

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم و البحث العلمي

جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان -



كلية اللغات الأجنبية

قسم اللغة الإنجليزية

شعبة الترجمة

مذكرة بحث لنيل شهادة الماستير في الترجمة

موسومة بـ:

ترجمة تجليات الاستراتيجيات الاشهارية في
النص ذي الطابع السياحي

إشراف:

السيدة سنوسي بريكسي زينب

إعداد الطالبة:

مفتاح فاطمة الزهراء

السنة الجامعية: 2016/2015

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى : "قل سيروا في الأرض فانظروا كيف بدأ الخلق ثم الله ينشئ النشأة

الآخرة ، إن الله على كل شيء قدير"

(العنكبوت 20)

قال تعالى : " وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافُ أَلْسِنَتِكُمْ وَأَلْوَانِكُمْ إِنَّ

فِي ذَلِكَ لآيَاتٍ لِلْعَالَمِينَ".

(الروم 22)

صدق الله العظيم

كلمة شكر

قال الله عز و جل

" يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ "

سورة المجادلة الآية 11

صدق الله العظيم

أحمد الله سبحانه و تعالى و أشكره على توفيقه لي في إنجاز هذا العمل المتواضع، و صلى الله على سيد الخلق أجمعين محمد عليه أزكى الصلاة و التسليم.

أتقدم بخالص الشكر و العرفان إلى الأستاذ سنوسي بريكسي زينب التي أشرفت على هذا العمل و منحتني من وقتها الثمين لنصحي و توجيهي خلال مدة البحث كله .

كما أتجه بالشكر الجزيل إلى أعضاء المناقشة.

إهداء

أهدي ثمرة جهدي هذا

إلى أعز و أرق من هم في الوجود إلى التي غمرتني بحبها و حنانها إلى

مثلي الأعلى في السير و الإيمان و إلى من قال فيها سيد الخلق

محمد رسول الله عليه الصلاة و السلام

"الجنة تحت أقدام الأمهات"

إلى أمي الحبيبة الغالية

إلى الذي كان و لا يزال عوني و سندي في الحياة إلى من قال فيه

رسول الله صلى الله عليه و سلم

"الوالد أوسط أبواب الجنة، فإن شئت فأضع ذلك الباب أو أحفظه"

إلى أبي العزيز

إلى أخي الوحيد و اخواتي

إلى الشموع التي تنير دربي: زوجي الوفي و ابني إياد .

إلى عائلة زوجي .

إلى كل من يعرفني و يكن لي قدرا من الحب و الاحترام.

مقدمة

تعتبر مدينة تلمسان واحدة من أهم المدن في الجزائر، من حيث التراث المعماري، فهي تمثل في حد ذاتها متحفا للفنون الإسلامية، المغاربية و الأندلسية . كما انها مركز إشعاع فكري وثقافي، حيث لقبت بمنارة الإسلام الشاهقة و جوهرة المغرب العربي و غيرها من المسميات.

فخورة بماضيها المجيد و المزدهر ذات المعالم الأندلسية المتأصلة في المغرب الإسلامي ، و بكثرة ما فيها من المباني الفنية الرائعة الخالدة و المواقع الأثرية الطبيعية الخلابة ، و بماضيها الفكري الثقافي والسياسي المجيد فقد تضافرت جهود الطبيعة السخية الحسنة و جهود الإنسان المبدع الخلاق لتكوين مدينة متفوقة راقية ممتعة للفكر، و قد بلغت أرفع مكانة في الجلال والكمال.

فكان لزاما على هذا الزخم التراثي أن يعرف نور العالمية حتى لا يبقى في حيزه الضيق إلا أن الباب الكبير الذي قد يوصله إلى العالم هو الترجمة التي تعتبر جسر تواصل و ثقاف بين الشعوب والأمم، حيث إن ترجمة نص حول تراث مدينة تلمسان بغية الترويج لها، مع ذكر التباين بين النظامين اللسانيين ليس بالأمر الهين و خصوصا عندما يتعلق الأمر بلغتين لا تنحدران من أصل واحد مثل اللغة العربية و اللغة الفرنسية.

فالنص الذي نختاره في هذه الدراسة من النصوص المروّجة للتراث و هو يوظف، لبلوغ تلك الغاية، خصوصيات لغوية و أسلوبية من شأنها جذب القارئ و شد انتباهه و التأثير فيه سواء كان من الثقافة نفسها او من ثقافة مغايرة . فالترجمة الخاصة بهذا النوع من الميادين لا بد أن تضبط وتكيف وفقا له ، و هذا يؤدي حتما إلى الانفتاح على ثقافات و حضارات و تاريخ الأمم على مر العصور، وفي ترجمتنا للرسالة فإننا نتصل مع الاخر ونتأثر و نأثر فيه ونتعرف ونعرّف بثقافات اخرى.

تقوم عملية الترجمة بالاحتكام إلى نظريات و منهجيات و مبادئ و منظرين، يعتمد عليهم المترجم في أداء مهمته ، و لأن الترجمة الإشهارية مبنية على درجة التأثير في المتلقي فعلى المترجم أن يتوخى الحذر في اختياراته أثناء إعادة الصياغة، و أن يجيد تحليل النص الأصل و يتطلع على نظريات الترجمة وتقنياتها و يزداد الحذر حدة خصوصا لما يتعلق الأمر بتراث مدينة عريقة، فيجب عليه أن يتوصل إلى حلول مناسبة تصل به إلى العالمية بكل أمانة علمية، فقد تصادفه بعض العوائق في الترجمة كأسماء للأماكن و أسماء الأشخاص وعبارات لا يجد لها مقابل في اللغة الهدف و غيرها لكن هدفه الوحيد هو إحداث نفس الأثر والوقوع الذي أحدثه النص الأصلي.

ارتكزت مدونتنا على نص من مجلة الجوهرة التي تم نشرها إثر فعاليات تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية و هي تتناول نصوصا مروجة لتراث المدينة و لطابعها السياحي ، و لعل اختيارنا لهذا الموضوع كان نتيجة أسباب ذاتية و موضوعية:

فمن الأسباب الذاتية أنني من المولوعين بقراءة المجلات و الصحف الثقافية و هذا للتعرف على حضارات و ثقافات أخرى، حيث كنت من متتبعي نشاطات الاحتفالية الكبرى لعاصمة الثقافة الإسلامية 2011. أما بالنسبة للأسباب الموضوعية فشاءت الأقدار أن أتابع دراستي ضمن مشروع ماستير حول الترجمة و علاقتها بالتراث الثقافي و السياحة . فقد وقع اختيارنا على مقال حول لؤلؤة المغرب العربي و ترجمته إلى اللغة الفرنسية ، فانتظمت التساؤلات المحركة للبحث كالتالي :

- ما هي أهم مواقع الإشكال التي تعترض مترجم النصوص السياحية ؟

- ماهي الإجراءات الترجيحية الكفيلة بالحفاظ على جوهر النص الأصل ؟

- كيف يتعامل المترجم مع خصوصيات هذا النوع من النصوص ؟

و بعبارة أخرى تتمثل إشكالية البحث في التعرف على :

- كيفية ترجمة تجليات الاستراتيجيات الإشهارية في النص ذي الطابع السياحي.

و للإجابة عن كل هذه التساؤلات قسمنا عملنا إلى قسم نظري يحتوي على فصل واحد و ينقسم إلى مبحثين ، و قسم تطبيقي يشتمل على فصل.

فجاء الفصل الأول مقسما إلى مبحثين، يدرس المبحث الأول السياحة و ماهيتها و أركانها و أهم الأسباب التي أكسبت مدينة تلمسان تراثا ثقافيا و إسلاميا فذا. أما المبحث الثاني فقد خصصناه لماهية الإشهار و لغته و الخطاب الإشهاري و إستراتيجيات التواصل الإشهاري و المستويات التحليلية للنص الإشهاري. و خلصنا في الفصل التطبيقي إلى خصوصية الترجمة الإشهارية و إلى التعريف بالمدونة، و مراحل ترجمة النص و الصعوبات التي قد تواجه المترجم في تدبير الخيارات الترجمة، مع إبراز الخصوصيات اللغوية و الدلالية و البنيوية و النحوية و التركيبية للغة العربية و اللغة الفرنسية.

و اعتمدنا في بحثنا على المنهج التحليلي الوصفي، و قد حاولنا قدر المستطاع إبراز جوانب الموضوع المهمة و التعليق على الترجمة سائلين الله عز و جل التوفيق و السداد في هذا البحث.

الفصل النظري

مفهوم الترويج السياحي

و ماهية النص الإشهاري

المبحث الأول : مفهوم الترويج السياحي

- 1 مفهوم السياحة و أركانها
- 2 الترويج السياحي
 - 2-1 تعريفه
 - 2-2 وسائله
 - 2-3 أهدافه
- 3 أهمية الإشهار السياحي في الترويج السياحي
- 4 السياحة و الموروث الثقافي الإسلامي لمدينة تلمسان

يأتي قطاع السياحة في أي بلد سياحي ضمن الأولويات التي تهتم بها الدولة للحصول على مردود اقتصادي مادي بالدرجة الأولى. قد ينجذب السياح في غالب الأحيان إلى مختلف الأماكن حتى البعيدة منها عبر إعلانات قد يسمعون عنها من قبل وسائل الاتصال من مجلات أو صحف أو تلفزيونات وحتى عبر الانترنت.

1- مفهوم السياحة :

أ- لغة:

- السياحة تعني التجول وهو يعني جال في الأرض أي أنه ذهب وسار على وجه الأرض.
- قد حث القرآن في كثير من آياته على السياحة والتفكير والتدبر¹.
- استنادا لقوله تعالى : ﴿ وهو الذي جعل لكم الأرض ذلولا فامشوا في مناكبها وكلوا من رزقه وإليه النشور ﴾ . سورة التوبة الآية (15).
- وقوله تعالى : ﴿ فسيحوا في الأرض أربعة أشهر ﴾ سورة التوبة الآية (2).
- و جاء في المفردات: ساح فلان في الأرض مرّ مرّ السائح².

ب- اصطلاحا :

- السياحة هي نشاط يقوم به فرد أو مجموعة أفراد يحدث عنه الانتقال من مكان إلى آخر أو، من بلد إلى آخر بغرض الترفيه وينتج عنه الإطلاع على حضارات وثقافات أخرى، وإضافة

¹ - الراغب الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، دار القلم، بيروت، 1412 هـ، ط1، ص 264.

²- المرجع نفسه، ص 264.

معلومات ومشاهدات جديدة والالتقاء بشعوب وجنسيات متعددة يؤثر تأثيرا مباشرا في الدخل القومي للدول السياحية، ويخلق فرص عمل عديدة وصناعات واستثمارات متعددة لخدمة النشاط ويرتقي بمستوى أداء الشعوب وثقافتهم وينشر تاريخهم وحضارتهم وعاداتهم وتقاليدهم، ويشكل حاليا صناعة هامة وواعدة تقوم على أسس من العلم والثقافة¹.

السياحة نشاط يقوم به فرد أو مجموعة أفراد و ينتج عنه الإطلاع على حضارات و ثقافات أخرى.

1-1- أركان السياحة:

ترتكز السياحة في أي بلد من البلدان على أركان سياسية و هي :

* "السائح : هو الفرد الذي يقوم بنشاط السياحة.

* الدولة المضييفة : وهي التي تقوم بتقديم كافة الخدمات للسائح وتوفير ما يحتاجه من

مستلزمات من أجل خلق جو سياحي ممتع.

* المعالم السياحية بكافة أنواعها : وهذه المعالم تتحدد بنوع السياحة من بيئية وتسويقية

وعلمية وعلاجية وغيرها.

* نمط السياحة : أي أن تتحدد السياحة الداخلية في الدولة ذاتها بين مدنها الفنية بمعالم

سياحية، أم خارجية تتعدى حدود الدولة الواحدة إلى دولة أخرى.²

1 مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر، مصر، 2002، ص 35.

2- فراح رشيد، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية و الحد من أزمات القطاع السياحي، أبحاث اقتصادية إدارية، ع 12، 2012، ص 100.

2- تعريف الترويج السياحي : أهدافه ووسائله :

يعتبر الترويج السياحي عاملا مهما في تحقيق التنمية السياحية نظرا للدور الذي يلعبه في التعريف والترويج للمنتج السياحي و جذب السائح.

2-1- الترويج السياحي :

يعتبر الترويج السياحي عاملا أساسيا لتحقيق التنمية السياحية نظرا لما يقوم به من دور هام في التسويق السياحي فهو لا يقل أهمية لدى المنشآت الصناعية عن أهمية الإنتاج، حيث أنه لا توجد أي قيمة للإنتاج على الإطلاق بدون عملية تسويقه و بيعه.

حتى يتعرف السائح على مميزات المناطق السياحية في الأسواق السياحية الدولية، لابد من آلية ترويج فاعلة تؤدي هذه المهمة، وما أن الإعلان يتميز عن غيره من عناصر مزيج الاتصال التسويقي (المزيج الترويجي)، لما له من سعة انتشار على جميع الصعد الوطنية والإقليمية والدولية ويترك تأثيره المباشر على تسويق الصناعة السياحية بشكل بارز في الأسواق المحلية والعالمية.¹

هو جزء من التسويق العادي له مميزات وخصائص وهو عامل مهم في نمو الصناعة السياحية والتنمية السياحية بصفة عامة.

يعد الترويج السياحي من آليات الاتصال للنهوض بالقطاع السياحي و هدفه محدد و هو إدراك المستهلكين بأهمية المنتج السياحي.

¹ مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المرجع السابق، ص 35 .

كما يذهب مصطفى عبد القادر إلى تعريف الترويج السياحي على أنه "التنسيق بين جهود البائع والسائح في إقامة منتفذ للمعلومات لتسهيل بيع المنتج إلى السائح"¹.

"فهو نشاط يضمن استمرارية الإقبال على المنتجات السياحية من طرف السياح و خلق توافق بين رغبات السائح والمنتج السياحي"².

2-2- وسائل الترويج السياحي :

- يتم الترويج للسياحة بواسطة عدة وسائل من أهمها ما يلي:

- ✓ الإعلان.
- ✓ العلاقات العامة.
- ✓ البيع الشخصي.
- ✓ الدعاية .
- ✓ تنشيط المبيعات.

تعتبر وسائل الترويج السياحي من أهم الوسائط لنجاح عملية التسويق السياحي.

2-3- أهداف الترويج السياحي:

إن إثارة رغبات السياح إلى قبلة سياحية معينة و الترويج لها يقوم على أهداف و هي كالتالي:

- " تعريف منافذ التوزيع من وسائط ومنظمي رحلات سياحية ووكالات السفر .

¹ مصطفى عبد القادر، المرجع السابق، ص 35.

² ينظر، المرجع نفسه، ص 36.

● محاولة التأثير على المدركات الحسية بالشكل الذي يخدم الأهداف المسطرة في الإستراتيجية السياحية.

● تحقيق أعلى مستوى ممكن من رضى المستهلك .

● اكتشاف رغبات و احتياجات المستهلكين من السلع و الخدمات و العمل على توفير وإشباع هذه الاحتياجات بقدر الامكان .¹

يهدف الترويج السياحي إلى جذب أكبر عدد من السياح و التأثير في سلوكياتهم عن طريق إشباع حاجياتهم .

3- أهمية الإشهار السياحي في الترويج السياحي :

إن هدف الإعلان عن السياحة هو اكتشاف دوافع السائح وحاجاته ورغباته ثم التوصل إلى معرفة الخدمات المشروعة والمقبولة التي يطلبها ، والأسعار التي تتلاءم مع إمكانياته و ظروفه، والتعرف إلى أساليب الدفع والتسهيلات السياحية المطلوبة والمعاملة الطيبة التي تعد القاسم المشترك لأي نجاح في أي سوق أو تسويق.

إن تأثير الإعلان السياحي في دوافع الإنسان السياحية تشكل عاصمة بالنسبة للسياح في سبيل إثارة رغباتهم، حيث يؤدي الإعلان دوره في إبراز المراكز والمواسم والأماكن السياحية.

"يحرك الإعلان دوافع السائح سواء أكانت دينية أو ثقافية أو عائلية أو للترفيه أو التسويق

¹ -فراح الرشيد، مرجع سابق، ص102.

وغيرها. و من الأهداف الأخرى التي يمكن ذكرها :

- "الترويج لشهرة مركز سياحي.
- الاستفادة من المكان السياحي المستهدف.
- الإعلان عن تخفيض سعر الخدمات معينة أثناء مرحلة عصبية.
- ترقية حدث.
- تنمية و تطوير صورة المجتمع"¹.

4- السياحة والموروث الإسلامي والثقافي لتلمسان :

تعتبر تلمسان من قلائل المدن العالمية التي حظيت بدراسات كثيرة عبر مراحل تاريخها الحافل بالأحداث، المليء بالأبحاث. فإننا عندما نكتب عن تلمسان ، لا نعتقد أننا سوف نظيف الشيء الكثير إلى ما كتب حولها من طرف مؤرخين وعلماء اجتماع في أكثر من لغتين. أما الرغبة التي دفعتنا إلى الاهتمام بهذه القلعة الثقافية العتيقة هي نية التعريف ببعض جوانبها الخفية، حيث أننا وجدنا ضالتنا في التعريف بالمدينة التي أصبحت في أيامنا تراكما بينا مدن تداخلت فيما بينها عبر عصور من الزمن، وتعاقت عليها الحضارات والدول. " فقد يجد الباحث في الثقافة متاحف طبيعية قائمة تنم عن ثقافة غنية متنوعة بادية للعيان تكاد تتكلم بمآثر من عاشوا

¹ مصطفى عبد القادر، المرجع السابق، ص 37.

بتلمسان منذ غابر الأزمان، كما يجد الباحث في التاريخ مادة دسمة من فرط ما يجد من شواهد قائمة وشهود ناطقة وأدلة محفوظة¹.

ومن الطبيعي أن تكون الحضارة العربية الإسلامية هي الطاغية على غيرها لقربها الزمني، وأن الكثير من المعالم لا تزال واقفة، شاهجة، والآثار المكتوبة لا تزال هي كذلك محفوظة.

إذن إن تلمسان هي دار التاريخ المجيد ومركز التقاء الحضارات، وهي معقل الثقافة التي يجد فيها كل منتم لهذه الحضارة العربية الإسلامية العريقة نفسه، سواء كان بربريا، أمازيغيا، أو عربيا، عدنانيا أو قحطانيا!! فتلمسان في الحقيقة ليست تجمع أعراق بقدر ما هي تركيز حضارة متكاملة.

>> إن أهل تلمسان متهمون بالحضارة والثقافة، وهي من التهم التي لا ترد عنهم، بل أنها من التهم التي تزيد أصحابها شرفا ورفعة، كيف لا، والمنطقة لا تزال منذ غابر العصور تشهد الحضارة بعد الحضارة؟ وكم قامت فيها من دول ازدهرت فبلغت قمة المجد ثم انحدرت فتلاشت ككل الكائنات الحية، لكن، ليس قبل أن تترك آثارها بادية للعيان، تستلهم منها الأجيال اللاحقة تاريخ تلك الربوع الغائرة في أطراف مختلف الحضارات التي قامت في المنطقة<<².

فتلمسان التي أصبحت اليوم وجهة سياحية جديدة بالزيارة ليس بمآثرها وآثارها فحسب، بل لطيبة أهلها وجمال طبيعتها وحسن مناخها أيضا، وكذا لتراكم نتاجها الثقافي عبر العصور الطويلة على اختلاف مصادره ومشاربه هو الذي أعطى المدينة هذا الزخم الحضاري التي تمتاز به بين سائر المناطق و تكاد تتميز به من بين الحواضر، إلى درجة أن أحد المؤرخين الجزائريين وصفها بالحاضرة

¹ مبارك بوطارن، الموروث الإسلامي لتلمسان، منشورات تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية، 2011، ط1، ص ص 6 و7.

² المرجع نفسه، ص 9.

التي هي من أعظم حواضر العالم الإسلامي. حيث تعتبر مدينة تلمسان مدينة سياحية بإمتياز ، لأنها كانت منذ غابر الأزمان ولا تزال مصبا لعشاق تأسرهم هذه المدينة بزخمتها الفني و التاريخي العظيم.

>> هي سياحة الهاوي المتوتب الذي يقتنع بشرفه من كل كأس. يقتنع بالقليل الأقل من التاريخ والحضارة والفكر والعلم، وينهل من معين لا ينضب، من معلم من معالم الحضارة الإسلامية، ظل شامخا إلى اليوم، إلا أن الرشفة لا تروي ظمأ العاشق الولهان، التائه نشوة في أزقة تلمسان وشوارعها وتربها، يستنطقها ذرة ذرة، عمن تركوا آثارا لم تمحها القرون ،آثارا تنطق بإشعاعها الفكري والحضاري في مختلف الجهات ، و لم تنكر تلك الجهات أثر تلمسان الحضاري فيها ، ولم تنكر لما اقتبسته منها من ميراث حضاري ضخم، وما أجمل سياحة تثير في المرء نشوة تاريخ وحضارة وثقافة وفن وعمران تلمسان <<.¹

فيكفي لتلمسان فخرا عالمها الفقيه المالكي سيدي الداودي ، والعالم الفقيه أبو عبد الله الشوزي الإشبيلي المعروف بسيدي الحلوي وعلماء كثيرون آخرون ، ويكفيها فخرا مقبرة العباد والصالحين وسيدي أبي مدين شعيب العوث، وكذا معالمها التاريخية كالمنصورة ولالة ستي وغيرها. فقد كانت تلمسان في عهد الزيانيين عاصمة عالمية، ومدينة متحضرة، وقد أصبحت اليوم عروسا فوق منصة تتعالى وتتداول مجدا وسؤددا وعزة كمعيار للحضارة والتحضر، فهي بحق قطب جاذب، ومركز إشعاع فكري وحضاري قل نظيره.

¹ -عزي بوخالفة، تلمسان منارة إشعاع فكري وحضاري، دار السبيل للنشر والتوزيع، تلمسان ، 2011، ص 6.

المبحث الثاني : ماهية النص الإشهارى

1- تعريف الإشهار

2- انواعه

3- خصائصه

4- الخطاب الإشهارى

4-1- وظائفه.

5- عناصر الخطاب الإشهارى.

6- لغة الإشهار السىّاحى و تجلّيات الإستراتيجيات الإشهارية.

6-1- مفهومها

6-2- إستراتيجيات التواصل الإشهارى

7- المستويات التحليلية للنص الإشهارى .

يعد الاشهار أحد وسائل الإعلام و الاتصال التي حظيت بأهمية بالغة بين الوسائل

الاتصالية الأخرى وهو يمثل قوة فاعلة في استقطاب الجماهير المحلية و حتى الأجنبية منها .

1- تعريف الإشهار :

أ- لغة :

يشهر، أشهر، إشهارا: الشيء: أتى عليه الشهر بالمكان: أقام به شهرا، الشيء: أذاعه¹.

● كما يعرفه القاموس الفرنسي لاروس: على أنه مجموعة من الوسائل المستخدمة للتعريف بمنتج

تجاري أو صناعي².

ب- اصطلاحا:

هو وسيلة مدفوعة لإيجاد حالة من الرضا و القبول النفسي في الجماهير يفرض المساعدة على بيع

سلعة أو خدمة أو بموافقة الجمهور على قبول فكرة أو توجيه جهة بذاتها، كما يعرفه محمد العليان

"على أنه عملية الإتصال غير الشخصي من خلال وسائل الإعلام العامة بواسطة معلنين يدفعون

ثمنا معيننا لإبصال معلومات إلى فئات من المستهلكين، بحيث يفصح المعني عن شخصيته، و بذلك

يكون الإشهار واصلا بين أطراف في علاقة أفقية و هي المتلقي و المنتج³.

¹ علي بن داهية و بلحسن البليش و الجيلاني بن الحاج يحيى، القاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرسي ألقبائي، تقدمم محمود المسعدي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط7، سنة: 1991، ص 61.

² -Le grand Larousse encyclopedique , dictionnaire encyclopedique , paris , 1960, p 606.

³ يامنة الجراي، لغة الإشهار السياحي، في مجلة العود الند، العدد 78، تونس، منشورات (عدلي الهواري)، ب.ت.

لقد أصبح الإشهار اليوم حاضرا في أكثر الوسائل الإعلامية لغاية إقناع المتلقي، فهو لغة دعائية تراعي الأساليب الحديثة في الإقناع فقد تعددت أنواعه و أساليبه، و حتى وسائله.

يتجلى الإشهار في عدة دعائم، منها ما نجده في الإعلام المكتوب مثلا:

1-1- الإشهار المكتوب: "يتخذ الإشهار المكتوب له وسيلة كالصحف و المجلات والكتب

والنشرات و التقارير لذلك يجعلها تشيع و يتسع مذاها و تصل إلى أكبر قدر ممكن من المتلقين، حيث نأخذ على سبيل المثال لا الحصر الإعلانات المطبوعة و هي الأقدم على الإطلاق بين فنون الإعلان و هي إعلانات الصحف و المجلات و الدوريات و المنشورات والملصقات"¹. وهذا ما يخلصنا في الدراسة.

"لأن المكتوب أبقى و هكذا نجد المواد المطبوعة عموما بأنها الوحيدة التي تسمح للقارئ بالتعامل معها بحرية، فتمكنه الصحيفة بالتالي من إعادة الاطلاع على مضمونها و أخذ الوقت الكافي في هذا الإطلاع إلى حد كبير"².

1-2- الوسائل السمعية:

و إذا ما انتقلنا إلى الوسائل السمعية ، فنجد أن الراديو يصل إلى الجمهور و المستمع بطريقة مختلفة -غالبا- عن الطرائق التي تصله بها الوسائل الأخرى. "و من أهم خصائص الراديو، أنه يقدم للمستمع درجة من المشاركة في الأحداث الفعلية المذاعة، و ذلك في بعض الحصص التي تمس

¹ ينظر، عصام نور الدين، الإعلان و تأثيره في اللغة، مجلة الفكر العربي، ع92، 1998، ص13.

² ينظر، صالح بلعيد، لغة الصحافة ، دار الأمل للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2007، ص 101.

مواضيع تستقطب إهتمام الجمهور و تعبر عن انشغالاتهم و تساؤلاتهم، و إضافة لهذا، فإن الراديو يمتاز بقدراته العالية في الإقناع و التأثير لكونه قريبا من الأشخاص، و في متناول الفئات الاجتماعية حتى البسيطة منها".¹

1-3- الوسائل السمعية البصرية:

بالنسبة إلى التلفاز، فإنه يتمتع بإقناع فريد و شعبية واسعة حيث أنه يقدم المادة المرئية و بطريقة ملموسة. "و ينظر إلى الاتصال الشخصي أو إتصال الوجه للوجه- عموما- بوصفه أكثر الأدوات فعالية بالنسبة للناس، و فيما يتعلق بعملية الإقناع لما يتميز به من قدرات و مرونة و عرض آني".²

2- خصائص الإشهار:

من طبيعة الإشهار و الدعاية محاولة التأثير في نفوس الناس والتحكم في سلوكهم و جذبهم إلى مرغوبه، و لذلك يجب مراعاة عدة جوانب في الإشهار كالتالي :

- "الجانب النفسي و الاجتماعي للوسط الذي تعرض فيه السلعة.
- انتقاء العنصر الشخصي في الإشهار.
- الإشهار نشاط يستخدم بواسطة كافة المنظمات الهادفة و غير الهادفة على الربح و كذلك الأفراد.

- يستهدف الإشهار إعطاء معلومات للفئات المختلفة للجمهور.

¹ صالح بلعيد، المرجع نفسه، ص 101.

² المرجع نفسه، ص 102.

• يهدف الإشهار إقناع المستهلكين بشراء السلعة أو طلب الخدمة المعلن عنها، و بالتالي

إحداث تأثير معين على سلوك المستهلكين من خلال كونه نشاطا اتصاليا إقناعيا"¹.

3- الخطاب الإشهاري :

يعتبر الخطاب اللغوي الإشهاري من الأنماط التواصلية الأساسية و هو يعتمد على تقنيات تواصلية خاصة و يعتمد وسائل و مرجعيات لغوية و نصية، و كلها تصب في محاولة إنشاء خطاب خاص يدعم غاية إقناع المتلقي سواء أجنبيا أو محليا.²

فهو صناعة إعلامية و ثقافية نظرا لما يتميز به من قدرة عالية التأثير و تشكيل الوعي و كنتيجة لذلك يتحقق التفاعل بين الرسل و المستقبل في عملية التواصل .
يتكون الخطاب الإشهاري من نسقين :نسق لساني و آخر أيقوني.

أ- "النسق اللساني :تكمّن أهمية المستوى اللساني من خلال بساطة الجمل الواردة فيه و كثافة

دلالاتها، شعرية التعابير الإشهارية، الإغراق في الخيال، الاعتماد على الوصف و الحوار.

ب-النسق الأيقوني :و الذي يعمل على توجيه المتلقي لفك الرموز السيميائية من خلال

الصورة.و بهذا يقوم على إنتساق و انسجام بين ما هو لساني و ما هو أيقوني"³.

¹ ينظر، يامنة الجراي، المرجع نفسه، ب.ت .

² ينظر، المرجع نفسه.

³ ينظر، عبد الواحد شريفني، الترجمة الإشهارية، دار الغرب للنشر و التوزيع، جامعة وهران السانية، الجزائر، 2013، ص ص 129 و 130.

و هذا ما يتجلى بصفة خاصة في المجالات لما تتمتع به من مزايا عديدة مثل الألوان و نوعية الورق فعلى الرغم من أنها تخاطب جمهورا أكثر تحديدا ،غير أنها تتمتع بحياة أطول من الجريدة و تمثل وسيلة إشهارية أساسية و قوية للتأثير .

فما الذي يجعل الإعلان المطبوع خطابا إشهاريا؟

يعتبر خطابا الإشهار المعاصر من الوسائل المروجة للمنتوجات الاقتصادية و ثقافية،هذا إلى جانب فلسفته الاقتصادية التي تعمل على تطوير الخدمات و تسهيل ترويجها و جزء لا يتجزأ من مكونات اقتصاد الدول ،فهذا الأخير تتضافر فيه عدة وظائف و خصائص لأداء مهمته.

3-1- وظائفه :

نظرا لتشعب الخطاب الإشهاري و ثراءه و بروزه في أكثر ميادين الحياة اليومية يعرض بشير إبرير لتحليل الخطاب الإشهاري خمسة مداخل منهجية.

أ- "المدخل اللساني: اللغة فيه هي بوصلة التأويل في الإشهار و هي الحاملة لهوية المنتج ،لذلك كان انتقاء المفردات أمرا غاية في الأهمية لتحقيق أهداف الخطاب الإشهاري .

ب-المدخل النفسي:منطلقه أن الإشهار منبه نفسي هدفه إثارة مشاعر المتلقي و جعله يقبل على الشراء.

ج-المدخل الاجتماعي اللساني :و مفاده أن لغة الخطاب الإشهاري هي إنعكاس لكل ما يحصل في المجتمعات و عليه يجب أن تتطابق اللغة مع الواقع الاجتماعي و تعبر عنه .

د- المدخل السيميائي: و هي أهم المداخل إذ تنظر إلى الخطاب من جهة أن عناصره ليست لسانية بحتة، و إنما تتدخل فيه العناصر اللسانية و غير اللسانية تداخلا كبيرا، مما يجعل الدراسة السيميائية عمليا في دراسة الخطاب الإشهاري.

هـ- المدخل التداولي: منهج عملي، ينظر إلى اللغة كنظام تواصلية فعال، فيبحث عن المقاصد التواصلية و الأوضاع و السياقات، و يربطها بالعلامات اللغوية و الالغوية من جهة، و بالمستعملين و المؤلفين من جهة أخرى¹.

للخطاب الإشهاري أربعة وظائف أساسية:

تدخل أربعة وظائف أساسية لنجاح الخطاب الإشهاري و هي:

أ- "الوظيفة التعريفية (la fonction identificatrice)": و هي الوظيفة الخطابية التي تعرّف بالمنتج و تميزه عن جملة المنتجات الأخرى.

ب-وظيفة المدح (la fonction landative): و هي الوظيفة الخطابية التي تسند إلى موضوع (المنتج) ميزة معينة و تمدحه بخصال معينة.

ج-وظيفة المجاز و التغميم (la fonction ludique): و هي اللعب بالأصوات والمعاني بهدف خلق نوع من الغرابة، التي تشدّ إنتباه المتلقي.

¹ ينظر، يامنة الجراي، المرجع السابق.

ت- الوظيفة التذكيرية (la fonction mnémotechnique): و هي الوظيفة التي

تتم بترسيخ إسم المنتج في ذاكرة المتلقي لتضمن إشهارة و مداومة المستهلكين على إقتناؤه¹.

تلعب هاته الوظائف الدور الأساسي في تكوين الخطاب الإشهاري نظرا لفاعليتها في التأثير على متلقي المنتج.

4- عناصر الخطاب الإشهاري :

يعتمد الخطاب الإشهاري على عدة عناصر من شأنها الخروج بالمادة الإشهارية إلى المتلقي.

أ- "المُرْسَلُ أو الإشهاري :

هو الذي يحدث الخطاب و يعمل على شحنه بما يحتاجه من مادة إشهارية لازمة بالنظر إلى الموضوع الذي يدور حوله الإشهار ثم يقوم بإرساله نحو المتلقي الذي يتحدد بناء على نوعية المنتج، فالمرسل الإشهاري هو الذي يعمل على تحقيق الوظيفة التعبيرية في الخطاب الإشهاري.

ب- المُرْسَلُ إِلَيْهِ (المتلقي):

هو العنصر الثاني المهم في العملية الإشهارية، إذ يعمل المرسل على إفهام المرسل إليه بجدوى المنتج و أهميته بأي طريقة، فيقدم على إستهلاكه و يحقق الهدف الأساسي الذي يريده المرسل.

¹ ينظر، يامنة الجراي، المرجع السابق .

ج- الرسالة الإشهارية:

و يفترض وجود مرسل أو متكلم يحدث أقوالا و متلقيا يستقبل هذه الأقوال و يعمل على فهم أنساقها الدلالية المختلفة و اللسانية و السميائية و تحليلها و تأويلها بعد ذلك ، و هنا تتحقق الوظيفة الأساسية في الخطاب بعامة و في الإشهار بخاصة و بقية الوظائف حزم لها إن جاز القول.

ث- المقام:

إن العلاقة بين المرسل و المرسل إليه أو بين المخاطب و المتلقي لا تتم بشكل إعتباطي وإنما تتم بحسب ما يقتضيه المقال و أحوال الخطاب و ظروفه المختلفة المحيطة بإحداثه و إنتاجه ، إرساله ، إستقباله و ما يتطلب ذلك من خصائص لغوية و غير لغوية، يمكن أن نطلق عليها "قرائن الخطاب أو الحديث"

هـ- قناة التبليغ:

و هي الوسيلة المستعملة في إيصال الحديث في الخطاب الإشهاري و ذلك إما أن تكون وسائل مكتوبة مثل الجرائد و المطبوعات، أو تكون سمعية أو بوسائل أخرى ، و هنا تتحقق الوظيفة الإنتباهية و ذلك أن الإشهار يعمل على أن يثير ردود أفعال المتلقي و إنتباهه نحو الموضوع¹.

¹ بدر سعدون، الخطاب الإشهاري و عملية التواصل في الإعلان المطبوع، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ، تحت إشراف العايب نصيرة، جامعة مستغانم، 2014.

5- لغة الإشهار السياحي و تجليات الإستراتيجيات الإشهارية:**5-1- لغة الإشهار السياحي:**

يلعب الإشهار دورا هاما في إقناع الآخر بالخطاب الذي يعتمد على جملة من الصور و الرموز ومجموعة من العناصر السيميولوجية في علاقته بالمحيط و بالمتلقي و يحتوي الخطاب مجموعة من الوسائل للتأثير في المتلقي . و لكن إذا ما ربطنا مفهوم الإشهار بالسياحة فإننا نتحدث عن نوعية مخصوصة من الإشهار و هي الإشهار السياحي يعتمد على مجموعة من الوسائل و الوسائط. فلغة الإشهار السياحي تعتمد على لغة اختصاص المتمثلة في التبسيط العلمي و الأدبي، حيث أنها تعتمد على مجموعة من الآليات البلاغية و النظرية قصد التأثير و الإقناع، و اشتغال آليات التأويل والانتقال من التلميح إلى التصريح و البحث في الخلفيات و كذا الانتقال من القيم الإكسيولوجية المجردة المحايدة إلى القيم الإيديولوجية بالمفهوم السيميائي.

5-2- إستراتيجيات التواصل الإشهاري:

المستوى البلاغي و الإيحائي و البنية الصورية و الإيقاعية و التركيبية البلاغية أي الانتقال من دراسة السطح المعروض إلى اكتشاف المستوى الدلالي غير المباشر.

"إن الرسالة الأنجح هي التي تحيل إلى مضمونها الإشهاري إحالة غامرة لطيفة دون أن تقع في المباشرة و التصريح، كأنما نحن في خطاب بلاغي جوهره المجاز، و بهذا تصبح اللغة الإشهارية قريبة من المعنى اللغز اللطيف الذي يؤتي مفاتيح تفكيكه إغواء. و المجاز الإشهاري قد يكون خطرا يهدد وصول الرسالة أكبر من وعي المتقبل و إذا ما كانت لغزا يعسر فهمه، فقد لا تكون الشرائح الاجتماعية

ذات الثقافة البسيطة مستعدة للتلميح و قد لا تقدر على فهم الغز الإشهاري ،حينها يجب التصريح بأن الألفاظ و التلميح إنما يوضعان بعد دراسة الجمهور المتقبل حتى يكون فك الشفرة مضمونا ،و إلا و فعنا في التعمية و العبث.¹

و هنا لا يفوتنا ذكر أسس الحجاج الأرسطي و أهميته في التواصل الإشهاري، حيث أنه يقوم على ثلاثة أسس فهو قد يعتمد العناصر المحاثية (logos) للموضوع المطروح ،و قد يعتمد العناصر المرتبطة بالخطيب (Ethos) و قد يعتمد العناصر المرتبطة بالمتلقي (pathos). هذا الجنس الحجاجي الأخير الباتوسي يستند على ما يميل إليه الإنسان ميلا طبيعيا و يجد له ألما أو لذة.² كما يمكن أن نميز ثلاث فئات من الآليات التي تخول تأثير إنسان على آخر و هي كالاتي:

أ- " البرهنة :

تتوسل بكل الاستدلالات و تستدعي كل براهين العقل أو الواقع التي تستخدم أداة لتوصيل حقيقة و تلقينها. البرهنة توجه إلى عقلنا الغير الشخصي و الموضوعي.

ب-الإقناع:

يتوجه ،بالتعارض مع البرهنة إلى شخصيتنا العاطفية.إلا انه نظرا لان الشخص الذي يقنع لا يريد دوما مصارحة نفسه و لا يريد أبدا مصارحة الآخرين بأنه يعتمد على علة عاطفية وشخصية، فإنه يميل باستمرار إلى صياغتها في علة غير مشخصة.ففي ذهن من يقنع ،يكون المنطق

¹ ينظر ،يامنة الجزائري ،المرجع السابق.

² سعيد بنكراد و آخرون ،إستراتيجيات التواصل الإشهاري، دار الحوار ،سوريا اللاذقية ،2010، ص 210.

خاضعا بوعي أم بغيره، للنوازع و الأهواء و المصالح ، و تكون الغاية هي إثارة أو تنسيق نفس النوازع في ذهن من يُقنع.

ج-الكشف:

هو الحصول برهنة أو إقناع بشكل مبالغ و هو يلتبس في الغالب بشكل البرهنة الذاتية أو الإقناع الذاتي"¹.

6- المستويات التحليلية للنص الإشهاري:

يقوم تحليل النصوص الإشهارية على عدة مستويات تحليلية و هي كالتالي:

يرجع الاختلاف القائم بين اللغات استنادا إلى ما تقدمه النتائج العلمية للتنظير اللساني الحديث إلى تصورات ثلاثة :

* المستوى المعجمي والدلالي :

أ- "التصور الأول :

يعد هذا التصور أبسط أنواع الاختلاف بين اللغات ، ويتجلى فيه الاختلاف على مستوى المبدأ الذي سماه أ.مارتيني بمبدأ التوسيم Etiquetage حيث ينظر إلى اللغة من حيث هي قائمة من الكلمات ، أي قائمة من الإنتاجات الصوتية" (أو الخطية)، كل واحدة منها تتصل بشيء ما. ويرجع ذلك إلى أن بعض التجارب تكون تسميتها محصورة في لغة ما.

¹ سعيد بنكراد و آخرون، المرجع السابق، ص 211.

نظرا لارتباطها الإتنولوجي بالخصوصيات الفكرية والثقافية "والدينية" لأهلها. فلا ينشأ لها مقابل في بقية اللغات. وغيرها مما تتصل بالعرف الاجتماعي أو الديني في اللغة العربية، ومما يؤخذ على هذا التصور أنه، بتحديدده للغة على أنها مجرد أسماء في مقابل مسميات.¹

ب- التصور الثاني :

إن اللغات لا تحالف في كونها عبارة عن قوائم من الأسماء المختلفة في مقابل المسمى الواحد فحسب بل هي، إلى جانب ذلك أنظمة من العلاقات والقوانين البيانية المعقدة. وما يتصل بالدلالة اتصالا مباشرا: مستوى الوحدات الدالة، ومستوى الأبنية والتراكيب.

أولا : مستوى الوحدات الدالة :

يكون الاختلاف، عبر مستوى الوحدات الدالة، في طرق تحديد قيمها التقابلية من خلال العلاقات الاستبدالية والعلاقات التركيبية. وحسب **دي سوسير** لخصائص النظام اللساني ولطريقة عمله فإن مظاهر الاختلاف والتميز في لغة ما لا ترجع إلى دوالها ومدلولها معزولا بعضها البعض وإنما ترجع إلى شبكة متميزة من العلاقات التقابلية والتباينية التي بها تتحدد قيم الوحدات وتفهم دلالاتها . يقول **مارتيني** أن الكلمات لا تستعمل دائما في نفس الظروف أو بمعنى آخر لا تغطي بدقة نفس المجال الدلالي فهناك كلمات لا يمكن أن نعبر أو نجد لها تعبيرات مماثلة في اللغة الهدف، وهذا ما سماه علماء الدلالة **البنويون** "الحقل الدلالي".²

¹ عبد الواحد شريفي، الترجمة المقاربات والنظريات، دار الغرب للنشر والتوزيع، 2012، جامعة وهران، ج1، ص34

² ينظر، المرجع نفسه، ص36.

ثانيا : مستوى الأبنية والتراكيب :

إن كل لغة تتقابل مع أو تتميز عن باقي اللغات الأخرى في علاقاتها النحوية، فإن كانت اللغة العربية مثلا، تعمل بمبدأ النظام المفتوح **systeme ouvert** في القيم التقابلية لدلالة زمن الفعل بناء على أن نظام الزمن في الفعل العربي يقوم على دالتين : دلالة صرفية صيغية افتراضية **virtuelle** ترتبط باللغة أكثر مما ترتبط بالكلام.

ودلالة نحوية مفتوحة على السياق بنوعيه و **متحققة actualisée** بفعل القرائن التي تقتضيها أغراض الكلام، ويتجلى نظام الانفتاح في نظام زمن الفعل العربي في أنه ليس زمنا صيغيا **temps modal** مغلقا كما هو الحال في نظام زمن الفعل الفرنسي الذي تتحدد فيه دلالة الزمن، بشكل أساسي، بحسب الدلالة الصيغية والشكلية للفعل وقد كان هذا الانغلاق سببا في كثرة صيغ أزمنة الفعل الفرنسي وأشكاله في مقابل الفعل العربي الذي يبدو مفتقرا إلى الأزمنة الصيغية بينما تكثر فيه الدلالات الزمنية باعتبار جهاته الموكلة إلى القرائن السياقية.¹

د- أما المستوى الأسلوبي :

يتم التركيز على الأسلوب الذي استعمله الصحفي، وذلك بإبراز الأساليب و التعابير المجازية وهنا من تشبيهات وإشعارات وكنيات فمن خصائص النص الإشهاري توظيف هذا النوع من الأساليب لتقريب الفكرة وجذب القارئ، فقد يجد المترجم نفسه حيال هذا النوع مشكلة إيجاد المكافئ المناسب لإبراز نفس الأثر في المتلقي الأجنبي، و نذكر أمثلة على ذلك: فكاتب النص

¹- ينظر، عبد الواحد شريف، المرجع السابق، ص 38.

الأصلي استعمل كلمة "تلمسان قبل ذلك و بعده هي بذلك حاضرة فارقة تشهد على علو الكعب الجزائري الخلاق". كناية و هذا لتبيان مهارة و خلق و إبداع الإنسان الجزائري.

و كذا "تلمسان اليوم تزدهي بمعالم أندلسية تسحر الناظرين و هي في أحضان طبيعة من أجمل ما وهب الله من زينة حياة الدنيا" إستعارة مكنية، هنا أراد الكاتب أن يبرز جمالية و الموقع الاستراتيجي لمدينة تلمسان.

"تلمسان قبلة" تشبيه بليغ و هنا للدلالة على مصب و ملجئ محبي هاته المدينة .

يبرز الجانب النظري خصوصية السياحة و انواعها و التراث الثقافي و الإسلامي الفذ لمدينة تلمسان و النص الإشهاري و إستراتيجية التواصل الإشهاري و مستويات تحليل النص الإشهاري ، حاويا لمعلومات نظرية ساعدتنا في تحليل الفصل التطبيقي و الوصول إلى ترجمة تتوافى و خصوصيات النص الإشهاري ذي الطابع السياحي.

الفصل التطبيقي

النص الإشهاري في

محك الترجمة

بعد تناولنا في بادئ الأمر للمعطيات النظرية الخاصة بالتعريف بالسياحة و التراث الثقافي و الإسلامي لمدينة تلمسان و دراسة الإشهار و إستراتيجيات التواصل الإشهاري و المستويات التحليلية للنص الإشهاري، فقد ارتأينا أن يكون هذا الجانب خاص بالدراسة التطبيقية معتمدين فيه تقنيات ونظريات ساعدتنا في تحليل وترجمة النص. و لهذا نستهل هذا الفصل بالترجمة الإشهارية و خصوصيتها:

1- الترجمة الإشهارية:

تعد الترجمة الإشهارية من أهم أنواع الترجمات، و ذلك لخصوصياتها اللغوية و الدلالية والأسلوبية، و هدف المترجم هنا هو التأثير و إحداث نفس الوقع الذي أحدثه النص الأصل على المتلقي الاجنبي و إيصال الرسالة بشكل جيد .

تقوم الترجمة الإشهارية بترجمة النصوص الإشهارية والخطابات الإشهارية بهدف إيصال المعلومة إلى مختلف فئات المجتمع وإلى جميع أنحاء العالم وبالتالي إقبال السياح على السياحة بشكل كبير وأشار **Mathieu Guidère** إلى أن: "الكلمة المعتبرة للترجمات الإشهارية لا يكف عن التطور و هو يتبع في ذلك إنفتاح على تقنيات لغوية جديدة على السوق العالمية، كما أصبحت دعائم التواصل أكثر تنوعا من :صحافة، إذاعة، تلفزة و أنترنت"¹.

¹⁻ **Mathieu Guidère** : publicité et traduction l'harmattan, paris, 2012,p6 « la masse de traductions publicitaire est déjà considérable et ne cesse de s'amplifier,elle suit en cela l'ouverture de nouvelles ânes linguistiques au commerce international ,les supports sont de plus en plus diversifiés :presse ,radio, télévision, internet » .

1-1- طبيعة النص الإشهاري و موقعيته في صناعة النصوص:

تدرج النصوص الإشهارية ذات البنية اللغوية الثلاثية و بطبيعتها الفرجوية ضمن صناعة النصوص التداولية (textes pragmatiques)، تأسيسا على قصديتها النفعية الصرف، و ذلك حسب التصنيف الذي وضعه جون دوليل J.delisle مبررا من خلاله المصطلح الذي يحال به على تلك النصوص التي تعمل على تمرير المعلومة الخبر، و من ثم يحتل فيها البعد الجمالي موقعا هامشيا يسيّر التداولية وفق زاوية النظر هاته مقابلة بالأدبية و إن كان هذا لا يعني إنتقاء أي طابع جمالي عنها كما تصير وصفا لتلك النصوص ذات الطابع النفعي التي تتمثل في دفع المتلقي بواسطة الإقناع و التأثير بطرائق متنوعة إلى التصرف إيجابيا لتبني الفكرة المشهّر لها. إذن فكيف يكون للنص اعتبارين، تداولي و أدبي في الوقت نفسه؟ و كيف يجد المترجم التوافق ما بين هاتين الخاصتين؟

بما أن الترجمة الإشهارية تتجه اليوم إلى التخصص، فهذا يضع المترجم أمام إكراهات متعددة تفرض عليه امتلاك زاد معرفي يؤهله لفك شفرات النص في اللغة المصدر، و من ثم إيجاد المعدل الوظيفي الأمثل المؤدي للوظيفة نفسها التي يؤديها المصدر.

كما يرفض الكثير من المنظرين و الباحثين في الترجمة أن يترجم الخطاب ترجمة حرفية بل يؤكدون على ضرورة تكييفه وفقا لثقافة المتلقي و ذوقه و حجتهم في ذلك أننا لا ننقل الكلمات و إنما روح هذا الخطاب و جوهره الضروريين لتحقيق ما يسميه نيدا Nida بالتكافؤ الوظيفي¹.

¹ ينظر، عبد الواحد شريقي، المرجع السابق، ص 66.

و لذا شاع في الترجمة الإشهارية و في كل لغات العالم التحرر من الأصل بمختلف إكراهاته والإلتفات إلى عملية التواصل، و هكذا صارت إستراتيجيات الترجمة هي إستراتيجيات للتواصل وظهرت إلى السطح مصطلحات تحيل على تقنيات إجرائية توظف لتحقيق ترجمة سلسلة مؤدية للغرض الذي أنجزت لأجله كالتطويع الوظيفي أو المعادل الوظيفي، و التي لنا أن نرجعها إلى ما أطلق عليه جاكوبسون **Jackobson** مصطلح الإبدال الخلاق (transposition) créatrice¹.

1-2- تأثير النص المترجم على المتلقي :

يجب على المترجم أن يكوّن فكرة أولية عن متلقيه قبل الشروع في نقل النص إلى لغة الهدف، فعلى المترجم أن يكيف الخطاب حسب درجة فهم جمهوره الهدف و تلقيه له، واستنادا للنظرية الغائية **Skopos** (الغاية والهدف) فإنها تركز كثيرا على الغاية المتوخاة من الترجمة، كما أن " هانس فيرمير " **Hans. J. Vermeer** يرى أن هدف الترجمة النهائي هو الذي يحدد للمترجم الإستراتيجية المناسبة في الترجمة.

ففي الحديث عن نظرية **skopos** و أثرها في الترجمة فإنه تشير كلمة **skopos** إلى غاية

النص الهدف و زيادة على ذلك إستعمل **vermeer** مصطلحات 'الهدف'، 'الغاية' 'المقصدية'

¹ ينظر عبد الواحد شريقي، المرجع السابق، ص 85.

و 'الوظيفة'¹.

وسواء أكانت هذه الترجمة ملتوية بإجراءاتها الأربعة: الإبدال و التطويع، و التعادل والتكييف، حسب المفهوم الذي طرحه كل من فيني و دار بلنيه، أم قامت على مبدأ التعادلات الديناميكية بمفهوم نيدا، و الذي يتأسس على إقامة تغيرات على مستوى نظام الخطاب، أو الحذف للمفوضات يراها المترجم لا تخدم النص في لغة الهدف أو بإجراء تغييرات بنيوية تيسر وصول رسالة الأصل إلى المتلقين في الثقافة الهدف، أو عن طريق الإضافة لعناصر كلامية يجدها المترجم ضرورية وتسهم في تحقيق الأثر المشابه لدى متلقي الترجمة أو كانت ترجمة تواصلية كما حدها بيتريومارك **Peter New** و **Mark**، أو وظيفية تتأسس على نظرية الأنماط، النصوص، أو نظرية **skopos** وفق الطرح الذي جاءت به المدرسة الألمانية أو تأويلية بناء على ما ورد لدى مدرسة باريس، فإن ما يضمها جميعا بوصفه قاسما مشتركا هو إنزياحها عن الأصل، و تجنبها الالتصاق به، و أخذها لمساحة من الحرية بإزائه.²

كما لا يمكننا أن ننسى الدور الهام أيضا للنظرية التأويلية والتي وضعتها المدرسة العليا للترجمة والمترجمين بباريس والتي نادى بها كل "ماريان لوديرير" **Marianne Lederer**، و "دانيكا

¹ -Christiane Nord , « « La traduction : une activité ciblée ,introduction aux approches fonctionnalistes » ,traduit de l'anglais par Beverly Adab Artois Presses université, Arras,2008,P44. " le terme skopos fait d'habitude référence à la finalité du texte cible.En plus de skopos,vermeer utilise les termes « objectif », « finalité », « intention » , et « fonction » ».

² ينظر، عبد الواحد شريقي، مرجع سابق، ص84.

سيليسكوفيتش "Danica Selskovitch حيث طرحت نظرية المعنى مشكلة نقل المعنى بشقيه الصريح والضمني، وهذه إحدى النظريات التي اعتمدها في بحثنا وخياراتنا الترجمة.

كما تشير "كريستين دوريو Christine Durieux إلى أن:

" المنطلق الذي اعتمدت عليه النظرية التأويلية في الترجمة هو وجود مرحلة التجريد اللغوي ما بين مرحلة الفهم و مرحلة إعادة الصياغة"¹.

على اختلاف نظريات ومنهجيات الترجمة إلى يومنا هذا والمستعملة في كل المجالات، فقد تطرق كل من نيومارك و نيدا إلى مفاهيم شبيهة والتي إستعرضناها و التي تخدم ترجمتنا الإشهارية ، على غرار النظرية الوظيفية التي بدورها أسست للنظرية التواصلية التي دعا بها نيومارك ولقد استخدم هذا المنهج لنقل المعنى من لغة إلى أخرى حيث أنه يُحدث نفس الأثر على قارئ النص الهدف بقدر قارئ النص الأصل وهنا استوقفنا "نيدا" مع نيومارك اللذان اعتمدا على نقل المعنى من لغة إلى أخرى مهتمين بالجانب النحوي زيادة على تأويل المعنى، دون أن ننسى نية الكاتب و مقصوديته، نموذج النص وكذلك الجمهور القراء الذين يعتبرون عنصرا هاما.

ولهذا يجب على الترجمة أن تحافظ على النغمة و الوقع الذي جاء به النص الأصل وهذا طبعا وفقا لهاته النظريات والمنهجيات.

¹-voir Christine Durieux, vers une théorie décisionnelle de la traduction revue Lisa, paris ,2009 ,p 48 "la version initiale de la théorie interprétative de la traduction est l'existence d'une phase de déverbalisation entre la phase de compréhension et la phase de réexpression" .

كما أنه يجدر بنا الحديث عن أحد منظري الترجمة وهو "أنطوان بارمان" **Antoine Berman** حيث أنه نادى بالهدف المقصود والأثر الذي يجب أن يحدثه النص المترجم في المتلقي الأجنبي دون أن يحس أنه نص مترجم إلى اللغة الهدف، وهنا طرح السؤال : كيف يجب أن نترجم ؟ لا كيف نترجم ؟ وتطرق أيضا لما يسمى ب مهمة المترجم: "**La tache du traducteur**" وهدف المترجم "**La visée du traducteur**".

1-3- مكونات النص الإشهاري:

يظهر البحث المقارن في الخط الإشهاري والأنماط الخطية الأخرى أن خصوصية الخط الإشهاري يمكن أن تنكشف أولا على مستوى بنيوي، فما يسمى "نصا" يحيل في الواقع على بنية ثلاثية موسومة بصريا وفضاءيا ، والدرجات الثلاث لهذه البنية : التسميات (أسماء العلامات والمواد الأصلية) والشعار والتحرير الكتابي.

"ومهما يكن فإن المرسله الإشهارية تتطلب قراءة فريدة من نوعها . إذ أن كشف المعنى موزع بين ثلاثة مستويات من القراءة المتغيرة خطيا، كما أن المرسله المنقولة لا بد من البحث عنها ليس من خلال كل ذات من الذوات المكونة للنص فحسب، بل في تكاملها، أي من خلال تقاطع مجالات المعنى التي تجتمع فيهما بينها.

وأخيرا فإن التنظيم الخاص بالنص يعود إلى إستراتيجية تواصلية خاصة تثير انتباه القارئ المؤول حول أهمية ترتيب وطباعة الصفحة في الكتابة الإشهارية.¹

فعلى المترجم هنا، أن يهتم بالمقصدية و إحداث نفس الأثر على المتلقي الأجنبي، فهي على خلاف النظرية اللسانية تهتم بإبراز وجود الإنسان الخلاق و المبدع و الإختصاصي في قلب العملية التواصلية، لأنها على خلاف النظرية اللسانية ليس هي مجرد لغة و كلمات و إنما هي إمكانية تأويل النص الأصل مع خصوصيات و ثقافة الجمهور المستهدف، للتأثير في عواطفهم و وجدانهم.

2- تقنيات الترجمة:

في الحديث عن التقنيات المستعملة في الترجمة، فلقد أشار محمد رشاد الحمزاوي عند حديثه عن تقنيات الترجمة إلى عدد من المعايير استنادا إلى المدرسة الكندية وبخاصة فيناي ودارلنيه باعتبارهما من أوائل المنظرين في الترجمة ويخصها فيما يلي :

أ- الترجمة المباشرة وهي :

* النسخ : نوعه من الاستعارة الخاصة تستوجب فيها الترجمة إدخال استعمال جديد يبدو

غريبا.

* الاستعارة : التعريب.

* التضخيم : استعمال عدد من الكلمات أكبر من الأصل.

* التحشية : شبيهة بالتضخيم مع زيادة ألفاظ.

¹ - عبد الواحد شريقي، المرجع السابق، ص 149.

ب- الترجمة غير المباشرة :

* التكافؤ : التعبير عن مصطلح في الأصل مع استعمال تعبير مختلف.

* المؤلفة : اعتماد مقابل خاص من لغة ما لتأدية معنى خاص بلغة أخرى.

* التحرير : استعمال معايير قديمة للدلالة على مفاهيم جديدة.¹

كما أن هناك عدة استراتيجيات أخرى :

* الحذف (l'omission):

هو حذف العناصر غير المهمة لعدم احتوائها على معطيات مهمة أو لتفادي التكرار و هي

الحذف أو إزالة جزء من النص.

* التكيف (ADAPTATION):

هي إستراتيجية تقوم على إعادة إنتاج الرسالة الإشهارية وذلك بإخراجها من جديد وجعلها

تناسب مع خصوصيات السوق المحلية، أي تتلاءم وثقافة المتلقي وذوقه. ويقاس نجاح هذه

الإستراتيجية بمدى قدرة المترجم على الابتكار وكفاءته على تحقيق المواءمة الصعبة بين هوية الرسالة

الإشهارية وخصوصيات الجمهور المتلقي.²

فالمترجم لا يتقيد بالنص الأصلي بل يحاول التكيف مع عقلية وثقافة السائح وهذا ما تطرق إليه

"ماتيو قيدير" Mathieu Guidère :

¹- د. عامر الزناتي الجابري ، إشكالية ترجمة المصطلح، مجلة البحوث والدراسات القرآنية، ع9، السنة الخامسة والسادسة، ص344.

²- عبد الواحد شريف، الترجمة الإشهارية ، مرجع سابق ، ص145.

" ويعتبر التكيف تقنية لعملية الترجمة من بين أمور أخرى".¹

* التكيف (condensation):

الهدف من هذه الإستراتيجية هو الاحتفاظ بكل ما هو مهم وحذف بعض الكلمات غير المهمة، واختصار الجمل والأفكار وتلخيصها condensation.

* التكافؤ (Equivalence):

معناه أنه يمكن للنصين أن يعبرا عن نفس الوضعية باستعمال وسائل أسلوبية وبنوية مختلفة تماما وعادة ما يستخدم في ترجمة الأمثال والحكم والتعبيرات المجازية.

* التطويع (Modulation):

هو تغيير في الخطاب بسبب تغيير وجهة النظر، أي عند النظر إلى الحقيقة من جانب آخر، ويستخدم عندما تعجز الترجمة الحرفية أو الدلالية عن إنتاج ترجمة صحيحة أو مقبولة كتلك التي تتناقى وعبقرية اللغة الهدف.

والتغيير هنا يكون على مستويات عدة كتغيير النتيجة بالسبب أو الجزء بالكل.

¹-Guidère.M,Introduction à la traductologie :penser la traduction : hier, aujourd'hui, demain,De Boeck,paris, 2010, p88 "L'adaptation est considérée comme un procédé technique de traduction parmi d'autres » .

3- الدراسة التحليلية للنص:**3-1- التعريف بالمدونة :**

إن مدونتنا هاته عبارة عن مقال مأخوذ من مجلة الجوهرة وهي مجلة ثقافية نصف شهرية صادرة عن وزارة الثقافة إثر فعاليات تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية سنة 2011م، التي زفت العروس "تلمسان" بأبهى حلة من مقالات وتداخلات حول تراثها المجيد والترويج للسياحة بها. و بمأن الفعل الترجمي يقوم على خطوات أساسية، بدءا بفهم النص الأصل ثم إعادة صياغته مرورا بمرحلة البحث التوثيقي، فقد اعتمدنا منهجية معينة، تتمحور أساسا في القراءة الشاملة والسطحية، من خلال مسح النص واستخراج العوامل المحيطة به، تليها قراءة مفصلة ندخل من خلالها في عمق النص .

والهدف من كل هذا هو إيصال الرسالة بشكل مؤثر في المتلقي الأجنبي، والحفاظ على نفس الوقع والنغمة التي أحدثته النص في المتلقي الهدف.

I - المرحلة الأولى (القراءة التحليلية):

من خلال القراءة الشاملة يمكننا أن نستخرج العوامل المحيطة بالنص و التي من شأنها توجيه القارئ، منها :

1- القراءة الشاملة:

أ/ العنوان :

يتكون النص من عنوان رئيسي ومصاغ كالتالي :

*** لؤلؤة المغرب العربي...الإشراق يتجدد.**

وهو مكتوب بالبند الغليظ، و تعد عبارة "لؤلؤة المغرب العربي": من أحد المسميات لمدينة

تلمسان على غرار عدة تسميات كمنارة الإسلام ، وجوهرة المغرب وغرناطة إفريقيا.

كان ينوي الكاتب من خلال هاته التسمية أن يبرز جمال وسؤدد مدينة تلمسان المجيدة

والعريقة،حيث أن اسمها مقرون بالثقافة والحضارة والإسلام والأبعاد الروحية، ومكانتها المرموقة في

المغرب العربي ،فكانت ولا تزال وجه الجزائر إلى جانب القلعة ، بجاية ، العاصمة وقسنطينة.وحاضرة

من حواضر العالم الإسلامي.

أما فيما يخص النقاط الثلاثة المتتالية (...) فهي إستراتيجية من إستراتيجيات الجذب وشد انتباه

القارئ، فقد استعمله الصحافي كعنصر تشويق كأنه يلمح لجمهوره أن هناك شيئا آخر منتظر سوف

يستمر ولكن بشكل آخر، من خلال تنمة العنوان "الإشراق يتجدد":

أن تلمسان منارة إشعاع فكري وحضاري، فتلمسان بتاريخها العريق وتعاقب الحضارات عليها كانت

ولا تزال مشرقة، متألقة، فهو يريد أن يقول حتى وإن نسيت لبرهة من الزمن فما هي الآن تشرق

مجددا من خلال الاحتفالية الكبيرة "تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية" ترجعها مكانتها وتكسيها

جمهورا من كل حد وصوب.

ب/ تاريخ إصدار المقال :

صدر المقال إثر فعاليات تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية، 2011، في حين أن الجمهور كان جد متشوق ومتعطش للتعرف على تاريخ وثقافة وحضارة تلمسان حيث أن المدينة كانت معروفة بالعلم والمعارف ومنارة من منارات الإسلام من خلال شيوخها الأجلاء كسيدي بومدين الغوث، الشيخ السنوسي وغيرهم، وحضاراتها المتعاقبة التي فاتت الحدود، فالجمهور الجزائري كله كان ينتظر هذه التظاهرة، ناهيك عن الجمهور الأجنبي المولوع بثقافة الشرق، ولهذا سعى الصحافي إلى الارتقاء بتمثيلات الشعب الجزائري ومخاطبة رغباتهم من خلال هذه التظاهرة الأولى من نوعها، التي أعيد لتلمسان فيها منصبها الذي يليق بها بين الدول.

ج/ المصدر :

مجلة الجوهرة :

هي مجلة ثقافية نصف شهرية، لها أعداد، صادرة عن وزارة الثقافة إثر فعاليات تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية على غرار باقي المجلات الثقافية الأخرى كالمنازة، مجلة الأصالة، المواقف، الرؤيا وغيرها من المجلات.

إلا أننا حاولنا للبحث عن ديمومة هاته المجلة عبر الاحتكام إلى موقعها الموجود وهو كالاتي :

2011.orgWWW.TLEMCEN ، فلم نجد أية معلومات تخص المجلة، وإنما وجدنا معلومات

تخص الفنادق والمعالم الأثرية بولاية تلمسان. مع العلم أنه يحمل سنة 2011 فهذا دليل على أن

المجلة صدرت ضمن التظاهرة فقط مدعومة من وزارة الثقافة.

تحتكم المجلة إلى كل الشروط:

- العدد.
- مدير المجلة.
- صحافيين معترف بهم.
- تصميم خاص.
- عنوان.

د/ كاتب النص الأصلي :

سعيد حمودي صحافي جزائري، لم تتوفر لدينا معلومات أخرى عنه.

2- القراءة المفصلة :

2-1- لغة النص:

إن لغة المقال هي لغة الصحافة، فهي لغة مبسطة تنهل من اللغة الأدبية واللغة التاريخية كونها

تتحدث عن التراث الإسلامي والثقافي لمدينة تلمسان، و هي لغة تعود بنا إلى الواقع التاريخي للمدينة.

و ما يدل على ذلك عبارات مثل: "مدينة الفن والتاريخ".

وكذلك: ذكر الأولياء الله الصالحين.

تسمية المساجد بأسماء الأولياء الله الصالحين.

اتسم أسلوب الكاتب بالوضوح والتميز والإقناع والجمالية ولعب بالكلمات وهذا بارز بشكل جلي

من خلال استعمال الصحافي للبلاغة والمجاز وهو من خصوصيات المقال، الجذب والإقناع والتأثير

في المتلقي الأجنبي، فدوره الأول هو نقل الفكرة بأسلوب معين يستهدف جمهوره الأصل مراعيًا مستوياتهم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية ليحدث فيهم الأثر المطلوب من خلال استيعابهم للرسالة، ومن جهة أخرى يحاول المترجم شد انتباه جمهوره الهدف من خلال أسلوبه المتميز والبسيط على حد سواء وبالتالي على الأثر نفسه.

سجلنا كذلك أخطاء لغوية أو مطبعية في النص الأصل، نذكر أمثلة على ذلك

" فحق لها أن الفخار والإكبار". "أن" – ليس لها مكان أو معنى في الجملة، فيمكن أن يكون خطأ مطبعي.

جورج ماصي: وهذا من مواقع الإشكال في الترجمة فالاسم الصحيح هو "جورج مارصي" Georges Marçais، وهو المستشرق الذي ألف عددا من الكتب حول مدينة تلمسان .

و كذا الجملة الآتية " واحد من أيقونات تلمسان؟ المكان والزمان...".

فهناك خلل في تركيب هاته الجملة.

فهذه أخطاء لغوية او مطبعية موجودة في النص الأصل والتي شكلت لنا مصدر إزعاج وإشكال في إعادة الصياغة.

2-2- نمط النص :

هو من النصوص المبسطة التي تدخل ضمن النصوص المروجة للتراث والتي من شأنها كذلك الترويج للسياحة في تلمسان خاصة والجزائر عامة. وباعتبار أن النص له نكهة إشهارية من خلال مميزاته اللغوية واللسانية، فهو من النصوص الإشهارية.

2-3- الجمهور المستهدف :

تعد مجلة الجوهرة مجلة ثقافية، جزائرية الأصل، فهي تخاطب أساسا الجزائريين من خلال الإقناع والتأثير في عواطفهم لإحياء هاته التظاهرة الفريدة من نوعها، والحفاظ على التراث الثقافي المادي واللامادي لمدينتهم الرائعة.

وتخاطب الجمهور الأجنبي من خلال هذا النص المترجم والتأثير عليهم من خلال الحفاظ على نفس الأثر والوقوع الذي أحدثه النص الأصل. وهذا هو المراد من الترجمة، لكي يتعرف الأجنبي على خصوصيات المجتمع الجزائري، وبالأخص على مدينة تلمسان وإشعاعها الفكري والحضاري من خلال الترويج السياحي لها.

II- المرحلة الثانية:

* البحث التوثيقي :

باعتبار أن النص زاخر بأنواع البلاغة من كناية و إستعارة و تشبيه فهذا ما استدعى علينا القيام بالبحث التوثيقي حول إيجاد معنى هاته الجمل في اللغة الأصل أولا ثم محاولة إيجاد المكافئ المناسب في ثقافة و لغة المتلقي الهدف ثانيا.

بعد القراءتين الشاملة والمعمقة تم الوصول إلى تحديد مواقع الإشكال التي كانت مصدر إزعاج في ترجمة النص، و هذا ما استدعى إجراء بحثا توثيقيا حول الكلمات .

* مواقع الإشكال :

كلمة "لا مرية أبدا" تعني هاته الكلمة أنه "لاشك أبدا"، "لا نقاش" كذلك ، كون تلمسان عاصمة للإنسان المبدع، ففي اللغة العربية الفصحى هاته الكلمة متداولة بشكل كبير.

- أسماء الإعلام هي الأخرى كانت محل إشكال في نقلها إلى اللغة الفرنسية مثلا ، و بعد قيامنا

ببحث توثيقي، تم ضبط نقل هذه الأسماء على النحو التالي :

Georges Marçais	جورج مارصي
Sidi Senouci	سيدي سنوسي
Cheikh El Ghaffour	شيخ الغفور

كما يمكن الإشارة إلى عوامل المصدقية التي مننت مصداقية النص الأصل.

نذكر أمثلة عنها:

المقولة المشهورة لجورج مارصي "مدينة الفن و التاريخ"

وأسماء أعلام أخرى مثل :

محمد ديب.

واسيني لعرج.

عبد المالك مرتاض وغيرهم.

كذلك في ترجمة اسم العلم "الشاب أنور" بـ "Cheb Anouar" .

ففي الثقافة الجزائرية يلقب الفنان المحبوب بالشاب من طرف هواته و متبعيه لهذا حافظنا على

نفس التسمية، وهذا لكي ندمج المتلقي الأجنبي بالثقافة الجزائرية و هو الهدف من الترجمة.

تسمية الأماكن بأسماء المساجد :

مسجد تلمسان الكبير .

مسجد سيدي بومدين .

مسجد سيدي سنوسي .

الأساليب البلاغية:

تلمسان قبلة: تشبيه بليغ، هنا يعني الكاتب أنها ملجأ و مصب لمحي هاته المدينة.

" للروح التواقّة إلى شمس لا تغيب " : إستعارة مكنية .

في الحقيقة توجد شمس واحدة و هي تغيب

هنا المقصود من العبارة هي رمز إلى أن تلمسان منيرة و مشرقة دائما .

" علوّ كعب الجزائري الخلاق " : كناية عن الرفعة و القيمة العظيمة للجزائري المبدع .

كلمة كعب تدل على أسفل الشيء . فهنا يقصد أن حتى الإبداع الرمزي في نظر الإنسان الجزائري

هو عالي الشأن و متميز .

" تزال عابقة بألق يتجدد يمشي على هداية حضارات زاخرة بالفن " إستعارة مكنية

يقصد الكاتب هنا بالألق : اللمعان و الضياء .

و هاته صفة لمدينة تلمسان و الحضارات المشعة بالفكر و الثقافة المتعاقبة عليها .

" ينهد إلى إشراق " استعارة مكنية .

هنا يقصد الكاتب أن رفعة شأن الإنسان الجزائري يوقظ في المدينة لمعانا و بريقا لا يضاهاى .

" الماضي الذي كابر الإستعمار " إستعارة مكنية .

تدل على قوة ماضي المدينة و المتجدر في التاريخ و قوة شعبها الذي وقف صامدا ضد الإستعمار .

"ظل نقيا كماء الخلجان"

أشار هنا الكاتب إلى طهارة الماضي الخالي من الشوائب و شبهه بعدوبة و نضارة و صفاء ماء الخلجان.

"وهي في أحضان طبيعة" استعارة مكنية.

هذا دليل على جمالية جغرافيا تلمسان ومناخها.

" لتكون محجا لإخواننا العرب"

للإشارة على أنها قبلة.

"تلمسان متحف مفتوح" مجاز مرسل.

أشار هنا للقيمة الثقافية والفنية والحضارية لتلمسان ، فشبها بالمتحف المفتوح.

" المدينة المجاهدة بامتياز" : استعارة مكنية.

رمزا للمدينة التي كابت وجاهدت كل ظروف الحياة.

"المجال الحيوي الولود للحضارات" استعارة مكنية.

نوه الكاتب إلى أن حتى الضواحي وهوامش المدن كان لها الفضل في تعاقب وميلاد حضارات عريقة.

"بما أنجبتته من أعلام". استعارة مكنية.

نوه الكاتب هنا أن تلمسان كان لها الفضل في ظهور العديد من العلماء والصالحين الذين خدموا المدينة.

" ليكونوا شموسا في هذا العام".

نسبة إلى أعلام تلمسان لكي ينيروا بعلمهم ومعارفهم.

" التحليق دائما في سماء الاكتشاف"

وهو الإشارة إلى ديمومة الإبداع والاكتشاف.

من بين العناصر التي يمكن أن تسبب إشكالا كذلك في النص هناك تلميحات التي تعود بنا إلى

النص القرآني و هنا يدخل بعد التداخل بين النصوص .

* التلميح: و هو بعد التداخل النصي (التناص):

لاحظنا في النص كلمات وجملا لها علاقة مع نصوص أخرى.

المثال التالي:

" وهي في أحضان طبيعة من أجمل ما وهب الله من زينة الحياة الدنيا".

يتبادر هنا إلى أذهاننا الكثير من آيات القرآن الكريم .

نذكر مثالا على ذلك :

كقوله تعالى : بسم الله الرحمن الرحيم : ﴿المال والبنون زينة الحياة الدنيا و الباقيات الصالحات خير

عند ربك ثوابا و خير أملا﴾ سورة الكهف، الآية 46.

تدل هذه الكلمة على النعمة التي أنعم الله بها مدينة تلمسان وحبها بهذه الجغرافيا الرائعة.

وكذلك "متحف مفتوح على العالمين "

"لها أن تشرق اليوم على العالمين"

نجد كلمة العالمين كذلك في القرآن الكريم.

لقوله تعالى : بسم الله الرحمن الرحيم:

﴿الحمد لله رب العالمين الرحمن الرحيم﴾ في سورة الفاتحة الآية 2.

فكلمة رب العالمين : تعني رب الكون ورب العرش العظيم

فالعالمين كلمة تدل على العالم بأسره.

استنتجنا من خلال بحثنا التوثيقي أن هناك طرق مضبوطة في نقل حروف أسماء الأعلام من اللغة

العربية إلى اللغة الفرنسية، وليست مسألة اعتباطية لأنها تتعلق بمسميات أعلام الجزائر.

3- التعليق على الترجمة والأساليب البلاغية المترجمة :

نبدأ تعليقنا هذا بالعنوان المبين :

لؤلؤة المغرب العربي...الإشراق يتجدد.

نلاحظ أن تسمية العنوان لا تبدأ بالفعل ، وهذا ليس من خصوصيات اللغة العربية، في حين أن

اللغة الفرنسية هي لغة معروفة بالجمل الاسمية فقد اعتمدنا في هذا الصدد على الترجمة الحرفية في

ترجمة عبارة لؤلؤة المغرب العربي لأنها متداولة في اللغة الفرنسية.

الإشراق: إسم معرّف يعني كان معروف في مدينة تلمسان مسبقا، إلا أنه يعيد الظهور بشكل جديد

لهذا اقترحنا الترجمة الآتية:

* الترجمة :

La perle du Maghreb Arabe....

Le nouvel éclat.

نلاحظ في الجملة الأولى :

Nul doute sur le fait que la ville Algérienne « Tlemcen » soit la capitale de la culture islamique.

في الجانب النحوي والتركيبى احترمنا قواعد اللغة الفرنسية و بدأنا الجملة باسم لأنها جملة اسمية. إلا أننا وضعنا "تلمسان" بين مزدوجتين، وهذا للتأثير في المتلقي الأجنبي من خلال إستراتيجية الجذب وشد الانتباه، وهذا لإبراز اسم المدينة الذي حدث عنها الصحافي طيلة كتابته للمقال. أما عن ترجمة الأساليب البلاغية الموجودة في النص، فهي تحتاج إلى دقة أكبر كما توضحه الامثلة التالية:

قبلة للروح التواقة إلى شمس لا تغيب.

La destination de l'âme avide aux lumières.

هنا استعملنا تقنية التكافؤ، بحيث أننا تحدثنا عن نفس الموقف لكن بوسائل أسلوبية مختلفة ففي النص العربي وجدنا كلمة شمس لا تغيب وهي استعارة على لمعان وضياء مدينة تلمسان لهذا ترجمنا الكلمة بـ Lumière، لأنه في الواقع توجد شمس واحدة، لا شمس.

قبلة للروح التواقة.

Une destination de l'âme avide.

و كذلك ترجمنا كلمة قبله ب destination، للدلالة على الملجأ الذي يختاره كل إنسان.

و ذهب هنا كاتب النص الأصلي لإعطاء صورة حول جمالية صوت الشيخ الغفور و الموسيقى الاندلسية.

و الوجد الصوفي يدوزن هذه اللوحة الإنسانية وصل أندلسي تهب نسائمه من ندى صوت الغفور.

Et de l'esprit soufie : un tableau humain corroboré par une touche andalouse qui nous vient des échos de la voix de cheikh EL Ghaffour.

هنا اعتمدنا نوعا خاصا من التكافؤ يعني بالمواقف L'Equivalence des situations.

حيث أن الخصائص الثقافية والحضارية لمدينة تلمسان تختلف عنها بالنسبة للمتلقى الأجنبي، ولهذا

قمنا بترجمة الوجد الصوفي ب L'Esprit soufie، لأن ليس له نظير في اللغة الهدف والنقطتين (:)

لهما دلالة تفسيرية لإيصال المعنى الوظيفي والمكافئ للوجد الصوفي.

فالجملة بالفرنسية: تعطي فكرة أولية عن معنى الوصل الأندلسي وعن الشيخ الغفور، وبالتالي ندفع

بالمتلقى الأجنبي إلى البحث المكثف عن ماهية هذا الفن التلمساني.

هنا حافظنا على نفس الكلمة لأن أصلها هو فرنسي بالأساس، لهذا يمكن للأجنبي استيعابها بشكل

جيد ولهذا طبقنا تقنية النسخ :

des figures : أيقونة :

" تشهد على علو كعب الجزائري الخلاق".

Témoigne des limites repoussées de l'algérien créatif.

هنا استعملنا تقنية التكييف للتعبير عن الموقف لأن المتلقي الأجنبي لا يمكنه فهم هاته الاستعارة ، لأن الصورة المستعملة و المتضمنة لمفهوم "الكعب" غير موجودة في ثقافته، لهذا وجدنا المكافئ القادر على إثارة الانطباعات نفسها التي يشير إليها النص الأصل. وتوصيل الفكرة له أن إبداعات الإنسان الجزائري ليس لها حدود و هي جد مرموقة .

في هته الفقرة اعتمدنا إستراتيجية الترجمة بالحذف (L'omission) وكذا إستراتيجية التكييف، حيث أننا حذفنا البعض من الكلمات واحتفظنا بالمهم.

« qui éveille une brillance pour la beauté de la ville ».

فحذفنا البعض من كلمات الجملة في اللغة العربية .

" لا تزال عابقة بألق يتجدد يمشي على هداية حضارات "

قمنا بترجمتها كالتالي :

« Elle porte sans cesse ce baume qui la fait marcher sur les pas de plusieurs civilisations ».

" تسحر الناظرين " فكانت الترجمة كالتالي :

« Qui fascinent les admirateurs » للدلالة على هواة وسياح المدينة، المولوعين بجمالها

وآثارها.

" من أجمل ما وهب الله من زينة الحياة الدنيا".

« Qui représente une facette de ce qu'Allah a conçu de plus beau dans cette vie »

حافظنا على اسم الله جل جلاله، لكي نبين للأجنبي أننا بلد مسلم والتعريف بالثقافة الدينية الجزائرية، والغرض هو تأقلم القارئ الأجنبي مع الثقافة المحلية، ولكي يعرف أن الله هو واحد أحد. و الكلمة التالية أيضا :

" فحق لها الآن الفخار والإكبار".

ترجمت هذه الكلمة بـ :

« Elle peut se draper d'une outrecuidance ».

وجدنا المكافئ الوظيفي في اللغة الهدف، حيث تعرف هذه العبارة في ثقافة الأجنبي معروفة هذه الجملة للتعبير عن شيء خارق للعادة.

أما عبارة جورج مارصي فترجمت ترجمة حرفية حيث أنها لا تستدعي التأويل، بما أنها متداولة في اللغة الفرنسية حتى أننا نجد لها مطبوعة على اللوحة الإشهارية بمدخل مدينة تلمسان .

« La ville d'art et d'histoire ».

أما فيما يخص العبارة التالية :

"متحف مفتوح على العالمين".

« Un musée à ciel ouvert ».

وجدنا المكافئ الديناميكي لهذه العبارة في الثقافة الهدف. فمن خصوصيات اللغة الفرنسية أنها

تستعمل هذه العبارة للدلالة على نفس المفهوم في اللغة العربية، وهذا يعتبر تكييفاً.

أما فيما يخص ترجمة أسماء المساجد والمسماة بأسماء الأعلام فهي ترجمة حرفية.

La grande Mosquée .

La mosquée de Sidi boumedién.

Sidi Senouci.

Sidi Belahcen.

كما ترجمت عبارة "أولياء الله الصالحين" ب :

« Les saints d'Allah ».

للدلالة على الثقافة الدينية الإسلامية، فلم نجد أن نترجمها في لغة وثقافة الهدف رغم أن لها مقابلاً.

" المدينة مجاهدة".

عندما ترجمنا هاته الكلمة حافظنا على عبارة مدينة لدلالاتها الثقافية والاجتماعية و التاريخية العالية

ولهذا قمنا بنسخها على النحو التالي :

« Medina Combatante »

وهذا لإحداث نفس الأثر الذي أراده الكاتب في اللغة الأصل.

أما الفقرة الرابعة، فقد كانت ترجمتها بالحذف لبعض عناصرها، إلا أننا احتفظنا بالمهم فالفقرة كلها كانت تعرف لحاضرة تلمسان و حيث أنه ذكرت مثالا عن واحدة من ضواحيها ألا و هي مدينة ندرومة بإعتبارها مركز إشعاع و إشراق هي كذلك.

مثال على ذلك :

« A l'instar des grandes villes du monde, la ville de Tlemcen est également représentée par d'autres espaces désignant la culture et l'espoir telle la ville de Nedroma... ».

في الفقرة الأخيرة، استعملنا تقنية الحذف لأننا عوضناها بجملة تكفي بالغرض في اللغة الفرنسية لأن الجملة في اللغة العربية هي جملة تفسيرية :

لا يمكنني إلا أن أرفع نداء محبة لصناع المعرفة والجمال الذي أهدتهم تلمسان للكون الفني الجزائري والإنساني على السواء، ليكونوا شمساً في هذا العام.

بما يلي :

Je lance un appel d'amour aux acteurs qui tiennent le flambeau de cette richesse culturelle.

باعتبار أن اللغة العربية هي لغة تفسيرية تتميز بالجمال الطويلة نوعاً ما، أما بالمقابل فاللغة الفرنسية لها جمال موجزة فكلمة باللغة الفرنسية تعوض جملة في العربية.

وإذا تطرقنا إلى الجانب النحوي التركيبي :

فإن من خصائص اللغة العربية أنها تعتمد على الأزمنة الثلاث ماضي، مضارع، مستقبل بنظام نحوي مفتوح في القيم التقابلية لدلالة زمن الفعل كما سبق الذكر، فالفعل العربي ليس صيغي فمثلاً نجد في الفقرة الثانية :

" علامة استثنائية ومسجلة في الوجدان العام كونها (لا تزال) عابقة بألق يتجدد".

فالفعل "تزال" له دلالة صرفية افتراضية وهي دلالة المضارع الدال على الحال وأخرى نحوية متحققة بدخول "لا" على الصيغة مانحة إياها دلالة الماضي، فقد اقترحنا الترجمة في اللغة الفرنسية بالزمن الحاضر وكذا أن الجملة كانت منفية ثم أصبحت معلومة

"Puisqu'elle porte sans cesse ce baume."

3- خلاصة:

صادفتنا أثناء محاولتنا الترجمة، بدءاً بتحليل النص، بعض الكلمات التي لم تكتب كتابة صحيحة، لكننا و من باب الأمانة العلمية لم نتصرف قط في النص الأصلي، و في إعادتنا لصياغة النص الهدف حاولنا التصرف، و لتجئنا إلى تقنيات كالتكييف و التكافؤ و النسخ في ترجمة الجمل البلاغية و أنواع التشبيه، و بالمقابل إحتكنا للترجمة الحرفية في ترجمة بعض وحدات النص التي لم تستدعي إيجاد المقابل في اللغة الهدف، في حين أنه إعتدنا إستراتيجية الحذف، حيث أننا عوضنا بعض الكلمات غير الضرورية بمقابلات في اللغة

الفرنسية . و ركزنا في ترجمتنا على نقل المقصدية و الغائية و الهدف المتوخى من النص الأصلي و حاولنا أن نحدث نفس الأثر في المتلقي الأجنبي .

خاتمة

تعد مدينة تلمسان واحدة من أغنى المدن الجزائرية من حيث تراثها المادي و اللامادي الفذ، وطبيعتها الخلابة و موقعها الجغرافي الاستراتيجي، و كذا تنوع عاداتها و تقاليدها وموسيقاها، وهذا ما استدعى إخراجها للعالمية.

فكانت الترجمة الإشهارية هي ذلك الباب الذي إعتمدناه لإيصال التراث الثقافي التلمساني إلى العالمية بإعتبار الاشهار الوسيلة الأكثر نجاحا في التأثير على عواطف الآخرين و جذب إنتباههم وميولاتهم. لكن بالمقابل يجب على المترجم أن يتوخى الحذر أثناء ترجمته للنص من اللغة الأصل إلى اللغة الهدف و خصوصا إذا كانت اللغتين لا تنحدران من نفس الأصل كاللغة العربية واللغة الفرنسية، فيكون إستعباه للرسالة (النص الأصل) أولا ، و إعادة تحريره النص الهدف ثانيا بشكل مقبول و مستساغ و بالتالي يسهل عليه إحداث نفس الأثر في المتلقي الأجنبي على إختلاف ثقافته و مستوياته .

يواجه المترجم في إعادة صياغته للنص الهدف مشاكل بنيوية، تركيبية ، نحوية ، دلالية وأسلوبية وهذا مرتبط بإختلاف اللغات و الثقافات ، مما يجعله أمام مشكلة إختيار المكافئ الأمثل، وهذا كله يمكن ان يتخطاه إذا كان له زاد معرفي و معرفة شاملة تظهرها موسوعته الثقافية، ويتجلى ذلك أيضا من خلال بحثه التوثيقي و إطلاعها على ثقافة الجمهور المستهدف ، وهذه تعتبر من العناصر الغير اللغوية المصاحبة للنص دون أن ننسى فنيات الكتابة في الأخير ليحرر نصه على أكمل وجه.

تتميز النصوص الإشهارية التي تتناول التراث و الترويج للسياحة باستعمال أسماء متعددة لأماكن وشخصيات قد ينظر إليها المترجم في أول وهلة على أنها بديهية ، و بالنسبة للأعلاميات فهي تأخذ أسلوب الترجمة المباشرة ، لكن يجب أن يتوخى الحذر في نقلها وفقا لنمطية معينة في لغة الهدف و هذا للأمانة العلمية، و كذا يجب أن يتعامل مع صيغ المبالغة و التعابير المجازية التي تتطلب منه الجهد الكبير لتأويلها و إيجاد الإجراء الترجمي المناسب لها ، كضرورة التأويل في التعامل مع الأساليب البلاغية التي تتطلب أسلوب الترجمة غير المباشرة ، و ضرورة الإنتباه إلى الإختلاف الثقافي . حيث انه في بعض الأحيان إلتجأنا إلى تقنية الحذف (المبرر) حيث عوضنا كل الجملة البلاغية بكلمة لكن دون المساس بالمعنى و الأهم هو الحفاظ على الأثر و هذا ما اعتمدناه من خلال تطرقنا و العمل بالنظرية الوظيفية للترجمة.

فعلى المترجم أن يعيد إنشاء الرسالة بشكل جيد ، و على القارئ النص الهدف أن لا يحس بأنه نص مترجم، و خصوصا إذا تعلق الأمر بالترويج لتراث و حضارة و ثقافة مدينة عريقة ومتجذرة في التاريخ كمدينة تلمسان، فتكون مهمة المترجم مهمة صعبة في أن يحمل المعنى الحقيقي و نفس الأثر من خلال إبراز كل جوانب النص من عنوان و متن ، و التوجه به إلى جمهوره المستهدف وهدفه الأمثل يكون دائما إعطاء صورة مثالية عن مدينة تلمسان و الترويج لها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1- الكتب باللغة العربية

■ المؤلفات :

- بلعيد صالح ، لغة الصحافة ، دار الأمل للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2007 .
- بنكراد سعيد و آخرون ، إستراتيجيات التواصل الإشهاري، دار الحوار ، سوريا اللاذقية ، 2010.
- بوخالفة عزي ، تلمسان منارة إشعاع فكري وحضاري، دار السبيل للنشر والتوزيع، تلمسان ، 2011.
- بوطارن مبارك ، الموروث الإسلامي لتلمسان، منشورات تلمسان عاصمة الثقافة الاسلامية، 2011، ط1.
- الجابري عامر الزناتي ، إشكالية ترجمة المصطلح، مجلة البحوث والدراسات القرآنية، ع9، السنة الخامسة والسادسة.
- رشيد فراح ، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية و الحد من أزمات القطاع السياحي ، أبحاث اقتصادية إدارية ، ع 12 ، 2012 .
- شريفني عبد الواحد ، الترجمة الإشهارية ، دار الغرب للنشر و التوزيع ، جامعة وهران السانية ، الجزائر ، 2013 .

● شريفى عبد الواحد ، الترجمة المقاربات والنظريات، دار الغرب للنشر والتوزيع، 2012، جامعة وهران، ج1.

● عبد القادر مصطفى ، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، مصر، 2002.

■ القواميس:

● الأصفهاني، الراغب ، المفردات في غريب القرآن، دار القلم، بيروت، 1412 هـ، ط1.

● بن داهية علي و البليش بلحسن و بن الحاج يحيى الجيلاني، القاموس الجديد للطلاب، معجم عربي. مدرسي - ألبائبي ، تقديم محمود المسعدي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط7، سنة 1991.

■ الدوريات:

● الجراي يامنة، لغة الإشهار السياحي ، في مجلة العود الند، العدد 78، تونس، منشورات (عدلي الهواري).

● نور الدين عصام ، الإعلان و تأثيره في اللغة، مجلة الفكر العربي، ع92، 1998 .

■ الرسائل الجامعية:

● سعدون بدر ، الخطاب الإشهاري و عملية التواصل في الإعلان المطبوع، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ، تحت إشراف العايب نصيرة، جامعة مستغانم، 2014.

2- الكتب باللغة الفرنسية :

- Christiane Nord , «la traduction : une activité ciblée ,introduction aux approches fonctionnalistes » ,traduit de l'anglais par Beverly Adab Artois Presses université, Arras,2008.
- Christine Durieux, vers une théorie décisionnelle de la traduction revue Lisa, paris ,2009.
- Mathieu Guidère: publicité et traduction, l'harmattan, paris, 2012.
- Mathieu Guidère ,Introduction à la traductologie :penser la traduction : hier, aujourd'hui, demain,De Boeck,paris, 2010.
- Mathieu Guidère, Introduction à la traductologie :penser la traduction : hier, aujourd'hui, demain,De Boeck,paris, 2010.

■ القواميس:

- Le grand Larousse encyclopédique, dictionnaire encyclopédique, paris ,1960

ملاحق

لؤلؤة المغرب العربي الإشراق يتجدد سعيد حمودي



لا مرية أبداً في أن تكون مدينة تلمسان الجزائرية عاصمة للثقافة الإسلامية لأنها كانت بامتياز على مدار قرون خلت عاصمة للآسان المبدع، وقبلة للروح التواقة إلى شمس لا تغيب، ودارة للعلم والمعارف والوجد الصوفيّ يوازن هذه اللوحة الإنسانية وصل أندلسي تهب تسائمه من ندى صوت الشيخ الغفور، صوت لا شك أنه واحد من أيقونات تلمسان المكان و الزمان معا على السواء.

و تلمسان قبل ذلك وبعده هي بذلك حاضرة فارقة تشهد على علو كعب الجزائر الخلاق، وعلامة استثنائية ومسجلة في الوجدان العام كونها لا تزال عابقة بألق يتجدد يمشي على هداية حضارات زاخرة بالفن والإبداع، وينهد إلى إشراق يبقي على نضارة المدينة التي تفاخر أجمل مدن العالم بالماضي الأصيل النادر، ذلك الماضي الذي كابر الاستعمار وظل تقيا كماء الخلجان.

تلمسان اليوم تزدهي بمعالم أندلسية تسحر الناظرين وهي في أحضان طبيعة من أجمل ما وهب الله من زينة الحياة الدنيا، فحق لها أن الفخار والإكبار، وبناء على ذلك لها أن تشرق اليوم على العالمين عاصمة للثقافة الإسلامية ولتكون محجا لإخواننا العرب المسلمين طالما أنها « مدينة الفن والتاريخ » كما قال عنها ذات يوم جورج ماضي.

تلمسان مرة أخرى و بما خطته من مسار حافل بالجمال لا ترضى أن تكون محجا عابرا أو موسميا لأنها متحف مفتوح على العالمين، ألم يتم تصنيف أكثر من ٤٥ موقع طبيعي إلى جانب المساجد العامرة المنتشرة في ربوعها على غرار مسجد تلمسان الكبير و مسجد سيدي بومدين، مسجد سيدي سنوسي، ومسجد سيدي بلحسن، وهؤلاء من أولياء الله الذين حرسوا الإسلام وبدلوا من أجل حياته ملاحم شهدت على صعيد آخر أن المدينة مجاهدة بامتياز، واستحقت في النهاية ألقابا عدة شهدت على أنها واحدة من منارات الإسلام الشاهقة فهي جوهرة المغرب، وغرناطة إفريقيا، والمتحف المفتوح على السماء الجزائرية.

وعلى غرار أكبر حواضر العالم والمدن العظيمة فإن المجال الحيوي الولود للحضارات هي الضواحي أيضا، لأننا لا يمكن في غمرة الحديث عن تلمسان المدينة أن ننسى على سبيل المثال مدينة ندرومة التي تشكل وحدها عالما آخر من الحضارة والأصالة والجمال والخلق الفتي، وكثيرا ما تظلم الجغرافيا الضواحي اعتبارا بأنها هوامش المدينة وما أكثر ما يصنع الهامش المتن ليصبح مركز الإشراق والإشعاع.

وعلى أهمية الاحتفالية الكبرى التي ترعاها الدولة الجزائرية هذه السنة فإن لتلمسان شأن كثير من المدن الجزائرية تلك المطلة على البحر المتوسط أو تلك التي تغفو بهدوء في رحم الجزائر في الجغرافيا النادرة والتي لا تقل ألقا أو إشراقا فيما يتعلق بتجدها في الروح الإسلامية وخدمتها للإسلام بما أنجبهته من أعلام لا تزال مصدرا ثرا في العلوم والمعارف، وعلامات كالتجوم بها يقتدي المسلمون إلى يوم الناس هذا. لا يمكنني إلا أن أرفع نداء محبة لصناع المعرفة والجمال الذين أهدتهم تلمسان للكون الفني الجزائري والإنساني على السواء ليكونوا شمس في هذا العام، تلمسان الجغرافيا العالمة أعطتنا الشيخ الغفور ومحمد ديب، واسيني لعرج، أمين الزاوي، ربيعة جلطى، زيتب لعوج، عمار بلحسن، عيد المالك مرتاض، حكيم ميلود، علي عيدون، بلقاسم بن عبد الله، الشاب أنور، وكثيرون آخرون يحملون ذات الوجد ليبدعوا ولكن لي بدمتهم جميعا أن يراعوا عن هذا التراث بالخلق والتجديد والتحليق دائما في سماء الاكتشاف مع الوفاء الواجب للتاريخ وللجغرافيا.

Le texte traduit

La perle du Maghreb

Le nouvel éclat

Nul doute sur le fait que la ville algérienne « Tlemcen » soit la capitale de la culture islamique, puisqu'elle fut la capitale de l'homme créatif durant des siècles. Tout comme elle fut la destination de l'âme avide aux lumières, la maison de la science et de la connaissance et de l'esprit soufie : un tableau humain corroboré par une touche andalouse qui nous vient des échos de la voix du Cheikh Ghaffour, une voix représentant sans doute l'une des figures de Tlemcen qui ont résisté à l'espace et au temps.

Avant et après cela, Tlemcen est la terre transitoire qui témoigne des limites repoussées de l'algérien créatif. Elle est la marque exceptionnelle et bien ancrée dans la conscience collective, puisqu'elle porte sans cesse ce baume qui la fait marcher sur les traces de plusieurs civilisations riches en art et en créativité .et qui éveille une brillance pour la beauté de la ville qui rivalise avec les plus belle villes du monde de par son passé rarissime et authentique, ce passé qui a résisté aux multiples formes de destruction et resta pur, comme l'eau limpide.

Tlemcen jouit aujourd'hui de monuments andalous qui fascinent les admirateurs puisqu'elle se trouve dans les bras d'une nature qui représente une facette de ce qu'Allah a conçu de plus beau dans cette vie, la raison pour la quelle elle peut se draper d'une outrecuidance. pour toutes ces raisons, elle est en droit de briller aujourd'hui sur le monde en tant que capital de la culture islamique pour qu'elle soit le repère de nos frères arabo-musulmans puisqu'elle est « la ville d'art et d'histoire » comme l'a bien décrit George Marçais.

Encore une fois, Tlemcen n'admet en aucun cas être une destination passagère ou saisonnière, compte tenu de son parcours riche en beauté, car elle est un musée à ciel ouvert. Plus de 45 sites naturels classés à coté des mosquées pleines, présentes dans ses quartes coins telles que la grande mosquée de Tlemcen ,la mosquée de Sidi Boumediene ,la mosquée de sidi Senouci et la mosquée de Sidi Belahcen.Ces derniers font partie des saints d'Allah qui ont veillé sur l'islam et ont déployé beaucoup d'efforts pour sa survie, signe d'une médina combattante, afin qu'elle méritée plusieurs appellations tels que :le minaret de l'islam, la perle du Maghreb ,La Grenade de l'Afrique , et le musée ouvert sur le ciel algérien.

A l'instar des grandes villes du monde, la ville de Tlemcen est représentée par d'autres espaces désignant la culture et l'espoir tel que la ville de Nedroma qui a représenté le centre du rayonnement civilisationnelle de la ville.

De surcroit, les festivités qu'accueille la ville de Tlemcen cette année, sa position géographique stratégique, a l'aune vue panoramique sur la mer méditerranéenne, lui donnent le statut d'une ville que les musulmans exploitent à nos jours.

Comme signe de reconnaissance, je remercie infiniment ces érudits musulmans qui ont pu stigmatiser la ville de Tlemcen par un vestige culturel et civilisationnel à travers lequel l'image de l'Algérie demeurera sempiternellement le berceau des civilisations et de cultures.

Je lance un appel d'amour aux acteurs qui tiennent le flambeau de cette richesse culturelle tels que : Cheikh El Ghaffour, Mohammed Dib , Wassini alaraj, Amine Zaoui, Rabia Djalti, Zineb Laawadj , Amar Belahcen, Abd El Malek Mortad, Hakim Miloud, Ali Abdoun, Belkacem Ben Abdellah , Cheb Anouar,d'avoir la volonté et l'abnégation de maintenir a bon escient cet itinéraire.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الإهداء

كلمة شكر

مقدمة

الفصل النظري : مفهوم الترويج السياحي و ماهية النص الإشهاري.

المبحث الأول : مفهوم الترويج السياحي.

1- مفهوم السياحة و أركانها.....1

2- الترويج السياحي.....3

2-1- تعريفه.....3

2-2- وسائله.....4

2-3- أهدافه.....4

3- أهمية الإشهار السياحي في الترويج السياحي.....5

4- السياحة و الموروث الثقافي الإسلامي لمدينة تلمسان.....6

المبحث الثاني : ماهية النص الإشهاري

1- تعريف الإشهار.....11

2- انواعه.....12

3- خصائصه.....13

14.....	4- الخطاب الإشهارى
15.....	4-1-وظائفه
17.....	5- عناصر الخطاب الإشهارى
19.....	6- لغة الإشهار السىاحى و تجليات الإستراتيجيات الإشهارية
19.....	6-1- مفهومها
19.....	6-2- إستراتيجيات التواصل الإشهارى
21.....	7- المستويات التحليلية للنص الإشهارى .
	الفصل التطبيقى : النص الإشهارى فى محك الترجمة.
26.....	1- الترجمة الإشهارية
27.....	1-1- طبيعة النص الإشهارى و موقعته فى صنافه النصوص
28.....	1-2- تأثير النص المترجم على المتلقى
31.....	1-3- مكونات النص الإشهارى
32.....	2- تقنيات الترجمة
35.....	3- الدراسة التحليلية للنص
35.....	3-1- التعريف بالمدونة
35.....	I - المرحلة الأولى (القراءة التحليلية)
35.....	4- القراءة الشاملة

38.....	5- القراءة المفصلة
38.....	2-1- لغة النص
39.....	2-2- غط النص
40.....	2-3- الجمهور المستهدف
40.....	II- المرحلة الثانية: البحث التوثيقي
45.....	3- التعليق على الترجمة والأساليب البلاغية المترجمة
46.....	الترجمة
52.....	خلاصة
55.....	خاتمة

قائمة المراجع

قائمة الملاحق

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مواقع الإشكال التي تعترض المترجم أثناء نقله للنص ذي الطابع السياحي من اللغة العربية إلى اللغة الفرنسية وكذا التعامل مع تجليات الإستراتيجيات الإشهارية في هذا النوع من النصوص من خلال توظيف الإجراءات الترجيحية المناسبة.

الكلمات المفتاحية: مواقع الإشكال، المترجم، الطابع السياحي، الإستراتيجيات الإشهارية، الإجراءات الترجيحية.

Résumé :

Ce travail a pour but de mettre en exergue les zones problématiques que rencontre le traducteur lors du transfert de ce texte à caractère touristique de la langue arabe vers la langue française. Il est également question de traiter la manifestation des stratégies publicitaires dans ce genre de texte en employant les procédés de traductions adéquats.

Mots clés : les zones problématiques, traducteur, caractère touristique, stratégies publicitaires, procédé de traductions.

Abstract :

This study aims to detect the problematic areas that confront the translator the moment of transferring his text of touristic character from the Arabic language in to French language. Dealing with the advertising strategic of this type of texts. through his using the adequat process of translation.

Key words : problematic areas, translator, touristic character, advertising strategic, process of translation.