

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة أبو بكر بلقايد- تلمسان -

كلية الاداب و اللغات

قسم الإنجليزية

شعبة الترجمة

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الترجمة

تخصص تعليمية اللغات والمصطلحاتية

## ترجمة مصطلحات وسم المنتجات إلى العربية في الجزائر

تحت إشراف:

أ.د. سرير إلهام

تقديم:

وجدي دمرجي محمد سفيان

لجنة المناقشة

أ.د/ دراقى الزبير	أستاذ التعليم العالي	جامعة تلمسان	رئيسا
أ.د/ سرير إلهام	أستاذ التعليم العالي	جامعة تلمسان	مشرفا
أ.د/ قبايلي عمر	أستاذ محاضر "أ"	جامعة تلمسان	مناقشا
د/ بن منصور عبد الله	أستاذ محاضر "أ"	جامعة تلمسان	مناقشا خبير

2014-2013

# شكر و تقدير

بسم الله الرحمن الرحيم و الصلاة و السلام على سيد الخلق محمد الأمين الذي نوه بالعلم  
والمعرفة و بعد،

في بداية المقام، فإنه يطيب لي أن أتقدم بالشكر الجزيل لأستاذتي الفاضلة المشرفة،  
أستاذة التعليم العالي الدكتورة إلهام سرير على متابعتها الدؤوبة لجميع مراحل إنجاز هذا  
العمل البحثي .

كما أتقدم بالشكر و التقدير لأستاذي، أستاذ التعليم العالي الدكتور دراقى زبير الذي قدم لي  
النصح والإرشاد في البدايات الصعبة لإعداد خطة البحث في هذه الدراسة الجامعية.

أودّ من خلال هذه العبارات، أيضاً، أن أوجّه الشكر و الإمتنان لكلّ أساتذتي في قسم  
الترجمة الكرام.

إلى كلّ من وقف إلى جانبي في إنجاز هذا العمل البحثي.

كلّ الشكر و العرفان موصول، كذلك، إلى الأساتذة الأفاضل في لجنة المناقشة العلنية على  
توجيهاتهم القيّمة.

المقدمة

تعتبر اللغة وسيلة ضرورية للعمل، حيث يظهر جلياً للعيان وجود تفاعل بين النجاح الإقتصادي التجاري لأيّ منتج معدّ للبيع و العامل اللغوي المستعمل للتدليل عليه و التعريف به في الأسواق.

حاليا و نحن في زمن العولمة و الإقتصاد الحرّ، فإنّ التنافس شديد للغاية و بالتالي فمن بين الوسائل الفاعلة للتعريف بالمنتج هو الوسم التجاري الذي يلازمه إلى غاية إتمام عملية البيع، فقد فهم ذلك المتعاملون الإقتصاديون المحنكون هذا الأسلوب المستحدث و أصبحت عملية الوسم تستدعي عندهم إهتماما و إتقانا كبيرين. فقد إستعملت كافة الوسائل و التقنيات لبلوغ الغرض المطلوب و هي آلية تشتمل على نوعية التعليب والألوان والإشهار و العلامات المطبعية المميّزة والمعلومات الترويجية و الدقة و اللغات المستعملة... إلخ و كلّ شيء من شأنه أن يؤثر على تثمين المنتج و رفع قيمته و بالتالي ضمان تسويقه بسهولة.

لم يعد المستهلك يكتفي، إذن، بالوسم التجاري القاعدي و المختصر و التقليدي الموضوع بصفة سريعة وبطريقة عشوائية على مختلف المنتجات المعلّبة و المعبّأة حيث باتت هذه الممارسات للقادمين الجدد في عالم الإنتاج المحلي آيلة إلى الزوال، ليس فقط، لأنّ طموح المنتجين هو التخطي التدريجي للحدود الجهوية و الوطنية لأماكن تواجد مؤسساتهم بل تجاوزها والوصول إلى الفضاءات التجارية الدولية، و كذلك لم يعد تعدّد أنواع المنتجات المعروضة على الرفوف يسمح بهذه التسامحية أو التساهل التجاري، إنّه عالم المنافسة المحتدم الذي لا مفرّ منه في عصر التبادلات الجارية الحرّة. فإذا كان أيّ منتج ذو قيمة متواضعة لم يتطلب أية إجراءات مادية للعرض أو لسانية أو مصطلحاتية، فإنّ الحال غير ذلك بالنسبة للجانب القانوني للمنتج نفسه، فهو الذي يتطلب إنتباها و عناية دقيقة، إذ أصبح ضرورة ملّحة.

إن الجانب التشريعي في الجزائر واضح جدا في هذا الشأن إذ يفرض القانون أن يقام الوسم في إطار مادي و مصطلحاتي و لساني دقيق، فالمادة 18 من القانون رقم 09-03 ل25

فبراير 2002 و المتعلقة بحماية المستهلك لا سيما الفصل 5 المتعلق بضرورة إعلام المستهلك ، فهي تصرّح بأن وسم أيّ منتج يعتبر أول واجب للمتعامل و أنّ الملصقة يجب أن تكون باللغة العربية.

### فرضية الدراسة:

إنّ الفرضية الخاصة بهذه الدراسة الجامعية البحثية تنطلق من كون الجزائر بدأت منذ عشر سنوات تقريبا في مراجعة تشريعاتها تدريجيا بالقيام بإجراءات جديدة في مجال الوسم ضمن الإستجابة للمتطلّبات الدولية التي تفرض على الجميع ضوابط محددة لعمليات الوسم و التسويق التجاري والسلامة الصحية للمستهلك في جميع المنتجات: غذائية وصيدلانية و تجميلية ومنزلية وكهرومنزلية و ألبسة و قطع الغيار و غيرها....

في هذا الصدد، وبالرغم من الإرادة و الإستعداد النسبي للمتعاملين الاقتصاديين الذين ينشطون في هذا الحقل ، يلاحظ بأنّ الممارسات لم تُعمّم كليًا ، بل مازالت في بعض الأحيان تغطى عليها صفة التقريب أو الغموض و التي لا تتماشى مع تدابير القانون المنظم لعملية الوسم التجاري.

**فمن منّا لم يقرأ يوما ملصقة منتج ما بدون فهم و إستيعاب نصف ما هو مكتوب فقط على الوسم و/أو الجزء المترجم من لغة أجنبية إلى اللغة العربية ؟**

إنّ التسميات الخاطئة و الترجمات السيئة ليست من محض الخيال، بل دلت على ذلك الملاحظات المتعلقة بالممارسات المصطلحاتية لتسمية أيّ منتج أو مكوّن أو عنصر ما أو خطر ما أو تبيان مقادير كمية ما يطرح إشكالية الإختيار المعجمي بل حتى إشكالية ترجمة مضمون الوسم من اللغة المصدر إلى اللغة الهدف و هو حال باقي المنتجات المصنوعة و/أو المسوّقة في الجزائر و التي عادة ما توسم بالفرنسية ثم تترجم إلى العربية لتكون مطابقة للتشريع الجزائري.

و هكذا تعتمد المصقة المعربة أساسا على الترجمة من الفرنسية عموما أو الإنجليزية ونادرا من لغات أخرى. فهي ترجمات متواضعة سببها تسويقي محظ و قد تعرّض المستهلكين الى أخطار لا تحمد عقباها. من هذا المنطلق ، أصبحت الترجمة الجيّدة و السليمة التي ينجزها المترجم المحترف ضرورة ملحة.

### إشكالية الدراسة:

تستعرض إشكالية هذا العمل البحثي حال ممارسة الوسم لا سيما ما يتعلق بالممارسات المصطلحاتية و الترجمية التي تهدف إلى إنجاز بالمصقة و هكذا منذ فترة قصيرة بدأ النقاش في موضوع عقبات التحرير للمصقات (أنظر مقالات الجرائد<sup>1</sup>)، و على هذا الأساس، فالتساؤلات الموالية تفرض نفسها لمناقشة هذا الموضوع:

- 1- هل المنتجات المصنوعة و/أو المسوقة في الجزائر موسومة بطريقة جيدة مضبوطة؟
- 2- هل للغة العربية أولويتها في هذا الميدان؟
- 3- هل المكانة أو الأهمية المخصّصة للغة العربية في شأن المصقة مطابقة لدورها السائد كلغة أولى في الجزائر؟
- 4- ما هي رهانات الترجمات العربية للمنتجات الموسومة في الجزائر أو في بلدان أخرى؟
- 5- هل الترجمات خاضعة للمبادئ المصطلحاتية المتعلقة بالميدان أو بالميادين المختصة ؟
- 6- هناك رغبة ذاتية عند الطالب الباحث لتبيين أهميّة الوسم الجاد في الشقّين اللغوي و الترجمي للمصقة .

## خطة إنجاز الدراسة:

يستعرض الفصل الأول المقاربات النظرية لعناصر الإشكالية و هي إستشراف نظرة عامة حول الحالة اللغوية والإجتماعية الجزائرية و التي تطرح من خلال الكلمات المفتاحة الأساسية التالية: المصطلحاتية المختصة و الترجمة التقنية و مفردات الإختصاص ... الخ.

أما الفصل الثاني في هذا العمل البحثي فقد تضمّن دراسة متقضية لمصطلحات الوسم و الماصقات حيث تمّت الإستعانة بقواميس عامة للغات و كذا الشروح المقتبسة من المعاجم المختصة: القانونية و التجارية. بالإضافة إلى إستغلال عدّة نصوص تنظيمية وطنية ودولية تسجّل ضرورة الوسم التجاري بشقيه المصطلحاتي و اللساني مع التمهيد في مدى تطبيقها في أرض الميدان.

إنّ البرهنة على سلامة تصورنا النظري لهذه الدراسة، جعلنا نعتمد على مدوّنة متنوعة و متكونة من ماصقات لمنتجات متوفرة على رفوف الدكاكين و المتاجر التي الموجودة في المحيط المعاش إذ يتمّ إستعراض المعطيات في الإطارين العام ثم الخاص.

تضمّن الفصل الثالث من هذه المذكرة البحثية عرضا لنتائج تحليل المدوّنة و هو يناقش بصفة أدقّ المعالجات المتعلقة بترجمة أو ترجمات الكلمات المختارة و المستهدفة أمّا الخاتمة فقد إشتملت إستخلاصا لترجمة مصطلحات وسم المنتجات إلى العربية في الجزائر.

## المصادر و المراجع المعتمدة في هذه الدراسة:

لقد تمّ إعتداد مراجع متعددة في إنجاز هذا البحث و يمكن تقسيمها كالتالي:

- 1- مراجع ذات طابع لساني متعلقة بالترجمة و المصطلح و أيضا بعلم الإجتماع اللغوي
  - 2- كتب خاصة بالمنهجية
  - 3 - نصوص تشريعية و تنظيمية
  - 4- و أخيرا الكتب المألوفة كالقواميس و المعاجم.
- يمكننا الملاحظة في هذا الصدد إنعدام توفر أعمال باللغة العربية لذلك فقد إعتدنا أساسا على وثائق باللغة الفرنسية.



الفصل الأول :

الإطار النظري

لا يعتبر الشق النظري شيئاً كمالياً في مجال علوم اللغة بصفة عامة أو في المجالات المتعلقة بالترجمة بصفة خاصة بل بالعكس وحسب قول بوروين وآخرون،<sup>2</sup> (Bruyne and all) "إنه ضرورة لا يُستغنى عنها وإلا إفتقدنا القاعدة الأساسية لهذا العلم" (94 : 1974).

في إطار هذا البحث سعينا لتحديد السياق النظري أين تتموقع إشكاليتنا بحيث يظهر جليا في تحريرها أن الترجمة و المصطلح يشكلان وجهين نظريين أساسيين. و لكن يظهر وجه آخر عند مقاربة هذا الموضوع و يتمثل في الجانب التشريعي و القانوني للوسم في سياقه اللساني و المصطلحاتي لأنّ تفسير هذا الوجه يعتمد على مبادئ الفهم في إطار دقيق (علاقة القطب النظري المتعلق بالمصطلح) و كذا بالترجمة بالمجالين العملي و الاستبدلالي (اللغات و الممارسات المتعلقة بوسم المنتجات المسوقة في الجزائر).

إنّ إصرارنا على هذه الخاصية الظاهرة الواقعية التي تتمثل في إحترام أو عدم إحترام إستعمال اللغة العربية كلغة رسمية رئيسية و ملزمة في تحرير وسم المنتجات و في الممارسات الترجمية و كذا الوسائل الأخرى لإنجازها في إحترام النصوص القانونية السارية المفعول و الأهداف الإعلامية و كذا المحافظة على المستهلك.

في هذه المرحلة الأولى من البحث، سوف نحدّد الأطر النظرية التي يعتمد عليها عملنا، و لتفادي أيّ غموض، سنزود القارئ غير المختصّ بمعلومات حول الحالة الإجتماعية اللغوية الجزائرية التي تعتبر بؤرة إشكالية هذه الدراسة.

<sup>2</sup> Bruyne,P.,Hermann,J.De Schoutheete,M (1974)"Dynamique de la recherche en sciences sociales"PUF,1974  
« C'est une nécessité dont il ne peut se passer, sous peine de se priver du fondement même de la science »

I-1: وصف موجز للحالة اللغوية الاجتماعية :

إنّ الرجوع إلى المظهر اللغوي الإجتماعي هو أمر ضروري بإعتباره المنهج الأولي لهذا البحث، وتجنباً للمقاربة التقليصية التي تتمثل في إعتبار اللغة العربية هي اللغة الرسمية الوحيدة المستعملة في الجزائر و اللغة الفرنسية كلغة أجنبية، نضع أنفسنا في منهجية أكثر دقة تتمثل كما يقول اندريه مارتينييه ( André Martinet 10 : 1982 ) "في ميدان تتخلّله رهانات معيارية عديدة لا يمكن أن نسمح لأنفسنا بتبسيطات مبالغ فيها و التخليصات الشكلية ..."<sup>3</sup>

يجب علينا، إذن، أن نرى عن قرب مكانة اللغات التي تشكل الواقع اللغوي بالجزائر من زاوية قوانينها و دورها الرسمي و غير الرسمي و كذا فعاليتها في السياقات العديدة المتعلقة بالإحتياجات المتعددة و بخاصة العلمية منها و التقنية و الإجتماعية الإقتصادية .

I-1-1: التعددية اللغوية

يوجد تنوع لغوي في الجزائر.

زمنياً، يكتشف كل جزائري لغته الأمّ عن طريق وسطه العائلي و الإجتماعي، وتكون هاذو اللغة إمّا اللغة المحلية (المختلفة من منطقة إلى أخرى) و إمّا أن تكون اللغة الأمازيغية (القبائليّة و الشاويّة و الترقية و الشلّوح و الحسانية) و إمّا، أيضاً، تكون اللغة الفرنسيّة.

إبتداء من سنّ الخامسة أو السادسة يكتشف الطفل لغة ثانية: تعتبر اللغة العربيّة الفصحى و هي أوّل لغة للتّمدّرس في الجزائر. يبدأ تدريس اللغة الفرنسيّة إبتداء من السنّة الثالثة لكلّ الأطفال الجزائريين و لا يكتشفون لغة رابعة إلاّ في السنّة السادسة (تسمّى لغة ثانية في البرنامج

<sup>3</sup> « dans un domaine ou tant de facteurs sont en jeu, on ne peut se permettre des simplifications abusives, des réductions formalisantes ... », André Martinet (1982) Bilinguisme et diglossie : appel à une dynamique des faits : La linguistique. Volume 18. Hachette – Paris 2.

الدّراسي الجزائري). تعتبر هاته الأخيرة لغة ثانويّة بحيث وبالنظر لتوقّر المعلمين، يختار الطفل سواء اللغة الإنجليزية أو اللغة الأسبانية وناذرا اللغة الألمانية أو اللغة الإيطالية. إن تعليم اللغة الأمازيغية و بالرغم من ترسيمها دستوريا لغة وطنيّة لم تُعمّم بعد في التّعليم المؤسّساتي الجزائري، ما عدا في منطقة القبائل معنيّة بهذا التّعليم، ومن خلال هذا العرض المختصر فإنه يتبيّن مايلي:

أ- تشعّب المحيط اللّغويّ والذي عرّفته خولة طالب الإبراهيمي:(239: 1997) بـ"المربّع السّحريّ للّغات"<sup>4</sup> والذي يحتوي علي:

ب- العربية الجزائريّة أو المحليّة

ج- العربية الفصحى

د- الأمازيغية في كلّ أشكالها

هـ- الفرنسية

ومن جهة أخرى ، هناك لبس في الوضع القانوني للّغات و درجة حضورها بين أفراد المجتمع و بالتالي شرعيّتها في الوسط الإجماعي و الإقتصادي و الثقافي الجزائري. و هكذا فإنّ وجود عدّة لغات وتنوع ميادين إستعمالها في الممارسات الفعلية للجزائريين تؤدّي في أكثر الأحيان إلى واقع متباين وقابل للتأويل لكي لا نقول صراع ، و بدون التطرق إلى التفاصيل الدقيقة التي قد تلاحظ بأنّ اللغة الفرنسية تحتل مكانة مميزة في المجتمع. ربما يظهر أنّ هناك تناقضا ولكن إستعمال اللغة الفرنسية قد إشتد و تزايد بعد الإستقلال ممّا سماه البعض « francisation à rebours » 'التفرنس العكسي'

في هذا السياق، يوجد عدّة أعمال من بينها أعمال Grandguillaume و مرسلي و خولة طالب الإبراهيمي و سبع و آخرون تطرقت جميعها إلى تحليل وتقييم هذه الحالة و من الواضح أنّ درجة إستعمال اللغة الفرنسية في القطاعات الإقتصادية المالية وكذا في العديد من الميادين العلمية والتقنية تكتسي مدلولاً ملحوظاً.

<sup>4</sup> - « Carré magique des langues »

Taleb Ibrahimy, Khaoula (1997) « Les algériens et leur(s) langue(s) : pour une approche sociolinguistique de la société algérienne ». Les éditions El Hikma. Alger.

و بالرغم من تبني القانون الذي يفرض تعميم اللغة العربية في ديسمبر 1996، فإن تطبيقه لم يكن في المستوى. بالإضافة وعلى العكس مما جرى في العشريات السابقة (60-70-80-90) لا يوجد في الجزائر ما يقصي اللغة الفرنسية أو يمنع إستعمالها. ومن هنا فإن المحيط الجزائري يتميز اليوم بإستعمال لغوي مزدوج فرنسية/ عربية مع حضور مميز للفرنسية في المجال التجاري خاصة تبقى الإشهارات واللافتات بصفة أغلبية. أما فيما يخص المنتجات المسوقة فيمكن ملاحظة تطور مهم في وسم السلع المنتجة في الجزائر والمستوردة من بلدان عديدة، فعلا وبغض النظر عن بعض الحالات (التي نريد دراستها) فإن اللغة العربية حاضرة وبشكل واسع.

### I - 1-2: سياسة التعريب واقع جزائري.

لقد قامت السياسة اللغوية الإستعمارية على تهميش وإضعاف اللغة العربية، في الجزائر قبل الإستقلال (خولة طالب الإبراهيمي، 1997: 23)<sup>5</sup>. إن رد الفعل الإصلاحي لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين يتلخّص في مايلي: "الجزائر وطننا و العربية لغتنا والإسلام ديننا" حيث أصبح ذلك مبدأ الجزائر المستقلة.

منذ مؤتمر الصومام لسنة 1956 فقد نادى كل النصوص القانونية الرسمية للجزائر بأنّه بعد الإستقلال سيكون الأمر لصالح التعريب و هو ما جاء به ميثاق الجزائر العاصمة (1964) وكذا الميثاق الوطني لسنة 1976 والميثاق الوطني لعام 1986، فكلّ هذه المراجع تؤكد على ضرورة "إسترجاع اللغة الوطنية"، و بالنسبة لأحمد رجم (Redjem): "تعتبر سياسة التعريب عنصرا سياسيا في مستوى الأهداف الرئيسية للثورة، إنها تشكل قاعدة ضرورية للسيادة"<sup>6</sup>(1986: 57).

<sup>5</sup> Taleb Ibrahim, K (1997) Les algériens et leur(s) langue(s) édition El hikma

<sup>6</sup> Redjem. A « Industrialisation et système éducatif algérien » OPU Alger 1986.

« L'arabisation est une action politique du même niveau que les principaux objectifs de la révolution, elle constitue une base indispensable de sa souveraineté »

بإختصار ومنذ 1962 تشكل سياسة التعريب العنصر الثالث للسياسة الجزائرية بعد الثورة الفلاحية والثورة الصناعية.

ولكن ما معنى مفهوم التعريب المشاع من قبل الخطاب السياسي؟  
على العموم تمثلت سياسة التعريب على استبدال اللغة الفرنسية باللغة العربية، فقد فرض الإستعمار اللغة الفرنسية كلغة رسمية له.

كان يجب على التعريب حسب رأي أحمد المعتصم " أن يرد للغة العربية شرعيتها لكي تصبح من جديد لغة رسمية وطنية". (A. Moatassime 1992 :8)

ولكن لإصلاح اللغة العربية أكد أحمد طالب الإبراهيمي مُبَكَّرًا على واقعية سيرورة سياسة التعريب حيث يقول: "لكي يكون للمجهود المبدول في التعليم يجب على اللغة أن تتطور في المدرسة"<sup>7</sup>.

حيث كان الهدف الأساسي لمؤتمر التعريب الذي إنعقد في الجزائر سنة 1973 كما أقرت بذلك صورو (Chritiane Souriau : 381 1975a)<sup>8</sup> هو تحديد و بشكل نظري وملموس كيفية القيام بتطوير اللغة العربية وكيفية تنسيق جهود التعريب المبذولة من قبل الهيئات العربية المختلفة وكذا توحيد المصطلحات العلمية في التعليم العام لِسِتِّ مواد وهي: الرياضيات و الفيزياء و الكيمياء و جيولوجيا و علم الحيوانات و علم النبات وذلك من خلال المعاجم العربية الفرنسية المقامة في كل بلد. ولتحقيق ذلك على أرض الواقع أرادت السلطات الجزائرية أن تتسلح بمؤسسات ووسائل ناجعة<sup>9</sup> للأهداف التالية:

-أقلمة المصطلحات الجديدة المنفق عليها من قبل المجامع العربية.

<sup>7</sup> Taleb Ibrahimy A : interview à l'hebdomadaire 'Algérie-Actualité' du 30 juin 1968.

« Pour que les progrès fournis aient un sens, il faut que l'arabe progresse à l'école »

<sup>8</sup> Souriau, C(1975) « la politique de l'arabisation » paru dans l'annuaire de l'Afrique du Nord. CNRS Paris pp38 et Ss.

<sup>9</sup> قانون 86/08/19 المتعلق بإنشاء الاكاديمية العربية الرسمية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ل 86/08/20 رقم 34 قانون 981. ص 34 20/09/86 'ص 981

-إنشاء مصطلحة جديد أو بطريق القياس أو باشتقاق كلمة أو بمحاكاة لغويّة

(par néologisme, par analogie, par dérivation, par calque)

إنشاء قواميس مختصة.

-ترجمة وتعريب المصطلحات في كل ميادين المعرفة.

-تشجيع نشر وترجمات الكتب باللغة العربية.

-البعث والإستغلال كل الوسائل المتاحة والناجعة التي تمكن اللغة العربية من

القيام بوظيفتها في المجال العلمي والحضاري وإسترجاع دورها العالمي.

بإختصار حتى ولو كان من الصعب التقييم الكمي والكيفي لهذه العمليات الطموحة فيمكن ملاحظة التطور الملحوظ للغة العربية في بعض المجالات مثل التربية و العدالة والإدارة، ولكن يمكن أن نتجاهل محدودية سياسة التعريب في عدة مجالات علمية للتكنولوجيا، حيث في بعض القطاعات النشيطة تظل هاته الطموحات دون المستوى.

وفي هذا الشأن يقول ريشرت (Richert) <sup>10</sup> "إن تَبَدُّ الجهود وغياب المنهجية وغياب التنسيق والتخطيط وكذا غياب الإحترافية لا يتماشى مع الهدف المنشود بإبقاء وتعميق الإستقرار المزمّن." (35 : 1987)

حتى اليوم يوجد قطاعات تبقى فيها الأمور ليس على ما يرام ، فلازلنا نُعاينُ بعض الخلط و بعض العوائق التي تظل بدون حلول . هذا هو العنصر الذي سوف نحاول دراسته في الفصول التالية.

<sup>10</sup> Richert, N « Arabisation et technologie » IERA, Rabat 1987, pp 351. »

« La dispersion des efforts, l'absence de méthodologie, de coordination et de planification, l'absence de professionnalisme, vont trop souvent à l'encontre du but poursuivi en entretenant ou en accroissant une instabilité chronique »

## I-1-3: من جانب المصطلحاتي إلى التعريب

فيما يخص ترسيم اللغة العربية بالجزائر المستعمرة السابقة لفرنسا، يتعلق الأمر بوضوح بالسيادة ومن ثم برهان سُلطوي يتموقع بالسياسة اللغوية للبلاد، إذ يجب على اللغة العربية كلغة الوطنية الرسمية للجزائر المستقلة أن تتبوأ المكانة الأولى في الميادين المتعددة للاتصالات.

بعد فترة لغوية محتشمة قامت الجزائر بجهود جبارة إصلاح مصطلحاتي الذي تشكّل عن طريق سياسة تعريب المحاور والمعاجم المتخصصة المعروفة والممارسة حتى ذلك الوقت بالفرنسية و/أو الإنجليزية  
قد يشبه هذا العمل شكلا من أشكال التسويق اللغوي.

صحيح أن النتائج لا زالت غير مقنعة حيث يبقى الدّأب على عمل كبير لأن تناسق الإستعمالات اللغة العربية فيما يخص الإختيارات المصطلحاتية المتخصصة يتطلب جهودا متواصلة.

وهذا ما نصت عليه النصوص التشريعية المتعلقة بالممارسات اللغوية الخاصة بوسم المنتجات المسوقة في الجزائر كما هو مبين في المرسوم التنفيذي رقم 05-484 لـ 22 ديسمبر 2005 المكملة للمقررة رقم 367-90 لـ 10 نوفمبر 1990 و أيضا القانون رقم 08-09 لـ 25 فبراير 2009 في المادة 18.

ولكن إذا تطور إنشاء المصطلحات بصفة فعالة عند المستعمل الجزائري فإن درجة تحقيقه تعد عامل نجاح على الصعيد التجاري والصناعي، حتى أنه لا يوجد بلد يواجه هذا المشكل بمعزل عن علاقاته مع البلدان الأخرى على صعيد المبادلات التجارية خاصة وسم منتج ما الذي لا يعتبر فقط بطاقة زيارة للمنتج بل أيضا صورة منتج البلد الذي يصدره.



وهكذا يجب على الوسم أن يعكس صورة العلامة. لكل بلد علامة تدلّ على الصفة التجارية، و بهدف تجميل وتوضيح هذه الصورة فقد فرضت شروط إعلامية وأقيمت هيئات دولية تشاورية إتفاقية تنظيمية متعلقة بالمصطلحات الخاصة بكل لغة. ويوجد حتى الآن:

RITERM- للغات الإيبيرية وأمريكا اللاتينية.

RINET- للغة الفرنسية (الشبكة الدولية لإحداث المفردات الجديدة والمصطلحات.

الشبكة الدولية لإحداث المفردات الجديدة والمصطلحات.

<sup>11</sup> ARABTERM: للعالم العربي.

ما في الأمر هو معرفة إذا كان المتعاملون الإقتصاديون يعرفون هاته البنيات ويعودون إليها في حالة الإحتياج وذلك ليكونوا في تطابق مع القوانين الدولية والوطنية. نظريا، لا شيء يمنع من أن اللغة العربية تكون اللغة الوحيدة للعمل والإتصال في القطاعات التي لها أولوية في الإقتصاد الجزائري، ولكن المسألة ليست بسيطة فهي معقدة جدا لأنه وبغض النظر عن الجانب التشريعي والمصطلحاتي يعود إستعمال اللغة إلى بعض المعايير الوطنية مثل قانون أقل جهد ممكن وأقل تكلفة ممكنة.

فيما يخص المعيار الأول فإن وجوب اللغة الفرنسية يعود إلى الحضور الطويل والممارسة لهذه اللغة في ميدان العمل وفي قطاعات الأنشطة الحيوية حتى أنّه وحسب الملاحظين لم تبقى لغة أجنبية و لكن أصبحت كما يسميها André Martinet <sup>12</sup> (67: 1970) لغة

<sup>11</sup> وهي قاعدة لمعطيات مصطلحاتية متعددة اللغات منشأة من قبل مصلحة الترجمة العربية لمنظمة الأمم المتحدة تعطي هاته القاعدة ترجمة لأكثر من 42000 كلمة اختصاص بأربع لغات (عربية، إنجليزية، فرنسية وإسبانية هاته القاعدة منظمة على أساس الكلمات أو المضامين.

<sup>12</sup> Martinet, A (1970) : éléments de linguistique générale Armand Colin, Paris, pp 213-221. « En Algérie, et dans une large mesure, la langue française est la langue de travail et de communication de l'économie, de l'industrie, du commerce, des divers domaines scientifiques de l'enseignement supérieur et de la recherche »

مشتركة (Langue commune) في الجزائر. تُعدُّ اللغة الفرنسية لغة عمل وإتصال للإقتصاد وللصناعة وللتجارة وللعديد من الميادين العلمية للتعليم العالي و البحث.

وهو أيضا رأي العديد من اللغويين الإجتماعيين مثلا Grandguillaume و Berrabah و Caubet وغيرهم الذين يعتبرون أن للفرنسية بصفتها لغة المستعمر القديم ذات الوضع الغامض ، من جهة هي لغة محترفة(رسميا تعتبر لغة أجنبية مثل اللغة الإنجليزية) و من جهة أخرى قد تعني النجاح الإجتماعي ونافذة نحو الثقافة والحدثة<sup>13</sup>.

وفي هذا الشأن يقول رابح سبع<sup>14</sup> (85: 2002) "بدون أن تكون رسمية فإن اللغة الفرنسية تتعلق بكل ما هو رسمي بدون أن يكون لغة التعليم، وتبقى لغة إلقاء العلم والمعرفة وبدون أن تكون لغة الشخصية تستمر في تشكيل الملمح الثقافي الجماعي عن طريق قنوات متعددة وبدون أن تكون لغة الجامعة هي لغة الجامعة وفي أغلب الهيئات الرسمية للتسيير والإدارة و البحث إن العمل يظل باللغة الفرنسية التي هي الأكثر استعمالا".<sup>15</sup>

لكل هاته الأسباب وأيضا لأن اللغة الفرنسية طورت نظاما مختصرا (un Système abrégatif et lexical) في قائمة الرموز بسيطة وسهلة للممارسة وإقتصادية فيما يخص إستعمالات اللغوية مثلا :

<sup>13</sup> -Caubet,D (1998) « Alternance des codes au Maghreb :pourquoi le français est-il arabisé ? in Plurilinguisme : alternance des langues en contexte plurilingue. » n°14 Déc. 1998 pp122  
« Le français en tant que langue de l'ancien colonisateur a un statut ambigu : d'une part, il attire le mépris (il est officiellement considéré comme une langue étrangère au même titre que l'anglais mais d'autre part, il est synonyme de réussite sociale et d'accès à la culture et au modernisme »

<sup>14</sup> Sebaa R (2002), « l'Algérie et la langue française, l'altérité partagée » Oran Edition dar El Gharb

<sup>15</sup> -« Sans être la langue officielle, la langue française véhicule l'officialité, sans être la langue d'enseignement, elle reste la langue de transmission du savoir, sans être la langue identitaire, elle continue à façonner l'imaginaire culturel collectif de différentes façons et par différents canaux et sans être la langue d'université, elle est la langue de l'université. Dans la quasi-totalité des structures officielles d'administration et de recherche, le travail s'effectue encore essentiellement en langue française »

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (4) كلمات معوضة بثلاث حروف

PME (3) 28 Petites et moyennes entreprises حروف

ضريبة علي القيمة المضاف

TVA (3) 20 Taxe sur valeur ajoutée حروف

كلوروفلييور كربون

CFC(3) 19 Chlorofluorocarbone حروف

يعتبر الإستعمال المتكرر للإختصارات (siglaisons) في ما كانت التعابير مصدرا لبعض التخوف والتعجل من قبل بعض المتعاملين الإقتصاديين من تطبيق النصوص التشريعية المتعلقة بالإلزامية بإستعمال اللغة العربية في إطار التواصل التقني و خاصة في مجال الوسم.

ولنذكر بأن هذا التحفظ هو بعيد كل البعد عن حسّ نُفوريّ إتجاه اللغة العربية . بل أنه متعلق بالمشاكل الصعبة المتعلقة بالتكيف و توحيد المصطلحات و زيادة علي ذلك غياب القطاعات الإقتصادية المهمة، تستعمل برامج معلوماتية ( Logiciels ) متوفرة باللغة الفرنسية أو الإنجليزية و نادرا باللغة العربية.

تبعاً لجميع هذه الأسباب المطروحة، يجد المتعامل نفسه مجبرا علي تحرير الوسم للمواد الغذائية التي ينتجها او يستوردها. كما أنه في مواجهة ليست بالسهلة مع عملية الترجمة والتحويل و هي عملية جدّ شاقة حتى على المترجمين المحترفين. هذا يغضّ النظر عن التأثير المالي العائد إلى عملية الترجمة علي التكلفة المالية للمنتوج.

## I-2 : الترجمة كمقاربة تصويرية:

في هذا المستوى من دراستنا نظنّ أنه يجب علينا أن نتوقف عن المفاهيم المفتاحية المتعلقة بإشكالياتها: ترجمة و مصطلحاتية في كثير من الأحيان يكون هذان المصطلحان مشتركان لأنه إذا ما كانت الترجمة حلا لضمان وحل والمرور من نظام لغوي معين إلى آخر فتصبح المصطلحاتية وسيلتها الأساسية التي تسمح لمطابقة الكلمات للمفاهيم أو لأشياء أو لحالات .

### I-2-1 : ما معنى الترجمة؟

بصفة عامة يمكن القول بأن الترجمة هي نقل نص من لغة إلى أخرى. في حياتنا العادية، يتنامى هذا الدور بفعل كثرة المبادلات حاليا وفي ظل العولمة تضعنا هاته المبادلات في مواجهة متعاملين حقيقيين يحكمون لغات مختلفة عن لغتنا. في يوم واحد فقط يمكن للمواطن أن يستعمل عدة مرات وبأشكال مختلفة الترجمة:

- شراء منتج ما ذي ملصقة مترجمة.
- قراءة معلومات مأخوذة من وكالات إعلامية أجنبية.
- رؤية برنامج تلفزيوني مترجم (sous titré)... الخ

وهكذا فإن كل المعلومات المهمة التي في متناولنا يوميا تأتينا عن طريق الترجمة حتى وإن لم تكن هاته الأخيرة عملية مرئية لأنها تتأسس عن إنتاج مضمون أصلي (contenu original) مهما يكن ، تظهر الترجمة وتعمل كمنهج إستيراد معرضة من لغة إلى أخرى، بينما وحتى إن ظهر هذا أمرا بديهيا ، فإن تعريف الترجمة من طرف منظرين وممارسين عديدين يعتبر أمرا معقدا، والذين حاولوا أن يفعلوا ذلك وصلوا إلى وصف (أو عدة وصوفات) لهاته العملية.

على العموم فإن عملية الترجمة تلجأ إلى معطيات لغوية وخارجية (سياقية).

وهكذا فإنّ Georges Mounin (1959:51)<sup>16</sup> يقول :

" إن الترجمة مثل الهندسة المعمارية والطب (أو مثل العديد من النشاطات الإنسانية الذي يعتبر الإنسان ثورة إهتمامها) هي أو يمكن أن تكون أو يجب أن تكون في نفس الوقت علما وفنا: فن يعتمد على العلم. إن علم اللسانيات بنفسه هو الذي يعلمنا وبوضوح أن عمليات الترجمة تشتمل على مشاكل لسانية ومشاكل غير لغوية (خارجية)."

وهكذا فإنّ العديد من التعاريف تتحدث عن هذه الإزدواجية وفي نفس الوقت على الفعل الترجمي (l'acte traduisant).

وتارة على التكافؤات الدلالية (l'équivalence sémantique) وحتى على تكافؤ مُتَلَفِّظِينَ إثنين كهدف الترجمة.

حدّد كلّ من القاموسي "المنجد (1975)" و "معجم الصّاح (2012)" بأنّ الفعل 'ترجم كلام' معناه "فسّره بلسان آخر".

عرفنا أن كلمة 'ترجمة' من قاموس le Littré (1527) تجد أصلها في اللغة اللاتينية والتي تعني "مرّر" «faire passer»<sup>17</sup>

وبالنسبة لـ le Petit Robert (2008 :2592)

« Traduire »<sup>18</sup>: يمكن أن يعني "أن نجعل ما هو متلفظ في لغة ما طبيعته متلفظ

في لغة أخرى" "هدف الترجمة إذن هو مكافأة متلفظين اثنين وعملية الترجمة قد تتعلق بكلمة أو جملة أو حتى كتاب بأكمله."

بالنسبة لـ (Pétrilli et al(2006:201): إن الترجمة شكل من أشكال (dramatisation) أو حتى خدعة، في اللغة الإيطالية (traduttore، traditore) قد تكون الترجمة خيانة، إذن الإخلاص لنصّ ما أمر مستحيل فالمترجم إذن لن يكون إلاّ مؤولا للنصّ، و بالنسبة لعبد السلام

<sup>16</sup> « La traduction comme l'architecture ou la médecine (ou tant d'autres activités humaines ayant pour objet l'homme) est, ou peut être, ou doit être la fois, une science et un art : un art sous-tendu par une science. C'est la linguistique, elle-même, qui nous enseigne le plus clairement, que les opérations de traduction comportent à la fois des problèmes linguistiques et des problèmes non-linguistique (extralinguistiques, ou comme on dit à tort métalinguistiques. » (1959 :51)

<sup>17</sup> 'Traduire' étymologiquement issu du latin 'traducere'

<sup>18</sup> « Faire que ce qui était énoncé dans une langue le soit dans une autre, en tendant à l'équivalence sémantique et expressive des deux énoncés. »

بن عبد العالي: "كثير هي العارات التي تربط الترجمة بالوفاء و الخيانة"(2006-37)<sup>19</sup> تعتبر إذن الترجمة نوعا من المفاوضات بين المراسلة (message) في اللغة العنصر والنص الجديد المستهدف للغة الهدف".

إنّ المقاربات حول هاته الكلمة عديدة ومتنوعة ونممي كل هاته التعاريف بتعريف جورج مونان (1963:23) والذي يلخص فيه مجموعة الآراء حيث يقول: "إنه المرور وهو فقط المرور من معنى للغة ما إلى لغة ما"<sup>20</sup>.

و يلح أيضا على أن الترجمة «تتمثل قبل كل شيء في إنتاج في اللغة الهدف تكافؤ الطبيعي الأقرب إلى المراسلة للغة العنصر أولا بالنسبة للمعنى ثم بالنسبة للأسلوب".(1963:12) كخلاصة، إن كان لكل المظاهر الشكلية معنى خاصا، خاصة بالنسبة للنص الأدبي الذي يؤدي دورا مهماً فإن الوظيفة التعبيرية لها نفس الأهمية.

بالنسبة لنص إعلامي، فإن الترجمة تملئها اللغة الهدف بينما بالنسبة للنصوص الأدبية (نثر و شعر و روايات... و إلخ) فهي تعتمد على اللغة العنصر التي يجب ترجمتها إلى اللغة الهدف بنفس التأثير الأسلوبي.

بينما تميزت القرون الماضية بانتشار الترجمة القانونية و الإشهارية و الترجمة الإدارية وكذا الترجمة في إطار المؤسسة و حتى في دبلجة الأفلام ، ولكن الترجمة المختصة هي التي تملك الآن 'حصّة الأسد' (La part du lion) .

<sup>19</sup> عبد السلام بنعبدالعالي (2006) 'في الترجمة' ترجمة كمال التومي. قدم له وراجع الترجمة عبد الفتاح كيليطو دارتو بول للنشر

<sup>20</sup> « C'est le passage et ce n'est que le passage du sens d'une langue à une autre. »

إن العديد من القواميس قد أدت بنا إلى تعاريف صائبة ولكنها تلح تارة على المعنى الأصلي .

### I-2-2 : الترجمة المختصة:

بالنسبة للعديد من المختصين في علم الترجمة، يتميز بداية القرن واحد والعشرين بفاعلية حقيقية متعلقة بتطور الحقل العلمي والتقني من جهة، وبالعوامة من جهة أخرى. لأنه من البديهي أن العوامة أدت إلى ارتفاع كبير للمبادلات والعلاقات المتشابكة بين الناس ونشاطاتهم على المستوى العالمي".

ولكن ولو كانت الترجمة المختصة في أيامنا هذه مطلوبة أكثر فأكثر فإنها ليست جديدة، فلنذكر كمثال أن من أوائل الكتب النظرية التي تطرقت إليه من قبل (جامبلت Jumpelt) ما يعود إلى منذ سنة 1961.

ولكن قبل ذلك بكثير، منذ القرن التاسع والعاشر للميلاد، تطرقت مدرستا بغداد ثم طليطلة إلى الترجمة في ميدان الطبي.

بعد ذلك في أوائل القرن السابع عشر، ترجم Charle de l'Ecluse كتباً طبية وأخرى متعلقة بعلم النباتات.

ترجم فولتير (Voltaire) وفي منفاه بإنجليترا كتاب "مقدمة إلى فيزياء نيوتن".

### I-2-3 : الترجمة المهنية واللغة العربية

كانت اللغة العربية حتى القرن الثالث عشر تحظى بمكانة مرموقة كلغة العلم، إذ كانت النصوص الطبية والعلمية تحرر عامة أو تترجم بالعربية، و لكن حالياً إن المعرفة تعتمد أساساً على الترجمة من مصادرها اللغوية الأجنبية.

و من الغرابة أنه وبالرغم من السياق الملائم، عندما نتحدث عن ترجمة 'من' او 'إلى' العربية فإن الميزة الأولية التي تثير الإهتمام هي أن تمثل اللغة العربية تناقضا لكونها لغة دولية بحوالي 300 مليون متكلم و بوصفها اللغة الرسمية للإثنين وعشرين بلداً عضوا في الجامعة العربية، وأيضاً، من بين الستة لغات في هيئة الأمم المتحدة (ONU) و هيئات دولية أخرى و لكن لا تمثل أكثر من 1 % من سوق الترجمة في العالم و تشغل بذلك "مكانة هامشية"<sup>21</sup> حسب تعبير جوهان هيلبرون (Johan Heilbron: 1999: 430).

### I-3 : الترجمة المختصة والمصطلحاتية

"من الغرابة وبالرغم من عدد الممارسين، فإن الترجمة المختصة أو التقنية لم تبلور نظرية بما تحمله هذه الكلمة من معنى" (رضون خنيل 203: 1985: Joelle Redouane) بينما هدف هذا النوع من الترجمة هو هدف كل الترجمات.

فعلاً، عندما يدان لنص أن يترجم من طرف مترجم تنتظر حسب عبارة Pierre Lerat (1995: 99)<sup>22</sup>: "تطابق العلامات مع علامات أخرى، مع مفاهيم وأمور ومرسل إليهم وكلّ هذا في نظامين لغويين وثقافيين".

فيؤدّي المترجم، إذن، دوراً أساسياً بما أنه ليس فقط ملزم بأقلمة عناصر لغوية ولكن في بعض الأحيان العديد من العناصر الأخرى مثل الرمز تصوير (pictogrammes) التكميم (quantification) والترقيم (numérotation)...

<sup>21</sup> Une place périphérique'

<sup>22</sup> « Une adéquation des signes à d'autres signes, à des concepts, à des objets, et à des destinataires, et ceci dans deux systèmes linguistiques et deux cultures. »



فلا بد إذن أن يكون للمترجم ملكة جيدة للترجمة التقنية والمصطلحاتية للمجال المختص في اللغة الهدف وفي اللغة العنصر في هذه المهنة فإن الخطأ منبوذ إختيار خاطئ لمصطلح ما قد يكون له عواقب وخيمة).

إن المصطلحاتية كما يقول<sup>23</sup> Jean Dubois هي "مجموعة الكلمات المعرفة بدقة". فعلا يتأسس هذا النوع من العمل على النشاط المصطلحاتي والذي يعتبر حجر الأساس، وهكذا على المترجمين مهما كانت مرجعيتهم أن يعودوا إلى المعاجم، و حتى في بعض الأحيان إن القيام بها أي بالمعاجم عندما تنعدم والتي يمكن أن تشكل لهم عنصرا موجهها للنسق عن التكافؤات (équivalents) في اللغات الهدف لأن تساهم الترجمة في حفظ اللغات أيضا وذلك بتدعيم الأعمال الخاصة بالمحيطات التي تسمح للغة ما بإستعمالها في إطار التواصل المهني والتقني والعلمي الخ.

### I-3-1 : مصطلح مختصة أو مصطلح الغث؟

يتفقون العديد من الباحثين مثل (Cabré (1994:90), Kocourek (1982 : 77) و Mortureux (1995:22-23) على تعريف "المصطلح"<sup>24</sup> (terme) كوحدة معجمية متعلقة بميدان ما. بالنسبة لـ Kocourek تعد الكلمات وحدات تُترجم معناها من قبل المختصين في النصوص المختصة ولكن يمكن لنا ملاحظة أن بعض الكلمات المصطلحات قد تتمثل من خطاب علمي إلى خطاب تفسيري (Carras 2002) ، نلاحظ هاته الظاهرة في الخطاب التفسيري الذي ينشد معلومات علمية عن طريق الإعلام. هاته الممارسة سببُ إنتقال بعض المصطلحات المستعملة في الميادين المتعددة التي تتعلق بالصحة و الرفاهية الإستهلاك أو حتى بئة الفرد، مثل مكونات التي تكون المواد الغذائية أو منتجات صيدلانية أو أجهزة كهرومنزلية، ومن هنا إنتقال المصطلحات إلى اللغة العامة التي سوف يمتلكها الناس مع الوقت.

<sup>23</sup> « La terminologie est l'ensemble des termes définis rigoureusement »

<sup>24</sup> Les termes seraient 'des unités dont le sens est défini par les spécialistes dans les textes de spécialités'

ولكن في "بعض الأحيان فإن المصطلح الخاص هو الذي يُعتبر مختصا و يعوض بمصطلح منبوذ (Depecker (2003 :139).

يعود المصطلحان إلى نفس المرجع ويمكن اعتبارهما مترادفان، ولكن بالنسبة لـ Cabré (1998 :189) لا يعتبران إلا مترادفان جزئيا<sup>25</sup>.

مثلا: (Aspirine) مصطلح مستعمل في اللغة العامة (Acide acétylsalicylique) كمصطلح علمي.

إن هدف هذه الملاحظة ليس البرهنة على إختلاف بين مصطلحين فقط ولكن أيضا على الإنتقال من اللغة العنصر إلى اللغة الهدف يختار المترجم المصطلح العلمي أو المرادف الجزئي المستعمل.

إن تفكيرنا يعيد أهمية مسألة المعالجات المعجمية (lexicographiques) المتعلقة بالمفردات العلمية التي تبقى، حسب Callebaut (1983 :1) <sup>26</sup> إحدى النقاط الإستراتيجية لهذا العلم والدليل أن عددا كبيرا من الأسئلة المتعلقة بالمصطلحات المختصة لا زالت عالقة، فمثلا حسب أي معايير يمكن لمصطلح ما (terme) للإختصاص ما أن يدمج في قاموس عام؟ Cabré (1998 : 589) <sup>27</sup>.

وفي هاته الحالة أي نوع من القواميس يرجع إليها المترجم لكي يخمن المرور الناجح من لغة الإنطلاق إلى لغة الوصول؟ هل يستعمل القاموس العام؟ أم هل يستعمل المعجم؟ هل سيلجأ إلى مختص في الميدان على دراية بالمصطلحات في اللغتين أم هل سيكتفي بترجمة تقريبية للمعنى حسب الفهم الذي يمتلكه للمفهوم في اللغة الأولى مثله مثل مترجم هام؟

في هذا المستوى لدراستنا النظرية للمصطلحات من الضروري أن نشير منذ البداية بعض الإيضاحات وبخاصة تلك المتعلقة بالمصطلحات الإزدواجية للغة العامة واللغة المختصة.

<sup>25</sup> 'Synonymes partiels'

<sup>26</sup> Callebaut, p(1983), les vocabulaires techniques et scientifiques et les dictionnaires, le cas d'une nomenclature des sciences naturelles in cahier de lexicologie, 43 : 2 ; pp 33-5.

<sup>27</sup> Cabré, (1998), la terminologie : théorie, méthode et application Ottawa presse de l'université d'Ottawa et Armand Colin

I-3-2: اللغة العامة او اللغة المختصة:

إن فهمنا بأن اللغة العامة هي "مجموعة الكلمات والعبارات التي لا تعود إلى نشاط مختص في سياق إستعمالها". (Rondeau, 1980 :6)<sup>28</sup> أما بالنسبة للغة المختصة (لغة الإختصاص) *langue de spécialité* فإننا نعني بها "ما يشبه نتيجة من اللغة الطبيعية أي من اللغة العامة" (Kokourek)<sup>29</sup>

ومن ثم فإن اللغة المختصة عناصر مشتركة مع اللغة العادية ولكن لها مميزاتها الخاصة. وهكذا مبدئياً وبغض النظر عن بنيتها خاصة النحوية فإن اللغة ليست في ما هيته لغة مختلفة بل مجموعة مصطلحات مختلفة ونظام خطابي يتفادى غموض التواصل في ميدان إختصاص معين، بصلتها وسيلة تستعمل لتعني مضمونا مختصا يراد إيصاله فتميل اللغة المختصة حسب Cabré (201:1998) إلى تعريف وحداتها المعجمية، ومراقبة تعددية المعاني (*la polysémie*)، وتبسيط وتحديد الوسائل النحوية وتفادي أو إحتراء الذاتية والإنفعالية.

إن ما يشد إنتباهنا هو إذن مسألة المصطلح. إن المصطلح في نظرية E. Wuster تؤكد على وحدة المرجعية<sup>30</sup> (*monoréférentialité*) للكلمة العلمية والتقنية، هذا يعني بأن في ميدان معين إن المصطلح لا يعني إلا قسما من الأشياء ذات نوعية: يوجد مرجعا واحدا من خلال المصطلح في نظام مصطلحاتي (Dubois 1994 : 309) بحيث أن في لغة مختصة تطرح العلاقة بين المصطلح والوحدة المرجعية.

تدل الكلمة على مفهوم وإلا يوجد تعدد التكافؤ (*polyvalence ou polyréférentialité*) (Lelubre,2003)

عندما نتحدث عن علم المصطلح المختص، فإننا نعني إستعمال مفردات لميدان تجريبي (كيميائى و فيزيائى...) أو تقني (اقتصاد و حقوق ومعلوماتية) أو مهني (ميكانيكي و صانع

<sup>28</sup> « L'ensemble des mots et expressions qui dans le contexte ou ils sont employés ne se réfèrent pas à une activité spécialisée » (Rondeau,1980 :6)

<sup>29</sup> « Une sorte de sous-langue de la langue naturelle, c'est-à-dire de la langue commune »

<sup>30</sup> Wuster,E( 1968) « La machine-outil. Notions fondamentales, définies, illustrées et présentées dans l'ordre systématique et l'ordre alphabétique »

الحلويات و البستاني ...) ، تتشكل المصطلحات إما من كلمات خاصة أو إما كلمات عادية تُستعمل في إطار خاص.

### I-3-3 : تداخل اللغة المختصة واللغات العادية

يبرر Dubois إدماج العديد من الكلمات المختصة (termes spécialisés) في قاموس 1971 Le Grand Larousse ، على أن القواميس لكي تتماشى مع وقتها يجب أن تعكس تداخل اللغات المختصة واللغة العادية المستعملة يوميا، وهكذا تترك القواميس العامة مكاناً أوسع للكلمات التقنية والعلمية.

وفي هذا الإتجاه، تغير جذري للأفاق بالنسبة لمواقف الناشرين للقواميس حتى الآن. و من الآن فصاعداً فإن القاموس يؤسس حسب "إحتياجات العالم الحديث"، ليكون إنعكاساً للمجتمع الحالي المتميز بالعلوم والتقنيات.

من بين الكلمات المختصة التي خضعت لعملية<sup>31</sup> (terminologisation) يمكن أن نذكر :

- clone, molécules, protéine, enzyme (خميرة، هبولىينات، ذرة ...)

- souris ( فأرة ) بالنسبة للمعلوماتية، (Jacquette) بالنسبة لغطاء القرص.

وعلى العكس، فإن الكلمات المختصة التي نزعّت منها صفة المصطلح

(déterminologisés) مثلاً: (tsunami) تسونامي ومرض كروتزفيلد جاكوب (creutzfeld jakob).

ولكن، إذا كان القاموس العام يميل يوماً بعد يوم إلى إدماج أكثر فأكثر من الكلمات المختصة فنلاحظ ندرة في المفردات المختصة في القواميس المزدوجة اللغة (Boulanger 2001: 260) يفسر ذلك بأن المستعمل يتصفح أولاً قاموساً أو حادي اللغة ليحصل على أكثر معلومات للكلمة المراد ترجمتها.

<sup>31</sup> عدم وجود هذا المصطلح في العربية

#### I-4 : الاصطلاح والتكافؤ و الإقتباس

إذا كانت المصطلحاتية هي عبارة مجموعة من الكلمات الخاصة بعلم ما، أو تقنية ما، أو مجال خاص للنشاط الإنساني، مثل: بيوكيمياء و مكربولوجيا و علم اللغة الاجتماعي والهندسة الميكانيكية و فقد تطرح كلمة ما مشاكل نقل (transposition) من اللغة العنصر إلى اللغة الهدف.

من الوارد أنّ كلمتين مستعملتين في لغتين مختلفتين لا تمكنان نفس درجة الشفافية بالنسبة لكلمتين متكافئتين، الأولى يمكن أن تكون معتمدة للقراء في اللغة المصدر بينما الكلمة المكافئة في اللغة الهدف لا تطرح أي مشكل والعكس صحيح.

حتى بالنسبة لمتغيرات مصطلحية (variantes terminologiques) التي تظهر أنها متقاربة فإن إستعمالها بعيدا على أن يكون إنتظاميا .

في الأخير، عند عدم وجود مكافؤ لمصطلح أجنبي أو أن بعض العناصر المعجمية غير قابلة للترجمة، فتمر معالجتها على الإستعمالات في اللغة الهدف. هكذا يكون الإقتباس هو الحل الأقل صعوبة .

فإن فحص بعض مكونات المواد الكيميائية مثلا، يوضح بأن بناء نظام مصطلحاتي في اللغة العربية أمر صعب للغاية أي مستحيل تحقيقه.

وبالفعل أن بعض المواد أو المكونات ذات أصول لاتينية لا يوجد لها مكافئات في اللغة العربية، ولهذا السبب فإنها في غالب الأحيان غير مترجمة ولكن منسوخة صوتيا.

مثل : Aloe vera / ألوفيرا.

#### I-4-1 : الترجمة و الإقتراض

يعرف الإقتراض (l'emprunt) على أنه: "العملية التي من خلالها تستقبل لغة أو لهجة ما وحدة لغوية من لغة أو لهجة أخرى" (فيليزون ج ف 1976: 75)<sup>32</sup>.

<sup>32</sup>L'emprunt est l'intégration à une langue d'un élément d'une autre langue'Phélizon ;F(1976) « Vocabulaire de la linguistique »Edition Rondil, Paris.

أما بالنسبة لجورج مونان فإن الإقتراض يعني: "إندماج عنصر من لغة إلى لغة أخرى" (Mounin, 1974: 124). في حقيقة الأمر، فإن كل التعريفات تتفق على أن الإقتراض إنما هو انتقال عنصر س<sup>33</sup> من اللغة الأولى إلى اللغة الثانية من أجل الحصول على س<sup>1</sup>. بيد أنه ليس عملية نقل العنصر من اللغة الأولى إلى اللغة الثانية هي التي تكتسي الأهمية الكبرى وإنما نتيجة هذه العملية التي هي عامة ما تتلخص في مجموع التحويلات العفوية التي تتم من جراء بعض اللبس والتداخل الموجود على المستويات الدلالية و التركيبية و الفنولوجية والمرفولوجية.

إنّ العديد من الإقتراضات ذات الأصل الفرنسي أو الإنجليزي لها قابلية في اللغة العربية إنَّ استعمال بعض هذه الإقتراضات إنّما يتوقف على شيء من الإرادة لإيجاد المصطلحات الصحيحة والمطابقة لمجال إستعماله كما هو الشأن في مسائل منها: مواد صيدلانية أو غذائية أو تجميلية أو أدوات الإعلام الآلي وغيرها. وفي الختام نستطيع القول بأن الإقتراض يفضي إلى إستراتيجية ثنائية الحد هدفها تطوير وإثراء اللغة نحو الأفضل.

يمكننا القول إذن أن الإقتراض هو بمثابة إجراء للتعويض يعمل على سد الصراع المصطلحاتي وفي الوقت ذاته الحل المناسب الذي تلجأ إليه اللغة الهدف بإعتماد نظام التطابق مع كل القواعد الصحيحة (مسعودي Messaoudi, 201 : 1999<sup>34</sup>).

في الأخير وسواء عبر الإقتراض أو المستحدث اللفظي أو المكافؤ المعجمي أو عبر أي إجراء آخر للترجمة فإن التمكن من أي مصطلح يبق من الأولويات إلا إذا سلمنا بأن نص اللغة الهدف غريب الأطوار أو غير مفهوم أو غامض وإذا فإذا ما ترجم من قبل مترجم مبتدئ تكون ترجمته غير مقبولة.

إن مشكل إختيار المصطلح متعلق في الأساس بمدى فهم المقابل وهذا ما يميز الترجمة التقنية.

<sup>33</sup> Mounin, G. (1974) « Dictionnaire de la linguistique ». PUF

<sup>34</sup> Messaoudi, L. (1999) « Opacité et transparence dans les technolèctes bilingues (français/arabe) in Le français en Afrique n° 13 Déc 1999 Didier Erudition.

فحسب هورجولين: "لا نستطيع ترجمة أية كلمة أو وصف أي إجراء أو نظام دون فهم". (Horgelin : 1966 :8)

بيد أن المترجم كثيرا ما يكون عرضة لمواجهة مشكل المصطلح أو الميدان الذي هو بصدد ترجمته بسبب عدم إطلاعه على خصوصية هذا المصطلح أو بالتقنية التي يجب توضيفها للقيام بذلك أو أن هذه التقنية غير مثبتة في تمثيل كلمة عجمية غير مدونة في القواميس أو الكشوفات المصطلحية.

أما فيما يتعلق بالمجال الأدبي لا يمكنه تجنب المشاكل والصعوبات التي يلاقيها أثناء مراحل الترجمة" ( Horgelin : 1966: 15 ).

فيعتبر العديد من الإختصاصيين كمثل بول —أ- هورغولين بأنّ السياق وحده كفيلا بالإجابة على هذه التساؤلات.

فبالفعل أنه من الضروري معرفة أهل الوثيقة التي يراد ترجمتها وكذا معرفة إتجاهها أن تكون: (علمية مبدلة تجارية بحتة ... الخ). لأنه وباعتبار اللغة المصدر، تسيير الترجمة إلى اللغة الهدف على أن تكون لغة تقنية، لغة مشتركة متضمنة لبعض المقدرات التقنية وهذه موجودة بكثرة في الوثائق ذات الطابع التجاري.<sup>35</sup>

#### I-4-2 : اترجمة التجارية

إن معظم الوثائق ذات الطابع التجاري إنما هي موجهة للزبون لتزويده بالمعلومات وبالتالي يجب أن تكون مكتوبة بأسلوب خاص يعتمد على مكانزمات البيع والتسويق مع التأكد من هذه المعلومات في اللغة سواء المصدر أو الهدف، وعليه فإختيار المصطلحات واجب من أجل التعبير عن مختلف السياقات وفي هذا الصدد تركز الترجمة تقنية على بعض الكفاءات

<sup>35</sup> « il est primordial de connaitre l'origine et la destination du document à traduire (scientifique, de vulgarisation, purement commercial...) car selon le domaine, le destinataire, la langue source... la traduction en langue cible sera soit un jargon technique, soit une langue commune parsemée de termes techniques, ce qui est très souvent le cas des documents à caractère commercial. »

ذات الصلة بالموضوع طالما أن الترجمة التجارية لأزمة أساسا بالمقصودات و مذكرات البضائع و الإشهار و التعليب و التغليف و الوسم الأسعار وغيرها.

لكن وللإشارة، فإنه يشار إلى مثل هذه الترجمات وبالخطأ على أنها غير تقنية، أما في الواقع فالأمر غير ذلك لاسيما ونحن نرى بعض الترجمات السيئة في هذا المجال خاصة عندما يتعلق الأمر بالمتترجمين المبتدئين أو عديمي التجربة فهم يقعون في أخطاء مصطلحة معجمية من حيث مصداقيتها ودقتها.

إنه من المفترض جدا أن المترجم التقني يستطيع أن يترجم أنواعا كثيرة من النصوص والوثائق المتعلقة بالإلكتروني والميكانيك والكيمياء أو الطب.

لكن و مما يؤسف له أننا نجد في غالب الأحيان هؤلاء المترجمين الذين يظهرون ك:"احترافيين" يفشلون في هذه المهمة، فمنهم من يقر هو بنفسه بصعوبة الأمر و يجعله يبحث عن مترجم يراه أكثر خبرة لأنّ المسألة تخص العثور على المصطلحات التقنية المناسبة وكيفية توظيفها بأمانة وإخلاص.

وبالتالي تسعى المؤسسة الترجمية إلى بلوغ أهداف منها:

أولاً: العمل على جعل اللغة الهدف تنتج بُنيات تركيبية مماثلة أو متقاربة من تلك الموجودة في اللغة الأصل.

ثانياً: إن تواجد رصيد مصطلحي معنوي قد يكون له من المقابلات أقرب في المعنى بحسب كل مصطلح ولكن يبقى وأن كل مستعمل لهذه المصطلحات طريقته الخاصة في التعامل معها فيما يتعلق بالمحتوى الدلالي (بوهليل عز الدين، 2004: 36).

يعد إختيار المفردات في الميدان التجاري مرادفا للبيع، تدعو روح التنافس المقاولين إلى الإستثمار أيضا في التسويق أي في الجانب المادي للوسم (شد الإنتباه عن طريق التعليب و الألوان و الصور...) وكذا اللغات المستعملة.

<sup>36</sup> Bouhelil Ezzeddine (2004) « La fonction sujet et les paradigmes afférents en français et en arabe » Communication in 'la terminologie entre traduction et bilinguisme ' journée scientifique d'animation et de formation régionale, Hammamet (Tunisie) 14/10/2004.



إضافة إلى ذلك فإن المترجم المختص في الميدان التجاري مدعو إلى إقامة موافقات اصطلاحية في أنواع المنتجات أين كان استعمال العربية نادرا أو متواضعا أو غير دقيق<sup>37</sup> (Guléa.M, 1997 :358).

و لكن أظهرت بعض الأعمال بأن تتميز الميادين التقنية أيضا بوفرة مصطلحية غير خاضعة للمراقبة تعود إلى استعمال مصطلحات موازية لوفلار لوريو<sup>38</sup> (1984) Loffler-Lauriau وصورنيا<sup>39</sup>, (1994) Sournia جمال<sup>40</sup> (1998) Jammal. قد أشاروا إلى هذا الأمر في الميدان الطبي، درست<sup>41</sup> (1996) Jeanne Dancette نفس الظاهر في الميدان التجاري حيث لا حظت أنه في الاسواق الكبرى (hypermarchés) تظهر مصطلحات جديدة بجانب الكلمات القديمة ليصف واقعا شبيها بصفة الشيء، بحيث يجدر بنا القول بأنه من الصعب الجزم بأن كل هاته الكلمات هي فعلا عبارة عن مرادفات حقيقية.

<sup>37</sup> Guléa,M(1997) « le français des affaires en Roumanie » in Diversités linguistiques et culturelles et enjeux de développement. Ed Aupelf Uref (356-362)

<sup>38</sup> Loffler-Lauriau,A.M(1984) « Normes de communication et traduction des termes techniques » in META 29/2 pp175-182

<sup>39</sup> Sournia, J.C(1999) « Les phases évolutives du vocabulaire médical » in META 34/4 pp 692/\*-700.

<sup>40</sup> Jammal A (1998) « une méthodologie de la traduction médicale » in META 44/2 PP 2176237.

<sup>41</sup> Dancette, J (1996) « outils méthodologies et démarche traductionnelle dans le domaine conceptuel » in Babel 41/30 pp161-171

# الفصل الثاني:

## الإطار التطبيقي والوسائل المنهجية

إنّ كل اللغات قابلة لأن تكون وسيلة تخاطب متخصصة، هذا ما أثبتته التطور الإقتصادي والإصطناعي عبر التاريخ وفي كل الأقطار، غير أنّه من الضروري جدا أنّ المعارف بأنواعها لا بد لها أن تمر عبر اللغة الأمّ أو اللغة الوطنية الرسمية، إذا كانت عربية على سبيل المثال لأنها وبكل بساطة لغة عامة الشعب، لكن مع مراقبة ما يستجد من مصطلحات تقنية من حين إلى آخر لجعلها رسمية (ب. ليراث، 1995، 133, Pierre Lerat).

و بالفعل تعتبر اللغة في وظيفتها التواصلية مسألة توظيف المصطلحات أو تطبيعها لاسيما إذا كانت تقنية أو عالمية ويقصد بالتطبيع حسب المنظمة العالمية للتطبيع (ISO) أو التقييس. "إن ترسيم المصطلح يجب أن يحسم عبر جهاز ذات سلطة ونفوذ" "أي عبر تطبيع أو تقسيم المصطلح". تشير هذه الأخيرة حسب "بيارليرت" إلى "مشكل المصادقية والأحقية أين يكون التأشير حسب نظم القانون الدولة في بعض القطاعات" (1995: 117).

لأنّه و حسب فلسفة مؤسسة التقسيم البريطانية<sup>42</sup> (BSI) فإن إقرار تطبيع أو تقسيم المصطلح من شأنه أن يستهل عملية التواصل من جهة ويحمي المستهلكين من جهة أخرى.

في هذا الصدد يجب أن نشير إلى تعريف أركود وبورو ( Arcand et Bourbeau ) (1998: 13) للتواصل على أنه: "عملية حيوية التي من خلالها يستطيع الفرد أن يقيم علاقة مع فرد آخر من أجل نقل معارف سواء شفاهيا أو كتابيا هذا الفعل المرتكز أساسا على تحويل المعارف من الممكن تحقيقه لأسباب عدة".

وفي هذا الإتجاه يذهب "أومبارتو إيكو" إلى أنّه: "يجب على كل من المرسل والمرسل إليه أن يتقاسما شفرة معينة. هذه الشفرة إنما هي مجموعة من القواعد التي من شأنها أن تساهم في إنشاء المعنى أو المدلول" (Umberto Eco.23:1988)<sup>43</sup>.

<sup>42</sup> British Standard Institution

<sup>43</sup> « il faut qu'émetteur et destinataire aient un code commun ; un code, c'est-à-dire une série de règles qui permettent d'attribuer une signification au signe »

إذن فإن الأدلة إذا ما كانت مشتركة بالنسبة لكلا المتعاملين في العملية الإتصالية فإنه يسهل تحويل المعنى، ولبرهنة و تبرير هذه الحقيقة، فإننا نهتم بظاهرة التواصل الإجتماعي الذي يأخذ مكانه شيئاً فشيئاً في المجتمع الجزائري، فمن العادة إن لم نقل الحاجة أن نبحت في معرفة ما نوع المنتوجات التي يستهلكها الجزائريون موازاة مع ما يستوردونه آخرون في بلدان عديدة.

## 1-II : الوسم كوسيلة الإتصال

يعتبر الوسم المخصّص للإشارة و التدايل على أسعار المنتوجات المعروضة للبيع في الأسواق فهو وسيلة تخاطب يتعرف الزبون من خلالها على ثمن هذه البضائع وبالتالي يأخذ فكرة عن جودتها ومن ثمت إختيار ما يناسبه منها.

بدأت تأخذ هذه الطريقة ومنذ وقت ليس بالبعيد مجراها في الوسط الجزائري، حيث كميّة هائلة من من البضائع أصبحت تعرض حسب أنواعها والطلب عليها الذي أصبح اليوم يستدعي بعض الشروط والتي منها :

- العلاقة بين النوعية والثمن
- المصدر
- المكونات
- العصرنة
- الخطورة ... وغير ذلك.

ولأن يسمح هذا الوسم بالإختيار الأمثل يمثل اليوم أهمية بالغة وخاصة ليس فقط لاعتباره مجالاً تحكمه قوانين معينة ولكن أيضاً لكونه يمثل الوسم بطاقة تعريف خاصة بأي منتج يخضع لشروط التسويق المعاصر. ليس بالبعيد في زمن كانت فيه الأزمة في حدتها مع ندرة الإنتاج ؛ كان الزبون لا يحتاج إلى طرح أي سؤال نظراً لكونه مجبراً وليس مخيراً على إنتقاء المنتج الوطني الوحيد.

لكن وبالمقابل ومن أجل حقائق، سنسعى إلى توضيحها لاحقاً ونظراً لكون البطاقة الفنية الخاصة بالمنتوج تعني وببساطة التواصل بين المرسل والمتلقي، لذا يجب أن تكون هذه الملصقة دقيقة التعبير تعكس الواقع بأكبر قدر ممكن من الوضوح. فهل هذه الحالة موجودة بالفعل في الجزائر؟

- هل يجد الزبون كل المعلومات الخاصة بالمنتوج؟

- هل توافق اللغة والمصطلحات المستعملة في الإرسالية مستوى المستهلك

الجزائري؟

- ماهي أهم الآليات التي يمكن العثور عليها في ترجمة هذه الملصقات إلى العربية علماً بأن معظمها مكتوب باللغة الفرنسية وقد ترجمت بعجلة وتسرع إلى اللغة العربية الفصحى من أجل إعطائها الشرعية القانونية؟

- ماذا عسى يمكننا أن نقول عن قراءة المنتوجات بدقة و وضوح

- هل تتم الترجمة بهدف تسهيل عملية القراءة والفهم أم لسد الفراغ القانوني فقط؟

- كيف يمكن تعريف المنتوج بالنسبة لعامة الناس و ما تأثير ذلك على إختيار اللغة

والمصطلحات والترجمة المناسبة؟

للإجابة عن هذه الأسئلة وغيرها، وقع إختيارنا في هذه الدراسة البحثية على بعض الملصقات الخاصة بالمنتوج في الجزائر والتي سنحاول تحليلها في الفصل الثالث.

لكن قبل ذلك ومن خلال هذا الفصل، يجدر بنا أن نقيم تعريفات لبعض المصطلحات والمفاهيم مثل مصطلحي "الوسم" و "الملصقة"، ثم نُعرِّج على جميع التقنيات المستعملة والكيفيات الخاصة لذلك مع ما يتطلبه الجانب القانوني بشقيه الوطني والدولي.

وبغية الوصول إلى الهدف المنشود، رجعنا إلى العديد من القواميس التي سمحت لنا أن نقرب ونلامس هذه المعاني والمفاهيم من خلال بعض الكلمات المفتاحية والمعروضة في إشكالية الموضوع والتي من أهمها "الوسم" و "الملصقة". سنقترح كل الترجمات الممكنة

مستعنيين بقواميس متخصصة و نراعي فيها كل المعاني المشتركة العامة والأخرى المتخصصة التي تتماشى مع المصطلح التجاري والقانوني. فإذا كان التغليف مثلا سيفيد المستهلك من جهة الإعلام فإنه سيتكبد بعض العواقب المالية والعقابية في حالة ما إذا لم يطابق القوانين المعتمدة عليها. لهذا فإنه من الضروري التركيز على الجانب القانوني فيما يتعلق بالإعلام وإجراءات التخصيص على الوسم الذي يقدم للمستهلك.

وعلى ضوء ما تقدّم نسعى في هذا الفصل إلى توضيح أو علاج النقاط الآتية :

- كون مفهوم الوسم الخاص بالمنتج يترسخ بين العام والخاص
- كون التشريع الجزائري الحالي يتطابق مع التشريع الدولي بشتى قوانينه
- أهم وأكبر مبادئ عملية الوسم
- أدنى الشروط القانونية
- تتعلق مبادئ الوسم الخاصة بالمنتج أساسا بالمواد الغذائية و المواد الكيميائية أو أي مواد أخرى ذات خطورة على صحة المستهلك والمحيط عامة.

### II-2: الوسم : تعريفات وتحديدات

ملصقة و وسم كلمتان تستعمل في اللغة المتداولة، فالقواميس العامة متفقة على تعريفها بصورة مماثلة.

### II-2-1: المفردات اللغوية المستعملة:

للتبرير على ذلك نعود إلى القاموس المستعمل "كبي" (1980: 661 Quillet)  
الملصقة أو البطاقة:

هي عبارة عن قصاصة ورقية أو قطعة من الورق المقوى أو الخشب وغيرها والتي تستعمل في تسويق السلع أو حتى لتعيين الهدايا، إنها تشير إلى محتوى و ثمن المنتج مع مصدر الإنتاج وغيرها من المعلومات الأخرى.<sup>44</sup>

أما قاموس "هاشات" (2010 Hachette: 572) فيعرفها كما يلي:

عبارة عن قطعة خشب أو ورق التي يتم إلصاقها بالشيء (المنتج) للإشارة إلى محتواه و ثمنه وكذا مصدره.<sup>45</sup>

تبدو هذه التعريفات في مجملها متطابقة مع الملاحظة الخاصة بالمرات التي إستعملت فيها إشارة ( إلخ). في هذه القواميس وهي تدل في تأويلها على وجود عدة معلومات أخرى من شأنها أن توسع رقعة التعريف بالمنتج والتي تخص مثلا:

مادة البطاقة: أي إذا ما كانت مصنوعة من الخشب أم الورق وغيرها من المواد.

الشيء المعروف : إذا ما كانت سلعة أم طرد بريدي وغيرها

المعلومات المسجلة : إذا ما كانت تخص المحتوى الثمن وكذا المصدر وكثيرها

وعليه يبقى تعريف البطاقة الخاصة بالمنتج مبهما ولا تُطبعه صيغة توجيهيه (فهو لا يعد إجبارا ولا توصية يتبعها عقاب).

ولذا فإنه يمكن إعتبار الملصقة أو البطاقة وسيلة عملية للتمييز بين شيء وآخر قد يكون التقارب بينهما كبير.

أما فيما يخص عملية كتابة الملصقة الخاصة بالمنتج فتعريفاتها أكثر ما تكون عامة ومتداخلة.

إنها تعني الفعل أي العملية في حد ذاتها.

مثلا: ملصقة طرد بريدي. (هاشات 2010: 572).

<sup>44</sup> Etiquette : petit écriteau de papier, de carton, ect. qu'on met à des marchandises pour en indiquer leur contenu ; leur prix, leur possesseur, etc.

<sup>45</sup> Etiquette : petit morceau de bois, de papier que l'on colle à un objet pour en indiquer leur contenu ; le prix, le possesseur, etc.

نعود في هذا الصدد وكمحطة أولى عند المعنى العام والعملي. إنها إذن العملية أي الفعل الذي يبقى وسيلة لتقديم كل المعلومات بعد إصاقها بالمنتوج بحسب الغايات والتي منها : الترتيب و التنظي و البيع و غيرها.

### II-2-2: المفردات اللغوية المتخصصة

نلاحظ في أيامنا كيف يتحور المعنى المشترك العام إلى معنى خاص مع الإبقاء على شيء من الأول ضمنيا.

فإنه من الملاحظ أي كل من الاسم: البطاقة أو الملصقة والفعل ينتميان إلى نفس اللغة التي هي لغة الإختصاص (التخصص) و بالأخرى إلى المجال التجاري والقانوني في نفس الوقت. ففي الأول (التجاري) غالبا ما يستعمل الفعل أي العملية في حد ذاتها والتي يغلب عليه طابع القانون لأنه يمثل خطوات متتالية يجب إحترامها بإعتبارها عملية تجارية تقنية، إنها ترمي إلى إعلام وحماية الزبون.

### II-2-2-1: الوسم والملصقة في الميدان القانوني والتجاري

إذا كانت القواميس العامة تختلف في تعريف هذين المصطلحين، فإن القواميس المتخصصة تحقق في تعريفها لهما.

بالإضافة إلى ذلك فإنه في الوثائق المختلفة المستعملة الأخرى تتخذ مع النصوص التشريعية في التطابق بحسب المعنى الموالي:

عملية الوسم : تشير إلى كل المعلومات الخاصة بالمنتوج سواء تعلق الأمر ب: النوعية أو التسمية أو الصورة أو الرموز والإشارات التي تعني أي منتوج وتتحدد في شكل بطاقة فنية تصاحبه أو تلتصق به. (LEEPC)<sup>46</sup>

<sup>46</sup> LEEPC : Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation

قانون التغليف و الوسم منتجات الاستهلاك



الملصقة: إنها العملية الأكثر تطبيقا لدى الباعة الذين يستعملونها عند عرضهم للمنتوج بعد الإنتاج وأثناء التوزيع. وهذا من شأنه أن يسهل إيصال المعلومة للمشتريين والذين حينئذ هم قادرين على التمييز بين مختلف المنتوجات وأنواعها من أجل حسن الاختيار.

### 3-II: الوسم و التشريع الجزائري

ورد في الجريدة الرسمية رقم 83 المؤرخة في 25 ديسمبر 2005 وفي المرسوم التنفيذي رقم 485-05 المؤرخ في 20 ذو القعدة 1426 الموافق لـ 22 ديسمبر 2005 ، معدلا ومكملا للمرسوم التنفيذي رقم 367-90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 والمتعلق بعملية التعريف بالوسم وتقديم المنتوجات الغذائية والتي يوضحها البند رقم 2 كالاتي:  
"يقصد بـ:

وسم : كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة التي ترفق بالمنتوج أو بوضع قرب هذا الاخير لأجل ترقية البيع.  
**بطاقة (ملصقة) :** كل إستمارة أو علامة أو صورة أو مادة وصفية أخرى مكتوبة أو مطبوعة أو مصقولة أو موضوعة أو مرسومة أو مطبقة علي تعبئة المادة الغذائية أو مرفقة بها.

يرفق كل نصّ كتابي أو تقديم شكلي بالمنتوج أو يوضع قربه لاجل ترقية البيع.

**المواد الغذائية :** كل مادة معالجة أو معالجة جزئيا أو في شكلها الخام ، معدة لتغذية الإنسان و تشمل المشروبات و علك المضغ و كذا جميع المواد المستعملة في المادة الغذائية أو تحضيرها أو معالجتها بإستثناء مستحضرات التجميل أو التبغ أو المواد المستخدمة في شكل أدوية فقط.

**إدعاء :** كل عرض، يبين أو يقترح أو يفهم منه أن للمادة الغذائية مميزات خاصة مرتبطة بمصدرها و خصائصها الغذائية وطبيعتها و تحويلها و مكوناتها أو كل حاصية أخرى.

ومن المعلومات المطلوبة في تعريف المنتج حسب ما تبنيه اللوائح التي تشرح وتذكر المصطلحات الآتية:

الوصفة، ما قبل التعليب، تاريخ الإنتاج، تاريخ أقصى استهلاك، آخر أجل للبيع، تاريخ أدنى استعمال (استهلاك) أو من الأفضل عدم تجاوز تاريخ معين، مكونات، زوائد غذائية، أو مواد غذائية موجهة إلى الإطعام الجماعي.

إن وسم المنتج بالنسبة للمواد المسوقة في الجزائر أمر مرخص من قبل التشريع الجزائري (قوانين و مراسيم و مقررات) وعليه فإن المادة أو قانون 08 مارس 2009 الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية رقم 15 يشير إلى أن المنتجات المعنوية والتي تباع بالتجزئة أي بالوحدة للمستهلك يجب أن تبق واضحة سريعة التعرف طبقا للمواد 5، 5 مكرر و 7، 6 وتبعا للبطاقة أو الملصقة التي من خلالها يظهر المعلومات الخاصة بالمنتج وذلك بحسب الكيفيات التي يحولها القانون مثل:

\* التغليف أو التعليب

\* اللغة المسموح بها على ظهر البطاقة

\* وحدات القياس المسموح بها قانونا

\* مصدر النوعية.

## II-3-1: الشروط المفروضة خاصة بالوسم

إن عملية تثبيت الملصقة على المنتج ليست فقط عملية يتطلبها التسويق. ولكن هي من بين الشروط المفروضة تعمل على حماية المستهلك بالدرجة الأولى، فعندما يتم إعلام الزبون عن كل كبيرة وصغيرة بخصوص المنتج إنها هي حمايته من بعض العواقب الوخيمة التي قد يتكبدها سواء على مستوى صحته في حالة تناوله لغذاء مسمم أو منتهي الصلاحية أو على المستوى المادي عند استعمال هذا النوع من الغذاء.

وعليه فإن كل القواعد الخاصة بتعريف بالمنتوج يجب أن يراعي فيها هذه الجوانب باعتبار القاعدة التي مفادها أن "كل معلومة تقدم على ظهر هذه الملصقة يجب أن تتسم بالصدق والدقة وبعيدة عن الكذب أو التمويه".

أما من جانب القانون فإن الأمر واضح وصريح في هذا الشأن حيث يفرض المبادئ الآتية لكتابة بطاقة التعريف بالمنتوج:

- مبدأ الشفافية.
- مبدأ عدم تضليل المستهلك
- مبدأ احترام استعمال الفروع (الأنواع)
- مبدأ سهولة قراءة المعلومات
- مبدأ إحترام الأشكال القانونية الخاصة ببعض المعلومات
- مبدأ إحترام قواعد إستعمال الألقاب والماركات المميزة.

### II-3--2 : وضوح ومكان المعلومات الموجودة على البطاقة

حتى وإن كان ذلك لا علاقة له بالإشكالية التي طرحناها لعلنا هذا إلا أننا أرتئينا أن نقدم بعض الترجمات الخاصة ببعض المصطلحات المتعلقة بالوسم الخاص بالمنتوج ونحاول فيما يلي تسليط الضوء على بعض منها من مثل:

- سهولة القراءة.
  - المحطات الإعلامية المختلفة
- وعليه فإن القانون الوسم الخاص بالمنتوج المتوجه إلى المستهلك مثل ( مواد غذائية و مواد التجميل والنظافة) يلح على مايلي:

أ- المساحة المخصصة للعرض تتوقف على مساحة التعليب أو التغليف إذن

يجب اعتماد المساحة المرخصة من قبل القانون الدولي (b.01.001 rad)<sup>47</sup>

ب- سهولة ووضوح القراءة : أي كل معلومة إجبارية يفرضها القانون

يجب أن تظهر على الملصقة.

- مشكلة بوضوح ومعرضة في مكان ظاهر للعيان.

- سهولة القراءة بالنسبة للمشتري أو المستهلك بكيفية تعود عليها في مثل هذه

الحالات.

ت- إن تثبيت الملصقة على المنتج يجب أن يكون على الغلاف أو التعليب

الذي يعرض فيه عند البيع وبعده .

ث- يجب أن تظهر المعلومات في المكان الرئيسي المركزي كما يجب أن

تحتترم القياسات المخصصة لبعض عناصر الكتابة على البطاقة من مثل:

الحروف و الأعداد و الرموز و أن تظهر على المساحة الإجمالية

للتغليف.

ه- يجب الإعلان عن الكمية الحقيقية حسب النظام العشري السائر المفعول،

وعليه فتكون القياسات المعمول فيها بالنسبة للمليمتر (ml) واللتر (ل) أو

بالنسبة للحجم بالغرام (غ) أو الكيلوغرام (كغ) الخاص بالثقل أو الوزن.

يجب على الهوية الخاصة بالمنتج أن تعلن على الإسم المشترك أو الوظيفة والتي تشمل

على مايلي:

- قائمة المكونات

- قائمة الحساسيات التي يمكن أن تسبب أمراض (allergènes)

- تاريخ الصنع وتاريخ الإستهلاك (péremption)

<sup>47</sup> article relatif à l'étiquetage et la publicité des aliments

قانون التغليف و الوسم منتجات الاستهلاك

يجب تثبيت كل هذه المعلومات حتى يطلع عليها المستهلك لاسيما إذا تعلق الأمر بالمواد الغذائية أو المواد الكيميائية.

### II-3-3 : الوسم الخاص بالتغذية:

يعمل القانون العالمي الخاص بكيفية التعريف بالمنتج الغذائي على تقديم كل المعلومات التي تتعلق بصاحب المنتج وكذا بكل المكونات التي يجب أن يحويها المنتج والمرخصة عالميا. الأمر الذي يسهل عملية الإنتقاء بالنسبة للزبون في أن يختار ما هو المنتج الصحي الذي يتماشى مع حالته الصحية إذا ما كان يعتمد نمطا غذائيا معيناً مثلاً أو يعاني من أحد الأمراض المزمنة كالسكر والكوليسترول وغيرها.

#### II-3-3-1 : الاسم المستعمل للمنتج

اجتناب أي خلط مثلاً:

\*شوكولاتة/ منتج الكاكاو

\*مشروب أو تحضير مشروب الذي يحمل إسم فاكهة

\*المياه المعنية، مياه العناصر، المياه الموضوعة في القارورات.

\*المواد الدسمة، الزيت... الخ

\*مواد غذائية بدون غلوتين<sup>48</sup>

#### II-3-3-2 : الإسم الشرعي للشخص (شخص، هيئة، موزع، مستورد)

الذي لأجله ومن طرفه صنع المنتج يجب أن يرد إسمه على الملصقة، ومن نوع المكتوب حسب الحالة:

- محضر لـ ...

- موزع من طرف ...

الغلوتين هو مركب بروتيني عبارة عن خليط من مادتي الغلوتين والجليادين، وهي تشكل 80 % من البروتين .<sup>48</sup> المحتوى في بذرة القمح. يتواجد بنسب معينة في دقيق القمح.

- مغلق من طرف ....

- مستورد من طرف ....

يعتبر هذا المكتوب ضروريا ويجب أن يسبق الإسم والعنوان

### II-3-3-3 : تصريح بلد المصدر:

يجب أن يرد إسم البلد المصدر على ملصقة المنتج

- مصنوع في الصين...

- مستورد من البرازيل...

### II-3-3-4 : المواد المخففة<sup>49</sup>

تعرف على أنها مواد مضافة مثل sorbitol, aspartame أو maltitol إنها مواد يجب أن يعلن على وجودها وعن درجة وجودها في المنتج وبالمليغرام في كل قطعة. في حين يجب التنبيه على الملصقة على وجود مواد مخففة مثل saccharine و cyclamate.

### II-4 : وسم المواد الكيميائية:

إن التنظيمات المعمول بها وطنيا في مجال وسم المنتجات الكيميائية تأخذ بصفة عامة في عين الاعتبار توصيات الـ "SGH"<sup>50</sup> (النظام العام المنسق لترتيب وسم المنتجات الكيميائية تخضع هاته الهيئة إلى "OIT"<sup>51</sup> (الهيئات الدولية للعمل) وإلى l'OCED<sup>52</sup> هيئة التعاون والتنمية الاقتصادية الأوروبية.

<sup>49</sup> édulcorant

<sup>50</sup> Système général harmonisé de classification de l'étiquetage des produits chimiques..

<sup>51</sup> Organisation internationale du travail

<sup>52</sup> Organisation de coopération et développement économique.

المتعلقتان بالمجلس الإقتصادي والإجتماعي للأمم المتحدة من توصياتها متعلقة بتعريف المصطلحات وكذا معايير الترتيب والوسم وأيضا الإلتزامات (obligations) والأنظمة التي تفرض توحيد المصطلحات.

إنّ دقّة المصطلحات بالنسبة للمنتجات الخطيرة لها أهمية كبيرة.

مثلا: إذا حافظنا على كلمة مادة (substance) و كلمة تحضير (préparation).

تعوض بـ خليط (mélange)

- التسبب في السرطان (cancérogénicité)

- أخطار بالنسبة للوسيط المائي

ومن هنا فصاعدا أقسام الأخطار منقسمة إلى أصناف للخطر

\*تسمم حاد (Toxicité aigue)

\*تسمم عن طريق الفم (Toxicité par voie orale)

\*تسمم عن طريق إتصال (par contact)

\*تسمم الأعصاب (neuro toxicité)

\*تسمم مزمن (toxicité chronique)

على العموم فإن مهمة الوسم تعود إلى المصنع و العتাব و المستوردين والموزعين.

إنّ التنظيمات القانونية في هذا الشأن واضحة تماما.

يمكن الإشارة خاصة تلك التوصيات المتعلقة بفك رموز (décodage) المعلومات الموجودة

على الملصقات الخطيرة . يجب أن تكون قراءة الملصقة بسيطة وميسرة في فك:

- الإسم الكيميائي للمادة أو خليط للتمكين من ترتيبها بدون خطأ ممكن

- الإشارة الكتابية إلى التنبيه على المخاطر

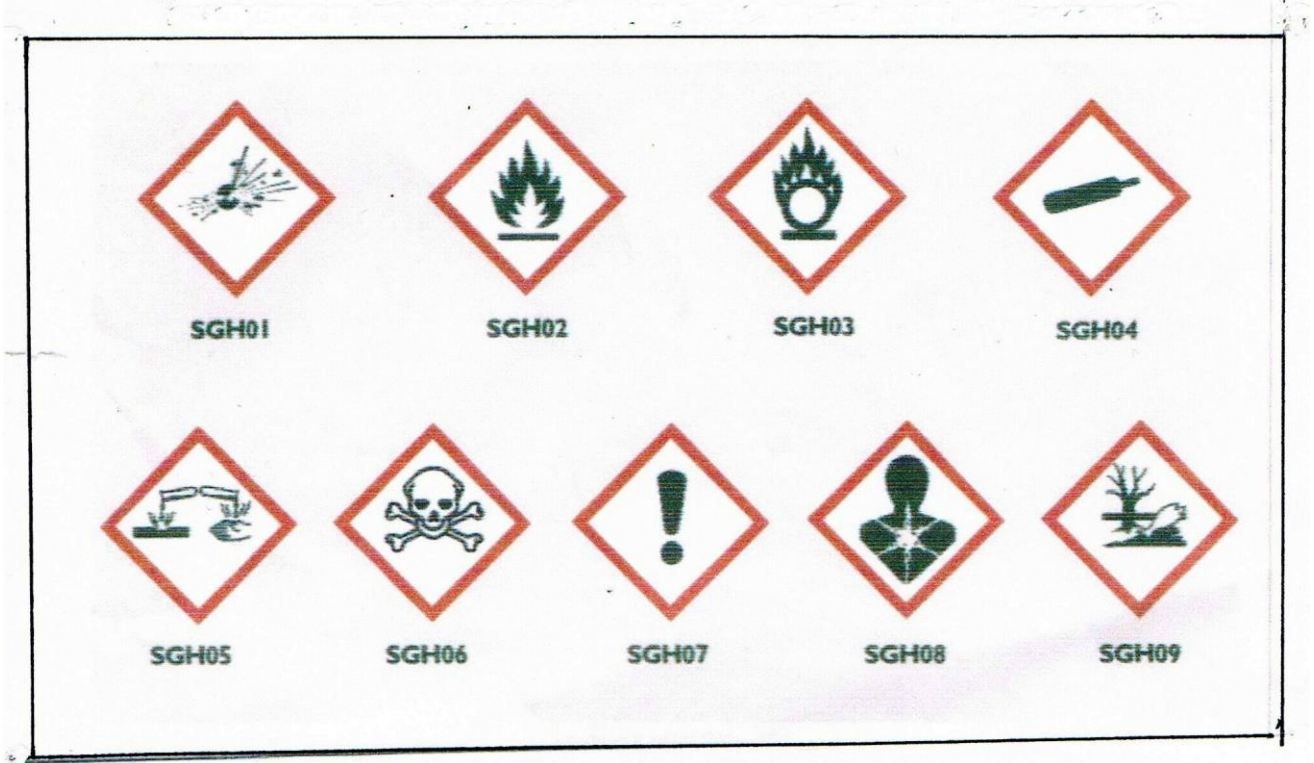
- الإشارة الكتابية إلى التنبيه مستويات المخاطر

- الإشارة الكتابية إلى التنبيه على المخاطر الخاصة للمنتجات

- نصائح الحيطنة والوقاية.

- الرسومات التي تعين الأهم فيها.

أمّا فيما يتعلّق بالمصطلحات المستعملة في تعريف الأخطار المحتملة ، يجب الإنتباه إلى بعض النقاط يتطلب خاصائص، وهكذا و لتجنب ترجمات تقريبية ذات نتائج كارثية فيتعلق الأمر عامة برسومات مصحوبة برموز تمكن المستهلك من التفريق بين الأخطار مثلا: زمن التآكل (corrosion) رسم SGH05 مختلف عن رسم SGH



### الرسومات المقننة التسعة: Les 9 pictogrammes du règlement CLP

#### 5-II: لغة أو لغات الوسم في الجزائر:

في إطار قوانين 21 و 22 من القانون رقم 05-191 لـ 16 جانفي 1991 المتعلق بتعميم اللغة العربية، فإن التشريع الجزائري يلزم كل المتعاملين الإقتصاديين بمايلي :

\*الإشارة كتابيا بالعربية على الأسماء والإشارات المتعلقة بالمنتجات والسلع المصنوعة محليا أو مستوردة.



\*الطبع بالعربية بما فيه التعليق والبطاقات المتضمنة إشارات تقنية، طريقة الإستعمال و مكونات المواد الكيميائية و الصيدلانية و الشبه صيدلانية والمواد الخطيرة.

\*في كل هته الحالات، يجب أن تكون الإشارات بلغة عربية واضحة و صريحة، أما فيما يخص اللغات الأخرى فإن التشريع الجزائري يرخّص بصفة ثانوية إستعمال لغات أخرى و فرنسية و اسبانية و انجليزية و ألمانية و صينية و تركية الخ.

إن ملاحظة السياق الجزائري تدفعنا إلى إستخلاص الفرضية التالية:

القانون الخاص باللغة الرسمية (العربية) للوسم المنتجات المخصصة للبيع غير مطبق حرفيا على الأقل إذا كان هناك إرادة حقيقية لإحترام القانون بينما يوجد بعض العيوب والنقائص التي تتطلب جهودا للتصحيح والإصلاح.

في الواقع، تعد هذه الإشكالية نتيجة لواقع مسموح به من قِبَل السلطات العمومية وشبه عديم المراقبة بالشكل الجيد، و فعلا فمنذ الإستقلال إن العقلية التسامحية فتحت المجال للقيام بممارسات لغوية أصبحت عادية : ملصقات المنتجات المصنوعة في الجزائر أو المستوردة محررة في معظمها باللغة الفرنسية فقط.

هذا ومنذ تشريع اللغة العربية في دورها كلغة رسمية وحيدة ، إنطلقت بالتدرج سلسلة من التصحيحات، وهكذا خشيئة من العقوبة أخذت مجهودات لترجمة الملصقات مع الحفاظ على الإشارات باللغة الفرنسية، ولكن نظرا إلى عدم القيام بها بصفة جيدة فإن عملية الترجمة لم تُعد دائما مقنعة.

صحيح في غياب المترجم المختصّ فإن الممارسة المناسباتية للترجمة يمكن أن تشكل حلا ولكن يمكن أيضا أن يكون لها مساوئ. إن الترجمات السيئة (الناجئة عن نقص في الكفاءة اللسانية والمصطلحية و نقص في الأخلاق) قد تنتسبب في الكوارث المتعلقة بسلامة المستهلك.

يجدر بنا أن نقول أن ترجمة الملصقات، حتى ولو أنها أصبحت الآن ضرورية وإستعجالية، لا تتلخص في الانتقال من لغة إلى أخرى بدون تمييز وتمحيص الكلمات ولكن يجب أن تسمح بوضع بين أيدي المستهلك المعلومات الأكثر دقة ممكنة.

## II-5-1: الوسم والترجمة

إنّ الترجمة، مثلما أشرنا إلى ذلك مسبقا، تسهم في الحفاظ على اللغات الحية، بتغذية اللغة الهدف بمصطلحات متنوعة بحيث تستعمل في إطار التواصل المهني والتقني والعلمي. إن المظهر الأكثر وضوحا للعيان فيما يخص إستعمال الترجمة يتمثل في تحديد (بمعنى الترجمة في اللغة الوطنية) أسماء المنتجات لكي نُتقن التعريف بها في الجزائر أو تصديرها إلى أسواق الممتلكات.

إنّ التغليف والتعليمات والمعلومات يجب أن تكون مترجمة إلى العربية، ازيادة على صرامة التنظيم القانوني الحالي المتعلق باللغة الرسمية للملصقات (للوسم) من الضروري التذكير بأن عولمة المبادلات رفعت من اللجوء إلى ترجمة المنتجات الأقل تصنيعا في البلدان التي تستهلك فيها من ناحية، ودخول الجزائر في الليبرالية الإقتصادية أسال لعاب الكثير من السلع ومن ثمتّ اللجوء إلى الترجمة من ناحية أخرى.

ومن جهة أخرى زيادة على ضرورة ما هو مكتوب بلغة أجنبية يجب أن يستعمل الوسم كلمات دقيقة ولكن مفهومة من طرف أكبر عدد من المستهلكين.<sup>53</sup>

هذا ما يعني الإجراءات الخاصة بالوسم الغذائي، خاصة التي تؤكد على أن " يجب على الملصقات أن تستعمل لغة سهلة الفهم من قبل المشتريين " إيجاد الكلمة الدقيقة و العبارة الصحيحة (الأصح) وفي نفس الوقت في متناول المواطن البسيط.

<sup>53</sup> SGH05: يتعلق في نفس الوقت بخطر مادي (بالنسبة للمعادن) والمخاطر المتعلقة بالصحة (بالنسبة للجلد والعيون) بينما SGH08 يتعلق بمخاطر عدة: حساسيات التنفسية، السرطان، التسمم للنظام التكاثري ...

كل هذا في تناول المواطن البسيط، إذ يظهر على أنه مهمة معقدة لأنه يجب أن يعلم لا أن يضلّ و يخفي بعض الوقائع<sup>54</sup> (إعلام بدون تضليل)

إنّ المتطلبات الجديدة الخاصة بالمعلومات التجارية قد حولت المصطلحات إلى عامل إنتاج و التجارة إلى عامل إقتصادي.<sup>55</sup>

هذا ما يبرر مساعدة الترجمة المهنية (المحترفة) حتى إذا كانت في أكثر الأحيان، ينظر إليها كنشاط إضافي ثانوي ذو كلفة قد ترضع ثمن العائد، هذا يمثل سببا إضافيا لبعض المتعاملين لكي لا يلجؤوا إلى الترجمة وهذا ما سنتطرق إليه في الفصل الثالث من خلال مدونة البطاقات (الملصقات) التي جمعناها في هذه الدراسة، ولكن مع العدد الهائل للمنتجات إن إختيارنا لم يكن سهلا وذلك بالنظر إلى المبادئ الأساسية للبحث العلمي الذي يبنى على أساس الواقع المفترض.

يتمثل الواقع المراد في إطار بحثنا في المعطيات التي لاحظناها وحللناها.

## II-6: منهجية وجمع المعطيات

في سياق بحثنا نعتبر كل المعطيات معلومات ذات دلالة قابلة المراجعة تهدف إلى تأكيد (أو إلغاء) فرضية الإنطلاق المتمثلة في فكرة أن رسم المنتجات المصنوعة بالجزائر أو المسوقة والتي يجب أو تكون مبدئيا باللغة العربية يظهر فيها نقائص في مجال اللغة والمصطلحات وفي مجال المعلومات التي تظهر في بعض الحالات ناقصة وتقريبية بل كاذبة في بعض الأحيان، لأن هدف الترجمة في هذه الحالة الدقيقة هو إختيار الكلمة الصحيحة المناسبة ومن ثمت ضرورة معرفة ما هيئها. بعض الأمثلة:

- مضبوط/ غير مضبوط normalisé / non normalisé

- رسمي / غير رسمي officiel / non officiel

<sup>54</sup> « informer sans désinformer »

<sup>55</sup> : توصيات متعلقة بالمصطلح CST ,Bern(2009-5)

- بال/غير بال désuet / non désuet
- مؤكد / غير مؤكد confirmé/ non confirmé
- منسوح به, مسموح به / مفضل toléré, privilégié/déconseillé .

## II-6-1 : العيّنات وجمع المعطيات

نظرياً، تعدّ العينة كمية محدودة لمجموعة ما والتي تمكن الباحث من تقييم المميزات أو على الأقل أن تكون له فكرة عنها والمستعملة لتمثيل ودراسة خصيات هذه المجموعة.<sup>56</sup>

يهدف مصنف المعطيات المتمثل في مدونة الملصقات إلى التعرف على المعلومات الضرورية لفهم حالة ما أو مشكل ما.

إن أهداف جمع المعطيات يمكن تكون متعددة ومتنوعة:

- إقامة حالة موضوع

- التعرف على الآفاق المستقبلية

- إيجاد حلول

وهكذا يمكن للمعطيات أن تأتي بإجابات للأسئلة التالية:

- ماذا نريد أن نبين؟

- ما هي الاستراتيجية المصنّفة يمكن أن نبينها نتبناها؟

أما فيما يخص موضوع تحقيقنا أردنا أن نجمع العدد الأكبر من ملصقات المنتجات الموجودة على الرفوف التجارية القريبة منا.

إن العدد الكبير من المنتجات يجعل هاته العملية أكثر تعقيدا مما كنا نعتقد في البداية.

ما هي البطاقات (الملصقات) التي كان يجب أن نستعملها؟

<sup>56</sup> « L'échantillon est une quantité limitée d'un ensemble qui permet d'en évaluer les caractéristiques ou de s'en faire une idée et qui est utilisée pour représenter et étudier les propriétés de cet ensemble » [http://f.wikipedia.org.:Echantillon/\(chimie\)](http://f.wikipedia.org.:Echantillon/(chimie))

- بالنظر إلى المنتج؟
- بالنظر إلى الترتيب؟
- بالنظر إلى مصدر؟
- المنتج؟
- المصدر؟
- المستورد؟

إن الإختيار الذاتي والنسبي يبقى عملية حدسية في البداية حتى إذا استلزم الأمر إلغاء أو إضافة منتجات جديدة في حالة الضرورة. مهما يكن على المعطيات المُقيّمة أن تقدم إشارات عامة، ومن ثم إن المقاربة الكمية، في الإطار المنهجي، تعتبر ناجعة مثل المقاربة النوعية.

## II-6-2 : إنشاء مدونة الدراسة

إن الملصقة الملحقة على غلاف المنتجات تسمح بالتعرف على الشيء المغلف، فالمنتج ليس فقط مسمى بل أيضا مصنفا.

إن عملية إنشاء مدونتنا مرت على مرحلتين :

- أولا : علمنا منتجات معروضة مباشرة في رفوف المتاجر.
- ثانيا : إتصلنا بمطبعي وهو الوحيد على مستوى تلمسان مختص في صناعة الملصقات، لكنه أبدى بعض التردد حيال بحثنا مخافة من النقد أو العقوبة، حاولنا بدون جدوى أن نطمئنه مهما يكن فقد أعطانا حوالي ثلاثين بطاقة. وهكذا فقد إستطعنا في جمع بعض الملصقات، المختلفة النوع.

لقد كانت إستراتيجيتنا في البداية جمع أكبر عدد ممكن من البطاقات بدون أي تمييز حيث كنا نفكر في تنويع المنتجات ومن ثمت الخصوصيات المرتبطة بالأبواب المفروضة من القانون. ولكن لجأنا إلى تصنيف على أساس التوقيات المعبر عنها في النصوص الرسمية المتعلقة بالوسم.

وبالفعل فيما يخص النصوص التشريعية الجزائرية أو النصوص التقنية الصادرة عن هيئات دولية مثل "SGH" فقد إستسقينا مقارنة مختلفة حسب ما يلي :

\*المواد الغذائية

\*المواد كيميائية/ الخطيرة

\*المواد الصيدلانية

\*المواد المنزلية، الكهرومنزلية ...

ولتحديد مجال دراستنا فقد اعتمدنا على

\*المواد الغذائية ماسميناه برمز Ea

\*مواد الخاصة بالتنظيف (التي تعتبر على العموم خطيرة للصحة و/أو

للمحيط) ماسميناه برمز Eb

أما فيما يتعلق بالمواد الأولية وبالنظر إلى العدد الهائل من المنتجات المتوفرة على رفوف المتاجر قدرنا الإهتمام أولاً بعدد محدد من المنتجات خاصة تلك المرتبطة بالإستهلاك اليومي مثل:

-مواد مشتقات الحليب

-العجائن

-المشروبات

-وعدة مواد غذائية التي يشتريها المستهلك ويستهلكها بانتظام (خضر جافة و

منتجات مجمدة ...).

فيما يخص مواد التنظيف، كان الإختيار معقداً لأننا إكتشفنا منتجات متعددة متنوعة المصدر والتي في أكثرها مستوردة وتطرح مسبقاً إشكالية الترجمة والمصطلح .  
لجاناً إلى إختيار صدفوي فقد إختارنا بعض المنتجات حسب إختلاف أبواب الملصقة عوض أن يكون الإختيار في المرحلة الأخيرة .

# الفصل الثالث :

تقديم وتحليل المدونة

تتيح الترجمة للمستهلكين فرصة الإطلاع بدون واسطة إلى المعلومات ، فهي الوسيلة الأكثر نجاعة للوصول إلى المصادر المتاحة للغات .  
وهذا ما يشكل بالضبط مبدأ وهدف إلزامية وسم المنتجات المخصصة للبيع .  
إن التشريع في مجال اللغات المراد إستعمالها في هذا الإطار هو الإعتراف أن المواطن يمكن أن يستعملها في حياته اليومية .  
وفي الجزائر أيضا، إعترافا بأن الممارسات اللغوية قد تطورت وهو إعطاء ولو بصفة غير مباشرة المستهلك الجزائري إختيار و الإطلاع على المعلومة باللغة التي يتقنها: العربية أو الفرنسية وخاصة المواطنين في سن الخمسينات من حياتهم فما فوق الذين لا يتقنون بصفة جيدة اللغة العربية على العكس من الشباب الدارسين باللغة الوطنية.  
إن هذه الملاحظة تمكننا في مرحلة ثانية من الكشف عن بعض الخصوصيات بل بعض النقائص في صناعة و تحرير الملصقات .  
قبل التطرق إلى الدراسة المصطلحية للملصقات وإلى التحليل النقدي لطرق الترجمة، خاصة بالعربية، سنكتفي في مرحلة أولى بالمعاينة (constat) ثم نتجه إلى تحليل المصطلحات المستعملة باللغة العنصر (فرنسية) وإلى ترجمتها إلى اللغة الهدف (العربية).

### III-1: الوصف العام للوسم

بادئ ذي بدئ، إن ما يميز أكثرية الملصقات (البطاقات) التي جمعناها هي الطريقة التي إستعملت بها اللغة العربية.

\*المكان على البطاقة

\*تُعد العلامات المستعملة (حروف و أرقام ... الخ)

\*أهميتها<sup>57</sup> مقارنة مع اللغات الأخرى الحاضرة على التغليف .

<sup>57</sup> -الاشارات الكاملة المختصرة الخاصة بالحد الادني اوغير موجودة



### III-1-1: وضع اللغة العربية في الوسم المنتجات بالجزائر

بصفتها اللغة الأولى والوحيدة الرسمية في الجزائر يفرض منطق الأشياء أن تكون اللغة العربية اللغة الأولى للتواصل التجاري بصفة عامة وكذا لغة الوسم بصفة خاصة، ثم تأتي اللغة الفرنسية في المرتبة الثانية فاللغة الإنجليزية ثم باقي اللغات الأجنبية الأخرى. إذن، يكمن جوهر هذا البحث في وجود أو غياب اللغة العربية والوطنية على التغليف. من جهة أخرى و إنطلاقاً من فكرة أن الأبعاد والمكانة المخصصة للغة يجب أن تتماشى مع درجة أهميتها في المحيط الاجتماعي اللغوي الجزائري سنتطرق إلى البحث في إطار هذا المبدأ.

إن الملاحظة الإجمالية للمدونة الإجمالية ستمكننا من تأكيد (برهنة) الفرضية الأولى والتي مفادها أن درجة أهمية اللغة العربية المستعملة للوصف والتمثيل وحتى إشهار منتج ما هو من جهة متوازن نسبياً، هذا من جهة. ومن جهة أخرى يتناسب في أكثر الأحيان مع نتيجة ترجمة من اللغة العنصر (الفرنسية عامة) إلى اللغة الهدف (العربية الشائعة) (standard)<sup>58</sup>.

مهما يكن المكان المخصص للكتابة باللغة العربية وكذا حرف الطبع (أصغر من حروف الطبع باللغة الفرنسية) يؤكد جيداً (Ea2, Ea4, Ea6..). أن اللغة العربية ليست محلاً للغة الأولى للوسم المنتجات في الجزائر<sup>59</sup>.

<sup>58</sup> حيانا الإنجليزية و مند قال الصينية،التركية،إلخ

فيما يتعلق بالمنتجات المستوردة تحرر الترجمة بالعربية المصرية-السرية والتنسية<sup>59</sup>

على الأقل، يتعلق الأمر بممارسة حديثة وملزمة التي تفرض تدريجياً نفسها ولكن حتى الآن تعتبر من قبل المستهلك وفي بعض الأحيان من قبل المتعامل نفسه شيئاً ما غير مجدية وغير فعالة لأن سبب وجودها هو تطابقها مع القانون فقط .

يمكننا القول إذن أن التواصل بواسطة الملصقة المكتوبة أساساً وفي اتجاه واحد، والذي لم يشركه المستهلكون، يتشكل في أحسن الحالات ممارسة متعبة ولكن ملزمة بالنظر إلى التنظيمات القانونية المعمول بها وطنياً ودولياً والتي في حالة عدم احترامها تعرض صاحبها إلى عقوبات ومتابعات قضائية.

إن المظهر المادي أي التغليف و المادة و الشكل و الكتابات و الألوان.. الخ، سمحت لنا أن نقيم بصفة إجمالية الملصقة. وهكذا لاحظنا أن الإهتمام بالمظهر المادي يتطلب في أكثر الأحيان تحريراً وإستعمالاً جيداً مناسباً للغات العنصر والهدف .

وهكذا وبدون أن تصبح قاعدة يمكننا أن نلاحظ نوعية اللغة والإحترافية فيما يتعلق بالترجمة تتماشى بالموازاة مع نوعية الملصقة وقدرتها على جلب المستهلك .  
كلما كان التعليق قاعدي كلما كانت الترجمة بسيطة أي "استعمال لغة هاو".

### ' Amateurisme langagier '

فيما يخص الإنتاج الوطني وفي درجة أقل بالنسبة للمنتجات المستوردة فقد إكتشفنا بطاقة (ملصقة) تمثل نقائص ظاهرة للعيان على المستوى النوعي للبطاقة وعلى مستوى تطابق وفعالية وحقيقة المعلومات ومن ثم على إحترام النصوص القانونية :

- مبدأ المقرئية
- عناصر إعلامية
- أبواب قانونية (مكونات و قيمة غذائية و تاريخ نهاية الصلاحية و طريقة الإستهلاك)
- كتابات واضحة ... الخ

تسمح الترجمة للمستهلكين الوصول بدون وسيط إلى المعلومات، فهي إذن وسيلة

القانون.

إذن يمكن القول إن الإتصال بواسطة البطاقة أساسا مكتوبة و لإتجاه وحيد بدون إدخال المستهلكين إطلاقا ، يؤسس في أحسن الحالات ممارسة مرغمة و لكن إلزامية نظرا للتنظيمات الوطنية و الدولية و عدم إحترامها مستحق المتابعات و العقوبات.

من البديهي أن تطرح هنا بصفة خطيرة مسألة القوانين الأساسية السياسة و الاجتماعية للغات في الجزائر ولكن خاصة مسألة القانون الأساسي الإقتصادي يدرك خاصة أكثر في أفق العولمة الشمولية، أي آفاق الذي تعيد مجددا صنع حدود سياسية و الحدود اللغوية لصفة اللغات و إعادة تحديد لغات الصفة.(3: 2010 Dahou,F & all)<sup>60</sup>.

### 2-III: تحليل الملصقات :

هناك عنصران من البطاقة لفتا إنتباهنا أثناء فحص المدونة، هما المظهر المادي الشامل و كذا مظهر الصعيد اللغوي

### 1-2-III: المظهر المادي للملصقة :

و هو يتموقع في محيط الإشكال الذ نحن بصدده، إن المظهر المادي، يعني الحزم و المادة و الحجم و الكتابات و الألوان... سمح لنا بتقدير و بصفة شمولية نوعية الملصقة و بالتالي لاحظنا أن تدلّ العناية التي نليها للمظهر المادي في غالب الأحيان على تحرير و إستعمال ملائمين لإنطلاق و الوصول.مثل البطاقات التالي:

<sup>60</sup> دحو. ف بن صالح، ب. خنور 2010 اللغة العربية في مؤسسة الانتاج الاتصال في تنافس

1. Ea2-Ea3, Ea6, Ea5

2. Ea16-Ea17-Ea17-Ea18

3. Eb2-Eb3-Eb5-Eb6-Eb7

و هكذا، بدون أن يكون ذلك قاعدة ، يمكن مراعاة حالة نوعية اللغة و الإحترافية في نطاق الترجمة يمشيان مرارا معا ومع نوعية جاذبية البطاقة كلما كان التوضيب أساسيا كلما تقلصت الترجمة إلى أبسط عباراتها ، يعني "هواية لغوية" .

أمثلة: Ea 20-Ea 21- Ea 23- Ea 30

بالنسبة للإنتاج الوطني وأيضا للمنتوجات المستوردة ، لاحظنا أن تجلي المصقات نقائص فظيعة ليس على صعيد نوعية المصقة فحسب بل حتى على صعيد المطابقة و النجاعة وصحة المعلومات.

و بالتالي على إحترام القانون في مادة :

- مبدأ سهولة القراءة

- العناصر الإخبارية

- العناوين التنظيمية (العناصر التي تدخل في التكوين و التركيب و القيمة الغذائية و

القيمة الطاقوية و تاريخ إنقضاء الإستعمال كيفية الإستهلاك و كيفية الإستعمال و

الخطورة) - إحساس دائم

- حروف مرئية.

III-2-1-1: فحص نقدي لمظهر تسويق الملتصقات :

لقد سمح لنا تأسيس و جمع و تحليل العنصر المادي للملصقات المجمعة في الملحقات بتعودنا على هذا النمط من الممارسات و هو الأمر الذي دفعنا إلى إنتباه قوي و خاص لسلوكات الزبائن . و هكذا أصبحنا واعيين بالأهمية التي يكتسيها التوضيب و الوسم للمنتجات التي قد نجدها في السوق وكذا تأثيرها على المستهلك. و حسب "كوطاير" (Kotler et All 2006 : 452) يشكل التوضيب أداة أساسية و فعّالية للتسويق فعلا و بواسطة التوضيب يتم الإتصال الأول بين مستهلك و منتج .

هل يوجد من لا يعرف زجاجة الأسطورية "كوكاكولا" أو المنتوجات "بيمو" الوطنية التي لا يمكن نزع عرشها أو الماء المعدني سعيدة ؟

و لأنّ وظيفة التوضيب مبدئيا تجلب الإنتباه و تصف مميزات المنتج و تلهم بالثقة: ذلك أنّ العديد من المستهلكين مستعدون لدفع ثمن أعلى لمظهر إيجابي ما، لراحة أمنية أو لرفاهية، و بالتالي كلما قلّ المظهر الجذاب في نطاق الحزم أو أصبحت التسجيلات غير قابلة للقراءة أو الفهم فإنّ المستهلك حينئذٍ يحيد عن هذا النمط من المنتج الذي لم يعد يلهم بالثقة و لهذا ننصح أن تكون المميزات الجمالية و الوظيفية مختارة بعناية فائقة (Kolter et all .2006 : 454) <sup>61</sup> .

<sup>61</sup> Kolter, Philippe. Keller .Kiev, Lane . Dubois, Bernard. Manceau, Delphine (2006)'Marketing, Management' (Pearson Education France 12° Edition)

في ترتيب الفكرة هذه ، لاحظنا أن عملية الوسم تختلف من البطاقات البسيطة (أنظر ملصقة

Ea20-Ea21-Ea23-Ea30 et Ee14-Ee11-Ee10

إلى إنشاء بيان رسمي ممتاز (انظر ملصقة Ea9-Ea7-Ea16-Ea17)

إن كمية المعلومات المقدمة هي الأخرى تختلف من بعض الكلمات (Ea30-Ea20-Ea18-

Ea13-Ea15) إلى الأمكنة القصوى للحزم (مثلا الملصقة رقم Ea16 – Ea17, Ea17,

(Ea9 Eb1 Eb3 Eb5-Eb6

و فضلا عن ذلك، لا يكفي تعريف منتج بتعيينه بإسم أو عبارة أو علامة :

مارغرين لا بيل (Margarine La Belle) – معجون الأسنان كلقاط (dentifrice

Colgate – كسكس ماما (couscous Mama) – عصير البرتقال رامي (jus

d’orange Ramy) – حليب كانديا. (lait Candia) الخ...

يجب إعادة تحديده و وصفه يعني توضيح تركيبه و وزنه و قيمته الغذائية و تاريخ صنعه

و إستهلاكه و كيفية إستعماله كما هو معمول به في معظم الوسوم.

إن تعدد العناوين (عناصر تكوين الإستعمال قيم غذائية و السمومية و التركيب و مراعاة

الإستعمال) عامل ينمُّ على نوعية المنتج . و كما هو مألوف، إنّ الحاوي ( يعني المظهر

المادي الخارجي أكثر من المحتوى نفسه ) هو الذي غالبا ما يدفع إلى شراء المنتج .

من جهة أخرى ، و فضلا عن الطابع الإلزامي والضروري لتحديد تلك المعطيات على

الملصقة ، فإن رسمها البياني صار أداة حقيقية لترقية المنتج .

بصفة عامة إنّ المظهر الخارجي يطمئن الزبون على نوعية المنتج . حسبنا مقارنة المصققة رقم Ea7 مع المصققة رقم Ea21 . إحداهما سهلة القراءة و المنال أما فيستحيل فكّ محتواها لصغر حروفها و رداءة كتابتها.

### III-2-2: تحليل مقارن لبعض بطاقات العنصر المادي

قمنا في إطار الشق التطبيقي للدراسة بإجراء فحصين، ففي مرحلة أولى: قمنا بملاحظة بعض المنتجات الرائجة من أنواع مختلفة بالنسبة للعنصر المادي Ea . فكان إهتمامنا مثلا: بالكسكس و العجائن و بالخضر الجافة و بالمشروبات مستمّدة من الفواكه و مواد أخرى .

و بالنسبة للعنصر المادي Eb إحتفظنا ببعض المنتجات المنظفة : ماء جافيل و مواد أخرى .

### III-2-3 :دراسة مقارنة لـ 3 بطاقات للكسكس Ea4- Ea5 – Ea6

إن الكسكس الذي تفتله النساء بيدها صار منتوجا صناعيا مجهزا للإستعمال و بالتالي هناك علامات عديدة موجودة في التجارة . إحتفظنا منها بثلاث (و لكن توجد منه علامات عديدة أخرى)

إن فحص المصققات Ea4 – Ea5 – et Ea6 يؤدي بنا إلى المعايينات التالية :

- إن الوسم لثلاثة منتوجات يشغل كل الورق الصقيل الذي يحل محل الحزم تاركا المنتج يظهر ويتم تقديمه في الحالات الثلاث بعناية :

\*إشارات ألفبائية مقروءة و لا تمحى.

\*ترجمة عربية للحصيلة و للوزن و لبلاد المصدر و الإشارات الخاصة بالمنتج .

إلا أن بالنسبة للعلامة (التي تم إيداعها) تشير هذه الأخيرة إلى :

- بالفرنسية فقط لـ Ea4 et Ea5

- بالعربية و الفرنسية لـEa6

- بالنسبة للقيم الغذائية، تكون الإشارات :

- Ea6: اللغة المزدوجة فرنسية / عربية

- Ea5: ثلاثي اللغة عربية / فرنسية / انجليزية

- Ea4: رباعي اللغات فرنسية / انجليزية / اللغة الاسبانية .

إن المعاينة الأولى التي يمكن القيام بها في هذا الصدد، بإن المكونات المتنوعة لا

تترجم بنفس الكيفية (انظر أدناه إلى الجدول رقم 01).



اللغة الاسبانية	الانجليزية	العربية	فرنسية
Ea5	Ea5	Ea5	Ea5
// //	Energy content	القيمة الطاقوية	Valeur énergétique
// //	Protein	بروتينات	Protéines
// //	Glucid	سكريات	glucides
// //	Carbonhydrat	كربوهيدرات	Hydrate de carbone
// //	Lipid	دهنيات	Lipide
// //	Sodium	صوديوم	Sodium
Ea4	Ea4	Ea4	Ea4
Valores energéticos	Energy content	القيمة الحرارية	Valeur énergétique
Proteinas	Protein	بروتينات	Protéine
Grasas	fat	دهنيات	Lipides
Hydratos de	Glucid	سكريات	glucides
carbono	Hydratos de carbon	كربون هيدرات	Carbohydrate
Ea6	Ea6	Ea6	Ea6
Valor energética	Energy content	القيمة الطاقوية	Valeur énergétique
Proteina	Protein	بروتينات	Protéine
Glucidos	Glucid	سكريات غلوسد	glucides
Lipido	Lipid	الدسوم	Lipide

جدول مقارنة لترجمات اصطلاحية للقيم الغذائية(01)

III-2-4: دراسة مقارنة لـ 3 ملصقات من العجائن الغذائية: Ea1- Ea2- Ea3

الوسم من هذه الفئة من المنتج مضبوط شموليا Ea1-Ea2-Ea3 تحترم كلها التنظيم في مادة تعريب الملصقات كل العناوين مزدوجة اللغة فرنسية / عربية ، مع الإحتفاظ بالإشارات الخاصة بالقيم الغذائية و المعتبرة، بدون شك، كأنها أقل أهمية من الباقي .  
و هكذا بالنسبة لـ:

- Ea1: القيم الغذائية مزدوجة اللغة فرنسية / عربية

- Ea2: لا يظهر العنوان على هذه الملصقة

- Ea3: القيم بالفرنسية و الإنجليزية و لكن ليست بالعربية

- فيما يتعلق بالعلامة و التسمية بالعربية للمنتج (Ea2 (Nouilles Pasta World إنها

تركيب النقل الصوتي تقريبي لجزئ من التسمية الأسبانية (Pasta) و الإنجليزية (World) و ترجمة الجزء الآخر:

و هذا ما يعطينا بالعربية "رشة باستا وورلد" .

III-2-5: دراسة مقارنة لملصقتين الخضر الجافة Ea16 et Ea17

إن الوسم Ea17 محرر كلياً بالفرنسية بإستثناء القيم الغذائية و إحدائيات العنوان و الهاتف التي تمت ترجمتها أيضا إلى اللغة العربية إشارات الحويلة و المزايا والنصائح و الصيغ الإشهارية الأخرى محررة بصفة مقتصرة بالفرنسية .

تستعمل الملصقة Ea16 اللغة الإسبانية كلغة أولى و الفرنسية ثم العربية كلغتين ثانويتين مع حروف صغيرة جدا غير مقروءة (حتى بواسطة عدسة مكبرة لم نتوصل إلى قراءة بعض البيانات) .

بالعكس، يشار إلى القيم الغذائية باللغة الإسبانية و الفرنسية و الإنجليزية و العربية في المكان الأخير رغم أن هذا المنتج تمت صناعته في الجزائر .

### III-2-6: دراسة مقارنة بين ملصقات للمشروبات ثمرية الطعم Ea7 الى Ea15

بالعكس فيما يتعلق بملصقات المواد التي تمت دراستها أعلاه ، كهذه الأخيرة الملصقة بزجاجات المشروبات ، المسماة "عصير" تقدم عدة نقائص وتشوهات في مادة الترجمة إلى اللغة العربية لبعض الإشارات النوعية .

و هكذا يوجد النقص و الغموض و حتى الإفراط في الإشارات أكثر مما يخبر المستهلك يخاطر بالعكس في تضليله .

• مشروب بلباب البرتقال و الأناناس
• Boisson à la pulpe d'orange et d'ananas Ea7
• Ea8 مشروب ثمري الطعم – برتقال غني باللباب لباب البرتقال
• -Boisson fruitée-orange- Riche en pulpe-pulpe d'orange-Ea8
• Ea9 البرتقال – الليمون –الليمون الهندي
• .-Orange, citron, pamplemousse-Ea9
• Ea10 مشروب ثمري الطعم البرتقال – ليمون – جزر
• -Boisson fruitée-Orange, citron, carotte-Ea10
• Ea11 مشروب غازي بعصير الفاكهة برتقال غني باللباب-
• Boisson gazeuse au jus de jus de fruit-Ea11
• Ea12 مشروب غازي منعش بعصير الفاكهة
• Boisson gazeuse rafraichissante au jus de fruit Ea12
• Ea13 مشروب بعصير العنب و التوت
• -Boisson jus de raisin et mure- Ea13
• Ea14 مشروب البرتقال
• boisson à l'orange Ea14
• -préparation à l'orange-Ea14
• Ea14 حصيلة بالحليب و الفواكه
• Préparation lactière aux fruits- Ea15
• Ea15 - تخصص اللبني بالفواكه

جدول التعيين "العصير" (2)

تؤثر فهرسة هذه المنتوجات و تعييناتها العديدة و المتنوعة في لغة الوصل على الترجمات من لغة الإنطلاق بواقع عدم تسوية المصطلحات .

و هكذا هل يمكن لنا تأكيد أن: هذا يعني شيئ واحد؟

أن "مشروب عصير الفاكهة" و "مشروب ثمري بلباب الفاكهة" و "مشروب غني بلباب" و

"مشروب بالبرتقال" و "مشروب عصير البرتقال" أنها منتوجات من نفس التركيب؟

لمعرفة ذلك، سوف يجعل المستهلك من الآن فصاعدا متعودا على المصطلحات والتعابير

التقنية الخاصة بتركيب و صنع هذا النوع من المشروبات .

عربية	فرنسية
مشروب عصير البرتقال	Boisson au jus d'orange(Ea12)
مشروب ثمري الطعم	Boisson fruitée (Ea8), (Ea10)
مشروب البرتقال	Boisson à l'orange (Ea14)
مشروب لباب البرتقال	Boisson à la pulpe d'orange(Ea7)
مشروب من أصل لباب البرتقال	Boisson à base de pulpe d'orange (Ea7)
مزيج مركز لعصير الفواكه	Concentré de jus de fruits (Ea10)
مشروب من خل تشير ايات طبيعية	Boisson de cellules naturelles (Ea13)

ترجمة عربية التعابير التي تشير "العصير (3)

عربية	فرنسية
حمض فيتامين (Ea12)	Acide ascorbique
محمض (Ea7) معدل للحموضة (Ea8)	Acidifiant
مستحمض (Ea11)	acidulant
عامل فوحمة (Ea12)	Agent de carbonation
مضاد التأكسد (Ea8-Ea7) مضاد اكسدة Ea10	Antioxydant
بن رواط الصديوم (Ea12)	Benzoate de sodium
بيطا كاروتين (Ea7)	Beta-carotene
محافظ (Ea10-Ea9) عوامل للحفظ (Ea8)	Conservateur Conservateurs
المحافظون (Ea8)Ea(15)	Epaississant
مستحلب (Ea8)	Emulsifiant
خميرة لبنية	Ferment lactique
زيت أساسية	huile essentielle
تعقيم الحليب بدرجة مرتفعة	Pasteurisée à haute température
-----	Régulateur d'activité
بدون حافظ (Ea13-Ea9-Ea7)	Sans conservateur
متبث (Ea10)	Stabilisant
صورباط بوتاسيوم (Ea11)	Sorboate de potassium
فيلكورين (Ea11)	Velcorin

ترجمة مصطلحات عربية خاصة بمكونات العصير (4)

III-3: تحليل البطاقات غير المطابقة التوصيات التنظيمية

سنصف فيما يلي بعض منتجات التي وسمهم ناقص أو غامض مثل 8 Ea2, Ea20

III-3-1: حالة Ea20

عربية	فرنسية
تعين المنتج	Désignation de produit
لا توجد ترجمة	Bâtonnets de surimi Aromatisé au crabe
تحضير من أصل سوريومي الوزن الصافي غ250	Préparation à base de surimi  Poids net 500g
العناصر الداخلة في تكوين المركب	Ingredients
ماء نشاء القمح بروتينات السوبا زيت السويا سكر - مستخرج السرطان.  ملح غلوتامات أحادية الصوديوم  نكهة السرطان ملوني	Surimi (nemipterus vigatus)
	Eau, amidon de blé, proteïn de soja huile
	Sel, glutamate de monosodium (E621)
	Arome de crabe, colorant E 120c)

ترجمة مصطلحات عربية خاصة بمكونات (5)

إن اوسم لهذا المنتج المصنوع في الصين و الذي إستورده متعامل جزائري يكشف عن نقائص عديدة على صعيد مطابقة البيانات (تعيين المنتج غير كامل - خطأ في المعطيات الخاصة بالوزن - ترجمة عربية لم تتم تسويتها و لا تتعلق بكل المكونات التوصيات بالفرنسية غير مترجمة إلى العربية.

### III-2-3 : حالة Ea28

هذا المنتج الذي هو مستورد من الصين ، وسمه باللغة الرئيسية (عبارة إنجليزية) .  
 عبارة إنجليزية "crabe claw" مترجمة إلى العربية غريبة : 'نوعية المنتج' و هذا يعني حرفيا : نوع المنتج مع أن ذلك معناها "Pinces de Surimi" يتعلق بالعربية .  
 إن العناوين الأخرى (تركيب المصدر و بلد الأصل...) مزدوجة اللغة إسبانية/ عربية، مع أن إشارات القيم الغذائية لا توجد إلا باللغة الإسبانية .

بالنسبة لهذه المصلحة (Ea28) والسابقة (Ea20) يكمن التشويه الأساسي في الغموض الإصطلاحي وعدم مهارة الوصفيات الخاصة بالترجمة وهكذا يظهران ثلاثة ألفاظ في المنافسة التي تترجم مرارا كالتالي "surimi" و حتى cancer (إقتباس) ، (كرب) crabe (سارطان) سلطون التنجيم .

إن هذه الممارسات الخاصة بالترجمة عديمة المهارة التي ليست لها حقيقة تأثيرات ظاهرة على صحة المستهلك، معينة من وجهة النظر التجارية و التشريعية و يمكن لها أن تؤسس مناخا يسوده التشكيك فيما يتعلق بصحة المعلومات الأخرى الموجودة على المصلحة .



### III-3-3: حالة الملصقات الأساسية (basiques)

تكتفي ملصقات عديدة المتعلقة بأبسط عباراتها بالحد الأدنى لمعلومات قليلة ، ترجمة غير متساوية أحيانا ومهجورة ، و حتى غير موجودة كليا أو خاطئة و خاصة إستعمال مفرط و حتى يقصد شيء للنقل عوض الترجمة

مثال: Ea30

Ea30 بالفرنسية فقط

Ea30-b بالعربية فقط

Ea30-d بالعربية فقط

Ea30-c مزدوج اللغة (فرنسية أو عربية) رغم أنها ابتدائية ليست في حاجة إلى كفاءة خاصة ، نقلت ترجمة اللفظ "Vanille" بطريقة مختلفة :

Ea30-d فانيليا

Ea30-b فانيليا

يمكن أن نتساءل في هذه الحالة، إذا إختار المترجم عن قصد الإقتباس المضبوط أو إكتفى فقط بنقل اللفظ بدون البحث عن الترجمة الملائمة .

يتعلق هذا النمط من الممارسات الجارية و التي ينجزه أشخاص غير محترفين مرارا بترجمة الوسم المنتوجات المستوردة من البلدان الأجنبية مثل تيلندا (Ea19) و زيلندا الجديدة (Ea21) و تركيا (Ea18) و الصين (Ea20) .

إلا أننا نلاحظ أيضا المنتوجات الجزائرية التي تتضمن وسمها نقائص عديدة :

مثلا: Ea23

- لا يوجد تعيين المنتج لا بالعربية و لا بلغة أخرى، أهو الجبن و الزبدة و القشدة ، لا يوضح الوسم ذلك.

- إن العبارة القائلة 'Fondu à tartiner' تعني "مذاب للتزبيد " هي مبهمة المعنى أثناء ترجمتها إلى اللغة العربية أو حتى إلى اللهجة المحلية!؟

- كما أنّ ترجمتها بـ"طري للطلاي" و هي تنقل تركيب فرنسي لا تعني شيئا عند المستهلك!؟

#### III-4: دراسة مقارنة لـ 8 بطاقات لماء جافيل Eb1 إلى Eb8

لأجل تحقيق أن الملاحظات المقدمة أعلاه الوسم للمواد الغذائية التي تتعلق أيضا بفئات أخرى من المنتجات تم إهتمامنا بالمواد المختلفة ، والحالة هذه المحلولات المنظفة الأكثر استعمالا : ماء جافيل .

من بين العدد الهام للعلامات الموجودة في السوق ، إحتفظنا بثمانية من بينها Eb1 إلى Eb8 سمحت لنا ملاحظة ثمانية بطاقات أن :

- كل العناوين مطابقة لقاعدة التعريب .

- تمت الإشارة إلى البيانات الإلزامية بالفرنسية والعربية، بإستثناء المنتجين المستوردين Eb7 و Eb8 بالفرنسية فقط.

- و من جهة أخرى ، ملاحظة فيما يتعلق بالعلامة (أو تعيين المنتج) ثلاثة أنماط من الترجمة و هي :

- التكافؤات
- الإقتباسات
- النقل الصوتي . ومن الأمثلة التوضيحية، نسرده ما يلي:

Eb3	Bref	براف
Eb4	Nassah	ناصر
Eb5	Chlorex	كلوراكس
Eb1	La reine	لا توجد ترجمة عربية
Eb2	Test	لا توجد ترجمة عربية
Eb6	Aigle	النسر
Eb7 و Eb8		لا توجد ترجمة عربية

### جدول ترجمة التسميات (6)

ب/ أغلبية القواعد الإشهارية بالفرنسية فقط:

Eb4 يطهر و يبيض

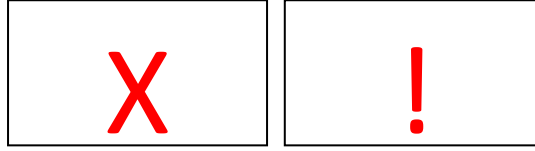
Eb2 تم فحصه و موافق عليه جديد ، أقصى اللمعان 100% نظافة

حماية تامة ضد المكروبات .

ج/ إن خصوصية الوسم الخاصة بالمنتجات الكيماوية عادة و النظافة المنزلية و الجسدية

خاصة المطابقة الكلية للتوصيات الخاصة بالإشارات إلى المكونات و إحتياطات الإستعمال

المعبر عنها في اللغتين أو عند عدم ذلك بواسطة إشارات التنبيه التي تتصحها الهيئات الدولية لحماية المستهلك .



د- المكونات الكيماوية بالفرنسية و العربية

الفرنسية: eau, hypochlorite de sodium

العربية: ماء أبوكلوريات الصوديوم Eb3

العربية: ماء هبكلوريت الصوديوم Eb4

العربية: تحت كلوريات Eb6

الفرنسية: Bichromate de potassium

العربية: بيكرومات البوتاسيوم Eb6

رغم أنّ هذه الألفاظ من المعجم العلمي المنقولة إلى العربية و كل اللغات الأخرى للإقتباسات و نقلها بعيد عن أن يكون مضبوط المقطع فهي ينقل بـ /إ/ تارة و تارة بـ

/هـ/

د/ بالنسبة للمعجم اللغوي المعتاد يشار إلى أن مرادفات عربية عديدة لها إمتياز. إن خيار المعجم الغامض غير مستقر يمكن أن تنجر عنها أشياء غامضة و حتى أشياء موضوع اللبس.

مثلا : الفعل 'verser' يترجم إلى العربية - : أسكب ، صب ، أفرغ ، أراق

و لكن 'verser' لا يعني 'vider' أخلى ، أفرغ

ختاما، بالنسبة لـ 8 منتوجات (جافيل) فالمتعاملون الجزائريون وهدهم مطابقون لمتطلبات اللغة و الشكليات و معايير الوسم .

بالنسبة للملصقات Eb7 و Eb8 (المنتوجات المستوردة) رغم أن العناوين موجودة في اللغة الفرنسية، يجب على الوسم أن يعتبر كغير مطابق و بالتالي غير مقبول حسب القانون لانعدام أية معلومة محررة بالعربية.

### III-5-: ملاحظات عامة عن الممارسات الخاصة بالترجمة

حسب صالح مجري : " في الترجمة ترتقب ثلاث حالات : وجود المتكافئ متعدد

المفرداتي الأحادي المفرداتي أو غياب المتكافئ " (2001:153)

في إطار عنصرنا المادي ، فحص المكونات الكيماوية (Eb) و كذلك فحص مكونات

بعض المواد الغذائية (Ea) هذا ما جعلنا نعاين أن ترجمة الإصطلاح العلمي في العربية

مستعمل في إطار الوسم للمنتوجات تمتاز عادة بإبهامها .

- و هذا ما يبرر مسعى المتعامل المكره لإستعمال المتكافئ المتعدد المفرداتي لنقص المتكافئ لمفرداتي الوحيد.

- إلاّ عندما لا يوجد أي اصطلاح ، يلجأ المترجم مرغما إلى الإقتباس.<sup>62</sup>  
 إن هذه الإصطلاحات المقتبسة من الفرنسية و الإنجليزية و الإسبانية منقولة كما هي بالعربية.

### III-5-1: تحليل الترجمات الاصطلاحية العربية : دراسة بعض الحالات

في ترقبنا النظري، لاحظنا صعوبات لإختيار أثناء ترجمة الملصقات بين اللفظ المعتاد اللفظ و المتخصص مرارا مجهول .

إن التردد الإصطلاحي المتكافئ المتعدد المفرداتي مرارا يعني عدم معرفة الميدان من طرف المترجم ، يقع أن هذا الأخير يترجم الألفاظ بدون معرفة بالتدقيق ما يعني ذلك (حالة Ea28 و Ea20 ) و من هنا اللجوء إلى الترجمة كلمة (حرفية) أو مقتبسة من قاموس عام - إن هذه الممارسة مازالت أكثر سريانا للألفاظ التقنية المقتبسة من المعجم العام.

و هذه حالة الأمثلة العديدة إخترنا منها الأكثر جريانا.

### III-5-2: حالة تركيب/المركب/مكون

<sup>62</sup>مجري صالح (2001) "ترجمة الألفاظ مراجع نظرية .

إن هذه الكلمات<sup>63</sup> الثلاث المستعملة على الملصقات ، موضوع ترجمات متعددة و غير واضحة. قد يحصل أن اللفظين في لغة الوصول يترجمان كلمة المصدر و هذا ما يجعل الإنسان لا يفقه شيئاً.

في هذه الحالة بالضبط لاحظنا أن ما لا يقل على 11 ألفاظ عربية متعددة التكافؤ مطبقة تارة لهذا اللفظ، و تارة للأخر من لغة الإنطلاق :

تركيب - مركب - مكونات - مكونات - تكوين - مزج - خليط - مقوم - مكون - عنصر - مؤلفة - تبال .

- إلا أنه لنذكر وجوب التدقيق الإصطلاحي خاصة فيما يتعلق بالمنتجات الخطيرة (أشرنا بالنسبة الألفاظ التقنية)

\*Préparation: مستحض - إعداد

\*Substance: جوه - مادة

\*Mélange: مزج - مادة

- لتوضيح الهيئة الدولية SGH

III-5-3: حالة الفحوي و القيمة

راعينا هذه الظاهرة نفسها في ترجمة المفردات<sup>64</sup> مرارا مشتركة مع "غذائي و طاقوي"

\*Valeur: قيمة أو مفاد أو قدر أو مؤدي

<sup>63</sup> composition-composant -ingrédient

<sup>64</sup> teneur et valeur

\*Teneur : \*فحوي أو \*مقدار أو \*مضمو أو درجة

\*Energétique : حرارية أو فعال أو طاقي .

### III-5-4: حالة العلامة

علامة مشترك أم لا (marque déposée) :اللفظ يترجم عادة و لكن أيضا بأحد

المرادفات التالية :

\*طابع \*عنوان \* وسم \*إشارة \* دمعة

\*ميزة \* أدلة \*مظاهر \*شارة \*شعار

### III-5-5: حالة النكهة و الملون:

إن هذان اللفظان<sup>65</sup> مستعملان كثيرا في تكوين المواد الغذائية مترجمة بصفة مختلفة ليس

حسب المنتوجات و لكن المترجمين arome كلمة مترجمة إلى العربية بكيفيات متعددة:

\*عرف: extrait

\*شذا عبير: essence

\* نكهة: arome

\* أريج : senteur :

\* عطر : odeur

<sup>65</sup> arome et colorant



و تترجم هذه الكلمات بالفرنسية :extrait, essence, senteur, odeur, effluve,principe odorant...

فيما يتعلق بهذه الحالة ، لاحظنا أن هذا اللفظ المستعمل كثيرا في المعجم الغذائي الزراعي، المذكور أحيانا بالعبارات الفرنسية (تركيب معطر) أو أيضا "تركيب ذا نكهة" يترجم بأحد المتكافئين العربيين (المشار إليها أعلاه) "نكهة" أو "عطر".

لنشر هذه البيانات يمكن أن تخفي كل أنواع التركيب المعطرة أو الخاصة بالنكهة لمنتجات النظافة مثل: (PHTALATES) مكونات سامة التي هي مقلقات صماء<sup>66</sup>

"لاشارن فلاف" (Lacharne Flavie, 2011: 22)

Colorant ، يتلقى هذا اللفظ متكافئا في اللغة العربية : ملون -خاضب -صبغ

و تترجم هذه الكلمات بالفرنسية colorant, teinte,coloration...

نهائيا ، يتم العثور عبر الحالات الإصطلاحية التي قدمناها أعلاه فكرة "بوهلال" حسبها نجاح المؤسسة المترجمة تفرض مسلمين :

أولا : قدرة لغة الوصول لإنتاج تركيبات و إلا مماثلة على الأقل قريبة من تركيبات لغة الإنطلاق .

ثانيا : وجود في لغتين منطوق إصطلاحي تناظري (بوهليل 2004)<sup>67</sup> و بالتالي، بعض التكافؤات مقبولة لعدم وجود اللفظ الموصى به ، إنه لمقبول خاصة لما يظهر أن المتكافئ

<sup>66</sup> لاشارن فلاف : المنتجات التجميلية البيولوجية علامات تجارية، تركيبات و تحليل لبعض القواعد، أطروحة تم

الدفاع عنها أكتوبر 2011 - كلية "قرونبول"

يكون مرادفا للغة المستعملة بالتالي من الممكن قبول معان متعددة في حالات قصوى متكافئات أقل أو أكثر تقريبا ، حسب تعبير بوهليل موجودة أحيانا ،بقي على المستعملين أخذها بالإعتبار مع نفس الفحوى الخاص.

### III-6-: تركيب نقدي للممارسات الخاصة بالترجمة الوسم

إن الخاتمة الأكثر تفاجئا التي إستطعنا أن نستخلصها من تحقيقنا أن الوسم باللغة العربية يميل إلى التعميم الكافة المنتوجات هذا يعني أن المتعاملين الإقتصادييين يؤدون دور الشفافية و إحترام التشريع و حتى لو أن في الوقت الراهن ، مازال المستهلكون الجزائريون لم يكتسبوا الرد الفعلي<sup>68</sup> للبحث عن كل المعلومات في موضوع المنتوجات التي يتحصلون عليها .

لا تثير القراءة المنتهية للوسم ولو **ع**ا حقيقيا ، بالأحرى لما يحزر هذا الأخير في لغة يتم التمكين منها قليلا أو بصفة رديئة و هذا يقع مرارا بالنسبة للمعربين لما الأمر يتعلق بالفرنسية و بالنسبة للناطقين بالفرنسية لما يعني ذلك اللغة العربية ( إلا إذا كانت العربية أو الفرنسية اللغة الوحيدة الموجودة ) .

بوهليل عز الدين(2004). الوظيفة موضوع و الأمثلة بالفرنسية و العربية في الاتصال بين الترجمة و ازدواجية اللغة،يوم علمي للتكوين و النشاط الجهوي حمامات (تونس) ل14/10/2004

<sup>68</sup> إن هذا الشكل من اللامبالاة ليس حسب الإقتصادييين نتيجة فترة من القلة التي أرغمت أثناء عشرينات المستهلك

الجزائري لشراء طوعا أو كرها المنتوج الوحيد الموجود في عروض البضائع

- حاليا إن كثرة البضائع من كل الأنواع و من كل المصادر المنتمية إلى معرض و اسجدا ليس من الممكن مراقبته مازال لم يدفع بالزبون الجزائري لممارسة لحظية و لكن هادئة لقراءة المعلومات مع أنها موجودة على معظم الملصقات.
- يجب الإعراف أن بعض المعلومات التقنية أو العلمية ( تركيبات كيمائية و قيم طاوية الخطورة و الأخطار...) يرفضها الزبون الذي لا يفهم دائما الإشارات النوعية الخاصة بالمنتجات .

- أن حجم الحروف المستعملة لصياغة من نوعية رديئة و الإشارات التي لا يمكن قراءتها (الملصقة Ea12 – Ea15)

ترجمته رديئة و الألفاظ المستعملة الغامضة و المهملة، سيئة الكتابة ليست دائما في علاقة مع المعجم المخصص للميدان (الكيمياء و نظام الحماية و فعلا ، لو أن نظريا يجب على الوسم أن تحرر (ترجمة) بالعربية، لاحظنا بعض النقائص في مادة المصطلحات و تركيب الجمل و القراءة.

من مصدر بلدان مثل الصين و تركيا و تيلندة إلخ ، إن ملصقات المواد الغذائية العديدة و منتجات النظافة و العناية المنزلية قليلا ما تكون مطابقة للتوصيات التنظيمية .

- لم يتم التحرير بالعربية لـ الملصقة Eb18-Eb7-Eb8-Eb20-Eb21

تم التحرير بالعربية و لكن تبقى الملصقة لم تقرأ بواقع البيولوجيا و التكنولوجيا)  
 إذن مرارا غير مفهومة و غير مستغلة .

إن العديد من الملصقات مترجمة إلى اللغة العربية من طرف غير المهنيين تصل إلى عبارات غريبة و حتى خاطئة حتى لا نقول كاذبة .

مثلا: بالانجليزية /made in Turkey/ يعني صنع في تركيا

1- لكن turkey يعني دجاجة رومية.

2- مترجم بالفرنسية /fait de dinde/

3- مترجم بالعربية /مصنوع في الهند (Inde)

إن بعض المتعاملين لا يبالون بالتنظيم في مادة تعريب الوسم ، بحجة إلى ضيق مساحة الملصقة فيخضعون أحيانا إلى الوسم المزدوج المتعدد اللغات، و لكن مع إستعمال حروف أكثر إتساعا للغة التي لها مزايا أكثر و هذا ما يقلص الفضاء للغات الأخرى ، خاصة العربية. و إجمالاً، إنّ عدم الكفاءة في مادة ترجمة الألفاظ التقنية أو المستعملة عادة القراءة عسيرة و ويبعد الزبون عن التعاطي مع هذه الممارسة نهائياً ، لقد أظهر تفحص للعنصر المادي للبطاقات التي جمعناها أن ترجمة النمط هو أمر من المستندات التقنية ، نشاط صعب يبعث جماعة إلى كفاءات عديدة لا يستعمل كل المتعاملين نفس الوصفيات الخاصة بالترجمة ، يتم تقدير الوصفيات و التقنيات التي رأيناها بصفة مختلفة . عن الترجمة ذات النوعية التي ينجزها مهني حقيقي ( حالة المؤسسات الوطنية أو الدولية

المعترف بها من حيث منتوجاتها و خدماتها) إلى الترجمة التقريبية ينجزها شخص غير متحمس (حالة مؤسسات صغيرة و متوسطة المحلية : PME /TPI) مع كل ما يتضمن ذلك من أخطاء و نقص في المهارة.

كما هو الشأن في الترجمة الآلية و هي عملية جدية و لكن نظامها يصل مرارا إلى لغة فقيرة حيث الإلتباس الذي يحول دون الإدراك .

أخيرا ، حالات عدم الترجمة العربية للمصقات الصادرة عن الاستيراد ، فهنا يشار أيضا إلى البلدان الآسيوية و بعض البلدان الأوروبية المشار إليها.

بالعكس، عدم ترجمة المصقات المنتوجات الجزائرية محدود جدا ، و لا يخص إلا منتوجات من صنع تقليدي أو شبه تقليدي المحلي .

مهما يكن من أمر، مازالت حالات الترجمة التقريبية موجودة ، من الممكن مشاهدة تفاوتات عديدة و متكررة مرارا على عدة منتوجات خاصة المستوردة من الصين ، تركيا ، بلدان أوروبا الشرقية ، بلدان الشرق الأوسط .... التي أصبحت رغم جاذبيتها الإقتصادية مقارنة مع منتوجات أخرى شبيهة و لكن ثمنها أكثر غلاء لا يقبلها المستهلك الجزائري حسب رأي تجار كثيرين الذين سألناهم . إذن يبدأ المستهلك الجزائري أن يعيد الترجمة السيئة و أكثر من ذلك عدم الترجمة المنتمية إلى معلومة كاذبة مما يفسر خرقا للتشريع و عدم الإحترام للمستهلك الناطق بالعربية أولا و بالتالي على المعامل إستعمال اللغة الرسمية لسوق التخصيص العربية .

### III-6-1 : نوعية ترجمات المصقات

فيما يتعلق بالصعوبات لترجمة بعض النصوص بمناسبة المحاضرات الرابعة لـ 12 أكتوبر 2010 ببروكسيل ، كان يلاحظ إريك لان (Eric Lane) أن " الترجمة عادة نشاط خفي إذا صارت ظاهرة فيبدو هناك مشكل " .

و تلك هي الحقيقة لما يتعلق الأمر بترجمة تقنية التي تتلخص عادة في ترجمة الإصطلاحات الإختصاصية التي لا يمكن أن تعاني من أي تقرب فعلا هذه الأخيرة التي ترد الترجمة ظاهرة يعني فيها إشكال ، الغموض الإصطلاحي له آثار فاسدة على الترجمة (إنحرافات المعنى) و عواقب وخيمة لما يعني ذلك الإصطلاحات الخاصة بالمواد الغذائية أو المنتجات المنزلية .

### III-6-2: المخاطر المرتبطة بالإختيارات الإصطلاحية:

إن إشكالية الترجمة مرتبطة أساسا بإشكالية توحيد الإصطلاحات الذي حوله لا يصل المستعملون (المرجمون و المحررون للوسم أو الصحافيون ) إلى الإتفاق في ذلك ، فالإبهام يعم<sup>69</sup> .

تميز تشكالية الإصطلاحات المتنوعة بعض المنتجات الصادرة عن البلدان العربية أو الآسيوية و تسمى المنتجات بصفة مختلفة حسب كونها تأتي في هذه الظروف ، يبقى الوصول إلى المعلومات غير أكيد حتى لا نقول قابل للمناقشة (انظر الأمثلة رقم ....).

<sup>69</sup> استعمالات اللغوية غير قارة Marion Boers (2010) الاعتراف وتقييم حرفة المترجم (محاضرة 10-13 أكتوبر

2010 (لجنة أوروبية - مديرية عامة للترجمة) بروكسل

حتى يوهن عزم الزبون ( فيما يتعلق بمعرفته الواسعة للغة العربية ) و هما يجعله ينفر من قراءة الملصقات بالعربية لأجل فهم هذه الوضعية لنذكر أن تقنية الوسم تتطلب تقديمها و صيغة تنظيمية مطابقة لأنماط العالمية المنتوجات المخصصة للبيع .

### III-6-2-1: التكافؤ المتؤكد أو غير المتؤكد:

إن المشكل الأساسي الذي يتلقاه المترجم هو مشكل إختيار المصطلح الدقيق و بقدر الإمكان الذي يؤدي معنى واحد في التعيين (الترجمة) و هكذا تتشكل متكافئات (مرافقات) مترجمة إلى العربية و غير مقبولة في المصطلحات الرسمية تشكل موضوع الإتفاقية مثل الترجمات الحرفية غير المطابقة ، تعبر عن البلبلة أو غياب التمهين في مادة الترجمة / التحرير التقني و في الفهرسات اللغوية و هي لم تعرف دائما أو أنها غير الموضوع المستوفى تصبح أحيانا بعض المصطلحات بالية أو لاغية ،إذن تثار مسألة مصطلحات لغوية بحددة لبعض المتعاملين الإقتصاديين وإنّ نقص الإتصال باللغة العربية هو موضوع الإتفاق في بعض مجالات النشاطات التجارية أو الصناعية أو الإقتصادية التي أشار إليها باحثون ('مسعودي ، سبع ، معنصم الخ...).

يطرح مشكل الصعوبات التي يتلقاها بعض المنتجين لتحضير الوسم حسب المعايير و خاصة على الصعيد اللغوي لجعل منها حقيقة أدوات المعلومات و الإتصالات المقبولة . لأنه مرارا ، تقلص هذه الأخيرة ذلك تبسيط مرادف لـ "تقليص المحتوى الاداركي للتبليغ" حسب عبارة "رابح اسبع" (151 - 1996). إن هذا التبسيط المفرط (باستعمال

مصطلحات مسماة نوعية) إكتشفناها في تسمية المنتوجيات :

مثلا1: المشروبات ثمرية الطعم : Boissons fruitées :

\*مشروب عصير الفواكه: Boisson de jus de fruits

\*عصير خالص للفواكه : Pur jus de fruits

\*عصير 100% من الفواكه100% Jus de fruits

\*مكشف الفواكه : concentré de fruits

\*حقيق الفواكه Nectar de fruits

مثلا:2\_

المواد الدسمة: matière grasse

\*مادة دسمة شحم : matière grasse

\*زيت : huile

\*مرجرين -مرقرين: margarine

\*سمن : smen

يلاحظ أنه نادرا ما يشار إليه في لغة الإنطلاق (و لغة الوصول) لأي أنماط من المواد

الدسمة ؟

هذا يعني أن:

- المواد الدسمة المعدنية ؟ أنها سامة جدا ؟

- المواد الدسمة التركيبية ؟ ضارة للمحيط .



- المواد الدسمة النباتية ؟ أخطار ردود فعل باعثة التجاوب .

-مثلا:3

\*المنظفات: détergents

\*منظف: nettoyant

\*مطهر: désinfectant

\*غاسل: lavant

### III-6-2-2: المتكافئ و الإقتباسات:

مع وضع جانب المتكافئ كنمط ترجمة لكونه يظهر أحيانا أنه ذو إستعمال صعب و معقد فإنّ الباحثين يعتبرها الوسيلة الأكثر إستعمالا تبقى في المجالات العلمية والتقنية وسيلة الإقتباس اللغوي ضمنا لملء الفراغ اللغوي كوسيلة الأكثر نجاعة (سبع ن 1996:64)<sup>70</sup>

يمكن أيضا أن نقول أن يعتبر الإقتباس الوصفية الأكثر إقتصادا للوصول إلى الترجمة الأكثر وفاء ، و هكذا مع الإندماج في اللغة المستدينة ، تحتفظ الإقتباسات بجزء من المعالم التي تميزها في اللغة موضوع الإستدانة -(Deroy L.1980 :8)

إن وصفية الإستدانة حسب ملاحظتنا للعنصر المادي النمط الأساسي للترجمة إلى العربية ، خاصة بالنسبة لكل الألفاظ العلمية و التقنية.<sup>71</sup>

<sup>70</sup> Sebaa Rabah ( 1996) op cité

<sup>71</sup> Deroy (1956) الإقتباس اللغوي الآداب الجمي

و هكذا عند غياب المتكافئات الموجودة (أو التي يعرفها المترجم) المفردات اللغوية الخاصة بالمكونات الكيميائية لمنتجات النظافة و الصيانة و المنتجات الخاصة بالقيم الغذائية أو المضمون الطاقوي ، تتم ترجمتها بواسطة إقتباسات نسخ مستعملة كما هي وذلك ليس خاصا باللغة العربية.

تستعمل المشتقات من أصل لاتيني أو يوناني مثل الفرنسية و الإنجليزية أو الإسبانية في اللغة الايطالية و الألمانية .

مثلا 1: بروتين

بالفرنسية : Protéine

بالانجليزية : Protéin

بالاسبانية : Proteina

بالألمانية : Protein

بالبرتغالية : Proteina

بالنييرلاندية : Proteen

في العربية تم نقلها صوتيا- بروتينات-

إذا كان الإقتباس في اللغات التي تستعمل الحروف الألفبائية اللاتينية ، وصفا ينقل الشكل و المضمون ، فيما يتعلق باللغة العربية ، إنّ آثار هذه الأخيرة تبقى أولا على مستوى الحروف العربية و على مستوى أصوات الكلام .

b/ بدلا من /p/

/v/ بدلا من /f/

/o/ بدلا من /u/

و هذه الحالة أيضا لـ 'glucide'

المثال 2 في: غلوسيد

glucide : بالفرنسية :

glucid : بالانجليزية :

glucida : بالاسبانية :

hydrato de carbono: بالبرتغالية:

koolhydraten: بالننيرلاندي:

: بالعربية : غلوسيد:

إن الأصوات الآخرين مماثلة بأصوات اللغة موضوع الإستدانة

/gh/ينقل/g/

/ou/ينقل/u/

المثال 3:

جدول المصطلحات الإقتباسية متكافئات عربية خاصة بالقيم الطاقوية / الغذائية

بروتينا : proteines :

glucide :	غلو سيد
calcium :	كلسيوم
phosphore :	فسفور
potassium :	بوتاسيوم
magnesium :	مغنيسيوم
calorie :	حريرة /كلوري
glucose :	غلو كوز
sodium :	سوديوم
carbonhydrate:	كربون فحم

مثال 4: فيما يتعلق بالتعيين أو علامة المنتوجات: النقل بالعربية معمم كليا لاحظنا أن

النسخ يتم من لغة الإنطلاق نحو لغة الوصول و لكن أيضا من العربية نحو اللغة الأجنبية

:

مثلا: 5

Garrido	→	قاريدو
Tripoline	→	تريبولين
Ramy	←	رامي
Tchina	←	تشين

Frutty	→	إفروتى
Farha	←	فرح
Ifruit	→	فروي
Rio	→	رييو
Monrio	→	مورييو
Méradja	←	مرجة

إن هذه الوصفة أحيانا مستعملة تكمن في ترجمة نصف العبارة عادة مركبة من متكافئ

والنصف الآخر بالإقتباس أو بصفة معاكسة

مثال 5:

Acide ascorbique : حمض الأسكور

Acide citrique: حمض ستريك

Anti oxydant: مضادات ايكسدة

تستعمل هذه الوصفية أيضا في ترجمة العلامات واللغة المشتقة كالتالي :

Family pulp : عائلي pulp

فيما يخص الإقتراضات فقد تمكنا من ملاحظة أن دمجهم في اللغة الهدف له نتائج على المستوي النحوي و الدلالي وكذا المعجمي . حسب "لوي دو غوا" (1980 -21) " إن الكلمة المقترضة تأتي بعناصر نحوية تتطور بصفة مستقلة" من جهة أخرى ، تستحوذ اللغة المقترضة عن طريق الإقتراض أيضا على أصوات ونبر إلخ و لكن الإدماج الصوتي لا يقوم بسهولة مثلا

هكلورت / اكلورت	ه/ا	hypochlorite
غلوسد/قلوسد	غ/ق	glucide
مغنيسيوم/ منيزيوم	س/ز و غ/ن	
magnésium		
كربون فحم/ كربون ادرط/ كربون /هدرط ه/ا		carbonhydrate
موريو/مو/ou/من/on		monrio
ريو/و/ou/او		Rio

في غياب الحركات الخيشومية<sup>72</sup>، تقام الكتابات الصوتية علي أساس الفونيمات الفاقدة

للصفة/ou/في مكان /on/.

و هكذا من خلال هاته الأمثلة يمكننا التأكيد علي أن علم الأصوات يشكل عنصرا مهما في ممارسة الإقتراض .

<sup>72</sup>Voyelles nasales

- إن عدم تكافؤ الأنظمة الصائتية و الصوامتية للعربية و الفرنسية (الفرنسية اغنى بـ 16 و العربية بـ 6<sup>73</sup> وافقر فيما يخص الصوامت) يجعل تأقلم (النسخ) كلمة ما للغة مقرضة في لغة مقرضة .

و مثلما لاحظناه فتعتبر أصوات اللغة في بعض الأحيان مصدرا للتحويل الخاطئ بالنسبة لشخص غير واع بهذا المشكل .

- إن تعدد المترادبات للغة عنصر يمكن أن يكون له نتائج سيئة عندما لا تتوفر للغة الهدف علي نفس الكلمات المكافئة و العكس صحيح (مثل الامثلة المتعلقة بالمضمون و القيمة والعطر).

أخيرا ، فإن الإستعمال اللامبالي للإقتراض و للكلمات الكافئة يعني عدم التأقلم المعجمي والجهد بالكلمة الرسمية . هذا ما يصير في أكثر الأحيان بالنسبة لتسمية الأسماء أو الحالات غير المتوقعة في مفردات اللغة الهدف أو على الأقل لا تزال غير معروفة من قبل المترجم المعني . و هكذا كل واحد يعطيها ترجمة "شخصية" . و قد يزداد هذا الإشكال حدة عندما يستعمل كل بلد عربي للغة العربية مصطلحات مختلفة . و بالتالي يجد المستهلك نفسه في مواجهة نظامين او عدة أنظمة معجمية .

- شكل محلي (أو فردي)

- شكل دولي

<sup>73</sup> /u/,/a/,/i/ voyelles brèves et /u:/, /a:/, /i:/ voyelles longues

أخيرا ، يمكننا ملاحظة حالة خاطئة على بعض الملصقات (حتي و لو أنها لا تنتمي إلى Ea ولا إلى Eb بما أنه يختص بملصقة منتجات كهرومنزلية صغيرة). بالنسبة للمنتج الذي نسميه Ee1 فقد لاحظنا ظاهرة خاصة متعلقة بالترجمة العربية نفسها فإن البطاقة المذكورة قد ترجمت الي 21 لغة بما فيها العربية. و لكن اللغة العربية مكتوبة من اليمين إلى اليسار وليس العكس وهذا ما يجعل الإشارة غير مقروءة و غير مفهومة لأن أي من القراء باللغة العربية يفكر قراءة العربية في الاتجاه الخاطيء.

تعليقات/بعض الملاحظات تفرض نفسها بالنسبة لبعض الترجمات المصطلحاتية في وسم

المنتجات Eb

1 / بطاقة Eb9

(eau) bouillante الغليان : مغلي(ماء) : مترجم الي اللغة الدرجة. بالرغم هذا أن

القواميس تقترح "فوار"

moisissure هذه الكلمة غير مترجمة على هذه الملصقة بالرغم أن القاموس يقترح "عفن"

و"عفونة". من الناظر ملاحظة فيما يخص التسمية أو العلامة ما هو الحال لهذا المنتج .

Aigle : النسر .علي العموم أن العلامة مكتوبة صوتية كما أشرنا إليه في السابق .

Pulvériser مترجم "رش" (لغة دارجة) ويعني 'asperger' في حين أن القاموس يقترح

كلمة مكافئة مثل :سحق ، نضح ، سحن، رذ.

'Diluer' مترجم على نفس الملصقة ليس كلمة واحدة يل إثنين لا وجودها في القاموس

الذي يقترح أربع كلمات مكافئة :



اضغق ، شعشع ، رقق ، خفف.

2/ الملصقة Eb14

كتابة بالعربية غير مقروية .

3/ الملصقة Eb10 منتج مستورد مصنوع في تركيا . إن الملصقة محررة باللغة

التركية. و لا يوجد أي إشارة أخرى بالعربية و لا بلغة أخرى .

4/ الملصقة Eb11 منتج مستورد مصنوع في الصن . إن الملصقة محررة باللغة

الإنجليزية . و لا يوجد أي إشارة أخرى بالعربية و لا بلغة أخرى على الغلاف .

5/ الم Eb13 لبطاقة ثنائية اللغة عربية/فرنسية متعلقة بطريقة الإستعمال و لكن الإشارة

الأهم الخاصة بطبيعة المنتج (soude caustique 99%) لا يوجد إلا بالفرنسية.

كتركيب، سوف نذكر أن الآثار الأساسية المسموحة و لكن أيضا الفاسدة للترجمة هذه

البرامترات المتعددة الأبعاد و الخاضعة للنص مما تمت ترجمته من نمط الترجمة هي:

- البعد: تؤثر الترجمة على عدة وسطاء للوصول إلى مصدر في لغة إذن أنه عامل

الإستقلال .

- السرعة: تؤثر في سرعة الوصول إلى مصدر إلى معلومة تسمح بالترجمات

الأوطوماتيكية، أو أحيانا بسرعة الذهاب إلى الترجمة الرسمية التي لا تكون دائما

موجودة طبعا، لا يتم إقصاء خطر الأخطاء.

- الدقة: تؤثر الترجمة في وجود ودقة المعلومة في اللغة أو اللغات التي يتم التمكين

منها.

- الإستقلال: تؤثر الترجمة في حرية المعنيين عن ميدان معين .
- إلى هذه العوامل نضيف ما يظهر لنا أهم في نص كامل، أنه الأثر الإقتصادي كلما يتفنن المتعاملون الإقتصاديون في تحسين تقديم منتوجاتهم وخاصة لغة الوسم، كلما كانت لغة المستهلكون بوجود معلومات في لغتهم الخاصة يشترطون هذه المنتوجات ذات المالصقات الموضوعة بصفة صحيحة .
- و إلا أن بعد التحليل المفصل للعنصر المادي، علينا أن نحرر حسابا ختاميا موضوعيا عن الأنماط و الكيفيات التي يقوم بها المترجمون لإختيار الألفاظ لنقلها من لغة نحو أخرى.
- مع أن الممارسات الخاصة بالترجمة رسخت في سلوكنا، يمكن ملاحظة أن معايير الإختيار الإصطلاحية ليست دائما صريحة .
- كيف يتم هذا الإختيار - لماذا هذا اللفظ بدلا من الآخر؟
- للإجابة عن هذه الأسئلة (تحقيق لدى المعنيين قام المترجمون بمساعدتنا فوصلنا إلى الخاتمة أن خيار الألفاظ المحتفظ بها في لغة الوصول يرتكز أصلا على المعرفة الكاملة أو مرارا الجزئية التي يكتسبها المترجم من الميدان من نمط المستند الذي عنده (القاموس، الموارد الوثائقية التقنية أو العلمية).
- لاحظنا أن البعض ينقلون مالصقات المنتوجات الشبيهة مع خطر نقل نفس الأخطاء .
- و آخرون نهائيا يكتفون بإستعمال القاموس العام الذي في المتناول أو أيضا اللجوء إلى الترجمة الأتوماتيكية أو يتقنون في معلوماتهم الخاصة .

- نهائيا، حسب الأدوات المستعملة يصل الخيار الإصطلاحي إلى:

-إصطلاح أهم ، أبرز (terme vedette)

-إصطلاح نوعي ، (terme générique)

-إختصار مفرط (simplification excessive)

-متكافئات غير متنازعة (équivalents non attestés)

-إصطلاحية ذات إشكالات (terminologisation problématique)

الخطاتمة

لقد جعلتنا هذه الدراسة نتيقن بأن الترجمة نشاط لا يمكن تجنبه ليس فقط لأنها تساهم في نقل المعلومات مع السماح بالحيازة و/ أو بالتبادلات العلمية و التقنية و الثقافية والاقتصادية أو بكل بساطة التجارية لأكبر عدد ممكن لاسيما و أنّها تقدم للإختصاصيين عددا، و آفاقا و بلدانا، فرصة محكّ بينهم على صعيد على مواضع و آفاق عديدة.

في إطار تحقيقنا تطلّعنا على أنّ الترجمة تسمح لمؤسسة تجارية بتنفيذ معايير الإنتاج الدولية، من جهة. و من جهة أخرى، فإنها تساعد على الدخول إلى جميع الأسواق، كما أنّ ترجمة الوسم التجاري أصبحت محلّ إهتمام المستهلك و تحت تصرفه بعدما أصبح صارما بخصوص جميع المعلومات المبيّنة على وجه الملصقة و التي من شأنها أن توجّهه إلى حسن إختيار المنتج الجيّد.

فضلا عن ذلك إن كل منتج ذو وسم محكم من شأنه الترويج لنفسه خارج السوق المحلية، و يظهر جليا من خلال تعميم الترجمة إلى اللغة العربية رفع قائمة تسميات المنتجات و الأموال و الخدمات و هو الأمر الذي يساعد على إنتشارها ، و بذلك تستطيع أن تكون متواجدة في السوق الجزائرية طبقا للتعليمات التنظيمية و لاسيما مع التدابير المرتبطة بالشروط العامة للسلامة الصحية و ينطبق الأمر ذاته بالنسبة للسلع المصدرة نحو الأسواق الأجنبية أو المستوردة منها عندما يعجز الإنتاج الوطني على توفيرها في الأسواق و عليه تؤدي الترجمة باللغة العربية في الجزائر دورا مفتاحيا في رواج و تسويق المنتج وتحسينه.

و لإنجاز هذه الدراسة قمنا بمرحلتين:

الأولى كانت نظرية و ارتبطت بمفاهيم واضحة سمحت بكشف خفايا الترجمة المختصة و الإصطلاحات. دفعنا تجميع الصياغة الأدبية في هذه المواد إلى كشف مفاهيم خاصة بالممارسات المتعلقة بالترجمة و الوصفيات الإصطلاحية العامة من جهة، لاحظنا أيضا، في هذا العمل البحثي بأنّ الترجمة المعرّبة ارتبطت بالميادين النوعية لمواد الغذائية ( أي العناصر التي تدخل في تكوين المركّبات مع توضيح فحواها الطاقوي و الغذائي معا) وكذلك مع الجوانب الخاصة بالعناية المنزلية و النظافة الجسدية (المركبات الكيماوية و درجة خطورتها و آثارها على البيئة).

لقد تطرّق الجزء الثاني من هذه المذكرة الجامعية البحثية إلى الجانب التطبيقي أين جمعنا فيه العناصر المادية من الملصقات الكثيرة و المتنوعة التي جمعناها حيث إعتدنا لهذا الغرض على تشكيلة واسعة من المنتوجات الواسعة الإستهلاك و الموجودة ضمن البضائع المعروضة و المعروفة بالتجارة الجوارية. لقد كان هدفنا الأساسي في هذه الدراسة هو الإنشغال حول الترجمة من اللغة الفرنسية إلى اللغة العربية في عملية الوسم التجاري للمنتوجات التي يتم تسويقها في الجزائر، فقد كان الهدف الجوهرى في هذا العمل البحثي هو التحقق من وجود أو غياب اللغة العربية الرسمية في الملصقات الموسومة لمختلف العلامات التجارية و بالتالي الوقوف جليا على ما إذا كانت نصوص القانون المنظم محترمة احتراما جيدا أم لا ، مع تحديد ظروف و نسب و نوعية اللغة العربية المستعملة كلغة للإنتلاق و / أو لغة للوصول.

لقد كشفت لنا الملاحظة مع التحليل الدقيق لعنصرنا المادي تباينا شاسعا في مادة ممارسة الوسم للخيارات الإصطلاحية و الممارسات الخاصة بالترجمة، مع ضبطها و إشرافها من قبل القوانين و الأنظمة بصفة شاملة، تبقى عملية الوسم في الجزائر ممارسة يمكن أن يلاحظها كل المتعاملين و خاصة الذين ينتجون أو يقومون بتسويق المواد الغذائية و منتوجات العناية المنزلية أو الجسدية .

إنّ اللغة العربية اليوم حاضرة حقيقة و بدرجات متفاوتة في أغلب المنتوجات الجزائرية و في جلّ المنتوجات المستوردة من الخارج و لكن بكيفيات مختلفة بإستثناء المنتوجات القادمة من البلدان العربية أين تبقى العربية فيها هي لغة المصدر.

كذلك إهتمت هذه الدراسة بلغة الوصول مع تقديم ترجمة لكلّ عناوين الوسم طبقا للأحكام التنظيمية، و كذلك على شكل لغة الوصول مع ترجمة تسمية أحد أو بعض العناوين الأخرى الموجودة في عينة الدراسة مع ملاحظة وجود أسبقية للغة الفرنسية عن باقي اللغات (الفرنسية عادة في المقام الأوّل ثمّ الانجليزية ثمّ الاسبانية فالصينية فالتركية... إلخ.) و إنّ هذه الممارسة تتكرّر مرارا و بالتالي يعتبر هذا الأسلوب الترجمي الأكثر شيوعا.

فضلا عن ذلك، إهتمت هذه الدراسة بنوعية ممارسات الترجمة المبحوثة في هذا العمل ، فقد تسائلنا عن معديّ الترجمة ،من حيث أنهم كانوا مترجمين محترفين أو مترجمين هواة أم هم مجردّ دخلاء ظرفيين؟

أخيرا و رغم حالات إنعدام الترجمة أو الترجمات السيئة التي كشفها بالمعاينة ، بقي لنا أن نقول إنه عكس فرضية الانطلاق الأولى و الذي صار راسخا في ذهن المستهلك الجزائري، فإنّ الوضعية في مادة إستعمال اللغة العربية كلغة الوسم في الجزائر في طريقها للتعميم لا سيما بعدما بدأ الزبون الجزائري يستشعر المعلومات الدقيقة أكثر فأكثر في ملصقات الوسم باللغتين الفرنسية و العربية على حد سواء.

و هكذا إنّ الممارسات الخاصة بالترجمة إلى العربية بدأت تأخذ تدريجيا مكانة هامة على الملصقة و بكلّ صدق يسعى المتعملون الإقتصاديون في الميدان المهني لإيجاد المصطلح المناسب.

لقد تضمنت الدراسة الراهنة و استخلصت جدولا للنوعيات المختلفة في هذه الممارسات الترجمات الجيدة و الأخرى غير الموفقة و حتى غير الصحيحة ولكن كلها منحت الإمتياز لثلاثة أنماط من الترجمة وهي على التوالي: المتكافئات و الإقتباسات و النسخ .

تلجأ العناصر المادية التي أسسناها عادة إلى الإقتباس بالنسبة للمصطلحات العملية و التقنية إلى النسخ للمفردات الخاصة بالتسمية و العلامات و إلى التكافئ بالنسبة للألفاظ المستعملة و الجارية.

فضلا عن إثبات وجود أو غياب اللغة العربية على الوسم المنتوجات في الجزائر، حددنا كهدف آخر وهو اثبات تعقيد عملية الترجمة .لقد إستوقفتنا مرارا ظاهرة لها تأثيرها على ترجمة المصطلحات المختصة هي: ظاهرة عدم الإستقرار اللغوي و فعلا كثيرا ما يكون



المصطلح الذي إختاره المترجم متقلبا، يمكن للمصطلح المحفوظ به أن يتطور عند الإختصاصي و لكن يستمر في إستعماله من طرف أناس غير إحترافين و من هنا التفاوت بين المعنى القديم و المعنى الحاضر و الذي أصبح يشكّل مصدر غموض .

و أخيرا، إنّ تنوع إقتراحات المصطلحات الملاحظة في حالات عديدة وهو ما شكّل الخلاصة الموجزة كشفت عن حيرة المترجم في عملية إختيار المصطلح الملائم وهو ما يجعلنا نختم هذا العمل البحثي بالقول بأن الترجمة المختصة أصبحت حقيقة واضحة في أرض الميدان و يمكن لدراسات بحثية مستقبلية ( مذكرات ماستير أو دكتوراه) أن تكشف ضرورة مواصلة الاهتمام بتجربة حقل الترجمة الواسع و الذي يمسّ جميع النشاطات المقامة في الجزائر.

# **Résumé**

## **en français**

Le présent mémoire se veut une modeste contribution dans le cadre de la post-graduation en traduction option didactique des langues/ terminologie en relation avec un domaine relativement peu investi par les chercheurs, celui du domaine commercial et plus précisément celui de l'étiquetage en Algérie.

En effet, ces étiquetages représentent un champ d'observation fertile du point de vue linguistique, terminologique et traductologique.

Nos pré enquêtes nous ont donné à constater que depuis plus d'une décennie, (et ce afin de répondre aux exigences internationales en vigueur), l'Algérie révisé sa législation et met en place progressivement de nouvelles mesures et procédures en matière de rédaction des étiquetages.

-Tous les produits conditionnés (emballés) commercialisés sont concernés (alimentaires, vestimentaires, pharmaceutiques, d'hygiène, électroménager, pièces de rechange...)

Ainsi, ces pratiques contraignantes qui se mettent doucement en place ont parfois, un caractère approximatif voire fantaisiste qui tranche avec la rigidité de la loi.

En effet, désigner tel produit, tel composant, tel ingrédient, tel risque, tel dosage, telle utilisation... pose la problématique du choix lexical et encore plus celle de la traduction des termes techniques et/ou scientifiques.

On peut aisément se rendre compte que la plupart des produits fabriqués/commercialisés en Algérie sont en général, initialement étiquetés en français puis traduits en arabe pour être conforme à la législation algérienne.

L'étiquette arabisée est donc fortement dépendante de la traduction à partir du français, langue source.

Or des traductions de mauvaises qualités sont à la fois une faute de marketing et un risque pour la santé du consommateur.

Ainsi l'objet de la présente recherche est d'observer et de décrire ces pratiques terminologiques et traductives de l'étiquetage. Ce travail tentera, notamment, à répondre aux questions suivantes :

-les produits fabriqués/commercialisés en Algérie sont-ils (correctement) étiquetés ?

-les étiquetages en arabe sont-ils lisibles (visibles à l'œil nu et compréhensibles) ?

-la langue arabe est-elle effectivement la 1<sup>o</sup> langue de l'étiquetage en Algérie ?

- autrement dit, la place et l'importance accordée à la langue arabe, sont-elles conformes et proportionnelles à son statut de langue officielle et première en Algérie ?

- les traductions en langue arabe respectent-elles les principes terminologiques et discursifs relatifs aux domaines spécialisés en question ?

Pour tenter d'apporter quelques éléments de réponses à ces multiples interrogations, nous avons organisé ce mémoire en 3 chapitres.

Dans le premier chapitre, nous nous sommes appliqués à préciser les cadrages théoriques qui sous-tendent le travail.

-la description de la situation sociolinguistique algérienne (dans laquelle se pose la problématique) s'est avéré une démarche préalable indissociable de cette problématique, Il nous fallait rendre compte de la place des langues en présence dans la réalité algérienne.

Globalement, l'environnement algérien se caractérise par la dualité linguistique arabe/français, avec une présence plus prononcée du français dans le domaine commercial (publicités, enseignes, panneaux indicatifs, étiquetages ...)

Toutefois, en ce qui concerne l'étiquetage, une évolution notable, tant du point marketing que linguistique, est observable désormais sur les étiquettes des marchandises produites en Algérie ou importées de divers pays.

L'étiquetage étant la carte de visite du produit mais aussi l'image de marque du producteur et du pays qui l'exporte, c'est pour rendre lisible cette image que des contraintes sont exigées et que sont créées des structures internationales de concertation, de convention et de régulation en matière terminologique par langue ou famille de langues, tel que :Rinet, Riterm,Arabterm.

L'obligation de rédiger en langue arabe ces étiquettes a rencontré des réticences. Ce laxisme en matière d'arabisation a fait s'installer un laisser-aller que la législation algérienne actuelle plus exigeante veut corriger.

Pour toutes ces raisons, l'opérateur économique, dorénavant contraint à l'usage de l'arabe sur les étiquettes pour les denrées qu'il produit ou importe, se voit confronté à un 'exercice' de traduction et de choix terminologique particulièrement délicat.

Ainsi dans le cadre théorique, nous nous sommes arrêtés sur les principaux mots clés relatifs à notre problématique : traduction et terminologie.

Ces deux concepts sont souvent associés, car si :

- la traduction est le passage d'un système linguistique à un autre,
- la terminologie en est l'outil principal permettant l'adéquation de termes à des concepts, à des objets, à des états...

Tout d'abord, Qu'est-ce que 'Traduire' ?

Les approches de ce terme sont nombreuses et diverses. La définition de Georges Mounin résume l'ensemble des avis, car il dit que la traduction :

« C'est le passage et ce n'est que le passage du sens d'une langue à une autre »  
(1963 :23)

Mais il insiste aussi sur le fait que 'traduire ' consiste avant tout :

« à produire dans la langue d'arrivée l'équivalent naturel le plus proche du message de la langue de départ, d'abord quant au sens puis quant au style ».

Toutefois, si la recherche du style a un impact certain pour la traduction littéraire, ce n'est pas le cas pour la traduction technique qui est selon Pierre Lerat :

« Une adéquation des signes à d'autres signes, à des concepts, à des objets, et à des destinataires, et ceci dans deux systèmes linguistiques et deux cultures. »  
(1995 :99).

Le traducteur joue alors un rôle fondamental puisqu'il est chargé d'adapter non seulement des éléments linguistiques mais parfois aussi de nombreux autres éléments tels que les pictogrammes, la quantification, les numérotations...

-Mais l'activité de ce type de traduction se fonde essentiellement sur l'activité terminologique qui en est la pierre angulaire.

Les documents à caractère commercial, en particulier les étiquetages, destinés à informer le client et à marquer son esprit se doivent donc d'être soucieux de l'exactitude des informations véhiculées tant en langue de départ qu'en langue d'arrivée.

Ainsi, la sélection de la terminologie est une exigence qui requiert des compétences en relation avec le contexte.

Or, le secteur commercial se caractérise par un foisonnement terminologique incontrôlé : des termes nouveaux apparaissent au côté de termes plus anciens sans pour autant être considérés comme de vrais synonymes. De multiples termes étrangers sont introduits dans la désignation des produits.

-Comment dans ces conditions trouver le terme approprié ?

-Quel usage est-il alors fait des équivalents, emprunts ou calques pour que l'étiquette, soit désormais considérée comme :

-moyen de communication et d'information

- médiatrice entre le producteur et le consommateur

-et qu'elle soit aussi précise et conforme à la réalité que possible.

Autrement dit, dans la pratique actuelle de l'étiquetage

-dispose-t-on d'une information exacte et complète en langue arabe des produits que nous acquérons ?

-que peut-on dire de la lisibilité en arabe des produits commercialisés ?

-Ces traductions en langue arabe sont-elles réalisées pour être lues ou seulement pour être conforme à la loi ?

Avant de tenter d'apporter quelques éléments de réponses à ces questions, nous avons procédé, dans le second chapitre du mémoire, à une étude exhaustive des concepts 'étiquetage' et 'étiquette', d'une part d'après les dictionnaires généraux, pour le sens commun et une investigation plus poussée pour la recherche du sens spécifique dans le cadre de la terminologie commerciale et juridique extrait de la législation algérienne.

. Termes usuels courants, « étiquetage » et « étiquette » appartiennent désormais à une langue de spécialité et plus précisément au lexique commercial et également juridique. Dans ce cadre, il est plus fréquemment fait usage du terme étiquetage qui revêt un aspect plus technique.

Ce terme désigne une série de formalités qui doivent être respectées ainsi qu'une démarche technico- commerciale destinées à informer le client et à le protéger.

Pour la législation algérienne, il est entendu par :

-étiquetage : tout texte écrit ou imprimé ou toute représentation graphique qui figure sur l'étiquette, accompagne le produit ou est placé à proximité de celui-ci pour en promouvoir la vente ;( art...)

\_étiquette : toute fiche, marque, image, ou autre matière descriptive, écrite, imprimée, poncée, apposée, gravée ou appliquée sur l'emballage d'une denrée alimentaire ou jointe à celle-ci ;(art..)

D'autre part, en ce qui concerne la langue de l'étiquetage, selon le même texte de loi, Il est fait désormais obligation à tous les opérateurs économiques de :

-mentionner en arabe les noms et indications concernant les produits et marchandises fabriqués localement ou importés.

- Imprimer en arabe l'emballage et les étiquettes comportant des :

\*indications techniques,

\*mode d'emploi,

\*ingrédients contenus dans les denrées alimentaires

\*compositions des produits chimiques, pharmaceutiques,

\* degré de dangerosité

Dans tous ces cas, la loi

1°- stipule que les mentions en langue arabe doivent être lisibles et indélébiles.

2°-autorise l'usage, accessoirement d'autres langues : français, anglais, espagnol, allemand, chinois, turc...

L'observation du contexte algérien nous donne à formuler l'hypothèse suivante : l'application de la loi en matière de langue officielle (l'arabe) de l'étiquetage des produits destinés à la vente n'est pas appliquée à la lettre, du moins, si effectivement, il existe une volonté de respecter la loi, il persiste, cependant des anomalies, des incohérences et des insuffisances qui nécessitent des efforts de corrections et de réajustements.

C'est ce que nous avons voulu vérifier à travers un corpus d'étiquettes de produits de consommation courante.

Dans le troisième chapitre, nous nous sommes appliqués à collecter de façon aléatoire une cinquantaine d'étiquettes, toutes catégories confondues. Nous devons signaler à ce propos que nous avons rencontré beaucoup de difficultés pour le choix des étiquettes à retenir tant il existe de produits, des milliers ! C'est pourquoi, nous avons du opter pour la méthode aléatoire. Nous nous sommes également conformé à un classement sur la base des recommandations expressément formulées dans les textes officiels relatifs à l'étiquetage.

Ainsi, pour nous permettre de faire une étude de cas plus précise, nous avons du nous limiter à deux types de produits disponibles dans les commerces :

- les denrées alimentaires

- les produits d'entretiens et d'hygiène (considérés, en général comme des produits chimiques, susceptibles d'être dangereux pour la santé ou pour l'environnement).

Nous avons donc retenu 30 étiquettes de denrées alimentaires et 20 autres de produits d'hygiène et d'entretien.

Dans la présente étude, deux éléments de l'étiquette ont retenu notre attention lors du dépouillement du corpus,

- 1°- l'aspect matériel global

- 2°- l'aspect linguistique.

- nous nous sommes contenté dans une première étape de faire un 'constat' (un état des lieux sous forme de description globale de l'étiquette).

- nous avons procédé dans une deuxième étape à l'examen des terminologies usitées en langue source (français ou autres langues étrangères)

- et **enfin** à leur traduction en langue cible (arabe).

Ainsi, nous nous sommes appliqués d'abord à essayer de répondre à la question :

- La langue arabe est-elle la 1° langue de l'étiquetage des produits en Algérie ?

C'est donc, la présence/absence de la langue nationale que nous avons examinée sur l'emballage.

-L'observation globale du corpus, nous a permis de confirmer notre première hypothèse qui posait que le degré d'importance de la langue arabe utilisée pour décrire, présenter un produit est :

- relativement modeste,
- et correspond le plus souvent au résultat d'une traduction de la langue source (le français, généralement) à la langue cible (l'arabe standard).
- s'il existe des étiquettes uniquement rédigées en français, très rares sont les produits étiquetés uniquement en arabe.

Dans le cadre de notre corpus, l'examen des composants chimiques(Eb), ainsi que celui des ingrédients de certaines denrées alimentaires(Ea), nous a donné à constater que la traduction de la terminologie scientifique en arabe employée dans le cadre des étiquetages des produits, est caractérisée, en général, par des choix lexicaux non normalisés voire des simplifications excessives qui peuvent prêter à confusion.

E n général, la démarche des opérateurs consiste à user d'équivalents poly lexicaux à défaut d'équivalents monosémiques. Toutefois, quand aucune terminologie n'est disponible, le traducteur recourt soit à l'emprunt soit à des calques français, anglais, espagnol, etc., transcrites tel quel en arabe.

Pour illustrer nos propos, nous avons sélectionné

1°/ les équivalents les plus courants :

- ingrédient, composition, composant...
- teneur et valeur
- Arome et colorant
- les termes du champ lexical 'matière grasse '

2°/\_\_\_Les emprunts, pratique la plus usitée pour les termes scientifiques concernant :

- Composants chimiques
- teneur énergétique
- valeurs nutritionnelles
- degré de dangerosité

3°/ les calques pour :

- les dénominations (désignations) des produits



- les marques

En ce qui concerne les pratiques traductives des étiquetages, la première conclusion que nous avons pu tirer de cette enquête est :

- la tendance à la généralisation de l'étiquetage en langue arabe à quasiment tous les produits.

- Toutefois, si en théorie, l'étiquetage est rédigé (traduit) en arabe, on y relève :  
- des défaillances en matière de terminologies, de phraséologie, de lisibilité... notamment sur les produits en provenance de la Chine, la Turquie, la Thaïlande, etc.

Rarement conforme aux recommandations réglementaires, différentes pratiques sont observées :

- L'étiquetage est rédigé en arabe mais reste parfaitement indéchiffrable du fait de la taille des caractères utilisés, de l'impression de mauvaise qualité, des signes illisibles, flous ou plus ou moins effacés.

- L'étiquetage est mal traduit et les termes usités, ambigus, désuets, mal orthographiés, ne sont pas toujours en relation avec le lexique spécialisé du domaine en question (chimie, diététique, biologie, technologie.....), donc souvent incompréhensibles et inexploitable.

- traduits en langue arabe par des non professionnels, de nombreux étiquetages aboutissent à des expressions bizarres, voire cocasses, erronées pour ne pas dire mensongères.

-L'étiquetage n'est pas du tout rédigé en arabe.

Ainsi, certains opérateurs, passent outre la réglementation en matière d'arabisation des étiquetages, sous prétexte de l'exigüité de l'étiquette.

-Ils se résignent souvent à l'étiquetage bi/plurilingue, mais en réservant des caractères plus grands pour la langue la plus avantageuse sur le plan commercial. Ce qui réduit davantage l'espace réservé aux autres langues, notamment à l'arabe.

En définitive, l'exploration du corpus d'étiquettes a fait ressortir que :

-la traduction de ce type de documents techniques est visiblement une activité délicate nécessitant des compétences multiples,

-Tous les opérateurs n'usent pas des mêmes procédés traductifs.

- Les modes et techniques observées sont diversement appréciés et usités :

\* la traduction de qualité réalisée par un vrai professionnel (cas des entreprises nationales ou internationales reconnues pour la qualité de leurs produits et de leurs prestations.)

\* la traduction approximative réalisée par un 'amateur' (cas des TPE /PMI locales) avec tout ce que cela comporte d'erreurs, d'écarts et de maladresses.

\*ou encore, la traduction automatique tellement pratique mais dont le processus aboutit le plus souvent à une langue appauvrie, ou les écarts sémantiques peuvent, certes, être anodins mais aussi parfois plus graves. Les exemples abondent de quiproquos nés de ces mauvaises traductions ou des transferts mal choisis.

\*enfin concernant les cas de non traduction arabe des étiquettes de produits provenant de l'importation, c'est encore les marchandises en provenance des pays asiatiques et certains pays d'Europe de l'est qui sont pointés du doigt !

\*par contre, la non traduction en arabe des étiquettes de produits algériens est extrêmement limitée et ne concernent que de rares produits de fabrication artisanale ou semi artisanale locale.

Les aléas liés aux choix terminologiques :

La problématique de la traduction est essentiellement liée à celle de l'unification des terminologies sur laquelle les utilisateurs (traducteurs, rédacteurs des étiquettes, journalistes, etc.) n'arrivent pas à s'entendre.

-Les confusions sont nombreuses et fréquentes

-Les terminologies ne sont pas normalisées

-Les procédés discursifs sont maladroits

-Les emplois lexicaux ne sont pas stables.

En définitive, on peut signaler parmi les principaux obstacles empêchant la conformité de l'étiquetage :

- L'éventail de terminologies variées caractérisant certains produits en provenance des pays arabes ou asiatiques.( Les produits sont nommés différemment selon qu'ils proviennent de tel ou tel pays !)

-Les répertoires lexicaux n'étant pas toujours connus ou mis à jour, parfois certains termes deviennent désuets ou caduques ou plus simplement puisés dans

le lexique général. La question donc **d'une nomenclature lexicale** se pose avec acuité à certains opérateurs économiques.

En définitive, on peut dire que mise à part l'équivalent, comme mode de traduction et qui s'avère parfois d'un **usage délicat et complexe**, le moyen le plus prisé reste dans les domaines scientifiques et techniques celui de l'emprunt linguistique. Les chercheurs le considèrent comme le moyen le plus sûr pour combler un vide lexical. (Sebaa.R. 1996 :94)

On peut dire aussi que **l'emprunt est le procédé le plus économique** pour arriver à la traduction la plus fidèle. Ainsi tout en s'intégrant dans la langue emprunteuse, les emprunts conservent une partie des traits qui les caractérisent dans la langue empruntée (Deroy..L.1980 :8)

Ce procédé de l'emprunt est, d'après notre observation du corpus, le principal mode de traduction en arabe, notamment pour la quasi totalité des termes scientifiques et techniques.

Quoique les pratiques traductives se sont ancrées dans les comportements, force est de constater que les critères de choix terminologiques ne sont pas toujours explicites.

-comment est fait ce choix ?

-pourquoi tel terme au lieu de tel autre ?

Pour répondre à ces multiples interrogations (une enquête auprès des concernés, les traducteurs, nous aurait grandement aidé), nous sommes tout de même arrivés à la conclusion que le choix des termes retenus en langue cible repose essentiellement sur la connaissance totale ou plus souvent partielle que le traducteur a du domaine, du type de document dont il dispose (dictionnaires, glossaires, articles, documentation technique ou scientifique, etc.) Nous nous sommes également aperçu que certains s'inspirent (copient) des étiquetages de produits similaires avec le risque de reproduire les mêmes erreurs. D'autres enfin se contentent d'utiliser des dictionnaires généraux qui sont à portée de main ou encore de recourir à la traduction automatique.

**En conclusion**, à l'issue de ce travail, nous avons acquis la certitude que la traduction est, plus que jamais, une activité incontournable.

Nous avons également réalisé, dans le cadre de cette enquête, que la traduction permet à une entreprise commerciale,

- d'une part, de s'aligner sur les normes de productions internationales,

- d'autre part, de pénétrer les marchés

-et enfin, de mettre à la disposition du consommateur devenu exigeant, des informations susceptibles de l'orienter dans le choix du bon produit en connaissance de cause.

-En outre, un produit correctement étiqueté dans d'autres langues favorise son adoption au-delà du marché local.

En conséquence, la traduction en arabe en Algérie joue un rôle-clé dans la circulation, la commercialisation et l'amélioration du produit.

La langue arabe est, aujourd'hui présente, certes à des degrés divers, sur la grande majorité des produits algériens, elle l'est également sur bon nombre de produits importés mais de différentes façons, soit :

-sous forme de langue source (quelques produits algériens ou en provenance de pays arabes)

-sous forme de langue cible avec la traduction de toutes les rubriques de l'étiquetage conformément aux dispositions réglementaires

-sous forme de langue cible avec la traduction de l'appellation ou de l'une ou l'autre des rubriques existant prioritairement en d'autres langues (le français, généralement, l'anglais, l'espagnol, le chinois, le turc, etc.) Cette pratique est la plus fréquente.

Enfin, quoique des cas de non traduction ou de mauvaises traductions ont été relevés, force est de constater, que, contrairement à notre appréhension qui était aussi notre hypothèse de départ, la situation en matière d'usage de la langue arabe comme langue de l'étiquetage en Algérie a tendance à se généraliser, à s'améliorer et surtout commence à être consulté par le client algérien qui se rend bien compte que les présentations, les informations de plus en plus précises voire minutieuses et techniques, y compris en arabe sont essentiels pour faire le bon choix.

Ainsi, les pratiques traductives en arabe gagnent progressivement en place sur l'étiquette et en justesse, autrement dit, en professionnalisme et notamment en matière de terminologie appropriée.

Nous avons répertorié diverses qualités dans ces pratiques, des bonnes et des plus maladroites voire carrément incorrectes, mais toutes ont privilégié trois modes de traductions :

-les équivalents, les emprunts, les calques.

Les corpus que nous avons constitués, recourent généralement à l'emprunt pour les terminologies scientifiques et techniques, au calque pour le vocabulaire dénominatif, les marques, les dénominations monographiques, et à l'équivalence pour les termes usuels et courants.

En plus de la démonstration de la présence/absence de la langue arabe sur l'étiquetage des produits en Algérie nous nous sommes fixé comme autre objectif de démontrer la complexité de l'opération de traduction. En effet, la diversité des propositions terminologiques relevées dans de nombreux cas,

illustrant l'embarras du traducteur à opter pour le terme adéquat, nous permet de conclure que la traduction spécialisée est, certes, un domaine en pleine expansion, en Algérie mais qu'il gagnerait à être plus et mieux pris en charge, par exemple, dans le cadre de formations mastérialles et doctorales spécifiques en traductologie.

المراجع السليمة غرافية

قواميس و معاجم

عبد السلم بنعد العالى (2006) في الترجمة، ترجمة كمال التومى .قدم له  
وراجع الترجمة عبد الفتاح كيليطو دارتو بول للنشر.

عبد صبور شاهين(1986) العربية لعة العلوم و التقنية  
دار الإعتصام.القاهرة

ادمون كار. (2004) الترجمة في العالم الحديث  
الترجمة عبد النبى داكر.دار ال غرب للنشر و التوزيع .

محمد الديدايوي (2007) مفاهيم الترجمة.ال منظور التعريبي منقل  
المعرفة.

شرفي عبد الواحد (2012)(جمع تنسيق و تقديم) الترجمة من التكوين الى  
ال مؤسسة  
جمعية وهران دار العرب للنشر و التوزيع .

حسام الخطيب (2012)مشكلات الترجمة العربية مقارنة ميدانية  
دراسات ترجمية . الترجمة من التكوين الى ال مؤسسة  
جمعية وهران دار العرب للنشر و التوزيع.ص103-113.

احمد شقرون(2012) "الترجمة في المؤسسة الاقتصادية/ الترجمة الى  
العربية في ماجل الادوية نمودجا" (87-91)  
دراسات ترجمية-الترجمة من التكوين الى الكوسسة. دار الغرب للنشر  
والتوزيع.

**Arcand, Richard et Bourbeau, Nicole** (1998) : « La communication efficace » de l'intention aux moyens d'expression. De Boers Supérieur.

**Boers, Marion** (2010) : « Reconnaissance et valorisation du métier de traducteur » in 4<sup>e</sup> Conférence EMT du 10613 octobre 2010 (Commission Européenne : Direction générale de la traduction) Bruxelles.

**Bouhelil Ezzeddine** (2004): « La fonction sujet et les paradigmes afférents en français et en arabe », communication in « la terminologie entre traduction et bilinguisme ». Journée scientifique d'animation et de formation régionale. Hammamet(Tunisie) 14/10/2004.

**Boulanger, Jean Claude** (2001) : « L'aménagement des marques d'usage technolcales dans les dictionnaires généraux bilingues » in Les dictionnaires de langue française, les dictionnaires d'apprentissage, dictionnaires spécialisés de la langue, dictionnaire de spécialité.J.Pruvost (éd.) Paris. Honoré Champion. Pp247-271

**Cabré, Maria Térésa**(1998) : « La terminologie, méthode et applications », Ottawa, Presses de l'Université d'Ottawa et Armand Colin.

**Callebaut, Bruno** (1983) : « Les vocabulaires techniques et scientifiques et le dictionnaire. Le cas d'une nomenclature des sciences naturelles » in Chiers de lexicologie.pp 33-52.

**Carras, Catherine** (2002) : « Le vocabulaire économique et commercial dans la presse brésilienne (année 1991-1992).Etude comparative et proposition bilingue portugais/français. Thèse de doctorat. Université Lyon II.

**Dahou, F.Bensalah, B.Khennour, S** (2011) : « Langue arabe en entreprise de production : la communication en compétition. »<http://dspace.univ-biskra.dz :8080/jspui/handle/123456789/1870>.

**Dancette,Jeanne** (1996) : « Outils méthodologiques et démarche traductionnelle dan le domaine conceptuel » in Babel 41/3 pp161/171.

**De Bruyne, P, Herman, J, De Schoutheete, M** (1974) : « dynamique de la recherche en sciences sociales »Presses Universitaires de France.

**Depecker, Loic** (2003) : Entre signe et concept. Eléments de terminologie générale. Paris. Presse de la Sorbonne Nouvelle.

**Deroy, Louis** (1956) :L'emprunt linguistique. Les belles Lettres. Paris

**Deroy, Louis** (1980) : « Vingt ans après l'Emprunt linguistique : critiques et réflexions » in cahiers de l'institut de Louvain, 6,1-2 pp7-18.

**Devereaux, Ferguson** (2000): Researching the public sherry opinion Environment: theories and Method, Thousand Oaks, London, New Dehli.Sage Publications.

**Dubois, Jean** (1973) : Dictionnaire de linguistique. Larousse Paris

**Dubois, Jean et collectif** (1994) : Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage. Paris .Larousse



**Dubois, Marguerite** (1983) : Dictionnaire Larousse Saturne français/anglais/English/français (1981) Larousse, Paris.

**Dubuc, Robert** (1980) : Manuel pratique de terminologie, Montréal, linguatex, Paris, 98p.  
Eco, Umberto (1988): Le signe.Bruxelles, Labor.

**Heilbron, Johann** (1999): "sociology of translation" in European journal of Social Theory."2(4) pp429-444.est.sagepub.com.

**Horgelin, Paul.A** (1966) : « la traduction technique. » Les Presses de l'Université de Montréal

**Guléa, Michaela** (1997) « le français des affaires en Roumanie » in diversités linguistiques et culturelles et enjeux de développement.Ed.Aupelf-Uref (356-366)

**Jacquart, Hughes** (1988) : « Qui ? Quoi ? Comment ? Ou les pratiques du sondage ». Paris.Eyrolles

**Jammal, Amal** (1999) : « Une méthodologie de la traduction médicale » in Meta 34/2 pp217-237.

**Kokourek, Rastislav** (1982) : « la langue française de la technique et de la science ». Wiesbaden, O.Brandsetter Verlag.

**Kotler, Philippe.Keller, Kevi Lane.Dubois, Bernard et Manceau, Delphine** (2006) : « Marketing, Management ».Pearson Education France. 12<sup>o</sup>Edition.

**Lacharne, Flavie** (2011) : « les produits cosmétiques biologiques : labels, composition et analyse critique de quelques formules. » Thèse soutenue en octobre 2011.Université de Grenoble.

**Ladmiral, Jean. René** (1994) : « Traduire : théorèmes pour la traduction » Gallimard.

**Lerat, Pierre** (1995) : Les langues spécialisées.PUF.Paris.

**Lelubre, Xavier** (2003) : Introduction à la terminologie arabe, séminaires et cours de D.E.A : Lexicologie et Terminologie Multilingues ; Traduction, Université Lumière Lyon 2. Chap. 1.

**Loffler-Lauriau, A-M** (1984) : Normes de communication et traduction de textes techniques » in Meta 29/2, pp175-182.

**Martinet, André** (1982) : Bilinguisme et diglossie : appel à une dynamique des faits : La linguistique.1-Volume 18- Hachette- Paris2.

**Martinet, André** (1970) : Eléments de linguistique générale. Armand Colin, Paris

**Mejri Salah** (2001) : « Traduire des jeux de mots : repères théoriques. » in Il fabbro d'El parlo materno : Hommage à Jean Marie Meershen.Edition du Hazard.pp153-165.

- Messaoudi, Leila** (1999) : Opacité et transparence dans les technolèctes bilingues (français/arabe) in Le français en Afrique n° 13, Décembre 1999. Didier Erudition pp201-214 .
- Moatassime, Ahmed** (1992) : Arabisation et langue française au Maghreb. 'traduire ou arabiser les termes dans les domaines' Paris, PUF, Coll 'Tiers Monde' .
- Mortureux Marie Françoise,** (1995) : Les vocabulaires scientifiques et techniques. Les Carnets de CEDIFOR, 3, pp13-25
- Mounin, Georges** (1959) : « congrès sur la qualité en matière de traduction » 27-30 Juillet 1959.
- Mounin, Georges** (1974) : Dictionnaire de la linguistique (dir), Presse Universitaire de France.
- Pétrilli Susan et Ponzio, Augusto** (2006) : "Translation as listening and encounter with the other in migration Processes Today" in TTR. Traduction, terminologie, redaction. Vol.19, n°2.2° Semestre PP1916-223.
- Phélizon François** (1976) : « Vocabulaire de la linguistique » Paris : édition Rondil.
- Redjem, Ahmed** (1986) : « Industrialisation et système éducatif algérien » OPU Alger
- Richert, Nicole** (1987) : « Arabisation et technologie » IERA, Rabat pp351
- Rondeau Guy** (1980) : Les banques de terminologies bilingues et multilingues : état de la question. Université Laval, Québec.
- Sebaa, Rabeh** (1996) : L'arabisation dans les sciences sociales : le cas algérien. Paris, L'Harmattan.
- Sebaa, Rabeh** (1997) Diversités linguistiques et culturelles et enjeux de développement, Ed. Aupelf-Uref
- Sebaa, Rabeh** (2002) : L'Algérie et la langue française : l'altérité partagée. Oran, Edition Dar El Gharb.
- Souriau, Christiane** (1975) : « La politique d'arabisation » in l'annuaire de l'Afrique du Nord. 1975a. CNRS Paris. Pp 381 et Ss.
- Sournia, Jean.Charles** (1999) « les phases évolutives du vocabulaire médical » in Méta 34/4 pp 692/7000.
- Taleb Ibrahim, Ahmed** (1968) ; Interview accordée à l'hebdomadaire Algérie Actualité du 30 juin 1968.
- Taleb Ibrahim, Khaoula** (1997) : Les algériens et leur(s) langue(s) : les éléments pour une approche sociolinguistique de la société algérienne. Les éditions El Hikma, Alger.
- Wuster, Ernst** (1968) « La machine-outil. Notions fondamentales, définies, illustrées et présentées dans l'ordre systématique et l'ordre alphabétique

قاموس و معجم

متقن الطلاب مزدوج (2005)  
عربية/فرنسية و فرنسية عربية. دار الراتب الجامعية بيروت

معجم الصحاح(عربي-عرب)(2012)  
الإمام إسماعيل بن حماد الجوهري.  
مؤسسة الإعلمي للمطبوعات بيروت لبنان

المنهل قاموس فرنسي/عربي (1986)  
تأليف الدكتور جبور عبد نور والدكتور سوهيل ادرس دار الاداب بيروت .

المنجد الطلاب(1975)  
فؤاد افرام الأبستان. دار المشرق بيروت لبنان

المنجد في اللغة العربية المعاصرة.(2001)  
دار المشرق بيروت لبنان

**DICTIONNAIRES ET USUELS**

Dubois, Jean: Dictionnaire de linguistique. Librairie Larousse.1973

Larousse, Petit Larousse, Paris 1971

Littré, Dictionnaire de la langue française, Paris 1959

Hachette, Dictionnaire Hachette, édition 2010, Paris.

Quillet Flammarion, Dictionnaire usuel, Paris 1980

## النصوص التشريعية والقانونية

قانون رقم 191-05 مورخ في 16/01/1991 يتعلق بالتهميم اللغة العربية

مرسوم تنفيذي رقم 05-454 مورخ في القعدة عام 1426 الموافق 22 ديسمبر 2005  
ج ر ج 83 لي 2005/12/25

قانون رقم 09-03454 مورخ في صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية  
المستهلك و قمع الغش  
ج ر ج 13 لي 2009/03/08

### TEXTES REGLEMENTAIRES

-S.G.H (Système Général Harmonisé de Classification et d'étiquetage des produits chimiques.

-Règlement CLP : Classification Labelling Packaging .Règlement n° 1272/2008 (instrument réglementaire (ONU) permettant de faire appliquer les recommandations du SGH.

### SITOGRAFIE

Echantillon : définitions

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Echantillon/chimie>

C.S.T, Recommandations relatives à la terminologie : Bern 2009.

ISBN3, (907871-06-5) [www.bundespublikationen.ch](http://www.bundespublikationen.ch)

Mémoire on line, [http://www.memoireline.com/03/07/402/m\\_modes-moyens-formation-termes-biochimiques.htm](http://www.memoireline.com/03/07/402/m_modes-moyens-formation-termes-biochimiques.htm) toc90

[on line.com/03/07/402/m\\_modes-moyens-formation-termes-biochimiques.htm](http://www.memoireline.com/03/07/402/m_modes-moyens-formation-termes-biochimiques.htm) toc90

SGH '2' édition Genève Publication Nations Unies 2007.259 p.

Téléchargeable sur le site de l'UNECE (United Nations Economic Commission for Europe)([www.unece.org/trans/danger/publied/ghs/welcomef.htm](http://www.unece.org/trans/danger/publied/ghs/welcomef.htm))

Nouvel étiquetage des produits chimiques

INRS 2009.([www.unrs.fr/focus/inrs-nouveletiquetage.htm](http://www.unrs.fr/focus/inrs-nouveletiquetage.htm))

Ettouahria Salima in El Moudjahed du 13/10/2013 « Protection du consommateur : un nouveau texte sur l'étiquetage à partir de 2013 » ([www.algerie.360.com/algerie/letiquetage-a-partir-de-2013/](http://www.algerie.360.com/algerie/letiquetage-a-partir-de-2013/))

Belkhadem Irane'Soir d'Algérie' DU 09/03/2010.

<http://www.lesoirdalgerie.com/articles/20/10/09/articles.php?sid=9678&cid=2>

ملفات

Pâtes Spéciales

مصنوية

مستوح  
جزائري

نيسو ليني

400g

Ea 1

Tripoline

عائلة  
خاصة

1- يمسح في الماء لمدة 10 دقائق  
2- يغسل بالماء البارد  
3- يصفى بالماء البارد  
4- يخلط مع صلصة أو صلصة جاهزة  
5- يذوق

Produit en France  
Manufacturé en France

Produit	324 g
Glucides	70 g
Protéines	19 g
Fibres	11 g
Minéraux	0,06 g
Vitamines	4,9 mg

الوزن الصافي  
400g

0301 519003  
E 300050002 F



www.tripoline.com

تحتفظ على الطرق التقليدية  
بمطبخ من الصناعات الغذائية  
في فرنسا

Eaz

Consommer de préférence avant la date indiquée sur l'emballage  
يستهلك قبل التاريخ المدون على الكيس

PB16 01 2014  
EQC LOT138  
EX16 01 2016

Produced by the  
PASTA WORLD Sari  
Bejaia, Algeria

Pasta Products with  
Durum Wheat Semolina

مطبخ جزائري

PRODUIT EN ALGERIE

المكونات  
تفريق الملح الصلب

رشنة مسلوقة بقطر (86 لملح)

المقادير:  
• 250 غ رشة (استورون) - 80 غ صندل فريت - 100 غ صندل فريت  
• 250 غ طماطم (عجائن) - 100 غ طماطم  
• 250 غ صلصة طماطم (عجائن) - 100 غ صلصة طماطم  
• 250 غ صلصة طماطم (عجائن) - 100 غ صلصة طماطم  
• 250 غ صلصة طماطم (عجائن) - 100 غ صلصة طماطم

الطبخ:  
• يسخن الزيت في قدر على نار متوسطة ويضاف إليه صلصة الطماطم ويطبخ لمدة 10 دقائق حتى يرقى.  
• يضاف صلصة الطماطم ويطبخ لمدة 10 دقائق حتى يرقى.  
• يضاف صلصة الطماطم ويطبخ لمدة 10 دقائق حتى يرقى.  
• يضاف صلصة الطماطم ويطبخ لمدة 10 دقائق حتى يرقى.

Nouilles sautées aux légumes  
Pour 6 personnes

المكونات:

• 250 g de nouilles de Pasta World • 2 blancs de poulet  
• 150 g de champignons • 2 tomates • 1 petite courgette  
• 100 g de sauce tomate • 100 g de sauce tomate  
• 100 g de sauce tomate • 100 g de sauce tomate  
• 100 g de sauce tomate • 100 g de sauce tomate

الطبخ:

• يسخن الزيت في قدر على نار متوسطة ويضاف إليه صلصة الطماطم ويطبخ لمدة 10 دقائق حتى يرقى.  
• يضاف صلصة الطماطم ويطبخ لمدة 10 دقائق حتى يرقى.  
• يضاف صلصة الطماطم ويطبخ لمدة 10 دقائق حتى يرقى.  
• يضاف صلصة الطماطم ويطبخ لمدة 10 دقائق حتى يرقى.

Fabriqué par:  
Sari Pasta World, Zac Taharache  
Albou 06011 Wilaya de Bejaia  
ALGERIE  
Tél: +213 (0) 34 35 85 17  
+213 (0) 34 35 86 63  
fax: +213 (0) 34 35 97 59  
+213 (0) 34 35 84 21

E-mail:  
pastaworld@groupe-chiklounne.com  
groupechiklounne@yahoo.fr  
Site web:  
www.groupe-chiklounne.com



Pâtes alimentaires  
de semoule superpure  
100% blé Dur

مصنوع من طرف شركة  
ساري  
منطقة النشاطات تجارتيّة أحياء 06001  
ولاية جازة الجزائر

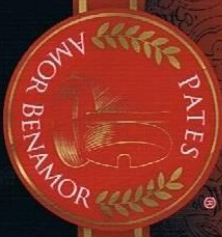


6 130769 000998



عجائن غلاتية  
عجائن غلاتية

TORSADES



Cuisson Al dente  
9 minutes

€500g

EAB

Valueur Nutritive  
Nutrition Facts

Par 100 grammes (35.27 oz) (100g)

Valueur Solaire	150
Calories / Calories	375
Lipides / Fat 1g	0%
Sodium / Sodium 5g	10%
Cholesterol / Cholesterol	0mg
Sucre / Sugar 30g	60%
Fibres / Fiber 1g	2%
Protéines / Protein 10g	20%
Vitamine C / Vitamin C	0%
Vitamine E / Vitamin E	0%
Fer / Iron	0%

AMOR BENAMOR  
Registered Trademark

01-18  
EAB  
EAB

المنتجات التي تحمل العلامات التجارية EAB  
تحتوي على نسبة عالية من النشا، مما يجعلها مثالية  
للمخبزات الخفيفة. منتجاتنا تتميز بجودة عالية  
وتنوع في النكهات. نضمن لكم منتجاً لذيذاً وسريعاً  
الطهي. نتمتع بسمعة طيبة في جميع أنحاء العالم.  
AMOR BENAMOR - Non-Fermented products.

Conservation: Conserver dans un endroit frais et sec.  
A conserver dans un endroit frais et sec.  
Best before date: 12 mois à compter de la date de fabrication.

Poids Net, Net Weight: 500g  
الوزن الصافي، الوزن الصافي

إنتاج شركة طاجين عبر بن عمار  
الطاجين - إنتاج شركة طاجين عبر بن عمار  
Produit par - Produced by - Produzido da  
La El Pajonero, Casimiro, Algeria

Kenzie aux Commisaires  
contingents@kenzie.com  
www.amorbenamor.com





٢٢٤

FR 07072013 5  
EX 06072016  
L069807/254 B

Administrative de l'énergie et  
des affaires économiques  
Délivré en vertu de l'article 10  
de la Loi de 1977  
N° 1068

Produit en vertu de la Loi de 1977  
N° 1068  
Délivré en vertu de l'article 10  
de la Loi de 1977  
N° 1068  
N° 1068

**200g**  
200g  
200g  
200g

# PANZANI

## 5mm

# Conscous

### كشكش

Qualité supérieure - Premium quality  
Clindat superior - رتبة ريشة

1 kg



**TABLEAU NUTRITIONNEL**

Nutriments	pour 100g de conscous secs	pour 1kg de conscous secs
Energie	376 kcal	3760 kcal
Protéines	11,7g	117g
Lipides	2,5g	25g
Glucides	77,2g	772g

دعسول كشكش



Wahid 3/6 3/6 3/6  
Ekevner dans un moule 19x11 cm  
après 8 a 10 min de cuisson.  
A l'occasion de la fête de la viande  
au sein de votre famille, n'hésitez pas  
à acheter une boîte de viande  
EKTRA.

**MARQUE DÉPOSÉE**  
Zone Industrielle  
Bordj-BOUMMELAL  
Tél: +213 35 87 31 75  
Fax: +213 35 87 31 76  
Email: info@epjpa.com  
www.epjpa.com



**طريقة التحضير**  
التحضير التقليدي  
يشي اللحم في العنبر الذي سلف تحضيره  
في سلة مشوية أو في الفرن لمدة 80 دقيقة  
أو في الفرن لمدة 1 ساعة في درجة حرارة  
180° مع قلب اللحم من حين لآخر.  
في الفرن أو في العنبر مع الحماض.



طريقة التحضير: 15 à 20 min

طاقة	
لحم	200g
صويا	15g
زيت	10g
ملح	5g
فلفل	5g
سبانخ	10g
فاصوليا	10g
فول	10g
عسل	5g
حماض	5g
كسكي	5g
مويطة	5g
مجموع	285g

طاقة 1kg  
6 132500 630743

EPJPA 3/6 3/6 3/6  
Lot000072102 A

علامة مسجلة  
معنى من طرف مصلحة الجمارك  
تتبع منظمة التجارة العالمية  
المنتج من طرف شركة: EPJPA  
الهاتف: +213 35 87 31 75  
الفاكس: +213 35 87 31 76

Eas

Diets 100% couscous mama **Diets 100%**

**Recette 10**

شهيبة طيبة



**Bon Appetit**

**Recette 10**

Tribouille ou couscous en salade

**PREPARATION**

1. Coupez les tomates en petits cubes.  
2. Coupez les courgettes en petits cubes.  
3. Versez le jus de citron dans le couscous - profitez du service, disposez le dessus avec les légumes et la menthe fraîche.  
4. Bon appétit !

Ne pas réchauffer le plat.

**INGREDIENTS**

300g de couscous mama  
1 bouquet de persil  
2 courgettes  
2 tomates  
2 c.à café de jus de citron  
2 c.à soupe d'huile

Date de fabrication : 21/07/13

P 210 714

**COUSCOUS mama**



**GROS Great**

**1 Kg**

**COUSCOUS**

**COUSCOUS INSTRUCTIONS :**

1. Verser dans un grand plat 1kg de Couscous mama.  
2. Verser dessus 1 litre d'eau.  
3. Laisser absorber 15 min.  
4. Ajouter 1 c.à soupe d'huile.  
5. Couvrir et laisser cuire à feu doux pendant 15 min.  
6. Servir et déguster !

Ne pas réchauffer le plat.

Merci de votre fidélité !  
Couscous mama est un produit de Couscous mama.  
Couscous mama est un produit de Couscous mama.  
Couscous mama est un produit de Couscous mama.

300g  
Maman et famille déposés  
MADE IN ALGERIA. **ماتما**  
6 1304921 000074

Ea6

# راممي®

## برتقال أناناس

مشروب بعصيريات  
البرتقال والأناناس

مشروب بعصيريات البرتقال والأناناس غني بالعصيريات يعطيك طعمًا لذيذًا ويجعلك تنشطًا طوال النهار.

### المكونات

ماء صالح، سكر، مركز عصير ولحم البرتقال، ماء، أناناس، عصير البرتقال الطبيعي، فيتامين سي (E300)، فيتامين ب1 (E110)، فيتامين ب2 (E100)، فيتامين ب3 (E102)، فيتامين ب5 (E505)، فيتامين ب6 (E105)، فيتامين ب12 (E122)، فيتامين سي (E300)، فيتامين ب1 (E110)، فيتامين ب2 (E100)، فيتامين ب3 (E102)، فيتامين ب5 (E505)، فيتامين ب6 (E105)، فيتامين ب12 (E122).

القيمة الغذائية لكل 100 مل

عصيريات	12.5 غ
بروتينات	< 0.5 غ
دهنيات	< 0.05 غ
القيمة الحرارية	52.45 كيلومترية
الكربوهيدرات	219.24 كيلومترية

من قسمة راممي لامي فود

المطبعة الصناعية الرومية، الجزائر  
الهاتف: 021 81 18 08  
الفاكس: 021 81 15 27  
البريد الإلكتروني: [rammi@rammi.com](mailto:rammi@rammi.com)

www.rammi.com

### Riche en Pulpe et en Vitamines

Boisson à la pulpe de fruits

# Rammy®

## Orange Ananas

# Rammy®

## Orange Ananas

### Boisson à la Pulpe

### Orange - Ananas

Rammy est une boisson à base de pulpe d'orange et d'ananas riche en vitamines, vous procure vitalité pour toute la journée.

**Ingredients:**

Eau traitée, sucre, concentré de jus et pulpe d'orange et d'ananas, cellules naturelles d'orange, fruits granulés, acidifiant: acide citrique, stabilisants (E466-E415), colorant naturel: bêta-carotène, antioxydant: vitamine C, arômes, cocktail de vitamines (A,B1,B5,B6,B12,E)

Valeurs Nutritionnelles pour 100 ml

Glucides	12.5 g
Protéines	< 0.5 g
Lipides	< 0.05 g
Valeur énergétique	52.45 k cal 219.24 k joule

S.A.R.L. RAMMY FOOD

Zone Industrielle Rouiba,  
Alger, Algérie.  
Tél.: 021 81 18 08  
Fax: 021 81 15 27  
[www.rammyfood.com](http://www.rammyfood.com)





ceVital  
صنع في الجزائر  
تتميتا  
مغزونه ثمری

Novelty  
**Chima**  
Bolsson fruitée  
Riche en pulpe  
Orange

2L  
2L

**Ingredients**  
Eau, sucre, pulpe de jus d'orange, arôme d'orange, acides ascorbiques (E300), acide citrique (E330), vitamine C (E300), vitamine B6 (E105), vitamine B12 (E122), vitamine B9 (E125), vitamine B5 (E505), vitamine B1 (E127), vitamine B2 (E129), vitamine B3 (E132), vitamine B4 (E133), vitamine B8 (E137), vitamine B10 (E138), vitamine B11 (E140), vitamine B12 (E122), vitamine B13 (E142), vitamine B14 (E143), vitamine B15 (E144), vitamine B16 (E145), vitamine B17 (E146), vitamine B18 (E147), vitamine B19 (E148), vitamine B20 (E149), vitamine B21 (E150), vitamine B22 (E151), vitamine B23 (E152), vitamine B24 (E153), vitamine B25 (E154), vitamine B26 (E155), vitamine B27 (E156), vitamine B28 (E157), vitamine B29 (E158), vitamine B30 (E159), vitamine B31 (E160), vitamine B32 (E161), vitamine B33 (E162), vitamine B34 (E163), vitamine B35 (E164), vitamine B36 (E165), vitamine B37 (E166), vitamine B38 (E167), vitamine B39 (E168), vitamine B40 (E169), vitamine B41 (E170), vitamine B42 (E171), vitamine B43 (E172), vitamine B44 (E173), vitamine B45 (E174), vitamine B46 (E175), vitamine B47 (E176), vitamine B48 (E177), vitamine B49 (E178), vitamine B50 (E179), vitamine B51 (E180), vitamine B52 (E181), vitamine B53 (E182), vitamine B54 (E183), vitamine B55 (E184), vitamine B56 (E185), vitamine B57 (E186), vitamine B58 (E187), vitamine B59 (E188), vitamine B60 (E189), vitamine B61 (E190), vitamine B62 (E191), vitamine B63 (E192), vitamine B64 (E193), vitamine B65 (E194), vitamine B66 (E195), vitamine B67 (E196), vitamine B68 (E197), vitamine B69 (E198), vitamine B70 (E199), vitamine B71 (E200), vitamine B72 (E201), vitamine B73 (E202), vitamine B74 (E203), vitamine B75 (E204), vitamine B76 (E205), vitamine B77 (E206), vitamine B78 (E207), vitamine B79 (E208), vitamine B80 (E209), vitamine B81 (E210), vitamine B82 (E211), vitamine B83 (E212), vitamine B84 (E213), vitamine B85 (E214), vitamine B86 (E215), vitamine B87 (E216), vitamine B88 (E217), vitamine B89 (E218), vitamine B90 (E219), vitamine B91 (E220), vitamine B92 (E221), vitamine B93 (E222), vitamine B94 (E223), vitamine B95 (E224), vitamine B96 (E225), vitamine B97 (E226), vitamine B98 (E227), vitamine B99 (E228), vitamine B100 (E229).

تتميتا  
مغزونه ثمری  
برفقال

034 22 33 33  
0 130244 020237

E<sub>a8</sub>

Erag  
Le pne





Ea10





E<sub>a</sub>12





E  
a13



E  
als

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

Energía	388,78 kcal
Proteínas	20,42 g
Grasas	4,5 g
Hidratos de Carbono	58,96 g
Fibra	0 g
Almidón	0 g
Almidón resistente	0 g
Almidón soluble	0 g
Almidón insoluble	0 g
Almidón total	0 g
Almidón de fibra	0 g
Almidón de fibra soluble	0 g
Almidón de fibra insoluble	0 g
Almidón de fibra total	0 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

Energía	388,78 kcal
Proteínas	20,42 g
Grasas	4,5 g
Hidratos de Carbono	58,96 g
Fibra	0 g
Almidón	0 g
Almidón resistente	0 g
Almidón soluble	0 g
Almidón insoluble	0 g
Almidón total	0 g
Almidón de fibra	0 g
Almidón de fibra soluble	0 g
Almidón de fibra insoluble	0 g
Almidón de fibra total	0 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

Energía	388,78 kcal
Proteínas	20,42 g
Grasas	4,5 g
Hidratos de Carbono	58,96 g
Fibra	0 g
Almidón	0 g
Almidón resistente	0 g
Almidón soluble	0 g
Almidón insoluble	0 g
Almidón total	0 g
Almidón de fibra	0 g
Almidón de fibra soluble	0 g
Almidón de fibra insoluble	0 g
Almidón de fibra total	0 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

Energía	388,78 kcal
Proteínas	20,42 g
Grasas	4,5 g
Hidratos de Carbono	58,96 g
Fibra	0 g
Almidón	0 g
Almidón resistente	0 g
Almidón soluble	0 g
Almidón insoluble	0 g
Almidón total	0 g
Almidón de fibra	0 g
Almidón de fibra soluble	0 g
Almidón de fibra insoluble	0 g
Almidón de fibra total	0 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

Energía	388,78 kcal
Proteínas	20,42 g
Grasas	4,5 g
Hidratos de Carbono	58,96 g
Fibra	0 g
Almidón	0 g
Almidón resistente	0 g
Almidón soluble	0 g
Almidón insoluble	0 g
Almidón total	0 g
Almidón de fibra	0 g
Almidón de fibra soluble	0 g
Almidón de fibra insoluble	0 g
Almidón de fibra total	0 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

Energía	388,78 kcal
Proteínas	20,42 g
Grasas	4,5 g
Hidratos de Carbono	58,96 g
Fibra	0 g
Almidón	0 g
Almidón resistente	0 g
Almidón soluble	0 g
Almidón insoluble	0 g
Almidón total	0 g
Almidón de fibra	0 g
Almidón de fibra soluble	0 g
Almidón de fibra insoluble	0 g
Almidón de fibra total	0 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

Energía	388,78 kcal
Proteínas	20,42 g
Grasas	4,5 g
Hidratos de Carbono	58,96 g
Fibra	0 g
Almidón	0 g
Almidón resistente	0 g
Almidón soluble	0 g
Almidón insoluble	0 g
Almidón total	0 g
Almidón de fibra	0 g
Almidón de fibra soluble	0 g
Almidón de fibra insoluble	0 g
Almidón de fibra total	0 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

VALOR NUTRITIVO POR 100 g

E X T R A

Garrido

050114  
05081E

Fecha de producción  
Date de production  
Production date  
تاريخ الإنتاج

Fecha de caducidad  
Date de péremption  
Production date  
تاريخ انتهاء الصلاحية

Alimentos infantiles en leche  
Laiter 150 Alger Algérie  
تغذية الأطفال بالليبان  
لايتر 150 الجزائر

Los legumbres son un alimento indispensable en una dieta sana y equilibrada.  
Se recomienda el consumo de legumbres al menos una vez a la semana.  
Les légumes secs sont un aliment indispensable pour une alimentation saine et équilibrée. Il est recommandé de consommer des légumes secs au moins une fois par semaine.

Hidratos de Carbono 58,96 g  
Grasas 4,5 g

Garrido

فاريديو

TIEMPO DE COCCIÓN / TIME TO COOKING TIME

Almidón	12 h
Almidón soluble	50 min
Almidón insoluble	40 min
Almidón total	3h
Almidón de fibra	2h30

Para que se cocinen mejor, se recomienda cocinarlos en agua abundante y sal final de la cocción.

Garbanzos chickpeas  
حمص

VALOR energético 388,78 kcal  
4658,09 kJ

VALOR energético 388,78 kcal  
4658,09 kJ

E X T R A

Garrido

فاريديو

TIEMPO DE COCCIÓN / TIME TO COOKING TIME

Almidón	12 h
Almidón soluble	50 min
Almidón insoluble	40 min
Almidón total	3h
Almidón de fibra	2h30

Para que se cocinen mejor, se recomienda cocinarlos en agua abundante y sal final de la cocción.

Garbanzos chickpeas  
حمص

VALOR energético 388,78 kcal  
4658,09 kJ

VALOR energético 388,78 kcal  
4658,09 kJ

Ea16





E  
a18

**GOLDEN SMILE**

**CHOICE**

**AU SIROP LEGER** PRODUCT OF THAILAND  
IMPORTÉ DE THAILANDE

انتاج تايلاند

Produit de Thaïlande / 100% Fruit  
Soleil Fruit Food Import & Export  
100, Rue de la Paix, 1000 Bruxelles  
Tél : +32 (0) 27 23 28 78 5  
Fax : +32 (0) 27 23 49 1 54  
www.soleilfruit.com

10-12 قطعة اناناس محلاة بسكر الفصيح  
اناناس، ماء، سكر فصح، حمض الستريك  
الوزن الصافي : 340 جرام  
تاريخ الانتاج : 12/2014



10-12 TRANCHES ANANAS  
10-12 PINEAPPLE SLICES IN LIGHT SYRUP  
INGREDIENTS: ANANAS, EAU, SUCRE, ACIDE CITRIQUE E330  
INGREDIENTS: PINEAPPLE, WATER, CANE SUGAR, CITRUS ACID, E330  
A CONSOMMER DE PREFERENCE AVANT LE 12/2014

**QUALITÉ SUPÉRIEURE**  
PODS NET 585gr  
NET WEIGHT 585gr  
PODS NET EGOUTTÉ 340gr  
DRAINED WEIGHT 340gr  
NETTO GEWICHT 585gr  
ABTROP GEWICHT 340gr

0400836/38541 UV(201011-12+T1) BOY009 CTP

Ea19

# BATONNETS DE SURIMI AROMATISES AU CRABE

PREPARATION A BASE DE SURIMI

Poids Net : 500g

E<sub>a20</sub>

Ingrédients : Surimi (*Nemipterus Vigatus*) , eau,  
amidon de blé, protéines de soja, huile de soja, sucre,  
extrait de crabe, sel, glutamate de monosodium (E-621),  
arôme de crabe, colorants (E120, E160c)

مواد التكوين:

عروق السمك (Nemipterus Vigatus) ، ماء،  
نشا من القمح، بروتين الصويا، زيت الصويا، سكر،  
مستخلص سرطان البحر، ملح الصوديوم (E-621)،  
عطر سرطان البحر، ملونات (E120، E160c)

Date de Production: 15-04-2013  
(تاريخ الإنتاج)

Date de péremption: 15-10-2014  
(تاريخ انتهاء الصلاحية)

A conserver moins de 18°  
محتفظ في برودة أقل من 18°

Export:

DALLAN YOUJUAN SEAFOOD CO.,LTD(2100/290/20)

PAYS D'ORIGINE: CHINE

بلد الاصل: الصين

Importateur: Sari Global Food

09 coop Colonel Orlmane,

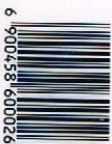
Oran - Algérie

مستورد من: ساري غلوبال فود

09 تعاونية العقيد عثمان

وهران الجزائر

Ne jamais recongeler un produit décongelé



6 900458 600026



EXPORTER: GABRIEL INTERNATIONAL LTD	المصدر: شركة الجاهلي الدولية للتجارة العالمية
PO BOX 20002388/SHRIMMUTIC RD/20002388/NEW ZEALAND	PO BOX 20002388/SHRIMMUTIC RD/20002388/NEW ZEALAND
FROZEN LAMB LIVER	كبد خروف مجمدة
HALAL SLAUGHTERED	كبد خروف مجمدة حلال
ORIGIN NEW ZEALAND	أصل المنتج: نيوزيلندا
SLAUGHTER DATE: 2014/0021	تاريخ الذبح: 2014/0021
EXPIRY DATE: 2014/0021	تاريخ انتهاء الصلاحية: 2014/0021
13 MONTHS FROM SLAUGHTER DATE	13 أشهر من تاريخ الذبح
KEEP FROZEN AT -18C	تخزين المنتج المجمد عند -18 درجة مئوية
NOTE: THIS PRODUCT IS NOT FOR EXPORT TO ISRAEL	ملاحظة: هذا المنتج غير مخصص للتصدير إلى إسرائيل



**Frozen Lamb Offal**




أحشاء خروف مجمدة

إنتاج نيوزيلاندا

E/a21

F  
٢٠٢٣



Ea28

Date de Production: 12.02.2013  
(تاريخ الإنتاج)  
Date de péremption: 12.02.2014  
(تاريخ الانتهاء)

**CRAB CLAW**  
نو عية المنتوج



**CRAB CLAW**  
نو عية المنتوج  
250g  
Precocinado  
Ultracongelado

**CRAB CLAW**  
نو عية المنتوج

**250g**  
Precocinado  
Ultracongelado

UScoop Colonel Oumane,  
Oran - Algérie

مستورد من : سارل غلوبال فود  
09 تماونية العقيد عثمان  
وهران الجزائر



المصدر : الصين  
PAYS D'ORIGINE: CHINE  
مصدر : داليان يوليان سينفون  
DALIAN YOULIAN SEAFOOD CO.,LTD(2100/29020)  
Export:

**250g**  
Precocinado  
Ultracongelado



Dans une friteuse ou une poêle.L'huile  
doit être à 170°C environ.Sans décongeler,  
frire les Pinces de Summi pendant 5 minutes,  
jusqu'à ce qu'elles soient bien dorées.

MODE DE PRÉPARATION:

تاريخ الإنتاج: 12.02.2013  
تاريخ الانتهاء: 12.02.2014  
E-120 E-160C  
نوع المنتج: نو عية المنتوج

Pescanova te ofrece su gama  
de Productos de Summi, que se  
distingue por estar elaborado  
a base de pescado de la mejor  
calidad. Los Musthos del Mar.  
Pescanova destacan por  
su natural sabor a congrijo  
y agradable textura. Además,  
su rápida preparación, hace  
que sean ideales para distribuir  
en todo tipo de ocasiones:  
aperitivos, comidas, cenas,

8 UNIDADES  
Ideal para Aperitive

**CRAB CLAW**  
نو عية المنتوج

A conserver moins de 18°  
خطأ في درجة حرارة أقل من 18.

Valours Nutritionelles  
par 100g de produit  
valeur énergétique 210 kcal(870 kJ)  
Protéines 7.2g  
Hidratos de carbono 28.3g  
Grasas 7.1g

**CRAB CLAW**  
نو عية المنتوج

**CRAB CLAW**  
نو عية المنتوج

8 UNIDADES  
Ideal para Aperitive



**250g**



**Le Niemois**  
Pâte Feuilletée Alimentaire  
Ingrédients: Farine, Margarine, Sel, Sucre, Eau  
Date de péremption: 25 MAI 2014

"a"

**حلويات جافة**  
واضح وشكله  
**كحك زلبون**  
60 رطل  
يستعملك قبل  
01 OCT. 2014  
المكونات: سكر، دقيق، زيت، ماء، الزبدة، البيض، فانيليا، حبة حليب، قشطة، كريمة، كيميائية، الفانيليا، زلبون، التمساح،  
الهاتف: 0551.51.04.99-0554.25.96.79

"b"

**ذوق الامير**  
**فانيليا الصافية**  
المنتجات  
Date: 29/01/2013  
0537251588  
30/01/2014

"d"

**جاهز للتعبير**  
**LE PRET A GARNIR**  
12 BARQUETTES ALIMENTAIRES  
12 فطائر غذائية  
**Barques**  
**Ets. BENDI**  
بندى  
81 Rue Ben el Mejjad - Tlemcen (الجزائر)  
الهاتف: 043 28.59.39  
مكونات: دقيق، سادة، زيت، ملح، ماء.  
Ingredients: Farine, Matière Grasses, Sel, Eau.  
Date de fabrication  
Date de péremption

"c"

**LES BARQUETTES DE L'OUEST**  
composition eau, sel, matieres grasses et farine  
adresse Cité Oujida Tiemcen  
date de fab 07-oct-13  
a consommer avant 6 mois

"e"

**Produit par من**  
**Panis**  
خبز الزريعة  
**Pain aux graines**  
المنتجات  
Date: 29/01/2013  
0537251588  
30/01/2014

"f"

Ea30

# EAU DE JAVEL

Comp: Hypochlorite de Sodium + Bichromate de Potassium + Eau Fraite

Tenir au frais et à l'abri du soleil

Ne jamais mélanger au acides ou produits ammoniacaux

a mettre hors de la portée des enfants.

EN CAS DE CONTACT AVEC LES YEUX

LAVEZ IMMEDIATEMENT AVEC DE L'EAU COURANTE

ETS. POMARIA

6, Rue de La Palestine - TLENGEN

Tel: 043 20. 35. 51

Tel/Fax: 043 27 48 - 21



# ماء جافيل

التركيب: ماء مطهر + هيبوكلوريت الصوديوم + بيروكسيد الهيدروجين

يحفظ في مكان بارد بعيداً عن الضوء و الرطوبة و الحرارة

لا يمزج بالأحماض و المواد الأخرى لتأكله

يوضع في مكان بعيد عن متناول الأطفال

في حالة ملامسة العينين اغسل بماء جافيل

ETS. POMARIA

6 شارع فلسطين - تلنگين

هاتف: 043 203551

فاكس: 043 274821

تاريخ الصلاحية: 12 شهر

عدد القطر 150

Ebn



13' CHL

# Test

LA PERFORMANCE TESTEE ET APPROUVEE  
ERU DE JUIEL  
ماء جافيل

NOUVEAU

## MAXI BRILLANCE

دليل الإستعمال / User Manual

Tolérances à suivre de bain / Bathing tolerances

Mode d'emploi / User Manual  
Régler le dosage en fonction du matériel à nettoyer et du type de saleté. Réviser le dosage en fonction du matériel à nettoyer et du type de saleté.

Surfaces / Surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Consignes à suivre / Instructions  
Consignes à suivre / Instructions

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces  
Nettoyage des surfaces / Cleaning of surfaces

## LA PERFORMANCE TESTEE ET APPROUVEE

AL ATTENTION DU CONSOMMATEUR

Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Consommateur / Consumer  
Attention / Attention

Produit en Algérie / Produced in Algeria  
925 ml  
130793 002784

E612

**Mode d'utilisation**

**Soubres**  
 Nettoyage des toilettes  
 Verser Bet sur les parois  
 des toilettes et laisser agir  
 quelques minutes puis rincer à l'eau.  
 Ne pas utiliser sur les  
 surfaces en métal.

**Sols**  
 Quatre litres de Bet dans  
 un seau de 10 litres. Verser  
 dans un seau d'eau et  
 nettoyer les sols avec une  
 éponge ou un chiffon.  
 Ne pas utiliser sur les  
 surfaces en bois.

**Linge Blanc**  
 1 verre de Bet dans 20L  
 d'eau, puis tremper le linge  
 pendant 20 min.  
 Rincer à l'eau claire.

**Fruits et légumes**  
 1 à 3 gouttes de Bet dans 1L d'eau.  
 Eau + Consommer après 30 min.  
 Fruits et légumes : laisser agir  
 quelques minutes puis rincer à l'eau.  
 Ne pas utiliser sur les  
 surfaces en métal.



**Consignes de sécurité**  
 Lire attentivement les  
 consignes de sécurité  
 sur le produit avant  
 utilisation.  
 Éviter le contact avec  
 les yeux et la peau.  
 En cas de contact,  
 rincer abondamment  
 à l'eau claire.  
 Ne pas utiliser sur  
 les surfaces en métal.

Nettoyage rapide



**Élimine 99.99%  
 des microbes**

Hygiène maximale  
 garantie



TESTÉ ET APPROUVÉ PAR UN LABORATOIRE ALLEMAND  
 spécialisé dans les produits de nettoyage.  
 13°C/1L



Hygiène maximale garantie

Nettoyage rapide



**Élimine 99.99%  
 des microbes**

Hygiène maximale  
 garantie

Elb 3



مطهر  
مركز  
مركز

Cont. 250ml

32°C/hl  
NASSAH  
NASSAH



Désinfecte  
Détache  
Blanchit

Eau de javel Concentrée

يحل في 750 مل من الماء قبل الاستخدام

لتحصول على ماء جافلين 12°.



Diluer avant usage dans 750ml d'eau  
Pour obtenir de l'eau de javel 12° Chl.

يحتفظ بعينا من الضوء و أبعده الشمس.  
Tenir à l'abri du soleil et de la lumière.



يحتفظ بعينا عن متناول الاطفال  
DANGEREUX يحذر

التي كيميائية كوروت الصوديوم  
بيكروكرومات الصوديوم ماء



محللات ميكروبي أجرون  
الفرع الذي شارع الأحمدي بطنين، الأحادي، الجازي، الرياض.  
الهاتف: 020 47 76 10  
الهاتف: 020 30 53 14  
الطابق 11/12، الطابق 021 52 90 11/12، الطابق 021 52 72 71

GARDER HORS DE LA PORTÉE DES ENFANTS

	Venez un verre et versez sur les parois de la bouteille 15 mm, puis inclinez la bouteille.
	Versez un verre de produit dans 12 litres d'eau, puis laissez agir 5 mn après.
	Versez un verre de produit dans 12 litres d'eau, puis laissez agir 5 mn après.
	Versez un verre de produit dans 12 litres d'eau, puis laissez agir 5 mn après.
	Versez un verre de produit dans 12 litres d'eau, puis laissez agir 5 mn après.
	Versez un verre de produit dans 12 litres d'eau, puis laissez agir 5 mn après.

**بهدني ماني**  
**99,99%**  
 مع الكلورينيك

الجزيرة  
 88 Cité des Dahliak, Kifane  
 Alger 13000 - ALGERIE

Composition:  
 Eau oxygénée et de sodium  
 hypochlorite -  
 الكمية : 0,95 لتر



**طريقة الاستخدام:**

لبدء عملية التطهير، يترك  
 المنتج في مكانه لمدة 10 دقائق  
 (الطبخية أو الماء الساخن)

تعتبر هذه المادة  
 سامة، خاصة إذا تم تناولها  
 (الكلورينيك 99,99% مع الكلورينيك  
 100% في 100 مليلتر من الماء)

تعتبر هذه المادة  
 سامة، خاصة إذا تم تناولها  
 (الكلورينيك 99,99% مع الكلورينيك  
 100% في 100 مليلتر من الماء)

تعتبر هذه المادة  
 سامة، خاصة إذا تم تناولها  
 (الكلورينيك 99,99% مع الكلورينيك  
 100% في 100 مليلتر من الماء)

تعتبر هذه المادة  
 سامة، خاصة إذا تم تناولها  
 (الكلورينيك 99,99% مع الكلورينيك  
 100% في 100 مليلتر من الماء)

**MODE D'UTILISATION:**

Dilution de l'eau:  
 1 à 3 parties de Clorex dans 1 litre  
 d'eau. Consommer après 30 minutes.

Mélange de la solution: Clorexine  
 Mesurer 100 ml de Clorex dans un  
 verre et verser dans 1 litre d'eau.

Soixante parties de Clorex dans  
 100 parties d'eau.

Chlorure de sodium (NaCl) dans  
 l'eau. Clorex dans un verre et  
 verser dans 1 litre d'eau.

Mélange de Clorex dans  
 l'eau. Clorex dans un verre et  
 verser dans 1 litre d'eau.



**Attention Produit Dangereux**  
 حذروا مادة خطرة



**Elimine**  
**99,99%**  
 des microbes



**Clorex**  
 ماء جافيل  
 Eau de Javel

**HYGIENE MAXIMALE GARANTIE**  
 أعلى ضمان لحفظ الصحة

12°chl

**بهدني ماني**  
**99,99%**  
 مع الكلورينيك

الجمهورية الجزائرية  
 CONTENU NET:  
**0,95 Litre**

**E**  
 015

El 6

**TUE 100% DES MICROBES, VIRUS ET BACTERIES**

**EAU DE JAVEL**

ماء جافيل 13° CHL

محكمة  
مختبرات  
TESTE EN  
LABORATOIRE

CE JOUR MACHINES SUIVIES IMPROBEMEN  
S'APPELLENT LE JAVEL D'EAU DE JAVEL  
PROUVEES.

والتي حد اليوم لم توجد  
أو مثالة من المختبرات  
تقاوم جافيل التمسر

يظف  
بظهر  
يزيل القمع  
بييض

**100% يقضي على  
من البكتيريا والكثيرا  
الفيروسات والتكثيريا**

**Nettoyage Salles de bains & WC**

Versez Aigle Javel sur les parois internes de la cuvette et laissez agir, rincez. SOLS ET MURS: Diluez dans 5L d'eau. Aigle Javel dans un seau d'eau.

**Nettoyage de la cuisine**

CUISINIÈRES ET SURFACES: Diluez dans 5L d'eau. SOLS ET MURS: Diluez dans 100 ml de Aigle Javel dans un seau d'eau.

**Détachage du linge blanc**

Mettez un verre de Aigle Javel dans 20L d'eau, puis remuez le linge pendant 25 minutes.

**Desinfection de l'eau potable**

Versez 1 à 3 gouttes de Aigle Javel dans 1 L d'eau.

**Composition / Approximate de sodium, eau tiède**

925 ml

**Consignes de sécurité**

- Ne pas laisser à la portée du jour
- Ne pas laisser à la portée des enfants
- Irritant pour la peau et les yeux
- Ne pas mélanger aux acides et aux produits ammoniacaux
- En cas d'ingestion, dirigez vous rapidement aux urgences

**Mode d'utilisation / طريقة الإستعمال**

www.pronipol.com

6132500251966

UNIVERS 5015161819







**Mode d'emploi:**  
Pulvériser sur les surfaces à nettoyer et laisser agir 5 à 10 minutes sans ajouter aucun autre détergent, puis rincer à l'eau.  
La formule unique du nettoyant Aigle, associée à l'action des agents anti-calcaire rapide et en profondeur, sur toutes les surfaces de votre baignoire, robinet d'mix, faïence, lavabo, cuivre, etc.

**Composition:**  
Fentio actif antionque, Fentio actif non ionique, Agent séquestrant, eau traitée, parfum.

**Précaution d'emploi:**  
Conserver hors de la portée des enfants, Ne jamais mélanger avec l'eau de javel ou autres composés chimiques. Après chaque usage laver les mains avec de l'eau et du savon. Porter des gants lors d'utilisation.

**Précautions à prendre:**  
Éviter le contact avec les yeux. Éviter le contact avec la peau. Éviter le contact avec les vêtements. Éviter le contact avec les surfaces brillantes. Éviter le contact avec les surfaces en bois. Éviter le contact avec les surfaces en marbre. Éviter le contact avec les surfaces en pierre naturelle. Éviter le contact avec les surfaces en céramique. Éviter le contact avec les surfaces en verre. Éviter le contact avec les surfaces en métal.

**Informations:**  
Produit détergeant  
Contenu net: 500 ml  
Tél: + 21 21 81 70 69  
Fax: + 21 21 81 77 77  
6 11 2500 254950 1





This bait is used for killing the indoor fly.

**WARNING**

- 1. Keep out of reach of children.
- 2. Wash hands after use.
- 3. Do not pollute the foods and water when using it.
- 4. Keep silkworm's nest away from the baits: see doctor's notes if feel uncomfortable when using.

**TOXIC & FIRST AID**

- 1. Toxic Symptom: Headache, Dazed, Lousy, Diarrhoea, Sweater, Nerveless, Frigid.
- 2. Wash eyes immediately with water.
- 3. If it is eaten by mistake, go to see a doctor immediately soon as baits hurt your eyes.
- 4. If it is eaten by mistake, go to see a doctor immediately soon as baits hurt your eyes.
- 5. If it is eaten by mistake, go to see a doctor immediately soon as baits hurt your eyes.

**STORAGE & TRANSPORTATION**

- 1. Keep storage in a cold and dry place.
- 2. Do not store and transport with acidic, oxidant, foods and food-additive.
- 3. Avoid insulate, denrich or hot environment.
- 4. Do not transport with food, drinks, sea products, insects or insects' excrements.
- 5. Keep out of reach of children.

Net weight: 5g Production Date: See the seal

Batch No: Same as PID Expiration Date: 2 years

PASSED THE CERTIFICATE OF ISO 9001:2008

BEIJING GREEN LEAF GENETICS CO., LTD

ADD: No. 8, Xueyuan Road, Beijing, China, 100084

TEL: 86-10-62911111 FAX: 86-10-62911111

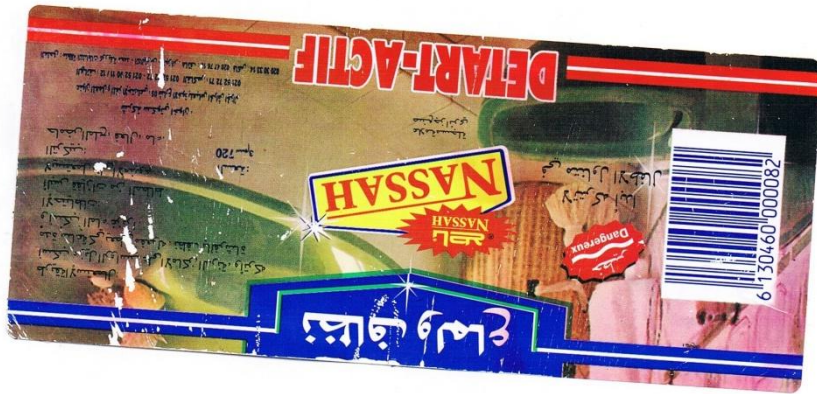


GLE3018

E511



E614



Debaoucheur تاجمما جاسم

ستيك  
مستحلك  
DARBEEL

كيفية الاستعمال  
صب المادة على المكان  
المزده لتسرح  
بعد غسل يديك  
في صب الماء الساخن  
الى صرة الغلايز  
التي من الممكن  
ان يركه لفترة من الزمن

200 غ

Lot N



Cité Bentakha N°18  
Sidi M. Ager  
0770 35 46 62

لا يترك في متناول الأطفال  
Ne pas laisser  
à la portée des enfants

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

ج. ب. ج.  
يستعمل للمناسبات  
المنازل، الحمامات  
الزنايب و القنارات  
صرف المياه الخ...  
مسلك المجاري  
ستيك  
مستحلك  
DARBEEL



Composition:  
soudé caustique 99 %  
mode d'emploi:  
Verser le produit sur  
l'endroit à déboucher  
en évitant tout contact  
avec les mains.  
Ensuite ajoutez de l'eau  
bouillante, et surtout  
restez à l'écart de l'endroit  
au moment où  
vous y versez l'eau.  
Laissez agir



6 133451 000351

New  
Pour déboucher  
les lavabos,  
siphons,  
baignoires, WC,  
égouts, etc....  
مسلك المجاري  
ستيك  
مستحلك  
DARBEEL





Produit par : Sani SOPHIA  
 Z.I. El-Harf El-Khroub - Constantine  
 B.P. n° 75 El-Khroub Djefel - Constantine  
 Tél : 031.95.44.51/52 - Fax : 031.95.44.50

Fab: 01/2012 Exp: 01/2015

تجارتنا

تطهيرنا

بنتنا الروائح

**Aerobloc**  
**desodorisants**  
**DESODORISE**

مصحفة  
**Assainit**  
**Parfums**

توتال  
**Parfume**  
**مزيل للروائح**

3

**UTILISATION**  
 Désodorisant parfumé pour W.C., salle de bain, lavabos etc.

**MODE D'EMPLOI**  
 Oter partiellement ou totalement le cellophane et placer l'aerobloc dans une cagette-support SOPHIA. Efficace jusqu'à évaporation totale du bloc.

6 130740 000016

3 x 60 g

الاستعمال :  
 مزيل للروائح معطر للاستعمال في دورة المياه، الحمام...  
 كيفية الاستعمال :  
 نزع الغلاف جزئياً أو كلياً ثم وضع القالب في القفص الحامل صورياً. فعمل حتى يتبخر التام القالب.

لا يترك في متناول الأطفال  
 NE PAS LAISSER A LA PORTEE DES ENFANTS

المكونات :  
 باراكلوروبنزين، عطر  
 Composition :  
 Parachlorobenzène, parfum  
 (Lavande, pomme verte, bouquet, citron)

مضر في حالة  
 بلع  
 Nocif en cas d'ingestion

من إنتاج : ش.م.م. صوفيا  
 المنطقة الصناعية الطرف الخروب - قسنطينة  
 ص.ب. 75 الخروب جمال - قسنطينة  
 الهاتف : 031.95.44.51/52 - الفاكس : 031.95.44.50

- EN** ♦ GX Lite 500W  
♦ For more information, please visit our website:  
www.coolermaster.com
- CZ** ♦ GX Lite 500W  
♦ Pro více informací navštivte naši internetovou stránku:  
www.coolermaster.com
- FR** ♦ GX Lite 500W  
♦ Four plus d'informations, veuillez visiter notre site web:  
www.coolermaster.com
- JA** ♦ GX Lite 500W  
♦ 詳しくは弊社のウェブサイトをご覧ください。  
www.coolermaster.com
- NL** ♦ GX Lite 500W  
♦ Bezoek onze website voor meer informatie:  
www.coolermaster.com
- RU** ♦ GX Lite 500W  
♦ Для получения информации на нашем сайте:  
www.coolermaster.ru
- CHT** ♦ GX Lite 500W  
♦ 想知道更多請到我們的官方網站:  
www.coolermaster.com
- BG** ♦ GX Lite 500W  
♦ За повече информация посетете нашия уебсайт: www.coolermaster.com
- DE** ♦ GX Lite 500W  
♦ Weitere Informationen erhalten Sie auf unserer Website:  
www.coolermaster.com
- HU** ♦ GX Lite 500W  
♦ A további információkért kérjük, látogasson el a weboldalunkra: www.coolermaster.com
- KR** ♦ GX Lite 500W  
♦ 더 자세한 내용은 저희 웹사이트를 방문하시기 바랍니다  
www.coolermaster.com
- PL** ♦ GX Lite 500W  
♦ W celu uzyskania dalszych informacji, prosimy odwiedzić naszą stronę internetową:  
www.coolermaster.com
- SR** ♦ GX Lite 500W  
♦ Za više informacija, posetite našu web stranicu:  
www.coolermaster.com
- ES** ♦ GX Lite 500W  
♦ Para más información, visite nuestra página web:  
www.coolermaster.mx.com
- CHS** ♦ GX Lite 500W  
♦ 想知道更多关于我们的信息,请浏览我们的官方网站:  
www.coolermaster.com
- EL** ♦ GX Lite 500W  
♦ Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφτείτε τη διεύθυνση που: www.coolermaster.com
- IT** ♦ GX Lite 500W  
♦ Per ulteriori informazioni, visitate il nostro sito web:  
www.coolermaster.com
- KZ** ♦ GX Lite 500W  
♦ Көбірек ақпаратты білгіңіз веб-сайтымызбен:  
www.coolermaster.ru qybanys
- PT** ♦ GX Lite 500W  
♦ Para mais informações, por favor, visite nosso site na Internet:  
www.coolermaster.com.br
- TR** ♦ GX Lite 500W  
♦ Daha fazla bilgi için lütfen web sitemizi ziyaret edin  
www.coolermaster.com
- AR** ♦ GX Lite 500W  
♦ لمعرفة المزيد من المعلومات، يرجى زيارة موقعنا الإلكتروني:  
www.coolermaster.com

Arabterm	: base de données terminologiques pou le monde arabe	قاعدة لمعطيات مصطلحات متعددة اللغات منشأة مصلحة الترجمة العربية
B.S.I	: British standard institution	مؤسسة التقسيم البريطانية
B.01.001.rad	: article relatif à l'étiquetage et la publicité des aliments	المادة المتعلقة بالوسم والإعلان المواد الغذائية
C.F.C	: chlorofluorocarbone	كلوروفلورية ك
CLP	: classification labelling packaging	تصنيف الوسم
C.S.T	: recommandations <sup>1</sup> relatives à la terminologie	التوصيات الخاصة بالمصطلحات
Ea	: étiquette /denrées alimentaires	بطاقة خاصة بالتغذية
Eb	: étiquette /produits d'entretien	بطاقة خاصة بالحفظ
I.S.O	: international organization for standardization (normalisation)	منظمة عالمية للتنميط
L1	: langue première	لغة أولوية
L2	: langue seconde	لغة ثانوية
L.E	: langue étrangère	لغة أجنبية
LEEPC	: loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation	قانون التغليف و الوسم منتجات الاستهلاك
O.C.E.D.E	: organisation de coopération et de développement économique	هيئة التعاون والتنمية الاقتصادية
O.I.T	: organisation internationale du travail	الهيئات الدولية للعمل
P.M.E	: petites et moyennes entreprise	مؤسسات صغيرة و متوسطة :
Rinet	: réseau international de néologie et de terminologie pour les langues ibériques	الشبكة الدولية لإحداث المفردات الجديدة والمصطلحات للغات الإيبيرية لأمريكا اللاتينية
Riterm	: réseau international de néologie et de terminologie pour le français	الشبكة الدولية المفردات الجديدة والمصطلحات للفرنسية
S.G.H	: système général harmonisé de classification et d'étiquetage des produits chimiques	النظام العام المنسق لترتيب وسم المنتجات الكيميائية
T.V.A	: taxe sur valeur ajoutée	ضريبة علي القيمة المضافة

Tableau des sigles et abréviations

قائمة المختصرات

الفهرس

2	.....المقدمة.
6	.....الفصل الأول: الاطار النظري.
8	.....1-1: وصف موجز للحالة اللغوية الاجتماعية.
8	.....1-1-1: التعددية اللغوية.
10	.....1-1-2: سياسة التعريب واقع جزائري.
13	.....1-1-3: من جانب المصطلحاتي إلى التعريب.
17	.....1-2: الترجمة كمقاربة تصويرية.
17	.....1-2-1: ما معنى "ترجم"؟
20	.....1-2-2: الترجمة المختصة.
21	.....1-3: الترجمة المختصة و المصطلحاتية.
22	.....1-3-1: المصطلح المختص أو المصطلح الغث.
23	.....1-3-2: لغة العامة أو لغة مختصة.
25	.....1-3-3: تداخل اللغات المختصة و اللغات العادية.
26	.....1-4: الاصطلاح والتكافؤ والاقْتِباس.
26	.....1-4-1: الترجمة و الاقتراض.
28	.....1-4-2: الترجمة التجارية.
31	.....الفصل الثاني: إطار التطبيقي و الوسائل المنهجية.
33	.....1-II: الوسم كوسيلة الاتصال.
35	.....2-II: الوسم تعريفات وتحديدات.
35	.....1-2-II: المفردات اللغوية المستعملة.
37	.....2-2-II: مفردات اللغة المتخصصة.
37	.....1-2-2-II: الوسم و البطاقات في الميدان القانوني و التجاري ..
38	.....3-II: الوسم و التشريع
	.....الجزائري.

- 39 ..... 1-3-II : الشروط المفروضة خاصة بالوسم .....
- 40 ..... 2-3-II : وضوح و مكان المعلومات الموجودة على البطاقة..
- 42 ..... 3-3-II : الوسم الخاص بالتغذية .....
- 42 ..... 1-3-3-II : الاسم المستعمل للمنتوج.....
- 42 ..... 2-3-3-II : الاسم الشرعي للشخص.....
- 43 ..... 3-3-3-II : تصريح بلد المصدر.....
- 43 ..... 4-3-3-II : المواد المخففة .....
- 43 ..... 4-II : وسم المواد الكيماوية .....
- 45 ..... 5-II : لغة او لغات الوسم في الجزائر.....
- 47 ..... 1-5-II : الوسم و الترجمة.....
- 48 ..... 6-II : منهجية و جمع المعطيات.....
- 49 ..... 1-6-II : العيّنات و جمع المعطيات.....
- 50 ..... 2-6-II : انشاء مدونة للدراسة .....
- 52 ..... الفصل الثالث: تقديم وتحليل المدونة.....
- 53 ..... 1-III : الوصف العام للوسم .....
- 54 ..... 1-1-III : وضع اللغة العربية في الوسم المنتاجات بالجزائر.....
- 56 ..... 2-III : تحليل الملصقات.....
- 56 ..... 1-2-III : المظهر المادي الملصقة.....
- 58 ..... 1-2-III-1 : الفحص لمظهر التسويق البطاقات.....
- 60 ..... 2-2-III : التحليل المقارن لبعض البطاقات  
العنصر المادي.....
- 60 ..... 3-2-III : التحليل المقارن ل 3لبطاقات من الكسكس -Ea4-Ea5



- 63 III-2-4: دراسة مقارنة لـ 3 بطاقات العجائن الغذائية -Ea1  
Ea2-Ea3
- 63 III-2-5: دراسة مقارنة لمصقتين الخضر الجافة Ea16  
etEa17
- 64 III-2-6: دراسة مقارنة بين ملصقات للمشروبات ثمرية الطعم  
Ea7 إلى Ea15
- 68 III-3-3: تحليل البطاقات غير المطابقة للتوصيات التنظيمية.....
- 68 III-3-1: حالة Ea20 .....
- 69 III-3-2: حالة Ea28 .....
- 70 III-3-3: حالة الملصقات الأساسية.....
- 71 III-4: دراسة مقارنة لـ 8 بطاقات "ماء جافيل" Eb1 إلى  
.....Eb8
- 74 III-5: ملاحظات عامة عن الممارسات الخاصة  
بالترجمة.....
- 75 III-5-1: تحليل الترجمات الاصطلاحية العربية: دراسة بعض  
الحالات
- 75 III-5-2: حالة تركيب /  
المركب/مكون.....
- 76 III-5-3: حالة الفحوى و القيمة 'teneur' et  
'valeur'.....
- 77 III-5-4: حالة العلامة 'marque' .....
- 77 III-5-5: حالة النكهة و الملون 'arome' et 'colorant' .....
- 79 III-6: التركيب الننتدئ للممارسات الخاصة بالترجمة  
الوسم .....

82	.....: نوعية الترجمات الملصقات. III-6-1
83	.....: المخاطر المرتبطة بالخيارات الاصطلاحية. III-6-2
84	.....: التكافئ المتؤكد و غير المتؤكد. III-6-2-1
86	.....: المتكافئ و الاقتباسات. III-6-2-2
96	.....الخاتمة.
101	.....المراجع البيبليوغرافية.

## Traduction en français

### الملحقات

#### 1- الملصقات

#### 2- جدول المختصرات

#### الفهرس

بدون شك إن ظاهرة وسم المنتجات التجارية تُمثّل حقلاً خصيباً للفحص. انطلاقاً من عيّنات وسم خاصّة بمواد تجارية بالجزائر، بعثنا اهتمامنا خلال هذه المذكرة إلى الإهتمام بالممارسات العالقة باللغة و المصطلحات و الترجمة، و المستمّدة من الملتصّقات سعينا في هذا المجال إلى التثبّب و التدقيق من نجاعة مبدأ التعريب و أساليب التقنية. ذلك تقديراً لما آل إليه هذا المجال من فعالية في الإنطلاق الاقتصادي و التجاري الحالي .  
كلمات مفتاحية: مصطلحات، ترجمة، اقتراض، اقتباس، وسم .

### Résumé en français

L'étiquetage des produits représente un champ d'observation fertile. A travers un corpus d'étiquettes de produits commercialisés en Algérie, nous nous proposons, dans le présent mémoire, de nous intéresser aux pratiques linguistiques, terminologiques et traductives en arabe relevées sur ce type documents. Notre travail soulevant la problématique des choix terminologiques, de la complexité et des difficultés inhérentes à la traduction notamment technique, nous nous attacherons, en particulier, à vérifier si le principe d'arabisation de l'étiquetage est effectif et quels pratiques et procédés traductifs sont privilégiés par les traducteurs pour la réalisation de ces étiquettes, sachant que ce nouveau domaine tend à devenir une spécificité incontournable dans le contexte économique et commercial actuel.

Mots clés : terminologie, traduction, emprunt, équivalent, étiquetage.

### Summary in English

Product labeling represents an important field for observation. Through a corpus of product labels commercialized in Algeria, we suggest in the following research work, linguistic, terminological and translatable practices into Arabic raised in those specific types. Our research work sheds light on the problematic of different terminological choices, the complexity and the challenges encountered in the translation mostly technical. We focus particularly on the effectiveness of arabisation principle of the label and what are the main operations and procedures selected by translators responsible for making labels. Besides, this new domain of research attempts to be a needed specialty in the current economic and commercial context.

Key words: terminology, translation, borrowing, equivalent, labeling