

دیپلماسی ترجمه

انگاره‌ای نوآورانه، چشم‌اندازی نوین

امیرداوود حیدرپور^۱
سیدمحمد رضا هاشمی^۲
محمدحسن شیخ‌الاسلامی^۳

چکیده

دولت‌ها در برقراری مناسبات بین‌المللی و روابط ژئوپلیتیک از ابزارهای متفاوتی بهره می‌گیرند که دیپلماسی عمومی یکی از آنهاست. دیپلماسی عمومی هر کشور در ایجاد تصویر ملی مناسب نزد دیگران و تصحیح برداشت آن‌ها نقشی تعیین‌کننده دارد و می‌تواند در پیشبرد اهداف فرهنگی-سیاسی کشورها به‌ویژه در مقابله با تهدیدهای بین‌المللی با هدف تامین امنیت ملی کشورها نقش ایفا کند. ترجمه به مثابه کنشی فرهنگی و ابزاری کارا می‌تواند در تامین اهداف دیپلماسی عمومی نقشی مهم ایفا نماید. این مقاله بر آن است که علاوه بر پیشنهاد و تبیین مفهوم دیپلماسی ترجمه، به مثابه شاخه‌ای از دیپلماسی عمومی، با استفاده از روش پژوهش ترکیبی، عملکرد دستگاه‌های متولی دیپلماسی ترجمه را ارزیابی کند، دستگاه‌هایی مانند سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، مرکز ساماندهی ترجمه، مجمع جهانی اهل بیت، جامعه المصطفی، سازمان تبلیغات اسلامی و مجمع جهانی تقریب. ابزارهای دریافت داده‌های این پژوهش عبارت بودند از انجام مصاحبه اختصاصی با کارگزاران مربوط و طراحی پرسشنامه تخصصی. یافته‌های پژوهش نشان داد دیپلماسی ترجمه در صورتی که هوشمندانه به کار گرفته شود می‌تواند در زدودن انگاره‌های منفی از افکار عمومی کشورهای دیگر و خلق تصویری مثبت از فرهنگ و جامعه‌ی کشور مجری این نوع دیپلماسی موثر باشد.

واژگان کلیدی: مطالعات ترجمه، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی ترجمه، چرخش فرهنگی، کارگزار.

۱. دانش‌آموخته دکتری مطالعات ترجمه، دانشگاه فردوسی مشهد

۲. استاد مطالعات ترجمه، دانشگاه فردوسی مشهد، نویسنده مسئول (hashemi@um.ac.ir)

۳. دانشیار روابط بین‌الملل، دانشکده روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۹/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۲/۲۶

Translation Diplomacy Innovative Supposition, New Perspective

Amir Davood Heidarpour

Ph.D. of Translation Studies, Ferdowsi University of Mashhad

Muhammad Reza Hashemi¹

Professor of Translation Studies, Ferdowsi University of Mashhad

Muhammad Hassan Sheikholeslami

Associate Professor of International Relations, School of International Relations Ministry of Foreign Affairs

Abstract

Nation-states employ different tools for establishing international and geopolitical relations. Public Diplomacy (PD), as an important tool, plays a decisive role in creating an appropriate national image and correcting misunderstandings and/or negative images of a nation in the minds of “others”. Moreover, it can help advance the cultural and political goals of a nation-state in different parts of the globe, counter international threats, and provide national security. Functioning as a cultural action and an efficient tool, translation can play a significant role in achieving public diplomacy goals. The study presented in this paper defines and elaborates the concept of Translation Diplomacy (TD) as a very influential sub-category of public diplomacy. It evaluates not only the performance of Iranian state organizations and actors involved in developing, dictating, enforcing and implementing the policies of the Iranian TD abroad from 1997 to 2013 but also the consequences of the activities employing mixed-method research. To this end, a questionnaire was developed based on the theoretical concepts derived from the current literature in translation studies and PD and the propositions derived from exclusive interviews done with relevant figures in the field. The questionnaire was validated and then administered among some 50 Iranian cultural diplomats to have their opinion regarding the topic of the study, providing a basis for elaborating the concept of TD thereof. The results of the study indicate that TD can be very helpful in correcting negative perceptions of foreign publics and creating positive images of TD practitioners and their culture.

Keywords: Translation Studies, Public Diplomacy, Translation Diplomacy, Cultural Turn, Agent.

¹ Corresponding Author: hashemi@um.ac.ir

مقدمه

چرخش فرهنگی و ایدئولوژیک در مطالعات ترجمه نقشی مهم در تغییر نگاه به ترجمه به مثابه عنصری تأثیرگذار بر بافت سیاسی، اجتماعی و فرهنگی حاکم بر تولید و پذیرش ترجمه و نیز و تأثیرپذیر از آن ایفا کرده است. در چرخش فرهنگی، تمرکز مطالعات ترجمه از بررسی عوامل متنی و زبان‌شناختی موثر بر تولید ترجمه به عوامل فرامتنی موثر بر تولید و توزیع ترجمه از جمله محیط فرهنگی و اجتماعی پذیرنده ترجمه تغییر می‌کند (Pym, 2014, p.134). این تغییر مهم در رویکرد نظری و پژوهشی به مطالعات ترجمه زمینه را برای بررسی نقش عوامل فرامتنی و پیرامنتی^۱ موثر بر تولید و توزیع ترجمه، تعیین کارکردهای متنوع آن در جامعه هدف و تبیین چگونگی عملکرد کنشگران مختلف در این فرایند فراهم کرد. روابط قدرت و تبعات ناشی از آن برای فرایند ترجمه و نوع کارکرد آن در زبان و فرهنگ مقصد از جدی‌ترین محورهای مورد توجه ترجمه‌پژوهان در دو دهه اخیر بوده است. در همین راستا برخی از نظریه‌پردازان (Baker, 2006, p.1) معتقدند که اعمال قدرت در عالی‌ترین سطح خود ناظر بر اثرگذاری و جهت‌دهی به خواسته‌ها و رفتارهای طرف مقابل به گونه‌ای است که از نزاع آشکار و مستقیم جلوگیری شود. در واقع با رواج بیش از پیش مفهوم دولت ملی^۲ در خلال قرن‌های نوزده و بیست و تغییر ماهیت قدرت به سوی دموکراسی خواهی و تقویت نقش مردم در تعیین زمامداران و جهت‌دهی به سیاست‌های داخلی و خارجی دولت‌ها، مفهوم تازه‌ای از قدرت به ادبیات سیاسی و به‌ویژه حوزه روابط بین‌الملل راه یافت که بر اساس آن دولت‌ها می‌توانند با مدیریت و مهندسی افکار عمومی مردمان سایر ملل و شکل دادن به اولویت‌ها و ترجیحات و تغییر پارادایم فکری آن‌ها، بدون توسل به قدرت سخت به تامین منافع ملی و راهبردی خود در کشورهای هدف پردازند (Nye, 2004, p.p. 5-10). این مفهوم تازه از قدرت که از آن به «قدرت نرم» تعبیر می‌شود جایگاه برجسته‌ای در مناسبات بین‌المللی یافته است.

دیپلماسی عمومی یکی از ابعاد مهم و تعیین‌کننده‌ی قدرت نرم است که به دنبال تامین منافع ملی کشورها از طریق نفوذ در افکار عمومی مردمان سایر کشورهاست و می‌کوشد با تقویت و شکل دادن به برداشت آن‌ها، رفتار مردم کشور(های) هدف و دولت متبوع‌شان را در جهت تامین منافع کشور مجری دیپلماسی عمومی سوق دهد (Pament, 2013, p.p. 12; 41). شاید به همین دلیل باشد که در طی سه دهه گذشته و پس از تغییرات شگرف در نظم بین‌المللی و دگردیسی ماهیت قدرت در عرصه بین‌الملل پس از تحولات جنگ سرد، تولید متن تحت تأثیر ساخت تصویر فرهنگی و ملی قرار گرفته است (Van Dorslaer, 2012, pp.122-123). در این

-
1. Paratextual
 2. Nation-state

میان ترجمه یکی از مهم‌ترین ابزارهای نشر اطلاعات، عاملی قدرتمند در هویت‌سازی و تصویرسازی به شمار می‌رود. به عقیده بیکر (2006, p.1) همچنین ترجمه هم در توجیه رویکردها و رفتارهای کنشگران سیاسی در عرصه روابط بین‌الملل و هم در ایجاد و رفع نیازهای ایدئولوژیک نقش محوری ایفا می‌کند؛ لذا دستگاه دیپلماسی هر کشور می‌تواند با آثاری که برای ترجمه و توزیع در کشورهای هدف بر می‌گزیند و نیز تعیین دستور العمل چگونگی انجام ترجمه، تصویر مطلوب و روایت‌های مورد نظر خود را برای شکل دهی به افکار عمومی مخاطبان هدف، ایجاد و منتشر کند.

نقش ترجمه در مهندسی ایدئولوژیک افکار و ایجاد منازعات بین‌المللی از سوی محققان مختلف بررسی شده اما تا کنون تحقیقی نظام‌مند در زمینه جایگاه ترجمه در تحقق سیاست‌های دیپلماسی عمومی کشورها انجام نشده است. دیپلماسی عمومی در ایجاد تصویر مناسب از ملت‌ها نزد دیگران و در نتیجه تصحیح برداشت آن‌ها نقشی تعیین‌کننده دارد. همچنین این‌گونه دیپلماسی می‌تواند در پیشبرد اهداف کشورها در دیگر نقاط جهان، به‌ویژه در مقابله با تهدیدهای بین‌المللی و در نتیجه در تامین امنیت ملی کشورها، موثر باشد. از این‌رو، و با توجه به اهمیت ترجمه در تامین اهداف مذکور، این مقاله ضمن ارزیابی اجمالی از عملکرد دستگاه‌های متولی دیپلماسی عمومی و فرهنگی ج.ا.ایران طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۹۲، برای نخستین بار مفهوم «دیپلماسی ترجمه» را به مثابه شاخه‌ای تاثیرگذار از دیپلماسی عمومی معرفی، تبیین و ارزیابی می‌کند.

پیشینه نظری و چارچوب مفهومی تحقیق

یکی از عواملی که پس از حدوث چرخش فرهنگی در مطالعات ترجمه توجه ترجمه پژوهان را به خود جلب کرد، ایدئولوژی، روابط قدرت و پیامدهای آن برای فرایند ترجمه و سرنوشت آن در زبان و فرهنگ کشور(های) پذیرنده ترجمه است که از آن تحت عنوان «چرخش ایدئولوژیک» در مطالعات ترجمه یاد می‌شود (House, 2016). نقش نظام حامی^۱، ایدئولوژی و بوطیقا در انتخاب متون برای ترجمه و جهت‌دهی به انتخاب‌های زبانی مترجم در فرایند ترجمه و چگونگی توزیع ترجمه در نظام ادبی مقصد و چگونگی مصرف آن توسط مخاطب هدف (Lefever, 1992)، چگونگی تاثیر روابط سلطه بر تغییر ماهیت فرهنگی متون در فرایند ترجمه از زبان‌های کشورهای جهان سوم به زبان کشورهای صاحب قدرت، نقش ترجمه در کنشگری سیاسی و مهندسی ایدئولوژیک اذهان عمومی مخاطبان هدف از طریق بازتولید روایت‌های مورد نظر کنشگران سیاسی در متون ترجمه شده (Gentzler & Tymoczko, 2002; Baker, 2006, 2010, 2014 Harding, 2012, 2013; Rundle & Sturge, 2010)، دستکاری در ترجمه به منظور ایجاد تصویر مورد نظر از فرهنگ مبدا در اذهان

Hermans, 1985; Lefever, 1992; Dukāte,) و ایدئولوژیک (2007; Bloori, 2016)، نقش ترجمه در روابط ژئوپلیتیک و تقویت زمینه‌های فرهنگی دیپلماسی، تقویت هژمونی فرهنگی و سیاسی قدرت‌های بزرگ و ترویج کلیشه‌های رایج پیرامون برخی فرهنگ‌ها در قالب دستورات عمل‌های سیاسی (Venuti, 1995, 1998 Baker, 2014) و نقش مترجمان در تحریک مقاومت در برابر سلطه در متون (Niranjana, 1992 Spivak, 1993; Simon, 1996; Gentzler & Tymoczko, 2002) از مهمترین مباحث حوزه چرخش ایدئولوژیک در مطالعات ترجمه به شمار می‌رود.

به نظر ونوتی (1998, p.p. 67-68) ترجمه‌هایی که با دستورات عمل‌های سیاسی انجام می‌گیرد می‌تواند به ایجاد احترام و یا ابراز انزجار نسبت به تفاوت‌های فرهنگی در تثبیت و ترویج در تثبیت و ترویج کلیشه‌هایی که پیرامون فرهنگ‌های بیگانه وجود دارد ایفای نقش کند؛ در واقع ترجمه در بلندمدت با فراهم آوردن زمینه‌های فرهنگی دیپلماسی در روابط ژئوپلیتیک حضور می‌یابد و به تقویت هم‌پیمانی‌ها و یا ایجاد و تثبیت هژمونی بین ملت‌ها کمک می‌کند. از این رو نهاد‌های سیاست‌گذاری فرهنگی و اعمال آن در خارج از کشور می‌توانند تاثیر بسزایی در شکل‌نهایی ترجمه و نقش آفرینی آن در زبان و فرهنگ مقصد بر جا گذارند. به اعتقاد برخی تحلیلگران، ترجمه به مثابه مهمترین شکل تصویرسازی و بازنویسی، تحت تاثیر کارگزاران و اهداف و منافع مختلف همواره مداخله فعال در محیط فرهنگی و سیاسی جامعه پذیرنده دارد و با وارد کردن آراء، ژانرها و گزاره‌های مربوط به جهان بینی فرهنگ‌های مختلف، واقعیات داخلی کشورهای هدف را تایید و یا به آن‌ها حمله می‌کند و از این رو ترجمه‌ها نه در اثری که بر فرهنگ و زبان مقصد می‌گذارند خنثی هستند و نه در بازنمایی فرهنگی که از آن می‌آیند (Rundle & Sturge, 2010, p.4). به باور لِفُور (Lefever, p.p. 1-9) ایدئولوژی دولتی می‌تواند در دو سطح بر رفتار ترجمه تاثیر بگذارد: (۱) انتخاب آثار برای ترجمه در سطح کلان و (۲) انتخاب‌های مترجم در سطح زبانی و راهبردهای حاکم بر تصمیم‌گیری‌های او در موقعیت‌های ترجمه‌ای مختلف. دوکات (2007, p.87) نیز نشان می‌دهد چگونه کنشگران سیاسی به ویژه نظام حاکمیتی هر کشور با دستکاری در فرایند ترجمه به دنبال تامین منافع ایدئولوژیک خود در جوامع هدف است و ذهن مخاطب خود را در راستای اهداف خاص مدیریت می‌کند. بر این اساس، می‌توان گفت ترجمه نقشی اساسی در شکل‌دهی به هویت ملی متون بیگانه و میانجیگری در منازعات قومی و نژادی و مواجهات ژئوپلیتیک ایفا می‌نماید (Venuti, 2010, p.68).

از سوی دیگر چنانکه پیشتر نیز عنوان گردید، دولت‌ها می‌کوشند با به کارگیری قدرت نرم به اولویت‌ها و ترجیحات مخاطبان هدف شکل و جهت دهند و مخاطب را بدون توسل به قدرت سخت، مجاب می‌کنند از

هنجارها، ارزش‌ها و خواسته‌های نهادهای کشور عامل پیروی و یا با آن‌ها موافقت کند (Nye, 2008). بر این اساس، تصور و نوع نگاه مردمان سایر ملل در مورد هر کشوری عاملی تعیین‌کننده در ایجاد تهدیدها و فرصت‌ها برای آن کشور و موفقیت یا شکست سیاست خارجی آن دولت است (Melissen, 2005). از همین رو دیپلماسی عمومی می‌کوشد بر پایه سیاست‌های کلان دولت‌ها و هم‌راستا با منافع بین‌المللی آن‌ها بر اقدامات متنوع فرهنگی مانند تبادلات اندیشگانی و ایجاد و نشر روایت‌های مهندسی شده، تمرکز کند تا انگاره‌های موجود از کشور مجری نزد مردمان ملل مختلف را تصحیح و بازتعریف کرده و تصویر مثبتی از آن کشور نزد افکار عمومی مخاطبان هدف ایجاد نماید.

روش تحقیق

در پژوهش حاضر به منظور بهره‌گیری از مزایای هر دو روش کمی و کیفی، از روش پژوهش ترکیبی استفاده شد چه آنکه مرتنز (2005) روش ترکیبی را مناسبترین روش پژوهش در مورد پدیده‌هایی می‌داند که پیوندی عمیق با بافت پیچیده‌ی اجتماعی فرهنگی حاکم بر آنها دارند. بر این اساس به منظور تحقق اهداف در نظر گرفته برای پژوهش حاضر و با بهره‌گیری از روش چند زاویه‌نگری، از مصاحبه‌های تفصیلی نیمه ساختاریافته‌ی شده با کارگزاران مختلف مرتبط با سیاست‌گذاری ترجمه‌ی زین سو و اجرای آن در مناطق مختلف جهان و طراحی و اجرای پرسشنامه تخصصی جهت تکمیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها و راستی‌آزمایی آنها استفاده گردید.

شرکت‌کنندگان در این تحقیق ۵۰ نفر از کارگزاران مختلف دخیل در سیاست‌گذاری و اجرای سیاست‌های ترجمه آثار فارسی به زبان‌های مقصد بوده‌اند، از جمله تعدادی از رایزنان فرهنگی سابق و فعلی ج.ا. ایران در کشورهای مختلف، معاونت بین‌الملل دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، اداره نشر وزارت امور خارجه، اداره کل امور پژوهشی وزارت امور خارجه، معاونت بین‌الملل و اداره ترجمه کتاب مجمع جهانی اهل بیت، مدیریت پژوهشی جامعه المصطفی‌العالمیه، معاونت فرهنگی و بین‌الملل (سابق) سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، مدیران مرکز ساماندهی ترجمه و نشر معارف اسلامی و علوم انسانی (افرادى که سابقه رایزنی فرهنگی داشتند)، و تعدادی از دیپلمات‌ها. با توجه به اهمیت راهبردی این تحقیق و از آنجا که کیفیت افراد پاسخ‌دهنده به سوالات بسیار حائز اهمیت بود، با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند^۱ و با مشورت معاونت بین‌الملل سازمان و فرهنگ و ارتباطات اسلامی (از این پس به اختصار «سفا») و کارشناسان مجرب مرکز ساماندهی ترجمه و نیز کارشناسان معرفی شده از سوی مرکز دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای وزارت امور خارجه، از مجموع بیش از ۴۰۰ رایزن

1. Purposeful Sampling

فرهنگی سابق و فعلی ج.ا. ایران، حدود ۱۵۰ نفر از افرادی که بیشترین سابقه را در رایزنی فرهنگی و نیز تجربه لازم را در ترجمه و نشر آثار در محل مأموریت خود داشتند، برگزیده شدند و پرسشنامه در دو قالب نسخه الکترونیکی و کاغذی برایشان ارسال گردید. نسخه الکترونیکی در قالب «گوگل فرمز» طراحی و از طریق پست الکترونیکی برای ۱۵۰ نفر مذکور ارسال و از این تعداد تنها ۱۲ پاسخ دریافت شد. همچنین با مراجعه حضوری به افرادی که در ایران حضور داشتند و با هماهنگی با مراجع ذی ربط، ۳۸ پاسخ دیگر دریافت گردید و مجموع پاسخ‌های دریافتی به ۵۰ عدد رسید.

ابزار تحقیق

به منظور سنجش مولفه‌های مورد نظر در ارزیابی عملکرد دستگاه‌های متولی دیپلماسی فرهنگی ج.ا. ایران در زمینه «ترجمه زین سو»، با بهره‌گیری از ادبیات نظری در دو حوزه مطالعات ترجمه و دیپلماسی عمومی و نیز نظرات متخصصان این دو حوزه پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۵۰ گویه طراحی و بر اساس مدل لیکرت از یک تا پنج نمره گذاری و اجرا شد. برای طراحی پرسشنامه، ابتدا سازه‌های محتوایی در قالب ۵۰ گویه پنج قسمتی مشتمل بر گزینه‌های «کاملاً موافقم»، «موافقم»، «تاحدودی»، «مخالقم»، و «کاملاً مخالفم» طراحی شد. سپس برای بررسی روایی محتوایی، نظرات ۱۲ استاد دانشگاه در مورد پرسشنامه شامل چهار استاد روابط بین الملل و علوم سیاسی، چهار استاد مطالعات ترجمه و چهار استاد روش تحقیق اخذ و نکات مورد نظر آنان لحاظ گردید. سپس برای برآورد پایایی درونی پرسشنامه، پاسخ‌ها در نسخه ۲۱ نرم افزار SPSS وارد و از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. افزون بر این، پنج عامل برای این پرسشنامه در نظر گرفته شد و با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ پایایی هر یک به طور جداگانه محاسبه گردید. با بهره‌گیری از ضریب آلفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه استفاده شده در پژوهش حاضر ۰.۹۳ محاسبه گردید که پایایی بسیار بالایی است. افزون بر این، طبق جدول ۱، محاسبه پایایی هر یک از عوامل پنج‌گانه از ۰.۷۴۰ تا ۰.۹۲۳. گزارش شد که قابل قبول است.

جدول (۱): پایایی عوامل پنجگانه‌ی پرسشنامه

عوامل	ضریب آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها
عامل ۱	۰.۷۴۴	۱۲
عامل ۲	۰.۹۲۳	۱۶
عامل ۳	۰.۸۴۶	۶
عامل ۴	۰.۷۶۲	۴
عامل ۵	۰.۷۴۰	۱۲

با توجه با نتایج سنجش پایایی، پنج عامل موثر در سازه پرسشنامه‌ی دیپلماسی ترجمه ج.ا. ایران مشخص گردید که عبارتند از: ۱) سیاست‌های انتخاب آثار (۱۲ گویه؛ ۲) پیامدها و تاثیرات حاصل از آثار ترجمه شده (۱۶ گویه؛ ۳) مخاطب‌شناسی (۶ گویه؛ ۴) کیفیت ترجمه و نشر آثار (۴ گویه؛ ۵) مقاصد و اهداف (۱۲ گویه).

دیپلماسی ترجمه: ضرورت، اهداف، مبانی، و الزامات

ترجمه به مثابه یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی، نقشی بی‌بدیل در تصویرسازی و بازنمایی هویت فرهنگی یک ملت نزد مردمان سایر ملل جهان دارد و می‌تواند با مداخله فعال در مناسبات فکری و فرهنگی جوامع هدف، نقشی پررنگ در تامین منافع ملی یک کشور ایفا نماید. بر این اساس، در عصری که به اعتقاد آرمسترانگ^۱ (2009, p.63) «ادراکات بر گلوله‌ها پیروز می‌شوند»، سیاست‌گذاری هوشمندانه در زمینه ترجمه زین‌سو می‌تواند وجهه ملی و منزلت عمومی کشور را نزد افکار عمومی کشورهای دیگر ارتقا بخشد و بستر لازم را برای کشمگری سایر کارگزاران دولتی و غیر دولتی در زمینه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی فراهم نماید؛ لذا این امر که مقاله حاضر از آن با عنوان «دیپلماسی ترجمه»^۲ یاد می‌شود، از اهمیتی مضاعف در پیشبرد اهداف دیپلماسی عمومی دولت‌ها به‌ویژه در حوزه تثبیت روابط سازنده و بلند مدت فرهنگی با سایر کشورها و بهبود تصویر موجود نزد مخاطبان هدف از هویت ملی و فرهنگی خود برخوردار است.

بر این اساس می‌توان دیپلماسی ترجمه را ابزاری دانست که به‌واسطه آن دولت‌ها از طریق نوع انتخاب آثار برای ترجمه و در نتیجه تامین فرایند گفت‌وگوهای بین‌فرهنگی به تامین منافع ملی خود می‌پردازند و به ایجاد صلح و تفاهم پایدار در میان ملت‌ها کمک می‌کنند. به سخن دیگر، دیپلماسی ترجمه، هنر شکل دهی و مدیریت افکار عمومی به کمک ترجمه و توزیع مناسب و هوشمندانه آن در کشورهای هدف است؛ در اینجا کارگزار اصلی، موجودیت ترجمه‌هاست و طراحی و تدوین سیاست‌های مربوط به آن با توجه به مولفه‌های هویتی، جامعه‌شناختی، قوم‌شناختی، فرهنگی و جغرافیایی جامعه هدف توسط دولت‌ها صورت می‌گیرد و از طریق کنشگران دولتی و غیردولتی اجرا می‌گردد. نکته حائز اهمیت در این مقوله توجه به بافت تاریخی، زمانی، فرهنگی و اجتماعی جوامع مختلف و خصلت‌های اندیشگانی-فرهنگی آن‌ها در تدوین سیاست‌های مربوطه است. در واقع در دیپلماسی ترجمه تدوین سیاست‌ها ناظر بر مدیریت تولید، توزیع و مصرف ترجمه‌ها در جوامع هدف است و از این منظر نقش نظام حامی به‌ویژه نظام ایدئولوژیک بسیار تعیین کننده خواهد بود.

1. M. Armstrong

2. Translation Diplomacy

بر اساس آنچه عنوان گردید، هدف دیپلماسی ترجمه به مثابه یکی از گونه‌های تاثیرگذار دیپلماسی عمومی، فراهم آوردن بستری مناسب برای تسهیل روابط بین‌فرهنگی و ایجاد تصویری مناسب از کشور مجری و یا اصلاح تصویر مخدوش آن نزد افکار عمومی جوامع هدف و در نتیجه کسب سهم بیشتر در کنشگری مناسبات بین‌المللی است. بنابراین چنانچه دیپلماسی ترجمه به صورت هوشمندانه و با بهره‌گیری از همه ظرفیت‌های فکری و فرهنگی یک جامعه و متناسب با نیازها، سلايق و انتظارات افکار عمومی جوامع هدف طراحی و اجرا گردد می‌تواند تا حدود زیادی به تعديل و کاهش تنش‌های ایدئولوژیک و نزاع‌های قومی-مذهبی، تقرب فرهنگ‌ها و افق اندیشه‌ها کمک نماید و در نتیجه امنیت ملی یک کشور و امنیت جمعی مردمان یک منطقه را بهتر تامین نماید. در واقع دیپلماسی ترجمه به عنوان مغز متفکر دیپلماسی عمومی، می‌تواند با تقویت فهم متقابل و تسهیل همکاری‌های فرهنگی میان ملت‌ها و نیز فراهم کردن زمینه نفوذ در افکار عمومی کشورهای هدف، به تامین منافع ملی و خنثی‌سازی توطئه‌های احتمالی کمک کند.

دیپلماسی ترجمه یکی از ابزارهای همسو نمودن افکار عمومی کشورهای هدف با عقاید، باورها و خواسته‌های کشور مبدا است که تحقق آن مستلزم رعایت الزاماتی معین از جمله توجه به اشتراکات و احترام به دیدگاه و آراء و باورهای فرهنگی سایر ملل در هنگام انتخاب آثار برای ترجمه است؛ در این میان، برخورداری از سیاست‌ها و راهبردهای مدون و دقیق و طراحی و اجرای تاکتیک‌های اجرایی متناسب از لوازم قطعی دیپلماسی کارآمد ترجمه است. از سوی دیگر، عدم تبعیت و همسویی این سیاست‌ها و تاکتیک‌های مترتب بر آن با سیاست‌های کلان کشور در حوزه‌های فرهنگ و سیاست خارجی و ناهماهنگی میان متولیان و کارگزاران ترجمه در پهنه بین‌الملل، موجب خنثی‌سازی تلاش‌ها و آسیب دیدن منافع ملی خواهد شد، اتفاقی که در ترجمه آثار فارسی به سایر زبان‌ها در فاصله سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۹۲ تا حدود زیادی رخ داده است. همان‌طور که به اعتقاد هادیان و سعیدی (2013, p.58) دیپلماسی عمومی کشور در سال‌های گذشته از «الگو و نقشه راه مشخصی» برای تنظیم سیاست‌های برقراری ارتباطات بین‌افردی با افکار عمومی بین‌الملل و کاربست منابع قدرت نرم کشور برخوردار نبوده است، چشم انداز، دستورالعمل و نقشه راه معینی نیز برای سیاست‌گذاری دیپلماسی ترجمه، به‌ویژه در زمینه انتخاب آثار، مخاطب‌گزینی و مخاطب‌شناسی و هدف‌گذاری مناسب برای تاثیرگذاری وجود نداشته است. در همین زمینه چنانکه جدول ۲ نشان می‌دهد، ۴۰ درصد از پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه «دیپلماسی ترجمه»، انتخاب آثار بر اساس ذوق و سلیقه شخصی را تایید کرده و ۴۲ درصد نیز معتقدند تا حدودی این امر وجود داشته است؛ یعنی فقط ۱۸ درصد از پرسش‌شوندگان معتقدند دستگاه‌های متولی تولید

و توزیع ترجمه در کشورهای هدف، ملاک‌های معین و هدفمندی را برای انتخاب آثار جهت ترجمه مبنا قرار داده‌اند.

توجه به همه ابعاد هویتی یک دولت-ملت در انتخاب آثار برای ترجمه از سوی متولیان ترجمه از دیگر الزامات مهم دیپلماسی هدفمند و موثر ترجمه است که می‌تواند با تولید جاذبه بیشتر، نظر تعداد و طیف بیشتری از مخاطبان را به خود جلب نماید؛ لذا تنوع ژانر و تنوع موضوع ضرورتی انکارناپذیر در طراحی راهبردهای دیپلماسی ترجمه دارد چه آنکه محدود کردن مخاطبان ترجمه به باورمندان یک ایدئولوژی و مولفه‌های اندیشگانی یک دولت-ملت، اثربخشی دیپلماسی ترجمه را محدود خواهد کرد. به سخن دیگر، در صورتی که موضوعات مورد توجه در انتخاب آثار برای ترجمه مشتمل بر ارزش‌های جهان شمولی باشد که فارغ از هر نژاد، قومیت یا مذهبی مورد احترام اکثریت انسان‌های منصف و غیر متعصب باشد و یا موضوعاتی که نسبت به آن‌ها ذهنیت منفی وجود ندارد، نه تنها موجب جذب حداکثری مخاطبان عام و تحسین و احترام آن‌ها نسبت به مروجان آن آثار خواهد شد، بلکه واکنش‌های تند آنان را نیز بر نخواهد انگیخت: «تلاش‌های یک کشور در جهت ترویج یک مذهب خاص در کشور یا منطقه‌ای دیگر، اگرچه ممکن است اقلیت همراستا با آن مذهب را راضی و جذب کند، مسلماً حساسیت اکثریت ساکنان آن منطقه را به دنبال خواهد داشت و دافعه حداکثری ایجاد خواهد کرد» (Sheikholeslami&Noori, 2005, p.46).

جدول (۲): عدم وجود الگوی معین در تعیین آثار برای ترجمه

گویه‌ها	کاملاً موافق	موافق	تاحدودی موافق	مخالف	کاملاً مخالف
طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۹۲ انتخاب آثار ^۱ برای ترجمه بر اساس سلیقه و ذوق شخصی صورت گرفته است.	۱۲٪	۲۸٪	۴۲٪	۱۸٪	۰
تا کنون انتخاب آثار برای ترجمه بر اساس سازوکار و دستورالعمل معین انجام می‌گرفته است.	۴٪	۲۰٪	۴۸٪	۲۶٪	۲٪

۱. این عبارت از متن پرسشنامه اخذ شده و منظور از آثار در اینجا کلیه کتاب‌هایی است که در بازه مورد نظر برای ترجمه به سایر زبان‌ها انتخاب شده است و هر یک از پرسش‌شوندگان، به نحوی با آثار ترجمه شده آشنا بوده‌اند.

بر همین اساس، جدول ۳ نشان می‌دهد دستگانه‌های متولی روابط فرهنگی بین‌المللی ایران به‌ویژه از سال ۱۳۷۶ تا کنون در انتخاب آثار برای ترجمه از همه منابع قدرت نرم ج.ا. ایران بهره‌نبرده‌اند و با اتخاذ رویکرد تبلیغ و ترویج معارف اسلامی با محوریت عقاید شیعی، عمدتاً آثار نویسندگان همسو با ایدئولوژی و مبانی انقلاب اسلامی را انتخاب و ترجمه کرده‌اند. لذا به دلیل عدم رعایت تنوع موضوعی، در اغلب موارد ارتباط موثر با عموم مخاطبان کشورهای دیگر برقرار نشده و در مواردی موجبات سوء تفاهات فکری و عقیدتی و تنش‌های ایدئولوژیک شده است.

جدول (۳): میزان استفاده از منابع قدرت نرم ج.ا. ایران در انتخاب آثار برای ترجمه

کاملاً مخالف	مخالف	تأخوری موافق	موافق	کاملاً موافق	گویه‌ها
٪۲۲.۹	٪۳۹.۶	٪۲۹.۲	٪۸.۳	۰	در انتخاب آثار برای ترجمه از همه ظرفیت‌ها و منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران بهره‌گرفته شده است.
٪۸.۲	٪۴۴.۹	٪۲۸.۶	٪۱۸.۴	۰	آثار ترجمه شده حاوی ارزش‌های مشترک و جهان‌شمول مورد توافق همه انسان‌ها بوده است.
٪۱۰	٪۳۴	٪۳۲	٪۲۲	٪۲	آثار ترجمه شده از تنوع موضوعی (دین، ادبیات، تاریخ، میراث فرهنگی، علوم مختلف) قابل قبولی برخوردار است.
٪۲.۱	٪۳۸.۳	٪۴۰.۴	٪۱۴.۹	٪۴.۳	آثار ترجمه شده با نگاه به ارزش‌های مشترک فرهنگ‌ها و تمدن‌های بشری صورت گرفته و زمینه ساز تعامل موثر و سازنده با جهان بوده است.
٪۲	٪۳۶	٪۴۶	٪۱۴	٪۲	آثار ترجمه شده به خوبی ارزش‌های فرهنگی، ملی، دینی و فکری ایرانیان را منتقل کرده است.
٪۲	٪۱۲	٪۳۰	٪۴۴	٪۱۲	آثار ترجمه شده بیش‌تر محتوای دینی دارند و به سایر حوزه‌ها کمتر توجه شده است.
۰	٪۱۰.۴	٪۲۰	٪۶۲.۵	٪۶.۳	آثار ترجمه شده بیش‌تر با رویکرد تبلیغی-ترویجی انجام شده است.
٪۴	٪۳۶	٪۳۴	٪۲۲	٪۴	آثار ترجمه شده در مواردی سبب ایجاد یا تشدید تنش (های) قومی، فرهنگی و سیاسی میان ایران و کشورهای هدف (به‌ویژه در خاورمیانه) شده است.

افزون بر این، پذیرش تنوع فرهنگی و احترام به تفاوت‌های مذهبی، فرهنگی، تمدنی و لندیشگانی پیش‌نیاز توفیق دیپلماسی ترجمه هر کشور است. در این راستا بهتر است سیاست‌گذاران ترجمه از انتخاب آثاری که شائبه تهدید، تحقیر، تکفیر، تحمیق، تضعیف یا توهین به ارزش‌ها و باورهای فرهنگی-مذهبی و لندیشگانی دیگر ملت‌ها و فرهنگ‌ها را دارد و یا احتمال تشدید تنازعات و تعارضات قومی-عقیدتی را ایجاد می‌کند، پرهیز کنند؛ در این صورت راهبرد مزبور نقش بسزایی در کمک به حسن تفاهم میان ملت‌ها و موفقیت دیپلماسی ترجمه خواهد داشت.

در واقع، هرگونه تلاش برای تحمیل یک‌جانبه ارزش‌های مطلوب خود و سلطه‌جویی و تفوق بر فرهنگ و ارزش‌های جامعه هدف و عدم تحمل تفاوت‌های فرهنگی آن مَخَلّ تفاهم متقابل خواهد بود و احتمال پذیرش آثار ترجمه شده در نظام فرهنگی-ادبی آن جامعه را تا حدود زیادی کاهش می‌دهد: «دولت‌ها نباید چنین تصور کنند که صاحبان بلامنازع فرهنگ و ارزش‌های جذاب، گفتمان غالب و روایت‌های جهان شمول هستند و همه مردمان جهان برای شنیدن داستان آنان اشتیاق دارند، بلکه لازم است با سایر جوامع فرهنگی به گفتگو و تعامل پرداخت و علاوه بر سخن گفتن برای مردم، به سخنانشان گوش فرا داد» (Hadian&Saedi, 2013, p.53).

بر این اساس، با توجه به ساختارهای متفاوت و متنوع فرهنگی، سیاسی و اجتماعی کشورهای مختلف، نگرش و انتظارات مخاطبان در کشورهای مختلف با یکدیگر تفاوت دارد و توجه به این مساله در سیاست‌گذاری انتخاب و تولید آثار برای ترجمه و به دنبال آن توزیع مناسب روایت و فراروایت‌های تولید شده بسیار حائز اهمیت است. به نظر می‌رسد برخی نهادهای دولتی ایران از جمله «سفا» به مثابه متولی رسمی دیپلماسی فرهنگی ج.ا. ایران، طی سال‌های گذشته به کمک بازوان اجرایی خود از جمله رایزنان فرهنگی و انتشارات الهدی، نقشی پررنگ در ترجمه آثار به سایر زبان‌ها ایفا نموده و به اشتباه گمان می‌کنند مخاطبان آنان نسبت به مسایل مورد نظر کم اطلاع یا بی اطلاع هستند و لذا اگر اطلاعات را آن چنان که می‌دانند و می‌خواهند به آنان منتقل کنند، مخاطبان مسایل را آن گونه که مطلوب مرجع (مراجع) تولید ترجمه است، خواهند فهمید؛ این در حالی است که فناوری‌های نوین ارتباطی، انبوهی از اطلاعات را در زمینه‌های مختلف در دسترس مردم گذاشته‌اند. به علاوه، پیام پس از صدور، از صافی باورها، ایستارها، انگاره‌ها و ارزش‌های موجود در ذهن مخاطبان هدف و فرهنگ حاکم بر جامعه مقصد عبور می‌کند و لذا لزوماً آن گونه که مورد نظر طراحان و صادرکنندگان پیام است، فهمیده نمی‌شود. از این رو به نظر می‌رسد در شرایط کنونی، اتخاذ رویکرد تبلیغی-ترویجی به ترجمه تاثیر چندانی در جلب مخاطب و تغییر عقیده و رفتار او نخواهد داشت بلکه استفاده از ترجمه به عنوان ابزار تبلیغات یک‌سویه و تحمیلی عملاً به ضد تبلیغ بدل خواهد شد. مهمترین شاهد بر این بر مدعا، عدم اقبال عمومی مخاطبان

غیر مسلمان به اکثر آثار دینی تولید شده توسط نهادهای متولی تبلیغات دینی ج.ا. ایران در سطح بین الملل است (ر.ک. جدول ۴)، امری که رهبر ج.ا. ایران نیز در دیدار با رییس و اعضای شورای عالی و معاونان «سفا» بدان اشاره نموده‌اند: ما به قدر ظرفیت عظیمی که در اختیارمان وجود داشت، بهره نبردیم و حتی در جاهایی تبلیغات ما ضد تبلیغ شد؛ در جاهایی حرف خوب ما، بد تعبیر شد؛ در خیلی جاها در نظرات ما ابهام باقی ماند... ببینید آیا گزینش‌های ما درست نبوده، آیا افکار ما درست نبوده، آیا ابزارهای ما درست نبوده، آیا تلاش‌های ما کم بوده، آیا زبانمان مناسب و واژگانمان متناسب با دنیای امروز نبوده است (Khemenei, 2001).

جدول (۴): انگیزه‌ها، اهداف، پیامدها و میزان پذیرش آثار ترجمه شده در جوامع هدف

گویه‌ها	کاملاً موافق	موافق	تاحدودی موافق	مخالف	کاملاً مخالف
آثار دینی ترجمه شده بیش تر مروج اسلام سیاسی و هدف از آن بیداری اذهان توده‌های مردم است.	٪۸.۳	٪۳۱.۳	٪۴۷.۹	٪۱۲.۵	۰
هدف نهایی از ترجمه و توزیع آن در کشورهای مختلف، تغییر رفتار مخاطبان بوده است.	٪۶	٪۳۰	٪۴۰	٪۲۴	۰
آثار ترجمه شده در خدمت پیشبرد اهداف سیاسی نظام جمهوری اسلامی به‌ویژه صدور انقلاب در کشورهای هدف بوده است.	٪۴.۱	٪۴۰.۸	٪۴۲.۹	٪۶.۱	٪۶.۱
آثار ترجمه شده به تقویت درک و تفاهم متقابل میان فرهنگ ایرانی-اسلامی و فرهنگ‌های هدف کمک کرده است.	٪۲.۱	٪۲۲.۹	٪۴۳.۸	٪۲۲.۹	٪۸.۳
آثار ترجمه شده زمینه و بستر گفت‌وگو و تعامل فرهنگی با سایر ملت‌ها را فراهم کرده است.	۰	٪۲۰.۴	٪۴۴.۹	٪۳۰.۶	٪۴.۱
آثار ترجمه شده با استقبال و پذیرش قابل قبول از سوی عموم مردم کشورهای پذیرنده مواجه شده است.	٪۲.۱	٪۱۶.۷	٪۳۹.۶	٪۳۱.۳	٪۱۰.۴
آثار ترجمه شده مورد توجه و استقبال رسانه‌های جوامع هدف قرار گرفته است.	٪۶.۳	٪۶.۳	٪۳۱.۳	٪۵۴.۲	٪۲.۱
آثار ترجمه شده سبب جلب اعتماد مخاطبان به جمهوری اسلامی ایران و فعالیت‌های فرهنگی آن شده است.	۰	٪۱۸	٪۴۸	٪۳۰	٪۴
آثار ترجمه شده سبب تقویت همگرایی جوامع هدف با جمهوری اسلامی ایران شده است.	۰	٪۱۶	٪۴۸	٪۳۴	٪۲
آثار ترجمه شده در زمینه متون دینی-مذهبی سبب وحدت و همگرایی مسلمانان با جمهوری اسلامی ایران شده است.	۰	٪۱۴.۳	٪۵۷.۱	٪۲۴.۵	٪۴.۱
آثار ترجمه شده زمینه ساز تقویت و تحکیم روابط فرهنگی جمهوری اسلامی ایران با کشورهای مختلف، به‌ویژه همسایگان خود در منطقه شده است.	٪۴.۲	٪۱۰.۴	٪۴۵.۸	٪۳۵.۴	٪۴.۲

بر این اساس، استفاده نادرست از ظرفیت‌های ترجمه در سطح کلان علاوه بر مخدوش نمودن تصویر خود نزد دیگران، به انزوای روزافزون فرهنگی و سوق دادن مخاطبان به سوی جریانات رقیب خواهد انجامید. به نظر می‌رسد بی‌اعتنایی به این مساله از سوی «سفا» و سایر دست‌اندرکاران دیپلماسی فرهنگی و عمومی ج.ا. ایران و اصرار آن‌ها بر ترویج «اسلام سیاسی» و تلاش برای تغییر رفتار مخاطبان به جای کوشش برای تغییر نگرش آن‌ها و به کارگیری الگوهای نامناسب برای «صدور انقلاب» از طریق ترجمه، سبب هدر رفت سرمایه‌ها و اندوخته‌های فکری و فرهنگی و اتلاف منابع مادی و معنوی شده است؛ لذا با تحلیل بردن جاذبه میراث فرهنگی و تمدنی کشور، عملاً ارتباط شایسته با عموم مخاطبان در دیگر کشورها برقرار نشده است.

یکی دیگر از الزامات دیپلماسی موفق ترجمه، مخاطب‌شناسی یا توجه به گرایش‌ها، عقاید و اولویت‌های فکری-فرهنگی جوامع هدف، پیشینه تاریخی و خصلت‌های جامعه شناختی و انگاره‌های مردم پیرامون روایت‌ها، موضوعات و مباحثی است که مجری دیپلماسی ترجمه به دنبال آرایه و ترویج آن‌هاست؛ در اینجا به منظور تعیین دقیق چستی و چگونگی ترجمه آثار مناسب برای جامعه مورد نظر، درک و آگاهی از چستی عقاید مردمان آن جوامع و زمینه‌ها و علل شکل‌گیری آن عقاید ضروری است. در همین راستا، یکی از حوزه‌های مرتبط با کارکردهای نوین ترجمه در جوامع هدف، بحث مدیریت و مهندسی ذهن است. با توجه به اینکه در فضای نوین روابط بین‌الملل، افکار عمومی رفتار خود را با روایت‌ها و فراروایت‌هایی تنظیم می‌کند که از طریق کانال‌های مختلف دریافت پیام از جمله رسانه‌های نوشتاری و دیداری و اقسام مختلف ترجمه به آن‌ها دست می‌یابد، مساله مدیریت و مهندسی ذهن مردمان کشورهای دیگر در راستای تامین منافع ملی به امری اجتناب‌ناپذیر برای دستگاه دیپلماسی کشورهای مختلف تبدیل شده است. لازمه این مهندسی فکری، افکارسنجی و آگاهی از ذائقه اندیشگانی و آراء مخاطبان هدف و تنظیم سیاست‌ها و برنامه‌ها با آن است. با آگاهی از عقاید، باورها و خط مشی فکری مخاطبان هدف و سنجش نیازهای ایدئولوژیک آن‌ها می‌توان رفتار احتمالی آنان را حدس زد و بر همان اساس به تولید کالاهای فکری و فرهنگی پرداخت؛ امری که به اعتقاد کارگزاران فعال در حوزه نشر بین‌الملل که در پژوهش حاضر شرکت داشتند، در انتخاب آثار برای ترجمه در نهادهای متولی دیپلماسی فرهنگی ایران مغفول مانده است (جدول ۵). افزون بر این، مخاطب‌شناسی و پایش دیدگاه‌ها و نظرات مخاطبان هدف در مورد کیفیت ترجمه‌ها، محتوا، ویژگی‌های ظاهری و مسایل مربوط به نشر، از دیگر الزامات دیپلماسی ترجمه‌ی موفق و کارآمد است. در واقع، تنظیم سیاست‌های ترجمه بر اساس «افق انتظارات» مخاطبان میزان اثربخشی ترجمه را افزایش و به مدیریت بهتر تصویر خود نزد آنان کمک و زمینه را برای ترویج و تعمیق روایت‌ها و فراروایت‌های مورد نظر مجری دیپلماسی ترجمه فراهم می‌کند. انجام دوره‌ای و منظم نظرسنجی‌های دقیق و

جامع از مخاطبان ترجمه‌ها و برقراری کانال ارتباطی مستمر و دوسویه با آنان می‌تواند در این زمینه موثر باشد؛ مسأله‌ای که طبق اطلاعات جدول ۴، چندان جایی در سیاست‌گذاری‌های متولیان دولتی ترجمه نداشته است و لذا به دلیل ناسازگاری بخش قابل توجهی از آثار ترجمه شده با مختصات فرهنگی و اجتماعی جوامع هدف و کم توجهی به طیف‌های متنوع مخاطبان، در بسیاری از موارد ارتباط موثر با مردمان سایر کشورها برقرار نشده است.

مسأله مهم دیگر پیرامون مقوله مخاطب‌شناسی در طراحی و اجرای راهبردهای دیپلماسی ترجمه، عدم صدور پیام‌های متناقض از سوی نهادهای و بازیگران مختلف برای جامعه هدف است چرا که در این صورت ممکن است پیام‌های مزبور یکدیگر را خنثی کنند و این امر ضمن آسیب زدن به اعتماد مخاطب و تضعیف وجهه ملی، تأمین منافع ملی را نیز به مخاطره اندازد. لذا ضروری است دولت هر کشور به مثابه متولی اصلی دیپلماسی، در راستای هماهنگ‌سازی اقدامات بازیگران دولتی و غیر دولتی خود در زمینه اجرای سیاست‌های دیپلماسی ترجمه به عنوان شاخه‌ای اثرگذار از دیپلماسی عمومی، گام بردارد. به بیان دیگر، مدیریت روابط میان کنشگران دخیل در دیپلماسی ترجمه از اهمیت بسزایی برخوردار است.

جدول (۵): وضعیت مخاطب‌شناسی در سیاست‌های ترجمه زین سو

گروه‌ها	کاملاً موافق	موافق	تاحدودی موافق	مخالف	کاملاً مخالف
آثار ترجمه شده بر اساس نیازسنجی و افکار سنجی قبلی از هر منطقه تولید و توزیع شده است.	۰	٪۶.۴	٪۳۴	٪۳۸.۳	٪۲۱.۳
محتوای ترجمه‌های انجام شده با خصوصیات فرهنگی و جامعه شناختی کشورهای هدف سازگاری دارد.	۰	٪۲۲.۴	٪۴۰.۸	٪۳۲.۷	٪۴.۱
آثار ترجمه شده متناسب با خصوصیات، مختصات، گفتمان و ادبیات حاکم بر جوامع هدف و انتظارات مخاطبان در آن جوامع بازنویسی و مناسب سازی شده است.	۰	٪۸	٪۳۲	٪۴۰	٪۲۰
پس از توزیع ترجمه‌ها میان مخاطبان هدف، به طور مستمر از آنان بازخورد گرفته شده است.	۰	٪۲	٪۲۰.۴	٪۴۹	٪۲۸.۶
آثار ترجمه شده همه طیف‌های مخاطبان را پوشش داده است.	۰	٪۲	٪۲۸	٪۵۴	٪۱۶

نهادهای دولتی، نیمه دولتی و غیردولتی و موسسات خصوصی داخلی، نظام توزیع ترجمه در سایر کشورها و نظام ارتباط با مخاطبان هدف، مهم‌ترین کنشگران این حوزه هستند که اهداف و انگیزه‌های خاص خود را دارند و لذا اقتناع و هماهنگ‌سازی این کنشگران پیرامون اهداف کلان ملی در هر دوره تاریخی برای هر منطقه خاص از مهم‌ترین ملاحظات است که سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران دیپلماسی ترجمه باید بدان توجه نمایند؛ در غیر این صورت تلاش‌ها و اقدامات کنشگران مزبور به جای همگرایی و هم‌افزایی به واگرایی و آسیب زدن به منافع ملی منجر خواهد شد. لذا دیپلماسی ترجمه نباید تنها معطوف به درک مخاطبان خارجی و اثرگذاری بر آنان باشد، بلکه باید توجه و هماهنگ‌سازی کنشگران داخلی دخیل در این حوزه را نیز مد نظر قرار دهد. بررسی عملکرد دستگاه‌های متولی ترجمه زین سو (جدول ۶) نشان می‌دهد که از یک سو تعدد مراکز صدور پیام (تولید و توزیع ترجمه) در مواردی سبب صدور پیام‌های ناهمسان و در نتیجه کاهش تأثیر مورد نظر در برخی مناطق شده است و از سوی دیگر، در برخی موارد ناهماهنگی میان سیاست‌های کلان دولت‌های وقت در حوزه روابط خارجی به‌ویژه در زمینه دیپلماسی عمومی با سیاست‌های انتخاب آثار برای ترجمه و توزیع در سایر کشورها^۱، هم به وجهه عمومی کشور در نظر مخاطب خارجی و اعتماد او به پیام‌های ارسالی از سوی متولیان دیپلماسی فرهنگی و عمومی ایران آسیب زده و هم ضریب نفوذ معنوی ج.ا. ایران در سایر کشورها را تقویت نکرده است.

جدول (۶): هماهنگی میان کنشگران ترجمه زین سو و اثرات آن

گویه‌ها	کاملاً موافق	موافق	تاحدودی موافق	مخالف	کاملاً مخالف
تعدد مراکز تولید ترجمه معکوس سبب صدور و توزیع پیام‌های بعضاً متناقض شده است.	۴۰٪	۱۲۰٪	۳۴۰٪	۴۲۰٪	۶۰٪
آثار ترجمه شده حامی و تقویت کننده سیاست‌های کلان دولت‌های وقت در حوزه سیاست خارجه بوده است.	۰	۱۴۰٪	۵۴۰٪	۲۷۰٪	۴۰٪
آثار ترجمه شده به تقویت نفوذ معنوی جمهوری اسلامی در کشورهای مختلف جهان کمک شایانی کرده است.	۰	۲۲۰٪	۳۸۰٪	۳۶۰٪	۲۰٪
آثار ترجمه شده سبب ارتقای وجهه ایرانیان در جامعه جهانی گشته است.	۲۰٪	۱۴۰٪	۴۴۰٪	۳۳۰٪	۰

۱. این مساله مشخصاً در دوره اصلاحات که مواضع دولت وقت با مواضع دستگاه‌های تبلیغاتی ج.ا. ایران همسویی چندانی ندارد، بیش تر نمود داشته است.

انطباق اهداف تعیین شده با منافع ملی و عدم تناقض آن‌ها با یکدیگر از دیگر مولفه‌های دیپلماسی ترجمه در مقوله مخاطب‌شناسی است. به سخن دیگر هدف غایی دیپلماسی ترجمه تامین منافع ملی است و هر راهبردی که به این هدف آسیب وارد سازد، مردود و توجیه ناپذیر است و لذا پیگیری دقیق الگوی هزینه-فایده در این بخش ضروری و اجتناب ناپذیر است. هزینه کردن در مواردی که سبب جذب اقلیت یک جامعه و دفع اکثریت آن شود، عملاً با منافع ملی در تضاد بوده و موجب اتلاف سرمایه‌های کشور اعمال‌کننده دیپلماسی ترجمه خواهد بود. برای مثال ترویج افراطی عقاید مذهبی در منطقه‌ای که حامیان و باورمندان آن مکتب یا مذهب به لحاظ جمعیت در اقلیت است، حاصلی جز برانگیختن احساسات مذهبی، تشدید اختلافات و منازعات عقیدتی و احتمالاً جنگ‌های نیابتی نخواهد داشت. از سوی دیگر اعمال چنین رویه‌ای سبب خواهد شد کشورهای و ملت‌های همجوار با آن منطقه جغرافیایی موضعی تهاجمی نسبت به کشور مروج آن عقاید اتخاذ نمایند و علیه آن کشور اتحادی راهبردی و تاکتیکی شکل دهند: «استفاده غیر حساب شده از نمادهای تشیع در ادبیات سیاست‌مداران ایران با توجه به سنی مذهب بودن بخش اعظم خاورمیانه و شمال آفریقا، نوعی دافعه برای ایران ایجاد می‌کند» (Sheikholeslami & Noori, 2017, p.263). چنانکه پیش‌تر نیز عنوان شد (ر.ک. به جدول ۳)، به نظر می‌رسد کم‌توجهی به اصل فوق در زمینه سیاست‌های تولید و توزیع ترجمه آسیب‌هایی را برای وجهه عمومی کشور به‌ویژه در حوزه کشورهای حوزه خلیج فارس و شمال آفریقا به دنبال داشته و در مواردی باعث ایجاد مناقشات مذهبی شده است. اندیشمند سوری، مصطفی سباعی در واکنش به توزیع گسترده کتاب‌های شیعی در مصر می‌نویسد: «ظاهراً علمای شیعه قصد تقریب بین مذاهب شیعه و سنی را ندارند بلکه خواهان تقریب سنی به شیعه هستند تا آن‌ها را سنی کنند» (Bahrani, 2005, p.453).

یکی دیگر از عناصر کلیدی در دیپلماسی ترجمه فردیت کارگزاران و عاملیت آنان است. تشخیص عقاید، افکار و گروه‌های عام‌هدف در تدوین سیاست‌های دیپلماسی ترجمه و مدیریت تولید بسیار مهم است. این وظیفه در درجه اول بر عهده رایزنان و وابسته‌های فرهنگی ج.ا. ایران در خارج از کشور است تا به مثابه دیپلمات‌های فرهنگی کشور در جهت‌دهی به انتخاب آثار برای ترجمه و فراهم کردن زمینه توزیع موثر کتاب‌های ترجمه شده در جامعه هدف و محقق ساختن اهداف مورد نظر و در نتیجه شکل‌دهی به برداشت‌ها و تصورات مخاطبان هدف بر اساس هدف طراحان سیاست‌های دیپلماسی ترجمه، نقش مهم خود را ایفا کنند. سوچت موکو و کنت تامپسون (Cited from Haqiqi, 2007, p.258) تسلط بر فرهنگ و ادبیات ملی را از بایسته‌های شخصیتی یک دیپلمات فرهنگی بر می‌شمرند: «دیپلمات فرهنگی بایستی بر حوزه ادبیات، زبان‌شناسی، و هنرهای مختص کشور خود و جامعه‌ای که در آن مشغول است اشراف کامل داشته باشد و با

مطالعات تطبیقی بتواند در عمل بر روی شباهت‌های فرهنگی طرفین انگشت بگذارد». این نکته در خصوص رایزنان فرهنگی ج.ا. ایران به مثابه مهم‌ترین عناصر فعالیت‌های ترجمه‌ای «سفا» برای کمک به تعامل بین‌فرهنگی با سایر ملل بسیار حائز اهمیت است.

وجود سیاست‌گذاران و کارگزاران هوشمند و کاردان، لازمه دیپلماسی ترجمه موفق است؛ اگر بازیگران مزبور نتوانند به درستی ظرفیت‌های ترجمه کشور خود از یک سو و ظرفیت‌های هویتی آن را در کشورهای هدف به درستی شناسایی و بر اساس آن دست به تولید ترجمه بزنند، ظرفیت‌های بالقوه این حوزه هدر خواهد رفت. بدون کاربست درست دیپلماسی ترجمه، میراث فکری و فرهنگی یک کشور و مولفه‌های هویتی مترتب بر آن سهم چندانی در تعمیق و توسعه روابط و مناسبات فرهنگی بین‌المللی و تحکیم پیوندهای فکری و حتی عاطفی با مردم دیگر کشورها و تامین منافع ملی و پیشبرد سیاست‌های کلان دیپلماسی عمومی کشور ایفا نخواهد کرد، چنانکه انباشت بسیاری از کتب ترجمه شده در انبارهای رایزنی‌های فرهنگی در خارج از کشور شاهد این مدعا است. یکی از رایزنان فرهنگی سابق ایران در کشورهای همسایه در همین زمینه می‌گوید: «در خیلی از رایزنی‌های ما کتاب چاپ کردند و فرایند ترجمه و چاپ را خودشان متولی گری می‌کردند و هزینه می‌کردند و بعد می‌آمد در انبار جمع‌آوری می‌کردند، نمی‌توانستند توزیع بکنند» (Personal Interview, September 3, 2017). یکی از مدیران ارشد سابق «سفا» نیز چنین گفته است: «بعضی از آثاری که ما می‌فرستادیم در رایزنی می‌ماند. در بازار با کسی ارتباطی نداشت مگر اینکه چند نفر که به رایزنی مراجعه می‌کردند، کتابی را هدیه می‌دادند یا به مناسبتی می‌دادند (Personal Interview, July 28, 2017).

نکته حائز اهمیت دیگر در دیپلماسی ترجمه مسئولیت‌پذیری کارگزاران و دستگاه‌ها و نهادهای متولی دیپلماسی ترجمه در خصوص انتخاب آثار برای ترجمه است. در واقع به جای ارزیابی بروندهای برنامه‌های مربوط به ترجمه زین سو و بررسی میزان انطباق آنان با اولویت‌های سازمانی دستگاه مربوطه، کیفیت پژوهش‌های میدانی معطوف به تصمیم‌گیری (ارزیابی بافت ارتباطی، باورها و نیازهای مخاطب) و تصمیمات اخذ شده بر آن اساس باید ارزیابی گردد. بنابراین، یکی از موارد لازم در زمینه دیپلماسی ترجمه، طراحی و تعریف سازوکارهایی است که متولیان این حوزه را در زمینه اقدامات خود پاسخگو سازد. نظارت بر فعالیت‌های متولیان دیپلماسی ترجمه و پاسخگو کردن آنان در قبال اقدامات خود می‌تواند در سه حوزه عمده تعریف شود: الف) تعیین مرجعی مشخص همچون مجلس شورای اسلامی یا شورای عالی انقلاب فرهنگی جهت نظارت بر نحوه طراحی، اجرا و ارزشیابی سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات مربوط به تولید و توزیع ترجمه در کشورهای هدف؛ ب) نظارت بر تخصیص درست منابع، تعریف سازوکارهای مناسب جهت انتخاب مترجمان، رتبه‌بندی مترجمان، و

توانمندسازی، مهارت افزایی و توجیه مترجمان نسبت به ملاحظات مربوط به ترجمه‌ی آثار در کشورهای هدف، تعریف ردیف بودجه مشخص برای ترجمه آثار و تخصیص متناسب آن با در نظر گرفتن اولویت‌های موضوعی، درجه دشواری متن، حساسیت‌های فرهنگی جامعه یا جوامع هدف، کیفیت مترجم، کیفیت محصول نهایی، و سازوکارهای نشر؛ ج) نظارت بر انطباق رفتار متولیان ترجمه در حوزه تولید گفتمان‌ها، روایت‌ها و فراروایت‌ها بواسطه آثار ترجمه شده با رویکردها و سیاست‌های کلان دستگاه دیپلماسی کشور در حوزه روابط بین‌الملل به طور کلی و منطقه‌ای (سیاست‌های تعریف شده برای هر یک از مناطق جهان). به نظر می‌رسد در گذشته اهتمام کافی نسبت به این موضوع صورت نگرفته و لذا به کاهش تأثیر تلاش‌های فرهنگی انجامیده است، چنانکه معاون پژوهشی مرکز آموزش و پژوهش‌های بین‌المللی وزارت امور خارجه این مساله را یکی از چالش‌های ترجمه آثار فارسی در خارج از کشور می‌داند: «در جاهایی که نمایندگی فرهنگی و سفارت وجود دارد، چالش‌های زیادی وجود دارد چون هماهنگی‌ها در چهارچوب دیپلماسی کلی کشور و دیپلماسی رسمی کشور همیشه دقیق و درست نیست؛ این می‌تواند در مواردی بر روابط لطمه وارد کند و نتوانسته خوب پیش برود و همین در مواردی سازمان (فرهنگ و ارتباطات اسلامی) را وارد یک رابطه چالشی با وزارت خارجه کرده است» (Damanpakjani, Personal interview, July 28, 2017).

نتیجه‌گیری

همان‌طور که چگونگی رفتار دولت‌ها در زیست‌بوم بین‌الملل بر افزایش یا کاهش قدرت نرم و توانایی آن برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی کشورها موثر است، رفتار فرهنگی یک کشور که بخش مهمی از آن از مجرای ترجمه می‌گذرد نیز عنصری تأثیرگذار بر تلقی جامعه جهانی از آن کشور است. تصویری که بواسطه آثار ترجمه شده و صادرات اندیشه و ارزش‌های فکری و فرهنگی یک کشور نزد افکار عمومی سایر ملل جهان ساخته می‌شود، معرف شخصیت فرهنگی آن کشور و تعیین‌کننده رفتار دیگران با اوست؛ به هر میزان این شخصیت فرهنگی به ارزش‌های جهان شمول نزدیک‌تر باشد، بیش‌تر احترام جامعه جهانی را برخواهد انگیخت. در مقاله حاضر سعی شد ضمن بررسی اهمیت ترجمه در مناسبات بین‌فرهنگی، مفهوم «دیپلماسی ترجمه» پیشنهاد و تبیین شود و عملکرد دستگاه‌های متولی این امر در کشور به طور خلاصه و با بهره‌گیری از نظرات کارگزاران مطرح این حوزه ارزیابی گردد. دیپلماسی ترجمه در صورتی که هوشمندانه و متناسب به کار گرفته شود هم می‌تواند در زدودن انگاره‌ها و ذهنیت‌های منفی و نادلخواه از ذهن افکار عمومی کشورهای دیگر و هم در خلق تصویری مثبت و بهنجار از فرهنگ و جامعه‌ی کشور اعمال‌کننده این نوع از دیپلماسی موثر باشد؛ از این رو دیپلماسی ترجمه هم می‌تواند تصویرساز باشد و هم تصویرزدا. در ارزیابی عملکرد نهادهای دولتی دخیل در تولید و توزیع ترجمه آثار فارسی به سایر زبان‌ها، می‌توان به‌طور کلی سه اشکال عمده را ملاحظه کرد:

- ۱- عدم اتخاذ رویکردی عینی و علمی در زمینه سیاست‌گذاری ترجمه به ویژه در حوزه انتخاب آثار برای ترجمه و کم توجهی به واقعیت‌های فرهنگی-اجتماعی جوامع هدف و ذائقه فکری-فرهنگی مخاطبان مقیم در آن جوامع. نتیجه این امر، حاکم شدن رویکرد شخصی و سلیقه‌ای در زمینه‌های یاد شده، کاهش قابل توجه اثربخشی ترجمه‌ها، عدم جلب توجه مخاطب، و در مواردی تبدیل شدن «تبلیغ» به «ضد تبلیغ» بوده است.
- ۲- تحدید دامنه موضوعی و تحدید ژانر: ارزش-محوری و حاکمیت نگاه تبلیغی به ترجمه دایره انتخاب گونه‌های متنی را محدود و در نتیجه قدرت مانور زبانی در جوامع مقصد را کاهش داده است.
- ۳- بهره‌وری و کیفیت نازل: از آنجا که نهادهای دولتی غالباً دغدغه‌چندانی در خصوص تامین منابع مالی ندارند و توفیق یا عدم توفیق در فروش آثار موضوعیت چندانی برایشان ندارد، لذا هم در زمینه انتخاب مترجمان توانمند و با کیفیت و هم در رعایت استانداردهای حرفه‌ای چاپ و نشر کتاب، قوی عمل نمی‌کنند، حال آنکه بخش خصوصی معمولاً به دلیل توجه به سودآوری و بازگشت سرمایه، کیفیت به مراتب بهتری از مجموعه‌های دولتی ارائه می‌کند و در نشر محصولات خود موفق‌تر است.
- افزون بر این به نظر می‌رسد در صورتی که دستگاه‌های دولتی متولی دیپلماسی ترجمه کشور از میزان تصدی‌گری خود در حوزه ترجمه و نشر بین‌الملل بکاهند و ضمن سیاست‌گذاری هوشمند در زمینه ترجمه و تامین پشتیبانی‌های لازم، حوزه اجرا به ویژه انتخاب آثار برای ترجمه، انعقاد قراردادهای ترجمه و نشر کتاب، توزیع ترجمه در جوامع هدف و پایه‌ریزی و استمرار ارتباط با مخاطبان عمومی را بر عهده کنشگران و کارگزاران غیر دولتی قرار دهند، نتایج بهتری حاصل خواهد شد. البته خصوصی سازی صرف حوزه نشر بین‌الملل و واسپاری یک‌سویه آن به ناشران خارجی اشتباهی راهبردی خواهد بود زیرا ناشر خارجی صرفاً به جنبه‌های سودآور فرهنگ و ادب فارسی خواهد پرداخت و تصویری تک بعدی از هویت فکری فرهنگی ایرانیان ترسیم خواهد کرد؛ یعنی همان نقیصی که تا کنون در عملکرد نهادهایی چون مرکز ساماندهی ترجمه وجود داشته است در عملکرد نهادها و مجموعه‌های غیردولتی یا خارجی نیز رخ خواهد نمود که در عمل ادامه همان دور باطل است، یعنی سرمایه‌گذاری ناکافی در همه ابعاد هویتی ایرانیان. افزون بر این ممکن است بخش خصوصی به دلایلی که ذکر شد دغدغه مواجهه با جریان‌سازی‌های فرهنگی دشمن را نداشته باشد و در برابر تبلیغات پر دامنه دشمنان موضعی انفعالی بگیرد؛ لذا به نظر می‌رسد الگوی مطلوب ترکیبی توأمان از مشارکت بخش دولتی و خصوصی باشد.

References

- (1998). *The Scandals of Translation: Towards an Ethics of Difference*. London and New York: Routledge.

- (2008). 'Public Diplomacy and Soft Power', The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, pp. 94-109.
- (2010). 'Translation as Cultural Politics', in M. Baker (Ed.) Critical Readings in Translation. London and New York: Routledge.
- (2013). "Contextual Frames and Narratives". In L.van Doorslaer, & Y.Gambier (Eds.), Handbook of Translation Studies (Fourth ed., pp. 105-110)
- (2014). 'Translation as Renarration', in Juliane House (ed.) Translation: A Multidisciplinary Approach. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 158-177.
- (Ed.) (2010). Critical Readings in Translation Studies, London and New York: Routledge.
- Armstrong, M. (2009). "Operationalizing Public Diplomcy", in N. Snow and Ph.M. Taylor (Eds.), Routledge Handbook of Public Diplomacy. New York: Routledge. 63-71.
- Bahrani, M (2005). 'Mustafa Sabo'e', in Alikhani et al (Eds.), Political Thought in the Islamic World (2018): From the Fall of the Ottoman Empire onwards. Jihad Daneshgahi Institute for Humanites, Cultural, and Social Studies.
- Baker, M. (2006). Translation and Conflict: A Narrative Account. Abingdon and New York: Routledge.
- Bloori, M. (2016). Manipulation in Translated Literature in the Context of Current Developments in Iran. Unpublished Doctoral Dissertation, Allameh Tabatabaie University, Tehran, Iran.
- Dehqani Firoozabadi, S.A & Firrozi, A. (2012). "Iranian Public Diplomacy under the Conservatives". *Journal of Foreign Relations*, 4(2), p.p. 71-110
- DUKĀTE, A. (2007). Manipulation as a specific phenomenon in Translation and Interpreting. Doctoral Dissertation, University of Latvia
- Fisher, Walter R. (1985). 'The Narrative Paradigm: In the Beginning', *Journal of Communication*, 35(4): 74-89
- Gentzler, E. and M. Tymoczko (Eds) (2002). Translation and Power. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Hadian, N. & Sa'edi, R (2013). "From the Traditional to the New Public Diplomacy", *Journal of Strategy*, 22(68), p.p. 33-61
- Haqiqi, R. (2007). Culture and Diplomacy, Tehran: Al-hoda International Publications
- Harding, S. A. (2012). "How do I apply narrative theory? Socio-narrative theory in translation studies". *Target*, 24(2), 286-309.
- Hermans, T. (Ed.) (1985a). The Manipulation of Literature: Studies in Literary Translation. Beckenham: Croom Helm.

- House, J. (2016). *Translation as Communication across Languages and Cultures*. London: Routledge.
- Khamenei, S. A. (2001). 'Visiting the Chairman and the members of the Supreme Council of ICRO and the vice presidents of the same organization', in Rahnemoon: the collection of Iranian Supreme Leader's addresses on the principles of acting within the international arena. Tehran, 2005: Alhoda International Publications
- Lefevere, A. (1992 a). *Translation, Rewriting and the Manipulation of Literary Fame*. London and New York: Routledge.
- Melissen, J. (Ed.) (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Palgrave Macmillan UK.
- Mertens, D. M. (2005). *Research and Evaluation in Education and Psychology: Integrating Diversity with Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods*, 2nd edition. Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Niranjana, T. (1992). *Siting Translation: History, Post- structuralism, and the Colonial Context*, Berkeley, CA: University of California Press.
- Nye, J. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- Pamment, J. (2013). *New Public Diplomacy in the 21st Century: A comparative study of policy and practice*. London and New York: Routledge
- Pym, A. (2014). *Exploring Translation Theories*. 2nd Edition, London and New York: Routledge.
- Rundle, C., & Sturge, K. (Eds.) (2010). *Translation under Fascism*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Sheikholeslami, M. H., & Noore, H. (2017). *Public Diplomacy (1st Vol)*. Tehran: Center for International Research and Education of the Ministry of Foreign Affairs
- Simon, S. (1996). *Gender in Translation: Cultural Identity and the Politics of Transmission*. London and New York: Routledge.
- Spivak, G. (1993/2012). 'The politics of translation', in L. Venuti (ed.) *The Translation Studies Reader*, 3rd edition, pp. 312–30.
- Van Doorslaer, L. (2012). National and cultural images, in L. van Doorslaer, & Y. Gambier (Eds.), *Handbook of Translation Studies*. 3, 122.
- Venuti, L. (1995/2008). *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. London and New York: Routledge.