

"الاستثمار الإعلامي الإخباري من خلال الترجمة"

ورقة مقدمة من

هند بنت سعد بن عبدالعزيز الراشد

إلى

المؤتمر الدولي الثالث للغة العربية

دبي - الإمارات العربية المتحدة

(11-8 رجب 1435هـ/7-10 مايو 2014م)

المقدمة:

استفادت المؤسسات الإخبارية من الانفتاح التقني وابتدت تنشر منتجاتها عبر قنوات متعددة بالإضافة لقنواتها التقليدية ومنها مواقع الانترنت وصفحات الفيس بوك وخدمة تويتر. وبطبيعة الحال تقول هذه المؤسسات الإعلامية أن تطوير تواجدها على هذه القنوات له دافعان أساسيين: أولهما الحرص على سرعة نشر المعلومة وثانيهما البقاء على تواصل دائم مع جمهورها. وما يعنيه ذلك هو تقليص المجال بأكبر قدر ممكن من احتمالية التفات جمهورها وتفضيله لمؤسسات إعلامية أخرى. لكن ما الذي يدفع الجمهور للاشتراك في قنوات هذه المؤسسات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور؟ توجد أسباب بديهية، منها التفاعل مع الإعلام الجديد والاستفادة من رفاهية التقنية. فبكل بساطة يتصفح الجمهور الأخبار بواسطة الهاتف المتحرك أينما حل وارتحل، على سبيل المثال. والأهم من ذلك هو رغبة الجمهور في التواصل. وهنا مصطلح التواصل من جانب المؤسسة الإعلامية يتعلق بالوصول للجمهور لتحقيق المكاسب الاستثمارية والانتشار، في إطار القيم المهنية والأخلاقية التي تنص عليها قوانين هذه المؤسسات الإعلامية. أما مصطلح التواصل من جانب الجمهور فإنه يميل أكثر لأن يعكس الطبيعة البشرية في الرغبة للتعبير عن الرأي وتقصي الحقائق وفتح قناة حوارية مع الآخرين كي يفهمه ويفهمونه، وهو ما يربط الحلقة من جديد بين عناصر ثلاث وهي: الشفافية والتواصل والمكاسب الاستثمارية. لقد بات الرهان مرتبطاً بأي المؤسسات الإعلامية أكثر تواملاً مع الجمهور؟ أيها يحاوره ويتحدث معه أكثر؟ أيها يكسر رتابة الإعلام التقليدي الذي كان فيه الحاجز بين مُصدّر الخبر ومستقبله عالياً. بيد أن المؤسسات الإعلامية تستفيد من هذا التواصل ليس فقط لغاية توسيع انتشارها، بل أيضاً لتطوير خدماتها وتبسيط اتجاه أجندها الإخبارية بما يتواءم مع رغبة الجمهور واستخدام هذه المؤسسات

لوسائل التواصل الاجتماعي كمصدر لجمع المعلومات عن أحداث ووقائع يصعب فيها إرسال المرسلين وغيرها من الظروف الحرجة التي قد تمنع التواجد البشري الميداني لكوادرها الإعلامية.

دائرة الشفافية والتواصل والاستثمار في المؤسسات الإعلامية الإخبارية:

يذكر الباحث كريستوف نيوبيرجر، في دراسة مسحية حديثة (2011: 123)، أن الصحافة المحترفة متمثلة بالصحف وقنوات الأخبار تحتفظ بمكانتها لدى المتلقي ولا تزال تعتبر المصدر الأول الأكثر مصداقية لديه. لذا فإن ما يدفعه مع ذلك للبحث عن الخبر في وسائل أخرى مثل الشبكات الاجتماعية وخدمة تويتر - كما قلنا آنفا - هو انجذابه لطبيعتها التواصلية، فهي مواقع تتيح له النقاش وإبداء الرأي. وكما يلاحظ القارئ وكما ثبت من خلال البحث الميداني للباحثة في عدد من المؤسسات الإعلامية، (رسالة الدكتوراه لا تزال تحت الإعداد)، فإن الصحافة في العصر الحالي تعي تماما الطبيعة التنافسية بين الصحافة التقليدية والإعلام الحديث. وبالتالي فقد سخرت المؤسسات الإعلامية طواقمها لتطويع هذه الوسائل الجديدة تحت جناحها ليكون المردود الجمهوري سواءً من خلال خدمة تويتر أو الفيس بوك أو غيرها، حزمة واحدة في جيب المؤسسة الأم. وعضاً عن خوض معركة تحدي خاسرة بين الشكل التقليدي للصحافة والتكنولوجيا الجديدة، اختارت هذه المؤسسات المضي قدماً مع تيار التغيير والتجديد وأن تتصلح مع التكنولوجيا وتسخر طاقاتها لها على قدر الإمكان.

وهنا تبرز قدرة المؤسسات الإعلامية الإخبارية في التكيف مع التغيير وتطويع مهاراتها للاستفادة من تطورات العصر وقولية جهودها بما يضمن الالتزام بمبادئها المهنية ونزاهتها الصحفية ومواكبة ما تنتجه أدوات العصر من فوائد جمة وتحقيق ربح استثماري في الوقت نفسه. ولكن دافعا آخر لا يقل أهمية عن كل هذه العناصر يدفع بالصحافة المحترفة التقليدية الاستجابة للطبيعة التواصلية لوسائل التواصل الاجتماعي، وهي أن استجابة الجمهور تدخل حتماً في صناعة الخبر وتؤثر عليه. فما صنَع الخبر إلا ليصل إليه، لذا أصبحت مشاركة الجمهور جزءاً مهماً في تصميم أجندة الأخبار وصياغتها. ويتم ذلك من خلال تتبع المؤسسات للأخبار الأكثر رواجاً وقراءة من قبل الجمهور وعمل الاستفتاءات وقياس ردود الفعل على الأخبار المنشورة من قبل أذرعها في وسائل التواصل الاجتماعي وعلى صفحات مواقعها الإلكترونية. إنه عصر المشاركة والإعلام الجديد. فلم تعد لعبة النجاح تتعلق باحتكار البث أو احتكار المصدر نظراً للتطور التكنولوجي الهائل المنتشر في أصقاع المعمورة وتعددية المصادر واللغات، وإنما ذكاء اللعبة يكمن في خلق الموازنة المقبولة بين المؤسسة الإعلامية وجمهورها.

ونناقش في هذه الجزئية، توازن القوى من منظور الحفاظ على لغة خطاب المؤسسة الإعلامية الإخبارية في ظل التعددية اللغوية، حيث نلاحظ تطور وسائل التقنية الإعلامية ووسائل التواصل بشكل رهيب يوماً بعد آخر. وتعتبر العلاقة بين الإعلام والصحافة والتقنية حلقة مهمة تشغل بال الباحثين والأكاديميين في المجالات المتصلة بالموضوع. والحقيقة الثابتة هي أن هذه التقنية خدمت الإعلام، وأن الإعلام يتعامل بذلك معها وأن الصحافة متمثلة في هذا السياق بكل ما يتعلق بإعداد الأخبار ونشرها، تسعى للحفاظ على قيمها الأسلوبية التقليدية والاستفادة من هذه التقنيات بما يضمن لها البقاء ومواكبة العصر. فالتقنية تبحث عن مستثمريها وتسخر طاقاتها لمن يستقطبها أياً كان. لذا فإن استغلال هذه التقنيات داخل المؤسسات الإعلامية لخدمة مصالح سياسية معينة يعتبر أمراً وارداً بل قد يصل لمرحلة خطيرة. فعلى سبيل المثال، تشير صحيفة الجارديان البريطانية (17 مارس 2011)، إلى أن الجيش الأمريكي يطور برنامجاً رقمياً للتجسس على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال خلق شخصيات وهمية تتواصل مباشرة على شبكة الانترنت ومواقع الدردشة المباشرة، للتأثير على مجرى المحادثات ونشر دعاية مؤازرة للمواقف الأمريكية السياسية. تقول مصادر الجيش الأمريكي أن هذه التقنية تأتي في إطار جهود الولايات المتحدة لفلتر النقاشات المباشرة على الشبكة العنكبوتية وخلق وجهة مضادة للفكر الأيديولوجي المتشدد ودعاياته. مهما كانت الأهداف والأجندات السياسية، فمن منظور واقعي، يعد استخدام هذه التقنية من قبل أي تيار بشكل سري، تلاعباً بموازن القوى الجماهيرية، فيرتفع سلم التأييد للسياسات والتوجهات، الأمريكية على سبيل المثال في هذا السياق، ويتم تصويرها على أنها الأكثر قبولا وتأييداً وانتشاراً بين الجماهير، بينما قد لا يكون ذلك صحيحاً وإنما يبدو كذلك بسبب هذا التلاعب الخفي.

ويخيل للمرء في عصر الانفتاح العجيب أن الإعلام يسيطر على السياسيين لأننا في عصر رغم ديمقراطيته، بات للإعلام فيه تأثير واضح يفوق تأثير ناخبي صناديق الاقتراع. ولكن الواقع أكثر تعقيداً من هذه الرؤية. ورغم قوة الإعلام، إلا أن السياسيين باتت لهم قنواتهم الموصولة مع خبراء في وسائل التواصل داخل هذه المؤسسات. وهنا وكما يشير الباحث في مجال الصحافة والإعلام (مارسيلو فاو، 2013: 111) يجب أن نفرق بين الإعلاميين الذين يتصرفون بحيادية ووضوح وشفافية مستخدمين طرقاً مشروعة لتحقيق أهدافهم وإيصال أجندتهم المؤسسية وبين أولئك الذين يهدفون لا لإيصال المعلومة للمتلقي وإنما للتلاعب بالإعلام والرأي العام. ويطلق فاو على الصنف الثاني مسمى "أطباء العمود الفقري" نظراً لمهاراتهم التقنية وضلوعهم المتعمق داخل المؤسسات الإعلامية. وفي شرحه للمصطلح، يقول فاو أن الصحفيين يراقبون ما يهم الشأن العام وأنهم السلطة الرابعة في الديمقراطية ولكن أرباب

السياسة تعلموا كيف يقوضون قوة الإعلام من خلال استغلال السيادة المزعومة للأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام وتحويلها لخدمة مصالحهم الشخصية. وهنا يؤكد فاو أن هؤلاء السياسيون يتعاونون مع أشخاص داخل هذه المؤسسات ممن يفهمون جيدا طبيعة الصناعة ويستخدمون سبلا متطورة للتلاعب بأجندة الأخبار كي تميل لكفة عملاتهم. فهم يلوون ذراع الحقائق ويحولون الخبر لدعاية إعلامية لهم. ورغم أن هؤلاء الأطباء دأبوا على العمل لصالح السياسيين في الدول (الأنجلو سكسونية)، إلا أن عصر العولمة وسياسيو التواصل في القارة الأوروبية بدأوا في تطبيق أساليب هؤلاء الأطباء وبكثرة. وبالتالي نقول أن انتشار هذا الفساد ليس قصرا على بلد ولا ثقافة دون أخرى ولذا فإن على الصحافة أن تواجه هذا الخطر وتتصدى له.

الأمثلة التي تؤيد جدية هذا المحور كثيرة وقد استشهدنا بمثال واحد نظرا لضيق المساحة وهو استخدام التقنية لأغراض تجسسية، وأشرنا إلى نقاش الباحث مارسيلو فاو في هذا الصدد. إن التركيز على مبدأ الشفافية في صياغة الأخبار وتقديمها يتجاوز مدى صحة المعلومة من عدمها ومدى التلاعب بطريقة التقديم وما إن كانت الترجمات دقيقة أم لا. وكموجة مقاومة للفساد الذي قد يحدثه تدخل هؤلاء الأطباء كما صورهم (فاو)، سارع الأكاديميون في مجال الصحافة والإعلام لعمل دراسات جديدة ومستقيضة تعزز مفهوم الشفافية في المؤسسات الإعلامية في ظل نهضة التكنولوجيا والرغبات الاستثمارية. على سبيل المثال، صمم كل من ميير و ريمير (2011: 177) ما يسمى بـ(نموذج الشفافية) والذي يتكون من ثلاث مستويات:

المستوى الأول: المنتج، فعلى الصحفيين أن يوضحوا مصادرهم ومصالح هذه المصادر.
المستوى الثاني: العملي، ويؤكد على أهمية شرح المحررين وتبريرهم اختيارهم للموضوعات وقرارات اختيار أماكن وضع الأخبار وترتيبها وموقفهم في عملية التحرير إزاء المواضيع المتداولة.
أما المستوى الثالث فهو: التفاعل، أي أن يتفاعل المحررون والصحافيون، مع المستخدمين (أي القراء أو المشاهدين)، ولا سيما من خلال شبكة الانترنت والتي تعتبر أكثر وسائل التواصل سرعة وأريحية.

التعددية اللغوية وصناعة الخبر:

إن الحديث عن صناعة الأخبار ودور الترجمة ليس بالأمر الهين. فآلية صناعة الخبر بالغة التعقيد، بسبب تعدد المصادر وتداخل الأحداث واللغات والتنافس المحموم في نشر الخبر وجعله حصريا، كل ذلك يحتم علينا النظر بشمولية أكثر للموضوع وتبني مفهوم أكثر توسعا لماهية الترجمة وما هو تعريفها

في عالم الصحافة والإعلام. فالترجمة ها هنا، من وجهة نظر الاكاديمي المختص بالترجمة، لا تتعلق بنص وما يقابله ولا بعملية ترجمة واضحة نشير لها بالبنان ونحلل نصوصها وننتهي. الترجمة في مجال الإعلام حضورها قوي وفاعل منذ لحظة وقوع الخبر ولا انتهاء لدورها بعد ذلك.

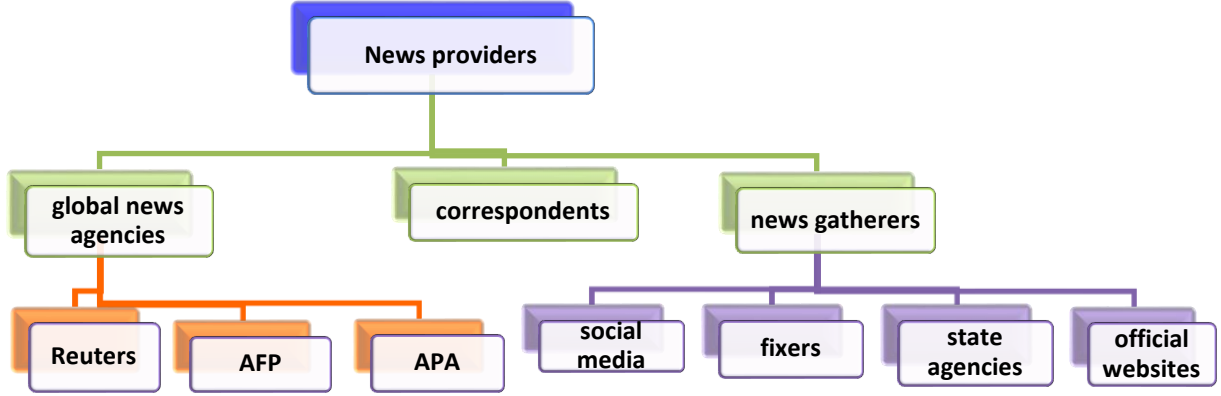
الحقيقة التي لا يراد لها بيان هي أن الغرب لا يزال يحتكر الإعلام وبالتالي إن عدنا لمعادلة حجم الترجمة من وإلى اللغات وتأثيرها على لغة الخطاب المقدم، نجد أن الأمر يبدو أكثر وضوحا. فأغلب مصادر الأخبار توردها مؤسسات غربية برواية غربية. والخبر العربي حتى وإن كان يصدر من مؤسسات عربية متمكنة، لا يسلم تماما من هذا التأثير. إن الطريقة المثلى لموازنة هذه القوى الإعلامية بين الشرق والغرب تتمحور في اتجاهين رئيسيين:

1- ارتفاع مستوى منافسة الإعلام العربي جملة مع الإعلام الغربي.

2- ارتفاع قدرة المؤسسات العربية على الاستقلال في نسبة مصادر الأخبار لمؤسساتها.

ولتحقيق هاتين الغايتين، نجد أنه لا مفر من التنويه بدور الترجمة كوسيلة لتحقيق الهدف المنشود ثقافيا واستثماريا.

تعتمد المؤسسات الإعلامية عموما في مصادرها الإخبارية على ثلاثة مؤسسات تسمى بمزودات الأخبار العالمية، وهي (رويترز) و(الأسوشيتدبرس) و(وكالة الأنباء الفرنسية). تستقي بقية المؤسسات الإعلامية الأخرى مصادر أخبارها من هذه المزودات الثلاثة. ويعد الرجوع لهذه المزودات وتوثيق الاقتباس منها إثباتا للمتلقي على مصداقية وموثوقية مصادر أخبار المؤسسة الإعلامية. وكما هو متوقع، فإن التلخيصات التي تصل من هذه المزودات الثلاث أيا كان الخبر وموقع الحدث تصل غالبا لكل القنوات الإعلامية التي تشترك في خدماتها باللغة الإنجليزية قبل أي لغة أخرى. وبالإضافة إلى مزودات الأخبار الثلاثة، تمتلك المؤسسات الإعلامية كوادر صحافية خاصة توثق من خلالها أخبارها بالإضافة إلى الاعتماد على مزودي الأخبار الكبار. لذا فإن تواجد كادر إعلامي متمكن للقنوات العربية يخلق نوعا من التوازن من ناحية مصادر الأخبار، فكلما تواجدت كوادرها في مواقع الأحداث وتمكنت من تحقيق سبق في التغطية، كلما تمكنت من نسبة الأخبار لمراسليها ومصادرها الخاصة وتقلص الاقتباس من مزودات الأخبار العالمية الثلاث. والحديث يطول شرحه هنا ولكن ننوه لهذه النقطة فقط لتوضيح تعقيد عملية التداخل اللغوي ودور الترجمة داخل المؤسسات الإخبارية. الشكل أدناه توضيح مبسط لتعددية المصادر أثناء إعداد الخبر:



إن غلبة المصادر الناطقة بالانجليزية تعود لسيطرة قوة مزودات الأخبار العالمية الثلاث التي تتفق على إرسال المعلومات غالبا بالانجليزية لكل المؤسسات الإعلامية التي لديها اشتراك في خدماتها. وبالتالي فإن الخبر الرسمي الصادر باللغة الأم، أي كانت اللغة عربية أم لاتينية أم صينية، في هذه المؤسسات الإعلامية، يعتمد بشكل كبير على هذه الملخصات الإخبارية الإنجليزية التي ترسلها مزودات الأخبار العالمية. حتى هذه المرحلة لا نزال نتحدث عن الأخبار الرسمية التي تصدرها المؤسسات الإعلامية بلغاتها الأم، فهذه المؤسسات إذا لا تستخدم فقط المصادر الإخبارية الصادرة عن كوارها وبلغاتها الأصلية، بل تركز أيضا لمصادر متعددة اللغات. كل هذا التعقيد في عملية صناعة الخبر يحدث أثناء إعداد الخبر الرسمي الذي تصدره القنوات الإعلامية من خلال الذراع الرسمي الذي يمثل لغتها الأم. فماذا يحدث إذا في أذرعها متعددة اللغات؟ إن الوضع مع التعددية اللغوية يزيد تعقيدا كلما اتسعت وتنوعت هرمية هذه الهيكلية وتعددت أدوار أصحابها.

بالإضافة لهذه الضبابية، فما يزيد الطين بلة أن أغلب خدمات المواقع الناطقة بلغات أجنبية في هذه المؤسسات الإعلامية لا تفصل بين الخبر المترجم بشكل كامل من لغة إلى أخرى وبين ذاك الذي ينجزه فريق العمل بنفسه باللغة الأجنبية. بمعنى أن قناة البي بي سي العربية، مثلا، حينما تترجم نصا متكاملًا من موقع البي بي سي الإنجليزي وتنتشره على صفحتها العربية، لا تكتب أي ملحوظة توضيحية بأن النص مترجم.

ولذا فقياسا على حجم التعقيد في هذه التداخلات اللغوية مع هذا المستوى من الضبابية، تأتي ترجمة البث المباشر التي تقدمها قناة العربية أكثر وضوحا من غيرها. فهي تشير صراحة إلى عملية الترجمة. وما يعنيه ذلك أن مصدرها هو فقط النص العربي الذي أمامها، أي ما تنتشره قناة العربية التلفزيونية. نظريا يعتبر التصرف المثالي خلال أي ترجمة للأخبار هو عودة المترجم وعلى الأغلب سيكون صحافيا، إلى

ما وراء الخبر المعلن في مؤسسته. فإن وجد اقتباسا من مزود أخبار يعود لموقع مزود الأخبار ويأخذ الاقتباس منه كما هو عوضا عن أن يترجمه وهو موجود بهذه اللغة الأجنبية في مصدر الخبر قبل أن تصنع مؤسسته الإعلامية خبرها! وهنا لا أستطيع أن أنفي حدوث ذلك في ترجمة البث المباشر ولكنني أستبعده نظرا لمحدودية الوقت والتدخل البشري في آلية الترجمة. وما يلعب حقيقة دورا في تكثيف تواجد المصدر العربي في خدمة ترجمة البث المباشر، هو أن الخدمة تقدم ترجمة مفصلة لثلاثة عناصر مهمة مجتمعة في قالب واحد: الصوت والصورة ومقطع الفيديو. وهو ما لا يتوافر في خدمات أخرى باتت أكثر تقليدية، كالترجمة الكتابية للأخبار على المواقع الإلكترونية. كما أن توافق كل هذه العناصر سوية، يحقق تأثيرا أبلغ لدى المتلقي من مجرد ترجمة نص مكتوب. فالمؤثرات المرئية والصوتية بطبيعة الحال تعكس خطاب القناة الإعلامية وتقدمه بأبهى صورة تود بها القناة تقديم نفسها.

خدمات البث متعدد اللغات في المؤسسات الإعلامية الإخبارية:

تعتبر التقنية أداة قوية إذا استخدمت في المسار الصحيح، وكلما ارتفع مستوى الشفافية في المؤسسات، كلما زاد مستوى الحياد والموضوعية والقيم الأخلاقية فيها. ومن منظور علم الترجمة، ننوه بدور الترجمة الثابت والحيوي في الوقت ذاته في هذه العملية البالغة التعقيد والحساسية، ونعتقد أن خدمة ترجمة البث المباشر لقناة العربية والتي تقدمها من خلال موقعها الناطق بالانجليزي -بسبب آليتها التي سنوردها هنا- تستخدم التقنية بطريقة ترفع مستوى الشفافية وتقلل من احتمال التلاعب بالمادة قبل وبعد ترجمتها، وتنجح في توظيف الترجمة استثماريا في الوقت ذاته. فالترجمة هنا (أي مبدأ استخدامها بهذه الآلية وبشكل مجرد بصرف النظر عن توجهات القناة وأجندتها التي تسعى للترويج لها مثلها مثل بقية المؤسسات الإعلامية)، تعتبر أداة مساندة للشفافية لا معادية أو مظلمة لها، كما تعتبر أيضا أداة استثمار جيدة تحقق بها هذه القناة انتشارا مبنكرا في شريحتها المستهدفة.

لنأخذ مثلا وهما بين قناتين عربيتين تقدمان خدماتها الإعلامية بلغات أجنبية، قناة (أ) تقوم بترجمة بث مباشر من اللغة العربية إلى الإنجليزية وفي وقت وجيز محدد ولكافة برامج القناة. أما قناة (ب)، لديها قناة متكاملة ناطقة باللغة الإنجليزية. قناة (ب) لديها جهاز صحافي متكامل. صحيح أنها تتبع للمحطة الناطقة بالعربية الأم ولكن وبما أنها تعمل بشكل شبه مستقل، فلا بد أن يكون لديها أهدافها الخاصة وطريقتها الخاصة في العمل بما يعكس هويتها الشخصية وبما يحقق لها هدف الوصول لشريحة من المتابعين المستهدفين. وإذا سألنا أنفسنا يا ترى، أي الخدمتين أكثر شفافية من ناحية عكس خطاب

المؤسسة الأم؟ والاحتفاظ بهوية اللغة العربية وثقافة شعبها؟ للإجابة على هذا السؤال ينبغي لنا النظر لهدف الخدمتين وعامل التوقيت وعامل كم المحتوى.

آلية الخدمة للقناة (أ) تعتمد ترجمة المحتوى التي تعرضه القناة الأم الناطقة باللغة العربية لشعبها العربي. وبذلك فإن الترجمة تصل لشريحة معينة ناطقة باللغة الانجليزية. أما القناة (ب) فتطمح أيضا الوصول لشريحة ناطقة باللغة الإنجليزية وأيضا بما يعكس توجه ولغة خطاب المؤسسة الأم. ولكن الفرق بين الحالتين أن المحتوى الأصلي في الحالة الأولى القناة (أ) كان جاهزا تماما 100% ومصمم خصيصا ليتوجه للجمهور العربي وتحديدًا القاطن في الشرق الأوسط ومن ثم تتم ترجمته من خلال هذه الخدمة بشكل كامل كما هو. أما الحالة الثانية القناة (ب) فالمحتوى يتم تصميمه من الألف إلى الياء ليتلاءم مع متطلبات القارئ الأجنبي الناطق بالإنجليزية من قبل كادرها المستقل. فأيها إذا يقترب من نقل خطاب المؤسسة الإعلامية الأم الناطقة بالعربية كما صاغتها هي وبنفسها لمتلقيها العربي؟ ترجمة المحتوى أم صناعته؟ بديها إنها الحالة الأولى (أ). وبالنظر لعامل التوقيت، فنظرا لضغط الوقت مع حجم العمل في الحالة (أ)، يصعب على فريق تحرير وتنقيح هذه الترجمة الآلية، توطين الترجمة ناهيك عن ضعف احتمال التلاعب بالمحتوى. أما الحالة (ب)، فالوقت أكثر فسحة لغربة المحتوى وعمل إجراءات كثيرة على النص الإخباري. أما عامل الكم وكثافة حجم المحتوى، فالحالة (ب) بالطبع لديها كثافة إنتاجية أكثر حجما ولكن بالمقابل لديها كادر إعلامي متكامل يعمل على مدار الساعة وهو الذي يتحكم بأهداف القناة وأجندة الأخبار ونوعية المحتوى وكيفية تقديمه رغم خضوعه لرؤية وتوجه المؤسسة الأم. ولهذا السبب، فالشفافية في تقديم لغة الخطاب العربي تلعب مرة أخرى لصالح الحالة (أ)، نظرا لمحدودية الدور المنوط بفريق إعداد الترجمة والمتعلق صراحة ب[الترجمة]. وبالإضافة إلى ذلك، فالترجمة الآلية تحصر أكثر دور التدخل البشري وتجعل التركيز على التعديلات اللغوية والبلاغية دون تجاوز ذلك إلى أي تعديلات صحافية أو سياسية أو ثقافية. نعم قد تحدث بعض التعديلات الثقافية، ولكنها تظل محصورة في المستوى اللغوي ولا تعد تغييرا عميقا. حتى أنني شخصا لاحظت خلال تتبعي للخدمة على موقع قناة العربية، أنه وفي حالة عدم وضوح الصوت، فإنه يكتب في التعليق أن المحتوى غير واضح ولا يترجم المحتوى. ونظرا لعامل السرعة وكثافة المحتوى في الوقت نفسه، لا تخضع الترجمة لتعديلات مكثفة لجعلها ملائمة تماما لأذن القارئ الإنجليزي وتوقعاته وثقافته، لأن عملية التعديل خطوة لا بد وأن يقوم بها فريق التحرير البشري، فالاستراتيجيات متعلقة بروح النص وتعجز التقنية لوحدها عن حل معضلاتها. وحقيقة لا نعرف هل تعي قناة العربية أن هذه الآلية في العمل، وهي محدودة طاقة الآلة مع محدودية وقت إجراءات

التعديل من قبل المحررين البشريين، تخدم هوية الخطاب العربي المقدم للقارئ الأجنبي بصوت لعله أقوى من مفعول أخبارها المنجزة بالإنجليزية من الألف إلى الياء أم لا؟ وهل دراسات الجدوى الاقتصادية لدى مؤسسة العربية قد أثبتت فعلا فعالية هذه الخدمة في تحقيق مكاسب اقتصادية جعلت من الترجمة وبهذه الكيفية وسيلة ناجحة لتحقيق مردود مادي ومعنوي ... من خلال الترجمة؟!!

صحيح أننا نطمح أن يترفع مستوى التعديل والتقيق اللغوي والبلاغي في هذه الخدمة وأن يقل حجم هفوات الأخطاء الطباعية والكتابية، ولكن لا نتمنى أن يتجاوز تطوير مستوى الترجمة إلى الحد الذي يصل لتبني استراتيجيات قد تطمس روح اللغة العربية والخطاب العربي من خلال بذل جهود أكبر لتكييف النص للقارئ الأجنبي وبالتالي تحجيم غرابته إلى أقصى حد ممكن. إن الناظر لاتجاه الترجمات بين الشرق والغرب يجد أننا كشرقيين مستقبلين لكم هائل من الترجمات لا يقارن في كفه ولا كيفه بالترجمات التي ننتجها نحن للغرب. وهو ما يعكس فارق القوة السياسية والحضارية والثقافية والاقتصادية التي تميل لكفة الجانب الذي يُترجمُ منه ... لا إليه. إن الحضارة التي تثق بنفسها لا تجد حرجا في الاحتفاظ بروحها وطعمها ولونها إلى أقصى حد مقبول. الثقة بالنفس تولد ذلك الشعور بأن الآخر عليه أن يتقبلني كما أنا. وبالتالي لا يتم تكييف النصوص بشكل كبير جدا ولا يتم التلاعب بالمحتوى لإرضاء الآخر ويحتفظ النص ببعض سماته الغرائبية في اللغة المترجم لها. وخصوصا أننا نتحدث هنا عن الترجمة الإعلامية السياسية، التي ترتفع فيها نسبة الإخبار عن الحقائق ونقل الأحداث كواقع ملموس. فخلال ترجمة النصوص الأدبية فإن الشريحة المستهدفة هنا تلتهم المعرفة والإخبار. لذا فإن تبرير توطين النصوص للقارئ العربي كي يندمج مع النص ويتلذذ بجمالياته المعنوية والبلاغية، تنقلص وبشكل كبير. وأوردنا هنا هذين الاستراتيجيتين فقط لإبراز قيمة الترجمة الآلية الفورية في تعزيز هوية النص الأصلي العربي. فرغم مثالبها الكثيرة إلا أنها هنا، وربما برمية من غير رامي، تحقق هدفا قلما يحدث أو يؤخذ بعين الاعتبار.

خدمة ترجمة البث المباشر في قناة العربية:

تقدم مؤسسة العربية هذه الخدمة من خلال موقعها الناطق بالإنجليزية (<http://english.alarabiya.net/webtv.html>)، وهذه الخدمة تترجم أهم المحتويات التي تعرضها قناة العربية التلفزيونية، متضمنة ترجمة للنشرات الإخبارية اليومية الثلاث، بالإضافة لبرامجها الأسبوعية، مثل (صناعة الموت) و(نقطة نظام) و(مهمة خاصة) وغيرها، بالإضافة إلى تقارير قناة العربية الخاصة.

وهنا نتناول مواصفات هذه الخدمة ومميزاتها ونقارن بينها كخدمة ترجمة بحتة وبين القنوات الناطقة بلغات متعددة. إن الأهداف العامة لخدمة موقع العربية باللغة الإنجليزية كما تعبر في موقعها الإلكتروني أن الموقع يسعى أن يكون الجسر الموصل بين قناة العربية التلفزيونية والعالم الناطق باللغة الإنجليزية. تأمل هذه الذراع الانتشار عالميا لتعزيز فهم ماهية مجتمعاتنا العربية كما تراها قناة العربية بعينها العربية. وتطبق رؤية هذه الأهداف تماما مع آلية خدمة ترجمة البث المباشر.

آلية الترجمة في خدمة ترجمة البث المباشر:

تقدم هذه الخدمة ترجمة تسمى بالـ *subtitling*، وهي الترجمة الكتابية التي عادة تظهر على حاشية المشاهد التلفزيونية أو السينمائية أسفل الشاشة. وما يميز الترجمة أنها تظهر فورية وتتناغم في سرعتها وعدد كلماتها نسبيا مع حديث المتكلم. بالإضافة إلى ذلك، توفر هذه الخدمة تفريغا كتابيا للنص باللغة المصدر (العربية). والمتأمل لجودة المحتوى وتقدمه التكنولوجي سيفاجأ حينما يعلم أن الترجمة آلية. فقد تم تطوير برنامج حصري لقناة العربية في الولايات المتحدة الأمريكية، يشرف عليه كادر متخصص تابع لقناة العربية من هناك. فالترجمة آلية ولكن بتحرير بشري، إذ يقوم بتقحيح ومراجعة المحتوى طاقم صحافي متمكن من العرب تعتبر اللغة الإنجليزية لغتهم الأم وفي الوقت ذاته متمكنون في لغتهم العربية.

مواصفات الخدمة:

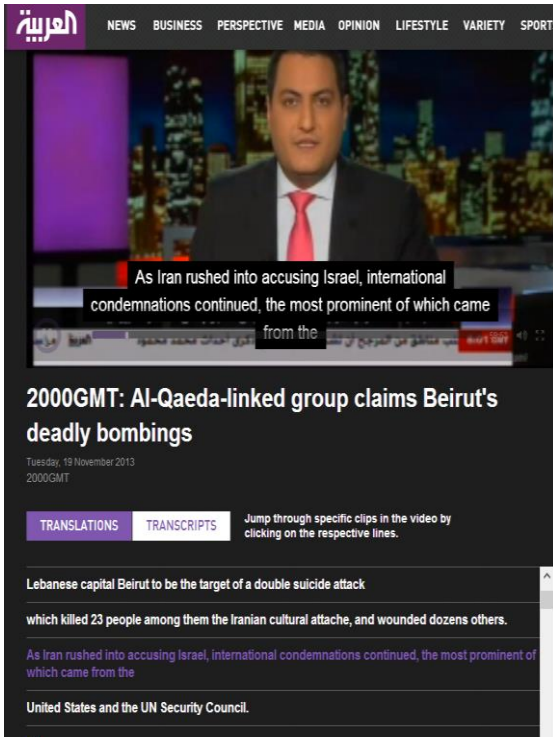
- الجودة

للأسف لا تتوفر لدى الباحثة معلومات كافية عن سمات هذا البرنامج ومؤهلات القائمين عليه. لذلك فالوصف يتركز على ملاحظة المحتوى كمنتج نهائي دون الدخول في تفاصيل آليته وكيفيته وذلك تقاديا للتخمين الذي قد يؤدي لاستنتاجات غير دقيقة. وبالنسبة لمستوى الجودة، كما يتضح من مقارنة النصوص باللغتين العربية والانجليزية، فهو مرتفع جدا، خصوصا إذا أخذنا بعين الاعتبار أنها ترجمة آلية وإن تذكرنا السرعة القياسية في بث هذا المحتوى جاهزا للجمهور. وبمقارنة أداء مترجم بشري بآلة، نجد أن المنتج المقدم في هذه الخدمة لا يمكن تمييزه كترجمة آلية، بل ولا يشعر القارئ أن الترجمة حرفية ولا مباشرة إلا لمأما. ونلاحظ هنا أنه ليس من العدل وبعد معرفة بعض خبايا الخطوات المتعلقة بإنتاج هذا المحتوى، أن نطالب بترجمة ممتازة بقياس منتجات أخرى يقوم على إنتاجها طاقم بشري كبير وفي بحبوحة من الوقت.

- السرعة

إن المتابع لهذه الخدمة يجد أن الموقع يقدم الترجمة في وقت قياسي بعد بث المحتوى العربي والفاصل بينها وبين بث الترجمة يعتبر فاصلا قصيرا جدا نسبيا مقارنة مع ترجمات المحتوى المرئي في أي مؤسسة أخرى. وبعد الحديث مع منسوبي قناة العربية (رسالة الدكتوراه تحت الإعداد)، تبين أن ترجمة كل محتوى تستغرق نصف ساعة للبرنامج الواحد. بمعنى أن البرامج التي تترجمها الخدمة والتي تصل مدة بث بعضها لمدة ساعة كاملة، تصبح جاهزة للنشر بالآلية المذكورة، أي بترجمتها على الشاشة وترجمتها المكتوبة وتفريغ النص العربي على الموقع، في مدة نصف ساعة فقط.

- التجديد والتقنية



إن هذه الخدمة تعتبر الأولى من نوعها بتقديمها ترجمة مباشرة لنشرات الأخبار والبرامج وبشكل يومي ومن اللغة العربية إلى الإنجليزية. بل ولا تزال الأولى من نوعها على المستوى العالمي. ودون الدخول في ما وراء المنتج وما يحدث خلف الكواليس، فالتقنية بشكلها النهائي متطورة وجديدة وبشكل مميز. لا نعرف إن كانت التقنية بصفتها هذه موجودة ومستخدمة في المؤسسات المتخصصة التي تقدم خدمة الـ *subtitling* للأفلام والبرامج الوثائقية والتي تمتلك حيزا كبيرا من الوقت، ومن المفترض أنها تقدم الترجمة بشكل إبداعي شكلا ومضمونا. ولكن ذلك مستبعد

نظرا للمستوى التقني المتطور لهذه الخدمة والذي وبناءا على ما ذكره منسوبي قناة العربية خلال المقابلات

الشخصية التي أجريت معهم، أن الخدمة صممت خصيصا بمواصفات أعدت لقناة العربية. ومن خلال حضور الباحثة لبعض المحاضرات التي ألقاها متخصصون في ترجمة الأفلام السينمائية والوثائقية، فإن هذه الشركات تعاني من عجز كبير في ميزانياتها، يدفعها للاستغناء عن المترجمين المتخصصين والاعتماد أكثر على هواة غير مؤهلين أكاديميا، كما أن استخدامها للتقنية الترجمة أيضا محدود.

ونستطيع تلخيص التطور التقني لهذه الخدمة من خلال وصف آليتها كما يراها المتابع. ففي حال اختيار مقطع الفيديو المطلوب تشغيله، تظهر الترجمة على الشاشة مع بدء التشغيل وتتماشى مع الأصوات في المقطع بسرعة جيدا جدا ومتناغمة. كل المحتوى يتم ترجمته بما في ذلك الموسيقى بوضع ملحوظة: (موسيقى) وتتم أيضا ترجمة الإعلانات خلال كل مقطع.

وبالإضافة إلى الـ(subtitling)، يوجد تفريغ كامل مكتوب للمحتوى الأصلي (العربي). مرة أخرى يتم التنويه للموسيقى وأصوات المؤثرات ولحظات التوقف. وأجمل ما سيسعد هواة الترجمة ويعتبر تقنية أيضا متقدمة بحسب علم الباحثة واطلاعها المتواضع، هو الترابط بين خدمة الـ(subtitling) والترجمة النصية المكتوبة. فإذا قام المتابع بتقديم زر التشغيل لمنصف المقطع مثلا، سيجد أن الترجمة المكتوبة تنتقل تلقائيا للجملة التي وقف عليها المقطع وتتلون الجملة لمزيد من التميز باللون البنفسجي بخلاف بقية النص الملون بالأبيض، كما يتضح في الشكل أعلاه.

الاستثمار وتحقيق الانتشار:

إن الإقبال الجماهيري الكاسح على الإعلام الجديد ينعكس إيجابا على منتجات مؤسسات الإعلام الإخبارية. فأصبحت المؤسسات الإعلامية تتنافس بحمية في تطوير مواقعها الإخبارية. من المعروف أن هذه المؤسسات تضم تحت مظلتها عدة أقسام تتعلق بالوسائط الاجتماعية من ضمنها مواقع الفيس بوك وخدمات تويتر. فعكفت على تطوير الميزة التي تجذب الكثيرين نحو الوسائل الجديدة وهي مزية التواصل. وأفردت بعض المؤسسات منتديات للنقاش، وأتاح معظمها مساحة لتعليق الزائرين تحت كل خبر منشور، وكثرت على صفحاتها استفتاءات الرأي نحو الأحداث الجارية وإلى آخره من جهود حثيثة تتطور يوما بعد آخر في صراع بعضها من أجل البقاء وبعضها الآخر من أجل البقاء في القمة.

تعتمد المؤسسات الإعلامية لتحقيق أرباحها الاستثمارية بشكل أساس وبديهي على توسيع رقعتها الانتشارية. وبالحدوث عن خدمة ترجمة البث المباشر، فهي تستهدف المشاهد الناطق باللغة الإنجليزية في العالم الغربي، ونعرف أن أعدادا كبيرة من العرب والمسلمين يعيشون ويقومون في الغرب. البعض لا يتكلم العربية والبعض الآخر يتكلمها دون إتقان. ولكن هذه المسألة، أي إتقان اللغة من عدمها لا تتعارض مع تبني الكثير منهم لمواقف يعكسها الإعلام العربي أكثر من الإعلام الغربي بحكم أن الإعلام العربي - كما يُفترض - يصور نبض شارع أكثر مما يفعل الإعلام الغربي. وفي عصر العولمة وانتشار التعددية اللغوية، ارتفع وعي الجمهور وبات يتلهف للبحث أيضا عن الحقائق أيا كانت جهة البث نظرا

لأن مؤسسات إعلامية كثيرة تتبنى توجه التعددية اللغوية في الشرق والغرب على حد سواء. تتطلع هذه الشريحة العربية والمسلمة في الغرب للالتصاق أكثر بالإعلام العربي، رغبة منها في التحديق بعينها الأخرى على الإعلام العربي كما يقدم نفسه بنفسه وليس كما ينقل الإعلام الغربي عنه. ففي النقل تضيع سمات قد تكون مهمة بقصد أو بغير قصد. وهنا نؤكد من جديد على دور الترجمة وخصوصا المباشرة منها في الحفاظ على لغة الخطاب الأساسي مقارنة بإعادة تقديم هذا الخطاب من خلال إعادة صناعته من الألف إلى الياء باللغات الأخرى، عوضا عن ترجمته.

وفي الحقيقة، تختلف وجهات النظر في تفضيل هاتين الخدمتين وتقييم نتائجهما، أي خدمات الترجمة بشكل صريح ومباشر وخدمات تقديم مادة إعلامية بلغات متعددة كما أشرنا في المقارنة الوهمية آفا بين قناة (أ) وقناة (ب). ولكن لا ننسى أن المبدأ لا بد وأن يتعلق بالهدف. ما هو هدف المؤسسة المنتجة للخدمة؟ من هي شريحته المستهدفة؟ وما هو هدف المتلقي وما يبحث؟ مثلا، قد لا تعني خدمة ترجمة البث المباشر شيئا لدى شريحة المتابعين التي لا تبحث عن أقرب صوت يمثل توجه مؤسسة العربية الأم. وقد لا تعني الخدمة شيئا للمتلقي العربي القاطن في الغرب الذي لا تشكل له هذه الأهداف أهمية ويفضل قراءة أخبار قناة العربية التي تنتجها الصفحة الناطقة بالإنجليزية لأن هذه الخدمة أقرب لشخصيته وتوجهاته وحيز وقته ولأنه يفضل قراءة الأخبار بالإنجليزية دون الشعور بوجود أي لمسة ترجمية فيه. إن خدمة ترجمة البث المباشر تسعى وبحسب أهداف قناة العربية المخطوطة على موقعها الإلكتروني، للانتشار في شريحة المتابعين الناطقين بالإنجليزية عجا كانوا أم عربا. وفي استقطاب اهتمام هذه الشريحة أرى ذكاء استثماريا لا يقل أهمية عن استهداف شرائح جماهيرية أخرى. صحيح أن شريحة العرب الناطقين بالإنجليزية صغيرة في حجمها مقارنة بالشرائح الأخرى ولكن تعتبر هذه الفئة نخبوية، إذ تشكل من العقول المهاجرة والدارسين وأصحاب الأعمال.

ومن ناحية اقتصادية، يعد استهداف فئة نخبوية أو شريحة مهملة أمرا مثمرا. على المستوى القريب، لعل هذه الخدمة تحقق القبول المأمول في فئتها المستهدفة وبحسب الخطة الزمنية التي وضعتها مؤسسة العربية. وبذلك تحقق خدمة البث المباشر نجاحا باهرا من حيث استهداف هذه الشريحة وتعزيز سمعتها في العالم الغربي، ووجودها كمؤسسة عالمية منافسة تقدم خدمة متفردة في عالم الإعلام. أما على المستوى البعيد، ومن منظوري كباحثة عربية في دراسات الترجمة المتعلقة بالإعلام والسياسة، أشرك أقراني في الطموح بأن تتضاعف سرعة إصدار الخبر الذي تنتجه قناة العربية بكافة أذرعها اللغوية بما لا ينقص من مهنتها الصحفية، لتصبح خدمة ترجمة البث المباشر مصدرا إعلاميا للمؤسسات الإعلامية

العربية. الجدير بالذكر، أن هذا الطموح الاستثماري والمعرفي والثقافي، لا يتعلق بمؤسسة العربية بحد ذاتها ولكنه تولد من هذه الخدمة الترجمية الوليدة التي لا تزال مؤسسة العربية تتفرد بها عالميا حتى اللحظة.

المرحلة الآتية لخدمة البث المباشر في قناة العربية وآمال المستقبل:

خلال ملاحظة آلية الخدمة، وبالاطلاع على ما مجموعه حوالي عشرين مقطعاً مترجماً، وعلى فترات متفاوتة في العام المنصرم، لم نستكشف سوى عيوباً محدودة جداً قد تتضح للعيان. وتم رصدها من خلال مقارنة ما يلفظ به المتحدث مع الترجمة على الشاشة والترجمة المكتوبة والنص العربي المفرغ. ونختار هنا كمثال توضيحي، أحد أكثر الأخطاء حرجاً ونقتصر على مثالاً واحداً نظراً لمحدودية مساحة البحث.

الجملة المترجمة على الشاشة والمكتوبة والمفرغة باللغة العربية، جاءت عنواناً أحياناً لبداية النشرة الإخبارية: الأسد (يغادر) واشنطن معتمداً على البوابة الإيرانية.

ولولا أن الخبر كان بعيداً جداً عن حدوثة واقعا ولمعرفتنا المؤكدة أن الأسد لم يزر واشنطن، لمرّ الخطأ مرور الكرام. وبمتابعة مقطع الفيديو من جديد والاستماع بتركيز لما قالته مقدمة النشرة – كما في الصورة أدناه – نجد أنها قالت الجملة الآتية:

العربية NEWS BUSINESS PERSPECTIVE MEDIA OPINION LIFESTYLE VARIETY SPORT

العربية

guide in Egypt. Al-assad is leaving Washington while depending on the Iranian gate. However, let us start with

1900GMT

Monday, 9 December 2013 1900GMT

TRANSLATIONS TRANSCRIPTS Jump through specific clips in the video by clicking on the respective lines.

Dear viewers, welcome to tonight's panorama during which we shall discuss, the riot that accompanied the trial of the

العربية

guide in Egypt. Al-assad is leaving Washington while depending on the Iranian gate. However, let us start with

1900GMT

Monday, 9 December 2013 1900GMT

TRANSLATIONS TRANSCRIPTS Jump through specific clips in the video by clicking on the respective lines.

مشاهدنا الكرام أهلاً بكم إلى برنامجنا الليلية ونناقش فيها، أحداث الشعب التي راقت محكمة المرشد في مصر والأسد بغان. واشتغل معضداً على البوابة الإيرانية. ولكن تبدأ بموجز لأهم الأنباء

الأسد (يغادر) واشنطن معتمداً على البوابة الإيرانية.

والفرق شاسع على كافة الأصعدة بين (يغادر) و(يغازل)، فالضرر من هذا الخطأ لا يقتصر على تضاد المعنى اللغوي للفعلين، وإنما يتجاوز ذلك مؤثرا على المشهد السياسي ذاته. ومن موقع الباحثة ونظرا لمحدودية الاطلاع على كيفية عمل هذا البرنامج، لا نستطيع تخيل كيف ويبد من وقع الخطأ؟ ولكن الثابت أن الخطأ ناتج عن أن الفعل المنطوق قد سُمع خطأ، فكتب خطأ أيضا في النص العربي المفرغ. وحيث أن هذه الورقة تتحدث عن خدمة جديدة لا يربو عمرها على العام الواحد، فمن الصعب جدا توثيق نجاح أو إخفاق لها. فلا يستطيع البحث العلمي حصر أخطائها والجزم بأنها ذات تأثير سلبي أو مستقبل مظل. ولا نستطيع أيضا الجزم بما حققته من جودة وانتشار لأن الوقت مبكر جدا للحكم. كما أن الموازنة بين الربح والخسارة وتغطية تكاليف الإنتاج تحتاج لدراسة اقتصادية متأنية وهذه لها أشخاصها المتخصصين والضالعين بالشؤون الاقتصادية. ولكننا نتفاعل بهذه الخدمة وندعم روح المبادرة لهذه المؤسسة العربية ونسمح لخيالنا أن يحلم بأن القادم في هذه الخدمة سيجقق عوامل النجاح الآتية: الاستمرارية وتحسين الجودة وتطويرها تقنيا وتوسيع الشريحة المستهدفة ليستفيد من هذه الخدمة العرب والمسلمون في الغرب، ودارسو اللغة العربية من الأجانب، ودارسو علوم الترجمة الكتابية والفورية. والأهم من ذلك أن يتم استخدام هذه الخدمة يوما ما كمزود عالمي للأخبار بموثوقية واحترافية، وأن يرتفع مستوى الشفافية وتخلو الخدمة من التلاعب الذي يحور لغة الخطاب ورواية المصدر الأم. إن هذه الشفافية التي تتميز بها الخدمة حاليا ربما خلقتها صدفة استخدام الترجمة الآلية وضرورة إنتاج الخبر في وقت وجيز، لكنها ميزة تغفر لآلة الكثير من هفواتها وهي صدفة خير من ألف ميعاد.

الآمال نحو المستقبل:

أملنا أن يتجاوز انتشار هذه الخدمة الشريحة المستهدفة كما هي مصاغة في أهداف موقع العربية الإنجليزي. ونطمح أن تشكل هذه الخدمة انتشارا أيضا في أواسط المؤسسات الإعلامية الغربية. هذا الطموح لا يندرج مطلقا في دعم أو تأييد شخصي لمؤسسة العربية بحد ذاتها ولكنه الطموح للمضي خطوة نحو الأمام في توريد الخطاب السياسي والأخبار العربية كما يراه العربي بعينه. فإن المطلع على مجال الترجمة بشتى مجالاتها يدرك جيدا أن العلاقة (الترجمية) بين الشرق والغرب لا تكافؤ فيها، فحركة توريد الترجمة إلى الغرب ضعيفة جدا. وحين نتحدث عن الإعلام وعن صناعة الخبر ونزيد الطين بلة لنخصص ذلك بالحديث عن الأخبار السياسية المتعلقة بأوطاننا، فإن الوضع يزيد تعقيدا وحساسية.

ومع خضم الأحداث السياسية التي يشهدها العالم العربي ورغم كون الكثير منها مؤسفا وحزينا، إلا أنها تشكل مشهدا حيويا لإبراز رواياتنا الإخبارية كما نراها نحن وكما نعتقد بها وبالتالي نطمح أن يصبح المواطن العربي والصحافي العربي واللغة العربية هي المصدّر لا المتلقي. وإن كان هذا التسلسل يبدو منطقيا وبديهيا لدى الكثير أي أن المشهد العربي ينقل بعين عربي ولغة عربية، إلا أن لعبة الإعلام والسياسة مليئة بالتعقيدات والمفاجآت اللامنطقية والتي من شأنها ألا تسير على خطى هذا الخيط المنطقي لعملية صناعة الخبر.

المراجع:

- Foa, Marcello. (2013) *Journalists know little about spin doctors: This is the problem! How the news agenda is infiltrated by hidden propaganda* 111-118 in Journalism and Media Convergence. Berlin: De Gruyter.
- Meier, Reimer (2011): 133-155. *Transparenz im Journalismus. Instrumente, Konfliktpotentiale, Wirkung*. Publizistik
- Neuberger, Christophe.(2013)*Competition or Complementarity? in Journalism and Media Convergence*. Berlin: De Gruyter.(pp.119-130).
- Nienstedt, Russ-Mohl, Wilczek. (eds) (2013) *Journalism and Media Convergence*. Berlin: De Gruyter.
- <http://english.alarabiya.net/>
- Revealed: *US spy operation that manipulates social media*. Retrieved:
www.theguardian.com/technology/2011/mar/17/us-spy-operation-social-networks