

ترجمه تطبیقی ضرب‌المثل‌های انگلیسی به فارسی از لحاظ زبان‌شناسی

تاریخ دریافت: ۹۰/۶/۵

تاریخ پذیرش: ۹۰/۸/۱۵

بهمن گرجیان*

هدی نیسی**

چکیده

ترجمه تطبیقی ضرب‌المثل‌های انگلیسی به زبان فارسی، مترجمان ایرانی را در مقایسه زبان مبدا (SL) با زبان مقصد (TL) با مسایلی از قبیل کاربردهای لغوی، سبک ادبی، فرهنگ و ساختار یا معنی مواجه می‌سازد. در این مورد، عوامل اصلی در ترجمه و برابری در دو زبان مبدا و مقصد در سه حوزه زبان‌شناسی از قبیل شکل (form)، محتوا (content) و موقعیت (context) در دو زبان‌های مبدا و مقصد قرار می‌گیرند. مقاله حاضر با ارایه طرح سه نسخه‌ای در صدد یافتن راه حلی کاربردی برای ترجمه ضرب‌المثل‌های انگلیسی به فارسی با حداقل افت از لحاظ ساختاری، معنایی و مفهومی است.

کلیدواژه‌ها: ترجمه، ضرب‌المثل‌ها، فارسی، انگلیسی، معادل‌یابی، زبان مبدا و مقصد.

*. عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد آبادان، گروه مترجمی، آبادان، ایران.

** دانش‌آموخته ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات خوزستان، خوزستان،

ایران.

مقدمه

ضرب‌المثل‌ها جملات استعاری کوتاهی هستند که حاوی نکات پندها و گفته‌های اخلاقی هستند و ریشه در فرهنگ و ادبیات یک ملت دارند و به دلیل کثرت استفاده در بین مردم یک زبان از لحاظ فرهنگی ریشه دارند (فرهنگ آکسفورد). از آنجایی که هیچ ترجمه‌ای به طور کامل بهترین ترجمه نیست (رابینسون، ۱۹۹۷: ۲۵)، مترجم باید از مناسب بودن معادل‌های ضرب‌المثلی پیشنهادشده اطمینان داشته باشد. بر طبق نظریه کتفورد (۱۹۶۵) وقتی که جانشین‌های واژه‌ای در زبان مقصد وجود ندارند، تطابق اصلاً انجام نمی‌شود. با توجه به اظهار نظر وی، ضرب‌المثل‌ها جملات خاص فرهنگی و اجتماعی هستند و این اصول آنها به کلیشه‌های فرهنگی تبدیل شده که به طور فرهنگی به یک زبان ویژه وابسته هستند.

هویت استنباطی ضرب‌المثل‌ها می‌تواند جنبه دیگر دشواری ترجمه کردن ضرب‌المثل‌ها باشد. از این جهت که معنی معادل‌های زبان مقصد را ناواضح و تا حدی غیرقابل ترجمه می‌کند. بنابراین به یک طرح عملی نیاز است که مترجمان ضرب‌المثل‌های انگلیسی به فارسی و بالعکس قادر به معادل‌یابی صحیح در دو زبان شوند. بنابراین، یک طرح سه نسخه‌ای در ترجمه ضرب‌المثل‌ها به عنوان نتیجه این بررسی پیشنهاد شده است. این طرح با مطالعه مسایل زبان‌شناسی ساختاری (structurallinguistics)؛ یعنی واژگان، ساختار، مسایل زبان‌شناسی کنشی (functional linguistics) شامل حیطه‌های کاربردی ضرب‌المثل‌ها و حیطه فرازبانی (paralinguistics) بر روی معنی، منظور و نمادها در ترجمه ضرب‌المثل‌ها تمرکز می‌کند (ملا نظر، ۲۰۰۱).

قلمروی نمادشناسی (semiotics) یک تعریف فرازبانی دارد که حیطه‌های مصطلح کاربردی، معنایی، تصورات فرهنگی و نمادهای میان یک زبان را در طول تاریخ تحت پوشش قرار می‌دهد. بدین ترتیب، ترجمه کردن ضرب‌المثل‌ها فرآیند پیچیده‌ای است که

حیطه‌های ساختاری، واژگانی و انتزاعی به طور همزمان در آن لحاظ شده‌اند. مترجم باید با توجه به جوانب مختلف، این موارد را در ارائه معادل مناسب رعایت کند. به طور کلی، ضرب‌المثل‌ها گفته‌های استعاری در شکل کلیشه‌ای و طرح‌واره‌های ذهنی پیش‌ساخته در یک زبان هستند که راهنمای مفاهیم فرهنگی هستند. آنها همچنین منسوب به میراث فرهنگی یک ملت هستند و در میان مردم در طی سال‌ها شکل‌گیری و استفاده شده‌اند. آنها در عقاید و افکار مردم عمیقاً ریشه‌دار هستند که با قوه تجربه و استدلال فهمیده می‌شوند. مترجمان باید به مفاهیم، معانی عملی، شباهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگی ضرب‌المثل‌ها در دو زبان توجه کنند (گرجیان و مولونیا، ۱۹۹۹).

پیشینه تحقیق

ضرب‌المثل به عنوان یک بیان مغزدار و عامه‌پسند تعریف شده که به ارائه یک تجربه، شناخت، راهنمایی، مورد اخلاقی، حقیقت، هنر، نبوغ و امثال آن می‌پردازد. عقل و شعور یک ملت را می‌توان در این ضرب‌المثل‌ها درک کرد. فرهنگ ایرانی غنی از ضرب‌المثل‌هایی است که گفته‌هایش را به ندرت می‌توان در زبان‌های دیگر پیدا کرد (گرجیان و مولونیا، ۲۰۰۴).

حاتم و میسون (۱۹۹۰) در ترجمه اصطلاحات استعاری نظیر ضرب‌المثل‌ها، نظریه معادل‌یابی یک به یک یا ترجمه لغت‌به‌لغت را شکست خورده می‌دانند؛ زیرا معانی ضرب‌المثل‌ها در دو زبان مبدا و مقصد دارای معانی ضمنی (meanings connotative) غیرمستقیم و غیرنمادین است. اگرچه مترجمان در معادل‌یابی ضرب‌المثلی ممکن است در دو زبان شباهت‌های واژه‌ای بیابند، این شباهت‌ها به طور متفاوتی در فرهنگ زبان مقصد از لحاظ نمادشناسی (semiotics) معنی پیدا می‌کنند. برای مثال، ضرب‌المثل انگلیسی (He/she is a rabbit) «او یک خرگوش» است. «خرگوش» در فرهنگ انگلیسی نماد

فراموشکاری و سهل‌انگاری است؛ اما در فرهنگ فارسی معنی متضاد دارد و به باهوشی و چابکی اشاره می‌کند. نماد «خرگوش» در زبان فارسی و انگلیسی دارای دو نماد مختلف و متضاد است؛ بنابراین مترجم ضرب‌المثل انگلیسی «او یک خرگوش است» را در فارسی باید با معادل فارسی «او یک کودن است»، برابری کند. در ترجمه به زبان فارسی، مترجم باید کلمه «خرگوش» را به «کودن» تبدیل کند و نام «خرگوش» را در معادل فارسی حذف کند. در اینجا نماد حیوان از بین می‌رود و ضرب‌المثل انگلیسی به یک جمله ساده در فارسی تبدیل می‌شود.

کلمه «جغد» در ضرب‌المثل انگلیسی (He/she is an owl) «او یک جغد است»، دارای معانی مختلف و متضاد در زبان‌های انگلیسی و فارسی است. در فرهنگ ایرانی به معنی فال‌بد، مرگ و شانس بد است؛ در حالی که «جغد» در فرهنگ انگلیسی به طور سنتی به معنای عاقل و نماد فکر و شانس خوب است.

مثال بعدی نشان می‌دهد که حتی کلمات مشابه به طور مختلف دلالت ضمنی دارند. مثال‌های دیگری هستند که تفاوت‌های معنایی در دوزبان را نشان می‌دهند؛ مثلاً ضرب‌المثل انگلیسی (Cats have nine lives) «گربه‌ها نه جان دارند»، در معادل فارسی برابر است با ضرب‌المثل «گربه‌ها هفت جان دارند». این تفاوت فرهنگی و ضرب‌المثلی را به این قرار می‌توان شرح داد:

در فرهنگ ایرانی باور شده است که «گربه‌ها هفت جان دارند»؛ اما در فرهنگ انگلیسی «آنها نه جان دارند». بنابراین هر دو زبان مفهوم جان سخت بودن را دارند. معنی تلویحی این ضرب‌المثل در مورد کسانی است که راه‌گریز از مسایل و مشکلات سخت را دارند. اگرچه در معادل فارسی «سگ» به «گربه» و عدد «نه» به «هفت» تبدیل شده؛ ولی مفهوم هر دو ضرب‌المثل در دو فرهنگ انگلیسی و ایرانی مشابه است. این تغییر را در معادل‌یابی واژگانی می‌توان نمابرگردانی (symbolic change) نامید که در آن نماد زبان مبدا به

نماد زبان مقصد تبدیل می‌شود؛ به شرط آن که هر دو نماد مفهوم مشترک داشته باشند. بکارگیری این اصل در معادل‌یابی ضرب‌المثل‌ها آثار زیبایی‌شناختی را در هر دو زبان ارایه می‌دهد.

حاتم و میسون (۱۹۹۰) ترجمه ارتباطی را در ارائه معادل برای عناصر اجتماعی و فرهنگی و استعارای زبان پیشنهاد داده‌اند. آنها (۱۹۹۰: ۱) بر این باورند که «ترجمه قبول معنا بین زبان متن مبدا (ST) و خوانندگان متن مورد نظر (TT) است که هر دو آنها در چارچوب‌های مختلف اجتماعی خود قرار دارند». کلی (۱۹۷۹: ۲۲۰) یک رویکرد عملی سبک‌شناسی را نشان می‌دهد و تمرکز در سبک سخن را به جای تمرکز بر ساختارها در زبان‌های مبدا و مقصد پیشنهاد می‌دهد. نیومارک (۱۹۸۱: ۳۹) ترجمه معنایی (semantic translation) و ارتباطی عبارات را ترجیح می‌دهد. حاتم و میسون (۱۹۹۰) معتقد هستند که ترجمه به طور غیرساختاری باشد و باید در سطح مفهومی (conceptual) بین مترجم و خواننده ارتباط ایجاد کند. آنها (۱۹۹۰: ۸) بیان می‌دارند که «مترجم به دنبال دستیابی به قضاوت در مورد معنای در نظر گرفته شده از متن در حوزه کاربردی است. سپس آنان (۱۹۹۰: ۶) می‌افزایند که «این اشتباه است که فرض کنیم که معادل یک به یک برای تمام اقلام واژگانی در دو زبان وجود دارد».

ناید/ (۱۹۶۴) به ارائه تفاوت بین معادل‌یابی رسمی، مثلاً در متون علمی و پویا در شعر پرداخته است. معادل رسمی نزدیک به شکل و محتوا بین دو زبان و معادل‌های پویا به اصل هم‌ارزی (equivalent) و تاثیر آن در خواننده اشاره دارد. در مورد دوم، جای تفسیر وجود دارد؛ در حالی که در مورد اول، یعنی معادل‌یابی رسمی هیچ‌جایی برای تفسیر وجود ندارد و معنای تحت‌اللفظی مهم است.

اگرچه نزدیک‌ترین معادل را در هر دو زبان نمی‌توان به دست آورد (گرجیان و مولونیا، ۲۰۰۴)؛ با وجود این مترجم تلاش می‌کند تا در شرایط خاص به یک معادل مناسب

برسد. حاتم و میسون (۱۹۹۰) و کتفورد (۱۹۶۵) بر این باورند که نیازی به تلاش در رسیدن به مناسب‌ترین ترجمه به خصوص در ارائه عبارات استعاری نیست؛ بلکه مترجم باید نزدیک‌ترین معادل را مد نظر قرار دهد.

تیتلر (۱۹۰۷: ۹) سه سطح از کفایت ترجمه را به این شرح پیشنهاد کرده است: (۱) ترجمه باید معنی کاملی از عبارات استعاری ارایه دهد؛ (۲) سبک و شیوه نگارش باید دارای همان خصوصیت با متن اصلی باشد و (۳) ترجمه باید دارای همه ترکیبات در متن اصلی باشد. بر طبق نظریه ناید/ (۱۹۶۹: ۱۶۴)، الزامات اساسی ترجمه عبارات استعاری به این شرح است: (۱) اثرگذاری؛ (۲) انتقال مفاهیم و ساختارهای متن اصلی؛ (۳) دارا بودن شکل طبیعی و روانی بیان و (۴) ارایه معادل مشابه.

مشکلات معادلیابی ضرب‌المثل به درک مترجمان از ساختار و محتوای زبان مبدا در ترجمه عبارات استعاری اشاره دارد که به مشکلات اساسی در ترجمه تبدیل می‌شود. اما علاوه بر این مسایل، مشکلات فرهنگی بسیار بیشتر از مشکلات ساختاری ضرب‌المثل‌هاست؛ زیرا آنها ریشه در مفاهیم فرهنگی یک ملت دارند و به اصطلاح فرهنگ محور (cultural-oriented) هستند؛ مثلاً از لحاظ فرهنگی معادل ضرب‌المثل «کاسه داغ‌تر از آتش» در انگلیسی «More catholic than Pope» است که در اینجا مفهوم رسانده شده است؛ ولی اگر به فارسی «از پاپ کاتولیک‌تر است» ترجمه شود، برای خواننده فارسی زبان نامانوس است؛ زیرا این معادل بار فرهنگی مسیحی دارد و مثل معادل اول موثر نیست. این امر باعث می‌شود که بار ساختاری معنایی و فرهنگی در زبان مقصد دچار تغییر شود؛ ولی این تغییرات نباید موجب نرساندن پیام ضرب‌المثل شود. حاتم و میسون (۱۹۹۰: ۲۱-۲۲) راه حل معادلیابی ضرب‌المثل‌ها را در حل این مشکلات: (۱) فهم متن، (۲) نقل و انتقال معنا و (۳) ارزیابی ترجمه می‌بینند. آنها اشاره کردند که «ترجمه موجب عدم تطابق برخی از مقوله‌ها در زبان مقصد می‌شود».

ترجمه ضرب‌المثل‌ها

ملانظر (۲۰۰۱: ۵۳) ضرب‌المثل را به عنوان «یک واحد معنایی در یک موقعیت خاص تعریف می‌کند که از طریق آن، گوینده و شنونده به یک معنی واحد می‌رسند». بر این اساس، ضرب‌المثل‌ها جمله یا عبارتی به معنای کامل و شبیه به گفته‌ها و پندهایی هستند که به انتقال مفاهیم فرهنگی، افسانه‌ای و میراث فولکلور یک ملت می‌پردازند. آنها بر اساس داستان‌های تاریخی و مشترک در ذهن مردم ریشه دارند (گرجیان و مولونیا، ۲۰۰۵). بیکن و کالو (۱۹۷۴: ۱۳۹) برای ترجمه ضرب‌المثل‌های زبان مبدا به مقصد، سه شیوه را پیشنهاد می‌دهند: (۱) می‌توان آن را با یک ضرب‌المثل در زبان مقصد معادل و جایگزین کرد؛ (۲) کلمات مشترک ضرب‌المثل را در زبان مبدا معادل نوشته، معنی تحت‌اللفظی آن را نوشت و (۳) معنی آن را می‌توان به طور مفهومی بیان کرد.

ناید (۱۹۸۵) اشاره می‌کند که ضرب‌المثل‌ها عبارات استعاری خاص هستند و مترجم باید مفاهیم ضرب‌المثلی در زبان مبدا و مقصد را در مورد شباهت‌ها و تفاوت‌های دو زبان بداند. ملانظر (۲۰۰۱: ۵۴) تاکید می‌کند که ضرب‌المثل‌ها را نمی‌توان به معنای کلمه به کلمه ترجمه کرد و گاهی ممکن است که هیچ معادل تمثیلی مشابه در زبان مبدا و مقصد نباشد. بنابراین، او دو راهکار را در ترجمه ضرب‌المثل پیشنهاد می‌کند: الف) برخی از ضرب‌المثل‌های مشابه را می‌توان در دو زبان با فرم، واژگان و معنا کم و بیش مشابه پیدا کرد؛ به عنوان مثال: «دیر رسیدن بهتر از هرگز نرسیدن است». این ضرب‌المثل با معادل دقیق آن در زبان انگلیسی «Better late than never» است و ب) خیلی از ضرب‌المثل‌ها ممکن است در دو زبان یافت شوند که دارای معانی مشابه ولی ساختار و واژگان متفاوت هستند و می‌توانند در موقعیت‌های مشابه استفاده شوند؛ به عنوان مثال، «او انگشت در هر کیکی می‌زند». هرچند ساختار و واژگان متفاوت است؛ استفاده از آن در موقعیت مشابه در زبان فارسی وجود دارد و می‌توان معادل آن را در زبان انگلیسی به «He has a finger in

«every pie» ترجمه کرد. ضرب‌المثل زبان فارسی آن «نخود هر آشی» است. داف (۱۹۸۹: ۱۱) اشاره می‌کند که «عبارات اصطلاحی به ندرت قابل ترجمه هستند. اینها شامل اصطلاحات، تمثیل‌ها، استعاره‌ها، ضرب‌المثل‌ها و گفته‌های قصار هستند. داف همچنین اشاره می‌کند که اگر این عبارات هیچ معادلی در زبان مقصد نداشته باشند، مترجم ممکن است معادل آنها را به این شرح ارائه دهد:

(۱) ترجمه تحت اللفظی، (۲) استفاده از کلمه اصلی و توضیح آن در گیومه، (۳) دادن معادل‌های نزدیک در زبان مقصد و (۴) ترجمه ضرب‌المثل به غیر ضرب‌المثل. در نهایت، داف (۱۹۸۹) تاکید می‌کند که اگر معادل مناسب ضرب‌المثل در زبان مقصد وجود نداشته باشد، مترجم باید آن را به حتی‌المکان برابری معنایی کند. ویناری و داربلنت (۱۹۹۵: ۳۴۲) معتقد هستند که معادل ضرب‌المثل در زبان مقصد باید «معنایی مشابه زبان مبدا به وجود آورد؛ هرچند از جمله‌بندی کاملاً متفاوت استفاده می‌کند. «این رویکرد می‌تواند برای حفظ تاثیر سبکی ضرب‌المثل در زبان مبدا و مقصد مورد استفاده قرار گیرد. به گفته آنها، وقتی یک معادل ایده‌آل است که مترجم با ضرب‌المثل‌ها، اصطلاحات، کلیشه‌ها، عبارات اسمی یا وصفی و نام حیوانات روبرو شود؛ زیرا در زبان استعاری همه این عناصر دارای معانی چند پهلو و تلویحی هستند. رویکرد بیکر (۱۹۹۲) به معادل ترجمه بر سطوح زبانی و کاربردی معادل‌ها متمرکز است. ریاضی (۲۰۰۳) سه روش برای معادل‌های ترجمه در سطح کلمه، جمله و مفهوم ارائه داده است.

وی با تاکید بر رویکرد مفهومی در ترجمه ضرب‌المثل می‌افزاید که اصطلاحات و ضرب‌المثل‌ها را نمی‌توان به صورت کلمه به کلمه ترجمه کرد؛ بلکه باید به ترجمه مفاهیم معادل آنها در زبان مقصد برای انتقال معنا و تاثیری مشابه زبان مبدا بر خوانندگان پرداخت. سعد (۲۰۰۳: ۱۰) بر این باور است که «برای مترجم، جهت انتقال یک متن ادبی، درک ساختار درونی متن کافی نیست». بارنول (۱۹۸۰) بیان داشته است که مترجم به درک ساختارها

و مفاهیم اصطلاحات و ضرب‌المثل‌ها نیاز دارد. وِتونِی (۱۹۹۸: ۲۱) بر محدودیت‌های زبان‌شناسی در ترجمه متون ادبی و مطالعات ترجمه در زبان مبدا در دهه ۱۹۸۰ تمرکز کرده است. توری (۱۹۹۵) معتقد است که نظریه ترجمه اصطلاحات و ضرب‌المثل‌ها باید علمی باشد و به بررسی شیوه‌های ترجمه واقعی بپردازد. وی بر استراتژی‌های ترجمه و گفتمان برای رسیدن به «مقبولیت» یک ترجمه تاکید می‌کند. به اعتقاد توری (۱۹۹۵: ۶۱) «مقبولیت» (acceptability) ترجمه، «شیوه‌هایی است که در آن معادل‌یابی (finding equivalent) را در دوزبان مبدا و مقصد به وجود می‌آورد.

فرهنگ و ضرب‌المثل‌ها

به عقیده رابینسون (۱۹۹۷: ۱)، مطالعات ترجمه بخش لاینفک روابط بین فرهنگی در دو زبان مبدا و مقصد است. رابینسون بیان کرده است که «ما نیازمند روش جدیدی برای یادگیری و تدریس روابط بین فرهنگی هستیم که یقیناً وجود آن در برنامه‌های آموزش مترجم و مترجمان هم زمان در جهان احساس می‌شود». بنابراین مترجمان باید فرهنگ دوزبان مبدا و مقصد و روابط آن را با مذهب، رسوم، جشن‌ها، زبان‌ها، مکان‌های جغرافیایی، آب و هوا، جنبه‌های فرهنگی و میراث مطالعاتی هر دو زبان بررسی کنند؛ به طور کلی همه این اجزا باید در نظریه‌های ترجمه و به طور خاص در تبیین و ترجمه ضرب‌المثل‌ها لحاظ شوند. از نظر او این روابط می‌توانند به چهار دسته طبقه‌بندی شوند:

۱) طبقه زبان‌شناختی: برای مثال، آواشناسی، واژه‌شناسی، ساختارشناسی، دستور زبان، متن و نوع ادبی.

۲) طبقه اجتماعی - زبان‌شناختی: برای مثال بافت زبان، موقعیت، روابط نقش - کاربرد، طبقه‌های اجتماعی، تغییرات سبکی، ارزش‌های فرهنگی، نرم‌ها، قواعد، لایه‌های زبانی و ارزش‌های نژادی و قومی.

۳) طبقه روان‌شناختی-زبان‌شناختی: برای مثال انگیزش، نگرش، شخصیت، میل ذاتی، پردازش ذهنی و ادراکی، دانش پیش‌زمینه‌ای و طرح‌واره‌های ذهنی.

۴) طبقه عملکردی: برای مثال معانی مورد نظر، خصوصیات معنایی و رمزگونه، معانی مفهومی، معانی ضمنی، معانی ضمنی در مقابل مجازی، علایم، نمادها و مفاهیم بحثی. باید اشاره کرد که همه موارد مذکور در مقوله فرهنگ مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. به بیان دیگر بر اساس نظریه رابینسون فرهنگ همیشه موثرتر و خلاق‌تر از تمرکز بر ساختارهای انتزاعی زبان‌شناختی یا موارد متعارف فرهنگی است. عناصر فرهنگی یک زبان اغلب در دوره‌های یادگیری مترجمان در جایگاه لایه زیرین است و مقولاتی چون خصوصیات زبان‌شناختی نقش لایه بیرونی را ایفا می‌کند؛ ولی خصوصیات زبان‌شناختی و عناصر فرهنگی هر دو بر معانی سخنان در زبان مبدا تاثیرگذار است و به طور غیرقابل اجتنابی باید به زبان مقصد انتقال داده شود. معانی دارای موقعیت‌هایی هستند که با مقوله‌های ساختاری و فرهنگی در تعامل هستند. مترجم باید خصوصیات زبان‌شناختی، کاربردی و فرهنگی را در ترجمه ضرب‌المثل‌ها بداند.

علاوه بر این هر ضرب‌المثل معنای خاصی را در یک موقعیت فرهنگی و اجتماعی داراست. بنابراین ضرب‌المثل باید با توجه به انتقال همان ارزش‌های فرهنگی در زبان مبدا انتقال داده شود. ویت‌گنشتاین (۱۹۵۸) اعتقاد دارد که «معنی یک کلمه بستگی به منظور آن کلمه در گفتمان دارد». به بیان دیگر زبان چیزی است که مردم در تعاملات روزمره خود در جامعه استفاده می‌کنند. در این مورد معادل موجود در فرهنگ‌های لغت نمی‌تواند ایمن باشد. نرد (۱۹۹۱: ۷) بر اهمیت مسایل زبان‌شناختی در فرهنگ اعتقاد دارد و بیان می‌کند که «متون مبدا و مقصد هر دو معنی یک متن را در یک موقعیت خاص می‌رساند». او (۱۹۹۱: ۹) یک روش عملی را برای ترجمه ضرب‌المثل‌ها و عناصر فرهنگی زبان مبدا ارائه می‌دهد که از «ارتباطات فرهنگی» سرچشمه می‌گیرد. به بیان دیگر، معنی ضرب‌المثل‌ها را می‌توان

در موقعیت معنایی و تعاملی درک کرد که در آنها فرستنده و گیرنده در ارتباط هستند. علاوه بر این، ضرب‌المثل‌ها دارای انگیزه ارتباطی هستند و می‌توانند به طور متفاوتی در فرهنگ‌های مختلف تاثیرگذار باشند؛ برای مثال بکارگیری اصطلاح «لطف بزرگی کردی» در فارسی و «You did a big favor» در انگلیسی می‌تواند معنایی دو پهلو یا ایهام‌آمیز داشته باشد. ممکن است در یک موقعیت ساده تشکر از یک شخص و در موقعیتی دیگر گلایه‌ای طعنه‌آمیز باشد؛ مثلاً شخصی که می‌خواهد به شما کمک کند ولی شما را به دردمر می‌اندازد، از نظر زبان‌شناسی در حالی که ساختار جمله یکی است، از لحاظ معنایی و کاربردی دو معنی متفاوت دارد.

فهم نادرست مترجم از معنی ضمنی ضرب‌المثلی ممکن است که وی را در پیدا کردن معادل مناسب در زبان مقصد گمراه کند. نیدا (۱۹۹۶)، الزوبی و الحسنوی (۲۰۰۲) اعتقاد دارند که مترجم بیشتر تلاش می‌کند تا معنی را برساند و این کار را با انتقال ساختار زبان مبدا به زبان مقصد انجام می‌دهد؛ ولی هم‌زمان با یک مجموعه از مسایل زبان‌شناختی، سبکی و حتی فرهنگی مواجه می‌شود.

طرح پیشنهادی برای ترجمه ضرب‌المثل‌ها

ضرب‌المثل‌ها از لحاظ ساختاری، کاربردی، مفهومی، فرهنگی و موقعیتی حساس هستند. مترجم برای انطباق ساختار زبان مبدا و مقصد با این مسایل مواجه می‌شود؛ معادل دقیق؛ معادل نزدیک و معادل تحت‌اللفظی. یک معادل دقیق به مشابهت‌های زبان‌شناختی و گفتاری در دو زبان اشاره دارد. در حالی که معادل نزدیک به تفاوت زبان‌شناختی ساختاری ولی مشابهت مفهومی دو زبان اشاره دارد و ترجمه تحت‌اللفظی به ضرب‌المثل‌هایی با آوردن معانی کلمه به کلمه دلالت دارد. استراتژی آخر می‌تواند وقتی بکار گرفته شود که مترجم در پیدا کردن معادل‌های دقیق یا نزدیک با مشکل مواجه شود.

طرح پیشنهادی به منظور ترجمه ضرب‌المثل‌ها یک راهکار سه گانه به این شرح است: در این طرح سه نسخه قوی (strong version)، میانه (moderate version) و ضعیف (weak version) ارایه شده است.

۱. نسخه قوی

Money begets money، پول، پول می‌آورد.

Wolf does not eat wolf، گرگ، گرگ را نمی‌خورد.

Every ass likes to hear his brag، هر خری عرعر خودش را دوست دارد.

در ضرب‌المثل‌های بالا و ضرب‌المثل انگلیسی «گرگی در لباس میش»، در فارسی و معادل آن «A wolf in sheeping cloth» در زبان انگلیسی هر دو کاملاً در زبان مبدا و مقصد برابر دارند و مترجم هیچ مشکلی در برابری آنها ندارد. مفهوم این ضرب‌المثل اشاره به افرادی دارد که ذاتاً وحشی هستند؛ اما به نظر می‌رسد با ظاهری مهربان در شرایط عمومی رفتار می‌کنند.

بنابراین، در نسخه قوی، معادل دقیق در زبان مقصد وجود دارد که با ضرب‌المثل در زبان مبدا انطباق دارد. به عبارت دیگر، وجه مشترک در خواص لغوی، معنایی و مفهومی در هر دو زبان وجود داشته است.

۲. نسخه میانه

Time is money، وقت طلا است.

"Ifs" and "buts" butter no bread، با ما و اگر کار درست نمی‌شود.

I have butterflies in my stomach، دل‌م مثل سیر و سرکه می‌جوشد.

ضرب‌المثل انگلیسی «Carrying coal to New Castle»، در زبان انگلیسی که معادل

تحت‌اللفظی «بردن زغال سنگ به نیوکاسل» است، کنایه از حمل و یا بردن چیزی به مکانی که در آنجا به وفور یافت می‌شود. معادل مفهومی آن در زبان فارسی «زیره به کرمان بردن» است.

در این نسخه معادل بخشی از ضرب‌المثل در زبان مقصد وجود دارد. به عبارت دیگر، مشخصه‌های مشترک واژگانی در در زبان مقصد وجود ندارد؛ ولی یک مفهوم مشترک بین دو زبان دیده می‌شود. بنابراین، مترجم مفهوم این ضرب‌المثل را می‌گیرد و تلاش می‌کند، تا حد ممکن، یک ضرب‌المثل نزدیک به آن در زبان مقصد بیاورد.

مثال مذکور نشان می‌دهد که زبان‌های فارسی و انگلیسی سهم مشترکی از خصوصیات مفهومی مرتبط با ضرب‌المثل‌ها را دارا هستند. با این حال، ویژگی‌های لغوی آن‌ها دقیقاً ظاهر نمی‌شود؛ چراکه به مترجم کمک می‌کند تا به ارائه مضامین مشترک روی آورد که در دو زبان مفاهیم یکسانی نسبت به زبان‌های فارسی دارند.

در معادل انگلیسی، معادن زغال سنگ در «نیوکاسل» در بریتانیا وجود دارد؛ بنابراین، «زغال سنگ» در آنجا به وفور یافت می‌شود. در فارسی، گیاه زیره سبز (به عنوان مثال، زیره) وجود دارد که در «شهر کرمان» تولید می‌شود و می‌توان آن را به راحتی در این شهر واقع در بخش مرکزی ایران تهیه کرد. بنابراین، بردن «زیره» به «کرمان» بیهوده است؛ زیرا آن همانند حمل «زغال سنگ» به «نیوکاسل» است که آن نیز بیهوده است.

۳. نسخه ضعیف

The game is up. بازی تمام شده است.

Fear kills the rich. ترس آدم‌های ثروتمند را می‌کشد.

Guests and fish in three days got stale.

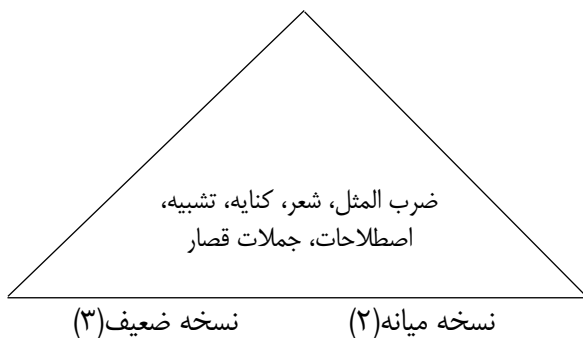
مهمان و ماهی بعد از سه روز که بمانند می‌گندند.

ضرب‌المثل انگلیسی «Anger has no eyes» به معنی تحت‌اللفظی «خشم چشم ندارد»، در زبان انگلیسی در مورد اشخاصی به کار می‌رود که وقتی عصبانی هستند حقیقت را نمی‌توانند ببینند. معادل لغوی و ساختاری این ضرب‌المثل در زبان فارسی وجود ندارد. مترجم ناچار است که این ضرب‌المثل انگلیسی را در زبان فارسی به غیر ضرب‌المثل ترجمه کند. به عبارت دیگر، مفهوم آن را کلمه به کلمه آورده است. مترجم در این مورد، سعی می‌کند به درک و تفسیر معنای این ضرب‌المثل در زبان انگلیسی بپردازد و پیام آن را در قالب یک جمله ساده در زبان مقصد منتقل کند.

بحث

بر اساس طرح ارائه شده، همه ضرب‌المثل‌های دو زبان را می‌توان به صورت واژگانی، ساختاری و مفهومی طبقه‌بندی و ترجمه کرد. این طرح قابل استفاده در ترجمه کلیه متون ادبی و غیرادبی در کلیه زبان‌هاست. این طرح بسیار انعطاف‌پذیر است و می‌تواند در ترجمه اصطلاحات و تمثیلات میان فرهنگی مختلف مورد استفاده قرار گیرد. مترجمان ممکن است نسخه‌های میانه و ضعیف را برای ارائه متون ادبی (مانند ضرب‌المثل، شعر، کنایه، تشبیه، اصطلاحات، جملات قصار، نقل قول‌ها و امثال آن) استفاده کنند و نسخه قوی را برای ترجمه متون غیر ادبی (مانند متون پزشکی، شیمی و امثال آن) استفاده کنند. بر اساس طرح پیشنهادی مذکور، مدل سه‌گانه ترجمه متون تطبیقی در زبان‌های مبدا و مقصد در شکل ۱ ارائه می‌شود.

نسخه قوی (۱)



شکل ۱. مدل سه گانه ترجمه متون تطبیقی

این سه نسخه از ترجمه ضرب‌المثل‌ها به مترجمان کمک می‌کند تا با استفاده از نسخه مناسب نزدیک‌ترین معادل را در زبان مقصد ارایه دهند. مترجمانی که با چنین طرحی کار می‌کنند باید از سلسله‌مراتبی سه نسخه آن آگاه باشند. ابتدا تلاش کنند که از نسخه قوی در معادل‌یابی استفاده کنند. اگر معادل دقیقی در زبان مقصد به دست نیاید، باید نسخه میانه را به کار گیرند و در صورت وجود مشکل در معادل‌یابی و برای مورد آخر سعی کنند از نسخه ضعیف استفاده کنند. استراتژی سوم می‌تواند برای آخرین راه حل اعمال شود و نباید قبل از تلاش برای کار با نسخه‌های اولیه از نسخه‌های قبلی استفاده شود.

نتیجه

زبان تمثیلی و به طور خاص ضرب‌المثل‌ها غنی و فشرده از تاریخچه فرهنگی هستند؛ بنابراین آنها باید بدون از دست رفتن معنی و اثر زیبایی‌شناختی ترجمه شوند. آنها عبارات یا جملات معنی‌داری هستند که نباید تحت‌اللفظی ترجمه شوند. سرانجام ضرب‌المثل‌ها به عنوان بخشی از زبان مثالی نسبت به فرهنگ یک زبان حساس هستند و معادل‌های آنها

در زبان مقصد ممکن است وجود نداشته باشد یا به سختی پیدا شود. بر اساس این پژوهش، مترجم در استفاده از طرح سه نسخه‌ای قوی، میانه و ضعیف در معادل‌یابی و ترجمه ضرب‌المثل‌ها یاری می‌رساند. لذا پیشنهاد می‌شود که مترجمان این سه نسخه را نه تنها در ترجمه ضرب‌المثل‌ها و پیدا کردن معادل‌های زبان مبدا و برابریابی در زبان مقصد بلکه در سایر کارهای ترجمه استفاده کنند.

کتابنامه

- Al-Zoubi, M. Q. R., & Al- Hassnawi, A. R. (2002). *Constructing a model for shift analysis in translation*. Retrieved 24 May, 2012 from: www.translationdirectory.com/article.1-23
- Baker, M. (1992). *In other words: A course book on translation*. London: Routledge.
- Catford, J. C. (1965). *An essay in applied linguistics: Theory of translation*. London: Oxford University Press.
- Duff, A. (1989). *Translation*. Oxford. Oxford University Press.
- Gorjian, B. (1996). *A survey of translated Holy Koran into English*. Afarinsh, 1, 1-16.
- Gorjian, B., & Molonia, S. (Tr.) (1999). *The concise dictionary of proverbs*. J. Simpson. Oxford. Oxford University Press. Translated into Persian. Ahvaz: Khaledin.
- Gorjian, B., & Molonia, S. (2001). *A contemporary dictionary of proverb*. Tehran: Farnaz.
- Gorjian, B., & Molonia, S. (2004). *A comprehensive dictionary of proverbs*. Tehran: Moatabar.
- Gorjian, B., & Molonia, S. (2005). *The ways to know life: Translated maxims*. Tehran: Rahnama.
- Hatim, B., & Mason, I. (1990). *Discourse and the translator*. London: Longman.
- Kelly, L. (1979). *The true interpreter*. Oxford: Basil Blackwell.

- Mollanazar, H. (2001). *Principles and methodology of translation*. Tehran: SAMT.
- Newmark, P. (1981). *Approaches to translation*. Oxford: Pergamon.
- Nida, E. A. (1964). *Toward a science of translating with special reference to principles and procedures involved in Bible translating*. Leiden: E. J. Brill.
- Nida, E. A. (1969). Science of translation. *Language*, 45, 3, 495-497.
- Nida, E. A. (1985). Translating means translating meaning: A sociosemiotic approach to translating. In H. Butler, (ed.), *Translators and their position in society* (pp. 119-125). Vienna: Wilhelm Braumuller.
- Nord, C. (1991). *Text analysis in translation: Theory, methodology and didactic application of a model for translation-oriented text analysis*. Amsterdam: Rodopi.
- Riazi, A. M. (2003). The invisible translation: The role of text structure. *Translation Journal*, 7, 2, 1-9.
- Robinson, D. (1997). *Becoming a translator: An accelerated course*. London: Routledge.
- Saad, I. (2003). Language and choice for learning/translating English. *Translation Journal*, 7(4), 1-10.
- Toury, G. (1995). *Descriptive translation studies and beyond*. Amsterdam and Philadelphia: John Bebjamins.
- Tytler, A. F. (1907). *Essay on the principles of translation*. London: Den.
- Venuti, L. (1998). *The scandals of translation: Towards an ethics of difference*. New York: Routledge.
- Vinay, J. P., & Darbelnet, P. (1995). *Comparative stylistics of French and English: A methodology for translation*, translated by J.C. Sager & M. J. Hamel. Amsterdam and Philadelphia: John Bebjamins.
- Wittgenstein, L. (1958). *Philosophical investigation*. Translated by G. E. M. Anscombe. Oxford: Basil Blackwell.