

الصحافة والترجمة: الممارسات والاستراتيجيات والقيم في وكالات الأخبار

Journalism and Translation: Practices, Strategies, and Values in News Agencies

د. نادية بولقدام، أستاذة محاضرة أ

جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان-الجزائر

nadia.boulakdem@univ-tlemcen.dz

Received 19/05/2021

Accepted 06/06/2021

Published 10/07/2021

الملخص

إن المعلومات التي تنتقل بين الثقافات من خلال وكالات الأخبار لا يتم ترجمتها فقط بالمعنى بين اللغات بل يتم إعادة تشكيلها وتحريرها وتولييفها وتحويلها لاستهلاك مجموعة جديدة من القراء. يبدو أنه في عالم الإعلام العالمي، يتم تحدي تعريف الترجمة وقد تم إعادة صياغة حدود ما يمكن أن نطلق عليه الترجمة. من خلال التحقيق في آليات ترجمة الأخبار، نسعى من خلال ورقتنا البحثية إلى جمع عدد من الأسس المقترحة من طرف أكبر المفكرين في هذا المجال. فقد وُجد اليوم ما يسمى باستراتيجيات الاتصال العالمية، فدراسات العولمة والدراسات الإعلامية وعلم الاجتماع والترجمة لها مجالات شاسعة ذات اهتمام مشترك، ومع ذلك لم تبدأ إلا مؤخراً في مشاركة تلك الاهتمامات المشتركة. يرتبط السؤال عن تدفقات المعلومات العالمية بالطرق التي تبني بها وسائل الإعلام القصص الإخبارية، وغالباً ما ينطوي نقل هذه القصص على الانتقال ليس فقط عبر الفضاء ولكن أيضاً عبر الحدود اللغوية والثقافية، وهنا يحدث التصادم بين الإعلام الدولي والترجمة.

الكلمات الدالة: الصحافة، الإعلام الدولي، الترجمة

Abstract :

Information transmitted between cultures through news agencies, are not only translated in meaning between languages, but are also reconfigured, edited, synthesized and transformed for the consumption of a new group of readers. In the world of global media, the definition of translation is being challenged and the boundaries of what we might call translation have been reformulated. By investigating mechanisms of news translation, we seek through our research paper to collect a number of foundations proposed by many greatest thinkers in this field. Today, the so-called global communication strategies, does exist. Studies of globalization, media studies, sociology and translation have vast areas of common interest. The question of global information flows is related to the ways in which the media build news stories, and the transmission of these later often involves moving, not only across space, but also across linguistic and cultural boundaries, which makes the collision between international media and translation, occurs.

Key words: Journalism, international media, translation.

1. مقدمة:

أصبح يجمع الإنساني في القرن الواحد والعشرين نظام عالمي أحادي القطب ألم بكل المجالات والميادين والقطاعات، مما أعاد أهمية الترجمة إلى الواجهة، ما أسال الكثير من الحبر في مسار دراسات شملت الترجمة وأخرى شملت العولمة. لقد توسع كلاهما بشكل كبير في القرن الحادي والعشرين ، في عصر أصبحت فيه الاتصالات بين الثقافات ذات أهمية متزايدة ، ولكنها تطورت على طول المسارات المتوازية ، حيث غالبًا ما يكون الباحثون في كل مجال غير مدركين لمدى ارتباط عملهم بشكل وثيق. سارعت دراسات الترجمة إلى التركيز على المناقشات حول طبيعة التكافؤ اللغوي ، ومشكلات عدم قابلية الترجمة والعلاقة المعقدة بين اللغة والثقافة ، في حين أن أبحاث العولمة ، ربما بشكل مفاجئ ، تميل إلى تجاهل قضايا اللغة حتى أثناء توسيع نطاق البحث في جوانب أخرى من الاتصال والتبادل العالمي. جزء من التفسيرات ، بالطبع ، في البدايات اللغوية لأحدهما والبدايات الاجتماعية للآخر ، ولكن مع توسع المجالين واستخدامهما أحيانًا نفس الجهاز النظري في تحليلاتهما ، مثل عمل "بندريكت أندرسون" ، ومن ثم فقد حان الوقت لجمع خيوط بحثية متنوعة معًا في مناقشة مجال له آثار كبيرة على كل من العولمة والترجمة: إنه النقل الدولي للأخبار ، ما نتج عنه دراسات غاية في الأهمية توضح الطرق التي تستخدمها وكالات الأنباء ، هذه الأخيرة التي يمكن القول إنها أقوى المنظمات في مجال الأخبار العالمية. سوف نحاول في هذا المقام تسليط الضوء على تطور هذه المنظمات تاريخيًا وكيف يتصورون الترجمة ويستخدمونها في إطار عالمي. في الوقت نفسه، إضافة إلى توضيح مجموعة العمليات شديدة التعقيد التي تدعم النقل بين اللغات والأخبار ، والعمليات التي تثير تساؤلات مهمة حول حدود الترجمة نفسها. بينما المفهوم المقبول للترجمة هو أنها لغة لغوية. الفعل الذي يتضمن نقل مادة من لغة إلى أخرى، وما يظهر عندما نبدأ في النظر في الطرق التي تُترجم بها الأخبار نستوضح أن الترجمة هي أكثر من ذلك بكثير. عندما يتحدث الصحفيون عن الترجمة ، فإنهم يميلون إلى التفكير فيما قد يسميه الآخرون "الترجمة الحرفية" ، وكما سيظهر ، فإن بعض الآراء التي عبر عنها الأشخاص الذين يفضلون تسمية أنفسهم "الصحافيون الدوليون" عوض المترجمين تكشف أن الطريقة التي يتصورون بها الترجمة مختلفة تمامًا عن الطريقة التي يتصورها اللغويون.

2.. مفهوم الترجمة الصحفية

الترجمة الصحفية، وتدعى أيضا الترجمة الإعلامية. هي ذلك النوع من الترجمة المستخدمة بشكل خاص في الصحف. وتنصب على ترجمة الأخبار على اختلاف أنواعها، سواء السياسية أو الاقتصادية أو الفنية أو العلمية أو الرياضية من اللغة الأصلية (المترجم منها) إلى اللغة المُستهدفة (المترجم إليها)، مع اختلاف اللغات. كما أنها تعد مجال بحث جديد إلى حد ما في الدراسات

الترجمية. فقد تم إجراء أول بحث حول الترجمة الصحفية في منتصف العقد الأول من القرن العشرين، لكن الترجمات بدأت تظهر في الصحف في وقت مبكر من القرن السابع عشر (Valdeón, 2015).

مع استكمال ترسيخ العولمة كنظام عالمي موحد، أصبحت وسائل الإعلام والترجمة تخصصان لا يمكن الفصل بينهما، فقد أصبحا يؤديان دوراً لا غنى عنه في عملية نقل الأخبار على الصعيد الدولي. فلم تعد مهمتهما مقتصرة على نقل المعلومات إلى القارئ فحسب، بل يعملان على تسهيل تدفق تلك المعلومات، يمكن الاستدلال في ذلك المقام بالدور الذي لعبته الترجمة الصحفية في الحربين العالميتين الأولى والثانية، حيث شكلت هذه الأخيرة الطريقة الأمثل التي تمر من خلالها إعلام الناس بمجريات وتفصيل المعارك الدائرة في أوروبا والشرق الأوسط (Valdeón, 2015).

2. وسائل نقل الأخبار المترجمة

تتعدد الوسائل التي يتم من خلالها نقل الأخبار المترجمة، من أبرزها:

أ. القنوات الفضائية

أصبح الغلاف الأرضي يعج بعشرات الأقمار الصناعية التي تبث من خلالها الآلاف من القنوات الفضائية برامجه المتنوعة التخصصات عبر مختلف دول العالم، وتتخصص تلك القنوات في كثير من المجالات، فمنها القنوات العامة، والقنوات الرياضية، وأخرى إخبارية، وبالمثل في الطبخ والموضة، وما يخص شؤون المرأة، وكذا الأطفال... إلخ، ما يستلزم اعتماد الترجمة الإعلامية بهدف التفتح على الآخر، أو زرع أيديولوجيات معينة أو التأثير على الآخر، إلى آخره....

ب. الصحف والمجلات

ما زال لعشاق قراءة الصحف والمجلات الورقية عشاق عبر العالم، رغم الانتشار الساحق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال. فهناك فئة من المجتمعات لا تزال تحافظ على التعرف على آخر الأخبار والمستجدات بالطريقة الكلاسيكية.

ت. شبكة الإنترنت

تُعتبر شبكة الإنترنت الوسيلة الأكثر شيوعاً واستخداماً في الوقت الحالي؛ من أجل متابعة الأخبار؛ نظراً لسرعة تدفقها وتنوعها، ووصولها مباشرة للقارئ دون أن يتكبد هذا الأخير عناء التنقل، كل ذلك بفضل التطور التكنولوجي الرهيب الذي لحق بوسائل الإعلام والاتصال.

2. أنواع الترجمة الإعلامية:

حُدثت عدة تصنيفات للترجمة الإعلامية، لعل أبرزها ما يلي (RODRIGUEZ, 1996):

أ. الترجمة الإعلامية حسب وسيلة العرض المعتمدة

تختلف الترجمة الإعلامية وفقاً لطريقة عرض الأخبار، فهناك الترجمة الإعلامية التي يتم عرضها في الوسائل النمطية الورقية، وتُعرف باسم الترجمة الإعلامية المقروءة، و الترجمة الإعلامية التي يتم عرضها عبر الإذاعة، ويطلق عليها اسم الترجمة الإعلامية المسموعة، والترجمة الإعلامية الفضائية، ويطلق عليها تسمية الترجمة الإعلامية المرئية.

ب. الترجمة الإعلامية وفقاً لنوعية الأخبار

تختلف الترجمة الإعلامية على حسب نوعية الأخبار المترجمة ذاتها؛ فهناك الترجمة الإعلامية السياسية، وهي تنصب على ترجمة أخبار الدول من حيث الجانب السياسي، والترجمة الإعلامية الرياضية، وهي عبارة عن ترجمة لكافة أخبار الرياضة في دول العالم، وتزداد أهميتها في ظل وجود محافل دولية رياضية مثل كأس العالم لكرة القدم، وكؤوس الأمم في القارات الخمس الكبرى، وبالمثل باقي أحداث الرياضة، وكذلك الترجمة الإعلامية الاقتصادية، وهي تهتم بأخبار الاقتصاد وعالم المال والأعمال على المستوى الدولي والإقليمي، والترجمة الإعلامية الفنية، وهي تتناول ترجمة أخبار أهل الفن على المستوى العالمي، ولكل صنف متابعوه (Valdeón, 2015).

ت. الترجمة الإعلامية من حيث اللغة المترجم منها:

وتختلف الترجمة الإعلامية على حسب طبيعة اللغة؛ فهناك الترجمة الإعلامية العربية، والإنجليزية، والترجمة الإعلامية الفرنسية، والترجمة الإعلامية الإيطالية... إلخ.

3. وكالات الأنباء والترجمة

بدأت الدول في التفكير في إنشاء ما يسمى بوكالات الأنباء، نظراً للطلب المتزايد على مزيد من الأخبار في شتى المجالات، سواء تعلق الأمر بالصعيد المحلي أو الدولي، ما فتح المجال واسعا لإقحام عنصر الترجمة والمترجمين من بهدف نقل الأخبار أو تصديرها.

أ. نشأة وكالات الأنباء

يعود تاريخ نشأة وكالات الأنباء إلى القرن التاسع عشر للميلاد، عندما بدأت الصحف اليومية تهتم بوجود مكاتب إقليمية لها، ثم تطوّرت هذه المكاتب لتصبح فروعاً دولية في أكثر من دولة من العالم، من هنا بدأت فكرة إنشاء وكالات الأنباء حول العالم، وقد تأسست وكالة هافاس للأنباء (Agence Havas) أول وكالة أنباء في فرنسا عام 1835 م، وفي عام 1944 م تطورت ليصبح اسمها وكالة الأنباء الفرنسية (AFP; Agence France-Presse)، والتي ما زالت موجودة حتى يومنا هذا. وتعتبر أشهر ثلاثة وكالات في العالم هي وكالة رويترز، ووكالة أسوشيتد برس (AP; Associated Press)، ووكالة الأنباء الفرنسية، نظراً لانتشار مكاتبهم في معظم الدول وتغطيتهم لجميع الجوانب المعلومات والإخبارية، وتأسست بعدها وكالة رويترز للأنباء عام 1851، وبدأت تنتشر وكالات الأنباء في كل البلاد، كما أدى اختراع التلغراف في خمسينيات القرن التاسع عشر إلى إنشاء وكالات صحفية وطنية قوية في كل من

الولايات المتحدة الأمريكية، والنمسا، وإنجلترا، وألمانيا. أنواع وكالات الأنباء من أهم أنواع وكالات الأنباء في العالم: وكالات الأنباء العالمية: (بالإنجليزية International News Agencies). هي وكالات الأنباء التي تهتمّ بجمع أكبر عددٍ ممكنٍ من الأخبار المرتبطة بالعديد من الدول في العالم، فتحتوي على أقسامٍ إخباريةٍ متخصصة في الشؤون المحليّة لكلِّ دولةٍ، ويعمل في كل قسمٍ فريقٌ متخصصٌ من الصحفيين والمراسلين الإخباريين الذين يهتمون بمتابعة أخبار الدول بشكل دائم. وكالات الأنباء شبه الدوليّة: (بالإنجليزية Semi International News Agencies). وتعرف أيضاً باسم وكالات الأنباء الإقليميّة، وهي وكالة أنباء لا تغطّي كافّة الأخبار الدوليّة بل تتخصّص بتغطية مجموعةٍ محدّدةٍ من الدول في العالم؛ كتغطية أخبار دول الشرق الأوسط، أو دول أوروبا، وتسعى وكالات الأنباء هذه إلى التطور لتصبح وكالات أنباءٍ عالميّة. وكالات الأنباء المحليّة: (بالإنجليزية Local News Agencies) هي وكالات تهتمّ بالشؤون، والأخبار المحليّة للدولة التي توجد فيها، وعادةً لا تهتم بالأخبار الدوليّة إلا إذا كانت مهمّةً جداً وذات تأثيرٍ عالميٍّ، أو كانت مرتبطةً بالدولة التي توجد بها، كما تحرص وكالات الأنباء المحليّة على جمع الأخبار حول كافّة المجالات داخل الدولة، ونشرها باستخدام وسائل النشر الصحفيّة: كالصحف اليوميّة، والنشرات الإخبارية على المحطات التلفزيونيّة، وإذاعات الراديو المحليّة (Valdeón, 2015).

ب. كيف يتصورون الترجمة ويستخدمونها في إطار عالمي (شليبي، 1985م)

ترى نظرية الأطر الإخبارية أن الأحداث لا تنطوي في ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهها من خلال وضعها في إطارٍ frame يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع، وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو إبراز تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة أي الإشارة والتشديد على معلومة معينة وإضفاء الدلالة عليها بحيث تظل باقية في أذهان المتلقين من مشاهدين ومستمعين وقارئین (RODRIGUEZ, 1996).

ويقول ديترام Dietram بثلاثة مصادر محتملة للتأثير هي: التأثيرات المرتبطة بالإعلامي وهي مجموعة من العوامل التي تؤثر في تكوين الأطر مثل الإيديولوجيا والمواقف والمعايير المهنية، وهذا التكوين يؤثر في النهاية في الطريقة التي يقوم الإعلاميون بوضع الأطر عن طريقها للتغطية الإخبارية. وهناك المصدر الثاني المرتبط بعوامل أخرى والتي تؤثر في وضع الأطر الإخبارية: وهي اختيار الأطر نتيجة لعوامل معينة مثل: نوع «نمط»، أو التوجه السياسي للوسيلة الإعلامية، أو ما يطلق عليه «الروتين

التنظيمي»، أما المصدر الثالث للتأثير فهو المصادر الخارجية للتأثير مثل: (المسؤولون السياسيون، السلطات، جماعات النفوذ، وأفراد الصفوة) (RODRIGUEZ، 1996، Y. Gambier، 2001).

فمعالجة المعلومات وتفسيرها من قبل الناس يتأثران بالهياكل أو المخططات الموجودة سابقاً للمعنى؛ وقد ابتكر عدد من الباحثين إطاراً لربط الرسائل الإعلامية بمدرجات المتلقي، إذ يقوم المصدر الإعلامي بتكوين إطار ما عن طريق اختيار خبرات أو أفكار محددة وتأكيد استخدامها باستخدام كلمات مهمة محددة وعبارات معينة وصور متكررة أو مصادر محددة للمعلومات وجمل معينة تكون متكررة، وبالتالي تعمل على تكوين حقائق وآراء محددة، ويتفاعل هذا الإطار مع أفكار المتلقي إذ يعمل الإطار على تنشيط مدرجات محددة على نحو أكبر من مدرجات أخرى؛ لأنه لا يقوم المتلقون بإجراء بحث منهجي وشامل عن العناصر الإعلامية المرتبطة بالقضية عموماً.

إن تحليل المصادر الحقيقية لمعلومات وسائل الإعلام المختلفة قد يؤدي إلى فهم دور مصادر المعلومات في تحديد كيفية وضع إطار للأخبار والخدمة الإخبارية؛ ولابد من الإشارة هنا إلى ثلاث شركات تتحكم في برامج الأخبار التلفزيونية في كل العالم وهي: أخبار تلفازي ديزني عبر العالم (WTN) والوكالة المرئية وتلفاز رويتر، ووكالة وتلفاز أسوشييتد برس.

وبهذا الإطار تؤثر الوكالات المرئية (التلفزيونية). وكلها موجودة في لندن تقريباً. في العديد من الشبكات الإخبارية، إذ تقوم بجمع الصور والأخبار المسجلة «بالفيديو» من عشرات المكاتب والمحطات التلفزيونية في جميع أنحاء العالم؛ فوكالة وتلفاز رويتر تقوم بجمع الأخبار من أكثر من (70) مكتباً ومن (260) محطة تلفزيونية في (85) دولة في جميع أرجاء العالم، وتعتمد العديد من الشبكات عليها مثل (Sky و FOX) الأمريكيتين في عمليات التغطية الدولية وربما الحية للأخبار (السيد، 1998). إن وسائل الإعلام مسئولة مسؤولية كاملة عن تصوير الواقع ومن بين هذه الوسائل يلاحظ أن وكالات الأنباء المرئية الدولية على نحو خاص تكون مؤثرة لأن هذه الوكالات بمفردها تقوم بتقديم الصور المرئية المعاصرة لمعظم أنحاء العالم؛ وقد أوضحت البحوث في مجال إنتاج العروض الإخبارية التلفزيونية إنه يوجد عنصر إيديولوجي. أسلوب لرؤية العالم. يتم بناؤه في روتينيات العمل المستخدمة في إنتاج قصص الأخبار التلفزيونية، فقرار أي وكالة بتغطية أي قصة إخبارية يتأثر بالاهتمام العام لوسائل الإعلام الدولية، ولكن اختيار ما يتم تصويره هو اختيار إيديولوجي مثل: اختيار المقابلات الشخصية مع أشخاص معينين واختيار عدد الثواني التي يتم إعطاؤها لكل جانب من جوانب القصة الإخبارية، واختيار الجمهور الذي سيتم إرسال القصة الإخبارية إليه (RODRIGUEZ، 1996).

من هنا يتبين جليا أن وسائل الإعلام أداة لا غنى عنها لإثراء التنوع الثقافي، كما أن الترجمة هي آلية الوصل بين مختلف الثقافات. فما العلاقة بين الترجمة ووسائل الإعلام؟

يعكس هذا الموضوع العلاقة الوثيقة بين الترجمة ووسائل الإعلام، فرسالة المترجم والصحفي في النهاية واحدة؛ تعزيز التعاون والتبادل بين الناس، ونشر ثقافات وحضارات العالم واستعراض تقدّم ونمو حضارة المجتمع البشري. غير أنه في ظل العولمة، يواجه الصحفي والمترجم على حد سواء تحديات أكثر، تتطلب مزيدا من المشاركة في مناقشة دور الترجمة في الصحافة والنشر وغيرهما من وسائل الإعلام، ورفع مستوى الترجمة من خلال هذه العملية لدفع عجلة تطور أجهزة الإعلام. إن الصحفي الناجح في الخارج يجب أن يجيد لغة أبناء المنطقة التي يعمل بها، ويعرف ثقافتهم جيدا. إذ لا يكفي أن يكون صحفيا ممتازا لكي ينجح في الخارج، ذلك أن الترجمة أحد أهم عناصر العمل الصحفي في الخارج. ولكن من ناحية أخرى لا يكفي أن يكون مترجما ممتازا لينجح في مهمته كصحفي في الخارج، وإنما أن يتوفر لدى المترجم الصحفي حس إعلامي وقدرة عالية على الكتابة والملاحظة والتحليل. لقد فرضت العولمة علاقة وطيدة بين الإعلامي والمترجم، فكثيرا ما يجد الإعلامي نفسه في مناطق مختلفة على الصعيد المحلي والدولي، ما يتطلب فهم اللغة المحلية لاستيفاء التحقيق الصحفي، وهنا يتجلى دور المترجم، إذ أنه الحلقة الرابطة بين الإعلامي ومن يتعامل معهم من أشخاص، كثيرا ما تختلف ثقافته ولغته الأم عنهم، فمهما كانت قدرات ومهارات الإعلاميين في التغطية الصحفية، لا يمكن أن تُنجز مهماتهم بدون فهم عميق للغة المحلية (Y. Gambier, 2001).

وسائل الإعلام ينبغي أن تكون أداة اتصال بين الثقافات، ولكن الإعلام يكون أحيانا سببا في سوء الفهم. من الملاحظ أن بعض التقارير الإعلامية لا تكون حافزا للمعرفة المتبادلة وإنما لتكريس سوء الفهم. أسباب ذلك متعددة، فقد يكون السبب الفهم غير الصحيح للمعنى الأصلي، فهناك مواد إعلامية تكون غير عادلة تجاه ثقافات معينة أو متحيزة ضد طرف معين. ولكن في معظم الحالات، قلة المعرفة بالطرف الآخر هي السبب الأساسي لسوء الفهم، وهذا له صلة مباشرة بقلة المعرفة بلغة وثقافة هذه الدولة أو تلك. الافتقار إلى قدرة السيطرة على اللغة وضعف مستوى الترجمة يؤدي إلى اختلاف التقرير عن الحقيقة (SCHEUFELE, 1999). هذا الانحراف في الترجمة قد لا يكون بقصد من المترجم. ما يعني أنه كي يعبر الإعلامي عن أحوال وواقع الدولة التي يعمل بها، ينبغي أن يكون ملما بثقافتها ولغتها. أهم شيء أن يكون مترجما مؤهلا. إن الاعتقاد السائد هو أن التبادلات الدولية تكون بين الإنجليزية واللغات الأخرى. لما يتعلق الأمر بكبار الشخصيات في بعض الدول، قد تكون الإنكليزية صالحة، ولكن من يريد التوغل في المجتمع والتبادل مع عامة المواطنين لا بد أن يجيد لغة

هذه الدولة أو المنطقة. إن احترام التنوع الثقافي أمر في غاية الأهمية، والتواصل مع الناس بلغاتهم ولمجاتهم هو الأداة الأكثر فعالية.

لقد تحققت إنجازات كبيرة في العديد من الدول في مجال إعداد المتخصصين، خاصة في تدريب الصحفيين المترجمين. يتزايد عدد المراسلين الذين يعملون بالخارج باللغة الإنكليزية أو لغة الدولة التي يعملون بها. هذا الوضع يختلف عما كان قبل عشرات السنين، فكثير من المراسلين في الخارج كانوا يجهلون اللغات الأجنبية، ما يتطلب مرافقة المترجمين. أما اليوم، فقد أصبحت أجهزة الإعلام ووكالات الأنباء الدولية تشتترط في مراسلها بالخارج التمكن من لغة وثقافة الدولة التي يبعثون إليها.

من هذا المنطلق، ندعو الجهات الرسمية للدولة الجزائرية إلى تشجيع تكوين المترجمين على أعلى مستوى عبر مختلف جامعات الوطن، خصوصا منها ما تعلق بميدان السمي البصري، فلا يخفى على أحد أن عالم اليوم الذي يحكمه نظام العولمة، بإيجابياتها وسلبياتها، يسير جنبا إلى جنب والإعلام، إذ أصبح هذا الأخير سلاح ذو حدين: إعلامي تثقيفي، ومسيطر على عقول الشعوب ومؤثر فيها. ما يستوجب التحرك السريع وتحضير إعلاميين مترجمين قادرين على نقل الصورة التي تعكس أمور الدولة والمجتمع للعالم بالطريقة التي يراها القارئون على مصالحة البلد.

قائمة المراجع

- RODRIGUEZ. (1996). *Made in the USA: The Production of the Noticiero Univision, Critical Studies in Mass Communication*. America : 36.
- SCHEUFELE, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, 49 (1), 65.
- Valdeón, R. A. (2015). *Fifteen Years of Journalistic Translation Research and More* (Vol. 23). Perspectives.
- Y. Gambier, H. G. (2001). *(Multi)Media Translation. Concepts,*

السيد - ح. (1998). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

شليبي، ك (1985). م. (الخبر الإذاعي فنونه وخصائصه في الراديو والتلفاز. جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع.