



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أوبوكر بلقايد - تلمسان -
كلية اللغات الأجنبية
قسم اللغة الإنجليزية
شعبة الترجمة



مذكرة لنيل شهادة الماستر في الترجمة
تخصص ترجمة وتراث سياحي

ترجمة الدليل السياحي دليل تلمسان نموذج

تحت إشراف الأستاذة:
رمضاني مريم *

إعداد الطالب:
عمارة يوسف ❖

لجنة المناقشة

رئيسا - أ. محاضر جامعة أوبوكر بلقايد - تلمسان -
مناقشا - أ. محاضر جامعة أوبوكر بلقايد - تلمسان -
مشرفا - أ. محاضر جامعة أوبوكر بلقايد - تلمسان -

أ. شعبان صاري زليخة
أ. بن مالك أسماء
أ. رمضاني مريم

السنة الجامعية: 2017-2018

شكر وتقدير

بداية نحمد الله عزَّ وجلَّ على نعمه التي منَّ بها علينا.

يطيب لي أن أخص بأسمى عبارات الشكر والتقدير الأستاذة الدكتورة "مريم رمضان" المشرفة على إعداد هذه الذاكرة التي اتخذت صورتها النهائية بفعل توجيهاتها وإرشاداتها وأرائها، فلها مني كل الالتهان سائلا الله أن يحفظها ويوفقها وأن يجعل هذا العمل العلمي في ميزان حسناتها وأن يجعلها نبراسا وذخرا للطلبة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى أساتذتي الأفاضل، الساهرين بين الحبر وعتمة الليل، ليكونوا سراجا منيرا يتبدد به كل ظالم، ويتيسر به كل عسر، الذين مهدوا لنا طريق العلم ورافقونا من أولى خطواتنا على درب المعرفة إلى غاية تهكنا من كتابة هذه الأسطر، فلمر مني كل التقدير والاحترام والعرفان.

وإنه لمن واجبنا نصرح بعظيم شكرنا وجزيل اهتناننا، إلى كل من قدّموا لنا يد العون، ولم ييخلوا علينا بعطائهم المعرفي وإرشادهم الواعي في توجيهنا إلى عين الصواب فبفضلهم أصبحت دروب علمنا هذا مثمرة.

أهراء

الحمد لله الذي أنار لنا ورب العلم والمعرفة، وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى ووققنا لهزلا، ولم نكن لنصل إليه
لولا فضل الله علينا أما بعد:

فأتني أهري هذا العمل:

إلى الغالية التي وقف القلم حائرا أمامها، محاولا ترتيب الحروف ليكوّن منها كلمات تصف شرارة من لهيب حبي
لها، إلى من استأنست الحياة لبريق عينيها وذابت الصخور أمام عاطفتها، واستوت الأرض إكراما لها، وأبت
الجنة إلا أن تكون تحت قدميها، منحتني الحبّ والحنان وأغرقتني برعواتك الحسان
إليك رجانة قلبي أُمّي الغالية.

إلى من كان روح أمان أحتمي به من نائبات الزمان، وإلى من علمني معنى طعم الحياة، والعبء والمثابرة
والتضحيات، ومن تكبّر عناء الدنيا وقسوتها، وذاق طعم الحياة مجلوها ومرّها من أجل أن يرييني على
الفضيلة وينشئني التنشئة الصحيحة
إليك قرة عيني أُمّي الغالية.

إلى منبع الحنان وزهرة الأتحوان، وبرونهم لا يبقى لي كيان، إلى الزين أقوى بتشجيعاتهم
ورعواتهم وأطلب من الله عزّ وجلّ أن لا يحرمني من ابتسامتهم إختوتي إلى فرحة البيت
ومرحها وحيويتها "شهرزاد"، وإلى عماو بيتنا ومصباح أيامنا ونجم أفراننا أخي الحبيب
"اللياس" وأبناء أختي "محمد"، "أمين"، "عبد الرحمن" وابن أخي "محمد جدو"
إلى زهور العائلة وبهجتها: أعمامي وعمّاتي وأخوالي وخالاتي وأبناءهم جميعا وجرّتي فاطمة
الزهراء وفاطمة.

وإلى كل من عملته ذكرتي من العائلة ولم تحمله مذكرتي.

إلى الزين لاقتني بهم الأقدار بمشيئة الخالق القهار، الذين كانوا يرعون لي في هذا المشوار أصدقائي
"ياسين"، "عبر الحفيظ"، "محمد تو"، "محمد"، "عبر الغني"، "توهامي"، "ابراهيم"، "علاء الدين"
وأطلب من القاهر الجبار أن تروم محبتنا مهما طالّت الأعمار.

إلى كل طلبة السنة الثانية ماستر ترجمة تخصص ترجمة وتراث سياحي
وفعة 2017، وإلى كل الأساتذة الكرام وخصوصا أستاذتي المشرفة.

يوسف



مقدمة

مقدمة

تشكل الترجمة رافدا أساسيا وجسرا متينا للتواصل بين الشعوب والحضارات، والتعايش فيما بينها. فلقد كانت ولا تزال البوابة الرئيسية لكل انطلاقة حضارية، ساعية دوما إلى تدعيم التبادل والحوار بين الأمم، ونقل المعارف والثقافات بينها.

وتستدعي عملية النقل وجود معارف لغوية، ومكتسبات لسانية، ومهارة وذوق وحس إبداعي، خاصة عندما يتعلق الأمر بترجمة ثقافة بلد معين -تثبت هويته- بالإضافة إلى التحكم في جميع الأساليب التي تمكن من النقل الصحيح والترجمة الجيدة الخالية من المطبات والانزلاقات والأخطاء.

وهنا يتجلى دور المترجم، الذي يجب أن يكون ملما بالخلفية الثقافية والحضارية لمتحدثي اللغة التي ينقل منها وإليها، وممتلكا القدرة على الصياغة الكاملة للتراكيب والمعاني جديد شامل للرسالة المستهدفة، ومقنع لدرجة لا يشعر فيها المتلقي بأنه أمام نص مترجم.

أصبحت أهمية الترجمة وأثرها في النمو الثقافي، والتطور التكنولوجي، والرقي السياحي - في العصر الحالي - تواكب الظواهر الحديثة للدفع بالحركة الفكرية والثقافية إلى الأحسن في كل العالم، فارتبطت بالسياحة لما لها من آثار ايجابية ونفعية على البلد المستضيف في كل القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والحضارية، بالإضافة إلى مساهمتها الفعالة في التقليل من نسبة البطالة، و فك العزلة، وتنشيط الحركة التجارية بين البلدان .

وقد أفسح هذا المجال ميدان دراسة و بحث، كونه يتعلق بترحال الإنسان وتنقله عبر مختلف أقطار العالم لأغراض عديدة مثل: الترفيه، والعلاج، والاستكشاف، والعلم والتزود بالمعارف. ولا يمكن بالطبع تصور بلد متحضر بدون سياحة أو فنادق أو معالم تاريخية وأثرية لأن كل بلد قائم على مخلفات تاريخية وأثرية أسست سلفا لوجوده.

وعلى الرغم من تطور الوسائل الإعلامية والالكترونية من شاشات التلفاز، والهواتف النقالة والذكية، ومواقع الانترنت والأقراص المضغوطة التي تساهم في التعريف بسياحة البلد، إلا أن الشكل الكتابي يبقى هو الرائج ونعني بذلك "الدليل السياحي المكتوب" الذي ينفرد بطابعه الخاص في الترويج والإشهار للبلد المعني، باعتباره أداة من أدوات التنشيط

مقدمة

السياحي، تجيب على الكثير من التساؤلات التي تتبادر إلى ذهن المسافر أو السائح أو الزائر.

ونظرا للعلاقة التكاملية بين الترجمة والدليل السياحي فإن هدفها واحد قائم على تقريب الثقافات والحضارات بالاعتماد على مفهومي التخطيط والإتقان.

التخطيط يشمل أهم المرافق والمعالم التي ينبغي التعريف بها لجذب السياح وكذا الإتقان يكون على مستوى عملية الترجمة للنص الأصل.

ويظهر التكامل بينهما أكثر في مساعدة السائح على التعامل مع السكان الأصليين للبلد المستضيف، والتعرف على لغته وعاداته وثقافته. وعليه، استلزم الأمر كتابة الدلائل السياحية بلغتين على الأقل..

وآثرنا أن يكون الدليل السياحي محور دراستنا هذه، وقد اخترناه كنوع من أدوات التنشيط السياحي، لما ارتأينا فيه من دور وأهمية كبيرة في تثقيف القراء، وتذليل الصعاب للسائح، وتيسير سبل السياحة، فلا يمل السائح ولا يتيه. وكونه يرتبط بالترجمة ارتباطا وثيقا. وقد استوجبت طبيعة الموضوع تسليط الضوء على دور الترجمة في تعزيز التلاقي بين الحضارات، وتحقيق التواصل بين الأمم، والمحافظة على لغة الخطاب الإشهاري والسياحي في عملية نقل النص من الفرنسية إلى العربية.

وبالارتكاز على كل هذه العوامل، تأسست إشكالية دراستنا الموسومة بـ "ترجمة الدليل السياحي" كالتالي:

- كيف يمكن للترجمة أن تؤثر في تسويق العناوين والصور التي يتضمنها الدليل

السياحي لتحقيق التواصل من خلال مخاطبة العين والعقل؟

وانطلاقا من هذه الإشكالية تتفرع مجموعة من التساؤلات القائمة حول لغة الدلائل

السياحية، هل هي لغة مكتوبة أم لغة شفوية؟ هل على مترجم الدليل السياحي احترام قواعد

وأسس الكتابة التحريرية للنص الأصل أم التكييف وفقا لقواعد وأسس الكتابة التحريرية للنص

الهدف؟

مقدمة

كيف يمكن للمترجم أن يوازن بين النظام السيميائي (الصورة) والنظام اللغوي في الدليل السياحي؟ وإلى أي مدى يؤثر الدليل السياحي في الترويج للبلد وجذب السياح؟ وما الدور الذي يلعبه الدليل السياحي في النهوض بالاقتصاد وتطوير الاستثمار لأوما هي طبيعة العلاقة بين الترجمة والسياحة؟

هي جملة من الفرضيات سنحاول الإجابة عنها في هذا البحث، الذي اخترناه بمحض إرادتنا نتيجة عوامل موضوعية تمثلت في تناول هذا الموضوع من الجانب التطبيقي، واتخاذ مدينة تلمسان نموذجا، أضف إلى ذلك التعمق في الموضوع قصد تقريب الصورة وإزالة الإبهام والغموض، وأخرى ذاتية، مثل حبنا للسياحة واهتمامنا بالترجمة، ورغبتنا في الوقوف على الأسس التي تعتمدها الدلائل السياحية.

تلك هي أهم البواعث التي دفعتنا للبحث والتنقيب في هذا الموضوع الواسع المتشعب والذي يصعب الإلمام به في مذكرة، كونه يحتاج إلى كتابة أكثر ودراسة أشمل، ونظرة أعمق، وهي الصعوبة التي وقفنا عندها، بالإضافة إلى نقص المصادر والمراجع المتخصصة في ميدان ترجمة الدلائل السياحية ونلمس النقص بشكل واضح في المراجع باللغة العربية.

ولكننا بالرغم من ذلك حاولنا قدر الإمكان جمع شتات هذا البحث مكتفين بتوجيهات الأساتذة، و بعض المصادر والمراجع باللغة الفرنسية التي نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

«Thèse de mémoire Tourisme et curiosité, Analyse du discours oral du guide touristique et du discours écrit du guide de voyage».

وأخرى باللغة العربية مثل مجلات الأعلام والنقد التي تحتوي عددا معتبرا من مقالات تمس ميدان الترجمة السياحية، إضافة إلى كم من الأبحاث والدراسات المتوفرة على شبكة الانترنت.

مقدمة

وقد فرضت طبيعة الموضوع الاستعانة بمناهج عدة: المنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن، لأننا نتبعنا الموضوع نظريا وتطبيقيا رغبة منا في البحث عن علاقة الترجمة بالدليل السياحي.

وقد اقتضت هذه الدراسة أن يقسم البحث إلى قسمين رئيسيين: نظري وتطبيقي، فضلا عن مقدمة وخاتمة. شمل الجانب النظري فصلين، خصصنا الفصل الأول للتعريف بالدليل السياحي وأنواعه وعلاقته بالترويج السياحية وكذا التعريف بالسائح وأنواعه. أما الفصل الثاني، فقد أوضحنا فيه العلاقة بين الترجمة والسياحة بمقاربة تداولية سيمائية، إضافة إلى موجز عن أنواع السياحة. بينما تناولنا في الجانب التطبيقي دراسة الأساليب المستعملة في النص الهدف، وقمنا بذكر بعض الأخطاء الواردة في الترجمة، كما أنجزنا مقارنة بين الصور المعروضة في النص الأصل والنص الهدف لتبيان الأثر الذي تحدثه الإنارة على جمالية الصورة للتأثير في نفس المتلقي.

كانت هذه زبدة عملنا ونتاج جهدنا والذي لا ندعي فيه كمالا أو سبقا معرفيا.

الفصل الأول

الدليل السياحي ودوره في

الترويج السياحي

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

1- تعريف الدليل السياحي:

ظهرت أولى الدلائل السياحية في بداية القرن XIX، في إنجلترا وألمانيا: فنجد دليل ريتشارد منذ 1784م، ودليل ألمانيا في 1828م، ودليل موراي (Murray) في 1836 (1). أما أول دليل ظهر في فرنسا هو دليل طرق فرنسا "les chemins de France" حيث:

"On considère cet ouvrage comme le modèle de tous les guide qui sont parus jusqu'à nos jours" (2).

«يعتبر هذا المؤلف نموذجاً أول لكل الدلائل التي ظهرت حتى يومنا هذا»، وقد عرف أن الدليل السياحي عدة تعاريف منذ نشأته مصطلح حيث أثبت "بوييه" "Boyer" أن:

«Le terme " guide" était au départ un mon féminin à partir du XVIII é siècle qu'il se fait masculin (...)» (3).

كان مصطلح "الدليل في القديم اسماً مؤنثاً لكن مع بداية القرن 18 أصبح اسماً مذكراً" واختلفت الآراء حول الفئة التي ينتمي إليها الدليل السياحي:

«Le guide de voyage entre alors dans la catégorie des écrits de transmissions de savoir et de savoir-faire c'est un ouvrage didactique dit le dictionnaire de notre temps, il s'agirait plutôt d'un ouvrage qui comporte des traces de didacticité (...)»

¹- Voir : Le guide touristique; Wikipédia, http://Fr. m. Wikipédia.org/wiki/guide_touristique, consulté le 18 janvier 2014.

²- Boyer Marc, Histoire générale du tourisme du XVI siècle au XXI siècle, Paris, Le Harmattan 2005, p16.

³- Moirande, Sophie «Le même et l'autre dans les guides de Voyage au XXIe siècle», LA Communication touristique, Paris : Le harmattan, 2004, p151.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

حيث "يندرج دليل السفر ضمن فئة المكتوبات المختصة في نقل المعرفة والخبرات: يعتبر بمثابة مؤلف تعليمي، يقال أنه معجم في عصرنا، بل ويتعلق الأمر بمؤلف حامل لمواد تعليمية "

«Les guides de voyage sont des textes qui disent de (faire) et comment faire »⁽¹⁾.

كما أن جون ميشال يقترح برامج عملية للمستعملين، والسياح، والمسافرين وحسبه " أن دلائل السفر هي نصوص تقول لك ماذا تفعل وكيف".

فالدليل السياحي يدعو القراء والمسافرين لملاحظة معتقدات الآخرين، والتعرف على الثقافات التي تعبر عن أشياء واقعية ومعيشة، تجعل السائح يتعايش معها ويحس بالأنسنة والألفة. كما يقوم الدليل على إثبات معالم لأسباب سياسية، ثقافية، بيئية، تاريخية أو أخرى يعيش من خلالها القارئ/المسافر التجربة السياحية"⁽²⁾.

«Les guides servent ainsi (organiser) renseigner et encore à orienter»⁽³⁾.

بالإضافة إلى هذا فإن "الدلائل تساعد على التنظيم، التعليم والتوجيه أيضا" وهذا ما تؤكدته " كيلي" في تصريحها:

«Un texte touristique est un texte publié par une organisation publique ou privé. Pour fournir les renseignements à un touriste est promouvoir son destination (une ville, un hôtel, restaurants ...)»⁽⁴⁾.

¹ - Adam Jean-Michel "Types de textes ou genres de discours? Comment classer les textes qui disent et comment faire ?". Langages vol 35 n°141, Paris 2001, p. 11

² - Voir Rachid Amirou, Imaginaire touristique et sociabilités du Voyage ; Paris, presses universitaires de France 1995, p281.

³ - Adam Jean Michel "Ibid.", p.15.

⁴ - Kelly D "The translation of texts from the tourist sector: textual conventions, cultural distance and other constraints, n°2, 1997, p33.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

"أن النص السياحي هو نص منشور من طرف منظمة عامة أو خاصة من أجل تزويد السائح باستعلامات وتسهيل وجهته (من مدن، وفنادق، ومطاعم...)" بمعنى، أن النصوص السياحية تهدف إلى مساعدة السائح في استعداده للسفر، وتسهيل مدة إقامته مع توجيهه، وتوضيح كل الطرق والأماكن التي يمكن أن يتجه إليها باستعمال الخرائط واللافتات، والرموز، كما يساعده على التذكر من خلال تقديم صور وذكريات للسياح⁽¹⁾. وهي أيضا نصوص إرشادية تهدف إلى تشجيع القارئ على المجيء، وزيارة الأماكن وتجربة الأشياء المعروضة في الدليل وتتكون المنشورات أو السلسلات الكبرى من أجزاء متعددة:

جزء لتقديم الوجهة، جزء خاص بالثقافة المتعددة، مقدمة عن التاريخ، والمطبخ، وشرح للعادات، وآخر بالمعلومات العملية (مثلا النقل، والمأوى، والمطاعم، والتسوق، والعناوين). وغالبا ما يحتوي على معجم للكلمات الضرورية خلال السفر⁽²⁾ مثال: دليل (le petit futé d'Algérie) الذي يعرض قائمة للأفعال الأكثر تداولاً في الجزائر مع نسخها على سبيل المثال: hal → ouvrir / manger / partir → mcha / manger / ouvrir → hal وأيضا

Bab → porte⁽³⁾

ولا شك أن اختيار المضمون في النص السياحي مهم جدا مع دقة مضمون الترجمات، لأن هدف هذه النصوص هو أن تصبح عالمية ومتداولة بين أيدي السياح. يمكن القول بأن الدليل السياحي لا يسعى فقط إلى عرض الأماكن، ولكنه أيضا عبارة عن كتاب لأنه يضم كل ما يعني المسافر والسائح، فهو ليس مجرد أداة وسيطة، وإنما أداة تأملية تحمل القارئ المسافر من نقطة إلى أخرى، حيث يعطي الطريقة الأفضل للقارئ وهذا ما نجده في الدليل الأزرق « le guide bleu » تحت عنوان "كيف نستعمل الدليل؟" مثال:

¹- Voir : Anieska Anna, noms propres la tradition Française des textes touristique sur Cracovie, université Jagellon ne de synergies Pologne, n°10-2013, p8.

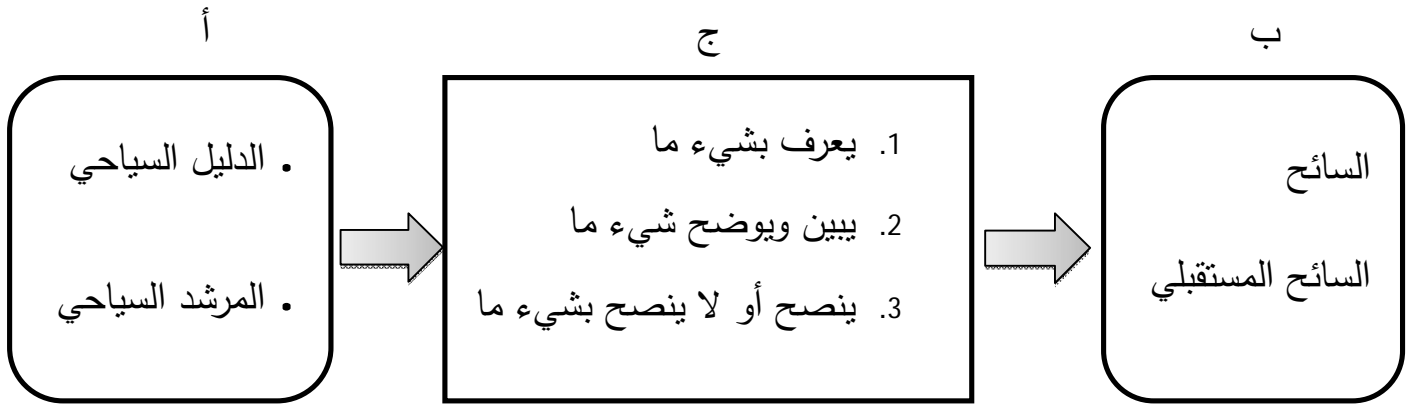
²- Voir : ibid, p9. 3-Voir, le guide de petit futé Algérie 5ème édition 2012-2011 imprimé en France par groupe Corlet imprimeur 14110 condé-sur noire au nouvelle édition de l'université Dominic Auzias pp152.

³- Voir : Prod'homme, Sandrine, Le tourisme et l'étranger : images, visages et usages du guide, mémoire de thèse, université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 2005, p. 34

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

"L'index enfin de volume permet l'accès rapide aux noms de lieux cités dans le guide" (1).

ولتيسير وتسهيل الأمر لا بد من قراءة "الفهرس (يوجز في آخر المجلد) الذي يسمح بالوصول السريع إلى أسماء الأماكن المذكورة في الدليل". والدليل حسب "غريسبرت" أنه (2) «Banque de données»، "بنك المعلومات" أي يجيب عن كل التساؤلات التي يمكن أن تخطر على بال أي مسافر. بالإضافة إلى قائمة تحت عنوان faire / ne pas faire في دليل le petit futé d'Algérie التي تقدم لك ما الذي يلزم تجنبه أثناء مدة إقامتك في الجزائر، وماذا يجب أن تفعل. ومن المعروف أن الدليل السياحي يقع بين خطابين: خطاب كتابي، وخطاب شفوي؛ الذي يكون بواسطة شخص يوجه السائح بحيث نجد أوجه تشابه وأوجه اختلاف بين وظيفة الخطابين.



الشكل رقم (1) (3)

نلاحظ من خلال المخطط أن كل من الدليل السياحي والمرشد السياحي يعملان على أهداف معينة تتراوح بين التعريف، والتوضيح، والنصح. والإرشاد لصالح السائح وإشباع رغباته.

¹- Barbey, Adélaïde, Le guide Bleus Grande-Bretagne, quatrièmes de couverture, Paris, Hachette, 1994, p.10.

²- Gryspeerdt, Axel, Le guide de voyage parfait indicateur de l'évolution éditoriale? In guide des Médias, supplément 19, 1994, p20.

³- Voir : Edem Kwasi Bakah, Analyse du discours Oral des guides touristiques et du discours écrit des guides de voyage : Régularités discursives et perspectives didactiques Université de Strasbourg 24 juin 2010, p 120.

2- أنواع الدليل السياحي:

ميز "أكسل غريسبيريت" "AXEL Gryspeerdt" بين ثلاثة أنواع من الدلائل السياحية:

1. الدلائل الكلاسيكية أو التراثية Guides classiques ou patrimoniaux
2. الدلائل العصرية Guides de la modernité
3. دلائل الجيل الجديد (1) Guides de la nouvelle génération

2-1. خصائص الدلائل السياحية:

يتميز النوع الأول من الدلائل بعمل تحريري ويؤكد على المضمون، كما يقوم على مبدأ الجد والثقة، ويتميز أيضا باستعمال الألوان، والصور التي تمثل مركز الرؤية بالنسبة للقراء مثل: الدليل الأزرق le guide bleu، الدليل الأخضر le guide vert، آرثود Arthaud، دليل ميشلان Michelin (2).

أما النوع الثاني فيسمى أيضا دلائل الجيب livre de poche تستعمل هذه الدلائل مجموعة من تقنيات "كتاب الجيب": ليونة (مرونة) الغلاف، سهولة الاستعمال وبيع بسعر متحفض. وهو نتاج ممزوج بين كتاب الجيب، والمؤلف الموضح بالألوان: أي أنه يستعمل توضيحات بالألوان مع حجم الجيب. ونجد من بين الدلائل التي تنتمي إلى هذا النوع "مكتبة المسافرين bibliothèque des voyageurs"، "دليل أوليزان le guide Olizane"، "دليل بشكل جيب le petit futé" (3).

¹- Gryspeerdt Axel, "Le guide de voyage parfait indicateur de l'évolution éditoriale?", op.cit., pp 1539.

²- Voir. Ibid. p36

³- Voir. Ibid. p36.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

أما دلائل النوع الثالث فنتميز بالتركيز على الجانب البصري وبافتتاحية للتعبير (دليل بصري) مثل: "دليل روتار Routard"، و"لونيليلانات Planet Lonely" دليل Voir، يسمى هذا النوع أيضا "دليل المغامرة الجديدة" (1).

2-2. الدلائل العامة والدلائل المتخصصة:

كما أنه يوجد تقسيم آخر للدليل السياحي بين الدلائل العامة، والدلائل المتخصصة.

2-2. 1 الدلائل العامة **Guides généralistes**: وهي دلائل وسطية تنظم المعلومة لتنتشرها حسب منطقتين: **منطق القائمة** الخاضعة لعنصر الجغرافيا (الأحياء والمدن، والمناطق) وأيضا على عنصر الوظيفة (الأكل، والنوم، والزيارة...) **ومنطق التنزه أو خط السير** (بيان رحلة) (2).

نجد هذين المنطقتين للكتابة بصفة منهجية في المجموعة الكبرى للدلائل الثلاث عشرة ومنها:

أ- **دليل روتار**: الذي عرف نجاحا كبيرا ومتوصلا (Routard).

ب- **الدليل الأخضر: le guide vert** ظهر بعد الحرب العالمية الأولى ولا يزال رائجا بحيث تطور كثيرا من حيث الشكل، مع استعماله توضيحات بالألوان للفت الانتباه وإعطائه أهمية أكثر، بالإضافة إلى اعتماده تحرير أكثر حيوية، واتخاذه نموذج المجلة مع احتوائه على خريطة مهمة، مقروءة وبها العديد من رسومات بيانية (3).

ج- **دليل ميشلان Michelin**: يعد أوسع الأدلة السياحية انتشارا حيث اعتمد على لغة الرموز البصرية العالمية، وارتبط بشخصية ببندوم bibendum المرحة، وهي

¹- voir. Gryspeerdt Axel, Le guide de voyage parfait indicateur de l'évolution éditoriale ?ibid., p. 36.

²- voir, Leguide touristique, http://fr.m. Wikipedia.org/wiki /guide_touristique, consulté le 18 janvier 2014

³- voir , bid, consulté le 18 janvier 2014

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

الرسم الكاريكاتوري للرجل المطاطي الذي يمثل الشعار التسويقي لعجلات ميشلان وحاز عام 2000 على جائزة شعار القرن.

ويشير اسم "دليل ميشلان" بشكل أساسي إلى "الدليل الأحمر" وهو أقدم وأشهر دليل أوروبي للفنادق والمطاعم، ولا تقتصر خدمات دليل ميشلان اليوم على تقسيم المطاعم والفنادق بل تضم شريحة واسعة من المنتجات منها الخرائط التاريخية والمعاصرة، خرائط الطرق، الأدلة السياحية وحجز الفنادق (1).

د- دليل جوان **guide Joanne**: كان أولى أكبر مجموعات الدلائل السياحية وأصبح بعد ذلك يسمى بالدليل الأزرق **guide bleu**.

ذ- دلائل **lonelyplanet**: صدرت في 1973م باللغة الإنجليزية وترجمت إلى عدة لغات كما هو الحال بالنسبة (الدليل **Let's go**)، فهذان الدليلان يحددان أسعار الفنادق والمطاعم.

حظيت مجموعة كبيرة من الدلائل بمكانة هامة في وكالات السفر والمكاتب السياحية، تنافس بعضها البعض كدليل (فودور **Fodor**) الذي ينافس (الدلائل الزرقاء **les guides bleu**)، وآخرون يتنافسون على جمالية الصورة والرسومات (2).

2-2. 2 الدلائل المتخصصة **Guides spécialisés**:

يوجد إلى جانب الدلائل العامة الدلائل المتخصصة أو ما يطلق عليها (بالسرية، الغريبة، العجيبة)، أو أكثر من ذلك (الغامضة) ويختلف فيها المشروع السياحي عن الدلائل العامة ومن هذه الدلائل ما نجده في فرنسا مثلا:

¹- Voir, le guide touristique, http://Fr.m.wikipedia.org/wiki/guide_touristique, consulté 18 janvier 2014

²- Voir, Le guide Touristique. consulté le 18 Janvier 2014.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

أ- دليل فرنسا الخرافية **guide de la France mythologique**: تحت عنوان "المسار السياحي والثقافي لفرنسا (جنيات وخرافات، وأساطير) كتب من قبل التاريخي Bernard Sergent والجمعية الخرافية الفرنسية سنة 2007م⁽¹⁾.

ب- دليل باريس العجيبة **guide de Paris mystérieux**: ظهر سنة 1966م من طرف Claude Tchou، ولم تتوقف إعادة نشره منذ ظهوره، فهو يعرض بوضوح نوعا نموذجيا من الفلكلور الباريسي (أسواق الحشرات، والورود، الجرس والأشخاص الصغار والقصة القصيرة بعامة)⁽²⁾.

ج- دليل المواقع العجيبة والأساطير لأقاليم فرنسا **guide de sites mystérieux légendaires de nos provinces françaises**: نشر سنة 2006م يبحث ببساطة عن اكتشاف فرنسا "أخرى" أكثر غرابة وسرية من تلك التي نعرفها في الدلائل العامة⁽³⁾.

2-2. 3 خصائص الدلائل المتخصصة:

1- يعرض الدليل الأول مجموعة مصنفة للنزهات، يتكون من 27 سبعة وعشرين فصلا مفصولة بمناطق جغرافية، وفي بعض الأحيان بأقاليم تاريخية، أو ثقافية، ويتعلق كل فصل ينزهة خرافية⁽⁴⁾.

(1) " basse Normandie des légendes oubliées ou méconnues"

¹- Voir. Hécate vergopoulos, Tourisme et Curiosités : Approche communicationnelle du légendaire dans les guides de voyage imprimés, université du Québec à Montréal, le 29 Novembre 2010, p42

²- Voir, Hécate Vergopoulos, ibid pp 42-43

³- Voir, Hécate vergopoulos op. cit, pp. 42-43.

⁴- Voir, Ibid., pp. 43-44

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

نورمنديا السفلى: أساطير منسية أو مجهولة.

" Sarthe : saints et femmes de légende" (2)

صارت :القديسون ونساء الأسطورة".

" Yonne : légendes et géographie sacrée" (3)

يون: "الأساطير والجغرافيا المقدسة".

تأخذ الأسطورة إذن مكانة هامة في هذا الدليل بعكس الدلائل العامة. والحال كذلك بالنسبة للدليل الثاني الذي يعتمد على نوعين من الكتابة "خط السير" (خرائط الطرق) وقائمة وحدات المكان المكتشف، والتي نجدها في الدلائل العامة.

كما نجد فئتين:

1- يسمى المؤلف بخطوط السير العجيبة itinéraires du mystère.

2- واسطة المكان la médiation de l'espace مرتبة بحسب الحروف الهجائية لأسماء الدروب الموصوفة (الأكثر أهمية). في حين اختار الدليل الثالث كتابة القائمة، يتكون هذا المؤلف أيضا من عشرين فصلا تتعلق بنطاق جغرافي، إداري، إقليمي، وهذه الفصول مقسمة بدورها إلى فقرات تتعلق بالمقاطعة الفرنسية تصف الأماكن والمواقع الخاصة⁽⁴⁾.

¹- Sergeant Bernard, Le guide de la France Mythologique, Paris, Payot 2007 p178

²- Ibid p178

³- Ibid, p179

⁴- voir, Hécate vergopoulos, op. cit, pp42-43

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

كما أن الدليل الأول جدير "بالتطبيق"، بحيث أنه مزود بإشارات عديدة من أجل مساعدة القارئ المسافر لاكتشاف مكان الزيارة بالإضافة إلى (circuit) جولات مقترحة لتتبعها.

مثال:

"En Bonnétable, garez-vous dans le parking situé devant l'entrée du Château, ce château connaît deux légendes ..." (1)

في بونيطلب، اركن السيارة في موقف السيارات الواقع أمام مدخل القصر، عرف هذا القصر أسطورتين. أما الثاني فهو تاريخي، ويعتمد على مصادر مثال:

"... Au cours du siège de Paris en 978 par Othon II, se serait dévolue un affrontement singulier enter un guerrier allemand et un vassal de Huges copte..." (2)

"أثناء حصار باريس في 978 من قبل أوتون II، صارت إشتباكات فردية بين محارب ألماني ومناصر لهوجو كابت".

أما الثالث فله أسلوب سردي (قصصي) يعرض الواقع أو الأسطورة على شكل حكاية وهو مرتبط بالمواع.

"La fontaine couleur de sang à environ un kilomètre et demi de Brioude sur la route de Clermont Se trouve la fontaine Saint Julian elle est entrée dans le folklore chrétien..." (3)

مثال: الينبوع ذو لون الدم.

¹ - Sergent Bernard, Le Guide de la France Mythologique, op.cit, p 178.

² - Caradec Francois & Masson, Jean-Robert, Guide de Paris Mystérieux édition Tchou, Paris 1984 p. 230

³ - Ronecker Jean-Paul Sites Mystérieux et Légendes de nos provenances Francaises, édition Trajectoire 2006 p140.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

"يقع ينبوع سان جوليان على بعد كيلومتر ونصف من بريود على طريق كليرمونت الذي دخل في الفلكور المسيحي..."

إن الدلائل الثلاثة تختلف من الناحية التحريرية، والثقافية، والإيديولوجية حيث تأخذ الأسطورة فيها أشكالاً مختلفة، ولها بعض النقاط المشتركة مع الدلائل العامة.

ويكون بهذا الدليل السياحي ليس بهدف التسلية وإنما هو أداة تسهل للسائح سفره نحو بلد ما أو استرجاع ذكريات قديمة، أو التذكير بالآثار التاريخية، فالدليل المعروف جيداً والموثق يمكننا الإعتماد عليه لسنوات عديدة إلا في حالة الكوارث الطبيعية أو تغيير جذري للبلدان الموصوفة، لكن القراء أو المسافرين الحاليين لهم إيجابيات مقارنة مع السنوات الماضية، وذلك لسهولة التعرف على الأماكن وأرقام الهواتف الجديدة عبر الإنترنت.

وظهرت في الآونة الأخيرة أشكال جديدة للدلائل السياحية أو دلائل السفر وهي: الدلائل السياحية الرقمية، على شكل دلائل مشتركة مباشرة مبنية على مبدأ web 2.0, d'autoguides، أو الدلائل في آلات محمولة (appareil mobil)، أو نظام تحديد المواقع⁽¹⁾ (G.P.S).

- مضمون الخبراء (نشر مباشر على الخط للدلائل الورقية والتقليدية، أو المتخصصة في السفر).

- ومضمون المستعملين (رأي، مقال...) (2).

¹ - Voir .fr :m wikipedia.org/wiki/guide – touristique, consulté le 18 janvier 2014.

² - voir, Ibid.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

3- دور الرموز في الدليل السياحي:

تتميز الدلائل السياحية العامة والمتخصصة باستعمالها مجموعة من الرموز التي تدل على مواقع أثرية أو خاصة تصف المكان المزار، وتصاحب هذه الرموز النص بعملية الوصف حتى نهاية المؤلف (1).

3-1. الرموز المستعملة في الدلائل المتخصصة: نجد في دليل المواقع العجيبة والأساطير لأقاليم فرنسا مثلا اثنا عشر فئة تسمح بوصف المعلومة المسلمة برموز مختلفة (2).



الشكل رقم 2 (3)

¹- voir, Hécate vergopoulous, Tourisme et curiosité, opcit; p46.

²- voir, Ibid, p233.

³- Hécate Vergopoulos, Tourisme et Curiosité op.cit p 233.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

ويخيل لنا أن كل هذه الرموز مرسومة يدويا، وقد استعملت في مواقع مختلفة من النص بحيث توضح للقارئ المسافر مختلف استعمالاتها وما تدل عليه.

وتتقسم رموز دليل "باريس العجيبة" على سبيل المثال إلى 14 فئة، وهي تتوافق وطبيعة المعلومة (1):

Histoire légendaire	تاريخ أسطوري
Fantastiques Créatures	مخلوقات عجيبة
Paysage insolites	مناظر غريبة
Tragédies et faits insolites	سامي وأحداث غريبة الأطوار
Mœurs et Coutumes	الأعراف والعادات
Diabls, sorciers, fantômes	شياطين، سحرة، اشباح
Trésors Souterrains	كنوز تحت الأرض
Lieux sacrés et miracles chrétiens	أماكن مقدسة ومعجزات مسيحية
Mythes et monuments Païens	الخرافات وأنصاب وثنية
Peines étranges	الأحجار الغريبة
Musées fantastiques	متاحف خيالية
Les illuminés	المضيئة
Enigmes préhistorique	أحجيات قديمة جدا
Bestiaire fantastique	حيوانات رمزية رائعة (2)

¹ - voir : ibid.p250.

² - Hécaté vergopoulos, Tourisme et curiosité , op citp 250.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

3-2. الهدف من الرموز:

استعملت هذه الرموز لثلاثة أهداف مختلفة (1):

1- تحديد موضع وحدات المكان (الفضاء) الموصوفة في الخريطة.




2- تمييز الوحدات النصية.

3- فهرسة المعلومات المسلمة من خلال الدليل بحيث أنها تنظم أحد الوثائق الملحقة.

تسهل الرموز على السائح المسافر التنقل داخل المدينة أو الدولة المقصودة بكل راحة وحرية ليشعر بأنه في موطنه الأصلي. ومن خلال دراستنا لثلاثة دلائل سياحية

(Le petit futé, guide bleu, Nagel) وكلها تختص بالحديث عن دولة الجزائر

ومدنها، لاحظت وجود اختلاف في استعمال الرموز من دليل إلى آخر، ويبين الجدول التالي الاختلاف في استعمال الرموز.





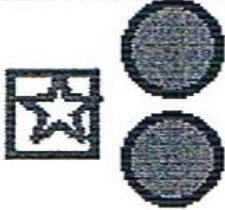

Le petit futé d'Algérie (3)		Guide bleu d'Algérie (2) Nagel Guide / دليل ناجل	
الدلالة	الرمز	الدلالة	الرمز
وجود المساجد على الخريطة		وجود المساجد في البلد	
وجود مساجد في خريطة بجاية			

¹ - Voir, Ibid., p250

² - Guide Nagel encyclopédie de voyage, imprimé en suisse 2ème édition; 1973, pp29-228-296 et Guide Bleu, imprimé en France par imprimeur hérissé Evereux N°1249, collection N°1 édition N°21986, pp 256-267.

³ - Le Guide Le Petit Futé d'Algérie, op.cit, pp172-295.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

وجود مساجد ومدرسة في خريطة وهران			
وجود متاحف في خريطة بجاية		وجود متاحف في كل المدن	
وجود متاحف في خريطة وهران		الجزائرية باللون الأسود	
وجود كنائس في خريطة الجزائر		وجود كنيسة	

من خلال هذا الجدول يتضح لنا عدم توحيد للرموز، بين الدليل ناجل والدليل الأزرق وبين دليل le petit futé بحيث تختلف الرموز فيه من خريطة إلى أخرى حسب خريطة البلد للدلالة على الشيء نفسه.

يتبع دليل ناجل طريقة le petit futé الذي يشمل الرموز في الخريطة وحدها، واستعمال الرموز التي تدل على الطريق الرئيسي بالرمز (—) والطرق الثانوية (==) وهما الرمزان الوحيدان المتشابهان بين الدليلين، ووجه التشابه بين كل هذه الدلائل، يكمن في استعمال الصور، والخرائط والألوان، ولعل الاختلاف الواضح يكمن في حداثة الدليل لطبعته الخامسة لسنة 2011-2012م.

يتميز le petit futé بحداثة شكله من حيث اعتماده على الصور، وعنصر الإشهار لمنتوج معين كمجموعة "كتب اللغات في الجيب" بكل اللغات (البريطانية، الصينية، وأيضا باللغة الأمازيغية وكيفية نطقها وترجمتها)، وكذا الإشهار لبعض الشركات السياحية ويعتمد

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

أيضا على المواقع الإلكترونية لكل فندق، ومكتب سياحي، وغيرها⁽¹⁾، وهذا يدل أنه مواكب للعصر، وملبي لحاجات السياح بمعنى الكلمة من استعمال عملي أثناء الزيارة أو الرحلة، كما نجد في هذا الدليل استعمال أمثلة قديمة مثال:

«Oh, toi qui passes le seuil de ma porte, tu et le maître et je deviens ton serviteur»⁽²⁾

"أو، أنت الذي دخلت عتبة بابي، أنت السيد وأنا خادمك"، تدل هذه العبارة على حسن الضيافة".

وأيضا بعض الآيات من القرآن الكريم في قوله تعالى:

«c'est de l'eau que Vient tout vie»⁽³⁾ "وجعلنا من الماء كل شيء حيا"⁴

وهناك بعض الرموز المتفق عليها في مجموعة الدلائل الزرقاء للاستعلام السياحي الفندقي والتي تظهر في الشكل التالي: وتسهل على السائح اكتشاف الأماكن دون عناء⁽⁵⁾.

¹ - Voir Le Petit Futé d'Algérie opcit.pp223-235.

² - Ibid-p 240

³ - Le Guide Bleu, op.cit., p.500.

⁴ - القرآن الكريم، سورة الأنبياء، الآية 30.

⁵ - Voir- Le Petit Futé, ibid., p20.

4- التسويق والترويج السياحي:

أصبح التسويق والترويج السياحيين مقياسين لنجاح الدولة السياحية في تحقيق أهدافها السياحية المتنوعة، بحيث يمثلان عنصرين أساسيين من العناصر التي تعتمد عليها الدولة السياحية بشكل عام، والشركات السياحية بشكل خاص، فقد أصبح مفهوم التسويق يغذي عملية بيع المنتجات والسلع (1).

4-1. تعريف التسويق السياحي:

«هو ليس نشاطا مستقلا تقوم به بعض الأجهزة والمنظمات، والمنشآت السياحية المتعددة والشركات السياحية، والمنشآت الفندقية، وشركات النقل السياحي بل هو نشاط مشترك تمارسه مختلف الهيئات، والوجهات السياحية، والرسمية العامة، والخاصة، وإن اختلفت أهدافها القريبة والبعيدة بين زيادة الحركة السياحية، وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي، وبين الرغبات والدوافع للشرائح السوقية المختلفة».

نستنتج أن الهدف العام الذي يسعى هذا النشاط الى تحقيقه بتظافر كل الجمهور، هو زيادة الحركة السياحية وتطويرها.

4-1.1 أهداف التسويق السياحي: يملك التسويق السياحي العديد من الأهداف

نلخصها كالآتي:

(أ) الأهداف القريبة: تلك التي تعمل عليها الشركات، والوكالات السياحية، والأجهزة والمنظمات السياحية، وتسعى الى تحقيق نسبة معينة من التدفق السياحي خلال فترة زمنية تتراوح بين سنة وستين (2).

¹ - ينظر: الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، سفر وسياحة، تسويق سياحي، 282 سفر، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، المملكة العربية السعودية، ص3.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص10.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

(ب) الأهداف المتنوعة: تتمثل في تحسين مستوى الخدمات السياحية لإرضاء حاجات السائحين ورغباتهم، بالإضافة إلى زيادة الدخل السياحي، والحركة السياحية، وفتح أسواق جديدة (1).

(ج) الأهداف المشتركة: تعني تحقيق سمعة سياحية طيبة وتوفير خدمات سياحية عالية المستوى (2).

(د) الأهداف الخاصة: تخص المنشآت السياحية، كتقديم خدمات سياحية متميزة، وبأسعار معتدلة (3).

ويعتمد التسويق السياحي في الدولة المضيفة للسائحين على العرض السياحي، وطبيعة الأسواق الموجهة إليها هذه السلع السياحية «إذ أنه يقوم على إثارة الدوافع والاتجاهات لدى السائحين (4)».

وفضلا عن ذلك، ان التسويق السياحي يعمل على إبراز الصورة السياحية، والتركيز على معالم البلد، أو الدولة والمناطق السياحية عن طريق وسائل تنشيط السياحة: كالدعاية والإعلان، والكتيبات، والدلائل والإشهار، والخرائط والمطويات، وبذلك يمكن للعملية التسويقية أن تتم في أي وقت من الأوقات خلال العام لأن المنتج السياحي موجود بطبيعته في الدولة (5)، والذي يرجع بالفائدة لصالح البلد المضيف والسائح.

¹ - ينظر: الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، سفر وسياحة، تسويق سياحي، 282 سفر، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، المملكة العربية السعودية، دت، ص11.

² - ينظر الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، مرجع سابق، ص11.

³ - ينظر المرجع نفسه، ص12.

⁴ - د/محمد مفرح القحطاني وآخرون والسياحة، الأسس والمناهج دراسة تطبيقية على منطقة عسير (مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، 1416هـ، ص14).

⁵ - ينظر نزار البرواني، البرزنجي، استراتيجية التسويق ودار وائل للنشر، عمان، ط1، 2004، ص35.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

بالإضافة إلى أن التسويق السياحي يسعى إلى إيجاد علاقة مباشرة بين المنشأة السياحية التي تقدم الخدمة بين العميل أي السائح، وموظف الاستقبال في الفنادق مثلا، أو العاملين في المكاتب السياحية.

ويعمل الدليل طبعا على عرض المنتج السياحي كمصدر لجذب السياح، وإثارة الطلب السياحي الخارجي، وهو يعتمد على عنصرين (1):

1- العنصر الطبيعي: من طبيعة ومعالم أثرية وتاريخية.

2- العنصر البشري: الإقامة، النقل، والإرشاد السياحي والترفيهي، كالفنادق وشركات السياحة والسفر شركات النقل.

5- مكونات العرض السياحي: هي تلك المكونات التي يسعى الدليل السياحي من خلالها الى الترويج لها، وهي تتمثل في عناصر الجذاب، والمغريات السياحية الموجودة في الدولة التي تختلف من بلد إلى آخر. تتمثل هذه العناصر في:

(أ) المقومات الطبيعية: تشمل كل ما هو طبيعي، وغير اصطناعي من:

(1) أشجار وشواطئ وأنهار.

(2) الموقع الجغرافي: مثال الجزائر تقع شمال البحر الأبيض المتوسط.

(3) تضاريس: من جبال وسهول.

(4) المناخ: درجة الحرارة، والشمس، والهواء.

(5) الغابات: والمناطق الزراعية ومناطق الصيد.

(6) العيون المعدنية والكبريتية والرمال الدافئة (2).

¹ - ينظر، الادارة العامة لتصميم وتطوير المناهج والمرجع نفسه، ص18.

² - ينظر، الادارة العامة لتصميم وتطوير المناهج ومرجع سابق، ص18.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

ب) المقومات الصناعية: وتختص بكل ما صنعه الإنسان، وأصبح له قيمة تاريخية وحضارية كبيرة، يعتمد عليها كمصدر للجذب السياحي مثال (1):

- 1) الآثار التاريخية: التي تجسد ما خلفه الإنسان من مقومات حضارية: (كالأهرامات، قلعة منصورة بتلمسان الجزائر)
- 2) المعالم الحديثة: التي تقيمها الدولة (2):

- كالمتاحف الفنية الضخمة والحدائق الدولية (ديزني لاند في الولايات المتحدة الأمريكية).

- الأبراج العالية الشهيرة (برج إيفل بفرنسا).

- المكتبات العامة الدولية، والمهرجانات الدولية، والثقافية والفنية (مهرجان الفلم العربي بوهران).

ج) المرافق السياحية العامة: المرافق الأساسية، كالمراكز الصحية والعلاجية، شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية (نجمة، جزي) شركات الطيران، وتشمل المرافق السياحية: من فنادق بمختلف أنواعها ومستوياتها (3).

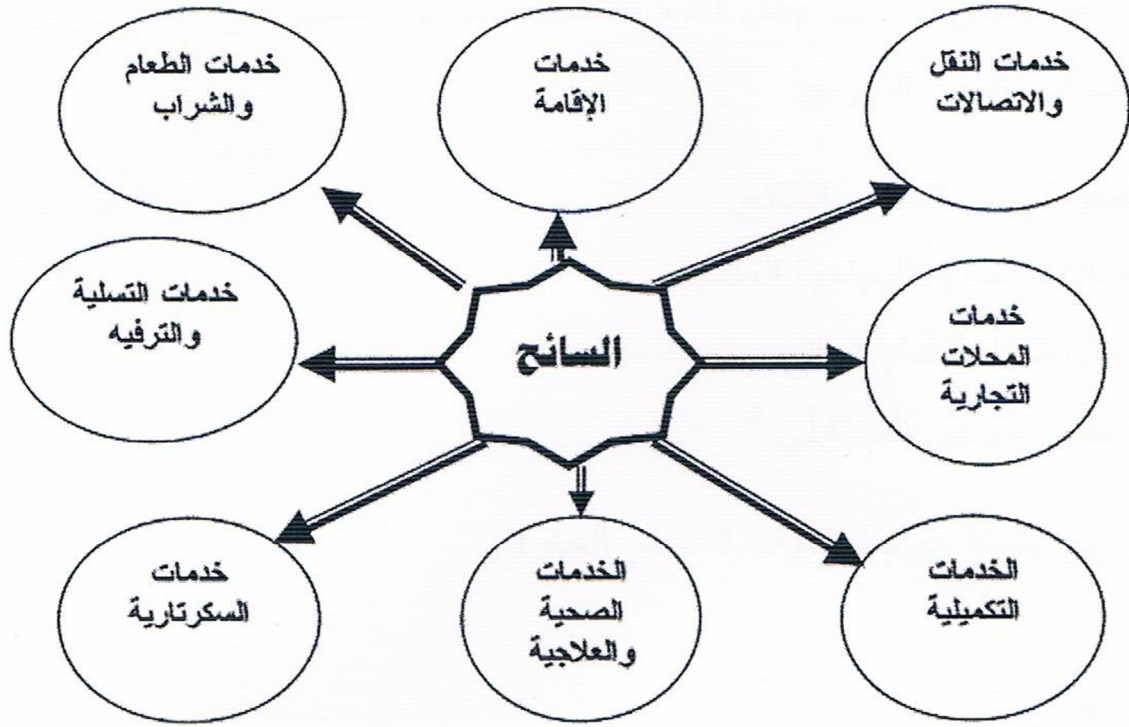
تختلف الخدمات الداعمة للنشاط السياحي تختلف وتتفاوت حسب الشريحة المستهدفة، والشكل التالي يشير إلى أنواع الخدمات التي يحتاجها السائح في النمط السياحي والتي بإمكانها إشباع أنواع مختلفة لحاجات ورغبات السائح.

¹ - ينظر، المرجع نفسه، ص 19.

² - ينظر، المرجع نفسه، من ص 20 إلى ص 21.

³ - ينظر، نزار البروراي البرزنجي، استراتيجية التسويق، مرجع سابق، من ص 35 إلى ص 40.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي



الخدمات المؤثرة في إشباع حاجات ورغبات السياح

الشكل رقم 3 (1)

يعتمد هذه المكونات عليها الدليل السياحي للترويج والتسويق للبلد والدولة.

6- تعريف الترويج السياحي: TOURISM PROMOTION

ظهر الترويج السياحي منذ نشأة السياحة فالآثار، والرسومات الحضارية (حضارة مصر وحضارة بلاد الرافدين) تمثل ثروة سياحية ضخمة وبالغة التأثير في النفوس على مر العصور، كما تعتبر الأساطير، والملحقات، والقصص مرتكزات ودعائم للترويج السياحي إلى وقتنا الحاضر.

ويعرف الترويج السياحي بأنه «جهود موحدة ومنسقة تتبعها المنظمات السياحية الربحية والمؤسسات غير الربحية بوضع سياسات للإعلان، وبيع المنتجات، والخدمات، والأفكار، وإقامة قنوات ومنافذ باستخدام تكنولوجيا المعلومات للتأثير في أذهان السياح وجعل

¹ - الطائي حميد، مخطط الخدمات المؤثرة في اشباع حاجات ورغبات السائح والتسويق السياحي، دار الوراق للنشر والتوزيع عمان، 2004، ص22.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

الطلب السياحي بأكبر عدد ممكن»⁽¹⁾، فهو يمثل القوة للنشاط التسويقي بتسهيل بيع المنتج. ومن العوامل التي أدت إلى ظهور الترويج:

- 1- البعد الجغرافي بين المنتج والسائح.
- 2- تعدد اتصالات السوق السياحية العالمية.
- 3- تعدد البدائل المتاحة أمام السائح.
- 4- ازدياد الطلب السياحي المستقبلي⁽²⁾.

وبذلك يتحدد الترويج بثلاثة عوامل أساسية:

- العنصر الجغرافي.

- نوع السائح.

- نوع المنتج⁽³⁾.

6-1. أهمية الترويج السياحي :

يساهم الترويج السياحي في التعريف بالمنتج والخدمات السياحية، وتقديم كافة المعلومات عن المنظمة السياحية.

- رسم صورة ذهنية وتذكير المستهلك بالمنتج.
- تحريك الطلب السياحي (المبيعات).
- زيادة المبيعات واستقرار الأرباح للدولة والمنظمات السياحية⁽⁴⁾. إذن نتلخص أهمية الترويج في الإعلام الإقناع والتذكير.

¹ - مروان أبو رحمة، تسويق الخدمات السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان 2001، طبعة 1، ص380.

² - ينظر، المرجع نفسه، ص382.

³ - Voir, Stanton, Williams, Fondamental of marketing, MC, crawtil Inc., Auckland 6th édition, 1981, p183.

⁴ - ينظر: نزار البوراني البرزنجي، استراتيجية التسويق، مرجع سابق، ص217.

7- خصائص الإعلان والإشهار السياحي:

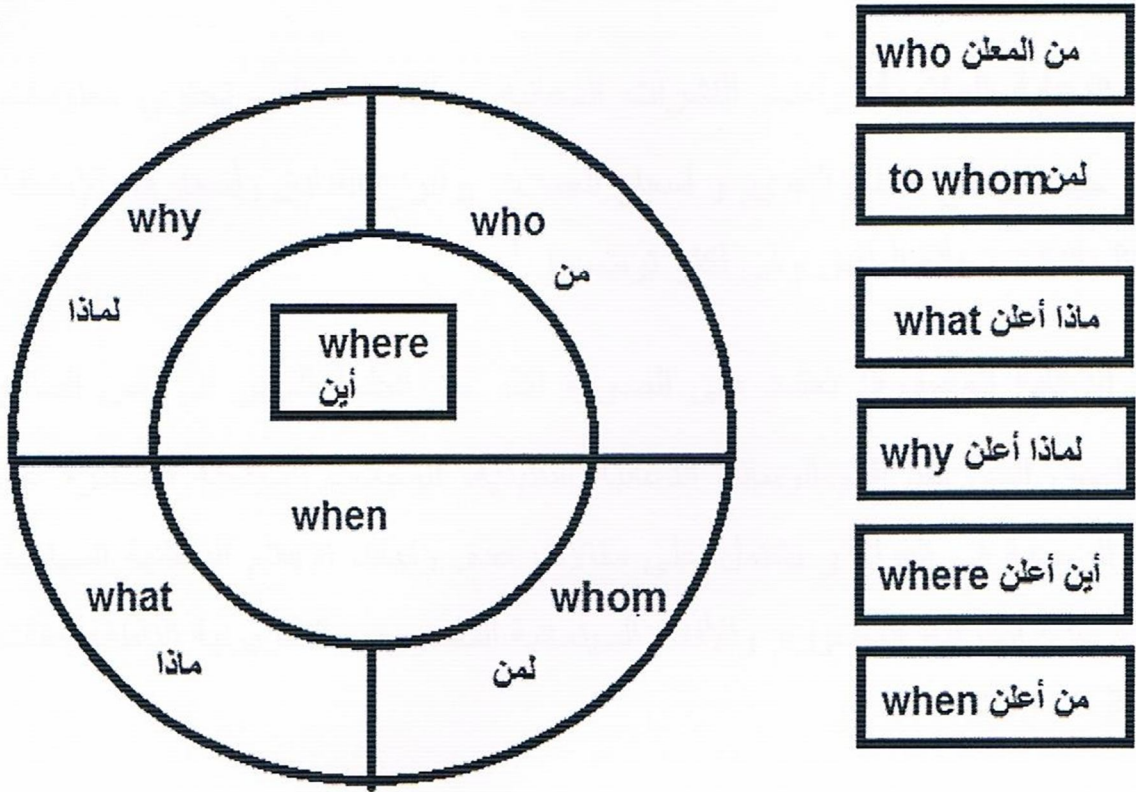
يركز الإشهار السياحي على موضوع محدد ومعين، بحيث تكون رسالته صادقة وحقيقية كما هو الحال في الدلائل السياحية التي تنقل وقائع حقيقية، وموضوعية، ولا تكتمل هذه الخصائص إلا بالاستعانة بالطرق الحديثة للطباعة والألوان الزاهية، والرسوم لجلب الانتباه والتأثير في القارئ⁽¹⁾.

أما الخاصية الأساسية التي يركز عليها الإشهار السياحي هي أن يفهم واقع ورغبات المستهلك السائح على العموم، كما يمكن له أن يرسخ الصورة على المدى البعيد، ويعتبر وسيلة سريعة للمبيعات. كذلك يبرز الصورة السياحية والفندقية بشكل أوضح وأجمل للعلامة التجارية المعروفة مثال: الفنادق الموجودة في الجزائر (فندق الشيراطون، وفندق الأوراسي)⁽²⁾. وبما أن الإعلان يشكل أهم عنصر من عناصر المزيج الترويجي، فقد أكد الخبراء أن مفاتيح النجاح تكمن في مكونات المزيج الإعلاني؛ أي الدائرة الذهبية كما هي مبينة في الشكل التالي.

¹ - ينظر، نزار البوراني البرزنجي، مرجع سابق، ص218.

² - ينظر، بشير العلق ومحمد علي رباعية، الترويج والإعلان، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2007م، ص254.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي



الشكل رقم 4 (1)

تؤكد هذه الدائرة على أن الإعلان الإشهاري لا يساعد فقط في توصيل المعلومات للسائح، بل يهدف إلى إقناعه بالفعاليات السياحية وإلى إثراء الخدمات السياحية وكذلك يحفزه على تكرير الزيارة، وإيصال الأفكار إلى مستفيدين جدد باستعمال طرق حديثة للطباعة والألوان، وكذا وسائل وأدوات للتنشيط السياحي.

8- أدوات التنشيط السياحي (2):

هي صنفان أدوات غير تقليدية، مثل المهرجانات السياحية الدولية (مهرجان الأغنية الأندلسية)، وإقامة المعارض، وتنظيم القوافل السياحية، وأخرى تقليدية تنقسم إلى ثلاثة أنواع:

أ- الدعاية. ب- الإعلان. ج- العلاقات العامة.

¹ - الطائي الصميدي، العلق والأسس العلمية للتسويق الحديث، اليازوردي للنشر، عمان، 2007، ص301.

² - الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، مرجع سابق، ص90.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

أ.1- **الدعاية المكتوبة:** وتضم النشرات الدعائية والكتيبات التي تحتوي معلومات تفصيلية، حيث توضح النظام النقدي، وأسعار العملات، وأنواع الفنادق وأسعارها بالإضافة إلى وسائل النقل، وحالة الطقس وهي أكثر توضيحا (1).

أ.2- **الدعاية المصورة:** تعتمد على الصورة أكثر من الكلمة للتأثير في نفس السائح مثل: الملصق الذي يعد أقدم الوسائل الدعائية التقليدية، المجالات السياحية الصادرة عن الأجهزة الرسمية في الدولة وتشتمل على مقالات عدة. وكذلك الأفلام الدعائية السياحية المصورة مثل: الشرائح المصورة، والأفلام السينمائية المصورة، والتلفزيونية الناطقة بلغات مختلفة (2).

أ.3- **الدعاية المسموعة:** تركز على الكلمة مثلا في المحاضرات العلمية الثقافية، وتعتبر أقل تأثيرا، ونجدها أيضا في الأحاديث الإذاعية والتلفزيونية المتصلة بالسياحة (3).

ب- **الإعلان:** ونجد فيه وسائل متعددة بين التلفزيون، الراديو، المجالات، الصحف، والإعلانات الحرة (4).

ج- **العلاقات العامة:** تعتمد على الاتصال الشخصي بين الأجهزة، والمنشآت السياحية وبين الوكلاء السياحيين، والنشرات السياحية، مثل: عقد المؤتمرات السياحية الدولية، وعقد ندوات سياحية لتنشيط حركة المبيعات السياحية (5)...

9- دور التسعير السياحي:

يعتبر وضع الأسعار المناسبة أحد الأنشطة الهامة التي تؤثر على الحركة السياحية، كما تعتبر الأسعار وسيلة تسويقية، فكلما كانت الكلفة في استطاعة الفئة المتوسطة وكلما كان لها تأثير إيجابي وإقبال كبير على الدولة المضيفة.

¹ - ينظر، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، مرجع سابق، ص 91.

² - ينظر، المرجع نفسه، ص 91.

³ - ينظر، المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

⁴ - ينظر، المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

⁵ - ينظر، المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

بالإضافة إلى دور الترويج الإلكتروني، الذي ظهر حديثاً من خلال شبكة الإنترنت باللغات العربية والفرنسية والإنجليزية، وكذا الترويج عن طريق الصور، والأفلام، عن طريق إنتاج أفلام للبلد، والمناطق، والمواقع السياحية الخاصة به. وتعمل كل هذه الخدمات على تقديم مساعدات للسائح وتلبية رغبات (1).

10- دور السائح:

10-1. تعريف السائح: يعرف "Hécate" السائح كالتالي:

«Etre touriste, c'est donc découvrir non seulement d'autres lieux, mais aussi l'autre» (2)

« أن تكون سائحا، لا يعني اكتشاف الأماكن الأخرى فقط، لكن اكتشاف الأخر»

إضافة إلى أن السائح حسب تعريف "Giotarty et Balf" هو:

«Le touriste est un voyageur passant au moins trois jours dans une destination touristique, par rapport à la durée du séjour, elle est fixé à au moins d'une année» (3)

«هو مسافر يقضي على الأقل ثلاثة أيام في وجهة سياحية، بالنسبة لمدة الإقامة، فهي وهو حلب؛ محددة بسنة على الأقل»

وبما أن السائح كائن إنساني فهو يتميز بشيء خاص الفضول في البحث عن خبرات واكتشاف تجارب جديدة (4)،

«La curiosité est donc un dispositif socioculturel» (5)

¹ - ينظر، الادارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، مرجع سابق، ص 91.

² - Hécate Vergopoulous, Tourisme et curiosité, op.cit, p 301.

³ - Lazato Giotarty J, P et Balfe Michel Management Du Tourisme, Pearson éducation France. Paris 2007, p 71.

⁴ - ينظر: سالم حميد سالم، سلوك السائح ودوره في تحديد النمط السياحي، جامعة بغداد، 2007م، ص 8.

⁵ - Hécate Vergopoulous, Tourisme et Curiosité, Ibid., p 305.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

فالفضول إذن هو "أداة اجتماعية وثقافية". وملكة الفضول فطرية غريزية في الانسان تدفع به الى المعرفة من خلال مثيرات خارجية، مثلا الدليل السياحي بجمال مواقعه وأماكنه يولد في القارئ حب المعرفة والفضول لاكتشاف وتجربة ما هو معروض بين يديه كذلك:

« Le guide conduira le curieux à la découverte d'endroits parfois connus, souvent quasi secrets (...)»⁽¹⁾.

كما يجب أن يكون للسائح حوافز حسب "لازتو" تتراوح بين: - الترفيه والاستجمام، زيارة الوالدين، الصحة (من حمامات معدنية، ومياه كبريتية)، لأجل أعمال أو أسباب شخصية.

- اجتماعات مختلفة (منتديات، اتفاقيات، حوارات ، مؤتمرات).

- أو لأسباب أخرى: كالحج، أحداث، تظاهرات رياضية، السفر المدرسي⁽²⁾.

ويعتمد السياح عموما بشكل كبير على معلومات رسمية كالدلائل السياحية أو أصدقاء مقربين للذهاب الى وجهة سياحية معينة حسب رغبتهم، وحسب وجود الخدمات السياحية⁽³⁾.

10-1. أنواع السياح: يميز جون ديدي (Jean Didier) ثلاثة أنواع من المسافرين⁽⁴⁾.

1. النوع الأول: المستكشفين المتمرسين Explorateurs du réticulaire: وهذا النوع يتجول في أقاليم المدن.
2. النوع الثاني: زوار مقيدون Visiteurs de confis: وهذا النوع يتجول في الأقاليم الريفية.

¹ - Sergaent Bernard, Le Guide de la France Mythologique, op.cit., p15.

² - Voir -lazato j-p et Balfe Michel, management du tourisme, op.cit. p6.

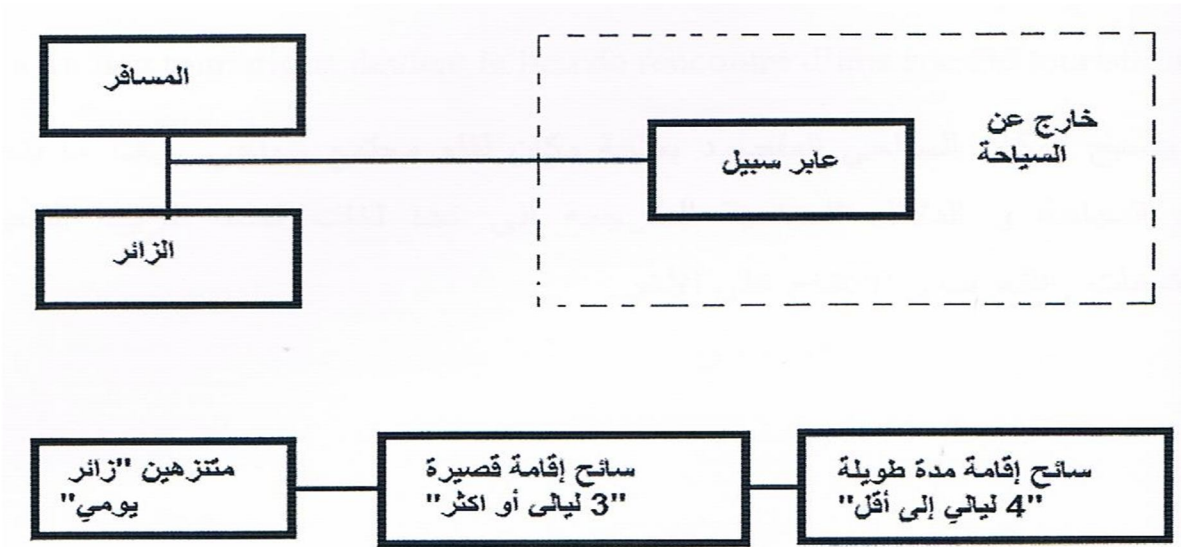
³ - ينظر: الزامل نجلاء: سلوك المستهلك، جريدة الرياض، العدد 13839، في 15 ماي 2006، ص 78.

⁴ - Voir, Urbain Jean Didier l'Idiot du voyage, Histoire de touristes, Payot, Paris, Rivages ;2002 pp. 208-353.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

3. النوع الثالث: هواة الصحاري (1) Amateurs de déserts

أما بالنسبة لـجون "جيوتار" و"بالفي" فإنهما يقومان بمقارنة بين مفهومي "المسافر" و"السائح"، ويؤكدان على أن مفهوم "المسافر" أكثر شمولية بالنسبة لمصطلح "السائح" والشكل التالي يوضح هذه النظرة.



الشكل رقم 5: من المسافرين إلى السائح حسب لازتووبالفي (2007) (2).

حسب الشكل فإن المسافرين الزائر (الزائر) يتعارض مع المسافر العابر (المار) والذي لا يتوافق مع السياحة.

- فالمسافر الزائر يوزع إلى ثلاث فئات (3):

1. الأشخاص الذين لا تتجاوز زيارتهم ليلة واحدة خارج مكان إقامتهم المعتاد، ويسمون بالمتنزهين.
2. الأشخاص الذين تتجاوز مدة انتقالهم ثلاث ليال متتالية على الأقل خارج أماكنهم المعتادة، أو السياح بإقامة قصيرة.

1- Voir, Urbain Jean Didier, l'Idiot du voyage, op. cit pp. 208-353.

2- Voir j-p-lazato Giotart et Balfe Michel, management du tourisme, op.cit., pp.70-71.

3- Voir, ibid pp. 70-71.

الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي

3. الأشخاص الذين تتجاوز مدة انتقالهم أربع ليال متتالية خارج أماكنهم المعتادة أو السياح بإقامة طويلة⁽¹⁾.

وبهذا يمكن الجزم بأن السائح كل شخص تعدت أو تجاوزت مدة إقامته ثلاث ليال خارج بيته، تجعله يقيم علاقات مع أشخاص آخرين. فالانتقال لا يعني تغيير المكان الجغرافي فقط وإنما تغيير وجهات النظر نحو العالم والذات، تجعل السائح يتغير، ويتطور، أو يعيد بناء أفكاره وعلاقاته من خلال هذا التغيير والانتقال.

«Le lieu touristique devient le lieu de rencontre d'une société touristique»⁽²⁾.

بحيث يصبح المكان السياحي المقصود بمثابة مكان لقاء مجتمع سياحي، وهذا ما يتحقق بفضل السياحة والدلائل السياحية المترجمة إلى عدة لغات قصد تقريب الشعوب والمجتمعات، للتعرف والانفتاح على الآخر.

¹- Voir, lazato, Giotart et Balfe Michel, management du tourisme, op.Cit. , p71.

²- Hécate Vergopoulous, tourisme et curiosité, opcit p420.

الفصل الثاني

السياحة والترجمة

1- علاقة الترجمة بالسياحة:

1-1 تعريف الترجمة:

تعتبر الترجمة علما وفنا في الوقت ذاته فهي علم في قواعدها اللغوية وأسسها ونظرياتها وفن في ممارستها وذوق ومهارة مترجميها بالاعتماد على الحس الفني والابداع وقد ذاع صيتها في القرن 18م مع بداية عصر النهضة، حيث اتخذت شكلا حديثا وأصبح لها شأن أكثر من ذي قبل، وذلك لارتباطها بشتى المجالات والعلوم الحديثة، مثل القانون والإعلام الآلي والصحافة وخاصة الظاهرة الاجتماعية الرائدة ألا وهي السياحة. إذ أصبحت الترجمة رهانا للعولمة والثقافة وأداة تواصل بين مختلف الشعوب والمجتمعات تحقق أيضا أغراضا كثيرة.

«La traduction est le passage d'une langue A à une langue B, pour Exprimer une même réalité X» (1).

"الترجمة هي الانتقال من اللغة (أ) إلى اللغة (ب) للتعبير عن نفس الحقيقة"، وقد تعددت التعاريف الخاصة بها في الجمع بين العلم والفن حيث يعرفها "Cary" و "Jumpelt":

«La traduction, comme l'architecture ou la médecine (ou d'autres activités humaines ayant pour objet l'homme) est, ou peut-être, ou doit être à la fois une science et un art : un art sous-tendu par une science...» (2).

"إن الترجمة مثل الهندسة المعمارية (أو الطب أو كباقي الأنشطة البشرية الأخرى) هدفها الإنسان وقد تكون، أو يجب أن تكون علما وفنا في آن واحد، فن يرتكز على علم".

1- Vinay et J-Darbelnet, La stylistique compare du Francais et de l'Anglais, Paris 1960, p20.

2- Cary et Jumpelt, La qualité en matière de traduction Actes du 3ème congress de la Fédération international des traducteurs F.I.TGoldenberg 1959, p51.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

علاوة على أنها وسيلة اتصال فهي تجمع بين كل شعوب العالم و تعرف الإنسان حضارة وثقافة الشعوب الأخرى مرتكزة في ذلك على الواقع، حيث ذهب لأدميرال إلى القول بأن:

«La traduction est une activité humaine universelle rendue nécessaire à toute les époques et dans toutes les parties du globe»⁽¹⁾.

"الترجمة هي نشاط إنساني عالمي وأصبحت ضرورية في كل الأوقات وفي جميع التحاء العالم" لكن وعلى الرغم من ذلك تبقى الترجمة مهمة عسيرة خاصة عندما يتعلق الأمر بالجانب الثقافي: «إنها مرحلة أساسية لعملية الاتصال المعرفي روما يتصل بذلك من جوانب علمية وفنية وأخلاقية وثقافية فضلا عن ذلك، فالترجمة التزامات قانونية، وأهداف اتصالية متعددة فيما بينها تهدف إلى تحفيز وإثراء تقييم المصطلح والكلمة أو الجملة أو حتى الفقرة لزيادة مصداقية المترجم والترجمة»⁽²⁾.

فعندما نترجم ونقل حضارة وثقافة أمة ما، وهذا ما نجده في ظاهرة السياحة وخصوصا الدليل السياحي الذي يصف ويخبر العالم عما تملكه الدولة من إرث وحضارة فترجمة الثقافة ليست بالأمر الهين لأن المترجم لا يحق له أن يتصرف كيفما شاء من حيث أن الثقافة هي هوية البلد.

ويؤكد إيكو:

«(...) La traduction ne concerne pas seulement un passage entre deux langues mais entre deux culture, ou deux encyclopédies»⁽³⁾

"أن الترجمة لا تتعلق بالنقل بين لغتين فقط، ولكن بين ثقافتين، أو موسوعتين، فالمترجم يأخذ بعين الاعتبار قواعد لسانية، لكن أيضا عناصر ثقافية في معناها الواسع للمصطلح".

¹ - L'admirale Jean-Réne, Traduire —Théorèmes pour la traduction, Payot, Paris, 1979, p28.

² - عزيزة خرازي، الترجمة وشكالاتها، المحور: الترجمة والتعليم والبحث العلمي، مؤسسة الحوار المتمدن، العدد 2369، 2008، 8-10 ص 34 .

³ - Eco-Umberto - dire Presque la même chose, expériences de traduction; paris, garnet 2007, p190.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

لهذا يجب على المترجم أن يكون أميناً في نقل الرسالة على أكمل وجه، ويعكس مرآة النص الأصل: «لأن الترجمة هي قواعد ونظريات ومعايير ومهارات»⁽¹⁾ فهي علم يرتكز على أسس ومبادئ. وقد تنوعت الترجمات وفقاً لأنواع النصوص حيث ميز الباحثون والعلماء بين النصوص الأدبية، والعلمية، وحتى التقنية فكان لكل مجال لغوي وحقل معرفي.

1- 2 مجال النصوص السياحية:

أصبحت النصوص التقنية في الاتصال الحاضر تعنى بأنواع من الكتابات مثل الدليل المرجعي، الكتيبات، الصيانة، دلائل الاستعمال، والمواصفات الفنية، وكل وثائق الاستخدام العملي.

1- 3 تعريف النصوص التقنية:

وهي كما جاء في تعريفها بأنها:

«Les textes techniques sont purement utilitaires (...) il vient répondre au besoin d'information d'un lecteur désireux de mener à bien, une opération pratique (montage d'une machine, application d'une procédure de mise en service...)»⁽²⁾.

«نصوص نفعية بحثة، تسعى إلى تلبية حاجة القارئ الراغب في الحصول على معلومات حول عملية تطبيقية (مثل تركيب آلة، تطبيق إجراء التكليف)».

تهدف هذه النصوص إلى نقل معلومات موضوعية إلى قراء أو مستعملين، كما تلعب دور العلاقة الوسيطة بالواقع بحيث تؤثر مباشرة على القارئ وإذ يتميز النص التقني بالحيادية والموضوعية وبعده عن الذاتية والمشاعر وهو يبقي على المعنى ويسعى إلى إعطاء الدلالة كاملة.

¹ - دبدر الدين عبد الله العكاش، برغماتية الترجمة، المجلة الثقافية، العدد 836، (2012- 2011)، سا: 21:37.

² - Fantanet-Mathilde Julie Vivian, La traduction Technique, Le texte sous l'empire de l'extratextuel Genève, Suisse SD, p1.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

«Le texte technique ne se présente pas comme le produit d'un (auteur), il semble bien plutôt émaner directement de la réalité technique (...), son avoir transité par une quelconque subjectivité»⁽¹⁾.

فلا يقدم النص التقني على أساس منتج "لكاتب" ولكنه يبدو أنه ينبع مباشرة من الواقع دون عبوره بأية ذاتية.

وتقاس ميزته بدقته ووضوحه وإيجازه واتساقه وانسجام أفكاره، بالإضافة إلى ضرورة تشابه وظيفة النص المترجم والنص الأصل في نقل المعلومات المرتبطة بالواقع، لذا على المترجم أن يرجع إلى معارفه العامة والمتخصصة، وأيضا معرفته المصطلحية، مع قيامه بأبحاث وثائقية ومصطلحية، واستشارته للخبراء والمعاجم والموسوعات⁽²⁾.

وبهذا فان الدليل السياحي يندرج في فئة النصوص التقنية، وذلك لارتباطه بالواقع

«Le guide touristique donne des informations réelles sur les lieux, les événements, les personnes, et des images»⁽³⁾.

"ونقل معلومات حقيقة عن أماكن أحداث، أشخاص، وصور"، كما أن الدليل السياحي أو دليل السفر يعطي الموجز المفيد من معلومات حول المكان بتوضيح كامل لأهم معالمه التاريخية، والأثرية، والحضارية، بالإضافة إلى غياب عنصر الذاتية فيه بحيث نجد المعلومات مكتوبة بحيادية وموضوعية.

من هنا تظهر ضرورة وجوده في فئة النصوص التقنية التي تلجأ في دلائل الاستعمال إلى الأشكال والرسومات البيانية لتوضيح كيفية استعمال الآلة، والأمر نفسه بالنسبة لدليل السفر ومن حيث "توضيحات" و"بيانات" ورسومات عن طريق الخرائط التي تعرض وتحدد المكان بدقة. وبما أن النصوص التقنية هي نصوص نفعية، فقد ميز J, Delisle بينها وبين النصوص الأدبية، وأدرج النصوص النفعية ضمن:

¹- Fantanet Mathilde Julie Vivian , La traduction technique, op. cit, p2.

²- voir- ibid, p 7.

³- Edem Bakah Kwassi -Analyse du discours oral des guides touristique et du discours écrit des guides de Voyage, op cit, p210.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

«Textes qui servent essentiellement à véhiculer une information et dont l'aspect esthétique n'est pas dominant»⁽¹⁾.

"النصوص التي تسعى أساساً إلى نقل المعلومة والذي يكون فيها الجانب الجمالي غير مسيطر". هذا يعني أن النصوص النفعية هي نصوص إخبارية تختلف كل الاختلاف عن النصوص الأدبية حيث يرى " DANTEL GILE " أن:

«Les textes littéraires comportent un élément esthétique important (...) et visent à susciter chez le lecteur l'émotion (...) et l'acquisition d'information et que les textes informatifs s'appuient essentiellement sur l'information qu'ils véhiculent pour faire passer le message (...)»⁽²⁾.

"النصوص الأدبية تحمل عنصراً جمالياً هاماً (...) وتطمح إلى إحياء مشاعر القارئ (...) واكتساب المعلومات، وأن النصوص الإخبارية تركز أساساً على المعلومة التي تنقلها لتمرير الرسالة (...)".

وفي النهاية تسعى النصوص إلى تحقيق الهدف المرجو، فهي بالنسبة للبعض مصدر للإعلام والإخبار، وللبعض الآخر هي للإقناع، والتحذير. إذ يمكن أن يكون لها أهداف فنية وأخرى ذات خدمة ومنفعة أو الاثنان معاً، لأن هدفها الأسمى هو إعلام وإيصال معارف حول موضوع ما وهذا ما نجده في الكتب العلمية، الدليل المدرسي والدليل السياحي⁽³⁾.

تتميز النصوص الإخبارية بغياب الضمائر (ضمير المتكلم أنا أو هو) واستعمال مصطلحات خاصة بالدليل السياحي مثلاً له قاموسه الخاص ومصطلحات تقنية، تعمل على نقل معلومات وأحداث من الواقع المعيش. وإذا كانت السياحة هي «مجموعة العلاقات

¹- Delisle Jean — L'Analyse du discours comme méthode de traduction initiation à la traduction Française de textes pragmatique Anglais théorie et pratique, édition de l'université d'Ottawa, Ottawa 1980, p22.

²- DANIELGILE, La traduction la comprendre l'apprendre, Paris presses universitaire de France, 2005, p5.

³- voir ; Laurent Legare, le traducteur professionnel face aux textes techniques et la recherche documentaire, Université de Paris, Sorbonne, le 10 septembre 2009, p, p10-11.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

والخدمات التي تنشأ عن إقامة شخص أجنبي أو سفره بصفة مؤقتة في مكان ما (1) « فهذا يعني أنها تفرض إقامة تواصل بين الأشخاص خارج دولهم أو أماكن إقامتهم.

لهذا فإن النصوص السياحية تتدرج تحت فئة النصوص البرغماتية التي تهتم بالتواصل، فهي تعتبر كأداة، ومنهج في قراءة، وتأويل النصوص أو الخطابات التي لم تعد تكتب بغرض بريء، وإنما تكتب لتحقيق أهداف معينة معتمدة على الاستعمال اللغوي.

2- النظرة التداولية للنصوص السياحية:

ترجمت التداولية إلى عدة ترجمات عربية منها: « التبادلية، الاتصالية، النفعية، والذرائعية (2) ». كما تعددت تعريفاتها: « فربطت كذلك بالفائدة التي تحدثها فهي تعبر عن نظرية تهتم بالفائدة العلمية لفكرة كمعيار صدقها (3)»، وتعرف عند بعض الباحثين "بالاقتصاد اللغوي" (4). فلها ارتباط قوي بين الكلام والفعل أو بين النظري والتطبيقي (5)، فهي تهتم من جهة بالقصد من كلام المتحدث، والبحث في معاني الكلام، ومحاولة اكتشاف الأشياء التي يريد المرسل من خلال رسالته، ومن جهة أخرى تأخذ بعين الاعتبار المتكلم والسياق والمحددات الزمنية، والمكانية، والمعتقدات.

بمعنى آخر التداولية لا تبحث فقط في الكلمات والمفردات ولكنها تبحث في السياق الذي وضعت فيه الكلمات، أي الظروف المحيطة بالكلام، وبنوعية المخاطب. بحيث أن المترجم لا يترجم الكلمات فقط، لكن المعنى الخفي (القصد)، ولهذا فإنه يحيل إلى السياق وإلى الوضعية (6). فمثلا في الدليل السياحي المكتوب نجد العديد من الصور التي يمكن أن تعبر أكثر من اللغة، وتحيل القارئ إلى أشياء وأفكار لا تنقلها اللغة.

¹ - د. محمود كامل، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، الهيئة المصرية العامة، القاهرة، 1975، ص23.

² - ميجان الرويلي، وسعد البازغي، دليل الناقد الأدبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2009م، ط2، ص102.

³ - نعمان بوقرة، المدارس اللسانية المعاصرة، مكتبة الأديب، القاهرة، مصر، 2004م، ط1، ص165.

⁴ - محمد البكاي، التداولية التواصلية ومنطق الخطاب عند بورغن هابرماس، صحيفة الحريات، 2014م، ص42.

⁵ - ينظر، المرجع نفسه، ص43.

⁶ - Voir-Vinay et Darbelnet, stylistique comparé du Français et de l'Anglais, Op Cit p63.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

إن النصوص السياحية لها نظرة تداولية «بوصفها علما يقوم بتحليل الأفعال اللغوية، ووظائف المنطوقات اللغوية، وسماتها في عملية الاتصال بوجه عام انطلاقاً من كون المنطوقات اللغوية تهدف إلى الإسهام في الاتصال، والتفاعل الاجتماعي⁽¹⁾».

ومما لا شك فيه أن الدليل السياحي يسعى إلى إحداث تواصل وتفاعل اجتماعي بين تلك وجود لعملية التواصل في غياب الخطاب الذي يؤسس لهذه العملية لأن عملية التواصل لا تكون إلا بوجود خطاب وحدث كلامي من جهة وواقع معيش من جهة أخرى⁽²⁾.

هذا يعني أن اللفظ أو الكلمة لا تحمل شحناتها الدلالية ما لم تترجم واقعا حقيقيا حتى تحقق عملية التواصل. وهذا ما يؤكد "هابرماس" في هذا الشأن أن ملفوظا ما لا يكون حقيقيا إلا إذا ترجم حالة من الأشياء الواقعية أو ترجم واقعا⁽³⁾.

بمعنى أن نقل حقائق يساعد على دعم إقامة التفاعل الاجتماعي، كما أن خطاب الدليل السياحي يتميز بأفعال كلامية كال دعوة، والإقناع، والنصح⁽⁴⁾. الأمر الذي تقوم عليه التداولية وعلاقتها باللغة ومستعملها.

إن الفعل الكلامي هو محور الرحي الذي تقوم عليه التداولية، وهو عبارة عن أفعال وتصرفات تستعمل خلال عملية التواصل. بالإضافة إلى قوة الإقناع عن طريق الحجة والدليل والبرهان بالاعتماد على متضمنات القول أو المعنى الخفي من القول، القائمة على الكفاءة اللغوية والتواصلية، للتأثير في المتلقي باستعمال لغة إغرائية وإيحائية تجذب المرسل إليه، مع الانتقاء الصحيح للألفاظ والعبارات المناسبة.

وهنا نتضح المقاربة التداولية والدليل السياحي الذي يسعى إلى إقناع ودعوة المتلقي من خلال الصور والبيانات واستعمال اللغة الجذابة، والإيحائية التي تجعل القارئ يسبح بخياله، وكل هذا غرضه تحقيق منفعة اقتصادية واجتماعية وثقافية للبلد الموصوف في الدليل، بالاعتماد على الواقع المعيشي والحقائق.

¹ - محمود أحمد نحلة، أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، دار المعرفة الجامعية ومصر، 2002، ط1، ص 34.

² - Voir, Habermas Yourgen, Logique des sciences sociales, Paris, PUF-Ed, 1978 p272.

³ - Voir, ibid.p272.

⁴ - Voir Sohair Abul-Halja El-Shanti Analyse du discours et didactique les discours des guides touristiques en situation exolingue Université Lumière Lyon 2,23janvier 2004, p.403.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

2-1. مبادئ المقاربة التداولية:

وتتركز هذه المقاربة على مبادئ أساسية هي (1):

1. مبدأ الكم: أي تؤكد على الهدف من الخطاب الذي يجب أن يكون إخباري.

2. مبدأ الكيف: تقديم حجج ودليل على مدى صدق الخطاب.

3. مبدأ العلاقة: التوافق والانسجام بين الخطابين.

4. مبدأ حكم الكلام: البعد عن الغموض والإبهام وتنظيم الحجج والبراهين والأدلة.

يجب إجماع هذه المبادئ حتى يكون الحديث أو الخطاب المكتوب ذو مصداقية، كما في الدليل السياحي الذي يحتوي على مبدأ المقصدية والمنفعة والتبليغ وقوة التأثير للتواصل مع المتلقي والتفاعل معه اجتماعيا واقتصاديا وثقافيا.

2-2. جوانب البحث التداولي:

كما أكد العلماء أن البحث التداولي يقوم على أربعة جوانب: أي النصوص النفعية (2).

1. الإشارات: وهي كلمات تحيل إلى شيء ما كأسماء الإشارة، وضمائر المخاطب مفردا أو مؤنثا وضمائر الغائب.

2. الإشارات الزمانية والمكانية: وهذا ما نجده في الدلائل السياحية. مثال: في هذه الجهة يقع مسجد سيدي لحسن.

3. الإشارات الاجتماعية: التي هي عبارة عن ألقاب مثل: سيدي بومدين، لالة ستي، وهي أسماء أشخاص وترتبط بثقافة بلد ما.

4. الأفعال الكلامية: وهي ملفوظات غرضها التأثير في المتلقي كالرفض، أو قبول القيام جولة سياحية (3).

¹ - ينظر، الجيلالي دلاش، مدخل إلى اللسانيات التداولية، ترجمة محمد يحياتن، ديوان المطبوعات الجامعية، 1986، ص33.

² - ينظر، مسعود صحراوي، التداولية عند العرب، دراسة تداولية لظاهرة "الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي، دار الطليعة، بيروت، 2005م، ص66.

³ - ينظر: مسعود صحراوي، التداولية عند العرب، مرجع سابق، ص68.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

وبهذا نميز النظرة التداولية في الدليل السياحي الذي يسعى إلى إحداث تفاعل، وتواصل بين الشعوب، إما مكتوبا، أو عن طريق المترجم السياحي، وذلك لأن أشكال السياحة تتميز بالبدائل الاحترافية وتضع الإنسان، اللقاء، الثقافة في مركز السفر، وتسجل تطورا منطقيا للأقاليم (1).

3- علاقة السياحة بالإشهار:

يعتبر الإشهار أداة للتواصل يهدف إلى ترويج البضائع والسلع عبر وسائل الإعلام الشفوية، أو المكتوبة، أو المرئية أو المتحركة، مستعملا الأسلوب المباشر والصريح الذي يحث المتلقي على شراء، أو اقتناء المنتج. وفي بعض الأحيان يكون غير مباشر ولكنه يحمل في طياته التأثير، وإقناع المتلقي، أو المرسل إليه لإحداث العملية التواصلية.

وقد أصبح الإشهار يهيمن على الخطاب الاتصالي المعاصر سواء في ميدان الاقتصاد أو الثقافة أو الاجتماع، فقد أشار بعض الباحثين الأمريكيين إلى أن «الإشهار وسيلة تواصل تسعى إما إلى تيسير بعض الأفكار، ولما إلى تيسير علاقات ذات طبيعة اقتصادية بين الناس» (2).

من تم كانت الصلة جد وطيدة بين السياحة أو الدليل السياحي والإشهار، لكون الدليل السياحي يحمل رسالة إخبارية منظمة قائمة على مجموعة من العبارات المكتوبة الموجزة أو الطويلة ذات إيقاع وكلمات رنانة تحاول الوصول إلى قلب وعقل المرسل إليه. وهذا ما يسمى بالوظيفة التمثيلية التي تسيطر على عقل وأحلام المتلقي بتجسيده من خلال حقل الصور المعروضة بجمالها كأدوات للتأثير في المتلقي.

مما يدل أن الدليل السياحي يعد نوعا من أنواع الرسائل الإخبارية والذي يسمى الإشهار السياحي: «ذلك أنه يوجه السائح إلى سلوك سياحي معين مؤطر ثقافيا واجتماعيا

¹- Voir-Chloe Fayollas; la métropole touristique parisienne; lieux et pratique de rencontre entre touristes et habitants université Paris; panthéon; Sorbonne déc. 2011.

²- محمد الولي، مجلة علامات، بلاغة الإشهار، مجلة دراسات أدبية ولسانية، عدد خاص بتحليل الخطاب المغربي، ع18، 2002، ص63-64.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

حاليا بمنطلقات حضارية عامة لصاحب السياحة أو الساهر على تنظيمها من خلال الخدمات الانتفاعية المبرمجة في رحلة معينة⁽¹⁾».

ولعل الإشهار السياحي كيفما كانت طريقة عرضه عرضه المنفعة الاقتصادية والاجتماعية، والثقافية للسائح والبلد في نفس الوقت، وهذا ما يتضح لنا من خلال دور الدليل السياحي الذي يحاول الإشهار والترويج للبلد والمؤسسات العمومية أو الخاصة والأكثر شهرة وسمعة حسنة. بالإضافة إلى هذا لم يعد الإشهار مقتصرًا في عصرنا الحالي على عرض المنتوجات، أو الترويج لها وإنما فاق هذا المستوى ليروج أو يعرض الأفكار والخدمات والأشخاص والمؤسسات، كما هو الحال في الإشهار السياحي أو الإشهار الثقافي⁽²⁾.

مثال ذلك الدليل السياحي الذي يعرض خدمات الفنادق والمراكز الهامة، وكذا الشخصيات المعروفة في ميدان ما، كالموسيقيين أو المغنيين القدامى، وأيضا الشخصيات التاريخية كالعلماء، والفقهاء. وبهذه الوسيلة الرائجة أصبح العالم قرية صغيرة في مطويات ورقية تعرض حضارة بلد ما. وتعمل على تحسين اقتصاده عن طريق جلب السياح الذين تستهويهم هذه العروض المغربية.

ولأن الدليل السياحي أو الإشهار السياحي هو رسالة إخبارية فهو بطبيعة الحال يحمل خطابا ذلك أن الخطاب يشمل كل ماله علاقة بالفعل التواصل، وهو يفترض متكلما وسامعا حيث تكون للأول رغبة التأثير في الثاني⁽³⁾، معتمدا هذا الخطاب الإخباري على العناصر والرموز التي يتواصل بها الإنسان باعتباره وسيلة من الوسائل التي يستعملها الإنسان من أجل الإعلان والظهور. بحيث أصبح يمثل نوعا من أهم أنواع الخطاب بعامة لاتصاله بالحياة الإنسانية بشكل مباشر يؤسس لقيمة الاجتماعية والأخلاقية والحضارية بالإضافة إلى قيمته التجارية المباشرة⁽⁴⁾، أي أنه يهدف إلى الرفع من الحالة الاقتصادية للبلد، كما يظهر

¹ - عبد العالي بوظيف، آليات الخطاب الإخباري، مجلة علامات في النقد، المجلد 13، الجزء 49، نادي جدة الأدبي، المملكة العربية السعودية، سنة 2003، ص 321.

² - ينظر: نجميد مفهوم الخطاب 2009.

<http://oujda-portail.net/ma/discour-publicitaire-arabe-versionconsulter> Le 18 janvier 2014

³ - Voir - Benveniste - email "problèmes de linguistique générale" 2, ed Gallium ard 1974; p242, philo-communication, Le discours publicitaire. <http://oudjda-portail.net/ma/discour-publicitaire-drab-version.consulter> le 09 fev2009.

⁴ - محمد خلاف، مرجع سابق، دت، ص74.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

جليا من خلال الدليل السياحي الذي يسعى إلى جلب السياح، وبيع القدر الممكن من المنتوجات الرفع من قيمة العملة وتحسين اقتصاد البلد. هو يحمل رسالة إقناعية وإبلاغية عن طريق ترابطه وانسجامه اللغوي «فالخطاب الإشهاري يتأسس على جملة من العناصر المترابطة ببعضها باعتباره نسيجا لغويا وغير لغوي تتشابك فيه مجموعة من الوسائل والعلامات وفق قواعد تركيبية ودلالية⁽¹⁾»، ويكون بشكل مباشر كالشحنات الدلالية اللغوية التي تخاطب المتلقي تأثير فيه، أو غير مباشر بمعنى غير لغوي، وذلك عن طريق استعمال الصور الإيحائية والرموز التي تخاطب ذهن القارئ بشكل لا مباشر لتجعله يعيش التجربة بالصور، ويظهر ذا جليا في الدليل السياحي الذي يعتمد بشكل كبير على الصور للفت الانتباه.

3-1. أشكال الخطاب الإشهاري: يتنوع الخطاب الإشهاري فيأخذ أشكالا مختلفة:

أ. **الإشهار المسموع:** يكون عن طريق الكلام المسموع من محطات إذاعية محاضرات وندوات عادة ما يكون مصحوبا بالموسيقى التي تزيد من قوة التخيل⁽²⁾.

ب. **الإشهار المكتوب:** يتخذ وسيلة له الصحف والمجلات والكتب والتقارير والملصقات على جدران المدن وفي ساحاتها العامة حيث يكثر الناس، تصور البلدان، أو المنتوجات التجارية كما في الدليل السياحي⁽³⁾.

ج. **الإشهار المسموع والمكتوب (السمعي - البصري):** يكون عن طريق التلفاز ويجمع بين الصورة، واللون، والموسيقى، والحركة، والموضوع⁽⁴⁾. وعليه فإن «الخطاب الإشهاري فن مركب يضع العالم بين يديك⁽⁵⁾».

3-2. مكونات الخطاب الإشهاري:

«يتكون الخطاب الإشهاري من نسقين دلاليين أساسيين: النسق اللساني والنسق الأيقوني البصري⁽¹⁾» بحيث لا تكون للنسق الأول أهمية وفاعلية في غياب النسق الثاني،

¹ - عمراني مصطفى، الخطاب بين التقرير و الإيحاء والخطاب الإشهاري، مجلة فكر ونقد، عدد 34، 2000، ص 27.

² - ينظر: عصام نور الدين، الإعلان تأثيره في اللغة العربية، مجلة الفكر العربي، العدد 92، 1998م، ص2.

³ - ينظر، عصام نور الدين، الإعلان تأثيره في اللغة العربية، مرجع سابق، ص2.

⁴ - ينظر، المرجع نفسه، ص2.

⁵ - المرجع نفسه، ص23.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

خصوصا عندما يتعلق الأمر بصورة ثابتة. وعلى هذا الأساس يتخذ الخطاب الإشهاري تشكلا جديدا في ميدان الثقافة والإعلام والاقتصاد خصوصا مع هيمنة الصورة على التواصل الإنساني، حيث احتلت مكانا لها في كل وسائل الإعلام من جرائد وكتب ومجلات وتلفزيون ونشرات... فأضحت هي المعبرة عن الخطاب.

وهو بالإضافة الى ذلك يعد «علامة مركبة ونظام سيمائي تتفاعل فيه عدة أنظمة جزئية أخرى، تعمل كلها على تحقيق بلاغة الإقناع في الخطاب لدفع المتلقي نحو الأغراض والمقاصد التي يؤمها صاحب الإشهار⁽²⁾». يعني هذا أن كل الدلالات اللغوية أو غير اللغوية تعمل على هدف واحد ألا وهو الإقناع سواء بالصورة أو اللغة.

3- 3. وظائف النسق الأيقوني:

ويكتسي النسق الأيقوني أهمية بالغة وذلك من خلال الوظائف التي يقدمها وتتجلى فيما يلي⁽³⁾:

1. **الوظيفة الجمالية:** تسعى إلى الإثارة والاستجابة.
2. **الوظيفة التوجيهية:** أي أن الصورة تجعلنا أمام تأويلات، ولهذا تكون مرفوقة بتعليق لغوي طويل أو قصير يثبت لنا واقع الصورة كما هو الحال بالنسبة للدليل السياحي الذي يكون مرفقا بمساحات خاصة بالصورة ومساحة خاصة بالتعليق على كل صورة موجودة في الدليل⁽⁴⁾.
3. **الوظيفة التمثيلية:** تساهم في تجسيد الصورة بالنسبة للمتلقي وتبقى عالقة في مخيلته⁽⁵⁾.
4. **الوظيفة الإيحائية:** توحى الصورة بأشياء وأفكار تختلف من شخص لآخر بحيث تحمله إلى عالم من الأحلام واللاشعور واللاوعي، تجعله يستجيب لشعوره الداخلي

¹ - عمراني مصطفى، الخطاب بين التقرير والإيحاء، مرجع سابق، ص 27.

² - د. بشير إبرير، التحليل السيمائي للخطاب الإشهاري، دراسة تفاعل أنظمة العلامات وبلاغة الإقناع، مجلة الرافد، ع 311، 2005، ص 66.

³ - ينظر، يامن عيسى خضور، الخطاب الإشهاري (دراسة سيمائية معمقة في الخطاب الإشهاري) المدونة الأكاديمية للأدب والنقد،

www.ummoto.dz /labopla/site/nassimanabi, pageid=4 consulter le 13 fevrier 2014.2011

⁴ - ينظر، المرجع نفسه.

⁵ - ينظر، المرجع نفسه.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

والباطني، وبلغت التجربة البافلوفية (نسبة إلى بافلوف) «أمام لعاب يسيل لمجرد سماع صوت الناكوس». فمن خلال المشاهدة والاضطلاع على الدليل السياحي يمتلك القارئ فضولا وإثارة تجعله يستجيب ويقتنع بمضمون الدليل (1).

5. **الوظيفة الدلالية:** تحمل الصورة دلالة ومعنى في طياتها تنتقل إلى ذهن المتلقي بدون شعور، وكل الوظائف السابقة الذكر تعمل على تحقيق المعنى والدلالة (2).

وقد تعبر الصورة أكثر من الكلام فما هي فائدة الكلام أمام صورة تسيل ألعاب وتخطف العقول.

4- المقاربة السيمائية للخطاب الإشهاري (السياحي):

4-1. تعريف الخطاب الإشهار:

لا جدال أن الخطاب الإشهاري «يعد من الخطابات التي تتدرج ضمن الممارسات الثقافية اليومية كالخطاب الأدبي أو السينمائي أو البصري، فإلى جانب بعده الاقتصادي اجتماعي المرتبط بالدعاية التجارية يكتسي هذا الخطاب طابعا ثقافيا، يتمثل في مكوناته اللغوية والأيقونية والسيمائية والتداولية (3)»، أي أن الصورة تحمل مدلولات ثقافية يقحم المتلقي في التعرف عليه والتفاعل معه، كما هو الحال في الدليل السياحي الذي يعرض صورا تعبر عن ثقافة بلد ما.

¹ - ينظر، المرجع نفسه.

² - ينظر، المرجع نفسه.

³ - عبد المجيد نوسي، الخطاب الإشهاري مكوناته وآليات استقباله، مجلة الفكر العربي المعاصر، عدد 84-85، مركز الإنماء القومي، ص 87.

4-2. تعريف الصورة:

وزاد الاهتمام بالصورة حديثاً، وذلك «لاتساقها بالخطاب لأن النص وحده لا يمكنه أن يعبر عن الواقع إلا بالاستعانة بالصورة، وقد ارتبطت الصورة الإشهارية بالرأسمالية الغربية منذ القرن 19 وازدهرت بعد ذلك (1)»

خصوصاً مع عصر السرعة والتطور «فإذا كانت المعرفة في ما مضى قد ركزت على السماع وثقافة الأذن، فإن عصرنا هذا قد أضاف إلى ذلك عنصراً آخر يتكامل مع الأول ويغنيه، وهو عالم الصورة وثقافة العين (2)» حيث أن الصورة قد تعبر عن مدلولات أكثر من اللغة، وعليه فإن المتلقي يهتم بالصورة أكثر من اهتمامه بالخطاب أو الكلام الذي يصفه لأن الصورة تستعمل مجموعة من الآليات البلاغية والبصرية وذلك قصد التأثير، والإمتاع والإقناع (3). إذاً العلاقة بين النص والخطاب والصورة هي تكاملية، لأن كل واحد يكمل الآخر، ولكن في بعض الأحيان تكون علاقة تضاد لأن الصورة قد لا تتماشى والخطاب.

كما يعمل الدليل السياحي على توجيه الخطاب عن طريق الصور لأننا نجد المساحة المخصصة للنسيج اللغوي، أو العبارات «مادام أن كل صورة من هذه الصور تقدم دائماً كنسخة ميكانيكية لوضعية واقعية، والتي تجد مرجعيتها في التمثيل العام للمجتمع (4)» فالصورة تصف حياة أو واقعا إما ثقافيا، أو اقتصاديا، أو حضاريا، أو اجتماعيا لهذا فهي تؤثر في نفس المتلقي، وهي برأي حسن حنفي «أن الإنسان لا يعيش وسط عالم من الأشياء (...). بل وسط عالم من الصور، تحد رؤيته للعالم وطبيعة علاقاته الاجتماعية (5)».

فقد أصبح العالم قرية صغيرة بفضل سيطرة القناة البصرية على مجرى التواصل والتفتح على الشعوب الأخرى وطريقة عيشها (6). ومن هنا يمكن القول بأن الدليل السياحي أو

¹ - أحمد الحضري، خطابات الصورة ويكيبيديا الموسوعة الحرة،

http://ar.m.wikipedia.org/wiki/Consulter_le_8_avril_2018

² - أ.د. إبرير بشير، السيماء والنص الأدبي، الملتقى الدولي الخامس، جامعة عنابة، ص.7.

³ - ينظر: د. جميل الحمداوي، سيمائية الصورة الإشهارية، مجلة علامات، العدد 33، المغرب، 12 نوفمبر 2010، ص 75.

⁴ - يامن عيسى خضور، الخطاب الإشهاري، مرجع سابق، www.ummoto.dz/labopla/site/nassimanabi.pageid=4

consulter le 13 fevrier 2014

⁵ - حسن حنفي، عالم الأشياء أم عالم الصور، مجلة الفصول، عدد 62، سنة 2003، ص 26-27.

⁶ - ينظر: محمد الماكري، الشكل والخطاب، مدخل لتحليل ظاهراتي، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1991، الطبعة 1، ص 06.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

الخطاب الإشهاري له مقارنة سيمائية متعلقة بالتفاعل بين النسق اللساني والنسق الأيقوني (1). وتضل الصورة د وما تصحب الخطاب، وهي وسيلة إيضاح مساعدة على الفهم، من خلال لنسق الأيقوني الذي يوصل المعنى ويغير الرغبة والاستجابة.

5- علاقة الصورة بثقافة الخطاب السياحي:

تمثل الثقافة الإرث الحضاري والسجل التاريخي وهي تختلف في جوهرها من بلد إلى آخر وتتجلى في مظاهر اجتماعية، واقتصادية، ودينية، وتاريخية تحدد هوية البلد التي ترصدها لنا الصورة باعتبارها «وسيلة تواصلية فعالة متعددة الوظائف، وعنصر من عناصر التمثيل الثقافي وبخاصة فيما تقتضيه الثقافة البصرية la culture visuelle، في زماننا (2)»، إذ يمكننا من خلال الصورة قراءة ثقافة المجتمع.

كما أن الخطاب الإشهاري يحمل شحنات ثقافية واجتماعية خفية، ويظهر ذلك في الدليل السياحي الذي يصف لنا ثقافة البلد وعاداته، وتقاليده، وتاريخه، وشخصياته المشهورة، أو أهم معالمه، كعادات وتقاليد مدينة تلمسان في ناحية المطبخ التلمساني الذي يشتهر ويعرف بالحريرة التقليدية والكسكس بالبكبوكة، "Couscous a la Bakbouka"، وأيضا الحلويات الخاصة بمدينة تلمسان، كالكريوش "griwech"، كعب الغزال والكعك (3). ومن ناحية اللباس التقليدي الذي تنفرد به: الشدة، الكراكو، ولا ننسى الموسيقى الأندلسية والطابع الايقاعي الذي تمتاز به (4).

هي عناصر كلها تبرز هوية البلد وتراثه الثقافي الحضاري، والتاريخي «وليس غريبا أن يصبح الكسكس في الألفية الثالثة عنصرا من عناصر المائدة الفرنسية، ويتكفل الإشهار كعادته بتطبيع ذلك من خلال خلق حالة تناقف غذائي (5)».

وأثبتت بعض الدراسات في فرنسا بأن الكسكس يعتبر الطبق الثاني والمفضل عند الفرنسيين (21%) كما وصفه Rebelais في القرن 16 بـ

¹ - ينظر إيرير بشير، السيماء والنص الأدبي، مرجع سابق، ص7.

² - المرجع نفسه، ص 11.

³ - voir, le guide touristique de Tlemcen, direction du tourisme et de l'artisanat, édition, 2012-pp50-51.

⁴ - voir, le guide touristique de Tlemcen, op. cit-pp-51-60.

⁵ - عمر كوش، الصورة الإشهارية، مقال الجزيرة، المركز العربي الثقافي، بيروت، الدار البيضاء، 2009/ الطبعة 1، ص 95.

"(1) Coscoten a la moresque".

نفهم أن الثقافة لا تبقى منغلقة على نفسها، ولكنها تنتقل وتدور بين الأيادي، فالثقافة العربية أصبحت معروفة عند البلدان الأخرى، وهذا كله بفضل الإشهار والخطاب الإشهاري ودليل السفر يبسر للسائح عملية السفر حيث

«Le guide de voyage choisit et donne des informations sur les lieux, les évènements, les personnes, et contient des conseils pratiques, des images ou des descriptions positives sur les destinations (...) (2)»

يختار ويعطي معلومات عن الأماكن والأحداث والأشخاص كما يحتوي على نصائح عملية، صور أو وصف إيجابي للوجهة (...)

ومن المؤكد أن الدليل السياحي ليس لوحده يروج للسياحة، بل نجد إلى جانبه المطويات والملصقات، والأقراص المدمجة، وكذا مواقع الإنترنت التي تعمل كلها على تشجيع المتلقي للاكتشاف وخوض مضمار التجربة. ولهذا «أصبح الخطاب الإشهاري في أيامنا هذه يعتبر منتوجا اقتصاديا، واجتماعيا، وثقافيا إلى جانب فلسفته الاقتصادية التي تعمل على تطوير الخدمات وتسهيل ترويجها، الأمر الذي جعل منه وسيلة اتصال جماهيرية (3)». وبما أن السيميائيات تجمع بين الصوت، والصورة، والموسيقى، والحركة والأداء، واللون، والإشارة والأيقونة، والرمز، واللغة، والديكور فإن كل هذه العناصر تسعى إلى بناء خطاب إقناعي تبليغي، إيحائي (4).

6- دور الألوان و دلالاتها:

¹ - voir, le petit futé d'Algérie op Cit, p25.

² - Edem kwasi Bakah Analyse du discours oral des guides touristique et du discours écrit du guides de voyage, op cit, p 109

³ - سعيد بن كراد، الصورة الإشهارية المرجعية والجمالية والمدلول الإيديولوجي، مجلة الفكر العربي المعاصر، عدد 113، ص 102.

⁴ - ينظر: مراد عبد الرحمن ميروك، أثر التقنيات المعلوماتية في لسانيات النص الأدبي (النص النفعي خاصة)، المجلة الغربية للعلوم الإنسانية، العدد 6 أبريل 1997م، ص 68.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

ويحتل اللون دورا هاما، لما له من دلالة و معنى فكل لون يعبر اما عن ثقافة أو رمز شعب أو دولة، اذ تتعدد معاني اللون الواحد من بلد لآخر (1). وسنقوم بعرض عدد من الألوان ومعانيها الرمزية على سبيل التمثيل لا الحصر:

- اللون الأحمر: لون النار والحب، ورمز عاطفي.
- اللون الأزرق : لون السماء، ورمز التقوى والصلاة، والتدين.
- اللون الأخضر: لون الطبيعة رمز السلام.
- اللون الأبيض: رمز النقاء والوضوح.
- اللون الأسود: لون الحزن، ويرتبط بالموت والخوف (2).

ويظهر هذا العرض جليا من خلال جولة سياحية لمدينة تلمسان حيث لاحظنا داخل أسوار قصر المشور الشهير، زخرفة متناهية الجمال من أحجار وخزف ورسومات... فسيفساء منسجمة الألوان، كلها تعبير وإيحاء (3).

- اللون الأزرق: يرمز إلى لون السماء.
- اللون الأخضر: يرمز إلى الطبيعة.
- اللون الأسود: يرمز إلى لون الكعبة المشرفة.
- اللون الأبيض: النقاء والسلام.
- واللون البني: يرمز إلى لون خاتم السلطان (4).

أما في دليل "le petit futé" ومن خلال عرض قصة العلم الجزائري نجد بعض الاختلاف في دلالة اللون ورمزه.

فكما معروف أن علم الجزائر مكون من ثلاثة ألوان (5):

- فنجد نصف العلم الأيسر باللون الأخضر: وهو لون الجنة والإسلام.

¹ - ينظر أحمد الحضري، مرجع سابق. <http://ar.m.wikipedia.org/wiki>

² - ينظر، المرجع نفسه.

³ - voir le petit futé d'Algérie, op cit p14.

⁴ - ينظر، دليل سياحي، السيدة قادوسي فتيحة، جولة سياحية في مدينة تلمسان، قلعة المشور، يوم الإثنين 18-03-2014.

⁵ - ينظر، دليل سياحي، السيدة قادوسي فتيحة، جولة سياحية في مدينة تلمسان 18-03-2014.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

- النصف الأيمن من العلم باللون الأبيض، والذي يرمز للسلام، والأمل الساطع، وفي الوسط نجد هلالا باللون الأحمر وهو يرمز إلى الإرث العثماني، يحيط بنجمة باللون الأحمر التي ترمز إلى دم الشهداء، والجوانب الخمسة للنجمة ترجع إلى أعمدة الإسلام الخمسة.

7- دور الإضاءة:

تلعب الإضاءة دورا هاما في التقاط الصورة، التي تؤكد الزمن (الليل أو النهار) هذا ما يزيد من جمال الصورة. فمثلا في بعض الدلائل السياحية نجد نفس الصورة لكن بإضاءات مختلفة، وذلك لإبراز الاختلاف الذي يتميز به المكان ليلا من سكون، وأضواء منيرة في الشوارع باللون الأبيض والأحمر، والأخضر. والحركة وازدحام الشوارع الذي يتميز به النهار (1).

ولعل اختيار الزاوية الصحيحة لالتقاط الصورة أمر مهم لما تضيفه من جمالية وإبداع، مع تجنب بعض المواقع أو الأماكن التي يمكن أن تشوه المنظر وتقلل من تأثير الصورة (2).

8- مفهوم السياحة:

تعددت تعريفات السياحة باعتبارها ظاهرة حديثة النشأة في الميدان الاقتصادي والقانوني. أي من حيث إطارها العلمي بإعطائها معايير متعددة تتراوح بين العرض والطلب بمعنى معيار صناعي، أو خدمي، ومعيار شخصي، أو نفسي.

وقد حظيت السياحة باهتمام كبير في الأوساط الدولية والإقليمية والعالمية لما لها من تأثير على تطور المجتمع، واقتصاد الدولة، وفقا لتعريف المنظمة العالمية للسياحة (O.M.T):

«Le tourisme premier secteur économique mondiale, offre une double chance d'exportation et de développement aux nombreux pays pauvres (3)»

1- Voir, <http://ar.m.wikipedia.org/wiki>

2- Voir, ibid. O.M.T → Organisation Mondiale du Tourisme.

3- Bakah Edem Kwasi, Analyse du discours oral et écrit, opcit, p70.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

"بأن السياحة هي القطاع الاقتصادي العالمي الأول، تعطي فرصة مزدوجة للتصدير والتطور لعدد كبير من البلدان الفقيرة".

فهي مرتبطة بقطاع النشاطات الاقتصادية المختلفة ويمكن أن تصبح مصدرا هاما لثراء البلدان الفقيرة. وتعد كذلك ضرورة لا مفر منها خصوصا في عصر العولمة والنهضة والتكنولوجيا، باعتبارها «أحد مستلزمات الحضارة الحديثة لما تفرزه من آثار إيجابية، ودور متميز في دعم الاقتصاد⁽¹⁾» وتضيف المنظمة العالمية في تعريفها للسياحة:

«Le tourisme est une marchandise et tous les pays les plus pauvres, ont quelque chose à vendre un patrimoine, du tradition ou des sites naturels⁽²⁾»

"أن السياحة هي بضاعة وكل البلدان حتى الأكثر فقرا، لديهم شيء ما لبيعه: تراث، تقاليد، وأماكن طبيعية".

فالسياحة تمثل سوقا عجيبة بما أن كل سكان العالم يرغبون في الراحة، العطلة، والسفرة⁽³⁾. وتعتمد السياحة على توفير عنصري الراحة والأمن للسائح طول مدة إقامته كما هو موضح من خلال التعريف التالي: «السياحة نشاط إنساني، وسيكولوجي للسائح يتضمن عنصر التفضيل، وما يجول بالنفس، بين التنقل، والإسفار لفترة زمنية تتطلب الترويح عن النفس داخل الإقليم أو خارجه مع ضرورة حمايته خلال تلك الفترة القصيرة شريطة أن يكون قادرا على تحمل تبعات إقامته⁽⁴⁾». هذا التعريف يشمل تحديدا دقيقا لمصطلح السياحة المتضمن للبعد الزمني (المدة) وعنصر الأمن للسائح وعنصري الراحة والاستجمام.

9- أنواع السياحة:

¹ - سالم حميد سالم، سلوك السائح ودوره في تحديد النمط السياحي، مرجع سابق، ص 67.

² - Bakah EdemKwasi , ibid op 74.

³ - voir, Edem Kwasi op cit,pp 74-75.

⁴ - د. أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر ومدينة الاسكندرية مصر ،2008، ص

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

إذا كان أصل مصطلح السياحة "التجول والتجوال" الذين يعنيان الاستجمام والترويح عن النفس (1) فقد أصبح للسياحة معاني أخرى تتعلق بطبيعة العمل، أو طبيعة الرغبة، خصوصاً مع التطور والتقدم في الميدان السياسي، والاقتصادي، والاجتماعي، والعلمي الذي أضفى أنواعاً جديدة من السياحة لم تكن معروفة من قبل كسياحة المؤتمرات، وسياحة المعارض، وسياحة الحوافز. وهي أنواع مختلفة يمكن تصنيفها وفقاً لأسس معينة ويختلف التصنيف من دولة إلى أخرى ومن أهمها ما يلي:

9-1.1 تقسيم السياحة وفقاً للغرض (2):

- أ. **سياحة قضاء الإجازات:** يعتبر هذا النوع من أهم وأكثر الأنواع شيوعاً في كافة الدول، وبكثرة في دول البحر الأبيض المتوسط تكون في العطل، ونهايات الأسبوع أو إجازات الأعياد الدينية أو المناسبات الوطنية.
- ب. **سياحة لغرض العمل المؤقت:** بهدف إقامة النشاطات التجارية، والقيام ببعض الصفقات.
- ج. **سياحة الصحة والعلاج:** تكون لأجل العلاج، والاستفادة من المقومات السياحية العلاجية كالمياه المعدنية والكبريتية (3).
- د. **سياحة التعليم والتدريب:** ويعتبر هذا النوع من الأنواع القديمة والمهمة، كان يمارسها المستكشفون والعلماء القدامى كابن بطوطة، وابن ماجد، والآن أصبحت لغرض عقد ندوات تعليمية أو تدريبية في الجامعات والمعاهد (4).
- هـ. **السياحة الرياضية:** لممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة كالصيد والتزلج ومتابعة لألعاب الأولمبية.
- و. **سياحة زيارة الآثار والأماكن التاريخية:** هي من أفضل السياحات، وتكون لغرض لتعرف على الآثار والحضارات والأماكن الأثرية القديمة (5).

¹ - ينظر، المرجع نفسه، ص 23.

² - ينظر، توفيق ماهر عبد العزيز وصناعة السياحة، دار زهران، 997، ص 52.

³ - ينظر، المرجع نفسه، ص 53.

⁴ - ينظر، المرجع نفسه، ص 53.

⁵ - ينظر، المرجع نفسه، ص 53.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

- ز. **سياحة الهوايات:** كزيارة المعارض أو حضور المزادات الدولية للتحف.
- ح. **سياحة المؤتمرات والاجتماعات:** لعقد المؤتمرات وندوات اجتماعية، وسياسية وثقافية لرجال الأعمال (1).
- ط. **السياحة الدينية:** وهي رحلات وزيارات دينية لإقامة شعائر دينية معينة كالحج العمرة وزيارة قبور الأنبياء والرسول.
- ي. **سياحة المهرجانات:** وهو نوع جديد، لحضور أو المشاركة في مختلف المهرجانات الرياضية والثقافية والفنية (2).
- ك. **أغراض أخرى:** كسياحة الاحتفالات وسياحة الأعياد القومية وسياحة الحفلات الموسيقية والأوبرا والبالية (3).

9. 1- 2 طبقا لعدد الأشخاص المسافرين: ويدخل في هذا التصنيف (4):

1- سياحة فردية.

2- سياحة جماعية

9. 1- 3 طبقا لنوع وسيلة النقل المستعملة: ونجد فيه (5):

✓ **سياحة برية:** سيارات، حافلات، سكك حديدية.

✓ **سياحة بحرية:** سفن و باخرات (بوخر).

✓ **سياحة جوية:** طائرات.

9. 1- 4 طبقا للسن: يتعلق هذا النوع بالمرحلة العمرية، وتدخل فيها (6):

• **سياحة الطلائع:** من 7 إلى 14 سنة مرحلة تعليمية.

• **سياحة الشباب:** من 15 - 21 سنة.

• **سياحة الناضجين:** من 35 - 55 سنة.

• **سياحة المتقاعدين:** كبار السن والمتقاعدين.

¹ - ينظر، المرجع نفسه، ص54.

² - ينظر، توفيق ماهر عبد العزيز، مرجع سابق، ص54.

³ - ينظر، المرجع نفسه، ص53.

⁴ - ينظر، علام أحمد عبد السميع، علم الاقتصاد السياحي، مرجع سابق، ص 34.

⁵ - ينظر، المرجع نفسه، ص35.

⁶ - ينظر، المرجع نفسه، ص36.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

9.1- 5 طبقا لمدة الإقامة (1):

- ❖ سياحة أيام: من يومين إلى أسبوع.
- ❖ سياحة موسمية: حسب الموسم أو الفصل (من شهر إلى ثلاثة أشهر).
- ❖ سياحة عابرة: أثناء المرور ببلد ما من يوم إلى يومين.

9.1- 6 طبقا للجنس (2):

- سياحة النساء.
- سياحة الرجال.

9.1- 7 حسب مستوى الإنفاق والطبقة الاجتماعية (3):

- سياحة أصحاب الدخل المرتفعة.
- سياحة الطبقة المتميزة.
- السياحة الاجتماعية أو العامة ذوي الدخل المتوسط.

9.1- 8 تبعا للمناطق الجغرافية (4): وفيها:

- 1- سياحة داخلية: الانتقال داخل الحدود الوطنية أي في البلد نفسه.
- 2- سياحة إقليمية: وتكون بين دول متجاورة شرط أن تكون منطقة سياحية.
- 3- سياحة خارجية: وتكون خارج البلد مع توفر شروط الراحة والأمن.

9.1- 9 تبعا للجنسية (5):

1. سياحة الأجانب: دون السكان الأصليين للبلد ونعني به السياحة العالمية.

¹ - ينظر، المرجع نفسه، ص37.

² - ينظر، علام أحمد عبد السميع، علم الاقتصاد السياحي، مرجع سابق، ص39.

³ - ينظر، المرجع نفسه، ص40.

⁴ - ينظر، المرجع نفسه، ص41.

⁵ - ينظر، علام أحمد عبد السميع، مرجع سابق، ص42.

الفصل الثاني: السياحة والترجمة

2. سياحة المقيمين خارج البلد: (سياحة المغتربين) وتكون للعمل أو الهجرة.

بالإضافة إلى ظهور أنواع جديدة واكبت الفترة المعيشة كسياحة المعاقين، وسياحة المغامرات، وسياحة التسوق، والسياحة الفضائية، والسياحة الطبيعية وسياحة مراقبة الطيور وبهذا يكون هذا التقسيم شاملا وجامعا لكل أصناف وأنواع السياحة تلبية لرغبة وتنوع الأشخاص، وميادين أعمالهم وسفرهم.

وكل ما تحتويه هذه الأنواع نجده معروضا بطريقة جذابة ومفصلة في الدليل السياحي الذي يبني عليه ميزات وثقافة كل بلد.

الفصل الثالث

الجانب التطبيقي

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

سنقوم في هذا الفصل التطبيقي باستخراج أساليب الترجمة من دليل السياحة لمدينة تلمسان باللغتين العربية والفرنسية، مع المقارنة بين اللغتين وأثرهما في القارئ/المسافر/السائح نفسه، والإشارة إلى بعض المطبات في عملية الترجمة التي لفتت انتباهنا.

1- النص الأول:

1-1. تلمسان من أعلى هضبة لالاستي (النص الأصل والهدف).

<p>Telle « une perle enchâssée un dans écriin de verdure » ainsi apparait Tlemcen du haut plateau du mausolée de Lalla Seti, sainte protectrice de la ville.</p> <p>Le panorama du bocage Tlemcenien et de sa verdure est admirable; et en plus de la ville étendue comme une fiancée sur son lit nuptiale suivant la formule d'un célèbre historien, avec les différentes zones d'extensions, Mansourah et ses célèbres ruines, les villages environnants : Chetouane, Ouzidane, Ain el hout, Hennaya, etc...et se profilant à l'horizon les monts de Traras.</p>	<p>كجوهرة مرصعة في علبة الاخضرار، هكذا تظهر تلمسان من أعلى الهضبة. إن منظر الغابة التلمسانية واخضرارها عجيب وزيادة على المدينة المتسعة كعروسة على سريرها العرسي حسب قول مؤرخ مشهور، مع أنقاضها المشهورة ومنازلها العديدة.</p> <p>نرى مناطق الاتساع المختلطة منصوراً وانتقاضها القديمة، القرى المجاورة: شتوان، أوزيدان، عين الحوت، الحناية إلى غير ذلك... وهي تظهر في الأفق جبال ترارا.</p>
--	--

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

2-1. أساليب الترجمة.

1-2. جدول الأساليب المستعملة :

النص الهدف	النص الأصل	أساليب الترجمة
<p>- كجوهرة مرصعة في علبة الاخضرار.</p> <p>- هكذا تظهر تلمسان من أعلى الهضبة.</p> <p>- زيادة على المدينة المتسعة كعروس على سريرها العرسي</p> <p>- حسب قول مؤرخ مشهور</p> <p>-مع أنقاضها المشهورة</p>	<p>-Telle une perle enchâssée dans un écrin de verdure.</p> <p>-Ainsi apparait Tlemcen du haut du plateau.</p> <p>- En plus de la ville étendue comme une fiancée sur son lit nuptial</p> <p>-Suivant la formule d'un célèbre historien</p> <p>-Avec ses célèbres ruines</p>	ترجمة حرفية
<p>منصورة</p> <p>شتوان</p> <p>عين الحوت</p> <p>الحناية</p> <p>أوزيدان</p> <p>ترارا</p> <p>تلمسان</p>	<p>Mansourah,</p> <p>Chetouane</p> <p>Ain el Hout</p> <p>Hennaya</p> <p>Ouzidane</p> <p>Teraras</p> <p>Tlemcen</p>	النسخ (calque)
<p>تلمسانية</p> <p>منارة</p>	<p>Tlemcenien</p> <p>Minarat</p>	الإقتراض
<p>الأفق</p> <p>الجبال</p> <p>عديدة</p> <p>نرى</p> <p>القرى</p> <p>المؤرخ</p> <p>عرسي</p>	<p>L'horizon</p> <p>Les monts</p> <p>Multiple</p> <p>On voit</p> <p>Les villages</p> <p>Historien</p> <p>Nuptiale</p>	الترجمة كلمة بكلمة

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

عروس	Fiancée	التكافؤ
علبة الإخضرار	Ecrain de verdure	التطويع المجرد الملموس
مؤرخ مشهور	Célèbre historien	المحاكاة البنيوية صفة + اسم
أنقاض مشهورة	Célèbres ruines	
مناطق مختلفة	Différentes zones	
منارات عديدة.	Multiplés minarets	

3- التحليل:

من خلال هذا التصنيف للأساليب المستعملة في الترجمة، يتضح أن النص الأصل مكتوب باللغة الفرنسية وقد ترجم إلى اللغة العربية. وتظهر الترجمة استعمال، النسخ مثل: الأماكن التي توجد بمدينة تلمسان، وكذلك الاقتراض لكلمتي تلمسانية ومنارة، التي تدل على أن النص مأخوذ من اللغة العربية، وهذا يعني أن هنالك تبادل بين الثقافتين العربية والفرنسية، فنجد العديد من الكلمات العربية التي أصبحت تستعمل في اللغة الفرنسية وانصهرت فيها. ومن بين الأشياء التي دلت على أن النص العربي هو النص الهدف بعض التقنيات والهفوات المستعملة في الترجمة ونذكر من ذلك:

• تقنية الحذف: في الجملة الأولى لعبارة

" du mausolee de Lalla Seti, sainte protectrice de la ville "

لا نجد ترجمة هذه العبارة في النص الهدف، إذ قام المترجم بحذفها لهذا نلاحظ أن النص الأصل أطول من حيث الحجم والوحدات اللغوية من النص الهدف.

• هنالك بعض الأخطاء الظاهرة للعيان مثل: في النص الأصل نجد عبارة " les différentes zones " والتي ترجمت ب "مناطق مختلطة"، والتي يجب أن تترجم في الأصل ب "المناطق المختلفة"، وكذلك في آخر الفقرة نجد الجملة التالية:

et se profilant à l'horizon les monts de Traras.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

• والتي ترجمت كالتالي: "وهي تظهر في الأفق جبال ترارا التي ليس لها أي معنى، مع ركاكة الأسلوب وهذا ما يؤكد أنها ترجمت ترجمة حرفية ولم تراعي المعنى لأن الأصح قول: وتظهر في الأفق جبال ترارا.

• كما لفت انتباهي ترجمة عبارة "Ses célèbres ruines" له "أنقاضها القديمة" وكلمة قديمة تقابلها كلمة "ancienne" وكلمة "Célèbre" تعني مشهورة وبهذا تكون الترجمة كالتالي: "أنقاضها المشهورة".

• كما نلاحظ أن الترجمة الحرفية والنسخ هما أكثر الأساليب استعمالا في عملية الترجمة.

أما بالنسبة للأزمة فنلاحظ استعمال المضارع. مع غياب الضمائر وهذا ما تتميز به النصوص الإخبارية الوصفية، كما نلاحظ ظهور العناصر التي تحيل إلى الملكية (possession) في النص الأصلي مثل "ses ruines" والتي ترجمت بالهاء المتصلة في النص الهدف، والتي تدل على أن هذه الآثار ملك للمدينة لأنها موجودة بها.

4-1. تحليل الصورة:



الصورة 01



الصورة 02

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

نلاحظ من خلال الصورة الأولى مدينة تلمسان من أعلى هضبة لالة ستي وهي صورة بعيدة لا توضح التفاصيل الموجودة في واقع المدينة.

مقارنة مع الصورة الثانية لنفس الوجهة لكن بصورة مقربة، توضح صورة المدينة وضواحيها من أعلى منطقة مع رؤية واضحة لمنازل المساجد والتلِّ فيريك **téléphérique**.

وهذا يؤكد ما قمنا بصدد الحديث عنه في الجانب النظري، أن زاوية التقاط الصورة مهمة جدا، وعامل رئيسي في تقريب المدينة من خيال المسافر/ السائح المستقبلي.

2- النص الثاني:

منصورة

مدينة أسسها السلطان المريني أبو يعقوب في 1299 أثناء حصار مدينة تلمسان كانت تمتد على مساحة 1001 هكتار، مع جدار السور الذي نشاهد اليوم آثاره وهو يشكل شبه منحرف محيطه 4000 متر تقريبا وله 80 منارة و 4 أبواب مفتوحة على الجهات الأربعة الأصلية، الجهة الغربية من هذا الجدار فقط بقيت بكاملها والجهات الأخرى تضررت.

إنها تجمع بجانب الجامع قصور فاخرة ودكاكين وحمامات وحدائق فانتة لم يبقى من هذه المدينة الجميلة التي مدة حياتها كانت قصيرة، إلا آثار الأسوار التي كانت تؤسس في الماضي سور المدينة ومن المسجد إلا

Mansourah

Ville fondée par le Sultane Méridine Abou-Yacoub en 1299, lors du siège de la ville de Tlemcen, elle s'étendait sur une superficie de 1001 hectares avec un mur d'enceinte dont nous voyons les vestiges aujourd'hui, formant un trapèze de 4000 mètres environ de périmètre complété par 80 tours et quatre (4) portes ouvertes aux quatres points cardinaux, seul le côté ouest de ce mur est à peu près intact, les autres étant fortement endommagés.

Elle regroupait à côté de la Mosquée, de somptueux palais, des boutiques, des bains, et de magnifiques jardins. Il ne reste plus de cette belle ville, dont la durée de vie a été brève, que les vestiges de remparts qui

الصومعة.

منارة مسجد منصور

من نقش ساحر، لها قرابة مع خيرالدا لمدينة
إشبيلية ومع منارة حسان بالرباط طولها 40
مترا تحتوي على باب هائلة مع خروقات
متتالية تحتوي على اطارات مع تسجيلات
اهدائية وفي الأعلى شرفة عجيبة.

constituaient par le passé,
l'enceinte de la ville et de la
mosquée que le Minaret.

Le Minaret de la mosquée de Mansourah

D'une prestigieuse sculpture, il
s'apparent à la Giralda de Séville
et à la Toure Hassan de Rabat.

D'une quarantaine de mètres de
hauteur, il comporte une porte
monumentale avec un
défoncement successif
comportant des bordures avec
inscription dédicatoires et au-
dessus un merveilleux balcon.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

1-2. 1. جدول الأساليب المستعملة :

النص الهدف	النص الأصل	أساليب الترجمة
<p>- مدينة أسسها السلطان المريني.</p> <p>- كانت تمتد على مساحة 4 أبواب مفتوحة على الجهات الأربع الأصلية.</p> <p>- انها تجمع بجانب الجامع التي مدة حياتها كانت قصيرة.</p> <p>- منارة مسجد منصوره.</p> <p>- لها قرابة مع خيرالدا لمدينة اشبيلية.</p> <p>- تحتوي على باب هائلة.</p>	<p>-Ville fondée par le Sultane Mérinide.</p> <p>-Elle s'étendait sur une superficie.</p> <p>-Quatre portes ouvertes aux quatres points cardinaux.</p> <p>-Elle regroupait à côté de la mosquée.</p> <p>-Dont la durée de vie a été brève.</p> <p>-Le Minaret de la Mosquée de Mansourah.</p> <p>- Il s'apparente à la Giralda de Séville.</p> <p>- Il comporte une porte monumentale.</p>	<p>الترجمة الحرفية</p> <p>جملة بجملة</p>
<p>- مدينة</p> <p>- مساحة</p> <p>- حياة</p> <p>- قصر</p> <p>- دكاكين</p> <p>- حمامات</p> <p>- حدائق</p> <p>- أسوار</p> <p>- عجيبة</p> <p>- شرفة</p>	<p>- ville</p> <p>- superficie</p> <p>- vie</p> <p>- palais</p> <p>- boutique</p> <p>- bains</p> <p>- jardins</p> <p>- remparts</p> <p>- merveilleux</p>	<p>الترجمة كلمة بكلمة</p>

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

- تسجيلات	- balcon	
- متتالية	- inscriptions	
- اهدائية	- successifs	
- مسجد	- dédicatoire	
- باب	- mosquée	
- جدار	- porte	
	- mur	
- منصوره	- Mansourah,	النسخ (calque)
- مريني	- Mérinide	
- أبو يعقوب	- Abou-Yacoub	
- تلمسان	- Tlemcen	
- متر	- Mètres	
- هكتار	- Hectares	
- خيرالدا	- Giralda	
- اشبيلية	- Séville	
- الرباط	- Rabat	
- حسان	- Hassan	
- مدينة أسسها	- ville fondée	الإبدال صفة مقابل
- تضررت	- Endommagés	فعل
- تلمسانية	- Sultane	الإقتراض
- منارة	- Minaret	
- صومعة	- Minaret	التكافؤ
- سور	- Enceinte	
- منارة	- Tour	
- خروقات	- Défoncement	التطويع من المفرد

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

الى الجمع والعكس	- Mètres - Hectares	- متر - هكتار
تطويع المجرد الملموس	- Un merveilleux balcon - Portes ouvertes - Prestigieuse sculpture	- شرفة عجيبة - أبواب مفتوحة - نقش ساحر
المحاكاة البنيوية صفة + اسم	- Somptueux palais - Magnifiques jardins - Prestigieuse sculpture - Merveilleux balcon	- قصور فاخرة - حدائق فاتنة - نقش ساحر - شرفة عجيبة

2-1. 2. التعليق على الجدول:

نلاحظ من خلال تصنيف الأساليب، أن أسلوب الترجمة الحرفية و النسخ هما أكثر الأساليب استعمالاً في عملية الترجمة بالإضافة إلى النسخ لكلمة السلطان ذات الأصل العربي، كما نلاحظ عدم احترام علامات الوقف في النص المترجم الذي يتقيد حرفياً بشكل النص الأصل. وفضلاً عن ذلك ليس للغة العربية نفس قواعد اللغة الفرنسية، فلكل لغة خصائصها النحوية واللغوية التي تميزها، إذ أن اللغة العربية هي لغة فعلية أي تبدأ بالفعل عكس اللغة الفرنسية التي تبدأ بالاسم، بمعنى أنها لغة اسمية لكن الملاحظ أن النص المترجم اتبع خصائص اللغة الأصل فابتدأ بالاسم بدل الفعل والأمثلة كثيرة من النص ونذكر من ذلك :

مدينة أسسها السلطان ← أسس السلطان المدينة.

والجهات الأخرى تضررت ← تضررت الجهات الأخرى

التي مدة حياتها كانت قصيرة ← كانت مدة حياتها قصيرة

فالأصح أن تتم الترجمة كما هو مذكور أعلاه لأن اللغة العربية هي لغة فعلية كما سبق الذكر، لذا يجب احترام تراكيبيها و قواعدها.

2-1. 3. الضمائر وأسماء الإشارة:

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

أ. الضمائر:

من جهة أخرى لاحظنا استعمال الضمائر في كلا الدليلين الأصل والمترجم، ففي النص الأصل نجد الضمائر التالية: "il, nous, elle" حيث تعمل هذه الضمائر كبديل لاسم سابق في الخطاب لتجنب التكرار، وتكون على شكل احوالة بعدية في بداية الخطاب.

مثال:

- lors du siège de la ville de Tlemcen, elle s'étendait

فهنا "elle" تعود على مدينة تلمسان "ville de Tlemcen" الشيء الذي لا نجده في اللغة العربية التي استعملت أسلوب الربط بين الجملتين على النحو التالي:

- أثناء حصار مدينة تلمسان كانت تمتد.

أما بالنسبة إلى الضمير "nous" "نحن" الذي هو عبارة ضمير ظاهر في اللغة الأصل في عبارة "nous voyons" والذي يعود على كاتب النص والسائح المستقبلي، بينما نجده على شكل ضمير مستتر في النص الهدف "نشاهد" لكن الإحالة هي نفسها تعود على الكاتب والسائح المستقبلي.

إذ يعرف Kerbat-orecchioni مفهوم "nous" على أساس القاعدة التالية:

Nous = je + tu/ou il أي نحن = أنا + أنت أو هو (1).

ب. أسماء الإشارة:

كما نجد أسماء الإشارة التي تحيل إلى مكان أو شيء موجود في فضاء الخطاب بشكل محدد مثال من النص الأصل:

seul le caté ouest de ce mur

- يقابلها في النص الهدف: - الجهة الغربية من هذا الجدار

فاسم الإشارة "هذا" / "ce" يحيل إلى الجدار الموجود في المكان الموصوف كذلك نجد اسم الإشارة "cette" / "هذه" المذكورة في الجملة التالية:

¹- Edem Kwasi Bakah analyse du discours oral des guides Touristique et du discours Ecrit des guides de voyage, OP CIT, p344

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

لم يبقى من هذه المدينة الجميلة ← Il ne reste plus de cette belle ville -
والتي تشير إلى مدينة المتحدث عنها مدينة تلمسان ووهي عبارة عن احالة بعدية وهي
أمر ضروري في الدلائل السياحية وذلك للإشارة إلى الأماكن الموصوفة و المرفقة بالصورة.

2- 1. 4. الأزمنة:

بالنسبة إلى الزمن المستعمل في هذا الخطاب الإشعاري من الدليل السياحي (الزمن
المضارع) (le présent) الذي يظهر بوضوح في الأمثلة التالية:

نشاهد ← voyons

تحتوي ← comporte

وكذا زمن الماضي الناقص (imparfait):

كانت تمتد ← étendait / كانت تؤسس ← constituait

زيادة على ذلك فقد لفت انتباهنا الترجمة المختلفة لمصطلح واحد ألا وهو:

Minaret ب: (الصومعة والمنارة مع العلم أن مصطلح الصومعة له مقابل في اللغة الأصل
وهو (tour)، وهذا يدل على عدم توحيد المصطلحات التي يجب أن تكون منظمة و أن
تحيل إلى شيء واحد متفق عليه حتى تسهل على السائح عملية التجول والاكتشاف.

2- 2. مقارنة لنص منصور من دليل ناجل

أ- النص من دليل ناجل :

النص التالي مأخوذ من دليل ناجل "Nagel" حول منصور Mansourah

C'est le camp permanent (Mehalla el Mansourah; «L'expédition
victorieuse») élevé en 1302 par le Sultan marocain Abou-Yakoub
pendant le « Grand siège » (1299-1307). Très vite, palais, bains,
caravansérails, souks, mosquées s'entassèrent dans les murailles de la
nouvelle ville (parfois dite « Tlemcen la Neuve ») qui commerçait
jusqu'au Soudan. Evacuée en 1307, réoccupée de 1335 à 1337 par les

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

Mérinides, elle fut de 1337 à 1339 la résidence du gouverneur marocain et périclita ensuite.

Il ne reste de ses palais que des vestiges architecturaux remployés dans les constructions de l'actuelle Tlemcen.

ب- التعليق على النص:

من خلال هذا المقطع عن منصور و مقارنة مع النص السابق للدليل السياحي المنصورة نجد اختلافا كبيرا من حيث المعلومات التاريخية، مما يمكن أن يخلق نوعا من الشك و الحيرة لدى القارئ للنصين، بداية ب "السلطان أبو يعقوب الذي ذكر أنه مريني الأصل في النص الأول بينما، في النص الثاني نجد أنه مغربي الأصل."

وربما هذا الاختلاف راجع لقلة البحث و الرجوع إلى الموسوعات التاريخية، و هذا ما يجعلنا نعيد النظر في هذه المسألة، لأن النص من الدليل Nagel مفصل بالتواريخ والأحداث، لكن الاختصار في الدليل السياحي الحديث لا يعني حذف و نقل معلومات خاطئة يمكن أن تشكك بتاريخ و هوية المدينة.

2- 3. تحليل الصورة:



قلعة بني حماد



قلعة منصور

كما أن قلعة أو مدينة منصور لها غابة أيضا مع قلعة بني حماد التي تقع على بعد عشرات الكيلومترات عن مدينة مسيلة التي أنشأت سنة 1008.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

والصورتين التاليتين توضحان أوجه التشابه الموجودة بين القلعتين بداية من الباب الذي له شكل القوس و كذا أشكال الفتحات الموجودة في القلعتين متقاربة إلى حد كبير .



صورة خلفية لقلعة منصور



صورة جانبية لقلعة منصور

والحديث عن الصورة يقودنا إلى الحديث عن الأثر الذي تحدثه زاوية التقاط الصورة والصورة الأولى من الدليل السياحي المترجم توضح لنا صورة جانبية لقلعة منصور و التي توضح الأشكال الهندسية والرسومات الموجودة في أعلى القلعة ، بينما توضح الصورة الثانية المأخوذة من الدليل السياحي لمدينة تلمسان قلعة منصور من الجهة الخلفية مع الأخذ بعين الاعتبار الاخضرار المحيط بالقلعة و الذي يزيد من جمال الصورة، كما تظهر الفتحات الخمسة المفتوحة بشكل واضح و الذي يتهياً من خلال الصورة الأولى أنها مغلقة. مع الإيحاء بمكان تواجدها في منطقة غابية.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

3- النص الثالث:

3-1. لالا ستى (النص الأصل و الهدف)

<p>للا ستى</p> <p>- كجوهرة مرصعة في علبة الإخضرار، هكذا تظهر تلمسان من أعلى هضبة للاستي الصالحة التي تحمي المدينة.</p>	<p>Lalla Setti</p> <p>- Telle une perle enchâssée dans un écrin de verdure, ainsi apparait Tlemcen du haut du plateau de Lalla Setti, sainte protectrice de la ville.</p>
---	--

3-2. أساليب الترجمة

3-2.1. جدول الأساليب المستعملة

النص الهدف	النص الأصل	أساليب الترجمة
- كجوهرة مرصعة في علبة الإخضرار.	-Telle une perle enchâssée dans un écrin de verdure.	الترجمة الحرفية جملة بجملة
- تظهر تلمسان من أعلى هضبة.	-Apparait Tlemcen du Haut du plateau.	
- هضبة - جوهرة - أعلى - صالحة - المدينة	-Plateau -Perle -Haut -Sainte -Ville	الترجمة الحرفية كلمة بكلمة
- للاستي - تلمسان	-Lalla Setti -Tlemcen	النسخ
- الصالحة التي تحمي المدينة	-Sainte protectrice de la ville	إبدال صفة مقابل فعل

3- 2. 2. التعليق على الجدول:

نلاحظ من خلال تصنيف الأساليب أن النص قصير ولا يحتوي على عدد كبير من الأساليب باستثناء الترجمة الحرفية بنوعيتها، كما نلاحظ أن النص يحتوي على تشبيه بأداة التشبيه (الكاف).

. الأزمنة:

الزمن المستعمل في هذا النص هو الماضي الناقص (Imparfait) والذي ترجم بالمضارع Apparait ← Imparfait / تظهر ← مضارع.

3- 2. 3. تحليل الصورة:



صورة لمقام لالة ستي

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي



صورة جانبية للالا ستي

توضح الصورة الأولى مقام الصالحة لالة ستي من الجهة الأمامية وكذا صورة عن المكان من الجانب الأيمن والصورة توحي بأنها مأخوذة في فصل الشتاء نظرا للغيوم واللون الرمادي للسماء.



أما الصورة الثانية فهي مأخوذة من الجهة الأمامية تقريبا للمكان، والتي تؤكد على أن الصورة تم التقاطها مساء عند غروب الشمس ودلالة ذلك الأضواء المنيرة التي تعطي جمالا ورونقا للمكان، مع اللون الأخضر للأشجار وحركة الأشخاص في المكان، وهذا ما أكدنا عليه في الجانب النظري الذي يحث على ضرورة اختيار الموقع والوقت المناسب للتقاط الصورة.

3-3. مقطع من الدليل الأزرق لللاستي:

مقطع من الدليل الأزرق Guide Bleu

[...] On pourra atteindre (sur la g, de la route; env. 8km) le plateau de la koubba de Lalla Setti, « La gardienne de la vielle » d'où la « vue est magnifique sur Mansourah »

• مقارنة:

نلاحظ أن الدليل الأزرق يعطي تفصيلا أكثر عن مكان وجود الهضبة، من حيث أن التسمية تختلف من Gardienne إلى Protectrice ولكن الكلمتين لهما معنى واحد و هو الحماية والحراسة، بالإضافة إلى الإطالة التي تختلف من أعلى هضبة للاستي في النصين، فأول يقول أنها مكان لرؤية شاملة لتلمسان في حين أن الثاني يؤكد على أنها مكان الإطالة الجميلة على منصوره.

4- النص الرابع:

4-1. سيدي بومدين (النص الأصل و الهدف)

Sidi Boumediene

سيدي بومدين

- يعني ضريح العالم الصوفي المشهور كثيرا سيدي بومدين المولود بشبيليه في 1126 و المتوفي في 1197 بضواحي تلمسان، إن القبة شيدها المرابطون و نقح ببناءها المرينيون ورممها صانع تركي إثر حريق.

تسمح الباب بالدخول إلى ساحة مربعة مع

أروقة و أعمدة من الرخام نصف شفافة

- Il s'agit du Mausolée savant mystique très connu Sidi Boumediene ne à Séville en 1126 et mort en 1197 dans les environs de Tlemcen. La Koubba fut édifée par les Almoravides, remaniée pas les Mérinides et restaurée par un artisan Turc, à la suite d'un incendie.

La porte permet d'accéder à une charmante cour carrée, avec des galeries et des colonnes d'onyx translucide surmontées de chapiteaux finement sculptés

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

<p>عليها قبريات منقوشة نقشا دقيقا صادرة من مسجدة منصوره.</p> <p>يلاحظ حالا وجود بئر مقدس مع حجر مثبت حول فوهته من الرخام، مائه البارد و الصافي يسيل لشفاء أمراض عديدة.</p> <p>إن القبة غرفة مربعة عليها قبة.</p>	<p>provenant de la Mosquée de Mansourah.</p> <p>On remarque d'emblée l'existence d'un puits sacré avec sa margelle en onyx fortement entaille dont, l'eau fraiche et limpide passe pour guérir de nombreux maux, la Koubba proprement dite est une chambre carrée surmontée d'une coupole.</p>
--	--

4 - 2. أساليب الترجمة:

4 - 2. 1. جدول الأساليب المستعملة:

النص الهدف	النص الأصل	أساليب الترجمة
<p>- يعني ضريح العالم الصوفي المشهور جدا.</p> <p>- إن القبة، شيدها المرابطون.</p> <p>- رممها صانع تركي إثر الحريق.</p> <p>- مائه البارد والصافي يسيل لشفائه أمراض.</p> <p>- إن القبة غرفة مربعة</p>	<p>-Il s'agit du Mausolée du savant mystique très connu.</p> <p>-La koubba fut édiflée par les Almoravides.</p> <p>-Restauré par un artisan Turc, à la suite d'une incendie.</p> <p>-L'eau fraiche et limpide passe pour guérir de nombreux maux.</p> <p>-La Koubba est une chambre carrée surmontée</p>	<p>الترجمة الحرفية جملة بجملة</p>

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

عليها قبر	d'une coupole.	
- عالم	- Savant	الترجمة كلمة بكلمة
- صوفي	- Mystique	
- صانع	- Artisan	
- حريق	- Incendie	
- الباب	- La porte	
- ساحة	- Cour	
- مربعة	- Carré	
- وجود	- Existence	
- مسجد	- Mosqué	
- بئر	- Puits	
- مقدس	- Sacré	
- قبة	- Coupole	
- سيدي بومدين	- Sidi Boumediene	النسخ (calque)
- المرابطون	- Almoravide	
- تلمسان	- Tlemcen	
- مرينيون	- Mérinides	
- تركي	- Turc	
- منصوره	- Mansourah	
- القبة	- Koubba	الإقراض
- الرخام	- Onyx	التكافؤ
- ضريح	- Mausole	
- اشبيلية	- Séville	

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

- خروقات - متر - هكتار	- Défoncement - Mètres - Hectares	التطويع من المبني للمعلوم الى المبني للمجهول
- يلاحظ حالا وجود	- On remarque d'emblée	تطويع المجرّد الملموس
- صانع تركي	- Artisan Turc	التطويع الجغرافي
- لشفاء أمراض عديدة - الدخول	- Passe pour guérir de nombreux maux - Accéder	الإبدال إبدال فعل مقابل اسم
- ساحة ساحرة - أمراض عديدة	- Une charmante cour - Nombreux maux	المحاكاة البنيوية صفة + اسم

4- 2. 2. التعليق على الجدول:

نلاحظ أن الأساليب المستعملة بكثرة هي أسلوب الترجمة الحرفية مع التقيد بخصائص اللغة الأصل، التي تبتدأ بالاسم مثال :

- القبة شيدها المرابطون ← -La Koumba fut édiflée par les Moravides

- ماءه البارد و الصافي يسيل ← -L'eau fraiche et limpide passe

والأصل في الجملة أن تكون على النحو التالي:

- شيد المرابطون القبة و يسيل ماؤه البارد والصافي.

لأن أصل الجملة في اللغة العربية، فعلية تبتدأ بفعل وليس باسم.

4- 3. الضمائر والأزمنة:

1- الضمائر:

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

كما نلاحظ استعمال الضمائر «il» و «on» في النص الأصل. فالضمير «il» غير محدد أما «on» فيحيل إلى ضمير الجماعة نحن « nous » حيث يعود على المؤلف والسائح المستقبلي.

2- الأزمنة:

أما بالنسبة للأزمنة المستعملة:

فجد زمن المضارع: Permet ← تسمح

S'agit ← يعني

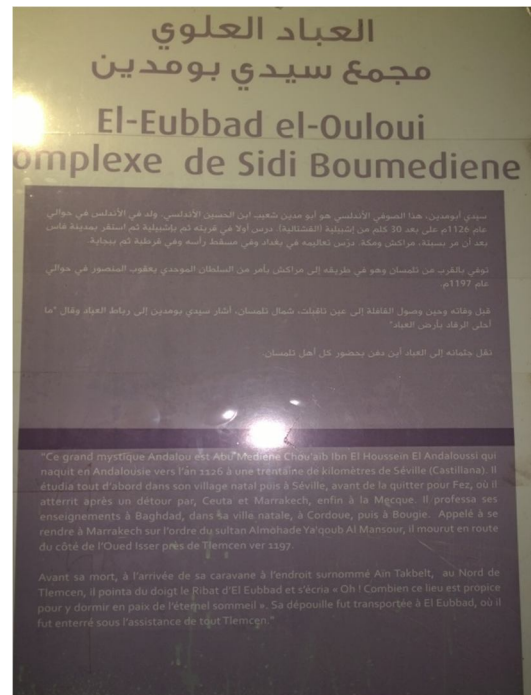
Remarque ← يلاحظ

Passe ← يسيل

وهو الزمن الغالب في الأصل والهدف بالإضافة الى زمن الماضي البسيط (passé simple)

Fut édifinée ← شيد

4- 4. تحليل الصورة:



الفصل الثالث: الجانب التطبيقي



الصورة 01



نلاحظ من خلال مجموعة الصور الأولى، صومعة المسجد المنحوتة بأشكال جميلة بالإضافة إلى توضيح من داخل المسجد، من أرضية مزركشة بألوان زاهية من الرخام والفسيفساء، تحيط بحوض مربع الشكل مليء بالماء النقي مأخوذة من داخل وجانب الجامع زيادة على صورة للبئر الموجود داخل المسجد مع صورة امرأة " بالحايك " اللباس التقليدي لخروج المرأة التلمسانية دلالة على الاحتفاظ بتقاليد البلد.

4- 5. مقارنة لسيدي بومدين من دليل ناجل

أ- النص من دليل ناجل

- « Chohaib-ibn-Hussein-al-Andalousie, dit par les petites gens sidi Boumédine, né à Séville en 1126, fut un de ces théologiens séduits par le soufisme (courant mystique né à Bagdad) [...]

A l'extremite et tout en haut du village, au-delà d'une porte ornée d'arabesques, une galerie conduite au tombeau et à la mosquée du Saint.

- Le tombeau : une porte recouverte de carreaux vernissés ouvre sous un auvent sur un escalier desservant une courette ; à gauche, puits dont l'eau passe pour être miraculeuse, sur la margelle, profondes traces d'usures.

La chambre funéraire (coupole, vitraux colorés, panneaux de plâtre sculptés)

[...]

ب- التعليق على النص

نلاحظ من خلال هذا النص غير المكتمل عن سيدي بومدين، أنه شامل ووافي لكل المعلومات المتعلقة بالمكان خصوصا مع استعمال كلمات دالة على الوجهة مثل *à gauche* التي تجعلك تتخيل المكان وأنت تقرأه، فمن وجهة نظري أن الدليل يسهل السفر والرحلة للسائح، حتى وإن لم يحض بإرشاد من المرشد السياحي. فهو يجيب على كل الأسئلة التي يمكن أن تدور بذهن السائح أو القارئ، بالإضافة إلى الاسم الحقيقي لسيدي بومدين ألا وهو شعيب ابن حسين الأندلسي الذي لا يعرفه الكثيرون إلا بالاضطلاع على الدليل.

5- النص الخامس:

5- 1. المشور (النص الأصل والهدف)

المشور

- مكان عال للتاريخ وشاهد عن 8 قرون لحضارة عربية إسلامية الجوهرة المغرب، للقلعة القديمة للمشور. إنها مصنع رباعي شاسع لـ 200م على 150م تقريبا مشيد في 1145 على الموقع نفسه الذي كان ملك المرابطين يوسف ابن تاشفين نصب خيمته أثناء حصار أكادير.

مع وصول الأسرة الملكية للزيانيين إلى الحكم، يغمراسن هو الذي تخلى عن إقامته الملكية بقصر الخادم قرب المسجد الكبير وقام ببناء فيه أسس قصر جديد المشور كان يحتوي زيادة على القصر الملكي المسجد والحدائق والحنفيات. إن حزام الأسوار العالية التي تحيط به كان عمل أبو عباس أحمد الملك الزياني الثالث عشر، إن المشور كان الإقامة الرسمية للملوك الزيانيين الذي كانوا يعيشون فيه عيشة لامعة خاصة في عهد أبوحمو الثاني فهنا كان ملوك تلمسان يعقدون الاجتماعات مع

Le Méchouar

- Haut lieu d'histoire et témoin de 8 siècles d'une civilisation arabo-musulmane de la perle du Maghreb, la vieille citadelle du Méchouar est un vaste quadrilatère d'environ 200 mètres sur 150 mètres édifié en 1145 sur l'emplacement même où le roi Almoravide de Youcef Ibn Tachfine avait installé sa tente lors du siège d'Agadir.

Avec l'arrivée au pouvoir de la dynastie des Zianides, ce fut Yaghmoracene, qui après avoir abandonné sa résidence royale de Quasr El-Kadim après de la Grande Mosquée, y jeta les fondations d'un nouveau palais Le Méchouar.

Il comprenait en plus du palais royale, mosquée, jardins, fontaine, et de nombreux édifices, la ceinture de haute murailles qui l'entoure fut l'œuvre de Abou Abbas Ahmed (13^{ème} prince Zianides). Le Méchouar fut le résident officiel des princes Zianides qui y menaient une

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

الوزراء ومن هنا تسمية المشور. brillante vie de cour, notamment sous la règne de Abou Hamou II. C'était là que les rois de Tlemcen tenaient conseil avec leurs ministres, d'où l'appellation de Méchouar.

5- 2. أساليب الترجمة:

5- 2. 1. جدول الأساليب المستعملة:

النص الهدف	النص الأصل	أساليب الترجمة
- مكان عال للتاريخ وشاهد عن 8 قرون لحضارة عربية إسلامية الجوهرة المغرب.	- Haut lieu d'histoire et témoin de 8 siècles d'une civilisation arabo-musulmane de la perle du Maghreb.	
- على الموقع نفسه.	- Sur l'emplacement même.	
- نصب خيمته أثناء حصار أقادير	- Avait installé sa tente lors du siège d'Agadir.	
- تخلى عن اقامته الملكية بقصر الخادم.	- Avoir abandonné sa résidence royale de Quasr el Kadim.	الترجمة الحرفية جملة بجملة
- حزام الأسوار العالية التي تحيط به.	- La ceinture de haute muraille qui entoure.	
- المشور كان الإقامة الرسمية للملوك الزيانيين.	- Le Méchouar fut la résidence officielle des princes Zianides.	

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

- ملوك تلمسان يعقدون الاجتماعات.	-Les rois de Tlemcen tentaient conseil.	
- عال	- Haut	الترجمة كلمة بكلمة
- مكان	- Lieu	
- شاهد	- Témoin	
- خيمة	- Tente	
- حصار	- Siège	
- قصر	- Palais	
- وزراء	- Ministres	
- تسمية	- Appellation	
- حدائق	- Jardins	
- جديد	- Nouveau	
- حزام	- Ceinture	
- ملوك	- Les Rois	
- المشور	- Méchoir	النسخ (calque)
- المرابطون	- Almoravide	
- المغرب	- Maghreb	
- يوسف ابن تاشفين	- Youcef Ibn Tachfine	
- أقادير	- Agadir	
- يغمراسن	- Yaghmoracene	
- أبو عباس أحمد	- Abou-Abbes Ahmed	
- زيانيين	- Zianides	
- أبو حمو	- Abou Hamou	

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

- قصر الخادم	- Quasr El Kadim	
- عربية اسلامية	- Arabo-Musulmane	الإقتراض
- حنفيات	- Fontaine	التكافؤ
- جوهرة	- Perle	
- حياة	- Vie	
- اجتماعات	- Conseil	التطويع من المفرد الى الجمع
- قلعة قديمة	- Vielle citadelle	تطويع المجرد الملموس
- مكان عال	- Haut lieu	
- حزام الأسوار العالية	- La ceinture de haute muraille	
- قلعة قديمة	- Vielle citadelle	المحاكاة البنيوية صفة + اسم
- مضلع رباعي شاسع	- Vaste quadrilatère	
- الجامع الكبير	- Grande mosquée	
- قصر جديد	- Nouveau palais	
- أسوار عالية	- Haute muraille	
- عيشة لامعة	- Brillante vie	
- الملك يوسف ابن تاشفين	- Le roi Youcef Ibn Tachfine	اسم + اسم علم
- عمل أبو عباس أحمد	- Œuvres de Abou Abbes Ahmed	
- عهد أبو حمو الثاني	- Le règne de Abou Hamou II	

5- 2. 2. التعليق على الجدول:

إن الأساليب المستعملة بكثرة هي كالعادة الترجمة الحرفية و النسخ، بالإضافة إلى تقنية الحذف التي استعملت في النص الهدف عند حذف العبارة الموجودة في النص الأصل في الفقرة الثانية و هي كالتالي: " et de nombreux édifices " والتي لم تتم عملية ترجمتها

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

في النص الهدف. ونلاحظ أن علامات الوقف لم تستعمل بشكل صحيح في النص الهدف، فمثلا النقطة تأتي عن نهاية القول.

فضلا عن ذلك، فإننا نلاحظ أيضا التقيد بأسلوب النص الأصل (اللغة الفرنسية) أثناء عملية الترجمة (الى اللغة العربية) في النص الهدف.

مثال ذلك:

« Yaghmoracene qui après avoir abandonné sa résidence royale »

« يغمراسن هو الذي تخلى عن اقامته الملكية ».

فالجمل في اللغة العربية تبدأ بفعل وليس باسم، لذا يجب أن تتم الترجمة على النحو التالي: تخلى يغمراسن عن اقامته الملكية.

فكل لغة أساليبها و خصائصها التي تتفرد بها، ولهذا فإنه من المحذور التقيد الحرفي بالنص الأصل، لأنه يؤدي إلى عدم انسجام النص وتناسقه من حيث المعنى، و الوحدات اللغوية، ومثال ذلك الجملة التالية:

- على الموقع نفسه الذي كان ملك المرابطين يوسف ابن تاشفين نصب خيمته أثناء حصار أقادير.

هذه الجملة تفتقر إلى تنظيم في الوحدات اللغوية، و هذا ما يؤكد لنا الترجمة الحرفية النص الأصل مما يجعل القارئ أو السائح يتجنب هذا النوع من الدلائل نظرا لسوء فهمه وتداخل معلوماته.

أيضا يتضح هذا المشكل في الجملة التالية:

- يغمراسن هو الذي تخلى عن اقامته الملكية بقصر الخادم ← نلاحظ من خلال

هذه الجملة أنها جملة مشتتة وغير منسقة نظرا لوجود فاعلين في الجملة بالإضافة

إلى عدم الترجمة الصحيحة لـ "LEURS MINISTRES"، التي ترجمت بـ

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

"الوزراء" وأصل الترجمة "وزرائهم". لهذا اقترحت ترجمة ثانية للنص مع مراعات النقاىص الموجودة في النص الهدف..

5-3. ترجمة ثانية للنص الأصل

المشور: مكان عال للتاريخ و شاهد لـ 8 قرون عن حضارة عربية اسلامية الجوهرة المغرب وان القلعة القديمة للمشور عبارة عن مضلع رباعي شاسع نحو 200متر على 150متر وشيدت سنة 1145 في الموقع نفسه، أين نصب ملك المرابطين يوسف ابن تاشفين خيمته و ذلك أثناء حصار أقادير. بعد تخلي يغمراسن عن اقامته الملكية بقصر الخادم قرب المسجد الكبير وأقام أسسا لقصر جديد سمي بالمشور حيث تزامن مع وصول الأسرة الزيانية الحاكمة إلى السلطة. زيادة على القصر الملكي، الذي كان يحوي مسجدا، وحدائقا، وبنابيع و بنايات عديدة.

كان حزام الأسوار العالية التي تحيط به من عمل الملك الزياني الثالث عشر أبو عباس أحمد، كان المشور الإقامة الرسمية للملوك الزيانيين الذين حضوا بحياة لامعة فيه ، خاصة في عهد أبو حمو 2.

فهنا كان ملوك تلمسان يعقدون مجالس الشورى مع رؤسائهم، و من هنا جاءت تسمية المشور.

أما بالنسبة للأزمنة فقد تم استعمال الأزمنة الماضية. - fut a - passé simple كانوا يعيشون، ماضي لأنه يتحدث عن التاريخ.

5- 4. تحليل الصورة:



صورة من داخل القصر

حيث نلاحظ صورة لمساحة مربعة الشكل من الجهة الأمامية تحتوي على غرف و عدة أبواب منحوتة، كما نلاحظ على شكل (+) زائد نهرا بأربعة اتجاهات تحيل إلى أربعة أشياء (الماء والحليب ، العسل والخمر)¹. مصنوع من (الزليج)، الذي يحتوي على ألوان عديدة كما هو موضح في الصورة: الأزرق، الأسود، البني، الأبيض، التي ترمز إلى دلالات معينة كما تناولناه في الجانب النظري وكذلك سطح من القرمود باللون الأحمر، و الصورة مأخوذة في النهار.

¹ - قادوسي فتحة دليل سياحي بمدينة تلمسان، مرجع سابق

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي



صورة خارجية للجامع

بالإضافة إلى صورة خارجية للجامع مأخوذة من الجهة الداخلية للقصر تبين منارة المسجد و مدخله الذي هو عبارة عن باب على شكل قوس ، و كذلك السور ذو اللون الطيني الأحمر , مع ساحة خلفية مليئة بالأشجار .



صورة لجدار المشور الخارجي

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

توضح لنا الصورة السور العظيم للقلعة مع منارة المسجد التي تحتوي أبوابا صغيرة مزركشة بألوان الخزف ذو الألوان الأربعة المماثلة للحوض الموجود داخل القصر. وهنا نلاحظ أن شكل السور من الخارج يختلف عن الداخل، فهو عبارة عن احجار، كما أن الصورة مأخوذة في النهار، و هذا ما يؤكد لنا ضرورة اختيار الموقع الصحيح الذي يبرز أدق التفاصيل.

5- 4. 1. مقطع من الدليل الأزرق لنص المشور

مقطع من الدليل الأزرق حول المشور :

-[...] cette place s'étend devant la veille citadelle du Méchour qui forme un rectangle d'environ 490m sur 280m, et fut batie en 1145, l'emplacement ou Youcef ben Tachfine avait de demeure aux gouverneurs almohades , et plus tard aux rois de la dynastie de Zianides, elle fut appelée du nom de m'échouer parce que c'était là que les rois de Tlemcen réunissaient leurs ministres pour délibérer sur les affaires de l'état [...] l'intérieure du Méchour qui compte autre fois de beaux édifices [...]

أ- مقارنة: من خلال هذا النص و مقارنة بالنص السابق نلاحظ وجود اختلاف في المعلومات المقدمة حول المساحة، و شكل المشور، و هذا ما يخلق نوعا من الخيانة في نقل المعلومات، و قلة التدقيق وضرورة البحث عن أصل مصدر المعلومة.

6- النص السادس:

6-1. الجامع الكبير (النص الأصل و الهدف)

الجامع الكبير

يقع في وسط المدينة، و يمتاز بانتظام ابعاده و التناسق الهائل للمجموع، ندخل اليه من 8 ابواب ، انه يحتل مساحة 3000م تقريباً او يبرر تسميته بالأهمية المتسعة لبناءاته.

فكان يوسف ابن تاشفين مؤسس الدولة المرابطية هو الذي يكون يشيد هذا البناء في 1102 تقريبا .

وعلي بن يوسف ، الملك، الأمير المرابطي هو الذي قام بإجراء اتساع الجامع و تحسين الصومعة الأصلية و المحراب و الجناح المتوسط و قبة المحراب.

في 1236 اعطى يغمراسن مؤسس الدولة الزيانية لهذا الجامع أبعاده النهائية و جهزه بصومعة وقبة مركزية فيها علقت الثري الكبرى من خشب الأرز و تمت تغطيتها بالنحاس.

La Grande mosquée

Située en plein centre-ville, elle est remarquable par la régularité de ses proportions et l'importante harmonie de l'ensemble, huit porte y donnent accès, elle occupe une superficie de 3000m² environ, et justifie son nom par l'importance étendue de ses constructions.

Ce fut Youcef ben Tachfine, le fondateur de la dynastie Almoravide qui aurait construit vers 1102, cet édifice.

C'est Ali Ben Youcef, prince almoravide qui en 1136 entreprend agrandissement de la mosquée et l'embellissement du minaret primitif, le mihrab, la nef médiane et la coupole de Mihrab,

En 1236, Yagmoracen, le fondateur de la dynastie, Zianides donna à cette mosquée ses dimensions définitives et la dot d'un minaret et d'une coupole centrale ou fut suspendu le grand lustre en bois et revêtu du cuivre.

6-2. أساليب الترجمة:

6-2.1. جدول الأساليب المستعملة:

النص الهدف	النص الأصل	أساليب الترجمة
- يقع في وسط المدينة.	- Située en plein centre-ville.	

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

<p>- انه يحتل مساحة.</p> <p>- جهزه بصومعة وقبة مركزية.</p> <p>- اتساع الجامع وتحسين الصومعة الأصلية.</p> <p>- ويبرر تسميته بالأهمية المتسعة ببنائه.</p>	<p>- Elle occupe une superficie.</p> <p>- Dota d'un minarat et d'une coupole centrale.</p> <p>- L'agrandissement de la moquée et l'embellissement du minaret primitif.</p> <p>- Et justifie son nom par l'importance étendue de ses constructions.</p>	<p>الترجمة الحرفية جملة بجملة</p>
<p>- كبير</p> <p>- وسط</p> <p>- مدينة</p> <p>- أبواب</p> <p>- مساحة</p> <p>- مؤسس</p> <p>- أمير</p> <p>- تحسين</p> <p>- أبعاد</p> <p>- ثريا</p> <p>- نحاس</p>	<p>- La grande</p> <p>- Centre</p> <p>- Ville</p> <p>- Portes</p> <p>- Superficie</p> <p>- Fondateur</p> <p>- Prince</p> <p>- Embellissement</p> <p>- Dimension</p> <p>- Lustre</p> <p>- Cuivre</p>	<p>الترجمة كلمة بكلمة</p>
<p>- المرابطون</p> <p>- يوسف ابن تاشفين</p> <p>- علي بن يوسف</p>	<p>- Almorabide</p> <p>- Youcef Ibn Tachfine</p> <p>- Ali Ben Youcef</p>	<p>النسخ (calque)</p>

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

- يغمراسن	- Yaghmoracene	
- زيانيين	- Zianides	
- المحراب	- Mihrab	الإقتراض
- صومعة	- Minaret	التكافؤ
- جناح	- La Nef	
- يمتاز	- est remarquable	الإبدال (إبدال صفة بفعل)
- ندخل اليه	- Donnent accès	الإبدال (إبدال اسم بفعل)
- التتاسق الهائل	- Importante harmonie	المحاكاة البنيوية
- الثريا الكبرى	- Grand lustre	
- الجامع الكبير	- Grande mosquée	
- الصومعة الأصلية	- Minaret	تطويع (المجرد الملموس)
- الجامع الكبير	- Grande mosquée	
- الثريا الكبرى	- Grand lustre	

6- 2. 2. التعليق على الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن النص المترجم احتوى على جميع اساليب الترجمة بنسب متقاربة , كما أن النص تقييد بالنص الأصلي بنسبة 70% من خلال احترامها لنفس الوحدات اللغوية و التراكيبة والأسلوبية، و دليل ذلك الجملة التالية التي رضخت لطبيعة اللغة الأصل: -ce fut Youcef Ibn Tachfine, le fondateur de la dynastie Almoravide qui aurait construit vers 1102 cet édifice.

- فكان يوسف ابن تاشفين مؤسس الدولة المرابطية هو الذي يكون يشيد هذا البناء في 1102 تقريبا.

فاذا قمنا بتقسيم الوحدات المعجمية نلاحظ تطابقا مماثلا لمواقع الوحدات المعجمية في النص الأصلي:

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

Cet édifice/aurait construit/Qui /ladynastre almoravide /fondateur/

/ مؤسس / الدولة المرابطية / هو الذي / يكون يشيد / هذا البناء

Youcef Ibn Tachfine/ ce fut

فكان / يوسف ابن تاشفين

خصوصا عند ترجمة الافعال التي تتم بصفة مطابقة للأفعال المركبة للغة الأصلية

مثال: يكون يشيد aurait construit وهو الذي قام qui entreprend، و التي تشوه

المعنى كليا في النص الهدف لان اللغة العربية لا تحتوي على أفعال مركبة ، الامر الذي

أدى إلى الإخلال بالمعنى في الجملتين الآتيتين:

1/ فكان يوسف ابن تاشفين مؤسس الدولة المرابطية هو الذي يكون يشيد هذا البناء.

2/ علي بن يوسف ، الملك الأمير المرابطي هو الذي يكون قام بإجراء اتساع الجامع.

والملاحظ في هذه الجملة إضافة كلمة الملك التي لا توجد في النص الأصلي

-c'est Ali Ben Youcef, prince , Almorabide...

فالملك لا يمكن أن يكون في نفس الوقت أميرا، والعكس صحيح فكلمة ملك تختلف عن كلمة

أمير.

و أصل الترجمة الصحيحة للجملتين:

1/ شيد يوسف ابن تاشفين مؤسس الدولة المرابطية هذا البناء...

2/ في سنة 1136 قام الأمير المرابطي علي بن يوسف بتوسيع الجامع و بإجراء توسيع .

كما أن كلمة " اتساع الجامع " ليست ملائمة في عملية الترجمة.

لأن الكلمة المقابلة للاسم agrandissement هي توسيع و ليست اتساع

فضلا عن ذلك فقد استعملت تقنية الحذف في النص الهدف لعبارة "en 1136" والتي

لم تتم ترجمتها رغم وجودها في النص الأصل، و هذا ما يؤدي إلى نقص في الترجمة، وعدم

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

أمانة المترجم للنص الأصل، خصوصا وأن العبارة المحذوفة هي تاريخ يعمل على اعطاء مصداقية، و التأكيد على الخطاب الموجود.

بالإضافة إلى وجود واستعمال أسماء الإشارة والضمائر.

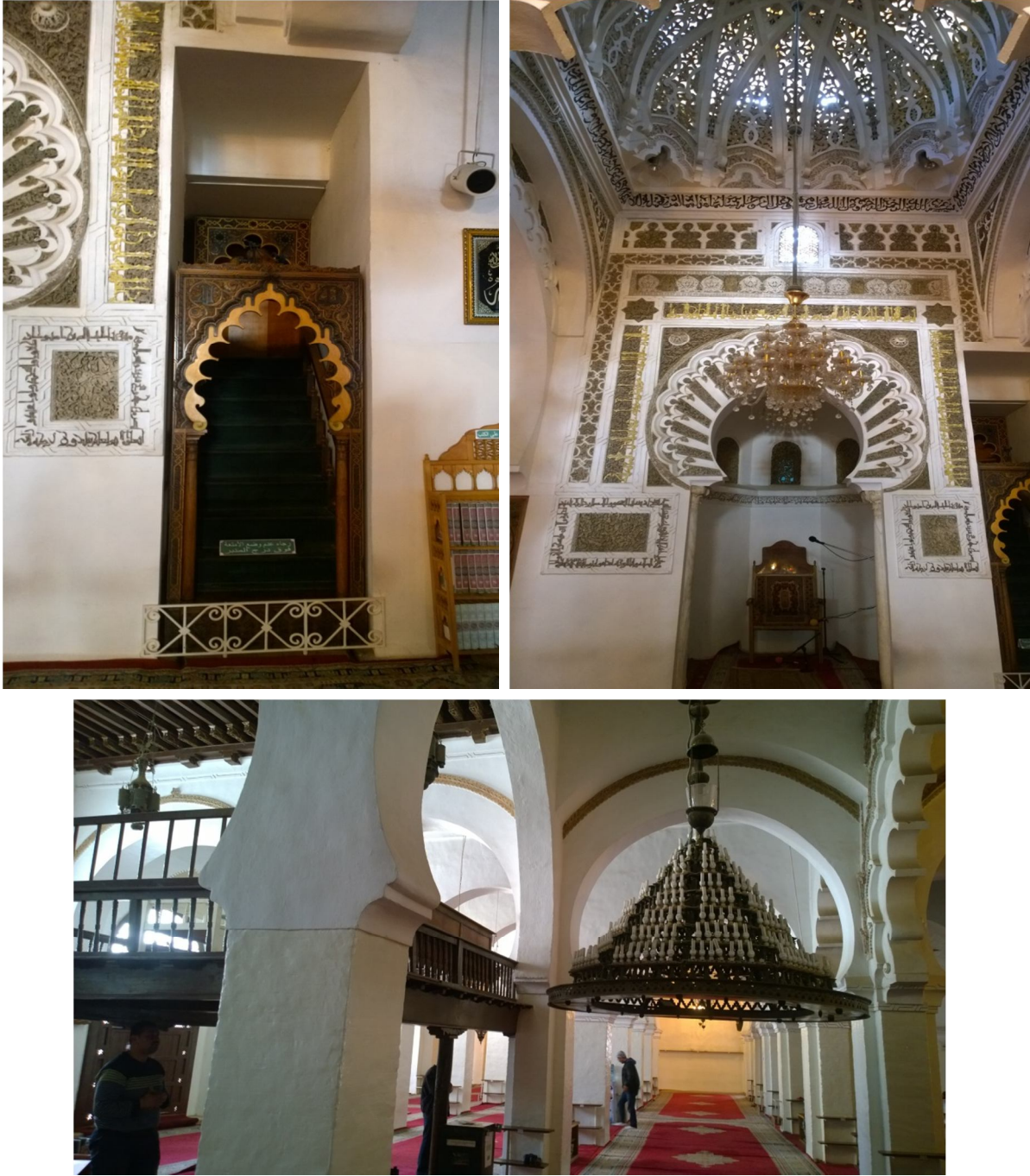
أ - أسماء الإشارة: (cette, cet, ce) تحيل إلى أماكن موجودة في الصورة، الخطاب في النص الأصل، في حين نجد اسم إشارة واحد مقابل لأسماء الإشارة الثلاثة الموجودة في النص الأصل، هو "هذا" لأن الأماكن التي وردت في اللغة الأصل مؤنثة لكن عند نقلها إلى الهدف تصبح كلمات مذكرة في، وهذا ما يؤكد اختلاف كل لغة عن أخرى من حيث قواعدها و خصائصها.

ب-الضمائر: نجد في النص الأصل ضمير المؤنث « elle » الذي هو عبارة عن عن احالة بعدية لاسم سابق في الخطاب، و تجنب التكرار، مثال « mosquée » الجامع. الأمر مختلف في النص الهدف، بحيث يكون الضمير مستترا و لا يظهر لأنه يفهم من خلال سياق الكلام مثال "انه يحمل" إنه تدل على أن الجملة مصرفة مع الضمير "هو"

ج-الازمنة: بالنسبة للآزمنة المستعملة، نجد بكثرة استعمال الزمن المضارع الذي يدل على شكل و موقع المسجد الحالي مثل: يقع - يحتل → occupe – située وكذا الزمن الماضي لأنه يصف و يبرز الأحداث القديمة للمسجد مثل:

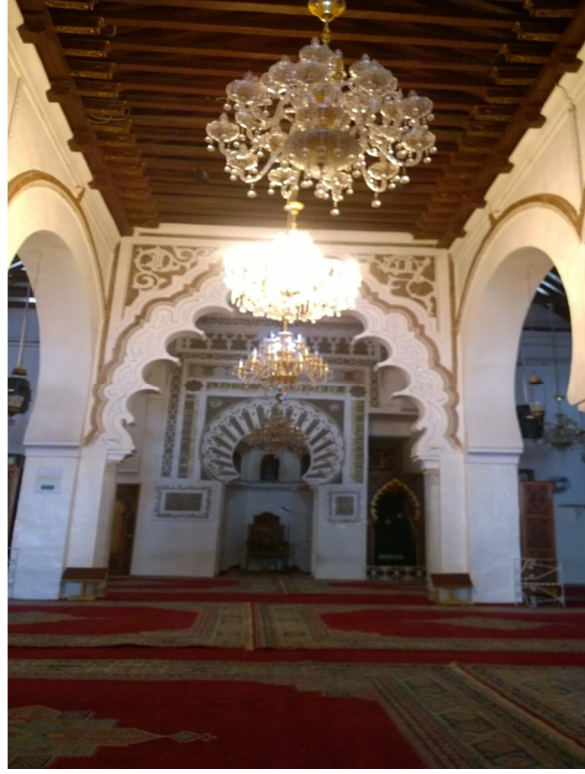
- اعطى، علقت → donna fut suspend

6-3. تحليل الصورة:



صور من داخل المسجد

هذه الصور مأخوذة من داخل المسجد من الجهة الأمامية، التقطت في وضوح النهار، و الدليل على ذلك الأنوار المطفأة، و النور الساطع من الفتحة الموجودة في أعلى جدار المحراب، وهي صور مبعدة توضح شكل المحراب والأشكال الهندسية الموجودة فيه.



الصورة 02

توضح الصورة الثانية نفس المكان ولكن بصورة مقربة تبين شكل القوس لمدخل المحراب مع النقش الظاهر، والواضح، والكتابة بالخط الكوفي المحيطة بإطارين على جانبي المدخل. بالإضافة إلى الثريا المضيئة التي تدل على أن الصورة التقطت في المساء، وكذلك تبين شكل القناديل النحاسية المعلقة في سقف المسجد الذي لا نلاحظه بوضوح في الصورة الأولى .

وهذا ما يؤكد على أن وقت التقاط الصورة مهم، ويزيد من جمالها فمثلا هنا الديننا صورة واحدة لنفس المكان لكن في أوقات مختلفة، مما يميز المكان ويعطيه حسا وجمالا يضفي نوعا من الاحساس المرهف، والتشويق إلى رؤيته ليلا أكثر من النهار .

6-4. مقارنة لنص المسجد الكبير من دليل ناجل

أ- النص من دليل ناجل

مقطع من دليل ناجل عن المسجد الكبير:

- la grande mosquée a été achevée en 1135 par Ibn Tachfine (son minaret est de 1236, par Yagmoracen) longue de 60m et large de 50m, c'est le plus important des monuments almoravides

Sa salle de prière est une forêt de 72 colonnes qui la répartissent en 13 nefes. La nef centrale est un peu plus large, elle est couverte en son milieu par une coupole, côtelée d'où prend un lustre massif [...] cette austérité typiquement almoravide contraste avec la recherche décorative d'inspiration andalous qui s'éploie aux écoinçons, claveaux et bandeaux de la niche du mihrab [...].

ب- التعليق على النص:

نلاحظ من خلال هذا المقطع من النص الموجود في دليل ناجل، « Nagel » أنه زيادة على سرد الأحداث التاريخية للمسجد، يقوم الدليل بوصف عام للمسجد من الداخل من وصف المحراب، والقبة، وهذا ما يؤثر في نفس القارئ و يجعله يتخيل المكان، على غرار الدليل الأول الذي يكتفي بالأحداث التاريخية للمسجد فقط دون وصف شكله الحالي الذي يحفز ويشجع السائح على المجيء والزيارة.

7- النص السابع:

7- 1. الصناعة الحرفية (النص الأصل و الهدف)

الصناعة الحرفية

إن الصناعة الحرفية جزء من تقليد تاريخي طويل قد سبق في الماضي، لم تكن المدينة تكتفي بأن تكون العاصمة للملكة و مركز الاشعاع الثقافي والموسيقي.

بسبب موقعها الجغرافي في ملتقى الطرق شمال جنوب نحو افريقيا السوداء (سجلمسا- مالي) وشرق غرب (ليبيا-المغرب-تونس) وبالعلاقة مع ميناء وهران وميناء هنين مع البلدان المجاورة للبحر الأبيض المتوسط (اسبانيا-فرنسا - ايطاليا) وبسبب نزاهة رعاياها والاستقبال الحار المخصص للأجانب، مع حي كامل مخصص لهم القسارية والصفقات يتم مراقبتها فيها بصفة صارمة، كان تلمسان كما يروي ذلك عدة مؤرخين (ليون الإفريقي إلى غير ذلك) مركزا هاما للمبادلات .

ولكن تلمسان ليست فقط مركزا للمبادلات فهي أيضا مركز منتج و هي تجاوز مناطق السهوب التي كانت تأتي منها الصوف بكمية

L'artisanat

L'artisanat à Tlemcen fait partie d'une longue tradition historique est déjà dans le passé la ville n'était pas contentée d'être la capitale de royaume et foyer des rayonnements intellectuel et musical.

De par sa situation géographique, ou carrefour des voies Nord-Sud vers l'Afrique noire et Est-Ouest (Maroc, Tunisie, Lybie) et en relation avec le port d'Oran et le port de Honaine et en rapport par les pays riverains de la Méditerranée l'Andalous, France, Italie, à cause aussi de la probité aux étrangers avec un quartier entier qui leur est réservé, «la Kissaria», les transactions y'étant rigoureusement contrôlées, Tlemcen fut comme le rapportent de multiples historiens , un très important , centre d'échanges.

Mais ce n'est pas seulement un centre d'échange, c'était aussi un centre producteur adossé aux régions steppiques d'où venait en grande quantité la laine, Tlemcen fut par excellence la ville du

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

كبيرة كانت في غاية الجودة مدينة النسيج
والملابس الصوفية والبرانس الى غير ذلك...
لكن كانت الزربية التي بقيت مشهورة.

tissage; vêtements de laine,
Burnous etc... mais c'était le tapis
qui était resté célèbre.

7- 2. أساليب الترجمة:

7- 2. 1. جدول الأساليب المستعملة:

النص الهدف	النص الأصل	أساليب الترجمة
<ul style="list-style-type: none"> - مركز الإشعاع الثقافي والموسيقي. - بسبب موقعها الجغرافي في ملتقى الطرق. - مع حي كامل مخصص لهم. - لكن كانت الزربية التي بقيت مشهورة. 	<ul style="list-style-type: none"> - Foyer de rayonnement intellectuel et musical. - de par sa situation géographique, au carrefour des voies. - avec un quartier entier qui leur est réservé. - Mais c'était le tapis qui était resté célèbre. 	<p>الترجمة الحرفية جملة بجملة</p>
<ul style="list-style-type: none"> - تقليد - الماضي - عاصمة - مملكة - ثقافي - موسيقي - ملتقى - الطرق 	<ul style="list-style-type: none"> - Tradition - Le passé - Capitale - Royaume - Intellectuel - Musical - Carrefour - Voies 	<p>الترجمة كلمة بكلمة</p>

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

- المبادلات	- Transactions	
- تبادل	- échange	
- مركز	- Centre	
- الصوف	- Laine	
- مشهورة	- Célèbre	
- زربية	- Tapis	
- مؤرخين	- Historiens	
- افريقيا السوداء	- Afrique noire	
- تلمسان	- Tlemcen	النسخ (calque)
- افريقيا	- Afrique	
- المغرب	- Maroc	
- تونس	- Tunisie	
- ليبيا	- Lybie	
- هنين	- Honaine	
- فرنسا	- France	
- قيسارية	- Kissaria	
- البرانس	- Burnous	الإقراض
- جغرافي	- Géographique	
- اسبانيا	- Andalousie	التكافؤ
- وهران	- Oran	
- الصناعة الحرفية	- Artisanat	
- البحر الأبيض المتوسط	- Méditerrané	
- جزء	- Fait partie	الإبدال (إبدال فعل مقابل اسم)
- مخص للأجانب	- Fait aux étrange	
- ندخل اليه	- les ports	التطويع (من)

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

	- Burnous	المفرد الى الجمع)
- تقليد طويل	- Longue tradition	المحاكاة البنيوية صفة + اسم
- الإستقبال الحار	- Excellent accueil	
- عدة مؤرخين	- Historiens	
- كمية كبيرة	- Grande quantité	
- عاصمة المملكة	- Capitale de royaume	المحاكاة البنيوية اسم + اسم
- مركز الإشعاع	- Foyer de royennement	
- موقع جغرافي	- Situation géographique	
- مركز المبادلات	- Centre d'échange	
- مدينة النسيج	- Ville tissage	
- مركز منتج	- Centre producteur	

7- 2. 2. التعليق على الجدول:

بالإضافة الى الأساليب المستعملة نجد أسلوب الإضافة (étouffement)، وذلك

للشرح في العبارات التي نجدها بين قوسين في النص الهدف مثل:

(سجلمتا ومالي)، (ليون الأفريقي إلى غير ذلك...) و هي عبارات غير موجودة في النص

الأصل مثل عبارة : تلمسان ليست فقط، و أيضا عبارة "بالإضافة إلى تلمسان"، في النص

الهدف، والتي ليست مذكورة في النص الأصل من جهة.

أ - العبارات المتألفة:

و من جهة أخرى هنالك بعض العبارات المتألفة مثل:

الاستقبال الحار، بصفة صارمة، هام جدا، و هي كلمات تذكر مباشرة بعد الكلمة الأولى كما

أنها عبارات تدخل في نطاق الشدة والحدة بالإضافة إلى بعض العبارات النعتية و الظرفية

التي تترجم بكلمة واحدة من العربية إلى الفرنسية و هي:

- ذات نوعية → - de qualité

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

- rigoureusement → بصفة صارمة -

- excellence → غاية الجودة -

نلاحظ أيضا، عدم استعمال أسماء الإشارة و الضمائر في هذه الفقرة من الخطاب.

ب - الازمنة:

استعمال المضارع للدلالة على الوضعية الراهنة للصناعة الحرفية بتلمسان مثل:

« est » → هي

استعمال الزمن الماضي بكثرة لأن الخطاب يصف تاريخ و مسار الصناعة التقليدية بتلمسان

لم تكن تكتفي → ne s'était pas contentée

خصص → est réservé

كان → fut

ج - تقنية الحذف:

كما نلاحظ استعمال تقنية الحذف لبعض الكلمات مثل:

حذف لكلمة "تلمسان" في الجملة الأولى بحيث لا نجد دلالة للكلمة من قبل في الخطاب، وهذا ما يؤدي إلى سوء الفهم وعدم انسجام النص.

د - أخطاء الترجمة:

ويلفت انتباه القارئ الترجمة الغير متزنة في النص الهدف لبعض الجمل مثل : الصفقات يتم

مراقبتها فيه بصفة صارمة وهي جملة غير منظمة لغويا ولأن الأصح قول:

- تتم فيها مراقبة الصفقات بصفة صارمة وكذلك:

- كان تلمسان كما يروي ذلك عدة مؤرخين، فكلمة "تلمسان" اسم مؤنث يعني نقول " كانت

تلمسان"

أيضا في الجملة التالية:

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

- " لكن الزربية التي بقيت مشهورة "، فعند قراءة هذه الجملة يحس القارئ أن هناك تنمة، وأنها جملة غير منتهية، لأن الأصل قول:

- ولكن بقيت الزربية هي المشهورة.

زيادة على هذا فإننا نحس أن النص غير منسجم و مترابط لغياب أدوات الربط، وعلامات الوقف مثال: في الجملة التالية:

- التي كانت منها الصوف بكمية كبيرة كانت في غاية الجودة ... " فلا نجد ربط ووقف بين الجملة الأولى والثانية، مما يؤدي إلى تداخل الفقرات والجمال وبالتالي تداخل المعلومات.

تحليل الصورة:

الصورة الأولى:



الصورة رقم 2



الصورة رقم 1

نلاحظ من خلال الصورة الأولى، صورة مقربة للمغزل القديم، وهي أداة لصنع الزرابي يدويا من قبل النساء، و الصورة الثانية توضح الشكل النهائي للزربية بصورة مقربة.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي



الصورة رقم 3

توضح الصورة التالية نوعا من أنواع الصناعة الحرفية ألا وهي "التطريز" بصورة مقربة للباس التقليدي لمدينة تلمسان (الكاراكو)، الذي يصنع يدويا بما يسمى بـ "الفتلة" أو "المجبود" على قطعة قماش (القطيفة)..



الصورة رقم 4

توضح الصورة التالية التطريز على سرج الحصان، و الذي يتبين جليا أن أشكال التطريز مختلفة تماما بين الصورتين، كما أن السرج يكون من الجلد أو القماش، وهذا ما يؤكد ثراء وتنوع الحرف التقليدية والصناعية في مدينة تلمسان.

7- 4. مقارنة لنص الحرف التلمسانية من دليل ناجل

أ- النص من دليل ناجل

مقطع من دليل ناجل « Nagel » عن الحرف التلمسانية:

L'artisanat a fait la renommée de Tlemcen, auprès de nombreux petits artisans il existant 18 fabriques de tapis qui exportant annuellement 25000tapis; citons également l'art de la ferronnerie, la dinanderie, la vannerie, la broderie... son folklore est un des mieux conservés d'Algérie [...], le marie en burnous monte sur un cheval également harnaché ...

ب- التعليق على النص

نلاحظ من خلال هذه الفقرة أن للنص طابع قصصي ويحكي عن الحرف الموجودة في

مدينة تلمسان بصفة عامة، وعن الزربية بصفة خاصة كما يحكي المناسبة التي يتم فيها

ارتداء "البرنوس" وهذا الطابع المشوق يشد القارئ والسائح إلى ضرورة التعرف على ثقافة

وحرف هذه المدينة والتعرف عليها من خلال زيارتها.

الخطاتمة

الخاتمة

حاولنا من خلال دراستنا الوصول إلى خلاصة جمعنا فيها أهم النتائج.

- يتضح لنا أن ترجمة الدليل السياحي (نموذج مدينة تلمسان)، لم ينجز من قبل مترجمين متخصصين، بل أنجزه مجموعة من الأشخاص ممن لهم دراية ومعرفة بتاريخ المدينة، حيث تعد الترجمة إلى اللغة العربية في الدلائل السياحية، على قلتها من الروافد السخية على الأمة العربية لما تنتشره بين شعوبها من ثقافة ومعرفة وما تؤديه من دور في التوعية والانفتاح، إذا ما تم انتقاء عناوينها وأساليبها، وتحديد أهدافها مراعاة لطبيعة الرسالة والجمهور المرسل والمتلقي.

- ان عملية الترجمة اجراء يتشابه فيه اللغة بناء على مقومات وخصوصيات الوظيفة اللغوية والدلالية في ميدان ترجمة الدليل السياحي باعتباره نصا متخصصا قوامه المصطلح وهدفه ايسال مفاهيم ومعلومات واقعية، وهذا مرهون بكفاءة المترجم وحنكته اللغوية.

- يشترط أن تحفل الترجمة في هذا المجال باللغة الرصينة، وتوظيف الألفاظ البسيطة الموحية بالدلالات المباشرة، مع مراعاة الربط والتسلسل المنطقي، وترتيب الوحدات اللغوية حسب اللغة الهدف، واستعمال التراكيب البسيطة.

- يجب توظيف الشائع المتعارف عليه من اللغة، والابتعاد عن الأزمنة المركبة.

- اختيار المكافئ الصحيح للمصطلح والكلمة، مع الشرح والتفسير لإزالة الابهام والغموض عند الضرورة.

- مراعاة أساليب الترجمة مع تجنب الترجمة الحرفية، وضرورة مراجعة الترجمة بعد انتاجها قصد التصحيح اللغوي والمطبعي.

- توظيف عنصر التشويق والاهتمام بجمالية الأسلوب والصورة من حيث الزمن والمكان.

الخاتمة

- احترام علامات الوقف و الترقيم حسب طبيعة النص الهدف.

- التنبيه إلى أهمية البحث في هذا المجال لما له من أثر في الرفع من مستوى اللغة العربية، بتوفير المعاهد والمراكز الخاصة، والأدوات والنماذج اللازمة، ووسائل الطباعة الحديثة لزيادة فاعلية الترجمة. فنلمس جودتها في رقي لغتها واتقان دلالاتها وعميق وسرعة أثرها خصوصا أننا ناطقين للغة العربية.

ومن المهم في الختام أن نشير أننا أردنا لهذا البحث أن يكون بمثابة نقطة انطلاق للالتفات إلى هذا الميدان العملي والمقوم الأساسي لحضارة ورواج البلد من خلال الاهتمام به وفتح سبل تطوره وجودته على الصعيد الوطني والعربي.

مسرح

المصطلحات

Tourisme	السياحة
Symétrie linguistique	نسق لغوي
Symétrie d'icone	نسق أيقوني
Orientation touristique	الإرشاد السياحي
Offre touristique	العرض السياحي
Livre de poche	كتاب الجيب
Voyageurs	المسافرين
Visiteurs	الزوار
Unités de textes	الوحدات النصية
Unités de l'espace	وحدات الفضاء
Textes touristiques	النصوص السياحية
Textes techniques	النصوص التقنية
Textes pragmatiques	النصوص التداولية
Symboles	الرموز
Services touristiques	الخدمات السياحية
Explorateurs	المستكشفين
Amateurs	الهواة
Touriste	السائح
Texte source	النص الأصل
Tarif touristique	التسعيرة السياحية
Minaret	المنارة
Marché touristique	السوق السياحية
Guide touristique	الدليل السياحي
Discours touristique	الخطاب السياحي
Publicité	الإشهار
Publicité écrite	الإشهار المكتوب

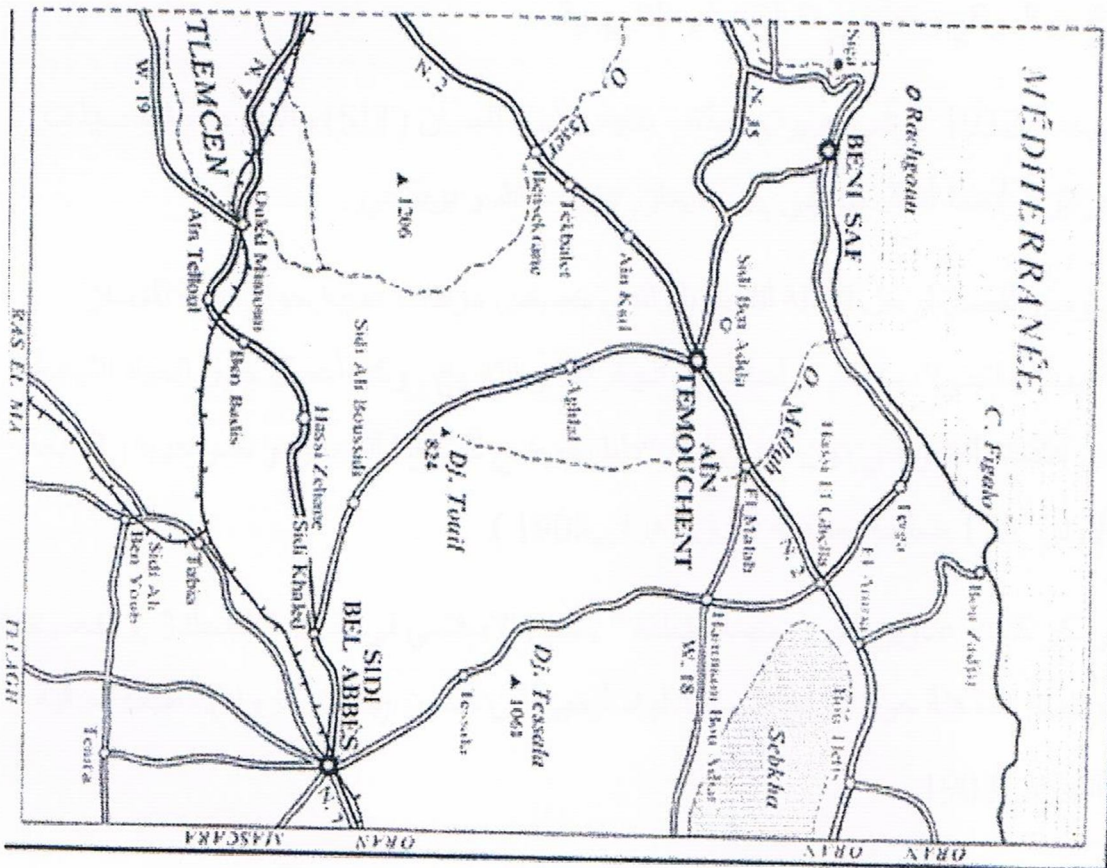
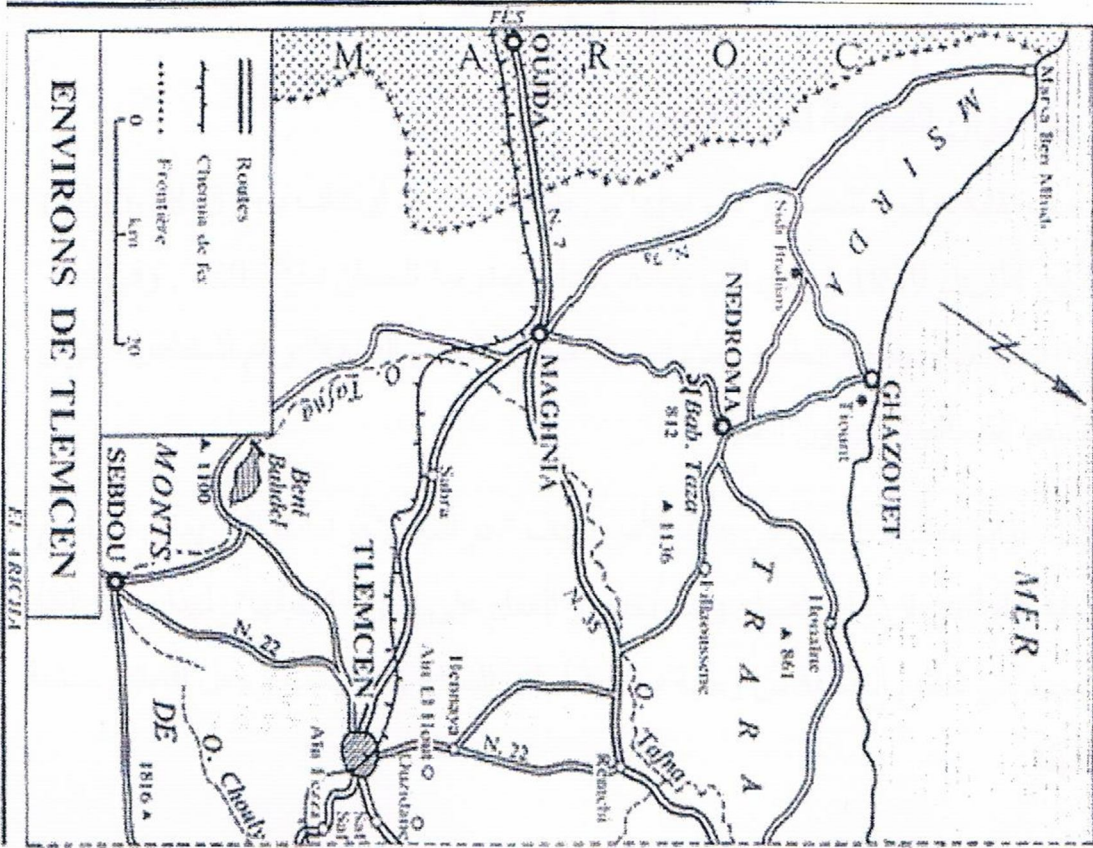
Promotion touristique	الترويج السياحي
Fonction stylistique	الوظيفة الجمالية
Fonction sémantique	الوظيفة الدلالية
Fonction impérative	الوظيفة الإيحائية
Curiosité	الفضول
Culture Arabe	الثقافة العربية
Economie lexicologique	الاقتصاد اللغوي
Eclairage	الإضاءة
Itinéraire	بيان الرحلة
Discours publicitaire	الخطاب الإشهاري
Culture visuelle	الثقافة البصرية
Convaincre	الإقناع
Circuit touristique	جولة سياحية
Approche sémiotique	مقاربة سيميائية
Aperçue pragmatique	نظرة تداولية
Emetteur	مرسل
Récepteur	متلقي
Message	رسالة
Marketing touristique	تسويق سياحي

الملاحق

الملاحق

لقد ارتأينا أن نرافق عملنا هذا بستة ملاحق، رصدنا في الأول خريطتين لمدينة تلمسان (وسط وضواحي المدينة)، أما الملحق الثاني فقد قمنا فيه بالتعريف بتاريخ الديوان السياحي لمدينة تلمسان متبوعا بالملحق الثالث الذي يبين دور وأهداف الديوان السياحي. في حين ضم الملحق الرابع صور لأغلفة بعض الدلائل المذكورة في الجانب النظري، بالإضافة إلى الملحق الخامس الذي يتضمن قائمة بما يجب فعله وتجنبه أثناء الإقامة بالجزائر.

زيادة على الملحق السادس الذي يحتوي على رموز متفق عليها تستعمل في مجموعة الدلائل الزرقاء، ومعلومات عملية حول الأسعار والمطاعم وغيرها من أجوبة الأسئلة التي يطرحها السائح على نفسه أثناء مدة إقامته.



تاريخ ديوان السياحة لمدينة تلمسان

تأسست نقابة مبادرة تلمسان وضواحيها من طرف " ألفريد أوكتاف بل " (1873-1945) بتاريخ 4 أفريل 1919 والذي لقب بأستاذ الآداب بمدرسة تلمسان سنة 1899، وفي سنة 1936 تم انشاء جمعية العلماء تحت اسم "أصدقاء تلمسان القديمة" وهم أشخاص محبوبون لبلادهم فقد كانوا يسيرون النقابة.

أنشئت نقابة مبادرة تلمسان في بداية الأمر بهدف "دراسة الاجراءات التي يمكن أن ترفع بصفة عامة من ازدهار تلمسان وضواحيها والعمل على متابعة تحقيقها"، لهذا سعت النقابة وبجهد الى تنظيم المنطقة من وجهة سياحية لجلب السياح والأجانب وجعل اقامتهم ممتعة وسهلة.

حيث وضعت ثروات البلاد من تضاريس وغيرها خدمة لتجارة الصناعة والزراعة وكذلك التثمين المواقع والأضرحة الثقافية والتاريخية.

في سنة 1932، ترأس ج. بوتى مكتب نقابة مبادرة تلمسان (SIT) والذي ضم شخصيات جزائرية أيضا أمثال شريفي بن سليمان بن عبد الله وبريكسي.

ويرجع الفضل لرجل الثقافة ألفريد بل الذي خصص مؤلفات عديدة حول مدينة تلمسان "مدينته بالتبني" ما أقام دراسات في الجغرافيا والتاريخ، وكذا أعمال حول الحياة الثقافية من عادات الضواحي دون نسيان أول "دليل موضح للسائح" لتلمسان وضواحيها (الطبعة الاولى، 170 صفحة، مطبعة الفوق وهران، 1908) ونذكر كذلك عناوين أخرى مهمة متعلقة " بالدين الاسلامي في البربر" المجلد 3، وخصوصا ترجمته المذهلة حول تاريخ بني عبد الواد ليحيى ابن خلدون (بغيات الرواد) مطبعة شرقية، الجزائر 1903.

وفي غد الاستقلال تابعت نقابة مبادرة تلمسان نشاطها وحثها للسائح عن المنطقة بمتابعة من الموظف "مردجي حسين" والذي أمن الرئاسة حتى سنة 1969 بعد الرئيس السابق "محيي الدين" مدير وكالة "Air France" بتلمسان ثم استبدل في تلك الفترة بالسيد " لبلاخ محمد" الذي كان يملك وكالة سفر.

المناقق

وتم اتباع هذه الرئاسة من طرف الصحفي "الحصار بن علي" الذي عقب الفقيد الدكتور "قوار عبد الكريم" الذي رأس النقابة لفترة طويلة والذي كان له شرف تغيير تسمية نقابة مبادرة تلمسان الى "ديوان السياحة" بموجب قرار رقم 85-15 بتاريخ 26-01-1985. ثم انتخب الدكتور "مسلي عبد اللطيف" كرئيس الديوان السياحة بتلمسان حتى يومنا هذا والذي كان نائب الرئيس (1).

¹- Voir : Histoire de l'office de tourisme de Tlemcen Ex Syndicat d'initiative de Tlemcen (SIT) par le docteur A.MESLI

الملحق رقم 03

دور وأهداف ديوان السياحة وتطورها

- الدور الرئيسي للديوان هو ترقية السياحة وتطويرها
- المساعدة والتعاون مع السياح الزائرين للمنطقة التي تزخر بثروات طبيعية وتاريخية.
- اعلام واخبار الزوار الوطنيين والأجانب بكل الوسائل الملائمة لتأمين الإقامة والاستضافة الممتعة وانطلاقاً من توجيهات الديوان السياحي الموجود في وسط المدينة قرب قلعة المشور.
- تنظيم زيارات وجولات موجهة (بإرشاد دليل سياحي) بهدف التعريف بالأضرحه والمواقع الأثرية والتاريخية.
- كما يضع الديوان أيضاً تحت تصرف السياح وثائق سياحية من (دلائل مطويات ملصقات، أفلام) وحافلات صغيرة ومواقع الكترونية (انترنت)، بالإضافة الى اقامة مؤتمرات وسهرات غنائية معارض منظمة على مستوى المركز ولوحات للتعريف أكثر بالمعالم الرئيسية هذا من جهة من جهة أخرى يشارك الديوان في نشاطات فنية و ثقافية للمدينة ويشجع التبادلات الوطنية و الأجنبية.
- فضلاً عن ذلك، سيبادر الديوان بإقامة حلقات سياحية مدرسية مع مطويات مناسبة، دون أن ننسى تعلق أعضاء الديوان بالحفاظ على الحرف والمطبخ التقليدي والقيم الموثوقة للعادات والموسيقى الأندلسية (الحوزي) الفلكلور المحلي وكل ما يتعلق بالتراث الغير مادي.
- ولتحقيق كل هذه النشاطات، فان الديوان يراعى العلاقات القانونية مع السلطات المحلية ومختلف الجمعيات للمناطق المجاورة للمشاركة جميعاً في التظاهرات واللقاءات

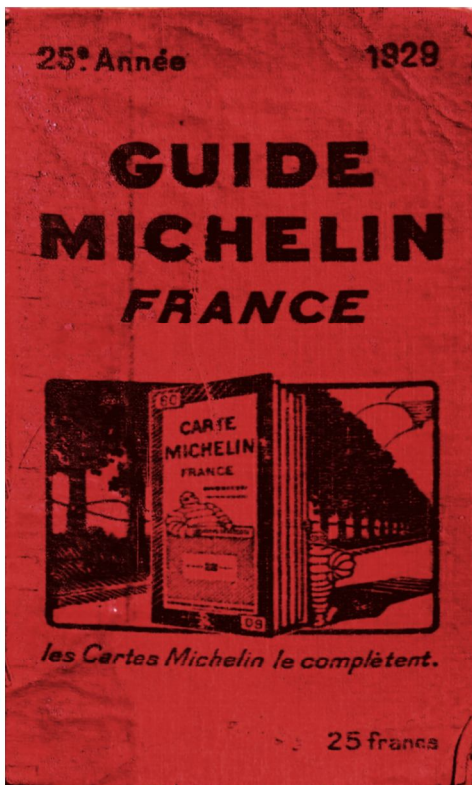
المحلية الاقليمية والوطنية المتعلقة بهدف واحد وهو انشاء قطب جذاب مخصص للسياح الوطنيين والأجانب وتحسين صورة البلد (1).

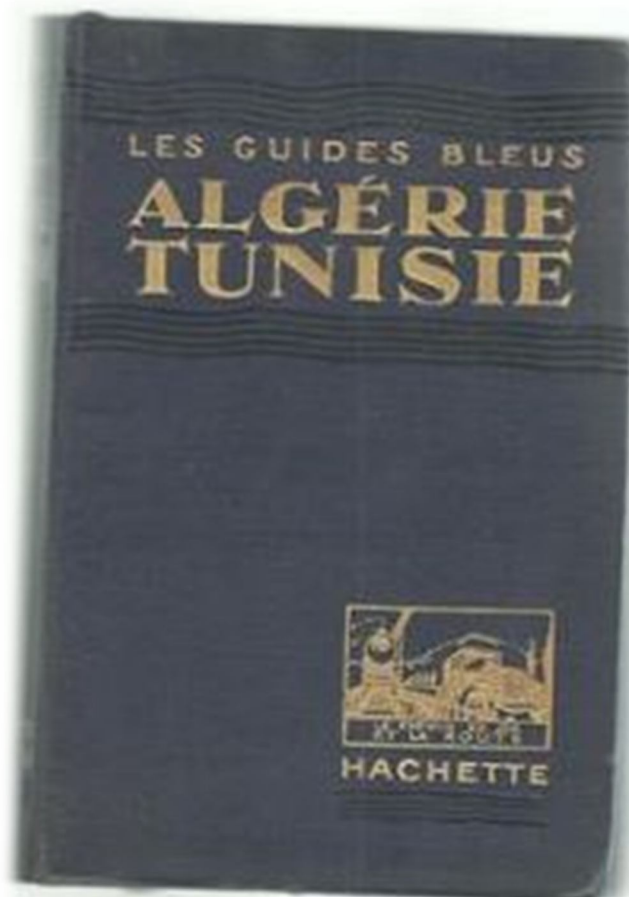
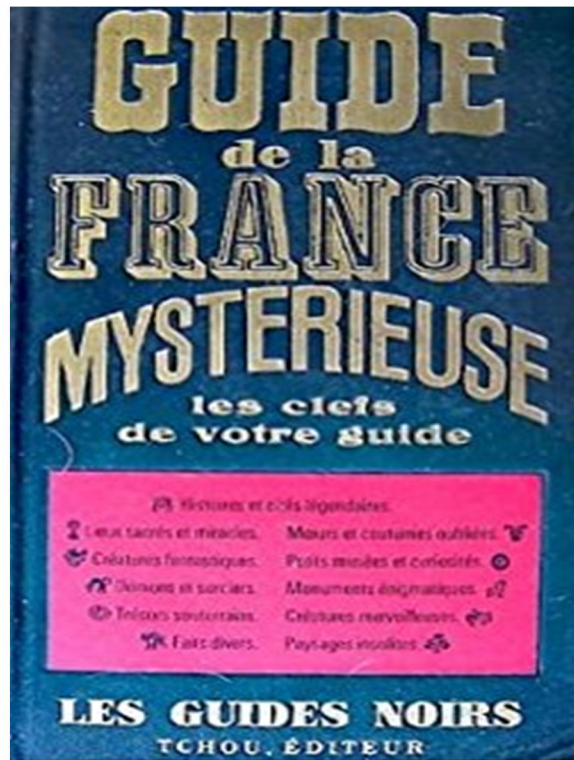
وبهذا أصبحت تلمسان وجهة سياحية بامتياز لعدد كبير من السياح الوطنيين والأجانب خلال السنوات الأخيرة، خصوصا مع " تظاهرة تلمسان عاصمة الثقافة الاسلامية 2011 " لجوهرة المغرب العربي باكتساح بعد سيحي تسهم فيه أيضا عراقة تاريخها ومعالمها الأثرية العديدة والتي تبقى شاهدة على العصور القديمة والتي تشكل عامل جذب سياحي آخر، فضلا عن مواقعها الطبيعية والثقافية المتميزة بجمال خلاب.

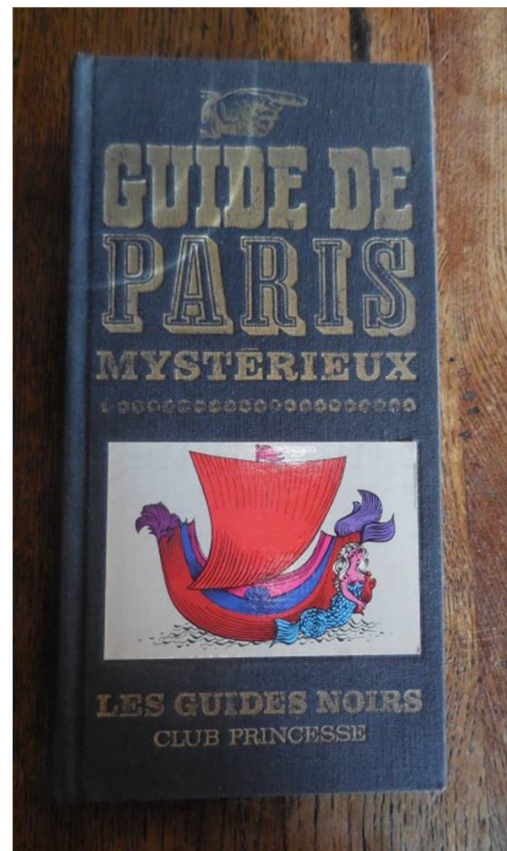
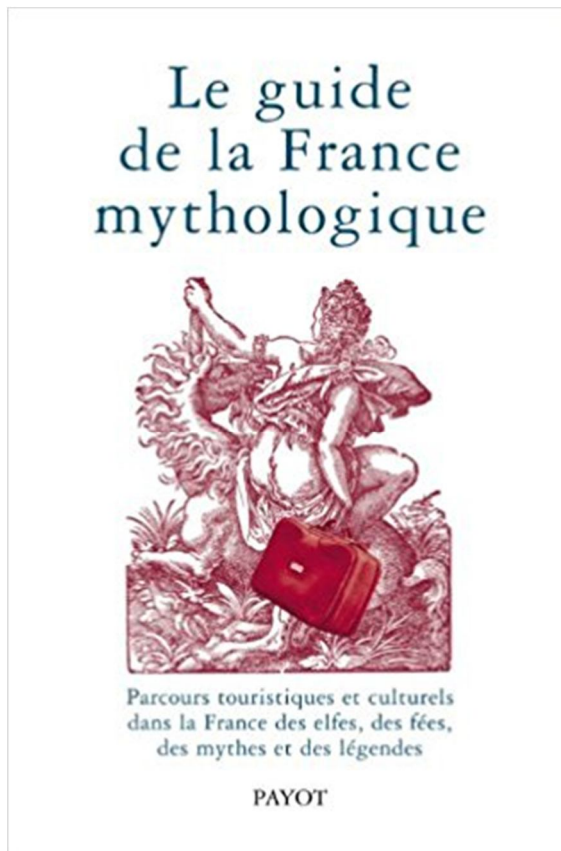
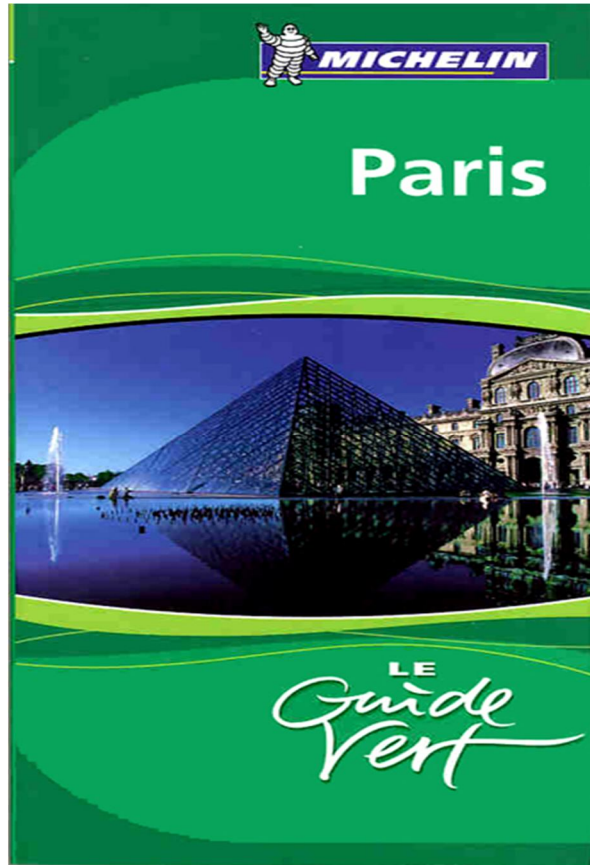
1- Voir Direction du Tourisme et de l'Artisanat . et Guide Touristique de Tlemcen Edition 2012.
Imprimerie le PRESTIGE -

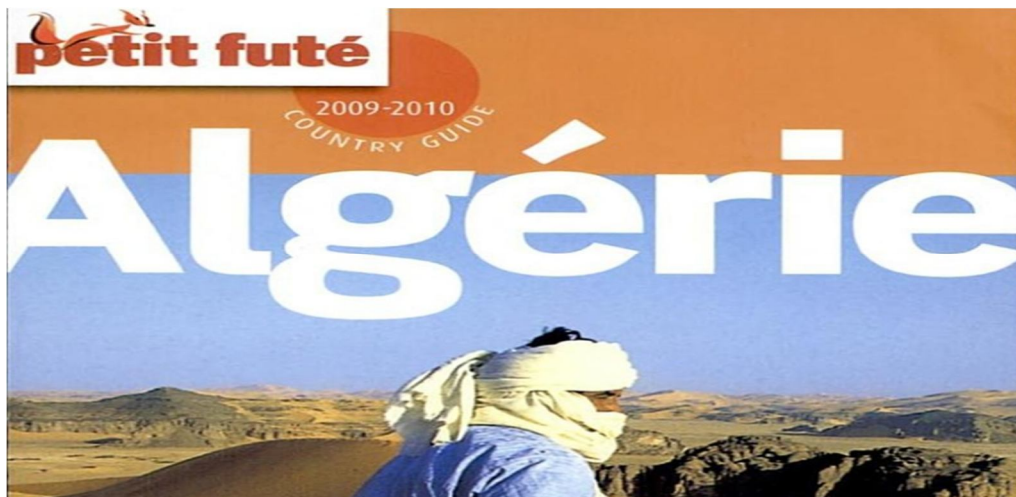
الملاحق

الملحق رقم 04









Faire / Ne pas faire

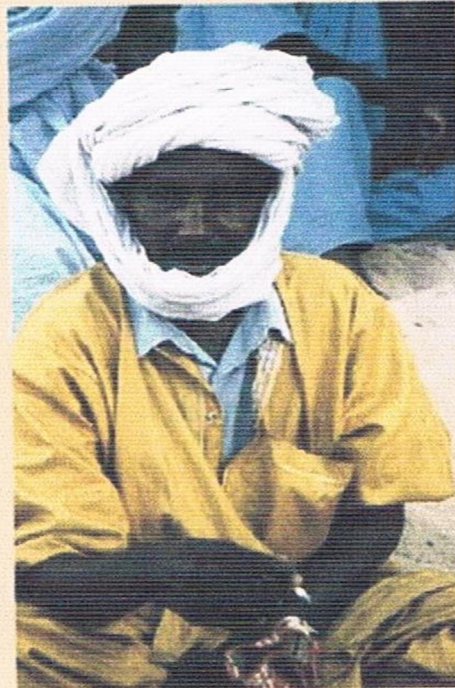
Respecter les usages locaux, c'est faire preuve d'une courtoisie élémentaire envers un pays accueillant. Pour éviter situations embarrassantes et malentendus, conformez-vous aux usages. Voici quelques règles essentielles :

- ▶ **Vouvoyez** vos interlocuteurs, même lorsqu'ils vous tutoient : le vouvoiement n'existe pas en arabe, mais nul n'ignore qu'il est de mise en France.
- ▶ **Essayez de ne pas refuser** un deuxième ou un troisième verre de thé à la menthe lorsqu'ils vous sont offerts : ce serait incorrect. Si vous n'en voulez vraiment pas, prétextez un estomac fragile ou ne le buvez pas.
- ▶ **Répondez** à toutes les questions qui vous sembleront peut-être indiscrettes (sur votre salaire, le prix de votre caméra, l'âge de vos enfants, le prénom de votre femme...), c'est un signe de politesse et d'amitié en Algérie.
- ▶ **Évitez** de porter des tenues trop décontractées dans la rue (shorts, jupes très courtes, décolletés profonds, etc.). Autant ne pas se faire trop remarquer...
- ▶ **Lors d'une invitation** à partager un repas ou juste le thé en famille, déchaussez-vous à l'entrée de la pièce principale ou avant de fouler le tapis. Au début du repas, vous pouvez lancer un *bismillah* (« au nom de Dieu »). Si le plat est commun, servez-vous de la main droite dans le plat puis mangez en tenant les aliments avec trois doigts. Ne gâchez pas le pain et essayez de manger tout le morceau de viande, y compris les parties les plus grasses. En règle générale, observez ceux qui vous entourent ; à vous de sentir quand et comment il convient d'agir, sinon comportez-vous à l'européenne.
- ▶ **Évitez** de boire, de manger et de fumer en public dans la journée pendant la période du ramadan. Les femmes éviteront de fumer ostensiblement en public, toute l'année...
- ▶ **Vérifiez** avant de pénétrer dans un lieu saint ou de prière que vous y êtes autorisé. Si c'est le cas, déchaussez-vous dès que nécessaire.
- ▶ **Quand vous prenez une photo**, sollicitez d'abord l'autorisation du sujet avec un sourire. En général, on ne vous fera aucune difficulté mais si la personne refuse, n'insistez pas.

▶ **La notion de priorité** n'ayant pas ou peu cours dans les grandes villes, ne faites pas de scandale lorsqu'on vous passe abusivement sous le nez dans une file d'attente alors que vous venez de patienter vingt-cinq minutes parce qu'il peut également arriver qu'on vous invite à passer devant !

▶ **L'Algérie vit au rythme lent du soleil** depuis des millénaires ; tenez-en compte dans vos rapports avec les gens ainsi que dans l'élaboration d'un programme d'activités. Inutile de revendiquer un quelconque droit au service rapide, ce n'est pas dans les habitudes du pays. Laissez le stress à la descente de l'avion mais respectez l'heure de vos rendez-vous !

▶ **L'Algérie étant tout de même moins autoritairement tenue** que ses voisins, on peut parler librement d'histoire et de politique et vous ne serez en général pas les plus virulents ! Il suffit de lire les titres des journaux pour s'en rendre compte. Évitez seulement d'aborder le sujet religieux ou de remettre en cause l'existence de Dieu avec des gens que vous connaissez peu, la discussion peut devenir pénible et sans fin... Un conseil : abordez sur la pointe des pieds, si vous y tenez vraiment, toute discussion religieuse.



الملحق رقم 06

Signes conventionnels touristiques et hôteliers

Les signes conventionnels ci-dessous sont utilisés dans l'ensemble des Guides Bleus pour les renseignements touristiques et hôteliers ; ils ne figurent donc pas tous nécessairement dans cet ouvrage.

- | | |
|--|---------------------------------|
| ↑ Indicateur téléphonique. | ✕ Restaurant. |
| ☒ Code postal, poste et télécommunications. | * Cuisine remarquable. |
| 🏠 Office du Tourisme, informations touristiques. | 🔥 Chauffage central. |
| ✈️ Aéroports, compagnies aériennes. | ❄️ Air climatisé. |
| ⚓ Ports, compagnies maritimes. | 🛗 Ascenseur. |
| 🚉 Gares, réservation et renseignements. | 🚿 Salle de bains ou douche. |
| 🚊 Tramways, trolleybus. | ☎️ Téléphone dans les chambres. |
| 🚌 Autobus. | 📺 Télévision dans les chambres. |
| ➡ Renseignements concernant l'automobile : location, taxis, garages. | 🚗 Service d'autocar privé. |
| ⛺ Camping, caravanning. | 🌳 Jardin. |
| 🏠 Classification des hôtels | 🌳 Parc. |
| 🌟🌟🌟 Grand luxe | 🏊 Piscine. |
| 🌟🌟🌟 luxe | 🏖️ Plage privée ou publique. |
| 🌟🌟 très confortable | 🎾 Tennis. |
| 🌟🌟 confortable | ⛳ Golf 9 trous. |
| 🌟 simple | ⛳ Golf 18 trous. |
| ↑ Téléphone de l'établissement. | 🐎 Equitation. |
| | 🚗 Garage de l'hôtel. |
| | 🅇 Parking. |

Renseignements pratiques

Prix des hôtels : Les tarifs hôteliers sont restés assez stables ces dernières années en Algérie. Sans pouvoir évidemment assurer qu'il en sera toujours ainsi, indiquons quelques prix pratiques en 1985, par les hôtels modernes. Dans l'ensemble du pays, au Sahara comme dans les montagnes du N., une chambre double avec petit déjeuner revient à environ 120 DA. Dans les stations balnéaires, en saison d'été, ce prix passe à environ 150 DA. Les hôtels urbains sont plus chers : de 170 à 200 DA la chambre double, sans petit déjeuner. Dans les villes d'Annaba, Oran et Alger, il faudra compter de 340 à ... 1 200 DA dans les meilleurs hôtels. Les chambres pour une personne ne sont que de 10 à 20 % moins chères.

A noter que le signe ☒ ne garantit nullement la présence d'eau dans cette piscine, surtout en été...

Prix des repas : A midi, il est souvent bien sympathique de déjeuner dans un petit restaurant populaire, une « gargote », pour une vingtaine de DA. Les « vrais » restaurants — où la cuisine n'est pas forcément meilleure — pratiquent des prix évidemment plus élevés : de 60 à 80 DA un repas moyen ; c'est également le prix pour un repas dans un hôtel correct.

Quelques rares établissements proposent des repas plus élaborés, avec spécialités algériennes ou bons produits de la mer ; la dépense sera à la hauteur : de 200 à 250 DA. Ces prix n'incluent pas la boisson : comptez en général 5 DA pour une bouteille d'eau minérale, 10 DA pour une bière, 40 à 60 DA pour une bouteille de vin ; un apéritif coûte, dans les hôtels standard, environ 15 DA à 25 DA. Prix relevés en 1985. Concernant la restauration, nous avons accordé à certains établissements une *. Que l'on ne s'attende pas cependant à une cuisine très remarquable : nous avons voulu signaler des restaurants où la cuisine est simplement soignée et où sont proposés des plats sortant de l'ordinaire. Seuls quelques restaurants en Algérie se distinguent par une cuisine de haut niveau. On ne confondra donc pas l'étoile accordée à un établissement modeste avec celle attribuée, aux restaurants 🌟🌟 d'Alger ou d'Oran.



قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع باللغة العربية

أ. الكتب:

- أبرير بشير الصورة في الخطاب الاعلامي وملتقى دولي الخامس (السيمياء والنص الأدبي)، جامعة عنابة.
- أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر ومدينة الاسكندرية، مصر، 2008.
- الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، تخصص تسويق سياحي، 282 سفر والمملكة العربية السعودية.
- الطائي الصميد العلاق، الأسس العلمية للتسويق الحديثة واليازوري للنشر، عمان، 2007.
- الطائي حميد، مخطط الخدمات المؤثرة في اشباع حاجات ورغبات السائح والتسويق السياحي، دار الوراق للنشر والتوزيع، 2004 .
- المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني وسفر وسياحة والمملكة العربية السعودية د. ت، د ط.
- بشير العلاق محمد وعلي رباعية الترويج والاعلان، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2007.
- توفيق ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران، ص 997.
- حسن حنفي، عالم الأشياء أم عالم الصور ومجلة الفصول، عدد 62، سنة، 2003.
- تلاش الجيلالي، مدخل إلى اللسانيات التداولية ترجمة محمد يحياتن وديوان المطبوعات الجامعية، 1986.
- عزيزة خرازي الترجمة اشكالاتها المحور: الترجمة والتعليم والبحث العلمي ومؤسسة الحوار المتمدن، العدد 2369، 2008.
- محمد الماكري، الشكل والخطاب ومدخل لتحليل ظاهراتي والمركز الثقافي العربي بيروت، الطبعة 01، 1991.

قائمة المصادر والمراجع

- مروان أبو رحمة، تسويق الخدمات السياحية ودار البركة للنشر والتوزيع وعمان، 2001، الطبعة 1.
- د. مسعود صحراوي، التداولية عند العرب، دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي دار الطليعة بيروت، 2005.
- مفرح محمد القحطاني وآخرون والسياحة والأسس والمناهج، دراسة تطبيقية علي عسير، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، 1461.
- ميجان الرويلي وسعد البازغي ودليل الناقد الأدبي المركز الثقافي العربي والدار البيضاء، 2009 ، الطبعة 02.
- نزار البرواري البنزرنجي، استراتيجية التسويق دار وائل للنسخ، عمان، 2000، الطبعة 01.
- نعمان بوقرة، المدارس اللسانية المعاصرة، مكتبة الآداب القاهرة، مصر، 2004، الطبعة 01.

ب. المجلات والمقالات:

- أبرير بشير، التحليل السيميائي للخطاب الإشهاري، دراسة تفاعل أنظمة العلامات وبلاغة الاقناع، مجلة الرافد العدد 311، 2005.
- ابرير بشير، الصورة في الخطاب الإعلامي ملتقى دولي الخامس (السيمياء والنص الأدبي)، جامعة عنابة.
- جميل الحمدوي، سيميائية الصورة الاشهارية مجلة علامات العدد 33، المغرب، 12 نوفمبر، 2010.
- حسن حنفي، عالم الأشياء أم عالم الصور مجلة الفصول، عدد 62، سنة 2003.
- د. بدر الدين عبد الله العكاش، براغماتية الترجمة، المجلة الثقافية العدد 836، 2011-2012.
- سالم حميد سالم سلوك السائح ودوره في تحديد النمط السياحي مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 13، العدد 48، 2007.
- سحالية عبد الحكيم، التداولية، مجلة الخبر العدد الخامس، مارس 2009.

قائمة المصادر والمراجع

- سعيد بن كراد، الصورة الاشهارية المرجعية والجمالية والمدلول الأيديولوجي، مجلة الفكر العربي المعاصر، العدد 13.
- عبد العالي بوظيف، آليات الخطاب الإشهاري، مجلة علامات في النقد، المجلد 13، الجزء 49، نادي جدة الأدبي المملكة العربية السعودية، سنة 2003.
- عبد المجيد نوسي، الخطاب الاشهاري مكوناته وآليات استقباله، مجلة الفكر العربي المعاصر، العدد 84-85، مركز الإنماء القومي.
- عصام نور الدين والاعلان تأثيره في اللغة العربية مجلة الفكر العربي، العدد 92، 1998.
- عمر كوش، الصورة الاشهارية مقال الجزيرة والمركز العربي الثقافي الدار البيضاء، بيروت، الطبعة 01، 2009.
- عمراني مصطفى، الخطاب بين التقرير والإيحاء والخطاب الإشهاري، مجلة فكر ونقد، العدد 34، 2000.
- محمد البكاي، التداولية التواصلية ومنطق الخطاب عند يورغن هابرماس، صحيفة الحريات، 2014.
- محمد الولي، بلاغة الاشهار، مجلة علامات، العدد 18، 2002.
- مراد عبد الرحمن مبروك، أثر التقنيات المعلوماتية في اللسانيات النص الأدبي (النص النفعي خاصة) المجلة الغربية للعلوم الإنسانية، العدد 6، أبريل 1967.
- نجلاء الزامل سلوك المستهلك، جريدة الرياض، العدد 13839، ماي 2006.

ج. مواقع الانترنت:

- <http://oujda - portail .net /ma/discours-publicitaire-arabe-version>
- lab.univ.biskra.dz/lla/images/pdf/sem5/ibrir/pdf
- www.ummt0.dz/labopla/site.nassimnabi.pageid
- www.Mohadrabelan.com/viewwifes.aspx
- http://fr.m.wikipedia.org/wiki/guide_touristique

قائمة المصادر والمراجع باللغة الفرنسية

- Adam Jean-Michel "Types de textes ou genres de discours? Comment classer les textes qui disent et comment faire?". Langages, vol 35, n°14 ,Paris 2001.
- Anieska Anna, noms propres la tradition Française des textes touristique sur Cracovie, université Jagellon ne de synergies Pologne, n°10- 2013, p8.
- Barbey, Adélaïde, Le guide Bleus Grande-Bretagne, quatrièmes de couverture, Paris, Hachette, 1994, p10.
- Boyer Marc, Histoire générale du tourisme du XVI siècle au XXI siècle, paris, Le Harmattan, 2005.
- Caradec, François & Masson, Jean-Robert Guide de Paris Mystérieux édition Tchou, Paris ,1984.
- Chloe Fayollas, La metropole touristique Parisienne, lieux et pratique de rencontre entre touristes et habitants, Université Paris, Panthéon, Sorbonne, déc2011.
- Cury et Jumpelt, La qualité en matière de traduction, actes du 3ème congrès de la fédération initiation des traducteurs FIT Bad Godesberg, 1959.
- Daniel Gille, La traduction – La comprendre, L'apprendre, Paris, Presses universitaire de France ,2005.
- Eco Umberto, Dire presque la même chose expériences de traduction, Paris, Garnet, 2007.
- Edem Kwasi Bakah, Analyse du discours Oral des guides touristiques et du discours écrit des guides de voyage : Régularités discursives et perspectives didactiques, Université de Strasbourg, 24 juin 2010.
- -Gryspeerdt, Axel, Le guide de voyage parfait indicateur de l'évolution éditoriale? In guide des Médias, supplément 19, 1994, Guide Bleu, imprimé en France par imprimeur hérissé Evereux N°1 249, collection N°1 édition N°2- 1986,

- Guide de paris Mystérieux, 1984.
- Guide Nagel encyclopédie de voyage, imprimé en suisse 2ème édition, 1973, et Guide Bleu, imprimé en France par imprimeur hérissé Evereux N°1 249, collection N°1 édition N°2- 1986.
- Hécate Vergopoulos, Tourisme et curiosités : Approche communicationnelle du légendaire dans les guides de voyage imprimés, université du Québec à Montréal le 29 Novembre 2010.
- Jean Delisle, L'analyse du discours comme méthode de traduction initiation à la traduction Française de textes pragmatique Anglais théorie et pratique, Ottawa, édition de l'université d'Ottawa ,1980.
- Jean René Admiral, Traduire Théorèmes pour la traduction, Paris 1979.
- Kelly D "The translation of texts from the tourist sector: textual conventions, cultural distance and other constraints, n°2 ,1997.
- Laurent Legarde, Le traducteur professionnel face aux textes technique et à la recherche documentaire, Université de Paris, Sorbonne le 10 Septembre 2005.
- Lazato Giotarty J.P et Balfe Michel, Management Du Tourisme, Pearson éducation France. Paris 2007, p 71.
- Le guide de petit futé Algérie 5 ème Edition 2012-2011 imprimé en France par groupe Corlet imprimeur 14110 condé-sur noireau nouvelle édition de l'université Dominic Auzias.
- Le guide touristique, Wikipédia, http://fr.m.wikipedia.org/wiki/guide_touristique, consulté le 18 janvier 2014.
- Mathilde Julie Vivia Fantanet, La traduction technique, Genève, Suisse.
- Moirande, Sophie «Le même et l'autre dans les guides de voyage au XXIe siècle», LA communication touristique, Paris : Le harmattan, 2004.

- Prud'homme, Sandrine, Le tourisme et l'étranger : images, visages et usages du guide, mémoire de thèse, université de Versailles Saint Quentin- en – Yvelines, 2005,
- Rachid Amirou, Imaginaire touristique et sociabilités du voyage, Paris, presses universitaires de France 1995.
- Ronecker Jean-Paul Sites Mystérieux et Légendes de nos provinces Françaises, édition Trajectoire ,2006 p140.
- Guide Nagel encyclopédie de voyage, imprimé en suisse 2eme édition, 1973.
- Sergeant Bernard, Le guide de la France Mythologique, Paris, Payot ,2007.
- Stanton, Williams, Fundamental of marketing, MC, crow Itil Inc., Auckland 6th edition, 1981.
- Urbain Jean Didier, l'Idiot du voyage, Histoire de touristes, Payot, Paris, Rivages, 2002.
- Vinay et Darbelnet, Stylistique comparé du Français et de l'Anglais, Paris 1960.
- Yourgen Habermas, Logique des sciences sociales, Paris PUF, Ed, 197.

الفهرس

الصفحة	الموضوع
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الدليل السياحي ودوره في الترويج السياحي
01	1. تعريف الدليل السياحي.....
05	2. أنواع الدليل السياحي
12	3. دور الرموز في الدليل السياحي
17	4. التسويق والترويج السياحي
19	5. مكونات العرض السياحي
21	6. تعريف الترويج السياحي
23	7. خصائص الإعلان والإشهار السياحي.....
24	8. أدوات التنشيط السياحي
25	9. دور التسعير السياحي
26	10. دور السائح
	الفصل الثاني: السياحة والترجمة
30	1. علاقة الترجمة بالسياحة
35	2. النظرة التداولية للنصوص السياحية
38	3. علاقة السياحة بالإشهار
42	4. المقاربة السيمائية للخطاب الإشهاري (السياحي)
44	5. علاقة الصورة بثقافة الخطاب السياحي
45	6. دور الألوان ودلالاتها
47	7. دور الإضاءة
47	8. مفهوم السياحة
48	9. أنواع السياحة
	الفصل الثالث: الجانب التطبيقي
53	النص الأول: تلمسان من أعلى هضبة لالاستي (النص الأصل والهدف)
57	النص الثاني: منصور (النص الأصل والهدف)

الفهرس

66	النص الثالث: لالا ستي (النص الأصل والهدف)
69	النص الرابع: سيدي بومدين (النص الأصل والهدف)
76	النص الخامس: المشور (النص الأصل والهدف)
85	النص السادس: الجامع الكبير (النص الأصل والهدف)
93	النص السابع: الصناعة الحرفية (النص الأصل والهدف)
101	الخاتمة
103	مسرد المصطلحات
105	الملاحق
118	قائمة المصادر والمراجع
124	الفهرس

ملخص:

هذه الدراسة جزء من عمل بحثنا حول نوع معين في الترجمة يستهدف المسافرين / القراء للتعرف على الدليل السياحي (دليل السفر) الذي يمكن تعريفه على أنه تقنية يعرض النص الذي يصف الأماكن من خلال الصور، وسوف يغطي عمليات الترجمة المختلفة التي تجعل من الممكن إنشاء دليل سياحي والحفاظ على الرسالة، مع احترام ثقافة وأساليب لغات من الأصل الى الهدف.

تقدم هذه الدراسة منظورات ونصائح للمساعدة في رفع الحجاب عن بعض جوانب ترجمة المرشدين السياحيين، وإعطاء زخم جديد للبحث من خلال مساعدة الطلاب الذين يرغبون في التخصص في هذا المجال، لتسليط الضوء على موقف وتأثير البلد في جميع قطاعات العالم من خلال الترجمة التي تحقق حقيقة التواصل وتبادل المعرفة والثقافات.

الكلمات المفتاحية: الدليل السياحي – المسافرين – ترجمة المرشدين السياحيين.

Résumé:

La présente étude s'inscrit dans le cadre d'un travail de recherche sur un genre précis en traduction celui-ci s'adresse aux voyageurs /lecteurs à savoir le guide touristique (guide de voyage) qui peut être défini comme étant une technique qui affiche un texte décrivant des lieux à travers des photos, Il portera sur les différents procédés de traduction qui permettent de réaliser un guide touristique et de préserver le message, en respectant la culture et la stylistique des langues de départ et d'arrivée.

Cette étude propose des perspectives et des conseils à suivre pour permettre de lever le voile sur certains aspects de la traduction des guides touristiques, et donnent un nouvel élan à la recherche en aidant les étudiants qui veulent se spécialiser dans ce domaine, et pour mettre en avant la position et l'influence du pays dans tous les secteurs mondiales par le moyen de la traduction qui réalise le fait de la communication et l'échange des connaissances et de cultures.

Mots clés: le guide touristique – voyageurs – la traduction des guides touristique .

Abstract:

This study is part of a research work on a specific genre in translation that is aimed at travelers / readers to know the tourist guide (travel guide) which can be defined as a technique that displays a text describing places through photos, It will cover the different translation processes that make it possible to create a tourist guide and preserve the message, while respecting the culture and the stylistics of the languages of departure and arrival.

this study offers perspectives and tips to help lift the veil on some aspects of translation of tourists guides, and give new impetus to research by helping students who want to specialize in this field, and to highlight the position and influence of the country in all world sectors through the translation that achieves the fact of communication and the exchange of knowledge and cultures.

Key Words: the tourist guide – travelers – translation of tourists guides.