

## الفعل الترجميّ في أروقة الإعلام الأيديولوجيّ

## The translation act in the corridors of ideological media

بلقاسم صوفي<sup>1</sup>\*<sup>1</sup> معهد الترجمة. جامعة وهران 1. أحمد بن بلة (الجزائر)

soufisoufi1984@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2022/04/29 تاريخ القبول: 2022/05/13 تاريخ النشر: 2022/08/10

## الملخص:

في عالم مليء بالأحداث والتغيرات في مختلف المجالات الحيّاتيّة منها السياسيّة والصحيّة والعسكريّة، يبرز الإعلام بوصفه الوسيلة الأبرز للحصول على المعلومة بدقة وسرعة، هي غاية لا تتحقق إلاّ من خلال أعمال الفعل الترجميّ في المجال الإعلاميّ. وبالرغم من نبل الأهداف المسطرة من الإعلام على غرار نشر الوعي وكشف الحقائق للرأي العالمي، إلاّ أن تغطية الإعلام تشمل كثير من القضايا الشائكة التي تقع ضمن دائرة اهتمام السياسيّة والسياسيين، وهذا يعني من وجهة نظرنا، أن الإعلام له خلفيات أيديولوجية هي التي تحدد توجهاته، لذلك أصبحنا اليوم نتحدث عن الإعلام الأيديولوجيّ.

يشغل الإعلام باحترافية عالية من أجل ضمان التقبّل لدى شريحة واسعة من الجمهور، وتوجيه المتلقي نحو نمط تفكير وسلوك معين. يبرز في هذا السياق الفعل الترجميّ بوصفه من الأدوات المتاحة لخدمة توجهات أيديولوجية بعينها، ومحاربة أخرى. في ضوء ما شرحناه، سنسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى دراسة الخطاب الإعلاميّ بوصفه خطابا أيديولوجيا، وكيف يمكن للترجمة أن تصبح ساحة للصدامات الإيديولوجية.

الكلمات المفتاحية : الإعلام، الإعلام الأيديولوجيّ، الأيديولوجيا، الترجمة.

\* المؤلف المرسل.

**Abstract:**

In a world full of events and changes in various fields of life, including political, health and military, the media emerges as the most prominent means of obtaining information accurately and quickly, a goal that can only be achieved through the implementation of translational action in the media field. Despite the noble goals set by the media, such as spreading awareness and revealing facts to world opinion, the media coverage includes many thorny issues that fall within the circle of politics and politicians' attention. This means, from our point of view, that the media has ideological backgrounds that determine its orientation, so today we are talking about ideological media in its modern sense.

The media operates with high professionalism in order to ensure acceptance by a wide segment of the audience, and to direct the recipient towards a certain pattern of thinking and behavior. In this context, the translation act emerges as one of the available tools to serve certain ideological tendencies, and to fight others. In light of what we have explained, we tend through this research paper to study the media discourse as an ideological discourse, and how translation can become an arena for ideological clashes.

**Keywords:** Media, ideological media, ideology, translation.

**1. مقدمة:**

يستمر الإعلام اليوم في تطلعه للمشهد العالمي ويفرض نفسه بوصفه قوة لا تقل شأنًا عن القوتين العسكرية والاقتصادية في فرض حقائق، ودحض أخرى وتجميل واقع، وتشويه آخر، وما توصيف الإعلام بالسلطة الرابعة *fourth estate* إلا إقرارًا ضمنيًا بفاعليته، ونجاعته في تغيير وجهات النظر من جهة، وترجيح كفة جهة على حساب أخرى من جهة أخرى، ولتوثيق هذه الوظيفة نجد تاريخ الإعلام السياسي حافلًا بقرارات صنعها الإعلام، فعلى سبيل المثال لا الحصر، يشير غولدنبرغ *Goldenburg* إلى أنه - في الحرب الإسبانية الأمريكية عام 1898 - لعبت المطابع أدوارًا حاسمة في بناء الرأي العام فيما يتعلق ببلداتهم، والطرف "الأخر". حيث ساهمت الوثائق الأصلية (*ST*) والمترجمة (*TT*) في تشكيل الصورة الأيديولوجية النمطية. وقد تمّ ذلك السعي عن قصد من خلالها إلى زيادة الدعم لحرب كانت تهدف إلى تغيير النظام العالمي والخطاب المهيمن في ذلك الوقت.<sup>1</sup>

## 2. الإعلام الأيديولوجي:

يصعب على المجتمعات البشرية اليوم، على اختلاف ألسنتها وتوجهاتها الفكرية، الاستغناء عن وسائل الإعلام بغرض مواكبة الأحداث والمستجدات. وبما أن وسائل الإعلام تشكل مصدرا للمعلومات والحقائق فمن المنطقي أن نتساءل عن سبب الاختلاف بين وسائل إعلامية عالمية في مقارنتها لنفس الحدث بطرق متباينة. من أجل الإجابة عن هذا التساؤل لا بد لنا أن نحقق في ماهية الممارسة الإعلامية... فالإعلام رسالة، والرسالة لا بد لها من (رؤية) ، والرؤية هي (فكرة) أو (مجموعة أفكار) تسبق السلوك الاتصالي. ومن ثم فإن الممارسة الإعلامية هي نتاج رؤية أيديولوجية- بالمعنى الاصطلاحي لا اللغوي-، تتجسد صورها في المنتج الإعلامي عبر وسائل الإعلام المختلفة"<sup>2</sup>.

قد لا تضطر وسائل الإعلام اليوم إلى تزييف الخبر أو فبركته بطريقة فاضحة يفقدها مصداقيتها، وإنما تمارس على الفرد إقناعا مبطنا يؤثر في سلوكه، ويجعله يتبنى في الأخير الموقف المؤطر له من تلك الوسيلة الإعلامية.

## 3. الأيديولوجيا وعلاقتها بالإعلام:

إذا ما دققنا في عملية الاتصال بين الأفراد في مختلف المجتمعات، فإننا نجد أن أبسط المعاملات اليومية بين الأفراد هي في حقيقة الأمر بمثابة مناورات وحجج لفرض فكرة والانتصار لها على حساب أخرى. يتغذى مفهوم الأيديولوجيا، حسب تصورنا، على اختلاف وجهات النظر بين الأشخاص، وهذه طبيعة بين البشر. تتماشى توجهات الإعلام إلى خدمة غرض بعينه على حساب آخر مع مفهوم الأيديولوجية التي عرّفها فوسات بأنها:

اعتقاد أو مجموعة من الأفكار ، لا سيما المعتقدات السياسية التي يستند إليها الأشخاص أو الأحزاب أو البلدان في أعمالهم"<sup>3</sup>

يجدر بنا هنا أن نوضّح من جهتنا أنّ الأيديولوجية لها تأثير عميق في الشخص أو الأشخاص الذين يؤمنون بها ، فحسب توين فان دايك أن قلةً منّا من يصفون معتقداتهم وأفكارهم بالأيديولوجية ، وإنما يعتبرونها الحقيقة ، في حين يصفون معتقدات وأفكار الآخرين بالأيديولوجية ."

تمثل وسائل الإعلام منبرا استراتيجيا في تسويق أيديولوجيات ومحاربة أخرى، فنجد الخبر الواحد يعالج بمقاربات متباينة، يمكننا أن نستدل في هذا السياق بتغطية جريدة كل من "The Times" و "تايمز" و جريدة "the Guardian" "الغارديان" لحدث سياسي من خلال "احتجاج على تورط بريطانيا في الغارات الجوية التي كانت تشنها القوات الجوية الأمريكية والبريطانية على العراق في ذلك الوقت".<sup>4</sup>

<i>(The Guardian)</i>	<i>(The Times)</i>
<p><b><u>South African police open fire on anti-Blair protesters</u></b></p> <p>The crack of shotguns was heard in the streets of South Africa's parliamentary capital yesterday as <u>police opened fire on Muslims</u> demonstrating against a visit by Tony Blair.</p>	<p><b>Bullets wreck Blair Visit</b></p> <p>FOUR people were wounded in a gunfight between <u>Muslim extremists</u> and police about 100 yards from Tony Blair in Cape Town yesterday after officers spotted men handing out guns to demonstrators baying for the Prime Minister's blood.</p>

تقارير إعلامية من جريدة تايمز والغارديان لمظاهرة رافضة للتدخل البريطاني في الحرب على العراق<sup>5</sup>

من خلال تغطية جريدة تايمز والغارديان لنفس الحدث يتبين لنا أن هناك تباينا في المواقف والأيديولوجيات، فاتخذت جريدة تايمز موقفا مساندا للشرطة ضد المتظاهرين من خلال وصفهم بالإسلاميين المتطرفين، وبهذا التوصيف فهذه الوسيلة الإعلامية تمنح الحق للشرطة بالتصرف بالقوة، أما جريدة الغارديان فاتخذت موقفا مساندا للمتظاهرين ضد الشرطة، فعنونت تقريرها ب: شرطة جنوب أفريقيا تفتح النار على المتظاهرين المناهضين لبليز، كما أن التقرير لم يستعمل مصطلح الإسلام المتطرف على الإطلاق، بل استعمل كلمة "مسلمين".

فالاختلاف في معالجة الحدث الواحد هو ليس اختلاف بين جريدتين فحسب ، بل هو اختلاف بين معسكرين: معسكر يساند ويدافع عن فكر وأيديولوجيات وأخر يساند ويدافع عن

أيديولوجيات أخرى قد تكون متناقضة تماما مع ما يؤمن به المعسكر الأول، ودور الإعلام هنا هو ربح هذه المعركة من خلال حشد وجلب أصوات أخرى قد تكون محايدة أو التأثير على الآراء المتأرجحة التي لم تحسم في أمرها بعد.

#### 4. أثر الإعلام في ترجمة الخطاب السياسي:

ونظرا لاحتضان وسائل الإعلام للخطاب السياسي حتى صار مادتها المفضلة في البرامج اليومية ، فقد "أصبح الخطاب السياسي يصنف على أنه خطاب إعلامي"<sup>6</sup> ، وبانزياح الخطاب السياسي إلى مجال الإعلام ، محتاجا لفنّيات الإخراج ، والبرمجة واصطناع تكنولوجيا التأثير، وتجميل الوجوه السياسيّة التي تمرّ عبر القناة وضبط تقنيات الإخراج ، ومن جهة أخرى ، فإنّ الإعلام استعان بقوة الإعلام ، واستفاضة خرائطه العالميّة لتقوية التأثير نظرا لحاجة الخطاب السياسيّ إلى الانتشار ، والذيع ، وتغطية أكبر حيز ممكن من الكرة الأرضية.

إنّ هذا الانتشار والذيع الذي يسلكه الخطاب السياسيّ عبر وسائل إعلام بعينها يحتاج إلى تقييم ولكي يأخذ الأبعاد العالمية الواسعة كان لا بدّ عليه أن يعتمد ، بشكل أساسي، على الترجمة، فاللسان التّرجميّ يختصّ بفضل تسيير الفكرة السياسية من حيزها الضيق الذي تنشأ فيه إلى عوالم تفاعليّة وإنسانية أكثر اتساعا. وقد يكون كافيا أن نشير ، في هذا الصدد ، إلى أنّ الخطابات ، والتصريحات الارتجاليّة لا بدّ من أن تخضع إلى تنقيح التحرير الذي يُعدّ إجراء فنيا وتقنيا ملحقا بأولية الخطاب السياسيّ ، وهذا المطلب أو الإجراء معناه أن العناصر الإخبارية المختارة لا تُترجم مباشرة لأنّها لو تُركت على سداحة عفويتها ما استطاعت أن تضمن لنفسها الأبعاد التأثيريّة المتوخّاة من قبل مشروعها السياسيّ ، وبناء على الوظيفة التنقيحية والتوجيهية التي يُسبغها التنقيح على صورة الخطاب السياسيّ الأولية غير المنقّحة ، فقد وُجدت معايير للتحرير فيما يتعلّق بأجزاء المعلومات التي يجب لها السماح بالمرور من المصدر وأخرى يتمّ حجبتها<sup>7</sup> . فتحرير الأخبار والمعلومات من هذا المنظور يصير بمثابة المصفاة التي تغربل كل خبر ، فترجمة الخطابات المشحونة بالأفكار والمواقف ، والأحداث المتسارعة والمتلاحقة عبر مختلف وسائل الإعلام "تُختصر، وتُوضّع في خطاب غير مباشر، قبل أن يتمّ اختصارها، وترجمتها مرة أخرى على يد المراسلين والصحفيين في وكالات الأنباء..."<sup>8</sup> .

ولنا هنا أن نستدل بعينة من خطاب الرئيس السابق لأمريكا باراك أوباما Barak Obama بمناسبة نجاحه في انتخابات 2009 ، ففي حين تسارعت الكثير من الدول على النقل المباشر للخطاب بوصفه خطاب رئيس دولة تتزعم العالم، سارت بعض الدول في الاتجاه الآخر من خلال فرض الرقابة على البث المباشر، والتعتميم على الخطاب ببث أحداث أخرى كما حدث في روسيا وأفغانستان. وأما في الصين فبث الخطاب على المباشر على التلفزيون الصيني مرفقا بالترجمة الفورية ، ولكن تم إنهاء البث مباشرة بعد ذكر أوباما عبارة<sup>9</sup> :

"تذكروا أنّ الأجيال الماضية تصدت للشيوعية والفاشية"

ليتمّ بعد ذلك حذف كلمة "الشيوعية" المفتاحية من مضمون فكرة الخطاب، وتماشيا مع ظاهرة تصرّف الإعلام في نصّ الخطاب فقد تمّ بالموازاة مع حذفها من الإعلام التلفزي المصوّر أيضا من مواقع الانترنت بوصفها لواحق إعلامية ، كما حذفت أيضا الفقرة التالية:

"...وللذين يتمسكون بالسلطة من خلال الفساد ، والخداع ، وإسكات صوت المنشقين أن تذكروا أنكم على الجانب الخاطئ ، لكننا مُستعدون لمدّ يدنا إذا كنتم مستعدين لتخفيف قبضتكم..."<sup>10</sup> ( الترجمة لنا )

إنّ الدور الذي أصبح يؤدّيه الإعلام هو الدور نفسه الذي يعتمد اليوم في تغطية الأخبار، وتسويقها وفق أجندات معينة ، فقد أصبح يثير حفيظة رجال السياسة في العالم، حتى غدا، على سبيل المثال ، رئيس أقوى دولة في العالم الذي هو دونالد ترامب، المعروف بشراسة ألفاظه ، وثبؤ عباراته مهاجمة الإعلام في بلاده ، حتى أصبح موقفه من وسائل الإعلام سلوكا راسخا في خطابه ونبرة مسموعة في استراتيجيته السياسية ، يدخل ترامب من حين لآخر معه، في معارك مع ووسائل إعلام بعينه فتكون معاركه مع الإعلام شبيهة تماما بتلك المعارك الشرسة التي يقودها ضد خصومه السياسيين، وهذا دالّ، إن نحن تأملناه، على أهمية الحيز الذي يشغله الإعلام في عالم السياسية حاضرا ومستقبلا، وقد تمثّلنا بسلوك ترامب السياسي لنُدلّ على هذا السلوك الثقافي والمعرفي التصفوي الذي يُحيم على المجتمعات العالمية.

دائما من منظور ترجمي ، وبلاستناد إلى وجهة نظرنا ، فإنّه يصعب عزل الفعل الترجمي عن تأثيرات الأيديولوجية الإعلامية ، ذلك أن اللغة عامل مشترك بين الإعلام والترجمة . إذ يعتقد رواد

التحليل النقدي للخطاب أنّ كلّ استخدام للغة ، هو أيديولوجي . وبما أن الترجمة في حد ذاتها تمتلك الصبغة العملية فإنها لذلك المبرر تتم على مستوى اللغة. هذا يعني بما يشبه الحقيقة أنّ الترجمة نفسها هي دائماً مسرح لصدمات أيديولوجية .

فالقناعة المشار إليها أو رؤية الطرح هي التي تطرقت إليها كريستينا شافنر، حين وضّحت أنّ السعي في خدمة أيديولوجيا بعينها من خلال الترجمة يأخذ أشكالاً مختلفة حيث لحّصت تلك الأشكال في أربعة استراتيجيات أساسية:

-الإكراه Coercion، حيث تخضع الترجمة للرقابة.

-المقاومة Resistance حيث تستخدم الترجمة لمعارضة الإيديولوجية السائدة

-التشويه Dissimulation عندما تترجم المستندات بشكل انتقائي أو حتى غير دقيق من أجل توجيه الرأي العام للتماشي مع الإيديولوجيات السائدة.

وإنّ من أبسط تجليات التشويه اقتطاع الكلام عن سياقه quoting out of the context ، حيث تكون هذه النقطة دائماً مثار خلاف بين مشاهير سياسيين وقنوات إعلامية.

-إضفاء الشرعية أو نزعها (de)legitimation من خلال استعمال الترجمة لرسم صورة سلبية أو إيجابية للأحر.<sup>11</sup>

تستعمل الاستراتيجيات التي وضعتها كريستينا شافنر ، بشكل متفاوت ، بين مختلف القنوات الإعلامية ، وهذا يعود حسب تقديرنا إلى ثلاثة عوامل:

أ-عندما تفتقر الوسيلة الإعلامية إلى الاحترافية والخبرة فقد تكشف عن مرجعياتها الأيديولوجية بشكل فاضح ينفر المتلقي ويشعره بالاستدراج لتقبّل توجه بعينه.

ب-عندما تتعرض الوسيلة الإعلامية إلى ضغوطات أو رقابة وتقع هذه الوسائل ضمن نطاق أنظمة غالباً ما تكون شمولية . فعلى سبيل المثال نستعرض هنا كيف حرف المترجم الفوري الإيراني نيمنا شيتساز خطاب ترامب على المباشر:

حيث أستبدل المترجم قول ترامب: "بغض النظر عن القوة العسكرية الهائلة للولايات المتحدة، ما يخشاه القادة الإيرانيون أكثر هو شعبهم" بقوله: "جيش الولايات المتحدة قوي جدا والأمة الإيرانية أمة قوية جدا."<sup>12</sup>

وجاء تبرير المترجم بقوله:

"أعتقد أنه من غير اللائق أن أذكر بلدي بالسوء في القناة الوطنية"... "صوت الخطاب بالإنجليزية كان واضحا بما فيه كفاية في التلفزيون لكي يترجموا بأنفسهم."

وهذا التبرير في واقع الأمر دلالة أن المترجم كان مسيرا لا مخيرا في تحريفه للرسالة.

ج- الانتماء لمحنة إعلامية بعينها يتطلب الإيمان بتوجهات المحطة وأهدافها المسطرة، لذلك فالمترجم مطالب باحترام التوجهات العامة للوسيلة الإعلامية التي يشتغل فيها حتى ولو كان غير مؤمن أو موافق على توجهها. ففي كثير من الأحيان تنطبع قرارات المترجم بالإطار الأيديولوجي العام للمحنة الإعلامية التي يكاد لا يجيد عنها. نذكر في هذا السياق مرة أخرى مثلا من الترجمة الفورية لقناة الجزيرة، حيث غير المترجم، أو حذف بتعبير أصح، كلمة إسرائيل وعوضها بكلمة أوروبا كما هو موضح في الترجمة:

...and Qatar that was actually helping Gaza in coordination by the way with United States and Israel...<sup>13</sup>

حيث استبدل المترجم عبارة "قطر تتعاون مع أميركا وإسرائيل، لصالح غزة"، ب"قطر تتعاون مع أميركا وأوروبا"

في سياق متصل بالموضوع ، نبتت كريستينا شافنر في مؤلفها *Translating the European House: Discourse, ideology and politics* إلى نقطة مهمة تتعلق باللغة المستعملة في محاورة رجال السياسة على اختلاف ألسنتهم:

حيث لا يُفصح في بعض وسائل الإعلام عن لغة الحوار الأصلية ، وإذا ما كان الخطاب قد خضع لإجراءات الترجمة<sup>14</sup> ، حسب تقديرنا، فحتى وإن لم يتم التغيير في الرسالة الأصلية أو المناورة على ما جاء فيها من رسائل ، فالأمانتان : المهنيّة والأخلاقية تستدعيان توضيح هذه النقطة، أي أن تنوه إلى أن الخطاب تم تأويله وترجمته ، وهذا لما يمكن أن يطرأ من تغييرات تفرضها إجراءات الترجمة الإعلامية على الخطاب الأصل من مثل : الحذف أو الانتقاء.



5. خاتمة:

في ختام هذه الورقة البحثية، وبعد دراستنا لموضوع الفعل الترجمي في أروقة الإعلام الأيديولوجي، خلصنا إلى أن الخطاب الإعلامي هو خطاب أيديولوجي بامتياز، والفعل الترجمي هو أحد أدواته الفاعلة في المناورة لتعزيز أيديولوجياته على حساب أخرى.  
الهوامش:

<sup>1</sup> Maria Calzada Pérez, a propos of ideology, Routledge, 2002, p 1.

<sup>2</sup> محمد بن سعود البشر، أيديولوجيا الإعلام، دار غيناء للنشر، 2008، ص 29.

<sup>3</sup> A propos of ideology, op.cit, p 3.

<sup>4</sup> Lassen, I., Strunck, J. and Vestergaard, T. Mediating ideology in text and image. Amsterdam: John Benjamins. 2006, p 43.

<sup>5</sup> Ibid, p 43.

<sup>6</sup> Anita Fetzer, The pragmatics of political discourse, John Benjamins, 2013, p1.

<sup>7</sup> Liang Xia, A discourse analysis of news translation in China, Routledge, 2019, p 109.

<sup>8</sup> Peter Newmark, About translation, Multilingual Matters, 1991, p146

<sup>9</sup> Jeremy Munday, Evaluation in translation: Critical points of translator decision making, Routledge, 2012, p43: "Recall that earlier generations faced down **communism** and fascism"

<sup>10</sup> Ibid, p 43: To those who cling to power through corruption and deceit and the silencing of dissent, know that you are on the wrong side of history; but that we will extend a hand if you are willing to unclench your fist"

<sup>11</sup> Lieven D'hulst and Yves Gambier A history of modern translation knowledge, 2018 , p 402.

<sup>12</sup> <https://arabic.rt.com/world/900022->

[%D9%85%D8%AA%D8%B1%D8%AC%D9%85-](https://arabic.rt.com/world/900022-%D9%85%D8%AA%D8%B1%D8%AC%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D9%86%D9%8A-%D9%8A%D8%AD%D8%B1%D9%81-%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8-%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%85%D8%A8/)

[%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%86-](https://arabic.rt.com/world/900022-%D9%85%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D9%86%D9%8A-%D9%8A%D8%AD%D8%B1%D9%81-%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8-%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%85%D8%A8/)

[%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D9%86%D9%8A-](https://arabic.rt.com/world/900022-%D9%85%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D9%86%D9%8A-%D9%8A%D8%AD%D8%B1%D9%81-%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8-%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%85%D8%A8/)

[%D9%8A%D8%AD%D8%B1%D9%81-](https://arabic.rt.com/world/900022-%D9%85%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D9%86%D9%8A-%D9%8A%D8%AD%D8%B1%D9%81-%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8-%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%85%D8%A8/)

[%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8-](https://arabic.rt.com/world/900022-%D9%85%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D9%86%D9%8A-%D9%8A%D8%AD%D8%B1%D9%81-%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8-%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%85%D8%A8/)

<sup>13</sup> [http://muslimaabdu.blogspot.com/2018/02/blog-post\\_61.html](http://muslimaabdu.blogspot.com/2018/02/blog-post_61.html)

<sup>14</sup> Schäffner, C., Baumgarten, S. and Gagnon, C., n.d. *Translating the European house*.2016, p 291.

المراجع:

المراجع باللغة العربية:

محمد بن سعود البشر، أيديولوجيا الإعلام، دار غيناء للنشر، 2008.

المراجع باللغات الأجنبية:

1. Anita Fetzer, The pragmatics of political discourse, John Benjamins, 2013.
2. D'hulst, L. and Gambier, Y., n.d. A History of Modern Translation Knowledge, John Benjamins Publishing Company, 2018.
3. Jeremy Munday, Evaluation in translation: Critical points of translator decision making, Routledge, 2012.
4. Lassen, I., Strunck, J. and Vestergaard, T. Mediating ideology in text and image. Amsterdam: John Benjamins. 2006.
5. Liang Xia, A discourse analysis of news translation in China, Routledge, 2019.
6. Maria Calzada Pérez, a propos of ideology, Routledge, 2002.
7. Peter Newmark, About translation, Multilingual Matters, 1991.
8. Schäffner, C., Baumgarten, S. and Gagnon, C., n.d. *Translating the European house*. 2016.

المواقع الإلكترونية:

<https://arabic.rt.com/world/900022->

[http://muslimaabdu.blogspot.com/2018/02/blog-post\\_61.html](http://muslimaabdu.blogspot.com/2018/02/blog-post_61.html)