

## مجتمع المترجمين داخل الفضاء الافتراضي

حمزة زغار

مركز البحث العلمي والتقني لتطوير اللغة العربية

الجزائر

hemza.zeghar@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2018/01/14 تاريخ المراجعة: 2018/03/24 تاريخ النشر: 2018/06/30

### ملخص:

إن تكنولوجيات المعلومات والاتصالات لا تتوقف عن تغيير نظرتنا التقليدية للعالم من حولنا، تلك الصورة التي ألفناها عن كيفية عمل الناس واختراعهم وإنشاءهم مؤسستهم. إلا أن حقيقة الأمر أن تكنولوجيات المعلومات والاتصال تتغير في عالمنا قدما تخلق واقعا جديدا. لا يزال الحد الفاصل بين هنا "التناظري" وهناك "الرقمي" يزداد ضبابية، وهي مسألة تأتي في صالح هنا وهناك بالقدر نفسه. فما هو رقمي يتسرب إلى ما هو تناظري ويندمج معه.

انطلاقا من تجربتي كمترجم لدى موقع التواصل الاجتماعي 'تويتر' (Twitter) وتجربتي أيضا كمترجم متطوع في مشروع (مترجم) (Moutarjam)، وهو مشروع أنشأه شاب جزائري، يهدف إلى إيصال المعلومة إلى الشباب العربي عن طريق ترجمة المقالات التعليمية ونشرها التي من شأنها التشجيع على الإنتاج باللغة العربية على الإنترنت، سأتناول بالبحث موضوع مجتمع المترجمين داخل العالم الافتراضي، مبينا كيفية تعاونهم وتنظيمهم لأعمالهم، والدوافع التي تقف وراء تطوعهم للقيام بأعمال الترجمة بالإضافة إلى ما يواجهونه من مشاكل قانونية تتعلق بحقوق النشر، وكيف ينظر المترجمون المحترفون إلى نشاطهم.

الكلمات المفتاحية: مجتمع المترجمين، الفضاء الافتراضي، تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، مشروع (مترجم)، التمهيد الجماعي.

### Abstract:

ICTs are quickly shifting the traditional landscape of how people work, invent, fund new enterprises, and create new artistic works. Yet the truth is that ICTs are as much changing our world as

they are creating new realities, the threshold between here (analogue) and there (digital) is fast becoming blurred, but this is as much to the advantage of the latter as it is of the former. The digital is spilling over into the analogue and merging with it.

In this paper, I will talk about the community of translators in the virtual sphere, and describe how they collaborate and organize their work, the motivations behind their volunteer work, copyright and legal issues, and how their professionals see their activity. This paper will also examine the case of Twitter translation center and the Moutarjam project as two examples of a not-for-profit volunteer translation facilitators, and I will explore how The Moutarjam project and Twitter translation center might better motivate volunteers to contribute their skills and expertise.

**Key words:** Community of translators, Virtual sphere, ICTs, Moutarjam project, Crowdsourcing.

تمهيد:

رافق الثورة المعرفية التي يشهدها العالم اليوم انتعاش في صناعة الترجمة، ذلك أن الزيادة المتسارعة في مصادر المعلومات والمعارف المتوفرة على شبكة الإنترنت قد خلقت طلبا قويا على الترجمة، ولأن المترجمين المحترفين لا يكفون لوحدهم لترجمة هذا الكم الهائل من المعلومات، فقد ظهرت عبر شبكة الإنترنت مجتمعات افتراضية يجمع بين أفرادها حيم لنقل المعرفة والمعلومات إلى لغاتهم عن طريق الترجمة، ولم يكن ذلك ليكون ممكنا لولا ظهور ما يسمى بالجيل الثاني للويب (Web 2.0)، أو الإنترنت ثنائية الاتجاه التي تعتمد على فكرة "المحتوى الذي ينشئه المستخدم" (UGC - User Generated Content) التي سمحت بتوفير بيانات عمل مناسبة للمترجمين المتطوعين والهواة، لقد سمحت هذه التقنية للقارئ بأن يتحول إلى مترجم نشط.

إذا كانت بعض مجتمعات المترجمين الافتراضية قد لقيت تشجيعا في بلدانها وتغطية إعلامية واسعة كما حدث مع مشروع "مُترجم" (Moutarjam) الذي أنشأه شاب جزائري، يهدف إلى ترجمة المعارف العلمية والتكنولوجية بهدف تطوير محتوى اللغة العربية وإغنائه على شبكة الإنترنت، وتمكين القارئ

العربي من الوصول إلى المعلومة والمعرفة، وذلك عبر تحفيز الشباب العربي على التطوع والمشاركة، إلا أن العكس قد يحدث أيضا في بعض من الأحيان، لقد رأت جمعية المترجمين المحترفين في أمريكا مثلا أن هذه المجتمعات الافتراضية تشكل خطرا على مهنة المترجم ومستقبل الترجمة، لأن أفرادها لا يملكون تكويننا مسبقا، ويمنحون خدماتهم مقابل أسعار زهيدة، أو دون مقابل أحيانا أخرى.

ولذا سأحاول من خلال هذا البحث أن أبين كيفية تنظيم العلاقات وتوزيع المهام داخل مجتمعات المترجمين الافتراضية، التي تتسم بمستوى عال من الانضباط والتنظيم، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وكيفية عملها على تحسين الجودة، كما سأعالج أيضا موضوع نظرة المترجمين المحترفين وجمعياتهم المهنية لهذه الظاهرة الجديدة التي أصبحت تقلقهم، دون إغفال مشكلة حقوق النشر والتأليف التي يقع فيها المترجمون الذين يعملون في العالم الافتراضي، والذين يصعب إخضاعهم للمحاسبة؛ لأنهم يعملون داخل عالم رقمي افتراضي.

#### 1- العوامل التي ساعدت على ظهور مجتمعات المترجمين الافتراضية:

إن تكنولوجيات المعلومات والاتصالات تغير في عالمنا بقدر ما تخلق واقعا جديدا، لقد أصبح الفاصل بين هنا "التناظري" وهناك "الرقمي" يزداد ضبابية، وقد نجم عن ذلك تحول معلوماتي متزايد للأشياء ولبينات (اجتماعية) كاملة بل ولأنشطة الحياة كذلك، هذه الحركية ساعدت في تسارع وتيرتها ما يعرف بالجيل الثاني للويب (Web 2.0)، أو الإنترنت ثنائية الاتجاه التي تعتمد على فكرة "المحتوى الذي ينشئه المستخدم"<sup>1</sup> (UGC - User Generated Content)، وظهور تقنية "التعميد الجماعي"<sup>2</sup> (Crowdsourcing) التي لم تكن لتظهر لولا الجيل الثاني للويب.

#### 1-1 الجيل الثاني للويب (Web 2.0) كبيئة عمل:

لطالما أدت الجماهير دورا فاعلا عبر مختلف المراحل التاريخية في تشييد كافة الصروح الحضارية التي عرفتها الإنسانية، ومع دخولنا القرن الحادي والعشرين، أصبحت طاقة الجماهير وقدرتها على التغيير ملموسة أكثر من ذي قبل، وما فتئت تزدهر بشكل غير مسبوق. لم يكن ذلك ليتحقق لولا تطبيقات

الوسائط الاجتماعية، وظهور "الجيل الثاني من الويب"<sup>3</sup>(Web 2.0)، والذي يقوم على أساس فكرة (User generated content)، أي (المحتوى الذي ينشئه المستخدم). في السنوات الأخيرة، عرف الجيل الثاني للويب انتشارا واسعا، إلى درجة أن أصبحت شركات كثيرة تعتمد في وجودها وتجارها بالكامل على المحتوى الذي ينشئه المستخدم أو المستخدم، مثال ذلك شركة 'يوتيوب' (YouTube) أو شركة 'ويكيبيديا' (Wikipedia)، أو مواقع المدونات مثل مدونة 'ووردبريس' (Wordpress) ومدونة 'بلوغسبوت' (Blogspot)، وذلك على سبيل المثال لا الحصر. إن الجيل الثاني للويب، باعتباره الأساس التقني للتعاون على نطاق واسع بين المستخدمين (users)، يسمح للأفراد والجماعات بأن يقوموا بخلق المحتويات أو الأفكار التي أنشؤوها بأنفسهم ومشاركتها ومناقشتها وتعديلها، وذلك عبر أرضية افتراضية تفاعلية على شبكة الإنترنت، تلك التي سمحت بتوفير بيانات عمل مناسبة للمترجمين المتطوعين والهواة. (Jimenez Crespo, Miguel A. 2017. 44, 52-57).

#### 2-1 تقنية التعهيد الجماعي (Crowdsourcing):

تمثل تقنية التعهيد الجماعي (crowdsourcing) أحد أهم مظاهر الجيل الثاني من الويب (Jimenez-Crespo Miguel A 2017, 13)، ذلك الذي يقوم على الاستفادة من حكمة جمهور المستخدمين لشبكة الإنترنت وإشراكهم بشكل كلي أو جزئي في عملية تسيير المواقع وخدماتها، ومن أشهر أمثله موسوعة 'ويكيبيديا'. يتكون مصطلح (crowdsourcing) من كلمتي (crowd) أي الحشد أو الجمهور أو الجماعة، وكلمة (outsourcing) التي تعني الإسناد، أي إسناد مهمة لفرد أو مجموعة من الأفراد. وهو وصف لما تلجأ إليه المؤسسة عندما تعهد لشبكة خارجية واسعة وغير معروفة من الأفراد أداء بعض أعمالها بالنيابة عنها، وهي الأعمال التي كان يؤديها في السابق موظفون، وذلك على شكل نداء أو طلب (Howe J 2006, a). ولعل أحسن الأمثلة على اللجوء إلى تقنية التعهيد الجماعي موسوعة "ويكيبيديا" (Wikipedia) التي اكتفى صاحبها بإنشاء الموقع وأرضية العمل (Platform)، وتكفلت الجماهير بإغناء محتوى هذه الموسوعة، أو موقع

"يوتيوب" (Youtube)، الذي اكتفى صاحبه بإنشائه تاركاً مهمة إثراء محتواه لمستعمليه الذي يقومون برفع مئات آلاف الفيديوهات يوميا لهذا الموقع.

تعدُّ الترجمة إحدى أهم الصناعات التي وقعت تحت تأثير هذا النمط الإنتاجي الجديد، ولعل أهم الأمثلة التي تذكر في هذا المجال تجربة كل من 'فايسبوك' (Facebook) و'تويتر' (Twitter) اللذين استعاننا بهذه التقنية في العالم الغربي (Desjardin 2017, 23)، أما في العالم العربي فهناك مشاريع عديدة لجأت إلى تقنية إسناد المهام إلى الجماهير أو التعهيد الجماعي لعل أبرزها "المشروع العراقي للترجمة" ومشروع "مترجم" (Moutarjam) الذي أنشأه شاب جزائري مقيم بالخارج، وهو مشروع تطوعي يهدف إلى ترجمة المقالات العلميّة والاقتصادية والتكنولوجية من اللغات الأجنبية إلى اللغة العربيّة، وذلك بهدف إغناء مخزون اللغة العربية على شبكة الإنترنت، وإيصال المعلومة للشباب في العالم العربي. وهنا نحن أمام نوعين من المشاريع:

- في حالة 'فايسبوك' و'تويتر' مثلاً، تلجأ هذه الشركات، عبر توفير أرضية افتراضية، إلى الجماهير بغية الاستفادة من قدراتهم في ترجمة محتوى هذه المواقع إلى لغاتها الأصليّة، دون مقابل مالي، وتكتفي بمنحهم أوسمة كمترجمين معتمدين لديها.

- أما في حالة الوطن العربي مثلاً، فإن مشروع "مترجم" مثلاً هو نموذج لمشروع تطوعي يجمع محبي اللغة العربية، الذين يتعاونون معاً لإنجاح هذا المشروع لتحقيق حلم يجمعهم، هو الارتقاء باللغة العربية.

وإذا علمنا أن 53,7 بالمائة من مواقع الإنترنت تستخدم اللغة الإنجليزية حسب الإحصاءات التي صدرت في شهر سبتمبر 2015، تليها اللغة الروسية بنسبة 6,3 بالمائة، واللغة الألمانية بنسبة 5,7 بالمائة، واللغة اليابانية بنسبة 5,0 بالمائة، واللغة الإسبانية بنسبة 4,9 بالمائة، واللغة الفرنسية بنسبة 4,1 بالمائة، واللغة الصينية بنسبة 2 بالمائة، واللغة الهولندية بنسبة 1,9 بالمائة، واللغة العربية بنسبة 0,8 بالمائة (W3Tches, 2015)، وذلك على الرغم من أن اللغة العربية تمثل خامس لغة في العالم من حيث عدد مستخدميها، إلا أن المحتوى باللغة

العربية على الإنترنت يعدُّ ضعيفا جدا مقارنة بمحتويات لغات أخرى، على الرغم من التباين الواضح في عدد مستخدمي هذه اللغات، حيث يتجاوز عدد مستخدمي اللغة العربية 360 مليوناً، بينما لا يتعدى عدد مستخدمي اللغة الهولندية مثلاً الـ 22 مليوناً.

إن النماذج التقليدية للترجمة أصبحت غير كافية ولا تؤدي الغرض المرجو منها، لمواجهة الطلب المتزايد على الترجمة، ومن هنا جاءت تقنية التعهيد الاجتماعي (Crowdsourcing) في الوقت المناسب لسد هذا الفراغ. "يستغل التعهيد الطبيعة الاجتماعية المتأصلة في البشر. وعلى العكس من وجهة النظر المنذرة بالسوء والسوداوية أن الإنترنت يسهم - في المقام الأول - في عزل الناس بعضهم عن بعض، ويستعين التعهيد بالتكنولوجيا لتعزيز مستويات غير مسبقة من التعاون والتحديات الهادفة بين أناس من كل خلفية يمكن تصورها ومن كل موقع جغرافي يمكن تصوره." (جيف هاو 2012، 21).

في مجال الترجمة يطلق على الترجمة التي تعتمد على التعهيد الجماعي تسميات مستحدثة مختلفة، لعل أكثرها تكراراً: الترجمة التعاونية، الترجمة التطوعية، ترجمة الهواة، الترجمة غير المحترفة، ترجمة الإنترنت، والترجمة التي تُسند للجماهير. (Wenjing Li 2015, 150) أو "الترجمة التي ينشئها المستخدم" (UGT - User Generated Translation) لوصف عمليات الترجمة والتوطين التي تقوم بها مجموعة غير محددة من الأفراد المتطوعين، عبرمختلف فضاءات وسائط الإعلام الرقمية (O'Hagan 2009, 97).

## 2- مميزات مجتمعات المترجمين الافتراضية:

### 2-1 السرعة في إنجاز المهام:

إن حجم التعاون الذي أتاحتها تقنية التعهيد الجماعي على شبكة الإنترنت لا يمكن مضاهاته أو مقارنته، كما أن مقدار العمل الذي أنجزه المتطوعون فاق توقعات القائمين على المشروعات. فبفضل شبكة الإنترنت، أصبح بإمكان عدد كبير من المتطوعين من كافة أنحاء العالم ذوي الخلفيات والخبرات المختلفة أن يجتمعوا في مكان واحد وأن يعملوا معا لتحقيق هدف

مشترك. إن الكم الهائل من المعلومات والمعارف المترجمة عبر شبكة الإنترنت والسرعة التي تمت بها هذه الترجمات، لا يمكن مضاهاتها بل تجاوزت بشكل كبير ما يمكن أن نتظره من النموذج التقليدي للترجمة. ولعل أحسن مثال على ذلك هو ما قامت به شركة 'فايسبوك' التي استطاعت توظيف موقعها الاجتماعي وترجمته إلى أكثر من 60 لغة عام 2008، وقد شارك في عملية التوظيف والترجمة أكثر من أربعمئة ألف مترجم متطوع، ربع هذا العدد يترجم بانتظام كل أسبوع. مثال آخر يمكن أن نورد هنا حول فعالية التعهيد الجماعي، هو ترجمة 656 صفحة من كتاب "السيرة الذاتية لـ ستيف جوبز" (Steve Jobs)، إلى اللغة الصينية من طرف مترجمين متطوعين صينيين، شهرا كاملا قبل ظهور النسخة الأصلية للكتاب التي كان متفقا أن يتم نشرها عبر العالم شهرين كاملين بعد وفاته، وهكذا تمكن الصينيون من ضمان صدور النسخة الصينية للكتاب بالموازاة مع نشر هذا الكتاب على مستوى العالم (Weijing Li 2015, 154).

## 2-2 حكمة الجمهور (The wisdom of the crowd):

إن المترجمين المتطوعين هم في غالبيتهم من الهواة وليسوا من المحترفين، وهو ما يجعل منهم غير معرضين للمساءلة المهنية (professional accountability)، وهو ما دعا العديد من الباحثين في مجال الترجمة إلى التعبير عن قلقهم إزاء مسألة ضبط الجودة في الترجمة وكيفية التحكم في ذلك.

ومن أجل الحصول على ترجمات مقبولة من حيث النوعية، فكر القائمون على مشاريع التعهيد الجماعي للترجمة باللجوء إلى إجراءات مختلفة لضمان ذلك، من بينها إخضاع الترجمات للتحقق (validation) والمراجعة النظراء (peer review)، والاعتماد على أفراد متخصصين أو كبار الناشرين (senior editors)، يتولون الإشراف على عمليات الترجمة، بالإضافة إلى تصويت الجمهور (crowdvoting). وعلى سبيل المثال لا الحصر، يعتمد موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" (Twitter) على تصويت جمهور المترجمين المتطوعين على الترجمات التي يرونها صحيحة، أما المشرفون (moderators) فيرجع لهم القرار الأخير في اختيار الترجمة الأصح. لكن الموقع الاجتماعي 'تويتر' يعطي فرصة

لغير المترجمين أيضا، حيث يدعو مستخدميه أيضا، وذلك عبر استعمال خاصية الوسم (#Hashtag)، إلى إبداء رأيهم إن وجدوا بعض الترجمات غير ملائمة أو غير مناسبة أثناء تصفحهم للموقع بلغتهم الأصلية، فالمستخدمون في العالم العربي بإمكانهم إرفاق آرائهم وتعليقاتهم باستعمال الوسم (#TTC\_AR)، وهي الآراء التي يأخذها المترجمون المتطوعون ببالغ الأهمية.

أما فريق عمل مشروع "مُترجم" (Moutarjam) فينقسم إلى ثلاث مجموعات، المجموعة الأولى تشكل الأغلبية، وتضمُّ فريق المترجمين الذين يقومون باختيار مقال من قاعدة مقالات ويعلنون عن اختيارهم بعد الانتهاء من الترجمات، ثمَّ يقوم لاحقا عضو من فريق المدققين بقراءة المقال المترجم لتصحيح الأخطاء الإملائية واللغوية بشكل عامة، وفي الأخير يقوم واحد من الناشرين بوضع اللمسات الأخيرة قبل نشره على الموقع (Moutarjam.com).

إن حكمة الجمهور (The wisdom of the crowd)، هي القوة الداعمة التي تقف وراء المترجمين الهواة (Wenjing Li 2015, 155)، وقد عبر "إريكاسر ايموند" هذه الفكرة الجوهرية جيدا حين كتب: "عند وجود عدد كاف من الأعين تصبح كافة العلل مكشوفة وظاهرة إذا أجرى كل شخص محاولة لحلها" أي أنه لا يوجد مشكلة شائكة للغاية، بعبارة أخرى، ستتوصل دوماً مجموعة أكبر وأشد تنوعاً من الأشخاص إلى حل ولأفضل مما سيتوصل لها أكثر الأشخاص موهبة واختصاصاً. (جيف هاو، 55).

على الرغم من كل الجهود التنظيمية التي يقوم بها المترجمون المتطوعون والقائمون على مشاريع الترجمة، إلا أنهم دائما ما يتعرضون للانتقاد فيما يخص جودة ونوعية ترجماتهم. لكن وفي المقابل، حاول بعض منظري الترجمة الإشارة إلى أن بعض المعايير التقليدية المستخدمة في تقييم الترجمات، لم تعد ملائمة لتقييم الترجمة التي يتم إسنادها إلى جمهور المتطوعين، ذلك أن أسلوب القراءة في السنوات الأخيرة قد تغير.



ولقد أشارت دراسة حديثة إلى أن مستخدمي الإنترنت في معظم دول العالم يقضون وقتاً أقل، حوالي 19 إلى غاية 27 ثانية، في تصفح صفحة واحدة وقراءتها على شبكة الإنترنت (Haile 2014). ويرى الباحث 'مايكل كرونين'، أن نمط القراءة قد تغير بشكل جذري في العصر الرقمي، فبعد أن كان في السابق يتميز بأنه: ثابت (steady)، وتجميعي (cumulative)، وخطي (linear)، أصبح اليوم تصفحاً مستعجلاً وشاملاً (power browsing) لصفحات الشبكة العنكبوتية (Cronin 2013, 100).

إن التغير الذي طرأ على نمط وأسلوب القراءة يدعونا أيضاً إلى توقع حدوث تغيير فيما يمكن أن نعدّه "الترجمة الجيدة" (good translation). لم يعد المستهلكون أو القراء ينظرون إلى المنتجات أو النصوص المترجمة بنظرة المستهلكين أو القراء نفسها في السابق، وتبعاً لذلك فإنه من الضروري أن يتم النظر إلى الترجمة التي يتم إسنادها إلى الجماهير وفق نظام تقويحي جديد (Wenjing Li 2015, 155).

### 3-2 مشاركة الجميع في الترجمة:

إن الحدود بين المترجمين الذين يعملون في إطار التعميد الجماعي وقراءهم ونقادهم تكاد تكون ضبابية وغير واضحة، فعلى خلاف الترجمة بمفهومها التقليدي، أين تكون آراء المحترفين كالناشرين والنقاد والمراجعين مسموعة، فإن بيئة الإنترنت تسمح للقراء أيضاً بأن يشاركوا بشكل فعلي. إن مشاريع الترجمة التي تعتمد على تقنية التعميد الجماعي عموماً قد حوّلت هوية "المستهلكين" أو "المستخدمين" بشكل جذري، فبعد أن كانوا مجرد متفرجين أو متابعين سلبيين (passive spectators)، تحولوا إلى "منتجين - مستهلكين" نشطاء (active prosumers)، كما عبر عن ذلك عدد من الباحثين مثل "مايكل كرونين". ووفقاً لهذا المنظور الجديد فإن "المستهلكين" (consumers) قد أصبحوا في الوقت نفسه "منتجين" (producers)، وفي حالتنا هذه صار القراء مترجمين (Tapscott and Williams 2006 ; Cronin 2013, 100).

إن القراء التهمين ثنائي اللغة، لم يعد بإمكانهم أن يتحملوا كالسابق مشقة انتظار صدور الترجمات التي يقوم بها المترجمون المحترفون، بل على العكس من ذلك، لقد أصبح بإمكانهم اليوم - وذلك بفضل التطورات التكنولوجية الحاصلة- أن يقوموا بإنشاء مجتمعاتهم الافتراضية الخاصة بهم على شبكة الإنترنت، أين يمكنهم تقاسم المعلومات والمعارف، والاشتراك مع بعضهم في عمليات الترجمة، وأكثر من ذلك نشر ترجماتهم عبر منصاتهم الافتراضية. من هنا جاءت الإشكالية التي أشار إليها الباحث "مايكل كرونين"، الذي أشار إلى صعوبة التمييز بين القائمين على عملية الترجمة (translation agents)، والمتلقين السلبيين وغير المعروفين للترجمة (passive or unknowable translation recipients) (Cronin 2013, 100).

ولكن وعلى الرغم من كلما قد يقال عن نوعية الترجمة وجودتها- التي يقوم بها المتطوعون في إطار مشاريع التعهيد الجماعي - إلا أن هناك حالات تفوق فيها المتطوعون الهواة في ترجماتهم على المترجمين المحترفين (Wenjing Li, 155)، وذلك بفضل معرفتهم بطريقة استخدام المواقع الاجتماعية مثل 'فايسبوك' أو 'تويتر'، مقارنة مع بعض المترجمين المحترفين الذين لم يسبق لهم استخدام مثل هذه المواقع الاجتماعية، وهو ما يصفه أحد المنظرين بـ"المعرفة المتميزة لموضوع البحث" (Garcia 2009, 209). هناك حالات أيضا يتفوق فيها بعض المترجمين المتطوعين، على الرغم من عدم حصولهم على أي تكوين قبلي أو تدريب سابق في الترجمة، ولكنهم يعوضون ذلك النقص بمعرفتهم الواسعة في مجال أو ميدان معين، وتحمسهم للمواضيع التي اختاروا ترجمتها. (O'Hagan, 2009, 100).

#### 2-4 العمل مقابل أجر زهيد أو دون مقابل:

إن إحدى أهم مميزات مجتمعات المترجمين الذين ينشطون في العالم الافتراضي، تنحصر في كون المترجمين من المتطوعين والهواة، يقومون بمهامهم مقابل القليل من المال أو دون مقابل، أي أنهم يعملون دون كلل على الرغم من غياب المكافأة المادية، وفي هذا الصدد يضيف الباحث 'جيف هاو' (Jeff Howe)

قائلا: "كشف تعهيد الأعمال للجماهير أنه على العكس مما هو سائد فإن البشر لا يتبنون دائمًا أنماطًا سلوكية يمكن توقعها تتسم بالحرص على المصلحة الذاتية؛ فالناس يسهمون عادة في مشروعات تعهيد الأعمال للجماهير عبر الإنترنت مقابلًا لقليل من المال أو دون مقابل، أي يكدون دون كلل على الرغم من غياب المكافأة المادية. إن هذا السلوك يبدو غير منطقي عند النظر إليه من زاوية علم الاقتصاد التقليدي، غير أنه لا يمكننا قياس المكافأة بالدولار أو اليورو دائمًا." (جيف هاو 2012، 21).

إن الفهم الجيد للدوافع التي تدفع بالمتطوعين إلى المشاركة في الترجمة هو أمر حيوي خاصة لأولئك الذين يقفون وراء مشاريع التعهيد الجماعي، فذلك يمكنهم حتما من الاستغلال الأمثل لطاقة الحشد أو الجمهور (crowd) وأن تضع مكافئات ومستويات للتحفيز بناءً عليها (Wenjing Li 2015, 156). لقد أثبتت التجارب أن الشركات التي لم تضع حوافز ملائمة كتب لمشاريعها الفشل الذريع، مثال ذلك ما حصل على موقع التواصل الاجتماعي (Linkedin) عام 2009، وهو موقع يستخدم كشبكة تواصل مهنية، أراد القائمون عليه توظيف تقنية التعهيد الجماعي في الترجمة، حيث سألوا اللغويين والمترجمين المحترفين من مستخدمي الموقع، إن كانت لديهم الرغبة في التطوع في مشروع ترجمة وتوطين موقع (Linkedin) دون مقابل مادي، أمام هذا الطرح كان رد فعل المترجمين عنيفا وغير متوقع (Kelly 2009). أما بعض الشركات كشركة الموقع الاجتماعي "تويتر" (twitter) مثلا، فقد قررت أن تمنح مترجميها النشطين "شارة مترجم" (translator badge)، وترسل للمتميزين منهم هدايا رمزية. وهو السبب الذي أدى إلى الانتشار السريع لهذا الموقع الاجتماعي، الذي أصبح مترجما إلى 48 لغة.

إن الدوافع التي تقف وراء المشاركة التطوعية في مشاريع الترجمة تم دراستها بشكل شامل من قبل أولئك الذين قاموا بأبحاث ميدانية وتجريبية في هذا الميدان؛ (Anastasiou and Gupta 2011; McDonough Dolmaya 2012; Pérez- Gonzalez and Susan-Sareva 2012). بالإضافة إلى دراسات سابقة تناولت بالتحليل المنهجي موضوع "الدوافع" (motivations) التي تكمن وراء

الرغبة في المساهمة في مبادرات المصادر المفتوحة (open source initiatives)، لعل أهمها ما قام به الباحثان (Lakhani and Wolf)، الذين توصلوا إلى معرفة أن هناك "دوافع خارجية" (Extrinsic motivations)، تدفع بالأفراد للتطوع، كالرغبة في تطوير المهارات اللغوية مثلا، أو الأمل في تحقيق تقدم مهني، أو محاولة الاستفادة من المحتوى المترجم، وفي بعض الأحيان الرغبة في الحصول على مكافآت مالية ومادية. بالإضافة أيضا إلى وجود "دوافع داخلية" (Intrinsic motivations) كالرغبة في إرضاء الذات، أو الرغبة في الحصول على احترام الآخرين والتواصل معهم عبر المنصات الافتراضية، أو الإيثار (altruism)، أو الإحساس بواجب تقديم خدمة للمجتمع (Lakhani and Wolf 2005).

إذا أردنا أن نوضح ذلك بأمثلة من الواقع، يكفي أن نذكر أبرز أهداف مشروع "مترجم" (Moutarjam)، والتي جاءت كما يلي: "المساهمة في إغناء المحتوى العربي على الإنترنت... المساهمة في تذكير الشباب العرب بعلماء العصر الذهبي، وبتاريخ العرب لتتعلم من أخطائنا." (moutarjam.com)، وهو ما أدى إلى استقطاب أكثر من 9000 متطوع ومساهم من كافة أنحاء العالم العربي، يأتي على رأسهم المتطوعون الجزائريون، يليهم في الترتيب المساهمون من سوريا ومصر. أما موقع 'تويتر' (twitter) فقد استعمل لترغيب المستخدمين في التطوع عبارات من قبيل: "قم بتغيير عالمك change your world"، "قم بتحسين مهاراتك improve your skills"، "اعثر على مجتمعك find your community" (translate.twitter.com).

### 3- مجتمعات المترجمين الافتراضية ومهنة الترجمة:

#### 3-1 المترجمون المتطوعون خطر على مهنة الترجمة:

لطالما اعتبر المترجمون المحترفون اللجوء إلى إسناد أعمال الترجمة إلى الجماهير بمثابة خطر على مهنتهم، فقد نظروا إلى مشاريع الترجمة التطوعية نظرة شك وارتياب وذلك منذ بداياتها، كما ظهرت نقاشات كثيرة حول نوعية الترجمات التي تعتمد على التعهيد الجماعي، وعدم احترامها حسيهم لمعايير وأخلاقيات المهنة (Mc Donough Dolamya 2011). وإذا كانت ترجمة وتوطين المواقع الاجتماعية ك: 'فايسبوك' و'تويتر' إلى لغات العالم، تلتزم الدقة في ترجمة

المصطلحات، فإن الأمر ليس كذلك فيما يخص ترجمة بعض المقالات الثقافية والتعليمية أو ترجمة (fansubbing) الأفلام والمسلسلات والرسوم المتحركة اليابانية "الأنمي" (Anime)، فإن الباحثين عادة ما يصفون الاستراتيجيات التي يتبعها المتطوعون في هذه المجالات بأنها "تتحدى المعايير Norm - defying"، وأنها "غير تقليدية Unorthodox"، وأنها "تستهزئ بالأعراف والتقاليد المتبعة في الترجمة (O'Hagan 2009, 100 Dwyer "flouting the formal conventions (2012, 226 ; Diaz Cintas 2005, 12).

يعتمد المترجمون المتطوعون في ترجمتهم لهذه المواد على مقاربة تغريبية في الترجمة (foreignizing approach)، ومعنى ذلك أن المترجمين المتطوعين يتدخلون في المادة المترجمة عبر إضافة الحواشي (glosses)، أو رؤوس أقلام (head notes)، يفسرون من خلالها المصطلحات أو المفاهيم الثقافية المستعصية على الترجمة والتي يرون أن المتلقي قد يصعب عليه فهمها (Dias Cintas and Munoz Sanchez 2006, 46). إن هذه الطريقة في الترجمة يمكن أن تفسر بأنها رغبة لدى المتطوعين في الحفاظ على أصالة النص الأصلي (a passion for authenticity) وعدم رضاهم على أساليب التوطين في الترجمة (domesticating methods)، التي تميز الترجمات الرسمية.

على نحو لا يمكن إنكاره، يمكن القول إن مجموعة من غير المحترفين الذين لم يتلقوا تكويناً في مجال الترجمة وهم على أتم الاستعداد للعمل بدون مقابل في مجال الترجمة، قد يعتبر للوهلة الأولى بمثابة أمر خطير يهدد سوق الترجمة وسبل عيش المترجمين المحترفين، وهو ما عبرت عنه "جمعية المترجمين المحترفين لشمال كاليفورنيا" التي وصفت التعهيد الجماعي بأنه أحد أهم الأخطار التي تهدد مهنة الترجمة وجمعية المترجمين (Baer Naomi 2010). كما لم تتوانى الجمعية أيضاً عبر مجلتها عن وصف 'التعهيد الجماعي' بـ"النزعة التجارية المرعبة" (an alarming business trend). بعض هؤلاء المترجمين المحترفين لا يرون في هذه الطريقة إلا مجرد وسيلة تلجأ إليها الشركات الطامحة لكي تستغل المتطوعين الذين لا يتلقون مقابلاً مالياً، وتحقق مكاسب مالية لها وحدها دون أن تخسر الكثير (Dodd 2011). لكن البعض الآخر وقف موقفاً

إيجابيا من المسألة، ورأى أنه قد حان الوقت، ونحن نعيش اليوم في ظل عالم رقمي يتميز بالانفتاح والمشاركة والتعاون، وأصبح لزاما على محترفي مهنة الترجمة أن يفكروا مليا ويقوموا باحتضان وقبول التغيرات الحاصلة، بغية تعزيز هذه المهنة وتطويرها (O'Hagan 2009, 16).

على الرغم من كل ما قد يقال عن نوعية وجودة الترجمة، التي يقوم بها المتطوعون في إطار مشاريع التعهيد الجماعي، إلا أن هناك حالات تفوق فيها المتطوعون الهواة في ترجماتهم على المترجمين المحترفين (Wenjing Li, 155)، وذلك بفضل معرفتهم بطريقة استخدام المواقع الاجتماعية مثل 'فايسبوك' أو 'تويتر' وإلمامهم بالمواضيع التي يقومون بترجمتها، مقارنة مع بعض المترجمين المحترفين الذين لم يسبق لهم استخدام مثل هذه المواقع الاجتماعية، وهو ما يصفه أحد الباحثين بـ"المعرفة المتميزة لموضوع البحث" (Garcia 2009, 209).

هناك حالات أيضا يتفوق فيها بعض المترجمين المتطوعين، على الرغم من عدم حصولهم على أي تكوين قبلي أو تدريب سابق في الترجمة، ولكنهم يعوضون ذلك النقص بمعرفتهم الواسعة في مجال أو ميدان معين، وتحمسهم للمواضيع التي اختاروا ترجمتها (O'Hagan 2009, 100). في عصر مساهمة الجماهير التي أتاحتها الإنترنت، نحتاج حتما إلى تعريف جديد يتحلى بمزيد من المرونة لكلمة "هاو". إذا حقق مترجم هاوٍ لم يتلق أي تدريب في الترجمة إنجازا مهما بترجمته لكتاب أو محتوى على شبكة الإنترنت فهل سنقول إنه هاوٍ؟ يقول "تشارلز ليدبيتر" و"بول ميلر" في كتابهما (ثورة الهواة المحترفين: كيف يغير المتحمسون اقتصادنا ومجتمعنا): "إن كم جهود الهواة وكيفها شهدا زيادة هائلة في الأعوام الأخيرة بحيث نحتاج إلى لقب ثالث: "الهواة- المحترفون، وهم الهواة الذين يعملون وفق معايير المحترفين." وأضافا في كتابهما أنه: "في القرن العشرين، أصبحت كلمة الهواة مصطلحا مثيرا للسخرية." (جيف هاو 2012، 33).

### 2-3 مشكلة حقوق النشر والتأليف:

حينما نتحدث عن الترجمة في إطار التعهيد الجماعي، فإنه لا يمكننا أن نغفل المشاكل ذات الطابع القانوني، فمنذ اليوم الأول الذي تم فيه الاعتماد

على هذه التقنية في مجال الترجمة، اصطدم القائمون على هذه العملية والمترجمون المتطوعون بشكل دائم بمشكلة حقوق النشر والتأليف، بل واعتبروا في كثير من الأحيان بمثابة خارجين عن القانون. لعل أقرب مثال حول هذا الموضوع، هو الإنذار الذي تلقاه مجموعة من المترجمي الهواة الصينيين، من طرف مالكي حقوق النشر، بسبب ترجمتهم إلى الصينية لكتاب "هاري بوتر ومقدسات الموت" (Harry Potter and the Deathly Hallows) دون إذن من الناشر. لكن المشكلة تبقى في أنه من الصعب تحميل هؤلاء المترجمين مسؤولية خروجهم عن القانون، وذلك نظرا لكثرة عدد المشاركين في ترجمة الكتاب، بالإضافة إلى أن مشروعهم كان في الأساس غير ربحي، وأخيرا هو صعوبة الكشف عن هوياتهم الحقيقية.

في حالات أخرى لجأت بعض الحكومات كما حدث في الصين مثلا، إلى حجب بعض هذه المواقع، بسبب قيام أعضائها بترجمة مقالات وكتب سياسية حساسة أو ممنوعة تتعلق بهذا البلد كتبها صحفيون وكتاب غربيون، وهي المقالات التي لا يمكن للفرد الصيني الأحادي اللغة أن يطلع عليها. (Wenjing Li (2015, 157). "في هذا الإطار، تصبح حقوق التأليف والنشر في حالة صراع دائم مع التكنولوجيا. قبل ظهور تكنولوجيا الطباعة، لم تكن ثمة حاجة لحماية حق المؤلف فيما يتعلق بعمله... ومع تقديم كل جيل تكنولوجيا أفضل من تكنولوجيا الجيل السابق عليه، ضَعُفت قدرة مالك حق التأليف والنشر على حماية حقوق ملكيته الفكرية." (لسيخ لورنس، 2013. 249 - 250). لكن على الرغم من كل ما قد يُقال عن مشاكل حقوق النشر والتأليف، إلا أن مشاريع الترجمة التي تعتمد على التعهيد الجماعي، تعتبر في كثير من الأحيان بمثابة المتنفس الوحيد لبعض المجتمعات والأفراد، وذلك عبر نشرها للمعرفة وللمعلومة وجعلها في متناولهم بعد أن كان من الصعب الوصول إليها بسبب الحواجز اللغوية (Wenjing Li (2015, 151).

#### 4- أمثلة تطبيقية:

من أجل توضيح ما تم ذكره آنفا سأورد فيما يلي بعض الأمثلة التطبيقية عن كيفية ترجمة موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من اللغة

الإنجليزية إلى اللغة العربية، حتى يكون هذا الموقع في متناول متحدثي اللغة العربية، ويسهل عليهم استخدامه. لكي يتم ذلك يتولى المترجمون بشكل يومي ترجمة عشرات الكلمات والجمل والعبارات التي يقوم بإرسالها القائمون على "مركز تويتر للترجمة" (Twitter Translation Centre) من اللغة الإنجليزية إلى لغاتهم الأم، وفي المثال الآتي سوف أوضح كيف تمت ترجمة بعض هذه العبارات من اللغة الإنجليزية إلى اللغة العربية.

العبارة رقم: 50034.

**If you aren't receiving the login request, you can disable login verification from your mobile phone settings, or twitter.com on your computer.**

إن وجود سطر تحت بعض الكلمات الإنجليزية يعني أن هذه الكلمات قد تم الاتفاق على وضع ترجمة موحدة لها وإدراجها في قاعدة بيانات المنصة الافتراضية للترجمة وذلك لتفادي فوضى المصطلحات.

**الترجمات إلى اللغة العربية:**

الترجمة الأولى: إذا كنت لا تتلقى طلب تسجيل، بإمكانك تعطيل توثيق تسجيل الدخول من إعدادات هاتفك المحمول، أو من Twitter.com على الكمبيوتر الخاص بك.

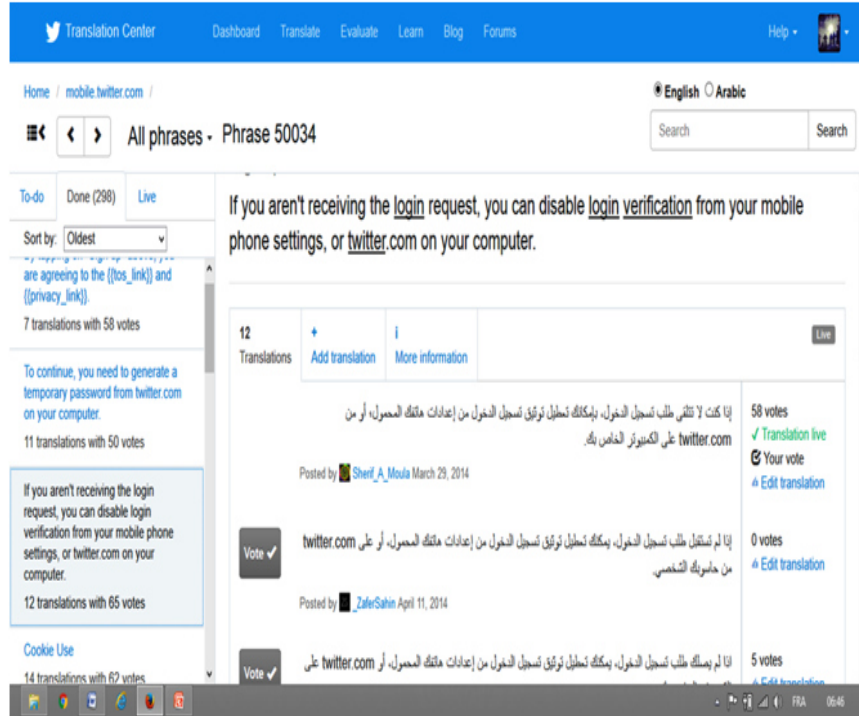
الترجمة الثانية: إذا لم تستقبل طلب تسجيل الدخول، يمكنك تعطيل توثيق تسجيل الدخول من إعدادات هاتفك المحمول، أو على twitter.com من حاسوبك الشخصي.

الترجمة الثالثة: إذا لم يصلك طلب تسجيل الدخول، يمكنك تعطيل توثيق تسجيل الدخول من إعدادات هاتفك المحمول، أو twitter.com على الكمبيوتر الخاص بك.

تحصلت الترجمة الأولى على 58 تصويتا من قبل المترجمين المتطوعين، وذلك نظرا لدقتها ولقرنها من حيث المعنى للعبارة الإنجليزية، حيث قام المترجم المتطوع بترجمة عبارة (If you aren't receiving) بـ "إذا كنت لا تتلقى..."، أما الترجمة الثانية جاءت مفتقرة للدقة في ترجمة هذه العبارة بـ "إذا لم تستقبل" ونتيجة لذلك لم تحصل هذه الترجمة على أي صوت. كذلك الأمر بالنسبة



للترجمة الثالثة والتي وقع صاحبها في نفس خطأ المترجم الثاني، حيث قام بترجمة نفس العبارة بـ "إذا لم يصلك". ووصفتي مترجماً معتمداً ومشاركاً في مشروع تعريب "تويتتر" فقد آثرت التصويت على الترجمة الأولى التي وجدتها صحيحة، وكما يظهر في الصورة المرفقة توجد أمام هذه الترجمة عبارة "Your vote" للإشارة إلى تصويتي. أما عبارة "Translation live" التي كتبت باللون الأخضر فتشير إلى أن هذه الترجمة قد حظيت بقبول المشرفين "moderators" وأصبحت معتمدة.



صورة مأخوذة من حسابي الشخصي على المنصة الافتراضية لمركز تويتتر  
للترجمة. المصدر: (Translate.twitter.com)

العبارة رقم: 88305.

**When you check this box, you will be required to verify additional information before you can request a password reset with just your @username. If you have a phone number on your account, you will be asked to verify that phone number before you can request a password reset with just your email address.**

## الترجمات إلى اللغة العربية:

الترجمة الأولى: عندما تختار هذا المربع، سيطلب منك توثيق معلومات إضافية قبل أن تتمكن من طلب إعادة تعيين كلمة المرور فقط بواسطة @اسم المستخدم إذا كان لديك رقم هاتف على حسابك، سيطلب منك توثيق ذلك الرقم قبل أن تتمكن من طلب إعادة تعيين كلمة المرور فقط بواسطة عنوان بريدك الإلكتروني.

الترجمة الثانية: عندما تقوم بتحديد هذا المربع، سيطلب منك توثيق معلومات إضافية قبل أن تتمكن من طلب إعادة تعيين كلمة المرور فقط بواسطة @اسم المستخدم إذا كان لديك رقم هاتف على حسابك، سيطلب منك توثيق ذلك الرقم قبل أن تتمكن من طلب إعادة تعيين كلمة المرور فقط بواسطة عنوان بريدك الإلكتروني.

في هذا المثال من الواضح أن الترجمتين لا تختلفان كثيرا، ولكن الترجمة الأولى حظيت بقبول المشرفين. لقد أثر المترجم في ترجمته للفعل الإنجليزي (to check)، والذي يعني في هذا السياق "وضع إشارة أمام شيء دلالة على أنه رُوجع"، استعمال الفعل "اختار" لتفادي الإطناب، أما عبارة "تقوم بتحديد هذا المربع" في الترجمة الثانية فلم تتلق أي تصويت.

The screenshot shows the Translation Center interface for the phrase: "When you check this box, you will be required to verify additional information before you can request a password reset with just your @username. If you have a phone number on your account, you will be asked to verify that phone number before you can request a password reset with just your email address." The interface displays two translations with 15 votes each. The first translation is by Mustafafaur and the second is by TurkiAbouali.

## العبارة رقم: 148045.

**If you ever loser access to your device, you can always use a backup code.**

الترجمة الأولى: إذا فقدت حق الوصول إلى جهازك في أي وقت، يمكنك دائما استخدام رمز احتياطي.

الترجمة الثانية: إذا فقدت الدخول إلى جهازك في أي وقت، يمكنك دائمًا استخدام رمزًا احتياطيًا.

الترجمة الثالثة: إذا فقدت الدخول إلى جهازك في أي وقت، يمكنك دائمًا استخدام الرمز الاحتياطي.

في هذا المثال يُلاحظ أن الترجمة الأولى التي تم اعتمادها على الرغم من أنه لم يتم التصويت عليها، كما أنها قد احتوت أيضًا على بعض الأخطاء اللغوية، وهو الأمر الذي جعل أحد المترجمين يكتب "تغريدة" إلى "المشرفين" راجيا منهم إعادة النظر في قرارهم، وذلك من خلال استعمال الوسم (Twitter Translation Center - Arabic) (hashtag###ttc\_ar)، وهو اختصار لـ: (مركز تويتر للترجمة - العربية) وهي الطريقة التي يمكن لأي مستخدم من مستخدمي الموقع اللجوء إليها للإشارة إلى وجود خلل في عبارة أو كلمة يمكن أن يجدها أثناء تصفحه للموقع.

If you ever lose access to your device, you can always use a backup code.

3 Translations

0 votes  
✓ Translation live  
✎ Edit translation

1 vote  
✎ Your translation  
✎ Edit translation

12 votes  
✎ Edit translation

Mustafa Faour @MustafaFaour · 3 fév.  
Take a look at this translation please: [translate.twitter.com/phrases/148045...](https://translate.twitter.com/phrases/148045...) #TTC\_AR @B3ST10 @translator @HsnHamad

##### 5- خلاصة:

إن الخصائص التي يتميز بها المترجمون المتطوعون وقدراتهم البارعة على التنظيم وتوزيع المهام ومرافقة عملية الترجمة في كافة مراحلها من تدقيق وتصحيح ونشر، والاستراتيجيات التي يتبنونها في ترجماتهم وكيفية تعاملهم مع

النصوص والمواضيع التي يترجمونها والسرعة في أداء ذلك، تفرض على المنظرين والباحثين في مجالات الترجمة وعلم الاجتماع وميدان تكنولوجيايات الإعلام والاتصال أن يولوا عناية تامة لهذه الظاهرة المستجدة في تاريخ البشرية، هذا التاريخ الذي ما زال يكتب إلى هذه اللحظة، وعلى الرغم من الجدل الذي أثارته هذه التقنية في عالم صناعة الترجمة، كمشكلة الجودة وحقوق التأليف والنشر وما قد فرضته من تحديات لمهنة الترجمة ومحترفيها، إلا أن محاسن توظيف هذه التقنية في ميدان الترجمة، كالرغبة في نشر المعرفة وتسهيل الوصول إلى المعلومة، لا يمكن إنكارها. وفي حين يرتبط تعهيد الأعمال للجماهير بالإنترنت، فهو لا يتعلق في جوهره بالتكنولوجيا؛ فالتكنولوجيا نفسها تتألف من أسلاك ورقائق وكتيبات تشغيل مهمة. أما الأمر الأهم والأكثر تشويقاً فيما يتعلق بالتكنولوجيا فهو السلوكيات الإنسانية التي تولدها التكنولوجيا، لاسيما قدرة الإنترنت على دمج البشرية معاً في إطار نظام مزدهر قوي بلا حدود. إنه نهضة الشبكة التي تتيح لنا استغلال حقيقة تتعلق بالعمل الإنساني طالما سبقت الإنترنت ألا وهي القدرة على تقسيم مهمة صعبة - على غرار كتابة موسوعة شاملة أو ترجمة كتب كاملة - إلى أجزاء على قدر من الصغرى كفيلاً أن يكون إنجازها ليسممكناً فحسب بل ممتعاً أيضاً. إذا كانت المشاريع التطوعية لترجمة الكتب والبحوث والمنشورات العلمية والثقافية والتكنولوجية قد لقيت إقبالا في عالمنا العربي، وخاصة من قبل الشباب الجزائري، كما ذكرت آنفاً، فإن نفس هذه المشاريع ينظر لها نظرة تخوف وارتياح في مجتمعات أخرى كالولايات المتحدة الأمريكية والصين، لأنهم يرون فيها خطراً يهدد مصالحهم، عكس مجتمعاتنا العربية التي ترى في مثل هذه المشاريع فرصة للحاق بركب التطور والرقى.

#### الهوامش:

1- المحتوى المنشأ من قبل المستخدم: ويعرف أيضا بالمضمون المنتج من قبل المستخدم أو الإعلام المنتج من قبل المستهلك، "وهو يشير إلى أنواع مختلفة من المحتويات الإعلامية المتاحة للجمهور والذي يمكن أن يُنتجها مستخدمو وسائل الإعلام الرقمية. وبذلك، يكون أولئك الذين يستهلكون المحتوى الإعلامي ينتجونته كذلك. المصدر: معرفة

أساسيات المعلومات والإعلام: منهاج للمعلمين. صدر عن منظمة اليونسكو للعلوم والثقافة والتربية. ص: 205.

**Alton Grizzle & Carolyn Wilson. Media and Information Literacy Curriculum for Teachers - Vol. 1 - Curriculum and Competency Framework. UNESCO, 2001. P. 205.**

2- التعهيد الجماعي أو الحشد الجماعي (Crowdsourcing). اعتمدت في ترجمة هذا المصطلح إلى اللغة العربية على الترجمة التي وردت في كتاب: تجديد رؤية مجتمعات المعرفة للسلام والتنمية المستدامة لـ روبن مانسيل وغايتان ترمبلي، الصادر عن منظمة اليونسكو. ص: 21.

**Mansell, Robin, Tremblay, Gaëtan. Renewing the knowledge societies vision for peace and sustainable development. UNESCO Publishing, 2015. P. 21.**

3- اعتمدت في ترجمة مصطلح (Web 2.0) على ما ورد في كتاب: المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت.. نظرة على التخطيط الاستراتيجي العربي والعالمي، للدكتور: رامي عبود، الصادر عن دار العربي للنشر والتوزيع، 2013. ص: 158.

مكتبة البحث:

قائمة المراجع:

1- هاو جيف: الجماهير بين المشاركة والإبداع، عندما تتحكم الجماهير في مستقبل الإبداع. ترجمة: مروة عبد الفتاح شحاته. الطبعة الأولى 2012.

2- لورانيس لسيج. الكود المنظم للفضاء الإلكتروني، الإصدار 2.0. ترجمة: محمد سعد طنطاوي. 2013. مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة.

3- Anastasiou, D., and R. Gupta (2011). "Comparison of Crowdsourcing Translation with Machine Translation," *Journal of Information Science* 37: 637–658.

4- Baer, Naomi (2010). "Crowdsourcing: Outrage or Opportunity?" *Translorial: Journal of the Northern California Translators Association* (February 1), <http://translorial.com/2010/02/01/crowdsourcing-outrage-or-opportunity/>, accessed June 10, 2016.

5- Brabham, D. C. (2013). *Crowdsourcing* (Cambridge: MIT Press).

6- Cronin, M. (2013). *Translation in the Digital Age* (London: Routledge).

7- Díaz Cintas, J. (2005). "Back to the Future in Subtitling," pp. 1–17 in H. Gerzymisch-Arbogast and S. Nauert (eds.), *Challenges of*

- Multidimensional Translation: Conference Proceedings, (Saarbrücken: MuTra).
- 8- Díaz-Cintas, J., and P. MuñozSánchez (2006). "Fansubs: Audiovisual Translation in an Amateur Environment," *The Journal of Specialised Translation* 6: 37–52.
- 9- Garcia, I. (2009). "Beyond Translation Memory: Computers and the Professional Translator," *Journal of Specialised Translation* 12: 199-214.
- 10- Haile, T. (2014). "What You Think You Know about the Web is Wrong," *Time*, 9 September, <http://time.com/12933/what-you-think-you-know-about-the-web-is-wrong/>.
- 11- Howe, J. (2006a). "The Rise of Crowdsourcing," *Wired* 14.06, <http://archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>, accessed February 11, 2016.
- 12- Jimenez-Crespo, Miguel A (2017). *Crowdsourcing and Online Collaborative Translations, Expanding the limits of Translation Studies*. John Benjamins Publishing Company Amsterdam / Philadelphia.
- 13- Kelly, N. (2009). "Freelance Translators Clash with Linked In: over Crowdsourced Translations," <http://www.globalwatchtower.com/2009/06/19/linkedin-ct3/>, accessed February 14, 2015.
- 14- Lakhani, K., and R. Wolf (2005). "Why Hackers Do What They Do: Understanding Motivation and Effort in Free/Open Source Software Projects," pp. 3–22 in J. Feller, B. Fitzgerald, S. Hissam, and K. Lakhani (eds.), *Perspectives in Free and Open Source Software* (Cambridge: MIT).
- 15- McDonough Dolmaya, J. (2012). "Analyzing the Crowdsourcing Model and Its Impact on Public Perceptions of Translation," *The Translator: Non-Professionals Translating and Interpreting* 18: 167–91.
- 16- O'Hagan, M. (2009). "Evolution of User-Generated Translation: Fansubs, Translation Hacking and Crowdsourcing," *Journal of Internationalisation and Localisation* 1: 94–121.
- 17- Perez-Gonzalez, L., and Ş. Susam-Saraeva (2012). "Non-Professionals Translating and Interpreting: Participatory and Engaged Perspectives," *The Translator: Non-Professionals Translating and Interpreting* 18: 149–165.
- 18- Tapscott, D., and A. Williams (2006). *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything* (New York: Portfolio).
- 19- Wenjing Li (2015). Crowdsourcing Translation in China: Features and Implications. In: *Translation and Academic Journals* (The

Evolving Landscape of Scholarly Publishing) Ed by: Yifeng Sun. PP. 149 - 164.

المواقع الإلكترونية:

- 1- Moutarjam.com, accessed: January 30, 2016.
- 2-Translate.twitter.com/user/hemza\_zeghar, accessed: December 14, 2017.
- 3- W3Tches (2015). "Usage of Content Languages for Websites,"[http://w3techs.com/technologies/overview/content\\_language/all](http://w3techs.com/technologies/overview/content_language/all), accessed February 10, 2016.