

### مجالات تدخل المترجم

#### LES CHAMPS D'INTERVENTION DU TRADUCTEUR

إن مجالات تدخل المترجم عديدة ومتنوعة. وقد أدت إلى عدد من الاختصاصات المأسسة تقريبا: الترجمة القانونية، والترجمة الاقتصادية، والترجمة الطبية، إلخ. وهي مجالات تدخل تقليدية إن جاز التعبير، فالمختصون في هذه المجالات (القانونيون، والاقتصاديون، والأطباء) يلجئون إلى المترجم عندما يحتاجون إليه بصفة مساعد أو معاون لغوي. وهذا مصيره الخدمي، الذي يتم تحقيره في أحيان كثيرة، والذي يتحمل مسؤوليته بشكل عام.

ومع ذلك، هناك مجالات لا يكتفي فيها المترجم بانتظار طلبه، إذ أنه يستقبل حاجات زبائنه، ويخلق أحيانا الحاجة إليه فيكون ضروريا مثل المتخصصين في المجال الذي كان يخدمه قبلا. ويتخلص من مصيره الخدمي، ويتحول بفضل التقنية المكتسبة خلال مسيرته إلى خبير كامل العضوية يتجاوز دورة المجال اللغوي تجاوزا كبيرا. وأقدم هنا بإيجاز ثلاثة مجالات للتدخل، تقدم للمترجمين من الآن فصاعدا هذه الفرصة الوحيدة ليكونوا خبراء حقيقيين.

## (١) الترجمة ووسائط الإعلام

يتدخل المترجم التحريري والمترجم الشفهي أكثر فأكثر في وسائط الإعلام، ولكننا نادرا ما نشاهد ذلك على الشاشة، لأن المترجمين يعملون في الكواليس، وقبل البرامج المذاعة. ويقوم المترجم، إضافة إلى البرامج المنظمة للترجمة الشفهية على الهواء مباشرة، بعدد من المهمات التي تندرج في إطار ما يعرف باسم "الترجمة السمعية-البصرية".

وقد استطاع بعض المترجمين المؤهلين انتزاع مجد لأنفسهم في وسائط الإعلام الرياضية بفضل موهبتهم في إجراء الأحاديث وحسهم المرهف في التواصل متعدد اللغات (Nelson Monfort). وفرض آخرون أنفسهم بصفتهم خبراء في مجال على علاقة مباشرة بترجماتهم السابقة (Guidère 2006).

ولكن الترجمة السمعية-البصرية تعني بالمعنى الأكثر دقة شكلين أكثر شيوعا من تدخل المترجم: الدبلجة *doublage* والترجمة السينمائية أو التلفزيونية *sous-titrage*. تعني الدبلجة الترجمة بتبديل اللغة المسموعة من الشاشة (الشفهي)، في حين أن الترجمة السينمائية أو التلفزيونية تعني الترجمة المكتوبة تحت الصورة على الشاشة (الكتابي).

ينتطوي هذا الشكلان من الترجمة على قيود خاصة تتعلق بالموافقة *synchronisation*: موافقة الصوت مع حركات الشفاه، والنص مع المقاطع الصوتية، وطول الترجمة وإظهارها مع زمن قراءة المشاهد.

ورغم وجود أدوات خاصة للموافقة، فإن الدبلجة، والترجمة السينمائية أو التلفزيونية تبقى أنشطة مكلفة. وتجدر الإشارة مع ذلك إلى أن كلفة الدبلجة تبلغ وسطيا عشرة أضعاف الترجمة السينمائية أو التلفزيونية، الأمر الذي يخفض كثيرا نسبة

الأفلام المدبلجة لصالح المنتجات السينمائية أو التلفزيونية المترجمة، حتى في الدول (ألمانيا، وأسبانيا، وإيطاليا) التي كانت الدبلجة فيها قاعدة حتى أمد قريب. لقد شهدت الترجمة السمعية-البصرية تجديدا ملحوظا مع ازدهار الفيديو والأقراص الفيديوية DVD التي تساعد على انتشار الأفلام والمسلسلات التلفزيونية على الوسيط نفسه، وبعده لغات. وقد كانت الترجمة السينمائية أو التلفزيونية الأكثر استفادة من هذه الابتكارات التكنولوجية، بسبب بساطتها وكلفتها المنخفضة. ويعمل المترجمون انطلاقا من تسجيل فيديوي فيترجمون، وينشرون، ويوافقون كل شيء على "مخاطات عمل" معلوماتية، بحيث يكون المنتج النهائي جاهزا للاستخدام في نهاية الترجمة.

تنطوي الترجمة السمعية-البصرية فيما وراء الجوانب التكنولوجية والعملية للدبلجة والترجمة السينمائية أو التلفزيونية على عدد من الإشكاليات العامة والخاصة. يواجه المترجم فيما يتعلق بالإشكاليات العامة الصعوبات المعروفة في الترجمة من نظام سيميائي إلى نظام سيميائي آخر *intersémiotique*، ألا وهي:

١- ينبغي عليه أن يأخذ بعين الاعتبار قواعد وقيود متعلقة بعدة أنظمة دلالية: النص، الصورة، الصوت، والموسيقى.

٢- ينبغي عليه أيضا أن يأخذ بعين الاعتبار معلومات غير متجانسة تنقلها في وقت واحد عدة أنماط من العلامات: علامات لفظية وغير لفظية، وعلامات مرئية وسمعية.

والحقيقة أن النص في الترجمة السمعية-البصرية متعدد الأنظمة السيميائية، أي أنه يتعلق بالرؤية مثلما يتعلق بالسمع، وأنه ينبغي على المترجم أن يأخذ ذلك بعين الاعتبار، في مرحلة التحليل الأولية ومرحلة النشر النهائية على حد سواء.

## المرجم - الوسيط

يواجه المترجم فيما يخص الإشكاليات الخاصة بالصعوبات المرتبطة بالوساطة السمعية البصرية. نظريا، يصعب تقرير من هو الوسيط الأكثر أهمية في عملية الترجمة: هل هو اللغة التي تنقل الرسالة؟ هل هو الوسيط الإعلامي الذي ينشر النتائج الثقافي؟ هل هو المترجم الذي يكيف البرنامج؟ إن كل وسيط يثير إشكاليات خاصة تعقد إدارة الترجمة السمعية-البصرية.

١- مسألة القيود: تنقسم القيود في مجال الترجمة السمعية-البصرية إلى قيود داخلية (خاصة بإيجاز الدبلجة أو الترجمة السينمائية أو التلفزيونية) وقيود خارجية (خاصة بسياق تلقي الأعمال المدبلجة أو الأعمال السينمائية والتلفزيونية المترجمة). نجد في المجموعة الأولى كل المشكلات التي تتعلق بالمواقنة (على سبيل المثال زمن الإنتاج أو زمن عرض الإجابات)، وفي المجموعة الثانية المعطيات التي ترتبط بالبلد/ و بأجمهور الهدف (معطيات موضوعية وذاتية حول التأثير الذي تتركه الترجمة السينمائية أو التلفزيونية).

٢- مسألة التفضيلات: تتعلق التفضيلات المحلية بالطريقة التي يجب فيها الناس رؤية الأفلام (المدبلجة و المترجمة)، وبعادات اللهو (أنماط الأفلام المدبلجة أو المترجمة)، وبمعرفة اللغات الأجنبية والانفتاح على الثقافات البعيدة (العوامل المسهلة). ويمكن أن تتغير هذه التفضيلات حسب نمط الجمهور المتلقي (أطفال، يافعون، بالغون)، ونوع الفيلم (بوليسي، رومانسي، تاريخي)، والموضوع المعالج (ملتزم، إخباري، مسلي).

٣- مسألة الثقافة: تتعلق الثقافة هنا بجانبين: من جهة، طريقة نقل ظواهر ماثلة على الشاشة إلى الشفهي (إشكالية التكيف بين نظامين سيميائيين)، ومن جهة أخرى طريقة إدراك فيلم مدبلج (إشكالية الترجمة المرئية). وأفضل مثال معبر في هذا الصدد

هو ترجمة العبارات العامية argotiques في فيلم مدبلج أو مترجم: هل ينبغي أن نحافظ على العبارة الأصل؟ هل ينبغي تكييفها مع السياق باستخدام عبارة مختلفة في اللغة الهدف؟ هل ينبغي تفضيل طبيعة العبارة على الشاشة أم تعبيرية الترجمة في التلقي؟ إن ذلك يمثل مأزقا حقيقيا بالنسبة إلى المترجم.

٤- مسألة الأصالة: من المفروض أن ينقل المترجم إلى لغة أخرى العبارات أو المواقف المرئية للممثلين، فإضافة إلى قيد موازنة النص مع حركات الشفاه التي تتطلب من المترجم اللجوء إلى الحذف والاختصار، تتطلب أصالة النسخة المترجمة من الفيلم غالبا تكييف الألفاظ والإحالات مع سياق اللغة الهدف. وتظهر أكثر الإشكاليات شيوعا في حالة الأفلام التي تتمتع ببعد سياسي أو أيديولوجي. وإن خيار تجنيس (أو تدجين domestiquer) مضمون الفيلم يتعلق عامة بالهوية الوطنية والسلوك المحلي المقولب.

وهكذا، يبين آغوست (Agost 1995) على سبيل المثال في دراسته النسخة المدبلجة إلى اللغة الكاتالانية catalan من مسلسل قبلات أولى أن قوة الشعور القومي في كاتالونيا أجبرت الموزعين على تكييف ليس فقط إجابات الممثلين الفرنسيين إلى لغة اليافعين الكاتالانيين، وإنما أيضا على استخدام أسماء شخصيات وأماكن وفرق موسيقية محلية. ولم يبق في نهاية المطاف من المسلسل الفرنسي سوى الجانب المرئي: لقد تم توطينه كليا.

## (٢) الترجمة والتواصل متعدد اللغات

لقد استطاعت الشركات مع عوامة الاقتصاد والتجارة غزو أسواق جديدة، ودخول بلدان جديدة لم تكن تتكلم دائما اللغة نفسها. وقد أدى ذلك بالتدريج، ولكن بشكل مؤكد، إلى زيادة هائلة في حجم الترجمات المنجزة في كل مجالات النشاط

الإنساني. وقد كان التسويق الدولي سباقا في اللجوء إلى الترجمة الإعلانية لنشر رسائله على نطاق واسع في القرية الكونية (Guidère 2000).

وقد زادت حركة التجارة هذه مع ظهور مجتمع المعلومات، وانتشار أدوات التواصل، لاسيما منذ الثورة التي تمثلها شبكة الإنترنت. وقد أصبحت هذه الشبكة، بوصفها وسيطا إعلاميا فائقا hypermédia، ناقلا مريحا لكل أنماط الوسائط الإعلامية الأخرى (الصحافة، والإذاعة، والتلفزيون، والفيديو، والأغنية، والسينما). ولم تفوت الشركات والمؤسسات الدولية هذه الإمكانيات الاستثنائية، وسارعت إلى تطوير ساعاتها وخدماتها فوضعت على الإنترنت كما هائلا من المعلومات والبيانات المختلفة حول جميع أنماط المواضيع. وأخيرا، لا يمكن في هذا الإطار إهمال امتلاك المواطن الإنترنت لأن منتجي المعلومات وجدوا أنفسهم بين عشية وضحاها في اتصال مباشر مع المتلقين النهائيين للتواصل، وذلك بأقل تكلفة. وقد ساهم كثير من المترجمين في هذا الاتجاه العام فترجموا إلى اللغة الأجنبية ملايين الوثائق الموجهة إلى البلدان الأخرى.

لقد دخل المترجم أيضا بفضل الإنترنت عالم التواصل الافتراضي والمتعدد اللغات على مستوى واحد. ويمكن إدراك انتقال وضعه من مجرد مترجم إلى تواصل حقيقي من خلال نشاط جديد يشارك فيه مشاركة فعالة أكثر فأكثر: توطين مواقع الويب.

إن التوطن localisation، وهو المعادل للمصطلح الإنجليزي localization، يشير إلى ترجمة المنتجات والخدمات وتكييفها الإجمالي مع مكان locus (في اللاتينية: مكان، إقليم، بلد، قارة). وهذه الخصوصية الجديدة نسيبا بالنسبة إلى المترجمين تشهد ازدهارا ملحوظا منذ تحرير المبادلات التجارية، وتعميم استخدام الإنترنت

(Archibald 2000). وقد دخل التوطين معظم برامج تأهيل المترجمين في العالم (انظر من جملة برامج أخرى مدرسة الترجمة التحريرية والترجمة الشفهية ETI في جنيف، والمدرسة العليا للترجمة الشفهية والترجمة التحريرية في باريس ESIT). وتشمل مختلف المهام التي تتميز كلها عن الترجمة "التقليدية" من خلال اللجوء إلى التكنولوجيا، ودمج الأدوات المعلوماتية والمعلوماتية التصويرية *infographique*، قبليا وبعديا، في الممارسة المهنية. ويشرح بيم Pym في كتاب *النص المحرك The Moving text* (Pym 2000) مداخل هذا التفاعل بين الترجمة والتوطين ومخارجه، وكذا الأسس النظرية لهذا النشاط الجديد.

إن توطين موقع ويب يتضمن ترجمة وتكييف المضمون الإخباري، والصور، والأيقونات، والتصاميم *formats* وفق ثقافة معينة. وينبغي ترجمة كل المضمون النصي بدقة إلى اللغة المحلية. وينبغي أحيانا تعديل العديد من مكونات الموقع، مثل تعديل التاريخ، والساعة، أو العملة التي تتغير من بلد لآخر (كما هي الحال بالنسبة إلى منطقة اليورو أو الدولار)، وعكس تنسيق الصفحة (من اليمين إلى اليسار، على سبيل المثال، بالنسبة إلى اللغة العربية أو اللغة العبرية)، والعناوين، وأرقام هواتف الموزعين في البلد المضيف، وحذف الأيقونات أو الصور التي لا تناسب الثقافة الهدف، وإضافة روابط جديدة مع المضمون الإخباري في اللغة المعنية. ويشرح إيسلنك Esselink في كتابه *الدليل العملي للتوطين Practical Guide to Localization* (Esselink 2000) بالتفصيل مراحل توطين البرمجيات وتقنياتها. وقد استمر تطور هذه المراحل والتقنيات فساهمت بذلك في ظهور نوع جديد من المترجمين.

#### المترجم - العامل في مجال التوطين

ينبغي عدم بحس أهمية نشاط المترجم العامل في مجال التوطين *localisateur* سواء على مستوى كم المواقع التي يعالجها أم على مستوى الوظيفة الاقتصادية والاجتماعية.

تساعد مواقع الويب في الحقيقة المستخدمين على الاطلاع على منتجات شركة أو خدماتها: إن موقع ويب تم توطينه هو إذن وسيلة ناجعة للتأثير في زبائن محتملين في السوق العالمية. وقد بينت دراسات عديدة أنه عندما يتصفح مستخدمو الويب موقعا حرر بلغتهم، فإن احتمال الشراء يصل إلى ثلاثة أضعاف، وإن اهتمامهم بالموقع يزداد بالقدر نفسه (إدراجه ضمن المواقع المفضلة).

ومن هنا جاء الطابع الإستراتيجي لعمل المترجم في مجال التوطين. فتدخله يتعلق بكل جوانب التواصل الافتراضي: التقنية، واللغوية، والثقافية. ويشمل ذلك على وجه الخصوص المهمات التالية: ترجمة المضمون الأيقوني، والمراجعة أو التكيف الثقافي للنص، وتعديل التصميم (الترقيم العشري، ووحدات القياس)، وتحويل الروابط الأصلية والتسيير routage إلى العنوان الجديد المناسب، وعرض الحروف الطباعية، وحل المشكلات المرتبطة بالحروف الطباعية ثنائية الثمانية à deux octets، ومراجعة تنسيق الصفحة، وعكس القوائم بالنسبة إلى اللغات التي تتم قراءتها من اليمين إلى اليسار، وتنضيد النص على الرسوم البيانية، وترجمة نص الرسوم البيانية على الصور، وتحليل الأيقونات وفحصها بهدف تحديد المشكلات الثقافية الممكنة، ومراجعة المعلومات المحلية وتعديل أرقام الهواتف وعناوين الاتصال، وتوطين صور النص، وفحص الموقع، والتحقق من عرض المحتوى في كل المتصفحات navigateurs، وفحص الروابط ووظائفها مع كل عناوين الموقع ونسخه، ومراجعة المضمون الإخباري وتحديثه.

ينبغي على المترجم العامل في مجال التوطين لإلحجاز مختلف هذه المهمات أن يكون ماهرا في عدد من الكفاءات التقنية، لا سيما لغات البرمجة (C++, HTML, SGML)، على النسخ الدارجة من المتصفحات وأنظمة التشغيل؛ (Java, Javacript، إلخ.) على النسخ الدارجة من المتصفحات وأنظمة التشغيل؛

لأن الأمر يتعلق بعمل يتطلب تضامراً كفاءة ترجمة وخبرة تقنية في إدارة المشاريع المعلوماتية.

يضع غوادك Gouadec في مقال مخصص للإشكاليات الجديدة في التأهيل على التوطين قائمة بالمراحل التي ينبغي إتقانها لإنجاز توطين موقع ويب بلغة أخرى انطلاقاً من موقع موجود. ينبغي على وجه الخصوص إجادة استخدام برمجيات تحميل بيانات المواقع aspirateurs de sites، واللغات المعلوماتية، ومساحات المستندات، وتصاميم formats الملفات المستخدمة على الإنترنت، إلخ.

وإذا ما تجاوزنا الجانب التقني بالمعنى الدقيق، فإن الأمر الأكثر أهمية يكمن في البعد التواصلية لمواقع الويب. والحقيقة أن هذه المواقع تشكل عملياً واجهة ترويجية للشركات أو العلامات التجارية. وقد أصبحت شبكة الإنترنت في الواقع المجال المفضل للإعلان الافتراضي. ويندرج التوطين من جراء ذلك في إطار أشمل، ألا وهو التواصل متعدد اللغات ذو الطابع التجاري، وينبغي - نتيجة لذلك - على المترجم العامل في مجال التوطين أن يتعامل مع هذه المواقع على أنها إعلانات دعائية حقيقية متعددة الوسائط، لأنها تتضمن نصاً وصورة وصوتاً لهدف ترويجي.

والحال أنه ينبغي، لكي نتمكن من توطين رسالة دعائية، أن نمتلك عدداً من المعارف الدقيقة في مجال التواصل الافتراضي، وأن نتقن استخدام عدد من أدوات المعلوماتية التصويرية والمعلوماتية. والحقيقة أن المترجم التقليدي مضطر اليوم، بسبب تطور هذا السوق، إلى تكييف ممارسته وتطوير تأهيله الأولي؛ لأن التوطين التواصلية نشاط متطلب على كل المستويات، ولأن هذا التطلب يقابله أجر مرتفع بالنسبة لمن يجيد التفاوض بشأن كفاءته ومهارته.

وأما بالنسبة للمترجمين "القديماً"، فإن مجمل الكفاءات التقنية التي ينبغي عليهم أن يجهروا فيها تتطلب إعادة تأهيل جديدة، إن لم يكن تأهيلاً خاصاً ومكثفاً

يتطلب وقتا واستثمارا، ولكنه مثمر فيما بعد، لاسيما في سوق قليلة التنافس وفي تطور دال؛ لأن المهارة في أسرار التوطين التقنية لا تكفي، إذ ينبغي امتلاك معارف معمقة في مجال الترجمة من نظام سيميائي لآخر للنجاح في النقل شكلا ومضمونا (Guidère 2004).

وهكذا، يشكل التواصل متعدد اللغات بجميع أشكاله (الكراسات، ومواقع الويب، والإعلانات، إلخ) انفتاحا غير عادي بالنسبة للمترجمين، بشرط أن يتحملوا مسؤولية تأهيلهم وأن يحسنوا تكوين خبرة خاصة بهم. وإن الأدوات التقنية التي تساعد على اكتساب هذه الخبرة وعلى العمل باستقلال تام متوفرة. فقد جعلت هذه الأدوات في بضع سنوات من سرعة عمل المترجمين العاملين في مجال التوطين وسهولته أمرا محيرا مقارنة بالصعوبات وبالخطوات الأولى المترددة. ويبقى الآن تقويم هذه المهارة التكنولوجية والتواصلية بهدف تطوير التأهيل الأكاديمي والبحث العلمي المناسب في علم الترجمة.

### (٣) الترجمة والرصد متعدد اللغات

"الرصد متعدد اللغات" عبارة نوعية تشمل عدة أنماط من الرصد الخاص مثل الرصد التكنولوجي، والرصد العلمي أو الرصد القانوني. ويلجأ الرصد إلى تقنيات البحث التوثيقي ومعالجة المعلومات بعدة لغات.

يعتبر الرصد "إستراتيجية" تساعد الشركة أو المؤسسة المعنية على متابعة محيطها المعولم بهدف اتخاذ القرارات المناسبة والتصرف بطريقة محددة لتحقيق أهدافها.

إن المترجم الذي بقي ردحا طويلا من الزمن منصرفا إلى نشاطه اللغوي مطلوب أكثر فأكثر للتدخل قبل عملية الترجمة بهدف المشاركة في النشاطات البحثية وانتقاء المعلومات الملائمة للترجمة. وهكذا يمهر المترجم في أصل نشاطه وهدفه في آن واحد.

يقوم المترجم في الواقع بدور رئيس في نشاطات الرصد، قبل وبعد عملية البحث التوثيقي ومعالجة المعلومات في إطار منظور متعدد اللغات. ومن هنا جاءت أهمية التأمل في هذه الإشكالية الجديدة.

ينبغي من جهة تصور العلاقة بين الترجمة والرصد الإستراتيجي في السياق الحالي للعودة الاقتصادية ولتعميم وسائل الإعلام والتواصل. ويوضح الرصد متعدد اللغات بعض التوجهات الواعدة للمهنة في مجال الترجمة العامة والمتخصصة.

ويشكل البحث التوثيقي من جهة أخرى جانبا جوهريا في نشاط المترجمين في هذا الإطار. ولكن تنوع الممارسات في مجال الرصد متعدد اللغات يستدعي ضبط هذه الآفاق الجديدة التي تفتح تدريجيا أمام المترجمين من أجل تقويم مهنتهم.

وينبغي لإدراك هذه التحديات الجديدة تقديم بعض التوضيحات التعريفية. يتميز الرصد في الحقيقة عن التوثيق بطابعه المنهجي. ويتميز الرصد الإستراتيجي عن الوظيفة الإعلامية في الشركة بطابعه القراري. وأخيرا، يتميز الرصد متعدد اللغات عن البحث أحادي اللغة بالتعدد اللغوي للمصادر والوسائط الإعلامية.

ينطبق التمييز النوعي الثلاثي هذا (الرصد، والرصد الإستراتيجي، والرصد متعدد اللغات) على مختلف مجالات النشاط، فالمجالات الرئيسة للنشاط الاجتماعي ممثلة تمثيلا جيدا: هناك من جملة مجالات أخرى السياسة، والتشريع، والتقانة، والاقتصاد، والبيئة. يعني ذلك أن المترجم - حتى مترجم النصوص العامة - يمكن أن يجد مكانا له في هذا التصور الجديد. وينبغي فقط التفكير قبل ذلك في مسألة علاقته النوعية بهذه المجالات: هل للمترجمين مكان فعليا في هذا النشاط؟ وهل يتعلق الأمر ببساطة ببعض الأفراد المميزين، و"حالات" نجحت في إقناع أرباب العمل بأن لديهم كفاءة "غير لغوية"، غير متوفرة لدى المترجمين الآخرين؟ وما إسهام المترجم في مجال

الرصد؟ وما الذي يجعل مساهمته مفيدة؟ والإضافة التي يمثلها بالنسبة للشركة أو المؤسسة التي تكلفه بالرصد؟ الأسئلة بلا ريب عديدة، والأمثلة التوضيحية أيضا. أذكر فيما يلي، توضيحا لما سبق عرضه، بعض الأمثلة على نشاطات الرصد التي يقوم بها حاليا مترجمون متخصصون، في مختلف المؤسسات الحكومية والأهلية. إن مترجما يتابع التطور التقني المثبت ببراءات الاختراع المسجلة في لغات أخرى غير لغته يعمل راصدا تكنولوجيا وراصدا للبراءات في آن واحد، لاسيما إذا اقتصر عمله على براءات الاختراع المسجلة. فحتى لو كانت هناك معاهد دولية من أجل حماية الملكية الفكرية (الهيئة العالمية للملكية الفكرية OMPI)<sup>(١)</sup>، وأخرى من أجل تحديد المقاييس (ISO)<sup>(٢)</sup>، فإن معظم المعلومات المتعلقة بالابتكارات والاختراعات متوفرة باللغات القومية (على سبيل المثال المعهد الوطني للملكية الصناعية INPI في فرنسا)<sup>(٣)</sup>. ومن هنا جاءت أهمية رصد براءات الاختراع بعدة لغات، لاسيما بالنسبة إلى الصناعات التي تستهدف عدة أسواق.

إنه لمن الضروري، في الشركات حيث تكون القيمة التكنولوجية أساسية، اللجوء إلى الرصد متعدد اللغات، على الأقل لمعرفة حالة تطور المنافسة (الرصد التنافسي) أو أيضا متابعة التغيرات في القوانين المتعلقة بمجال النشاط (رصد القوانين) في الدول التي تهتم الشركات.

وأما في القطاعات المرتبطة بالإعلام الدولي، فإننا نعلم أن مترجمين يقرؤون يوميا الصحافة الأجنبية، ويقدمون عرضا شاملا باللغة الفرنسية لمختلف المسئولين السياسيين والاقتصاديين: إنهم يقومون برصد اجتماعي سياسي.

(١) (Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle) في سويسرا، المترجم.

(٢) (International Standards Organization) في سويسرا، المترجم.

(٣) (Institut national de la propriété industrielle). المترجم.

ويفحص مترجمون آخرون متخصصون يوميا كل ما ينشر أو يذاع باللغة الأجنبية في وسائل إعلام بلد معين أو منطقة من العالم، لتابعة الوضع في هذا البلد أو هذه المنطقة: إنهم يقومون برصد جغرافي سياسي. هذه هي على سبيل المثال الحالة في وزارة الشؤون الخارجية الفرنسية (في إدارة الشؤون الإستراتيجية (DAS)<sup>(٤)</sup> أو أيضا في وزارة الدفاع (بالنسبة إلى الجماعات المسلحة والمتمردة في العالم).

ويبحث مترجمون، في بعض الوزارات (على سبيل المثال في وزارة المالية) في الرسائل الرسمية والبيات الصحفية المنشورة بعدة لغات طوال اليوم، عن الموضوعات الخاصة التي تهتم أصحاب القرار في المصارف والمؤسسات المالية (على سبيل المثال تطور الأسعار، والتحقيقات حول الاستهلاك أو العقارات في مختلف الدول، إلخ). إنهم يقدمون عرضا شاملا للمعلومات التي جمعوها باللغة الأجنبية ويترجمونها فيكونون بذلك العامل الرئيس في الرصد المؤسستي الذي لا جدل في فائدته.

إن مثل هذا الرصد يتم في معظم المؤسسات الوطنية والمؤسسات التي تتمتع بنفوذ دولي، مثل المنظمات الحكومية والبيحكومية (صندوق النقد الدولي FMI<sup>(٥)</sup>)، ومنظمة التجارة العالمية OMC<sup>(٦)</sup>، ومنظمة الصحة العالمية OMS<sup>(٧)</sup>، ومنظمة حلف شمال الأطلسي OTAN<sup>(٨)</sup>، والاتحاد الأوروبي UE<sup>(٩)</sup>. وهكذا، هناك في إطار منظمة الصحة العالمية رصد صحي وطبي حقيقي يقوم على متابعة كل ما ينشر أو يذاع

(٤) (Direction des Affaires Stratégiques). المترجم.

(٥) (Fonds Monétaire International) ومقره في الولايات المتحدة الأمريكية. المترجم.

(٦) (Organisation Mondiale du Commerce). المترجم.

(٧) (Organisation Mondiale de la Santé) ومقرها في سويسرا.

(٨) (Organisation du Traité de l'Atlantique Nord) ومقرها في بلجيكا. المترجم.

(٩) (L'Union Européenne). المترجم.

بخصوص الجائحات (مثل أنفلونزا الطيور *grippe aviaire*) أو أيضا السلوك الخطر (المخدرات، والإيدز أو مرض نقص المناعة المكتسب SIDA<sup>(١٠)</sup>، إلخ.) في مختلف مناطق العالم.

وأما في إطار المنظمات غير الحكومية مثل منظمة السلام الأخضر *Greenpeace*، فيتعلق الأمر بشكل أخص برصد بيئي يشارك فيه مشاركة فعالة مترجمون يتكلمون لغات مختلفة، في كل مناطق العالم تقريبا. فحالة منظمة العفو الدولية *Amnesty International* في غاية الأهمية أيضا، لأن الأمر يتعلق برصد متعدد اللغات يقوم على احترام حقوق الإنسان. ففي إطار هذا الرصد السياسي، يعتبر إسهام المترجمين مميزا لأنه يقدم كل الضمانات الضرورية للقيام بالمهمة على أكمل وجه (اللغة، والثقافة، والأخلاقيات).

إجمالا، لقد أصبح الرصد متعدد اللغات ضرورة بالنسبة إلى الشركات وإلى عدد كبير من المؤسسات. ينتقل المترجم في الرصد الإستراتيجي من طرف لآخر في السلسلة التواصلية: إنه يعود في بحثه عن المعلومات الملائمة للترجمة إلى أصول مهنته فيختار شخصا النص الأصل، ويقرر المضمون المناسب الذي ينبغي وضعه تحت تصرف أصحاب القرار والمتلقين في اللغة الهدف.

إن إسهام المترجم في مجال الرصد إسهام مضاعف: إسهام لغوي من جهة؛ لأن المترجم هو الفاعل الوحيد الكفء حقيقة وحقا لاستكشاف الوثائق باللغة الأجنبية وتحليلها واختيارها، وإسهام منهجي من جهة أخرى؛ لأن المترجم هو أفضل من يطبق إجراءات البحث متعدد اللغات والتحليل المقارن للخطاب على المعطيات المستكشفة.

يشكل الرصد متعدد اللغات صفة تؤهل المترجم للقيام بدوره. ولا جرم أن المترجم يمكن أن يمارس الرصد بلغة واحدة (لغته الأم)، ولكنه لا يلجأ في هذه الحالة

(١٠) (Syndrome d'Immuno Déficitaire Aquis أو Syndrome d'Immunodéficience Aquis). المترجم.

إلى كفاءاته الترجمية. وفضلا عن ذلك، يفقد الرصد أحادي اللغة ملاءمته في القرية العالمية التي نعيش فيها اليوم. وإنه لمن النادر أن تكون المعلومات التي يتم جمعها في لغة واحدة كافية للإجابة عن الأسئلة العملية التي تطرحها الشركات والمؤسسات لمواجهة العولمة.

توضح التجربة، حتى في الشركات الأمريكية، أنه من المفيد القيام بالرصد بلغات أخرى غير اللغة الإنجليزية. إن مقالا صحفيا ناقدا، منشورا باللغة الصينية، وخصوصا بشركة غربية، يمكن أن يكلف كثيرا بعبارات الصورة الممتازة للشركة والأضرار الاقتصادية. وبالمثل، إن معرفة حالة الرأي العام الياباني المتعلق بمنتج أوروبي جديد عامل نجاح لا يمكن إهماله. وفضلا عن ذلك، ينبغي أن يكون المسئول عن الرصد في الشركة قادرا على الحصول على المعلومات في لغة السوق الهدف.

#### المترجم - الراصد

يبدو المترجم-الراصد لغويا من نوع جديد يتمتع بكفاءات مؤكدة بعدة لغات، ولكنه لغوي يمتلك في الوقت نفسه كفاءة متداخلة المجالات العلمية تدمج معرفة عميقة في مجال أو عدة مجالات اختصاص تشكل موضوع نشاطه الملموس في مجال الرصد. ويشبه الرصد متعدد اللغات في الممارسة المهنية الترجمة المتخصصة، ولكن المترجم يتحكم في مداخل نشاطه ومخارجها؛ لأن هذا النمط من الترجمة المتخصصة يتلاءم دائما مع جانب تحليلي يميز "المترجم-الراصد" من المترجم "التقليدي".

يشكل التحليل في الواقع جزءا أساسيا في عملية الرصد التي يجريها المترجم. ينبغي على المترجم بداية أن يحلل الوثائق باللغة الأجنبية لتقويم ملاءمتها وأهميتها بالنسبة للمؤسسة أو للشركة الأمرة به. وينبغي عليه بعد ذلك أن يحلل السياق الخاص بهذه المؤسسة (أو الشركة) لانتقاء نتائج البحث التوثيقي الأنسب لحاجاته. وينبغي عليه أخيرا تحليل مضمون الوثائق التي تم انتقاؤها لاستخلاص المعلومات المفيدة لاتخاذ

القرار: بعبارة أخرى، الجانب التوثيقي الذي ينبغي ترجمته كلياً أو جزئياً ( Guidère )  
(2008).

وهكذا نميز، في ممارسة الرصد متعدد اللغات، ثلاث مراحل رئيسية: مرحلة البحث التوثيقي بالمعنى الدقيق، ومرحلة انتقاء الوثائق الأجنبية الملائمة للرصد، ومرحلة الترجمة - الكلية أو الجزئية - للوثائق التي تم انتقاؤها.

يعمل المترجم - الراصد خلال المراحل الثلاث (البحث، والانتقاء، والترجمة) بوصفه خبيراً حقيقياً في المجال يمتلك، فضلاً عن ذلك، كفاءة متعددة اللغات، وميزة التعود على تحليل الخطاب. المقصود بكلمة خبير المترجم الذي يتحول إلى متخصص في التسويق، القوانين، البيئة، السياسة أو الاقتصاد. ولا يتعلق الأمر بمجرد ثقافة عامة ينبغي وضعها تحت تصرف المتخصصين "الحقيقيين". إنه يستطيع، باعتباره مكلفاً بالرصد، ترجمة معلومات فريدة لأنها ليست متوفرة إلا باللغة الأجنبية (بالصينية، واليابانية، والروسية، والعربية، إلخ). وتشكل معرفته باللغة الأجنبية سمته المميزة بالنسبة إلى المتخصصين الآخرين. فالمترجم يصبح غالباً، على توالي الأيام والخبرة المكتسبة، الخبير متعدد اللغات الوحيد في محيطه المهني. إن هذا التميز اللغوي يضاف، في حالات كثيرة، إلى كفاءة الحوار بين الثقافات التي يتصف بها المترجم، أو على الأقل، التي من المفترض أن تشكل جزءاً من معارفه المهنية. ويتطلب الرصد، في العديد من المجالات، معرفة دقيقة ليس فقط في اللغة الهدف، وإنما أيضاً في الثقافة المحلية المستهدفة. إن أكثر الحالات وضوحاً هي حالات الرصد الجغرافي السياسي والرصد المجتمعي. وإنه لمن الواضح في مثل هذه الحالات أن المعرفة العميقة بالثقافات المحلية والعادات الاجتماعية تشكل عوناً ثميناً للمترجم في أثناء عمل الرصد. إنه يحسن أكثر من غيره اكتشاف المعلومات الملائمة في لغات عمله بالسرعة والفعالية المطلوبتين.

إن حقيقة أن المترجم يفكر مباشرة انطلاقاً من المعلومة المتوفرة باللغة الأجنبية تجعل منه على الفور متخصصاً متميزاً عن الشخص الذي يعرف لغات أجنبية، ليس فقط بكفاءاته الترجمية والثقافية وإنما أيضاً بإجادة تقنيات البحث والتحليل الوثائقي بعدة لغات. إنه مفيد للمؤسسة ليس فقط بوصفه مجرد مترجم وإنما أيضاً بصفته راصداً متعدد اللغات. وإن رأيه مطلوب ليس بسبب معارفه اللغوية وإنما بالأحرى بسبب كفاءته الإستراتيجية التي اكتسبها باتصاله بالخارج. وقد تحول في فترة قصيرة من مجرد مساعد لغوي إلى خبير حقيقي (Guidère 2007).

والواقع أن دخول المترجم مجال الرصد أعاد له وضعه السابق والمفضل: لقد أصبح من جديد مستشاراً. وهكذا، لم يكن المترجم في عصر التراجمة (تراجمة المشرق) يترجم، بل كان يقدم المشورة للعاهل، ويساعده في اتخاذ القرار السياسي. فالمترجم يستعيد الآن بفضل الرصد متعدد اللغات النفوذ المهم الذي فقده بسبب ظهور التخصص واستخدام الترجمة أداة.

#### (٤) تبين الوضع

لم يعد المترجم مجرد صانع للنص، فقد تابع تخصصه (الترجمة القانونية، والترجمة الاقتصادية، والترجمة الطبية، والترجمة الإعلانية، إلخ.)، واستفاد فضلاً عن ذلك، من الثورة المعلوماتية لتنوع مجالات تدخله، وأول هذه المجالات المحددة - رغم أنه أكثر قدماً زمنياً- الترجمة السمعية البصرية التي تضم بشكل جوهري الدبلجة والترجمة السينمائية أو التلفزيونية. ويزداد اللجوء للمترجم أكثر فأكثر بسبب كفاءاته اللغوية والثقافية مع نمو وسائط الإعلام الدولية. فقد أصبح "وسيطاً" بكل ما تحمله الكلمة من معنى.

إن هذه المشاركة الفعالة في المجال الإعلامي جعلت المترجم يدخل مجال التواصل بسهولة، ولكن مجال تدخله المفضل هو التواصل متعدد اللغات، وهو مجال شهد نمواً سريعاً بفضل الإنترنت، والتعدد المدهش للبوابات الإلكترونية، والمواقع الافتراضية الأخرى في معظم اللغات. وقد قاد ذلك إلى تحول المترجم إلى مجال التوطين حيث يتم تكليفه بالتكييف التقني، واللغوي، والثقافي لمواقع الويب في كل مناطق العالم تقريباً. إن تطور المهارة التكنولوجية هذه يسير جنباً إلى جنب مع تغير في وجهة النظر المتعلقة بطبيعة التدخل. فلم يعد عمل المترجم في الاقتصاد المعولم الذي تهيمن عليه المعلوماتية يقتصر على مهمات النقل اللغوي. وقد خرج من محمته اللغوية ليستثمر في مجالات أكثر تلاؤماً مع البحث التوثيقي. لقد كان وراء ظهور المترجم-الراصد حاجة الشركات والمؤسسات الماسة اليوم للإصغاء لمحيطها المعولم من خلال إجراء رصد بعدة لغات.

ويبقى على المترجم في السباق على دمج وسائط الإعلام والمهارة الإعلامية الاستثمار في مجال الترجمة عن بعد *télé-traduction*. فالمرحلة القادمة، بعد تحلي المترجم عن المقرأ وجلوسه أمام حاسوبه، هي مرحلة المهاتفة والمهاتفة التلفزيونية متعدداً اللغات. وقد نشهد من جديد تلاشي الحدود المصطنعة بين المترجم التحريري والمترجم الشفهي التي تكونت في القرن العشرين.

### (٥) من أجل التعمق في الموضوع

- حول المترجم التواصلية :
- Hatim B. and Mason I. (1997), *The Translator as communicator*, London/ New York: Longman.
- حول المعلوماتية في التأهيل :
- Gouadec D. (2000), *L'informatique: outil pédagogique dans la formation des traducteurs*, Actes du colloque International sur la formation des traducteurs, Rennes.

- حول التوطين بعامة :
- Pym A. (2004), *The Moving Text, translation, and distribution*, Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins.
- حول الترجمة الإعلانية :
- Guidère M. (2000), *Publicité et traduction*, Paris: L'Hartman.
- حول الرصد متعدد اللغات :
- Guidère M. (2008), *Traduction et veille stratégique multilingue* (coll.), Paris: Le Manuscrit.

### (٦) اختبار معارفك

- (أ) ما دور المترجم في الدبلجة وفي الترجمة السينمائية والتلفزيونية؟
- (ب) هل يتطلب المجال الإعلامي كفاءات ترجمة خاصة؟
- (ج) إلى أي حد يمكن أن نطلق على المترجم صفة خبير في التواصل؟
- (د) اشرح مشاركة الترجمة بالمعنى الدقيق في توطين مواقع الويب.
- (هـ) اشرح دور المترجم في الرصد متعدد اللغات.
- (و) إلى أي حد يمكن أن نترجم من دون الاستعانة بعلم الترجمة؟