

توجهات ترجمة الخطاب الإعلامي

جحا نسيبة

طالبة دكتوراه في الترجمة

معهد الترجمة/جامعة الجزائر 2

Abstract:

The interaction of different cognitive fields together to accomplish a specified function was one of the results of globalization. For instance, the combination between translation and journalism to fulfill a communicative mission is the sample of this study, which reveals that media translators do not depend only on available translation techniques such as dubbing and sub-titling to break the language barrier, but they also use different translation approaches such as literal and adaptation to convey appropriately the original meaning.

Key words : translation, journalistic discourse, literal translation, adaptation

résumé:

L'interaction de plusieurs domaines cognitifs pour accomplir une fonction précise est un résultat de la mondialisation. En effet, la combinaison entre la

traduction et le journalisme afin d'accomplir une tâche communicative est l'échantillon de cette étude, qui révèle que les traducteurs aux medias n'utilise pas des uniquement le doublage et le sous-titrage, pour briser la barrière de langue mais aussi ils utilisent les différentes approches de traduction y compris l'approche littéraire et par adaptation pour rendre le sens correct.

Mots clés : traduction, discours journalistique, traduction littéraire, traduction par adaptation.

الملخص

تطلّبت العولمة التي طالت جميع مجالات الحياة أن تتداخل بعض المجالات بغية تحقيق وظيفة معينة، وهو الوضع بالنسبة لمجالي الترجمة والإعلام الذين تداخلوا من أجل تحقيق وظيفة تواصلية بحتة، فلم تعتمد وسائل الإعلام على التقنيات المتاحة من قبل الترجمة فحسب على غرار الدبلجة والترجمة الفرعية من أجل كسر الحاجز اللغوي، إنما تعددت التوجهات التي اعتمدتها أيضا بين الحرفية والتكييف و هو الأمر الذي لاحظناه من خلال الأمثلة التي قمنا بدراسة ترجماتها من خلال هذه الورقة البحثية.

الكلمات المفتاحية: الترجمة، الخطاب الإعلامي، الترجمة الحرفية، الترجمة بالتكييف.

مقدمة:

تعتبر الترجمة من أهم وسائل الاتصال البشري التي تأثرت بموجة العولمة التي طالت جميع جوانب المجتمع بمختلف تخصصاته ومجالاته فتأثرت الترجمة الأدبية والعلمية والنفعية وطرق إنجازها وبرامج تطبيقها، كما تطورت الميادين التي تدخلت فيها الترجمة وتعددت. و لعل الإعلام والاتصال يعد ميدانا خصبا للترجمة التي تستعمل فيه كوسيلة لنقل برامج ومواد وخطابات إعلامية متنوعة لفائدة المشتغلين بالعمل الإعلامي في الصحافة المكتوبة والراديو والتلفزيون ووكالات الأنباء من أخبار بأشكالها بين تقارير وحوارات و بيانات صحفية وأشرطة إخبارية وغيرها. وما ساعد في توسع هذا النوع من الترجمة هو التطور الحاصل على مستوى وسائل الإعلام والتي أصبحت مع مرور السنين ذات طابع جماهيري، ولذا سميت بوسائل الاتصال الجماهيري ذات التأثير الكبير و واسع النطاق وهو ما انعكس على الترجمة حيث عرفت نقلة نوعية هي الأخرى واتخذت بذلك أشكالا متعددة تتماشى والتطور الحاصل في العالم خاصة على مستوى تكنولوجيات الاتصال المتقدمة.

وفي سياق الترجمة في وسائل الإعلام وملاحظة بعض النماذج في الخطابات الإعلامية، تبين لنا أن المترجمين فيها لجؤوا إلى طرق عديدة في عملية نقلها، إلا أن هذا التعدد والتنوع كان يصبّ عموما في اتجاهات ثلاث؛ فمنها ما اعتمد على الترجمة الحرفية لعناصر الخطاب الأصل، فيما عمد البعض الآخر إلى التكييف من أجل نقل المعنى على اعتبار أنه هو أساس التواصل بين المرسل والمتلقي. وهناك من ذهب بالتكييف إلى أبعد من هذا ووجّه اهتمامه فيه إلى المتلقي معتبرا إياه عنصرا أساسيا في عملية الترجمة خصوصا في هذا المجال

الذي يعتبر إيصال مقصد الخطاب بشكل يلئم ثقافة المتلقي وخصوصيته هو الهدف الرئيسي.

و قد كان تفاوت التوجهات هذا في ترجمة الخطاب الإعلامي هو ما دفعنا للقيام بهذه الورقة البحثية انطلاقا من الإشكالية التالية: هل تعتمد ترجمة الخطاب في وسائل الإعلام على الحرفية أم التكيف أم أنها تتم بتكامل الاتجاهين؟

1- مفهوم الخطاب:

عرف مصطلح الخطاب إرهابات عديدة من أجل تحديد أطره وتمييزه عن باقي المفاهيم ذات الصلة به على غرار النص، إلا أن المفهوم اللغوي له، مع اختلاف طرق ضبط معانيه، يحيل بشكل مباشر إلى عملية تواصلية بين طرفين يقوم أولهما بإلقاء أفكاره في شكل بناء من الرموز اللغوية ليتلقاها الطرف الثاني ويتفاعل معها سلبا أو إيجابا وهو ما يؤكد الصيغة التواصلية للخطاب. و يعرف ميشال فوكو Michel FOUCAULT الخطاب في أحد المواضع على أنه "الميدان العام لمجموع المنطوقات énoncés، وأحيانا أخرى مجموعة متميزة من المنطوقات وأحيانا ثالثة ممارسة لها قواعدها، تدل دلالة وصف على عدد معين من المنطوقات وتشير إليها"¹ وعلى هذا فإن المنطوق هو جوهر الخطاب لدى فوكو وعلاقته به هي علاقة الجزء بالكل، فمجموعة من المنطوقات تشكل خطابا، في حين يعرف بنفنيست BENVENISTE الخطاب على أنه "كل تلفظ يفترض متكلما ومستمعا وعند الأول هدف التأثير على الثاني بطريقة ما"².

في خضم التعاريف التي اختص بها مصطلح الخطاب، ونظرا لأهميته في العديد من الدراسات واللسانية والنقدية، نجد أنه يتداخل مع مصطلح النص، فنشأت بذلك جدلية بين النص والخطاب؛ فمن المختصين من اعتقد بأن النص والخطاب هما وجهان لعملة واحدة ومن الأولى عدم الفصل بينهما، ومنهم من فصل الاثنين على اعتبار مجموعة من الفوارق بينهما.

فالنص بالنسبة لرولان بارث Roland BARTHES هو "نسيج من الكلمات المنطوقة في التأليف والمنسقة بحيث تفرض شكلا ثابتا ووحيدا ما استطاعت إلى ذلك سبيلا..و النص هو الذي يوجد الضمانة للشيء المكتوب".³

ومن جانب آخر، يرى بول ريكور Paul RICOEUR بأن "كلمة نص تطلق على كل خطاب تم تثبيته بواسطة الكتابة"، فالفارق بينهما على هذه الحالة هو الكتابة⁴، فالخطاب دون كتابة لا يمكن أن يكون نصا، والنص لوحده دون سياق معين يرد فيه بهدف القيام بعملية تواصلية مع متلق ما، لا يمكن اعتباره خطابا.

اعتمادا على ما سبق، نستنتج بأن الفروق بين النص والخطاب لا تعدو أن تكون فروقا صغيرة لا تؤثر في العلاقة بينهما ولا تؤدي بأي حال من الأحوال إلى الفصل بينهما، فعلاقتهما علاقة تكاملية تستوجب الوصل؛ فالخطاب من حيث النوع يتكون من عدة نصوص تدور في فلك معرفي واحد، ومن جهة أخرى يعتبر النص خطابا تم تثبيته كتابة.

2- مفهوم الخطاب الإعلامي:

يعرفه محمود شمال حسن بأنه عبارة عن "لغة يتم من خلالها الاتصال بالآخر، وقد يتخذ الاتصال اللغوي الصيغة التحريرية كما هو الحال في الكتاب أو الصحيفة، أو يتخذ الصيغة الشفوية كما هو الحال في الاتصال الحادث بين شخصين اثنين أو أكثر أو بين شخص واحد وجماعة أو بين الإذاعة والمستمعين أو بين المرسل التلفزيوني والمستقبل المشاهد. و قد يكون الاتصال غير لغوي أي لم تكن هناك لغة منطوقة، بل هناك لغة تعتمد بالدرجة الأساسية على الصورة أو الإيماءة أو الإشارة أو الحركة...يهدف من ورائها المرسل إلى إخبار أو تبليغ المستقبل بشيء ما أو بخبر ما وكذلك إقناعه بوجهة نظر معينة".⁵

يتضح لنا من هذا التعريف بأن للخطاب الإعلامي عدة صور تتفاوت بين المكتوب والشفوي والإيمائي، وهو ما يمنح طابعا متقدرا للخطاب الإعلامي ذلك أنه في المقام الأول يمثل وظيفة ونشاطا أكثر منه مادة لغوية عادية، فأساسه هو إقامة علاقة تواصل بين مرسل ومتلقي حتى لو كان مكتوبا فقط، وإذاعة الخبر في إطار شروط مهنية وأخلاقية تصب في مجملها في معايير الأمانة والدقة والموضوعية، فكلما كانت الوقائع مطابقة للواقع كلما كانت ذات قيمة أكثر، كما لا ينبغي إغفال شرط أن يكون الخطاب الإعلامي واضحا خاليا من أي تعقيد ومتنوعا بتنوع جمهوره.

3- أساليب الصياغة في الخطاب الإعلامي:

تعتمد صياغة الخطاب الإعلامي على العديد من القوالب التي يقدم بها الخبر الذي يعتبر نواة المادة الإعلامية، فعلى أساسه تبلور مختلف الأساليب الفنية للتحرير؛ فتعدد استعمالات اللغة الإعلامية في قوالب فنية مناسبة يتيح لها تحقيق فعالية أكبر للتأثير الاتصالي الناتج

عن نشر الرسالة الإعلامية. وتعرف الأنواع الصحفية على غرار الخبر والريبورتاج والتحقيق الصحفي والمقابلة الصحفية وغيرها، بأنها "أشكال أو صيغ تعبيرية لها بنية داخلية متماسكة وتتميز بطابع الثبات والاستمرارية وتعكس الواقع بشكل مباشر وواضح وسهل، وتسعى إلى تقديم وتحليل وتفسير الأحداث والظواهر والتطورات مستهدفة بذلك إيصال رسالة محددة للقارئ"⁶.

تتضمن الصياغة الإعلامية أيضا معايير أخرى يسهر العاملون في مجال الإعلام على مراعاتها وهي ما يطلق عليها القيم الخبرية؛ وتعرف القيم الخبرية أنها "المقياس الذي تتم على أساسه عملية المفاضلة بين خبر وآخر عند النشر، أو أنها المقياس الذي يتم على أساسه تحديد أهمية الأنباء وطريقة بناء المادة الإخبارية وذلك على ضوء محدودية الموارد والوقت والمساحة، غزارة الأخبار المتدفقة يوميا إلى الوسيلة الإعلامية، أو هي تلك العناصر التي توافرت في أحد الأخبار زادت فرصته في النشر"⁷.

وتتدرج ضمن هذه القيم العديد من التصنيفات على غرار قيم الأهمية والحدثة والفورية والغربة والطرافة والقرب سواء كان الإنساني أو الجغرافي وقيمة الصراع التي يقصد بها "الأحداث التي تعكس صداما بين الأشخاص أو المؤسسات أو الدول بحيث تكتسب قيمة إخبارية"⁸، وقيمة الشهرة أو الصفوة أو النخبة أي "الاهتمام بتغطية أخبار دول الصفوة يتم على حساب الأحداث التي تقع في مناطق أخرى من العالم، خاصة الدول النامية أو دول العالم الثالث الذي نادرا ما تحظى باهتمام مناسب في الأخبار"⁹.

كما كان لقيمة الاهتمامات الإنسانية نصيب من الاهتمام والمقصود بها هو "مخاطبة عواطف الفرد لإحداث رد فعل (مع أو ضد) الحادث أو الخبر الذي نشرته الصحيفة مثلما حدث مع صورة الشهيد محمد الدرة التي نالت تعاطف العالم لبعدها الإنساني حيث قتلت الرصاصات الطفل وهو في حضن والده"¹⁰، وقيمة الإثارة التي غالبا ما تتعرض لانتقادات شديدة نظرا لمغالاة وسائل الإعلام في التركيز عليها، إذ تسعى وسائل الإعلام في العالم الأول إلى تحقيق أهداف تجارية بحتة في ترويج أهداف أيديولوجية تتمثل في إلهاء الجماهير عن مشاكلها الحقيقية مثلما نلاحظه في بعض وسائل الإعلام في العالم الثالث، بحيث تنشر الأحداث المتعلقة بالجنس و الفضائح و الجرائم أو ما يسمى بالأخبار المثيرة. وكذا قيمة الضخامة أو الحجم أو العدد "التي قد تكون نوعية وكمية، إذ تتوفر الضخامة الكمية في الخبر إذا كانت تمس أكبر عدد من الأفراد أو الأشياء، وتتوفر الضخامة النوعية إذا كان الخبر يمس مرفقا حيويا يهم المجتمع أو يمس مشكلة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية"¹¹، ومن هنا فإن الخبر الضخم هو الذي يمس أو يثير اهتمام أكبر عدد من القراء لاحتوائه على معلومات مهمة أو ما يغطيه من أحداث ذات شأن، تنعكس أو تؤثر بشكل كبير على حياة القراء لأنها تتعلق بشؤونهم ومجتمعهم.

4- خصائص جمهور وسائل الإعلام:

تعتبر دراسة الجمهور وفهمه الدقيق من أولويات الوسيلة الإعلامية، فبفضل تلك الدراسة يتسنى للقائمين على الاتصال أن يحددوا طبيعة ما سينقلونه ليلائم الأنواق المتعددة للجمهور وثقافتهم ومفاهيمهم ومعتقداتهم وبيئاتهم ومتطلباتهم الخاصة التي ينبغي أن تؤخذ بعين

الاعتبار عند عملية الاتصال، فالمتلقي مع تأثره الكبير بمحتويات وسائل الإعلام قد يرفض بعض ما يقدم له لتعارضه مع مكتسباته، وبهذا يجد مسؤولوا المؤسسات الإعلامية أنفسهم يعملون على مراعاة المتغيرات النفسية والاجتماعية لمستقبلي الرسائل الإعلامية الذين لن يكون لهم انصياح تام لمحتويات المواضيع المقترحة فيتم تعديلها حتى تمر الرسالة دون عوائق، ومن هذا يتوضح أن "الاتصال ليس مجرد عملية إعطاء للمعلومات يستقبلها الجمهور كمجرد قالب تصب فيه تلك المعلومات دون شرط أو قيد إنما هو عملية تفاعلية مستمرة تؤثر فيه ويؤثر فيها".¹² وباعتبار أن الجمهور هو عامل مهم ومشارك في العملية الاتصالية، فإن له ما يميزه من الخصائص الكثير كما كشفت عنه بعض الدراسات المتعلقة بالجمهور نذكر منها¹³:

- غير متجانس من حيث مختلف المعايير فهو يتكون من رجال ونساء وأطفال من مختلف الشرائح العمرية، تختلف مرجعياتهم الفكرية والثقافية والعقائدية أيضا، وآراؤهم ونشاطاتهم وانشغالاتهم، وعلى أساس هذا التنوع يقدم القائمون على الإرسال الإعلامي موادهم التي تراعي كل هذه المعايير وتأخذها بعين الاعتبار.

- يفضل تلقي ما يفيد ويمتعه و يثقفه من خلال وسائل الإعلام.
- يتجنب التعرض للمضامين التي لا تتوافق مع مستوى إدراكه.

من جانب آخر، و خلال نقل الرسالة الإعلامية إلى جمهور المتلقين، تستعمل الوسيلة الإعلامية أسلوبا لجذب انتباه أكبر عدد ممكن من الجمهور والذي يعرف بالاستمالات الإعلامية؛ فقد تكون استمالات عاطفية تستهدف العاطفة والشعور الإنساني حتى يتفاعل معها الجمهور

وبالتالي يتأثر بمضمونها، وقد تتخذ طابع التأثير التراكمي الناتج عن التكرار المتنوع ذلك أن "التكرار الرتيب يؤدي إلى مضايقة الجمهور عوض جذب اهتمامه، إضافة إلى ضرورة تجنب الوصول إلى درجة التشبع الإعلامي من موضوع معين والذي قد يؤدي نتيجة عكسية"¹⁴.

5- الخطاب الإعلامي في ظل نظريات الترجمة:

نظرا لما لوسائل الإعلام من تأثير على المتلقين من خلال مختلف الأساليب الموظفة في خطاباتها و التي تنتهجها بغية الوصول إلى الهدف المسطر و هو تحقيق أكبر نسبة متابعة وأعلى درجة تأثير في مختلف الاتجاهات والقناعات والآراء، فقد حرصت على أن تسير الترجمة في الاتجاه نفسه وأن تصل أيضا للنتائج نفسها.

إن خصوصية الخطاب الإعلامي تتطلب أن يكون المترجم الذي يتكفل به، صحافيا أو على دراية كافية بالقواعد الأساسية لصياغة الخطاب الإعلامي مراعيًا في ذلك جميع مراحل إنجازه؛ بداية من كونه مجرد خبر إلى غاية بلورته في القلب المناسب له دون إغفال الظروف المتداخلة في هذه العملية بما فيها خصوصيات الجمهور المتلقي لهذا النوع من المضامين والعامل الزمني المتوفر لها. ومن خلال هذا، يتضح لنا أن الترجمة في مجال الإعلام لا تتعلق بترجمة الألفاظ فحسب من لغة إلى أخرى، إنما تتعدى ذلك إلى ترجمة مفهوم معين في ظل ظروف خاصة نوعا ما، وهو ما يتطلب جهدا كبيرا.

وتعتمد طرق الترجمة المتبعة على المضمون المراد نقله وكذا الوسيلة الإعلامية التي ستستعمل كقناة لنقل ذلك الخطاب المترجم، فقد يتم نقل الخطاب المترجم عن طريق الصحافة المكتوبة من خلال الصحف الورقية والالكترونية والمجلات وغيرها، وقد يتم نقله من خلال

وسائل الإعلام السمعية البصرية على غرار التلفزيون أو الراديو وغيرها من الوسائط التي تعتمد على الصورة والصوت، وفي خضم هذا كله، لا يسعنا إلا أن نذكر الجوانب غير اللغوية للخطاب الإعلامي على غرار مراعاة خصوصيات المتلقي ومدى تقبله للحصول على ذلك المضمون و مقبوليته لديه، فيقول Yves GAMBIER:

« In dealing with translating written media, we do very often focus on political news, international relations, wars, etc...but topics such as gay marriage in Spain, abuse of women and children and divorce in Republic of Ireland, contraception and abortion in Poland, etc are important, not only to understand the socio-cultural shifts in the systems of values and ideals in these countries...but also to uncover how foreign press reports and articulates these changes with its own linguistic representation and its own categorization». ¹⁵

"نركز غالبا في تعاملنا مع الترجمة في الصحافة المكتوبة، على الأخبار السياسية والعلاقات الدولية والحروب وغيرها... إلا أن المواضيع الأخرى على غرار زواج المثليين في إسبانيا و العنف ضد المرأة والطفل والطلاق في جمهورية إيرلندا ووسائل منع الحمل و الإجهاض في بولندا وغيرها، هي أيضا مواضيع على قدر من الأهمية فهي تساعد من جهة على فهم التحولات الاجتماعية والثقافية في منظومات القيم والمثل في هذه الدول،

و تكشف من جهة أخرى كيفية حديث الصحافة الأجنبية عن هذه التغييرات و تعبيرها عنها بلغتها وتصنيفها الخاصين". ترجمتنا

إن ترجمة خطاب معين تقتضي وضع أساس مفاده بأن هذه الترجمة ستحقق عملية تواصل بين واقعين لغويين واجتماعيين و ثقافيين مختلفين، و من هذا المنطلق يعتمد المترجم إلى البحث عن طرق و مناهج يكون الهدف من خلالها إزالة كل ما من شأنه أن يعيق هذه العملية؛ فمن المترجمين من يقوم بنقل واقع الأصل حرفيا مبقيا على جانب الغرابة فيه رغم ما قد ينطوي عليه من موانع للفهم قد تنشأ لدى المتلقي، و بذلك يدخل على المتلقي مفاهيم جديدة فيفتح على الآخر، و منهم من يحاول البحث عن واقع موجود لدى المتلقي ليعوض به الواقع الأصلي مع كل الاختلاف بينهما، أي صياغته حسب المتلقي بنوع من إعادة صياغة أسلوب و أفكار النص المصدر بما يتماشى و اللغة و الثقافة المستقبلية لكي نضمن مقروئية النص المترجم.

فيعتبر منظرو التوجه الحرفي بأن هناك فرقا بين الترجمة الحرفية و الترجمة كلمة بكلمة، وهو ما ينبغي أن نشير إليه فالترجمة الحرفية في جوهرها تعمل على جعل المتلقي جاهزا لاستقبال غرابة النص المصدر و كذا على فهم خصوصية الآخر، و إدراك واقع يخالف واقعه، أما الترجمة كلمة بكلمة فتعتمد على نقل الكلمات دون مراعاة الاتساق والترابط عاملي سلامة التركيبة اللغوية المنقول إليها. و يقول أنطوان بيرمان Antoine Berman في هذا الشأن:

«amener sur les rives de la langue traduisante l'œuvre étrangère dans sa pure étrangeté, en sacrifiant sa poétique propre ».¹⁶

"أخذ المؤلف الأجنبي بما فيه من غرابة تامة، إلى ضفاف لغة الترجمة و ذلك بالتخلي عن تركيبه الخاص". ترجمتنا

من جهته يعتقد هنري ميشونيك Henri MESCHONIC بأن كل عملية لتغيير النص الأصلي و إدماجه في اللغة الهدف تعتبر إلغاء العلاقة بين النصين في لغتيهما، و محاولة جعل النص الهدف و كأنه نص أصلي هو تجاهل للاختلافات الثقافية و الزمانية و التركيبية، مفضلا بالمقابل الاحتفاظ بالغرابة و اللامركزية.

« Décentrement, un rapport textuel entre deux textes dans deux langues- cultures jusque dans la structure linguistique de la langue ».¹⁷

"اللامركزية هي علاقة نصية بين نصين من لغتين وثقافتين مختلفتين حتى في التركيب اللغوي". ترجمتنا

أما لورانس فينوتي Lawrence VENUTI فأيد توجه أنطوان بيرمان في حرفة الترجمة و يتجلى ذلك من خلال كتابة فضائح الترجمة the Scandals of translation، و الذي تناول فيه العديد من المسائل المتعلقة بالترجمة على غرار الأخلاق في الترجمة، و عدم التجانس فيها، و حقوق التأليف، و كذا تكوين أو تشكيل الهويات الثقافية من خلال تناقل الترجمات و تأثير النصوص المترجمة عليها، فيقول:

« Translation is often regarded with suspicion because it inevitably domesticates foreign texts, inscribing them with linguistic and cultural values that are intelligible to specific domestic constituencies ».¹⁸

" ينظر إلى الترجمة غالبا بشيء من الريبة لأنها تضيف على النصوص الأجنبية صبغة محلية و ذلك بنقلها بمعايير لغوية و ثقافية خاصة بالثقافات المحلية." ترجمتنا

فعلى مستوى الخطاب الإعلامي على سبيل المثال، و نظرا لتقيد المترجم بمعيار الوقت على اعتبار أن الآنية و جدة الخطاب هي من أهم معايير نجاح هذا الخطاب خصوصا عندما يتعلق الأمر بالخطاب الإخباري، فهو يعمد إلى إتباع الترجمة الحرفية في كثير من الأحيان كونها تسهل عليه نقل الخطاب في أسرع وقت ممكن دون الحاجة إلى فهمه جيدا ثم تأويله و العناية بأسلوبه و الصورة التي ستكون عليها التراكيب اللغوية في اللغة الهدف، مما يؤدي في بعض الحالات إلى إخلال بالمعنى أو ركافة في الإنتاج الترجمي الذي يعتبر فيه الإعلام و نقل الرسالة هو الهدف الأسمى.

أما التوجه القائل بالتكييف فيقوم على غير ما يقوم عليه الاتجاه الأول، فهو يقول بضرورة تكييف النص الأجنبي و تطويعه في اللغة الهدف، و فق ما يتماشى معها و مع الثقافة المستقبلة، فأساس هذه الترجمة هو المعنى ذلك أنه بمجرد أن يحيط المترجم بالمعنى الذي يريد صاحب النص الأصلي نقله، سيقوم بنوع من إعادة الصياغة بتراكيب جديدة، و حتى بترتيب جديد للأفكار، و كلها محاولات تدور في فلك نقل المعنى كوظيفة جوهرية للترجمة.

من جهته، يدافع جون روني لادميرال Jean René LADMIRAL عن اللغة و الثقافة الهدف و المتلقي خلال القيام بالعملية الترجمية و التي تمر حسبه بمرحلتين أساسيتين وهما قراءة النص الحالي وتأويله ثم العمل على إعادة صياغته وبالتالي إنتاج النص الهدف، كما

يرى بأن الغاية من الترجمة تكمن في إعفائنا من قراءة النص الأصلي؛ فإذا ما كانت الترجمة رديئة ستدفع بالقارئ إلى التشكيك فيما تلقاه وبالتالي العودة إلى النص الأصلي للتأكد من الأمر، مما يؤكد بأن الترجمة لم تؤد المهمة المنوطة بها.¹⁹

وفي هذا السياق، ينبغي أن نؤكد على أن التأويل هنا يخص تأويلا في إطار معاني النص الأصل وليس خارج حدود ما ورد فيه، وهي النقطة التي يغفل عنها بعض المترجمين إلى أن يؤخذ مأخذ التحريف، ذلك أن بعض القائمين على عمل الترجمة في الوسائل الإعلامية يقومون بقراءة النص الأصلي ثم التصرف في معناه بحذف ما قد يتنافى مع توجهات الوسيلة الإعلامية التي يعملون لحسابها أو حتى مع قناعاتهم الشخصية، أو إضافة أجزاء أخرى أو تحريف المعنى الكلي للخطاب.

على صعيد آخر، عملت النظريات الوظيفية على إخراج دراسة الترجمة من الإطار اللغوي إلى الإطار الوظيفي انطلاقا من مقاربات تواصلية أساسها أنواع النصوص ووظيفة اللغة.

ومن أهم المقاربات الوظيفية نجد تشارلز تابير Charles TABER و يوجين نايدا Eugene Nida اللذان صبا اهتمامهما في الترجمة على متلقي النص الهدف، وأكدوا على أن الترجمة الناجحة هي التي تبحث عن المكافئات المناسبة في اللغة الهدف وتحدث تأثيرا على المتلقي مشابه لتأثير النص الأصل على قارئه، فيقولان:

« Translating consists in reproducing in the receptor language the closest natural equivalent of the source

message, first in terms of meaning secondly in terms of style ».²⁰

" تتمثل الترجمة في إعادة إنتاج أقرب مكافئ طبيعي للرسالة الأصلية في اللغة الهدف على مستوى المعنى أولاً ثم على مستوى الأسلوب." ترجمتنا دون أن يخرج ذلك عن إطار ضرورة توافق الترجمة مع ثقافة المتلقي ومستواه، و في هذا الصدد، تجدر الإشارة إلى أن عنصر المقرئية أو التفاعل في حالة الخطاب الإعلامي الذي هو موضوع دراستنا، هو عنصر في غاية الأهمية، فعدم تفاعل المتلقي مع مضمون الخطاب الإعلامي المقترن بالأخبار المتواترة بسرعة كبيرة في زمن العولمة و الانفتاح، و الصادر عن وسيلة إعلامية معينة قد يؤدي مع مرور الوقت إلى ضمور تلك الوسيلة الإعلامية أو حتى تعرضها لخسائر جمة، ذلك أن استمرارها مرهون بالجمهور المتلقي و طريقة تفاعله مع ما تنتجه.

وبالحديث عن ضرورة أن يكون أسلوب الخطاب الإعلامي

بسيطا وواضحا، تقول كاتارينا رايس Catarina REISS

بأنه إضافة إلى نقل المضمون، يجب مراعاة الأسلوب المبسط في النقل حتى مع إيلاء الأولوية القصوى للدلالة²¹، كما قامت بتصنيف النصوص إلى أربعة أقسام شملت نصوصا تهدف إلى التوصيل البسيط للحقائق، (Informative Texts) و نصوصا تهدف إلى التأليف الإبداعي (Expressive Texts)، و نصوصا تهدف إلى طلب الإستجابة السلوكية (Operative Texts)، و نصوصا سمعية وسائطية (Audiomedial Texts)، دون إغفال النص الهجين (Hybrid Text)

و هو النص الذي يجمع عدة أنماط نصية بمعنى تتنوع فيه وظائف اللغة.

وقد تعرض تقسيم رايس للنصوص للانتقاد وخصوصا من قبل كريستيان نورد Christiane NORD التي قالت في كتابها "الترجمة بصفتها نشاطا هادفا" (translating as a purposeful activity) بأننا في حاجة إلى إضافة وظيفة رابعة للغة وهي وظيفة "إقامة الصلة" أو "the phatic function"، أي إبقاء الصلة قائمة بين المتكلم والسامع أو بين الكاتب والقارئ²².

إلا أننا نعتقد بالنظر إلى الأنواع المذكورة من طرف كاتارينا رايس وكذا موضوع دراستنا، بأن وجود وظيفة إقامة الصلة بين المرسل والمتلقي في الخطاب الإعلامي الذي يحيل بالضرورة إلى النص الإخباري وفي بعض الحالات إلى النص الداعي إلى العمل من تصنيفات رايس، هو نتيجة طبيعية وتحصيل حاصل لا محالة سواء كان بشكل مباشر أو غير مباشر، ويتضح ذلك جليا في اعتماد المتلقين على ما ترسله وسائل الإعلام من رسائل ثقافية وسياسية واجتماعية واقتصادية تحاول من خلالها تلبية رغبات أكبر عدد ممكن من أذواقهم لأجل الحفاظ على الصلة قائمة.

من خلال دراسة ترجمة الخطاب الإعلامي في ضوء نظريات الترجمة الحرفية والترجمة بالتكييف، تتبلور محددات ترجمة الخطاب الإعلامي و التي ينبغي على المترجم أن يأخذها بعين الاعتبار إلى جانب العوامل التي تتداخل فيما بينها و تساهم بإخراجها في الشكل الجاهز للنشر والذي يجدر به أن يحوز على اهتمام المتلقي له، وعلى رأسها الحرص على الجمع بين النظام الأكاديمي لعلم الترجمة بنظرياته

وأسسه وتقنياته من جهة، وبين الممارسة الإعلامية بما فيها علم التحرير الصحفي أو التلفزيوني و كذا مدى توافر القيم الإخبارية المناسبة فيها ضمن النظام الإعلامي المترجم إليه. ومن أهمها:

➤ إدراك سياق الخطاب وموضوعه



أثير السياسة الإعلامية على النص المترجم

➤ حدود تصرف المترجم في الخطاب الإعلامي

➤ تأثير نوعية القارئ على الترجمة

نستنتج بأن التركيز على الجانب الشكلي والحرفي في الترجمة والاهتمام به وإغفال عوامل أخرى على غرار المعنى، ليس جائزا في الترجمة طالما أنه لم يؤد وظيفته التواصلية وخاصة في مجال الإعلام، كما أن الاهتمام بالمعنى على حساب جمال الأسلوب اللغوي الذي من شأنه جلب المتلقي وإثارة اهتمامه يكون مبالغة وقد يؤدي في بعض الأحيان إلى إضاعة المعنى الأصلي للخطاب. وبالتالي، فالطريقة الأنسب هي احترام الشكل والمضمون وحتى الوظيفة في كل متكامل للحصول على أكبر قدر ممكن من المقروئية والتلقي لاسيما وأن من خصائص الخطاب الإعلامي هو توجهه للجمهور العريض والذي يجب احترام تفاوت مستوياته واهتماماته وكذا ميولاته من خلال المضامين المترجمة الموجهة له.

6- تحليل ترجمة بعض النماذج من الخطاب الإعلامي:

سنقوم في هذا القسم بتحليل ترجمات بعض النماذج التي اخترناها من وسائل إعلامية متنوعة، على غرار النسخ الالكترونية لصحف الغارديان The Guardian و الدايلي ميل Daily Mail

البريطانيتين، تمت ترجمتها على موقع هافينغتون بوست عربي
Huffington Post Arabic، وكذا خطاب على الموقع الإلكتروني
لقناة يورونيوز Euronews وترجمته على الموقع نفسه من خلال
نسخته العربية أيضا، ونأخذ الأمثلة التالية على سبيل المثال لا الحصر:
6-1- الخطاب الأول: وهو خطاب إعلامي ذو طابع سياسي اجتماعي
على شكل ريبورتاج قامت به صحافية بريطانية عن الأوضاع المعيشية
في كوبا بعد رحيل فيدال كاسترو.
النموذج الأول:

-I wonder how they feel about ..., hanging washing
on their balconies barely clinging buildings,**Falling in
slow motion** over decades.

- وكيف ينشرون ثيابهم في شرفاتهم التي بالكاد تتشبث بالمباني التي
يعيشون بها. كأنهم **ينهارون بالحركة البطيئة** على مر العقود.

🇪🇺 اعتمد المترجم في نقله لعبارة **Falling, in slow motion**

على الترجمة الحرفية التي جاءت بالشكل التالي: ينهارون
بالحركة البطيئة، وهي ترجمة غير موفقة ذلك أنها تتطوي على
نوع من الركافة في التعبير ضف إلى ذلك أن المعني بالانهيار
هي الشرفات في المباني وليس سكانها. وعلى هذا الأساس
نقترح الترجمة التالية: وكيف ينشرون ثيابهم في شرفاتهم التي
بالكاد تتشبث بالمباني التي يعيشون بها وكأنها تنهار ببطء على
مر العقود.

النموذج الثاني:

- Finding a way to make things work amongst the rubble and ruin, **a weird Orwellian nightmare**.

- يجدون طريقةً ما للحياة وسط الخراب والحطام. **كابوسٌ غريب ينتمي إلى عالم روايات جورج أورويل.**

✚ يتبين لنا من خلال هذا المثال بأن المترجم عمد إلى الإضافة في تكييف ترجمته ، إذ ترجم a weird Orwellian nightmare بكابوس غريب ينتمي إلى عالم روايات جورج أورويل، لكننا نفضل لو يتم استبدال "روايات" بـ "كتابات" حتى تكون أشمل في التعبير بالنظر إلى أن الحديث عن حياة وسط الخراب والدمار ترشح كتابات جورج أورويل الصحافي الذي كان يسافر لمختلف البلدان و يكتب تقارير عن معاناة الشعوب، أكثر من شخصية الروائي فيه. وعليه نقترح الترجمة التالية:...كابوس غريب من وحي كتابات جورج أورويل.

6-2- **الخطاب الثاني:** جاء هذا الخطاب على شكل خبر بسيط عن مذيعة محجبة أصبحت أول مذيعة تلفزيونية في قناة كندية ذات سمعة، وكيفية استقبال المتلقين الكنديين لهذا الحدث.

النموذج الثالث:

- A Toronto television journalist is believed to be Canada's first anchor to don **a Muslim head scarf** at one of the city's major news broadcasters.

- قدمت إحدى مُعدّات البرامج التلفزيونية **المسلّمات** نشرة الأخبار في إحدى أكبر القنوات التلفزيونية بمدينة تورونتو الأسبوع الماضي، لتصبح بذلك أول مذيعة **مُحجّبة** للأخبار في كندا.

قام المترجم بتكييف هذه العبارة حيث نقل معناها دون أن يحرص على بنائها اللغوي في النص الأصل، فاختار كلمة محجبة للتعبير عنها وهي كلمة ذات وقع مألوف على المجتمع العربي المتلقي، ولهذا نرى بأن المتلقي قد وفق في نقل هذه العبارة بشكل مناسب؛ فلو لجأ إلى الترجمة الحرفية لما كانت الترجمة موفقة إلى هذا الحد ولكانت على النحو التالي: غطاء الرأس الخاص بالمسلمين، وهي ترجمة من شأنها إضاعة المعنى على المتلقي أو دفعه للبحث عما قد يكون الغطاء المقصود.

وتجدر الإشارة في هذا المثال إلى أن المقال الأصلي استعمل عدة مرادفات للتعبير عن المذيعة المحجبة حيث كان أولها في هذا المثال muslim head scarf، ثم hijab wearing reporter، وبعدها woman in a hijab، وكلها عمد المترجم إلى ترجمتها باستعمال المرادف ذاته وهو "محجبة".

النموذج الرابع:

– she Tweeted, "**That's a wrap!** Tonight wasn't just important for me.

– جينيللا كتبت بعدها تغريدة قالت فيها: "**انتهى الأمر**". ما حدث اليوم لم يكن مهماً فقط بالنسبة لي.

نلاحظ في هذا المثال بأن المترجم كيف الترجمة وذلك بإيراد مكافئ لها في اللغة العربية، إلا أن ترجمة عبارة "That's a wrap!" بعبارة "انتهى الأمر" لم يكن لها نفس الأثر الذي تحدثه العبارة الأصلية، فهي عبارة تستعمل عند تصوير مادة سمعية

بصرية لإعلام الفريق العامل بانتهاء التصوير، وهو الانطباع الذي لم تنقله الترجمة. وبهذا لم يكن المكافئ موقفاً ونقترح وفقاً للسياق أن تكون الجملة على النحو التالي: جينياً كتبت بعدها تغريدة قالت فيها: "كان ذلك جيداً". ما حدث اليوم لم يكن مهماً فقط بالنسبة لي.

النموذج الخامس:

– A woman in a hijab?’ And I said yes. And so **I tweeted about it.**

– مذيعة مُحَجَّبة تقدم النشرة؟ قلت له: نعم. ثم قمت بكتابة تغريدة على تويتر عن ذلك.

🇲🇪 نلاحظ في هذا المثال بأن المترجم كيف هذه العبارة وذلك بإضافة شرح لفعل tweet فمعناه الحرفي هو فعلاً "غرد" إلا أن السياق الذي ورد فيه تطلب إضافة موضع استعماله لتمييزه عن مواضع أخرى ألا وهو كتابة شيء ما على موقع التواصل الاجتماعي تويتر، ويدخل هذا التكييف في إطار تحديث المصطلحات لتتلاءم ومتطلبات السياق الجديد الذي منحه تكنولوجيا الإعلام والاتصال للعديد من المصطلحات، ومن هذا المنطلق نرى بأن ترجمته هذه كانت موفقة.

6-3- **الخطاب الثالث:** جاء هذا الخطاب على شكل ريبورتاج تاريخي ديني عن صفائح معدنية تم العثور عليها في الصحراء العربية ويرجح أنها تعود للمسيح عيسى عليه السلام.

النموذج السادس:

– an **Jordanian Bedouin.**

- أحد البدو الأردنيين.

✚ عمد المترجم في هذا المثال إلى طريقة الترجمة الحرفية لكلمة Bedouin و هي كلمة بدوي، وهي ترجمة موفقة فكلمة بدوي في اللغة الانجليزية تعني أحد الرحالة من القبائل العربية والذين يعيشون في صحراء الشرق الأوسط، و هو المقابل المناسب.

النموذج السابع:

- The lead has been analyzed and the words and symbols translated and experts say the tablets date from within **a few years of Jesus' ministry.**

- تم تحليل مادة الرصاص التي تم تشكيل هذه الصفحات منها، وتم أيضاً ترجمة الكلمات والرموز المكتوبة بها، ويقول الخبراء إنَّ هذه الألواح تعود إلى **السنوات التي بُعثَ فيها المسيح.**

✚ يوضح لنا المثال بأن المترجم قام بتكييف كلمة ministry وذلك بترجمتها "بعثة المسيح"، إلا أن هذا المكافئ لم يكن المكافئ المناسب ذو الاستعمال الديني المسيحي لهذه الكلمة، فمقابلها هو كلمة كهنوت والتي تعني سنوات خدمة القس أو أي موظف في الكنيسة في الثقافة المسيحية، وفي هذا السياق هي سنوات خدمة المسيح كاملة وليس بعثته فحسب، وهي الترجمة التي نقترحها لهذه الكلمة.

النموذج الثامن:

- **And the God he worshipped was both male and female.**

- لم تتم ترجمة هذه الجملة.

✚ يتبين لنا في هذا المثال بأن المترجم قام بتكليف هذا الجزء من النص وذلك بحذف هذه العبارة وعدم ترجمتها، وهو تصرف غير مقبول على اعتبار أن العبارة تحمل تفصيلا هاما بخصوص هذا الموضوع ونقترح ترجمتها على النحو التالي: وكان الإله الذي يعبد المسيح ذكرا وأنثى في آن واحد. و تجدر الإشارة إلى أن هذا الجزء من الدين المسيحي ينبثق من إحدى الروايات التي تقول بأن الدين المسيحي يقوم على ديانات قديمة حيث كان الإنسان يعتقد بأن الإله الذي عبده نصفه ذكر ونصفه الآخر أنثى، وهي الرواية التي أثارت جدالا واسعا في الأوساط الدينية المسيحية ومن هنا نعتقد بأن حذف المترجم لهذه العبارة قد يكون لسببين: إما أنه ليس على اطلاع تام بهذا الجزء أو أنه تجنب الخوض في هذا الحديث.

النموذج التاسع:

– and this is where the episode with the moneylenders in the Bible came from.

– تعتمد هذه الألواح، على فكرة أن المسيح كان يدعو إلى التعبد في معبد سليمان، وهو المكان الذي ذكر الإنجيل أنه قد تم تطهيره من الباعة والصارفة.

✚ نلاحظ من خلال هذا المثال بأن المترجم تصرف في إيراد العبارة في موضعين، فالعبارة الأصلية أوردت الحادثة مع الصارفة moneylenders بشكل عام دون الحديث عما جرى معهم، في حين أن المترجم شرح ما حدث وذلك بقوله "تطهير المعبد من

الباعة والصيارفة" وهو تكييف مقبول يمنح المتلقي معلومات أكثر عما أضمره النص الأصلي.

أما فيما يخص كلمة moneylenders أو في مواضع أخرى من هذا النص moneychangers فهي تعني الصيارفة وليس الباعة، فالصيارفة هم الذين كانوا يبادلون العملة الرومانية الشائعة في تلك الفترة بالعملة اليهودية الشيكل أو العكس ويأخذون على تلك العملية فائدة مرتفعة وهي الممارسة التي كان يمنعها المسيح لاسيما في معبد سليمان الذي لم يوضع لغير عبادة الرب كما كان يقول لهم.

أما الباعة فهم الفئة التي كانت تباع وتشتري البضاعة المتعلقة بالعبادة والتقرب إلى الرب داخل المعبد أو الهيكل، وعلى رأس البضاعة كان الحمام الذي يقدم كقربان للرب والذي أصبحوا يبيعونه فاسداً وبتكلفة عالية على من يحجون إلى هذا المكان المقدس وهو ما حاربه المسيح أيضاً. وبهذا نقترح الإبقاء على كلمة الصيارفة فحسب.

النموذج العاشر:

– In traditional **Christian icons** he is often shown carrying a sealed book – a codex.

– وفي **النصوص المسيحية** التقليدية، يظهر المسيح عادةً حاملاً كتاباً مختوماً، هو الأسفار.

🇬🇧 عادة ما تتم ترجمة كلمة icon في اللغة الانجليزية إلى اللغة العربية بتقنية الاقتراض فيقال "أيقونة" أو بإيجاد مرادف لها ليقال "رمز"، إلا أن المترجم في هذا المقام حاول تكييفها بقوله

"النصوص" وهو تكييف غير موفق على اعتبار أن النص هو جزء من الرموز، وفي حين أن المقصود هنا هو الرموز المسيحية التي تشمل المخطوطات و الرسوم والصور والتماثيل وهو ما يؤكد الجزء المتبقي من الجملة، ومن هذا منطلق نقترح أن تكون الترجمة: الرموز المسيحية لتكون أكثر شمولاً.

من خلال نقدنا وتحليلنا للنماذج الإعلامية التي وقع اختيارنا عليها، والتي جمعت بين خطابات إعلامية تتفاوت من خلال مواضيعها بين الثقافة والتاريخ والدين والسياسة نستنتج بأن الترجمة فيها تراوحت بين الترجمة الحرفية والتكييف، إلا أن التكييف كان غالباً بشكل ملحوظ.

خاتمة:

إن انتشار الإعلام المترجم بشكل كبير في المجتمع العربي من جهة وتزايد رغبة الجماهير إلى المعلومات والمعارف المتأتية من وعن العالم بأسره، دفع بالباحثين إلى دراسة علاقة التداخل بين الترجمة و الإعلام على عدة مستويات سواء اللغوية منها أو الوظيفية أو الخاصة بالتلقي.

وقد كشفت الدراسة التحليلية النقدية لبعض النماذج عن أن ترجمة الخطابات الإعلامية تخضع في أغلب الأحيان إلى التكييف بكل أساليبه، إلا أنها لم توفق كثيراً في الحالات التي كان من الممكن فيها الحفاظ على تركيب الخطاب الأصل لتمثيل المعنى بشكل سليم، فعندما يكون من الممكن نقل المعنى إلى المتلقي الهدف دون التغيير في الخطاب الأصل، فمن الأفضل القيام بذلك وتجنب التكييف من باب الوفاء للأصل، بالمقابل نلاحظ بأن التوجه الحرفي هو الآخر نال حظه من الاستعمال في مختلف ترجمات الخطابات، غير أن مواضع الترجمة الحرفية كانت أقل استعمالاً مقارنة بالترجمة اعتماداً على التكييف.

ومن هذا المنطلق، نستنتج أن ترجمة الخطابات الإعلامية تتطلب أن يكون أسلوبها إعلامياً بالدرجة الأولى، وبما أن أهم ميزة في هذا النوع من الخطابات هو توجيهها لجمهور عريض متفاوت المستويات، فإن الهدف الأساسي يظل نقل المعنى الصحيح بأسلوب مفهوم وواضح للمتلقى، دون الإخلال لا بالقواعد المهنية لمهنة الإعلام ولا بالأسس الأكاديمية المتبعة في مجال الترجمة.

قائمة الهوامش:

¹ الزاوي بغورة، الخطاب في فلسفة ميشال فوكو، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، مصر، 2000، ص 94.

² سعيد يقطين، النص الروائي، من النص إلى النص المترابط، المركز الثقافي العربي، دار البيضاء، ط1، 2005، ص19.

³ رولان بارت، نظرية النص، تر محمد خيرى البقاعي، مجلة العرب والفكر العالمي، ع3، 1988، ص 89.

⁴ صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص، دار الكتاب المصري، مصر، ط1، 2004، ص 278.

⁵ محمود حسن شمال، خطاب الأزمة ومحنة الآخر، دار الآفاق العربي، ط1، 2006، ص7.

⁶ أديب خضور، أدبيات الصحافة، مطبعة داودي، دمشق، 1986، ص 14.

⁷ بخت درويش محمد، قيم الإخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية : دراسة تطبيقية في الصحافة القومية و الحزبية خلال 1987-1991، ص 34.

⁸ سهام عبد الخالق، معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار بالتلفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، رسالة دكتوراه، جامعة المنصورة، 2005، ص 115.

-
- ⁹ ستيوارت الان، ثقافة الأخبار، مجموعة النيل العربية، القاهرة ، ط1، 2008، ص 124-125.
- ¹⁰ مرعي مذكور، الصحافة الإخبارية، دار الشروق، ط1، 2002، ص 51.
- ¹¹ عبد الله زلطة، فن الخبر: الأسس النظرية و التطبيقات العلمية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2، 2004، ص 88.
- ¹² عمر عبد الدايم، القنوات الفضائية وتطور الإنتاج التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2008، ص 67.
- ¹³ المرجع نفسه ص ص 73-74.
- ¹⁴ فتحي عامر حسين، ، علم النفس الإعلامي ، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2012، ص ص 115-117.
- ¹⁵ Kyle Conway & Susan Bassnett, Translation in Global News: Proceedings of the Conference Held at the University of Warwick, 23 June 2006, p9.
- ¹⁶ Antoine Berman, La traduction de la lettre ou l'auberge du lointain, éditions du seuil, paris, 1999, p41.
- ¹⁷ Henri Meschonnic, pour la poétique de la traduction, vol 2, paris Gallimard, le chemin 172, 197, p53.
- ¹⁸ Lawrence Venuti, the scandals of translation, towards an ethics of difference, routledge, London and Newyork, 1998, p67.
- ¹⁹ Jean René Ladmiral, , le traducteur et l'ordinateur, languages 116, 1994, p13.
- ²⁰ Charles Taber et Eugene Nida, The theory and practice of translation, 4ed, 2003, p12.
- ²¹ محمد عناني، نظرية الترجمة الحديثة، الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان، القاهرة، 2003، ص 121.
- ²² المرجع نفسه، ص 126.