



Original Article

An Analysis of Translation Problems in Cosmetic Product Catalogs and Their Impact on Medical Education: A Study Based on Nord's Model

Afshin Soori¹, PhD; Laleh Khojasteh^{2*}, PhD

¹Department of English Language and Literature, Larestan branch, Islamic Azad University, Larestan, Iran

²Department of English Language, School of Paramedical Sciences, Shiraz University of Medical Sciences, Shiraz, Iran

Article Information

Article History:

Received: November 01, 2024

Accepted: December 15, 2024

*Corresponding Author:

Laleh Khojasteh, PhD;
Department of English Language,
School of Paramedical Sciences, Shiraz
University of Medical Sciences, Shiraz,
Iran

Email: khojastehlaleh@yahoo.com

Abstract

Introduction: In today's global market, the accurate translation of product information is crucial for consumer safety, particularly in sensitive industries such as cosmetics. This study, conducted in 2023, aimed to investigate the translation of cosmetic product catalogs from English into Persian, utilizing Nord's functional translation model as an analytical framework.

Methods: This research employed a qualitative content analysis approach. The corpus consisted of several English-language cosmetic product catalogs available on the market and their corresponding Persian translations. Data were analyzed both quantitatively and qualitatively over four months. NVivo software was used for qualitative analysis, and SPSS software (version 26) was used for statistical analysis.

Results: The analysis revealed that linguistic and text-specific translation problems were the most prevalent. Of the 111 identified instances, linguistic problems accounted for 102 cases (91.89%), primarily involving lexical and syntactic errors. Text-specific problems constituted 9 (8.11%) cases, largely relating to the mistranslation of figurative expressions. No instances of pragmatic or cultural translation problems were observed.

Conclusion: Translation errors could lead to serious misunderstandings regarding the proper use of cosmetic products. For instance, inaccurate or incomplete translation of ingredient lists or usage instructions might result in adverse effects. Furthermore, the findings suggested that similar translation errors in medical education could impede the accurate transfer of pharmaceutical or therapeutic knowledge to students and professionals. This study highlighted the critical role of translation quality in high-stakes domains such as the cosmetics industry and medical education.

Keywords: Cosmetics, Product Labeling, Education-Medical, Consumer Product Safety

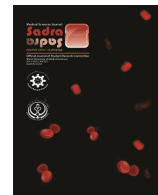
Please cite this article as:

Soori A, Khojasteh L. An Analysis of Translation Problems in Cosmetic Product Catalogs and Their Impact on Medical Education: A Study Based on Nord's Model. *Sadra Med. Sci. J.* 2025; 13(4): 709-721. doi: 10.30476/smsj.2025.104499.1571.



مجله علوم پزشکی صدرا

<https://smsj.sums.ac.ir/>



مقاله پژوهشی

بررسی مشکلات ترجمه در کاتالوگ‌های محصولات آرایشی و تأثیر آن بر آموزش پزشکی: تحلیلی براساس مدل نورد

افشین سوری^۱، لاله خجسته^{۲*}

^۱گروه زبان انگلیسی، دانشکده زبان و ادبیات انگلیسی، واحد لارستان، دانشگاه آزاد اسلامی، لارستان، ایران
^۲گروه زبان انگلیسی، دانشکده پیراپزشکی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران

چکیده

مقدمه: در دنیای امروز، ترجمه‌ی دقیق اطلاعات محصول، به‌ویژه در صنعت آرایشی، برای حفظ سلامت مصرف‌کنندگان اهمیت حیاتی دارد. این مطالعه که در سال ۲۰۲۳ انجام شده است، به بررسی ترجمه‌ی کاتالوگ‌های لوازم آرایشی از زبان انگلیسی به فارسی بر اساس مدل ترجمه‌ی نورد می‌پردازد. **مواد و روش‌ها:** رویکرد تحلیل محتوای کیفی در این پژوهش اتخاذ شد. پیکره شامل چندین کاتالوگ لوازم آرایشی انگلیسی موجود در بازار و ترجمه‌های فارسی آن‌ها بود. داده‌ها طی یک دوره‌ی چهارماهه به‌صورت کمی و کیفی تحلیل شدند. نرم‌افزار NVivo برای تحلیل کیفی و نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ برای تحلیل آماری مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌ها: تحلیل‌ها نشان داد که مشکلات ترجمه‌ی زبانی و مشکلات خاص متن بیشترین بسامد را داشتند. از میان ۱۱۱ نمونه شناسایی‌شده، مشکلات زبانی شامل ۱۰۲ مورد (۹۱/۸۹٪) بود که عمدتاً به خطاهای واژگانی و نحوی مربوط می‌شد. همچنین، ۹ مورد (۸/۱۱٪) مشکلات خاص متن شناسایی شد که بیشتر به ترجمه‌ی نادرست تعبیرات ادبی مربوط بودند. هیچ نمونه‌ای از مشکلات ترجمه‌ی عملیاتی یا ترجمه‌ی فرهنگی مشاهده نشد.

نتیجه‌گیری: خطاهای ترجمه می‌توانند منجر به سوءبرداشت‌های جدی در استفاده از محصولات آرایشی شوند؛ برای مثال، ترجمه‌ی اشتباه یا ناقص اطلاعات مربوط به مواد تشکیل‌دهنده یا شیوه‌ی استفاده می‌تواند عوارض جانبی ناخواسته و نتایج نامطلوب ایجاد کند. همچنین، یافته‌ها نشان دادند که خطاهای مشابه در ترجمه در حوزه‌ی آموزش پزشکی ممکن است انتقال صحیح اطلاعات دارویی یا درمانی به دانشجویان و متخصصان را با مشکل مواجه کند. این مطالعه بر اهمیت کیفیت ترجمه در حوزه‌های حساس مانند صنعت آرایشی و آموزش پزشکی تأکید می‌کند.

اطلاعات مقاله

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۲۵

*نویسنده مسئول:

لاله خجسته،

گروه زبان انگلیسی، دانشکده پیراپزشکی، دانشگاه علوم

پزشکی شیراز، شیراز، ایران

پست الکترونیکی:

khojastehlaleh@yahoo.com

کلمات کلیدی: لوازم آرایشی، برچسب‌گذاری محصولات، آموزش پزشکی، ایمنی مصرف‌کننده

لطفاً این مقاله را به این صورت استناد کنید:

سوری ا، خجسته ل. بررسی مشکلات ترجمه در کاتالوگ‌های محصولات آرایشی و تأثیر آن بر آموزش پزشکی: تحلیلی براساس مدل نورد. مجله علوم پزشکی صدرا. دوره ۱۳، شماره ۴، پاییز و زمستان ۱۴۰۴، ۷۲۱-۷۰۹.

نمی‌توان انتظار معادل‌سازی کامل در ترجمه داشت (۷). این موضوع دلیل مشاهده‌نشدن معادل‌سازی کامل در هم‌معنایی را توضیح می‌دهد؛ زیرا ارتباط عمیقی بین یک واحد زبانی (واژه‌ای یا ساختاری) و معنای آن وجود دارد. با این حال این استدلال‌ها به معنای غیرممکن بودن معادل‌سازی کامل بین دو متن نیست. در واقع، مترجمان بیشتر بر انتقال معنای متن منبع تمرکز دارند تا تطابق دقیق واحدهای زبانی که نتیجه‌ی آن تولید متنی در زبان هدف است که از نظر مفهوم با متن منبع معادل است. این همان چیزی است که وینای و داربلنت^۱ (۶) در بحث بالا اشاره کردند. نیدا^۲ (۸) دیدگاهی دقیق‌تر و واقع‌گرایانه‌تر درباره‌ی معادل‌سازی ارائه می‌دهد و معتقد است که هیچ ترجمه‌ای نمی‌تواند کاملاً دقیق باشد. او بر این باور است که وظیفه‌ی مترجم تولید ترجمه‌ای است که تا حد امکان شبیه متن منبع باشد، اما این شباهت از دیدگاه‌های گوناگونی قابلیت ارزیابی دارد و باید براساس هدف ترجمه سنجیده شود. در معادل‌سازی رسمی، همان‌طور که نیدا^۲ (۸) بیان کرده است، تأکید اصلی بر حفظ فرم و محتوای متن منبع است زیرا هدف اصلی در این نوع معادل‌سازی، تطابق مفاهیم جملات با متن اصلی است. از طرفی در معادل‌سازی پویا، اولویت با طبیعی بودن ترجمه است و اهمیت معنا بر فرم برتری دارد. این نوع معادل‌سازی نزدیک‌تر به تفسیر وینای و داربلنت^۱ (۶) از معادل‌سازی است. هوبشر-دیویدسون^۳ (۹) بین دو نوع معادل‌سازی تمایز قائل می‌شود: معادل‌سازی متنی و معادل‌سازی رسمی؛ درحالی‌که معادل‌سازی متنی تاحدی مشابه‌ی معادل‌سازی پویا است. معادل‌سازی رسمی با رویکرد رسمی نیدا مشابهت دارد. او همچنین دو نوع اصلی از تغییرات ترجمه را شناسایی می‌کند که نشان‌دهنده‌ی خروج مترجم از تطابق رسمی هستند. الف: تغییرات سطحی: این تغییرات زمانی رخ می‌دهد که یک ویژگی زبانی متن منبع در سطح دیگری در زبان هدف ارائه می‌شود که معمولاً نیازمند تغییرات دستور زبان یا واژه‌ای است. ب: تغییرات دسته‌ای: شامل تغییرات زیر است:

- تغییرات ساختاری: تغییراتی در ساختار زبانی یا ترتیب کلمات در متن هدف؛
- تغییرات کلاس: تغییر طبقه‌بندی یک واحد زبانی خاص؛
- تغییرات واحد: تغییراتی در واحد زبانی بین متن منبع و متن هدف؛

ترجمه نقش حیاتی در حوزه‌ی پزشکی به‌ویژه در صنعت زیبایی و لوازم آرایشی دارد؛ جایی که ارتباط دقیق اطلاعات محصول برای ایمنی و رضایت مصرف‌کننده ضروری است (۱). سوءتفاهم‌ها یا نادرستی‌ها در ترجمه‌ی برچسب‌های محصولات، دستورالعمل‌ها یا مواد بازاریابی می‌تواند عواقب جدی برای مصرف‌کنندگان به همراه داشته باشد. به‌عنوان مثال ترجمه‌های نادرست ممکن است به سوءتفاهم درباره‌ی نحوه‌ی استفاده‌ی ایمن از یک محصول یا نادرست‌نمایی ترکیبات آن منجر شود که ممکن است باعث واکنش‌های آلرژیک یا عوارض جانبی سلامتی گردد (۲). اهمیت ترجمه‌ی دقیق با توجه به الزامات قانونی متنوع در کشورهای مختلف بیشتر برجسته می‌شود. رعایت قوانین محلی بیشتر مستلزم ترجمه‌های دقیق از فهرست مواد تشکیل‌دهنده و دستورالعمل‌های استفاده است. با ادامه‌ی گسترش صنعت زیبایی در سطح جهانی، برندها باید اطمینان حاصل کنند که پیام‌های آن‌ها با زمینه‌های فرهنگی متنوع هماهنگ است (۳). موادی که بد ترجمه شده است می‌تواند به شهرت برند آسیب بزند و اعتماد مصرف‌کنندگان را کاهش دهد و این موضوع به کاهش فروش و سهم بازار می‌انجامد (۴). بنابراین، سرمایه‌گذاری در خدمات ترجمه‌ی حرفه‌ای تنها یک مسأله‌ی ساده‌ای نیست، بلکه جنبه‌ی حیاتی در حفاظت از سلامت مصرف‌کننده و اطمینان از استراتژی‌های بازاریابی مؤثر در یک بازار جهانی رقابتی دارد. پدیده‌ی جهانی‌سازی اهمیت ترجمه را در جامعه‌ی معاصر افزایش داده است. ترجمه به‌عنوان حوزه‌ای حیاتی ظهور کرده است که شایسته‌ی تحقیق است و این امر به نوبه‌ی خود اهمیت ارزیابی کیفیت ترجمه را برجسته می‌کند (۵).

یکی از مفاهیم کلیدی در حوزه‌ی ترجمه، معادل‌سازی است. وینای و داربلنت^۱ (۶) معادل‌سازی را به‌عنوان تطابق معنایی تعریف می‌کنند که زمانی حاصل می‌شود که متن منبع و متن هدف، یک موقعیت را به‌طور مشابه بازنمایی کنند. به اعتقاد آن‌ها، معادل‌سازی متنی بر پایه‌ی معادل‌سازی موقعیتی بنا شده است. از دیدگاه این پژوهشگران، معادل‌سازی به مترجم این امکان را می‌دهد که معنای متن منبع را به بهترین شکل ممکن به متن هدف منتقل کند، حتی اگر فرم یا سبک اصلی متن منبع نادیده گرفته شود. در زبان‌شناسی ساختاری، این فرض مطرح است که در مواقعی که فرم و معنا به‌شدت درهم‌تنیده‌اند،

2. Nida

3. Hubscher-Davidson

1. Vinay, Darbelnet

• تغییرات درون‌سیستمی: نمونه‌هایی که در آن تطابق رسمی بین دو سیستم زبانی وجود دارد اما باید برای دستیابی به یک ترجمه‌ی صحیح نقض شود. در حوزه‌ی مطالعات ترجمه، ارزیابی کیفیت ترجمه‌های متنی نقطه‌ای غالب است و محققان در این زمینه مدل‌هایی را برای این هدف پیشنهاد کرده‌اند. با وجود پیشرفت‌های حاصل‌شده در مطالعات ترجمه، چالش‌های زیادی باقی‌مانده است که بخشی از آن‌ها ناشی از نبود توافق بر سر کارآمدی مطلق یک مدل خاص برای ارزیابی کیفیت ترجمه‌های متنی است (۱۰). تلاش‌های زیادی برای حل این مسائل و ارزیابی کیفیت آثار ترجمه‌شده انجام گرفته است. یکی از رویکردهای امیدوارکننده مدل نورد^۴ (۱۱) است.

افزون‌بر این، ارزیابی ترجمه‌ی کاتالوگ‌های آرایشی موضوع مهمی است که ارتقاء وضعیت آن می‌تواند به دستاوردهای مفیدی در دنیای تجارت منجر شود (۱۲). صنعت محصولات آرایشی یک حوزه‌ی تجاری بزرگ با ذینفعان متعدد است. با توجه به اینکه بیشتر تولیدکنندگان آرایشی بخشی از کاتالوگ‌های خود را به زبان انگلیسی منتشر می‌کنند، واردکنندگان باید آن‌ها را به فارسی ترجمه کنند تا کاربران ایرانی اطلاعات صحیحی درباره‌ی مصرف و استفاده از محصولات آرایشی و ویژگی‌های آن‌ها دریافت کنند. این امر نیازمند ارائه‌ی ترجمه‌ای با کیفیت بالا از کاتالوگ‌هاست تا هیچ خطری سلامت کاربران محصولات آرایشی را تهدید نکند (۱۳). در واقع، ترجمه‌ی کاتالوگ‌های آرایشی شاخه‌ای از ترجمه‌ی متون تبلیغاتی است. همان‌طور که نظریه‌ی ترجمه پیشنهاد می‌کند، از آنجا که متون تبلیغاتی با هدف ترغیب مخاطب نوشته می‌شوند، باید به گونه‌ای ترجمه شوند که متن هدف در فرهنگ هدف مانند یک متن اصلی عمل کند (۱۱). اگرچه راهبردهای ترجمه‌ی تبلیغات برای ایجاد پروژه‌های تبلیغاتی بین‌المللی بسیار مهم هستند، اطلاعات کمی درباره‌ی ترجمه در ادبیات تبلیغاتی داده شده است. به نظر می‌رسد راهنمایی‌های کمی برای مترجمان مواد تبلیغاتی وجود دارد و این احتمالاً نشان‌دهنده‌ی آن است که صنعت تبلیغات چالش‌های مربوط به ترجمه‌ی مؤثر مواد تبلیغاتی را به خوبی نمی‌شناسد. محبوبیت تبلیغات در صنایع مختلف انکارنشده‌ی است (۱۴)؛ چه در محصولات آرایشی، دستگاه‌های خانگی، لباس‌ها، غذاها یا هر صنعت دیگری. در میان کانال‌های مختلف برای ایجاد تبلیغات، ترجمه راه خود را پیدا کرده است. محبوبیت ترجمه در تبلیغات به دلیل علاقه‌ی مشتریان به محصولات خارجی افزایش یافته است؛ اما

4. Nord

مشکلی که وجود دارد این است که مشتریانی که دانش زبان هدف کمتری دارند، نمی‌توانند از ویژگی‌های اصلی محصولات مطلع شوند (۱۴). این امر به کاهش تقاضا برای محصولات خارجی منجر می‌شود. برای مقابله با این چالش، تولیدکنندگان تصمیم به انتشار محصولات خود در کاتالوگ‌های چندزبانه گرفته‌اند که برای مشتریان با زبان‌های مختلف مفهوم باشد. این امر محصولات هدف را جذاب‌تر و تأمین آن‌ها را در بازارهای بین‌المللی آسان‌تر می‌کند. افزون‌بر این، مشتریان تمایل بیشتری به خرید محصولات ضروری از جمله محصولات آرایشی با کاربردهای متعدد نشان می‌دهند (۱۵). این موضوع مجدداً تأیید می‌کند که نقش ترجمه در تجارت بین‌المللی انکارناپذیر است. همچنین این امر به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید برای مترجمان در زبان‌های مختلف کمک کرده است. در عصری که متقاضیان شغل ترجمه با مشکلات زیادی در یافتن شغل مناسب مواجه هستند، این امر به مسأله‌ای مثبت تبدیل شده است. با این حال، این موضوع صنعت ترجمه را از جنبه‌ای دیگر پیچیده کرده است: مترجمان بی‌تجربه با عملکرد ترجمه‌ی پایین وارد بازار شده‌اند. افزون‌بر این، فرهنگ و آداب محلی می‌تواند تأثیر زیادی بر تبلیغات داشته باشد. مترجمان باید درک عمیقی از فرهنگ زبان هدف داشته باشند و متنی را ایجاد کنند که احساسات یا انگیزه‌های مشابهی را به گونه‌ای منتقل کند.

مطالعه‌ی حاضر با هدف بررسی مشکلات ترجمه در کاتالوگ‌های محصولات آرایشی براساس مدل نورد انجام شده است. اهداف خاص مطالعه به شرح زیر است:

۱. شناسایی مشکلات ترجمه‌ای که در ترجمه‌ی فارسی کاتالوگ‌های انگلیسی محصولات آرایشی براساس مدل نورد رخ داده‌اند؛
۲. شناسایی رایج‌ترین و کم‌تکرارترین مشکلات ترجمه در ترجمه‌ی فارسی کاتالوگ‌های انگلیسی محصولات آرایشی براساس مدل نورد.

مواد و روش‌ها

طراحی تحقیق

از آنجاکه این مطالعه به بررسی ترجمه‌ی انگلیسی به فارسی کاتالوگ‌های آرایشی براساس مدل نورد (۱۶) پرداخته است، می‌توان از طراحی تحلیل محتوا/ مدرک در یک رویکرد کیفی بهره برد. به طور کلی، در این نوع طراحی، محتوای متون به صورت کیفی تحلیل می‌شود تا الگوها و مضامین تکراری شناسایی شوند. این تحقیق در سال ۲۰۲۳ در بازه‌ی زمانی چهارماهه انجام شد.

پیکره‌ی زبانی^۵

برای دستیابی به هدف مطالعه، صد نمونه از کاتالوگ‌های انگلیسی محصولات آرایشی به‌همراه ترجمه‌های فارسی آن‌ها جمع‌آوری شد. کاتالوگ‌های بررسی‌شده از طریق نمونه‌گیری دردسترس انتخاب شدند. معیارهای انتخاب این کاتالوگ‌ها شامل تنوع محصولات، کیفیت ترجمه‌ها، دسترس‌پذیری منابع و تجربیات قبلی در تحلیل محتوای مشابه بود. این انتخاب به ما کمک کرد تا داده‌های غنی و مرتبطی را جمع‌آوری کنیم که برای تحلیل محتوای کیفی مناسب باشد.

در انتخاب تعداد نمونه، عدد صد به دلایل زیر انتخاب شد:

الف) معنای آماری: در بسیاری از مطالعات کیفی، براساس گفته‌ی بریمن و برگس (۸) تعداد صد نمونه به‌عنوان یک اندازه‌ی کافی برای رسیدن به اشباع داده‌ها و دستیابی به نتایج معتبر در نظر گرفته می‌شود.

ب) رسیدن به اشباع داده‌ها: هدف این بود که پس از تحلیل صد کاتالوگ، هیچ یافته‌ی جدیدی به دست نیاید که نشان‌دهنده‌ی کافی بودن اندازه‌ی نمونه برای اهداف مطالعه است (۹).

ج) ملاحظات عملی: عوامل عملی مانند زمان، بودجه و دسترسی به منابع نیز در انتخاب این تعداد نقش داشتند. جمع‌آوری و تحلیل ۱۰۱ نمونه ممکن است ارزش افزوده‌ای نسبت به صد نمونه نداشته باشد و پیچیدگی غیرضروری ایجاد کند (۱۰).

درنهایت با انجام تحلیل محتوای کیفی بر روی صد کاتالوگ آرایشی و ترجمه‌های فارسی آن‌ها، به اشباع داده‌ها رسیدیم؛ به این معنی که پس از تحلیل محتوای کیفی این صد کاتالوگ، هیچ یافته‌ی جدیدی به‌دست نیامد. بنابراین، این اندازه‌ی نمونه برای این مطالعه مناسب در نظر گرفته شد. این متن شامل تمام نکات لازم برای توجیه انتخاب صد نمونه است و می‌تواند در پاراگراف قبلی گنجانده شود.

روش جمع‌آوری داده‌ها

برای جمع‌آوری داده‌های لازم، در ابتدا صد کاتالوگ آرایشی انگلیسی موجود در بازار و ترجمه‌های فارسی آن‌ها از طریق نمونه‌گیری در دسترس جمع‌آوری شد. سپس پژوهشگر و فردی متخصص در ترجمه، محتوای کاتالوگ‌های آرایشی و ترجمه‌های فارسی آن‌ها را براساس مدل نورد از طریق تحلیل محتوای کیفی بررسی کردند. این کارشناس، مترجم با تجربه‌ای

بود که پنج کتاب منتشرشده در زمینه‌ی ترجمه‌ی گونه‌های ادبی^۶ مختلف داشت. دلیل استفاده‌کردن از دو ارزیاب، مسأله‌ی سازگاری بود که برای ملاحظات اعتبار ضروری بود. در این مرحله، تحلیل محتوای کیفی به‌صورت سیستماتیک و براساس مراحل مشخصی انجام شد. ارزیابان کاتالوگ‌های آرایشی را جمله‌به‌جمله خواندند و آن‌ها را با ترجمه‌های فارسی مقایسه کردند. این روش به آن‌ها امکان داد تا مشکلات ترجمه‌ای را که در کاتالوگ‌ها براساس مدل نورد رخ داده بود، شناسایی کنند. تحلیل محتوای کیفی به‌عنوان فرایندی تکراری تعریف می‌شود که شامل بازنگری مداوم و توسعه‌ی معانی در داده‌ها براساس کشفیات جدید است (۱۷).

باتوجه‌به این رویکرد، ارزیابان توانستند الگوها و تم‌های موجود در داده‌ها را شناسایی کنند و مشکلات ترجمه‌ای را دسته‌بندی کنند. در صورت هرگونه تعارض بین نظرات دو ارزیاب، از شخص سوم (یعنی سرپرست مطالعه) مشاوره گرفته می‌شد (۱۸). باین‌حال، مرز بین انواع مختلف مشکلات ترجمه در مدل نورد به‌قدری واضح بود که فقط در چند نمونه تطابق وجود نداشت. گفتنی است که تحلیل مجموعه‌داده‌های مطالعه‌ی حاضر تنها محدود به مشکلات ترجمه بود. به عبارت دیگر، هیچ دشواری ترجمه‌ای در این مطالعه تحلیل نشد. درنهایت، بر روی داده‌ها تحلیل‌های آماری بیشتری انجام شد. این متن شامل جزئیات بیشتری درباره‌ی روش تحلیل محتوای کیفی است و می‌تواند نظر ویرایشگر را برآورده کند.

ملاحظات اخلاقی

ماهیت این پژوهش کاملاً متنی است و بر تحلیل و بررسی محتوای موجود تمرکز دارد، بدون آنکه نیازی به دخالت یا مشارکت افراد باشد. باین‌حال، نویسندگان این مطالعه اطمینان حاصل کرده‌اند که تمامی ترجمه‌های انجام‌شده با رعایت حقوق مالکیت معنوی نویسندگان اصلی و با استناد صحیح به منابع مرتبط انجام شده است. همچنین، در فرایند ترجمه به پیامدهای فرهنگی متون توجه و تلاش شده است که ترجمه‌ها متناسب و با احترام مناسب زمینه‌ی فرهنگی مخاطبان هدف باشند.

یافته‌ها

برای پاسخ به اولین سؤال تحقیق «چه مشکلات

6. Genre

5. Corpus

ترجمه‌ای در ترجمه‌ی فارسی کاتالوگ‌های انگلیسی محصولات آرایشی براساس مدل نورد رخ داده است؟» تحلیل داده‌ها شامل تحلیل محتوای کیفی بود. تحلیل محتوای کیفی شامل مقایسه‌ی موازی متون انگلیسی با ترجمه‌های فارسی آن‌ها از نظر وقوع انواع مختلف مشکلات ترجمه براساس دسته‌بندی‌های نورد بود. قبل از ارائه‌ی مشکلات ترجمه‌ی شناسایی‌شده در ترجمه‌های تحلیل‌شده به‌عنوان یادآوری، دوباره دسته‌بندی‌های نورد از مشکلات ترجمه در اینجا ارائه می‌شود. دسته‌بندی‌های نورد از مشکلات ترجمه شامل مشکلات عملیاتی، فرهنگی، زبانی و مشکلات خاص متن است. مشکلات ترجمه‌ی زبانی شامل انواع مختلفی از مشکلات مرتبط با تفاوت‌های بین زبان‌ها، به‌ویژه در واژگان، نحو و ویژگی‌های فرامتن است. مشکلات

ترجمه‌ی عملیاتی: نورد مشکلات ترجمه‌ی عملیاتی را ناشی از تفاوت‌های بین وضعیت متن منبع و متن هدف تعریف کرده است که شامل تفاوت‌هایی در فرستنده، گیرنده، رسانه، زمان، مکان، انگیزه و عملکرد متن می‌شود. مشکلات خاص متن به ترجمه‌ی بازی‌های زبانی، نوآوری‌ها و تعبیرات ادبی محدود می‌شود. به گفته‌ی نورد، این نوع مشکلات در انواع متون معمولی نادر است. مشکلات ترجمه‌ی فرهنگی: نورد مشکلات ترجمه‌ی فرهنگی را به‌عنوان مشکلاتی توصیف کرد که ناشی از ترجمه‌ی یک نوع خاص از بیان به‌گونه‌ای است که مخاطب هدف آن را به‌عنوان یک بیان از آن گونه‌ی ادبی در فرهنگ زبان هدف شناسایی کند. در این بخش (جدول ۱)، برخی از نمونه‌های مشکلات ترجمه‌ی شناسایی‌شده ارائه می‌شود.

جدول ۱. مشکلات ترجمه و معادل‌های متن برای محصولات آرایشی و بهداشتی

ردیف	نوع مشکل ترجمه	متن مقصد به فارسی	متن منبع به انگلیسی
۱	مشکل ترجمه‌ی خاص متن	با محصولات آرایشی بهداشتی «بهر روز»، برای همیشه زیبا باشیم و زیبا بمانیم.	Sensodyn Cosmetic Products! "Be beautiful forever and stay beautiful.
۲	مشکل ترجمه‌ی خاص متن	بهترین و مؤثرترین راه دوری از درد حساسیت دندان‌های کشف شد!! با خمیردندان «سنسوداین» از این درد دور شوید.	The best and most effective way to get rid of dental pain was discovered!! Get rid of this pain with "Sensodyn" toothpaste.
۳	مشکل ترجمه‌ی خاص متن	سلامت پوست خانواده در شب با کیو وی آغاز می‌شود	Lovely family skin begins with QV overnight.
۴	مشکل ترجمه‌ی زبانی	کیو وی اینتنسیو	Qv Intensive moisturizer
۵	مشکل ترجمه‌ی زبانی	واش کیو وی/پن کیو وی	QV bar/QV wash
۶	مشکل ترجمه‌ی زبانی	تو عاشق او، او عاشق کیو وی	S.O you love, love QV
۷	مشکل ترجمه‌ی زبانی	پاک‌کننده‌ی صورت کیو وی	QV face gentle cleanse
۸	مشکل ترجمه‌ی زبانی	کرم روز کیو وی	QV face daily cream
۹	مشکل ترجمه‌ی زبانی	پولیش لایه‌بردار کیو وی	QV face exfoliating polish
۱۰	مشکل ترجمه‌ی زبانی	امولیان‌ت و مرطوب‌کننده	Moisturizing and emollient
۱۱	مشکل ترجمه‌ی زبانی	نرم‌کننده‌ی مغذی هیرساینس	Hairscience nourishing conditioner
۱۲	مشکل ترجمه‌ی زبانی	فرمولاسیون ویژه جهت درمان درماتیت و خارش پوست	Special formulation for dermatitis and skin itch treatment
۱۳	مشکل ترجمه‌ی زبانی	سان سنس تینت	Sunsense Face Taint
۱۴	مشکل ترجمه‌ی زبانی	مناسب برای پوست‌های جوشی	Suitable for pimply skins
۱۵	مشکل ترجمه‌ی زبانی	سان سنس آنتی ایج	Sunsense anti-ageing face
۱۶	مشکل ترجمه‌ی زبانی	سان سنس دیلی فیس	Sunsense daily face
۱۷	مشکل ترجمه‌ی زبانی	سان سنس کرم	Sunsense cream
۱۸	مشکل ترجمه‌ی زبانی	سان سنس تادلر	Sunsense toddler, a jack of all trades

ردیف	نوع مشکل ترجمه	متن مقصد به فارسی	متن منبع به انگلیسی
۱۹	مشکل ترجمه‌ی زبانی	سان سنس اسپرت	Sunsense sport
۲۰	مشکل ترجمه‌ی زبانی	قابل استفاده جهت کف اصلاح	Suitable as shaving foam
۲۱	مشکل ترجمه‌ی زبانی	جهت اگزمای دست خانم‌های خانه‌دار ایده‌آل می‌باشد	Ideal for house wives' hand eczema
۲۲	مشکل ترجمه‌ی زبانی	این مؤسسه از مهارت‌های متنوع علمی و تکمیلی در غایت تکنولوژی و تحقیقات مؤثر بر درمان طبیعی کمک گرفته است	The institute has used diverse scientific and complementary achievements based on the latest technology and research effective on natural treatment.
۲۳	مشکل ترجمه‌ی زبانی	مؤسسه‌ی گلنیک با تحقیق بر موارد زیر به اهداف خود چیره می‌گردد.	Galenic aims are realized by taking the following factors into account
۲۴	مشکل ترجمه‌ی زبانی	استفاده از مواد مؤثر طبیعی به‌صورت کاملاً علمی و اختصاصی و همچنین patent کردن آن‌ها	Using natural effective materials in a completely scientific and technical way and making them patent.
۲۵	مشکل ترجمه‌ی زبانی	عدم آلرژی	Anti-allergy
۲۶	مشکل ترجمه‌ی زبانی	تست‌های سیستمیک تحت نظارت تیم پزشکی جهت تأثیر، تحمل و بالابردن کیفیت محصول	Systemic tests under medical team supervision to increase the effect, maintenance and quality of the products.
۲۷	مشکل ترجمه‌ی زبانی	رطوبت‌رسانی عمیق پوست	Deep skin moisturizing
۲۸	مشکل ترجمه‌ی زبانی	اثر تحریکی	Stimulating effect
۲۹	مشکل ترجمه‌ی زبانی	تولیدکننده‌ی انرژی با عصاره‌ی خالص physalis	Containing energetic Physalis pure extract
۳۰	مشکل ترجمه‌ی زبانی	کرم بازسازی‌کننده پوست	Skin restorative cream
۳۱	مشکل ترجمه‌ی زبانی	بهبودسازی پوست	Skin restoration
۳۲	مشکل ترجمه‌ی زبانی	کاهش خطوط پیشرفته‌ی صورت	Decreasing deep wrinkles
۳۳	مشکل ترجمه‌ی زبانی	پیشگیری و کاهش لک ناشی از سن	Prevention and reduction of stigma associated with age increase
۳۴	مشکل ترجمه‌ی زبانی	این ماده دارای خاصیت احیاکنندگی بر روی سلول‌ها بوده و قدرت بازسازی و تولید فیبروبلاست و در نتیجه حمایت از پوست را افزایش می‌دهد	The material is of cellular revival effect and increases skin restoration and fiber production and its consequent skin protection.
۳۵	مشکل ترجمه‌ی زبانی	اتصالات فیبری را استحکام بخشیده و از پوست محافظت می‌نماید	It strengthens fiber links and protects skin
۳۶	مشکل ترجمه‌ی زبانی	کرم شبانه‌ی ضدچروک و افتادگی	Night anti-wrinkle cream
۳۷	مشکل ترجمه‌ی زبانی	مناسب پوست‌های خیلی خشک	Suitable for very dry skins
۳۸	مشکل ترجمه‌ی زبانی	دلتا ۷ به حفظ تونسیسته طبیعی پوست کمک می‌کند	Delta7 helps keeping skin natural tonicity
۳۹	مشکل ترجمه‌ی زبانی	این کرم به طرز فوق‌العاده‌ای در اثرات نامطلوب نور خورشید از پوست محافظت می‌کند	This product provides extraordinary skin protection against undesirable sun effects
۴۰	مشکل ترجمه‌ی زبانی	موارد مصرف پزشکی	For medical usage
۴۱	مشکل ترجمه‌ی زبانی	در این ضدآفتاب کمپلکس ضد رادیکال آزاد وجود دارد	containing anti-radical complex

ردیف	نوع مشکل ترجمه	متن مقصد به فارسی	متن منبع به انگلیسی
۴۲	مشکل ترجمه‌ی زبانی	کنسانتره ضد ترک الانسیل	Elansiel Stretch mark concentrate
۴۳	مشکل ترجمه‌ی زبانی	کرم روز مولتی پروتکتیو	Multi-protective day cream
۴۴	مشکل ترجمه‌ی زبانی	کرم روز دیلی دیفنس	Daily defense cream
۴۵	مشکل ترجمه‌ی زبانی	ازبین بردن دانه‌های سر سیاه	Removing black-head acnes
۴۶	مشکل ترجمه‌ی زبانی	ازبین برنده‌ی خطوط تحت استرس	Removing under stress wrinkles
۴۷	مشکل ترجمه‌ی زبانی	کرم مغذی اولترا	Ultra restorative cream
۴۸	مشکل ترجمه‌ی زبانی	کمپلکس ضد لک اینتنس	Intense lightening complex
۴۹	مشکل ترجمه‌ی زبانی	محلول پوست چرب	Clarifying solution
۵۰	مشکل ترجمه‌ی زبانی	مت پرفکشن	Matte perfection

مثال چهارم:

• **متن مبدأ:** “QV Intensive moisturizer”

• **متن مقصد:** «کیو وی اینتنسیو»

در این مثال، نام محصول فقط به صورت آوایی ترجمه شده است، بدون توضیحی درباره‌ی مفهوم “Intensive” (فشرده یا قوی). در زمینه‌ی آموزش پزشکی، چنین مشکلاتی در ترجمه می‌تواند باعث سردرگمی شود، به ویژه هنگامی که کلمات توصیفی مهم به اشتباه ترجمه یا توضیح داده نمی‌شوند. به عنوان مثال اصطلاحاتی مانند “acute” یا “chronic” (حاد یا مزمن) ممکن است به صورت آوایی ترجمه شوند و معنای پزشکی دقیق آن‌ها منتقل نشود. این امر می‌تواند موجب سوء تفاهم در تشخیص بیماری‌ها یا پروتکل‌های درمانی شود.

مثال دهم:

• **متن مبدأ:** “Moisturizing and emollient”

• **متن مقصد:** «امولیانت و مرطوب کننده»

در اینجا “emollient” به سادگی به صورت آوایی به «امولیانت» ترجمه شده است، بدون توضیحی دقیق. در متون آرایشی این موضوع ممکن است باعث سردرگمی مصرف کنندگان شود، اما در آموزش پزشکی این نوع خطاها می‌تواند به سوء تفاهم‌های بزرگ‌تری منجر شود. برای مثال، در رشته‌ی داروشناسی، اصطلاحاتی مانند “analgesic” (مسکن) یا “antipyretic” (ضد تب) باید به درستی ترجمه شوند تا دانشجویان یا پزشکان متوجه‌ی اثرات دقیق این داروها شوند. در غیر این صورت، ترجمه‌ی نادرست ممکن است به سوء تفاهم در انتخاب دارو یا دوز مناسب منجر شود.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، دو نوع مشکل ترجمه در مجموعه‌ی داده‌ها شناسایی شد: مشکل ترجمه‌ی زبانی و مشکل ترجمه‌ی خاص متن. یافته‌های گزارش شده در جدول، نشان‌دهنده‌ی چگونگی وقوع مشکلات ترجمه‌ای است که می‌تواند به سوء تفاهم منجر شود. این مسأله در متون پزشکی که دقت بالایی را می‌طلبد، می‌تواند پیامدهای جدی‌تری به همراه داشته باشد. در ادامه، مثال‌های ارائه شده را بررسی می‌کنیم و تأثیر این نوع خطاها را بر گمراه کردن مصرف کنندگان و در زمینه‌ی آموزش پزشکی توضیح می‌دهیم.

مثال اول:

• **متن مبدأ:** “Sensodyn Cosmetic Products!”

“Be beautiful forever and stay beautiful”

• **متن مقصد:** (با محصولات آرایشی بهداشتی «بهروز»

برای همیشه زیبا باشیم و زیبا بمانیم).

در اینجا، نام برند “Sensodyn” به اشتباه «بهروز» ترجمه شده است که نام کاملاً متفاوتی است. در زمینه‌ی آموزش پزشکی، اگر چنین خطایی در ترجمه‌ی نام داروها یا اصطلاحات پزشکی رخ دهد، پیامدهای جدی در پی خواهد داشت. برای مثال، فرض کنید “Insulin” به نام تجاری محلی دیگری ترجمه شود. این نوع خطا می‌تواند پزشکان یا دانشجویان را به تجویز داروی نادرست هدایت کند که به عوارض جانبی یا پیامدهای نامطلوب می‌انجامد. حتی یک اشتباه ساده در ترجمه‌ی نام داروها می‌تواند باعث تجویز نادرست دوز و حتی مصرف داروی اشتباه شود که در زمینه‌ی پزشکی بسیار خطرناک است.

مشکلات خاص متن

مثال دوم:

• **متن مبدأ:** "The best and most effective way to get rid of dental pain was discovered!! Get rid of this pain with 'Sensodyn' toothpaste"

• **متن مقصد:** «بهترین و مؤثرترین راه دوری از درد حساسیت دندان‌ی کشف شد!! با خمیردندان «سنسوداین» از این درد دور شوید».

در این مثال، ادعای اغراق‌آمیز درباره‌ی درمان درد دندان تغییر کرده است. عبارت "get rid of dental pain" به‌صورت مبهم‌تر به «دوری از درد حساسیت دندان‌ی» ترجمه شده است که معنای اصلی را تغییر می‌دهد. درحالی‌که این تغییر ممکن است در متون آرایشی چندان نگران‌کننده نباشد، در متون پزشکی چنین تغییراتی می‌تواند به پیامدهای خطرناک‌تری منجر شود. برای مثال، اگر در یک دستورالعمل پزشکی گفته شود «خطر حمله‌ی قلبی را از بین ببرید»، اما این عبارت به‌صورت «کاهش ناراحتی قلبی» ترجمه شود، پزشکان ممکن است شدت دستورالعمل‌های درمانی یا نتایج مدنظر را به اشتباه تفسیر کنند و درنتیجه مراقبت‌های پزشکی نادرستی را ارائه دهند.

مثال سوم:

• **متن مبدأ:** "Lovely family skin begins with QV overnight"

• **متن مقصد:** «سلامت پوست خانواده در شب با کیو وی آغاز می‌شود».

در این ترجمه، لحن و قصد اصلی جمله تغییر یافته است. به جای «پوست زیبا»، عبارت «سلامت پوست» جایگزین شده است. در متون آرایشی، این تغییر ممکن است چندان نگران‌کننده نباشد، اما در آموزش پزشکی، تغییرات مشابه می‌تواند به سوءتفاهم جدی‌تری بیانجامد. به‌عنوان مثال، اگر در یک متن پزشکی درباره‌ی «افزایش راحتی بیمار» صحبت شود،

اما به‌صورت «اطمینان از سلامت بیمار» ترجمه شود، ممکن است باعث شود پزشکان فکر کنند که تنها اقدامات ساده‌ای کافی است، درحالی‌که نیاز به مداخلات پزشکی جدی‌تری وجود دارد.

برای پاسخ به سؤال دوم تحقیق «رایج‌ترین و کم‌تکرارترین مشکلات ترجمه در ترجمه‌ی فارسی کاتالوگ‌های انگلیسی محصولات آرایشی براساس مدل نورد چیست؟». تحلیل کمی با استفاده از آمار توصیفی نتایج تحلیل محتوای کیفی (فراوانی و درصد مشکلات ترجمه در ترجمه‌های تحلیل‌شده) انجام شد تا رایج‌ترین و کم‌تکرارترین مشکلات ترجمه براساس دسته‌بندی‌های نورد شناسایی شود. در مجموع، ۱۰۲ مشکل از مشکلات ترجمه‌ی زبانی در ترجمه‌ها شناسایی شد. این نمونه‌ها ۸۹/۹۱٪ از کل مشکلات را که تعداد آن‌ها ۱۱۱ بود، تشکیل می‌دهند. همان‌طور که در مثال‌ها نشان داده شده، مشکلات ترجمه‌ی زبانی عمدتاً به واژگان و نحوه‌ی استفاده‌شده در ترجمه‌ها مربوط می‌شد. افزون‌بر این، نه مشکل از مشکلات خاص متن در ترجمه‌های تحلیل‌شده آشکار شد. این فراوانی ۱۱/۸٪ از کل مشکلات را تشکیل می‌دهد. این مشکلات بیشتر به ترجمه‌ی تعبیرات ادبی مربوط بودند. همچنین، هیچ‌کدام از مشکلات ترجمه‌ی عملیاتی و فرهنگی در ترجمه‌های تحلیل‌شده شناسایی نشد. جدول ۲ نشان‌دهنده‌ی توزیع فراوانی و درصد مشکلات ترجمه‌ی زبانی، مشکلات خاص متن، مشکلات ترجمه‌ی عملیاتی و مشکلات ترجمه‌ی فرهنگی در ترجمه‌های تحلیل‌شده است.

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، از میان چهار نوع مشکل ترجمه در دسته‌بندی مشکلات ترجمه‌ی نورد، یعنی مشکلات ترجمه‌ی زبانی، مشکلات خاص متن، مشکلات ترجمه‌ی عملیاتی و مشکلات ترجمه‌ی فرهنگی، تنها دو نوع مشکل ترجمه در ترجمه‌ها شناسایی شد: مشکل ترجمه‌ی زبانی و مشکل ترجمه‌ی خاص متن. به عبارت دیگر، هیچ‌کدام از مشکلات ترجمه‌ی عملیاتی و مشکل ترجمه‌ی فرهنگی در ترجمه‌ها شناسایی نشد.

جدول ۲. توزیع فراوانی و درصدهای مشکلات ترجمه‌ی مختلف

نوع مشکل	فراوانی	درصد فراوانی
مشکل ترجمه‌ی زبانی	۱۰۲	۸۹/۹۱٪
مشکل ترجمه‌ی خاص متن	۹	۱۱/۸٪
مشکل ترجمه‌ی عملیاتی	۰	۰٪
مشکل ترجمه‌ی فرهنگی	۰	۰٪

همان‌طور که هرناندز (۲۲) تأکید می‌کند، اصرار دارند تا پیام‌ها به‌درستی با مخاطبان هدف تطبیق یابند و دقت و هدف اصلی محتوای منبع حفظ شود.

یافته‌های این مطالعه به بحث گسترده‌تر درباره‌ی نقش کیفیت ترجمه در ایمنی مصرف‌کننده و شهرت صنعت کمک می‌کند و بر نیاز به سازوکارهای دقیق تضمین کیفیت در ترجمه‌ی مواد مرتبط با محصولات تأکید دارد.

درباره‌ی سؤال دوم تحقیق «رایج‌ترین و کم‌تکرارترین مشکلات ترجمه در ترجمه‌ی فارسی کاتالوگ‌های انگلیسی محصولات آرایشی براساس مدل نورد چیست؟» به‌وضوح، رایج‌ترین نوع مشکل شناسایی‌شده در مجموعه‌ی داده‌ها، مشکل ترجمه‌ی زبانی بود که نورد آن را به‌عنوان مشکلات ناشی از تفاوت‌های بین زبان‌ها تعریف کرده است. عمدتاً مشکلات زبانی شناسایی‌شده در این مطالعه مربوط به واژگان و نحو بودند. مشکلات عملیاتی که به‌طور عمده به تغییرات بین وضعیت متن منبع و متن هدف، فرستنده، گیرنده، رسانه، زمان، مکان، انگیزه و عملکرد متن مربوط می‌شوند، در داده‌های تحلیل‌شده در این مطالعه شناسایی نشدند. این یافته‌ها با مشاهدات زیمینا^{۱۱} (۴) همخوانی دارند که تأکید کرده است مشکلات زبانی، به‌ویژه در متونی با ماهیت تخصصی، بیشترین سهم از خطاها را تشکیل می‌دهند. همان‌طور که انتظار می‌رفت، باتوجه به اینکه ماهیت کاتالوگ‌های آرایشی به‌گونه‌ای است که تغییرات درخور توجهی در جنبه‌های ذکرشده وجود ندارد، به‌طور طبیعی، مشکلات عملیاتی در ترجمه‌ی این متون بروز نمی‌کند. از دیدگاه دقیق‌تر بودن، به دلیل اینکه هر دو کاتالوگ آرایشی فارسی و انگلیسی عموماً هدفشان ترغیب مخاطب به خرید محصولات است، هیچ تغییری در عملکرد رخ نمی‌دهد. افزون‌بر این، آدرس‌های هر دو متن منبع و هدف، مشتریانی هستند که به‌دنبال محصولات هستند و بنابراین نیازی به تغییر مخاطب نیست. همچنین، رسانه برای هر دو متن منبع و هدف نوشتاری است و بنابراین تفاوتی بین رسانه‌ها مشاهده نمی‌شود. افزون‌بر این، همین موضوع درباره‌ی زمان و مکان آینده، انگیزه و گونه‌ی متون منبع و هدف نیز صدق می‌کند. چهارمین نوع مشکل ترجمه در دسته‌بندی مشکلات ترجمه‌ی نورد، مشکل ترجمه‌ی فرهنگی بود که هیچ‌کدام از آن‌ها در داده‌های تحلیل‌شده شناسایی نشد. طبق گفته‌ی نورد، مشکلات ترجمه‌ی فرهنگی به ترجمه‌ی یک نوع خاص

این مطالعه از مدل مشکلات ترجمه‌ی نورد برای تحلیل مشکلات ترجمه‌ای که در ترجمه‌های انگلیسی به فارسی کاتالوگ‌های آرایشی رخ داده بود، استفاده کرده است. به‌طور مشخص، این مطالعه به‌دنبال پاسخ به دو سؤال تحقیق بود. درباره‌ی سؤال اول تحقیق: «چه مشکلات ترجمه‌ای در ترجمه‌ی فارسی کاتالوگ‌های انگلیسی محصولات آرایشی براساس مدل نورد رخ داده است؟». تحلیل داده‌ها ۱۰۱ مشکل از مشکلات ترجمه‌ی زبانی و نه مشکل از مشکلات خاص متن را شناسایی کرد. این دو دسته به‌ترتیب ۸۹/۹۱٪ و ۱۱/۸٪ از مجموع ۱۱۱ مشکل از مشکلات شناسایی‌شده را تشکیل می‌دهند. یافته‌ها تأکید می‌کنند که کیفیت پایین ترجمه می‌تواند تأثیرات جدی بر ایمنی و رضایت مصرف‌کنندگان داشته باشد، به‌ویژه در صنایعی مانند آرایشی که اطلاعات دقیق و مطمئنی برای محافظت از سلامت مصرف‌کنندگان ضروری است. ترجمه‌ی نادرست مواد تشکیل‌دهنده یا دستورالعمل‌های استفاده می‌تواند به عوارض جانبی ناخواسته یا پیامدهای نامطلوب برای مصرف‌کنندگان منجر شود. برای مثال، همان‌طور که نورد (۱۶) اشاره می‌کند، اشتباهات ترجمه‌ای در توصیفات محصولات یا هشدارها می‌تواند باعث تفسیر نادرست شود و درنهایت ایمنی کاربران را به خطر بیندازد. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات زیمینا و گودکوا^۷ (۴) همخوانی دارد که نشان دادند ترجمه‌های اشتباه در برچسب‌گذاری محصولات مرتبط با سلامت می‌تواند خطرات جدی برای بیماران به همراه داشته باشد. همچنین، پاتریک^۸ (۱۹) بر اهمیت دقت در ترجمه برای جلب اعتماد مصرف‌کنندگان و رعایت مقررات ایمنی تأکید دارد.

در صنعت آرایشی، کاربران باید اطمینان داشته باشند که اطلاعات ارائه‌شده‌ی دقیق و مطمئنی است. همان‌طور که کارواکا^۹ (۲۰) اشاره می‌کند، ترجمه‌های نادرست می‌توانند نه‌تنها به سلامت مصرف‌کنندگان آسیب برسانند، بلکه به شهرت برند نیز ضربه بزنند. افزون‌بر این، دیویس^{۱۰} (۲۱) نشان دادند که اشتباهات ترجمه در بازارهای بین‌المللی می‌تواند اعتماد مصرف‌کنندگان را کاهش داده و به افت فروش و سهم بازار منجر شود. چنین مسائلی بر ضرورت استفاده از ترجمه‌های حرفه‌ای و حساس به زمینه‌های فرهنگی،

7. Zimina L, Gudkova

8. Patrick

9. Karwacka

10. Davis

11. Zimina

۳. **دستورالعمل‌های اشتباه:** همان‌طور که خطاهای ترجمه در دستورالعمل‌های کاتالوگ‌ها (مثال ۲) می‌تواند مشتریان را گمراه کند، چنین اشتباهاتی در متون پزشکی نیز می‌تواند به خطرات جدی برای بیماران منجر شود. در آموزش پزشکی که دستورات دقیق برای جراحی‌ها، داروها و روش‌های درمانی حیاتی هستند، چنین خطاهایی می‌تواند عواقب جبران‌ناپذیری داشته باشد (۲۳).

در مجموع، همان‌طور که این مشکلات ترجمه‌ای در کاتالوگ‌های آرایشی می‌توانند مصرف‌کنندگان را در انتخاب یا استفاده‌ی نادرست از محصولات به اشتباه بیندازند، مشکلات مشابه در متون آموزش پزشکی می‌توانند دانشجویان و پزشکان را به سوءتفاهم‌هایی هدایت کنند که سلامت بیماران را به خطر می‌اندازد. از این‌رو، دقت در ترجمه و توجه به معانی دقیق اصطلاحات و توصیفات در متون پزشکی ضروری است تا از بروز چنین مشکلاتی جلوگیری شود.

محدودیت‌ها و تعیین دامنه‌ی مطالعه

این مطالعه با برخی محدودیت‌ها مواجه بوده است. نخست، به دلیل حجم نسبتاً پایین مطالعات مربوط به مدل نورد، استفاده از آن برای پژوهشگر دشوار بود. باین‌حال، به دلیل تمرکز خاص این مطالعه بر مشکلات ترجمه در کاتالوگ‌های آرایشی و نیاز به رویکردی منسجم از سایر مطالعات مرتبط با معضلات ترجمه‌های مشکل‌دار بهره‌برداری نشد. این تصمیم به منظور حفظ تمرکز بر مدل نورد و تحلیل دقیق داده‌ها گرفته شد. محدودیت دیگر، یافتن کاتالوگ‌های آرایشی مناسب به هدف تحلیل داده‌ها بود. درباره‌ی تعیین دامنه، نخست، در این مطالعه، داده‌های جمع‌آوری شده براساس مدل نورد تحلیل شدند. دوم، این مطالعه به ترجمه‌های انگلیسی به فارسی کاتالوگ‌های آرایشی مربوط می‌شود. به عبارت دیگر، ترجمه‌های فارسی به انگلیسی در این مطالعه بررسی نشدند. سوم، اگرچه مدل نورد شامل مشکلات و دشواری‌های ترجمه بود، این مطالعه تنها به مشکلات ترجمه پرداخته است.

پیشنهادات پژوهش

از آنجاکه مشکل ترجمه‌ی زبانی رایج‌ترین نوع مشکلی بود که در مجموعه‌ی داده‌های مطالعه براساس مدل نورد شناسایی شد، یکی از پیامدهای یافته‌های این مطالعه این است که معلمان ترجمه باید دانش‌آموزان را به عنوان مترجمان آینده از احتمال زیاد وقوع این نوع

از بیان به گونه‌ای مربوط می‌شود که مخاطب هدف آن را به عنوان بیانی از آن گونه‌ی ادبی در فرهنگ زبان هدف شناسایی کند. هیچ‌کدام از این مشکلات ترجمه در ترجمه‌های تحلیل‌شده در این مطالعه یافت نشد. شاید این یافته را بتوان با این استدلال توجیه کرد که به‌طور طبیعی، مخاطبان در فرهنگ‌های مختلف، متون آرایشی را به گونه‌ای مشابه درک می‌کنند.

یافته‌های مطالعه‌ی حاضر، مشابه یافته‌های گزارش‌شده‌ی بیرن^{۱۲} (۲۳) هستند از این بابت که او نیز هیچ مشکلی از مشکلات ترجمه‌ی فرهنگی را در مطالعه‌ی خود شناسایی نکرده است. باین‌حال، هم‌زمان یافته‌ها با مطالعه‌ی بیرن (۲۳) ناسازگار است زیرا رایج‌ترین خطای ترجمه‌ای که او دریافت، مشکل خاص متن بود. این دو مطالعه همچنین از جنبه‌ی دیگری نیز ناسازگار بودند: مشکل ترجمه‌ی عملیاتی به عنوان مشکلی غالب در مطالعه‌ی بیرن (۲۳) شناسایی شد، درحالی‌که هیچ مشکلی از مشکلات عملیاتی در مطالعه‌ی حاضر شناسایی نشد.

تأثیر این مشکلات در آموزش پزشکی

این مثال‌ها به خوبی نشان می‌دهند که چگونه مشکلات ترجمه‌ای می‌توانند مصرف‌کنندگان را گمراه کنند. در متون آموزش پزشکی، مشکلات مشابه می‌توانند نتایج خطرناک‌تری به دنبال داشته باشند. همان‌طور که مصرف‌کنندگان ممکن است اطلاعات محصولات آرایشی را به اشتباه تفسیر کنند، دانشجویان یا پزشکان نیز ممکن است مفاهیم حیاتی را به دلیل ترجمه‌ی نادرست درک نکنند. به عنوان مثال:

۱. **سردرگمی در اصطلاحات تخصصی:** همان‌طور که در مثال‌های ارائه‌شده نام و ویژگی‌های محصولات به اشتباه ترجمه شده‌اند، در متون پزشکی نیز اگر اصطلاحات پزشکی به درستی ترجمه نشوند یا فقط به صورت آوایی انتقال یابند، دانشجویان و پزشکان ممکن است مفهوم دقیق داروها یا شرایط پزشکی را به درستی درک نکنند.

۲. **توصیفات نادرست:** مشابه ادعاهای اغراق‌آمیز در کاتالوگ‌های آرایشی (مثال ۲)، توصیفات نادرست در متون پزشکی می‌تواند به نتایج خطرناکی منجر شود. برای مثال، اگر یک متن پزشکی به اشتباه به جای توصیف دقیق درمان، تأکید بیش از حد بر موفقیت آن داشته باشد، پزشکان ممکن است از روش‌های درمانی نادرست استفاده کنند.

که ترجمه‌های انگلیسی به فارسی کاتالوگ‌های آرایشی از وقوع مشکلات ترجمه‌ی زبانی رنج می‌برند. بنابراین، کیفیت ترجمه کاتالوگ‌های آرایشی باید با اندیشیدن تدابیر ممکن بهبود یابد تا فراوانی چنین خطاهایی در آینده کاهش پیدا کند. افزون بر این، از آنجاکه هیچ مشکلی در داده‌های تحلیل‌شده فراتر از مدل نورد شناسایی نشد، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که مشکلات ترجمه‌ی انگلیسی به فارسی کاتالوگ‌های آرایشی با مدل نورد سازگار است. به عبارت دیگر، مدل نورد برای ارزیابی کیفیت ترجمه‌ی کاتالوگ‌های آرایشی مناسب است. به‌طور خاص‌تر، مدل نورد می‌تواند مشکلات ترجمه را در ترجمه‌ی انگلیسی به فارسی کاتالوگ‌های آرایشی توضیح دهد. این نتایج باتوجه‌به محبوبیت مدل نورد امیدوارکننده به نظر می‌رسند. همچنین این نتایج باتوجه‌به اهمیت فزاینده‌ی ترجمه و کیفیت ترجمه در دنیای امروز اهمیت دارند. امید است که نتایج این مطالعه به بهبود وضعیت صنعت ترجمه‌ی آرایشی در ایران و مهم‌تر از آن، وضعیت حوزه‌ی ترجمه تبلیغاتی کمک کند.

تضاد منافع

در این مطالعه تضاد منافع وجود ندارد.

مشکل ترجمه در ترجمه‌ی کاتالوگ‌های آرایشی آگاه کنند. پیامد دیگر برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در حوزه‌ی ترجمه است؛ به این معنا که یافته‌ها ممکن است آن‌ها را تشویق کند تا اقداماتی را برای برنامه‌ریزی دروس آینده انجام دهند تا آگاهی بیشتری از مشکلات رایج ترجمه برای دانشجویان رشته‌ی مترجمی فراهم شود. افزون بر این، دانشجویان رشته‌ی مترجمی با کیفیت ترجمه‌های کاتالوگ‌های آرایشی آشنا می‌شوند و این ممکن است آن‌ها را ترغیب کند تا دانش خود را درباره‌ی مشکلات ترجمه افزایش دهند تا بتوانند از این خطاها در ترجمه‌ی کاتالوگ‌ها جلوگیری کنند. افزون بر این، ذی‌نفعان و مقامات صنعت آرایشی از مشکلات رایج ترجمه در کاتالوگ‌های موجود در بازار آگاه می‌شوند و بر این اساس می‌توانند اقدامات مناسبی برای افزایش کیفیت ترجمه‌های کاتالوگ‌ها انجام دهند. درنهایت، پژوهشگران در حوزه‌ی ترجمه می‌توانند نکات مفید و اطلاعاتی از این مطالعه استخراج کنند و از آن‌ها به‌عنوان زمینه‌های جدید برای تحقیقات آینده خود استفاده کنند.

نتیجه‌گیری

براساس نتایج مطالعه‌ی حاضر، می‌توان نتیجه‌گیری کرد

منابع

1. Agrahari V, Agrahari V. Facilitating the translation of nanomedicines to a clinical product: challenges and opportunities. *Drug Discov Today*. 2018;23(5):974-91.
2. Karwacka W. Medical translation. In: *Ways to translation*. Warsaw: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego; 2015. p. 271-98.
3. Karwacka W. Quality assurance in medical translation. *J Spec Transl*. 2014;21(1):19-33.
4. Zimina L, Gudkova N, editors. The problem of translation and interpretation of the pharmaceutical terms. In: *Innovatyka v osviti, naukovi ta biznesi: vyzvuly ta mozhlyvosti*. Kyiv: Kyiv National University of Technologies and Design; 2023. Ukrainian.
5. Ehsani F, Zohrabi K. Assessing translation of advertising text (English-Persian) based on House's functional-pragmatic model of TQA. *Procedia Soc Behav Sci*. 2014;98:420-4.
6. Vinay JP, Darbelnet J. *Comparative stylistics of French and English*. Amsterdam: John Benjamins Publishing; 1995.
7. Jakobsen AL. The development and current state of translation process research. In: *The known unknowns of translation studies*. Amsterdam: John Benjamins Publishing; 2014. p. 65-88.
8. Nida EA. Principles of correspondence. In: *Toward a science of translating*. Leiden: Brill; 2003. p. 156-92.
9. Hubscher-Davidson S. *Translation and emotion: a psychological perspective*. London: Routledge; 2017.
10. Williams M. Translation quality assessment. *Mutatis Mutandis Rev Latinoam Traduct*. 2009;2(1):3-23.
11. Nord C. *Text analysis in translation: theory, methodology, and didactic application of a model for translation-oriented text analysis*. Amsterdam: Rodopi; 2005.
12. Woodward-Smith E, Eynullaeva E. A

- cross-cultural study of the translation and adaptation of advertisements for beauty products. *Perspect Stud Translatol*. 2009;17(2):121-36.
13. Shehab NHA. Translating brochures advertising personal care products from English into Arabic: strategies and linguistic inaccuracy. [Unpublished manuscript]. 2011.
14. Piecychna B, editor. *Cosmetic translation competence—a theoretical model and implications for translator training*. In: *Forum Filologiczne Ateneum*. Gdansk: Akademia Ateneum w Gdansku; 2020.
15. Meilhac A. A closer look at the cosmetics industry and the role of marketing translation. *ATA Chron*. 2010;39(3):22.
16. Nord C. *Translating as a purposeful activity: functionalist approaches explained*. London: Routledge; 2014.
17. Forman J, Damschroder L. Qualitative content analysis. In: *Empirical methods for bioethics: a primer*. Oxford: Elsevier; 2008. p. 39-62. (*Advances in Bioethics*; vol. 11).
18. Elo S, Kyngas H. The qualitative content analysis process. *J Adv Nurs*. 2008;62(1):107-15.
19. Patrick DL, Burke LB, Powers JH, Scott JA, Rock EP, Dawisha S, et al. Patient-reported outcomes to support medical product labeling claims: FDA perspective. *Value Health*. 2007;10 Suppl 1:S125-37.
20. Karwacka W. Quality, accessibility and readability in medical translation. In: *The Routledge handbook of translation and health*. London: Routledge; 2021. p. 80-95.
21. Davis TC, Wolf MS, Bass PF, Thompson JA, Tilson HH, Neuberger M, et al. Literacy and misunderstanding prescription drug labels. *Ann Intern Med*. 2006;145(12):887-94.
22. Hernandez LM. *Standardizing medication labels: confusing patients less: workshop summary*. Washington: National Academies Press; 2008.
23. Byrne J. Caveat translator: understanding the legal consequences of errors in professional translation. *J Spec Transl*. 2007;(7):2-24.