



رویکرد پنهان سیاست و ایدئولوژی در برگردان واژگان رسانه‌ای

رضاعلی قاسمی نسب  دانشجوی دکتری زبان و ادبیات عربی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

صادق عسکری  * دانشیار، گروه زبان و ادبیات عربی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

چکیده

واژگان در رسانه‌ها، هدفمند و برای القای مفاهیمی خاص، انتخاب می‌شوند، نگاهی گذرا به چگونگی - انتخاب واژگان در رسانه‌ها نشان می‌دهد معنای موردنظر رسانه‌ها در ورای واژگان پنهان می‌شود- انتخاب هدفمند واژگان، شامل فعالیت‌های ترجمه‌ای رسانه‌ها هم می‌شود. در این پژوهش، ابتدا به اهمیت و جایگاه ترجمه رسانه‌ای اشاره می‌کنیم، سپس در باره عواملی مانند سیاست و ایدئولوژی سخن می‌گوییم که چگونه به صورت نامحسوس در لایه‌های زیرین معنایی نفوذ کرده و خود را به شکل حقیقت به مخاطبان معرفی می‌کنند. روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی و تحلیلی و جامعه آماری، متون خبری ترجمه شده عربی به فارسی و برعکس است؛ به این صورت که با جست‌وجو در رسانه‌های عربی و فارسی، متون خبری‌ای که در چندسال اخیر در این رسانه‌ها منتشر شده بود، جمع‌آوری شد و از بین این متون خبری، عبارت‌هایی که در راستای اهداف پژوهش بود به صورت هدفمند انتخاب شده و مورد بررسی قرار گرفتند. هدف از انتخاب رسانه‌های مختلف این است که بگوییم تکنیک استفاده از واژه‌ها برای انتقال معنای پنهان در ترجمه رسانه‌ای، محدود به رسانه خاصی نیست و در رسانه‌های مختلف وجود دارد. نتایج به دست آمده بیانگر آن است که مترجمان رسانه‌ها در انتخاب واژگان، تابع باورها و سیاست‌های رسانه خود هستند؛ بنابراین، تلاش می‌کنند با زیرکی تمام، واژه‌ای را برای انتقال معنا در ترجمه انتخاب کنند که اهداف و خواسته‌های رسانه خود را تأمین کنند و معنای موردنظر آن‌ها به مخاطب منتقل شود. استفاده از واژگان جایگزین به کارگیری واژه‌های دارای بار معنایی منفی، تغییر واژگان و افزودن صفت به برخی از واژه‌ها از جمله روش‌هایی هستند که مترجمان رسانه‌ها برای القای معنای و مفاهیم موردنظر خود در ترجمه به کار می‌گیرند.

واژگان کلیدی: ترجمه، رسانه، سیاست، ایدئولوژی، سوگیری، بی‌طرفی.

مقدمه

ترجمه، فعالیتی هدفمند است و بسیاری از عبارتها و واژگانی که در ترجمه مورد استفاده قرار می‌گیرد از صافی باورها و عقاید مترجم عبور می‌کند. هنگامی که درباره ترجمه در رسانه‌ها صحبت می‌کنیم -هم باورهای مترجم و هم سیاست‌های رسانه‌ای- مترجم را به سوی مداخله ایدئولوژی در ترجمه سوق می‌دهد.

سیاست و ایدئولوژی دو منبعی هستند که خط‌مشی فعالیت رسانه‌ها را مشخص می‌کنند، معانی موردنظر رسانه‌ها یا از آنها نشأت می‌گیرد و یا با عبور از این دو صافی به مخاطبان منتقل می‌شوند. رسانه‌ها در جوامع گوناگون براساس ایدئولوژی و سیاست‌های مالکان آنها، اداره می‌شوند و به این دلیل، بخش‌هایی از رویداد را منعکس می‌کنند که در چارچوب منافع مالکان آنها باشد. مترجمان رسانه‌ها نیز شاید در ظاهر بی‌طرف باشند، اما در واقع دارای جهت‌گیری خاص خود بوده و به شیوه‌های مختلف در جهت تحقق اهداف رسانه‌ای خود هستند؛ آنها تلاش می‌کنند سیاست‌ها و باورهای ذهنی خود و مالکان رسانه را در ترجمه دخالت دهند و زبان مقصد را بر همین اساس ترجمه کنند. این موضوع را در پشت پرده همه رسانه‌ها حتی رسانه‌های به اصطلاح «آزاد» می‌توان مشاهده کرد و طبیعی است که میزان و شدت این مداخلات در رسانه‌های مختلف از جمله رسانه‌های دولتی و خصوصی متفاوت است.

شاید اگر از بیشتر مترجمانی که به صورت عملی اقدام به ترجمه در رسانه‌های مختلف کرده‌اند، درباره مداخله سیاست و ایدئولوژی در ترجمه پرسیده شود، هیچ‌یک از آنها، منکر این مداخله نمی‌شوند، بلکه آن را تأیید می‌کنند؛ چراکه مأموریت اصلی همه رسانه‌ها انتقال معنا است. رسانه‌ها، نیروهای انسانی و هزینه‌های هنگفتی را به کار می‌گیرند تا اندیشه‌ها و ایدئولوژی موردنظر خود را به مخاطبان خود منتقل کنند؛ برخی از این روش‌های انتقال معنا در رسانه‌ها به صورت مستقیم است و برخی دیگر به صورت غیرمستقیم. انتقال معنا با روش مستقیم، هم اثرگذاری رسانه را کاهش می‌دهد و هم ممکن است رسانه‌ها از سوی مخاطبان خود به سوگیری متهم شوند؛ سوگیری در رسانه‌ها موجب ریزش مخاطبان آنها می‌شود و به همین سبب رسانه‌ها ترجیح می‌دهند تا جایی که امکان‌پذیر است، روش غیرمستقیم را برای انتقال معنای پنهان موردنظر خود به کار گیرند تا مخاطبان خود را از دست ندهند.

یکی از روش‌های غیرمستقیم انتقال معنا در رسانه‌ها از جمله برای مترجمان رسانه‌ها، انتخاب واژگان است؛ واژگان، پویا، زنده و دارای بار معنایی مثبت یا منفی هستند و مترجمان تلاش می‌کنند در انتخاب واژگان در ترجمه، حساسیت بالایی به خرج دهند. گاهی برای معادل‌یابی یک واژه در ترجمه رسانه‌ای، گزینه‌های مختلفی دارند، اما آن‌ها سعی می‌کنند با دقت در انتخاب برخی از واژه‌ها که اهداف موردنظر رسانه‌ای آن‌ها را تأمین می‌کند، معنای موردنظر خود را به مخاطب القا کنند. این موضوع با استفاده از منابع موجود و به روش توصیفی-تحلیلی، دستمایه این پژوهش قرار گرفت؛ بدین صورت که با ذکر شاهد مثال‌هایی از رسانه‌ها که به مصداق‌های عینی سوگیری مترجمان در ترجمه اشاره دارد به چگونگی انتخاب واژگان موردنظر از سوی مترجمان با هدف رسیدن به اهداف موردنظر در رسانه خواهیم پرداخت. شواهد و مثال‌های موجود در این پژوهش، از روزنامه‌ها و سایت‌های اینترنتی گرفته شد که در پایان مقاله، نام و آدرس سایت‌ها ذکر شده است.

دو پرسش این پژوهش به این شرح هستند که «چه عواملی سبب می‌شود مترجمان رسانه‌ای در ترجمه، صددرصد بی‌طرف نباشند؟» و «مترجمان رسانه‌ها چگونه با انتخاب برخی از واژگان، سوگیری خود را پنهان می‌کنند؟». همچنین دو فرضیه پیرو پرسش‌های پژوهش مطرح می‌شود که به ترتیب عبارتند از: «سیاست و ایدئولوژی دو عاملی هستند که مانع از آن می‌شوند تا مترجمان در ترجمه رسانه‌ای، کاملاً بی‌طرف باشند» و «هر واژه‌ای بار معنایی مختص به خود را دارد؛ مترجمان رسانه‌ها از بین معانی مختلف کلمات، واژه موردنظر خود را زیرکانه انتخاب می‌کنند تا اهداف خاص آن‌ها در ترجمه محقق شود».

این پژوهش، دریچه‌نوینی را روی پژوهشگران ترجمه و فعالان عرصه رسانه بازگشایی می‌کند و به مترجمان، مهارت لازم را در تعامل با متون رسانه‌ای می‌دهد. همچنین آگاهی و مهارت لازم را در استفاده از اخبار رسانه‌ها در اختیار تمام افراد جامعه قرار می‌دهد و باعث جلوگیری از سوءاستفاده رسانه‌ها در جامعه می‌شود.

مترجمی که نسبت به تکنیک‌های مختلف رسانه‌ای در انتقال معنا از جمله انتخاب زیرکانه واژگان، شناخت بیشتری داشته باشد در ترجمه متون خبری و سیاسی حساسیت بیشتری به خرج می‌دهد و این موضوع کمک می‌کند تا با چشمان بازتری به ترجمه، اقدام

و حق مطلب را در انتقال معنای ترجمه، بهتر ادا کند. همچنین شناخت این تکنیک‌ها به او کمک می‌کند تا در نقد متون ترجمه شده به ویژه متون ترجمه شده سیاسی و خبری، دقت بیشتری داشته باشد و با موشکافی بیشتر، لایه‌های پنهان انتقال معنا را بهتر ببیند و در نقد این متون از آن بهره گیرد.

۱. پیشینه پژوهش

هر چند در حوزه ترجمه، پژوهش‌های گسترده‌ای انجام شده است، اما با مقاله، پایان‌نامه یا کتابی که به موضوع این پژوهش پرداخته باشد، مواجه نشدیم؛ البته مقالاتی مشابه این موضوع نوشته شده و برخی از کتاب‌ها نیز اشاره‌ای گذرا به آن داشته‌اند که از برخی از آن‌ها برای تقویت این پژوهش استفاده کردیم.

محمد مهدی فرقانی و احسان بخشنده در مقاله خود با عنوان «قدرت ایدئولوژی و زبان در رسانه؛ نقش ایدئولوژی در فرآیند برگردان متون خبری در مطبوعات ایران» به این نتیجه می‌رسند که مترجمان مطبوعاتی نیز همچون خبرنگاران، دبیران و سردبیران، تحت تأثیر ایدئولوژی و گفتمان غالب در جامعه قرار گرفته و با بهره‌گیری از تکنیک‌هایی نظیر مسکوت گذاشتن برخی از اخبار، گفتن بخشی از واقعیت‌ها، بزرگ و کوچک‌نمایی رویدادها و حذف و اضافه کلمات و جملات دلخواه در متن موردنظر، دخل و تصرف می‌کنند و ایدئولوژی خود را در ترجمه دخالت می‌دهند. با وجود تشابه فراوان این مقاله با پژوهش حاضر در تأثیرپذیری ترجمه از ایدئولوژی باید دانست که تفاوت این دو مقاله در تکنیک‌های مورد استفاده مترجمان در رسیدن به اهداف موردنظر است. تمرکز پژوهش حاضر بر انتخاب واژگان هنگام ترجمه عربی به فارسی یا فارسی به عربی و سهم آن‌ها در انتقال ایدئولوژی است.

علیرضا خان‌جان در مقاله خود با عنوان «اثر ایدئولوژی بر ترجمه خبر» به این نتیجه رسید که واکنش مترجم یا تولیدکنندگان متون خبری فارسی در قبال رویدادهای خبری انگلیسی، غالباً رفتاری ایدئولوژیکی بوده است.

هدی زمانی سرزنده در مقاله «نقش ایدئولوژی کشور در ترجمه اخبار سیاسی رسانه» معتقد است که مترجم هم می‌تواند مانند نگارنده متون سیاسی در روند ترجمه، یک ایدئولوژی دلخواه دیگر را وارد متن کند.

فردوس آقازاده و ایلین فیروزیان در مقاله خود با عنوان «بررسی بازنمایی ایدئولوژی در متون ترجمه شده سیاسی انگلیسی در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی» به این نتیجه رسیدند که از آنجایی که متون سیاسی اعم از متون زبان مبدأ و از تولید آن -در زبان مقصد- براساس متغیرهای فرازبانی شکل می‌گیرد، می‌توان ادعا کرد که هر یک از انتخاب‌ها، دستکاری‌های زبانی و راهبردهای به کار گرفته شده توسط مترجمان، نشأت گرفته از ایدئولوژی نهفته ویژه‌ای است تا از این رهگذر اذهان مخاطبان خود را جهت داده و به سوی پذیرش آنچه مدنظر دارند، هدایت کنند.

در «ترجمه و قدرت» اثر ادوین گنتزler^۱ و ماریا تیموکزکو^۲ (ترجمه سیدمحمد کریمی بهبهانی و بیتا عباسپور) به صورت گذرا به موضوع انتخاب واژگان اشاره شده است و اینکه چگونه یکی از مترجمان با انتخاب برخی از واژگان موردنظر از یک ملت مستقل، سلب قدرت کرد و موجب نارضایتی آن جامعه شد.

عیسی متقی‌زاده و سید علا نقی‌زاده در مقاله خود با عنوان «تأثیر مسائل ایدئولوژیک در کیفیت ترجمه اخبار عربی و با بررسی موردی ترجمه خبر شبکه الجزیره در خبرگزاری فارس» نشان دادند که چگونه یک متن خبری با دخالت‌های مترجم در گفتمان و ایدئولوژی متن مبدأ و تغییر در نوع پردازش آن به صورت متن متناسب با گفتمان و سیاست‌های رسانه‌ای خبرگزاری فارس در آمده است.

وجه اشتراک همه مطالعات اشاره شده این است که فقط اشاره‌ای گذرا به اهمیت انتخاب واژگان در ترجمه داشته‌اند و هیچ‌یک از آن‌ها به غیر از چند شاهد مثال درباره تکنیک‌هایی نظیر حذف و تعدیل واژگان، مصداق‌های عینی در زمینه انتخاب واژگان ذکر نکرده‌اند و شیوه‌هایی که در این مقاله برای رسیدن به اهداف رسانه‌ای در ترجمه با انتخاب واژگان ذکر شده است در این پژوهش‌ها وجود ندارد.

۲. جایگاه ترجمه رسانه‌ای

درباره جایگاه و اهمیت رسانه، دیدگاه‌های مختلفی نزد پژوهشگران این حوزه وجود دارد؛ برخی از آن‌ها، رسانه را صاحب قدرت و دارای اراده کامل برای تولید و انتقال پیام به حساب می‌آورند و برخی دیگر، آن را ابزاری در دست سیاست‌مداران می‌دانند. علاوه

1- Gentzler, E.

2-Tymoczko, M.

بر این، دیدگاه سومی هم دربارهٔ رسانه‌ها وجود دارد که به تعامل دوجانبه قدرت و رسانه معتقد است؛ به این معنا که رسانه‌ها برای خود دارای مأموریتی هستند که اهداف خاص خود را پیگیری می‌کنند و از صاحبان قدرت و سیاست هم تأثیر می‌پذیرند. همین دیدگاه‌ها را می‌شود دربارهٔ ترجمه هم داشت؛ چراکه هم کانالی برای انتقال معنا است و هم می‌تواند ابزاری در دست سیاست‌مداران باشد و هم می‌شود به تعامل دوجانبهٔ قدرت و ترجمه معتقد بود.

ترجمه فقط برگرداندن واژه‌ها از زبان مبدأ به زبان مقصد نیست؛ در ورای حروف، واژه‌ها و جملات ترجمهٔ رسانه‌ای، معنای پنهانی وجود دارد که به کارگیری هر یک از آن‌ها می‌تواند حرف‌هایی برای گفتن داشته باشد و این امر مأموریت مترجم رسانه را دشوار و اهمیت کار او را دوچندان می‌کند.

صاحبان رسانه‌ها تمایل دارند در کنار پیام آشکاری که از متون ترجمه شده به مخاطبان خود مخابره می‌کنند، پیام‌های پنهان هم به مخاطبان منتقل کنند و به همین سبب است که رسانه‌های مختلف جهان، بخشی از فعالیت اصلی روزمره خود را به ترجمه اختصاص می‌دهند و با به کارگیری مترجمان زبان‌های مختلف، تلاش می‌کنند رأساً به ترجمهٔ متون خبری مبدأ اقدام کنند و آن را در قالب و چارچوب موردنظر خود ترجمه کنند. روزانه هزاران اتفاق خبری از رسانه‌های مختلف به مردم سراسر جهان مخابره می‌شود، نوع نگاهی که بسیاری از مردم به رویدادهای خبری دارند براساس اطلاعاتی است که رسانه‌ها در اختیار آن‌ها قرار می‌دهند و یکی از دریچه‌های انتقال معنا در رسانه‌ها، ترجمه است. در بسیاری از مواقع، رسانه‌ها با انگاره‌سازی از حوادث و رویدادها به نفع خود بهره‌برداری می‌کنند و مترجم هم می‌تواند با مهارت خود دریچهٔ نوینی را برای مخاطبان رسانه بازگشایی کند. طبیعی است که هر چه مترجم دارای تجربه، دانش و مهارت بیشتری باشد، می‌تواند دستاورد بهتری در مأموریت خود داشته باشد و از این ابزار برای انتقال بهینه پیام خود بهره‌گیرد.

امروزه رسانه‌ها، قدرتمندترین ابزار برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی جامعه هستند؛ آن‌ها توان بالایی در صورت‌دهی به اندیشه مخاطبان خود دارند. بی‌جهت نیست که کشورهای قدرتمند جهان، دارای رسانه‌های قدرتمند هم هستند؛ «بدون تردید اطلاعات از تریبون رسانه‌های جمعی به صورت تصادفی، بی‌واسطه و مستقیم به مخاطبان انتقال

نمی‌یابد، بلکه اخبار و اطلاعات مختلف به وسیله فرآیندهای مشخص تصمیم‌گیری و صاحبان صنعت رسانه، پردازش و مهیا شده و به مخاطبان ارائه می‌شود» (امیدی و رشیدی، ۱۳۹۲).

یکی از فعالیت‌های مهم رسانه‌ها، ترجمه است. سختی کار ترجمه در رسانه‌ها در این است که مترجم از میان واژه‌های متعدد باید واژه‌ای را انتخاب کند که هم حق ترجمه را ادا کند و هم سیاست‌های رسانه‌ای در انتخاب او لحاظ شده باشد. «در بسیاری از موارد، معنا و مفهوم موردنظر نویسنده مطبوعات، پشت واژگان او پنهان است» (فرقانی، ۱۳۹۳). به عبارت دیگر، ترجمه در رسانه‌ها این است که مترجم در انتخاب واژگان به تنهایی تصمیم‌گیری نمی‌کند، بلکه عوامل دیگری به صورت محسوس یا نامحسوس، خارج از دنیای ترجمه در تصمیم‌گیری او سهیم هستند. مترجم در ترجمه خود تابع چارچوب‌هایی است؛ «واژگان و ترکیب‌ها در متون رسانه‌ای به ویژه خبر، صرفاً برای اطلاع‌رسانی به کار نمی‌روند، بلکه نهاد رسانه، نوع رویکرد خود به جریان‌های سیاسی و فرهنگی را از میان این واژگان و ترکیب‌ها بر افکار لایه‌های مختلف مخاطبان پرتوافکنی می‌کند» (شمس‌آبادی و شاهسونی، ۱۳۹۷).

۳. نقش سیاست در انتخاب واژگان

فرقی نمی‌کند یک مترجم رسانه‌ای قرار است در رسانه‌های چه کشوری و در چه نوع رسانه‌ای فعالیت داشته باشد - رسانه دولتی یا غیردولتی و خصوصی - در همه این شرایط، سیاست است که خود را در لایه‌های پنهان فعالیت‌های رسانه‌ای نشان می‌دهد. شاید میزان و نحوه دخالت سیاست در فعالیت‌های رسانه‌ای از جمله ترجمه از رسانه‌ای به رسانه دیگر مختلف باشد، اما ردپای آن در همه رسانه‌ها موجود است.

در علوم ارتباطات، اصطلاحی به نام «دروازه‌بان» (یونس شکرخواه، ۱۳۹۰) وجود دارد. نخستین کسی که در علم ارتباطات این اصطلاح را به کار برد کورت لوین^۱، پدر روانشناسی اجتماعی است؛ «به نظر وی، مجراهایی وجود دارد که اخبار از خلال آن می‌گذرند و در این مجراها نقاطی یافت می‌شود که همچون درب ورودی تلقی می‌شود و صرفاً برای بعضی از اخبار گشوده می‌شوند و بعضی دیگر را طرد می‌کنند» (کازنو^۲،

1- Lewin, K.

2- Cazeneuve, J.

۱۳۸۷). مترجمان رسانه‌ها نیز به نوعی دروازه بان هستند و «هرگز نباید مترجم را نوعی ماشین یا ربات فرض کرد، در هر حال او در فرآیند ترجمه خود، ویژگی‌های شخصی خویش را در اثر ترجمه شده برجای خواهد گذاشت» (گنجیان خناری، ۱۳۹۷).

رسانه‌ها، تکنیک و ترفندهای‌های مختلفی را برای انتقال معنا به مخاطبان خود به کار می‌گیرند؛ یکی از این شیوه‌ها، استفاده از نمای دوربین است. تصویربرداری از زوایای مختلف می‌تواند با اغراض خاصی انجام شود تا حاوی پیام پنهان برای مخاطبان باشد. رسانه‌ها گاهی با زوم کردن دوربین روی یک تصویر یا فاصله گرفتن دوربین از آن تصویر، معنای خاصی را القا می‌کنند. روش دیگر رسانه‌ها برای بهره‌گیری از رویدادها به نفع اهداف رسانه خود، استفاده از موسیقی است. موسیقی می‌تواند پیام خاص و هدفمندی را به شنوندگان القا کند. همچنین استفاده از دکور و نورپردازی مناسب، سهم بسزایی در انتقال معنا و پیام موردنظر رسانه‌ها دارد.

از جمله شیوه‌های پرکاربرد انتقال معنا در رسانه‌ها، واژگان هستند؛ بسیاری از واژه‌ها در رسانه‌ها به صورت هدفمند و زیرکانه انتخاب می‌شوند تا سهمی در انتقال معنایی خاص داشته باشند. فعالان عرصه رسانه از جمله مترجمان تلاش می‌کنند از بین واژه‌های مختلفی که می‌شود برای انتقال معنا به کار گرفت از واژه‌های جایگزین استفاده کنند تا به اهداف رسانه‌ای خود برسند. رسانه‌ها با به کارگیری این روش، پیام موردنظر خود را زیرکانه به مخاطب منتقل می‌کنند.

جست‌وجویی گذرا در سایت خبری بی‌بی‌سی فارسی و عربی انجام دادیم؛ شاید هزاران خبر در این دو سایت بارگذاری شده است، اما هرگز با عبارت‌هایی مثل «رژیم اشغالگر قدس» یا «الکیان المحتل للقدس» مواجه نشدیم در حالی که این واژگان در رسانه‌های جهان اسلام به وفور یافت می‌شود. انتخاب یا عدم انتخاب این واژه‌ها اتفاقی نیست، بلکه مصداق عینی هدفمندی واژه‌ها در رسانه‌ها است. «مترجم متون خبری در رسانه‌های مختلف در مورد پیام و گفتمان موجود در متن بسیار سختگیر است و تلاش می‌کند آن را به نحوی با گفتمان و ایدئولوژی حاکم بر رسانه خویش هماهنگ کند» (متقی‌زاده و نقی‌زاده، ۱۳۹۵). در ورای بیشتر این سوگیری‌ها، ردپای باورهای سیاسی وجود دارد؛ «هرچه مترجم به ظرافت‌های معنایی واژه در تراکیب‌های مختلف آگاه باشد، تحیر و سرگردانی وی نیز در انتخاب واژه بیشتر خواهد شد» (عنایی، ۲۰۰۴).

شکی نیست که امانتداری یکی از مهم‌ترین اصول ترجمه است و همه مترجمان تلاش می‌کنند تا در چارچوب این اصل به ترجمه متون مختلف اقدام کنند. علاوه بر این، فعالیت در رسانه دارای چارچوب‌هایی بوده و طبیعی است که رسانه‌ها براساس منافع صاحبان خود اداره شوند، از این رو، نمی‌شود چشم‌ها را بر واقعیت‌ها بست؛ مترجمی که رسانه به او مأموریت می‌دهد تا به ترجمه متون خبری برای آن رسانه اقدام کند، آزادی عمل یک مترجم خارج از آن رسانه را ندارد و باید در چارچوب سیاست‌های آن رسانه فعالیت کند و به همین سبب، او سیاست‌های رسانه خود را در ترجمه متن دخالت می‌دهد. میزان دخالت رسانه‌ها در ترجمه به ویژه ترجمه متون خبری از یک رسانه به رسانه دیگر، مختلف است؛ هر چند که معقول است میزان دخالت جهت‌گیری‌های سیاسی مترجم در یک متن خبری تا جایی باشد که به روح متن آسیبی وارد نشود، اما گاهی و در برخی از موقعیت‌ها کار به دستکاری هم می‌رسد. «ترجمه صرفاً نوعی بازتولید وفادارانه نیست، بلکه فرآیندی است عالمانه و عامدانه مشتمل بر انتخاب، جمع‌آوری، مونتاژ، تنظیم، ترکیب‌بندی، سرهم‌بندی و ساخت و حتی در برخی از موارد، دستکاری و تحریف» (گنتزلر و تیموکزکو، ۱۳۹۲).

این یک واقعیت است که ترجمه واحدی برای یک متن وجود ندارد و مترجمان مختلف می‌توانند براساس تجربه، سیاست‌های رسانه‌ای و باورهای شخصی برای یک متن، ترجمه‌های مختلفی داشته باشند. علاوه بر این، بسیاری از واژه‌ها در زبان مبدأ یا مقصد دارای چندین معنا هستند و مترجم می‌تواند از بین معانی مختلف یک واژه، آن واژه‌ای را که به سیاست‌های رسانه او نزدیک است، انتخاب کند. مترجمان رسانه‌ها به شیوه‌های مختلف درگیر محدودیت‌ها و قیدوبندها هستند. یک مترجم رسانه‌ای هر چند امانتدار واقعی هم باشد در برخی از موقعیت‌ها بر سر دوراهی امانت و سیاست قرار خواهد گرفت و چاره‌ای جز انتخاب یکی از آن‌ها ندارد. بیشتر آن‌هایی که ترجمه در دنیای سیاست را تجربه کرده‌اند به خوبی می‌دانند در این دوراهی، کفه سنگین ترازو به سمت سیاست است. «مترجم ممکن است به منظور خلق یک اثر از واژگان و ساختار خاصی بهره جوید تا بتواند پیام متن مبدأ را به نحوی که مدنظرش است به خواننده در گفت‌وگو مقصد انتقال دهد، بنابراین، گزینش واژه‌ها و ساختارها در اثر هر مترجم می‌تواند از یک الگوی فکری و هدف ایدئولوژیکی پیروی کند» (آقاگل‌زاده و فیروزیان، ۱۳۹۵).

یکی از دلایل اصلی سوگیری در ترجمه، سیاست است، چرا که مترجمان باید تلاش کنند در چارچوب سیاست‌های رسانه‌ای فعالیت کنند. حال با توجه به موضوع مقاله در ادامه به نکاتی اشاره می‌کنیم که یک مترجم چگونه با انتخاب واژگان در راستای سیاست‌های رسانه‌ای خود عمل می‌کند.

۳-۱. استفاده از واژگان جایگزین و دارای بار معنایی منفی

یکی از مأموریت‌های رسانه‌ها، بهره‌برداری سیاسی از رویدادهایی است که همه روزه در گوشه و کنار جهان اتفاق می‌افتد. آن‌ها تلاش می‌کنند از کوچک‌ترین رویداد به سود خود بهره‌برداری کنند. البته تلاش دیگر آن‌ها این است که به جانبداری هم متهم نشوند. استفاده از واژه‌های جایگزین، یکی از روش‌های پرکاربرد در رسانه‌ها است؛ رسانه‌ها با به‌کارگیری این روش، پیام پنهان موردنظر خود را زیرکانه به مخاطب منتقل می‌کنند.

پس از روی کار آمدن بن سلمان ولیعهد عربستان، روزنامه «العربی الجدید» خبری درباره دیدار بن سلمان با نخست‌وزیر اسرائیل منتشر کرد یا برخی از رسانه‌های عربی مانند روزنامه «المنار» فلسطین، شبکه خبری «المیادین» به نقل از یکدیگر، خبری را درباره دیدار یکی از وزیران اسرائیلی با ولیعهد عربستان منتشر کردند که مترجمان با انتخاب واژه موردنظر خود از آن، بهره‌برداری سیاسی کردند.

«نشرت صحيفة المنار بان هناك لقاء و فدی برئاسة و زیرالاسرائیلی الاسبوع الماضي مع و لی العهد السعودی فی ریاض» این عبارت می‌تواند این‌گونه ترجمه شود «روزنامه المنار منتشر کرد: یک هیأت اسرائیلی به ریاست نخست‌وزیر، هفته گذشته با ولیعهد سعودی در ریاض دیدار کرد». اما رسانه‌های ایرانی برای اینکه بتوانند از واژه «نشرت» در این عبارت بهره‌برداری سیاسی کنند، آن را چنین ترجمه کردند «روزنامه المنار فاش کرد» (خبرگزاری تسنیم، ۱۸ مرداد ۱۳۹۶)، «شبکه خبری المیادین فاش کرد» (خبرگزاری ایرنا، ۸ تیر ۱۳۹۷)، «روزنامه العربی الجدید فاش کرد» (باشگاه خبرنگاران جوان، ۲۱ بهمن ۱۳۹۸). استفاده از واژه «فاش کردن» یا واژه‌هایی مثل «پرده برداشت» در ترجمه این عبارت؛ یعنی حساس کردن ذهن مخاطب به این موضوع که دیداری در خفا انجام شده و دیدارکنندگان قصد نداشتند درباره آن به مردم اطلاع‌رسانی کنند، اما روزنامه المنار به این دیدار سرّی پی برد و درباره آن افشاگری کرد. این مترجم در حقیقت به دنبال القای

این مفهوم است که در ذهن مخاطب سؤالاتی درباره اهداف و چگونگی این دیدار مطرح شود و از همه مهم‌تر به دنبال چرایی برگزاری مخفیانه این دیدار باشد تا از این دیدار به سود سیاست‌های خود، بهره‌برداری رسانه‌ای کند.

مترجم این رسانه‌ها در ترجمه‌های خود دارای سوگیری بودند؛ یعنی سیاست رسانه‌های خود را در ترجمه این خبر دخالت دادند، اما برای دخالت سیاست رسانه‌ای خود در ترجمه، روش غیرمستقیم را انتخاب کردند و با انتخاب واژه‌ای که در راستای تحقق اهداف آن‌ها بود، تلاش کردند تا با یک تیر، دو نشان را هدف بگیرند؛ هم ایدئولوژی و سیاست رسانه‌ای خود را در ترجمه دخالت دهند و هم سوگیری آن‌ها در ترجمه به صورت پنهان باشد. ترجمه فعل «نشرت» به «فاش کرد» در این عبارت سبب شد مترجم، زیرکانه پیام پنهان خود را که بدنام کردن ولیعهد سعودی به سبب دیدار مخفیانه‌ای که با سران رژیم اشغالگر قدس داشته است را به صورت غیرمستقیم به مخاطبان منتقل کند تا ولیعهد سعودی را خائن به آرمان‌های ملت فلسطین معرفی و افکار عمومی را علیه او بسیج کند.

انتخاب واژگان در ترجمه در تنش‌های سیاسی بین دو کشور، دارای حساسیت بیشتری است و مترجمان موافق و مخالف تلاش می‌کنند واژه‌هایی را در ترجمه انتخاب کنند که در ورای انتخاب این واژگان اغراض خاصی نهفته است؛ این خبر در ۲۰ فوریه ۲۰۱۹ از زبان یکی از مقامات کشور عربستان اعلام شد.

«السعودية تعلن مقتل ۱۶ جندياً سعودياً في معارك مع الحوثيين» (قناة الجزيرة، ۲۰ فوریه ۲۰۱۹)؛ این عبارت می‌تواند این‌گونه ترجمه شود: «عربستان از کشته شدن ۱۶ سرباز سعودی در نبرد با حوثی‌ها خبر داد»؛ خبرگزاری مهر، این متن را چنین ترجمه کرد: «عربستان به کشته شدن ۱۶ نظامی خود در جنگ با یمن اعتراف کرد» (خبرگزاری مهر، ۲ اسفند ۹۷). این خبرگزاری واژه «تعلن» را که به معنای «اعلام کردن یا خبر دادن» است به «اعتراف کرد» ترجمه کرده تا از آن در راستای ایدئولوژی و سیاست‌های رسانه‌ای خود بهره‌برداری کند. استفاده از واژه «اعتراف کرد» یعنی مقامات عربستان سعودی تمایلی نداشتند این خبر رسانه‌ای شود و تلاش می‌کردند تا افکار عمومی از این خبر بی‌اطلاع باشد، اما اکنون به آن اعتراف کردند؛ مخاطبی که این خبر را می‌بیند یا

می‌شوند، ممکن است در ذهن او این سؤال ایجاد شود که احتمالاً پیش از این نیز این نوع دیدارها، اتفاق افتاده، اما مقامات عربستان احتمالاً آن را رسانه‌ای نکردند تا مخفی بماند.

در دوازدهم فوریه ۲۰۲۰ خبرگزاری «فلسطین الیوم» این خبر را درباره تمایل کشورهای عربی برای دیدار با نخست‌وزیر اسرائیل منتشر کرد: «خاخام یهودی یکشف: قاده خلیجیون یریدون لقاء تنتیاهو» (فلسطین الیوم، ۱۲ فبرایر ۲۰۲۰). خبرگزاری بین‌المللی قدس تلاش کرد با انتخاب هدفمند واژگان در ترجمه این خبر بزرگنمایی و اهداف رسانه‌ای خود را دنبال کند «افشاگری خاخام صهیونیست‌ها درباره اشتیاق کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس برای دیدار با نتانیاهو» (خبرگزاری قدس، ۲۳ بهمن ۱۳۹۸). مترجم این خبرگزاری می‌توانست این عبارت را این‌گونه ترجمه کند «خاخام یهودی خبر داد: سران کشورهای عربی خواستار دیدار با نتانیاهو شدند» یا «سران کشورهای عربی خواهان دیدار با نتانیاهو هستند»، اما این مترجم در ترجمه خود از واژه «اشتیاق» استفاده کرد تا با به‌کارگیری زیرکانه این واژه، پیام پنهان او به مخاطبان منتقل شود. او با انتخاب واژه «اشتیاق» شور و شوق و رغبت درونی سران کشورهای عربی برای دیدار با مقامات اسرائیل را برجسته و نفاق سران این کشورها را که در ظاهر، دم از آرمان‌های فلسطین می‌زنند، آشکار کرد تا مخاطبان، نسبت به آن‌ها بدبین شوند.

در ۲۳ دسامبر ۲۰۱۷ خبر «انَّ السُّلْطَاتِ السُّعُودِيَّةَ تَطَالِبُ الرَّجُلَ الْأَعْنَى فِي الْمَمْكَلَةِ الْوَلِيدِ بْنِ طَلَالٍ بِدَفْعِ سِتَّةِ مِلْيَارَاتٍ دُولَارًا تَمَنَّا لِإِفْرَاجِ عَنِّهِ» (قناة المنار، ۲۳ دسامبر ۲۰۱۷) روی خروجی خبرگزاری‌ها قرار گرفت. رسانه‌های فارسی‌زبان در ترجمه این خبر از واژه «باج‌خواهی» استفاده کردند؛ «درخواست باج ۶ میلیارد دلاری دولت سعودی برای آزادی ولید بن طلال» (پایگاه خبری فرارو، ۲ دی ۱۳۹۶). مترجم این عبارت می‌توانست بگوید «مقامات سعودی از ولید بن طلال خواستند برای آزادی خود، شش میلیارد دلار پرداخت کند»، اما او از واژه «باج‌خواهی» استفاده کرد. به علت تنش سیاسی کنونی موجود بین دو کشور ایران و عربستان، رسانه‌های ایرانی با انتخاب واژه «باج‌خواهی» که دارای بار معنایی منفی است و نوعی زورگیری را تداعی می‌کند، توانستند هم سوگیری خود را در ترجمه پنهان کنند و هم پیام پنهان آن‌ها که تخریب وجهه کشور عربستان بود به مخاطبان منتقل شد.

پس از حمله به تأسیسات نفتی عربستان، محمد بن سلمان ولیعهد این کشور در واکنش به این حادثه گفت: «إِنَّ مَا حَدَثَ هُوَ عَمَلٌ حَرِيٌّ». رسانه‌های ایرانی این جمله ولیعهد سعودی را این‌گونه ترجمه کردند: «ولیعهد سعودی مدعی شد که حمله به تأسیسات آرامکو اقدام جنگی از طرف ایران است» (خبر فارسی، ۸ مهر ۱۳۹۸؛ خبرگزاری دانشجو، ۸ مهر ۱۳۹۸ و خبرگزاری ایرنا، ۸ مهر ۱۳۹۸)؛ معنای این ترجمه رسانه‌های ایرانی این است که این گفته ولیعهد سعودی در حد ادعا است و مستند نیست. در صورتی که در این جمله، چهار نشانه تأکید وجود دارد: ۱- حرف إِنَّ، ۲- ضمیر فصل، ۳- جمله اسمیه و ۴- تنوین تَفْخِيم. شاید اگر مترجمی بدون در نظر گرفتن مسائل سیاسی و ایدئولوژی، این جمله را ترجمه می‌کرد، نزدیک‌ترین ترجمه به این عبارت، این بود که بگوید: «ولیعهد سعودی: بدون شک، حمله به تأسیسات آرامکو اقدام جنگی از طرف ایران است».

وزیر امور خارجه عربستان نیز درباره موشک‌های شلیک شده از سوی یمن به خاک عربستان اظهار نظر کرد و چنین گفت: «عادل الجبیر: صاروخُ الحوثيين الذي أُطلقَ على الرياضِ يحملُ بصماتِ إيرانيةً» این گفته وزیر امور خارجه عربستان را می‌توان به اشکال مختلف ترجمه کرد؛ از جمله:

الف: ادعای عادل الجبیر: موشکی که حوثی‌ها به سوی ریاض شلیک کردند، ساخت ایران است.

ب- اتهام عادل الجبیر: موشکی که حوثی‌ها به سوی ریاض شلیک کردند، ساخت ایران است.

ج: فرافکنی عادل الجبیر: موشکی که حوثی‌ها به سوی ریاض شلیک کردند، ساخت ایران است.

د: عادل الجبیر خبر داد: موشکی که حوثی‌ها به سوی ریاض شلیک کردند، ساخت ایران است.

در سه عبارت نخست، کلام عادل الجبیر ترجمه شده، اما استفاده از سه واژه «ادعا، اتهام و فرافکنی» در این ترجمه‌ها سبب خلق معنایی شد که به مخاطب ذهنیت می‌دهد و سبب می‌شود تا مخاطب، کلام عادل الجبیر را در حد اتهام و ادعا بداند، مترجمان با انتخاب هر یک از این ترجمه‌ها می‌توانند براساس سیاست‌های رسانه‌ای خود عمل کنند و

رسانه‌ها با به‌کارگیری این روش در ترجمه، این پیام را به مخاطبان خود منتقل می‌کنند که کلام مطرح شده در حد یک ادعا است و ثابت شده نیست در حالی که از ترجمه چهارم چنین برداشتی نمی‌شود. مترجم عبارت «یحمل بصمات ایرانیه» را به معنای «ساخت ایران» ترجمه کرده است در حالی که این عبارت می‌گوید «نشانه‌هایی از ایرانی بودن این موشک وجود دارد»؛ یعنی مثلاً احتمال دارد فناوری ساخت آن از ایران باشد یا مثلاً اینکه ایران آموزش‌های لازم را برای ساخت این موشک در اختیار یمن گذاشته باشد و یا این احتمال وجود دارد که قطعاتی از این موشک از ایران تهیه شده باشد و جملاتی مشابه آن، اما مترجم در ترجمه عبارت از جمله «ساخت ایران است» استفاده کرد که در راستای سیاست‌های رسانه اوست. شاید اگر سیاست‌های رسانه‌ای در ترجمه این عبارت، مداخله نمی‌کرد، این عبارت این‌گونه ترجمه می‌شد: «عادل الجبیر خبر داد: نشانه‌هایی از ایران در موشکی که حوثی‌ها به سوی ریاض شلیک کردند، وجود دارد» یا «رد پای ایران در موشکی که حوثی‌ها به سوی ریاض شلیک کردند، وجود دارد».

ترجمه‌های زیر، هم مصداق‌های عینی استفاده رسانه‌ها از واژگان جایگزین و دارای بار معنایی منفی است:

- «ادعای سفیر سعودی: ایران در امور عراق دخالت می‌کند» (خبرگزاری صدا و سیما، ۴ مهر ۱۳۹۴)

- «دیپلمات سعودی ادعا کرد: ایران منبع تروریسم است» (روزنامه اقتصاد، ۲۳ اردیبهشت ۱۳۹۵)

- «ادعای عادل الجبیر: اقدامات حزب‌الله به نفع لبنان نیست، بلکه به نفع ایران است» (افغان نیوز، ۸ سرطان ۱۳۹۵)

۲-۳. تغییر واژگان

رسانه‌ها مانند آینه‌ای نیستند که واقعیت‌های جهان را همان‌طور که هست به مخاطب منتقل کنند، بلکه آن‌ها تفسیر و برداشت خود از واقعیت را به اطلاع مخاطب می‌رسانند؛ «هیچ نشریه یا بنگاه سخن‌پراکنی وجود ندارد که خبر محض را به مردم ارائه کند، بلکه همگی جهت‌دار هستند» (آقاگل‌زاده، ۱۳۹۴). مترجمان رسانه‌ها هم در ترجمه مانند آینه عمل

نمی‌کنند، بلکه فعالیت آن‌ها، تحت تأثیر عوامل و شرایطی است که بر ترجمه اثرگذار است و شرایط سیاسی یکی از این عوامل است.

در ۱۳ اردیبهشت ۱۳۹۸ ظریف، وزیر امور خارجه جمهوری اسلامی ایران دربارهٔ تحرکات ناوهای آمریکایی در خلیج فارس گفت: «هر اتفاق یا سوء تفاهم کوچکی در خلیج فارس و تنگه هرمز می‌تواند به یک درگیری همه‌جانبه نظامی منجر شود»، این گفتهٔ ظریف در دو رسانهٔ عربی؛ یعنی «بغداد الیوم» و «المنار» چنین منتشر شد:

- ظریف: و قوع بعض الأحداث فی الخليج العربی و مضیق هرمز قدیودّی الی احتمال و قوع الصراع (بغداد الیوم، ۳ ما ۲۰۱۹)

- ظریف: و قوع بعض الأحداث فی الخليج الفارسی و مضیق هرمز قدیودّی الی احتمال و قوع الصراع (قناة المنار، ۳ ما ۲۰۱۹)

انتخاب واژهٔ «الخليج العربی» در پایگاه خبری «بغداد الیوم» به جای «خلیج فارس» که از زبان وزیر امور خارجه جمهوری اسلامی ایران نقل شده به وضوح سیاست‌های صاحبان این رسانه را در قبال جمهوری اسلامی ایران بیان می‌کند. واضح است که وزیر امور خارجه جمهوری اسلامی ایران هیچ‌گاه از واژهٔ خلیج عربی در سخنان خود استفاده نمی‌کند، اما پایگاه خبری «بغداد الیوم» این واژه را از زبان وزیر امور خارجه ایران بیان و با تغییر این واژه، اهداف رسانه‌ای خود را دنبال کرد.

مدتی قبل کشورهای تحریم‌کننده قطر، شش شرط خود را برای از سرگیری روابط به دوحه اعلام کردند. رسانه‌های ایران در تاریخ ۲۸ تیرماه سال ۱۳۹۶ مطلبی از سفیر امارات در سازمان ملل نقل کردند که مضمون آن چنین است: «اگر قطر این شش شرط را رعایت نکند، باقی ماندن دوحه در شورای همکاری خلیج فارس دشوار خواهد بود» (خبرگزاری صدا و سیما، ۲۸ تیرماه ۱۳۹۶). با اندکی تأمل در ترجمهٔ فارسی سخنان سفیر امارات در سازمان ملل می‌توان متوجه شد که در این ترجمه از واژه «خلیج فارس» استفاده شده است و قطعاً او از عبارت «الخليج الفارسی» در سخنان خود، استفاده نکرده است، اما مترجمان فارسی در چارچوب سیاست‌های رسانه‌ای خود این عبارت سفیر امارات را این‌گونه ترجمه کرده‌اند. پس از مدتی هیأت دولت عربستان تأکید کرد که «تصمیم به قطع روابط دیپلماتیک کشورهای عربی با قطر به دلیل پایند نبودن دوحه به قوانین شورای همکاری خلیج فارس است» (پایگاه خبری آفتاب، ۱۶ خرداد ۱۳۹۶)،

پایگاه خبری آفتاب هم از واژه «خلیج فارس» در ترجمه فارسی بیانیه هیأت دولت عربستان استفاده کرده که در چارچوب سیاست‌های رسانه‌ای این پایگاه خبری است. مترجمی که سیاست برای او چارچوبی را مشخص کرده باید در ترجمه خود نسبت به انتخاب این واژگان حساسیت به خرج دهد و در ترجمه خود از واژگانی استفاده کند که در راستای سیاست‌های آن رسانه باشد.

روابط سیاسی دو کشور دوست و دشمن در انتخاب واژگان ترجمه نقش دارد؛ وقتی روابط دو کشور تحت تأثیر مسائل سیاسی قرار می‌گیرد، رسانه‌ها، دقت بیشتری در انتخاب واژگان به خرج می‌دهند و در ورای واژگان آن‌ها حرف‌های بیشتری برای گفتن وجود دارد؛ مثلاً نام کشور ایران در عرف بین‌الملل «جمهوری اسلامی ایران» و نام کشور عربستان «عربستان سعودی» است، اما وقتی روابط این دو کشور بنا به هر دلیلی تحت تأثیر مسائل سیاسی قرار می‌گیرد، رسانه‌های عربستان برای معرفی کشور ایران از واژه‌های دیگری مثل «رژیم ایران، حکومت آخوندی و...» استفاده می‌کنند و در مقابل، رسانه‌های ایران به جای استفاده از نام رسمی کشور عربستان از واژه‌هایی مانند «رژیم آل سعود، رژیم سعودی و...» استفاده می‌کنند که «استفاده از واژه «رژیم» نشانه عدم اعتراف ایران به مردمی بودن حکومت عربستان است» (سلطانی و مقدسی‌نیا، ۱۳۹۵)

در چهارم بهمن ۱۳۹۳ که روابط ایران و عربستان هنوز دچار تنش‌های کنونی نشده بود، رئیس‌جمهور ایران در نامه‌ای به ملک سلمان، انتصاب او را به عنوان پادشاه عربستان تبریک گفت. «آقای روحانی در نامه خود به پیوندهای دینی و تاریخی میان جمهوری اسلامی ایران و پادشاهی عربستان سعودی، اشاره کرد و خواستار توسعه روابط دوجانبه شد» (خبرگزاری ایرنا، ۴ بهمن ۱۳۹۳). شبکه «العربية» در ترجمه این نامه رئیس‌جمهور ایران از واژه «جمهوری اسلامی ایران» استفاده کرد: «أعرب الرئيس روحاني في الرسالة عن أمله بمزيد من تنمية العلاقات الثنائية بين البلدين في المجالات ذات الاهتمام المشترك، وذلك نظراً إلى الأواصر الدينية و التاريخية بين الجمهورية الإسلامية في إيران و المملكة العربية السعودية» (قناة العربية، ۲۵ يناير ۲۰۱۵). اما این روزها به دلیل تنش‌های موجود بین ایران و عربستان، رسانه‌های این کشور از واژه «جمهوری اسلامی ایران» در متون خبری خود استفاده نمی‌کنند و یا به ندرت و با اغراض خاص استفاده می‌کنند تا این پیام را به افکار عمومی جامعه خود منتقل کنند که ایران، یک کشور اسلامی نیست. نمونه این

واژه‌گزینی‌ها را در فاجعه «منا» می‌بینیم: «در بررسی‌هایی که به صورت تصادفی از روزنامه‌های مختلف عربستان انجام گرفت، حتی در یک مورد از آن‌ها از نام رسمی ایران؛ یعنی «جمهوری اسلامی ایران» استفاده نشده بود (سلطانی و مقدسی‌نیا، ۱۳۹۵)

۱۵ آذر ۱۳۹۷ در جنوب ایران بمب‌گذاری شد، خبرگزاری تسنیم در محل وقوع حادثه، مصاحبه‌ای با سردار خاکپور، فرمانده وقت نیروی زمینی سپاه پاسداران انجام می‌دهد که او در آن مصاحبه می‌گوید: «این عملیات تروریستی هیچ حاصلی برای تروریست‌ها نداشته است» (خبرگزاری تسنیم، ۱۵ آذر ۱۳۹۷)، این در حالی است که شبکه العربیه به نقل از همین خبرگزاری می‌نویسد: «قال قائد القوات البرية للحرس الثوري الإيراني المتواجد في موقع الانفجار لوكالة تسنيم: إن المهاجمين لم يتمكنوا من تحقيق أهدافهم» (قناة العربية، ۶ دسامبر ۲۰۱۸). این شبکه در ترجمه واژه «تروریست‌ها» از واژه «المهاجمين» استفاده می‌کند تا با استفاده از واژه‌ای جایگزین در چارچوب باورها و سیاست‌های رسانه‌ای خود حرکت کند و ایران را قربانی تروریست معرفی نکند. شبکه العربیه همچنین درباره همین خبر به نقل از خبرگزاری فارس چنین نوشت: «أفادت وكالت فارس بهجوم انتحاری جنوب ایران» (قناة العربية، ۶ دسامبر ۲۰۱۸) در حالی که در متن خبرگزاری فارس چنین آمده است: «حملة تروریستی به چابهار» (خبرگزاری فارس، ۱۶ آذر ۱۳۹۷). این مترجم برای ترجمه «حملة تروریستی» از واژه «هجوم انتحاری» استفاده کرد نه «هجوم اِرهایی» تا در چارچوب سیاست‌های رسانه‌ای خود اقدام کرده باشد.

۳-۳. افزودن صفت به واژگان

افزودن صفت به واژگان یکی از راه‌هایی است که هم متن موردنظر ترجمه می‌شود و هم مترجم در راستای سیاست‌های رسانه‌ای که در آن مشغول است، حرکت می‌کند؛ «گاهی شرایط ترجمه و برخی از ضرورت‌های آن ایجاب می‌کند که مترجم، عبارت یا جمله‌ای را از متن اصلی حذف کند و یا بر آن بیفزاید و البته این، خاص یک زبان و یک مترجم نیست، بلکه در همه زبان‌ها وجود دارد» (محمد عبدالغنی حسن، ۱۳۷۶)

مترجمان تلاش می‌کنند افزودن صفت به واژگان به گونه‌ای باشد که مخاطب آن‌ها را به سوگیری متهم نکند؛ مثلاً استفاده از صفت «جوان» در عبارت زیر سبب نمی‌شود تا مخاطب این مترجم را به جانبداری متهم کند.

نائبُ الملك السعودی: لدينا الوثائقُ تُدَلُّ علی دورِ ایرانِ فی تفجیرِ الیمنِ الیومَ
الف- ولیعهد سعودی: اسنادی داریم که نشان می‌دهد؛ انفجار امروز یمن کار ایران است.
ب: ولیعهد جوان سعودی: اسنادی داریم که نشان می‌دهد انفجار امروز یمن، کار
ایران است.

هر دو عبارت بیان شده، متن اصلی را به فارسی ترجمه کرده‌اند با این تفاوت که
مترجم در ترجمه دوم، صفت «جوان» را برای ولیعهد به کار برده است. افزودن صفت
«جوان» در حقیقت این پیام را به مخاطب می‌رساند که این ولیعهد در دنیای سیاست
کم تجربه است و سخنان او از پختگی لازم برخوردار نیست.

نگاهی گذرا به چند شاهد مثال که در رسانه‌ها منتشر شده است، نشان می‌دهد که
چگونه افزودن صفت برای ولیعهد عربستان موجب آن شد تا خبر موردنظر، آن گونه که
در راستای سیاست‌های رسانه‌ای است در اختیار مخاطب قرار گیرد؛ «خط و نشان ولیعهد
جوان برای شاهزادگان و امرای سعودی» (سایت خبری بازتاب، ۷ آبان ۱۳۹۶)، «سرنوشت
عربستان در دستان ولیعهد جنجالی، عجول و جویای نام» (روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۴ آبان
۱۳۹۶) و «سایه سنگین قتل خاشقجی بر اصلاحات نمادین دیکتاتور جوان» (پایگاه خبری
عصر دیپلماسی، ۸ دی ۱۳۹۸).

«جبهةُ النصره تشعلُ النیرانَ فی مقراتها الموجودةَ بمنطقه وادی حمیدوالملاهی
بعدتراجُعها و خُرُوجها من مرتفعات عرسال» (قناة المنار، ۲۲ آگوست ۲۰۱۷)
الف: گروه النصره در آستانه عقب‌نشینی و خروج از ارتفاعات عرسال، پایگاه‌های خود را
در منطقه وادی حمیدوالملاهی به آتش کشید. (خبرگزاری مهر، ۱۱ مرداد ۱۳۹۶)
ب: گروه تروریستی النصره در آستانه عقب‌نشینی و فرار از ارتفاعات عرسال، پایگاه‌های خود
را در منطقه وادی حمیدوالملاهی به آتش کشید. (خبرگزاری ایران پرس، ۱۱ مرداد ۱۳۹۶)
مترجم در ترجمه دوم جبهة النصره را به «گروه تروریستی النصره» ترجمه کرده است
و با افزودن پسوند «تروریستی» در حقیقت در چارچوب سیاست‌های رسانه خود اقدام به
ترجمه این عبارت کرد. علاوه بر این، مترجم در ترجمه واژه «خروج» هم از واژه «فرار»
استفاده کرد تا با برجسته‌سازی و بزرگ‌نمایی عقب‌نشینی گروه النصره، معنای موردنظر
خود را به مخاطب القا کند.

رسانه‌های منطقه در تاریخ ۲۷ بهمن ۱۳۹۸ خبر آزادسازی شهر حلب سوریه را اعلام کردند. یکی از اولین رسانه‌هایی که این خبر را مخابره کرد، شبکه الجزیره بود که برای انتشار این خبر نوشت: «قوات النظام السوري تسيطر على مدينة حلب بالكامل» (قناة الجزيرة، ۱۶ فوریه ۲۰۲۰). این شبکه خبری سپس درباره آزادسازی این منطقه در متن خبر چنین می‌نویسد: «إثر معارك و حصارٍ استمرَّ أشهراً أعدت للفضائل المعارضة». این عبارت را می‌شود این‌گونه ترجمه کرد: «ارتش سوریه پس از چندین ماه نبرد با گروه‌های معارض این کشور، کنترل شهر حلب را در دست گرفت». رسانه‌های ایران از جمله سایت خبری عصر ایران و مشرق‌نیوز (۲۷ بهمن ۱۳۹۸) به نقل از شبکه الجزیره، خبر را این‌گونه منتشر کردند: «ارتش سوریه پس از درگیری با تروریست‌های جبهه النصره، کنترل کامل شهر حلب را در دست گرفت» منظور شبکه الجزیره از «الفضائل المعارضة» در این عبارت همان «جبهه النصره» است و سایت خبری عصر ایران و مشرق‌نیوز در ترجمه «الفضائل المعارضة» از صفت «تروریست» استفاده کردند تا ترجمه این عبارت در چارچوب سیاست‌های رسانه‌ای این سایت‌های خبری باشد.

۴. نقش ایدئولوژی در انتخاب واژگان

یکی از عوامل اصلی تأثیرگذار بر ترجمه در هر جامعه‌ای، ایدئولوژی حاکم بر آن جامعه است. این موضوع به ویژه در متون سیاسی و اخبار، نمود بیشتری دارد؛ «مطبوعات صرفاً بازگوکننده واقعیات پیرامون خود به صورت بی‌طرفانه نیستند، بلکه کارکرد آن‌ها اساساً ماهیتی ایدئولوژیکی دارد» (سلطانی، ۱۳۸۴).

«ایدئولوژی» مجموعه‌ای از افکار و باورهایی است که انسان‌ها پذیرفته‌اند و خود را پایبند به این باورها می‌دانند، این باورها همراه همیشگی انسان‌ها است و در موقعیت‌های مختلف ایفای نقش می‌کنند. ایدئولوژی‌ها مرزبندی می‌کنند و به ما می‌گویند مرزهای ما با دیگران کجاست؛ «در فرآیند ترجمه، مترجم مجهز به راهبردها، تکنیک‌ها و راهبردهای مختلفی است که با بهره گرفتن از آن‌ها -چه آگاهانه و چه ناآگاهانه- می‌تواند منظور و مقصود متن مبدأ را در متن مقصد به گونه‌ای که تمایل دارد، منعکس کند؛ در نتیجه می‌توان ادعان کرد که هرگزینش زبانی مترجم که در متن نمود پیدا می‌کند، همراه با خود بار ایدئولوژی خاصی را نیز حمل می‌کند» (فیروزیان و همکاران، ۱۳۹۷).

در ۱۴ سپتامبر ۲۰۱۷ یک هواپیمای جنگنده عربستان سعودی در جنوب یمن سقوط کرد. شبکه العربیه درباره آن چنین اطلاع‌رسانی کرد: «سقوط طائره حریبه سعودیه و استشهد قائدها باليمن» (قناة العربیه، ۱۴ سپتامبر ۲۰۱۷). این خبر در رسانه‌های ایران این‌گونه ترجمه شد:

- یک فروند جنگنده عربستان سعودی در جنوب یمن سقوط کرد و خلبان آن کشته شد (پایگاه خبری فردا، ۲۳ شهریور ۱۳۹۶).

- عربستان سقوط جنگنده خود در یمن را تأیید کرد و گفت که خلبان این جنگنده نیز کشته شده است (خبرگزاری تسنیم، ۲۳ شهریور ۱۳۹۶).

استشهد در زبان فارسی به معنای «شهید شدن» است، اما دو پایگاه اطلاع‌رسانی ایران، ایدئولوژی خود را در ترجمه این عبارت دخالت دادند و واژه استشهد را به «کشته شدن» ترجمه کردند. بدون شک یکی از دلایلی که سبب شد مترجم در این عبارت «استشهد» را به «کشته شدن» ترجمه کند، باورها و اندیشه‌های اعتقادی متفاوتی است که با نویسنده این متن دارد، او قصد داشت این خلبان را در خارج از مرزهای عقیدتی خود قرار دهد؛ زیرا از نظر مترجم افرادی که سال‌ها است در یک جنگ نابرابر، مردم عادی اعم از خردسالان و بزرگسالان را مورد هدف قرار می‌دهند و در جبهه مخالف افکار و اندیشه‌های اعتقادی او قرار دارند، شایسته مقام والای شهادت نیستند و برای تعبیر مرگ آن‌ها نه از واژه شهادت، بلکه باید از واژه دیگری استفاده کرد.

در ۱۷ آذر ۱۳۹۴ خبر «استشهد فلسطینی خلال اقتحام قوات الاحتلال مخیم الدهیشه» (المركز الفلستانی للإعلام، ۸ دسامبر ۲۰۱۵ و موقع عربی ۲۱، ۸ دسامبر ۲۰۱۵) در رسانه‌های فلسطینی منتشر شد. واژه «استشهد» در رسانه‌های فارسی این‌گونه ترجمه شد: «شهادت یک فلسطینی دیگر در پی یورش نظامیان رژیم صهیونیستی به اردوگاه الدهیشه» (خبرگزاری ایسنا و خبرگزاری دانشجو، ۱۷ آذر ۱۳۹۴). رسانه‌های ایران در این عبارت در ترجمه استشهد، واژه «به شهادت رسیدن» را به کار بردند تا ایدئولوژی خود را در ترجمه این عبارت دخالت دهند. این در حالی است که اگر یکی از شبکه‌های عرب زبان از وقوع انفجاری در اسرائیل خبر دهد و بگوید «تفجیر الیوم فی اسرائیل أدی الی ضحایا عسکریین» و یک مترجم ایرانی بخواهد این عبارت را به فارسی ترجمه کند، او در این

ترجمه خود، واژه «ضحایا» را به معنای «شهادت» ترجمه نخواهد کرد، بلکه در ترجمه این عبارت خواهد گفت: «بر اثر انفجار امروز در اسرائیل چند افسر نظامی به هلاکت رسیدند» یا «بر اثر انفجار امروز در اسرائیل چند افسر نظامی به درک واصل شدند».

بدون شک، حضور ایدئولوژی در ترجمه این عبارت سبب شد تا این دو عبارت به دو صورت ترجمه شود و انتخاب یکی از واژگان «کشته شدن» یا «شهید شدن» و یا «به هلاکت رسیدن» از سوی مترجم، اتفاقی نیست. ایدئولوژی و محدودیت‌های رسانه‌ای است که سبب شده مترجم واژگان مختص به عقاید و رسانه‌های خود را در ترجمه به کار گیرد. کسانی بوده‌اند که به دلیل ارائه دیدگاه‌های دیگر، کار خود را در رسانه‌ها از دست داده‌اند؛ «ری بانر، نویسنده نیویورک تایمز یک نمونه بسیار شناخته شده است، او تلاش می‌کرد سرمقالات خود را طوری تنظیم کند که بتواند از موانع ایدئولوژی آهسته عبور کند، اما بالاخره از روزنامه نیویورک تایمز اخراج شد و خبرنگاران زیادی بوده‌اند که سرنوشتی بهتر از این نداشته‌اند» (میشل و شوفل^۱، بی تا)

ردپای ایدئولوژی را در هر کجا که نشانه‌ای از مفاهیم باشد، می‌توان مشاهده کرد و مصداق عینی آن ترجمه‌هایی از قرآن است که مترجمان غربی به شیوه‌های مختلف، عقاید خود را در ترجمه قرآن دخالت دادند، یکی از افرادی که قرآن را به زبان آلمانی ترجمه کرد، ماکس هنینگ^۲ است: «او در بخش مقدمه ترجمه خود تصویری از دوره پیش از اسلام ارائه داد که نشان از جهل حاکم بر این دوران دارد که بر عقاید پیش از اسلام سایه افکنده بود، سپس به صورت حساب شده می‌گوید: مردم آن زمان هرگاه سنگی را می‌دیدند، پرستش می‌کردند. وی پس از بیان این مطلب با زیرکی به مباحث حجرالأسود پرداخته که حاجیان هنوز هم هنگام طواف آن را لمس می‌کنند» (نارنجی و حدادی، ۱۳۹۱). ارتباط جملات فوق با یکدیگر، موجب سوء تفاهم و لغزش‌های فکری خواننده خواهد شد، چراکه مخاطبی که این ترجمه را می‌خواند بین دو عبارت «پرستش سنگ در دوران پیش از اسلام و طواف حجرالأسود» ارتباط برقرار می‌کند و این مترجم با پیوند این دو موضوع به اهداف

1- Mitchell, P. and Schoeffel, J.

2- Henning, M.

پنهان خود که ارتباط دادن طواف حجرالأسود با پرستش سنگ در عصر جاهلیت است، می‌رسد.

در فرآیند ترجمه، مترجم به طور دائم در محاصره مفاهیمی است که در انتخاب واژگان ایفای نقش می‌کنند. مترجمی که در دوراهی تصمیم برای انتخاب واژگان قرار می‌گیرد، واژه‌ای را انتخاب خواهد کرد که به اندیشه‌ها و باورهای او نزدیک‌تر است؛ «لوفورا» معتقد است در هر سطحی از فرآیند ترجمه می‌توان نشان داد که اگر عوامل زبانی با عوامل ماهیت ایدئولوژی در تعارض باشد، مورد دوم بالاخره پیروز می‌شود» (جرحی ماندی، ۱۳۸۴).

در ۱۲ مرداد ۱۳۹۶ خبرگزاری‌های عربستان، خبری را از درگیری‌ها در منطقه شیعه‌نشین العوامیه این کشور منتشر کردند: «استشهد الخمیس مواطن سعودي فیما جرح آخر، أثناء عملية تأمين الأسر الراجعة فی مغادرة بلدة العوامیه، وذلك إثر اعتداء مسلح قام به إرهابیون علی الحافلة التي كانت تقلهم» (قناة العربیه، السبق الإخباری، ۳ اغسطس ۲۰۱۷). پایگاه بین‌المللی همکاری‌های خبری شیعه (شفقنا) این متن را این گونه ترجمه کرد: «پایگاه خبری سبِق وابسته به مقامات سعودی در این باره مدعی شد که عناصر مسلح ناشناسی به اتوبوس وابسته به یک جمعیت خیریه که در حال خارج کردن مردم عوامیه بود، تیراندازی کردند که منجر به کشته شدن یک تن و زخمی شدن یک تن دیگر شد» (پایگاه بین‌المللی همکاری‌های خبری شیعه «شفقنا»، ۱۴ مرداد ۱۳۹۶). در این متن عبارت «اعتداء مسلح قام به إرهابیون» به «عناصر مسلح ناشناس» ترجمه شد و در ترجمه این عبارت، خبری از ترجمه «ارهابیون» یعنی «تروریست‌ها» نیست. همچنین واژه «استشهاد» به «کشته شدن» ترجمه شد تا باورهای مترجم در ترجمه یک واژه دیگر در ترجمه دخالت داده شود. استفاده از فعل «مدعی شد» نیز نشان داد مترجم در تلاش است حمله به یک اتوبوس جمعیت خیریه را در حد یک ادعا بداند و در مخاطب خود، شک و تردید به وجود بیاورد تا محتوای این خبر به راحتی مورد پذیرش مخاطب قرار نگیرد.

پس از حمله به تأسیسات نفتی عربستان سعودی، انور قرقاش وزیر مشاور امور خارجه امارات به این حمله و اکنش نشان داد و در صفحه توئیتر خود نوشت: «تبریر الهجوم الإرهابی و الغیر المسبوق علی منشآت آرامکومن باب تطورات حرب الیمن مرفوض تماماً» (@anvargargash، ۱۶ سپتامبر ۲۰۱۹). رسانه‌های ایران در ترجمه این جمله چنین نوشتند: «توجیه حمله به تأسیسات آرامکو از دریچه تحولات جنگ یمن به طور کامل مردود است» (ایرنا، افکارنیوز، عصر خبر و قدس آنلاین، ۲۶ شهریور ۱۳۹۸). در جست‌وجویی که در رسانه‌های مختلف خبری ایران داشتیم، هیچ‌یک از این رسانه‌ها در ترجمه «الهجوم الإرهابی» واژه «الإرهابی» را ترجمه نکردند، بلکه همه آن‌ها در ترجمه آن به واژه «حمله» اکتفا کردند. در حقیقت، ایدئولوژی و باورهای مترجمان یا مالکان این رسانه‌ها سبب شد تا رسانه‌های ایران این عبارت را این‌گونه ترجمه کنند. هرچند محتوای هر رسانه بازتابی از نگاه مالکان و مدیران آن رسانه است، اما نکته جالب این است که مالکان رسانه‌ها به صورت علنی قائل به پذیرش این موضوع که ایدئولوژی را در انتقال پیام به کار می‌گیرند، نیستند؛ «ایدئولوژی رسانه‌ای در لابه‌لای متن پنهان می‌شود و به ساخت کلان متن انسجام می‌بخشد» (زابلی‌زاده و موسوی، ۱۳۹۴).

بحث و نتیجه‌گیری

شاید تصور بسیاری از افرادی که اخبار رسانه‌ها را با واسطه یا از طریق مترجمان دریافت می‌کنند، این باشد که آنچه می‌بینند و می‌شنوند، حقیقتی است که آن را به صورت تمام و کمال از رسانه دریافت کرده‌اند، اما نگاهی به آن روی سکه رسانه‌ها در این تحقیق نشان داد که آن‌ها، واقعیت را براساس اهداف رسانه‌ای خود بازسازی و معنای موردنظر خود را به مخاطبان القا می‌کنند؛ یکی از این شیوه‌ها، انتخاب زیرکانه واژگان است.

عوامل مختلفی دست به دست هم می‌دهد تا رسانه‌ها، نگاه جانبدارانه نسبت به رویدادها داشته باشند، سیاست و ایدئولوژی، مؤلفه‌هایی هستند که سبب می‌شوند رسانه‌ها نسبت به رویدادها بی‌طرف نباشند. این مؤلفه‌ها به صورت نامرئی در لایه‌های معنایی نفوذ کرده و خود را به شکل حقیقت به مخاطبان معرفی می‌کنند. مترجمان رسانه‌ای در

چارچوبی که رسانه‌ها برای آن‌ها مشخص کرده‌اند، حرکت می‌کنند و به باید و نبایدهای رسانه‌ای که در آن مشغول فعالیت هستند، پایبندند. آن‌ها تلاش می‌کنند باورها و پیش‌فرض‌های ذهنی خود را در ترجمه دخالت دهند و زبان مبدأ را براساس سیاست‌های رسانه‌ای خود ترجمه کنند. اگر جانبداری آن‌ها در ترجمه متون رسانه‌ای و دخالت‌های سیاست و ایدئولوژی به صورت آشکار باشد، مخاطبان خود را از دست می‌دهند و به همین سبب باید تلاش کنند شیوه‌هایی را به کار بگیرند که سوگیری آن‌ها به صورت پنهانی و غیرآشکار باشد.

در این پژوهش، آمده است رسانه‌ها با به کارگیری واژگان، سه مأموریت مهم را که در راستای اهداف آن‌ها است، دنبال می‌کنند:

۱- یکی از مأموریت‌های اصلی رسانه‌ها، برجسته‌سازی رویدادها در چارچوب سیاست و باورهای آن رسانه است. در این پژوهش به این موضوع اشاره شد که مترجمان چگونه با استفاده از واژگان، این مأموریت رسانه را محقق می‌کنند. مترجمی که به جای درخواست کشورهای عربی برای دیدار با نخست‌وزیر رژیم اشغالگر قدس از اشتیاق این کشورها برای این دیدار می‌گوید یا مترجمی که به جای پرداخت شش میلیارد دلار از از باج‌خواهی استفاده می‌کند، می‌خواهد با استفاده از واژگان، برجسته‌سازی کند و اهداف رسانه خود را به صورت غیرمستقیم، محقق کند.

۲- نتایج پژوهش بیانگر آن است که چگونه می‌شود با انتخاب برخی از واژگان در فعالیت‌های رسانه‌ای از جمله ترجمه، پیام پنهانی را به مخاطبان منتقل کرد به طوری که همان‌طور که در متن پژوهش آمده است: «مترجمی که برای معادل‌یابی واژه «نشرت» از «فاش کرد» استفاده کرده، یا مترجمی که در ترجمه واژه «تعلن» می‌گوید «اعتراف کرد» در پی القای معنا و مفهوم موردنظر خود به صورت پنهان است».

۳- سیاست و ایدئولوژی همواره تمایل دارند در پشت برخی از واژه‌ها و کلمات پنهان شوند و پیام موردنظر خود را به صورت غیرمستقیم منتقل کنند و به همین منظور است که سیاست‌های برخی از شبکه‌های عربی مثل شبکه العربیه و ایدئولوژی صاحبان آن موجب شد، مترجم برای ترجمه واژه «تروریست‌ها» که در رسانه‌های ایران به کار رفته است از واژه «الإرهابيون» استفاده نکند، بلکه واژه «المهاجمين» را به جای آن به کار گیرد تا اهداف رسانه‌ای خود را به صورت غیرمستقیم در ترجمه دنبال کند.

در این پژوهش اشاره شد که مترجمان در ترجمه متون رسانه‌ای با ظرافت تمام و با به کارگیری زیرکانه واژگان و معادل‌یابی آن‌ها می‌توانند با یک تیر، دو نشان را هدف بگیرند؛ هم به اهداف رسانه‌ای خود دست یابند و هم سوگیری خود را در ترجمه پنهان کنند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

سپاسگزاری

از اساتید گروه عربی دانشگاه سمنان که در این پژوهش از مشاوره و همفکری آن‌ها بهره برده‌ایم، قدردانی می‌شود.

ORCID

Rezaali Ghaseminasab  <https://orcid.org/0000-0001-5003-0791>

Sadeq Askari  <https://orcid.org/0000-0002-9470-6922>

منابع

- آقاگل‌زاده، فردوس. (۱۳۹۴). *تحلیل گفتمان انتقادی*. چ سوم. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- آقاگل‌زاده، فردوس و پوراصفهانی فیروزیان، آیلین. (۱۳۹۵). بررسی بازنمایی ایدئولوژی در ترجمه سیاسی انگلیسی در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی: محورهای سبک و بلاغت. *مجله زبان‌شناسی و گویش‌های خراسان*، ش ۱۴. صص ۴۹-۲۵.
- امیدی، علی و رشیدی، مهرداد. (۱۳۹۲). بازنمایی تحولات سوریه در شبکه الجزیره (۲۰۱۱ تا ۲۰۱۳ م). *مجله مطالعات فرهنگ؛ ارتباطات*، (۲۴)۴. صص ۱۶۱-۱۳۹.
- زابلی‌زاده، اردشیر و موسوی، سید ندا. (۱۳۹۴). بررسی نقش استعاره در گفتمان خبری رسانه‌های بین‌المللی. *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، (۲)۱. صص ۸۵-۵۷.
- سلطانی، علی‌اصغر. (۱۳۸۴). *قدرت، گفتمان و زبان: سازکارهای جریان قدرت در جمهوری اسلامی ایران*. تهران: نشر نی.

سلطانی، علی‌اصغر و مقدسی‌نیا، مهدی. (۱۳۹۵). مواجهه مطبوعات ایران و عربستان در بازنمایی منا: فاجعه یا حادثه؟. فصلنامه علمی پژوهشی علوم سیاسی (باقرالعلوم)، (۷۳) ۱۹. صص ۸۲-۵۵.

شمس‌آبادی، حسین و شاهسونی، مجتبی. (۱۳۹۷). آسیب‌شناسی ترجمه در بخش‌های خبری رسانه‌های عربی زبان برون مرزی؛ شبکه العالم، الکوثر و رادیو عربی. پژوهشنامه رسانه بین‌الملل، (۳) ۳، صص ۲۹۴-۲۷۵.

عرب، عباس و بنام، انور. (۲۰۱۱). اطاللة جديدة على مفهوم الامانة فى الترجمة، منشورة فى مجلة اللغة العربية و آدابها، (۱۳) ۵، صص ۷۶-۵۵.

عنايى، محمد. (۲۰۰۴). فن الترجمة. ط ۲. مكتبة لبنان: الشركة المصرية العالمية للنشر. فرقانى، محمد مهدى. (۱۳۹۳). مجموعه مقالات روزنامه‌نگارى، ارتباطات و جامعه. چ اول. تهران: اطلاعات.

فیروزیان، ایلین؛ آقاگل‌زاده، فردوس؛ گلفام، ارسلان و کردزعفرانلو، عالیہ. (۱۳۹۷). نقش راهبردهای نحوی در بازنمایی ایدئولوژی مترجمان فارسی در متون ترجمه شده مکتوب سیاسی-اجتماعی با نگاه تحلیل گفتمان انتقادی. مجله زبان‌شناسی و گویش‌های خراسان، ش ۱۹، صص ۲۱-۱.

کازانو، ژان. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی و سایل ارتباط جمعی. ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی. چ دهم. تهران: اطلاعات.

گنتزلر، ادوین و تیموکز کو، ماریا. (۱۳۹۲). ترجمه و قدرت. ترجمه سید محمد کریمی و بیتا عباسپور. تهران: نشر قطره.

گنجیان‌خاری، علی. (۱۳۹۷). واکاوی چالش‌های ترجمه ادبی: بررسی تحلیل نوعی متن، اجزای متن و چالش خواننده. دوفصلنامه پژوهش‌های ترجمه در زبان و ادبیات عربی، (۱۸) ۸، صص ۹۵-۱۱۴.

ماندی، جرحی. (۱۳۸۴). آشنایی با مطالعات ترجمه، نظریه و کاربردها. ترجمه حمید کاشانیان. چ اول. تهران: موسسه رخ.

متقی‌زاده، عیسی و نقی‌زاده، سیدعلا. (۱۳۹۶). تأثیر مسائل ایدئولوژیک در کیفیت ترجمه اخبار عربی؛ بررسی موردی ترجمه خبر شبکه الجزیره در خبرگزاری فارس براساس الگوی جولیان هاوس. دوماهنامه جستارهای زبانی، (۴) ۸، صص ۱۷۳-۱۴۹.

محمد عبدالغنی، حسن. (۱۳۷۶). فن ترجمه در ادبیات عربی. ترجمه عباس عرب. چ اول. مشهد: آستان قدس رضوی.

میشل، پیتر و شوفل، جان. (بی تا). فهم قدرت. ترجمه احمد عظیمی علویان. چ اول. تهران: موسسه رسا.

نارنجی، فرح و حدادی، محمدحسین. (۱۳۹۱). نقش پیش فرض های عقیدتی در ترجمه قرآن ماکس هنینگ. مجله پژوهش های زبان شناختی در زبان های خارجی دانشگاه تهران، ۲(۱)، صص ۹۷-۱۰۹.

References

- Aghagolzadeh, F. (2015). *Critical Discourse Analysis*. Third Edition. Tehran: Scientific and cultural publishing company. [In Persian]
- Aghagolzadeh, F. and Por Esfahani Firouzian, A. (2016). [Investigating the Representation of Ideology in English Political Translation in the Framework of Critical Discourse Analysis: Axes of Style and Rhetoric. *Journal of Khorasan Linguistics and Dialects*. No. 14. 25-49. [In Persian]
- Arab, A. and Benam, A. (2011). A New Look at the Concept of Trust in Translation. *Published in the Journal of Arabic Language and Literature*. 5(13). 55-76. [In Persian]
- Cazeno, J. (2008). *Sociology of Mass Media*. translated by Baqer Sarukhani and Manouchehr Mohseni. 10th edition. Tehran: Information Publication. [In Persian]
- Forghani, M. M. (2014). *Collection of Articles on Journalism, Communication and Society*. First Edition. Tehran: Information publishing. [In Persian]
- Ganjian Khenari, A. (2018). Analysis of Literary Translation Challenges: A Study of Text Analysis. Text Components and Reader Challenge. Bi-Quarterly. *Translation Studies in Arabic Language and Literature*. 8(18). 95-114. [In Persian]
- Genetzler, E and Timokzeko, M. (2013). *Translation and power*. Translated by Seyed Mohammad Karimi and Bitā Abbaspour. Tehran: Drop Publications. [In Persian]
- Inaei, M. (2004). *The Art of Translation*. Second Edition. Lebanon Library. Egyptian International Publishing Company. [In Persian]
- Mandy, J. (2005). *Familiarity with translation studies, theory and applications*. translated by Hamid Kashanian. first edition. Tehran; Rokh Institute. [In Persian]
- Mishel, P and Shofel, J. (No date). *Understanding Power*. Translated by Ahmad Azimi Alavian. first edition. Tehran: Rasa Institute. [In Persian]
- Mohammad Abdolghani, H. (1997). *The art of translation in Arabic literature*. translated by Abbas Arab. first edition. Mashhad: Astan Quds Razavi Publications. [In Persian]
- Mottaghizadeh, E. and Naghizadeh, S. A. (2017). The Impact of Ideological Issues on the Quality of Arabic News Translation; A Case

- Study of Al Jazeera News Translation in Fars News Agency Based on the Model of Julian House. *Linguistic Quarterly*. 8(4). 149-173. [In Persian]
- Narenji, F. and Haddadi, M. H. (2012). The Role of Ideological Assumptions in Quran Translation Max Henning. *Journal of Linguistic Research in Foreign Languages*. 2(1). 97-109. [In Persian]
- Omidi, A. and Rashidi, M. (2013). Representation of Syrian developments on Al-Jazeera (2011-2013) Tehran. *Journal of Communication Culture Studies*. 4(24). 139-161. [In Persian]
- Shamsabadi, H. and Shamsavani, M. (2018). Pathology of translation in news sections of foreign Arabic-language media; Al-Alam Network, Al-Kawthar and Arabic Radio. *International Media Research Journal*. 3(3). 275-294. [In Persian]
- Soltani, A. A. (2005). *Power. Discourse and Language: Mechanisms of Power current in the Islamic Republic of Iran*. Tehran: Ney Publication. [In Persian]
- Soltani, A. A. and Moghaddasnia, M. (2016). Iranian-Saudi Press Confrontation in Representing Mena: A Disaster or an Accident?. *Political Science Quarterly (Baqer al-oloom)*. 19(73). 55-82. [In Persian]
- Zabolizadeh, A. and Mousavi, S. N. (2015). Investigating the Role of Metaphor in News Discourse of International Media. *Quarterly Journal of Modern Media Studies*. 1(2). 57-85. [In Persian]

روزنامه‌ها و پایگاه‌های خبری

afghannewsagency.com
Aftabnews.ir
asrdiplomacy.ir
baghdadtoday.news
baztab.ir
donya-e-eghtesad.com
essabq.info
fa.shafaqna.com
Fararu.com
Iranpress.com
khabarfarsi.com
paltoday.ps/ar
qodsna.com
snn.ir
www.afkarnews.com
www.alarabiya.net
www.aljazeera.net
www.almanar.com
www.asriran.com

www.asrkhavar.com
www.bbc.com
www.fardanews.com
www.iribnews.ir
www.irna.ir
www.isna.ir
www.mashreghnews.ir
www.mehrnews.com
www.palinfo.com
www.qudsonline.ir
www.tasnimnews.com
www.yjc.ir

