

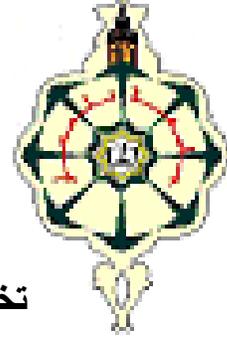
جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان -

كلية الآداب واللغات

قسم اللغة الإنجليزية

شعبة الترجمة

تخصص: ماستر ترجمة، سياحة وتراث ثقافي



مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الترجمة موسومة بـ

دور الترجمة في ترويج المنتج السياحي مدينة ندرومة نموذجا

إشراف الدكتور:

- بن خنافو رشيد

إعداد الطالبين:

- بلملياني حسين

- رويشدي عمر

نوقشت بتاريخ .. /.. /.... أمام لجنة المناقشة المكونة من :

رئيسا

جامعة تلمسان

الأستاذ : سعيد بلعربي جلول

مناقشا

جامعة تلمسان

الأستاذ : بن مهدي نور الدين

مشرفا

جامعة تلمسان

الأستاذ : بن خنافو رشيد

السنة الجامعية : 2017 م - 1438 هـ

شكر و تقدير

الحمد والشكر لله تعالى

على توفيقه لإتمام هذا العمل المتواضع،

كما قال عليه الصلاة و السلام " من لم يشكر الناس

لم يشكر الله "

نتقدم بالشكر الجزيل إلى مشرفنا و أستاذنا الدكتور

* بن خنافو رشيد *

الذي ساعدنا و أرشدنا في انجاز هذا العمل

كما نتوجه بالشكر الجزيل أيضا إلى أساتذتنا الأفاضل

الدين سهروا على مدى تكويننا

و لم يبخلوا علينا بأي جهد في سبيل نجاحنا.

حسين و عمر

إهداء

إلى كل من غمرني بالحب و الحنان
و غرس في نفسي حب العلم و المثابرة
و الذي الكريمين أطال الله في عمرهما،
إلى كل أفراد أسرتي صغيرا و كبيرا.
إلى كل من تجمعني بهم صلة الرحم و الصداقة.
إلى كل أساتذتي و زملائي و زميلاتي في الدراسة
إليهم جميعا أهدي هذا العمل المتواضع

حسين

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

بأنامل تحيط بقلم أعياء التعب و الأرق و لا يقوى على الحراك يتكأ على قطرات حبر مملوءة بالحزن و الفرح في ان واحد حزن يشبه الفراق بعد التجمع ... و فرح لبزوغ فجر جديد بعد التخرج ...

هنا سوف أصع كلمت لكل من ترك بصمة في حياتي و غير من مجراها و عمق في توسيع مداركي العلمية لكل من لملم أجزائي بين فترة و أخرى ...

اهدائي

الى من تطيب أيامي بقربها ، و يسعد قلبي بهنائها ، أمي جوهرة حياتي .

الى من كان لي سندا طوال الحياة ، و لم يبخل علي بالنفس و النفيس والدي الكريم.

إلى جدتي " الزهرة " أطال الله في عمرها

إلى اخوتي أبوبكر و يونس حفظهما الله .

إلى أخي سيدي محمد و زوجته حفظهما الله .

إلى زهرة العائلة الكتكوتة فاطمة الزهراء حفظها الله .

دون أن أنسى روح جدي الطاهرة " الشهيد محمد " و الذي به أفخر و جدي "حسن" رحمهما الله .

إلى روح جدتي الغالية على قلبي " الحاجة الزهراء" رحمها الله .

إلى رفيقي في المذكرة بلملياني حسين و إلى زملائي في مشواري الجامعي وهاب ، هروال ، حسناوي .

إلى رفقاء دربي يوسف و هشام

سيقف قلبي هنا برهة ليستقر بين أنظاركم ما كتبت لعلها هذه المفردات تكون خير معينة حتى تتذكروني يوما ما ...

و في الأخير أرجو من الله أن يجعل عملي هذا نفعا يستفيد منه جميع الطلبة

عمر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

نور الترجمة في ترويج المنتج السياحي

مدينة نارومة نموذجا

لقد أصبح واضحا وجليا أن السياحة أضحت قاطرة للنمو الاقتصادي و الاجتماعي و الحضاري و تتساوى في ذلك الدول المتقدمة و الرامية على السواء ، مما حضيت به الاستفادة القصوى من الموارد السياحي ، و استغلالها الاستغلال الأمثل لتعظيم الفائدة المرجوة من قطاع السياحة ، و تعد السياحة مزيجا متنوعا من السلع و الخدمات ، و ترتبط بحقائق الجغرافيا الطبيعية و الاقتصادية و البشرية إضافة إلى حقائق التاريخ الحضاري و الانجازات المعاصرة و المختلفة لأي بلد.

و اقتضت الحاجة إلى تدويل الحملات الترويجية و الإعلامية التي كانت نتيجة حتمية لتطوي الاقتصاد و التجارة، و لضمان فعاليتها اقتضى الأمر أيضا أن تترجم إلى لغات عدة لمستهلكين عبر مختلف بقاع المعمورة فلما كان الإعلام السياحي مظهرا أساسيا من مظاهر التواصل في الوقت الراهن ، كان اللبنة الأساسية في تطور القطاع السياحي .

ظهر قطاع السياحة الذي تبنى الإعلام السياحي أو الإشهار كبنء أساسي و لدعم تطوره و نجاحه ، فعد بذلك اللبنة الرئيسية لنمو و تقدم هذا القطاع ، الأمر الذي استدعى ظهورها يسمى بالترجمة و السياحة أين يكمن دورها في ترويج المنتج السياحي دوليا كان أم محليا .

فمن المعلوم إن المتفق عليه بين أوساط المفكرين والفلاسفة أو من قبل مجموعة معتبرة من اللغويين هو النظرة السيئة أو ما يعرف بالترجمة الركيكة للترجمات السياحية ما إذا ما قارناها بالترجمات الأخرى في ميادين مختلفة ، فاتهمت بذلك الترجمة السياحية بالرداءة أو ترجمات ذات نوعية مشكوك في مصداقيتها ، خصوصا إن كان هدف المترجم نبلا في الأخير مهما ما قابله من صعوبات أو نقد ، هو جعل الناس أجمعين يتكلمون نفس اللغة و يفهمون نفس المعنى المراد إيصاله ، عند قراءتهم ، استماعهم ، أو رؤيتهم لأي منتج كان في أي بقعة من بقاع

العالم و كيفما كانت خلفيتهم الثقافية ، و لتحقيق هذا الهدف حاولنا جاهدا أن نستنتج علاقة التكامل بين كل من السياحة ، الإعلام السياحي ، الترجمة و الترويج السياحي ، فتمحور بذلك إشكال بحثنا الذي سوف يعالج بالتساؤل الجوهرى :

ماهى الترجمة السياحية و ما دورها في ترويج المنتج السياحي؟

تمكنا هذه الإشكالية من طرح التساؤلات التالية و التي سنحاول الإجابة عنها إن شاء الله من خلال هذا

البحث :

ماهى تقنيات أو ضوابط إستراتيجية تساعد المترجم لهذا النوع من الترجمات ؟ أو كيف يمكن للمترجم أن يمثل هذه الثقافات على اختلاف متلقيها و تباين جنسياتهم المعرفية أو الذهنية ؟ و لعل سبب اختيارنا لهذا الموضوع هو التماسنا نقص أو عجزا لهذا النوع من الترجمات " الترجمة السياحية " بترجمة ذات كفاءة و نوعية تمكن من ترويج المنتج السياحي ، فالجزائر تتوفر على إمكانيات سياحية لو استغلت الاستغلال الأمثل لجعل منها قطبا سياحيا عالميا رياديا يجلب السياح و المستثمرين .

و لقد حاولنا في هذا البحث ترجمة مونوغرافية تعرف بالمؤهلات السياحية لمدينة ندرومة كنموذج لتوفير المعلومات للسياح الأجانب عن المنطقة و محاولة إثراء رصيد المكتبة العلمية و محاولة إفادة الطلبة و الباحثين بخصوص هذا الموضوع و لو بالقليل و قد اعتمد هذا البحث على جمع المعلومات من مختلف المكتبات ، مع العلم أننا تلقينا صعوبة في إيجاد الكتب و المراجع ، و لقد تم الاستناد في معالجتنا لهذا الموضوع على المنهج الوصفي .
غدا محاولتنا تقديم مختلف التعاريف و المفاهيم التي تمس الموضوع .

قسم هذا البحث إلى ثلاثة فصول ، اثنان منها تخص الجانب النظري ، أما الثالث و الأخير يخص الجانب

التطبيقي

الفصل الأول : السياحة ، السائح ، الترويج ، المنتج السياحي ، تطرقنا في هذا الفصل إلى تحديد طبيعة

وأهداف كل طرف من المعادلة .

خصائص

الفصل الثاني : الترجمة السياحية ، الإعلام السياحي ، الجذب السياحي ، الإمكانيات السياحية بالجزائر .

الفصل الثالث : كان تطبيقيا أي محاولة ترجمة مونوغرافية خاصة بالتعريف بمدينة ندرومة و مؤهلاتها السياحية .

الفصل الأول : ماهية السياحة و طرق ترويج المنتج السياحي

المبحث الأول : السياحة و مميزاتها

المبحث الثاني : ماهية الترويج السياحي

تمهيد:

أصبح النمو الكبير الذي يشهده النشاط السياحي الدولي من أبرز الظواهر الاقتصادية و الاجتماعية في البلاد، و في القرن الماضي و بداية الألفية الثالثة ارتفع معدل عدد السياح، و معدل نمو العائدات السياحية حتى فاق معدل النمو في مكونات الاقتصاد العالمي مما جعل السياحة الدولية واحدة من أكبر مجالات التجارة الدولية. و تعد السياحة مزيجاً متنوعاً من السلع و الخدمات و المصارف و ترتبط بحقائق الجغرافيا الطبيعية و الاقتصادية و البشرية إضافة إلى حقائق التاريخ الحضاري و الثقافي و الإنجازات المعاصرة و المختلفة لأي بلد.

المبحث الأول: ماهية السياحة و مميزاتها**1-1- مفهوم السياحة:**

تعددت و تنوعت مفاهيم السياحة بمقدار تعدد أنواعها و تعدد الاختصاصات العلمية التي تتناول هذه الظاهرة بالدراسة و التحليل، و يعتمد تعريف كل نوع من أنواع السياحة على الغرض الذي تقوم — من أجله، و سنحاول حصر أهم المفاهيم التي أعطيت للسياحة فيما يلي:¹

- الأكاديمية الدولية للسياحة تعرف السياحة بأنها: "اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه و كل ما يتعلق بها من أنشطة و إشباع حاجات السائح".
- المجلس الفرنسي الأعلى للسياحة يعتبر السياحة بأنها: "تشمل جميع الأنشطة الإنتاجية و الاستهلاكية الناتجة عن التنقل خارج مكان الإقامة ليلة واحدة على الأقل، وذلك بغرض الترويج — النفس، و الأعمال، و العلاج و المشاركة في أنشطة مهنية، و رياضية أو دينية".
- و يعرف بعض الباحثين العرب السياحة بأنها: "مجموعة العلاقات و الخدمات الناجمة عن إقامة الشخص المؤقتة في بيئة جديدة و متميزة، بعيداً عن مقر إقامته المعتاد بغرض إتباع حاجاته أو تحقيقها لمصلحة طالما كانت هذه الإقامة لا تحقق له ربحاً مادياً، هذا يعني أن السياحة نشاط إنساني متعدد الجوانب يتضمن

¹ د،فواد بن غضبان،السياحة البيئية المستدامة بين النظرية و التطبيق، دار صفاء للنشر و التوزيع — عمان، ط1،2013،ص33.

مجموعة من العلاقات المتبادلة بين السائح الذي يوجد بصفة مؤقتة فقط في مكان ما و بين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان، و تتضمن كذلك العديد من الخدمات المقدمة من للسائح".

● أما الباحث الإنجليزي "نورفال" فقط سلط السياحة على الأجانب فقرر أن "السائح هو الشخص الذي يدخل بلدا أجنبيا لأي غرض عدا اتخاذ من هذا البلد محل إقامة دائمة أو اتخاذ من هذا البلد مكان عمل منتظم مستمر و الذي ينفق في هذا البلد الذي يقيم فيه مالا كسبه في مكان آخر".

و عليه، نجد أن تعريف السياحة قد أوضح نقطتين أساسيتين: و هما:

- المقصود بالسياحة هو انتقال شخص من بلده إلى بلد آخر طلبا لأمر بعينه.
- أن السياحة تفيد الانتقال المؤقت الذي يتم على سبيل الهجرة، و لذلك فقد حددت مدة إقامة السائح بأنها أكثر من أربع و عشرين (24) ساعة، و أقل من اثني عشر (12) شهرا.

و بصفة عامة، فالسياحة هي نشاط يقوم به فرد أو مجموعة أفراد يحدث عنه إنتقال من مكان إلى آخر أو من بلد إلى آخر بغرض أداء مهمة معينة أو زيارة مكان معين أو عدة أماكن أو بغرض الترفيه، و ينتج عنه الإطلاع على حضارات و ثقافات أخرى و إضافة معلومات و مشاهدات عديدة و الإلتقاء بشعوب و جنسيات متعددة.

1-2- خصائص السياحة:

يتصف قطاع السياحة عالميا بالخصائص التالية:¹

- ركيزة أساسية و أداة مهمة لتحقيق أهداف التنمية الشاملة و المستدامة.
- أسرع القطاعات الاقتصادية نموا (8% معدل نمو سنوي).
- يوظف (10%) من إجمالي القوى العاملة.
- يمثل (13%) من إجمالي الصادرات.
- يستحوذ على (9%) من إجمالي الإستثمارات.

¹ أحمد علي عبد الله، التخطيط و التنمية السياحية، امواج للنشر و التوزيع، عمان-الاردن، 2014، ص32

1-3- مفهوم السائح:

إن التعريف المتفق عليه على نحو واسع، و الذي يستوعب الكثير من جوانب السائح **Le touriste** هو¹:
 الشخص المسافر لمدة تزيد على 24 ساعة في دولة غير الدولة التي يقيم فيها عادة. و عند تحليلنا لهذا التعريف، نجد أولاً: أنه يغفل حركات الأشخاص داخل البلاد الواحد لأغراض السياحة و على النحو أعلاه، و التي تمثل السياحة الداخلية **Tourisme Interne**. و ثانياً: أنه يغفل و بصورة بينة أسفار رجال الأعمال **Gens D'Affaires** في مهام يطغى عليها طابع العمل المقترن بالترفيه و الترويج. و ثالثاً: أنه يغفل الأشخاص الذين يسافرون لغرض الدراسة و كسب العلم، و ينفقون من مدخراتهم الخاصة، و ليس من مزاولة عمل معين في محل إقامتهم المؤقت، بالإضافة إلى أولئك الذين يسافرون في رحلات بحرية **Croisières** تقل عن 24 ساعة المنوه عنها أعلاه، و لغرض المتعة و الإستجمام. و رابعاً: كما أنه لا يستوعب المفهوم الشمولي و الحديث للسياحة **Tourisme** باعتبارها نشاط مركب و متداخل و متعدد الجوانب. خامساً: أما المسافر فهو الشخص الذي يقدم على السفر داخل بلده أو خارجه مستخدماً وسائل النقل المعروفة، و شتى الأسباب، قد تكون السياحة من بينها و قد لا تكون.

و نقدم أدناه تعريف أشمل و أدق لـ (السائح) على ضوء عدة تعاريف بنيت من وجهات نظر عدة تخصصات علمية تناولت ظاهرة (السياحة): أن السائح هو الشخص الذي يقدم على السفر داخل بلده أو خارجه و لمدة كافية تتعلق بوقت الفراغ **Loisirs** على نحو مسل و ممتع، منفقاً من مدخولاته الخاصة و لأحد الأغراض الاجتماعية أو الدينية أو الرياضية أو الصحية أو الدراسة أو الفنية ... إلخ. و يكون السائح الآتي من وراء الحدود بموجب جواز سفر **Passeport** المصدر الرئيسي للعملة الأجنبية بالنسبة للبلد المستقبل و ذلك من خلال رسوم الدخول التي يدفعها بادئ ذي بدء، و أيضاً مصاريفه اليومية على السلع و الخدمات المختلفة سياحية كانت أو غيرها، و الضرائب التي حملت بها تلك السلع و الخدمات.

¹(المغريات السياحية) للباحث، مطبعة سردم اربيل، العراق، 2006، ص149.

1-4- فوائد السياحة:

أصبحت السياحة اليوم كحاجة اجتماعية و ضرورية تهتم بها الدولة من أجل إشباع رغبات الأفراد، و المتمثلة في الراحة و الترفيه ...، زيادة على ذلك فإن السياحة تساهم بشكل أو بآخر في تنمية الاقتصاد الوطني إذا اهتمنا بها و وفرنا لها كل المستلزمات التي تقوم عليها، فهي تساهم في :

- المساهمة في زيادة الدخل الوطني، و تحسين وضعية ميزان المدفوعات و ذلك بنفقة السياح.
- توفير العملة الصعبة.
- توفير مناصب شغل عديدة و التقليل من البطالة.
- استرجاع طاقات العمل لقوتها نتيجة لما توفره لها السياحة من الراحة و الاستجمام.
- تدعيم العلاقات مع الشعوب الناتج عن التعارف و الإطلاع على الثقافات و الحضارات.
- الحفاظ على الآثار التاريخية و ترقيتها.
- ترقية الصناعات التقليدية و التراث الثقافي.

1-5- مكونات السياحة:

مهما تعددت أنواع السياحة، إلا أنها تتفق جميعها في عناصر سياحية ثلاثة، و التي تشكل المفهوم الواضح للسياحة لدى أي شعب من شعوب العالم، و تتداخل أنشطة السياحة مع العديد من المجالات.

و فيما يلي المكونات الأساسية الثلاثة للسياحة التي يجب أخذها بعين الاعتبار في أي عملية تخطيط و هي:¹

1-5-1- السياح:

و هي الطاقة البشرية التي تستوعبها الدولة المضييفة صاحبة المعالم السياحية وفقا لمتطلبات كل سائح. و تعرف المنظمة العالمية للسياحة السائح بأنه المسافر إلى بلد غير البلد الذي يقيم فيه لمدة لا تقل عن (24) أربع و عشرين ساعة لأغراض مختلفة، لا تتضمن الحصول على عمل يدر عليه منفعة مالية:

^{1 1} د، فؤاد بن غضبان، مرجع سابق، ص 49.

و نستثني من مفهوم السائح الأشخاص:

- الواصلون بعقود أو بدون عقود لشغل وظيفة أو الإلتحاق بالعمل.
- الواصلون للإقامة الدائمة.
- المقيمون في منطقة مجاورة للحدود، و الأشخاص الذين يستوطنون في منطقة ما و يعملون في منطقة أخرى مجاورة لها.
- الرحلات التي تقل عن (24) أربع و عشرون ساعة كالرحلات البحرية، الرحلات السريعة و المسافرين العابرين.

1-5-2- الموارد السياحية:

تتمثل في عوامل و عناصر جذب الزوار، و تتضمن العناصر الطبيعية مثل: المناخ، و التضاريس، و الشواطئ، و البحار و الأنهار، و الغابات، و المحميات، إلى جانب الدوافع البشرية مثل: المواقع التاريخية، و الحضارية، و الأثرية، و الدينية و مدن الملاهي و الألعاب.

1-5-3- المعرضون:

و هي الدول التي تقدم خدمة السياحة لسائحتها، بعرض كل ما لديها من إمكانات في هذا المجال تتناسب مع طلبات السائحين من أجل خلق بيئة سياحية ناجحة.

و من أهم ما تقدمه هذه الدول:

- خدمات و مرافق الإيواء و الضيافة (فنادق، و نزل، و بيوت ضيافة، و مطاعم و استراحات).
- خدمات مختلفة مثل مراكز المعلومات السياحية و وكالات السياحة و السفر و مراكز صناعة و بيع الحرف اليدوية، و البنوك، و المراكز الطبية، و البريد و الشرطة و الأدلاء السياحيين.
- خدمات التنقل: و تشمل وسائل النقل على اختلاف أنواعها إلى المنطقة السياحية.

- خدمات البنية التحتية كالمياه الصالحة للشرب، والكهرباء، و التخلص من مياه الصرف، و النفايات الصلبة و توفير شبكة من الطرق و الإتصالات.
- خدمات مؤسسية: تتضمن خطط التسويق، و برامج الترويج للسياحة مثل: سنن التشريعات و القوانين و الهياكل التنظيمية العامة و دوافع جذب الاستثمار في القطاع السياحي و برامج تعليم و تدريب الموظفين في القطاع السياحي.

1-6- أنماط السياحة و أنواعها:

صنفت السياحة تحت عدة أقسام و أنماط، فقد تكون سياحة داخلية، و تعني انتقال الفرد إلى المناطق المختلفة في حدود الدولة الواحدة، أو خارجية تهدف إلى الانتقال عبر حدود الدول بدافع مختلف الأسباب و العوامل، كما أن هناك تقسيما يتبع المواسم و طبيعتها، إذ أنها تختلف من فترة إلى أخرى فقد يزداد عدد السياح في مواسم معينة و مناسبات خاصة، قد تكون رياضية أو دينية، أو فنية، أو للراحة و الاستجمام أو في الصيف أو في الشتاء، أو إجازات خاصة، كما أنها تختلف في فترة الإقامة و مدتها فقد تطول فترة بقاء الزائر لبلدها أو تقصر، أو يرمج حركته بالتنقل من مكان إلى آخر دون أن يمكث فترة أطول في فترة معينة، إلا أن التصنيف العلمي لها في الوقت الحاضر قد قسمها على أساس الحاجة الاقتصادية و أهميتها إلى أقسام مختلفة، كان أهمها:¹

- ✓ سياحة التسوق و الشراء.
- ✓ السياحة الدينية.
- ✓ السياحة الثقافية.
- ✓ السياحة الرياضية.
- ✓ سياحة الترويج و الإجازات.
- ✓ سياحة القراءة.
- ✓ سياحة علاجية.
- ✓ سياحة المناسبات و المعارض.

¹د.يوسف جعفر، السياحة و الفنادق - الارشاد السياحي و التربية السياحية، دار الكتاب الحديث، 2011، ص79.

- ✓ سياحة المؤتمرات.
- ✓ السياحة الشاطئية.
- ✓ السياحة البيئية ... إلخ.

1-7- مفهوم المنتج أو المنتج السياحي:

المنتج السياحي هو عبارة عن تشكيلة أو مزيج من الخدمات الملموسة و غير الملموسة المطروحة في السوق السياحي لغرض إشباع رغبات و حاجات السياح في لحظة جاهزيتها، فبالإضافة إلى الخدمات الملموسة و غير الملموسة، فإن مفهوم المنتج السياحي يتحمل الأشخاص الذين يقدمون الخدمات و الأماكن و المنظمات و النشاطات و الأفكار و التسهيلات و القيم، فالزبون يقرر إلى أي مطعم يذهب، و في أي أماكن يفضل قضاء إجازته، و أي شركات طيران يستخدم، و أي فندق أو موتيل ينام فيه ... إلخ، فبالنسبة للسائح تعتبر هذه الأشياء جميعاً منتجات أو خدمات.¹

فالمنتج السياحي يعتبر العنصر الأول لعناصر المزيج التسويقي، و بوجوده يمكن وضع و تنفيذ استراتيجيات ترتبط بتسعيرة و طرق توزيعه و أساليب ترويجه.

¹د.خميذ عبد النبي الطائي،مدخل السياحة و السفر و الطيران،مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، 2003،ص130.

المبحث الثاني: ماهية الترويج السياحي

تمهيد:

يعد الترويج السياحي أحد أهم عناصر المزيج التسويقي سياحي، إن لم يكن أكثرها أهمية على وجه الإطلاق، بل إن نجاح أي برنامج سياحي يتوقف على قدرة الشركة السياحية على ترويج هذا البرنامج، و بالتالي تحقيق الهدف المسطر لجذب أكبر قدر ممكن من السواح لزيارة المكان المروج له و هذا ما سيتضح لنا من خلال هذا المبحث.

1-تعريف و أهمية الترويج السياحي:

أ- تعريف الترويج السياحي:

يعرف الترويج السياحي بأنه: " عملية إحداث المعرفة لدى السائح عن الشركة و برامجها و إحداث تفاعل إيجابي بين السائح و بين المعلومات التي حصل عليها عن طريق الجهود الترويجية و تشجيعه و تحفيزه على القيام بسلوك إيجابي محوره التعاقد على أحد البرامج السياحية التي تقدمها الشركة أو خلق طلب كامن لديه يظل يشعره بالتوتر و القلق حتى يقوم بإشباعه".¹

و من هنا تأتي أهمية الجهود الترويجية لإنجاح البرامج السياحية و تنبع من ثمة أهمية الإتصال السياحي باعتباره المحور الفعال داخل مكونات المزيج الترويجي الأربعة:²

(1) البيع الشخصي.

(2) الإعلان.

(3) ترويج المبيعات.

(4) العلاقات العامة.

¹ مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار المجدلوي، الاردن، ط1، 1999، ص39.
² د. أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي - الاسكندرية مصر، ط1، 2007، ص97.

بالترويج السياحي لا يتم إلا من خلال الاتصال عبر هذه الأنشطة بصورة مباشرة أو غير مباشرة بالسائح لإقناعه بأهمية التعامل على برنامج سياحي معين.

و يعرف الترويج السياحي أيضا بأنه: "كافة الجهود الإعلامية و الدعائية و العلاقات العامة الرامية إلى إعداد و نقل رسالة أو رسائل معينة عن الصورة السياحية لدولة ما أو منظمة ما إلى أسواق محددة بالوسائل الفعلية بغرض جذب الجماهير و دفعهم إلى ممارسة نشاط سياحي في تلك المناطق المستهدفة أي أن الهدف هو الطلب السياحي".¹

يعتمد الترويج السياحي على مخاطبة العواطف و إيقاظ الخيال و كسب المشاعر و الاتجاهات من منطلقات سيكولوجية موجهة نحو الجوانب الغريزية و الدوافع الأساسية و المكتسبة، مع عدم إغفال النواحي الموضوعية و الفكرية. فدور الترويج السياحي هو بناء صورة مضيئة و خلفية ايجابية لدى القدر الأكبر من مستقبلتي رسائله المتعددة ثم الحفاظ على استمرارية هذه الصورة و دوام بريقها بمداومة تسليط الأضواء عليها.²

ب- أهمية الترويج السياحي:

تتمثل أهمية الترويج السياحي فيما يلي:³

أولاً- تحقيق التوعية السياحية:

إن انخفاض مستوى الوعي السياحي لدى الجمهور يعد أحد العوامل التي تعوق السياحة عن أداء دورها في تنمية المجتمع و الارتقاء به و أحد العوامل الخطيرة التي تفقد المنتج السياحي أهم مقوماته التي يتميز بها، لذلك فتحقيق التوعية السياحية مهمة.

¹ ابراهيم امام، فن العلاقات العامة و الاعلام، مكتبة الانجلو المصرية - مصر ط2، 1980، ص95.

² ابراهيم امام، مرجع سابق، ص95.

³ احمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص97.

ثانيا- تحفيز الطلب على المضمون السياحي:

إن المضمون السياحي لدولة ما أو منظمة ما، ما هو إلا إجمالي عناصر الجذب السياحي التي تجذب السياح إلى تلك الدولة أو المنظمة و تدفعهم إلى زيارتها للاستمتاع بالسياحة فيها.

ثالثا- نشر المعرفة السياحية:

يعد الترويج أحد الوسائل الأساسية لنشر المعرفة و الثقافة السياحية لدى الجمهور الداخلي و الخارجي، فمن خلال المعلومات التي تنشر عن الآثار و المعالم السياحية و الخدمات و البرامج المختلفة و عن أوجه الجذب و الاستثمار يؤثر في آراء و اتجاهات و مواقف الجمهور.

رابعا- تحقيق الاقتناع لدى السائح:

يتحقق التنشيط السياحي باستخدام كافة الأنشطة الترويجية و الأساليب الاقناعية التي تساعد على زيادة إعداد السائحين الفعليين و المرتقبين من داخل الدولة أو من خارجها على السواء ... بالإضافة إلى ذلك تهدف هذه الجهود إلى تحفيز المسؤولين عن الشركات و المؤسسات و الهيئات السياحية كزيادة جهودها لاجتذاب أكبر عدد من السائحين.

2- أهداف الترويج:

يهدف الترويج إلى تحقيق ثلاثة أهداف:¹

- ☞ **هدف تعريفي:** يتمثل في إعلام المستهلك أو العميل بوجود الخدمة أو السلعة و مكانها.
- ☞ **هدف إقناعي:** يتمثل في محاولة التأثير في المستهلك أو العميل من خلال عرض مزايا الخدمة أو السلعة.
- ☞ **هدف تذكيري:** و هو تذكير المستهلك أو العميل بالخدمة أو السلعة حتى يقوم بشرائها أو اقتنائها.

¹ د. فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق السياحي و تخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات، عالم الكتاب، ط1، 2007، ص35.

3- جوانب الترويج:

تنطوي سياسات الترويج على عدد من الجوانب نذكر منها ما يلي:¹

- تحديد الأهداف الأساسية و الفرعية، القصيرة و الطويلة لعملية الترويج.
- تحديد ميزانية الترويج.
- اختيار الجوانب الجاذبة و المناسبة في السلع أو الخدمات المقدمة، و من بين هذه الجوانب ما يلي:
 - السعر و يشمل التخفيض في الأسعار.
 - الخدمات المقدمة (قبل أو بعد البيع).
 - الجودة (مع ثبات الأسعار).
 - تحسين المظاهر الشكلية و التقدم و الاستخدامات الخاصة بالسلعة أو الخدمات.
- تحديد القطاعات المستهدفة في الأسواق.
- تحديد و اختيار وسائل الترويج الملائمة و تحديد تكاليف استخدام الوسيلة أو الوسائل في ضوء ميزانية الترويج.
- التنفيذ و المتابعة و التقييم المرحلي و النهائي للنتائج.

4- عناصر الترويج:

و من الأمور التي يجب الإلمام بها:²

- ✓ أن عناصر المزيج الترويجي تمثل آليات أو وسائل الإتصال بين أطراف العملية التسويقية أي بين المنظمة و المستهلك و كذلك بين المنظمة و المجتمع أو البيئة.
- ✓ أن طبيعة السلعة أو الخدمة تؤثر بدرجة كبيرة في اختيار أسلوب الترويج المناسب ففي مجال المنتجات يصلح الإعلان لترويج سلعا استهلاكية مثل الأغذية المحفوظة أو السلع المعمرة و لا يصلح للترويج عن سلعا استهلاكية مثل الأدوية أو السلع الصناعية أو قطع غيار السيارات بينما يعتبر البيع الشخصي أفضل

¹ د.فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سليلق، ص34.

² د.فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سابق، ص34.

الأساليب لترويج هذه السلع، أما في مجال الخدمات فإن الترويج يستثير المشاعر و يستهدف تنبيه المتلقي و يعمل مع الوسائل الأخرى على جذبته و التأثير عليه.

فالترويج، يعد أحد أشكال الاتصال بين البائع و المشتري المستهدف و مهمته الرئيسية إثارة الاهتمام و تدعيم السلوك الشرائي.

5- الحملات الترويجية:

تقوم الحملات بدور هام في تعريف الجمهور بقضية من القضايا أو مشكلة من المشكلات و تدخل ضمن إطار التسويق الاجتماعي الذي يعتمد على تسويق الأفكار و الخدمات من أجل إنجاز المهام و تحقيق الفوائد. و تتجه الحملات الإعلامية و الترويجية بوجه عام إلى زيادة وعي الجمهور المستهدف بموضوع ما أو قضية من القضايا من خلال استخدام الاستراتيجيات المناسبة، و لا تختلف الحملات الإعلانية عن الحملات الإعلامية في أي خطوة من الخطوات، إذ أن كل منهما يتبع نفس الخطوات و الأسس و المبادئ. و يقوم هيكل الخطة الإعلامية و يتطلب نجاحها على تناسب الأهداف الإعلامية الخاصة بها، مع الجمهور مع الرسالة مع الوسيلة، و معنى ذلك أن ثمة عناصر ثلاث يتحدد على أساسها الإستراتيجية الإعلامية السياحية.

1) الجماهير المستهدفة، من هم الذين نسعى إلى الوصول إليهم؟

2) الرسالة السياحية المحررة، ماذا نريد أن نقول لجمهور السائحين؟

3) إستراتيجية الوسيلة متى و أين يمكن أن نصل إلى الجمهور؟

و تعتمد الحملة الإعلامية على ثلاث مقومات:

أ. أنها تستهدف و تسعى للتأثير في الأفراد.

ب. أنها تستهدف قطاعا كبيرا من الجمهور.

ج. أنها تنفذ خلال وقت محدد و أنها تشتمل على نظام متكامل من الأنشطة الاتصالية.¹

¹ أحمد زكي بدوي، قاموس المصطلحات الاعلامية، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1964.

و تبعا لهذا فإن الحملة الإعلامية السياحية هي حملات ترويجية تعرف في أحد تعريفاتها بأنها نشاطات مقصودة تقوم بها الأجهزة السياحية الرسمية و تعاونها الأجهزة غير الرسمية من فنادق و شركات و منشآت سياحية للتأثير في أفكار و اتجاهات و سلوك الآخرين و هم السائحون المستهدفين عن طريق استخدام الاستمالات الإعلامية للتأثير في هذا الجمهور و استقطابه لاتخاذ سلوك شرائي معين، و هو الإقبال على المنتج السياحي الخاص بالبلد المستقبل.

و في مجال السياحة يتطلب إحداث التأثير استخدام كافة الوسائل لذلك كان من الضروري التخطيط لاختيار الوسائل المناسبة، و على أية حال هناك وسائل تقليدية معروفة تستخدمها هيئة تنشيط السياحة قبل بدء الموسم السياحي، و عند القيام بالحملات الترويجية و الإعلامية التي تحتاج إلى تكثيف استخدام هذه الوسائل و طبعها بكثير من اللغات، و أهم هذه الوسائل الملصقات، و الصور، و الكتيبات، و الدعوات، و الخطابات، و الأظرف التي تستخدمها الفنادق، و بطاقات البريد، و النشرة المطبوعة، و مجلة المنشأة بالإضافة إلى الوسائل الأخرى التي تنتجها المنشآت السياحية المختلفة، و التي يمكن استخدامها عند تنفيذ الحملات السياحية و فيما يلي عرض لأهم الوسائل المستخدمة في الحملات الترويجية :

❖ الصور:

و تعد الصور من الوسائل الإعلامية الهامة التي تستخدم في مجال الحملات السياحية و تستخدم للتعبير عن المكان و إبراز جماله.

❖ استخدام الصور و الرسوم:

تستخدم الصور عادة للمساعدة على انجاز الأهداف الإعلامية و التسويقية الخاصة بالحملة السياحية، كما تستخدم الصور في تصوير المنشأة السياحية أو جزء من المنشأة "فندق-قرية-سياحة... إلخ.

❖ الكتيبات:

و تستخدم المنشآت السياحية الكتيبات بصفة دائمة وقت الحملات و في الأوقات المعتادة و لذلك يجب الحرص في إخراجها على ما يسترعى الانتباه لما تحويه من بيانات يرغب السائح في معرفتها من حيث الأسعار و الفنادق و أماكن الترفيه و اللهو ... إلخ.

❖ الملصقات:

توزع في البلاد المصدرة للسياح و تستخدم أثناء الحملات و في الأوقات المعتادة و هي رسالة جمالية معبرة عن المنتج السياحي و مازالت الملصقات من الوسائل الاتصالية الهامة للمنشآت المختلفة تحرص عليها الدول السياحية الكبرى مثل اسبانيا و إيطاليا.¹

❖ الدعوات:

و هي أيضا من الوسائل الهامة التي تستخدمها إدارات الترويج و العلاقات العامة بكثرة في كافة المجالات السياحية و غير السياحية، و تفيد أيضا عند الحملات السياحية الإعلامية و يتم إرسال الدعوات للشخصيات الهامة و المعروفة و يمكن إرسالها عن طريق الخطابات أو الفاكس.

❖ بطاقات البريد:

و إذا كانت المطبوعات هي العمود الفقري بالنسبة للتنشيط و الترويج السياحي فإن بطاقات البريد تستخدم بصفة دائمة على مدار العام و تمثل أهمية خاصة في مجال السياحة.

❖ النشرات المطبوعة:

النشرة بصفة عامة وسيلة تستخدمها كافة الجهات السياحية، و تستخدم عادة على مدار العام و ليس وقت الحملات فقط، و تصدرها المؤسسات الرسمية و مكاتب السياحة الحكومية بأشكال مختلفة مزودة بالصور الملونة عن الدولة أو الجهة السياحية التي يتم الترويج لها.

¹ زكي محمود هاشم، العلاقات العامة المفاهيم الاسس العلمية، مطبعة دات السلاسل، 1996.

❖ مجلة المنشأة:

تعد مجلة المنشأة من الوسائل المكتوبة التي تحرص المنشآت السياحية على إصدارها بصفة دورية أو غير دورية خاصة وقت الحملات في الأوقات المعتادة و تعد مجلة المنشأة وسيلة من أهم وسائل المنشآت المختلفة للتعامل مع جمهورها الداخلي أو الخارجي و تصدرها المنشأة شهريا أو دوريا كل ثلاثة أشهر.

❖ الخطابات و الأظرف:

رغم أنها وسيلة من الوسائل التي تستخدمها الفنادق و الشركات السياحية بصفة خاصة حيث تعد بطاقة البريد أداة إتصال فعالة بالعملاء إذا أحسن إعدادها و توجيه الخطاب توجيها شخصيا، إلا أنه يمكن الاستفادة منها أثناء الحملات الإعلامية للترويج السياحي.¹

6- المشاكل المعيقة للترويج:

إن أي تغير يحدث في المنظومة البيئية العالمية أو المحلية يمكن بأي من الطرق التأثير على حركة القطاع السياحي و من أهم العوائق التي تعيق سير الترويج السياحي نذكر ما يلي:²

○ الكوارث الطبيعية المفاجئة كالزلازل و البراكين و الأعاصير و الفيضانات و حرائق الغابات التي هي من صنع الطبيعة و نضيف كذلك حركة الكثبان الرملية، و كذا الآفات و الأوبئة، فإذا أصابت هذه الكوارث المزارات السياحية الطبيعية، تسببت في عرقلة نشاط القطاع السياحي.

○ الكوارث التي هي من صنع الإنسان كالتلوث البيئي أو المناخي الناتج عن التقدم التكنولوجي الصناعي و العمراني الذي قد ينجم عنه اختناق المدن و الإحساس بالازدحام فمثل هذه الكوارث تؤثر سلبا على الطلب السياحي.

○ أزمات العلاقات الدولية و الحروب تنتج عن جميع الحروب المحلية منها و الإقليمية، أزمات في قطاع السياحة و ذلك لتأثيرها السلبي على الطلب السياحي.

¹ د. فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سابق، ص 93.

² السلام ابو قحف، محاضرات في صناعة السياحة في مصر، ص 54. (بتصرف)

- الإرهاب و هو أحد صور التغيرات التي تطرأ على البيئة الأمنية للدولة و هي أيضا قد تنتج عنها أزمات في قطاع السياحة لتأثيرها السلبي على الطلب السياحي و العرض السياحي أيضا

الفصل الثاني : الترجمة السياحية و تقنياتها

المبحث الأول : ماهية الترجمة السياحية و أهدافها

المبحث الثاني : الإمكانيات السياحية بالجزائر - دراسة مدينة ندرومة كنموذج

تمهيد :

من المعلوم ان الترجمة من اقدم واهم النشاطات الممارسة على الاطلاق من قبل المجتمعات البشرية فنتيجة للتطور و النموهاائل للعلاقات السياسية و العلمية والاقتصادية تطور وتعاضم دورها خاصة في العصر الحديث وما ال البه من تقدم وازدهار علمي وتقني هذا التقدم و التعاضم الذي حصدته وسائل الاتصال بصورة خاصة والتي ساهمت بصورة جد هائلة ايضا في تسيير نقل العلوم والمعرفة الى شتى بقاع الارض ولترويج ثقافات الشعوب و اثارهم العلمية والادبية والحضارية منها اي كل ما هو موروث والتعريف به لامم اخرى ومن المتفق بين المفكرين و العلماء ان الترجمة واكبت تطور المجتمعات منذ نشاتها والدليل على ذلك ترجمة اسلافنا العلوم الاغريقية قديما الى العربية (بداية القرن التاسع ميلادي) ثم من العربية الى الالمانية الى لغات اخرى... الخ, وفي هذا السياق ارتاينا ان نورد تعريفا جامعا للغة كونها البنية الاساسية في الترجمة و العامل الرئيسي لتواصل الشعوب والامم.

ورد في تعريف مصطلح "اللغة" عديد التعريفات وكتبت عديد الدراسات , كل عرفه بطريقته , فمنهم مثلا من جعله في علاقة بالمحيط الخارجي , ثم وقع تناول المصطلح من قبل علماء فقه اللغة المحدثين فقالوا ان الانسان لا يفكر حتى فيما بينه وبين نفسه الا في اثواب من اللغة .

كما ان مفهوم اللغة هو "مفهوم واسع وهو بذلك لا يقتصر على اللغة المنطوقة , بل يشمل المكتوبة ايضا ,

بالاضافة الى الاشارة والايماءات والتعبير والتوجيه التي تصاحب لغة النطق بالكلام وفي هذا السياق قال

Edward Sapir : ان اللغة تنظم تجربة المجتمع وهي التي تصوغ عالمه وواقعه الحقيقي , وان كل لغة تنطوي

على رؤية خاصة للعالم وذهب سابير الى ان اللغة اساس تشكيل الافكار , ودليل على النشاط الفكري للفرد وان

الامر ليتجاوز ذلك الى المجتمع ذاته , اذ نجد لها الاساس الذي تنبني عليه الهوية الاجتماعية علاوة على الهوية الفردية

وهذا التواصل سيؤدي الى بناء علاقات حميمة وتفاعلات حضارية تقرب بين الاطراف المختلفة وتنطوي اللغة ايضا على اشارات ودلالات تبرز ترابط شعوب تلك الامم وثقافتها ,فتكون بمثابة جامع تواصل يؤولف بين البشر , ويهبهم شعورا بالانتماء الى الانسانية العالمية ولا بد ان نؤكد على ان تلك الالفاظ المشتركة تعمل على توكيد التفاهم المرجو بين الشعوب لتكون بارقة امل لمستقبل امن , لا تنتهك فيه كرامة الانسان , ولا تهدر حقوقه , ولا يطغى فيه القوي على الضعيف , كل هذا الدور لعبته السياحة ودرجة امتياز و لتواصل اكيد ظهرت و تاكدت الحاجة الماسة للترجمة لكسر حاجز الجهل و البعد وعدم فهم الغير لتكون بذلك علاقة الاتصال والتكامل وطيدة بين كل مجالات الحياة لضمان ما هو ارقى واسمى للبشرية جمعاء

المبحث الاول : ماهية الترجمة السياحية واهدافها :

1.1- تعريف الترجمة السياحية :

هي ترجمة تختص قطاع السياحة و التي أصبح الطلب عليه اكبرا بسبب نمو صناعة السياحة و السفر و هي

تشمل ترجمة¹

+ وثائق و مستندات المطارات و شركات النقل

+ كتيبات الإرشاد

+ رسائل البريد الالكتروني

+ النشرات الإعلامية و التسويقية

¹ La traduction dans le domaine de tourisme :[http:// www.evs-translation.fr/blog](http://www.evs-translation.fr/blog) , Vu le 01/05/2017, 18:15

✚ ترجمة فورية للجولات السياحية

✚ الفيديوهاات الإرشادية للمسافرين

✚ التسجيلات الإرشادية الصوتية

✚ ترجمة المنشورات و المطويات

✚ ترجمة قوائم الطعام و وصفات الطهي

✚ ترجمة فورية لعملاء الفنادق

بشكل عام فالترجمة السياحية تهتم بترجمة كل ما يتعلق بالسائح و السياحة

2.1- الترجمة السياحية ودورها في ترويج المنتج السياحي :

إن النصوص المترجمة هي نصوص غائية

و هادفة ولعلنا نذكر من بينها النصوص السياحية او بمعنى اخر النصوص الموجهة للمستهلك والمقصود

بالنصوص الموجهة للمستهلك هو تلك النصوص التي تحاول ان تحث الناس على شراء شئ ما او توضح

للمشتركين كيفية استعمال ما اشتروه او تقدم النصائح و الارشادات بخصوص البضائع المشتراة او ما يجب القيام

به من اجراءات ويمكننا ان ندرج ضمن هذا النوع من النصوص : الاعلانات ،(النشرات السياحية،اعلانات

عامة،منشورات اعلامية، كتيبات... الخ)¹

¹ Isabel Durant munos, Touristis translation as a mediation tool, misunderstanding and difficulties.

يمكننا ان نعتبر ايضا ان النصوص السياحية هي في الاساس لغرض الاعلان و الاشهار للفت الانتباه، فلا بد ان تكون قادرة على بيع المنتجات المتاحة لمختلف بقاع الارض وذلك مثلا عن طريق ترجمة مواقع الويب الخاصة بالفنادق و ترجمة المواد الاعلامية كالكتيبات والمجلات وما الى ذلك ، و ترجمة الحملات الاعلامية باكملها الى لغات عدة لكي تصل الى اسواق متنوعة أكثر من اي وقت مضى والى جمهور عريض من الناس الا ان الترجمة للاغراض التسويقية تتطلب ما هو أكثر من مجرد الترجمة الحرفية ، ان الترجمة السياحية وسيلة لتواصل الشعوب وتعارفها وذلك من خلال ما تساهم به من ترويج للمنتوج المحلي قصد التعريف به فقد تجاوزت كونها مجرد فعل لغوي يعني نقل النصوص من لغة الى لغة اخرى وقد سمي البعض هذا النوع من الترجمة بالترجمة الثقافية لترجمتها الاثار والتراث بانواعه كما يمكننا الجزم بان الترجمة السياحية هي وليدة للحاجة الماسة وللضرورة الملحة لتعايش الشعوب وارساء السلام بين الامم من خلال تبادل الخبرات و المعارف و الثقافات والعادات وكل ما هو مميز للشعوب بعضها عن بعض ، فلما كانت السياحة نشاطا يشكل علاقة اتصال مباشرة بين الشعوب والثقافات من خلال ما تتضمنه من عادات و تقاليد وفولكلور وفنون مادية ولا مادية وحب على المترجم ترجمة كل ما هو موروث لتسهيل التواصل والتقاء الحضارات وتناغمها ، كل هذا يقتضي استراتيجيات وطرق ترويجية منها الإعلان والإشهار على سبيل المثال

3.1- القواعد العامة لترجمة النصوص السياحية :

- ان يكون عارفا بأسلوب المؤلف وانشائه والفاظه وتصويراته وغايته .
- ان يكون مستوى اسلوبه في وزن مستوى الموضوع الذي يترجمه .
- ان لا يحيد عن روح النص و المعنى الذي يقوم بترجمته

- ان يكون متقنا للغتين المنقول منها والمنقول عنها ,واذا زادت معرفة المترجم باكثر من لغة يسهل عليه الترجمة بحسن انطباق المعني وايجاد المصطلح.
- ان يكون متممقا في جميع خصائص اللغة العربية مثلا من صرف ونحو واشتقاق ومفردات وغيره ,ومتقنا ومتعمقا للغة الاجنبية المراد الترجمة منها من افعال وازمان وصوروغيره.
- ان يكون امينا في الترجمة والنقل .
- ان يكون قادرا على الربط و التنسيق في المعاني و الجمل .
- ان يكون قادرا على التعبير عن معنى الكلمة الاعجمية بكلمة تعادلها نصا وروحا .
- ان يكون متقيدا بالاصل ولا يعمل في اسلوبه حذف واختصارا فيبتعد عن روح كامل المعنى وعمقه الذي يتبعه المؤلف .

4.1-تقنيات الترجمة السياحية :¹

تؤدي الترجمة السياحية دورا فعالا في ترويج المنتج السياحي المحلي الامر الذي يجعل المسؤولية على عاتق المترجم كبيرة وحرحة كونه الوسيط الوحيد الذي يصل بين المنتج والمتلقي ,فعلى المترجم ان ينقل معلومات قد تكون ربما غير موجودة عند ثقافة المتلقي او المستقبل للنصوص السياحية او المستهلك الاجنبي بطريقة مغرية وجدابة لتحقيق الهدف المراد او المنشود اليه وكما هو معلوم ان لغة السياحة لغة خاصة وعامل مشترك بين السياح والامكنة التي يراد زيارتها وذلك من خلال قراءة ومطالعة النصوص السياحية مثل الكتيبات و الادلة السياحية والاعلانات ، الامر الذي يفرض على الترجمة ان تكون ذات نوعية وجودة عالية وترجمة خاصة صحيحة

¹ Touristis communication, a specialized discourse with Idifficulties in translation, december,2013,special, european scintific journal, edition, vol2, issn , 1857-7881 (print).

تضمن وتأمين النقل الحسن للمعلومة وتأمين تلقيها الجيد من قبل السائح ومن المعروف ان المترجمين غالبا مت يواجهون اختلافات ومشاكل عند ترجمة هذا النوع من النصوص كما على المترجم ان يكون مثقفا ملما بميادين معرفية مؤهلة وان يلم بجميع القدرات الثقافية والتقنية والترجمية كالمملكة اللغوية في لغته الام واللغة الهدف والقدرة على البحث كما يجب على المترجم ان يحافظ اثناء ترجمته على جوهر النص الاصلي (المصدر) وعلى محتواه, ووظيفته ويحرص على ترغيب الجمهور المتلقي في تقبل ترجمته والانجذاب نحوها بطريقة ذكية وماهرة, اضافة الى تاليف وخلق محتوى شامل وترويج للوجهة وجعلها اقرب اليهم.

كما أصبح الخطاب السياحي مؤخرا يبحث عن منظور لغوي لكونه ترجمة متخصصة ونظرا لتعدد مجالاته وارتباطاته المعرفية الاخرى كالجغرافيا, الاقتصاد, التاريخ, الرياضة... الخ. فقد اصبح يمتاز الخطاب السياسي اليوم بميزات مفرداتية ونحوية ونصية خاصة به والتي تبرر ادراجه كخطاب متخصص, وبما انها لغة متخصصة يعني مصطلحات خاصة اي مخزون كلي اجمالي وقد اقترح هوفمان تقسيم معجم المفردات المتخصصة الى ثلاثة اصناف مختلفة

-الصنف الاول : يختص بالمفردات الخاصة او الدقيقة بمعنى اخر مصطلحات ذات اختصاص دقيق جدا.

-الصنف الثاني: يكون مرجعا لمفردات محددة و مشتركة بمعنى اخر المفردات الشائعة الخاضعة للتقييد الدلالي

ومثال ذلك (رحلة منظمة ، وكالة سفر)

-الصنف الثالث: يشمل مفردات عامة، بمعنى اخر مفردات شائعة ليست خاضعة للتقييد الدلالي مثل: فندق

، مطعم ، في مجال السياحة يمكن ان نجد هذه الاصناف المختلفة الثلاثة التي ذكرها هوفمان , ومع ذلك الاغلبية

الواسعة من المفردات المتخصصة الموجودة النصوص السياحية (كثييات ، الدليل ، اعلانات..الخ) تلائم العديد من المجالات الاخرى التي تميزها مثل :التاريخ الجغرافيا الفن...الخ.

كما ان النصوص السياحية توظف مصطلحات معتادة جدا وشائعة لدى الجمهور مما يسهل عليه التلقي بالرغم من اهتمام الغير بان لغة الخطاب السياحي لغة عامة ضعيفة المستوى اذا ما قارناها باساليب خطابية اخرى ,الامر الذي يجعل مستوى التخصص اللغوي يكاد ينعدم .

وقد نلمح خاصية تميز هذا النوع من الاساليب وهي خاصية اختيار الكلمات الدقيقة المعجمية في مفاتيح الكلمات اختيارا دقيقا موحيا مكيفا مستجيبا لتوقعات السياح حول المنتج السياحي المراد ترويجه ,ومثال ذلك كلمة :بعيدا ,حلم,متعة ,نجاة,رحلة .

وما يميزه في النصوص السياحية هو استعمال كلمات مفتاحية لها علاقة بالجانب النفسي او الملامسة للشعور الوجداني مثل الرومانسية ,الانبعاث ,السعادة ,الملذة,المرح ,خيال,بحر, شمس , حيث تكمن الافكار و الاحاسيس والمشاعر الايجابية .

وهناك ايضا ميزة اخرى لهذا الخطابوهي استعمال تقنية "التهجئة"التي تحيل او تساعد على استعمال الفاظ اجنبية او مفردات مولة في النصوص السياحية التي تثير ذلك الاحساس الغريب في السائح .

استعمال مترجم الاشارات الثقافية التي تدل او تشير مثلا الى بعض الاطعمة ,والتي قد لا نجد لها مكافئا في اللغة الهدف .

نلمس من خلال تجارب المترجمين ان محتوى النصوص السياحية قابل للتغيير اثناء الترجمة , بسبب الاختلافات الثقافية لدى المتلقي او من خلال اختلاف تجاربه الحياتية وللتوضيح نأخذ على سبيل المثال الموروث الثقافي بولاية النعامة فلو اخذنا نصا سياحيا يعرف بهذا الموروث ويروج لهذا المنتج فكم المعلومات التي يحتاج السائح الجزائري

اليها بشأن التعرف والاطلاع على هذا الموروث ليست كبيرة اذا ما قارناها بالتي يحتاج اليها السائح الاجنبي استنادا الى الخلفيات الثقافية لكل سائح.

وقد يكون الامر ذاته معاكسا فمثلا الفرد الجزائري قد يرغب في الحصول على تفاصيل اكثر وضوحا وتشويقا حول احداث جزئية واماكن واشخاص ما , وهذا عكس ما يرغب فيه الاجنبي ربما بحيث يحتمل ان تكون جل هذه التفاصيل مملة ومثقل وحمولة زائدة الامر الذي يعيق عملية الاتصال .

يقودنا هذا الى الاستنتاج على ان على المترجم ان يعمل جاهدا على تكييف النص الاصلي الى لغة وثقافة المتلقي او القارئ او المستمع ثم ترجمته وفق ما يقتضي به نص الهدف .

كل هذا الجهد من المترجم الى ضرورة تكييف النص ليس فقط لتحقيق الوظيفة الاعلامية والاقناعية للنص وانجاحها , بل للحاجة الماسة لارضاء الزبون وملائمة توقعات المتلقي .

يتاثر السائح بمضمون واسلوب النص السياحي والذي يعكس ثقافة المترجم او الكاتب الاصلي للنص ومدى تمكنه من التحكم في اختصاصه دون غيره رغم اختلاف ثقافات الاصل وثقافات الهدف ورغم المشاكل المعيقة له في تادية عمله كتعامله مع لغة اكثر شكلية واكل وضوح وصعبة المراس وبعضها ذات نصوص تركيبية ووصف شعري ، فهنا وجب على المترجم كما ذكرنا سابقا اعادة صياغة النص الاصلي او وجوب المحافظة عليها في النص الهدف بطريقة مميزة وذكية.

اذا استثنينا هذه الاختلافات اللغوية او الاسلوبية او هذه المفارقات التي من شأنها ان تعرقل من نشاط المترجم او اصطدامه بها , قد نجد قيودا اخرى تتمثل في نشر او اعلان نفس النص بمختلف اللغات (ثنائية اللغة او تعدد اللغات) في نفس الوقت (نشرة او كتيب) نفس الصور... الخ فهذه الانواع من المنشورات او المطبوعات تتطلب نصوصا للغات عدة باجزاء او مسافات متماثلة وقد تكون متشابهة , وان تتناسب الصور المطبوعة عليها في كل لغة .

يكون تحقيق هذا الامر صعبا نوعا ما لان بعض اللغات تحتاج الى سياق اطول عن مثيلاتها لتفي بالغرض كما هو الحال بالنسبة للسياح الذين يحتاجون الى معلومات اكثر من غيرهم ا وان تقدم لهم بطرق مختلفة فالترجمة

هي عملية نقل معاني نص من لغة الى لغة اخرى مع مراعات الدقة و الاسلوب وهناك معياران لا بد من مراعاتهما عند نقل نص من لغة الى اخرى هما الدقة والاسلوب فالدقة تعني مراعاة المحتوى الدلالي او محتوى النص الاصلي , اما الاسلوب فمعناه مراعات المحيط الدقيق الذي يكتب فيه النص سواء كان النص شعريا ام نثريا او تقنيا او علميا ولكل واحدة اسلوبها المميز كل مترجم جيد عليه مراعات تلك العوامل ونقل ذلك عند الترجمة الى اللغة الهدف مراعين الخصائص اللغوية والاسلوبية للغة المترجم اليها. ونشير الى ان عمليات الترجمة تكمن في بعدين اساسيين هما: فهم النص الاصلي من جهة والتعبير عن المحتوى والاسلوب بلغة اخرى من جهة اخرى ومن هذا المنطلق فحين نقول فهم النص او استيعابه فهذا يعني الان :

يتعرف المترجم على الرموز المكتوبة في الترجمة الكتابية و الرموز الصوتية في الترجمة الشفوية اي يتعرف على اصوات اللغة التي يستمع اليها ان كانت ترجمة شفوية او يقرأ الرموز الكتابية للغة التي يترجم منها اذا كان النص مكتوبا ، وان يتعرف على الوحدات المعجمية اي الكلمات والتعبيرات الاصطلاحية ويفهم معانيها في سياقها اللغوية والاجتماعية المختلفة , كذا سياقاتها المختلفة كون الكلمة الواحدة تعني اشياء كثيرة طبقا للسياق الذي ترد فيه .

1-5. الإعلام السياحي و ارتباطه بالسياحة :

1.5.1- مفهوم الإعلام السياحي :

الإعلام السياحي هو كافة الجهود الاعلامية الموضوعية و غير الشخصية و المبدولة من الجهات الرسمية او غير الرسمية لتحسين صورة السياحة و الدعاية الى اعداد و نقل رسالة او مجموعة من الرسائل بهدف خلق وعي سياحي او تنمية الصورة السياحية لدولة ما او منطقة ما لدى اسواق و جماهير معينة باستخدام الوسائل الاعلامية بغرض جذب اهتمامات السائحين المرتغبين في تلك السواق سواء داخل البلاد او خارجها و دفعهم الى ممارسة النشاط السياحي

كما يعرف الإعلام السياحي بان مخاطبة الجمهور داخل البلاد و خارجها مخاطبة موضوعية و عقلية مستخدما عوامل الجذب و التسويق في تقديم المنتج السياحي بقصد إقناع الجمهور و إثارة اهتمامه بأهمية السياحة وفوائدها

للفرد و للدولة وتشجيعه على التعرف على المغريات السياحية وذلك بهدف نشر الوعي السياحي بينهم وحسن معاملة السائحين ومعاونتهم فيما يحتاجونه

كما يعرف أيضا بأنه احد أشكال الإعلام المتخصص وهو كافة أوجه النشاط الاتصالي و المخطط و المستمر التي يمارسها إعلاميون متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق و الأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة عن القضايا و الموضوعات و المشكلات و مجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية

وبدون تحريف عن طريق وسائل وأشكال الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب الفنية للإقناع و التأثير من اجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية ومن اجل اجتذاب أكبر عدد من الأفراد للإقامة بعيدا عن موطن إقامتهم¹

2.5.1- متطلبات الإعلام و الدعاية السياحية :

- مراعاة تنفيذ الحملات الإعلامية و السياحية رفيعة المستوى و التي تتناسب مع الحملات المضادة و تتفوق عليها و المحققة للدوق الرفيع و المستوى المناسب البعيدة عن الإثارة الرخيصة لاتصالها بجماهير مستنيرة ذات مستوى اجتماعي و ثقافي كبير .

-قيام الحملة على أسس علمية ، فالإعلام السياحي ليس مجرد صور ومقالات صحفية أو أفلام سياحية أو مناظر جذابة أو ملصقات بل هو بحوث و دراسات وخطط علمية توضع على أساس واقعي سليم و معرفة بالأسواق العالمية السياحية وكيفية الوصول إلى الجماهير و أسس ووسائل مخاطبتها والتأثير فيها.

-تقديم الأسعار والتكلفة بكل دقة بالنسبة للرحلات و الفنادق والمطاعم مع مراعاة الصدق حيث إن عدم الالتزام بذلك يفقد الثقة بين شركات السياحة و السائحين .

-توفير الإعتمادات المالية الكافية لتنفيذ الحملة الدعائية بحيث تستطيع تغطية أكبر قدر ممكن من السوق السياحية العالمية وحتى يمكنها الاستمرارية.

¹ أحمد علي عبد الله، مرجع سابق، ص162.

- ضرورة مراعاة الوقت الذي تستغرقه الحملة الاعلامية .

3.5.1- دور الإعلام السياحي في التنمية السياحية

الإعلام السياحي هو المنوط به الترويج للمنتج السياحي داخل وخارج الدولة وعن طريق الترويج للسياحة في البلد والبلدان الأخرى يساهم هذا الترويج بزيادة إعداده المقبلين على السياحة سواء كان سياح محليين او دوليين وزيادة الاقبال على السياحة هي من اهم اهداف التنمية السياحية و الخطة الاعلامية الترويجية يخطط لها ضمن برامج التنمية السياحية

كما يساهم الاعلام السياحي في نشر الوعي و الثقافة السياحية بين المواطنين و الثقافة السياحية بين المواطنين و الثقافة السياحية لدى هي من اهم الاشياء التي تؤدي لنجاح خطة التنمية السياحية فكلما زادت نسبة الثقافة السياحية في المجتمع كلما تقدم في مجال التنمية السياحية والعكس صحيح¹

6.1- العلاقة بين السياحة و الترجمة و اللغات :²

لقد احتفل العالم باليوم العالمي للترجمة و اليوم العالمي للسياحة ، كما احتفل كذلك باليوم الاوروبي للغات .
ادن سياحة ترجمة و لغات يربط بينها بحسب ما نراه رابط يكاد يكون جليا ، رابط يتعلق ابتداءً أن السياحة لا يمكنها ان تتقدم دون لغات تواصل بين مقدم الخدمات المرتبطة بها و بين المستفدين من هذه الخدمات . و اللغة هنا قد تكون الانجليزية او الفرنسية او الاسبانية او الايطالية او اي لغة اخرى .

و اللغة هنا قد تكون مكونات النفس و اعمالات الفكر و الفؤاد، وطريقة تعبيرنا كل ذلك . و اللغة هنا قد تكون رقصة استعراضية عميقة الدلالات او لوحة و فرشاة ألوان ، و قد تكون مسرحية أو فيلما سينمائيا أو قصيدة أو صورة ضوئية أو غير ذلك . و هذه جميعها و غيرها تحتاج الى أدوات تواصل ، و منطلقات تقاطع ، و قواسم كبرى مشتركة .

¹ أحمد علي عبد الله، مرجع سليلق، ص167.

² www.alrai.com/article (vue 05/03/2017) ,18:35

السياحة في اللغة ، لغة السياحة و آلياتها، ترجمة اللغة الى فعل ، فعل الترجمة السياحية في ملكوت الكونو عجائب الخلق و قدرات الخالق ، وفق لغة صوفية و وجدانية فطرية المقاصد . تداعيات لا تنتهي ، و لشارات ترتبط ببعضها بوشائح عضوية لا تنفصم حتى تعود و تلتقي ، ولا تتحد الاكي تؤسس لانفصال من نوع جديد ، بمتواليه تظل اللغة و السياحة و الترجمة عناوينها الواسعة الفسيحة .

من طرائف الدراية باللغات الاخرى ، أن طفلا ترك المدرسة و هجر مقاعد الصف ، قد تراه في البتراء أو في القدس أو في أي مدينة يؤمها الناس من مختلف جهات الارض ، باحثين فيها عن أثر مشترك \ او دهشة متناصلة ، يتقن أربع أو خمس لغات ، أو على الأقل يعرف كثير من مفرداتها و صوتياتها و أساسياتها التواصل عبرها. و من طرائف السياحة أنها في معظم تجلياتها و أثرها و اثارها و معالمها تروي بصمت مهنيب تواريخ أمم ، و تقف شاهدة شامخة على زهو حضارات بادت . انها لغة الحجر و الاثر ، وعناوين القداسة و العتاقة و النبوغ الانساني العظيم .

السياحة لغة حروفها المجد ، تترجم في تفاصيلها و سحرها مختلف انواع الجمال البهاء ، الطبيعي البيئي منها ، و ما صنعه الانسان و شيده بالجد و العرق و العزم الجليل و اللغة سباحة في الارض ، و سفر حتى اقاصي البعد ، رحلة البعيد ، رحلة بحر ، و رحلة بر ، و تبرك من ماء مقدسة و تطيبب في مياه معدنية ساخنة ، حوار مقامات و أوابد ولقى .

و الترجمة هي ماتأخرنا فيه كثيرا قياسيا مع ما فعله أجدادنا الأولون ، و ما سخر أنفسهم له العلماء العرب في عهود المجد و السؤدد

أما الوطن فهو السياحة و اللغة و الترجمة ، وهو المعني كلها ، و الحضن الذي يترجم عبر كل حجر ووردة و عصفور سوسنة فيه ، حبه لنا وحد به علينا ، و ستحق بالتالي أن نحتف له حبا و انتماءنا بكل لغات الارض .

7.1- خدمات ترجمة السفر و السياحة :¹

¹ www.f-g.com/ar (vue 22/04/2017), 10:45

أصبحت خدمات ترجمة السفر و السياحة واحدة من أكثر خدمات الترجمة التي يتم الاحتياج اليها في سوق الترجمة و ذلك بسبب نمو صناعة السفر و السياحة على المستوى العالمي . وتعد اللغة هي الحاجز الاساسي الذي قد يجد من توسع هذه الصناعة عالميا ، و ذلك الان هدفها ينصب على على الناس من جميع أنحاء العالم ، فمن المهم لشركات السفر و السياحة أن تسد فجوة اختلاف اللغة بين خدماتها و العملاء المستهدفين . و ان تكون جميع المعلومات الخاصة بما الواردة في مواقع الويب و نشرات السفر او السياحة و جميع المواد الاخرى المتعلقة بالسفر بلغتهم .

ان شركة فيوتشر جروب لخدمات الترجمة تولي اهتماما كاملا لخدمات ترجمة السفر و السياحة ، و قد خصصت فريقا من مديري المشروعات لانشاء فريق من المترجمين المتخصصين ذوي الخبرة في مجال السفر و السياحة . و قد عمل هذا الفريق مع العديد من المطارات الدولية و شركات النقل و الشركات العاملة في المطارات ، و ساعدهم في ترجمة المواد الخاصة بما لاكثر من 100 لغة ، فهذا الفريق متخصص و ذو خبرة في مجال تلمجة السفر و السياحة و هو مجهز جيدا لمساعدتك في الوفاء بجميع احتياجات السفر الخاصة بك .

ان هذه الشركة تسعى الى تقديم خدمات ترجمة السفر و السياحة من خلال مجموعة كبيرة من مزودي خدمات السفر و السياحة مثل الفنادق و شركات السياحة و المطاعم و مؤسسات البيع بالتجزئة و غيرها من شركات الضيافة الدولية ، و لدى هذه الشركة خبراء لغويون متخصصون في ترجمة مواقع الويب الخاصة بالزبون و جولات الارشاد السياحي و النشرات التسويقية و القوائم و كتيبات الارشاد و النشرات الاعلانية و اي مستندات خاصة بشركة الزبون تدرج في مجالي السفر و السياحة .

و بالتالي اذا كان نشاط شركاتك و اعمالك مرتبط بالضيافة و كنت تبحث عن مزود خدمات لغوية متخصص يمكنه ترجمة و تعريب جميع المواد الخاصة بك سواء كانت مواقع ويب او مستندات الى اية لغة من اللغات ، فلا تتردد في الاتصال بشركة فيوتشر جروب لخدمات الترجمة.

تقدم شركة فيوتشر جروب لخدمات الترجمة مجموعة كبيرة من خدمات ترجمة مستندات السفر و السياحة او مواقع الويب الخاصة بهذا المجال ، و هي تتضمن

- الترجمة الفورية للجولات السياحية .
- مستندات المطارات و شركات النقل .
- مواقع الويب .
- جولات الارشاد السياحي .
- النشرات التسويقية .
- رسائل البريد الالكتروني
- القوائم
- الرسائل الاخبارية
- كتيبات الارشاد
- النشرات الاعلانية
- الخطابات
- مستندات شركات الضيافة
- مستندات شركات الخطوط لجوية
- مواد التواصل بين المسافرين
- تعريب خدمات الشركات العاملة داخل المطارات
- ترجمة الفيديوهات الارشادية للمسافرين
- ترجمة التسجيلات الصوتية والارشادية

توفير الاحتياجات الخاصة بترجمة كل ما يتعلق بالسفر و النقل

المبحث الثاني : الامكانيات السياحية بالجزائر دراسة مدينة ندرومة كنموذج

1.2-عوامل الجذب السياحي :

تعد عوامل الجذب السياحي الوسائل التي تجذب السائح إلى الموقع السياحي، كما أنها الباعث الرئيسي الذي يحفز الكثيرين إلى السفر، حيث يفيد بعض الباحثين بأنه يمكن تصنيف عناصر الجذب تبعاً للهدف أو الدافع، و ذلك إلى عدة تقسيمات يمكن إيجازها فيما يلي¹ : مصادر تاريخية-إنتاج بشري-الطبيعة.

1.1.2- المصادر التاريخية:

تضم المدن القديمة و الآثار و المواقع المتميزة، كشوارع خالدة ذات شهرة عالمية و منشآت مختلفة كالحصون و القلاع و القصور، و مؤسسات علمية و دور العبادة، و هذا الجانب هو الذي يدعو إليه دوماً المختصون و الخبراء، بالحفاظ عليها، و الطلب من الجهات المعنية بإعطائها العناية القصوى لما تتمتع به من آثار نادرة و تراث عريق.^{2.1.2- الإنتاج البشري:}

هو ما يتصل بالتراث الإنساني و ما يتعلق بالحضارات الإنسانية و الشعوب و عاداتها و تقاليدها و الأنشطة المختلفة التي تقدمها، كالصناعات و الحرف اليدوية، و الفنون الشعبية، إضافة إلى الأنشطة الحديثة من صناعات تختص بالأهالي و قرى السكان الأصليين و إحياء ذات الطابع المميز و المعارض و المطارات، الأمر الذي يوجب الاحتفاظ بها و إحياءها و تجديدها و صيانتها الدورية و الاهتمام بصانعيها، لكي نحميها من الانقراض.

3.1.2- المصادر الطبيعية :

فهي التي تتصل بالأرض و ما عليها من غابات و أشجار و جبال و أنهار و بحار، و كل عنصر له صلة بالطبيعة و جمالها، مما يثير الإنسان و يبعث في نفسه البهجة و الفرح و السرور.

¹ د. يوسف جعفر، مرجع سابق، ص 196.

و هذه العناصر و العوامل الجاذبة المتوفرة في أي منطقة، و التي أعدت بعد تخطيط سليم، لا يستطيع الفرد التعرف عليها أو الاطلاع عليها إلا بوسيلة هامة و هي الإعلام.

فمن دون الإعلام يعتبر وجودها معدوما و غير معلوم حتى لأفراد المنطقة نفسها، أي لأهالي المدينة و البلاد، فالإعلام السياحي أمر ضروري و هام يتولى أمر الإعلان و التعريف بكل تلك المغريات و العوامل الجاذبة للسياح بتزويد الجماهير بأكبر عدد ممكن من الحقائق الصحيحة.

2.2- الأسباب المعيقة للسياحة:

هناك العديد من الأسباب التي تعوق السياحة سواء الخاصة بالسائح أو بالمقومات السياحية، و قد تؤدي تلك العوائق إلى عدم السفر على نطاق أوسع أو عدم السفر على الإطلاق، و من تلك العوائق نذكر ما يلي:

➤ التكلفة أو النفقات:

هي من أهم المعوقات التي تنمي السياحة، و ذلك لأن محدودية الموارد المالية تعوق السفر و جعله مكلفا لشريحة من الناس، حتى إن بعض الدراسات تشير إلى 62% من مجتمع الدراسة الذي أجريت عليهم يرون أن النفقات هي السبب لعدم قيامهم برحلات سياحية سواء داخل الوطن أو خارجه

➤ عدم وجود الوقت:

و ذلك بأن لا تمكن فئة من الناس أعمالهم و وظائفهم من أخذ فسحة من الوقت للسفر.

و لاشك أن الدخل يعد محددًا من محددات الطلب على المقصد السياحي، لأنه يعكس القدرة الشرائية للسائح، و هو أحد العنصرين الأساسيين للسفر و السياحة، و هما الرغبة الذاتية التي يعينها توفر الوقت و القدرة المالية.

➤ القيود الصحية:

إن اعتلال الصحة و المعوقات الجسمانية تجعل كثيرا من الناس خاصة كبار السن يبقون في منازلهم أو الوطن، دون التفكير في السياحة.¹

➤ الأوضاع الأسرية:

إن البدء في تكوين أسرة، و خاصة عندما يكون هناك أطفال، مما يسببونه من متاعب في السفر، مما يثقل الأسرة في قضية المتابعة لهم أثناء السفر، و يؤدي ذلك إلى بقاء الأسرة في الوطن.

➤ عدم الاهتمام:

إن وجود أشخاص ليس لديهم معرفة كاملة بالجهات التي تقصد و ما يوجد فيها من إشباع حاجة قاصديها للاستمتاع و الترويج من المعوقات التي تؤدي بكثير منهم إلى الامتناع عن السفر.

➤ وجود نوع من عدم الأمان:

و هي ما يثار حول مناطق من دول العالم و خاصة ما يوجد فيها انتشار أوبئة أو حروب أو ما يقع من حوادث الطيران أو غير ذلك، و في الحقبة الأخيرة أقام الإرهاب شبحة أمام الناس مما يشكل مانعا من السفر.²

3.2- الإمكانيات السياحية بالجزائر:

تملك الجزائر مجموعة متنوعة من الإمكانيات السياحية، ما يؤهلها لإنشاء صناعة سياحية كبيرة و مزدهرة، هذه الإمكانيات تتمثل في الجمال و تنوع المناظر الطبيعية الذي تتمتع به الجزائر (الصحراء و الجبال و البحر و غيرها).

بالإضافة إلى هذه الإمكانيات السياحية الطبيعية، فالجزائر تتميز بموقع جغرافي متميز، و إرث حضاري و ثقافي متنوع، فضلا عن الآثار المتنوعة التي تتواجد على كامل التراب الوطني.

¹ هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، دار اسامة للنشر و التوزيع، الاردن، عمان، ط1، 2011، ص40.

² هباس رجاء الحربي، مرجع سابق، ص41.

إن تطوير القطاع السياحي وسيلة مهمة للتعريف بالبلاد و تاريخها و ثقايلها و ثقافتها من جهة، و من جهة أخرى عاملا من عوامل التنمية الاقتصادية و توفير مناصب الشغل و العملة الصعبة، لذا و جب على الجزائر رفع هذا التحدي من أجل زيادة و تنوع مداخيلها للتخلص من الاعتماد الاقتصادي على المحروقات.

و يمكن تقسيم هذه الإمكانيات إلى:¹

❖ الإمكانيات الطبيعية :

تتمثل هذه الإمكانيات أساسا في التنوع الذي تزخر به الجزائر (الصحراء و الجبال و البحر) فيما يلي:

- شريط ساحلي يمتد على طول أكثر من 1200 كلم، يتميز بارتفاعه و تكونه الصخري، و توجد به عدة فضاءات سياحية نادرة، و من أهم المناطق السياحية الممتدة على هذا الساحل نجد: القالة، جيجل، بجاية، سيدي فرج، تنس و بني صاف.
- شواطئ متنوعة فنجد الشواطئ الرملية و الصخرية، بالإضافة إلى التزاوج الموجود بين الشواطئ و الغابات و الشواطئ و السلاسل الجبلية.
- سلسلتين جبليتين أساسيتين هما الأطلس التلي و الأطلس الصحراوي، و التي تعطيان فرص الاكتشاف و الصيد تتميز هذه السلاسل الجبلية الشامخة بكسوتها بالثلوج لعدة شهور من السنة، و أهم المرتفعات السياحية نجد محطة الشريعة و التي تمارس فيها رياضة التزلج على الثلج، بالإضافة إلى محطة تيكجدة.
- ثروة حيوانية و غابية متنوعة و طيور نادرة، بالإضافة إلى العديد من الينابيع الطبيعية و المعدنية التي تزيد من رغبة استكشاف الكمائن التي تتمتع بها هذه المناطق.
- العديد من المغارات و الكهوف التي تتميز بجمال خلاب تصنعه الصواعد و النوازل.
- العديد من الحظائر الوطنية المتواجدة في مختلف أرجاء الوطن، أهمها الحظيرة الوطنية للقالة التي تضم 3 شواطئ و 3 محميات تحتوي على 50 نوعا للطيور و أنواع من الحيوانات الأخرى، و حظيرة

¹ د.فواد بن غضبان. مرجع سابق، 234-240.

جرجرة التي تكسوها الثلوج معظم السنة، بالإضافة إلى الحظيرة الوطنية لتازة التي تتميز بغسائها النباتي الكثيف و تنوعها البيولوجي الغني.

- صحراء مفتوحة تتميز بكثبانها الرملية الذهبية و مناظرها الرائعة.
- كهوف و مغارات صحراوية تتميز برسوماتها الحائطية التي تعود لفترة ما قبل التاريخ، أهمها الحظيرة الوطنية للطاسيلي المصنفة ضمن التراث العالمي من طرف اليونسكو منذ سنة 1982.
- واحات رائعة، تكسو كثبان الرمال باخضرارها و روعة جمالها.
- التنوع المناخي الذي تتوفر عليه الجزائر: مناخ بحري، مناخ الغابات و المناخ الصحراوي.

❖ الإمكانات الثقافية و التاريخية و الدينية:

تتميز الجزائر بتنوع ثقافي و تاريخي مهم يرجع بالأساس إلى تعدد الحضارات و الثقافات التي مرت على الجزائر (الفينيقية، الرومانية، البيزنطية، الوندالية، المسلمين و الأتراك و أخيرا الفرنسيين)، حيث تركت كل منها بصماتها على الإرث العمراني و الثقافي للجزائر ما أكسبها غنى في هذا المجال، و هو ما جعل العديد من هذه المناطق مصنفة ضمن التراث العالمي لليونسكو، و نذكر منها ما يلي:

- المدن الرومانية مثل تيمقاد التي تم إنشاؤها من طرف الإمبراطور ترجمان سنة 100 م و هي تقع بباتنة، بالإضافة إلى تيبازة، جميلة و غيرها.
- الطاسيلي: و تحتوي على أكثر من 15000 لوحة تعكس تحولات المناخ، و هجرة الحيوانات و تطور الحياة البشرية منذ 6000 سنة قبل الميلاد.
- قلعة بني حماد: تقع بالقرب من المسيلة تأسست سنة 1007 م كعاصمة للدولة الحمادية.
- المدن الميزابية: أنشأت من طرف الاباضيين.
- قصبة الجزائر التي بنيت في العهد التركي.

كما نجد أيضا إضافة إلى هذه المعالم المصنفة كتراث عالمي هناك معالم كثيرة تعبر عن حقب تاريخية فنجد في كل من شرشال، تبسة، مداوروش ، قالمة ما يعبر عن الرومان الذين عمروا قرابة خمسة (05) قرون إضافة إلى

الحقبة الإسلامية التي تبقى معالمها شاهدة كقلعة بني حماد، المساجد العتيقة بالعاصمة و المنصورة بولاية تلمسان ... الخ. إضافة إلى الزوايا التي أنجبت علماء في الدين الإسلامي، دون أن ننسى الحقبة الاستعمارية حيث أنشأ المستعمر عدة فنادق من أجل راحة المستوطنين الأوروبيين.

ناهيك عن المواقع العربية و مواقع أخرى أصبحت مناطق أثرية، مع ما تحتوي عليه المتاحف المنتشرة في العديد من الولايات من آثار و تحف تعبر عن تاريخ و ثقافة الشعب الجزائري.

و بذلك تعتبر الجزائر من شرقها إلى غربها و من شمالها إلى جنوبها بلد غني بالمعالم التاريخية و الأثرية التي تعبر عن أصالتها و تراثها.

❖ التجهيزات و الهياكل السياحية:

تشمل التجهيزات السياحية كل الهياكل و البنى التحتية التي يستعملها السائح من أجل ممارسة نشاطاته السياحية المختلفة و المتمثلة فيما يلي:

☞ النقل: و يشمل:

✓ النقل البري :

تتوفر الجزائر على شبكة طرقية كبرى تعتبر الأهم من نوعها في الوطن العربي حيث بلغ طولها **109.452** كلم سنة **2007** م، و يعتبر النقل البري الأهم استعمالا بالنسبة للسائح بالأخص بالسياحة الداخلية، و تنقسم هذه الشبكة الطرقية إلى:

- الطرق الوطنية **28.275** كلم.

- الطرق الولائية **23.926** كلم.

- الطرق البلدية **57.251** كلم.

✓ النقل الجوي:

تتوفر الجزائر على **35** مطار، منها **15** مطارا دوليا، و تغطي شبكة الخطوط الجوية **96.400** كلم و تتوفر على **150** وكالة موزعة في الجزائر و خارجها، و من أهم المطارات نجد مطار هواري بومدين الذي يتوفر على طاقة استيعاب مقدرة بـ **06** ملايين مسافر سنويا، و مجهز وفق أحدث التقنيات، إلى جانب مطار قسنطينة، و مطار وهران، مطار باتنة، مطار تلمسان.

✓ النقل البحري:

تتوفر الجزائر على **13** ميناء بحريا رئيسيا منها **09** موانئ معدة للاستقبال و تنقل الأشخاص و البضائع، من أهمها ميناء الجزائر الذي يستقبل **30%** من واردات بلادنا، و أربع موانئ مخصصة للمحروقات، و من أهم الموانئ التي يستعملها السياح نجد: الجزائر، وهران، عنابة، سكيكدة، بجاية و الغزوات.

✓ النقل بالسكك الحديدية:

تتوفر الجزائر على أزيد من **200** محطة للسكك الحديدية و تمتد شبكتها على مسافة **4500** كلم عبر التراب الوطني، وقد أعد مخطط العصرية و تنمية النقل بالسكك الحديدية بين المدن، و هذا النوع من النقل يستعمل أيضا من طرف السياح بالأخص السياحة الداخلية.

☞ الفنادق:

تشكل الحظيرة الوطنية للفنادق من **92377** سرير منها **15597** سرير تابعة للمؤسسات العمومية، و **5596** سرير تابعة لمؤسسات الجماعات المحلية، و **71184** سرير تابعة للخواص حسب إحصائيات سنة **2010** م، كما أن هناك ما يقارب نسبة **90%** من الحظيرة الوطنية الفندقية لا تستجيب للمعايير الدولية.

و الجدول التالي يبين توزيع الأسرة تبعا لتصنيف الفنادق حسب إحصائيات **2010**

جدول توزيع الأسرة حسب تصنيف الفنادق (2010)

عدد الأسرة	تصنيف الفنادق
9483	5 نجوم
5603	4 نجوم
9014	3 نجوم
8070	(2) نجوم
8043	(1) نجوم
90558	غير مصنف
92377	المجموع

4.2- المؤهلات السياحية لمدينة ندرومة:

مدينة ندرومة هي مدينة من مدن ولاية تلمسان تقع غرب الجزائر، تبعد عن البحر الأبيض المتوسط على خط مستقيم 6 كلم (جوا)، يحدها من جهة الشمال مرسى الغزوات و شاطئ سيدي يوشع، و تبعد عنها بمسافة 18 كلم، و من جهة الجنوب جبل "فلاوسن" الذي يبلغ ارتفاعه 1136 م، و من جهة الشرق مدينة تلمسان التي تبعد عنها بمسافة 60 كلم، و من جهة الغرب مدينة مغنية.

ارتفاعها عن سطح البحر: 650 كلم.

مساحتها: 104 كلم²

تاريخ المدينة:¹ لم يعثر على أي أثر روماني إن ندرومة حلت محل قرية بربرية تدعى فلاوسن، فإنتقل اسمها إلى جبلها المشرق عليها المدعو فلاوسن (وهي كلمة بربرية مشتملة على كلمتين "آفلا" بمعنى فوق و أعلى و "اوسن" بمعنى قرية)، ظهر اسم ندرومة ما بين القرنين 3 و 5 هـ (9-11م)، هو اسم قبيلة بربرية من فرع بطون الكومية الذين هم من بني فاتن بن تمضيت بن ضريس، وصف المؤرخين البلدة بالعظمة و كثرة المزارع و الحدائق و المنازل و غزارة المياه.

❖ الحرف التقليدية بمنطقة ندرومة:

➤ صناعة الفخار (الطين):

تعتبر صناعة الفخار إحدى الظواهر التي عرفتها البشرية مبكرا على اختلاف درجاتها في سلم التطور و بما أن تلمسان واحدة من المدن العريقة التي تضرب بجذورها في التاريخ القديم هي و نواحيها من بينها مدينة ندرومة التي اشتهرت بمعاملها الأثرية و حرف سكانها التقليدية خاصة "القدرة"، علما أنها عرفت قديما بمدينة "القدور"، و سميت بها قبيلة قدار و مسجد قدارين موجود بحجى بني زيد بنوه صناع القدر بالحجى علما أنه مازال يسمى درب بالقرب منه بالفخارين.

➤ حرفة النسيج:

لقد اشتهرت مدينة ندرومة منذ القدم بحرفة النسيج إذ احتلت هذه الحرفة مكانة مرموقة على مستوى القطاع الوهراني لما لها من هندسة رائعة و عمل متقن و ذوق راق، حتى أن المؤرخ ليون الإفريقي قد وصفها بمدينة النساجين في أواخر القرن التاسع، و مما تجدر الإشارة إليه هو أن ندرومة قد صدرت في القرن السابع عشر حوالي 1000 قطعة من الأغطية القطنية لأوجاك المؤسسة الأوروبية المعروفة عالميا آنذاك، بحيث وصل انتشارها بين الأهالي إلى حد ممارستها من طرف المعلم و الأستاذ و الطالب و الفقير و الغني و الفلاح و التاجر، حتى قال عنها المؤرخ مارسيل إيميريت في كتابه "الجزائر عهد الامير عبد القادر" قال: « بتلمسان و ندرومة كانت تصنع و تنسج ملابس، متخذة من الصوف و الكتان و الخرج للحيش و غيره، يقصدهما جيش الأمير عبد القادر».

¹ أ.عزالدين ميدون، ندرومة مدينة الفن و التاريخ، سلسلة اصدارات جمعية الموحدية، ندرومة، ط1، 2011

«كما اشتهرت أيضا بنسيج الحصور و السجاجيد المختلفة الأشكال، و صناعة الجلود و الطرز و هكذا نرى حكومة الأمير عبد القادر، سائرة نحو الرقي و الازدهار و التقدم...»¹.

❖ الجامع الكبير المرابطي-ندرومة:

يعتبر الجامع الكبير لمدينة ندرومة من أقدم مساجد الجزائر مع الجامع الكبير بتلمسان و الجزائر العاصمة، شيده يوسف ابن تاشفين الامير المرابطي في عهد الدولة المرابطية حوالي 474 هـ/ 1081 م، يشبه إلى حد بعيد من حيث التخطيط العام مسجد الجزائر العاصمة الكبير المرابطي.

❖ صومعة الجامع الكبير الزيانية بندرومة:

في سنة 749 هـ/ 1348 م بنيت صومعة المسجد الكبير بندرومة تشتمل على 99 درجة اقتداء بأسماء الله الحسنى التسعة و التسعين، و يبلغ علوها 23/20م، تحتل الركن الشمالي من المسجد، بنيت على أيدي سكان المدينة في العصر الزياني، كما تشير إليه اللوحة التأسيسية المثبتة على يمين باب الدخول إليها.

❖ الحمام البالي المرابطي بندرومة:

يقع الحمام البالي في الناحية الجنوبية الشرقية وراء المسجد الكبير بالساحة المعروفة بالتربعة. إن التقنية التي بني بها هذا الحمام و اعتمادا على فكرة أن الحمام يعتبر ملحقا من ملاحق المسجد بحيث يوجد بمحاذاته رجح الكفة لدى الباحثين لكي يكون قد بني في عهد الدولة المرابطية بعد تشييد المسجد الكبير دون تحديد السنة لانعدام أي كتابة تخلد ذكرى بنائه، و من بين دلائل ذلك تيجان أعمدته و هندسته المعمارية علما أن الفترة المرجحة تتراوح بين 1095 م و 1147 م.

❖ قصر سلطان الموحدين - أو القصبة الصغيرة لمدينة ندرومة:

يقع قصر سلطان الموحدى أو كما يسميه سكان المدينة سيدي سلطان أو القصبة، في الجهة الجنوبية من المدينة، بني في عهد الدولة الموحدية حوالي 555 هـ/ 1160 م بأمر من أمير المؤمنين عبد المؤمن بن علي الكومي.

¹ عز الدين ميدون، ندرومة، مدينة الفن و التاريخ، سلسلة اصدارات جمعية الموحدية، ندرومة، ط1، 2011.

❖ الموسيقى الأندلسية بندرومة:¹

اشتهرت ندرومة بالموسيقى و الألمان، ففي كل حي من أحياء المدينة العتيقة مكان للتسلية كان قديما يسمى "البرج" ثم غلبت عليه اسم "المصرية" يلتقي فيها الشباب مع الشيوخ يتعلمون العزف على آلات الطرب الأندلسي، و ألحان النوبات الأندلسية و القصائد الحوزية و المديحية.

¹أ.مصطفى عربية، اندلسيات ندرومية، ط1، 2011، ص31.

الفصل الثالث :

ترجمة مونغرافية لمدينة ندرومة موقعها الجغرافي وتاريخه

الفصل الثالث: ترجمة مونوغرافية لمدينة ندرومة

1. الموقع الجغرافي:

تقع غرب الجزائر و تبعد عن البحر الأبيض المتوسط بـ 06 كلم جوا، يحدها من جهة الشمال مرسى الغزوات و شاطئ سيدي يوشع، و تبعد عنهما بمسافة 18 كلم، و من جهة الجنوب جبل فلاوسن الذي يبلغ ارتفاعه 1136 م، و من جهة الشرق مدينة تلمسان التي تبعد عنها مسافة 60 كلم، و من جهة الغرب مدينة مغنية.

- ارتفاعها عن سطح البحر: 650 م.

- مساحتها: 140 كلم².

1- Situation géographique :¹

Elle est située à l'ouest de l'Algérie et se trouve en environ 06Km à vol d'oiseau de la mer méditerranée. Elle est limitée au nord par le port de Ghazaouet et la plage de Sidna Youâa à une distance de 18Km, au sud la montagne du Fillaoucène qui s'élève à une hauteur de 1136m, du côté l'est la ville de Tlemcen à 60Km de distance, du côté ouest la ville de Moghnia à environ 30Km de distance.

¹ Mr.Midoun Azzeddine,Nedroma ville d'art et d'histoire,Association El Mouahidia,2011,page8.

- La ville est située à 650m d'altitude.
- Sa superficie dépasse les 140Km².

2. تاريخها:

لم يعثر بها على أي أثر روماني لكن الكثير من المؤرخين رجحوا أن ندرومة حلت محل قرية بربرية تدعى "فلاوسن" فانتقل اسمها إلى جبلها المشرق عليها المدعو فلاوسن و هي كلمة بربرية مشتتة على كلمتين "آفلا" بمعنى فوق و أعلى و "اوسن" بمعنى قرية.

حسب ابن خلدون ظهر اسم ندرومة ما بين القرن 3 و 9 هـ (9 و 11 م)، و هو اسم قبيلة بربرية من فرع بطون الكومية الذين هم من بني فاتن بن تمضيت بن ضريس.

وصف الكثير من المؤرخين البلدة بالعظمة و كثرة المزارع و الحدائق و المنازل و غزارة المياه.



2- Son histoire :

Aucune trace de la période romaine. La plupart des historiens que Nédroma est une cité berbère qui portait le nom de « Fillaoussène » à l'origine. Elle portait donc le nom de la montagne qui la domine. « Fellaoussène » est un nom berbère composé de deux éléments « Fella » dans le sens de « sur » ou « plus haut que » (sur quelque chose) et « Oussène » dans le sens de cité village.

Selon Ibn Khaldoun le nom de Nédroma est apparu entre le 3^{ème} et 5^{ème} siècle de l'hégire, (9^{ème} et 11^{ème} siècle) et ce le nom d'une tribu berbère de la branche des « Koumia » originaires des « béni Faten Ben Temssit ben Daris ».

Beaucoup d'historiens ont décrit Nédroma comme étant une ville considérable entourée de fermes, de jardins, de champs bien arrosés par de nombreux cours d'eau.

3. سياحة ثقافية:

أ. شخصيات تاريخية:

➤ الأمير عبد المؤمن بن علي الكومي (487هـ-558هـ) (1064م-1163م):

المولود بجبل تاجرة قرب هنين من جهة الشرق و ندرومة من جهة الغرب من والد طيان، أول سلطان موحدي، هو المؤسس الحقيقي لمدينة ندرومة. حولها إلى حصن حصين يشرف عليه ما يدعى إلى حد الآن ((بالقصبية)) و هو أثر ضخمة من بين آثار أخرى تدل على العظمة بحيث التي يرجع تاريخها إلى العصر الزاهر للدولة الموحدية.

عبد المؤمن بن علي الكومي الندرومي علم من أعلام الجزائر واحد من قادتها الفاتحين الذين نشروا رسالة التوحيد في المغرب العربي تحت راية الدولة الموحدية في النطق الأول من القرن 12 للميلاد.

اسمه الحقيقي هو ابو محمد عبد المؤمن بن علي القيسي الكومي الندرومي ولد حوالي 487 هـ/1094 م، ولد في قرية تاجرة الواقعة على سفح جبل تاجرا بالقرب من هنين، كان والده "قاضيا" و قيل صانع أواني فخارية، من عائلة بن مجبر من قبيلة كومية التي تنتمي إليها ندرومة، القبيلة التي كانت مشهورة بعددها و شجاعتها، يتصل نسبه بدرية علي بن أبي طالب (رضي الله تعالى عنه).



3- Tourisme culturel :

a- Figures historiques :

➤ L'émir Abdelmoumène ben Ali de la tribu des

« Koumia » : (487/558hégiriennes) (1094/1163)

Abdelmoumène est né dans le petit village de Tajra près de la ville de Honaïne à l'est de Nedroma. C'est premier sultan almohade de Nedroma.

Il a transformé la ville en place forte matérialisée par les imposants remparts de la « Kasbah » parmi les autres vestiges qui attestent de la grandeur de la dynastie almohade.

Abdelmoumène est un flambeau parmi les flambeaux de l'Algérie. C'est l'un de ses dirigeants conquérants qui se sont attachés à transmettre et à vulgariser le message de l'unicité de Dieu à travers le Maghreb arabe sous la bannière Almohade dans la première noitie du 12^{ème} siècle.

Son vrai nom c'est Abou Mohammed Abdelmoumène ben Ali el Quissi El Koumi el-nédroumi.

Il est né vers l'année 487H/1094 au petit village de Tajra près de Honaine à une quinzaine kms de Nédroma.

Son père était cadi. On dit aussi qu'il était potier, Abdelmoumène est originaire de la famille ben Majber de la tribu Koumia à laquelle est rattachée Nédroma. Cette tribu était célèbre par le nombre de ses membres et surtout circonstance. Elle a des biens de parenté avec Ali Ibn Ali Talib (que Dieu l'agrée).

➤ الشيخ قدور بن عاشور الزرهوني (1850م-1938م):

شاعر زجلي من أقطاب ندرومة نال ما فيه الكفاية في النظم و الشعر له ما يفوق 3000 قصيدة شعرية، غرق في التصوف حتى أدرك «الغو ثانية» العظمى له ديوان مطبوع عنوانه "كنوز الأنهار و البحور في ديوان الستر و النور".



كما طبع له مؤخرًا ديوان من جمع و تحقيق و إعداد

الأستاذ محمد بن عمرو الزرهوني، إصدارات المكتبة الوطنية

الجزائرية - الأدب الشعبي - الطبعة الأولى 1996 م.

Cheikh Kaddour Ben

Achour Zerhouni (1850-1938) :

Cheikh Kaddour Ben Achour est un

poète mystique spontané. Il est illettré, il ne sait ni lire ni écrire, ce qui ne l'a pas en pêche de composer plus de 3000 poème. Il s'est profondément abandonné dans le soufisme par lequel il a pu parvenir à ce qu'on appelle « el-ghaouthania » son « direan » imprimé sous le titre « richesses des jours, des océans dans le direan, l'ésotérique et l'illumination ».

Son petit fils Mohammed Bénamar Zerhouni s'est lui chargé du publier le « divrean » de son illustre grand père.

Edition de la bibliothèque nationale algérienne, Morale populaire 1^{ère} édition 1996.

ب. الموسيقى الأندلسية بندرومة:

➤ المصرية الندرومية:

اشتهرت ندرومة بالموسيقى و الألمان، ففي كل حي من أحياء المدينة العتيقة مكان للتسلية كان قديما يسمى "البرج" ثم غلبت عليه اسم "المصرية" يلتقي فيها الشباب مع الشيوخ يتعلمون العزف على آلات الطرب الأندلسي، و ألحان النوبات الأندلسية و القصائد الحوزية و المدجية.

أشهر المصريات المستعملة لهذا الغرض

- ✓ مصرية الشيخ رمضان: و تقع أمام الحمام البالي قبلة المسجد الكبير، ترأسها بعده الحاج محمد النقاش (غنيم).
- ✓ مصرية الشيخ سي إدريس رحال: الواقعة في التريعة إلى جانب الحاج بنعمر غزالي أمام المقهى.
- ✓ مصرية الحاج محمد غفور: الواقعة أمام الجامع الكبير على طريق بابه الشرقي قبالة مقهى التريعة، لذا نجد شبان ندرومة و شبابها يتأثرون باللحن الأندلسي و يطربون للصوت الغرناطي حتى أنك تجد هذا الفن يلحن عفويا و طبيعيا للشباب الندرومي الأصيل.



➤ El-masria en-Nedroma :

Nédroma est connue pour sa musique et les compositions musicales qui lui sont propres. Dans chaque quartier de la ville, abritait un lieu de

loisirs qu'on appelait « Borj » qui plus tard prit le nom de « Masria » ou les jeunes venaient se mêler aux anciens qui leur enseignaient la musique andalouse, les mélodies des différentes noubas et leur apprenaient à jouer des divers instruments. La chanson haouzi et le madih font partie également du répertoire des orchestres de la ville.

Principales masrias à Nédroma :

✓ La masria du Cheikh Ramdani :

Elle se trouve près du vieux bain maure à quelques pas de la grande mosquée. Cheikh Ramdani est le successeur de cheikh hadj Mohammed Nekhache dit (ghnim), à la tête de la maison.

✓ La masria du Cheikh si Driss Rabah :

Elle se trouve dans la place de la tarbi'a, près du magasin de Hadj Bénamar Ghozali non loin du café maure de la place.

✓ La masria de hadj Mohammed Ghaffour :

Elle est située près de la porte et de la grande mosquée. La musique andalouse eut une grande influence sur les jeunes de Nédroma qui enchantés par la beauté de cette musique formèrent comme dans leurs aînés.

4. معالم سياحية بندرومة:

أ. الجامع الكبير المرابطي-ندرومة:

يعتبر الجامع الكبير لمدينة ندرومة من أقدم مساجد الجزائر مع الجامع الكبير بتلمسان و الجزائر العاصمة، شيده يوسف ابن تاشفين الأمير المرابطي في عهد الدولة المرابطية حوالي 474 هـ/1081 م، يشبه إلى حد بعيد من حيث التخطيط العام مسجد الجزائر العاصمة الكبير المرابطي.

- يقع المسجد في الناحية الشمالية الغربية للمدينة في حي يعرف بالتربيعة.

- مستطيل الشكل، و يبلغ عرضه 20م و طوله 28,30 م.

- مداخله ثلاثة أبواب عادية، أحدها إلى يسار المحراب، و الثانية في الركن الشمالي الغربي، و

الثالثة بجانب المئذنة في الركن الشمالي الشرقي.



4- Sites touristiques à Nédroma :

a- La grande mosquée almoravide de Nédroma :

La grande mosquée de Nédroma est considérée comme l'une des plus anciennes de l'Algérie avec la grande mosquée de Tlemcen et celle d'Alger la capitale.

La mosquée fut construite par l'émir almoravide Youcef Ibn Tachfine en l'an 474 de l'hégire (1081).

La grande mosquée de Nédroma a une forte ressemblance avec la grande mosquée almoravide d'Alger. Elles se caractérisent par un style architectural quasi identique.

La grande mosquée de Nédroma est située au nord ouest de la ville en plein quartier de la Tarbi'a.

Sa forma rectangulaire de 28,30m de long sur 20m de large s'étire d'est en ouest.

Trois larges portes s'ouvrant, la première sur le côté nord, la deuxième sur le côté sud et la troisième sur le côté est.

ب. المئذنة:



يبلغ عدد أدراجها "99" درجة اقتداءً بأسماء الله الحسنى

التسعة و التسعين، و يبلغ علوها 23/20م،

تحتل الركن الشمالي من المسجد، بنيت على ايدي

سكان المدينة في العصر الزياني كما تشير إليه اللوحة

التأسيسية المثبتة على يمين باب الدخول إليها، يشير

التاريخ إلى عام 749هـ/1348م.

b- Le minaret :

Un minaret imposant, érigé sur le côté nord de la mosquée, surplombe ce majestueux édifice. Il ne compte pas moins de « 99 » marches d'escalier. Les marches symbolisent les « 99 » attributs de dieu.

La hauteur du minaret est 20/23m. Il a été construit par les habitants de la cité au temps de la dynastie Zianide comme l'indique l'épigraphe accroché à droite de la porte d'entrée où on peut lire la date, année 749 de l'hégire/(1348).

ج. الحمام البالي المرابطي بندرومة:

يقع الحمام البالي في الناحية الجنوبية الشرقية وراء المسجد الكبير بالساحة المعروفة بالتربيعة.

إن التقنية التي بني بها هذا الحمام و اعتمادا على فكرة أن الحمام يعتبر ملحقا من ملاحق المسجد بحيث يوجد

بمحاذاة رجح الكفة لدى الباحثين لكي يكون قد بني في عهد الدولة المرابطية بعد تشييد المسجد الكبير دون

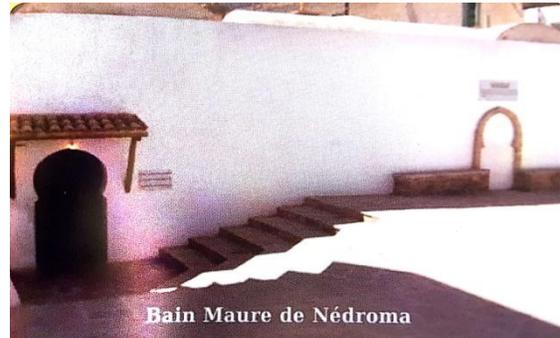
تحديد السنة لانعدام أي كتابة تخلد ذكرى بنائه، و من بين دلائل ذلك تيجان أعمدته و هندسته المعمارية علما

أن الفترة المرجحة تتراوح بين 1095 م و 1147 م.



إنه حمام بسيط يأخذ الشكل المربع و ينقسم عموما إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي:

- صحن رئيسي (قاعة الاستقبال).
- صحن إضافي.
- قاعة الاستحمام.



c- Hammam el-bali almoravide de Nédroma :

Il est situé juste en place de la grande mosquée, côté sud-est de la place de la Tarbi'a. Ce bain maure, annexe de la grande mosquée a été construit pour permettre aux fidèles de faire leurs ablutions, même si la date de sa construction n'est pas connue, les chercheurs pensent qu'il fut érigé pendant la période almoravide entre 1095 et 1147. Ils s'appuient pour étayer leurs affirmations sur le style architectural de l'édifice, aucun document ne l'atteste cependant.

Ce bain maure de forme carrée est de conception simple. Il comprend trois grandes parties :

- Une salle de réception assez vaste.
- Une antichambre qui mène à la salle de bain principale.
- La salle de bain.

د. قصر السلطان الموحيدي- أو القصبة الصغيرة لمدينة ندرومة:

يقع قصر سلطان الموحيدي أو كما يسميه سكان المدينة سيدي سلطان أو القصبة، في الجهة الجنوبية من المدينة، بني في عهد الدولة الموحدية حوالي 555 هـ/ 1160 م بأمر من أمير المؤمنين عبد المؤمن بن علي الكومي.

تعبد بهذا القصر في عهد الدولة الزيانية السلطان أبو يعقوب يوسف الزياني لمدة تزيد عن الأربع سنوات بحيث كان همه الوحيد في هذه الفترة الزهد في الدنيا و التصوف، حيث تفرغ فيها للعبادة.

أبو يعقوب يوسف الزياني: أب أبي حمو موسى الثاني، الأمير الزياني الذي تزوج بمدينة ندرومة من امرأة ندرومية، أنجبت له بنفس البلدة "ابن تاشفين" الذي تقلد ملك الدولة الزيانية بعد أبيه.



d- Palais du sultan almohade-ou la petite Kasbah de la ville de Nédroma :

Le palais du sultan almohade appelé « sidi Sultane » par les habitants de Nédroma, est situé au sud de la ville. Il fut construit durant la période almohade vers l'an 555H-1160, sur ordre de l'émir des croyant Abdelmoumène ben Ali.

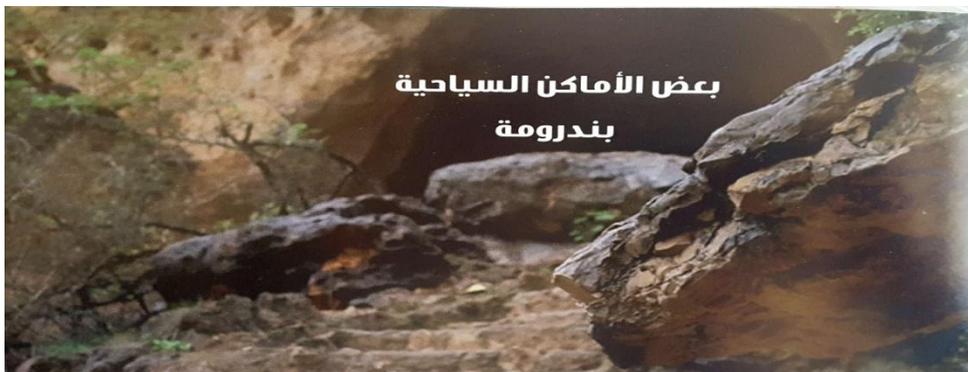
Ce palais servit de lieu de retraite au sultan Abou Yacoub Youcef Eziyani, grand soufi et mystique, qui avait décidé de renoncer aux bien de ce monde pour se consacrer au recueillement et à la prière pendant plus de quatre ans.

Abou Yacoub Youcef Eziyani : c'est le père de Abou Hammou Moussa II, émir de la dynastie Ziyanide qui prit pour épouse une fille de Nédroma avec laquelle il eut un fils ibn Tachfine qui succéda à son père sur le trône de la dynastie.

5. بعض الأماكن السياحية بندرومة:

- أسطح الكهف (مغارة يقال أنها كانت ملجأ للرجل البدائي).
- سيدي بوحجلة ذو المنبع البارد يزار للاستشفاء.
- وادي بن سمارة.
- وادي اغلاس.

أماكن سياحية و طبيعية جمعت بين السهل و الجبل و البحر و السماء الزرقاء، و الهضاب المكسوة بالغابة الخضراء، و قمم الجبال الصخرية كجبل تاجرا، و سيدي سفيان، جبل زندل، طوماي و شاطئ سيدنا يوشع.





5- quelques sites touristiques à Nédroma :

- **Stah el-kef** : (terrasse de la caverne) on dit que cette caverne était le refuge des premiers habitants de la ville durant l'antiquité.
- **Sidi bouhadjla** : site montagneux connu pour sa fraîcheur en été. Les habitants s'y rendent pour y chercher la guérison de certaines maladies.
- Oued Ben Smara.
- Oued A-Ghilés.

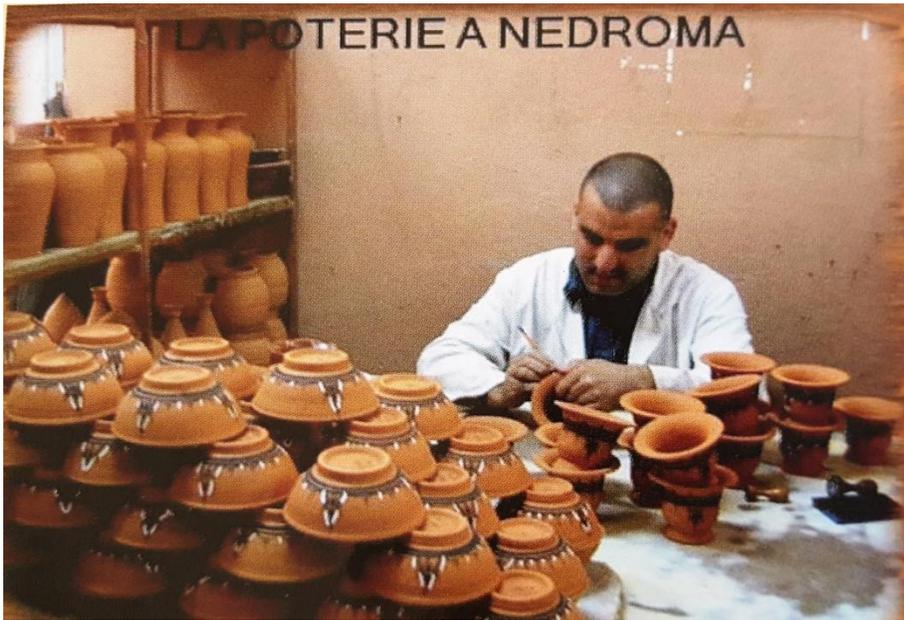
Ces lieux touristiques invitent le visiteur à la réflexion et la contemplation des paysages naturels entre plaines verdoyants, mer et

montagnes boisées de Tadjra de sidi soufiane, de Zendel, Tommey et enfin la belle plage de Sidna Youcha.

6. الصناعة التقليدية بندرومة:

أ. صناعة الطين: (الفخار)

خاصة "القدرة"، علما أنها عرفت قديما بمدينة "القدور"، وسميت بما قبيلة قدار و مسجد قدارين موجود بجي بني زيد بنوه صناع القدور بالحلي علما أنه مازال يسمى درب بالقرب منه بالفخارين.



6- Les métiers traditionnels à Nédroma :

a- La poterie :

C'est une spécialité de Nédroma qui fut pendant longtemps connue sous le nom « Madinat el-Koudeur » il existe même une famille qui

porte ce nom la famille Keddar. Une des plus vieilles mosquées de la cité porte également ce nom « Djama el-keddarine ».

Elle est située dans le quartier « béni Zid », une rue adjacente porte aussi le nom de « derb el-fakharine ».

ب. حرفة النسيج:

لقد اشتهرت مدينة ندرومة منذ القدم بحرفة النسيج إذ احتلت هذه الحرفة مكانة مرموقة على مستوى القطاع الوهراني لما لها من هندسة رائعة و عمل متقن و ذوق راق، حتى أن المؤرخ **ليون الإفريقي** قد وصفها بمدينة النساجين في أواخر القرن التاسع، و مما تجدر الإشارة إليه هو أن ندرومة قد صدرت في القرن السابع عشر حوالي **1000** قطعة من الأعطية القطنية لأوجاك المؤسسة الأوروبية المعروفة عالميا آنذاك.



b- Le tissage :

Nédroma est connue pour la qualité et l'importance de ce travail artisanal depuis les temps les plus reculés au niveau de tout l'oranie. Les tisserands de Nédroma sont connus pour leurs compétences dans ce travail de tissage avec les nombreux produits qu'ils réalisent avec goût

sur leurs métiers à tisser. L'historien Léon l'africaine s'est guère trompé en considérant dès le 9^{ème} siècle Nédroma comme étant la ville des tisserands.

Il faut relever qu'au 17^{ème} siècle Nédroma a pu exporter environ mille couvertures en coton à des entreprises européennes mondialement connues à l'époque.

7. السياحة الدينية:

أ. مساجد ندرومة:

أشهر مساجد ندرومة هي:

- ✓ **المسجد الكبير**: أدخلت عليه الحكومة الجزائرية إصلاحات و ترميمات معتبرة، و افتتح يوم الجمعة 04 ذو القعدة 1422هـ الموافق لـ 18 يناير 2002م.
- ✓ **مسجد القدارين**: بحى ابن زيد يعتبر من اقدم المساجد.
- ✓ **مسجد سيدي بوعلي**، و مدرسته القرآنية: من آثار الموحدين.
- ✓ **مسجد سيدي منديل**: الواقع بين درب الخربة و درب السوق، كذلك من آثار الموحدين.
- ✓ **مسجد سيدي سلطان**: لم يبق من هذا المسجد إلا بقايا من محرابه، بني في العهد الزياني و يقال إن الضريح المتواجد به و الله أعلم هو للسلطان الأخير من سلاطين غرناطة بالأندلس، و قيل أنه لأبو يعقوب يوسف من ملوك عبد الوادي الذي إنعزل بندرومة للعبادة و الراحة بقصر السلطان سنة 1348م.
- ✓ **مسجد سيدي يحيى**: الواقع بحى سيدي يحيى بأسفل المدينة العتيقة، يتوسط هذا المسجد ضريح سيدي يحيى له قبة بداخله أضرحة و في جانبه الشرقي قبلة الضريح قبر مكتوب عليه هذا ضريح حمزة بن البشير برحال عمره (72 سنة) 03 رجب 1258هـ.
- ✓ **مسجد حدادة**: الواقع غرب ساحة المدينة و بداية درب أقناوة.



7- Tourisme religieux :

a- Les mosquées de Nédroma :

Les plus importantes mosquées de Nédroma sont :

✓ **La grande mosquée** : Elle a été rénovée et restaurée par l'état en 2002.

✓ **La mosquée « quaddarines » (mosquée des potiers)** : c'est l'une des plus vieilles mosquées de la ville. Elle se trouve dans le quartier Béni Zid.

✓ **La mosquée « sidi Bouali »** : qui est utilisée également comme école coranique. Elle date de la période Almohade.

✓ **La mosquée « sidi Mendil »** : située entre la rue « el-kherba » et la rue du marché « derb es-Souk » elle date également de la période Almohade.

✓ **La mosquée « Sidi Soltane »** : il ne reste plus que le « mihrab » de cette mosquée dont la construction remonte à l'époque Ziyanide. Il semble que dans le mausolée qui s'y trouve, repose l'un des derniers sultans de grenade. On avance même qu'il s'agit d'Abou Yacoub Youcef de la dynastie Abdelouadide et qu'il s'est exilé à Nedroma pour se retirer de la vie active et se consacrer à la prière et à l'adoration de dieu en 1348.

✓ **La mosquée « Sidi Yahia »** : située dans le quartier sidi Yahia au-delà des remparts de l'ancienne ville. La mosquée abrite de le mausolée du saint homme. Ce mausolée est entouré par quelques tombes dont l'une comporte une inscription que l'on peut traduire comme suit : « cette tombe est celle de Hamza ben Bachir Berahal son âge (72 ans) 03 rajeb 1258H.

✓ **La mosquée « haddada »** : située au côté ouest de la place de la ville, et à l'entrée de « derb Guenaoua ».

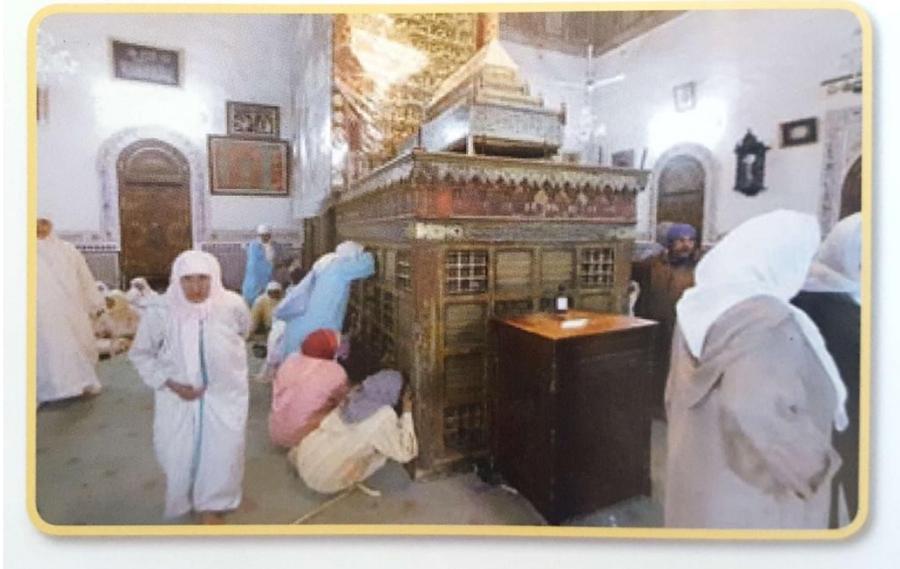
ب. زوايا ندرومة:

- الزاوية الهبرية (الدرقاوية): تقع بالقرب من ضريح سيدي بوعلي.
- زاوية سيدي بن سليمان: الواقعة غرب المسجد الكبير و قريبة من مسجد و ضريح سيدي بلغيث.
- الزاوية القادرية: و تقع بالقرب من باب القصبية.

- زاوية الزيانين: و تقع في حي التريعة.
- زاوية أفاوة: تقع بحي أفاوة.
- الزاوية التيجانية: تقع قرب جامع القدارين في ابن زيد.
- الزاوية العيساوية: تقع قرب الجامع الكبير.



الزاوية العيساوية بندرومة



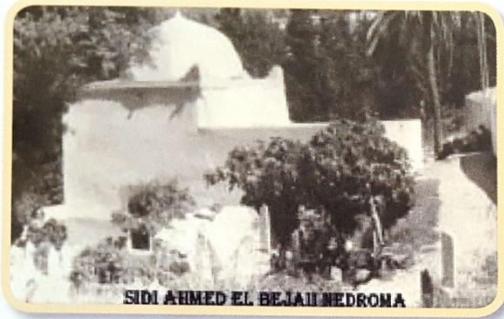
b- Les zaouias de Nédroma :

- **Zaouia « Hibriya »**, « **Ederqaouiya** » : elle se trouve près du mausolée de sidi Bouali.
- **Zaouia se « Sidi ben Slimane »** : elle située à l'ouest de la grande mosquée et près de la mosquée et mausolée de sidi belghit.
- **Zaouia « Quadiria »** : elle se trouve près de la porte la kasbah.
- **Zaouia « ziyaniya »** : elle se trouve dans le quartier de tarbia'a.
- **Zaouia « Guenaoua »** : elle se trouve dans le quartier de guenaoua.
- **Zaouia « Tijania »** : elle se trouve près de la mosquée « el-quaddarine » dans la quartier Béni Zid.
- **La zaouia « Aissaouia »** : elle se trouve près de la grande mosquée.

ج. أولياء ندرومة:**أشهر أولياء ندرومة هم:**

- سيدي عبد الله ذو قبة صغيرة و هو أمام سيدي أحمد البجاوي، ضريحه يزار و يتبرك به.
- سيدي أحمد البجاوي لضريحه قبة كبيرة بالمقبرة (يغرف عندنا برئيس لبلاد) ضريحه يزار و يتبرك به.
- سيدي يحيى الواقع بالحي المسمى به.
- لالة الزهرة الشريفة (عهد الموحدين).
- لالة العالية برأس الجماعة.

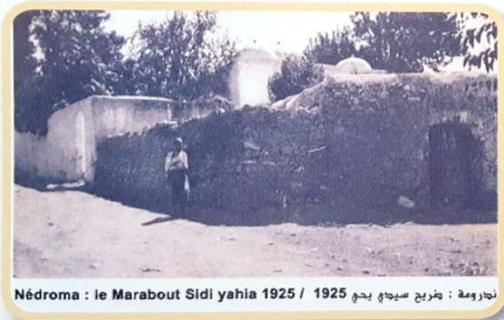
- سيدي سياج.
- سيدي بلغيت.
- سيدي بوعلي.
- سيدي عبد الرحمان.
- سيدي الشبيلي.



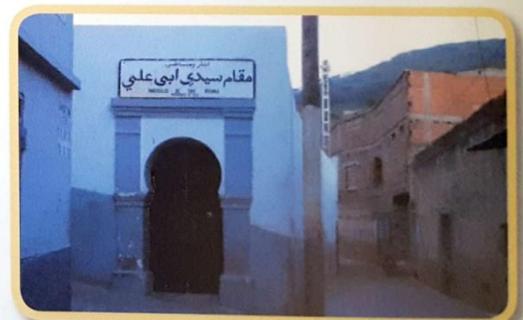
Sidi Siège



Sidi Yahia



Nédroma : le Marabout Sidi yahia 1925 / 1925 ندرومة : ضريح سيحاج يحيى



c- Les Saints de Nédroma :

Les plus connus des saints de Nédroma sont :

- Sidi Abdallah, en face du mausolée de sidi Ahmed Bejaï sa tombe est vénérée et régulièrement visité.

- Sidi Ahmed Bejaï qui repose dans son mausolée situé dans le cimetière de la ville, il est considéré comme le « Patron » de la ville.
- Sidi Yahia dans le quartier qui porte son nom.
- Lalla Zohra Chérifa (période des almohades).
- Lalla El-Alia dans le quartier de Ras El-Djema'a.
- Sidi Siége.
- Sidi Belghit.
- Sidi Bouali.
- Sidi Abderrahmane.
- Sidi Chbili.

الخطبة

من المسلم به في بادئ الامر ان الترجمة هي المترجم و لعل من اهم مؤهلاته البديهية اجادته للغات متعددة و تمكنه من علوم الالهة، و من ثقافة لسانية حديثة ، و هذا طبعا غير كاف لعمل ترجمي وارد ناجح و فعال فاللغة كما هو متفق عليه وعاء لحياة مجتمعتها بكل ما تحمله الكلمة من معنى بكل مظاهرها المادية ، الفكرية ، الروحية و الرمزية فهي بالتالي وعاء للثقافة أي ان اللغة في حد ذاتها هي الثقافة في صورتها المنطوقة، لأحل ذلك لا مناص بالنسبة لمترجم الجولات السياحية ، أو لمترجم الكتيبات أو المطويات أو المونوغرافيات أيا كان نوعه من الاطلاع على حضارات المجتمعات و ثقافتهم كي يكون ترويج المنتج المستهدف ناجحا و مرضيا و لتكون هناك ترجمات اكثر تنوعا و اختلافا ذات ذخيرة او قاموس لغوي سياحي هام و خاص

فمن خلال بحثنا توصلنا الى النتائج النظرية التالية :

ان السياحة عبارة عن مجموعة من الانشطة المتعلقة بالسفر ، التنقل و الاقامة خارج مقر السكن الاعتيادي

لأغراض متعددة ، و هي كصناعة تتكون من مقومات و موارد سياحية تجهيزات خدمات ... الخ .

ان النشاط السياحي ينطلق عبر ما يسمى بالترويج السياحي من خلال تعريف السائح بالمقومات و الامكانيات و

الموارد السياحية التي يتمتع بها البلد .

ان المنتج السياحي هو السلعة المتداولة بين الدول المصدرة للسياحية و الدول المصدرة للسائحين في سوق سياحي

و انه يتوجب على المترجم الحرص على ترخمة النصوص السياحية ترجمة نوعية ذات كفاءة تفي بالغرض المراد تحقيقه

فلا يمكننا تجاهل الدور الفعال للترجمة السياحية التي صارت اليوم او ما لبثت ان تتوسع ، فيكفيها فقط التجول عبر

قنواتنا التلفزيونية للوقوف على تمرير نفس الحملات الاشهارية او افلام وثائقية , او اشربة بلغات كثيرة و مختلفة او

تصفح شتى انواع الكتيبات والمطويات التي تعبر عن مناطق اثرية ومدن سياحية بكل اللغات وبكل راحة, و الاطلاع

على الجرائد و المجالات لتبيان قيمة هذا النوع من الترجمة وضرورة رواجها ,فالمترجم هو الوسيط او الرسول الوحيد الذي

يستطيع نقل الثقافات بين الشعوب وجعلها مفهومة من قبل الشعوب رغم اختلاف الثقافات وذلك عن طريق جهوده

المبدولة ومعلوماته بأسلوب جمالي متقن ورائع اخذاً بذلك في الحسبان دراسة سلوك المستهلك وفهم تصرفاته لاشباع حاجاته وتلبية رغبلته .

اقتراحات وتوصيات :

تتوفر الجزائر بصفة عامة على مقومات طبيعية تاريخية وحضارية تاهلها الى ان تصبح وجهة سياحية مهمة في حوض المتوسط خاصة في ظل المعطيات الجديدة المحلية منها والدولية ,اقتصاد,سوق, الشراكة مع الدول الاوربية ...الخ,فللجزائر طاقات سياحية معطلة ان استغلت ستحقق نتائج لا يستهان بها وذلك عن طريق الاهتمام بالقطاع ودعمه لتشجيع التعاون والاستثمارات , وضرورة ارساء ثقافة السياحة لدى المجتمع الجزائري , ضرورة الخبرة والتكوين السياحي , الامر الذي يستدعي طلب انشاء برنامج للتكوين المتخصص لمتربين محترفين متقنين للغة الام في قطاع السياحة بالجامعة

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع :

باللغة العربية

- للباحث (المغريات السياحية) ، مطبعة سردم اربيل، العراق، 2006.
- عزالدين ميدون، ندرومة مدينة الفن و التاريخ، سلسلة اصدارات جمعية الموحدية، ندرومة، ط1، 2011
- مصطفى عربية، اندلسيات ندرومية، ط1، 2011.
- ابراهيم امام، فن العلاقات العامة و الاعلام، مكتبة الانجلو المصرية - مصر ط2، 1980.
- أحمد زكي بدوي، قاموس المصطلحات الاعلامية، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1964.
- أحمد علي عبد الله، التخطيط و التنمية السياحية، امواج للنشر و التوزيع، عمان-الاردن، 2014
- أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي - الاسكندرية مصر، ط1، 2007.
- محمد عبد النبي الطائي، مدخل السياحة و السفر و الطيران، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، 2003.
- فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق السياحي و تخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات، عالم الكتاب، ط1، 2007.
- يوسف جعفر، السياحة و الفنادق - الارشاد السياحي و التربية السياحية ، دار الكتاب الحديث، 2011.
- فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية و التطبيق، دار صفاء للنشر و التوزيع - عمان، ط1، 2013.
- زكي محمود هاشم، العلاقات العامة المفاهيم الاسس العلمية، مطبعة دات السلاسل، 1996.
- السلام ابو قحف، محاضرات في صناعة السياحة في مصر، ص54. (بتصرف)
- مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار المجدلاوي، الاردن، ط1، 1999.
- هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، دار اسامة للنشر و التوزيع، الاردن، عمان، ط1، 2011.

باللغات الأجنبية

- DURANT Isabel munos, Touristis translation as a mediation tool, misunderstanding and difficulties.
- Mr.MIDOUN Azzeddine ,Nedroma Ville d'Art et d'Histoire,Association El Mouahidia,2011.
- Touristis communication, a specialized discourse with Idifficulties in translation, december,2013,special, european scintific journal, edition, vol2, issn , 1857-7881 (print).

المواقع الإلكترونية

- www.alrai.com/article
- www.f-g.com/ar
- www.evs-translation.fr/blog

فهرس المواضيع

	شكر وتقدير
	إهداء
	إهداء
أ	مقدمة.....
الفصل الأول : ماهية السياحة وطرق الترويج السياحي	
05	تمهيد.....
05	المبحث الأول : السياحة ومميزاتها
05	1 - مفهوم السياحة.....
06	2 - خصائص السياحة.....
07	3 - مفهوم السائح.....
08	4 - فوائد السياحة.....
08	5 - مكونات السياحة.....
10	6 - أنماط السياحة وأنواعها.....
11	7 - مفهوم المنتج السياحي.....
12	المبحث الثاني : ماهية الترويج السياحي.....
12	تمهيد.....
12	1 - تعريف وأهمية الترويج السياحي.....
14	2 - أهداف الترويج.....
15	3 - جوانب الترويج.....
15	4 - عناصر الترويج.....
16	5 - الحملات الترويجية.....
19	6 - المشاكل المعيقة للترويج.....
الفصل الثاني : الترجمة السياحية وتقنياتها	
22	تمهيد.....
23	المبحث الأول : ماهية الترجمة السياحية وأهدافها.....

23	1 - تعريف الترجمة السياحية.....
24	2-الترجمة السياحية ودورها في ترويج المنتج السياحي.....
25	3 -القواعد العامة لترجمة النصوص السياحية.....
26	4 - تقنيات الترجمة السياحية.....
30	5-الإعلام السياحي وارتباطه بالسياحة.....
30	5-1. مفهوم الإعلام السياحي.....
31	5-2متطلبات الإعلام والدعاية السياحية.....
32	5-3 دور الإعلام السياحي في التنمية السياحية.....
32	6-العلاقة بين السياحة والترجمة واللغات.....
34	7-خدمات ترجمة السفر و السياحة.....
36	المبحث الثاني: الإمكانيات السياحية بالجزائر دراسة مدينة ندرومة كنموذج
36	1-عوامل الجذب السياحي
37	2-الأسباب المعيقة للسياحة
38	3-الإمكانيات السياحية في الجزائر
43	4-المؤهلات السياحية لمدينة ندرومة
الفصل الثالث: ترجمة مونوغرافية لمدينة ندرومة موقعها الجغرافي وتاريخها	
51	1 -سياحة ثقافية.....
51	أ - شخصيات تاريخية.....
51	• الأمير عبد المومن بن علي الكومي.....
54	• الشيخ قدور بن عاشور الزرهوني.....
55	ب للموسيقى الأندلسية بندرومة.....
57	2 -معالم سياحية بندرومة.....
57	أ -الجامع المرابطي الكبير بندرومة.....

58	ب - المئذنة.....
59	ج - الحمام البالي بندرومة.....
61	د - قصر السلطان الموحي أو القصبة الصغيرة بندرومة.....
62	3 - بعض الأماكن السياحية بندرومة.....
64	4 - الصناعة التقليدية بندرومة.....
64	أ - صناعة الطين (الفخار).....
65	ب - حرفة النسيج.....
66	5 - السهاحة الدينية.....
66	أ - مساجد ندرومة.....
68	ب - زوايا ندرومة.....
70	ج - أولياء ندرومة.....
75	خاتمة.....
78	قائمة المصادر والمراجع.....
81	فهرس المواضبع.....

الملخص :

تعد ترجمة النصوص السياحية نوعا من العمل الإشهارى ، الأمر الذي يحتم على المترجم أن ينتهج الطريقة الأصح والمثلى لتحقيق الهدف و هو إيصال الرسالة للمتلقى من أجل فهم النص و التجاوب معه ، و ليس هناك استراتيجيات أو ضوابط محددة يتوجب على المترجم أن يتبعها عند ترجمته، و لكن عليه الأخذ بعين الاعتبار العامل الثقافى الذي يحتوى النص الأصلي و الذي يعد عاملا رئيسيا، فلغة النص السياحي لغة خاصة ببنائها، ذات قواعد خاصة، رموز أي قاموس لغوي خاص.

ان الترجمة الصحيحة الصريحة هي العامل الرئيسي لنجاح رواج المنتج السياحي و التعريف بهو إيصاله للمتلقى عبر مختلف أرجاء المعمورة.

الكلمات المفتاحية : الترجمة السياحية، الترويج السياحي، النص السياحي، العامل الثقافى، المنتج السياحي، استراتيجيات الترجمة السياحية.

Abstract :

Translation of tourist texts is kind of publicity activity therefore ; translators should adopt an appropriate method to adjust the version to help readers comprehend the texts. Translation of tourist texts, does not rely on either strategy, and the translator fully takes into account all the cultural aspects of the text that should be taken into account ; the language of tourism it structure dit follows certain grammar rules, it has a specialized vocabulary and, a semantic content, it conveys messages and operates through a conventional system of symbols and codes. Moreover, it adopts a special register, the good translation help to promote the touristic in better way all over the words, the aim is transferring the original meaning to the target audience and to solve the problem.

Key words : Tourism translation, Tourism promotion , Touristic text, Cultural factor, Tourist product, Strategies of tourism translation.

Résumé :

La traduction des textes touristiques entre dans le cadre de l'activité publicitaire, cela exige du traducteur l'adaptation d'une méthode appropriée pour ajuster le texte original et transmettre le message au lecteur cible afin que celui-ci puisse bien comprendre le texte. Il n'existe pas de stratégies spécifiques qui doivent être respectées à la lettre à l'exception du facteur culturel, un facteur clé , que le traducteur doit prendre en considération lors de l'activité traduisante. Langue du texte touristique a des caractéristiques particulières des règles et des codes propres à elle. La bonne traduction reste celle de la clé du succès pour promouvoir un produit touristique sûr susceptible de dépeindre une bonne vision du tourisme au voyageur dans le monde entier.

Mots clés : Traduction touristique, La promotion touristique, Texte touristique, Facteur culturel, Produit touristique, Stratégies de la traduction touristique.