

منهجية ترجمة المعلومة الاستراتيجية في الإعلام

Methodology of Translation strategic information in the media

أ. زيزاني رجاء وسيلة¹، د. عباد أحمد²¹ جامعة وهران 1 (الجزائر)، radjaa.zizani23@gmail.com² جامعة وهران 1 (الجزائر)، abbad58@hotmail.fr

تاريخ الإرسال: 2023-05-24 تاريخ القبول: 2023-06-04 تاريخ النشر: 2023-06-16

ملخص:

تعتبر ترجمة المعلومة الاستراتيجية ذات بعد أساسي في بناء مؤسسات الدولة، فهي ليست قاصرة على تحديد نقاط القوة والضعف ومستوى فعالية العمليات، وفرض التطوير واقتراح المبادلات التي تحد من المخاطر وتعزيز المكاسب العامة لأي مؤسسة منها فحسب، وإنما أهميتها تتجلى بوضوح في استغلال المجالات الحيوية التي تعد فيها صناعة القرار بمثابة اللبنة الأساسية في بناء الدول رغبة منها في بسط سيادتها وتحقيق أهدافها على المدى الطويل. وتعد نظم المعلومات الاستراتيجية بمثابة المساند الفعال فيها ضمن الإدارة، حيث تلعب دورا حاسما في إدخال العديد من التحسينات التكنولوجية سواء للمنتجات أو الخدمات لاسيما مع بروز تكنولوجيا المعلومات التي تستخدم كأداة لجمع المعلومات بغرض معالجتها وتخزينها. ولا ريب أن مجال الإعلام وعلى غرار القطاعات الأخرى يعتمد في مخططاته في عصر العولمة الحالي على تكنولوجيا المعلومات ذات الأداء العالي في التعامل مع الأجهزة والبرمجيات وكل ما يخص نقل المعلومات في عالم الاتصال في سبيل اطلاع الرأي العامي الداخل والخارج على ما يدور من أحداث ووقائع.

الكلمات المفتاحية: نظم المعلومات الاستراتيجية، الميزة التنافسية، تكنولوجيا المعلومات، خبرة استراتيجية، العلوم

التحريية

Abstract :

Strategic information translation has a principal dimension in State institutions building. In addition to its ability to define strengths, weaknesses and the level of operationism effectiveness, , to impose development, to suggest exchanges that limit risks and to sustain the general benefits for any establishment, its importance can be obviously noticed in exploiting vital fields; in which decision making represents the basic brick for building states aiming to extend their authorities and to attain their objectives in the long term.

منهجية ترجمة المعلومة الإستراتيجية في الإعلام

Strategic information systems are considered to be the efficient supporting element of administration in those states, playing a crucial role in introducing many technological improvements regarding to products and services, in particular with information technology appearance, used as a tool of collecting information for processing and storage. In common with other sectors, the field of computer science counts in this globalisation era, on high performance-information technology, when dealing with appliances and software, and when it comes to information transmission in communication world, for keeping public opinion, inside and outside, up to date on facts and events.

Keywords: Strategic Information Systems; Competitive advantage; Information technology; strategic experience; experimental sciences

المؤلف المرسل: زيزاني وسيلة رجاء، الإيميل: radjaa.zizani23@gmail.com

1- مقدمة:

لعل من بين المهام السامية للترجمة، كونها حلقة وصل أساسية للتعارف وتبادل الخبرات والمعارف والتقنيات، إذ أنها وسيلة تواصل واتصال، قد ترقب الإنسان وتمكّنه من الانفتاح والاطلاع على عوالم شتى، وتربط بين الأمم والشعوب، وتنجز تكاملا حضاريا راقيا، ومما لا شك فيه أنها عملية معقدة، فهي لا تتلخص في استبدال لفظة بغيرها من اللغة الأصل إلى اللغة الهدف، بل قد تتطلب مؤهلات علمية، وكفاءات منهجية ومعرفية حاسمة، تسهم في القيام بما يجب أن يؤديه المترجم، ذلك لأن المترجم الخدق قد يقوم بأدوار محورية في العملية الترجمة.

إن المتتبع لحركة الترجمة في حياتنا اليومية لدى غالبية الأمم المتطورة، قد يلاحظ بأنها اكتسبت أهمية بالغة في مختلف الميادين المعرفية بحيث أصبحت وظيفتها آنية في مصاحبتها للحركة العلمية اليومية التي تعرفها الإنسانية في مختلف المجالات، وخصوصا التحريرية منها، وعلى وجه أخص، ما تعلق بميادين المعاملات والأعمال المختلفة، وذلك نظرا لأهمية التي تلقاها في سرعة انتشارها، سواء كان ذلك على المستوى المحلي أو الدولي على السواء.

ولكونه مترجما، فكثيرا ما تقتضي الضرورة أن يكون مصطلحيا ومعجميا، فلا يستطيع الاكتفاء باستهلاك منتج المصطلحيين، والمعجميين، ذلك أن عمله يضعه في الواجهة الأولى لمن يبحثون عن المقابلات المناسبة

أوزباني وسيلة رجاء، أعباد أحمد

للمصطلحات التي يراد ترجمتها، حتى قبل المصطلحي نفسه، فالمترجم هو أول من يصادف هذه المصطلحات، وكثيرا ما تكون حديثة، قليلة التداول، وليس لديه متسع من الوقت كي ينتظر المصطلحي، فيقوم هو بالبحث عن أحسن مقابل لها.

ففي حقيقة الأمر، إن كل تعريف للترجمة مهما كان بسيطا أو عميقا فهو معرض لا محالة إلى الطعن والانتقاد، وذلك جراء الانحياز غير الموضوعي من منظر على حساب منظر آخر أو من باحث تجاه باحث آخر، وبالتالي فإننا لا يمكن سوى أن نحكي ما قاله ابن خلدون في الأدب بالقول إن الترجمة علم لا مادة له، كون الترجمة تقوم على اللغة أولا وأخيرا، وكل ما هو خاص باللغة هو خاص بها، واللغة بطبيعة الحال تحوي كل شيء، فلا ريب أن اللغة وسيلة نقل بين المتحدثين، تحمل حضارة الناطقين بها، تعبر عن حاجاتهم، وتعكس تقدمهم ورفيهم في شتى مجالات المعرفة، وبالتالي فهي تتغير لتستوعب الأحداث والمجريات.

واللافت للنظر أن المجالات التي تغطيها الترجمة بمختلف أنواعها، تبدو واسعة وعديدة التوجهات، إذ أنها تمتد من البحوث في العلوم التجريبية، وتقضي مسائل الحياة السياسية والفكرية والأدبية، والعلاقات الدولية، إلى الدراسات العميقة مختلف أصناف الشراكات بين الأمم والشعوب، وذلك لأنه من الطبيعي أن تتطلب معرفة متميزة بالموضوع، وإدراك شامل، لأهم ميكانيزمات التعامل المشترك، وحركية الأموال والسلع والعلاقات التجارية التي لا تكاد تتوقف لحظة، في جميع أنحاء المعمورة.

ولا طالما كان للترجمة الفضل الكبير على أمهات الكتب من الاندثار، فقد كانت حافظتها من الضياع، وحصنها المنيع، وطريقا آخر لجني مكاسب التنوع اللغوي، وهي أكثر الأدلة وضوحا على استحالة الفهم المتبادل بسهولة (البقاعي، 2003)، وتقدير لشتى الثقافات ولرؤى العالم التي بناها البشر.

كما ساهمت الترجمة وما تزال تُسهم بالقسط الوفير في التطور المستمر المواكب للعصرنة، وذلك عبر ولوجها العلوم المختلفة القديمة منها والمستحدثة، العمومية منها والدقيقة، فليس هناك علم من العلوم إلا وقد سجل اسمه ضمن قائمة محتوياتها، نظرا لأنها ركيزة مهمة من ركائز الهوية الثقافية وعنوان اعتزازها بذاتيها الحضارية في تاريخها وحاضرها، ومنبعا للإلهام المعاصر الذي ينهل منه الفنانون والأدباء والشعراء، كما هو الشأن للمفكرين والفلاسفة والعلماء، لتأخذ الإبداعات الجديدة موقعها على خارطة التراث الثقافي، وتتحول هي ذاتها تراثا يربط حاضر الأمة بماضيها ويعزز حضورها في الساحة الثقافية العالمية.

وأمام ما يشهده العالم المعاصر من ازدهار وتكنولوجيا وأحداث عالمية، باتت الترجمة حاجة ملحة لمواكبة التقدم الحضاري، حيث أضحي الباحثون على اختلاف أجناسهم وتنوع مجالات اختصاصاتهم، يلجئون إلى

منهجية ترجمة المعلومة الإستراتيجية في الإعلام

الترجمة بغرض الاطلاع المباشر على المعرفة، والبحث عن الصيغ التي تسهل عليهم نقلها، هذا فضلا عن تبني التقنيات والاستراتيجيات الخاصة التي قد توفر للمعلومة الدقة والأمانة المطلوبين.

2- القطاع الإعلامي ودوره المؤثر في المجتمعات والمؤسسات:

نظرا لأن الإعلام يعتبر عنصرا مهما من عناصر التطور والتقدم في سائر الدول والمجتمعات الفقيرة والغنية على حد سواء، فإن ارتباطه بالترجمة أمر لا يختلف حوله اثنان، بل إنه حتمية تدخل ضمن نطاق مخططات التنمية لما يخلفه من آثار ذات تأثير بالغ على المستوى الإدراكي والمعرفي للمتلقي.

فهو تلك العملية التي تزود الجماهير بالأخبار والحقائق والمعلومات (الزبيدي، 2015) عن طريق وسائل خاصة، بغية اطلاع الرأي العام في الداخل والخارج على ما يدور من أحداث ووقائع، وبالنظر إلى الكم الهائل للمعلومات الواردة عبر القنوات أو الفضائيات المتعددة اللغات والسيولة الإعلامية الكبيرة، تم إدراج الترجمة كآلية للسيطرة على محتوياتها وتطوير مفاهيمها والسياقات اللغوية والثقافية انطلاقا من خلفياتها ومراجعتها.

إننا اليوم نشهد أعظم الإنجازات العلمية وأخطرها على الكرة الأرضية، فلا يوجد مجال من المجالات العلمية إلا وقد تم التنقيب عليه كعلم الفضاء، وأعماق البحار، والدماغ البشري، والخريطة الوراثية، والاتصالات، والأسلحة النووية... الخ وغير ذلك من الأمور التي تسهل حياة البشر وتهددها في آن واحد، بيد أن الخبراء والعلماء لم يدخروا في سبيل سبر أغوارها الأموال والجهود الفكرية.

وقد أصبح الإعلام بالفعل بمثابة المرآة العاكسة للأحداث والصراعات الإقليمية والدولية في هذه القرية الكونية Global village (السنوسي، 2013)، لكونه يساهم في تأمين المعلومات عن تلك المصادر ونشر أكبر قدر من الأخبار بشأنها من خلال وسائله المختلفة سواء أكانت مسموعة أم مرئية، حيث صارت له أهمية وتأثير كبيرين على المجتمع و الأفراد أنفسهم.

كما ساعدت التطورات التقنية الهائلة في العقود الأخيرة في إحداث تغييرات هائلة في وسائل الإعلام، إذ تحولت إلى أداة تستخدم فيها الأغراض الشخصية التي يتم رصدها مسبقا (مخلق، 2014)، ما أدى إلى توطين بعض الحقول الإعلامية المؤثرة التي ظهرت تجلياتها في أدوار الإعلاميين و المؤسسات الإعلامية، إذ حققت قفزة نوعية في الإعلام المرئي على نحو خاص، هذه الأخيرة التي هدفها توفير المعلومة للجماهير الموجه إليه الرسالة الإعلامية وقنوات الاتصال و وسائله التي تستخدم أساسا في اتخاذ القرارات.

أ.نزياني وسيلة رجاء، أ.عباد أحمد

غير أن هذه المعلومة متعددة اللغات في الإعلام هي بحاجة إلى ترجمة مميزة لفك رموزها، وما الترجمة الإعلامية سوى نوع من أنواع التراجم المتخصصة التي تسهل عملية نقل تلك المعلومات، وتعمل على تحديد هويتها، وعليه فقد أصبحت بالفعل تخصصا واسع النطاق كالإعلام الصحفي، والإعلام الأمني، وإعلام الموضة، والإعلام الرياضي، والإعلام السياسي، والإعلام الإرهابي، الإعلام الرقمي... الخ.

3- ماهية الترجمة الإعلامية في تجسيد مبدأ التواصل:

الترجمة الإعلامية Media Translation ليست في واقع الحال سوى فن شامل، تكمن مهمته في التأكيد على تلك العلاقة القائمة بين فنون الاتصال بكل أطيافها، سواء كان هذا اتصالا مباشرا، وجهها لوجه مثل الاتصال الشخصي أو الاتصال الجمعي، أو كان اتصالا جماهيريا (شكري، 2009).

إنه الفن الذي يضم بين جانيه الترجمة الإعلامية والإعلانية المراعية لمستوى البرنامج التي تخاطب المستوى الحرفي الذي تتم فيه مناقشة التعابير أو ترجمات الرسائل الإعلامية من ناحية وعرض الأساليب والأفكار المهنية والتجارية والثقافية التي تتطلب نوعا خاصا من النضوج المهني من ناحية أخرى، والتي غدت ذات أهمية بالغة. حيث نرى فيها الإعلاميون المختصين يقومون بتحرير التقارير والمواد الإخبارية الموكلة إليهم من قبل رؤساء التحرير والمسؤولين في مختلف المحطات الإذاعية السمعية والبصرية والبرامج الإخبارية والتلفزيونية، ويتابعون الأحداث عن كثب بغية تصنيفها ضمن أولوية التسلسل لنشرات الأخبار التي يעדونها ولاحقا يتابعون مجريات تطورها وتحيينها، وذلك تحت إشراف خبراء ومدققين لغويين ليعرض المنتج في النهاية للمشاهد عبر القنوات.

والترجمة الإعلامية هي المرآة العاكسة للصراعات والأحداث والتفاعلات المحلية والإقليمية، لكونها تؤدي دورا لا يمكن الاستهانة به من حيث التواصل ما بين الأمم وذلك عبر التقارب اللغوي، فهي تجسد مبدأ التواصل وتخطي عقبة الحاجز اللغوي الذي يحول دوما ما بين التواصل والتفاعل مع الآخرين. وهي تحكمها قواعد وأسس عملية يتعين على المشتغل فيها أن يتقيد بتعاليمها حتى يحقق أعلى درجات التفنن المهني، حيث أن التزود بالمطالعة المستمرة يعمل لا محالة على زيادة المخزون الثقافي اللغوي الذي يعد العصب الجوهرية لأي مترجم إعلامي الطامح إلى الإبداع والتقدم في عمله.

وتختلف ترجمة النص الإعلامي عن باقي النصوص الأخرى، وذلك من حيث الصياغة واختيار الكلمات والعبارات وحتى في المضامين أحيانا، لأنه نص خاضع لنظام دولة بكاملها، لها سياستها ومؤسساتها وقوانينها وأطرها وثقافتها... الخ وبالتالي فإن مسألة تحريره وترجمته خاضعتين هي الأخرى لنظام إعلامي تلميه جملة من

منهجية ترجمة المعلومة الإستراتيجية في الإعلام

الإكراهات قد تجعل ترجمته تتسم بالصعوبة والحساسية في آن واحد، فالأمر يتطلب نوعا من الأمانة في النقل والذكاء الإعلامي، وهو ما يشكل تحديا كبيرا بالنسبة للمتعامل مع هذا النوع من النصوص. فمن الواضح أن تحرير الخبر وإذاعته وترجمته، قد يخضعان عملية إعادة الصياغة إلى نوع من التقيد تفرضه طبيعة النص الإعلامي المترجم (شكري، 2009، صفحة 18) والهدف الذي يرمي إليه، و بناء عليه، فإنه من الضروري في الوقت الراهن اللجوء إلى مترجمين متمرسين وقادرين على احتواء و ترجمة هذا النمط من النصوص، إلى طائفة جديدة من الإعلاميين الذين بإمكانهم ممارسة الترجمة الإعلامية من و إلى مختلف اللغات المهمة على الساحة الإعلامية، مع القدرة الفائقة في التعامل مع وسائل التكنولوجيا الحديثة التي أصبحت هي بدورها لغة العصر.

يبد أن اختلاف الأنظمة وتداخل السياسة والإعلام في لغة واحدة، قد يعملان على إبراز حدث ما يعبر فيه عن أهداف وآراء متباينة (يونس، 2013)، ترمي إلى خدمة مصالح معينة عبر استخدام تعابير وصيغ إخبارية يتم توجيهها إلى الجمهور المتلقي، قد تكون في ظاهر الأمر إخبارية أو تثقيفية، ترمي إلى التوعية الفكرية والعالمية، لكنها في الحقيقة تخفي أهدافا تخدم مصالح من يصوغها.

ومع ولوجنا عتبة الألفية الثالثة، و هبوب رياح العولمة في المجال الإعلامي التي بدت فيه من اخطر الوجوه البارزة حيث اضحى فيها الإعلام رسولا لها و المبرر و الداع إليها (السنوسي، 2013)، تسارعت وتيرة الاتصال و التواصل بشكل جنوبي في خضم الثورة المعلوماتية و المعرفية والتكنولوجيا التي نعيشها حاليا و التي أصبح فيها الإعلام صناعة كبرى سيطرت على مختلف مناحي الحياة، متجاوزة بذلك الحدود الجغرافية في هذه القرية الكونية، فظهر ما اتفق على تسميته بالإعلام الكوني متعدد اللغات، الذي اتسعت دائرة صناعته و تطبيقاته، الأمر الذي يستدعي وجود مترجمين محترفين متخصصين في مجالات الإعلام المتنوعة، خبراء في التعامل مع المواد والنصوص الإعلامية والدعائية بقدر عال من المهنية والاحترافية، ناهيك عن طرق واستراتيجية ترجمة محتوياتها.

4- العولمة خطر يتربص ويهيمن:

فهذا العصر، هو بحق عصر السرعة بكل أبعادها، عصر طغيان التكنولوجيا الإعلامية، والرقمنة، عصر العولمة؛ الهوائيات المقعرة، الفضائيات، والانترنت، عصر استغله تجار المعلوماتية بما استغلال في المجالات

أ.عزيزاني وسيلة رجاء، أ.عباد أحمد

الحوية والاستراتيجية التي تعد فيها صناعة القرار بمثابة اللبنة الأساسية في بناء الدول أو إزاحتها من على الخارطة العالمية، من مجرد الضغط على زر!

ولا ريب أن الترجمة الإعلامية تشكل في هذا البحر المتلاطم من الأحداث وسيلة من وسائل الاتصال وشرط ضروري للارتقاء وتقريب المفاهيم العلمية، وحقلا متشعب الفروع والاختصاصات التي امتدت إلى عدة وظائف إخبارية وتعليمية وإرشادية وتوعوية وضرورة تواصلية علمية وعلمية مست جميع المجالات الإعلامية. والترجمة في سياق البحث الإعلامي، ترمز إلى العودة إلى النص(البقاعي، 2003). الذي يعيش اليوم حالة حرجة بسبب سيطرة الصورة والعلامات، وهي تثن التأي، الذي هو في نفس الحالة جراء التطورات التي أحدثت في أنظمة الإعلام.

وقد استفادت الترجمة الإعلامية بشكل منقطع النظير من التكنولوجيا الحديثة، التي أصبح انتشار المعلومة فيها يتم بسرعة مهولة إلى الحد الذي زالت فيه الفوارق بين الحدود وأدوات الاتصال والتواصل التي بقيت مجزأة حتى نهاية سبعينيات القرن الماضي، وبالتالي صارت الحاجة للتواصل السريع بكل اللغات مسألة ملحة ومن الأولويات، لاسيما ترجمة المعلومات والمعلومة الاستراتيجية على نحو خاص، التي يسعى صناع القرار إلى التحري عنها واستقصائها بغرض دراستها وتفسيرها للوصول إلى الأهداف المنشودة من ورائها.

وما من شك أن الإعلام والترجمة، علمان قويان وقد انصهرا مع بعضهما البعض حيث شكلا محورا ثنائيا تلتقي فيه الأخبار بكل ما تحمله في طياتها من مفاهيم وأيديولوجيات متعددة الألسن لا يمكن إلا للترجمة أن تتبنى مضامينها وصيغها وأنماط دلالاتها بغرض فك رموزها وتحديد جوانبها الهامة والحساسة. وهكذا، توحدت العمليتين الاثنتين مع بعضهما بالشراكة وبالتضامن فيما بينهما في نقل المعارف وبث الخبرات المساهمة في التنمية البشرية، بيد أن الإعلام والترجمة عمليتين تعتمدان على نفس العناصر وهي المرسل، والمستقبل، والرسالة أو القناة.

وقد بات الحصول على المعلومة مطلب إنساني يسهم في تعريف الناس على حقوقهم ويعلمهم كيفية الدفاع عنها(الزبيدي، 2015) ، وتعد ترجمة المعلومة الاستراتيجية فيه نوع جديد ورافد مستحدث من النصوص قد يتفنن في ترجمتها ضمن صور بيانية موحزة تثير الانتباه، حيث سيتم فيها استغلال السياقات الدلالية والتعبير اللفظية بغرض نشر المفاهيم وتوجيهها ليس إلا.

كما أصبح الاعتماد على المعلومة الاستراتيجية في عصرنا الحالي من الأمور الجدية التي توليها المؤسسات والإدارات الاقتصادية والسياسية على اختلاف أنماطها أهمية قصوى، فهي تشكل بالنسبة لها

منهجية ترجمة المعلومة الإستراتيجية في الإعلام

مصدرا موثوقا منه في اتخاذ قراراتها، لاسيما إذا كانت هذه الأخيرة تتضمن معطيات ونسب مئوية وأرقام تكشف عن حقائق من شأنها أن تنعكس بالإيجاب على مستقبلها.

5- المعلومة الاستراتيجية في ظل الصراعات الإدارية والمؤسسية والإقليمية.

لكن ما هو المقصود من المعلومة الاستراتيجية؟ وكيف تساعد على استكمال مقومات القرار وتشخيص نقاط الضعف والقوة فيه في آن واحد؟

قبل أن نتطرق إلى ماهية المعلومة الاستراتيجية، حري بنا أن نقف على عبارة المعلومة، حتى نعاين عن كثب دلالتها. إن أصل كلمة معلومات يعود إلى اللغة اللاتينية (المزاهرة، 2014)، التي تعني شرح أو توضيح شيء ما، وهي تستخدم في اللغة الفرنسية بصيغة المفرد information للدلالة على المعلومة. وتستخدم الكلمة كذلك كمضمون لعمليات الإيصال بغرض توصيل رسالة أو إشارة ما، ويعرف مصطلح المعلومات أيضا بأنه تعبير حقيقي أو ملموس للعمليات المعرفية التي تحدث في العقل الإنساني، وبالتالي فالمعلومات هي منتجات أو مخرجات العملية المعرفية.

وقد بدأ استعمال مصطلح "علم المعلومات" في بريطانيا عام 1985 من قبل أحد المتخصصين وهو جاسون فرادان (جايسون فرادان، المولود جيسون ليفكوزيتش (29 سبتمبر 1906 - 27 يونيو 1989) كان أمين مكتبة بريطانية من أصل بولندي. لدى تخرجه في الكيمياء من الكلية الملكية للعلوم (كلية لندن الإمبراطورية) في عام 1929، دخل جيسون الحياة المهنية ككيميائي ووثيق. خلال الحرب العالمية الثانية كان يعمل في البحث والاتصال مع وزارة التموين والاميرالية. بعد الحرب عين في مختبرات البحث من تيت وليل، وقد ساعد بالفعل في تأسيس معهد علماء المعلومات في عام 1958). Jason Farradane كما استعمله أيضا معهد علماء المعلومات Institute of information scientists الذي تأسس في نفس العام (المزاهرة، 2014)

هذا فيما يتعلق بالمعلومة على نحو عام، أما فيما يخص المعلومة الاستراتيجية على نحو خاص، ونظرا لارتباطها بالاستراتيجية التي ليست في المقام الأول سوى خطة تقوم على مجموعة عمليات عقلية وفكرية محددة أو تدابير مرسومة من اجل ضبط المعلومات والتحكم فيها، حيث تتناول مشكلة أو مهمة من المهمات هدفها غايات معينة، فقد تم تعريفها على أساس أنها ذات توجه مستقبلي إذ تشتمل على قدر معين من الغموض، وهي ذات صلة بالتخطيط السياسي أو الاقتصادي... لأجل مطول يكون من مهام الإدارة العليا.

أوزيراني وسيلة رجاء، أعباد أحمد

وترتبط المعلومات الاستراتيجية بالقدرة على استشراف مستقبل المؤسسة والتي تنطوي على حالات عدم التأكد والمخاطرة، وهي عادة تعتمد على خطط بعيدة الأمد تقع ضمن اهتمامات الإدارة العليا للمؤسسة، علاوة على أنها تساهم في تقديم الدعم للإدارة في مخططاتها الاستراتيجية بغية الوصول إلى الغرض المنشود، من خلال تحديد الأهداف والبدائل الممكنة.

وتعمل المعلومة الاستراتيجية على تسليط الضوء على ما يحدث داخل وخارج الوسط المؤسسي بصفة مستمرة وهي تعبر عن المقاصد لكي تحقق الأهداف بأفضل الأحوال، وبالتالي تدفع متخذي القرارات في كل المستويات إلى تبني المواقف واتخاذ قرارات تتكيف مع ما توحى إليه المعلومات لخدمة اتجاهات أو مصالح معينة.

ولا جرم أن المعلومة الاستراتيجية اليوم أضحت جزء لا يتجزأ من إدارة الصراع، فهي تستطيع أن تؤثر في سياسة صنع القرار وقادة الرأي العام (المزاهرة، 2014)، لاسيما إذا اعتمدت هذه الأخيرة على الثورة المعلوماتية والتطور التكنولوجي والتقني الحديثين، وفضلا عن ذلك، فإن البيانات Data تشكل مادتها الخام التي تنتقى منها المعلومات، لهذا فانه من الضروري أن تتوفر ضمن البيانات بعض الخصائص لكي تمنح معلومات جيدة.

ويمكن للمعلومة الاستراتيجية أن تعمل كمؤشر يساهم في تحسين نوعية النشاطات الإدارية داخل المؤسسات، وذلك من خلال تحديد المشاكل المستقبلية وتقليص الأخطاء وتطوير الميزة التنافسية وتوفير البدائل، وهي محور أساسي لمساندة الإدارة على القيام بوظائفها على أعلى مستوى من الدقة والكفاءة والفعالية سواء تعلق الأمر بالتخطيط الاستراتيجي أو اتخاذ القرار.

وتعتبر عملية صناعة القرار المرحلة التي يتم فيها تشخيص وتحديد المشكلة و هي وظيفة إدارية منظمة ومسؤولية ملقاة على عاتق متخذي القرار و المدراء و أصحاب الرتب الرفيعة (الصيرفي، 2007) فليس ثمة قرار منفرد ولا حل صحيح للمشكلة الواحدة، والاختيار الجيد للقرار (أندرسون و تر. الكبيسي، 2002) هو الذي تتفق عليه كل التحليلات وليس بالضرورة هو الأمثل والأحسن للوصول إلى الأهداف المرغوب فيها.

ولهذا السبب، يتم استخدام المعلومة الاستراتيجية ابتغاء المصلحة العامة، حيث تقوم هذه الأخيرة بعملية مسح بيئي في الزمان والمكان المطلوبين وذلك بغرض التعرف على مجريات الأحداث والمتغيرات الطارئة وتقييم البدائل المطروحة كحلول للمشكلة وتحديد الاستراتيجيات المنتقاة والأنسب التي تعني التدخل الإرادي الواعي من اجل صياغة مستقبل أفضل.

منهجية ترجمة المعلومة الاستراتيجية في الإعلام

ينبغي مراعاة تلك المعلومات الاستراتيجية من حيث مصدرها وجودتها ومصداقيتها، لأن أي قصور أو نقص في تزويد الإدارة بما يلزمها من بيانات ومعلومات من شأنه أن يعرض الإدارة أو المؤسسة المعنية إلى اتخاذ قرارات ناقصة أو خاطئة وبالتالي قد تؤثر بالسلب في مواجهة موقف معين.

وتعد نوعية المعلومة الاستراتيجية من الأمور المهمة التي تعنى بها الإدارة وتنتظر أن تستفيد منها إما استفادة لتدعيم قراراتها في سائر نشاطاتها الإدارية، فكلما كانت المعلومة الاستراتيجية أقرب إلى الواقع والمنطق وأكثر مصداقية وذات جودة عالية وموثوق منها، انعكس ذلك على الجدية والإرشاد والسداد في اتخاذ القرار.

6- المعلومات الاستراتيجية ودورها الحاسم في عملية صنع القرار.

من المؤكد أن نجاح القرار الإداري مرهون بمدى معرفة انتقاء الوعاء المعلوماتي الذي يخدم موضوع القرار، ويعد عامل وفرة المعلومات مسألة مهمة، حيث نجد هناك مصادر متعددة رسمية وغير رسمية، غير أن المعلومات الموثوق منها تبدو في غاية الأهمية بالنسبة لمتخذي القرارات نظرا لأنها تستجيب لمستجدات الأحداث وتعكس القضايا قيد الدراسة، وهي بالفعل مؤشرات على الفهم العميق وتضمن للوعي الإداري النابع من الخبرة الطويلة في العمل.

في ظل الثورة المعلوماتية الراهنة أصبحت المعلومة الاستراتيجية سلعة جديدة، بل هي من أهم السلع التي تعمل على رسم الخارطة العالمية الجديدة، و عدم التعامل معها بجدية وحسم من شأنه أن يترتب عنه آثار قد تقلب موازين القوى والضعف. و بناء عليه، فإن المعلومات قد تلعب دورا حيويا، إذ تمثل قاعدة أساسية مهمة جدا لصناع القرار ليس فقط للإحاطة السريعة بكل جوانب الأزمة بل للوصول مباشرة إلى بؤرة الأزمة أو ما يطلق عليه المنطقة الحاسمة للأزمة، وقد تطورت المعلومة الاستراتيجية بشكل لامتناهي حيث غدت تشمل كل أشكال الاتصال من صوت وصورة وترددات موجبة و أساليب اختزان و استرجاع للمعلومات عبر آلاف الأميال، وبالموازاة مع ذلك تزايدت معها أهمية المعلومات الاستراتيجية ودورها في عملية صنع القرار سيما في عالم التنافس الذي ازداد فيه الاعتماد على مجالات الأنظمة الاستراتيجية في إعادة تشكيل أساليب ومناهج الإدارة واتخاذ القرار.

وكما هو معروف فإن المعلومات الاستراتيجية ما هي في واقع الحال سوى معلومات تنبؤية ومستقبلية، ذات علاقة بالتخطيط على المدى الطويل وهي تشمل الغموض وعدم التأكد البيئي ولها أهمية كبيرة في صياغة

أوزيراني وسيلة رجاء، أ.عباد أحمد

الاستراتيجيات المنظمة وتنفيذها وتقييمها بغرض تحقيق الغايات، وبأنها أيضا تلك المعلومات التي تدعم الإدارة عند قيامها بالتخطيط الاستراتيجي حيث تسهل مهمة تحديد الهدف واختيار بدائل العمل الممكنة. علاوة على أن المعلومة الاستراتيجية تمثل احد المصادر المعتمدة ووسيط حيوي تستخدمه الشركات والمؤسسات متعددة الجنسيات من اجل تحقيق استراتيجية تواصلية معينة، كما تشكل عملية تقييم القرارات والعواقب الناجمة على أخذها، احد عوامل النجاح الرئيسية على صعيدي العمل والحياة، حيث أولت نظرية القرار أهمية بالغة في التدرب على حسن اتخاذ القرار، وهو الأمر الذي أصبح ممكنا حاليا، وذلك عبر استخدام نظم تقنية وتكنولوجية تساعد على اتخاذه كنظام دعم القرارات والاستشارات من بعض الأشخاص ذوي المعرفة بالإضافة إلى عوامل أخرى مؤثرة.

وطالما أن متخذي القرارات في ظل ظروف عدم التأكد، نجدهم يتعاملون مع التوقعات المستقبلية لتصرفاتهم، فان القرارات التدريجية من شأنها أن تقلل من تلکم الأخطاء وكذا من تكاليف المغامرات التي قد تتخذها القرارات البديلة.

قد يراعي متخذ القرار العديد من العوامل المحيطة به، لاسيما إذا تعلق الأمر بقرار سياسي، وهي على العموم عوامل اجتماعية واقتصادية وقانونية، هذا فضلا عن الضغوطات الزمانية والمكانية والبيئية المتولدة بمقتضى القوانين والأنظمة التي تزيد من تعقيده وصعوبة استخلاص الفرضيات لحل المشكلة. وقد تتضمن عملية صنع القرار أكثر من إجراء أو منهجية، وهذا في حد ذاته سبب لإشراك أكثر من مصدر وأكثر من معلومة استراتيجية تعين على تقديم الرشاد والسداد في اتخاذ القرارات الصائبة، وقد تتنوع هذه المصادر والمعلومات هي بدورها لتشمل تجميع البيانات ورسم الأساليب ورصد الأحداث وغيرها من الأمور التي تساعد في تقدير المستقبل بصورة جيدة، بمعنى التنبؤ.

ولا ريب أن المعلومة الاستراتيجية كانت و مازالت تمثل قاعدة من اجل اتخاذ القرارات السليمة في المواقف الحرجة(يونس، 2013)، و الأخبار الواردة تعد بالفعل بالنسبة للمتلقي معلومة جديدة إذ تمنحه وصفا يجمله عن حدث معين، فهي الكاشفة عن الحقائق الخفية عبر ربطها ببعضها البعض لصنع واقع يمكن للإنسان أن يعمل وفق أساسها.

منهجية ترجمة المعلومة الإستراتيجية في الإعلام

7- التحديات والتهديدات التي يفرضها الواقع.

لقد عصفت بالمجتمعات فترات عصيبة وحروبا دامية، كانت سببا في تغيير مسارها وحتى أيديولوجياتها، فألى جانب الكوارث الطبيعية والبيئية، شكلت التهديدات كظاهرة الإرهاب، والجريمة المنظمة، والهجرة غير الشرعية، والظواهر البيئية... وغيرها، تهديدات أمنية جديدة كانت مصدرا آخرا يندر بأخطار إنسانية لا يمكن احتوائها إلا بتبني قرارات مصيرية.

ففي الفترة بين 1945-2012 ظهرت الكثير من الحالات التي تعرضت فيها الدول إلى تهديدات مست استقرارها الاجتماعي و السياسي، كانت فيه عملية صناعة القرارات يتم توجيهها من خلال السيطرة على تدفق المعلومات الواردة(الدليمي، 2013) وأيا كانت المقاصد من تلك التهديدات، فالحقيقة التي لا يمكن إنكارها هو أن تكنولوجيا المعلومات التي أفرزتها الثورة التقنية الحديثة أصبح لها دور كبير هي الأخرى في إحداث التغيرات الجذرية على مستوى النظم والسلوكيات وحتى الأفكار بحكم قوة تأثير الاتصال و الإعلام. وعلى هذا النحو، وبفضل المعلومات الاستراتيجية تتبنى الأنظمة والدول استراتيجية دفاعية من اجل مواجهة التحديات والتهديدات التي تستوجب ردود أفعال فورية وتدخل عاجلا، حيث يمكن اتخاذ القرارات القيادية لحماية الدولة تجاه أي عدوان متوقع أو استحواذ أو سيطرة أو انتزاع للمكاسب.

وما من شك أن عملية تبادل المعلومات إزاء التهديدات الاحتمالية من شأنها أن تساهم في توفير حماية أسرع وأفضل للنظم، بينما قد يعمل أمن الحوسبة السحابية المتكاملة على تحسين الرؤية والتحكم. وفي السياق ذاته، فان العالم الغربي، و من خلال التشويه الإعلامي الذي يسلطه على المنطقة العربية(السنوسي، 2013) قد جعل من الإنسان العربي يمثل بالنسبة للسواد الأعظم من الرأي العام الغربي و المؤسسات السياسية والإعلامية مصدرا رئيسيا من مصادر التهديد والاضطراب العالمي إن لم يكن هو التهديد عينه. وعملية تأمين المعلومة الاستراتيجية واستخدامها كان وسيظل ذكاء استراتيجي من مصلحة المؤسسات والإدارات توظيفه حتى يتم تحسين مستوى التنافس ويجنب التهديدات إلى أقصى حد ممكن.

ومثلما نشهد، فقد تعاضم دور المؤسسات الإعلامية في عصرنا الحالي التي أدت بما حى المنافسة الشرسة فيما بينها إلى الانتقال بالأخبار والمعلومات إلى التسليع والمتاجرة، فمن خلال تغذية المعلومات ومناقشتها ونقلها إلى القادة والمشرفين بات بالإمكان توسيع دائرة الحوار ومن ثم تزايد فرص المشاركة الواعية في عملية صنع القرار.

أنيزاني وسيلة رجاء، أ.عباد أحمد

وبفضل الانترنت تناثرت المعلومات وانتشرت بشكل مكثف، حيث لوحظ سيطرة مصطلح "مجتمع المعلومات" على البنى الفكرية و المعرفية والتطبيقية في العقد الأخير من القرن الـ21(عيساوي، 2014) ، فأصبح سهلا للمعلومة الاستراتيجية أن تعمل كمؤشر يساهم في تحسين نوعية النشاطات الإدارية داخل المؤسسات، وذلك من خلال تحديد المشاكل المستقبلية و تقليص الأخطاء و تطوير الميزة التنافسية و توفير البدائل، و هي محور أساسي لمساندة الإدارة على القيام بوظائفها على أعلى مستوى من الدقة والكفاءة والفعالية سواء تعلق الأمر بالتخطيط الاستراتيجي أو اتخاذ القرار.

فليس ثمة قرار منفرد ولا حل صحيح للمشكلة الواحدة، و الاختيار الجيد للقرار هو الذي تتفق عليه كل التحليلات و ليس بالضرورة هو الأمثل والأحسن للوصول إلى الأهداف المرغوب فيها(أندرسون و تر. الكبيسي، 2002) ، ولهذا السبب، يتم استخدام المعلومة الاستراتيجية ابتغاء المصلحة العامة، حيث تقوم هذه الأخيرة بعملية مسح بيئي في الزمان والمكان المطلوبين وذلك بغرض التعرف على مجريات الأحداث والمتغيرات الطارئة وتقييم البدائل المطروحة كحلول للمشكلة وتحديد الاستراتيجيات المنتقاة والأنسب التي تعني التدخل الإرادي الواعي من اجل صياغة مستقبل أفضل.

هو إذن نوع من الذكاء الاستراتيجي (أو المسح الاستراتيجي) الذي يمارسه أصحاب القرار، وهو الذكاء المبني على الاستهداف، مع التركيز على الاتجاهات الجوهرية في المواضيع المعقدة أو المشكلات التي يصعب حلها. بيد أن الأزمات لا يمكن التنبؤ بها ولا تحديد موقعها وزمانها بدقة، وذلك على الرغم من جميع نظم المعلومات، لهذا السبب تبرز أهمية المعلومة الاستراتيجية كحل يستعين به صناع القرار من اجل التصدي لها مسبقا أو على الأقل الحد من تفاقمها.

على اعتبار أن المعلومة الاستراتيجية تشكل موردا أساسيا من موارد التنظيم لدى سائر المؤسسات والإدارات على غرار الموارد الأخرى كرؤوس الأموال والأسهم والعمل، فهي حتما تتطلب رعاية خاصة وحرصا شديدا ودقة لامتناهي في الاختيار والضبط من اجل صياغة الاستراتيجيات واتخاذ القرارات، فعادة ما تكون المعلومات (Marc LITS) التي لا يمكن التحقق منها من قبل مستلميها غير صحيحة ولكن محتملة.

وترجمة المعلومة الاستراتيجية لا تعدو كونها مشروعا من مشاريع الترجمة التي تتضمن مسابرة الركب الحضاري المتسارع، وعامل من عوامل النهضة التي أصبحت في عصرنا هذا أكثر من ضرورة، على اعتبارها ركيزة مهمة في اتخاذ القرار.

منهجية ترجمة المعلومة الاستراتيجية في الإعلام

ومع التطور الهائل الذي أحدثته التكنولوجيا والإنترنت ونظم معالجة الوثائق، باتت حاجة متخذي القرار لفهم المعلومة الاستراتيجية أكثر من ضرورة، فلم يعد بالإمكان النفاذ إلى مضمون المعلومة الاستراتيجية إلا من خلال الإلمام باللغات أو برمجيات الترجمة لفهم النصوص المكتوبة بلغاتها.

8- ترجمة المعلومة الاستراتيجية مشروع يتطلب منهجية خاصة في صياغة مضامينها:

و قد تحتاج عملية صنع القرار إلى معلومات استراتيجية يتم ضخها عبر التقنيات الإعلامية (أبو اصبع، 1995) تكون مرتبطة بالقرار وتفيد في اتخاذه، ومن المؤكد أنها تحوي كتابات وآفاق ومحاذير وأخطار لا يمكن فك طلاسمها إلا من خلال الترجمة، أو بالأحرى الترجمة الاستراتيجية La traduction stratégique . في مجال الترجمة الاستراتيجية نجد أن العديد من المترجمين يتبنون استراتيجيات للترجمة على نطاق واسع ولكن باختلافات كبيرة في المعنى و في المنظور الذي يرونه منها، ذلك أن الترجمة (شكري، 2009) ليست مجرد عملية نقل للألفاظ من لغة إلى لغة أخرى، وإنما عملية نقل معنى مفهوم إلى نفس المعنى المفهوم في لغة أخرى.

وما الترجمة إلا وسيلة غايتها تقدير التنوع الثقافي الراهن، من خلال التواصل ومحاوله التقارب، والبحث الدؤوب في جنبات التطورات الحالية التي تشهدها أنظمة الإعلام. حيث تعد مسألة تحقيق الأمانة فيها ونقل شتى المعارف للاستفادة منها على نحو صحيح، هو الهدف الأسمى الذي ينشده أي مترجم من وراء عمله، فكلما كانت ترجمته أقرب إلى النص الأصلي، كان ذلك دليلا قاطعا على كفاءته وبراعته الترجمة وجوده مردوده الترجمي.

صحيح انه لا توجد ترجمة مثالية تحاكي متن الأصل، لكن الحكمة تقول انه يجب أن يسعى المترجم بكل ما أوتي من براعة بتبني أشد معايير الجودة والصرامة لكي يكيف النص المصدر مع خصوصيات النص الهدف حتى يصل إلى أعلى معايير الجودة والتفنن لإنجاح مشروعه.

نظرا لان الترجمة الاستراتيجية تتدخل في جميع الميادين، فهي إذن تقدم خدمات بلغات أجنبية للشركات والمنظمات والمؤسسات متعددة الجنسيات، وبالتالي فهي نشاط ترجمي يقوم على قاعدة بيانات مميزة تتطلب خبرات في مجال التواصل متعدد اللغات. حيث تتعامل الترجمة الاستراتيجية مع اللغة الرقمية، وهي لغة ذات خصوصية، فهي سريعة وآنية بقدر ما هي أنثوية و غير مادية (حرب، 2002) بخلاف اللغة المكتوبة التي

أوزيراني وسيلة رجاء، أعباد أحمد

تحمل الطابع الخطي التسلسلي، كما تتعامل أيضا مع النص الإلكتروني، وهو نص متشعب وعنكبوتي، يدمج مختلف وسائل الاتصال من سمعي وبصري و مرئي.

وبالتالي فإن ترجمة المعلومة الاستراتيجية ضمن الإعلام، موضوع خطير وحساس في آن الوقت وإشكالية تستدعي الوقوف عندها، بالنظر إلى الكم الهائل للمعلومات الواردة عبر القنوات أو الفضائيات المتعددة اللغات والسيولة الإعلامية الكبيرة، التي قد تجعل السيطرة على محتوياتها وتطويق مفاهيمها والسياقات اللغوية والثقافية انطلاقا من خلفياتها ومراجعتها أمرا عسيراً.

فهي تشكل هاجسا كبيرا يؤرق المترجم المتعامل مع هذا النوع من التراجم أو بالأحرى هذه التخصصات العلمية حديثة العهد في عصر الحرب الإعلامية القائمة على بث الأفكار، والإشاعات، والمعلومات السوية منها وغير السوية بين الناس من خلال الفضائيات، والإذاعات، والإنترنت، والجراند أيا كانت الأهداف، فلربما قد تكون الغاية تغيير في وجهات النظر وتسييرها باتجاه مطالبها، أو تحقيق التضليل الإعلامي، أو التلاعب بالرأي، والوعي العام، وسلوك الأفراد... الخ.

على هذا الأساس تظهر عملية الترجمة الاستراتيجية فعلا كعملية تخضع للمراقبة والتعديل و تحتاج إلى جهد و بصيرة نافذة، فهي تعتمد إلى تقديم فائدة و مزية لتواصل المؤسسة، فهي لا تتدخل من اجل زيادة العوائد المباشرة لتعدد الجنسيات وذلك عن طريق عملها كمؤثر على المبيعات في الخارج فحسب و لكن من الممكن أيضا اعتبارها وسيلة استراتيجية بوجه المنافسة وبهذا المعنى تسمح بتمييزها في سوق تنافسية(يسري)، (2004).

إنها الترجمة المتبناة من قبل مترجمين محترفين والتي يتوخى منها استراتيجية مميزة لتيسير نقل المعلومات على اعتبار أنها مواد أولية مهمة في صناعة القرارات وحل المشاكل العالقة في ظروف وجيزة، شديدة الخطورة وعميقة التأثير. فالشركات المتعددة و كبريات الماركات العالمية، تستثمر على سبيل المثال أموالا طائلة في ترجمة دلائل الاستعمال(يسري، 2004) باعتبارها نبراسا يهتدي به الزبون فيكون بالتالي عاملا أساسيا في تسويق المنتج.

تعتبر وسائل الإعلام من أكثر الوسائل فاعلية في خلق المعرفة بشأن المبتكرات وتشكيل المواقف الجديدة، وفي الشأن ذاته، يؤكد لنا روجرز وشوميكير (Shoemaker and Rogers) على أن انتشار المبتكرات تعد عملية استهلاكية للوقت، والوقت عامل ضروري لانتشار المبتكرات والوقت يدخل في عملية اتخاذ القرارات.

منهجية ترجمة المعلومة الإستراتيجية في الإعلام

إن هذا الحديث يعني أن الترجمة الاستراتيجية ضمن المشهد الإعلامي هي مفتاح التعددية اللغوية التي عبر عنها ببراءة أمبرتو إيكو حينما قال: "إن لغة أوروبا هي الترجمة"، وآية ذلك انه لا يمكن للمرء أن يتعلم كل اللغات التي يتكلمها مواطنو الاتحاد الأوروبي، إذن الترجمة تؤدي دورا جوهريا.

وهي تضبطها سلوكيات ومواثيق و آليات منهجية تشمل كل أشكال الاتصال من صوت وصورة وأساليب وتخزين للمعلومات العابرة للحدود السياسية(البقاعي، 2003)، وهي على الأرجح دقيقة وتستدعي الوقوف عندها و تقويم الخيارات الاستراتيجية وتحليل ميادين النصوص المستهدفة لنقلها من لغة إلى أخرى.

وفي مجال الإعلام، من حق المرء أن يعلم بما يدور حوله بلغته الأصلية، ولن يتحقق ذلك إلا بالترجمة التي تعمل على فتح أبواب الفهم الموصدة، فاللغة الإعلامية تهتم كثيرا بالتركيب والصيغات التي تبرز الأفكار وتجلياتها، فتحدث عميق الإثر في نفس المتلقي، بيد أن الخطاب الإعلامي بلغته يعالج دعاية وحرابا نفسية في آن واحد.

9- المترجم الاستراتيجي ومسؤوليته في تشكيل القرار.

تلزم الترجمة تستوجب من المترجم الاستراتيجي مهارات وقدرة فائقة لفك شفرات مضمون الرسالة التي تحوي المعلومة المساعدة في اتخاذ القرار، وهي على هذا الأساس ليست ترجمة عادية لان هدفها محدد بالاختيار واتخاذ القرار والتوقيت. حيث يشكل الغموض مشكلة عند نقص المعلومات أو تضاربها أو تناقضها أو عدم فهمها ببساطة، و في السياق ذاته، تشير الأبحاث أن نسبة الغموض(الموسى، 2009) تزداد حين تقع أحداث غير متوقعة مثل كارثة طبيعية أو اختيال زعيم سياسي.

وهكذا، وبعدها كان المترجم لسانيا فقط تحت أوامر غيره بكل موضوعية، -أي يقوم بترجمة ما يطلب منه من وثائق فقط- اضحى اليوم لديه الحرية في التحكم في الوظيفة بكاملها، ونقصد بذلك اختيار النصوص ومنهجية ترجمتها مع تحديد أهداف إجراءاته. بل إنه من الضروري اليوم أن يتصرف المترجم كخبير استراتيجي في المجال ومؤهلا في التخصص ضمن المؤسسة، ويتمتع أيضا بكفاءة متعددة اللغات ومتعددة الثقافات(Guidère, 2008)، مما يسمح له بالتعرف على التطورات والمخاطر الدولية أفضل من أي شخص آخر، وهو ميسر لعمليات المراقبة متعددة اللغات وإدماجها في القرار الاستراتيجي.

وقد بات اليوم صاحب القرار وليس مأمورا كما كان في السابق، ففي الترجمة الاستراتيجية واليقظة الاستراتيجية يتحمل المترجم الاستراتيجي المسؤولية كاملة عندما يتحرى عن المعلومة المفيدة ثم يعمد إلى ترجمتها، ثم يقوم

أ.زيزاني وسيلة رجاء، أ.عباد أحمد

بعملية المراجعة الدقيقة ومراقبة نوعية البحث والمعلومات المستخرجة بعدة لغات، وبذلك يكون قد أشرف على الوظيفة الاستراتيجية من خلال تسيير المشروع كله.

والمترجم الاستراتيجي قادر أيضا على أداء دور ذلك الخبير، وذلك عبر تقييم الوظيفة والمنتوج..، وفي سائر الأحوال تعتبر وظيفته استراتيجية محضة لكونها تختلف عن الترجمة العادية لأنها انتقائية وتقريرية (Guidere, 2007) إن المترجم الاستراتيجي لا يستخدم لأداء ترجمات فقط وإنما لإجراء خدمات متعددة تتطلب اللجوء إلى كفاءات ترجمة تساهم في صنع القرار، من خلال اختيار المعلومات الاستراتيجية المناسبة لتحديد المواقف السياسية كانت أو اقتصادية أو خلاف ذلك. فهو سيقوم بالتحري عن انتقاء الوثائق من مختلف المصادر الإعلامية المساعدة على تحديد المطالب، وأيهما سوف يؤجل وأيها سوف يهمل، بيد أن وسائل الإعلام تقوم بإبراز المسائل التي تكون محط الاهتمام.

ومن خلال المراقبة سيعمد إلى تحديد الأحداث التي سيتم تغطيتها إعلاميا والأحداث التي سيتم تجاهلها، وصولا إلى عملية تحليلها فصياعة مضامينها بأفضل دعامة يستند إليها في صنع القرار وهكذا دواليك. وعندما يقوم الباحث أيضا بتحليل معالجة البيانات الصحفية للحدث، يجب عليه أن يأخذ في الاعتبار الصحافة المكتوبة (اليومية والأسبوعية والدورية) والإذاعة والتلفزيون والوسائط الإعلامية الإلكترونية الجديدة، التي تحتوي جميعها على قواعد محددة للكتابة والسرد القصصي.

وتقع على المترجم الاستراتيجي مهمة الوعي بالمصطلحات التي تقتضي فهمها في لغتها الأصلية والقواعد التي تحكمها وكذا طريقة صياغتها ومجال استعمالها ودلالاتها الأصلية وسياقتها ومواقع استخدامها، نظرا لان الترجمة ليست نقلا للمعنى فقط وإنما نقل للسياق الذي يقصر الكلمة على معنى واحد من ضمن معانيها الكثيرة.

كما يتعين على المترجم الاستراتيجي كذلك أن يكتسب سائر الإجراءات الضرورية لممارسة الترجمة الاستراتيجية والتمثلة في الكفاءات اللسانية والثقافية، والقدرة على التحليل المتقن للغات الاختصاص، فضلا على فك رموز التباين اللغوي، وتفاعلات المجتمع، والاعتقادات، والمعاني الضمنية، والخطابات وغيرها.

لا ريب أن ملامح التغيير جراء العولمة قد بدت جلية في اللغة، فقد أصبحت اللغات الأجنبية جد متقاربة مع بعضها البعض ولعل مرد ذلك هو عملية التسريع في تدفق المعلومات التي تتطلب بدورها التسريع في عملية الترجمة.

منهجية ترجمة المعلومة الإستراتيجية في الإعلام

فأى تخطيط استراتيجي هو لا محالة في حاجة ماسة إلى خدمات ترجمة تعالج فيها المعلومات الاستراتيجية على نحو عال من الدقة وضبط المفردة المختارة قصد حصر نقاط الضعف ونقاط القوة ومن ثم تحديد الأهداف ووسيلة الخطة الاستراتيجية المنتقاة والبديلة.

وقد ساهمت العولمة - إكساب الشيء طابعا عالميا أي جعل نطاقه أو تطبيقه على مستوى عالمي (عودة، 2009) بفضل الطفرات الهائلة في تقنيات الحاسبات الآلية ذات القدرات الحاسوبية وحجم الذاكرة وسرعة العمليات التي تؤديها الحاسبات الآلية من الأجيال الجديدة في توفير أدوات تسريع عملية الترجمة وريح الوقت والسرية والموضوعية سيما في المرحلة الأولى من الترجمة الاستراتيجية.

كما استطاعت الترجمة الآلية ونظمها عالية الأداء أن تمنح للنشاط الترجمي دفعا قويا، وذلك عبر إعانة المترجم الاستراتيجي على تحقيق المردود المرجو من الترجمة الاستراتيجية، إذ بات بإمكانه إجراء المقارنات، والتحليلات الآنية والمستقبلية وانتقاء الترجمة الأنسب وصولا إلى صناعة القرار في ظرف قياسي وجيز، وبمستوى عالي نسبيا من الدقة والموضوعية.

إن الترجمة الإستراتيجية تحمل في طياتها كوامن ومضامين انفعالية وتأثيرية وتعبيرية وتوجيهية في الفضاء الإعلامي، ويمكن القول إن هذه كلها مظاهر لتأسيس التواصل الفعال بين الناس، حيث يتم تحديد فيها المقاصد والمواقف من خلال الأحداث الواقعة.

وتحقيق المقصدية الإعلامية إنما يقوم أساسا على جودتها العاكسة لمضمون رسالتها المؤثرة التي تستهدف الترويج لدلالاتها ذات معان ابعدها من الظاهر في الشكل (سيروان، 2013)، بغية فهمها وراء الكلمات من أفكار وغايات وإذا كانت الترجمة ليس سوى مسلك آخر لجني مكاسب التنوع اللغوي والركيزة الأولى للارتقاء بالحوار بين الثقافات (البقاعي، 2003)، فإن ممارسة عدة لغات هي رياضة رائعة للعقل نظرا لأنها توفر مرونة إدراكية كبيرة.

إن صناعة الترجمة الاستراتيجية في عصرنا الحالي باتت تؤثر بشكل كبير على اقتصاد العالم و سياساته، ما يحتم تكريسها كمشروع ضامن للريادة بأي نشاط إداري أو اقتصادي أو سياسي الحامل في طياته قرارات إدارية استراتيجية من شأنها أن تجنب الوقوع في الشرك، حيث غدت المنظمات والمؤسسات الدولية شديدة الاهتمام بترجمة المعلومات الإستراتيجية والحيوية في ظل المرحلة الانتقالية لاقتصاد السوق العالمي وراحت تكون

أنزواني وسيلة رجاء، أعباد أحمد

وتعد أفراد في المؤسسات والإدارات والمصانع لاسيما فئة المسيرين في اللغات الأجنبية باعتبارهم العربة الرئيسية التي تقود القطار، هذا التكوين الذي يخص الطرق العصرية التي تتماشى مع حداثة المرحلة.

وكيفية التعامل مع المعلومة الإستراتيجية ليس بالأمر اليسير، فهي ومسألة إدارية وتنظيمية يعمد فيها متخذ القرار إلى المراقبة والمتابعة وغربلة المعلومات والمسح الدقيق لتحديد الخيارات والبدائل بأقل الأضرار الممكنة. إنها عملية ذهنية شاقة وفي غاية الحساسية والخطورة، كونها تتطلب دراسة وحكمة ومهارة والاجتهاد الدؤوب، والتركيز على الفهم الجيد للموقف وإحاطته من جميع جوانبه قبل إصدار أي قرار حياله.

فمجرد الريبة في المعلومة الإستراتيجية أو عدم كفايتها أو غيابها، قد يزيد من صعوبة اتخاذ القرار، وهي على الأغلب مواقف كثيرا ما تواجه صناع القرار غير أنهم ملزمون بالتعامل معها في ظل ظروف التشكيك و عدم اليقين، والتحرك في أوقات معينة حتى ولو ترتب على ذلك ارتكاب بعض الأخطاء، فعدم اتخاذ القرار هو في حد ذاته من أسوأ الأخطاء ثم إن هذا النمط من النصوص يسعى إلى غايات محددة ومعينة، فهو ينقل موضوعات تحوي معلومات ووثائق مصدرية حساسة ومشفرة تم تحريرها بلغات أجنبية، وعلى المترجم أن يساعد في فهمها وترجمتها وتفكيك رموزها الواضحة والضمنية، وتحري الدقة والصدق لاسيما في لغة الإعلام(هلاله، مصر) وتحويلها إلى معلومات مفيدة قابلة للإدراك.

حيث تبرز جودة ترجمة المعلومة الإستراتيجية بصفتها أداة من أدوات الإنتاج المعرفي، كعامل جوهري في زيادة الرخاء الاقتصادي والاجتماعي في المجتمع الذي يحتم وضع معايير وقواعد تحدد الأطر العامة لممارستها والمواصفات الواجب توفرها في صناعتها، نظرا لان درجة تنافسية المؤسسات تتحدد بمستوى مهارات وملكات العناصر البشرية.

هذه المهارات النابعة من الإستراتيجية اللغوية التي يتبناها المترجم الموظف في نصوصه المترجمة ليدير بها دفة الصراعات اللغوية التي قد تعترض طريقه وهو يحاول قدر الإمكان ببراعته أن يكيف نصه المترجم ويطابقه وفق المستويات اللغوية والدلالية والثقافية مع النص الأصلي، دون طمس أو تغيير لمذاق لغة وأسلوب النص الأصلي حتى ينتج ترجمة تصلح لان تكون قاعدة معلومات إستراتيجية تصاغ منها اغلب القرارات الإستراتيجية والتكتيكية المهمة في صناعة القرار، بيد أن نجاح القرار مرهون بجودة الترجمة التي يتم فيها استغلال الوعاء المعلوماتي الذي يخدم بدوره موضوع القرار المتخذ.

إن ترجمة المعلومة الإستراتيجية وظيفه ذات آفاق مستقبلية لأنها وبفضل تكنولوجيا المعلومات الموفرة للوقت تعمل على تحديد الإشارات التي تبين ضرورة اتخاذ قرارات تغييرية هامة(Gouadec, 2000)،

منهجية ترجمة المعلومة الإستراتيجية في الإعلام

حيث تستخدم فيها معلومات مرتكزة على معارف معينة، تحسبا لإجراءات ممكن اتخاذها بفعل التوقعات المستنتجة.

وهي بالفعل مصدر تحفيز للأفراد ومتخذي القرار في دعم عملهم وتحضيره من خلال تزويدهم بالتقارير بشأن مستويات الأداء، وترفع الروح المعنوية لأنها تضع تحت تصرفهم عناصر جد هامة كالانتقائية والاختيار والمقارنة التي تمثل دعامة للمتابعة الشاملة والمستهدفة وتكوين الأفكار التي تؤدي في نهاية المطاف إلى زيادة التنافسية. ويبدو حاليا من المستحيل الاستغناء عن هذه المساعدة التي أمست حاجة ملحة ووظيفة حيوية ذات آفاق مستقبلية ضمن أي مؤسسة، لان مهمتها ليست قاصرة على المتابعة المنتظمة والمستمرة للمعلومات والمعطيات في مختلف مصادر الإعلام بشأن الحدث موضوع البحث فحسب، ولكن إتقان اللغات المختلفة وترجمتها يساهم في توسيع مجالي البحث والتحليل عبر التنوع اللساني لمصادر المعلومات وهذا ما ينتج عنه تشخيص الحالات وإحداث التغييرات العميقة في النظم.

وعلاوة عن ذلك، فان تحقيق الهدف على نحو أفضل أو بالمستوى المطلوب تقوم بتسهيله ترجمة المعلومة الإستراتيجية باعتبارها أيضا وظيفة استباقية بفعل التعدد اللغوي والاختلافات اللغوية والثقافية الذي ميزت عصرنا الحالي، ما يجعل آفاقها واسعة وغير محدودة، بيد أن مواضيعها لا تتمحور حول لغة واحدة ومساحة جغرافية محددة، ولكن تتعداه إلى ابعاد بكثير، وهو ما يمثل جانبها الاستراتيجي.

ومن ناحية أخرى، فهي توصف بكونها إستراتيجية تقريرية نظرا لأنها تدخل في إطار التحضير المسبق والمستمر في صنع القرارات، فضلا عن تحقيقها رقابة فعالة في العمليات الإستراتيجية داخل المنظمات والمؤسسات وطنية كانت أم دولية، وذلك من خلال حصر المعلومات الإستراتيجية التي ستسهل من اكتشاف الأخطاء وتحديد الأخطار وتجنب التهديدات في وقت مبكر.

10 - خاتمة:

ختاما، يمكننا القول إن ترجمة المعلومة الإستراتيجية تمثل تركيبة تجمع بين الكفاءات اللسانية والمهارات المكتسبة في البحث التوثيقي والتحليل والتركيب، حيث تعتمد إلى انتقاء المعلومات المعرضة للترجمة في ظل السباق التكنولوجي المحموم، هي بالفعل ذات أبعاد مستقبلية فقد تجلب الدعم الداخلي والخارجي وبالتالي تحسم الصراعات.

- 1- Gouadec, D. (2000). *Profession : Traducteur*. Paris: la maison du dictionnaire.
- 2- Guidère, M. (2008). *Traduction et veille stratégique multilingue*.
- 3- Guidere, M. (2007). « Introduction à la théorie analytique de la traduction et de l'interprétation ». in Babe , 54.
- 4- Marc LITS, J. D. *Du récit au récit médiatique*.
- 5- أبو اصبع، ص. (1995). *العولمة و الهوية. الأردن: شركة مطابع الخط، أوراق المؤتمر العالمي الرابع لكيفية الآداب.*
- 6- البقاعي، م. خ. (2003). *الترجمة و العولمة، ترجمه و قدمه و علق عليه.* (الرياض: منشورات ضفاف).
- 7- الدليمي، إ. ه. (2013). *نظام الاتصال و الإعلام الدولي.* بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.
- 8- الزيدي، ع. أ. (2015). *المسؤولية الإعلامية.* عمان الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- 9- السنوسي، م. م. (2013). *الإعلام الدولي.* عمان، الأردن: دار زهران للنشر و التوزيع.
- 10- الصيرفي، م. (2007). *القرار الإداري و نظم دعمه.* الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- 11- المزهرة، م. ه. (2014). *مناهج البحث الإعلامي،* عمان: دار المسيرة.
- 12- الموسى، ع. س. (2009). *عصام موسى مدخل في الاتصال الجماهيري: الباب الأول، عناصره، مستوياته، وسائله، مقوماته،* عمان، الاردن: دار مكتبة الكندي للنشر و التوزيع.
- 13- أندرسون، ج. &، تر. الكبيسي، ع. (2002). *صنع السياسات العامة.* عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 14- حرب، ع. (2002). *العالم و مازقه، منطق الصدام و لغة التداول.* بيروت: المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء.
- 15- سيروان، م. أ. (2013). *لنصية في لغة الإعلام السياسي،* اربد، عمان: عالم الكتب الحديث.
- 16- شكري، ع. أ. (2009). *فن الترجمة الإعلامية في وسائل الاتصال الجماهيري.* مدينة نصر، القاهرة: دار الفكر العربي.
- 17- عودة، ج. (2009). *استراتيجية الصراع الدولي - مفاهيم العلاقات الدولية - التحقيق الاستراتيجي لتحقيق الأمن.* القاهرة، مصر: دار الكتاب الحديث.

منهجية ترجمة المعلومة الإستراتيجية في الإعلام

- 18 عيساوي و، ا. (2014). مدخل إلى علوم الإعلام و الاتصال. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 19 مخلوق، ف. ي. (2014). تأثير البث التلفزيوني الفضائي على طلبة الجامعات. المكتب الجامعي الحديث.
- 20 هلاله، أ. (مصر). (الإعلام ونشأته: 1987. مكتبة الرسالة.
- 21 يسري، م. ع. (2004). الاستراتيجيات الإعلانية والترجمة الاستراتيجية. مجلة الترجمة و اللغات، ص. 10.
- 22 يونس، ر. ع. (2013). تحليل لغة الخبر السياسي في الخطاب الإعلامي المكتوب. عمان الأردن: دار المعترف للنشر والتوزيع.