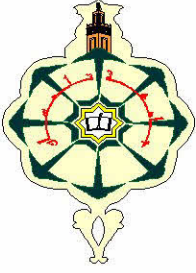
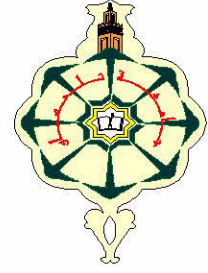


الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة أبي بكر بلقايد  
تلمسان

كلية الآداب و اللغات الأجنبية

شعبة: ترجمة

تخصص: سياحة و تراث

مذكرة لنيل شهادة الماستر

الموسومة بـ

## دور الترجمة الاشهارية في الترويج السياحي

دراسة حالة: المهرجان الدولي لفنون الأهقار " تمناست "

( الطبعة الثانية )

إشراف الأستاذة:  
ا.د. قرين زهور

إعداد الطالبة:  
قرشي سهام

السنة الجامعية: 2014 2015



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دور الترجمة الاشهارية في

الترويج السياحي

أنموذجا المهرجان الدولي لفنون الأهفار

في طبقتة الثانية لولاية تمنراست

( 11 إلى 17 جاتفي 2011 )

عرف مجال الترجمة على مر الزمن الكثير من القضايا و الأبحاث لكونه عنصرا فعالا في الربط بين الحضارات و الأمم. ومع التطور التكنولوجي الذي رافق هته العصور المختلفة تشعبت الترجمة إلى مجالات التخصص و انبثقت عنها العديد من الأبحاث والمقاربات.

أما في عصرنا الحالي،عصر السينما و التلفزيون،عصر التكنولوجيا، أصبحت المنتجات السمعية البصرية تحتل مكانة معتبرة في حياة المجتمع ومن أحدث المجالات التي شملتها الترجمة المجال السمعي البصري بميادينه.من هنا تبرز أهمية تناول المترجمة التي تمثل إنتاجا كتابيا للشريط المصور.

و يعد الخطاب الاشهاري المعاصر صناعة إعلامية ثقافية نظرا للاهتمام الذي يحظى به في مختلف المجتمعات و خاصة المتطورة منها ما تتميز به من قدرة عالية على التأثير في المتلقي مما يحقق عملية التفاعل بين المرسل و المستقبل في عملية التواصل و الاحتكاك الذي تسعى إليه الأمم بغية التعارف و المتاجرة و تبادل الخبرات و الثقافات عن طريق الترجمة التي تعاضمت مكانتها مع تطور وسائل الاتصال بين شعوب العالم حيث صارت هذه الأخيرة وسيطا لابد منه و لا غنى عنه في عملية التواصل بين البشر؛ بين جميع القارات .

و عليه يمكن طرح الإشكالية التي تتمحور حول جملة العناصر التي تجعل ترجمة الإشهار دورا هاما في الترويج السياحي بمختلف عناصره (أنواعه) إضافة إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية و هي كالآتي:

ما هي الترجمة الاشهارية ؟ وما الأسباب التي تجعل من الترجمة الاشهارية فعالة في تنمية و تطوير السياحة و الترويج لها؟

هل ترجمة الإشهار يعتبر وسيلة ناجحة للترويج السياحي ؟

كيف تساهم سترجة الإشهار في الترويج للسياحة ؟

أسباب اختيار البحث:

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى إثبات فعالية سترجة الإشهار في الإعلان المطبوع و الالكتروني و فاعليته في الترويج السياحي.

أهمية البحث:

الربط بين سترجة الإشهار و التطور التكنولوجي في تنمية السياحة و الترويج لها

الوقوف على استراتيجيات الترجمة المتبعة في السترجة.

الكشف عن قدرة الاشهار و دوره في التأثير على السياح.

### الاسباب الموضوعية:

المساهمة في احياء التراث الثقافي و بالتالي تنمية السياحة و اعطائها حقها من الاشهار  
مثل باقي الميادين الادب و الفن و التجارة و السياسة و تبيان دور الاشهار و تأثيره  
الفعال في زيادة الترويج لتراثنا و بالتالي الترويج للسياحة.

السعي لدراسة هدفها البحث في الترويج للسياحة الصحراوية من خلال القيام بسترحة  
ومضة اشهارية - فنون الأهقار - .

### الاسباب الذاتية:

في اطار الاهتمام بالبحث العلمي في مجال الترجمة الاشهارية التي تحقق التفاعل في  
عملية التواصل بين الشعوب التي تجعل من الاشهار اعلانا قادرا على التبليغ و الافناع  
خاصة في مجال السياحة. بالإضافة الى الاهتمام بالسياحة الصحراوية.

### البحوث السابقة:

لغة الإشهار السياحي (يامنة الجراي) تونس.

واقع سياسة الترويج في المؤسسات السياحية. دراسة حالة وكالة نوميديا لخدمات السفر  
و السياحة-قسنطينة-(تيلالي أميرة)-إدارة أعمال.

تسويق الخدمات السياحية لولاية سكيكدة ،دراسة حالة المؤسسة الوطنية الجزائرية للسياحة-وكالة سكيكدة،(بكوش نرجس)إدارة أعمال.

الخطاب الاشهاري و عملية التواصل في الإعلان المطبوع (بدر سعدون).

- Aspect des contacts des langues en contexte publicitaire algérien.
- La traduction publicitaire : aperçu techniques et perspectives (Djeffal Sofiane)
- Gottlieb, H. 1997 Subtiles, Translation & Idioms.

المنهج: اعتمدنا في دراستنا المنهج التحليلي الوصفي

الفصول:

قسما البحث الى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: بعنوان الترجمة الاشهارية بوصفها رسالة تواصلية.

المبحث الأول : الإشهار و الاتصال.

المبحث الثاني : الترجمة الاشهارية و السمعية البصرية.

المبحث الثالث :السترجة واستراتيجياتها..

**الفصل الثاني:** الترويج السياحي.

**المبحث الأول:** تعريف السياحة و مجالاتها، خصائصها.

**المبحث الثاني:** تعريف الترويج السياحي ووسائله وأهدافه.

**المبحث الثالث:** دور ترجمة الإشهار السياحي في الترويج للسياحة.

**المبحث الرابع:** دور الترجمة الاشهارية في الترويج السياحي الصحراوي

**الفصل الثالث:** موسوم بعمل تطبيقي حيث نتخذ مقاطع الومضة الاشهارية للمهرجان

الدولي لفنون الأهقار في طبعته الثانية و التي تمت سترجتها والتي تدور حولها

الخطوات التقنية لتطبيق عملية الترجمة و التحليل و الدراسة.



## المبحث الأول: الإشهار والاتصال:

من الأمور الأساسية التي يعتمد عليها البحث العلمي تحديد المفاهيم و المصطلحات و بذلك تتطرق الدراسة إلى تحديد مفهوم الإشهار و خصائصه و أنواعه.

## مفهوم الإشهار:

لغة: يعرفه قاموس "La Rousse" على انه "نشاط يهدف إلى جعل العلامة التجارية معروفة،يشجع الجمهور على شراء منتج و استخدام خدمة،...و كل الوسائل و التقنيات المستخدمة لهذا الغرض".<sup>1</sup>

اصطلاحا: تعددت تعريفات الإشهار و تنوعت من طرق عدة مفكرين من بينهم Jaque Claviez الذي عرف الإشهار انه كلمة مشتقة من لفظ publicare اللاتينية بمعنى جعله عاما.<sup>2</sup>

فيقصد بالإشهار الإشهار بالشيء أي الإعلان عنه في المجتمع.فهو عملية يقوم بها الأفراد من أجل اعلام فئة ما بأمر ما وهو ظاهرة حضارية مرتبطة بالانسان و يعني النشر و الاظهار.

وجاء في تعريفه أيضا: "يمكن تعريف الإشهار بأنه مجموعة من الإجراءات و الوسائل لمعرفة المعلومات قابلة الانطلاق مع جمهور ما أو بالأحرى لاختيار حاجة للعضوية

<sup>1</sup> Le petit Larousse illustré 2012. www.eyrolles.com : «activité ayant pour but d faire connaitre une marque, d'inciter le public a acheter un produit, a utiliser un service, et ensemble des moyens et technique employés a cet effet ».

<sup>2</sup>Cf. claviez, j, pratique de la communication et d la publicité comment se prendre pour mieux vendre », Eyrolles, paris, 1992, p12 «le mot publicité est dérivé du latin public are, c'est à dire » rendre public.

أو رغبة لشراء يليه عمل".<sup>1</sup> أي انه المعلن يستعين بوسائل عدة لإيصال المعلومة إلى الجمهور المستهلك و إقناعه بمزايا الخدمة أو المنتج.

و لا يكتمل الإشهار إن لم يتوفر فيه الاسم و الشعار و النص و الصورة و الصوت و الرسم و الفيديو الذي يرافقه و يبسطوا الفكرة و المعلومة للمستهلك قصد لفت انتباهه و جلب اهتمامه و إيقاظ رغبته في اقتناء المنتج و إقناعه بشرائه أو بالإقبال على خدمة ما، و تحدد هذه العناصر المعنى الحقيقي للإشهار و تساهم بشكل كبير في الترويج لتلك الخدمة أو ذلك المنتج المعلن عنه فيصل الإشهار إلى أكبر عدد ممكن من الزبناء.

و يبين Mathieu Guidère دور هذه العناصر في تحديد المفهوم الحقيقي في قوله: "في الإشهار مثلا، يحصل التعبير على المعنى المحدد من خلال الصورة التي تلازمه".<sup>2</sup>

#### وسائل الإشهار:

و لإيصال الخطاب الاشهاري إلى مختلف الزبائن يتم استعمال عدة وسائل و ما يسمى بوسائل الإشهار و هي مختلفة منها:

- ❖ الوسائل السمعية البصرية: كالتلفزة و الحاسوب و السينما و الفيديو.
- ❖ الوسائل المكتوبة: الصحف و المجلات و الكتب و الملصقات.
- ❖ الوسائل الالكترونية: شبكة الانترنت.

---

<sup>1</sup> Op.cit., idem , La publicité peut être définie comme un ensemble d actions et de moyens destines a faire connaitre des informations sus captables déclencher chez un public plus ou moins choisi un besoin d' adhésion ou un désir d'achat suit d une action.

<sup>2</sup> \_ Guidère. M, introduction à la traductologie: penser la traduction: hier, aujourd'hui, demain, de Buech supérieur, 2008, p 59.

وتعتبر هذه الوسائط مكون من مكونات الإشهار و التي تتمثل في يلي:

### مكونات الإشهار:

يحتوي الإشهار على عدة عناصر لفظية ومرئية تسمح بتكوين الصورة المرغوب الإعلان عنها و يتكون من:

- 1-العنوان الرئيسي:يؤثر على الجمهور سواء إيجابا أو سلبا.
- 2-تصوير الفكرة:في شكل كلمات، جمل و رسوم و صور.
- 3-استخدام الإشارات و الشعارات والرموز:تهدف إلى توضيح الأفكار و نقل المعاني و للشعارات دور جد مهم في الإشهار.
- 4-الرسالة الإعلانية: دورها الإقناع والتأثير على الجوانب النفسية و العقلية للمستهلكين.
- 5-السعر: في حالة الإعلان عن السلع.
- 6-الاسم التجاري:شرط أن يكون بسيطا و سهلا للفهم و النطق.
- 7-الخاتمة: وظيفتها التأثير على المستهلك.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ينظر صابر لامية، الحملات الإعلانية في باقة mbc و دورها في التوعية الدينية للشباب، PDF، ص78.

## الشعار:

ومن أهم هذه المكونات الشعار الذي يلعب دورا مهما في عملية التأثير و الإقناع و تحفيز المستهلك و هو عبارة عن رمز أو صورة تستعمل للدلالة على علامة تجارية و يعبر عن نشاط الشركة و خدماتها بطريقة فعالة توصل الفكر بسرعة إلى المستهلك.

عرفه: "José Manuel Cruz" كما يلي: "حسب قاموس المصطلحات الكبير الشعار هو صيغة قصيرة قاطعة و سهلة الحفظ و الذي يتكيف إشهار يلخص الموضوع، و يستحضر اسم الشركة أو العلامة التجارية".<sup>1</sup> يلخص الشعار الفكرة العامة للإشهار في جملة مختصرة معبرة تترسخ في ذهن المستهلك و تؤثر عليه.

## الومضة الاشهارية:

و لأن مدونة بحثنا تتمثل في ومضة إشهارية كان التزاما علينا التطرق إلى مفهومها، قمع ظهور وسائل الإعلام الجديدة السمعية البصرية (الراديو، السينما، التلفاز) في القرن العشرين تطور الإشهار بشكل واسع و من أهم هذه الوسائل التلفزيون أصبحت الرسائل الإشهارية أحد أهم مصادر تمويل قنواته و هذه الوسيلة الإعلامية تسمح الإشهار بالوصول إلى أكبر عدد ممكن من المتلقين "أعطى فتح الومضات الإشهارية على شاشات التلفزيون المعلنين فرصة أكبر في أن منتجاتها أصبحت مشهورة، فإن الإنفاق الإعلاني على التلفاز ينمو بفضل المعلنين الجدد".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> -Cruz Rodriguez. J.M. Le slogan publicitaire: une lecture des notions pour la vente des produits et des services dans les sec tems du transport aérien et de l hotellerie'2003, p350/PDF

« Selon le dictionnaire terminologique, le slogan est une formule brève , incisive et facile a mémoriser, qui condense un message publicitaire, en résume le thème et évoque le nom de la firme on de la marque ».

<sup>2</sup> \_Goumri Said. S, L'impact de la publicité télévisé sur le comportement des consommateurs algériens, sidi bel Abbes, 2009, p47

« Louverture des spots publicitaire sur le petit s écran a donne aux annonceurs plus de chance pour que leurs produits dénièrent ce le bus, les investissements publicitaire en télévision vont en en effet progresser grâce aux nouveaux annonces ».

و هي نتاج الثورة العلمية التقنية و الاستهلاك المتواصل لتقنيات الاتصال ذات الأبعاد الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، و الأخلاقية في ظاهرة الإشهار.

هي عملية اتصال من خلال وسائل الاتصال العامة تدور بين طرفين أساسين : مرسل منتج و متلقي مستهلك أو مشتري. تركز على الطابع الجماهيري للاتصال الإشهاري والمنفعة المحصلة من طرف المعلن. نشاط اتصالي بين منتج لسلعة أو خدمة وبين

مستهلك يريد تحصيل هذه الخدمة أو السلعة قصد الحصول على قيمتها الاستعمالية أو النفعية.

عرفها G Lochard et H Boyer كما يلي: "...تعبت من الشراكة التجارية و ستصبح اليوم نموذجا للخطاب التلفزيوني في مجموعة"، مستثمرة كأى وسيلة إعلامية دور الاتصالات و لكنها محدودة بسبب قيود متنوعة في أقل من دقيقة واحدة دورها الإعلام، الإقناع و التأثير".<sup>1</sup>

و ينفق العديد من الباحثين على نفس الفكرة حيث تلعب الومضة الإشهارية دورا مهما في نشر الدعاية ومختلف الإعلانات بشكل واسع و في مجتمعات مختلفة إذ يساهم في زيادة نسبة المبيعات و الإقبال على المنتجات و الخدمات بشكل أفضل و يساهم كذلك في رفع مستوى المعيشي و ذلك عن طريق الترويج لمختلف أنواع السلع و الخدمات التي ترضي المستهلكين و رغباتهم كما هو الحال بالنسبة للمنتجات و الخدمات السياحية التي تصل مستهلكيها عن طريق الإشهار السياحي. " يساهم الإشهار في النجاح التجاري للعلامة التجارية التي تعتمد أيضا على نوعية المنتجات المعروضة و توزيع كثافة الجهود و الأسعار المطلوبة و التخفيضات وفقا لهذه المتغيرات في التسويق".<sup>2</sup>

Compte.C, L'influence télévisuelle sur les publicités, La télévision au miroir(2) n : 9, L'Harmattan, mars 1998,

pp110124.pdf : « né d'un partenariat marchand, serait devenu, aujourd'hui le modèle du discours télévisé dans son

حيث يعتمد التسويق على نوعية المنتجات و الخدمات و كذلك السعر المناسب كما هو الحال في السياحة كلما كانت نوعية الخدمات جيدة زاد الإقبال عليها من طرف المتلقين للإشهار و الزبائن لأن ذلك يساهم في تشجيعهم.

و اعتبر الباحثين Bernard de Plaste et Henri Verdier الخطاب الإشهاري: "مجموع التقنيات ذات الأثر الجماعي التي تسخرها المؤسسة أو مجموع مؤسسات قصد كسب الزبائن"<sup>1</sup> يقصد الباحثان هنا بالتقنيات الصورة و الرموز و الشعار و غيرها من العناصر التي تلعب دورا رياديا في التسويق للخدمة أو المنتج، فكلما أثرت الصورة في المتلقي لجأ إلى تلك الخدمة السياحية أو المنتج السياحي.

### الإشهار و الاتصال:

الإشهار هو وسيلة اتصال بالجمهور المستهلك و العمل على إقناعه فهو عبارة عن رسالة إلى مرسل إليه عن طريق قناة اتصال و التي تخلق لدى المرسل إليه ردة فعل و اندفاعا و هذا ما أشارت إليه مدرسة « Ircom »

### Institut des relations publiques et de la communication

"نتيجة لنهج التسويق، الإشهار هو وسيلة اتصال لإعلام الجمهور أو الإقناع بشراء منتج أو خدمة و هو يمارس عملا مزدوجا فهو يشجع المستهلكين على شراء المنتجات

---

ensemble. Investies comme tout média d'un rôle de communication, mais limitées par les contraintes imposés au genre au moins d'une minute, informer, convaincre, émouvoir ».

<sup>2</sup>Opcit, ibid, p52

« La publicité contribue au succès commercial d'une marque qui dépend également de la qualité du produit offert, de l'intensité de la distribution de prix demande et des efforts de vente et de promotion, ainsi, en fonction de ces variables marketing ».

<sup>1</sup>خشاب جلال، تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي، 2014، ص3.

و يخلق أو يعزز صورة العلامة التجارية<sup>1</sup>. فهو يستغل الضعف الإنساني و يستجيب لرقبة الإنسان دائما لتلبية حاجاته.

فالإشهار هو عملية اتصال تهدف إلى التأثير على المتلقي من خلال وسائل مختلفة و عامة تؤدي إلى عملية التواصل التي تعني عامة الناس و بالتالي تصل إلى أكبر قدر ممكن من الناس قصد إبلاغهم و الإقناع و التأثير فيهم و أشار Cruz Rodriguez J.M إلى ذلك في " لا تعد الوكالات الإشهار بل تقوم بالتواصل"<sup>2</sup>. أي أن هدفها الأساسي هو عملية التواصل.

و يتحقق هذا التوصل بعدة طرق ووسائل من أبرزها الراديو ،القنوات التلفزيونية،السينما، الإعلانات التجارية على التلفاز و غيرها من وسائل الاتصال الحديثة كالانترنت،فهو نوع من الاتصال الشفهي أو ما يسمى بالومضة الاشهارية أو الخطاب الاشهاري.

---

<sup>1</sup> Ircom, le guide pratique de la communication, eyrolles, 1991, p83.

« fruit d'une démarche marketing, la publicité est un moyen destiné a informer le public ou a le convaincre d'acheter un produit ou un service, la publicité es cerce une double action : elle incite le consommâtes a l'achat d'un produit et créé, ou renforce, l'image d'une marque ».

<sup>2</sup> Cruz Rodriguez J.M ; opcit, ibid, p 347.

"Les agences ne font plus de publicité, elle font de la communication".

## المبحث الثاني: الترجمة الاشهارية والسمعية البصرية :

يتجه الإشهار إلى المستهلك الدولي والذي يوجب التطرق إلى الترجمة الاشهارية لتصل الرسالة إلى كافة الأسواق العالمية، و هي أيضا وسيلة اتصال مميزة Mathieu Guidere "وسيلة الاتصال المثلى أمام شركة تصدر منتجاتها"<sup>1</sup> إذ تساهم الترجمة الاشهارية في الترويج للمنتجات و بالتالي تصل إلى مختلف المجتمعات بلغاتهم.

## الترجمة الاشهارية :

تقوم الترجمة الاشهارية بترجمة النصوص الاشهارية و الخطابات الاشهارية و كل ما يتعلق بالإعلان سواء كانت على شكل مخطوطات أي كتابية أو سمعية بصرية، بهدف إيصال المعلومة إلى مختلف فئات المجتمع و إلى جميع أنحاء العالم أي يصبح الإشهار دوليا و أكد Mathieu Guidère ضرورة الترجمة الاشهارية في: "الرسائل الاشهارية أيا كانت درجتها العالمية، يجب أن تترجم إلى لغة المستهلك المحلي ،لأنه لا يوجد إلى يومنا هذا لغة مشتركة بين كل البشر، و التي تسمح بالاتصال دون ترجمة"<sup>2</sup>.

مما جعل الترجمة الاشهارية أهمية كبيرة في تقدم المجتمعات و تطورها و كذلك ساهمت في النمو الاقتصادي العالمي فبفضلها يصل الإشهار إلى معظم الشعوب و بالتالي إقبال السياح على السياحة بشكل اكبر و يكون ذلك عن طريق وسائل مختلفة و أشار Mathieu Guidère إلى: "كتلة الترجمة الاشهارية جد معبرة و دائما في تطور و

<sup>1</sup> Guider .m, translation practice international advertising in translation journal, vol 05,n 1,2001/http occurapid.com. »advertising translation is the means of communication par excellence of a company exporting its products «.

<sup>2</sup> Guider .m, publicité et traduction, p6, PDF."Les messages publicitaires, quel que soit le degré d universalité, doivent être traduit dans la langue du consommateur local, on il n'existe pas encore de langue commune a tous les humains, laquelle permettrait une communication sans traduction «.



يترتب على ذلك افتتاح مناطق لغوية جديدة للتجارة الدولية ،وسائل الإعلام المختلفة في تزايد: صحافة، راديو، تلفاز و الانترنت<sup>1</sup>.

نستخلص من هذا أن الترجمة الاشهارية تلعب دور مهما في الاتصال و التواصل بين مختلف الشعوب.

و يجب أيضا على مترجم الإشهار أن يوصل المقصود أو فكرة الإشهار إلى السائح بشكل صحيح فعلية أن يكون مهتما بثقافة و لغة السياح و أن تتوفر لديه كفاءة لغوية جيدة و يعتمد ذلك على عدة عوامل بينها Mathieu guidere "تعتمد استراتيجيات الترجمة على عدة عوامل: ثقافة الشركات،نموذج تنظيمي و الأقدمية و الخبرة و يتمتع بعدة جنسيات ،هذه العوامل تؤثر على المنهج الترجمي الذي يتم اعتماده".

و الترجمة الإشهارية هي نقل الخطاب الاشهاري من لغة إلى لغة أخرى و يلجأ المترجم في هذه العملية إلى تقنيات تساعده على نقل الخطاب الإشهاري و أداء الأمانة و إيصال الفكرة.

### الترجمة السمعية البصرية:

هذا النوع من الترجمة حديث ذو مفهوم واسع يستعمل في ترجمة الأفلام و السينما والمسرح و الأوبرا و مختلف البرامج التلفزيونية وكل إنتاج يتعلق بوسائل الإعلام و هو يحتوي أنواع جديدة من الترجمة أشار إليها Jean-Marc Lavaur, Adriana Serban في قولهما: "ظهرت تقنيتان رئيسيتان للترجمة السمعية البصرية و دخلتا في

<sup>1</sup> Opcit, idem « la masse de traductions publicitaire est déjà considérable, et ne cesse de s'amplifier, elle suit en cela l'ouverture de nouvelles ânes linguistiques au commerce international, les supports sont de plus en plus diversifier : presse. Radio, télévision, internet ».

المنافسة، وواحدة لتوفير الترجمة الشفوية للحوارات، بينما نقترح الأخرى ترجمة كتابية لما هو موجود في برنامج سمعي بصري".<sup>1</sup>

و يقصد بالترجمة الشفوية الدبلجة و بالترجمة الكتابية التسمية .

و عرفها Yves Gambier كالتالي: "الترجمة السمعية البصرية هي ترجمة وسائل الإعلام والتي تتضمن التعديلات التي يتم إجراؤها للصحف و المجلات و التقارير الإخبارية من وكالات الأنباء، و يمكن النظر إليها من منظور ترجمة الوسائط المتعددة التي تؤثر على المنتجات و الخدمات على شبكة الانترنت".<sup>2</sup>

### المبحث الثالث : المترجمة و استراتيجياتها

ارتائنا التطرق لمفهوم المترجمة كاختصاص منفصل عن باقي التخصصات الأخرى في المجال السمعي البصري.

### المترجمة:

هي ترجمة النصوص و حوارات الشريط الفيلمي في الوقت الذي يتزامن مع الصوت الأصلي و هي عبارة عن نصوص تظهر أسفل الشاشة تجدها في الأفلام و البرامج التلفزيونية و عرفها Yves Gambier كما يلي: "تمثل المترجمة وضعية فريدة من

<sup>1</sup> Lavour .J.M et Serban. A, « la traduction audio-visuelle : approche interdisciplinaire de sous-titrage, de boeck supérieur,2008,p5 « deux techniques principales de traduction audiovisuelle sont alors apparues et sont pour ainsi dire entrée en concurrence, l'une consiste a fournir une traduction orale des dialogues, tandis que l'autre propose une traduction écrite de ce qui est dans le programme audiovisuel »

<sup>2</sup> Gambier. y, la traduction audiovisuelle : un genre en expansion, méta :journal des traductent.vol 49,n 1, avril 2004,pp1-11/http/id, érudit , org « la traduction audiovisuelle relève de la traduction des medias qui in chut aussi les adaptation ou édition faites pour les journaux les magazines, les dépeçages des agence de presse, et elle peut être perçu également dans la perspective de la traductions des multimédias qui touché les produits et sévices en ligne (internet) et hors langue (cd rom) »

نوعها تنتقل من رموز شفوية إلى رموز مكتوبة<sup>1</sup>. بمعنى ترجمة الخطاب الشفهي وتحويله إلى خطاب كتابي يظهر أسفل الشاشة أي نقله من المستوى السمعي إلى المستوى البصري.

لقد عرفت الترجمة السمعية البصرية نموا كبيرا في وقتنا هذا و حازت على الكثير من الاهتمام نظرا لتماشيها مع التطور التكنولوجي و تميزها عن باقي الأنواع بخصائص شتى، و يتوجب على المترجم إتباع عدة استراتيجيات في عملية الترجمة ليتمكن من نقل العناصر الثقافية بشكل واضح في الإشهار و بنجاح.

#### استراتيجيات الترجمة:

تختلف أنواع الترجمة و الشيء نفسه للترجمة و قد اختلفت آراء الباحثين في ذلك، ودورها إيصال الإشهار إلى السائح بطريقة واضحة حي يسهل عليه الفهم و من بين هذه الاستراتيجيات ما يلي:

#### الترجمة الحرفية:

و هي نقل الألفاظ من لغة إلى أخرى، يعتمد المترجم هذه الإستراتيجية لترجمة العناصر المهمة والأساسية التي لا يمكن حذفها لأنها تمس المعنى الإجمالي للنص، و عرفها القاموس الفرنسي Larousse: "التي تتبع النص كلمة بكلمة"، "ترجمة حرفية"<sup>2</sup>. وتعني أيضا مطابقة لفظ اللغة الأصل بلفظ اللغة الهدف.

<sup>1</sup>gambier.y, les transferts linguistiques dans les medias audiovisuel, septentrion, 1996, p157. « le sous titrage représente une situation quasi unique de passage d'un code orale a un code écrit »

<sup>2</sup>Larousse. Dictionnaire français, 2009 qui suit mot a mot un texte, traductionnel.

**الحذف: L'omission**

وهو حذف العناصر غير المهمة لعدم احتواءها على معطيات مهمة أو لتفادي التكرار و التي نقل تعريفها Laurence Raw عن Bastin "الحد أو إزالة جزء من النص".<sup>1</sup>

**التكثيف: Condensation**

الهدف من هذه الإستراتيجية هو الاحتفاظ بكل ما هو مهم و حذف بعض الكلمات الغير مهمة، و اختصار الجمل و الأفكار و تلخيصها.

تطرق "إبراهيم سيب" إلى هذه الإستراتيجية مشيراً إلى أهم التطبيقات الخاصة بإستراتيجية التكثيف:

- إعادة ترتيب الكلمات.
  - استعمال مرادفات قصيرة (كلمات ذات حروف أقل).
  - استعمال عبارات مقاربة للمعنى مع كلمات أقل.
  - تغيير فئات الكلمات.
  - استعمال الاختصارات.
  - دمج جملتين أو أكثر في سترجة واحدة.
  - استعمال الضمائر لتعويض الأسماء.
  - استعمال الأرقام لتحديد الأعداد أو بدل كتابتها بالحروف.<sup>2</sup>
- تدخل كل هذه النقاط ضمن تقنية التكثيف وتساهم في اختصار النص بشكل كبير.

<sup>1</sup>bastin quoted by dr Laurence raw, the silk road of adaptation: transformations across disciplines and cultures, Cambridge scholars publishing, 2013, p134.. The elimination or reduction of part (s) of the text

<sup>2</sup>ينظر، إبراهيم سيب، إشكالية السترجة في المجال السمعي البصري، ص65، PDF

هو التعبير عن الأفكار الأساسية في كلمات قليلة دون إخلال بالمضمون أو إبهام في المعنى، وذلك بأسلوب المترجم الخاص، وليس له نسبة معينة، بل يكون ذلك بحسب حاجة الملخص، غير أن معيار الجودة هو التلخيص مما لا فائدة منه، والإبقاء على المهم سواء كان ذلك المهم فكرة أساسية أو فرعية.

و جاء في تعريف القاموس الفرنسي Larousse: التكييف هو العمل على الحفاظ بكل ما هو ضروري، و هو التلخيص".<sup>1</sup>

التكييف:

و هي من أهم الاستراتيجيات في الترجمة حيث يقوم المترجم بترجمة الإشهار من اللغة المصدر إلى اللغة الهدف بحرية تامة وهذا النوع جد مناسب لسترجة الإشهار حي يحاول المترجم أن يعطي النص معنى واضح و قريب من ثقافة البلد المستهلك و هذه الطريقة قد لا تعطي أحيانا ترجمة دقيقة لأنه لا يتقيد بالنص الأصلي بل يحاول التكييف مع عقلية و ثقافة السائح و هذا ما تطرق إليه Mathieu Guidere: " و يعتبر التكييف تقنية لعملية الترجمة من بين أمور أخرى".<sup>2</sup>

و تساهم إستراتيجية التكييف في التواصل مع السائح الذي يتلقى الإشهار بلغة واضحة و سلسلة يفهما دون جهد فكري منه و بالتالي تنجح عملية الإقناع و التأثير فيه بشكل أفضل.

<sup>1</sup>Le petit la rousse illustre 2009, petit Larousse 21 rue du Montparnasse paris, ce tex 06.

Condensation : action de ne grande que l'essentiel, de résumer.

<sup>2</sup>Guidere. M, introduction a la tautologie : penser la traduction : hier : aujourd'hui ; demain, 2010, p88.

« L'adaptation est considéré comme un procédé technique de traduction parmi d'autre ».

و عرف Jean –Marc Lavaur, Adriana Serban إستراتيجية التكيف: "ويمكن تعريف التكيف أيضا ك " مجموعة من العمليات المترجمة الناتجة في ايتاح النص الذي لا يمكن أن يمثل النص المصدر".<sup>1</sup>

على المترجم أن يلتفت لما يحمله الأصل من دلالة كافية لكي لا تفقد الترجمة أي دلالة مما يسهل على السائح فهم الرسالة الاشهارية.

أشار محمد رشاد الحمزاوي عند حديثه عن تقنيات الترجمة إلى عدد من المعايير استنادا إلى المدرسة الكندية و خاصة فيناي و دار بينليه و يخصها فيما يلي:

أ- الترجمة المباشرة: وهي:

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

الاستعارة:التعريب.

التضخيم:استعمال عدد من الكلمات أكبر من الأصل.

التحشية:شبيهة بالتضخيم مع زيادة ألفاظ.

ب- الترجمة غير المباشرة: وهي:

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

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

التحرير:استعمال معايير قديمة للدلالة على مفاهيم جديدة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Bastin cite par Lavaur-M, Serban. A, la traduction audiovisuelle : approche interdisciplinaire du sous titrage Boeck : 2008 :p86.

« L'adaptation peut aussi définie comme un ensemble d'adaptations traduis antes qui résultent dans la production d'un texte qui ne peut être représenté néanmoins un texte source ».

<sup>2</sup>د. عامر الزناتي الجابري، إشكالية ترجمة المصطلح، مجلة البحوث و الدراسات القرآنية، ع9، السنة الخامسة و السادسة، ص344، PDF

يصنف القطاع السياحي ضمن قطاع الخدمات رغم اختلافه عن باقي الأنشطة كونه يتشكل من منتجات مادية و لا مادية.

**المبحث الأول: تعريف السياحة، مجالاتها، خصائصها.**

بما ان موضوع دراستنا يتعلق بشكل خاص بمجال السياحة ابينا التطرق لمفهومها ومجالاتها و خصائصها.

**مفهوم السياحة:**

هي نشاط إنساني عرفه الإنسان منذ القدم، فقد كان ينتقل من مكان إلى آخر لأغراض مختلفة اجتماعية أو اقتصادية أو دينية، إذن معناها التنقل و تغيير المكان و تعددت تعاريف السياحة من طرف الباحثين و عرف kraft Hunziker السياحة على أنها: "المجموع الكلي للعلاقات و الظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين و أن هذه الإقامة لا تؤدي إلى إقامة دائمة، وممارسة أي نوع من العمل سواء كان عملا دائما أو عملا مؤقتا".<sup>1</sup>

و بدأت تتطور مع تطور التكنولوجيا، فقد فتح thomas Cook سنة 1841 في إنجلترا أول وكالة سفر في العالم التي حملت اسمه و في سبتمبر 1979 وكالة سفر خلق أول جمعية عامة للمنظمة العالمية للسياحة (OMT) و التي اتخذت من يوم 27 سبتمبر يوما عالميا للسياحة و حسب (OMT) المنظمة العالمية للسياحة Alain Laurent: "السياحة هي التنقل خارج موقع الشكل المعتاد لأكثر من 24 ساعة و أقل من أربعة أشهر بهدف التسلية أو العمل أو الصحة (سياحة صحية)".<sup>2</sup>

<sup>1</sup>د فرّاح السيد، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية و الحد من أزمات القطاع السياحي، أبحاث اقتصادية إدارية، ع12، 2012، ص99.

<sup>2</sup> Laurent. A :harouat .F.Z ,comment promouvoir le tourisme en Algérie ?.2012, p 13/dspace.uviv-tlemcen.dz.

و هناك أنواع مختلفة من السياحة نذكر منها:

- سياحة الشباب.
- السياحة العلاجية او الصحية و الطبية.
- السياحة الرياضية.
- السياحة الثقافية.
- السياحة الدينية.
- السياحة المطعمية.
- السياحة الساحلية.
- السياحة الأعمال.
- السياحة الساحلية.
- السياحة الصحراوية.

### خصائص الخدمات السياحية:

تتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص أهمها:

- استحالة نقل أو تخزين المنتج السياحي.
- الخدمات السياحية مشروطة بحضور الزبون.
- الإنتاج و الاستهلاك يحدثان في نفس الوقت و في نفس المكان.
- إمكانية الإحلال: كاستبدال بعض المنتجات بأخرى أو وسيلة نقل بأخرى باعتبار النقل جزء من المنتج السياحي.
- عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير.
- تعدد جهات الإنتاج كالفنادق و النقل.

---

« Le tourisme est un déplacement hors de son lieu de résidence habituel pour plus de 24 heures mais moins de 4 mois, dans un but de loisirs, un but professionnel tourisme d'affaire ou un but sanitaire (tourisme de santé).



▪ تباين المنتج السياحي.<sup>1</sup>

نستنتج من ذلك أن كلمة السياحة مفهوم واسع جدا وترتبط بعدد كبير من الأنشطة كالإيواء و الإطعام و النقل (قطارات، سفن، طائرات) و لذلك هي تمس الاقتصاد ككل.

**المبحث الثاني: تعريف الترويج السياحي، أهدافه و وسائله.**

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

**الترويج السياحي:**

هو جزء من التسويق العادي له مميزات و خصائص و هو عامل مهم في نمو الصناعة السياحية و التنمية السياحية بصفة عامة و من تعريفاته: "و يعرف الترويج السياحي بأنه (التنسيق بين جهود البائع و السائح في إقامة منافذ للمعلومات لتسهيل بيع المنتج إلى السائح"<sup>2</sup>

فهو نشاط يضمن استمرارية الإقبال على المنتجات السياحية، من طرف السياح وخلق توافق بين رغبات السائح و المنتج السياحي.

**وسائل الترويج السياحي:**

يتم الترويج للسياحة بواسطة عدة وسائل من اهمها ما يلي:

- ✓ الإعلان.
- ✓ العلاقات العامة
- ✓ البيع الشخصي.

<sup>1</sup>د.فراح رشيد، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية و الحد من أزمات القطاع السياحي، أبحاث اقتصادية إدارية، ع 2012، ص 100-101. univ-biskra.dz.

<sup>2</sup>خلود وليد العكيلي، دراسة ميدانية لعينة فنادق في محافظة اربيل و بغداد و النجف، مجلة الإدارة و الاقتصاد ع 2011، ص 115  
disponible : www.iasj.net/

✓ الدعاية.

✓ تنشيط المبيعات.<sup>1</sup>

### أهداف الترويج السياحي:

يعمل الترويج السياحي على تحقيق عدة أهداف و هي كالتالي:

- ✓ تعريف منافذ التوزيع من وسائل و منظمي رحلات سياحة ووكلاء السفر.
- ✓ محاولة التأثير على المدركات الحسية بالشكل الذي يخدم الأهداف المسطرة في الإستراتيجية السياحية.

✓ إقناع السياح المحتملين في الأسواق المستهدفة.<sup>2</sup>

### الإشهار السياحي:

هو نوع خاص من الإشهار وهو يعتمد على تقنيات تواصلية خاصة يهدف إلى إقناع السائح و التأثير فيه و جذبه إلى المنتجات السياحية و الخدمات السياحية. ومن تعاريفه: "يعد الإشهار السياحي جزء لا يتجزأ من المخطط التسويقي، لا يتحقق إلا بالتنسيق مع وسائل الاتصال الأخرى و مع مختلف النشاطات التسويقية المتعلقة بسياسة المنتج و السعر و التوزيع و يتميز الإشهار بشراء حيز داخل وسائل الإعلام.<sup>3</sup>

يتمثل هدف الإشهار السياحي في توجيه السائح إلى سلوك سياحي معين مؤطر ثقافيا و اجتماعيا و نفسيا من خلال البرامج المقترحة من مؤسسة سياحية

<sup>1</sup> عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (200-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط الترويجي

للتهيئة السياحية 2025 sdat 8080. ص: 41، dspace.univ-bouira.dz

<sup>2</sup> م ن، ص: 42.

<sup>3</sup> هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها، 2006، ص: 89.

## المبحث الثالث: دور ترجمة الإشهار السياحي في الترويج للسياحة.

للترويج السياحي دور كبير في تلبية حاجيات السائح و إرضائه من حيث حصوله على الخدمات المناسبة و بأسعار مناسبة وبالتالي هو يساهم في تحقيق الأرباح للمؤسسة السياحية و في التنمية الاقتصادية و كذلك يعطي الترويج السياحي المؤسسة السياحية صورة جيدة تساهم هي كذلك في تحقيق الأرباح دون أن ننسى دورها في تسهيل مهمة السائح في الاختيار بين مختلف البرامج السياحية و الخدمات السياحية،فهو عملية متواصلة و مستمرة لترويج المنتج و الخدمة السياحية لمنطقة ما من أجل تعزيز صورة البلد وجعله مقصدا سياحيا داخليا و خارجيا و من هنا نتطرق إلى مفهوم السياحة وأنواعها.

## أهمية الإشهار السياحي في الترويج السياحي:

- ترويج لشهرة مركز سياحي.
- استفادة من المكان السياحي المستهدف.
- الإعلان عن تخفيض سعر خدمات معينة أثناء مرحلة عصبية.
- ترقية حدث.
- تنمية و تطوير صورة المجتمع.
- ضمان وفاء الزبائن.<sup>1</sup>

للإشهار السياحي أهمية كبيرة في تشجيع السياحة المحلية و تحسين هياكلها و خدماتها و منتجاتها لتلبية حاجيات السياح و جعلها مميزة بالنسبة إليهم و تطوير وسائل و أساليب الترويج السياحي المختلفة لضمان وفائهم .

<sup>1</sup> م ن، ص 90.

### المبحث الرابع: دور الترجمة الاشهارية في الترويج السياحي الصحراوي

بما أن موضوع الدراسة في الفصل التطبيقي سيكون حول المهرجان الدولي لفنون الأهقار لولاية تمنراست ارتأينا أن نعرف السياحة الصحراوية.

#### السياحة الصحراوية:

يشكل الجنوب الجزائري 80% من المساحة الإجمالية للجزائر حيث تعد الصحراء الجزائرية منتوجا سياحيا ثريا ومتنوعا لا بد من حمايته و استغلاله للنهوض بالسياحة الصحراوية.

وتمتلك الصحراء إرثا حضاريا وتاريخيا هائلا يعتبر شاهدا عن تعاقب الحضارات البشرية و المراحل التاريخية التي مرت بها و قد صنفت العديد من هذه المعالم الثقافية و الطبيعية من قبل منظمة اليونسكو ضمن التراث العالمي.

#### دور الإشهار في تنمية السياحة الصحراوية:

للإشهار السياحي أهمية قصوى في تقديم الصورة السياحية الصحراوية و التأثير على تشكيلها و لها دور إستراتيجي في تحقيق التنمية السياحة المستدامة و التوعية و نشر الثقافة السياحية الصحراوية و الترويج لها.

نظرا لما تتميز به الصحراء الجزائرية من مقومات سياحية طبيعية و ثقافية و حضارية ، فهي تساهم بشكل كبير في تفعيل عملية التنمية السياحية الصحراوية.

#### دور الترجمة الاشهارية في الترويج السياحي الصحراوي:

تتضح أهميته و دور الترجمة الاشهارية في عدة زوايا فهي نشاط غير محدود في الأسواق العالمية وجميع المنتجات و ترمي على عائق المترجم مسؤولية كبيرة حي يتوجب عليه نقل الرسالة أو الخطاب الاشهاري لتحديد أثر ايجابي و ارتقاء صورة

المنتج السياحي و الخدمة السياحية الصحراوية و يبين Mathieu Guidere للترجمة بثلاث آثار محتملة و هي:

الأثر الصفري: عندما لا تغير الترجمة من النص الأصلي شيئاً فلا تؤثر على البيع سلباً و لا إيجاباً.

الأثر الإيجابي: عندما تزيد ترجمة الرسالة الاشهارية من نجاح و رواج المنتجات في أسواق أخرى.

الأثر السلبي: من الصعب توقعه أو فهمه، و يعرف بأنه تحديد الترجمة للنص الأصلي، فتضمحل قوة الجملة الاشهارية و أثرها في السوق الدولية.<sup>1</sup>

يمكن دور الترجمة الاشهارية في الترويج في انفتاح الأسواق على بعضها فتمثل وظيفة بالغة الاهمية في مسار النمو الاقتصادي لأنها المروج الأساسي لهوية المنتج و الخدمة السياحية الصحراوية لدى المتلقين السياح للرسالة الاشهارية المترجمة.

و للترجمة دور هام في التعريف بالحضارات العالمية التي تخص أي بلد سياحي و تحسي المتلقين و توعيتهم للمحافظة على المناطق السياحة و علة العناصر الطبيعية الموجودة بأي منطقة سياحية.

<sup>1</sup>ماتيو فيدار، حركات عزيزة، الترجمة الاشهارية. الإجراءات الترجمة في الإشهار الدولي، دراسة حالة 'دافون الجزائر، ص49.

إرتأينا في هذا الفصل إتخاذ مقاطع من الشريط الذي هو عبارة عن ومضة إشهارية و التي تدور حول تظاهرة الطبعة الثانية من المهرجان الثقافي الدولي لفنون الأهقار بحيث تقوم بتحليل الخطوات التقنية لتطبيق عملية السترجة و دراستها.

دامت الطبعة الثانية من المهرجان الثقافي الدولي لفنون الأهقار سبعة أيام و ليال من 11 إلى 17 يناير 2011 تتخذ فيها هذه المدينة شكل عاصمة الثقافة الإفريقية.

كان الهدف من هذا المهرجان الدولي في طبعته الثانية تعزيز التراث المادي و اللامادي العريف الذي تشتهر و تزخر به المنطقة و الإحتفاظ بالذاكرة و حماية التراث الثقافي الوطني. فهو يبحث على الحفاظ بالتراث الثقافي و العادات و التقاليد الذي ورثوها عن أسلافهم و كذلك الأدب و العلوم الطبية و علم الفلك إذ أنهم يتجولون في الصحراء الكبرى بإستعمال النجوم و يستعملون الأعشاب في علاج الأمراض بالرغم من التطور الطبي و التكنولوجي الذي توصل إليه العلم. فمن شأن هذا المهرجان ترقية و حماية هذا الإرث الحضاري بالمنطقة.

و من شأنه أيضا إستقطاب و جذب أكبر عدد ممكن من السياح و الزوار للمنطقة سواء من داخل الوطن أو خارجه إذ يعتبر ترويجا سياحيا لمعالم المنطقة و أثارها و عاداتها و تقاليدها.

الفيديو هو عبارة إشهار للمهرجان الدولي لفنون الطبعة الثانية ( 11 - 17 جانفي 2011) جاء بالغة العربية يتضمن برنامج المهرجان طيلة أيامه و تمت ترجمته للغة الفرنسية.

و يتضمن برنامج هذه التظاهرة عدة نشاطات متنوعة نشطها فرق مختلفة حيث يحضر هذا المهرجان عدة دول أخرى كمالى و النيجر و الكونغو الديمقراطية ... فهو موعد ثقافى جد هام.

يتسم شعب الصحراء بمهاراته الحرفية و صناعته التقليدية و هذا الحدث بمثابة فرصة جيدة للتعريف و الترويج للصناعة التقليدية الوطنية و السعى إلى الرفع من جودتها و ترفيتها فيعرض الحرفيون منتوجاتهم التقليدية المختلفة و المصنوعة من الجلود و الحلى و الفخار و الطين و كذلك الملابس التقليدية و التحف المختلفة و تبعت ذلك روح المنافسة فى الحرفيين و يسمح لهم بالإحتكاك فيما بينهم.

تمنراست هي عاصمة الهقار بالجزائر، هي موطن الأسطورة التوارق تينهنان و عالم السحر و الإنهيار و الطبيعة الخلابة المتميزة ذات موقع إستراتيجى يربط بين الجزائر و إفريقيا و هي نقطة تبادل تجارى و ثقافى هام.

تتميز تمنراست بهضابها و سهولها و كتلها فهي تعتبر متحفا طبيعيا لما تحتويه من رسوم و نقوش أثرية تدل على طريقة عيش الإنسان القديم بالمنطقة قبل نحو خمس

ألاف سنة مما ساهم في تصنيفها ضمن منظمة اليونيسكو في قائمة التراث العالمي فهي متحف في الهواء الطلق.

تستقطب المنطقة عددا كبيرا من السياح الأجانب خاصة الألمان المشغفين لإكتشاف جمال و سحر الصحراء. تتميز تمناست عاصمة الأهقار عن غيرها بالإحتفالات و المهرجانات السنوية التي تقوم بها في مختلف المناسبات فتجمع قبائل التوارق و يأتي السائحون من كل مكان و تقوم عدة أيام وسط أجواء موسيقية و تقليدية و إستعراضات راقصة و تتميز بعروض الفرق الفولكلورية التقليدية و معارض للصناعات التقليدية و الحرفية و إستعراضات الفرسان على الخيول و كذا حفلات للشعر و الغناء.

و الهدف من هذه المهرجانات و الإحتفالات هو الإعتراز بالتراث الثقافي المعماري و كذا الإعتراز بالصحراء و بالتقاليد الوطنية و العادات و الحرف المحلية و الصناعة التقليدية و كذلك جلب السياح من داخل و خارج الوطن و لفت إنتباههم إلى جمال هذه المنطقة و عاداتها المتميزة عن عادات و تقاليد المناطق الأخرى و الترويج للمنطقة و صناعاتها التقليدية و حرفها.

و فرصة لضيوف الأهقار و جمهورها الفقير من السياح الوطنيين و الأجانب الذين إختاروها كوجهة سياحية لإكتشاف جانب من الفنون و المهارات التي تتميز بها المنتجات التقليدية.



و للنساء أيضا دور في ذلك، كصناعة الحلويات التقليدية و الطرز و الخياطة و صناعة الزرابي و غيرها من النشاطات التي تقوم بها المرأة الصحراوية و يتم عرض جميع المنتجات في مخيم مخصص لعرضها.

يساهم هذا الحدث الهام و بشكل كبير في تطوير و دعم الإنتاج المحلي للمنتجات المحلية.

و يشمل هذا البرنامج سهرات مسائية تشهدها عاصمة الأهلار في جو إحتفالي موسيقي على إيقاعات مختلفة منها إيقاعات إفريقية تحييها نجوم مختلفة:

\* " أمادو و مريم" و هما موسيقيان و مغنيان من مالي، يشتركان في أن كلاهما أعمى.

\* " لوفيو فاركا توري" موسيقي و مغني من مالي و هو ابن الفنان علي فاركاتوري.

\* بومبينو " Bombino" من النيجر.

\* ديبلو ديبالا " Diblo Dibala " من جمهورية الكونغو الديمقراطية.

\* الفرقة من بشار و هي فرقة موسيقية من بشار .

\* قانقا من أليزي.

\* تيندي من تمنراست.

الفردا من بشار : من بين الطبوع الموسيقية الأكثر إنتشارا في بشار و المحبوبة أكثر تغدي موسيقى الفردة من طبوع أخرى مختلفة و هي تخص القنادسة و من قدماء الفنانين الحاج محمد مجادي المدعو بن الدرويش .

و تعد فرقة الفردة من بين الفرق الضليعة في النوع الموسيقي إذ أنها مرتبطة بتاريخ منطقة القنادسة ببشار و التي كانت قديما ضريحا يقصده طلبة العلم من مختلف المناطق، وهي تعتبر عماد الأعراس الصحراوية و بهجة الحفلات العاصمية،تمزج هذه الموسيقى طبوعا مختلفة من الغناء المستمدة من التراث المغربي المشترك.

و توصف أيضا بالغناء الصوفي الروحاني و الذي يشبه المنطقة بحد ذاتها في سحرها و سكونها و مناظرها.

يعنى إسم الفردة " اللمة" و المقصود بها التجمع و يتبع هذا النوع الموسيقي كل مقطع من القصيدة و يتبع الميزان أحد العازفين برجله أي بنعله " الفردة" يضرب بها على آلة إيقاعية من خشب.

تشتهر هذه الفرقة بإستخدام الآلات الموسيقية التقليدية المحلية و المتمثلة في :

✓ المهراس النحاسي الأصفر: يستخدم كألة نحاسية موسيقية يقوم بعمل سمبال في ألة الباتري أو النحاسية الزوجية اليدوية في الفرق النحاسية.

✓ الجفنة: بمثابة آلة إيقاعية الدف الغليظ عبارة عن جفنة تملأ بالفراش حتى تصبح صوتها غليظ و عازل.

✓ آلة الشوسان: آلة موسيقية و تربة صغيرة الحجم تقليدية صوتها كصوت الموندولين.

✓ الطبل الإيقاعية: آلة إيقاعية كبيرة الحجم لها إيقاع موسيقي مميز تستخدم في الفرقة و كذا الفرق الفولكلورية.

### التينيدي:

التينيدي آلة موسيقية ،تصنع آلة التينيدي من مهراس خشبي مصنوع لأجل تفتيت التمر حيث يوضع عليها جلد الماعز الذي يثبت بواسطة قضيبين خشبيين يجلس عليها امرأتان مؤديات حركات تماشياً مع القصائد التي تؤديها المغنية.

لموسيقى التينيدي جمهور غفير في الصحراء و سكانها الذين يخصصون مكانة هامة للموسيقى. هذه الفرقة المتكونة أساساً من نساء المرفوقة بالآلة التينيدي و القيتار تعبر بكل جدارة عن جزء من ثقافة التوارق التي تحمل عدة تعابير و تمثل بلدانا عدة و يوظف المهراس ( التينيدي) في الموسيقى إى جانب طحن الحبوب، و يوضع على فم المهراس قطعة من الجلد تربط بإحكام بحبل كما يوضع قضيبان من الخشب متوازيان تجلس في كل جهة امرأة لضمان التوازن و هي آلة موسيقية خاصة بالنساء ترافق الغناء الذي يحمل نفس الإسم و ترافقه أيضا رقصة الجمال.

## توارق:

يعيشون في شمال مالي و النيجر و غرب ليبيا و جنوب الجزائر و هي كلمة أمازيغية "Torga" تعني " الساقية" أو " منبع الماء".

إن الحديث عن العادات و التقاليد التي يتمتع بها المجتمع الترقى يقودنا إلى معرفة الإرث الثقافي الإجتماعي التقليدي و الذي يمثله الجانب الفني الفولكلوري الشعبي و المتمثل في الرقصات الموسيقية و الطقوس، حيث إن التوارق مولوعون بالموسيقى و الغناء و الرقص و يتخذون لذلك آلات موسيقية رئيسية مستعملة و تحمل أسماء راقصات و قصائد مأثورة خالدة و من بين هذه الفنون الشعبية نذكر ما يلي:

✓ سيبية: يقتصر إحتفال السببية على كل جانب دون غيرهم من قبائل الأرجر البدوية أو شبه المستقرة كما ينفرد قصر " الميهان" و قصر " زلوار" بمجموعاتها عن قصر أجاهيل و مما لا شك فيه أن لسببية دورا هاما في تحديد هوية المجتمع الجانتي بأكمله، في أصوله و تفاعلاته مع مجتمعات أخرى و حضارات كبرى كبر حضارة الطاسيلي، و تعتبر السببية شكلا من أشكال التعبير عن الفرح، فرح إنتصار النبي موسى على فرعون و جنده في عرض البحر حسب المعتقد السائد لدى سكان المنطقة، ويقام السببية في العاشر من شهر محرم ( يوم عاشوراء) و ذلك في مجرى الوادي أو ما يطلق عليه " تاغزيت" ، " عبر مراحل مميزة و التي هي عبارة عن طقوس تؤدي لتكتمل الشعيرة الكلية سببية أو تليلين".

✓ تكاتشيت: وهو طقس أو إحتفال يقام في اليوم السابع بعد المولد النبوي الشريف و يسمى ذلك اليوم " أزل نيسم" لأن من عادات التوارق أن المولود في يومه السابع يطلق عليه إسمه و ذلك بقيام وليمة يحضرها الأقارب و الجيران لذا فإن اليوم السابع من بعد ولادة النبي صلى الله عليه و سلم يكون فيه ذكرى تسمية النبي صلى الله عليه و سلم. ذو تعتبر تكاتشيت رياضة من أنواع الرياضات الجماعية و هي لعبة بين فريقين متخاصمين رمزيا بواسطة كرة مصنوعة من جريد النخيل و تضرب بواسطة مضرب من النخيل أيضا حيث تشترك في ذلك كل الفئات العمرية من الرجال و لا تخضع إلى أي قانون و كلما إبتعدت الكرة نحو جهة الخصم يكون الربح.

إن هذه اللعبة يمارسها أهل المنطقة تعبيرا عن فرحتهم بذكرى المولد النبوي و إعتبار هذا اليوم هو تسمية للنبي صلى الله عليه و سلم لذا يجتمع لأهل المنطقة في الوادي لممارسة هذه الرياضة التقليدية، للترفيه عن الروح و كذلك من أجل العلاقات بين الأهالي تعبيرا عن التضامن و المحبة و ينفرد قصر أجاهيل عن غيره من القصور الأخرى في ممارسة اللعبة.

✓ أمزاد : تعتبر آلة الأمزاد من أجود الآلات الموسيقية و أسدها تأثيرا على التوارق و لا سيما الرجال منهم حيث يتم إستعمالها في الطرب و الغناء و المواويل الشعرية التي تؤثر في النفوس و العواطف و هذه الآلة يرفقها في السهرات أشعار مواضيعها بصفة خاصة مواضيع الحب و الوحدة و الغيب و الخوف و الحرب لتزويد من شجاعة

التارقي و تشحن همته كما يرقى النفس لنتوقع عن كل ما يدنسها كالخيانة و الخديعة و النميمة و غير ذلك في العيوب و الافات الإجتماعية، إن هذه الآلة المحلية الصنع تشبه في شكلها تماما العود العربي في هيكلها و هي مصنوعة من الكوسة و أعراف الجياد.

✓ تندي: تصنع آلة التندي من مهراس خشبي.

✓ تهامت "Tahemmtea": و هي رقصة دائرية تشكل النساء حلقة دائرية منهن الشاعرات و المصفقات و ضاربات الدفوف أما الرجال فهم في داخل الحلقة يقومون برقصات بدور انهم داخل الحلبة حاملين سيوفا أو أسياط. و تعتبر تهامت من الرقصات الشعبية التي يختص بها أهل المنطقة و تختص أيضا هذه الرقصة بقبيلة عن أخرى.

✓ ألأغ "Allagh": و هي رقصة جماعية يؤديها الرجال و التي تكون إستعراضية يعبر فيها عن وقائع حربية تعتبر حديثة النشأة و تعتبر كرسالة ثقافية تعبر عن ماضي المجتمع.

✓ جلسة العود: و هي فن مستحدث عن التوارق و هو عبارة عن فن التندي أدخل عليه العود العربي و التي تأثرت فيما بعد بالإيقاع المراكشي.

إن الفن المعاصر للتوارق أصبحت له صيغة عالمية بواسطة الإشهار و ذلك كونه مرتبط بالعادات و التقاليد، حيث نجد أنه يمثل رمز التوارق في المحافل الدولية و من بين اهم الشخصيات الفنية التي سامت في ترويجه عالميا نجد" الفنان المرحوم عثمان بالي".

و تشتهر قبائل الطوارق المتمركزة في جنوب الجزائر، بصناعتها التقليدية الحية الموصولة بعمق حراكها الإجتماعي، مما ساهم في الإنتشار الكبير للحرف المحلية.

تعد الصناعة التقليدية لدى التوارق جزءا من ذاكرتهم و إحدى أهم تجليات روحهم الثقافية بفضل مثابرة أجيال متعاقبة، و الحب الذي يكنوه للحرف التي يربو تاريخها عن آلاف السنين الممتدة و تنفرد الصناعة التقليدية لدى التوارق بممارستها من قبل عائلات حيث تخوض بشكل متوارث في حرف يدوية عديدة على غرار صناعة الحلي، النسيج، الخياطة، الفخار، و حكاية الزرابي، صنع الآلات الموسيقية و غيرها.

و الكثير من أبناء التوارق تطلق عليهم إسم الرجال الزرق أو أهل اللثام إنخرطو في الصناعات التقليدية غيرة منهم على هذا الموروث الحرفي العريف المهدد بالزوال. إكتسبوا مهاراتهم أبا عن جد ، وهم يوظفونها حاليا في صناعة الحلي و لا سيما خواتم الفضة التي تحضى بإقبال كبير في المنطقة يوفد إليها آلاف السياح كل عام.

و يتكاثر الطلب على سائر الزخرفات و التحف التقليدية و يتهافت السواح بكثرة على " الخميسة" أو ما تعرف " بصليب الجنوب"، حيث تتهافت قوافل السياح الأجانب الزائرة للجنوب على منتجات الصناعة التارقية التقليدية و تشارك هذه الصناعة في معارض دولية كبرى في كل من الولايات المتحدة الأمريكية، بريطانيا،فرنساو البرتغال.

و يعتني حرفيو الصحراء بعصرنة الصناعة التارقية و منحها لمسات جديدة ،  
ودفع عدد كبير من مواطنهم لممارستها، لذلك لا تتردد الأسر الصحراوية على حث  
أبنائها للإشتغال في الحرف التقليدية منذ الصغر .

إذ تتميز الصناعة التقليدية بتمنراست بكونها عائلية فيحافظون عليها أبا عن جد، و تقوم  
المرأة بصناعة لوازم الخيمة و تتكفل بالبيت و تستقبل الضيوف و تربي الأطفال و  
ترعى الأغنام.

و توجد جمعيات عدة ترأسها المرأة التارقية للحفاظ على الموروث الصناعي التقليدي و  
أغلبها مختصة في صناعة الحرف التقليدية التي تشتهر بها المنطقة لترقية السياحة و  
النشاطات النسوية و الثقافة المختصة في صناعة الفخار ،لوازم الخيم،المغزل، المهراس  
المصنوع من جذع النخل و غيرها و بيع الأعشاب.

و ترتدي المرأة التارقية نوعا من القماش ذو لون بنفسجي قاتم يسمى "   
تسغنست" يشرونه من النيجر و له مزايا صحية حيث يحميهم من الحرارة و البرد، و  
يقوي أبصارهم.

و تعني كلمة " تمنراست" بالعربية ( المرأة الغارقة )،تزر هذه الولاية  
الصحراوية بمواقع سياحية جذابة تسحر كل زائر بطبيعتها الخلابة و بتقنياتها و  
مهاراتها المتوارثة من حرف يدوية و صناعات تقليدية و نمط اللباس و الأكل و كذلك  
الموسيقى الشعبية كالأمزاد و التينيدي،تعد آلة الأمزاد الألة الموسيقية النيلية التي



يمجدها توارق الأهقار و خاصة النبلاء منهم حيث تعزفها المرأة التارقية و إلى جانب هذا هناك الرقصات الفولكلورية.

و يدخل كل هذا ضمن التراث الثقافي لولاية تمناست الذي يحظى بمكانة هامة بين سكان المنطقة.

### صناعة الجلود:

الدباغة هي عملية تحويل جلد حيوان بعد سلخه إلى المنتج المفيد " الجلد" ،هذه العملية تحفظه من التعفن و تجعله مرنا و متينا، و مصدرها المواشي و تمثل جلود الغزال و الماعز و الغنم مصدرا آخر للجلود و هي تستخدم في صناعة الأحذية و الأحزمة و القفازات و المعاطف و القبعات و حقائب اليد و يستعملونها أيضا في صناعة الخيم و يمكن صباغة الجلود المدبوغة و تلميعها.و تعتبر صناعة الجلود مصدر رزق لعدة عائلات صحراوية بالإضافة إلى صناعة الحلي و النسيج ،الخطاطة،الفخار و حياكة الزرابي و كذلك صنع الآلات الموسيقية.

### صناعة الفخار:

المادة الأساسية في صناعة الفخار أو خزف السراميك هي الطين و لزيادة الصلابة قد يضاف أيضا الرمل أو فتات الفخار القديم، و يتم عرض ما يصنع من الفخار من أدوات منزلية و غيرها في هذا المهرجان و تعتبر صناعة الفخار كذلك مصدر رزق للسكان الصحراويين.

## القصص و الأساطير:

✓ **تينهان:** يدخل في برنامج المهرجان الدولي لفنون الأهقار قصص و أساطير تتعلق بتاريخ المنطقة و تقول الأسطورة أن تينهان جاءت من التاقلات إلى الهقار مصحوبة بخادمتها تاكمت و مجموعة من العبيد ووصلوا إلى الأهقار و هناك تزوجت تاكمت و تينهان و إستقرتا في أبالسة و يقال أن تينهان أنجبت بنتا و إنحدر منها " الكل غلا" أي " النبلاء" أما تاكمت فأنجبت بنتين. فأشهر شخصية في تاريخ التوارق هي " تينهان" و هي زعيمة أسست مملكة أهقار و التي شيّدوا لها ضريحا بعدما وجد الهيكل العظمي المنسوب إليها عام 1925 تحت إشراف العالم ريقاس و تم حفر ضريح الملكة بالأبالسة.

✓ **قصة اللثام التوارقي:** الملفت عند التوارق، أن النساء تكشف عن الوجه بينما الرجال يتلثمون، و تعود قصة اللثام حسب ما يروي سكان المنطقة إلى أنه ذات يوم هاجم غزاة لقبائل الترقية و نهبوا أرزاقهم و ماشيتهم و أسروا بعضا منهم، فثارت النساء الترقيات في وجوه رجالهم و أخذوا منهم سلاحهم المتمثل في سيوف و امتطين أحصنتهن و تبعن الغزو و لحقن بهم و قامت معركة بين الطرفين انتصرت فيها النساء الترقيات و استرجعن ما سلبهم الغزاة و أخذن منهم ما كان معهم و فكوا أسراهم و عادت النساء إلى القبيلة و من ذلك اليوم أصبحت المرأة هي صاحبة الرأي و هي القائدة و صاحبة الكلمة في العائلة. فحكم على الرجال بستر وجوههم كتعبير عن الخجل

من هزيمتهم إلى أن الكثير من رجال التوارق يعتبرون القصة مجرد حكاية من الاساطير الشعبية و أن المرأة إكتسبت مكانتها في المجتمع التارقي من أسباب أخرى تعود إلى السفر الدائم للرجل الترقى و غيابه الطويل عن العائلة لذلك أخذت المرأة دوره في إدارة شؤون العائلة لأنها مستقرة بالبيت.

و يضع رجال التوارق لثاما ما يبلغ طوله إثني عشر مترا في القماش الأبيض الرقيق يستر به الرجل الترقى وجهه ما عدا العينين و يلف جزءا كبيرا منه على رأسه في شكل عمامة و له عدة فوائد:

- يحمي من حرارة الشمس و من البرد.

- يستر فم الرجل تعبيرا عن الأدب و الحشمة.

- يحميه من الزوابع الرملية.

- و قد يكون كفنا له في مماته.

و يسمى عندهم ب "تاقيلموس" ← اللثام و السن الذي يوضع فيه اللثام هو 25 سنة و يدخل هذا ضمن التقاليد المشهورة لديهم.

✓ الحضيرة الوطنية بالأهقار: تمثل متحفا طبيعيا و إرثا حضاريا تكتسي هذه الحضيرة أهمية بالغة لما تزخر به من شواهد طبيعية حية لا زالت تعبر عبر آلاف السنين عن الوجود الإنساني و الحيواني و النباتي بالمنطقة، حيث يعود البعض منها إلى 12 ألف سنة.

تصنف هذه الحاضرة الوطنية بتمناست كأكبر متحف مفتوح على الطبيعة في العالم، وتمثل قطبا سياحيا ذا أهمية وطنية و دولية لما تحتويه من كنوز و معالم تحمل الكثير من خصوصيات المنطقة المتميزة بتضاريسها و مناخها المعتدل.

و تتميز كذلك بخصائص طبيعية فريدة كسلسلة الجبال الشاهقة التي تشد نظر الإنسان و التي تحتوي صخورها على بقايا نباتية و حيوانية تدل على وجود الحياة منذ عصور قديمة و كذا بقايا غابات و أشجار ضخمة و بها نباتات مختلفة يستعملها أهل المنطقة في العلاج و بعض الصناعات التقليدية.

و تحتوي الحاضرة على مواقع جيولوجية و مناجم و آثار و بقايا مقابر تعود إلى ما قبل ظهور الإسلام و نقوش متنوعة و مختلفة و رسوم صخرية تروي و تعبر عن ماضي المنطقة.

نظرا لأهمية المنطقة تم إنشاء الديوان الوطني الجزائري لحاضرة الأهقار سنة 1987 بموجب مرسوم رئاسي و هو جهاز ذو طابع إداري و ثقافي مهمته حماية و ترقية الإرث الحضاري للمنطقة.

و يتجه السياح بكثرة إلى جبل " أسكرام " فهو قمة جبلية تعد مقصدا لمشاهدة أجمل شروق و غروب في العالم. تبعد عن عاصمة تمناست ب 80 كلم يبلغ علو الجبل

2800 م عن سطح البحر و درجة الحرارة ليلا تبلغ 12 درجة تحت الصفر في بعض الأوقات.

### تحليل سترجات الومضة الاشهارية:

الفيديو عبارة عن ومضة إشهارية بمناسبة المهرجان الدولي افنون الأهقار بتمنراست لمدة دقيقة و إحدى عشر ثانية (01:11).

وقت عرضه	وقت إختفائه	وقت ظهوره	السترجة	النص الأصلي	
ثانيتين	00:09	00:07	De 11 à 17 janvier	من 11 إلى 17 جانفي	01
ثانيتين	00:11	00:09	Tamanrasset célèbre les artes d'haggar.	تمنراست تحتفل بفنون الأهقار	02
ثلاث ثوان	00:14	00:11	Dans le deuxième édition du festival international	في طبعته الثانية للمهرجان الدولي	03
ثانيتين	00:21	00:19	Camp dédié aux compétences des nuits du désert.	مخيم مخصص لمهارات الصحراء و ليالي	04

ثلاث ثوان	00:24	00:21	Et de la musique traditionnelle et des histoires et légendes.	الموسيقى التقليدية و كذا قصص و أساطير	05
3 ثوان	00:30	00:27	Des ateliers traditionnels et workshop pour les jeunes publics.	ورشات تقليدية وووركشوب لجمهور الشباب	06
3 ثوان	00:33	00:30	Des conférences sur le patrimoine immatériel et l'environnement naturel.	محاضرات حول التراث الألامادي و الوسط الطبيعي	07
أربع ثوان	00:45	00:41	Et vue sur nocturne sur les rythmes de l'afrique activé par les stars.	و سهرات على إيقاعات إفريقية تحبيبها نجوم	08
ثانيتين	00:47	00:45	Amadon et Mariam, le vieux Farka Touré de Mali	أرمادو و ماريام، لوفيو فاركاتوري من مالي	09
خمس ثوان	00:53	00:47	Bombino de Niger, Diblo Dibala du	بومبينو من النيجر، ديبيلو ديبالا من	10

			république démocratique du congo.	جمهورية الكونغو الديمقراطية	
--	--	--	--------------------------------------	--------------------------------	--

اربع ثوان	00 :57	00 :53	El farda de Bechar , ganga d'Ilizi , et Tindi Tamanrassat	الفردة من بشار قانقا من اليزي و تيندي تمنراست	11
خمس ثواني	01 :07	01 :02	Démonstration sous les auspices du Ministère de la culture et la wilaya de Tamanrasset	تظاهرة تحت رعاية وزارة الثقافة و ولاية تمنراست	12

المشهد الأول : 00 :07 00 :09

قام المسترج في المشهد الأول بترجمة من "11 الى 17 جانفي" اذ استعمل هنا تقنية

الترجمة بالابدال حيث كانت المقابلات كالاتي :

من : de

11 : 11

الى : à

17: 17

جانفي : janvier

و أبقى على كلمة "جانفي" كما هي ، لأنها مصطلح مقترض من اللغة الفرنسية في اللغة الأصل. و هذه الترجمة صحيحة لأنها لم تخل بالمعنى الموجود في النص الأصلي و هي واضحة . و نلاحظ أن المترجم أبقى على كتابة الأعداد بالأرقام بدل الحروف لتقليص عدد الكلمات و هذا أفضل إذ أن العدد وسط الحروف يكون مميزا و يسهل التقاطه من طرف العين و يسهل فهمه.





المشهد الثاني: 00:09 00:11

في هذه الترجمة قام المترجم بترجمة "تمنراست تحتفل بفنون الاهقار" الى "Tamanrasset célèbre les arts d'Ahagar" و مستعملا استراتيجية الترجمة بالمقابل حيث أعطى كل كلمة مقابلا في اللغة الهدف

تمنراست : Tamenrasset :

تحتفل : Célèbre :

الفنون : Les arts :

الأهقار : D'ahagar :

وهي ترجمة صحيحة بما أنها لا تمس المعنى الاجمالي للجملة و حافظت عليه كما هو في اللغة الأصل.

يعتمد الترويج للسياحية الصحراوية على إستراتيجية عامة تهدف إلى ترقية و إعادة تجديد السياحة الجزائرية.

إلا أن المشهد يحتوي على كتابات أخرى عدا الترجمة و التي من شأنها تشتيت نظر القارئ فينقسم نظره على الترجمة و على ما تحتويه الصورة من كتابة.



المشهد الثالث : 00:11 00:14

في الأصل : في طبعته الثانية للمهرجان الدولي.

في اللغة الهدف :

Dans la deuxième édition du festival international

استعمل هنا كذلك الترجمة الحرفية اذ قام بنقل الوحدة اللغوية في الأصل الى وحدة

لغوية في اللغة الهدف محافظا على المعنى الأصلي.

نلاحظ على الصورة ظهور كتابات أخرى أسفل الشاشة والتي قد تشوش ذهن القارئ و نظره فينشغل بتلك الكتابات بدل المترجمة.



المشهد الرابع: 00:19 00:21

"مخيم مخصص لمهارات الصحراء و ليالي "

" Camp didié aux compétences des nuits du  
désert "

" قام المترجم باستعمال تقنية التكتيف(التركيز) حيث قام بترجمة كلمة

"مخصص"الى " didié

بدل ترجمتها specialiser " او " Consacrer "بتعويضه لكلمة " Spécialiser "

التي تتكون من عشرة أحرف بكلمة

Didié

التي تتكون من خمسة أحرف يكون قد أنقص خمسة أحرف من المترجمة وبالرغم من ذلك حافظت المترجمة على معناها و قام بإيصال الفكرة المقصودة في النص الأصلي و قام المترجم أيضا بإعادة ترتيب الكلمات و يدخل هذا ضمن استراتيجية التكتيف مثل:

لمهارات الصحراء

"compétences des nuits du désert "

تستعمل السياحة الصحراوية المحصول الثقافي لكي تؤثر على عاطفة السائح.



المشهد الخامس: 00:21 00:24

"الموسيقى التقليدية و كذا قصص و اساطير"

"et la musique traditionnelle et des histoires et légendes"

" فقد استعمل استراتيجية الحذف أو الاسقاط قام المترجم بحذف "كذا" والتي يقابلها في

اللغة الفرنسية" aussi

اسقط المترجم كلمة "كذا" لأنه ليس من شأنها ان تضيف فهما اكبر للمشاهد ولا ضرورة

لذكرها في الترجمة حيث يبقى المعنى نفسه مما لا يخلق أي نوع من الفراغ في

الترجمة.



المشهد السادس: 00:27 00:30 "ورشات تقليدية ووركشوب لجمهور الشباب"

"des ateliers traditionnelles et workshop pour un jeune public"

نلاحظ لجوء المترجم الى الترجمة الحرفية في هذه الترجمة.

ترجم المترجم كل عناصر الجملة كلمة بكلمة نظرا لأهمية الكلمات الموجودة والتي لا يمكن حذفها لكي لا تخذل بالمعنى الحقيقي.

ورشات : Des ateliers

تقليدية : Traditionnelles

ووركشوب : Workshop

جمهور : Public

الشباب : Jeune

تعطي هذه الصورة الاشهارية السائح إمكانية العودة و الفرار نحو التقاليد، و تحسن الصورة السياحية في نظره فتجذبه الى المنطقة وبالتالي تساهم في التنمية السياحية.



المشهد السابع: 00:30 00:33

" محاضرات حول التراث اللامادي و الوسط الطبيعي "

"Des conférences sur le patrimoine immatériel et l'environnement

naturel "

استعمل المترجم في المترجمة تقنية الترجمة كلمة بكلمة محافظا على جميع العناصر

دون حذف أي منها لجأ إليها المترجم لسهولة الألفاظ و المصطلحات المستعملة و

بساطة المعنى المتضمن مما لا يوجب عليه استعمال استراتيجيات أو أساليب أخرى .

و تعتبر هذه التقنية الأكثر استعمالا في المترجمة و نلاحظ ظهور المترجمة فوق خلفيات

مختلفة يسارع تواليها على الشاشة والتي قد يظنها القارئ مترجمات جديدة و هذا نوع

آخر من التشويش على مستوى الرسالة المنقولة من المسموع الى المقروء.



يلعب السياق الثقافي دورا حيويا في عملية الإنتاج السياحي، فهو عامل مهم في اختيار الوجهة. و يفضل السياح و بشكل متزايد التوجه نحو الثقافات الأصلية الفريدة من نوعها.

المشهد الثامن : 00:41 00:45

"وسهرات على إيقاعات افريقية تحييها نجوم"

"et vie nocturne sur les rythmes de l'Afrique activé par les stars"



ترجم كلمة "سهرات" بـ "vie nocturne" واستعاض عن ترجمتها "des soirées".

"

والذي لم يكن ضروريا حيث قام باستعمال مرادف آخر. و ترجم باقي كلمات الجملة

مستعينا بإستراتيجية الترجمة الحرفية



المشهد التاسع: 00:45 00:47

"أرمادو و ماريام، لوفيو فاركا توري من مالي"

"Armadou et Mariam, le vieux Farka Touré de Mali"

نلاحظ هنا أن المترجم استعمل إستراتيجية الترجمة الحرفية لأنها مجرد أسماء علم و

لا يمكن استبدالها بإستراتيجيات أخرى

أرمادو و ماريام : Armadou et Mariam :

لوفيو فاركا توري : Le vieux Farka Touré :

من : De

مالي : Mali

وظهرت هذه السترجة على خلفيات مختلفة على الشاشة مما قد يشوش نظر القارئ و كذلك على خلفيات بيضاء مما يصعب القراءة لأن السترجة باللون الأبيض كذلك.



المشهد العاشر : 00:47 00:53

"بومبينو من النيجر، ديبلو ديبالا من جمهورية الكونغو الديمقراطية"

"Bombino de Niger , Diblo Dibala du République Démocratique du  
Congo RDC"

استعمل المترجم في سترجته لهذا المقطع استراتيجية الترجمة كلمة بكلمة بما انه  
يحتوي مجرد اسماء . الا انه اضاف اختصار " الجمهورية الديمقراطية للكونغو" والتي  
يقابلها في اللغة الفرنسية

"République Démocratique du Congo "

"وكان هذا الاختصار في شكل ثلاث حروف فقط وهي :

R : République RDC

C : Congo

D : Démocratique



المشهد الحادي عشر : 00:53 00:57

" الفرده من بشار ،قانقا من اليزي و تيندي تمنراست

"El Farda de Bechar , ganga d'llizi et Tindi Tamanrasset "

تتضمن الجملة كلمات لا يمكن حذفها و هي عبارة عن اسماء فرق موسيقية و اماكن  
فقام المترجم باعطائها مقابلات و عوض الوحدة اللغوية بوحدة اخرى في اللغة الهدف  
اذ استعمل تقنية الترجمة الحرفية .

تستقطب المنطقة عددا معتبرا من السياح الذين تجذبهم الطبوع الموسيقية المختلفة .



المشهد الثاني عشر : 01:02 01:07

"تظاهرة تحت رعاية وزارة الثقافة وولاية تمنراست"

"démonstration sous les auspices du ministère de la culture et la

wilaya de tamanrasset "

و هي ترجمة بالتكليف تعبر عن عناصر الجملة دون ان تخل بالمعنى الأصلي.



نلاحظ في هذا الفيديو توافق كبير بين الصوت و الذي يمثل الجانب السمعي و الصورة الجانب المرئي و المترجمة، بحيث تعبر الصور عن محتوى الفيديو (الجانب السمعي) و كذا المترجمة و يساهم ذلك في سهولة الفهم .

## الخاتمة

قد تناولنا المترجمة كاختصاص منفصل عن التخصصات الأخرى في المجال السمعي البصري، كونها إنتاجا كتابيا للشريط المصور والأسبق ظهورا قبل الدبلجة حيث نشهد اليوم حركة شغوفة و كبيرة لمترجمة كل ما هو جديد في السينما من قبل مترجمين هواة في المجال السمعي البصري بعيدا عن المقاييس العالمية المفروض إتباعها ، لنقل الحضارات و الثقافات ناهيك عن ذكر الرقابة التي تخضع لها المترجمة في المجال السمعي البصري.

تبعاً للإشكالية المطروحة في المقدمة أمكننا التوصل إلى نتائج عديدة نذكر

منها ما يلي:

1. ضرورة التحكم في اللغة المصدر و الهدف شرط أساسي في عملية

الترجمة.

2. على المترجم اللجوء إلى المفردات البسيطة المعتادة و الابتعاد عن كل ما

هو غامض للوصول إلى أكبر قدر ممكن من القراء.

3. يجب على المترجم أن يتمكن من الحفاظ على ما له أهمية و لا يمكن حذفه و

إسقاط ما يمكن أن يتم المعنى من دونه.

4. احتلال الترجمة الحرفية مكانا كبيرا في المترجمة.

5. على المترجم احترام القيود الزمنية و المكانية وقت ظهور المترجمة و

اختفائها و مكان ظهورها لتجنب أنواع التشويش.

## الخاتمة

6. على المسترجح أن يكون ملماً بثقافة و موضوع الإشهار حتى يتمكن من فهم المقصود في اللغة الأصل و ترجمته إلى اللغة الهدف.

7. إمام المترجم بمختلف التقنيات المستخدمة في المجال السمعي البصري خطوة جد مهمة.

8. رجوع المترجم إلى المترجات ضروري لأنه يساهم في الوقوف على الأخطاء و النقائص.

9. اللجوء إلى استعمال المحصول الثقافي للتأثير في السياح نقطة مهمة.

10. الترويج للسياحة الصحراوية يهدف إلى ترقية و تنمية السياحة

11. للإشهار السياحي دور كبير في تحسين الصورة السياحية.

الموضوع وبالرغم من القضايا و الأبحاث التي عرفها المجال السمعي البصري إلا أن يحتاج إلى المزيد من الدراسة لتطوير الترجمة السمعية البصرية لذلك يجب حث

الباحثين على الغوص و التعمق في غمار هذا المجال

وفي الأخير نرجو أن نكون قد أسهمنا من خلال هذا البحث في الإجابة عن

الإشكاليات المطروحة على صعيد الترجمة الاشهارية السمعية البصرية. راجين أن يكون هذا البحث نقطة انطلاق بحوث أخرى.



## قائمة المصادر و المراجع:

المعاجم و القواميس :

- Le petit Larousse illustré 2012
- Larousse dictionnaire français 2009.

المراجع

العربية:

خشاب جلال، تجليات الموروث في الخطاب الاشهاري العربي.

إبراهيم سيب، إشكالية السترجة في المجال السمعي البصري

عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات و المعوقات

(2000\_2025) في ظل الإستراتيجية السياحة الجديدة للمخطط التوجيهي

للتهيئة السياحية.

هدير عبدالقادر، واقع السياحة في الجزائر و افاق تطورها.

صابر لامية، الحملات الاعلانية ودورها في التوعية الدينية للشباب.

## المجلات العربية :

عامر الزناتي الجابري، إشكالية ترجمة المصطلح \_ مجلة البحوث

القرآنية.العدد 9

خلود وليد الكعيلي، دراسة ميدانية لعينة فنادق في محافظة اربيل و بغداد و

النجف، مجلة الإدارة و الاقتصاد.العدد 87 .

د.فراح رشيد، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية و الحد من

أزمات القطاع السياحي، مجلة أبحاث اقتصادية و إدارية. العدد 12، 2012.

## المراجع الأجنبية:

- Jaques Claviez, Pratique de la communication et de la publicité, « comment s'y prendre pour mieux vendre ».
- Mathieu Guidère, Introduction à la traductologie : penser la traduction ; hier, aujourd'hui, demain.
- José Manuel Cruz Rodriguez, Le slogan publicitaire : une lecture des notions pour la vente des produits et des services dans les secteurs du transport aérien et de l'hôtellerie.
- Ircm , Le guide pratique de la communication.

- Jean Marc Lavaur, Adriana Serban, La traduction audiovisuelle :  
Approche interdisciplinaire de sous titrage.
- Yves Gambier, Les transferts linguistiques dans les médias  
audiovisuels.
- Laurence Raw, The silk Road of Adaptation transformations across  
Disciplines and cultures.
- GoumriSaid Souad, l'impact de la publicité télévisé sur le  
comportement du consommateur algérien.
- Mathieu Guidère, translation practice in international advertising.
- Mathieu Guidère, publicité et traduction.
- Yves Gambier, La traduction audiovisuelle : un genre en  
expansion.
- Harouat Fatima zohra, Comment promouvoir le tourisme en  
Algérie ?.

مواقع الانترنت:

- [www.erudit.org](http://www.erudit.org)

## الفهرس

	شكر و تقدير
	اهداء
	مقدمة
6	الفصل الاول: الترجمة الاشهارية بوصفها رسالة تواصلية
6	المبحث الأول: الإشهار والاتصال
6	مفهوم الإشهار
7	وسائل الإشهار
8	مكونات الإشهار
8	الشعار
9	الومضة الاشهارية
11	الإشهار و الاتصال
12	المبحث الثاني: الترجمة الاشهارية والسمعية البصرية
12	الترجمة الاشهارية
14	الترجمة السمعية البصرية
14	المبحث الثالث : السترجة و استراتيجياتها
15	السترجة
16	استراتيجيات السترجة
16	الترجمة الحرفية
17	الحذف
17	التكثيف
18	التكييف
20	الفصل الثاني
20	المبحث الأول: تعريف السياحة، مجالاتها، خصائصها
20	مفهوم السياحة

## الفهرس

21	خصائص الخدمات السياحية
22	المبحث الثاني: تعريف الترويج السياحي، أهدافه و وسائله
22	الترويج السياحي
22	وسائل الترويج السياحي
23	أهداف الترويج السياحي
23	الإشهار السياحي
24	المبحث الثالث: دور ترجمة الإشهار السياحي في الترويج للسياحة
24	أهمية الإشهار السياحي في الترويج السياحي
25	المبحث الرابع: دور الترجمة الاشهارية في الترويج السياحي الصحراوي
25	السياحة الصحراوية
25	دور الإشهار في تنمية السياحة الصحراوية
25	دور الترجمة الاشهارية في الترويج السياحي الصحراوي
27	الفصل التطبيقي:
27	المهرجان الدولي لفنون الاهقار في طبعته الثانية من 11 الى 17 جانفي و برنامجه.
42	تحليل سترجات الومضة الاشهارية.
59	الخاتمة.
62	قائمة المصادر و المراجع.
	الفهرس.
	الملخص.

## التلخيص:

نسعى في هذا البحث إلى إبراز أهمية و دور الترجمة الاشهارية و السمعية البصرية في تنمية الترويج السياحي التي نالت انتشارا واسعا و أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياة الفرد.

ركزنا في بحثنا على المترجمة باعتبارها الأسبق ظهورا قبل الدبلجة و الأكثر انتشارا، محاولين الإجابة على أهم الإشكاليات التي يطرحها البحث و إبراز دور ترجمة الإشهار السياحي في الترويج السياحي.

**الكلمات المفتاحية:** الترجمة السمعية البصرية، المترجمة، الترجمة الاشهارية، الإشهار السياحي، الترويج السياحي.

## Résumé :

Dans cet article, nous cherchons à mettre en évidence l'importance et le rôle de la publicité et traduction audiovisuel dans le développement de la promotion du tourisme, qui a répondu et est devenue une partie intégrante de la vie de l'individu.

Dans notre recherche, nous nous sommes concentrés sur le sous titrage le plus ancien avant le doublage et la plus répandue, en essayant de répondre à des problèmes les plus importants posés par la recherche et de mettre en évidence le rôle de la traduction de la publicité touristique dans la promotion du tourisme.

**Mots clés:** Traduction audiovisuel, sous titrage, la traduction publicitaire, la publicité touristique, la promotion du tourisme.

## The Summary :

In this study we seek to highlight the importance and the role of publicity and audio-visual translation in tourism promotion development for which she received widely prevalent and has become part and parcel of a person's life.

In our research we focused on the former subtitle as ancient before the dubbing and the most widespread, trying to answer the most important problems posed in the research and highlight the role of translation of tourism publicity in tourism promotion.

**Key words:** audiovisual translation, subtitle, translation advertising, tourism publicity, tourism promotion.