاده شده که تأثیری در انتقال فحوای طنز و روایت سریال نداشته است.

#### ۵-۱. راهبرد جدید

مترجم در این بخش از کار خود، اقدام به حذف ۹۰ دقیقه از سریال عربی کرده که با انواع حذف‌های تعریف شده در راهبردهای گاتلیب متفاوت است؛ در میان ۱۰ راهبرد گاتلیب، ۴ راهبرد به نحوی به راهکار «حذف» اشاره کرده‌اند؛ کوتاه‌سازی، فشرده‌سازی، حذف بخشی از متن و واگذاری و دلیل هر یک از حذف‌ها را نیز مشخص کرده است. در



کوتاه‌سازی، مترجم متن را طی فرآیند ترجمه کوتاه‌تر از آنچه در زبان مبدأ آمده، منتقل می‌کند و یا در واگذاری وقتی معادلی برای متن نمی‌یابد ناگزیر به حذف شده که خود موجب از دست رفتن معنا و پیام می‌شود. در فشرده‌سازی چیزی حذف می‌شود که در مخابره پیام یا معنا تأثیری ندارد و حذف بخشی از متن بنا بر تشخیص مترجم از دیگر کاربردهای حذف به‌شمار می‌آید.

با توجه به بررسی گزینه‌های مختلف حذف، ملاحظه می‌شود حذف ۹۰ دقیقه از سریال عربی، زیرمجموعه هیچ‌یک از انواع ترجمه‌های تعریف شده قرار نمی‌گیرد؛ چراکه بجز واگذاری که مترجم مجبور به حذف کامل می‌شود در سایر حذف‌ها، متن مبدأ کاملاً حذف نمی‌شود.

با توجه به بررسی دقیق حذف شده سریال مدیر عام به این نتیجه رسیدیم که مجموعه‌ای از عوامل در این حذف تأثیرگذار بوده‌اند که شبیه به حذف‌های پیشنهادی گاتلیب نبودند؛ عوامل فرهنگی، تابوها، سیاست‌های کلی صداوسیما و قوانین متعددی که هریک به سهم خود در چنین تصمیم‌گیری‌هایی مؤثر واقع شدند.

در اینجا با توجه به محدودیت‌های مترجم، می‌توان «حذف فرهنگی» را به ۱۰ راهبرد گاتلیب، اضافه کرد؛ حذف‌هایی که به دلیل برخی تابوها صورت می‌پذیرد، عدم امکان پخش تصاویر بازیگران با پوشش‌های مغایر با آداب، رسوم، دین و فرهنگ عمومی مردم، عدم پخش برخی گفت‌وگوها که با سیاست کلی کشور همخوانی ندارد و مباحث سیاسی نمونه‌هایی از دلایل اعمال حذف به‌شمار می‌روند. این مسأله را در دوبله سریال‌هایی که در داخل تولید و از صداوسیما ملی پخش می‌شود، شاهد نیستیم؛ چراکه این سریال‌ها از فیلترهای فرهنگی، سیاسی، قوانین و... عبور کرده سپس مجوز پخش در صداوسیما را اخذ کرده‌اند.

### نتیجه‌گیری

ترجمه طنز از جمله ترجمه‌های دشواری است که مترجم را با چالش‌های متعدد و جدی روبه‌رو می‌کند؛ از محدودیت‌های فرهنگی گرفته تا طنزهای فرازبانی و مشکلات انتقال بار

فرهنگی و همچنین حذف برخی عبارات. در این میان اگر مترجم علاوه بر ویژگی دو زبانی بودن، دو فرهنگی نباشد، یقیناً در انتقال فضای طنز زبان مبدأ به مخاطب زبان مقصد موفق نخواهد بود؛ چراکه مخاطب به دلیل عدم درک طنز و نیز عدم برقراری ارتباط از تماشای این نوع سریال‌ها و مجموعه‌های طنز دلسرد می‌شود.

حال با توجه به نتایج پژوهش می‌توان گفت عملکرد مترجم در انتقال فضای طنز نسبتاً موفقیت‌آمیز بوده است؛ در ترجمه و دوبله هیچ خطایی مشاهده نشده و انتخاب‌های مترجم مأنوس و جا افتاده در زبان مقصد (فارسی) ارزیابی می‌شود.

مترجم در فرآیند ترجمه خود از میان ۱۰ راهبرد گاتلیب به ترتیب از این ۴ راهبرد بیشتر استفاده کرده است: دگرنویسی (۳۸/۰۴)، جابه‌جایی (۲۸/۳۷)، واگذاری (۶/۹۷) و بسط (۶/۰۴). این نتایج می‌تواند به عنوان الگویی مناسب برای انتخاب روش‌های پربسامد در ترجمه‌های طنز رسانه‌ای از زبان عربی به زبان فارسی پیشنهاد و در حوزه آموزش دانشجویان رشته مترجمی به کار گرفته شود.

از دیگر دستاوردهای این پژوهش، تعریف راهبرد حذف به دلایل تفاوت‌های فرهنگی - اجتماعی است. گاتلیب ۴ نوع حذف را به مترجم پیشنهاد می‌کند که حذف ۹۰ دقیقه‌ای صورت گرفته از سوی مترجم این سریال، ذیل هیچ‌یک از آن حذف‌ها قرار نمی‌گیرد. راهبردها و انتخاب‌های مترجم تحت تأثیر محدودیت‌هایی که ما نامش را فرهنگی می‌گذاریم، قرار گرفته و وی ناگزیر به حذف‌هایی خارج از چارچوب پیشنهادی گاتلیب برای دوبله و زیرنویس شده است. این دلایل اعم از سیاسی، مذهبی، تابوها، قوانین صداوسیما و قوانین حاکم بر جامعه و کشور، هر یک به‌نوبه خود در انتخاب‌های مترجم دخیل بوده‌اند.

از آنجا که داده‌های به دست آمده از سریال و معادل‌های آن در دوبله پیکره اصلی بررسی و تحلیل‌ها را تشکیل می‌دهند «دگرنویسی» عنوان اولین راهبرد انتخابی مترجم معرفی شد. حال آنکه اگر دسته‌بندی میزان کاربرد را خارج از چارچوب گاتلیب در نظر بگیریم «حذف» بیشترین میزان کاربرد مترجم را به خود اختصاص داده است.

## مراجع

دوبله فارسی سریال «مدیر کل». کارگردان هشام شربتچی. دوبله و پخش در شبکه دو سیمای ملی.  
سریال عربی «مدیر کل». کارگردان: هشام شربتچی. تولید کشور سوریه. سال تولید: ۱۹۹۵.

## منابع

- افروز، محمود. (۱۳۹۵). «بررسی تطبیقی-تحلیلی نقش مترجمان بومی و غیربومی در حفظ هویت ملی». *مطالعات زبان و ترجمه*. ش ۴۹ (۱). ۴۱-۵۵.
- پلامبو، گیزنه. (۱۳۹۱). *اصطلاحات کلیدی در مطالعات ترجمه*. ترجمه فرزانه فرح زاد و عبدالله کریم‌زاده. چ ۱. تهران: نشر قطره.
- حقانی، نادر. (۱۳۸۶). *نظرها و نظریه‌های ترجمه*. چ ۱. تهران: موسسه انتشارات امیرکبیر.
- ماندی، جرمی. (۱۳۹۴). *معرفی مطالعات ترجمه نظریه‌ها و کاربردها*. ترجمه علی بهرامی و زینب تاجیک. چ ۲. تهران: انتشارات رهنما.
- \_\_\_\_\_ . (۱۳۸۹). *درآمدی بر مطالعات ترجمه، نظریه و کاربردها*. ترجمه الهه ستوده‌نما و فریده حق‌بین. چ ۱. تهران: نشر علم.
- معصوم، سیدمحمدحسین و معصومه مرادی. (۱۳۹۰). «بررسی شیوه‌های ترجمه عبارت‌های طنزآمیز در زیرنویس انگلیسی مجموعه‌های طنز تلویزیونی». *فصل‌نامه مطالعات زبان و ترجمه*. ش ۱. ص ۹۷-۱۱۷.
- نصیری، حافظ. (۱۳۹۰). *روش ارزیابی و سنجش کیفی متون ترجمه شده از عربی به فارسی*. چ ۱. قم: انتشارات یاران.
- نیومارک، پیترو. (۱۳۸۲). *دوره آموزش فنون ترجمه*. ترجمه منصور فهیم و سعید سبزیان. چ ۱. تهران: انتشارات رهنما.
- ونوتی، لارنس. (۱۳۷۴). *استراتژی‌های ترجمه. فصلنامه مترجم*. ش ۲۰.

هاوس، جولیان. (۲۰۱۰). *مقدمه‌ای بر مطالعات زبان و ترجمه*. ترجمه علی بهرامی. ج ۱. تهران: انتشارات رهنما.

- Afrouz, Mahmoud, and Shahi, Mohammad. (2019) Translation after Wittgenstein, *Perspectives*, DOI: 10.1080/0907676X.2019.1634881
- Afrouz, M. (2019). How Different Muslim Translators Render the Holy Qur'an into English? The Case Study of Sunni, Shia and "neither Sunni nor Shia" Translators. *SKASE Journal of Translation and Interpretation*. 12 (1). 1-14.
- Damiri, S, Ahmadi A. (2010). Strategies Used in Translating Humor. *Translation Studies*. Vol. 8 (31). 5-71.
- Dehbashi Sharif, F., & Sohrabi, A. (2015). To what extent the strategies that Gottlieb offered in his subtitling typology are applicable into the Persian-to-English subtitling? *ELT Voices*. 5 (3). 73-87.
- Eftekhari, N. (2009). *Contrastive Study of the Translation Strategies of Colloquialism in the English Subtitles of Post-Revolution Iranian Films*. M.A. Dissertation, University of Isfahan.
- Gottlieb, H. (1992). *Subtitling: A new university discipline*. In: C. Dollerup & A. Loddegaard (Eds.). Teaching translation and interpreting: training, talent and experience (pp.161-170). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Javadi, P. (2010). *Study of Translation of Humor in English-Persian Dubbed Cartoons*. M.A. Dissertation, University of Isfahan.
- Vossoughi, H, Saba L. (2005). Problems of Translating Humor in Subtitling. *Translation Studies*. Vol.3 (10). 9-28.