

الترجمة في المؤسسة الإعلامية

أحلام صفور
جامعة وهران

المؤسسة الإعلامية تعبير غالبا ما يستعمل في صياغات تنتمي إلى مجال الاقتصاد والتكنولوجيات في وقت واحد، والمقصود بها مختلف وسائل الإعلام السمعية والبصرية، وهي تعد وسيلة "اتصال جماهيري Mass Communication، الذي يتميز بوجود وسيلة A mode or vehicule، مثل الصحيفة و الراديو و التلفزيون والسينما والمسرح والكتاب"¹. والترجمة بدورها وسيلة تواصل فكري وحضاري ونشاط بشري مارسه الإنسان منذ فجر التاريخ. ومن ثم يمكننا اعتبار أن الإعلام والترجمة تخصصان يشتركان في نقطة محورية واحدة ألا وهي الهدف نفسه المتمثل في تحقيق التواصل والاتصال بين الأفراد ومن ثم الجماعات البشرية برمتها. وفيما تقدم تأكيد على العلاقة الموجودة بين فنون الاتصال بكافة أنواعها.

ومع تطور المؤسسة الإعلامية تتطور مهنة المترجم ومهمته في الوقت نفسه، إذ إنها علاقة طردية حتمية لا يمكن تجاهلها أو التغاضي عنها. ففي عصر السماوات المفتوحة، وعصر سقوط الحواجز بين الدول والشعوب وظهور الاتصال عن طريق شبكة الانترنت وتعدد قنوات البث التلفزيوني بفضل الكابلات والأقمار الصناعية، وقرىبا ظهور الرقمنة الهertzية وغيرها. أدى ذلك إلى تطور الإعلام والوسائل المعلوماتية مما يفرض تطورا موازيا في مهنة المترجم ومهامه وفق تطور وسائل الإعلام والاتصال.

إن الثروة الإعلامية الجديدة المتمثلة في تطور وسائل الإعلام والاتصال جعلت المترجم مكلفا بمهام جديدة داخل المؤسسة الإعلامية ونشاطات عديدة مما يثير تساؤلا مستمرا لدى الدارسين حول أساليب

تطور مهنة المترجم وفق المتطلبات الجديدة للمؤسسة الإعلامية وقطاعاتها المتنوعة.

يقترح الدكتور عبد المجيد شكري في دراسة أجراها عن "فن الترجمة الإعلامية" ضرورة خلق ما أطلق عليه اليوم اسم "الإعلامي المترجم المتميز"، انطلاقاً من "الحاجة الماسة إلى خلق جيل من الإعلاميين القادرين على ممارسة الترجمة الإعلامية وإلى مختلف اللغات التي تفرض نفسها على الساحة الإعلامية، مع القدرة الفائقة على التعامل مع شبكة الاتصالات الدولية (الإنترنت) ولغة العصر (الكمبيوتر و البريد الإلكتروني)، (...) ومن هنا نقول أن هذا المجال الجديد من مجالات الترجمة ينبغي أن يصبح أحد أسس دراسة الترجمة في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات العربية"².

يتحدد الأمر إذن في تطوير كفاءات المترجم وفقاً للمؤهلات المطلوبة بما في ذلك التحكم في التكنولوجيات الجديدة والقدرة على تنظيم المهارات الجديدة وتيسيرها، إذ يجد المترجم نفسه مقيداً بأهداف إنتاجية إضافة إلى الأهداف العلمية، ومطالب بالرفع من قيمة الأداء، دون الرفع من تكاليفه لتحقيق الفعالية داخل المؤسسة الإعلامية ذات الطابع الاقتصادي والتكنولوجي في آن واحد.

وتختلف مهام المترجم في القطاعات المتنوعة للمؤسسة الإعلامية من وسيلة إلى أخرى، "فالترجمة للصحف كوسيلة اتصال جماهيرية مقروءة يمكن أن تختلف عن الترجمة للراديو الذي يعتمد الأذن وحاسة السمع وحدها، حيث يفضل أن تكون الكلمات صوتية vocal بمعنى أن يكون لها مدلول صوتي، يساعد على تكوين صورة ذهنية في عقل المستمع أما في التلفزيون فيمكن أن يختلف الأمر أيضاً باعتبار أن التلفزيون إنما يعتمد على الصوت والصورة والحركة واللون"³.

ليس هذا وحسب، فقد ظهرت مهام جديدة للمترجم في المؤسسات الإعلامية المختلفة سواء بالقنوات التلفزيونية أو المكاتب الإعلامية وغيرها، لم تعد متوقفة على الكفاءات اللسانية للمترجم وحسب وإنما على الكفاءات التقنية أيضاً، والقدرة على التحكم في التكنولوجيات الجديدة واستثمارها، والقدرة على البحث التوثيقي والمصطلحاتي واستثمار نتائجه في عملية الترجمة.

ففي مجال الصحافة مثلاً ظهر ما يسمى "بالمؤسسات الإعلامية المتعددة اللغات"، مثل الصحف اليومية التابعة لنفس المؤسسة الإعلامية والصادرة بلغتين اثنتين مثلاً هو الحال مع بعض الصحف المحلية بوهران المعنونة بـ:

- صوت الغرب Voix de l'Oranie
- منبر الغرب Ouest Tribune
- صدى وهران Echo d'Oran
- الوطني Le Patriote
- الهدف Le Buteur (بالجزائر العاصمة)
- الصحافة Liberté (متوقفة عن الصدور منذ سنوات وغيرها...).

يبرز هنا دور المترجم بعد مرحلة "التغطية الإعلامية" القاضية بامتصاص أكبر قدر ممكن من المعلومات وتصنيفها، ومن ثم ترجمتها من العربية إلى الفرنسية ومن الفرنسية إلى العربية. وعند الانتهاء من الترجمة توكل الصياغة النهائية إلى الصحفي لإضفاء الصيغة الصحفية على المقال، ويوقع المقال باسم المترجم والصحفي في آن واحد، في حالة ما إذا كان المترجم مبتدئاً، أما بمرور الوقت، وبحكم الممارسة، يكتسب المترجم تقنيات الكتابة الإعلامية أو الصياغة الصحفية – إن صح القول – ولا يكون بحاجة إلى تعديل أو تنقيح أو مراجعة بعده.

وقد يواجه المترجم داخل المؤسسة الإعلامية مهمة ترجمة أنواع مختلفة من الوثائق مثل المراسيم الرئاسية أو الوزارية أو بيانات الأحزاب السياسية أو الجمعيات مما يتطلب منه اللجوء إلى البحث التوثيقي والاعتماد على المعاجم الإلكترونية والأقراص المدمجة وغيرها...

كذلك الأمر بالنسبة للمترجم في المؤسسة التلفزيونية، إذ لم يعد الأمر مرتبطا باكتساب مهارات ترجمة بالمعنى الدقيق للكلمة بقدر ما هو مرتبط بالفاعلية بفضل مناهج البحث التوثيقي على شبكة الانترنت، بالإضافة إلى تجكمه في عناصر أخرى، مثل امتلاك ثقافة تلفزيونية وسينماتوغرافية تمكنه من ترجمة بعض البرامج أو ترجمة عروض هذه البرامج؛ إذ تعد مصلحة الاقتناء والبرمجة داخل القناة التلفزيونية على اقتناء بعض البرامج ذات نسخ مدبلجة أو نسخ ذات حاشية مترجمة موجودة مسبقا وكذا ملخصات البرامج، وفي حالة ما إذا لم تكن هذه البرامج مترجمة تحال عملية الدبلجة أو عملية إنجاز حواشي مترجمة إلى مؤسسات خارجية تدعى "مؤسسات الترجمة والاقتباس" التي تقدم عينة من البرامج المدبلجة من قبل عدة أشخاص حتى يتسنى لمسؤول الاقتناء والبرمجة اختيار الصوت المناسب وقد يستعين مسؤول مصلحة الاقتناء بالمترجمين الدائمين لتقويم عمل مؤسسة الترجمة والاقتباس⁴.

ويقتصر العمل الترجمي لمصلحة اقتناء البرامج على ترجمة ملخصات البرامج المخصصة للصحافة بمعنى إعداد بيان البرامج المعد للنشر في الصحافة المسموعة - المرئية، وكذا في موقع القناة على شبكة الانترنت، ويتم إعداد الملخصات في لغات مختلفة.

وبالإضافة إلى ما تقدم هنالك مكاتب إعلامية يتمثل نشاطها في الإعلام الوسيط، بمعنى تجميع المعلومات وتيسيرها لصالح المؤسسات، وهي مهنة جديدة تهتم بتطوير المؤسسة الإعلامية. فتعدد وسائل الإعلام، وتزايد مصادر المعلومات وكثافتها هي عوامل تجعل

من أمر الوصول إلى المعلومة أمرا صعبا، لذلك أصبح من الضروري توفر كفاءات خاصة لمواجهة هذه الصعوبات.

فالإعلام الوسيط يمثل هذا النشاط المتخصص الجديد الذي يهتم بالبحث عن المعلومات وتجميعها على الصعيد الدولي في كل وسائل الإعلام وتحضير بانوراما إعلامية أو ملخصات لها ونشرها لدى الزبائن. ويتم تجميع هذه المعلومات من وكالات الأنباء والصحافة المكتوبة والمسموعة والبصرية وكذا من شبكة الانترنت. كما تقوم المؤسسة بتنظيم هذه المعلومات وعرضها على زبائنها على شكل بانوراما، أو قصاصات صحفية، أو في شكل معلومات مخزنة في شبكة الانترنت أو قاعدات معلوماتية توثيقية أو ملخصات، وتقدم هذه المعدات إلى رؤساء المؤسسات الزبونة وإلى معاونيهم المقربين بعد معالجة ثانية من قبل قسم الاتصال، إذ اقتضى الأمر،⁵ ومن البديهي أن يتطلب الأمر عملا ترجميا هائلا يتقاسمه صنفان من المترجمين:

- 1- المترجمون الدائمون.
- 2- المترجمون المستقلون الذين يتم الاستعانة بهم في حالة الترجمة المتخصصة.

ومن أجل تحديد مهارات المترجم وطريقة استثمارها وتسييرها من أجل خلق الفاعلية والفعالية داخل المؤسسة الإعلامية يقترح الباحثان IBERT Jérôme و LEBTAHI Yannick "إبيرت جيروم" و "ليبتاهي يانيك" في دراسة لهما منشورة في مجلة META تحت عنوان:

Traducteurs dans la société de l'information:

Evolutions et interdépendances

"المترجم داخل المؤسسة الإعلامية: تطورات وتبادلات"، مخططا يضم أقطابا ثلاثة لتطور مهنة المترجم، يؤدي التفاعل بينهما إلى تطوير أساليب مهنة المترجم وفق المتطلبات الجديدة للمؤسسة الإعلامية وهم على التوالي:

- 1- مهارات الترجمة.

- 2- التحكم في الوسائل التقنية.
- 3- التأقلم مع مختلف الأساليب التنظيمية للنشاط.

1- مهارات الترجمة:

لم يعد الأمر متوقفاً على الكفاءة اللسانية وحسب وإنما يتطلب

أيضاً:

- القدرة على البحث التوثيقي والمصطلحاتي إذ "وحده البحث التوثيقي الجدي يمكن من فهم ما نتحدث عنه وكيفية الحديث عنه"⁶.
- التحكم في التكنولوجيات الجديدة الموظفة في النشاط الترجمي مثل اللجوء إلى الموارد التي توفرها شبكة الانترنت وإلى الأقراص المضغوطة المتخصصة للأبحاث التوثيقية والمصطلحاتية.

2- التحكم في الوسائل التقنية:

يمكن التحكم في الوسائل للتقنية للمترجم من:

- حسن استغلال الوسائل التقنية المتوفرة، وامتلاك الأجهزة المعلوماتية المناسبة لكل مترجم (مثل عنوان إلكتروني، إعادة نسخ النصوص على ملف معلوماتي...).
- يمكن التحكم في الأجهزة المعلوماتية المترجم من إنشاء المعاجم التي تعد مصدر تحسين نوعي وكمي لمهارات المترجم.
- يمكن استعمال بعض الموارد المعلوماتية مثل شبكة الانترنت والأقراص المضغوطة كل مترجم من ولوج مجالات كانت حكرًا على المتخصصين حتى الآن.
- يسهل البحث عن المصطلحات التقنية باستعمال شبكة الانترنت التي تمكن بواسطة محركات البحث الولوج السريع إلى المواقع المتخصصة في ميادين دقيقة جدًا حيث توضع للمصطلحات في سياقها (بعكس القواميس و المعاجم العادية).
- الاستعمال المتزايد لهذه الموارد يسمح بتوسيع حدود التخصص في نشاط الترجمة وينمي المنافسة بين المترجم العام والمترجمين المتخصصين⁷.

3- الأساليب التنظيمية:

يتعلق الأمر هنا بتوحيد الموارد الداخلية والخارجية داخل المؤسسة الإعلامية مثل الاستعانة بترجمين خارجيين فضلا عن المترجمين الدائمين الموظفين داخل المؤسسة. وعادة ما يكون المترجمون الخارجيون المستقلون مترجمين متخصصين إما في لغة معينة أو في مجال معين، أو في لغة ومجال معينين، ولا يتم اللجوء إليهم إلا في حالات معينة وانتقائية، ويتمكنون من فرض كفاءاتهم من خلال تخصصهم. بينما يتحلى المترجمون الدائمون بتعدد الكفاءات والتنوع والتحكم في الكفاءات المرتبطة بمتطلبات نشاط المؤسسات التي توظفهم.

كما تقوم الأساليب التنظيمية باستغلال التكنولوجيات الجديدة، فنظام العمل عن بعد بالنسبة للمترجمين المستقلين، يلجأ إلى تبادل المستندات عبر شبكة الانترنت، مما يسهل التواصل معهم ومتابعتهم.

وفي نهاية الأمر، فنحن نلاحظ تغييرا لا نظير له في نشاط المترجم، وهو تغيير ناجم عن تطور تكنولوجيات جديدة داخل المؤسسة الإعلامية، وأصبح المترجم مطالبا بالتأقلم مع دوره الجديد وتطوير مهارات وكفاءات تقنية تتعدى كفاءاته اللسانية تتحد فيها الأقطاب الثلاثة "مهارات الترجمة"، "التحكم في وسائل الإعلام"، "الأساليب التنظيمية"، وتمكن المترجم من الفاعلية في الميدان السمعي بصري والإعلام لأنه يجد نفسه أمام نموذج اقتصادي وتقني في آن واحد، الأمر الذي يدعو إلى التفكير بجدية في تكوين مترجمي المستقبل نحو تمرن يضم التحكم في التكنولوجيات الجديدة، ومعرفة جيدة بتقنيات تسير الموارد، من أجل تحقيق الفاعلية والفعالية داخل المؤسسة الإعلامية.

هوامش:

- 1- عبد المجيد شكري، فن الترجمة الإعلامية في وسائل الاتصال الجماهيري، القاهرة، دار الفكر العربي، 2004، ط1، ص5.
- 2- نفسه، ص 8.
- 3- نفسه، ص 7.
- 4- IBERT Jérôme et LEBTAHI Yannick, Traducteurs dans la société de l'information: Evolutions et interdépendances, Revue META, Volume 49, N2. 2004.
- 5- ينظر المرجع نفسه.
- 6- كريستين دوريو، أسس تدريس الترجمة التقنية، ترجمة: هدى مقتص، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، 2000، ص111.
- 7- ينظر IBERT Jérôme et LEBTAHI Yannick، المرجع نفسه.