

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة أبو بكر بلقايد-تلمسان

كلية الآداب واللغات

قسم اللغة الانجليزية

شعبة الترجمة

تخصص: عربي-انجليزي-عربي

مذكرة لنيل شهادة ماستر في الترجمة

الموسومة بـ :



ترجمة الملصقات الاشهارية في الجزائر

-مدينة تلمسان، نمه دحا-

د. شرقي سنوسي مصطفى

بن طيبة شهاب الدين

بن يحيى ادريس أسامة

اللجنة المناقشة

رئيسا

جامعة تلمسان

د. عبد الكامل فتحية

مشرفا

مركز الدراسات الأندلسية تلمسان

د. شرقي سنوسي

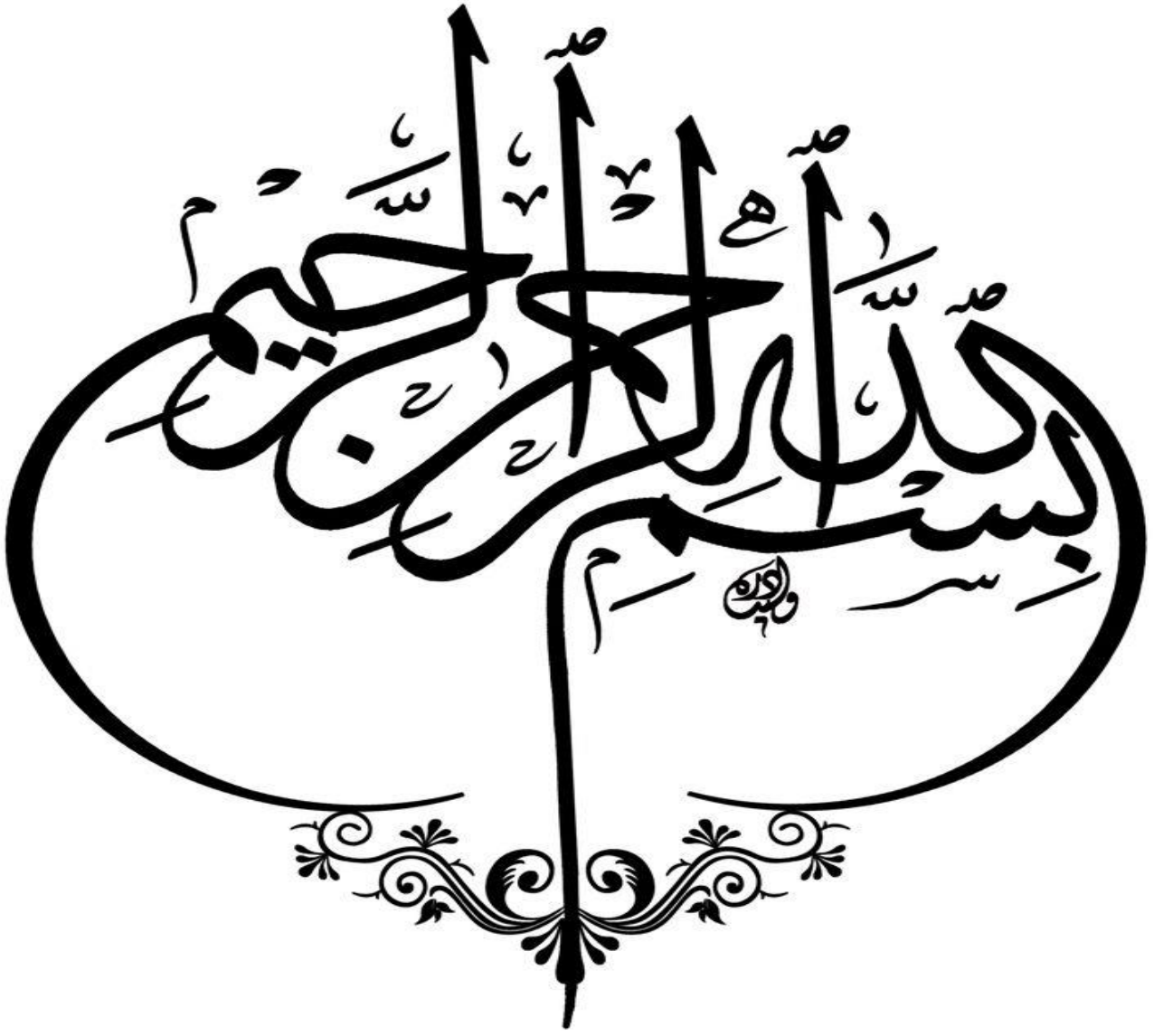
مصطفى

مناقشا

مركز الدراسات الأندلسية تلمسان

د.بابا جمال الدين

السنة الجامعية 2023-2022



قال تعالى: "وقل اعملوا فسيرى اله عملكم
ورسوله والمؤمنون" (التوبة 106).

إهداء

إلى سيد الخلق نبينا وحبينا محمد صلى الله عليه وسلم، الحمد لله على نعمة العلم والعمل،
والحمد لله الذي يسر لنا أمورنا ومنحنا الثقة والقوة والعزيمة.

أهدي جهدي هذا إلى من مهدت لي طريق العلم، لمن يعجز التعبير عن مدحها وشكرها، لمن



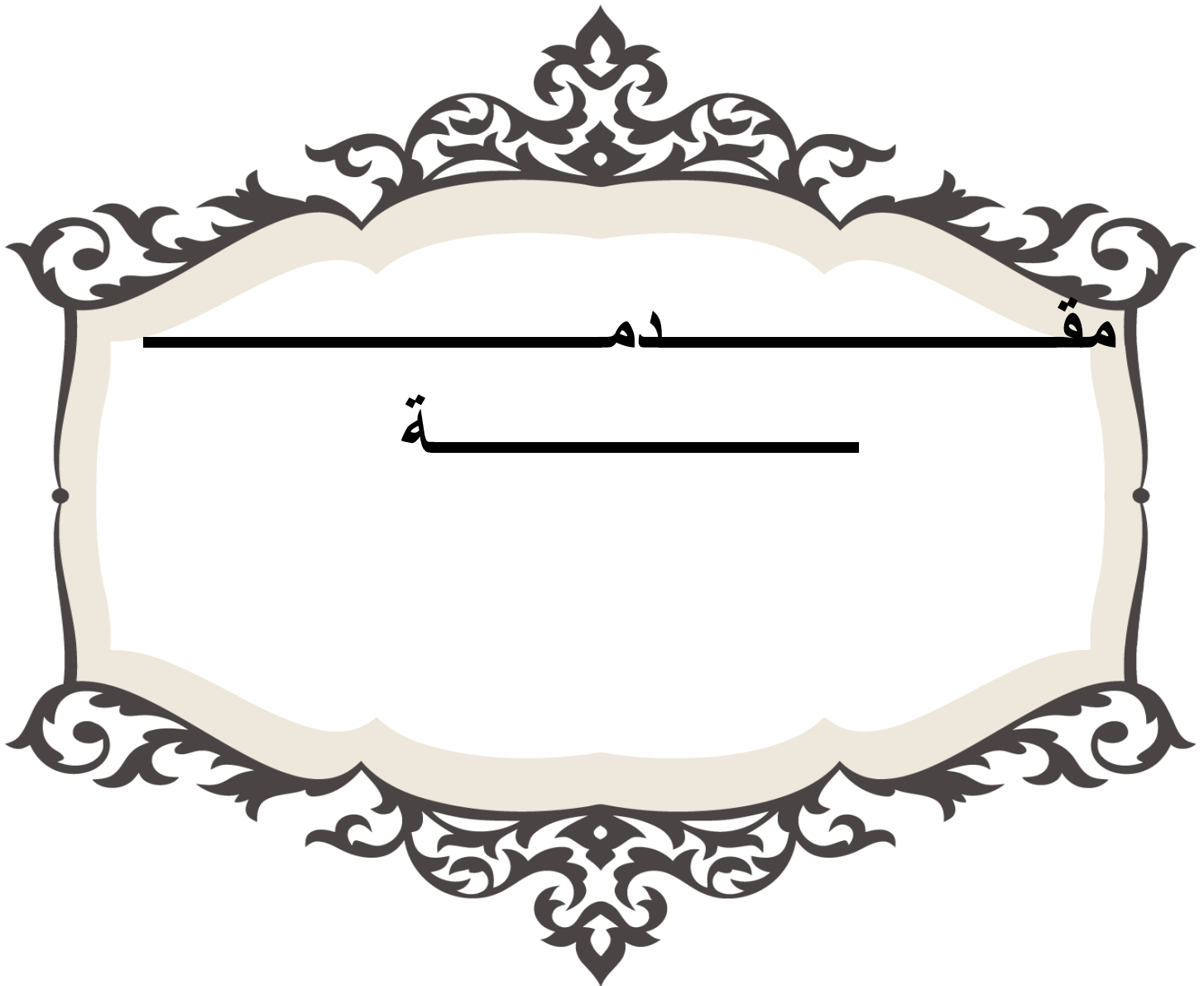
شكر وتقدير:

والله اعلم
وجن الذي
على اداء هذا الواجب ووفقنا
على إنجاز هذا العمل المتواضع.



كما نتوجه بجزيل الشكر والإمتنان إلى كل من ساعدنا من قريب ومن بعيد على إنجاز هذا العمل العمل في تذليل ما واجهناه من صعوبات ونحس بالذكر أستاذنا المشرف الدكتور "شرقي مصطفى" الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لنا في إتمام هذا البحث، لك منا كل الاحترام والتقدير على مجهوداتك التي بدلتها معنا، نتقدم بالشكر أيضاً إلى الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة المذكرة وإبدائهم رأيهم القيم و نصائحهم. الشكر موصول أيضاً إلى كل أساتذة وعاملي فرع الترجمة بقسم اللغة الإنجليزية بجامعة أبي بكر بلقايد.

كما نبدي شكرنا الخالص إلى أستاذتنا بن مالك أسماء التي سهلت ووفرت لنا كل الإمكانيات والظروف الملائمة، كما نشكر كل من ساعدنا من بعيد أو قريب لإنجاح هذا البحث.



م

ت

تعد تلمسان هي إحدى المدن الجميلة في الجزائر، تتمتع بتراث ثقافي وتاريخي غني، و بفضل جمالها ومعالمها السياحية المتنوعة أصبحت هذه المدينة قبلة سياحية شهيرة في المنطقة.

و من أجل جذب المزيد من السياح و تسهيل تجربتهم في استكشاف المدينة، تأتي أهمية ترجمة الملصقات التجارية في تلمسان .

تعتبر الملصقات التجارية واحدة من أهم أدوات التسويق لتعريف الجمهور بالوجهات السياحية إنها تعكس جوهر المدينة و تبرز معالمها السياحية البارزة و الفعاليات المثيرة و التجارب الفريدة التي يمكن للزوار الاستمتاع بها و مع تنوع الزوار المحتملين الذين يتحدثون لغات مختلفة يصبح من الضروري ترجمة الملصقات الاشهارية في تلمسان إلى لغات متعددة و خاصة اللغة الانجليزية.

فيندرج بحثنا في إطار الترجمة الاشهارية تحت عنوان: "ترجمة الملصقات الاشهارية تلمسان نموذجا".

يعود سبب اختيارنا لهذا الموضوع لأسباب ذاتية تتمثل في ميولنا للخوض في غمار الترجمة الاشهارية و خاصة ترجمة الملصقات الاشهارية الموجودة في تلمسان .

و لكوننا باحثين في مجال الترجمة، فان كثرة مصادفتنا للملصقات الاشهارية المترجمة أثار فضولنا للتعمق أكثر في هذا المجال .

من الأسباب الموضوعية التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع كونه موضوع معاصر ، و حديث ، و مثير للاهتمام حيث أن الإشهار أصبح حاضرا بقوة في حياتنا اليومية.

وتوجد سياسة البلاد نحو الاهتمام بالجانب السياحي بشكل أكبر، و التركيز على إدراج اللغة الإنجليزية في جميع الميادين العالمية لدى الشعب و جذب عدد أكبر من السياح .

و كون هذا الموضوع لم يستهلك بكثرة.

و لقد حاولنا الإجابة علي الإشكالية التالية :

كيف تكون لترجمة الملصقات الإشهارية فعالية لذى المتلقي ؟ .

و لعرض دراسة هذه الإشكالية قمنا بوضع الفرضيات التالية :

-من أجل أن تكون للترجمة فعالية يجب أن تكون دقيقة و خالية من الغموض، و هذا في إطار المساهمة للاقتصاد المحلي بما أن المستهلك في غالب الأحيان لا يكون علي دراية باللغة الرسمية المستعمل في المنطقة

-تكون ترجمة الملصقات الاشهارية فعالة عندما يتم استخدام أساليب لغوية و تقنيات ترجمة جذابة، يمكن استخدام العبارات اللغوية القوية والصور الجذابة، والمفاجئات الإبداعية للترجمة، وذلك لجذب انتباه المتلقي.

-تتجلى فعالية ترجمة الملصقات الإشهارية عند الالتزام بالقوانين والتنظيمات الخاصة بالإعلانات والترجمة في اللغات المستهدفة، وعندما يتم الحفاظ على اتساق لغويين النص الأصلي والترجمة. وبذلك يستطيع فهم المعنى المقصود بسهولة ووضوح.

الهدف الأساسي من البحث هو تسليط الضوء على ترجمة الملصقات الإشهارية وتبيان دورها وأهميتها. وتعزيز التنمية الثقافية والاقتصادية في تلمسان

ونظرا لطبيعة لهذا الموضوع اعتمدنا على المنهاجين الوصفي والتعليلي ان الحمل كان تحلية للملصقات الإشهارية والافتات.

وقد ارتأينا تقسيم بحثنا إلى بابين عنوان نظري وآخر تطبيقي ، ينقسم الباب النظري إلى فصلين . عنوان الفصل الأول بالترجمة الإشهارية ، وقسمناه إلى مبحثين في المبحث الاول

عرفنا الترجمة وذكرنا أنواعها ووقفنا على أهميتها ، أما البحث الثاني فتطرقا إلى الملصقات الإشهارية، قمنا بتعريفها وذكر أنواعها .

اما الفصل الثاني فيأتي تحت عنوان اهمية الترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي، و بدوره ينقسم إلى مبحثين : المبحث الأول يتناول السياحة

في تلمسان، أما المبحث الثاني فيتطرق لعلاقة ترجمة الملصقات الإشهارية بالجانب الاقتصادي .

أما الباب التطبيقي فيحتوي على فصل واحد ، قمنا فيه بدراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية بتلمسان. وختمنا مذكرتنا خاتمة اشتملت كل النتائج المتوصل إليها من خلال البحث .

ومن بين الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها في دراسة هذا الموضوع كتاب د. شرقي سنوسي مصطفى :

l'impact de la culture étrengré sur l'apprentissage des langues vivantes.

وكذلك مذكرة ماستر قرماد مريم التي كانت تحت عنوان دور الترجمة الإشهارية في التسويق - ترجمة شعارات منتجات التجميل نموذجا

اضافية لهذه الدراسات اعتمدنا على بعض المراجع من أهمها معجم لسان العرب، امر مع المعجم الوسيط. إضافة إلى المعجم الإعلامي لمحمد منير حجاب. صادفنا اثناء قيامنا بهذا البحث عدة صعوبات اهمها نقص ملصقات الاشهارية المترجمة الى اللغة الانجليزية، نقض مصادر و المراجع، التي درست ترجمة الملصقات الاشهارية .

-

الفصل الأول:

الترجمة الإشهارية

المبحث الأول: الترجمة الإشهارية:

الترجمة الإشهارية نوع خاص تمخض عن عولمة الاقتضاء والتحويلات المتسارعة التي سنتها قوانين السوق الكونية الساعية إلى نشر نمط استهلاك موحد، ممتطية في ذلك الإشهار المعولم. إذ ما نعيشه اليوم هو تداعيات الإشهار ومخلفات العولمة التي ألفت حوار الثقافات لتبسيط تعاليم الثقافة الظرفية الأمريكية. فالإشهار خطاب ينشأ من رحم المجتمع الذي تلاحقت فيه جملة من المعايير أهلت هندسته وحددت مبتغاه. يندرج ضمن الممارسة الثقافية التي تؤثت الفضء السوسيو ثقافي. ولما كان هذه الميزة، باتت ترجمة تطرح العديد من الرهانات. مما جعل الترجمة تقع أسيرة التداخل الثقافي.¹

1. تعريف الترجمة:

تعد الترجمة وسيلة مهمة لتحقيق التواصل بين مجتمع وآخر، ويقول المولى عزّ وجلّ في محكم آياته: بسم الله الرحمن الرحيم: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ﴾ صدق الله العظيم [سورة الحجرات، الآية: 113]. ومن خلال الآية الكريمة يتضح أن معرفة الآخر والالتقاء به من الناحية الذهنية والثقافية من بين ما حضت عليه الشريعة الإسلامية القراء، وما من شيء أو فكرة تهم الجنس البشري إلا وتضمنته آية أو حديث نبوي؛ لرفعة شأن الإنسان، ومساعدته على استخلاف الله في الأرض.²

1.1 الترجمة لغة:

ترجم الكلام وبينه ووضحه، وكلام غيره نقله من لغة إلى لغة أخرى، ولفلان ذكر ترجمته، والتُرْجُمان: المترجم جمع تراجم وتراجمة³، وفي حديث هرقل: قال لترجمانه، الترجمان بالضم والفتح هو الذي يترجم الكلام أي ينقله من لغة إلى لغة أخرى، والجمع

¹ - www.asjp.dz، الثقافة والترجمة الإشهارية تحد أم

² - www.mab3ath.com

³ - المعجم الوسيط، 1/83.

ولقد تطور علم الترجمة في العصر الحديث، وأصبح الاعتماد عليها بشكل أكبر، في ذلك من أجل أن تقوم الترجمة بنقل أحداث العلوم بين اللغات المختلفة. وللترجمة أنواع عديدة وتختلف هذه الأنواع باختلاف الهدف والغرض من الترجمة،¹ ونظرا لوجود عدة أنواع للترجمة سنقوم بذكر هذه الأنواع والتفصيل فيها.

☞ الترجمة الأدبية:

تعتبر الترجمة الأدبية ذات صعوبة بالغة عن غيرها من أنواع الترجمة، فنجد أن المترجم مطالب بنقل معانٍ من لغة إلى أخرى، وكذلك وصف الحالة الشعورية والأحاسيس التي عاشها المؤلف الأصلي، وبالتبعية انتقلت إلى المواطنين في بلد المؤلف الأصلي، بما جعله يرتقي ويتفوق ويظهر في موطنه ويصبح ذا صيت واسع، ومن هذا المنطلق ينبغي على المترجم أن يتحرى بدقة؛ من خلال ما يتمتع به من مهارة وخبرة.²

☞ الترجمة الدينية:

تعد الترجمة الدينية من أنواع الترجمة التي لها أهمية كبيرة؛ فهي وسيلة مهمة لنشر ديانة معينة في ربوع العالم، وكذلك التعرف على القواعد والشرائع المتعلقة بتلك الديانة بالنسبة للمنتسبين لها مناطق أخرى، فعلى سبيل المثال هناك احتياجات كبيرة للترجمة الدينية المتعلقة بالأحاديث النبوية الشريفة والفقهاء الإسلاميين بالنسبة للمسلمين في الدول غير الناطقة باللغة العربية مثل: الصين، الهند، أو اليابان، أو دول إفريقيا... إلخ.³

☞ الترجمة العلمية:

وهي من بين أنواع الترجمة المهمة، ويلزم للترجمة العلمية مقومات تختلف عن غيرها من التراجم؛ نظرا للحاجة إلى الإلمام بالمصطلحات العلمية، ومحاولة إيجاد بدائل لها في اللغة المستهدفة وخاصة في ظل ظهور الجديد لتلك المصطلحات كل فترة.⁴

☞ الترجمة الاقتصادية:

1- أنواع الترجمة في www.BTS-Academy.com

2- www.mab3ath.com

3- أنواع الترجمة في www.mab3ath.com

4- أنواع الترجمة في www.mab3ath.com

تنتشر في الوقت الحالي المعاملات التجارية بين الدول وبعضها البعض، سواء بشكل مباشر، أو من خلال الشركات المتعددة الجنسيات أو عن طريق البورصات العالمية ... إلخ، لذا ظهرت وانتشرت الترجمة الاقتصادية؛ من أجل تحقيق التوازن في ضوء المصالح المشتركة بين رجال أعمال في دول مختلفة.¹

٥٥ الترجمة القانونية:

وهي من بين الأنواع المهمة في الترجمة، والتي أصبحت تتخذ مكانة كبيرة داخل أروقة المجتمعات في مختلف الدول، والحاجة إليها تزداد يوماً بعد الآخر؛ نظراً للتعامل والتواصل بين الألسنة المختلفة، ومن ثم يلزم ذلك التعرف على القوانين والعقود والبنود التي تؤهل الحقوق فيما بين مواطني الدول.²

٥٦ الترجمة الإعلامية:

تعد الترجمة الإعلامية من أنواع الترجمة التي اقتضتها متطلبات العصر، وذلك في ظل انتشار العشرات من وسائل الإعلام، سواء التقليدية التي تتمثل في الصحف والمجلات، أو الإلكترونية التي تتمثل في شبكة الأنترنت والمواقع والتطبيقات التي توجد بها، وكذلك القنوات الفضائية التي أحصر لها في الفترة الراهنة، ويتم تناقل الأخبار بسرعة كبيرة بين سائر البلدان، لذا زاد الاهتمام بالترجمة الإعلامية في الوقت الراهن.³

٥٧ الترجمة الفورية:

تعتبر الترجمة الفورية حد أنواع الترجمة، والتي تستخدم في التواصل الفوري بين شخص أو عدة أشخاص وآخرين، وتوسعت استخداماتها في الوقت الحالي؛ للتواصل البناء بين ممثلي الشعوب في جميع المناحي سواء الاقتصادية، أو السياسية أو الرياضية ... إلخ.⁴

- 1- أنواع الترجمة في www.mab3ath.com
- 2- أنواع الترجمة في www.mab3ath.com
- 3- أنواع الترجمة في www.mab3ath.com
- 4- أنواع الترجمة في www.mab3ath.com

3. تقنيات الترجمة:

تلخص تقنيات الترجمة الخطوات التي يتبناها المترجم على مستوى الجمل والوحدات اللغوية أصغر أثناء عملية نقل النص إلى لغة أخرى. وهكذا ينخرط المترجم في عمليتين هما: الترجمة المباشرة، والترجمة غير المباشرة. وتخدم الترجمة المباشرة التي تحيل على نقل المصطلح نقلا حرفيا مباشرا، ثلاث تقنيات، وهي الاقتراض والنسخ والترجمة الحرفية، وتتكون الترجمة غير المباشرة من أربع تقنيات: الإبدال والتعديل والتكافؤ والتكييف وتراعي هذه التقنيات السمات الخاصة باللغتين.¹

1.3.1. الاقتراض (Borrowing, Emprunt):

الاقتراض هو نقل لفظ أجنبي كما هو بغرض الحفاظ على الطابع المحلي لنص ما. فمثلا يلجأ المترجم في هذه التقنية في حال عدم وجود مقابل في اللغة الهدف لمفهوم مجهول أو تقنية جديدة للحفاظ على التأثير ذاته. فعلى سبيل المثال، لا تحتوي اللغة الإنجليزية على مقابل ثقافي للمصطلح الإسلامي الزكاة ولذلك يترجم إلى الإنجليزية وينقل كما هو Zakat.²

2.3.2. النسخ (Calque):

هو اقتراض من نوع خاص حيث نقترض اسما مركبا ونترجم عناصره حرفيا، مثل ترجمة "حطم الرقم القياسي" للسيارة الأصلية bread a record.³

3.3.3. الترجمة الحرفية (litteral):

هي ترجمة كلمة بكلمة عندما يكون هناك تواز بنيوي وخطابي بين اللغتين. وتتحقق بسهولة اللغات التي تنتمي لنفس العائلة والثقافة مثل الفرنسية والإيطالية. وتستخدم أيضا في الترجمة من الإنجليزية إلى العربية على غرار boradenhislorieons التي تصبح "يوسع آفاقه". فهي تعني ترجمة كلمة بكلمة دون مراعاة القواعد اللغوية للغة الهدف. ولذلك ينبغي التمييز بين تقنية الترجمة الحرفية والترجمة الرديئة.⁴

1- قطار الترجمة www.translatrain.com

2- تقنيات الترجمة - قطار الترجمة www.translatrain.com

3- تقنيات الترجمة - قطار الترجمة www.translatrain.com

4- تقنيات الترجمة - قطار الترجمة www.translatrain.com

ولكن عندما تصبح الترجمة الحرفية غير مقبولة وتؤدي معنى آخر أو تصبح دون معنى أو مستحيلة بسبب الفرق في البنية اللغوية، يصبح المترجم مجبرا على اللجوء إلى تقنيات الترجمة غير المباشرة الأربعة الآتية:

4.3. الإبدال (Tronsposition):

هو تعويض قسم من أقسام الكلام بآخر دون تغيير معنى الخطاب. ويتم ذلك مثلا عند تعويض فعل في النص الأصلي بصفة في النص المترجم، أو تغيير اسم بفعل أو العكس.

وقد يكون الإبدال إلزاميا لنقل المعنى بأسلوب مقبول في اللغة المنقول إليها أو اختياريا، فعلى سبيل المثال، استبدال فعل died في aftershedied بالاسم "وفاة" عند ترجمتها كالاتي: بعد وفاتها.¹

5.3. التعديل (Modulation):

التعديل أو ما يطلق عليه أيضا التطويع هو تغيير في طريقة صيغة الخطاب سواء كان جملة أو كلمة. وقد يكون التعديل أيضا اختياريا عند تعديل النفي بالإثبات مثل (من السهل Its not difficilt) أو إلزاميا عندما لا يمكن للمترجم أن ينقل لفظا بما يقابله حرفيا لأنه سيؤثر على المعنى. وإضافة إلى ذلك، يكون التعديل عند تغيير صيغة المعلوم إلى صيغة المجهول نظرا إلى طبيعة اللغة مثل ترجمة The lecture was delivered by the teacher بصيغة المعلوم التالية: ألقى الأستاذ المحاضرة.²

6.3. التكافؤ (Équivalence/ Equivalence):

هي الحالة التي يعتمد فيها النص الأصلي والمترجم وسائل أسلوبية وبنوية مختلفة تماما لنقل نفس المعنى على غرار الأمثال والحكم والعبارات الخاصة بلغة وأمة معينة، فعلى سبيل المثال، تحتاج عبارة leavenostoneintarned إلى تغيير بنية الجملة تماما

1- تقنيات الترجمة - قطار الترجمة www.translatrain.com

2- قطار الترجمة www.translatrain.com

لتصبح "لم يترك بابا إلا طريقه". فهذه العبارة تحيل على شخص جرب كل السبل الممكنة لتحقيق هدف معين.¹

7.3. التكيف (Adaptation):

هي الحد الأقصى للترجمة ويحدث عند تكيف الترجمة لتلائم الثقافة المنقول إليها من خلال مثلا تغيير كلمات بأخرى أكثر قبولا أو ملاءمة عند الجمهور المستهدف. وتعتمد أيضا وجود اختلافات ثقافية بين اللغة المصدر واللغة الهدف مثل ترجمة الإعلانات. فعلى سبيل المثال، يمكن ترجمة drycow بالبقرة التي توقفت عن در الحليب.²

تنمي هذه التقنيات وغيرها الواردة في عدد من نظريات الترجمة قدرات الفهم والتحليل والتركيب لدى متعلم الترجمة، والتكيف الإحاطة بتقنيات الترجمة لإعداد مترجم بارع، بل لا بد من تحليه بمهارات أخرى بما فيها الاطلاع الموسوعي وإجادة طرق البحث للوصول إلى مصادر البحث وأن يكون على دراية بالثقافات والديانات والتقاليد والتاريخ الخاص باللغة المراد الوصول إليها (اللغة الهدف). ويمكنه تطوير تلك المهارات باتباع مجموعة من الممارسات المساعدة في ذلك.³

4. أهمية الترجمة:

تعتبر الترجمة من أهم العلوم ذات الاستعمال اليومي في حياة الإنسان، لحاجة الفرد لها في جميع المجالات ولهذا فإن لها أهمية كبيرة تتجلى في:

❖ **التواصل بين الثقافات والشعوب:** تساعد الترجمة في نقل المعلومات من لغة إلى لغة أخرى، كما تساعد في سرعة التواصل بين الناس من مكان إلى مكان آخر حول العالم، وتعين أشخاص للتعبير عما يدور في عقولهم إذا كانوا يتواصلون مع أشخاص من ثقافات أجنبية.⁴

1- قطار الترجمة www.translatrain.com

2- قطار الترجمة www.translatrain.com

3- قطار الترجمة www.translatrain.com

4- ما هي أهمية الترجمة؟/ www.mawdoo3.com

- ❖ **حفظ السلام العالمي:** تساهم الترجمة في تعزيز العلاقات الدبلوماسية بين مختلف الأطراف لتكون مفهومة لكل الجوانب.¹
- ❖ **مساعدة الطلبة في أبحاثهم:** تساعد الترجمة الطلاب في نقل المعلومات من المراجع والمصادر المتنوعة لكتابة أبحاثهم.²
- ❖ **دعم السياحة:** تساعد الترجمة في دعم السياحة من خلال تقديم إرشادات بلغة السياح.³
- ❖ **الاطلاع على الأديان والكتب المقدسة:** تساعد الترجمة في التعرف على الكتب السماوية والأديان، وبذلك تلعب دورا في تحديد توجه الإنسان العقائدي، كما أنها أداة للنقاشات في ما يخص الكتب السماوية.
- ❖ **الانتشار السريع للعلامات التجارية والشركات متعددة الجنسيات:** يقصد بذلك انتشار شركات الأغذية والمشروبات المعروفة، إذ تبيع منتجاتها وتوزعها على كافة أنحاء العالم من خلال الترجمة، وكل ما يتعلق بهذه الشركات يجب ترجمته، فالترجمة مهمة للتواصل مع الزبائن، وتوضيح القوانين الداخلية والخارجية لأماكن العمل إلى جانب ترجمة البرامج المعدة للتدريب، كما لا يمكن للشركات متعددة الجنسيات أن تبيع خدماتها ومنتجاتها دون ترجمة.⁴
- ❖ **المساهمة في خلق فرص العمل:** هناك أكثر من 26000 شركة حول العالم تقدم خدمات للترجمة والترجمة الفورية، وتساهم في صناعة اقتصاد قوي.⁵
- ❖ **تنشيط التبادل الثقافي بين الحضارات:** عند ترجمة الأنواع المختلفة للفنون في كل ثقافة مثل: الموسيقى، والسينما، والشعر، والأدب، تتسجل عملية التواصل الثقافي بين الحضارات، وتطلع كل ثقافة على فنون الثقافات الأخرى.⁶
- ❖ **نقل الأخبار بشكل دقيق:** للترجمة أهمية كبيرة في نقل الأخبار حول العالم عبر المحطات لإخبارية ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.

1- ما هي أهمية الترجمة؟/ www.mawdoo3.com
2- ما هي أهمية الترجمة؟/ www.mawdoo3.com
3- ما هي أهمية الترجمة؟/ www.mawdoo3.com
4- ما هي أهمية الترجمة؟/ www.mawdoo3.com
5- ما هي أهمية الترجمة؟/ www.mawdoo3.com
6- ما هي أهمية الترجمة؟/ www.mawdoo3.com

❖ **حفظ الأمن:** عند ترجمة الحوارات والأحاديث بين البلد وبشكل صحيح ستتمكن الدول من فهم جميع المخططات العدائية الأمر الذي يساهم في حفظ أمن البلد.¹

1- ما هي أهمية الترجمة؟/ www.mawdoo3.com

المبحث الثاني: الملصقات الإشهارية

تعد وسائل الاتصال الحديثة وخاصة الملصقات الإشهارية من الوسائل المهمة التي تقوم بخدمة قضايا الدول النامية ويجب عدم التمييز في استعمالها لفائدة الإنسان، وفي هذا الصدد يبين السيد "فول.ر" رئيس الفدرالية الأمريكية للاتصالات أن مجموع الأنشطة الإعلامية كان لا يتجاوز 2% ارتفع إلى 66% من مجموع النشاط الاقتصادي عام 1980. ونظرا لأهمية هذه الوسيلة الإعلامية، وجيل أهدافها، في تفصيل مسيرة التنمية، ولما لها من أثر إيجابي جاءت هذه الورقة أيضا لتبين دور الملصقات الإشهارية، وخصائصها، وطرق الاستفادة منها في المجال التنموي.¹

1. تعريف الملصقات الإشهارية:

الملصق لفظ لغوي لصق الشيء بالشيء: لزق به، يقابله في اللغة الإنجليزية كلمة Paster وفي الفرنسية Afficher، وهو لفظ يطلق على الإعلان الذي يلصق أو يعلق على الحوائط في الطرقات العامة، والميادين، والأماكن المختلفة، وهو يحمل رسالة إعلانية معينة تهدف إلى تحفيز سلوك السائح والتأثير عليه.²

يعرف الملصق الإعلاني بأنه: "تعبير عن فكرة ما، بواسطة الرسم والكتابة بطريقة بسيطة وفعالة ومركزة تجذب الانتباه وتفهم في لمح البصر".³

ويعرف كذلك بأنه: "عبارة عن إعلانات مطبوعة على الورق أو الخشب أو المعدن، تعتمد على التصميم الجيد والمبتكر والألوان الجذابة، وهي تلتصق في أماكن التسوق أو توضع في أماكن خاصة في مراكز المدن الكبرى والضواحي، أو في الشوارع والمساحات العامة، وقد يكون الملصق الإعلاني مؤطرا ومضادا خصوصا في الليل وذلك حسب رغبة المعلنين، وتوجد ملصقات إعلانية ترسم وتصمم في موقع ثابت مع لوحات

¹ - www.Asjpdz، ملخص للملصقات الإشهارية ودورها في تفعيل التنمية في الوطن العربي لـ"عبيدة صبحي".

² - أطروحة تأثير عناصر الملصق الإعلاني على اتجاهات السياح، سنة 2016 - 2017، ص 13.

³ - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص 532.

موزعة على الشوارع والمساحات العامة، ثم تزال لتوضع محله ملصقات أخرى وهذا ما يسمى بموقع الملصق".¹

2. أنواع وخصائص الملصقات الإشهارية:

في زمننا الحالي يتم ابتكار واختراع مختلف الأشياء في العديد من المجالات المختلفة من الطب والفن أو العلم والاتصالات، ولغرض التسويق لها تلجئ الشركات إلى الملصقات الإشهارية بغرض التشهير لهذه المنتجات، لإيجاد حلول لمشاكل الناس ومساعدتهم في حياتهم اليومية ولكن تواجههم العديد من المنظمات والهيئات والشركات من أجل إيصال منتوجاتهم إلى المستهلك بطريقة فعالة وصحيحة وقانونية، لذلك تنقسم هذه الملصقات لعدة أنواع حسب الغرض والغاية منها:

1- بشير عباس العلاف، علي محمد رباعية، الإعلان والترويج التجاري، أسس النظريات التطبيقات، دار اليازوري العملية للنشر والتوزيع، عمان 2002، ص 267.

٥٤ الملصقات السياسية:

تستخدم في غالب الأحيان في الحملات الانتخابية من أجل الترويج لمرشح ما أو لحزب ما ويكون بلغة واحدة، فقط الاسم الذي يكون باللغتين العربية والإنجليزية ويكون من أجل إيصال المعلومات الأساسية للحزب أو المرشح للمنتخبين مع تبيين الهيكل والغاية والهدف من هذا الحزب، ويكون لعامة الشعب ونجده في البلديات والطرق والأماكن العمومية والمدارس ومراكز الانتخاب وعلى الجدران.

وكذلك نجد في القديم بعض الملصقات الإشهارية تكون خاصة بالحرب وذلك لغرض السياسة والتشهير لشخص ما.

يكون الهدف منها الإعلان في حملات انتخابية معينة للتسويق لمرشح معين للانتخابات المحلية أو الوطنية وجذب العديد من المصوتين له، أو التعبير عن غضب ضد فكرة معينة كالاحتلال أو الحروب، تطرقت بعض الدراسات لهذا النوع من الملصقات لدراسة مدى تأثيرها (كالأثر النفسي على الناس).¹

٥٥ الملصقات الإعلانية والدعائية:

تستخدم هذه الملصقات الألوان والصور بأحجام مختلفة بغرض لفت انتباه الزبائن والعامّة إلى حدث معين أو الإعلان عن منتج محدد أو حتى للرحلات المنظمة من قبل مكتب السفريات.

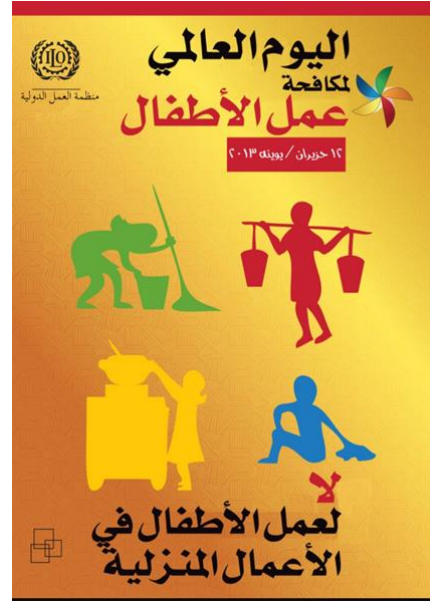
وبالطبع هنالك العديد من المصممين الشخصيين في تصميم الملصقات الإعلانية والدعائية ليعبروا عن الفكرة بشكل مبتكر وبمحتوى يعكس الغرض المقصود على سبيل المثال، الملصق التالي يهدف إلى الإعلان عن حملة اليوم العالمي لمكافحة عمل الأطفال، ومن أجل هذا الغرض تم استخدام صورة معينة تعبر عن بعض الأعمال التي تكون شاقة أو الداعمة للحملة.²

اليوم العالمي لمكافحة عمل الأطفال³

¹ - www.educad.com

² - www.educad.com

³ - www.educad.com



أيضا الملصق الخاص بشركة ستار باكس يهدف لعرض معلومات معينة حول شريحة من شرائح العملاء، الطلاب.¹



الملصقات التعليمية:

يتم تصميم الملصقات التعليمية لأغراض تعليمية، وبالتالي يتميز هذا النوع من الملصقات بالبساطة والوضوح، ويتم الاعتماد على الألوان بشكل متوازن وقليل. يهدف الملصق التعليمي في الأساس إلى تلخيص فكرة بحث أو مشروع معين. لذلك يتطلب

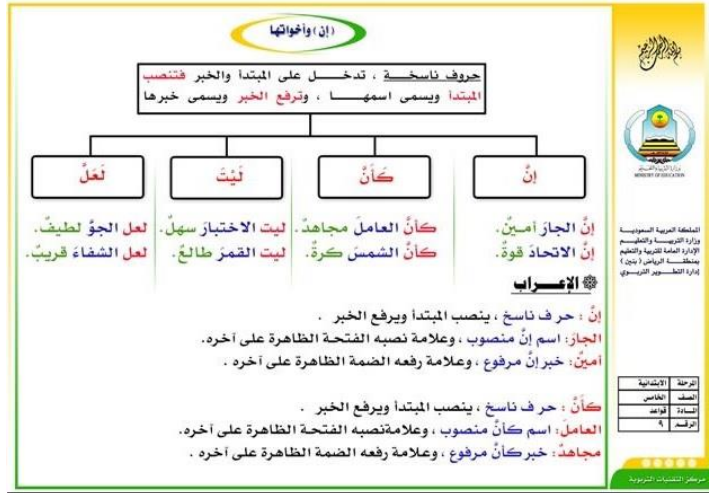
¹ - www.educad.com

تلخيص للمعلومات بشكل جيد لتوضيح الفكرة للطلاب أو الباحثين أو الجمهور بوضوح، وتسهيل الضوء على نقاط القوة في البحث أو العمل.

تنقسم الملصقات التعليمية إلى نوعين أساسيين هما:

أ. الملصقات التعليمية غير العلمية (Classroom Posters):

الملصقات المستخدمة داخل الفصول تستخدم عادة في المدارس، فمثلا في بريطانيا يتم تعويد الطلاب من مراحل مبكرة على فكرة الملصقات العلمية وفي كيفية تصميمها. في هذا النوع من الملصقات لا يطلب الأستاذ عادة مهارة عالية في التلخيص والتعميم، بل البساطة بشكل كبير، ذلك أن هذه الملصقات في العادة تحتوي على موضوع معين كدرس واحد من إحدى المواد أو على بحث صغير يطلب من الطالب عمله¹.

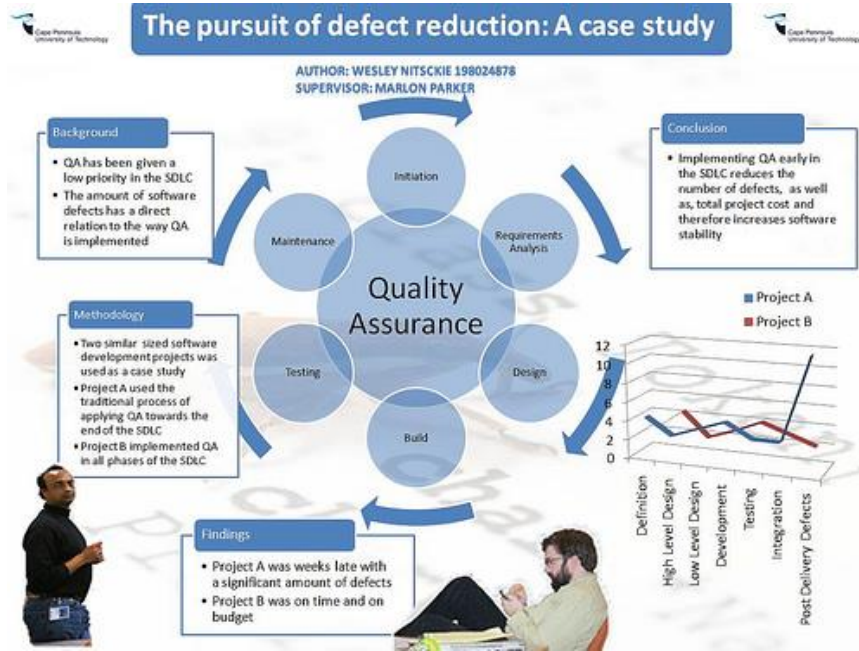


بالإضافة إلى ذلك يمكن استخدام هذا النوع من الملصقات ليس فقط لطلاب المدارس، بل أيضا في الجامعات، على سبيل المثال قد يطلب من طلاب السنة الأولى أو التأسيسية استخدام هذا النوع من الملصقات لتلخيص فكرة مشروع يتعلق بمادة معينة بشكل مختصر.

ب. الملصقات العلمية الأكاديمية (Posters Research):

يستخدم الملصق التلميذ أو الأكاديمي بكثرة من قبل الباحثين والأكاديميين في الجامعات، المنتقيات، والمؤتمرات من أجل عرض أفكار أبحاثهم ومشاريعهم بشكل

علمي وتبادل الخبرات فيما بينهم وفتح مجال للنقاش والأسئلة بين الباحثين والجمهور. وهذا مثال عن ملصق تلميذ أو أكاديمي.¹



وأيضا نجد ملصقات الأفلام والحفلات الموسيقية وملصقات الأزياء والأغاني، وملصقات المشاهير وأيضا من أجل الإشهار لحفلاتهم ومواعيدها وأماكنها. وكذلك ملصقات الشركات الخاصة بجميع محتوياتها، مبيعات تسويق للمنتجات ودعايات إعلانية لشخص أو لمنتج أو لمكان خاصة بالنسبة للملصقات السياحية.

الفصل الثاني:

أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في
تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

تمهيد:

تشمل الترجمة في عصرنا الحالي جميع الميادين، نظرا للنمو والانفتاح الذي يشهده العالم الآن والتحويلات المتسارعة التي سنتها السوق الساعية إلى نشر أسلوب استهلاك موحد، والعولمة التي ألغت حوار الثقافات وبسطت المفاهيم لتربط بين سكان العالم، كما تهتم الترجمة بالقطاع الاقتصادي والسياحي بشكل كبير نظرا لأهميتها لدى كل بلد، فيعتبر الاقتصاد عمود الدولة الفقري والسياحة بطاقة تعريف لها.

والترويج لهاذين القطاعين يستعمل كل الأساليب الإشهارية منها الملصقات.

المبحث الأول السياحة في تلمسان:

1. عوامل جذب السياح في تلمسان:

تقع تلمسان أقصى شمال غرب الجزائر، تعد من أعرق المدن نتيجة لكثرة الحضارات التي مرت عليها، بداية من الحضارة البربرية والرومانية والفينيقية والخلافة الإسلامية، الدولة الفاطمية والزيرية والحمادية والعثمانية، وأخيرا الإستعمار الفرنسي، والتي منها أخذت عمقا وتنوعا حضاريا. فتعتبر واحدة من الوجهات السياحية الجذابة والجميلة. وتتميز بمجموعة من العوامل التي تجعلها جذابة للسياح وتشمل:

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

1.1. المعالم التاريخية:

1.1.1 حصن المنصورة:

موجود بمدينة المنصورة، التي شيدت من طرف الملوك المرينيون إثر صراعهم مع الزيانيين لحصار تلمسان بسور يمتد على كامل محيط المدينة كان يتخلله ثمانية أبراج مراقبة على غرار مسجد المنصورة.

أسس السلطان أبو يعقوب يوسف في عام 698 هجري / 1299 ميلادي معسكرا من أجل حصار تلمسان سمي الموقع "بالمحلة المنصورة" بسبب منعته وتحصيناته القوية، حيث قام السلطان ببناء قصر ومسجد ومساكن مخصصة للعسكر وموظفي المعسكر، ونتيجة هذا الحصار تحولت كل أعمال التجارة إلى المنصورة التي شهدت تطورا هاما. هجر المرينيون المنصورة بعد اغتيال السلطان أبي يعقوب. وهدمت جزئيا من طرف المحاصرين، وفي عام 735 هجري / 1335 ميلادي، قام السلطان أبو الحسن بحصار ثان لتلمسان، إستسلمت على إثره المدينة المحاصرة، وأصبحت المنصورة لفترة من الزمن المقر الرسمي للسلطنة المرينية في المغرب الأوسط¹.

2.1.1 قلعة المشور:

هو المكان الوحيد المتبقي من قصور الزيانيين وقلاعهم يتميز بهندسته الأندلسية وقاعاته الفسيفسائية والساحات المزينة بالأشجار والنافورات والأقواس والأبواب المنقوشة. في أوائل القرن الثالث عشر، شيد يغموراسن بن زيان قصر المشور بعد مغادرته القصر المرابطي الذي كان موازيا للجامع الأعظم. وقد وصف التنسي منازله الجلييلة وحدائقه النضرة. تم هدم بعض الحجرات من القصر في الجزائر، نتيجة ثورة قام بها التلمسانيون ضد الحكام. وفيما بعد، قام الفرنسيون بتدمير ما تبقى منه في عام 1843 واستخدموه كمعسكر. ومع ذلك، تركوا صومعة قصيرة وجميلة تعكس وجود مسجد سابق في الموقع².

3.1.1 الجامع الكبير:

¹ « Discover Islamic Art Virtual Muséum monument_ISL_DZ_Mon01_6_ar ».

² محمد بن عمرو الطمار، الروابط الثقافية بين الجزائر والخارج، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1983، ص 243.

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

هو مسجد تاريخي يقع في وسط المدينة، بني في عهد السلطان يوسف بن تاشفين في عام 1082 ومن ثم أعيد بناؤه في عهد ابنه علي بن يوسف وهو من أفضل الأمثلة عن العمارة المرابطية.

2.1 المعالم الطبيعية:

1.2.1 لالة ستي:

تقع على ارتفاع 600 م فوق سطح البحر، وتحمل إسم امرأة صالحة من تاريخ المنطقة، تمنح رؤية شاملة للمدينة من الأعلى، كما تحتوي على مرافق ترفيهية منها مدينة الملاهي وبركة لزوارق النزهة وغابة واسعة تضم العديد من الأشجار واختلافات الغطاء النباتي للتمتع بالطبيعة.

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

2.2.1 مغارات بني عاد:

إحدى أروع الكنوز الطبيعية في العالم تتواجد ببلدية عين فزة بولاية تلمسان غرب الجزائر، تشكلت من الرواسب الكلسية التي نحتت تجاويف وحجرات طبيعية. هذه المغارات مصنفة في المرتبة الأولى إفريقيا والثانية عالميا، تمتد على طول يتجاوز 750 متر وعمق 57 متر ويزيد عرضها على 20 متر.

3.2.1 شواطئ تلمسان:

كما تضم تلمسان العديد من الشواطئ الطبيعية الخلابة كشاطئ مرسى بن مهدي الذي يستقبل أكبر نسبة مصطافين على مستوى الوطن، وشاطئ رشقون، سيدنا يوشع، شاطئ بربجاني، الوردانية، تافسوت، شواطئ هنين. والعديد من الشواطئ الأخرى ذات الرمال الذهبية جعلتها قبلة للسياح من داخل وخارج الوطن.

4.2.1 السلاسل الجبلية والغابات:

تتضمن تلمسان سلسلة من جبال الأطلس التلي تقع في أقصى غربها وجنوبها، كجبال ترارة، وكما تحتوي على العديد من الغابات التي تتوزع على كافة بلدياتها كغابة سيدي محمد في بلدية مغنية.

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

5.2.1 شلالات لوريطة:

هو أعلى شلال في الجزائر، يقع على بعد سبعة كيلومترات من مدينة تلمسان، في منطقة تغطيها أشجار الصنوبر، ويبلغ طول الشلال 350 متر و 120 متر سقوط مستقيم، كان يتكون من سبع طبقات طبيعية مكونة واد الأوريت، بقي 40 سنة جافا بعد أن تم بناء سد مفروش قبل عودته للظهور في 2009، شيد فوق هذا الشلال جسر من الصلب للسكك الحديدية من طرف المهندس الفرنسي المشهور غوستاف إيفيل صانع برج إيفيل.

3.1 الفنادق:

تحتوي تلمسان على عدة فنادق فخمة تمتزج بين الأصالة والطابع التلمساني القديم والحداثة، نذكر منها فندق الزينيين الذي يمتاز بطابع عمراني فريد يمنحك الشعور وكأنك في العهد الزيناني، كذلك كذلك فندق رونيسونس. " من أفضل فنادق تلمسان الجزائرية من فئة الخمس نجوم، ويعتبر المكان المفضل خاصة من حيث موقع الجغرافي. يقدم فندق رونيسانس عدة خدمات راقية، يوجد به موقف مجاني للسيارات، نقل مجاني من وإلى المطار، ساونا ومسبح على الهواء الطلق، ثلاث مطاعم تقدم أكالات عالمية وشرق أوسطية، قاعة للياقة البدنية، مساج وغيرها من المرافق المميزة¹. وكذلك فندق إبييس العالمي، وعدة فنادق من فئة أربعة نجوم وفنادق ثلاث نجوم في باقي البلديات.

4.1 الثقافة والفنون:

تعتبر تلمسان مركزا ثقافيا حيويا، حيث تقوم باستضافة عدة مهرجانات ثقافية وفنية مثل مهرجان موسيقى الغرب الجزائري، ومهرجان الموسيقى الأندلسية التي ترتبط بهذه المدينة التي احتضنت الحضارة الأندلسية في القدم. هذه المهرجانات تقدم فرصا للاستمتاع بالعروض الموسيقية والفنية التقليدية والمعاصرة.

5.1 الضيافة والطعام:

¹ Utrips.com/tlemcen-hotels

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

تشتهر تلمسان بطبيعة سكانها المحافظين المضيفين والمرجين بكثافة الزوار مهما كان الاختلاف بينهم وحسن سلوكهم وسمعتهم المتميزة بالوقار والتربية الحسنة والاحترام، فيقدمون بذلك أحسن استقبال. كما تتميز تلمسان بمطبخها المتنوع الذي يجمع بين العديد من المأكولات الجزائرية وأيضا المأكولات المغربية بحكم قربها من المغرب، فنجد أن المطبخ التلمساني يتميز بذوق خاص يمكن للزوار التمتع به في المطاعم والمقاهي المحلية.

6.1 الحمامات والمنتجات الطبيعية:

تحتوي تلمسان الكثير من الحمامات المشهورة بعلاج الروماتيزم وحصى الكلى والأمراض الجلدية منها حمام الشيقر وحمام بوغرارة، سيدي العبدلي، وبعض العيون الطبيعية كحمامين بأوزيدان. وتقدم هذه المحطات المعدنية معظم مقاصد الزوار للعناية الصحية.

7.1 الرياضة والترفيه:

توفر تلمسان فرصا رائعة لممارسي الرياضة في الهواء الطلق مثل رياضة المشي وركوب الدراجات والتسلق، وأيضا لممارسي الغطس والسباحة الحرة. وفرصة لممارسة رياضة التنس في ملعب منصور ، وفندق رينيسنس. والعديد من النشاطات الأخرى لإحتوائها على الكثير من المركبات الرياضية.

8.1 الأسواق التقليدية والحرف اليدوية:

يمكن للزوار الاستمتاع بشراء المنتجات الحرفية المحلية مثل: السجاد التقليدي والخزف والمجوهرات والصناعات اليدوية التي توارثها السكان أبا عن جد. وزيارة الأسواق الأسبوعية الشعبية للتمتع بالأصالة واكتشاف الثقافة الشعبية للمجتمع التلمساني. كما يمكنهم إقتناء أجود التوابل والبهارات من مطاحن مدينة مغنية، والمنتجات التي تستورد من المغرب كالتاجين المغربي.

2. واقع السياحة والسياح في تلمسان:

1.2 مفهوم السياحة:

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

السياحة هي النشاط الذي يقوم به الأفراد لزيارة أماكن جديدة، خارج مكان إقامتهم لأجل الترفيه والإستكشاف والتجربة الثقافية والتعلم، وتشمل السياحة العديد من الأنشطة كالسفر والإقامة في الفنادق، زيارة الأماكن الأثرية والتنزه وممارسة الرياضيات.

"تعد السياحة مجموعة من الأعمال والوظائف التي تخدم السياح وتساهم في توفير أماكن إقامة، ووسائل النقل والمواقع الترفيهية لجميع السياح¹.

تعد السياحة أيضا مصدرا مهما للدخل للدولة، لأن القطاع السياحي من أحد القطاعات التي تساهم في نمو الناتج المحلي الإجمالي، وتمكن من إيجاد مناصب عمل كثيرة، ومن أحد مصادر الدخل للبلاد من العملات الصعبة، كما أنها أداة جذب للإستثمارات الخاصة المحلية والخارجية عربيا ودوليا.

2.2 سياح مدينة تلمسان:

"السائح هو الشخص الذي يقوم بالإنقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومتر على الأقل من منزله"².

تعريف السائح وفقاً لمنظمة السياحة العالمية هو "أي شخص يقوم بالسفر إلى وجهة غير محل إقامته العادية لفترة زمنية محددة ولأغراض غير مرتبطة بممارسة أي نشاط مقرون بكسب أو أجر". وبمعنى آخر، يعتبر السائح أي شخص يسافر خارج مكان إقامته الدائم للاستمتاع بالتجارب السياحية واستكشاف وجهات جديدة².

منظمة السياحة العالمية هي وكالة تابعة للأمم المتحدة وتعمل على تعزيز التنمية المستدامة للسياحة عالمياً. ويعتبر تحديد تعريف السائح جزءاً من جهودها لتوحيد المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في صناعة السياحة وتعزيز الفهم المشترك بين الدول والمؤسسات المعنية بالسياحة.

يتوافد إلى تلمسان الكثير من الزوار، منهم سكان البلديات والقرى للولايات المجاورة، والطلاب الجامعيين لإحتوائها على عدة كليات جامعية ومعاهد توفر العديد من

¹ Tourism, Cambridge Dictionary, retrived edited 10_9/2017

² موقع منظمة السياحة العلمية (unwto.org/ar) المرجع نفسه

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

التخصصات، ومكتبات البحث العلمي، والزوار القاطنين في مختلف مناطق الوطن في إطار السياحة الداخلية، وفي سبيل معرفة واستكشاف معالم وتاريخ هذا الوطن. أبناء الوطن المغتربين في المهجر العائدين لتمضية العطل، وكذلك السياح الأجانب حيث يتوافد لتلمسان العديد من الزوار من كل البلدان، سواء دول الجوار والبلدان الإفريقية بحكم أنها بوابة هذه القارة والسياس من باقي أنحاء العالم.

3.2 الصعوبات التي تعيق السياح الأجانب:

عند زيارة السياح الأجانب لتلمسان قد يواجهون بعض الصعوبات والتحديات نذكر منها:

1.3.2 اللغة:

بما أن اللغة الرسمية في تلمسان هي العربية فقد يجد السائح صعوبة كبيرة في التواصل مع السكان المحليين وفهم التعليمات واللافتات.

2.3.2 الثقافة والعادات المحلية: هناك العديد من الاختلافات الثقافية والعادات والتقاليد

التي قد تكون غريبة عن الأجانب، لذلك يحتاج السياح لفهمها للتكيف معها واحترامها.

3.3.2 النقل:

قد يواجه السياح الأجانب صعوبة في التجول في تلمسان، إذا لم يكونوا على دراية بنظام المواصلات والخدمات المتاحة، وصعوبة العثور على وسائل النقل وفهم الجداول الزمنية والإتجاهات.

4.3.2 المعالم السياحية:

من الصعب على السياح الأجانب تحديد ومعرفة المعالم السياحية في تلمسان بحيث أنهم لا يملكون معرفة مسبقة بالمنطقة، فيحتاجون إلى دليل سياحي أو معلومات إضافية لإكتشاف المعالم البارزة والأماكن التي تستحق الزيارة.

فبالتالي تعتبر اللغة العامل الأساسي للتواصل وتسهيل النشاط السياحي للزوار الأجانب. لذلك لابد من القيام بترجمة الملصقات الإشهارية.

4.2 الأهمية المختلفة للسياحة:

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

يشهد النشاط السياحي أهمية كبيرة في الاقتصاد العالمي، وقد عرف نموًا مستمرًا منذ الحرب العالمية الثانية. وفقًا للتقارير الصادرة عن منظمة السياحة العالمية، فقد بلغ عدد السياح في عام 1997 62.80 مليون سائح، وقد بلغ الإنفاق السياحي في ذلك العام حوالي 443 مليار دولار. تعد السياحة قطاعًا حيويًا في الاقتصاد العالمي، حيث تُساهم بشكل كبير في إحداث النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل. تعزز السياحة الاستثمارات في البنية التحتية وتعمل على تطوير الصناعات السياحية المحلية. كما تعمل على تعزيز التبادل التجاري وتعزيز الثقافة والتفاهم العابر للحدود بين الشعوب.

بالإضافة إلى ذلك، تعتبر السياحة مصدرًا هامًا للعملة الصعبة للبلدان المضيفة، حيث ينفق السياح في المستلزمات السياحية والإقامة والتسوق والترفيه. وبذلك، تعزز السياحة الاستثمارات وتُساهم في توفير الدخل الوطني وتحسين مستوى المعيشة للسكان المحليين. تُعدّ الأرقام المذكورة لعام 1997 مثالًا على تزايد أهمية السياحة وزيادة الإقبال على السفر واستكشاف الوجهات السياحية حول العالم. ومنذ ذلك الحين، تواصلت السياحة تحقيق نمو كبير، وتعزز التنمية الاقتصادية والاجتماعية في العديد من البلدان والمجتمعات حول العالم.¹

تعتبر السياحة نشاطًا أساسيًا بسبب تأثيرها المباشر على القطاعات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للدول، إن السياحة تعد نشاطًا غنياً بفرص التوظيف حيث تشير الإحصائيات إلى أن نسبة العمالة المعنية بالقطاع السياحي، سواء مباشرة أو غير مباشرة، تبلغ 11% من قوة العمل العالمية.²

ولقد ذكر الأستاذ "شرقي سنوسي مصطفى" أثر السياحة في كتابه.

« Le tourisme à un épanouissement impact sur l'économie du pays, grâce à l'augmentation de l'activité économique dans les endroits visités. à savoir l'augmentation nette des richesses des résidents. Il est impératif que le citoyen

¹ تقرير المنظمة العالمية للسياحة ، 1999.

² - ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، 1997، ص 45.

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

soit en mesure de communiquer dans plusieurs langues et notamment en anglais afin de pouvoir commercialiser ses marchandises et s'entretenir avec le touriste ».¹

السياحة لها تأثير كبير على اقتصاد البلد، بفضل زيادة النشاط الاقتصادي في الأماكن التي يتم زيارتها وعلى وجه الخصوص زيادة صافي الثروة للسكان، من الضروري أن يكون المواطن قادرا على التواصل بلغات متعددة وخصوصا الإنجليزية لتسويق سلعة والتفاهم مع السائحين.

ف نجد أن السياحة تدفع الشخص لتطوير لغاته الأجنبية ليستطيع التواصل مع السياح، فترتفع من المستوى اللغوي للسكان وتساهم في النمو الاقتصادي، وتحسين المستوى الفكري للسكان نتيجة احتكاكهم بالعديد من السياح التي تختلف ثقافتهم فيأخذوا جرعات مختلفة من كل الثقافات وتعمل على تقويم السلوك ليكون السكان قادرين على تقديم أحسن وجه للمنطقة. تلعب السياحة دورا هاما في تنشيط اقتصاديات العديد من الدول، حيث أصبحت تمثل مصدرا هاما للدخل القومي نتيجة إنفاق السياح في مختلف الأشكال، يتضمن ذلك الإقامة، ووسائل النقل والتغذية والخدمات الأخرى. بالإضافة إلى ذلك تولد هذه الإنفقات آثارا اقتصادية متعددة، تنشأ عن تدفق الإيرادات السياحية في دورات اقتصادية متعددة، مما يؤدي إلى الرواج والنمو في مختلف المجالات.²

3 دور الملصقات الإشهارية في صناعة السياحة:

1.3 الملصق الإشهاري السياحي:

تختلف الملصقات باختلاف الهدف المرجو منها فنجد الملصقات الإشهارية، التجارية، السياسية، والسياحية.

1 - شرقي سنوسي مصطفى،

2 - مختار إبراهيم مختار، الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة، دراسة في المردود الاقتصادي من السياحة في ليبيا، المجلة الأكاديمية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثاني، طرابلس، 2009، ص 50.

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

الملصق الإشهاري السياحي عبارة عن صفحة مطبوعة من طرف وزارة السياحة أو الوكالات السياحية يتكون من صورة لمعالم البلد المستهدف ونص يحتوي على تعريف للمكان ومميزاته لجلب السياح.

يسمك استخدام مجموعة من الملصقات لإبراز نشاط المرافق السياحية في المواقع الأثرية والدينية، ولنقل صورة مؤثرة عن الخدمات التي تقدمها الجهات المعنية، وتعكس الواقع السياحي لتلك المواقع.

1. تصميم جذاب: استخدام تصاميم ملصقات جذابة تظهر جمال وروعة المواقع السياحية، مثل الآثار القديمة والمعابد الرائعة، لإلقاء نظرة سريعة على ما يمكن للزوار توقعه.
2. رموز تمييزية: استخدام رموز ورموز تمييزية تعبر عن الأنشطة المتاحة في الموقع، مثل الغوص، وركوب الدراجات، التسلق، أو النشاطات الثقافية.
3. رموز الخدمات: استخدام أيقونات صغيرة تمثل الخدمات المتاحة في الموقع السياحي، مثل المطاعم والمحال التجارية والفنادق، لإظهار التجهيزات المتاحة للزوار.
4. معلومات موجزة: تقديم معلومات مختصرة عن الموقع السياحي، مثل الموقع الجغرافي، التاريخ، والقصة المرتبطة به، لإيصال فهم أعمق وأوضح للموقع.
5. شهادات الجودة والتقييمات: إدراج ملصقات تعكس الجودة والتقييمات الموجودة للموقع، مثل شهادات الجودة المعترف بها وتقييمات الزوار، لبث الثقة في الخدمات المقدمة.

يمكن استخدام هذه الملصقات على الويب، وفي الإعلانات المطبوعة، وعبر وسائل التواصل الاجتماعي، لتسليط الضوء على الجوانب السياحية المميزة للموقع وزيادة الاهتمام بزيارته¹.

2.3. دور الملصق الإشهاري في الجانب السياحي:

يلعب الملصق الإشهاري دورا بالغ الأهمية في تعزيز صناعة السياحة وجذب أكبر عدد من الزوار إلى وجهات سياحية محددة، وتتجلى أهميته في النقاط التالية:

¹ عزاء إسماعيل زيدان: دور الملصقات الجدارية في الحملات الدعائية للانتخابات. مجلة آداب الفراهيدي، العدد الخاص بالمؤتمر الثالث، العدد الأول، ص 588، 589.

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

• الترويج والتسويق: يعمل الملصق الإشهاري السياحي على تسليط الضوء على جماليات ومعالم الوجهة السياحية، ويساعد في الترويج للمعالم السياحية البارزة والفعاليات الثقافية والرياضية المهمة؛ وبذلك تلفت الانتباه إلى العناصر المميزة والفريدة للوجهة وتجذب اهتمام السياح المحتملين.

• إثارة الفضول: يعمل الملصق الإشهاري السياحي على إثارة الفضول لدى السياح المحتملين وتشجيعهم على استكشاف الوجهة السياحية بأنفسهم، فيعرض المناظر الطبيعية الخلابة والأنشطة المسلية والتجارب الفريدة التي يمكن الاستمتاع بها في الوجهة مما يدفع السياح للزيارة والاستكشاف.

• بناء الهوية والسمعة: يساهم في بناء هوية الوجهة السياحية وتعزيز سمعتها، من خلال استخدام عناصر تصميم جذابة ولافتة للنظر، تخلق انطباعا إيجابيا لدى الجمهور، وتدفعه لمشاركة المعلومات التي تلقاها عن الوجهة مما يعزز سمعة الوجهة ويزيد من انتشارها.

• تعزيز الاقتصاد المحلي: يجذب المزيد من السياح، يساهم في الاقتصاد المحلي، حيث يزيد وصول السياح من الطلب على خدمات الإقامة والمطاعم والتسوق مما يدعم النشاط الاقتصادي. تعزيز الوعي الثقافي: من خلال عرض العناصر الثقافية والتراثية في الملصق، تساهم الوجهة السياحية في تعزيز الوعي الثقافي وتشجيع السياحة على اكتشاف التراث والثقافة المحلية وهذا يساهم في الحفاظ على التراث والتقاليد المحلية وتعزيز التفاهم الثقافي بين الثقافات المختلفة.¹

المبحث الثاني: علاقة ترجمة الملصقات الإشهارية بالجانب الاقتصادي:

لتكون هنالك عملية اقتصادية لا بد من توفري عنصرين أساسيين، وهما المنتج أو الخدمة التي تقدمها الشركة أو المؤسسة وعنصر المستهلك الذي يقوم باستهلاك هذا المنتج.

1 - محمد صاحب سلطان، "العلاقات العامة ووسائل الاتصال"، دار المسيرة، ط1، 2011، ص 186 - 187.

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

وليتمكن المستهلك من معرفة واكتشاف المنتج لا بد من وجود إشهار يرغبه على استعماله، لهذا تلجأ أكبر الشركات في العالم إلى استخدام الحملات الإشهارية، سواء في التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي وكبرى التظاهرات الثقافية والرياضية، والملصقات الإشهارية التي ننمر عليها يوميا.

1. الإشهار:

ورد في اللغة العربية التعريف التالي:

"أشهر من لافعل يشهر إشهارا، ويقال أشهير لأمر بمعنى ظهره وبينه أي جعله مشهور، ويقال أشهر السيف أي سله من غمده ورفعته في وجه خصمه، وأشهر الحرب أي لم يهاجم بغتة بل أعلن عنها، أيضا يقال أشهر مواد صناعية أي أعلن عنها لتصير مشهورة فتشترى"¹.

أما في قاموس التسويق الثلاثي للغات فيعرف الإشهار كما يلي: "أي شكل من أشكال العروض غير الشخصية وترويج الأفكار والسلع والخدمات المدفوعة من قبل راع معين"².

ونجد الإشهار في القاموس الإنجليزي في طبعته التالية التعريف التالي: (Belaid, 2009, p. 156)³

« Information printed on a newspaper or on TV screen, a picture on a wall, which tries to persuade people to buy something ».
(Oxford, 2009, p. 12)¹

¹ - www.almaany.com/AR/dict/ar-ar.

² - Belaid MC (2009), Le Dictionnaire du Marketing Trilingue, édition les pages Blues international, Alger.

³ - Oxford dictionnery.

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

المعلومات الموجودة في الجرائد أو على شاشة التلفاز أو صورة على حائط تهدف لإقناع الفرد بشراء شيء ما. (ترجمتها)

كما عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الإشهار على أنه: "الوسيلة غير الشخصية لتقديم السلع والخدمات، والأفكار بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر معلوم.²

كما يعرف أنه مجموع الوسائل المستعملة في تعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية، وإقناعه بمنتجاتها والتلميح له بحاجته إليها بطريقة ما.³

2. المؤسسة الاقتصادية:

المؤسسة الاقتصادية وتدعى باللغة الإنجليزية "Économic Corporation" وهي منظمة ذات استقلالية، تتميز باتخاذها للقرارات المالية، والمادية والإعلامية المتعلقة بالموارد البشرية، تهدف إلى بناء قيمة مضافة ترتبط مع أهدافها ضمن نطاق زمني ومكاني محدد.⁴

وتعرف المؤسسة الاقتصادية بأنها عبارة عن تجمع من الأشخاص، يستخدمون مجموعة وسائل فكرية ومالية لهدف تحويل وتوزيع الخدمات والسلع. انطلاقاً من أهداف مسطرة من طرف الإدارة لكي تحقق المنافع الاجتماعية والأرباح.⁵

هناك تعريفات أخرى للمؤسسة الاقتصادية منها: هي وحدة اقتصادية تحتوي على موارد مادية وبشرية، تساهم في عملية الإنتاج من خلال تقسيم المهام والمسؤوليات بينهم مما يساهم في تحقيق أرباح مالية.

1 - تامر البكري، "الاتصالات التسويقية والترويج"، دار ومكتبة الحامد للنشر والترويج، ط 1، عمان، الأردن، 2006، ص 196.

2 - ليلي كوسة، واقع وأهمية الإعلان في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بمذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة قسنطينة، 2007، ص 52.

3 - www.Almarja.net

4 - www.Almarja.net

5 - www.Almarja.net

3. التسويق:

التسويق أو ما يدعى باللغة الإنجليزية Marketing هو مجموع الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة الاقتصادية لترويج بيع خدمة أو منتج ما. ويتضمن الإعلان عن المنتجات وبيعها للزبائن أو إلى الشركات الأخرى. وقد يتم توظيف شركات متخصصة في مجال التسويق لتقوم بحملات ترويجية كبيرة لمنتجات خاصة بشركة أخرى مقابل مبلغ متفق عليه بموجب عقد.

لذلك يسعى الأشخاص المتخصصون في مجال التسويق إلى لفت انتباه العملاء من خلال إقامة الحملات الإشهارية التي تحتوي على تفاصيل تجذب الزبائن، وبناء على ما سبق فإن إنشاء شركات أو قسم خاص بالتسويق يعد أمرا جد مهم، فكما كانت الاستراتيجية التسويقية فعالة بالشكل الصحيح تزداد المبيعات، وبالتالي زيادة فرص الكسب والنجاح والاستمرارية في سوق العمل، والنمو والمنافسة.¹

4. دور الترجمة في العملية التسويقية:

1.4. مفهوم الترجمة التسويقية:

تحتاج أي شركة لها علامات تجارية تباع في دول مختلفة ترجمة تسويقية لجذب مختلف المستهلكين باختلاف لغاتهم بشكل مباشر.

وتتطلب هذه العملية ترجمة جميع المحتويات المستخدمة للتسويق، من ملصقات إشهارية والبرامج النصية لمقاطع الفيديو والمنشورات في مواقع التواصل الاجتماعي وأوصاف المنتجات، فالترجمة التسويقية تتطلب دقة أكبر بخلاف من الترجمة المباشرة.¹

2.4. العوامل التي يجب مراعاتها أثناء الترجمة التسويقية:

تختلف الترجمة التسويقية عن الترجمة المباشرة: عندما يقوم المترجم بتقديم خدمات الترجمة التسويقية، فالعملية لا تركز فقط على اللغة الهدف، فيتعين عليه تحديد كيفية نقل نفس الرسالة التسويقية باللغات التي يطلبها العميل، كما يكتب المحتوى التسويقي بشكل يناسب العلامة التجارية. وبالتالي يجب عليه أن يكون حريصا على فهم مضمون المحتوى الإعلاني.

تحتاج الترجمة التسويقية إلى التكيف مع السياق الثقافي للمنطقة المستهدفة: من المستحسن أن يعيش مترجم التسويق في البلد المستهدف، لكي يفهم الثقافة المحلية جيدا، والاختلافات الثقافية والاجتماعية، لأن هناك كلمات لا يوجد لها ترجمات مباشرة في لغات أخرى، ولتكون التعبيرات والصور مقبولة للثقافة المستهدفة.

التعبير المعتمدة على الثقافة: غالبا ما تستخدم الاستعارات والتعبير في التسويق والإشهار، والتي تكون مفهومة من طرف جمهور منطقة معينة وهي البلد الأصلي. فهي عادة لا تترجم بشكل جيد وقد تشكل مشكلة عند استخدامها في بلدان أخرى.²

نستنتج مما سبق أن الملصقات الإشهارية تعتبر وسيلة تسويقية تستخدم لجذب الانتباه وتعزيز المبيعات، حيث تحمل رسالة محددة تتعلق بالمنتج أو خدمة معينة تعرض بشكل

1 - موقع إجابة للترجمة المعتمدة: ejadatanstate.com

2 - موقع إجابة للترجمة المعتمدة: ejadatanstate.com

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

عام للجمهور، ساهم في انتشار المؤسسة الاقتصادية في السوق العالمي، وتلبي الاحتياجات الثقافية من خلال تكييف الرسالة الإعلانية، تساهم في فهم الملصق الإعلاني بشكل دقيق وواضح من طرف الجمهور المستهدف وتعزز التواصل الفعال بينه وبين الشركة، وتساهم في زيادة الإيرادات والمبيعات من خلال وصول المنتجات والخدمات لجمهور أوسع، تعمل على إعطاء صورة إيجابية عن الشركة وتزيد من ثقة الجمهور فيها واحتمالية النجاح الاقتصادي.

الفصل الثالث :

دراسة بعض

الأُمَّة _____ لة حول

ترجمة الملصقات

الإشهارية في تلمسان

تمهيد:

تعد الملصقات الإشهارية وسيلة مهمة وفعالة للتواصل والترويج للمنتجات والخدمات في المجتمع. في ظل التطورات الحديثة في العولمة والتواصل العالمي، أصبحت الشركات والمؤسسات تدرك أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية للوصول إلى جمهور واسع ومتنوع من العملاء في جميع أنحاء العالم. وبالتالي، يعد هذا العمل فرصة قيمة لدراسة ترجمة الملصقات الإشهارية في مدينة تلمسان والتعمق في فهم التحديات والاعتبارات التي تنطوي عليها عملية الترجمة في هذا السياق.

هدف هذا الفصل هو استكشاف وتحليل جودة الترجمة لبعض النماذج المحددة للملصقات الإشهارية في تلمسان. سيتم التركيز على مجموعة مختارة من الملصقات الإشهارية المتواجدة في المدينة وتحليلها من حيث الدقة اللغوية والأسلوب والتواصل الثقافي. سيتم أيضا تحليل التحديات التي تواجهها عملية الترجمة في هذا السياق الثقافي واللغوي المحدد، بما في ذلك التعامل مع تفاوت الثقافة والترجمة اللغوية والتواصل الفعال للرسالة الإشهارية.

ستتاح الفرصة لتطوير توصيات واقتراحات محددة لتحسين جودة الترجمة للملصقات الإشهارية عامة ولمدينة تلمسان خاصة، مما يساهم في تعزيز الفهم الدقيق والفعال للمحتوى الإشهار لدى الجمهور المستهدف.

1. دراسة أمثلة للملصقات الإعلانية الخاصة بالتوجيه والإرشاد:

أ. المطارات:

يعتبر المطار أول مكان تطأ قدما السائح الأجنبي في الأراضي الجزائرية، وتحتوي تلمسان على مطار مصالي الحاج الدولي الذي يعتبر بوابة الوصول إلى المدينة ومنطقة غرب الجزائر.

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

ولضمان تجربة سفر سلسة ومريحة للمسافرين، تستخدم المطارات عادة اللوحات الإرشادية التي تقدم معلومات هامة وتوجيهات للمسافرين في المطار، وتنقسم هذه اللوحات إلى عدة أنواع:

- لوحات التوجيه إلى الخدمات: تتضمن اللوحات الإرشادية في مطار تلمسان توجيهات إلى مختلف الخدمات الموجودة في المطار، تشمل هذه الخدمات صالات الإستقبال والتسجيل، مناطق الأمن والجمارك، أماكن تأجير السيارات، مكاتب السفر والفنادق، المطاعم والمقاهي، دورات المياه والمحلات التجارية. أخذنا لافتة مكتب الإستعلامات الموجودة في مطار مصالي الحاج الدولي كمثال:



اللافتة عبارة عن كلمة "إستعلامات" مكتوبة بثلاثة لغات العربية والإنجليزية والفرنسية إضافة إلى الرمز "أ" المعمول به دولياً والذي يعني الإستعلامات، وهو عبارة عن إختصار لكلمة « Information ».

نلاحظ في هذه اللافتة أنه خلال ترجمة كلمة "إستعلامات" إلى اللغة الإنجليزية تمت إضافة كلمة « Desk » والتي تعني مكتب، وهذا من أجل توضيح المعنى للقارئ بأن هذا المكتب خاص بالإستعلامات والتوجيهات، وهذا لغرض تأكيد كلمة « Information »

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

والتي تعني إعلانات وهذا باستعمال تقنية للتكافؤ لإختبار المكافئ المثالي في اللغة الهدف.

أما بالنسبة للترجمة للغة الفرنسية فقد تمت بترجمة حرفية كلمة بكلمة "إعلانات" « Information ».

كمثال ثاني أخذنا لافتة التوجيه الخاصة بدورات المياه:



نلاحظ في هذه اللافتة ترجمة لكلمة مراحيض إلى اللغة الإنجليزية والفرنسية مع استخدام الرمز الدولي الخاص المعمول به « WC » وهي كلمة مستخدمة للإشارة لدورات المياه كانت تشير في الأصل إلى "خزانة المياه" « Water Closet » وتحولت فيما بعد لتعني المراض¹.

ونجد أيضا ترجمة لكلمة رجال إلى اللغتين الإنجليزية والفرنسية مع الرمز الخاص بها وكذلك الإتجاه المتواجدة فيه، ونفس الشيء بالنسبة لكلمة نساء.

يستخدم المترجم تقنية الترجمة الحرفية كلمة بكلمة في التراجم الثلاثة الموجودة في هذا الملصق الإعلاني.

والغرض من هذه التقنية المستخدمة هو التبسيط وإيضاح المعنى باللغات الثلاثة الأكثر استعمالا في العالم.

- لوحات التوجيه إلى صالات الانتظار: تشير هذه اللوحات إلى الاتجاهات المؤدية إلى صالات الانتظار المختلفة، ومناطق الوصول والركوب، وبوابات الدخول والخروج إلى المطار ومواقف السيارات وباقي التوجيهات المختلفة.

¹ موقع الروشن العربي www.eroshen.com (تاريخ الزيارة/الساعة).

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

أخذنا كمثال لافتة كبيرة متواجدة في ردهة المطار، وتشير هذه اللافتة إلى منطقة الوصول الدولي وأبواب الخروج وإلى موقف السيارات.



نلاحظ في هذا الملصق الإعلان أنه مقسم إلى ثلاثة أقسام: القسم العلوي الكبير المكتوب بشكل أفقي الذي يشير إلى "منطقة الوصول الدولي" وترجمته إلى اللغة الإنجليزية « International arrival ».

وأيضا الترجمة إلى اللغة الفرنسية « Arrivée internationale », إضافة إلى الرمز الدولي الذي هو عبارة طائرة في وضعية الهبوط، وهذا الرمز يستعمل في المطارات ويرمز لمنطقة نزول المسافرين القادمين على متن الطائرة، وأيضا يحتوي على اتجاه تواجد هذه المنطقة معبرا عنها بسهم "↑".

وكذلك نجد في القسم السفلي الأيمن كلمة "خروج" وترجمتها إلى اللغة الإنجليزية « Exit », وأيضا ترجمتها إلى اللغة الفرنسية « Sortie ».

وهذا باستخدام تقنية الترجمة الحرفية في كلا القسمين بترجمة كلمة بكلمة بالنسبة لوصول Arrival و دولي International وخروج Exit، أما فيما يخص الرموز فهي رموز عالمية مستخدمة في جميع اللغات والبلدان، لا تتغير ولا تترجم، لأنها رموز يفهمها جميع الشعوب لأنها متفق عليها عالميا ومعمول بها في جميع مناطق العالم.

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

أما فيما يخص القسم السفلي الأيسر فتضمن الإتجاه الموجود فيه موقف السيارات، حيث أنه يحتوي على كلمة "موقف السيارات" وترجمتها إلى اللغة الإنجليزية « Car Park » وهذا باستخدام تقنية التكافؤ بإيجاد العبارة المكافئة لهذه العبارة في اللغة الهدف.

موقف السيارات Car park

كما كان من الممكن أيضا استخدام كلمة « Parking » وهي مكافئة أيضا لعبارة "موقف السيارات" في اللغة الإنجليزية، فنلاحظ أن المترجم فضل عبارة « Car Park » على « Parking » لأنها العبارة الأكثر تداولاً في المجتمعات الناطقة بالإنجليزية، وأيضا من أجل التفرقة في الكتابة بين اللغة الإنجليزية والفرنسية لأن ترجمة عبارة "موقف السيارات" باللغة الفرنسية هي أيضا « Parking » وهذا ما استعمله كاتب هذا الملصق الإعلاني في ترجمته، وإضافة الرمز الدولي « P » وهو اختصار لكلمة « Parking » المعمول بها دوليا والذي يعني موقف السيارات.

إضافة إلى ذلك يوجد سهم "←" يشير إلى مكان تواجد موقف السيارات.

عند تحليلنا لترجمة اللوحات التوجيهية المستخدمة داخل مطار مصالي الحاج الدولي، نرى أن المترجم وفق في ترجمته وأن جميع العبارات مفهومة وسهلة وبسيطة، وأدت دورها بنجاح في إيصال المعلومة إلى المتلقي. ويمكننا مراعاة عدة عوامل:

- الدقة والوضوح: تكون الدقة والوضوح أمرا هاما في ترجمة الملصقات الإشهارية التي هي عبارة عن لوحات توجيهية في المطار يجب أن تكون الترجمة واضحة ومفهومة بشكل جيد حيث تمكن المسافرين الفهم السريع للمعلومات والتوجيهات المقدمة، يجب تجنب الاستخدام المفرط للمصطلحات التقنية والتعابير اللغوية المعقدة وإستخدام عبارات بسيطة وسهلة لتمكين المتلقي من فهمها وإستخدامها بسرعة لربح الوقت نظرا لأهميته في الوصول إلى المواعيد في الوقت المحدد، وأيضا لتجنب حصول الإزدحام، وأيضا لكي لا يتوه المسافر داخل المطار.

- الإهتمام بالترجمة اللغوية والثقافية: يجب أخذ الترجمة لغوية وثقافية بعين الإعتبار عند ترجمة اللوحات التوجيهية، ويجب أيضا تجنب إستخدام الترجمة الحرفية كثيرا

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

والإهتمام بصفة أكبر بتوصيل المعنى الصحيح والسهل الذي يتفهمه المسافرون بسهولة.

- استخدام الرموز والرسوم التوضيحية والإشارة إلى إتجاه الأماكن المذكورة: يجب أن تحتوي اللوحات الإرشادية في المطار على رموز ورسوم توضيحية وذلك تسهيل فهم المعلومات بصريا، يجب أن يكون استخدام الرموز والرسوم التوضيحية موحدا ومتفقا عليه عالميا، وأيضا من أجل تمكين المسافرين من فهم هذه الإرشادات عن طريق رؤية الرموز فقط دون اللجوء إلى القراءة من أجل تسريع الفهم وأيضا لتمكين الأميين الذين لا يجيدون القراءة والذين لا يتقنون اللغات الثلاث المستعملة في بلدنا من معرفة موقع هذه الأماكن.

ب. الطرقات:

خلال إستغلالنا للطريق وتواجدنا بعدة أماكن نلاحظ أن ترجمة اللوحات التوجيهية للطرقات تعد جزءا حيويا ومهما لتوجيه المرور وتوفير المعلومات اللازمة للسائقين ومستعملي الطريق والمتجولين أيضا في المدينة.



في مدخل تلمسان عبر الطريق السيار قابلنا هذه اللافتة الترحيبية العملاقة المكتوبة باللغات الثلاثة، العربية وهي اللغة الرسمية في البلاد إضافة إلى اللغتين الإنجليزية والفرنسية فتمت ترجمة عبارة "ولاية تلمسان ترحب بكم" إلى اللغة الفرنسية « La

Wilaya de Tlemcen vous souhaite la bienvenue ».

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

وإلى اللغة الإنجليزية ب: « Welcome to Tlemcen » مستخدما تقنية التكافؤ حيث أنه لم يترجم كلمة "ولاية تلمسان" التي ترجمتها في الأصل « Tlemcen Province »، وإستخدام إسم تلمسان فقط لأنها إسم علم الخاص بالمنطقة والذي لا يمكن ترجمته إلا عن طريق نسخه إلى اللغة الهدف.



أما بالنسبة لهذه اللافتة المتواجدة في مدخل مدينة مغنية، التي هي عبارة عن لافتة ترحيب بزوار المدينة، والتي تتضمن عبارة "مغنية ترحب بكم" وترجمتها إلى اللغة الإنجليزية « Welcome to Maghnia » مستعملا أيضا تقنية التكافؤ وهذا لأنه إستعمل العبارة الترحيبية الأكثر تداول لدى الناطقين بالإنجليزية، وتجنبه للترجمة الحرفية في ترجمته هذه العبارات.



الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

نلاحظ في هذه الصورة وجود ثلاث لافتات بمدخل الطريق السياح الخاص بمدينة مغنية. اللافتة الكبيرة الموجودة على اليسار خاصة بالراغبين مواصلة استخدام الطريق السياح. نلاحظ ترجمة لكلمة "وجدة" إلى « Oujda » باللغة الفرنسية، وأيضا "الحدود الجزائرية المغربية" إلى « Frontier Algero-Marocaine » إضافة إلى سهم "↓" للإشارة إلى اتجاه هذه الأماكن، مستعملا تقنية الترجمة الحرفية وأسلوب النقرحة الذي يستعمل في ترجمة أسماء الأعلام وهذا ما يجعله مفهوم من طرف الذين يتكلمون اللغة الإنجليزية لأنه مفهوم من طرف جميع اللغات التي تستعمل الحروف اللاتينية، وهذا لأن اللغة الفرنسية هي اللغة الثانية في البلاد لذلك نلاحظ وجود اللغة الإنجليزية إلا في المواقع الهامة والكبيرة وفي أيضا في اللافتات الحديثة الصنع. عند تحليلنا لهذه اللافتات نلاحظ أن المترجم أخذ بعين الاعتبار عدة معايير في ترجمته لهذه اللافتات الإعلانية:

- التواصل مع السائقين الغير ناطقين بلغة المنطقة: تكون الترجمة أمرا ضروريا للتواصل مع السائقين الذين قد لا يفهمون لغة المنطقة بشكل كامل، تساعد الترجمة في توجيههم وتزويدهم بالمعلومات اللازمة للقيادة بأمان ومعرفة الأماكن، ونجدها أيضا عند المناطق التي بها تنوع لغوي.
- السياحة والزوار الأجانب: تعتبر الترجمة أمرا حيويا وهاما للسائحين والزوار الأجانب الذين يزورون بلدانا جديدة، توفر الترجمة المعلومات اللازمة بلغة يفهمونها بسهولة، مما يسهل تنقلهم وتوجيههم على الطرقات وتسهيل معرفة أسماء الأماكن المتواجدة فيها.
- السلامة المرورية: تلعب اللوحات التوجيهية دورا حاسما في تعزيز السلامة المرورية، عندما تترجم بشكل صحيح وفعال تساعد اللوحات المترجمة على التقليل من حوادث الطرقات وزيادة الوعي المروري للسائقين، لأن إشارة المرور عبارة عن رموز متفق عليها دوليا ولا تحتاج إلى ترجمة لأنها واضحة ومفهومة لدى الجميع.
- تقنية النقرحة أو الإقتراض: يعد الإقتراض من التقنيات الترجمة الشائعة، ويقصد به نقل المترجم عن قصد كلمة معينة كما هي في النص الأصل إلى النص الهدف. يحصل

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

ذلك غالبا عندما لا تحتوي اللغة الهدف على مصطلح مقابل وتفتح هذه التقنية المجال للمترجم لإخراج النص بوضوح في سياق ثقافي معين، وذلك عن طريق المفردات التي تستعملها هذه الثقافة¹. ويستخدم أيضا في ترجمة أسماء العلم. من أجل تحقيق ترجمة فعالة للوحات التوجيهية، يجب أن تكون اللغة المستخدمة واضحة ومفهومة، وأن تراعي الثقافة والقوانين المحلية للبلاد. كما يجب أن تستخدم ترجمة الأيقونات والرموز المناسبة لنقل المعلومات بشكل دقيق وسهل الفهم. تعد ترجمة اللوحات الإشهارية جزءا هاما من توفير قيادة آمنة وسلسلة للسائقين، سواء كانوا محليين أو زوار.

2. دراسة بعض الأمثلة في مجال الإتصالات:

سنقوم بدراسة لهذه المطوية الإشهارية الخاصة بمتعامل شريحة الهاتف المحمول Mobilis المتمثلة في شرح لطريقة الإتصال بخدمة الزبائن وباقي الخدمات.

كيفية الإتصال بخدمة زبائن موبيليس ؟
Comment contacter le service clients Mobilis ?



خدمة الزبائن للخواص
Service Clients pour les Particuliers

888 من خط الدفع المسبق
A partir d'une ligne Prépayée

666 من خط الدفع البسدي
A partir d'une ligne Postpayée/Mobilicontrol

0660 600 666 من متعامل آخر / ثابت
0660 600 888 A partir d'un autre opérateur / fixe

خدمة الزبائن للمؤسسات
Service Clients pour les Entreprises

999 من الخط الخاص بالمؤسسات
A partir de la ligne des entreprises



من خط آخر
A partir d'une autre ligne
0660 600 999

خدمة الزبائن لنقاط البيع
Service Clients pour les Points de Vente

636 من الخط الخاص بنقاط البيع
A partir de la ligne des points de vente

من خط آخر
A partir d'une autre ligne
0660 600 636

عبر وسائل التواصل الإجتماعي
Via les Réseaux Sociaux

 
#MobilisHelp
@MobilisOfficielle @ATM_Mobilis

¹ موقع قطار www.translation.com (تاريخ الزيارة .. / الساعة) الترجمة للمقالات عن الترجمة والمترجم.

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

في الجملة الأولى:

كيفية الإتصال بخدمة الزبائن موبيليس؟

Comment contacter le service client Mobilis ?

نلاحظ إستخدام تقنية الترجمة الحرفية في معظم الكلمات لهذه الجملة إلا في كلمة موبيليس الذي إستعمل تقنية النسخ (ترجمة إسم الشركة) لأنها غير موجودة في قواميس اللغة العربية بما أنها إسم شركة.

ونلاحظ إستخدام نفس التقنية في معظم الجمل، وأما بالنسبة لجملة "من خط الدفع البعدي" التي ترجمت إلى « A partir d'un ligne postpayée / mobicontrol »، فقد قام المترجم بإعطائنا إختيارين فيما يخص ترجمة جملة "الدفع البعدي" المتمثلين في « Mobicontrol » و « Postpayée » وهذا لغرض تسهيل وإيضاح أفضل لعبارة الدفع البعدي عن طريق إستعمال الترجمة الصحيحة والأقرب في اللغة الفرنسية Postpayée وهذا بإستخدام تقنية التكافؤ لإختيار المكافئ المناسب لها في اللغة الهدف. أما بالنسبة لكلمة Mobicontrol فهي كلمة حديثة النشأة في قواميس اللغة والتي تتكون من كلمتين مدموجتين « Mobile » التي تعني "متنقل" و « Control » والتي تعني التحكم، واستخدمت كخيار ثاني من أجل توضيح أفضل للمعنى وتوصيل للمعلومة بنسبة أكبر للمتقنين الكثيرين التداول في هذا المجال لأنها كلمة كثيرة التداول في عصرنا الحديث بالنسبة لمستخدمي أجهزة الإتصالات.

- في هذا الملصق الإعلاني الخاص بمتعامل الهاتف موبيليس الذي يتمثل في إعلان عن إطلاق خدمة الجيل الرابع لشبكة الأنترنت.



www.mobilis.dz

موبيليس
mobilis

إستعمل هذا الإعلان بكلمة « Mabrouk » والتي هي كلمة عربية الأصل تستعمل للتهنئة "مبروك".

نجد مزجا لغويا ناجحا بين نسح للكلمة العربية "مبروك" بالحروف الفرنسية وإختصار لعبارة الجيل الرابع باللغة الفرنسية « 4G » حيث نقلت حروفها شكليا بإجراء النقرحة « La translitération » بما يتناسب مع حروفها في اللغة الهدف بالنسبة لكلمة مبروك، أما فيما يخص إختصار الجيل الرابع والتي ترجمتها هي La quatrième génération فإختصارها باللغة الفرنسية 4G أما فيما يخص عبارة Mobilis Lahket فهي عبارة عن مزيج بين تقنية التكافؤ فيما يخص كلمة موبيليس كما ذكرنا سابقا وتقنية النسخ لكلمة « Lahket » وهي كلمة من الدارجة الجزائرية "لحقت" وتعني وصلت Arrivé وأستخدمت هذه الطريقة لترسيخ المعنى لدى الجمهور المستهدف الذي يتمثل في المجتمع الجزائري، الذي معظمه يتخذ من هذه الطريقة أسلوب للتواصل فيما بينهم الذي هو عبارة

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

عن كتابة كلمات من الدارجة الجزائرية بالحروف اللاتينية مستخدمين بذلك تقنية النسخ وهو ما يسمى لدى الفرنسيين « Le Français Coppée » وهي اللغة المستخدمة للتواصل في مواقع التواصل الاجتماعي.

أما فيما يخص آخر جملة « Rapide 3la tout de suite » فنلاحظ أنها جملة باللغة الفرنسية يتوسطها استخدام للكلمة العربية على والتي ترجمتها اللغة الفرنسية Sur وكتبت بالشكل « 3la » لأن الحرف عين يستبدل بطريقة الجزائريين في مواقع التواصل الاجتماعي بالرقم 3 وذلك لعدم وجود حرف العين في حروف اللغة اللاتينية والرقم 3 هو الشكل الأقرب لشكل الحرف "ع".

أما بخصوص الجملة كاملة فهي تعتبر مثل شعبي متداول من طرف الشعب الجزائري يعبر عن السرعة الفائقة لتدفق الأنترنت عند استعمال الجيل الرابع.

ولقد لاحظنا عند بحثنا عن ملصقات الإشهارية الخاصة بمتعاملي الهاتف النقال في الجزائر، أنها تعتمد على اللغتين العربية والفرنسية، لأنهما اللغتين الذي يجيدهما غالبية الشعب ويأعتبر أن اللغة الفرنسية هي اللغة الثانية في البلاد.

ولاستقطاب عدد أكبر من السياح يجب التركيز على استعمال اللغة الإنجليزية في ترجمة الملصقات الإشهارية ودليل خدمات الهاتف.

3. دراسة أمثلة حول الملصقات السياحية :

من أهم الأشياء التي تتبادر في ذهن السائح القادم إلى تلمسان هو انه تم اختبار هذه المدينة سنة 2011 كعاصمة للثقافة الإسلامية وهذا لثرائها بمقومات الثقافة والعمران الإسلامي و لاحتوائها على عدد كبير من المساجد التاريخية و الزوايا والمدارس القرآنية و لكونها مسقط رأس العديد من العلماء والشيوخ والأئمة، وكذلك العديد من القصور والقلاع التاريخية .



هذا الملصق الاعلاني هو عبارة من الشعار الرسمي لهذه التظاهرة يتضمن عبارة "تلمسان" بالخط الكوفي ورمز القوس الذي يعبر عن الطابع المعماري السائد في غالب عمران المدينة التاريخية

وعبارة "تلمسان" عاصمة الثقافة الإسلامية وترجمتها إلى اللغة الإنجليزية Collure وتمت الترجمة باستخدام الترجمة الحرفية كلمة بكلمة ، لغرض الإيضاح وايصال المعنى بشكل بسيط ومفهوم من طرف الجميع في كل انحاء العالم لأنه استخدم في هذا الملصق لغة الاسلام الاساسية والتي هي اللغة العربية ولغة العالم الأولى وهي اللغة الانجليزية وايضا تمت كتابة تلمسان باللغتين العربية و الانجليزية بكل كبير مقارنة بالعبارات الاخرى وهذا الفرض الترويج و التعريف أفضل بالمنطقة وتاريخها وحضارتها.

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

وايضا ذكر اسم البلد الجزائر وترجمة الى اللغة الانجليزية "Algerie" وكذلك سنة اقامة هذه التظاهرة 2011 وكالات السياحة والأسفار هي الوجهة الأولى للسائح عندما يفكر في زيارة مكان ما ، لكونها تمنحه المعلومات والإجابة عن جميع استفساراته فيما يخص التأشيرة، سعر التذكرة ، وباقي الحجوزات والخدمات، ونفقات رحلته. أخذنا مثال لملصق خاص بوكالة Traras Travel للسياحة والأسفار الموجودة بمدينة ندرومة.



والمتمثل في إشهار للخدمات التي تقدمها هذه الوكالة للراغبين بخدماتها . نلاحظ وجود إسم الشركة في القسم العلوي الأيسر والمتمثل في Taras Travel مصحوبات برمز الشركة ، كتب باللغة الإنجليزية فقط ، لأنه عبارة عن شعار الشركة . وفي أعلى يمين الملصق نجد عبارة "شركة سياحة و سفر" وترجمتها للغة الإنجليزية Tourism and travel مستخدما تقنية الترجمة الحرفية كلمة بكلمة.

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

| الكلمة | ترجمتها |
|------------------|----------------------------|
| شركة سياحة و سفر | Company tourism and travel |

وأسفلها نجد عبارة "التذاكر الجوية" وترجمتها إلى الإنجليزية "AiR Ticket office" مستخدما لتقنية التعديل في ترجمته لهذه الجملة حيث غير في طريقة صياغته للجملة مضيفا كلمة "office" التي تعني "مكتب" والتي لم تذكر في اللغة العربية ، وذلك من أجل الإيضاح للمستخدم مصداقية هذه التذاكر كونها مقدمة من طرف وكالة رسمية. تليها عبارة "حجز الفنادق" مترجمة إلى "Hôtel réservation" اللغة الإنجليزية، مستخدما تقنية التكيف لجعلها تتلائم مع الثقافة المراد استهدافها، لأن استخدام عبارة "حجز الفنادق" خاطئ في الأصل، لأن عبارتي "حجز فندقي" والحجز في الفنادق هما الأمثل في هذه الحالة .

وإن الترجمة الحرفية للعبارة التي استخدمها في الملصق "حجز الفنادق " Booking Of "Hôtels

وبالتالي الكاتب أخطت في اختياره للعبارة المثالية الاثقة في هذا الملصق.

و أسفلها نجد عبارة " تأمين السفر" وترجمتها إلى الإنجليزية " Travel Insurence" باستخدامه التقنية الترجمة الحرفية.

نلاحظ أن كاتب هذا الملصق الإشهاري هو شخص ذو مستوى محدود في اللغات ، وهذا لعدم تمكنه من اختيار العبارات المثالية حتى في اللغة الأم (العربية) المتمثل في إخفاقه في اختيار عبارة

"حجز الفنادق" وأيضا في العبارة الأخيرة التي استعملها باللغة العربية فقط " السفر من أجل متعة السفر" وهي عبارة تحسها تكرار لكلمة السفر، و غير مصاغة بشكل جيد.

استنادا إلى دراسة الأمثلة المذكورة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان ، يمكن الوصول إلى بعض الاستنتاجات المهمة والتوصيات. فقد قمنا بتحليل العديد من الملصقات الإعلانية

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

المتعلقة بمطار مصالي الحاج الدولي والطرق وملاصقات شركات الاتصال، والملصقات الثقافية والسياحية، نستعرض بعض الملاحظات الرئيسية:

- تأكيد أهمية الترجمة المتخصصة، يتطلب ترجمة الملصقات الإعلانية في مجالات معينة مثل السفر، الطيران، الاتصال، مهارات متخصصة يجب على المترجمين أن يكونوا على دراية بالمصطلحات والمفردات الخاصة بكل مجال وأن يفهموا الجمهور المستهدف لتكون رسالة الإعلان صحيحة ومفهومة. - التحديات الثقافية: تلمسان كمدينة متعددة الثقافات، فإن ملصقاتها الإعلانية تتعامل مع جمهور متنوع ينتمي إلى خلفيات ثقافية مختلفة.

يجب على المترجم أن يكونوا حساسية لهذه التفاوتات الثقافية وأن يتجنبوا أي أخطاء قد تؤدي إلى سوء الفهم أو إساءة الاستخدام.

- التواصل الفعال: الملصقات الإعلانية تعتمد على قوة التواصل السريع والمباشر يجب على المترجمين أن يكونوا قادرين على تقديم الرسالة بوضوح وإيصالها بشكل جذاب ومقنع، في حدود حجم الملصق الدقة والاحترافية: على المترجمين أن يركزوا على ضمان الدقة والاحترافية في عملهم ويجب عليهم تجنب الأخطاء النحوية واللغوية، وضمان تطابق اللغة مع الأسلوب مع هوية العلامة التجارية والمفهوم المعبر عنه.

- لا حضا أيضا نقص كبير في استخدام اللغة الإنجليزية في الأماكن العمومية والعديد من المرافق، وهذا لأن البلاد المستعمل اللغة الفرنسية كلغة ثانية نظراً للخلفية الاستعمارية للجزائر

- المتمثلة في الاستعمار الفرنسي الذي دام 132 سنة، وهذا ما جعل معظم السكان يتقنون اللغة الفرنسية ويجلب أكبر عدد من السياح الأجانب وتسهيل التنقل والتعاملات داخل البلاد، يجب على السلطات إدراج اللغة الإنجليزية بشكل أكبر في جميع الملصقات والمرافق العمومية والخاصة التي يستعملها الأجانب، للنمو وازدهار الاقتصاد الوطني والجانب السياحي.

الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة الملصقات الإشهارية في تلمسان.

- باستناد الى هذه الاستنتاجات، يوصي بان تعطي اهمية كبيرة لتوظيف مترجمين ذو خبرة وكفاءة في ترجمة الملصقات الاعلانية في تلمسان كما يوصي بمزيد من البحوث والتحليلات لفهم اعمق لتأثير الترجمة ولمواكبة التطورات اللغوية في العالم.

خاتمة

لقد قمنا بدراسة ترجمة الملصقات الإشهارية في مدينة تلمسان وتحليل التحديات التي تواجه المترجمين في هذا المجال. كان الهدف الرئيسي في هذه الدراسة هو تقييم فعالية في نقل الرسالة الإعلامية بشكل فعال وملائم للمتلقي.

أدت هذه الدراسة إلى نتائج أولها، تبين ان الترجمة الناجحة للملصقات الإشهارية تتطلب فهما عميقا للثقافة المستهدفة و السياق التي تعمل فيه الإعلانات ثانيا ، تأكيدنا من أهمية إتباع استراتيجيات اللغوية، وكذلك تحتاج عملية ترجمة الملصقات الإشهارية إلى توازن دقيق بين الالتزام بالمعنى الأصلي والتكيف مع الثقافة المستهدفة.

ووجدنا أيضا أن البحث والتحليل الثقافي للكلمات والعبارات والصور الواردة في الملصقات الإشهارية أمر حاسم لتحقيق هذا التوازن .

بناء على هذه النتائج توجد نوصي بضرورة تحسين عملية ترجمة الملصقات الإشهارية عن طريق التركيز على التدريب والتطوير المستمر للمترجمين في مجالات الثقافية والتسويق . ويجب على المترجم أن تكون له القدرة على استخدام المهارات اللغوية والثقافية بطريقة متقنة لتحقيق ترجمة متميزة للملصقات الإعلانية.

يجب التركيز على إدراج اللغة الإنجليزية في ترجمت الملصقات الاشهارية. إن فهم الجمهور المستهدف ونقل الرسالة بوضوح وإثارة الاهتمام هي مفاتيح النجاح في هذا المجال المهم.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

القران الكريم برواية ورش.

المصادر باللغة العربية

الكتب

1. بشير عباس العلاق، علي محمد رباعي، الاعلان والترويج التجاري: اسس النظريات التطبيقية، دار البازوزي العلمية للنشر و التوزيع، عمان سنة 2002.
2. تامر البكري، الاتصالات التسويقية و الترويج، دار و مكتبة الحامد للنشر و الترويج ط1 عمان الاردن 2006.
3. عبد الوكيل الدروبي، ترجمة القران، مكتبة دار الارشاد.
4. مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المعجم لل...، مكتبة الشروق الدولية، مضر 1960.
5. محمد ابن عمر و الصمار، الروابط الثقافية بين الجزائر و الخارج الشركة الوظيفية للنشر و التوزيع، الجزائر، 1983.
6. محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار ط1، 2011.
7. محمد منير، المعجم الاعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع مصر 2004.
8. محمد عبد العظيم الزرقاني، من هل العرفان في علوم القرآن، مطبعة عيسى البابي وشركائه، ط3.

المجلات:

1. عذراء اسماعيل زيدان، دور الملصقات الجدارية في الحملات الدعائية
2. للانتخاب ، مجلة آداب الفراهيدي ، العدد الخاص بالمؤتمر الثالث . العدد الأول.
3. مختار ابراهيم مختار الأثار الاقتصادية لصناعة السياحة ، دراسة المردود. الاقتصادي من السياحة في ليبيا ، مجلة الأكاديمية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثاني، طربلس 2009.

المذكرات والأطروحات :

1. ريان درويشى، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير جامعة الجزائر ، معهد العلوم الاقتصادية – 1997.

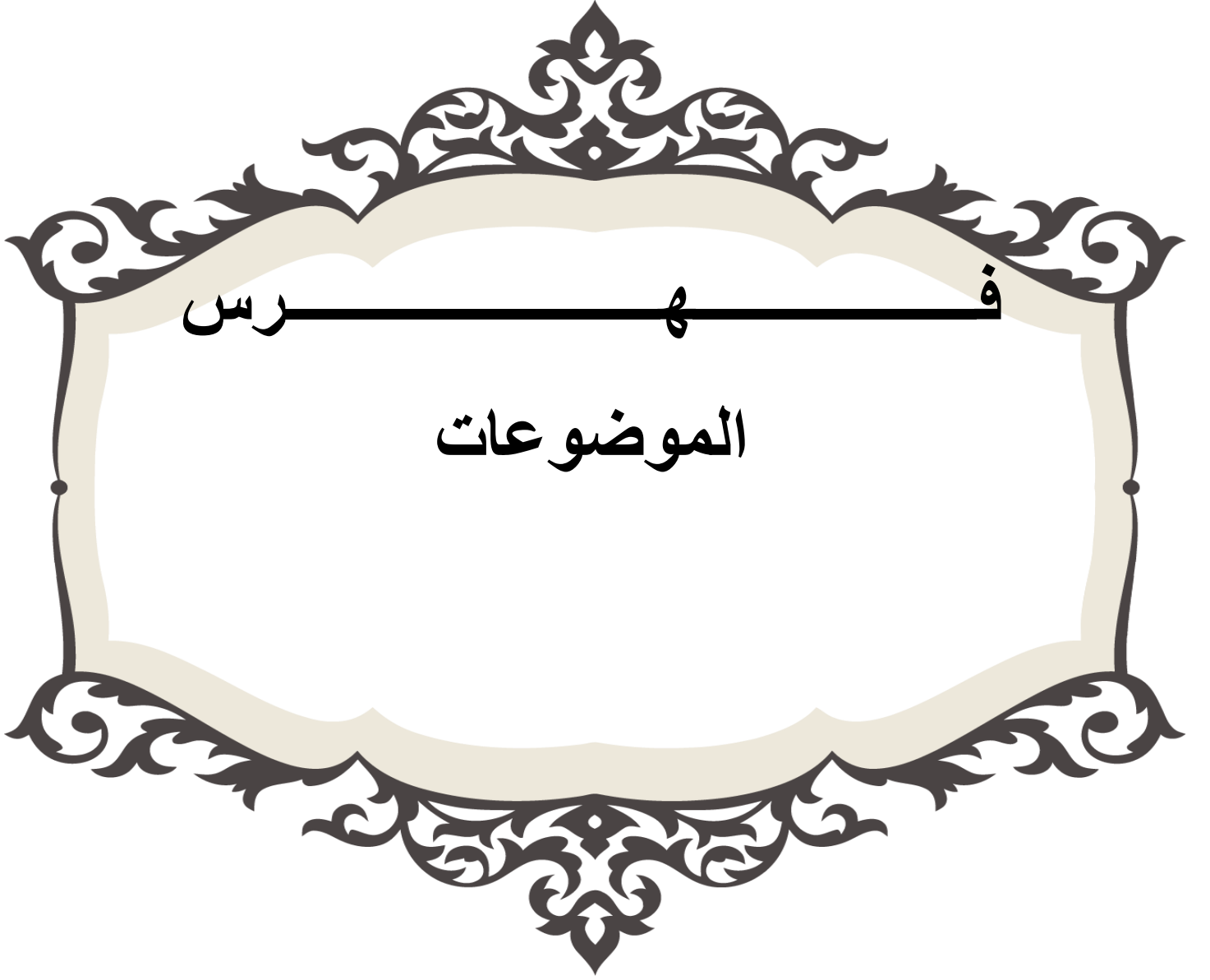
2. عبدة صبيطي، ملخص الملصقات الإشهارية ودورها في تفعيل التوضحية في الوطن العربي <http://www.asjp.dz>.
3. ليلي كوسة، واقع وأهمية الإعلان في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بمذكرة ما جيستر غير منشورة ، جامعة قسنطينة 2007.
4. أطروحة تأثير عناصر الملصق الإعلاني على اتصالات السياح، سنة 2017
2006/.
5. تقرير المنظمة العالمية للسياحة 1999.

المواقع الالكترونية :

1. موقع منظمة السياحة العالمية (<http://www.unwto.org/ar>)
2. موقع إجابة للترجمة المعتمدة (22/04/2023) [http://www.ejada - translate .com](http://www.ejada-translate.com)
3. HTTP://www.Rouwwad.com (05/04/2023)
4. موقع الروشن العربي (02/04/2023) [http://www.unwto .oblar](http://www.unwto.oblar)
5. موقع النهار (02/05/2023) <http://www.ennaharoline.com>
6. <http://www.almerja.net>
7. <http://www.almant.com/ar/dict/ar>
8. <http://vataips.com/tlemcen-hotels>
9. [http://discoverislamicortvirtualmuseum monument-isl-dz mon 01-6-ar](http://discoverislamicortvirtualmuseum-monument-isl-dz-mon-01-6-ar).(02/04/2023)
10. الثقافة و الترجمة الاشهارية <http://www.As.jp.dz> (12/03/2023)
11. انواع الترجمة - [http://www.his - Acading.com](http://www.his-Acading.com)(15/03/2023)
12. انواع الترجمة <http://www.mob3ath.com>(15/03/2023)
13. قطار الترجمة(25/03/2023) <http://www.translation.com>
14. ما هي اهمية الترجمة(18/04/2023) <http://www.mawdo3.com>
15. <http://www.rducade.me>

المصادر و المراجع الاجنبية
الكتب:

1. Dr.Chergui senouci Mustapha. I'impact de la culture étrangère sur l'apprentissage, des langues vivantes, Kounouz Edition Algerie Tlemcen 2019, Page 26
2. Belaid mc (2009) ledictionnaire du Marketing
3. Cambridge Dictionary, retrived edited 10-9/2017
4. Trilingue, edition les pages Blues international Alger
5. Oxford diction nary



الفصل الأول: الترجمة الإشهارية أ

المبحث الأول: الترجمة الإشهارية: 1

1. تعريف الترجمة: 1

1.1. الترجمة لغة: 1

2.1. الترجمة اصطلاحاً: 2

2. أنواع الترجمة: 2

3. تقنيات الترجمة: 5

1.3. الاقتراض (Borrowing, Emprint): 5

2.3. النسخ (Calque): 5

3.3. الترجمة الحرفية (literal): 5

4.3. الإبدال (Tronsposition): 6

5.3. التعديل (Modulation): 6

6.3. التكافؤ (Équivalence/ Equivalence): 6

7.3. التكيف (Adaptation): 7

4. أهمية الترجمة: 7

المبحث الثاني: الملصقات الإشهارية 10

1. تعريف الملصقات الإشهارية: 10

2. أنواع وخصائص الملصقات الإشهارية: 11

الفصل الثاني: أهمية ترجمة الملصقات الإشهارية في تطوير الجانب السياحي والاقتصادي

..... 20

تمهيد: 17

| | |
|--|----|
| المبحث الأول السياحة في تلمسان: | 17 |
| 1. عوامل جذب السياح في تلمسان: | 17 |
| 1.1. المعالم التاريخية: | 18 |
| 2.1) المعالم الطبيعية: | 19 |
| 3.1. الفنادق: | 21 |
| 4.1. الثقافة والفنون: | 21 |
| 5.1. الضيافة والطعام: | 21 |
| 6.1. الحمامات والمنتجعات الطبيعية: | 22 |
| 7.1. الرياضة والترفيه: | 22 |
| 8.1. الأسواق التقليدية والحرف اليدوية: | 22 |
| 2. واقع السياحة والسياح في تلمسان: | 22 |
| 1.2 مفهوم السياحة: | 22 |
| 2.2 سياح مدينة تلمسان: | 23 |
| 3.2 الصعوبات التي تعيق السياح الأجانب: | 24 |
| 4.2 الأهمية المختلفة للسياحة: | 24 |
| 3 دور الملصقات الإشهارية في صناعة السياحة: | 26 |
| 1.3 الملصق الإشهاري السياحي: | 26 |
| 2.3 دور الملصق الإشهاري في الجانب السياحي: | 27 |
| المبحث الثاني: علاقة ترجمة الملصقات الإشهارية بالجانب الاقتصادي: | 28 |
| 1. الإشهار: | 29 |
| 2. المؤسسة الاقتصادية: | 30 |

| | |
|----|---|
| 31 | 3. التسويق: |
| 32 | 4. دور الترجمة في العملية التسويقية: |
| 32 | 1.4 مفهوم الترجمة التسويقية: |
| 32 | 2.4 العوامل التي يجب مراعاتها أثناء الترجمة التسويقية: |
| | الفصل الثالث: دراسة بعض الأمثلة حول ترجمة |
| 34 | الملصقات الإشهارية في تلمسان |
| 35 | تمهيد: |
| 35 | 1. دراسة أمثلة للملصقات الإعلانية الخاصة بالتوجيه والإرشاد: |
| 35 | أ. المطارات: |
| 40 | ب. الطرقات: |
| 43 | 2. دراسة بعض الأمثلة في مجال الاتصالات: |
| 46 | 3. دراسة أمثلة حول الملصقات السياحية: |
| 52 | خاتمة |
| 54 | قائمة المصادر والمراجع |
| 59 | فـهـرس الموضوعات |

المخلص:

لترجمة الملصقات الإشهارية هدف أساسي هو الترويج و التسويق للمنطقة و منتجاتها و جذب أكبر عدد من المستهلكين ، كما أنها من المجالات الجديرة بالدراسة والتحليل. يهدف مترجمو الملصقات الإشهارية إلى إيصال الرسالة بفاعلية و نجاعة، لإنجاح ترجمتهم بالرغم من الصعوبات و العوائق اللغوية و الثقافية التي تصادفهم أثناء نقل الرسالة الإشهارية إلى لغة أخرى, وهذا مع مراعاة ثقافة و لغة المتلقي. خلال بحثنا قمنا بالوقوف على بعض النقاط المتعلقة بدور الملصقات الإشهارية في تسهيل الفهم و إيضاح المعنى للمتلقي وتطوير الجانب السياحي والإقتصادي للمنطقة، و بإبراز تقنيات الترجمة والطرق المستعملة في ترجمة الملصقات الإعلانية، ومن خلال دراستنا لبعض الأمثلة والنماذج قمنا بالتنبيه على متطلبات و نواقص ترجمة الملصقات الإشهارية لكي تكون لها فعالية أكثر لدى المتلقي.

الكلمات المفتاحية: ترجمة، ملصقات إشهارية، اعلانات، تلمسان.

abstract:

The main objective of translating advertising posters is to promote and market the region and its products, and attract as many consumers as possible . Advertising poster translators aim to effectively and efficiently convey the advertising message, despite the linguistic and cultural difficulties and obstacles they encounter when translating the message into another language, while taking into account the culture and language of the recipient. During our research, we have identified some points related to the role of advertising posters in facilitating understanding, clarifying meaning to the recipient, and developing the tourism and economic aspects of the region. We have also highlighted translation techniques and methods used in translating advertising posters. Through our study of some examples and models, we have pointed out the requirements and shortcomings of translating advertising posters in order to make them more effective for the recipient.

Keywords: translation, signage posters, advertisements, Tlemcen.

Résumé

La traduction des affiches publicitaires a pour objectif principal la promotion et le marketing de la région et de ses produits, ainsi que l'attraction du plus grand nombre possible de consommateurs. Les traducteurs d'affiches publicitaires visent à transmettre le message publicitaire avec efficacité et efficience. Malgré les difficultés et les obstacles linguistiques et culturels auxquels ils sont confrontés lorsqu'ils transposent le message publicitaire dans une autre langue, ils réussissent en prenant en compte la culture et la langue du destinataire. Au cours de notre recherche, nous avons identifié plusieurs points concernant le rôle des affiches publicitaires dans la facilitation de la compréhension et l'explication du sens pour le destinataire, ainsi que le développement du tourisme et de l'économie de la région. Nous avons également mis en évidence les techniques de traduction et les method utilisées dans la traduction des affiches publicitaires. À travers l'étude de certains exemples et modèles, nous avons souligné les exigences et les lacunes de la traduction des affiches publicitaires afin de les rendre plus efficaces pour le destinataire. utilisées dans la traduction des affiches publicitaires. À travers l'étude de certains exemples et modèles, nous avons souligné les exigences et les lacunes de la traduction des affiches publicitaires afin de les rendre plus efficaces pour le destinataire.

Mots clés : traduction, affiches de signalisation, publicités, Tlemcen.