

Translation as Cultural Production: An Analysis of the Role of Literary Translation in the Economics of the Arts

Shilan Shafiei*

Assistant Professor in Translation Studies, Department of English
Language and Literature, Faculty of Letters and Humanities, Shahid
Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran

Abstract This exploratory research views translation as a socio-economic act within the cultural goods' production, distribution, and consumption chain. It examines the contribution of literary translation to the economics of the arts in Iran over three years. The data were gathered in collaboration with the Iran Book and Literature House, and the focus was on the publication of original and translated books in the field of literature. The study's theoretical framework integrates Bourdieu's field theory, the creative economy, and Lefevere's rewriting theory. In addition to providing statistics on translation production as an economic indicator, the findings implicitly reflect cultural literacy and the public's reception of literary translation. Furthermore, the findings provide a picture of translation's share in the cultural and economic value of art, which can serve as a basis for cultural policy-making, institutional support for translators, and the enhancement of cultural literacy in society.

Keywords: *Economics of the Arts and Culture, Creative Economy, Bourdieu's Field Theory, Lefevere's Rewriting Theory*

*Corresponding Author: Shilan Shafiei
Email: shilan.shafiei@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4585-7724>

© 2025 LTS.
All rights reserved

Please cite this paper as follows:

Shafiei, Sh. (2025). Translation as cultural production: An analysis of the role of literary translation in the economics of the arts. *Language and Translation Studies*, 58(3), 38–72. <https://doi.org/10.22067/lts.2026.95077.1381>



© 2025 Shafiei

This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution License \(CC BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). All rights reserved.

1. Introduction

Recent scholarship in the economics of art and culture emphasizes that cultural products should be viewed not merely as symbolic artefacts, but as complex forms of economic production embedded within intersecting institutional, political, and market structures. From this perspective, literary translation is conceptualized as a cultural good operating within a dual-value system. Its symbolic value is articulated through processes of cultural transfer, canon formation, and the production of intellectual legitimacy, while its economic value is reflected in indicators such as circulation dynamics, reprint persistence, and market durability rather than direct revenue measures alone. Despite the global relevance of this “economic turn” in the humanities, translation studies in Iran have historically remained tethered to linguistic or textual paradigms, focusing on semiotic shifts or stylistic fidelity while largely underexploiting the actual economic behavior of translation in the publishing field. This study addresses the scholarly gap by examining literary translation as a measurable and quantifiable component of Iran’s cultural economy over a three-year period (2022-2024). By treating translation as a primary driver within the creative industries, a sector that contributes significantly to national GDP and employment, the study aims to reveal how translation operates as a strategic cultural-economic practice rather than a mere linguistic service. The research situates its empirical findings within a robust theoretical framework that integrates Pierre Bourdieu’s theory of the cultural field, creative economy models, and André Lefevere’s (1992) rewriting theory. This multidisciplinary approach allows for an analysis that captures the tension between the “art-for-art’s-sake” logic of the literary field and the “commercial logic” of the publishing industry. By investigating how translation mediates between these two worlds, the study provides a new lens through which to view the Iranian literary market, suggesting that translation is the fundamental mechanism through which the domestic market achieves structural resilience amidst broader economic volatility.

2. Method

This study employs a quantitative, descriptive research design based on the analysis of high-fidelity, officially published data. The dataset includes all books published under the “literature” category in Iran between the years 2022 and 2024, a period marked by significant shifts in production costs and consumer behavior. These data were collected in direct cooperation with the House of Books and Literature of Iran, ensuring a comprehensive census of the field rather than a mere sampling. A total of 57,570 individual titles were

catalogued and coded according to four primary variables: (1) type of production, which distinguishes between original Persian authorship and translated works; (2) year of publication, allowing for a longitudinal analysis of market trends; (3) print run or circulation volume, which measures the physical scale of production; and (4) publication status, which identifies whether a title is a first edition or a reprint. Data analysis relied on descriptive statistics, including frequencies, percentages, and year-to-year variation rates, to identify patterns of growth or contraction. Crucially, these indicators were not treated as purely technical or arithmetic measures; instead, they were interpreted as sociological signals of economic behavior and symbolic positioning. The methodology goes beyond mere data reporting by contextualizing quantitative results through a theoretically informed reading grounded in field theory and creative economy perspectives. This allows the study to interpret a decline in print runs not just as a loss of volume but as a strategic institutional response to market risk. By bridging the gap between raw publishing statistics and sociological theory, the method provides a holistic view of the structural dynamics that govern the life of a book in the Iranian market, from its inception as a translation to its potential solidification as a reprinted staple of the literary canon.

3. Results

The empirical findings of the study demonstrate that literary translation is not merely a supplementary activity but a structurally resilient pillar of Iran's cultural economy. Across the three-year study period, the total output of literary titles remained relatively high despite economic pressures, yet the internal composition of the market shifted in favor of translation. Specifically, the proportion of translated titles increased from 29.78% in 1401 to 31.42% in 1402 and reached a peak of 32.71% in 1403. This consistent upward trend, occurring even during periods of overall market contraction, suggests that translation occupies a unique, "safe haven" position within the publishing industry. In terms of total title production, out of the 57,570 titles published, 18,026 were translations, representing a significant portion of the total creative output. When examining circulation, translated works accounted for roughly one-third of the total number of books printed in Iran during this period. However, a more nuanced data point emerged in the final year (2024). While the total number of translated titles continued to increase, the average print run per title saw a noticeable decline. This indicates a shift toward a "risk mitigation" strategy by publishers, who are producing a wider variety of translated titles but in smaller quantities per title to avoid the financial burden of unsold inventory in an era of rising paper and production costs.

Most significantly, the data regarding reprint dynamics reveals a stark disparity between original authorship and translation. While translation accounts for a relatively modest share of first editions, it overwhelmingly dominates the reprint sector, consistently exceeding 50% of all reprinted titles and circulation throughout the three years. This finding is the most critical evidence of translation's economic role: it indicates that translated literary works are far more likely than original works to enter "extended production cycles". Once the market validates a translated work, it becomes a reproducible asset that generates steady revenue, unlike original works, which often struggle to move beyond a single first edition.

4. Discussion and Conclusion

When interpreted through Pierre Bourdieu's theory of the cultural field, these findings suggest that translation has accumulated a substantial and nearly untouchable level of symbolic capital within Iran's literary system. Publishers act as strategic agents who draw upon the pre-existing legitimacy of internationally recognized authors, often those already vetted by global awards such as the Nobel or the Booker, to import symbolic value from dominant Western literary fields. This value is then converted into economic returns within the domestic Iranian market, translating a low-risk "position-taking" strategy in a highly competitive and financially precarious publishing environment. From the perspective of the creative economy, the overwhelming dominance of translation in the reprint market highlights its function as a reproducible cultural asset. In this economic model, initial print runs act as market tests or "sensors". At the same time, reprints serve as the primary mechanism through which both cultural recognition and economic value are consolidated over time. This confirms the "dual value" nature of cultural goods, where the symbolic legitimacy of a foreign classic or a global bestseller underwrites the long-term economic sustainability of the publishing house. Simultaneously, [Lefevere's \(1992\)](#) rewriting theory provides a necessary institutional critique of these trends. The strong institutional preference for reprinting successful translations suggests a process of "selective cultural reproduction". Publishers are not merely providing a window into other cultures; they are prioritizing texts that align with dominant tastes, ideological safety, and proven market acceptance. Consequently, the observed growth in translation volume does not necessarily imply an increase in literary diversity or the introduction of "peripheral" voices; instead, it may contribute to the consolidation of a specific, narrow canon of "safe" translated works that dominate the cultural flow. In sum, this study proves that literary translation in Iran operates at a sophisticated

intersection of symbolic legitimacy, commercial logic, and institutional control. Translation emerges not as a marginal linguistic exercise but as a structurally resilient component of the national economy, whose strength lies in its capacity for long-term reproduction through reprints. These findings underscore a critical need for cultural policy and publishing strategies that recognize translation as a strategic cultural-economic resource. Policymakers must remain attentive to the implications of this dominance, ensuring that the economic reliance on translated “safe” assets does not come at the cost of local innovation, the growth of original Persian authorship, or the genuine diversity of the literary field. Future research should continue to monitor these indicators to ensure a balanced development of Iran’s cultural and creative industries.

ترجمه به مثابه تولید فرهنگی: تحلیل نقش ترجمه متون ادبی در

اقتصاد هنر

شیلان شفیع

استادیار مطالعات ترجمه، گروه زبان و ادبیات انگلیسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران
اهواز، اهواز، ایران

چکیده درحالی که ادبیات نظری ترجمه، عمدتاً بر ابعاد زبانی و گفتمانی متمرکز است، پژوهش حاضر با رویکردی اکتشافی به ترجمه به مثابه کنشی فرهنگی اقتصادی در زنجیره تولید، توزیع و مصرف کالاهای فرهنگی می‌نگرد و سهم ترجمه متون ادبی در اقتصاد هنر ایران را طی یک بازه سه ساله بررسی می‌کند. داده‌ها با همکاری خانه کتاب و ادبیات ایران گردآوری شده است و متمرکز بر نشر کتاب‌های تألیف شده و ترجمه شده در حوزه ادبیات است. در بازه سه ساله مورد مطالعه، در مجموع ۵۷۵۷۰ عنوان کتاب در حوزه ادبیات منتشر شده است که از این تعداد ۳۹۵۴۴ اثر در قالب تألیف و ۱۸۰۲۶ اثر در قالب ترجمه به چاپ رسیده است. چارچوب نظری پژوهش بر تلفیقی از نظریه میدان بوردیو، اقتصاد خلاق و نظریه بازنویسی لغور استوار است. یافته‌های این پژوهش علاوه بر ارائه آمار تولیدات ترجمه به عنوان یکی از شاخص‌های اقتصادی، به طور ضمنی می‌تواند بازتاب سواد فرهنگی و میزان استقبال از ترجمه ادبی باشد. همچنین، یافته‌ها تصویری از سهم ترجمه را در ارزش فرهنگی اقتصادی هنر فراهم می‌نماید که می‌تواند مبنایی برای سیاست‌گذاری فرهنگی، حمایت نهادی از مترجمان و ارتقای سواد فرهنگی در جامعه باشد.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد فرهنگ و هنر، اقتصاد خلاق، نظریه میدان بوردیو، نظریه بازنویسی لغور

* نویسنده مسئول: شیلان شفیع

Email: shilan.shafiei@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4585-7724>

۱. مقدمه

در سال‌های اخیر، «اقتصاد هنر»^۱ در مطالعات اقتصادی و فرهنگی جایگاهی ویژه یافته است. این حوزه به بررسی جنبه‌های اقتصادی تولید، مصرف، عرضه و تقاضای محصولات و خدمات فرهنگی و هنری می‌پردازد. اثر هنری، زمانی که در فرایند عرضه و تقاضا قرار می‌گیرد، علاوه بر ماهیت فرهنگی، به عنوان یک کالای اقتصادی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد و ارزش آن در چارچوب شاخص‌هایی چون کسب درآمد، سود و زیان و هزینه‌ها سنجیده می‌شود. هنر، حضوری فراگیر در زیست جوامع دارد و از مرزهای نژادی، زبانی و مذهبی فراتر می‌رود.

فارغ از جنبه فنی، ترجمه واجد بُعد هنری است و می‌تواند در چرخه اقتصاد هنر جای گیرد. ترجمه همواره یکی از مهم‌ترین ابزارهای انتقال معنا، دانش، تجربه و فرهنگ میان جوامع بوده و در طول تاریخ نقشی بنیادی در توسعه تمدن‌ها و تبادل اندیشه‌های ادبی، فلسفی و هنری ایفا کرده است. با این حال، در بسیاری از مطالعات انجام‌شده در حوزه ترجمه‌پژوهی، این کنش عمدتاً از منظر وفاداری به متن مبدأ، دقت زبانی یا مسائل نشانه‌شناختی مورد بررسی قرار گرفته؛ رویکردی که گرچه ارزشمند است، اما ابعاد نهادی، اقتصادی و اجتماعی ترجمه را نادیده گرفته است.

در دو دهه اخیر، با گسترش مطالعات فرهنگی، جامعه‌شناسی هنر و «اقتصاد خلاق»^۲، ترجمه به عنوان بخشی از زنجیره تولید فرهنگی و حتی به مثابه کالایی فرهنگی مستقل در بازار فرهنگی مورد توجه فزاینده قرار گرفته است (ونوتی^۳، ۱۹۹۵؛ باسنت^۴ و لفور^۵، ۱۹۹۰؛ کرونین^۶، ۲۰۰۳). در بسیاری از کشورها، ترجمه بخشی از صنایع خلاق محسوب می‌شود که با تولید ارزش

^۱. the economics of the arts

^۲. creative economy

^۳. Venuti

^۴. Bassnette

^۵. Lefevere

^۶. Cronin

اقتصادی، اشتغال‌زایی و خلق فرصت‌های فرهنگی پیوند مستقیم دارد. ترجمه متون ادبی به‌مثابه محصولی فرهنگی در اقتصاد فرهنگ نقش ویژه‌ای را ایفا می‌کند (یونسکو^۱، ۲۰۲۲). برای تحلیل جایگاه ترجمه در اقتصاد هنر و فرهنگ، باید به رابطه میان فرهنگ، هنر و ساختارهای اجتماعی واقف بود. فرهنگ، مجموعه‌ای از باورها، اندیشه‌ها، آداب، رسوم و ارزش‌های یک جامعه است که تحت‌تأثیر شرایط اجتماعی، سیاسی و اقتصادی شکل می‌گیرد و هنر، به‌عنوان محصول خلاقیت انسانی، بخشی از فرهنگ هر ملتی است.

مفهوم «صنعت فرهنگ»^۲ را که نخستین‌بار هورکهایمر^۳ و آدورنو^۴ (۲۰۰۲) مطرح کردند به فرآیند تبدیل تولیدات فرهنگی و هنری به کالاهای استانداردشده و بازاری اشاره دارد. براساس این دیدگاه، در جهان مدرن، مرکز سلطه از اقتصاد صرف به قلمرو فرهنگی منتقل شده و فرهنگ، به‌جای ایفای نقش به‌عنوان بستری آزاد برای بروز خلاقیت و تجربه زیباشناختی، در خدمت بازتولید ساختارهای قدرت و تثبیت هژمونی قرار می‌گیرد.

در امتداد این رویکرد، رویکرد انتقادی جامعه‌شناسی هنر به بررسی تعامل دوسویه میان هنر و ساختارهای اجتماعی می‌پردازد. بوردیو^۵ (۱۹۹۳) در نظریه میدان‌های فرهنگی توضیح می‌دهد که تولید هنری نه در خلأ، بلکه در چارچوب میدان‌هایی شکل می‌گیرد که شبکه‌ای از کنشگران، از جمله هنرمندان، ناشران، منتقدان و نهادهای فرهنگی در آن برای کسب سرمایه‌های نمادین و اقتصادی رقابت می‌کنند. از این منظر، آثار هنری نه تنها بازتاب‌دهنده ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی‌اند، بلکه خود نیز در شکل‌دهی و تغییر این ساختارها نقش دارند.

^۱. UNESCO

^۲. culture Industry

^۳. Horkheimer

^۴. Adorno

^۵. Bourdieu

(الکساندر^۱ و بولر^۲، ۲۰۱۴). این نگاه، با رد رویکردهای صرفاً زیبایی‌شناختی، به اهمیت عوامل نهادی و مناسبات قدرت در تعیین ارزش و مشروعیت آثار هنری تأکید می‌ورزد.

امتزاج این دو رویکرد در بستر اقتصاد فرهنگ و هنر دارای دلالت‌های خاصی است. اقتصاد فرهنگ و هنر به تحلیل ساختار تولید، توزیع و مصرف کالاهای فرهنگی می‌پردازد و علاوه بر ارزش‌های نمادین و زیبایی‌شناختی، بر ارزش اقتصادی این محصولات نیز تأکید دارد. ^۳ *تراسبی* (۲۰۰۱) بر این باور است که محصولات هنری دارای دو نوع ارزش‌اند: ارزش فرهنگی که در حوزه سرمایه نمادین و هویت فرهنگی تعریف می‌شود و ارزش اقتصادی که می‌توان آن را با شاخص‌هایی مانند هزینه تولید، گردش مالی و سهم بازار سنجید. ^۴ *بوروویتسکی* و *همکاران* (۲۰۲۳) نیز تأکید می‌کنند که شناخت پویایی‌های مالی و ساختاری بازار هنر، بدون در نظر گرفتن ابعاد اجتماعی و فرهنگی آن، امکان‌پذیر نیست.

تراسبی (۲۰۰۱) معتقد است که آفرینش هنری به‌شدت تحت تأثیر ملاحظات اقتصادی است. وی معتقد است که میزان این تأثیر وابسته به نوآوری و خلاقیت هنرمند و همچنین شرایط ساختاری میدان فرهنگی است. نظام‌های حمایتی فرهنگی از طریق سازوکارهای پاداش و مجازات، نه تنها مسیر حیات اقتصادی هنر را تعیین می‌کنند، بلکه ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی مستتر در آثار هنری را نیز شکل می‌دهند. از این رو، اثر هنری هرگز در خلأ شکل نمی‌گیرد، بلکه همواره در یک رابطه دیالکتیک با بافت‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی زمانه خود است.

ترجمه، به‌ویژه در حوزه متون ادبی، محصولی است که هم ارزش فرهنگی دارد؛ زیرا موجب انتقال ایده‌ها، سبک‌ها و جریان‌های فکری میان فرهنگ‌ها می‌شود و هم کارکرد اقتصادی، زیرا در چرخه تولید و توزیع کالاهای هنری به مثابه یک کالای فرهنگی بازارمحور عمل می‌کند.

^۱. Alexander

^۲. Bowler

^۳. Throsby

^۴. Borowiecki

از این منظر، بررسی ترجمه ادبی با اتکا بر مفاهیم صنعت فرهنگ، جامعه‌شناسی هنر و اقتصاد فرهنگ و هنر، نه تنها به درک جایگاه آن در زنجیره ارزش فرهنگی کمک می‌کند، بلکه ابعاد اقتصادی این فرایند را نیز آشکار می‌سازد.

ونوتی (۱۹۹۵) تأکید می‌کند که ترجمه نباید صرفاً متن را به زبان هدف انتقال دهد، بلکه باید حضور مترجم و تفاوت فرهنگی را نیز آشکار کند و این کارکرد همان چیزی است که به اقتصاد هنر عمقی نمادین می‌بخشد. ترجمه ادبی نه فقط زایش یک متن، بلکه کنشی است که می‌تواند ارزش‌های فرهنگی زبانی را تحت تأثیر قرار دهد. ترجمه ادبی به عنوان ابزاری بنیادی برای مبادله فرهنگ‌ها عمل می‌کند و امکان انتقال معنی، روایت‌ها و زیبایی‌شناسی‌های ادبی از یک جامعه به جامعه‌ای دیگر را فراهم می‌آورد. این عملکرد فرهنگی، همان چیزی است که **تراسبی (۲۰۰۱)** از آن به عنوان «ارزش فرهنگی»^۱ یاد می‌کند، ارزشی غیراقتصادی که منشأ ارزش اقتصادی است. از این منظر، ترجمه ادبیات نه فقط فرایندی زبانی بلکه کالایی فرهنگی است که در ساختار اقتصاد خلاق عمل می‌کند. اقتصاد خلاق را به صناعی اطلاق می‌کنند که از خلق محتوا و مالکیت فکری ارزش اقتصادی تولید می‌کنند و در این میان، صنعت نشر و بالأخص ترجمه ادبی می‌تواند جایگاهی محوری داشته باشد. به عنوان مثال، ترجمه یک اثر ادبی اگرچه هزینه‌هایی مانند حقوق مترجم، ویرایش، چاپ و تبلیغات را به همراه دارد؛ اما می‌تواند با فروش در بازار منشأ سود اقتصادی باشد. این اتفاق مشابه تولید دیگر کالاهای هنری در اقتصاد هنر است. گینسبورگ و همکاران (۲۰۱۱) مدلی اقتصادی برای ترجمه ادبی ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد ترجمه‌ها بیشتر از زبان‌هایی مانند انگلیسی انجام می‌شوند، وی به بازنمایی تأثیر زبان غالب بر بازارهای ترجمه می‌پردازد. این پژوهش خود مصداقی از امکان استفاده داده‌محور از ترجمه ادبی است.

^۱. cultural value

گینسبورگ^۱ و همکاران (۲۰۱۱)، مدلی نظری با هدف تحلیل اقتصادی برای بررسی عوامل تعیین‌کننده جریان‌های ترجمه ادبی میان زبان‌ها ارائه دادند. در این مطالعه، نویسندگان مدلی ساده بر مبنای تقاضای خوانندگان در جمعیت‌های زبان‌های مبدأ و مقصد پیشنهاد کردند که شامل عوامل مختلفی مانند بزرگی جمعیت زبان‌های مبدأ و مقصد، میزان سواد، درآمد و فاصله‌های زبانی و فرهنگی بین زبان‌ها بود. داده‌های مورد استفاده از سازمان یونسکو مربوط به ترجمه کتاب از سال ۱۹۷۹ تا ۲۰۰۲ بود و تحلیل اقتصادسنجی حاکی از آن بود که جریان‌های ترجمه با افزایش اندازه جمعیت هر دو زبان مبدأ و مقصد افزایش می‌یابد و با افزایش فاصله زبانی کاهش می‌یابد. همچنین میزان سواد و درآمد در زبان مقصد تأثیر مثبتی بر تعداد ترجمه‌ها دارد. نکته قابل توجه این است که برخلاف تصور رایج درباره برتری زبان انگلیسی در بازار ترجمه ادبی، زبان‌های اسکاندیناوی مانند نروژی، دانمارکی و سوئدی و همچنین زبان فرانسوی نسبت به جمعیت خوانندگان خود ترجمه‌های بیشتری داشتند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که فعالیت ترجمه ادبی تنها به اندازه جمعیت انگلیسی‌زبانان بستگی ندارد بلکه تحت تأثیر تعامل پیچیده‌ای از عوامل فرهنگی، اقتصادی و زبانی است که هژمونی زبان انگلیسی را به چالش می‌کشد.

در ایران، باتوجه به سهم قابل توجه ترجمه در بازار نشر، به نظر می‌رسد ترجمه ادبی عنصر مؤثری در اقتصاد هنر باشد؛ اما از آنجاکه پژوهش‌های موجود در حوزه مطالعات ترجمه در کشور به تحلیل اقتصادی ترجمه نپرداخته‌اند و عمدتاً از زاویه زبان‌شناسی یا کاربست جامعه‌شناسانه در تحلیل‌های خود استفاده کرده‌اند (به عنوان مثال، **فخارزاده و دباغ‌زاده، ۱۴۰۰؛ فرهادی و قادری‌سهی، ۱۴۰۳**)، مطالعه حاضر بر آن است با رویکردی داده‌محور و با استفاده از نظریه اقتصاد خلاق، جایگاه ترجمه ادبی ایران را در اقتصاد فرهنگ به صورت عینی بررسی نماید. باتوجه به

^۱. Ginsburgh

پیوند میان اقتصاد هنر، تولید فرهنگی و نقش ترجمه ادبی در زنجیره ارزش فرهنگی، نویسنده این جستار بر آن شد تا با انجام این پژوهش سنگ بنای شناخت جایگاه ترجمه در پویش‌های اقتصادی و فرهنگی میدان ادبی ایران را فراهم سازد. بر همین اساس، پرسش‌های پژوهش حاضر به‌گونه‌ای تدوین شده‌اند که این دغدغه‌ها را به‌صورت عملیاتی درآورده و مبنایی روشن برای بررسی تجربی را فراهم کنند. هدف اصلی این پژوهش، تحلیل جایگاه و سهم ترجمه متون ادبی در اقتصاد فرهنگ و هنر ایران طی یک بازه سه‌ساله ۱۴۰۱-۱۴۰۳ و تبیین آن در چارچوب نظری تلفیقی میدان بوردیو و اقتصاد خلاق و بازنویسی^۱ است. این چارچوب از یک‌سو امکان بررسی روابط قدرت، سرمایه‌های فرهنگی و نمادین و استراتژی‌های کنشگران را فراهم می‌آورد و از سوی دیگر نشان می‌دهد که چگونه ترجمه می‌تواند بخشی از صنایع فرهنگی و خلاق باشد که هم‌زمان ارزش اقتصادی و فرهنگی تولید کند.

پرسش‌های این پژوهش عبارت‌اند از:

۱. روند سهم کتاب‌های ترجمه شده در حوزه ادبیات در بازه زمانی ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ چگونه بوده و این روند چه دلالت‌هایی دارد؟
۲. سهم کتاب‌های ترجمه از حیث شمارگان (تیراژ) در مقایسه با کل تولیدات ادبی و نیز در تقابل با آثار تألیفی در بازه زمانی ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ چه تغییراتی داشته است؟ چه عواملی را می‌توان به‌عنوان دلایل محتمل این روند برشمرد؟
۳. تفاوت در سهم کتاب‌های ترجمه نسبت به تألیف در چاپ‌های نخست (اول) در مقایسه با چاپ‌های مجدد در حوزه ادبیات طی بازه زمانی ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ به چه میزان است؟ دلالت‌های محتمل این تفاوت کدام‌ها هستند؟

^۱. rewriting

۴. آیا روند تغییرات سهم کتاب‌های ترجمه در حوزه ادبیات طی دوره موردبررسی (۱۴۰۱-۱۴۰۳) از الگوی مشخصی تبعیت می‌کند که بتوان بر پایه آن، الگویی از ثبات یا نوسانات آینده را پیش‌بینی نمود؟

۵. رابطه میان نوسانات کمی کل تولیدات ادبی (اعم از تعداد عناوین و مجموع شمارگان) و متغیرهای مربوط به کتاب‌های ترجمه (تعداد عناوین و شمارگان اختصاصی آن‌ها) در بازه زمانی ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ از چه الگویی پیروی می‌کند؟

۶. تحلیل الگوهای حاصل از نوسانات کتاب‌های ترجمه‌شده در حوزه ادبیات، چه دلالت‌هایی برای تدوین راهبردهای کلان سیاست‌گذاری فرهنگی و نیز طراحی سازوکارهای نهادی هدفمند در حمایت از مترجمان به‌عنوان کنشگران مؤثر در عرصه تولید ادبی می‌تواند داشته باشد؟

۲. پیشینه پژوهش

در یکی از تعاریفی که تراسبی (۲۰۰۱، صص. ۲۲-۲۳) برای فرهنگ در مقابل تعریف مردم‌شناسانه و جامعه‌شناختی ارائه می‌دهد، این است که فرهنگ «پاره‌ای از فعالیت‌های مردم و محصولات این فعالیت‌هاست که به جنبه‌های فکری، اخلاقی و هنری زندگی انسان مربوط می‌شوند»، فعالیت‌هایی که صرفاً به دنبال کسب مهارت‌های حرفه‌ای محض نیستند و مبتنی بر روشنگری و پرورش ذهن هستند. از این رهگذار، این واژه مبین نوعی صنعت است؛ برای مثال کالای فرهنگی، نهاد فرهنگی یا بخش فرهنگی اقتصاد. درواقع می‌توانیم «مفهوم فرهنگ را به مثابه امری اقتصادی و تفسیر فرهنگ را به مثابه امری مستقر درون یک هسته اقتصادی شناسایی کنیم» (تراسبی، ۲۰۰۱، ص. ۳۰).

هنر را می‌توان یکی از بارزترین و پایدارترین تجلیات فرهنگ دانست که نه تنها بیانگر ارزش‌ها، باورها و هویت جمعی جوامع است، بلکه به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از «سرمایه

فرهنگی»^۱ در شکل‌گیری و بازتولید ساختارهای اجتماعی نقش‌آفرینی می‌کند. به تعبیر **بورديو** (۱۹۸۶)، هنر در کنار دیگر صورت‌های سرمایه فرهنگی، به واسطه نظام‌های نمادین و میدان‌های فرهنگی، به مشروعیت‌بخشی به الگوهای ذوقی و زیبایی‌شناختی کمک می‌کند و از این رهگذر در تثبیت تمایزات اجتماعی مؤثر است. افزون بر این، **تراسبی** (۲۰۱۰) و گزارش **یونسکو** (۲۰۱۳) هنر را به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از فرهنگ می‌دانند که واجد کارکردهای چندگانه‌ای همچون ارتقای انسجام اجتماعی، تقویت خلاقیت فردی و جمعی و ایجاد ارزش‌های اقتصادی در بستر اقتصاد خلاق است؛ بنابراین، هنر را نمی‌توان صرفاً یک فعالیت زیبایی‌شناختی یا تفننی تلقی کرد، بلکه باید برای آن پیوندی تنگاتنگ با فرآیندهای فرهنگی و اقتصادی قائل بود؛ پیوندی که در آن، تولید و مصرف آثار هنری، بازتابی از پویایی‌های فرهنگی و بازاری در مقیاس محلی و جهانی است. این بدان معناست که باید برای فرهنگ و هنر ساحت اقتصادی نیز قائل بود.

«اقتصاد فرهنگ و هنر»^۲ شاخه‌ای تخصصی از اقتصاد فرهنگ است که به مطالعه سازوکارهای تولید، توزیع، مصرف و ارزش‌گذاری آثار هنری در بستر فعالیت‌های فرهنگی می‌پردازد (**تراسبی**، ۲۰۱۰؛ **توز**، ۲۰۱۹). این حوزه، هنر را نه صرفاً به‌عنوان یک عمل زیبایی‌شناختی یا نمادین، بلکه به‌عنوان کالایی فرهنگی با ارزش‌های دوگانه فرهنگی و اقتصادی تحلیل می‌کند. در این رویکرد، آثار هنری هم‌زمان واجد «ارزش ذاتی»^۳ ناشی از معنا، هویت و خلاقیت و «ارزش مبادله‌ای»^۴ در بازارهای داخلی و بین‌المللی هستند (**تراسبی**، ۲۰۰۱). بدین ترتیب، اقتصاد فرهنگ و هنر، چارچوبی تحلیلی برای درک روابط پیچیده میان سرمایه فرهنگی، پویایی‌های بازار و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی فراهم می‌آورد. این امر، نشان می‌دهد

^۱. cultural capital

^۲. economics of the arts and culture

^۳. Towse

^۴. intrinsic value

^۵. exchange value

چگونه فعالیت‌های هنری، در کنار دیگر فعالیت‌های فرهنگی، به عنوان محرک‌های اقتصادی و عناصر هویت‌ساز عمل می‌کنند.

بدیهی است که اقتصاد فرهنگ و هنر می‌تواند بستری نظری برای تحلیل فعالیت‌های ترجمه به مثابه فعالیتی فرهنگی و هنری را در بازار نشر فراهم نماید. [تراسبی \(۲۰۰۱\)](#) با تمایز میان ارزش اقتصادی و ارزش فرهنگی کالاهای فرهنگی در واقع ما را با این مفهوم ضمنی که آثار ترجمه شده را باید با مدلی سنجید که هر دو بُعد را لحاظ کند، آشنا می‌سازد. [هاوکینز^۱ \(۲۰۱۳\)](#) نیز با مفهوم «اقتصاد خلاق» نشر را در مرکز صنایع خلاق قرار داده و بر نقش آن‌ها در ارزش‌آفرینی مبتنی بر ایده و «مالکیت فکری»^۲ تأکید می‌کند. از آنجایی که ترجمه بخشی جدایی‌ناپذیر از صنعت نشر محسوب می‌شود، نقشش در این زنجیره ارزش‌آفرینی انکارناپذیر خواهد بود. تازه‌ترین صورت‌بندی جامع از سازوکارهای بازارهای هنری و فرهنگی شامل قیمت‌گذاری، «ساختار تقاضا»^۳ و «حمایت عمومی»^۴ توسط [بوروویتسکی^۵ و همکاران \(۲۰۲۳\)](#) ارائه شده است که تحلیل جایگاه ترجمه در بازار نشر را تسهیل می‌کند. از منظر گردش جهانی محصولات فرهنگی نیز [کرونین \(۲۰۰۳\)](#) نشان می‌دهد که ترجمه چگونه در شبکه‌های تولید و توزیع فرهنگی قرار می‌گیرد و الگوهای مصرف فرهنگی را شکل می‌دهد.

[کپساکسکی^۶ \(۲۰۱۸\)](#) چارچوبی مفهومی برای جای‌دادن ترجمه در صنایع خلاق عرضه کرده و نشان می‌دهد ترجمه در حوزه‌هایی مانند نشر، سینما و موزه چگونه در زنجیره تولید فرهنگی نقش‌آفرین است. [اولوهان^۷ \(۲۰۰۷\)](#) با رویکردی بین‌رشته‌ای، روندهای اقتصادی و

^۱. Hawkins

^۲. intellectual property

^۳. demand structure

^۴. public support

^۵. Borowiecki

^۶. Kapsaskis

^۷. Olohan

فناورانه صنعت ترجمه را ترسیم کرده و تأکید می‌کند که ترجمه باید بخشی از چرخه تولید فرهنگی تلقی شود.

در مطالعه دیگری **حدادیان مقدم (۲۰۱۳)** با استفاده از مفاهیم بوردیو، شبکه کنشگران در انتشارات، شامل مترجم، ناشر، ویراستار و غیره را تحلیل کرده و نشان می‌دهد چگونه سرمایه اقتصادی و نمادین بر انتخاب و گردش ترجمه اثر می‌گذارد. این مطالعه، ترجمه را کنشی نهادی‌بازاری معرفی می‌کند که در ساختار نشر ایران جای گرفته است. به‌جز این پژوهش، آثار داخلی موجود اغلب به رویکردهای زبانی یا گفتمانی محدود شده‌اند و ارتباط نظام‌مند ترجمه با منطق اقتصادی و شاخص‌های تولید/مصرف در میدان فرهنگی ایران را بررسی نکرده‌اند. از این‌رو، به نظر می‌رسد پژوهش حاضر اولین پژوهش در حوزه اقتصاد فرهنگ و هنر و ترجمه خواهد بود.

زینالووا^۱ و کوباتووا^۲ (۲۰۲۵)، به‌طور کیفی به بررسی تعامل میان منطق فرهنگی و اقتصادی در تولید ترجمه‌های ادبی در بازار نشر جمهوری چک می‌پردازند. آن‌ها با استفاده از مصاحبه‌های عمیق با ناشران به این نتیجه می‌رسند که تولید ترجمه ادبی در واقع در سه جهان متفاوت صورت می‌گیرد: (۱) جهان ناشران کوچک که اولویتشان ارزش نمادین و اعتبار فرهنگی است؛ (۲) جهان ناشران متوسط که در پی ایجاد تعادل میان مشروعیت فرهنگی و بازده اقتصادی‌اند؛ (۳) جهان ناشران بزرگ که منطق مسلطشان سودآوری، توزیع گسترده و کاهش ریسک است. در این میان، عواملی چون حقوق ترجمه، آژانس‌های ادبی و شبکه‌های توزیع نقشی تعیین‌کننده در شکل‌دهی انتخاب‌ها و روابط قدرت دارند.

^۱. Zehnalová

^۲. Kubátová

باتوجه به پیوند میان اقتصاد هنر، تولید فرهنگی و نقش ترجمه ادبی در زنجیره ارزش فرهنگی، نویسنده این جستار بر آن شد تا با انجام این پژوهش به بررسی نسبی جایگاه ترجمه به عنوان مؤلفه‌ای اقتصادی و فرهنگی در میدان ادبی ایران بپردازد.

۲. ۱. چارچوب نظری

چارچوب نظری پژوهش حاضر بر تلفیقی از سه نظریه استوار است که به طور مکمل ترجمه را در بسترهای فرهنگی، اقتصادی و نهادی تحلیل می‌کنند و رویکردی چندبعدی به این پدیده می‌بخشند. این سه نظریه عبارتند از: نظریه میدان فرهنگی بوردیو، نظریه اقتصاد خلاق و نظریه بازنویسی لغور.

نخست، نظریه میدان فرهنگی **بوردیو (۱۹۹۳)** است که ترجمه را در میدان‌هایی از رقابت برای کسب سرمایه نمادین، قدرت فرهنگی و جایگاه اجتماعی تبیین می‌کند. بوردیو مفهوم «میدان»^۱ را برای تحلیل ساختارهای اجتماعی به کار می‌برد که در آن‌ها کنشگران (افراد و نهادها) با استفاده از انواع سرمایه (اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و نمادین) به رقابت می‌پردازند. در میدان ترجمه، کنشگرانی چون مترجمان، ناشران، منتقدان و نهادهای فرهنگی در تعاملی پیچیده برای تولید معنا و ارزش مشارکت می‌کنند. ترجمه در این میدان نه کنشی منفعل، بلکه پدیده‌ای استراتژیک و رقابتی است. برای مثال، انتخاب یک متن برای ترجمه، نحوه ترجمه آن و بازاریابی آن همگی تحت تأثیر جایگاه کنشگر در میدان و تلاش او برای افزایش سرمایه نمادین (اعتبار، شهرت) است. انتخاب یک رمان کلاسیک خارجی برای ترجمه توسط یک ناشر معتبر می‌تواند سرمایه نمادین آن ناشر و مترجم را افزایش دهد؛ درحالی که ترجمه یک کتاب پرفروش عامه‌پسند ممکن است بر سرمایه اقتصادی متمرکز باشد. این نظریه به ما کمک می‌کند تا بفهمیم چگونه رقابت‌های

^۱. field

درون یک جامعه ادبی، بر تصمیمات مرتبط با ترجمه و درنهایت بر آنچه ترجمه می‌شود و به دست مخاطب می‌رسد، تأثیر می‌گذارد.

دوم، نظریه اقتصاد خلاق است که بر اساس دیدگاه‌های **هاوکنز (۲۰۰۱)**، **تراسبی (۲۰۰۱)** و **فلوریدا (۲۰۱۴)** شکل گرفته است و می‌توان ترجمه را در این چارچوب بخشی از زنجیره خلاقیت و تولید ارزش فرهنگی و اقتصادی دانست. هاوکنز ترجمه را به مثابه یک صنعت خلاق تلقی می‌کند که علاوه بر ارزش فرهنگی، دارای قابلیت‌های اقتصادی است. ترجمه، در این چارچوب، مانند دیگر فعالیت‌های خلاقانه (نقاشی، موسیقی، طراحی، نشر) دارای قابلیت ارزش‌گذاری اقتصادی است و در صنایع فرهنگی مشارکت دارد. امروزه، ارزش اقتصادی کتاب‌های ترجمه‌شده در بسیاری از کشورها بخش قابل توجهی از گردش مالی صنعت نشر را تشکیل می‌دهد. ترجمه ادبی، به عنوان یک محصول فرهنگی، نه تنها به غنی‌سازی فرهنگ بومی کمک می‌کند، بلکه با ایجاد فرصت‌های شغلی برای مترجمان به رشد اقتصادی نیز یاری می‌رساند. این نظریه به ما این امکان را می‌دهد تا به جایگاه ترجمه در زنجیره ارزش فرهنگی توجه کنیم و آن را فراتر از یک فعالیت صرفاً زبانی، به عنوان یک موتور محرک اقتصادی در صنعت نشر در نظر بگیریم.

نشر را می‌توان فرایند تولید، سازماندهی و توزیع اطلاعات و دانش تعریف کرد؛ فرایندی که درنهایت به دسترس‌پذیرشدن محتوا برای عموم منجر می‌شود. محصولات صنعت نشر در جهان معاصر اشکال گوناگونی به خود گرفته‌اند، از جمله کتاب‌های چاپی و الکترونیکی، نشریات ادواری و رسانه‌های دیداری و شنیداری. در این میان، کتاب چاپی با وجود تحولات فناورانه و گسترش رسانه‌های دیجیتال، همچنان جایگاه محوری خود را حفظ کرده است و یکی از اصلی‌ترین محصولات صنعت نشر محسوب می‌شود. استقبال پایدار از کتاب چاپی سبب شده است که بسیاری از کشورها سرمایه‌گذاری‌های گسترده‌ای در راستای توسعه این حوزه انجام دهند. کتاب، به عنوان یکی از کهن‌ترین ابزارهای ارتباطی و انتقال دانش، نه تنها حامل ارزش‌های

فرهنگی، آموزشی و معنوی است بلکه واجد ابعاد اقتصادی و صنعتی نیز هست؛ از این رو، بازار کتاب در نقطه تلاقی دو عرصه متفاوت اما مکمل، یعنی منافع فرهنگی و منطق اقتصادی، شکل می‌گیرد. این هم‌زیستی گاه به صورت متضاد جلوه می‌کند، اما در عمل شبکه‌ای پیچیده از کنشگران و مناسبات را پدید می‌آورد که شامل نویسنده، ناشر، چاپگر، پخش‌کننده، کتاب‌فروش و خواننده است. **کانوی^۱ و همکاران (۲۰۰۶)**، معتقدند که تحقق بازدهی کامل اقتصادی در چرخه نشر در گرو هماهنگی و تعامل کارآمد تمامی این عناصر است. نشر منابع اطلاعاتی در معنای عام و نشر کتاب در معنای خاص، یکی از مؤلفه‌های بنیادین توسعه فرهنگی در جوامع معاصر به‌شمار می‌رود. به همین دلیل، همواره در کانون توجه دولت‌ها، سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران قرار داشته است. توسعه متوازن صنعت نشر نه تنها موجب ارتقای سطح سواد و آگاهی اجتماعی می‌شود، بلکه به شکل‌گیری شهروندانی مسئولیت‌پذیر و پاسخگو نیز یاری می‌رساند. در حقیقت، آثار مثبت کتاب فراتر از منفعت فردی خواننده است و تمامی جامعه از طریق ارتقای سرمایه فرهنگی و گسترش افق‌های دانشی منتفع می‌شود. بر این اساس، می‌توان کتاب و صنعت نشر را آیینی‌ای تمام‌نما از میزان رشد فرهنگی، مدنی و تمدنی هر جامعه دانست. در کنار سایر شاخص‌های اطلاعاتی و فرهنگی، میزان توسعه و پویایی صنعت نشر یکی از معیارهای اصلی سنجش توسعه‌یافتگی محسوب می‌شود. توجه مداوم دولت‌ها و برنامه‌ریزان به صنعت نشر به‌ویژه نشر کتاب گواهی روشن بر جایگاه حیاتی این حوزه در اقتصاد و فرهنگ معاصر است. سوم، نظریه بازنویسی **لفور (۱۹۹۲)** است که ترجمه را در بستر ایدئولوژی، سیاست‌های فرهنگی و ساختارهای نهادی بررسی می‌کند. به باور لفور، ترجمه فعالیت خشی و بی‌طرف نیست، بلکه همواره بازنویسی متن مبدأ بر اساس هنجارها، ایدئولوژی‌ها و محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی در زبان و فرهنگ مقصد است. این بازنویسی در تعامل با سیاست‌گذاران

^۱. Canoy

فرهنگی، ناشران و ذائقه بازار شکل می‌گیرد و همواره حامل ارزش‌های غالب فرهنگی است. برای مثال، انتخاب برخی آثار برای ترجمه و کنار گذاشتن برخی دیگر می‌تواند بازتابی از سیاست‌های فرهنگی دولت، ترجیحات ناشران یا خواسته‌های مخاطبان باشد. لفور این عوامل را کنترل‌کننده‌های ایدئولوژیک و حمایت‌گرانه می‌نامد که بر فرآیند ترجمه اعمال می‌شوند. نظریه بازنویسی لفور به پژوهش حاضر کمک می‌کند تا ترجمه متون ادبی و بازنشر آن را نه فقط به عنوان بازتاب فرهنگ، بلکه به عنوان عاملی مؤثر در اقتصاد هنر تحلیل کرد. با این دیدگاه، می‌توانیم تأثیر ترجمه و نشر را در شکل‌دهی سلیقه مخاطب و در نتیجه ایجاد بازار برای انواع خاصی از آثار هنری بررسی کنیم.

۳. روش پژوهش

داده‌های این پژوهش که شامل کل کتاب‌های چاپ‌شده حوزه ادبیات است با همکاری خانه کتاب و ادبیات ایران و استخراج داده از وبگاه این سازمان جمع‌آوری شد. داده‌ها نخست، بر اساس حوزه موضوعی (ادبیات) و نوع اثر (ترجمه یا تألیفی)، ماه و سال (از ابتدای فرودین ۱۴۰۱ تا آخر اسفند ۱۴۰۳)، نوبت چاپ و شمارگان پالایش شدند. سپس با استفاده از آمار توصیفی (شامل فراوانی، درصد و نرخ تغییرات سالانه) داده‌ها مورد تحلیل قرار گرفتند. تحلیل این اطلاعات نه تنها روند کمی تولید را آشکار می‌کند، بلکه با قرار گرفتن در بستر نظری بوردیو، اقتصاد خلاق و نظریه بازنویسی، می‌تواند الگوهای نهادی و اقتصادی بازار ترجمه را توضیح دهد.

۴. نتایج

تحلیل‌ها بر اساس محاسبه فراوانی‌ها، درصد‌ها و روند تغییرات سالانه انجام شد و هدف آن، روشن ساختن جایگاه و نقش ترجمه ادبی در ساختار تولیدات فرهنگی ایران است. در هر پرسش، ضمن ارائه نتایج کمی، تلاش خواهیم کرد با استفاده از چارچوب مفهومی پژوهش، معنای اجتماعی اقتصادی داده‌ها را تبیین نموده و با یافته‌های پیشین مقایسه کنیم. این رویکرد، امکان درک دقیق‌تر از پویایی‌های بازار ترجمه ادبی و ارتباط آن با ساختارهای فرهنگی و اقتصادی را فراهم می‌آورد.

اما ابتدا پیش از پاسخ به پرسش‌ها، به بیان آمار کلی از داده‌های استخراج شده می‌پردازیم. بررسی آمار کتاب‌های منتشرشده در حوزه ادبیات طی سه سال مورد مطالعه (۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳) نشان می‌دهد در سال ۱۴۰۱ تعداد کل آثار به ۱۹۲۸۹ عنوان رسیده است. از این میان، ۱۳۵۴۵ عنوان کتاب به صورت تألیف و ۵۷۴۴ عنوان به صورت ترجمه منتشر شده‌اند. در سال ۱۴۰۲ نیز روند انتشار کتاب‌ها با اندکی کاهش در مقایسه با سال قبل ادامه یافته و مجموعاً ۱۸۵۳۵ عنوان کتاب به ثبت رسیده است. از این تعداد، ۱۲۷۱۱ اثر تألیفی و ۵۸۲۴ اثر ترجمه‌ای بوده‌اند.

سال ۱۴۰۳ با ثبت ۱۹۷۴۶ عنوان کتاب، بار دیگر افزایشی نسبی در تعداد آثار منتشرشده را نشان می‌دهد. در این سال، ۱۳۲۸۸ کتاب به صورت تألیف و ۶۴۵۸ کتاب به صورت ترجمه انتشار یافته‌اند.

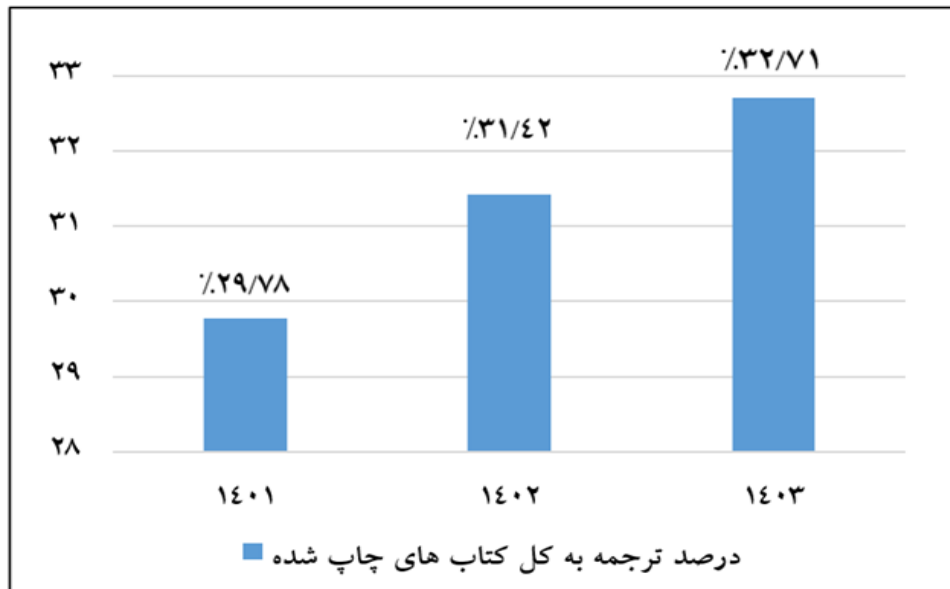
برآیند داده‌های سه ساله (۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳) حاکی از آن است که در مجموع ۵۷۵۷۰ عنوان کتاب در حوزه ادبیات منتشر شده است. از این میان، ۳۹۵۴۴ اثر در قالب تألیف و ۱۸۰۲۶ اثر در قالب ترجمه به ثبت رسیده‌اند.

پاسخ پرسش ۱:

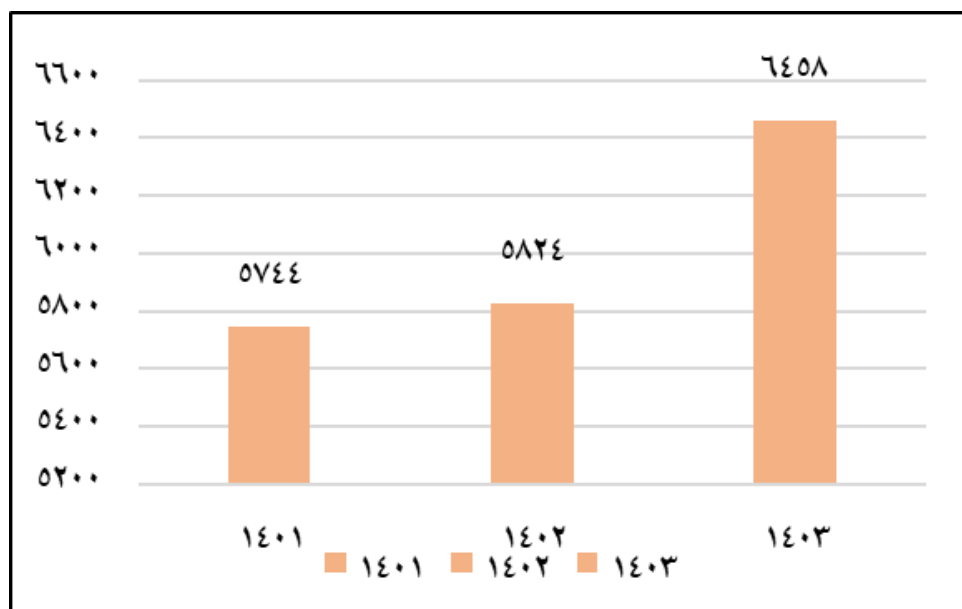
تحلیل داده‌ها (شکل ۱ و ۲) نشان می‌دهد سهم عناوین ترجمه‌شده در حوزه ادبیات طی سه سال اخیر روندی پیوسته و صعودی داشته است: در سال ۱۴۰۱ از ۵۷۴۴ عنوان ترجمه، سهم ترجمه از کل عناوین ادبی ۲۹/۷۸٪ بوده، در ۱۴۰۲ با ۵۸۲۴ عنوان به ۳۱/۴۲٪ رسیده و در ۱۴۰۳ با ۶۴۵۸ عنوان به ۳۲/۷۱٪ افزایش یافته است. این روند از ۲۹/۷۸ به ۳۲/۷۱ درصد، معادل ۲/۹۳+ واحد درصد رشد خالص در سه سال را نشان می‌دهد. ترجمه ادبی جایگاه خود را در سبد تولید ناشران تثبیت کرده و حتی در سالی که تولید کل عناوین ادبی کاهش داشته (سال ۱۴۰۲)، سهم نسبی‌اش را حفظ یا تقویت کرده است. از منظر رفتاری بازار، چنین الگویی را می‌توان نشانه تقاضای باثبات برای ترجمه ادبی و نیز افزایش مهارت ناشران در شناسایی و انتخاب عناوینی دانست که ظرفیت جذب مخاطب را دارند. افزون بر این، رشد تعداد عناوین ترجمه‌ای در حوزه ادبیات در سال ۱۴۰۳ نسبت به ۱۴۰۲ (۱۰/۹۰٪+) مؤید آن است که عرضه ترجمه نه فقط پایدار مانده، بلکه دامنه موضوعی و ژانری آن احتمالاً تنوع بیشتری پیدا کرده است.

روند صعودی و پیوسته سهم ترجمه در حوزه ادبیات، صرفاً یک پدیده آماری نیست؛ بلکه می‌تواند بازتابی از سازوکارهای میدان، سرمایه نمادین و منطق اقتصادی خلاقیت در صنعت نشر باشد. در چارچوب نظریه میدان بوردیو، بازار نشر به عنوان یک میدان با قواعد رقابتی خاص تعریف می‌شود که بازیگران ناشران، مترجمان و مخاطبان برای به دست آوردن سرمایه نمادین در آن در تکاپو هستند. افزایش سهم ترجمه نشان می‌دهد که سرمایه نمادین و اقتصادی در این میدان به طور فزاینده‌ای به سمت آثار ترجمه‌شده متمایل شده است. ترجمه محصولی با ریسک کمتر و بازدهی قابل پیش‌بینی تبدیل شده است. نویسندگان خارجی، پیش از ورود به بازار ایران، در سطح جهانی (میدان بزرگ‌تر) سرمایه نمادین (جوایز، نقدها) کسب کرده‌اند. ناشر با انتخاب این آثار، عملاً آن سرمایه نمادین را وارد میدان داخلی کرده و از آن برای افزایش سهم بازار استفاده کرده است.

از طرفی، مهارت ناشران در شناسایی و انتخاب عناوینی که ظرفیت جذب مخاطب را دارند در واقع بهینه‌سازی در تخصیص سرمایه خلاق است؛ یعنی تمرکز بر آن بخش از زنجیره ارزش که سودآوری بیشتری دارد، در واقع استقبال از چاپ مجدد و بازنویسی.



شکل ۱. نسبت تولید ترجمه به کل کتاب‌های چاپ‌شده در بازه ۱۴۰۱-۱۴۰۳ (بر حسب درصد)



شکل ۲. تعداد کل کتاب‌های ترجمه شده در بازه ۱۴۰۱-۱۴۰۳

پاسخ پرسش ۲:

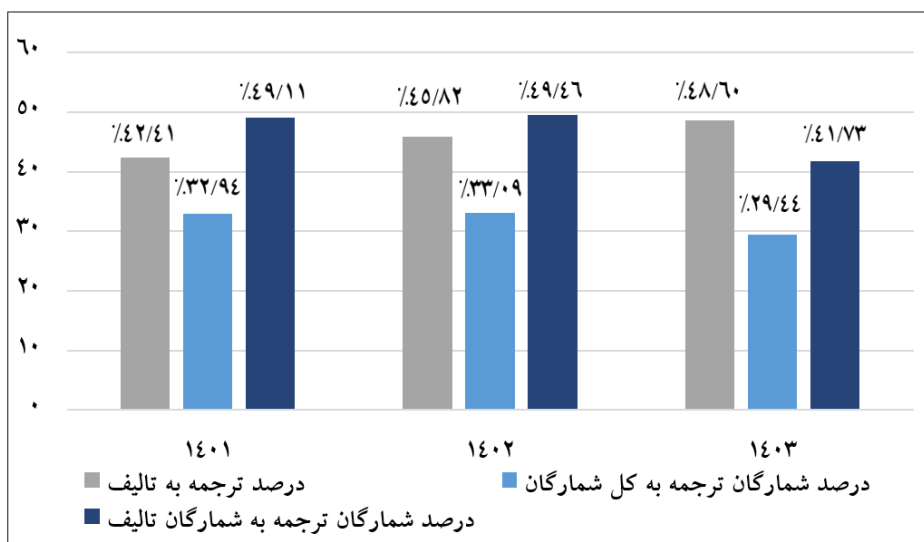
در سطح شمارگان (تیراژ)، سهم ترجمه از کل شمارگان کتاب‌های چاپ شده در حوزه ادبی در ۱۴۰۱ ۳۲/۹۴٪، در ۱۴۰۲ ۳۳/۰۹٪ و در ۱۴۰۳ ۲۹/۴۴٪ بوده است؛ میانگین سه‌ساله در حدود ۳۲٪ است. این الگو دارای معنای تلویحی دوگانه‌ای است: از یک‌سو تثبیت حدود یک‌سوم بازار نسخه‌های منتشره نشان می‌دهد ترجمه ادبی در «مصرف واقعی»^۱ (منکیو^۲، ۲۰۱۹) نیز جایگاهی خاص دارد؛ از سوی دیگر افت ۳/۶۵ واحد درصدی ۱۴۰۳ نسبت به ۱۴۰۲ بیانگر آن است که هم‌زمان با افزایش تعداد عناوین ترجمه‌ای، تیراژ متوسط هر عنوان کاهش یافته است. چنین شکافی به‌صورت ضمنی و براساس مطالعات اقتصادی بازار نشر می‌تواند عوامل مختلفی داشته باشد: احتیاط ناشران در تیراژ اولیه در شرایط عدم قطعیت اقتصادی؛ رقابت فزاینده میان عناوین

^۱. real consumption

^۲. Mankiw

مشابه و توزیع تقاضا میان عناوین بیشتر و تغییر الگوهای مصرف (مثلاً جابه‌جایی بخشی از مخاطبان به فرمت‌های دیجیتال یا ژانرهای خاص).

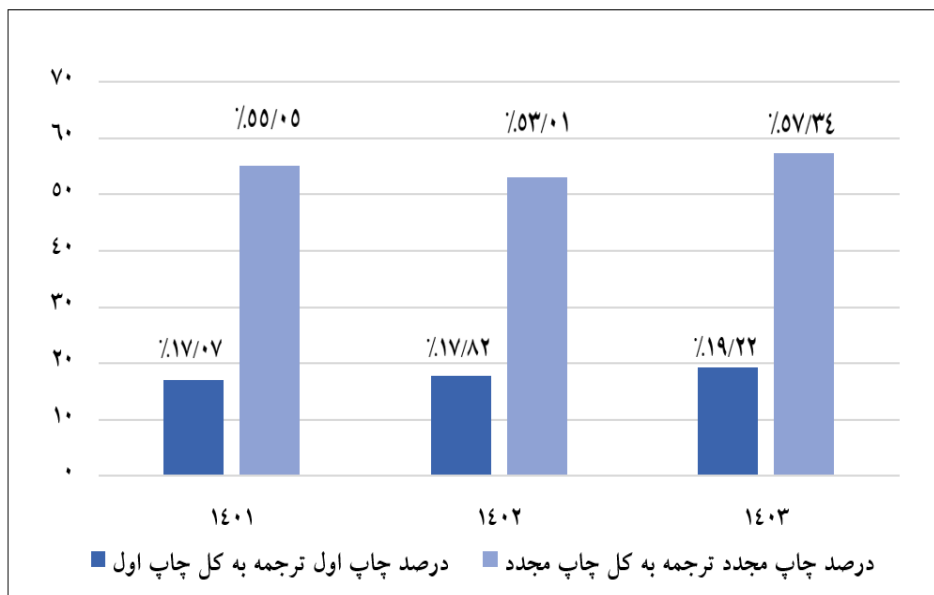
نسبت‌های ترجمه به تألیف که در **شکل ۳** نمایش داده شده است چه در سطح عنوان ($\%۴۸/۶۰ \rightarrow \%۴۲/۴۱$ طی سه سال) و چه در سطح شمارگان ($\%۴۱/۷۳ \rightarrow \%۴۹/۱۱$ طی سه سال) حاکی از آن است که ترجمه در رقابت با تألیف، بسته به سال و شاخص، رفتار نسبی متفاوتی داشته است؛ رفتاری که احتمالاً متأثر از ژانر، قیمت‌گذاری و کانال‌های توزیع است؛ به عبارت دیگر، در طول سه سال، نسبت ترجمه به کل شمارگان تقریباً ثابت مانده (میانگین $\%۳۲$) و نسبت به تألیف نیز بین ۴۰ تا ۵۰ درصد متغیر بوده است. این ثبات نسبی، در چارچوب اقتصاد خلاق، حاکی از وجود تقاضای پایدار برای آثار ترجمه‌ای و توانایی ناشران در مدیریت عرضه بر اساس ذائقه بازار است. کاهش جزئی در سال ۱۴۰۳ در سطح شمارگان ممکن است ناشی از سیاست‌های محتاطانه‌تر تیراژ یا افزایش رقابت در ژانرهای مشابه باشد.



شکل ۳. مقایسه آمار ترجمه و تألیف در بازه ۱۴۰۱-۱۴۰۳ به لحاظ شمارگان

پاسخ پرسش ۳:

فاصله چشمگیر میان سهم ترجمه در چاپ اول و چاپ مجدد از برجسته‌ترین یافته‌های این دوره سه‌ساله است (شکل ۴). سهم ترجمه از چاپ اولِ عناوین ادبی در ۱۴۰۱ ۱۷/۰۷٪، در ۱۴۰۲ ۱۷/۸۲٪ و در ۱۴۰۳ ۱۹/۲۲٪ است؛ یعنی رشد ملایم اما پیوسته‌ای در ورود اولیه آثار ترجمه‌ای به بازار دیده می‌شود. در مقابل، سهم ترجمه از چاپ مجددِ عناوین ادبی بسیار بالاتر است: ۵۵/۰۵٪ در ۱۴۰۱، ۵۳/۰۱٪ در ۱۴۰۲ و ۵۷/۳۴٪ در ۱۴۰۳؛ همچنین سهم ترجمه از شمارگان چاپ مجدد به ترتیب ۵۴/۶۸٪، ۵۱/۷۹٪ و ۵۸/۶۵٪ بوده است. این شکاف بزرگ نشان می‌دهد که آثار ترجمه‌ای موفق چرخه عمر طولانی‌تری دارند و پس از تثبیت اولیه، بارها بازتولید می‌شوند. از حیث اقتصادی، چاپ مجدد همان موتور پایداری درآمد در نشر ترجمه است: ورود محتاطانه در چاپ اول و جبران بازده در چاپ‌های مجدد. در سطح عملی، این نکته برای تثبیت ناشران مهم است، زیرا نشان می‌دهد بخش عمده سودآوری ترجمه‌های ادبی نه در موج اول عرضه، بلکه در تداوم فروش و چرخه‌های چاپ مجدد محقق می‌شود. بر اساس مدل ارزش دوگانه تراسبی، این امر نشان می‌دهد که آثار ترجمه‌ای هم ارزش فرهنگی و هم ارزش اقتصادی پایداری تولید می‌کنند.



شکل ۴. مقایسه آمار چاپ اول و چاپ مجدد ترجمه به کل کتاب‌های چاپ‌شده در بازه ۱۴۰۳-۱۴۰۱ (بر حسب درصد)

پاسخ پرسش ۴:

با وجود آنکه بازه زمانی پژوهش حاضر کوتاه است، اما می‌توان نشانه‌هایی از ثبات نسبی جایگاه ترجمه در بازار را مشاهده نمود: سهم عناوین ترجمه‌ای دارای یک روند افزایشی است و در این بازه از میزان ۳۰ درصد به ۳۳ درصد رسیده است. چنین نتیجه‌ای در این بازه محدود، در ادبیات اقتصاد نشر معادل شکل‌گیری نوعی تعادل کوتاه‌مدت بازار است (پیندایک^۱ و رابینفیلد^۲، ۲۰۱۸؛ منکیو^۳، ۲۰۲۱) یعنی تا زمانی که شوک‌های ساختاری (تغییر سیاست‌های کپی‌رایت، بحران‌های کلان اقتصادی، جهش‌های قیمتی کاغذ/چاپ، یا تغییرات ناگهانی در ذائقه عمومی) رخ ندهد، می‌توان انتظار داشت سهم ترجمه ادبی در کوتاه‌مدت در همین حدود باقی بماند. البته افت تیراژ نسبی در ۱۴۰۳ هشدار می‌دهد مبنی بر اینکه بازار احتمالاً به شدت به انتخاب ناشران وابسته است.

^۱. Pindyck

^۲. Rubinfeld

^۳. Mankiw

اگر انتخاب‌ها به سمت عناوین دارای پتانسیل تکرار فروش هدایت شود، می‌توان انتظار داشت که سهم تیراژ نیز به سطوح پیشین بازگردد.

پاسخ پرسش ۵:

در مقایسه چاپ کل عناوین ادبی با عناوین ترجمه‌ای، الگوی جالبی پدیدار می‌شود: در سال ۱۴۰۱ کل عناوین ادبی ۱۹۲۸۹ عنوان بوده و ترجمه ۵۷۴۴ عنوان (۲۹/۷۸٪). در ۱۴۰۲ کل عناوین به ۱۸۵۳۵ کاهش یافته، اما ترجمه به ۵۸۲۴ رسیده (سهم ترجمه افزایش یافته است: ۳۱/۴۲٪). در ۱۴۰۳ کل عناوین ادبی به ۱۹۷۴۶ برگشته و ترجمه با ۶۴۵۸ عنوان به ۳۲/۷۱٪ رسیده است؛ بنابراین در سالی که تولید کل افت کرده (۱۴۰۲)، ترجمه پایدار مانده یا حتی رشد نسبی داشته است؛ و در سالی که تولید کل دوباره افزایش یافته (۱۴۰۳)، سهم ترجمه هم نسبت به دو سال قبل خود افزایشی بوده است. این هم‌بستگی نامتقارن معمولاً بدین معناست که ترجمه در برابر چرخه‌های رکودی، احتمالاً مقاومت ساختاری بیشتری دارد (زیرا بخشی از تقاضا برای آن ناشی از جریان‌های جهانی تثبیت‌شده است) و در دوران رونق نیز از ظرفیت تقاضای نهفته بهره می‌گیرد. در سطح تیراژ نیز همین تصویر با ظرافت دیگری تکرار می‌شود: در ۱۴۰۲ با وجود افت عناوین کل، سهم تیراژ ترجمه اندکی بالاتر است، اما در ۱۴۰۳، هم‌زمان با جهش تعداد عناوین ترجمه‌ای، تیراژ نسبی افت کرده است. به‌طور مشابه، این الگو در نظریه میدان فرهنگی به معنای مقاومت ساختاری ترجمه در برابر رکود بازار است، چراکه آثار ترجمه‌ای اغلب از سرمایه نمادین و تقاضای تضمین‌شده برخوردارند.

پاسخ پرسش ۶:

فاصله ورود محتاطانه در چاپ اول با غلبه در چاپ مجدد نشان می‌دهد که مدیریت ترجمه ادبی باید بر شناسایی آثار با پتانسیل چرخه عمر بلند متمرکز شود که از حیث سیاست‌گذاری چند پیام خواهد داشت: نخست، حمایت هدفمند از چاپ اول ترجمه‌های منتخب می‌تواند سرعت رسیدن اثر به آستانه چاپ مجدد را افزایش دهد. دوم، تنوع‌بخشی زبانی و ژانری ضروری است

تا از اشباع بازار در ژانرهای محبوب، ریسک عدم تثبیت ناشران کاهش یابد؛ براساس تحلیل‌های موجود در ادبیات اقتصاد کسب‌وکار (کریستسن^۱ و همکاران، ۲۰۱۱) بنگاه‌های تجاری از جمله ناشران برای جلوگیری از اشباع بازار به نوآوری و تنوع‌بخشی محصول روی می‌آورند تا از رشد صفر جلوگیری کنند. سوم، تقویت سرمایه حرفه‌ای مترجمان (به‌عنوان مثال شبکه‌سازی با ویراستاران/منتقدان و دسترسی بهتر به حقوق ترجمه آثار مرجع) می‌تواند کیفیت و ماندگاری اثر را بالا ببرد. چهارم، با توجه به افت نسبی تیراژ در ۱۴۰۳، راهبردهای بازاریابی و توزیع داده‌محور (از جمله نسخه‌های دیجیتال، کمپین‌های هدفمند برای چاپ دوم/سوم و همکاری با پلتفرم‌های کتاب‌خوانی) برای تبدیل سرمایه نمادین به بازده اقتصادی پایدار حیاتی است. برآیند این نکات آن است که ترجمه ادبی، اگر درست مدیریت شود، نه تنها بار فرهنگی مهمی دارد، بلکه یک دارایی اقتصادی بازتولیدشونده در اقتصاد نشر ایران است.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با اتکا به داده‌های کمی سه‌ساله (۱۴۰۱-۱۴۰۳) و با بهره‌گیری از چارچوب نظری تلفیقی، به واکاوی جایگاه ترجمه ادبی به مثابه کنشی اقتصادی فرهنگی در بازار نشر ایران پرداخت. یافته‌ها نشان داد ترجمه ادبی در اقتصاد هنر ایران حضوری پایدار و رو به رشد دارد؛ سهم عناوین ترجمه از ۲۹٫۷۸٪ در ۱۴۰۱ به ۳۲٫۷۱٪ در ۱۴۰۳ افزایش یافته که حتی در سال رکود کلی بازار (۱۴۰۲) نیز تثبیت شده یا رشد نسبی داشته است. این مقاومت ساختاری را می‌توان در چارچوب نظریه میدان فرهنگی بوردیو توضیح داد؛ به عبارتی ترجمه ادبی توانسته است سرمایه نمادین قابل توجهی در میدان فرهنگی ایران کسب کند؛ به‌طوری‌که تقاضا برای آن تا حدی مستقل از نوسانات کوتاه‌مدت اقتصادی بوده است. این سرمایه نمادین، می‌تواند ناشی

^۱. Christensen

از اعتبار نویسندگان جهانی و مشروعیتی باشد که آثارشان در ذهنیت مخاطب ایرانی دارد. بر پایه آراء بوردیو، به نظر می‌رسد کنشگران (در این جستار مترجمان و ناشران) اغلب با ترجمه آثار از میدان‌های غالب، به دنبال کسب مشروعیت و سرمایه نمادین برای خود هستند. این دقیقاً منطق کنش ناشران و مترجمان ایرانی را توضیح می‌دهد که با عرضه آثار تثبیت‌شده برای خود سرمایه نمادین ایجاد می‌کنند و تقاضایی پایدار را در میان قشری خاص شکل می‌دهند.

الگوی متفاوت چاپ اول و چاپ‌های مجدد از دیگر یافته‌های این پژوهش بود. شکاف فاحش بین سهم پایین ترجمه در چاپ اول (حدود ۱۷٪-۱۹٪) و سهم غالب آن در چاپ‌های مجدد (۵۳٪-۵۸٪) مؤید آن است که آثار ترجمه‌ای موفق از چرخه عمر اقتصادی طولانی‌تر و پتانسیل بازتولید فرهنگی بالاتری برخوردارند. این الگو، همسو با مدل [تراسبی \(۲۰۰۱\)](#)، گویای تبلور هم‌زمان ارزش اقتصادی و ارزش فرهنگی در ترجمه‌های ادبی است. از منظر اقتصاد خلاق، این امر نشان‌دهنده آن است که ترجمه می‌تواند به نیروی محرک درآمد برای ناشران تبدیل شود، به شرطی که بر شناسایی و حمایت از آثاری باشد که به گفته [راجرز^۱ \(۲۰۰۳\)](#) دارای «پتانسیل چرخه عمر بلندمدت»^۲ هستند. این یافته‌ها با مطالعه [کپساکس \(۲۰۱۸\)](#) همسوست که ترجمه را در سیاست‌های جهانی صنایع خلاق، صنعتی نامرئی اما حیاتی می‌داند و ترجمه را بخشی از زنجیره ارزش فرهنگی می‌داند که امکان گردش و بازتولید آثار را در میدان فرهنگی فراهم می‌کند.

براساس نظریه بازنویسی لفور، ترجمه نه بازتولیدی بی‌طرفانه، بلکه نوعی بازنویسی است که شدیداً تحت تأثیر عواملی چون ایدئولوژی مسلط، شیوه‌های رایج و نهادهای حامی (مانند ناشران) قرار دارد. از این منظر، غالب بودن ترجمه در چاپ‌های مجدد را می‌توان نشان‌دهنده تمایل ناشران به بازتولید امن آثاری دانست که از پیش توسط یک ایدئولوژی یا ذائقه مسلط در

^۱. Rogers

^۲. potential for long lifecycle

بازار پذیرفته شده‌اند. سرمایه نمادین یک اثر ترجمه‌شده موفق (مانند برند یک نویسنده جهانی)، ریسک بازنویسی و بازنشر آن را برای ناشر به شدت کاهش می‌دهد. فن‌اس^۱ و هیلبرون^۲ (۲۰۱۵) در پژوهش خود نشان دادند که ناشران انگلیسی‌زبان چگونه برای کاهش ریسک اقتصادی، به شکلی نظام‌مند سراغ آثاری از ادبیات غیرانگلیسی می‌روند که از پیش توسط نهادهای مشروعیت‌بخش (مانند جوایز ادبی یا استقبال منتقدان در کشور مبدأ) جای خود را در بازار تثبیت کرده‌اند. نتایج پژوهش حاضر با این یافته‌ها هم‌راستا است و مبین این امر است که چرا ناشران ایرانی تمایل بیشتری به سرمایه‌گذاری مجدد بر روی آثار ترجمه‌ای دارند که به اصطلاح امتحان پس داده‌اند و کمتر سراغ کشف و سرمایه‌گذاری بر آثار تألیفی جدید با ریسک بالاتر می‌روند؛ بنابراین، رشد کمی ترجمه می‌تواند هم‌زمان نشان‌دهنده پویایی اقتصادی و نیز بازتولید محتاطانه و انحصاری گفتمان‌های خاص باشد.

این نگاه انتقادی وقتی تقویت می‌شود که به الگوی دیگری در داده‌ها توجه کنیم؛ درحالی‌که تعداد عناوین ترجمه روندی صعودی دارد، افت سهم شمارگان می‌تواند نشان‌دهنده تغییر استراتژی ناشران به سمت تعدد عناوین با تیراژهای محتاطانه‌تر در شرایط عدم قطعیت اقتصادی باشد. این استراتژی نیز با منطق لغور همخوانی دارد؛ نشر تعداد بیشتری عنوان با تیراژ کمتر، راهکاری برای آزمون و خطای بازار و شناسایی آن دسته از متونی است که قابلیت بازنویسی و تبدیل شدن به یک اثر پرفروش مجدد را دارند. در واقع، ناشران با این کار در حال یافتن آثاری هستند که قابلیت بازتولید انبوه و سودآور را داشته باشند. استراتژی انتشار گسترده با تیراژ پایین که تامپسون^۳ (۲۰۱۳) آن را «مکانیسم غربالگری»^۴ می‌نامد، در پرتو نظریه بازنویسی لغور، مصداقی از منطق نهادی کنترل و جهت‌دهی در نظام ترجمه و تولید فرهنگی است؛ سازوکاری

^۱. Van Es

^۲. Heilbron

^۳. Thompson

^۴. filtering mechanism

که در آن تکرار عناوین نه تنها پاسخی به نااطمینانی بازار، بلکه ابزاری برای بازتولید ترجیحات ایدئولوژیک و ارزش‌های نمادین نهادهای مسلط به شمار می‌آید.

در یک جمع‌بندی کلان، این پژوهش نشان می‌دهد ترجمه ادبی در ایران در تقاطع پیچیده‌ای از سه نیرو قرار دارد: منطق میدان فرهنگی، رقابت برای سرمایه نمادین (بورديو)، منطق بازار (خلق ارزش اقتصادی، همان اقتصاد خلاق) و منطق قدرت (بازتولید گفتمان‌های مسلط، لفور)؛ بنابراین، هرگونه سیاست‌گذاری هوشمندانه برای این عرصه باید هم‌زمان بر سه محور متمرکز شود: نخست، حمایت از تنوع زبانی و ژانری برای جلوگیری از انحصار و اشباع بازار که از منظر لفور ضروری است. دوم، طراحی سازوکارهای حمایت از چاپ اول (کاهش ریسک) و تقویت زیرساخت‌های توزیع و بازاریابی برای بهره‌برداری از چاپ‌های مجدد که از دید اقتصاد خلاق حیاتی است. همان‌گونه که [کیساکیس \(۲۰۰\)](#)، اشاره می‌کند، سهم ارزش اقتصادی کوتاه‌مدت در چاپ‌های اول را باید به ارزش بلندمدت ترجمه‌ها گره زد، یعنی همان ارزش نمادین و پایدار؛ و سوم، شبکه‌سازی و توانمندسازی مترجمان به‌عنوان کنشگران مؤثر میدان براساس نظریه بورديو، که تضمین‌کننده کیفیت و تنوع در درازمدت خواهد بود. برآیند سه نیروی یادشده همسو با نتیجه پژوهش [زینالووا و کوباتووا \(۲۰۲۵\)](#) است که اذعان می‌دارند میدان ترجمه بورديویی را نه در قالب یک «دو قطبی تجارت و هنر»^۱ بلکه در تار و پود شبکه‌ای از جهان‌های هم‌پوشان باید دید که هر یک از منطق‌های متفاوت فرهنگی، اقتصادی و نهادی پیروی می‌کنند. باوجود آنکه این پژوهش بر پایه داده‌های رسمی و تحلیل آماری دقیق انجام شده و تلاش شده است تصویری شفاف از وضعیت ترجمه ادبی در سه سال اخیر ارائه شود، مانند هر مطالعه دیگری با محدودیت‌هایی همراه است که می‌تواند بر دامنه تعمیم نتایج و تفسیر یافته‌ها اثر بگذارد. این محدودیت‌ها، چه در حوزه دامنه زمانی و چه در سطح نوع داده‌ها محدود است.

^۱. bipolarity of commerce and art

پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آتی مطالعات تکمیلی یا مقایسه‌ای را طراحی و اجرا کنند و این شکاف را پر کنند. دامنه زمانی محدود پژوهش امکان ترسیم روندهای بلندمدت و تحلیل تغییرات ساختاری بازار ترجمه ادبی را کاهش می‌دهد. این بازه زمانی کوتاه ممکن است نوسانات مقطعی بازار، ناشی از عوامل اقتصادی یا فرهنگی کوتاه‌مدت، را به‌عنوان روند پایدار نشان دهد. محدودیت دیگر، تکیه صرف بر داده‌های کمی رسمی است که هرچند از اعتبار بالایی برخوردارند، اما فاقد جزئیات کیفی درباره انگیزه‌های مترجمان، معیارهای انتخاب آثار، تعاملات میان مترجم و ناشر، و تأثیر سیاست‌های فرهنگی بر فرایند ترجمه هستند. همچنین، تمرکز پژوهش صرفاً بر حوزه ادبیات و حذف سایر حوزه‌های هنری، باعث شده تأثیرات متقابل میان این بخش‌ها بر بازار ترجمه نادیده گرفته شود. افزون بر این، داده‌ها فاقد طبقه‌بندی ژانری، زبان مبدأ، یا مشخصات بازار هدف بود که می‌توانست به تحلیل دقیق‌تر عوامل موفقیت یا شکست آثار ترجمه‌ای کمک کند. ترکیب روش‌های کمی و کیفی، ازجمله انجام مصاحبه با مترجمان، ناشران، و مدیران فرهنگی، می‌تواند ابعاد پنهان فرایند انتخاب، ترجمه و انتشار آثار را آشکار کند.

کتاب‌نامه

- فخارزاده، م.، و دباغ‌زاده، ا. (۱۴۰۰). نمود عادتواره مترجم در سبک ترجمه: موردپژوهی سبک ترجمه صالح حسینی. *مطالعات زبان و ترجمه*، ۵۷(۴)، ۶۴-۲۹.
<https://doi.org/10.22067/lts.v54i1.85424>
- فرهادی، س.، قادری‌سهی، ب. (۱۴۰۳). جمال‌زاده در میدان ادبی ایران و مطالعه جامعه‌شناختی ترجمه دشمن مردم براساس نظریه عمل بوردیو. *مطالعات زبان و ترجمه*، ۵۴(۱)، ۸۱-۱۰۶.
<https://doi.org/10.22067/lts.2025.91246.1318>
- Alexander, V. D., & Bowler, A. E. (2014). Art at the crossroads: The arts in society and the sociology of art. *Poetics*, 43, 1-19.

- Bassnett, S., & Lefevere, A. (1990). *Translation, history, and culture*. Cassell.
- Borowiecki, K. J., Gray, C. M., & Heilbrun, J. (2023). *The economics of art and culture*. Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production: Essays on art and literature*. Columbia University Press.
- Canoy, M., van Ours, J. C., & van der Ploeg, F. (2006). The economics of books. In V. A. Ginsburgh & D. Throsby (Eds.), *Handbook of the economics of art and culture* (Vol. 1, pp. 721–761). Elsevier.
- Christensen, C. M., Alton, R., Rising, C., & Waldeck, A. (2011). The new M&A playbook. *Harvard Business Review*, 89(3), 48-57.
- Cronin, M. (2003). *Translation and globalization*. Routledge.
- Ginsburgh, V., Weber, S., & Weyers, S. (2011, February 1). *Economics of literary translation: A simple theory and evidence* (Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper No. 174). Fondazione Eni Enrico Mattei. <http://services.bepress.com/feem/paper174>
- Florida, R. (2014). The creative class and economic development. *Economic Development Quarterly*, 28(3), 196–205.
- Hawkins, J. (2013). *The creative economy: How people make money from ideas* (2nd ed.). Penguin
- Haddadian-Moghaddam, E. (2013). Agency in the translation and production of novels from English in Modern Iran. *New Voices in Translation Studies*, 10(1). <https://doi.org/10.14456/nvts.2013.35>
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2002). *Dialectic of enlightenment* (E. Jephcott, Trans.). Stanford University Press.
- Kapsaskis, D. (2018). Translation in the creative industries: An introduction. *The Journal of Specialised Translation*, 29, 2–11.
- Lefevere, A. (1992). *Translation, rewriting, and the manipulation of literary fame*. Routledge.
- Mankiw, N. G. (2019). *Macroeconomics* (10th ed.). Worth Publishers.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of economics* (9th ed.). Cengage Learning.

- Olohan, M. (2007). Economic trends and developments in the translation industry: What relevance for translator training? *The Interpreter and Translator Trainer*, 1(1), 37–63.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). *Microeconomics* (9th ed.). Pearson.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge University Press.
- Thompson, J. B. (2013). *Merchants of culture: The publishing business in the twenty-first century*. John Wiley & Sons.
- Towse, R. (2019). *A textbook of cultural economics* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- UNESCO. (2022). *Re|Shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good*. UNESCO.
<https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en>
- Van Es, N., & Heilbron, J. (2015). Fiction from the periphery: How Dutch writers enter the field of English-language literature. *Cultural Sociology*, 9(3), 296-319.
- Venuti, L. (1995). *The translator's invisibility: A history of translation*. Routledge.
- Zehnalová, J., & Kubátová, H. (2025). Three worlds of literary translation production: art or (just) commerce?. *Qualitative Research Journal*, 25(3), 1-13. <https://doi.org/10.1108/QRJ-01-2025-0015>

درباره نویسندگان

شیلان شفیع استادیار مطالعات ترجمه دانشگاه شهید چمران اهواز است. حوزه پژوهشی ایشان مطالعات ترجمه بالاحص آموزش و ارزشیابی ترجمه شفاهی و مکتوب، ترجمه بینانشانه‌ای و ترجمه و ادبیات است.