

Investigating the Effect of the Booker Prize on the Translation of Arabic Narrative Texts in Iran Relying on Pierre Bourdieu's Field Theory

Fatemeh Araji * 

Assistant Professor, Department of Arabic Language and Literature, University of Tehran, Tehran, Iran

Abstract


The translation process is one of the most active stages in the production and payment of cultural goods, which today actively plays a role in shaping the literary taste of the audience. The translated text will be sent to the publishing market primarily due to cultural situations. Probably in some areas, translation is faced with the pressure of homogeneous approaches that are quite implicit and creepy, which, with scales and criteria, determine the framework of the "appropriate" literary work. Macro systems, value institutions, protocols, and literary-cultural awards all form an important part of the hypertext context and the process of selecting and translating the text. Therefore, it is important to know how a translation can regulate the entry and exit of cultural goods. Meanwhile, the Booker Prize ceremony of the Arabic novel is influenced by the valuable institutions that have significantly controlled the Arabic novel publishing market for many years by their own criteria. On the other hand, the market for translating Arabic narrative texts in Iran has also been affected by this trend. The present study uses a descriptive-analytical method to explain the role of institutions in the two areas of selection, consumption, and its consequences in constructing a pattern of cultural consumption and audience taste in the translation publishing market, based on Pierre Bourdieu's field theory. One of the results of this study is that the consumption pattern of Arabic narrative texts in Iran, with the Booker Prize in the Arab world, has become a meaningful and action-oriented model, and the field capital by mastering the habits, the translation norm of narrative texts has influenced Arabic in Iran, so much so that the role of the translator has become truly inferior, especially since with the rise of the patronage institution, the efficiency of translators has declined significantly compared to previous periods.

Keywords: Cultural Consumption, Translation Norm, Pierre Bourdieu, Field, Arabic Booker, Culture-oriented Translation Studies.

* Corresponding Author: f.aaraji26@ut.ac.ir

How to Cite: Araji, F. (2022). Investigating the Effect of the Booker Prize on the Translation of Arabic Narrative Texts in Iran Relying on Pierre Bourdieu's Field Theory. *Translation Researches in the Arabic Language and Literature*, 12(26), 325-350. doi: 10.22054/RCTALL.2022.68669.1632

بررسی تأثیر جایزه بوکر بر ترجمه متون روایی عربی در ایران با تکیه بر نظریه میدان پییر بوردیو

فاطمه اعرجی*  استادیار، گروه زبان و ادبیات عربی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

چکیده

فرآیند ترجمه یکی از فعال‌ترین مراحل ساخت و پرداخت کالای فرهنگی است که امروزه فعالانه در شکل دهی ذائقه ادبی مخاطب نقش ایفا می‌کند. متن ترجمه شده در درجه اول با توجه به موقعیت‌های فرهنگی به بازار نشر روانه می‌شود. احتمالاً در برخی عرصه‌ها، ترجمه با فشاری از رویکردهای همگن‌گرا به طور کاملاً ضمنی و خزنده مواجه است که با مقیاس‌ها و معیارهایی، چهارچوب اثر ادبی «مناسب» را تعیین می‌کنند. نظام‌های کلان، نهادهای ارزش‌گذار، پروتکل و جوایز ادبی- فرهنگی، همگی بخش مهمی از بافت فرامتنی و فرآیند گزینش متن و ترجمه آن را تشکیل می‌دهد. بنابراین، اهمیت دارد که بدانیم چگونه یک ترجمه، می‌تواند ورود و خروج کالاهای فرهنگی را تنظیم کند. در این میان مراسم اعطای جایزه بوکر رمان عربی، تحت تأثیر نهادهای ارزش‌گذار است که با معیارهای سنجش مختص به خود، سال‌هاست بازار نشر رمان عربی را به طور قابل توجهی در کنترل خود گرفته است. همچنین بازار ترجمه متون روایی عربی در ایران نیز تحت تأثیر این روند قرار گرفته است. پژوهش حاضر با روش توصیفی- تحلیلی، درصدد تبیین نقش نهادها در دو ساحت گزینش، مصرف و پیامدهای آن در برساخت الگوی مصرف فرهنگی و ذائقه مخاطب در بازار نشر ترجمه با تکیه بر نظریه میدان پییر بوردیو است. از نتایج این پژوهش آن است که الگوی مصرفی متون روایی عربی در ایران با روی کار آمدن جایزه بوکر در جهان عرب، تبدیل به الگوی معنادار و کنش‌مدار شده است و سرمایه‌های میدان با تسلط بر عادت‌واره‌ها، هنجار ترجمه‌ای متون روایی عربی در ایران را تحت تأثیر قرار داد؛ به نحوی که نقش مترجم تبدیل به نقشی حقیقتاً فرودستانه شده است، به ویژه آنکه با قدرت گرفتن نهاد حمایتگری (Patronage)، کارآمدی مترجمان نسبت به دوره‌های پیشین افولی چشم‌گیر پیدا کرد.

کلیدواژه‌ها: مصرف فرهنگی، مطالعات ترجمه فرهنگ‌مدار، هنجار ترجمه‌ای، بوکر عربی، پییر بوردیو، میدان.

مقدمه

اگر به نقش هنر در جامعه بیندیشیم به درکی از اینکه نهادها چگونه کار می‌کنند خواهیم رسید. بر همین قیاس، نگرش کلی نهادها به آثار هنری، خط سیر آن آثار و تا حد زیادی دامنه انتشار آن‌ها را رقم می‌زند. در نظر داشتن زمینه‌های اجتماعی تولید، مدیریت و مصرف هنر، به ما کمک می‌کند گام‌های اولیه را برای فهم این مسأله برداریم که نهادها تا کجا می‌توانند در هر سه فرآیند یادشده، نقش ایفا کنند.

انگلیس به نقل از بوردیو^۱ می‌نویسد: «بسیاری از جامعه‌شناسان بر این باورند که مطالعه آنچه در جامعه ما «هنر» نامیده می‌شود، زمانی واقعاً می‌تواند قرین موفقیت باشد که واژگان «هنر»، «اثر هنری» و «هنرمند» را که بسیار خاص و دارای بار معنایی ایدئولوژیک‌اند کنار بگذاریم و به جای آن‌ها اصطلاحات «فرم‌های فرهنگی»، «تولیدات فرهنگی» و «تولیدکنندگان فرهنگی» را به کار گیریم» (انگلیس و هاگسون^۲، ۱۳۹۵: ۵۰). در حقیقت این نام‌گذاری، کوششی در جهت فاصله گرفتن از دیدگاه کلیشه‌ای مسلط است، چراکه اصطلاح فرهنگ به هیچ وجه نمی‌تواند خنثی یا بی‌طرفانه قلمداد شود، بلکه همواره با منافع گروه‌های اجتماعی خاصی ارتباط دارد.

مسأله، فهم گرایش‌های شکل‌دهنده و جهت‌دار درون کل این سیستم است که به لحاظ فرهنگی و اقتصادی در موقعیتی فرادست قرار گرفته و منجر به واگذاری ارزش‌ها به نهادهای تمایزگذار^۳ شده است، امری که به روند تثبیت ارزش‌های بازار کمک کرده است. آنچه در اینجا اهمیت دارد درک فرآیندی است که موجب پیدایش یک گروه اجتماعی خاص، بورژوازی و تولد ارزش‌هایی است که سرمایه‌داری مستقیم و غیر مستقیم بر آن‌ها استوار است. بنابراین، خواه‌ناخواه، امروزه میدان^۴ هنری از سازمان‌ها و نهادهای گوناگونی شکل گرفته است. این سازمان‌ها و نهادها درگیر رقابتی درونی و بیرونی هستند و این امر در مورد تولیدکنندگان کالاهای هنری (رمان‌نویسان) نیز صادق است. در این راستا مترجمان و ناشران به تولیدکنندگان اضافه می‌شوند. در همین مقیاس، امروزه با شروع چرخش فرهنگی، تغییری

1. Bourdieu, P.
2. Inglis, D & Hagson, J.
3. Distinction
4. Field

چشمگیر که عمدتاً ناشی از تأثیر مستقیم فرهنگ و ایدئولوژی‌های بنیادین بوده، ایجاد شده است تا جایی که ترجمه به مثابه کنشی ضروری در برساخت فرهنگ‌ها قلمداد شده است. اگر مجموعه آثار ترجمه شده را یک نظام یا یک شبکه تلقی کنیم، متون ترجمه شده بخش بسیار مهمی از شبکه ارتباط‌های فرهنگی در مناسبات قدرت هستند. از این حیث اعتقاد بر آن است که ارتباطی مستقیم بین آثار گزینش شده برای ترجمه و مناسبات قدرت وجود دارد. چراکه از یک جهت قاعدتاً نهاد‌های ارزش‌گذار در «انتخاب» تأثیرگذار هستند. علاوه بر این، فرآیند گزینش و ترجمه در نظام چندگانه ادبیات هر قومی، طی فرآیندی پیچیده و شاید در طولانی‌مدت، منجر به برساخت ذائقه مخاطب شود. در این میان جایزه بوکر رمان عربی، چندین سال است که با معیارها و قیاس‌های گزینشی خود، رمانی را به عنوان «بهترین» انتخاب می‌کند؛ آنچه اهمیت دارد گزینش این رمان برای ترجمه در ملل مختلف است که اختصاصاً در ایران با استقبال بسیار قابل توجهی نسبت به سایر متون روایی عربی، مواجه شده است. این استقبال در درجه اول ناشی از پیش‌بینی ناشر و مترجم از بازار نشر و در درجه دوم ناشی از هم‌سو شدن ذائقه مخاطب ایرانی با معیارهای جوایز بوکر است. بنابراین، پرسش‌های پژوهش از این قرار است:

- چگونه مقوله سلطه سازمانی- فرهنگی در بازار ترجمه متون روایی عربی در ایران تأثیرگذار است؟

- هنجار ترجمه‌ای متون روایی عربی در ایران، تحت تأثیر چه عواملی شکل گرفته است؟

همچنین دو فرضیه زیر در راستای پرسش‌های پژوهش مطرح شده است:

- مشروعیت سازمانی جایزه بوکر و نقش عمده آن در بازار نشر رمان عربی در انتخاب رمان از سوی ناشر و مترجم و برساخت ذائقه مخاطبان، تأثیرگذار است.

- هنجار ترجمه‌ای در متون روایی عربی در ایران در چند سال اخیر کاملاً تحت تأثیر پدیده سلطه فرهنگی قرار گرفته است.

۱. پیشینه پژوهش

این پژوهش به‌رمنند از دو دسته پیشینه پژوهشی است؛ اول در حوزه مصرف ترجمه و در یک مقیاس کلی، مباحث مربوط به ارتباط ترجمه با مقوله امپریالیسم فرهنگی، پسااستعمارگرایی، چرخش فرهنگی، مناسبات قدرت و... و دوم پژوهش‌های مربوط به نظریه میدان‌ها از دیدگاه

پیر بردیو است. در خصوص حوزه‌اول، تنها به چند پژوهش که تا اندازه‌ای در راستای مقاله حاضر است، اشاره می‌شود.

شعبانی‌راد (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «شکل‌گیری میدان ترجمه‌نمایشنامه در دوره پهلوی اول» روند تدریجی شکل‌گیری میدان ترجمه‌نمایشنامه را با استفاده از چهارچوب نظری بردیو در بافت ایرانی بررسی کرد. از نتایج این مقاله آن است که میدان ادبی شاهد شکل‌گیری میدان ترجمه‌نمایشنامه به‌دنبال تلاش‌های عاملانی بود که متعلق به دو میدان فعال و تأثیرگذار؛ یعنی میدان قدرت و میدان تئاتر بودند.

میرزا ابراهیم تهرانی (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «ترجمه و جهانی شدن» مقوله «الگوی جاذبه» و جایگاه زبان‌ها در ترجمه را مورد واکاوی قرار داده است و در نتیجه یادآور می‌شود که ساختار جهانی، خود یکی از موانع گوناگونی فرهنگ‌هاست. مقاله مورد اشاره با تبیین این موضوع که غالب و مغلوب بودن زبان‌ها ناشی از سلطه برخی کشورها بر برخی فرهنگ‌هاست، ارتباطی تنگاتنگ با پژوهش حاضر دارد.

احسانی کیانی‌خواه (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «نگاهی به ترجمه بینانسان‌های، بررسی چند مورد از جلد رمان‌های ترجمه شده از انگلیسی به فارسی» به بازنگری مفهوم متن و رسالت مترجمان در دنیای مدرن تأکید کرده است.

در خصوص حوزه دوم، مقالاتی بسیار در شرح و بسط این الگو نگاشته شده‌اند که این مقاله هم راستای آنان نیست، اما تعدادی از این مقالات که در پیشروی ادبیات نظری این مقاله، تأثیرگذار بوده‌اند، قابل ذکرند.

جمشیدیها و پرستش (۱۳۸۶) در مقاله‌ای با عنوان «دیالکتیک منش و میدان در نظریه عمل پیر بردیو. نشریه مطالعات جامعه‌شناختی» با نظمی قابل توجه روش‌شناسی تلفیقی بردیو و رویکرد رابطه‌ای این الگو را تبیین و روشن ساخته‌اند که در پیشروی ادبیات نظری مقاله حاضر، اثر بخش بوده است.

سجودی و نعمت‌گرگانی (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «نقد اجتماعی سلیقه مشروع تماشاگران تئاتر تهران از منظر نظریه میدان بردیو» با در نظر گرفتن تغییرات بنیادی که در فرآیند تولید و مصرف تئاتر در تهران ایجاد شده است با کاربردی‌های جامعه‌شناختی بردیو به بررسی علل و عوامل این تغییرات پرداخته‌اند. پژوهش فوق مقوله‌های تولید،

مصرف و توزیع کالای فرهنگی - هنری را مدنظر قرار داده است، همچنان که به نحو مؤثری از چهارچوب تحلیلی بوردیو بهرمنند شده است. با توجه به این پیشینه، پژوهش حاضر بر آن است که سازوکار جذب سرمایه فرهنگی توسط نهادها را در میدان ترجمه متون روایی عربی در ایران مورد بررسی قرار دهد. تاکنون چنین پژوهشی در حوزه زبان عربی در هیچ یک از دو سطح رمان و ترجمه رمان، انجام نگرفته است.

۲. متون ترجمه به مثابه کالاهای فرهنگی

۲-۱. مصرف فرهنگی ترجمه

امروزه، مطالعات فرهنگی توجه خود را به مناسبات قدرت و مردم به حاشیه رانده شده در دنیایی معطوف کرد که در آن وفور نسبی از آن فرهنگ‌های غربی است. در این رویکرد پرسش از نابرابری کمتر در چهارچوب بی‌عدالتی اقتصادی و بیشتر با پرسش‌هایی از هویت و ارزش‌های آن مطرح می‌شود. امروزه نه با یک سرکوبگر امپریالیستی آشکار، بلکه با قدرت‌هایی نرم مواجهیم که با شیوه‌هایی از اقتناع مخاطب، او را در سیطره قدرت خود شریک و راضی نگه می‌دارند.

بنا بر نظر کریس بارکر^۱ تحلیلی کامل از هر عملکرد فرهنگی نیازمند بحث دوباره درباره «اقتصاد» و «فرهنگ» است (بارکر، ۱۳۹۱: ۷۰). اصطلاح «صنعت فرهنگ» احتمالاً اولین بار در سال ۱۹۴۷ به وسیله آدرنو^۲ به کار رفته است. در این میان «مصرف» به مثابه امری مختص جوامع انسانی در قرن اخیر در یک مقیاس بزرگ به عنوان یکی از ویژگی‌های بنیادین جامعه ظهور کرده است. کالاهای فرهنگی و مصرف‌کنندگان آن کالاها به نوعی در حال مبادله موقعیت‌های اجتماعی در یک شبکه بسیار گسترده هستند. از منظر بودریار^۳ مصرف به یک نظام اقتصادی کلان و نه با مصرف‌کننده مجرد در ارتباط است؛ از آن فراتر، مصرف بخشی از یک نظام ارتباطی است که تمایز اجتماعی و تبیین سلايق را از طریق استفاده از کالاها نشان می‌دهد (کاریگان^۴، ۱۳۹۶: ۳۵).

1. Barker, ch.

2. Adorno, T.

3. Position

4. Baudrillard, J.

5. Corrigan, P.

تفکیک قائل شدن بین نیازهای مصنوعی و طبیعی در مباحث جامعه‌شناختی که به تحلیل مصرف مدرن می‌پردازند، مرسوم است. در پس زمینه این قبیل تحلیل‌ها، برخی اقلام مصرفی خاص از پایگاه یا ارزش بالایی برخوردارند (گرونو، ۱۳۹۲: ۱۳). به این ترتیب با این فرض روبه‌رو هستیم که اولاً از طریق مصرف یک ژانر فرهنگی، مشخص می‌شود که افراد بر حسب علائق خود، چه نوع فرهنگی را ترجیح می‌دهند. ثانیاً اعمال قدرت به تولید کالای فرهنگی منجر می‌شود که ترجمه بخش مهمی از آن را بر عهده دارد. از این رو، قطعاً اهداف ترجمه -اختصاصاً ترجمه ادبی- با بافت فرامتنی ترجمه در ارتباط مستقیم است.

ورمیر^۲ ضمن توضیح نظریه «اسکوپوس» در مطالعات ترجمه، بیان می‌دارد که هر ترجمه بر مبنای «سفارش» استوار است (هولمز و دیگران^۳، ۱۳۹۰: ۶۷). براساس مبانی این نظریه، متن مقصد هدف ترجمه است. این متن باید با خواست «سفارش‌دهنده»، کسی که از مترجم می‌خواهد متن را ترجمه کند، مطابقت داشته باشد (زنده بودی، ۱۳۹۰: ۱۲). همچنین ورمیر تبیین می‌کند که هر اثر خارجی که از دیدگاه ایدئولوژی آمریکایی قابل درک باشد، امکان ترجمه شدن پیدا می‌کند. از آنجا که چنین راهبردهایی به ترجمه‌هایی می‌انجامد که کاملاً قابل عرضه به بازار کتاب هستند به تبدیل شدن ترجمه به کالایی مصرفی و همچنین سلطه فرهنگی و اقتصادی ناشران زبان مقصد کمک می‌کند (هولمز، ۱۳۹۰: ۸۶). در این میان ترجمه توانایی بر ساخت الگوهای مصرفی را دارد و از این منظر، الگوی مصرفی کنشی معنادار در یک میدان قلمداد می‌شود که بر ابعاد ذهنی مصرف‌کننده تأثیر فزاینده‌ای دارد؛ به گونه‌ای که ظرفیت شکل‌دهی هویت فرهنگی را دارد. به هر صورت آشکار ساختن منطق اجتماعی مصرف، فوایدی دربر دارد که حوزه ترجمه نباید از آن بی‌بهره بماند.

۲-۲. بافت فرامتنی ترجمه

مقوله مصرف فرهنگی و نقش ترجمه در آن در موضع‌گیری‌های پسااستعماری از جمله درک مقوله جهانی شدن بسیار مؤثر است. ورود فرهنگ‌های خارجی یا فراملی به هر جامعه‌ای، تنها در پرتو الگوهای مصرف فرهنگی امکان‌پذیر است. در این میان نفوذ پدیده جهانی شدن از یک جهت حصار امن بومی و محلی را می‌شکند و از جهت دیگر،

1. Gronow, J.
2. Vermeer, H.
3. Holmes, J., et al.

دریافت‌های نوین و تجربه‌های فرهنگی جدید را به شدت تحت نفوذ، کنترل و محدودیت خود می‌آورد. امر جهانی (Globalization) با کنترل نهادهای هر جامعه‌ای، گزینش‌ها و کنش‌های فرهنگی افراد آن جامعه را تعیین می‌کند، امری است که رفته رفته زمینه ایجاد الگوهای مصرفی مشخصی را در سطح کلان، رقم می‌زند.

اگر محصولات فرهنگی صرفاً موجب سرگرمی یا گذراندن وقت مصرف‌کنندگان آنها شوند، دشوار بتوان دریافت که چرا دولت‌ها باید برای حمایت از آنها به گونه‌ای که محدودکننده تجارت باشد، مداخله کنند. این امر نسبتاً پذیرفته شده است که محصولات فرهنگی نقشی بیش از سرگرمی دارند، بلکه نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری افکار عمومی ایفا می‌کنند (وون^۱، ۱۳۹۳: ۸۱).

ترجمه به عنوان یک فرآیند و یک محصول باید به عنوان واسطه و محصولی از تبادل فرهنگی قلمداد شود. شناخت الگوهای مصرفی در سایه آگاهی‌های برساخته (Constructed) در قالب بررسی فرهنگی جهانی، واجد اهمیت فراوان است (گیدنز^۲، ۱۳۹۲: ۴۴-۴۶). ترجمه نه تنها امری ثانویه و اشتقاقی نیست، بلکه یکی از ابزارهای مهم است که نهادهای اجتماعی بزرگ به واسطه آن، جامعه را کنترل و هدایت می‌کنند. بنابراین، ترجمه به هیچ عنوان جایگاه بی‌طرفانه‌ای ندارد، بلکه گروه‌های سیاسی و ادبی اغلب متضاد برای رقابت آنجا حضور دارند.

انتخاب متون برای ترجمه و رهنمودهایی که حاکم بر رویه ترجمه هستند، منافع کسانی را منعکس می‌سازند که مسئول راه‌اندازی و تولید کار هستند. حامیانی که بیشتر با ایدئولوژی ادبیات سروکار دارند تا بوطیقای خود ادبیات. ترجمه از این دیدگاه دیگر پدیده‌ای نیست که ماهیت و مرزهای آن یک بار برای همیشه مشخص شود، بلکه فعالیتی است که به روابط حاکم بر هر نظام فرهنگی وابسته است (هولمز و دیگران، ۱۳۹۰: ۴۸). بنابراین، ارتباط میان آثار ترجمه شده و نهادهای قدرت دست کم از دو منظر قابل بررسی است:

- «گزینش» آثار ترجمه شده ارتباط مستقیم با نهادهای ارزش‌گذار دارد.

- نهادهای ارزش‌گذار تأثیری مستقیم یا غیرمستقیم در برساخت ذائقه خوانندگان دارد.

1. Stones, R.
2. Giddens, A.

۳. روش‌شناسی الگوی کنش و میدان پیر بردیو در چهارچوب مصرف کالای فرهنگی

در یک چشم‌انداز کلی، بردیو هر آنچه در ارتباط با شیوه‌های تولید و مصرف آثار هنری بدهی به نظر می‌رسد را به پرسش می‌گیرد. مفاهیمی چون کنش^۱، ملکه یا عادت‌واره^۲، سرمایه و میدان مقوله‌هایی هستند که در این رویکرد ارتباطی درونی با یکدیگر دارند. این هر سه مفهوم با یکدیگر ما را قادر می‌سازد که موارد مربوط به بازتولید و دگرگونی کنش‌ها را در عرصه هنر و فرهنگ دریابیم. بنابراین، پس از تعریف هر یک، ارتباط آن‌ها با یکدیگر و با حوزه هنری شرح می‌دهیم.

میدان در وهله اول، فضای ساختمندی از جایگاه‌هاست. میدان، قدرتی است که تصمیمات خود را بر کسانی که وارد آن می‌شوند تحمیل می‌کند. در وهله دوم، میدان صحنه کشاکشی است که کنشگران و نهادها از طریق آن در پی حفظ یا براندازی نظام موجود توزیع سرمایه هستند. هر میدان دارای امکانات و قابلیت‌هایی است که در طول مراحل رشد خود به دست آورده تا خود را در برابر تأثیرات خارجی مصون نگه دارد (استونز^۳، ۱۳۹۷: ۳۳۶).

میدان بر وجود منازعه در جهان هستی تأکید دارد حال آنکه نهاد اشاره به نوعی توافق دارد؛ دوم آنکه میدان فراگیری بیشتری نسبت به نهاد دارد به نحوی که مرزهای آن کاملاً روشن نیست (پرستش و جمشیدیها، ۱۳۸۶: ۲۰). یک میدان حدود و ثغور خود را در میان سایر عوامل از طریق تعریف مسائل مورد نظر و علائق خاصی تعیین می‌کند که به مسائل و علائق میدان‌های دیگر قابل تقلیل نیست (بردیو، ۱۳۹۴: ۱۳۴). ساختار میدان حالتی از مناسبات قدرت میان کنشگران یا نهادهای دخیل در مبارزه و توزیع سرمایه خاصی است که استراتژی‌ها را هدایت می‌کند. رابطه میان کنش و میدان همیشه آگاهانه نیست. میدان اساساً استراتژی‌هایی تولید می‌کند که به طور عینی می‌تواند با منافع تدوین‌کنندگان آن سازگار باشد.

1. Practice
2. Habitus
3. Von, T.

استراتژی‌های بازیکنان به حجم سرمایه آن‌ها و ساختار سرمایه بستگی دارد و هر میدانی از موضوع مبارزه و تاریخ خاصی برخوردار است (بون ویتز، ۱۳۹۸: ۷۵). بورديو مفهوم استراتژی را در این راستا به کار می‌گیرد؛ زیرا کنشگران به گونه‌ای آگاهانه از قواعد پیروی نمی‌کنند، بلکه استراتژی‌هایی وجود دارند که آن‌ها را به راه می‌اندازند. در واقع کنشگران در مجموعه پیچیده‌ای از محدودیت‌ها و امکانات عمل می‌کنند. چنانکه می‌توان دریافت این حاصل تربیت میدانی است که به نحوی آگاهانه و نا آگاهانه کنشگر را جهت می‌دهد (پرستش، ۱۳۸۶: ۸). میدان‌هایی وجود دارند که براساس عادت‌واره‌ای که دارای ویژگی‌های بسیار خاصی است، بنا شده‌اند؛ از جمله میدان‌های تولید کالاها و نمادین مانند میدان‌های مذهبی یا هنری (بون ویتز، ۱۳۹۸: ۱۰۱).

خصوصیت دیگر میدان این است که کلیه افرادی که در یک میدان قرار گرفته‌اند در تعدادی منابع بنیادی اشتراک دارند (بورديو، ۱۳۹۴: ۱۳۶). از همین رو جامعه هنری به تعبیر بورديو میدان تولید فرهنگی است. این نهادها در فرآیند تأثیرگذاری به طور مستقیم در هنر انعکاس نمی‌یابند (انگلیس و هاگسون، ۱۳۹۵: ۶۰). بنابراین، از دید بورديو، شبکه‌ای از موقعیت‌های متفاوت، میدان را شکل می‌دهند و هر موقعیت وابسته به سرمایه‌هایی است که در میدان‌های مختلف دارد. این گونه است که میدان‌های متعددی از جمله میدان تولید فرهنگی شکل می‌گیرند. در یک میدان، کنشگران و نهادها با نیروهای متفاوت و براساس قواعد سازنده فضای بازی برای دستیابی به منافع مشخص در حال مبارزه هستند. کسانی که بر میدان سلطه دارند، دارای ابزارهایی هستند تا آن‌ها را به نفع خود به کار گیرند، اما آنان باید مقاومت افراد تحت سلطه را نیز به حساب آورند. بنابراین، قدرت با یک میدان و یک حوزه فعالیت مرتبط است. از این منظر، قدرت در میدان، به بهره‌برداری از یک نوع منبع نیاز دارد که این منبع می‌تواند فرهنگی باشد. نباید از نظر دور داشت که میدان‌ها فضاهایی با مرزهای دقیقاً مشخص و کاملاً مستقل نیستند (بون ویتز، ۱۳۹۸: ۷۶).

در میدان، کنش برآیند منش و موقعیت آن در میدان است (پرستش، ۱۳۸۶: ۱۶). در این میان، کنش، تابع انتخاب کنشگر در تعامل با یک میدان خاص است. سرنوشت آن انتخاب را نیروهای درگیر در آن میدان تعیین می‌کند. با این نوع انتخاب در حقیقت خود ماهیت

انتخاب تحت الشعاع قرار می‌گیرد، انتخاب زمانی رنگ می‌گیرد که با صلابت ساختار غالب را بشکند و راه برون‌رفت از شرایط حاکم بر میدان را بیابد.

بنابراین، منش در میدان، همان ناخودآگاه فرهنگی، قاعده الزامی هر انتخاب، اصل هماهنگ‌کننده اعمال و الگوی ادراک و ارزیابی است. منش غالب نوعی از منش است که ساختارهای اجتماعی با قدرت تمام آن را شکل داده‌اند. این نوع منش، کنشگران را به سمتی سوق می‌دهد که چیزی را انتخاب کنند که طبقات حاکم به دنبال آن هستند و به نوعی محصول حس خود کوچک‌بینی استعماری است (پرستش، ۱۳۸۶: ۱۲). کنش‌ها صرفاً نتیجه عادت‌واره نیستند، بلکه نتیجه رابطه بین عادت‌واره شخص با وضعیت فعلی اوست (گرنفل^۱، ۱۳۹۸: ۱۰۷). بنابراین، هر میدان عادت‌واره یا منش مختص به خود را دارد؛ یعنی مجموعه‌ای از اصول که اقدامات و ارزیابی‌ها را رقم می‌زند و این موقعیت است که منش و میدان را به یکدیگر ربط می‌دهد. ملکه به عنوان میانجی و واسطه‌ای بین تأثیرات گذشته و انگیزه‌ها و محرک‌های کنونی در آن واحد هم ساخت‌مند است هم ساخت‌دهنده. از این رو، بوردیو برای ملکه یا عادت‌واره تعاریف مختلفی ارائه می‌دهد که یکی از آنها «اصل الزامی هر انتخاب» و «بدیهی‌سازی قاعده‌مند» است.

$$\text{کنش} = \{(عادت‌واره) + (\text{سرمایه})\} + \text{میدان}$$

از نظر بوردیو، همه کنشگرانی که در ذیل یک میدان به فعالیت می‌پردازند، تابع قواعد یا قانون اساسی آن میدان هستند. آنچه حق‌الورود به میدان به حساب می‌آید، همانا پذیرش این قواعد است (بوردیو، ۱۳۸۰: ۲۰۴). هر میدان را می‌توان همانند بازاری قلمداد کرد که در آن عاملان همانند بازیکنان رفتار می‌کنند. هر میدان را می‌توان شبکه یا پیکربندی‌ای از روابط عینی میان مواضع تعریف کرد (بون ویتز، ۱۳۹۸: ۷۳). از همین رو می‌توان نتیجه گرفت که تمام میدان‌های اجتماعی ذیل میدان قدرت قرار می‌گیرند.

فضای جایگاه اجتماعی به وسیله دو اصل و قاعده متمایز متداخل؛ یعنی سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی^۲ سامان داده می‌شود (استونز، ۱۴۰۰: ۳۳۹). سرمایه بهره‌مندی فرد از منافع

1. Grenfell, M.
2. Cultural capital

خاصی است (همان: ۳۳۵). سرمایه‌هایی وجود دارد که افراد کاملاً متوجه تأثیرات آن نیستند. این نوع سرمایه که به نام سرمایه نمادین مشخص می‌شود، چهارمین نوع و گونه سرمایه است. میزان و نرخ تبدیل انواع و گونه‌های خاص سرمایه، یکی از نشانه‌های اصلی کشاکش اجتماعی است. نهادها به واسطه موقعیت بالفعل و بالقوه آن‌ها در ساختار توزیع انواع متفاوت قدرت یا سرمایه، تحمیل می‌کنند؛ انواعی که تملک بر آن‌ها منافع خاصی را به همراه دارد که در میدان و همزمان از طریق روابط عینی با سایر مواضع تبدیل به موضوع مبارزه می‌شوند. یک میدان را می‌توان نوعی بازار با تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان کالا در نظر گرفت. موضوع این مبارزات انباشت‌شکلی از سرمایه است که سلطه بر میدان را امکان‌پذیر می‌سازد. از این رو، سرمایه هم‌زمان هم وسیله است هم هدف. در حقیقت نقش سرمایه در این است که سرمایه‌داران در منازعات بر سر انحصار قدرت یا دست‌کم دستیابی به شکل مشروع آن با یکدیگر رقابت کنند (بوردیو، ۱۹۹۶: ۲۲۰).

برای توضیح و تبیین هر رویداد اجتماعی باید ترکیب اجتماعی کنشگر و ساختار حیطه اجتماعی خاصی که وی در آن عمل می‌کند و نیز شرایط خاصی که کنشگران در آن با یکدیگر برخورد کرده را تجزیه تحلیل و بررسی کرد. همچنین موقعیت در میدان کنشگران را به جانب الگوی رفتاری خاصی متمایل می‌کنند (استونز، ۱۴۰۰: ۳۳۷). این تمایل به رفتار خاص، رفته رفته تبدیل به ملکه یا عادت‌واره می‌شود.

به واسطه انگاره عادت‌واره، نظریه خاصی در مورد تولید اجتماعی عاملان و منطق کنش آن‌ها به وجود می‌آید. به باور بوردیو، جامعه‌پذیری با ادغام عادت‌واره‌های طبقاتی به واسطه بازتولید طبقه به مثابه گروهی که عادت‌واره مشابهی دارد در افراد تعلق طبقاتی ایجاد می‌کند (بون ویتز، ۱۳۹۸: ۸۹). هر چند عادت‌واره محصول تعلق اجتماعی است، اما در ارتباط با یک میدان ساختارمند می‌شود (همان: ۱۰۰). همچنین عادت‌واره به مثابه محصول موقعیت‌ها، مداوم در حال تغییر است (بوردیو، ۱۹۹۰: ۷). در واقع این ساختارمندی محصول قواعدی است که بر هر میدانی حاکم شده‌اند.

۴. سرمایه فرهنگی در میدان رقابتی جایزه بوکر عربی (الجائزة العالمية للرواية العربية) جایزه جهانی رمان عربی یکی از بزرگ‌ترین و پرافتخارترین جوایز جهان عرب است. مهم‌ترین هدفی که این جایزه در پیش دارد، متمایز ساختن آثار برجسته روایی در حوزه

ادبیات عربی است. همچنین در پی بالا بردن سطح تقاضا، نسبت به این ادبیات در سطح جهانی است و آن از طریق ترجمه آثار برنده و انتشار این آثار به زبان‌های زنده در دنیا است. این جایزه فعالیت خود را در سال ۲۰۰۷ و با حمایت فرهنگی و مالی «مؤسسه من بوکر» و «اداره فرهنگ و گردشگری ابوظبی» آغاز کرد. اداره امور مربوط به بخش‌نامه‌ها و آیین‌نامه‌های جوایز از جمله مسؤولیت‌های هیأت امنای این مؤسسه است. این هیأت تنها از عرب‌زبان تشکیل نشده است، بلکه شامل اعضای غیرعرب‌زبان نیز است. از مهم‌ترین وظایف هیأت امناء، مشخص کردن اعضای هیأت داوران است که در هر دوره به طور سالانه پنج تن از این اعضا مشخص می‌شوند. هیأت داوران مسؤول انتخاب رمان‌ها و درج آن‌ها در لیست بلند، لیست کوتاه و سرانجام انتخاب بهترین رمان که شایسته جایزه است، هستند. رمان برنده شده به طور رایگان به زبان انگلیسی ترجمه می‌شود. نویسندگان شرکت‌کننده از لحظه کاندید شدن به طور ضمنی متعهد می‌شوند که در فعالیت‌ها، گردهمایی‌ها و حضور رسانه‌ای مرتبط با این سازمان چه در جهان عرب و چه در خارج آن، شرکت فعال داشته باشند.

جایزه بین‌المللی رمان عربی از چندین سازمان، بودجه و پشتیبانی دریافت می‌کند. هیأت داوران از میان منتقدان ادبی و دانشگاهیان انتخاب می‌شود و موفقیت در کسب جایزه بوکر عموماً به معنای شهرت جهانی و موفقیت است؛ از همین رو، این جایزه اهمیت بسزایی در صنعت و تجارت کتاب دارد^۱.

نکاتی در خصوص هیأت امنای این جایزه سرخ‌هایی از حضور فرهنگی فعال مؤسسه بوکر بریتانیایی به دست می‌دهد و نشان از آن دارد که این مؤسسه به پشتیبانی مالی و رسانه‌ای خود اکتفا نکرده، بلکه در پی این پشتیبانی‌ها، حق حضور مسلم خود را در این عرصه محفوظ نگه داشته است. از این رو «محمد ابوالسعود الخیاری» پژوهشگر و منتقد ادبی از این حضور با این عبارت یاد می‌کند: «وجبة عربية بطعم انجلیزی» (غذایی عربی با طعم انگلیسی) (ابوالسعود الخیاری، ۲۰۱۴: ۵۴). به هر صورت وابستگی ناگسستنی بوکر عربی به بوکر بریتانیایی، نهفته در وابستگی فکری و فرهنگی کارگزاران و مجریان این جایزه به قواعد مؤسسه بوکر بریتانیایی است. این حضور چه در مجلس امناء و چه در گزینش هیأت داوران، قابل ملاحظه است. برای نمونه، جاناتان تیلور^۲، رئیس مؤسسه جایزه بوکر عربی و هیأت‌مدیره

1. Aarabicfiction.org

2. Taylor, J.

جایزه کان^۱ بوده که انگلیسی‌تبار است. همچنین یاسر سلیمان^۲، رئیس هیأت امنای جایزه بوکر عربی، جالب توجه است که وی دارنده نشان امپراتوری بریتانیا بوده و سال‌ها در مسند استادی دانشگاه کمبریج و عضو انجمن سلطنتی ادینبورگ است. دیگری ایولین (ایو) اسمیت^۳، دبیر بنیاد جایزه بوکر عربی است که مدیر ارشد بسیاری از موسسات خیریه و غیرانتفاعی در بریتانیا بوده؛ قبل از آن او وکیل یک شرکت حقوقی - تجاری در لندن بود. به هر ترتیب، شاید در وهله امر به نظر برسد که باید تفکیکی اساسی میان نویسنده که احتمالاً برای یک حامی یا تحت تأثیر قواعد نهادهای ارزش‌گذار، اثری را تولید می‌کند و مترجم که اثر را برای بازار هنری ترجمه می‌کند، قائل شویم، اما در هر دو صورت هر دو تحت تأثیر نهادها قرار گرفته اند و در حقیقت ورودی میدان‌ها گوناگون است، اما حد و مرز میدان‌ها نامشخص و سیال است (ر.ک: جنکینز^۴، ۱۳۹۶: ۱۳۷). بنابراین، از این منظر، تازمانی که اثر ادبی به مثابه کالای فرهنگی بررسی می‌شود، چندان نمی‌توان میان تولید اثر هنری و ترجمه اثر هنری، تفاوت قائل شد. بنابراین اعطای جوایز ادبی منحصر به رمان‌نویسان نیست. جایزه یا تقدیر شامل مترجمان نیز می‌شود، اما نکته حائز اهمیت آن است که چه بسا شهرت یک مترجم یا تقدیر از او تنها وابسته به «گزینش» متنی از سوی وی جهت ترجمه است و نه صرفاً به دلیل مهارت‌های فنی به کار رفته در آن ترجمه. از این رو، میدان مدنظر این پژوهش، از یک طرف فضای حاکم بر این جایزه ادبی در جهان عرب است و از طرف دیگر، فضای فرهنگی حاکم در بازار نشر متون روایی عربی در ایران است. بازیکنان هر دو میدان، نهاد قدرت، رمان‌نویسان، ناشران و مترجمان، هستند. عمل یا کنش، نویسندگی در قالب‌هایی مورد تأیید یا مشروع نهاد قدرت، گزینش و ترجمه آثار برنده جایزه با معیارها و استانداردهای جایزه بوکر است.

در خصوص طرف اول میدان به کلیات ذکر شده از فضای حاکم بر آن اکتفا می‌کنیم، اما در خصوص طرف دوم میدان، سعی در تبیین و بازگشایی عواملی داریم که ناشران و مترجمان را به سوی گزینشی ویژه سوق می‌دهد. در تبیین این امر از مقوله مبارزه زبانی و الگوی کنش - میدان پییر بوردیو بهره‌مند شده‌ایم.

-
1. Cannes.
 2. Suleiman. Y.
 3. Smith, E.
 4. Jenkins, R.

همانطور که اشاره شد، میدان‌ها فضاهای ساختاریافته جایگاه‌ها هستند که قوانین ثابتی برای کارکرد خود دارند. در هر میدان یک مبارزه وجود دارد که هر بار باید در جست‌وجوی اشکال ویژه آن برآید؛ مبارزه میان تازه‌واردانی که می‌کوشند حق ورود به میدان را پیدا کند و سلطه‌گرانی که تلاش می‌کنند از انحصار دفاع کرده و زمینه رقابت را از میان ببرند.

همانطور که اشاره شد ماهیت دوگانه محصولات فرهنگی ایجاب می‌کند که با تأمل بیشتری به تمایل احتمالی دولت‌ها به حمایت از محصولات فرهنگی برای حفظ یا ترویج فرهنگ بنگریم. حفظ یا ترویج فرهنگ به وسیله محصولات فرهنگی، یک هدف تنظیمی مشروع برای اعضای سازمان جهانی تجارت است (وون، ۱۳۹۳: ۸۴-۸۶).

در این میان، منش زبانی محصول صرف گفتمان نیست، بلکه محصول گفتمانی است که با یک موقعیت سازگاری پیدا کرده و یا با یک بازار یا میدان تطبیق پیدا کرده است (بورديو، ۱۳۹۴: ۱۴۴). هر بار که گفتمانی خطاب به گیرندگان تولید می‌شود که قادر به ارزشیابی، ارزیابی و بها دادن به آن هستند، یک بازار زبانی به وجود می‌آید. شناخت توانش زبانی صرف، پیش‌بینی ارزش کنش زبانی در یک بازار را میسر نمی‌کند (اینجاست که موقعیت نقش اصلی را ایفا می‌کند)؛ بهایی که محصولات یک توانش خاص در یک بازار خاص دریافت می‌کنند به قوانین قیمت‌گذاری خاص این بازار بستگی دارد (همان: ۱۴۶). رابطه وابستگی بسیار روشنی بین سازوکارهای سلطه سیاسی و کارهای قیمت‌گذاری زبانی خاص در یک موقعیت اجتماعی معین وجود دارد. روابط قدرتی که بر این بازار سلطه دارد باعث می‌شود که بعضی تولیدکنندگان و بعضی تولیدات از ابتدا از مزیت برخوردار باشند (همان: ۱۴۹).

به این ترتیب مترجمانی که وارد بازار زبانی شوند، ناچارند از قوانین این میدان تبعیت کنند، چراکه اساساً کنش زبانی (اختصاصاً روایت‌نویسی)، تنها زمانی ارزشمند قلمداد می‌شود که بازاری برای آن وجود داشته باشد. اینجاست که مطالعات میدانی تفاوت‌های عظیم ذائقه‌ها را نشان می‌دهد. امری که نشان می‌دهد گزینش متون برای ترجمه نیز هرگز تصادفی نیست، بلکه کنشی آن را هدایت می‌کند که در حقیقت سلیقه^۱ مصرف را در کنترل خود دارد و با جهت‌دهی، باعث ایجاد یکدستی و در منطبق بورديو باعث «تمايززدایی» می‌شود؛ بنابراین، بورديو به این یکدستی هرگز خوش بین نبوده است.

به عقیده بوردیو، برای اینکه یک میدان فعالیت داشته باشد، لازم است مسائل خاص و افرادی وجود داشته باشند که آماده بازی^۱ در این میدان باشند و از منشی برخوردار باشند که متضمن شناخت و بازشناسی قوانین است (بوردیو، ۱۳۹۴: ۱۳۴). بوردیو همچنین بر آن است که خصوصیات موقعیت‌هایی را که روشنفکران و هنرمندان در میدان قدرت اشغال می‌کنند، تابعی از موقعیت‌هایی است که در میدان ادبی و هنری کسب می‌کنند (بوردیو، ۱۳۷۹: ۱۰۰). از همین رو، بازار تولیدات زبانی، خواه ناخواه میدانی را تشکیل می‌دهد که حدود و ثغور خود را از طریق نهادها و سازمان‌ها تعریف می‌کند. هر چه قدرت یک نهاد بیشتر باشد، امکان تحمیل معیارهای خود را در هر میدان بیشتر دارد و در نهایت آن یک‌دستی مطلوب حاصل می‌شود.

با توجه به آنچه گذشت، ساختار میدان ترجمه رمان عربی در ایران، تبدیل به حالتی از مناسبات قدرت میان کنشگران یا نهادهای دخیل در «مبارزه» شده است که در جریان مبارزات قبلی انباشت شده و استراتژی‌های بعدی را هدایت می‌کند. مبارزاتی که در این میدان جریان دارد، خواه و ناخواه بر سر انحصار (اقتدار) یا (قدرت) در می‌گیرد که مشخصه بارز میدان است. باید به یاد داشت کسانی که در یک میدان در میان مناسبات قدرت در تلاش برای حفظ اقتدار هستند، احتیاج به استراتژی‌هایی دارند؛ از مهم‌ترین این استراتژی‌ها در میدان ترجمه متون روایی، تولید یک گفتمان و به تبع آن تولید یک ذائقه یکدست است. این گفتمان فضایی را در میدان خلق می‌کند که بازیکنان از رانده شدن از میدان هراس پیدا کنند. همچنین وارد شدن به میدان (مثلاً میدان فروش رمان به مثابه کالاهای فرهنگی) بدون پرداخت عوارض امکان‌پذیر نیست. از جمله مهم‌ترین این عوارض اولاً تشخیص ارزش این میدان و ثانیاً ورود به استراتژی‌های حفظ گفتمان غالب است. در این میان، هیأت داوران (اختصاصاً داوران بوکر) یا به تعبیر دقیق‌تری «متن‌شناسان» تنها کسانی هستند که قادر به اثبات موجه بودن اثر و تشخیص ارزشی هستند که بدان نسبت داده می‌شود. به این ترتیب، اثر به میدان خود که در اینجا میدان رقابت برای کسب جایزه بوکر است، «مدیون» می‌شود. سرانجام مترجم با گزینش اثر برنده شده، و ترجمه و نشر آن، خواه ناخواه در حفظ ساختارهای موجود قدرت سهیم شده است و او نیز مدیون این بده بستان‌ها می‌شود. حال می‌توان چند گزاره اساسی را در نظر داشت: ۱- مترجم رمان‌های عربی بوکر در ایران، تابع

1. Play

قیمت‌گذاری بازارهای زبانی جهان عرب است. ۲- آنچه را مترجم رمان‌های بوکر عربی در چند سال اخیر در ایران به انجام می‌رساند، جلوه‌ مستقیمی از یک برگردان زبانی نیست، بلکه محصولی پیچیده از رابطه بین گزینش، کنش و بازار است؛ به نحوی که بعید است در جایی خارج از این رابطه وجود داشته باشد. ۳- رابطه سلسله مراتبی یا فرادستی - فرودستی در کنش این نوع از ترجمه وجود دارد. ۴- با گزینش چند اثر از متون روایی بوکر که به فارسی برگردان شده‌اند، در چند دوره متوالی، هنجارهای ترجمه‌ای تحت تأثیر و تغییر قرار گرفته‌اند.

بنابراین، این نهاد و مشابه آن به مثابه مؤسسان فرهنگی عمل می‌کنند که به صورت فزاینده‌ای تعیین‌کننده مصرف کالاهای فرهنگی هستند. در واقع اشغال این جایگاه مشروعیت‌بخش - احتمالاً در مورد حضور مؤکد نهادهای غربی در گزینش بهترین رمان عربی باید از لفظ استعمار به جای اشغال استفاده کنیم - یکی از روش‌های ارزش‌گذاری است که با ادعای کسب تخصص در یک فرهنگ متعالی و نخبه (اختصاصاً فرهنگ بریتانیایی)، صلاحیت وضع قوانین را دارد، چراکه همانطور که اشاره شد، قدرت در میدان، تنها در سرکوب و ایجاد ممنوعیت خلاصه نمی‌شود، بلکه تشویق به گفتمانی خاص نیز تولید قدرت می‌کند. به این ترتیب واضح است که داوران این قبیل از مسابقات هنری می‌توانند نه فقط به آثار هنری یک هنرمند، بلکه به دیگر فعالیت‌های او نیز مشروعیت ببخشند یا از آن‌ها سلب مشروعیت کنند. کسب شهرت و اعتبار هنری یا از دست دادن آن نیز به همین منوال است. «این نهادها و کنشگران توان آن را دارند که چیزی را هنر معرفی کنند حتی اگر آن چیز از نگاه همگان صرفاً توده‌ای آجر باشد» (انگلیس وهاگسون، ۱۳۹۵: ۶۷).

با توجه به ترکیب‌بندی مؤسسه بوکر و حمایت‌های مالی و رسانه‌ای انجام شده و بانگاهی به مهم‌ترین اعضای هیأت‌مدیره و هیأت‌امنا که شرحی از آن رفت، می‌توان دریافت که جایزه بوکر عربی تبدیل به فرصتی شده است تا گروهی خاص، سلیقه‌ای خاص را بر کنش جمعی تحمیل کنند. همچنین دلایل اعطای جایزه به یک رمان هیچ‌گاه به درستی ضابطه‌بندی نشده و بی‌اندازه سیال است؛ این سیالیت و این تحمیل گزینش‌ها به نحوی فزاینده و قابل توجه در بازار نشر متون روایی عربی در ایران، جریان پیدا کرده است. البته این شاید تقلیل‌گرایانه باشد که لزوماً همه رمان‌هایی که در این دوره خاص ترجمه شده‌اند از این هنجار تبعیت کرده باشند. برای نمونه، رمان خیال‌حلاج، ترجمه حمید رضا مهاجرانی،

جایزه‌ای حاصل نکرده است، اما مورد اقبال مخاطبان ایرانی قرار گرفته و اکنون به چاپ سوم رسیده است. همچنین دیگر رمان‌هایی از این قبیل که راه خود را در بازار نشر پیدا کرده‌اند. با این حال، می‌توان سخن از یک دلالت غالب به میان آورد و آن، این است که یکی از راه‌های جذب سرمایه‌های فرهنگی و از آن خود کردن بازار مصرفی کالاهای فرهنگی همین پروتکل‌ها و جوایز ادبی است. شاید بتوان گفت که حضور این نهادها، به نحوی زیباشناسی کانتی را با ضدکانتی پیوند داده است، چراکه از جهتی با رأی و نظر نخبگان محصول تا اندازه کانتی را انتخاب و سپس با تعمیم‌دهی، آن را به تدریج به حوزه‌های ضدکانتی می‌کشانند.

به هر ترتیب، جایزه به مثابه یک نهاد یا سازمان با تصمیمات اقتصادی و فرهنگی‌اش در نقش یک تنظیم‌کننده ظاهر می‌شود و قواعد بازی خاص میدان را تثبیت می‌کند یا تغییر می‌دهد. فرض بر این است که وجود جایزه ادبی بوکر عربی، بیش از آنکه در جهت تشویق نویسندگان برای خلق آثار هنری خلاقانه باشد، شامل دو کارکرد است:

- بازتولید سرمایه در میدان تولیدات فرهنگی

- جهت‌دهی به ذائقه عامه مخاطبان رمان عربی.

مصدق بارز این امر حرکت محسوس مترجمان متون روایی عربی در ایران است. مترجمان علاوه بر سفارش حامیان و یا مراکز نشر، این بار خود نیز به طور مشخص و به سادگی واقف‌اند که ترجمه کدام اثر برای تأمین معاش سودآورتر است. به دلیلی بسیار ساده، منافع مترجمان و صاحبان مراکز نشر اقتضا می‌کرد که متون روایی هنرمندانی که به شهرت و اعتبار بیشتری دست یافته‌اند در درجه اول اهمیت قرار بگیرد، اما حال چالش اصلی در این است که مترجم این بار، شهرت و اعتبار خود را چگونه و براساس چه مبانی کسب می‌کند. در این میان نقش نهادها و به ویژه مراسم اعطای جوایز به خوبی روشن می‌شود. تعیین جایزه برای بهترین رمان سال، یکی از انگیزه‌های مهمی است که چه نویسنده و چه مترجم نمی‌تواند به سادگی از آن چشم‌پوشی کند؛ صرف‌نظر از مزایای مالی این جوایز، شهرت و اعتبار حاصل از آن، یک شبه ره صد ساله رفتن است. «از همین رو وضعیت کنونی بازار رمان عربی تفاوت معناداری با دوره قبل از روی کار آمدن جایزه بوکر دارد. کتاب‌های خریداری شده و اقبال خوانندگان نشان از همین امر دارد و این پیشرفت را در ادبیات داستانی عربی، مرهون همین جایزه بوکر باید دانست. در دوره‌های قبل بجز چند اثر از نجیب محفوظ

و آثار انگشت‌شمار دیگر، حضور رمان عربی را در بازار نشر ایران، کمرنگ می‌بینیم، اما بعد از بوکر، رشد بازار کتاب زبان عربی بسیار قابل توجه است؛ اگرچه بعضی ترجمه‌ها تحریف شده و شتاب‌زده ارائه شده‌اند و ویرایش‌ها ضعیف و عبارت‌ها کاملاً بوی ترجمه می‌دهد.^۱ تحولی که در این بین بر جریان ترجمه تأثیر مهمی داشت، این بود که انتخاب و ترجمه متون روایی عربی با شیوه‌هایی نوین، حول انگیزه سود سامان یافت و چنان رقابتی در بازار ترجمه ایجاد کرد که مترجمان فارسی‌زبان کم‌تجربه و فاقد سبک، بی‌مه‌ابا وارد این حیطه شده و شتاب‌زده، ترجمه‌ای مملو از غلط‌هایی فاحش و غیرقابل اغماض را روانه بازار کنند تا در این مسابقه گوی سبقت را ربوده باشند. در ادامه نمونه‌ای از این ترجمه‌ها ارائه می‌شود.

۴-۱. رمان *واحة الغروب* - اثر بهاء طاهر - ترجمه رحیم فروغی

متن اصلی: وآخرون كانوا يجتهدون لإخفاء التشفی (طاهر، ۲۰۱۳: ۱۰)

ترجمه: برخی دیگر هم سعی می‌کنند خشمشان را پنهان کنند (فروغی، ۱۳۹۳: ۱۶). همانطور که ملاحظه می‌شود در مثال فوق، واژه «التشفی» که به معنای خوشحالی و آسودگی از وقوع یک مصیبت برای دیگران است، کاملاً اشتباه برگردان شده است.

متن اصلی: وجه ملک حقیقی انتقل من جدران معبد (طاهر، ۲۰۱۳: ۲۰).

ترجمه: او در این عصر فرشته است (فروغی، ۱۳۹۳: ۲۸).

در ترجمه این قسمت از رمان به اشتباه «ملک» به فرشته ترجمه شده است در حالی که مراد پادشاه است.

متن اصلی: حتی لو کان قد تقدم لها لااعتذرت.

ترجمه: حتی اگر به من پیشنهاد می‌کرد پوزش می‌خواستم (همان: ۳۴)

در ترجمه، واژه اعتذار به اشتباه پوزش به کار رفته است؛ در حالی که اعتذار اینجا؛ یعنی عدم پذیرش یک امر.

۱. برگرفته از سخنان حمیدرضا مهاجرانی، مترجم ادبیات داستانی عربی در ایران.

۲-۴. دروز بلغراد؛ اثر ربیع جابر و ترجمه صادق دارابی

متن اصلی: بسبب كثرة العساكر و الغرباء فى البلد (جابر، ۲۰۱۱: ۱۲).

ترجمه: از وقتی غربتی‌ها و نیروهای نظامی وارد این شهر شده‌اند (دارابی، ۱۳۹۶: ۱۴).
ملاحظه می‌شود که غرباء به اشتباه غربتی‌ها ترجمه شده است. غرباء به معنی بیگانه‌ها و غربتی‌ها گروه خاصی از مردم با فرهنگ خاصی هستند که به هیچ وجه معنی بیگانه نمی‌دهد.

متن اصلی: ردونا الى الجبل (جابر، ۲۰۱۱: ۷۹).

ترجمه: ما را به کوه برگردانید (دارابی، ۱۳۹۶: ۹۷).

مراد از الجبل اینجا همان کوه لبنان است که باید بیان می‌شد.

متن اصلی: فتح عينيه فى الظلام وشهق (جابر، ۲۰۱۱: ۹۳).

ترجمه: در تاریکی چشم‌هایش باز و مثل خر عرعر کرد (دارابی، ۱۳۹۶: ۱۱۵).
ترجمه صحیح می‌تواند این باشد که در تاریکی چشم‌هایش را باز کرد و از شدت ترس فریاد کشید یا به شدت گریست.

۳-۴. فرانکشتاین فی بغداد؛ اثر احمد السعداوی و ترجمه امل النبهانی

متن اصلی: يلتحق بالرفیق الأعلى (السعداوی، ۲۰۱۳: ۹۳)

ترجمه: دوست آسمونی مون (نهبانی، ۱۳۹۸: ۹۶).

ترجمه صحیح خداوند است.

متن اصلی: لها الحق الكامل بالتشفى (السعداوی، ۲۰۱۳: ۹۵).

ترجمه: او حق این را داشت که شفا پیدا کند (نهبانی، ۱۳۹۸: ۹۷).

تشفی به اشتباه شفا یافتن ترجمه شده و ترجمه صحیح خوشحال و خشنود بودن است.

۴-۴. حرب الكلب الثانية؛ اثر ابراهیم نصرالله و ترجمه ستار جلیل زاده

متن اصلی: لناخذ ساعتیهما، الأقرط، السوار الذی فی ید البننت.. (نصرالله، ۲۰۱۶: ۴۱).

اقرط به اشتباه گردنبنند ترجمه شده‌اند (جلیل زاده، ۱۳۹۷: ۴۷).

متن اصلی: أتقصد فعلاً جسراً جویاً؟ (نصرالله، ۲۰۱۶: ۴۳).

ترجمه: منظورت فعلاً پل هوایی است. (جلیل زاده، ۱۳۹۷: ۴۹).

در این ترجمه، واژه فعلاً که به معنای واقعی است به اشتباه فعلاً نوشته شده است.

متن اصلی: كانت البلد قد استسلمت لتلك القاعدة.. (نصرالله، ۲۰۱۶: ۴۵).

ترجمه: کشور تسلیم آن پایگاهی شده بود که .. (جلیل زاده، ۱۳۹۷: ۵۱).

در اینجا قاعده که به معنای اصل و قاعده است به معنای پایگاه ترجمه شده است.

متن اصلی: أتینک ذات یوم مثقلاً بالهموم (نصرالله، ۲۰۱۶: ۷۱).

ترجمه: آن روز که سرسنگین و پریشانی خاطر با تو ملاقات کردم (جلیل زاده، ۱۳۹۷: ۸۰).

سرسنگینی هرگز نمی تواند ترجمه مثقلاً بالهموم باشد (ر.ک: یوسفی، ۱۴۰۰).

نمونه‌های بسیار دیگری از غلط‌های ترجمه وجود دارد که نشان از کم‌تجربگی مترجم، شتابزدگی و تسلط پایین دارد. همچنین در کنار این اشتباهات نمونه‌های بسیار دیگری وجود دارد که نشان از عملکرد ضعیف مترجمان در کاربست مؤلفه‌های لازم و ضروری ترجمه دارد، اما در حوصله بحث نمی‌گنجد.

به هر شکل با نگاهی به ناشران سرشناس و موفقی چون نیلوفر، نیماژ، گل آذین، روزنه، ثالث، نی و... که این ترجمه‌ها را سفارش داده یا منتشر ساخته‌اند، درمی‌یابیم که جایزه بوکر در جلب توجه ناشر و مترجم و مخاطب موفق بوده است. برای مثال، برخی از این رمان‌ها طی این چند سال به چاپ دوم و سوم رسیده‌اند؛ از جمله ساقه بامبو و فرانکشتاین در بغداد. رمان عزایل، امروز به چاپ پنجم و رمان پست شبانه نوشته هدی برکات در انتشارات ثالث به چاپ سوم رسید.

به هر ترتیب تا زمانی که «درستی»، «تناسب»، «مطلوبیت»، «هنرمندانه»، «زیبا» و... همگی توسط یک عده (که قاعدتاً نخبه شناخته می‌شوند) تعیین می‌شود، نوعی از فرادستی و فرودستی تشکیل می‌شود که در این سلسله مراتب فرودستان سعی می‌کنند تا از الگوهای مصرف طبقات نخبه یا فرادستان تقلید کنند. الگوهایی که البته بعدها برای حصول اطمینان تغییراتی ظاهری خواهند داشت. از همین جاست که امری چون بازاریابی و تبلیغات و برندها به تدریج وارد تصور مصرف‌کننده قرار گرفته که به کالاها نوعی از مقبولیت و مشروعیت

می‌بخشید. در این میان آثار ادبی و اختصاصاً رمان‌ها، سوژه‌ای نسبتاً نو برای این تلاش‌ها در جهت شکل‌دهی ذائقه به شمار می‌روند. اما همچنان جدال بر سر آن قدرتی است که این قواعد انتخاب رمان را در میدان به وجود می‌آورد، چه بسا با دگرگونی دست‌اندرکاران اعطای جایزه، قواعد و معیارهای انتخاب و توزیع سرمایه را در این میدان تغییر دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به تحلیل بوردیو از ساخت‌یابی اجتماعی روابط حاکم بر تولید و توزیع هنر، واضح است که تولید و فروش محصولات فرهنگی در بازار داخلی و تجارت بین‌الملل عموماً با انگیزه کسب سود صورت می‌گیرد، چراکه یک محصول فرهنگی، غالباً به قیمت پرداختی مصرف‌کننده بستگی ندارد، بلکه به تعداد مصرف‌کنندگان بستگی دارد. در این میان، مخاطبان، ناشران و مترجمان، در ارتباط با جوایز ادبی به نحوی ناخودآگاه پذیرای یک نوع سلطه فرهنگی خواهند بود که چهارچوب آن از پیش تعیین شده است.

در اینجا به طور آشکار فرهنگ را به مثابه ابزاری برای سلطه به کار می‌گیرند، این سازمان‌ها در درون خود، عقاید و ارزش‌هایی تولید می‌کنند که لاجرم مترجم، ناشر و خواننده، همگی به مثابه مصرف‌کننده در برابر آن سر فرود می‌آورند، در این میان، مترجم یک مصرف‌کننده و یک سوژه است اما سوژه‌ای به‌موجب و انقیاد یافته.

مشروعیت سازمانی و نقش عمده آن در تولیدات زبانی در گزینش مترجم و برساخت ذائقه مخاطب تأثیرگذار است.

میدان قدرت در ترجمه متون روایی عربی، مشابه یک میدان مغناطیسی شده است که کنش‌گزینش از سوی مترجم با توجه به موقعیت آن رمان در این میدان، تعیین می‌شود. این امر، نظمی مشهود را در ترجمه فراهم ساخته، اما این نظم و یکدستی ظاهری و به تعبیر بوردیو عادت‌واره، خوش‌یمن نیست چراکه ریشه در مکانیسم ساختاردهنده قدرتمندان حاکم بر میدان دارد بی‌آنکه ناشی از اختیار مطلق و آگاهی کامل باشد؛ به گونه‌ای که مترجم به مثابه کنشگر لاجرم تابع آن است. در حقیقت این یک نظم ظاهری است که در جایی میان آگاهی و عدم آگاهی مستقر شده است و این دیالکتیک کاملاً همخوان با نظر هستی‌شناختی بوردیو است، چراکه طبق نظر او، تنها با ایجاد قالب‌های مشترک در میدان، طرح‌هایی برای کنش‌های مشترک ریخته می‌شود. بنابراین، با پایه‌گذاری مؤسسه جایزه بوکر عربی و رشد

محسوس نگارش رمان در جهان عرب و به تبع آن افزایش تعداد ترجمه‌ها از این رمان‌ها، تغییراتی در میدان ترجمه فارسی این آثار شکل گرفت. تغییر در عادت‌واره‌های میدان ترجمه بالطبع بالا رفتن سطح حمایت ناشران و افتادن در ورطه رقابت بازار، ناگزیر به کوتاه کردن پروسه ترجمه و ورود مترجمان تازه وارد با منفعته‌ها، سرمایه‌ها و عادت‌واره‌های تقریباً یک‌دست به میدان ترجمه شد. در این میان جایزه بوکر توانست تا حدود زیادی منجر به تمایززدایی از فرآیند گزینش و ترجمه شود و عادت‌واره‌های آن به خوبی توانست خود را بر میدان ترجمه ایران تحمیل کند تا جایی که توانسته طبقه‌بندی پیشین موجود در این میدان را دگرگون کند و شکافی میان نسل اول ترجمه و تازه‌واردان، ایجاد کند. جالب توجه است که تغییر در میدان از زمانی شکل گرفت که تازه‌واردان در کوتاه‌مدت به موفقیت‌هایی در بازار ترجمه دست یافتند. در مقابل، نسل اول ترجمه و بازیکنان پر سابقه میدان، از شتاب در امر ترجمه فاصله گرفتند؛ امری که سبب شد صورت‌بندی جدیدی برای میدان ترجمه متون روائی عربی در ایران رقم بخورد.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Fatemeh Araj



<https://orcid.org/0000-0003-4434-5476>

منابع

- ابوالسعود الخیاری، محمد. (۲۰۱۴م). *جائزه بوکر؛ دماء زرقاء فی عروق الثقافه العربیه*. نشریه الوعی الاسلامی. ۵۸۶. ۵۴-۵۵.
- استونز، راب. (۱۳۹۷). *متفکران بزرگ جامعه شناسی*. ترجمه مهرداد میردامادی. تهران: مرکز.
- انگلیس، دیویدو جان هاگسون. (۱۳۹۵). *جامعه شناسی هنر*، ترجمه جمال محمدی، تهران: نشر نی.
- بارکر، کریس. (۱۳۹۱). *مطالعات فرهنگی (نظریه و عملکرد)*. ترجمه مهدی فرجی و نفیسه حمیدی.
- چ ۲. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- بوردیو، پیر. (۱۳۹۶). *نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی*. ترجمه مرتضی مردیها. چ ۷. تهران: نشر نقش و نگار.
- _____ (۱۳۹۹). *تمایز*. ترجمه حسن چاوشیان. چ ۶. تهران: نشر ثالث.

- _____ (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی و ادبیات؛ آموزش عاطفی فلور. ترجمه یوسف ابادری، ارغنون، (۹ و ۱۰)، ۷۷-۱۱۱.
- بون ویتز، پاتریس. (۱۳۹۰). *درس‌هایی از جامعه‌شناسی پیر بوردیو*. ترجمه جهانگیر جهانگیری. تهران: آگه.
- جابر، ربیع. (۱۳۹۶). *دروزر بلگراد*. ترجمه صادق دارابی. آبادان: پرسش.
- جمشیدیه، غلامرضا، پرستش، شهرام. (۱۳۸۶). *دیالکتیک منش و میدان در نظریه عمل پیر بوردیو*. *مطالعات جامعه‌شناختی*، (۳۰)، ۱-۳۰.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۹۶). *پیر بوردیو*. ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان. چ ۲. تهران: نی.
- زنده بودی، مهران. (۱۳۹۰). *نظریه اسکوپوس در ترجمه‌شناسی*، *مطالعات ترجمه*، (۳۶)، ۵-۱۸.
- سجودی، فرزانه و میثاق نعمت‌گرگانی (۱۳۹۶). *نقد اجتماعی سلیقه مشروع تماشاگران تئاتر تهران از منظر نظریه میدان پیر بوردیو*. *فصلنامه تخصصی تئاتر*، (۶۹)، ۳۹-۶۲.
- السعداوی، احمد. (۱۳۹۸). *فرانکشتاین در بغداد*. ترجمه امل النبھانی. تهران: نیماژ.
- کاریگان، پیترو. (۱۳۹۶). *جامعه‌شناسی مصرف*. ترجمه سعید صدرالاشرفی. تهران: گل آذین.
- کراسلی، نیک و جان مایکل رابرتز. (۱۳۹۴). *هابرماس، باختین، بوردیو: تأملاتی درباره حوزه عمومی*. ترجمه محمود مقدس. تهران: روزنه.
- کیانی خواه، احسان. (۱۳۹۲). *نگاهی به ترجمه بینانشانه‌ای؛ بررسی چند مورد از جلد رمان‌های ترجمه شده از انگلیسی به فارسی*. *مطالعات ترجمه*، (۴۲)، ۵۱-۶۲.
- گنتز، ادوین. (۱۳۹۳). *نظریه‌های ترجمه در عصر حاضر*. ترجمه علی صلح‌جو. چ ۲. تهران: هرمس.
- گنتز، ادوین و تیمو کزکو، ماریا. (۱۳۹۴). *ترجمه و قدرت*. ترجمه سید محمد کریمی بهبهانی. چ ۲. تهران: قطره.
- گرنفل، مایکل. (۱۳۹۳). *مفاهیم کلیدی پیر بوردیو*. ترجمه محمد مهدی لیبی. چ ۲. تهران: افکار.
- گرونو، یوگا. (۱۳۹۲). *جامعه‌شناسی سلیقه*. ترجمه مسعود کیانپور. تهران: مرکز.
- طاهر، بهاء. (۱۳۹۳). *واحه غروب*. ترجمه رحیم فروغی. تهران: نیلوفر.
- لفور، آندره، سوزان بسنت و مری اسنل هورنی. (۱۳۹۲). *چرخش فرهنگی در مطالعات ترجمه*. ترجمه مزدک بلوری. چ ۲. تهران: نشر قطره.
- مهری، بهار. (۱۳۹۰). *مصرف و فرهنگ*. تهران: سمت.
- میرزا ابراهیم تهرانی، فاطمه. (۱۳۹۳). *ترجمه و جهانی شدن*. *مطالعات ترجمه*، (۴۶)، ۷-۱۶.
- وون، تانیا. (۱۳۹۳). *محصولات فرهنگی و سازمان جهانی تجارت*. ترجمه وحید بزرگی و امیر هوشنگ فتحی زاده. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- نصرالله، ابراهیم. (۱۳۹۷ش). *جنگ دوم سگ*. ترجمه ستار جلیل زاده. تهران: گل آذین.

هولمز، جیمز، ایتامار اون زهر، هنس ورمیر و لارنس ونوتی. (۱۳۹۳). *بازاندیشی ترجمه*. ترجمه مزدک بلوری و کاوه بلوری. چ ۲. تهران: قطره.

یوسفی، محمدعلی. (۱۴۰۰). ارزیابی ترجمه‌های فارسی ارائه شده از کتاب‌های برنده جایزه بوکر عربی براساس نظریه لادمیرال. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

References

- Abolsoud Al-Khayari, M. (2014). Booker Prize; "The temperature of Zarqa in the vessels of the Arabian culture. *Islamic Islamic Journal*. 586. 54-55. [In Persian]
- Barker, Ch. (2012). *Cultural Studies (Theory and Practice)* translated by Mehdi Faraji and Nafiseh Hamidi, Research Institute for Cultural and Social Studies, Tehran. [In Persian]
- Bourdieu, P. (1996). *The Rule of Art: Genesis and structure of the literary Field*. Translated by Susan Emanuel. Polity press.
- _____. (1990). *In Other words: essay towards reflexive sociology*. Translated by Matthew Adamson. Stanford University press.
- _____. (2017). *Theory of Action: Practical Reasons and Rational Choice*. Translated by Morteza Mardiha. Tehran: Naghsh-o-Negar Publishing. [In Persian]
- _____. (2020). *Distinction*. Translated by Hassan Chavoshian, Tehran: sales publishig. [In Persian]
- _____. (1996). *Sociology and Literature; Flaubert Emotional Education* Translated by Yousef Abazari. *Organon*. (9 and 10_ 77-111. [In Persian]
- Bon Weitz, P. (2011). *Lessons from the Sociology of Pierre Bourdieu*. Translated by Jahangir Jahangiri. Tehran: Agha. [In Persian]
- Crossley, N. & John Michael, R. (2015). *Habermas, Bakhtin, Bourdieu: Reflections on the Public Sphere*. Translated by Mahmoud Moghaddas. Tehran: Rozaneh Publications. [In Persian]
- Gentzler, E & Maria T. (2015). *Translation and power*. Translated by Seyed Mohammad Karimi Behbahani. Ch II. Tehran: Qatreh. [In Persian]
- Gentzler, E. (2014). *Translation Theories in the Present Age*. Translated by Ali Solhjoo. Ch II. Tehran: Hermes. [In Persian]
- Grenfell, M. (2014). *Key Concepts of Pierre Bourdieu*. Translated by Mohammad Mehdi Labibi. Tehran: Afkar. [In Persian]
- Gruno, Y. (2013). *Sociology of Taste*. Translated by Masoud Kianpour. Tehran: Markaz. [In Persian]

- Holmes, James, Itamar Even Zohar, Hans Vermeer, Lawrence Venuti. (2014). *Translation rethinking*. Translated by Mazdak Blori and Kaveh Blouri. Tehran: Qatreh. [In Persian]
- Jamshidiha, Gh. & Parastesh, Sh. (2007). The dialectic of character and field in Pierre Bourdieu's theory of action. *Journal of Sociological Studies* 30. 1-30. [In Persian]
- Jenkins, R. (2017). *Pierre Bourdieu*. Translated by Leila Javafshani and Hassan Chavoshian. Tehran: Ney. [In Persian]
- Karigan, P. (2017). *Sociology of Consumption*. Translated by Saeed Sadralashrafi. Tehran: Gol Azin. [In Persian]
- Kianikhah, E. (2013). A look at interdisciplinary translation; A review of several volumes of novels translated from English to Persian, *Quarterly Journal of Translation Studies*, Allameh Tabatabai University, Vol. 42, 51-62. [In Persian]
- Lefevere, A. Susan Bassnett, Mary Snell Honby. (2013). *Cultural rotation in translation studies*. Translation by Mazdak Blori. Tehran: Qatreh. [In Persian]
- Mehri, B. (2011). *Consumption and Culture*. Tehran: Samat. [In Persian]
- Mirza Ebrahim Tehrani, F. (2014). Translation and Globalization. *Quarterly Journal of Translation Studies*. 46, 7-16. [In Persian]
- Sojudi, F. & Nemat Gorgani, M. (2017). Social Critique of the Legitimate Taste of Tehran Theater Spectators from the Perspective of Pierre Bourdieu Square Theory. *Theater Quarterly*. 69, 39-62. [In Persian]
- Stones, R. (1397). *The Great Thinkers of Sociology*. Translated by Mehrdad Mirdamadi. Tehran: Markaz. [In Persian]
- Von, T. (2014). *Cultural Products and the World Trade Organization*. Translated by Vahid Bozorgi and Amir Houshang Fathizadeh. Tehran: Institute of Culture, Art and Communication. [In Persian]
- Zande Bodi, M. (2011). Scopus Theory in Translation Studies. *Quarterly Journal of Translation Studies*, (36), 5-18. [In Persian]

استناد به این مقاله: اعرجی، فاطمه. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر جایزه بوکر بر ترجمه متون روایی عربی در ایران با تکیه بر نظریه میدان پیر بوردیو. *دوفصلنامه پژوهش‌های ترجمه در زبان و ادبیات عربی*، ۱۲(۲۶)، ۳۵۰-۳۲۵.
doi: 10.22054/RCTALL.2022.68669.1632



Translation Researches in the Arabic Language and Literature is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License.