

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE

SCIENTIFIQUE

ⵓⵎⵓⵔ ⵎⵎⵎⵔ ⵉⵔ ⵓⵣⵓⵣⵓ

ⵕⵓⵎⵓⵔ ⵎⵎⵎⵔ ⵉⵔ ⵓⵣⵓⵣⵓ

ⵕⵓⵎⵓⵔ ⵎⵎⵎⵔ ⵉⵔ ⵓⵣⵓⵣⵓ

Universite muloud mammeri de tizi-ouzou
Faculté des lettres et des langues
Département de traduction



جامعة مولود معمري - تيزي وزو
كلية الآداب و اللغات
قسم الترجمة

الميدان : لغات أجنبية
الفرع : ترجمة
التخصص: عربي /فرنسي/عربي

رقم الترتيب:

الرقم التسلسلي:

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

إشكالية ترجمة أسماء الأماكن في النص السياحي دليل
« Constantine »

للمؤلف: JAOUDET GASSOUMA ، أنموذجا

بإشراف :

أقزوح سليمة

إعداد الطالبة :

مغزوشن تركية سهام

لجنة المناقشة :

✚ أيت بوجمعة علفية ، أستاذ مساعد صنف-ب- ، جامعة مولود معمري تيزي وزو.....رئيس
✚ أقزوح سليمة ، أستاذ مساعد صنف-أ- ، جامعة مولود معمري تيزي وزو.....مشرف
✚ بوعلوط زهية ، أستاذ مساعد صنف-ب- ، جامعة بليدةعضو مناقش

السنة الجامعية : 2023/2022

كلمة شكر

وإذنا كان للمرء أن يذكر لكل ذي فضل فضله، فإننا نتوجه بالشكر

والعرفان وخالص التقدير والاحترام لكل من علمنا حرفنا

كما أتقدم بخالص الشكر ومعظيم الامتنان لأستاذة الفاضلة

<< أقزوح سليمة >>

لقبول الإشراف على هذا العمل

كما أتقدم بالشكر الجزيل للسيدات والسادة أعضاء لجنة المناقشة

لقبولهم مناقشة هذا العمل وإجراءه

إهداء

أهدي عملي المتواضع إلى جديتي أطلب من الله أن يسكنها فسيح جنانه

إلى أمي التي ربنتني وتعبرت عليا وسهرت لأجلي

إلى أبي الذي ساعدني وكان سندا في حياتي

إلى قرية عيني وكل فرد في عائلتي قام بتقديم المساعدة لي

إلى كل صديق وصديقة مقرب مني وأمضينا هذه السنوات بكل حلوة أو مرارة

إلى الأساتذة الكرام الذين رافقونا خلال مسارنا الدراسي

إلى كل فرد شارك في إنجاز هذا العمل من قريب ومن بعيد.

تركية سماه

مقدمة

مقدمة:

عرفت السياحة منذ وجود البشرية على نشاط معمورة فنشأت من فكرة تنقل الإنسان من مكان لآخر لعدة أغراض منها رؤية الأماكن الجديدة والتعرف على مظاهر الحضارات والثقافات المختلفة، واكتشاف المعالم السياحية والآثار الموجودة حول العالم، حيث أصبحت السياحة منذ ذلك الحين جزء مهما من القرن العشرين سواء على المستوى الاقتصادي أو الاجتماعي أو الإعلامي، كما كانت التجارة مصدر هام في تلك الفترة

تؤدي الترجمة دورا محوريا لترقية السياحة، كما تساهم في التعريف على المعالم السياحية ووجهاتها وأيضا في التواصل عن طريق المطويات السياحية والكتيبات وغيرها، فنجد الخطاب السياحي يعتمد على الصور والرموز والنصوص، وقد نلجأ إلى استخدام وسائل الإعلام لإحداث التأثير والإغراء لدى المتلقي، وكل هذا يعتبر إشكالية كبيرة من حيث الاستراتيجيات المستخدمة وهذا ما يدفع المترجم بالتغلب على الصعوبات التي يتلقاها أثناء الترجمة.

تكمن أهمية هذا الموضوع في القراءة أو الاطلاع على النصوص السياحية كالكتيبات و المنشورات السياحية ,حيث يدفع السائح على التواصل مع مدينة أو منطقة ما فأول تصور لهم يظهر من خلال ترجمة هذه النصوص في معظم الحالات ,غالبا ما تتطلب السياحة إلى الخدمات السياحية و بالأخص الإعلان لجذب السياح ,من خلال الترجمة المؤدية يبلغ هذا الإعلان أكبر عدد من الأشخاص من مختلف الجنسيات و هذا ما دفع الترجمة إلى اقتحام ميدان السياحة ,حيث يعتبر دور المترجم في نقل النص السياحي بنفس التأثير مع احترام المبادئ و استراتيجيات هذه النصوص .

جاء بحثنا تحت عنوان " إشكالية ترجمة أسماء الأماكن في النص السياحي دليل Constantine للمؤلف JAOUDET GASSOUMA نموذجا"، كما قمنا باختيار مدونة تتمثل في دليل سياحي عن ولاية قسنطينة، دار النشر البيازين الصادر باللغة الفرنسية حيث قمنا بترجمة أجزاء منه إلى اللغة العربية.

أما عن الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع نذكر في مقدمتها الأسباب الذاتية التي تتمثل في الاهتمام بهذا التخصص و الشغف الذي نكمنه في دخولنا للسفر و الترويج للأماكن السياحية و الميل لهذا النوع من النصوص الإغريقية و عن الدوافع التي دفعتنا لإختيار الدليل هو المكانة المرموقة التي تحتلها المنطقة في الجزائر بشكل عام و الشرق بشكل خاص و هذا راجع إلى سياختها الخلابة و جسورها المعلقة و مساجدها القديمة و تاريخها العريق ،فلذا أردنا تطبيق كل ما تعلمناه في الترجمة ،و من جهة أخرى العمل على تخطي الصعوبات التي تلقيناها عند الترجمة و كل هذا دفعنا بالتعريف على تراثنا و ثقافتنا للأجناس الأخرى

من هذا المنطق قمنا بطرح الإشكالية التالية:"ماهي استراتيجيات وصعوبات ترجمة أسماء الأماكن في النص السياحي؟

ومن أجل الإجابة على هذه الإشكالية تم طرح التساؤلات الفرعية الآتي ذكرها:

-ماهي خصوصيات الخطاب السياحي؟

-ماهي العلاقة بين الترجمة والسياحة؟

ومحولة منا للإجابة على هذه الأسئلة إقترحنا الفرضيات التالية:

- قد تعتبر العلاقة بن الترجمة والسياحة علاقة متكاملة، حيث أن الترجمة عامل أساسي في الترويج للسياحة وتوسيع أركانها والتأثير على السائحة وخاصة الأجانب، كما تساهم في توسيع وإثراءه مجال اختصاص الترجمة.

-قد يكون للنصوص المتعلقة بالسياحة سمات مشتركة مع جميع النصوص الأخرى قد تكون أيضا فريدة من نوعها لبعض النصوص، لأنها تميل إلى إقناع الجمهور العام والترويج له والتعامل معه.

-أما الصعوبات التي قد يواجهها مترجمي النصوص السياحية فهي نقل البعد الثقافي الى السياح الذين لديهم القليل من المعرفة عن الثقافة الجديدة، كما أن نقص هذا النوع من الترجمة إلى متخصصين هو قد يكون الدعم المؤسس لتطوير قطاع السياحة في البلاد.

- واجهنا عدة صعوبات نذكر في سبيل المثال قلة المراجع في هذا التخصص وأبحاث الترجمة على مستوى المكتبات الجامعية الجزائرية باستثناء بعض المقالات والملاحظات المتوفرة باللغات الأجنبية على المواقع الإلكترونية.

فيما يتمثل في الفصل التطبيقي سنقوم بترجمة الأجزاء المتعلقة بأسماء الأماكن والمصطلحات الجغرافية من مدونتنا المختارة. وأثناء محاولتنا لتطبيق استراتيجيات الترجمة بحيث سنحل ويعلق عليها، كأسماء الأماكن وجميع أنواع المصطلحات الجغرافية بكل أنواعها. ومن خلال بحثنا اعتمدنا على المناهج الوصفية لوصف خصائص الخطاب السياحي وترجمة السياحية وكذلك من أهم النظريات الموثوقة، في هذا التخصص اعتمدنا على المنهج التحليلي لاكتشاف الأساليب والتقنيات المتعبة والصعوبات التي يواجهها المترجم.

وقد تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول، فصلين نظريين حيث جاء في الفصل الأول بعنوان المدخل إلى لغة السياحة أما الفصل الثاني استراتيجيات وصعوبات ترجمة للنص السياحي أما فيما يتعلق بالفصل التطبيقي جاء بعنوان ترجمة المدونة "قسطنطينة" من الفرنسية إلى العربية وتحليلها وفي الأخير الخاتمة أين ذكرنا أهم النتائج التي توصلنا إليها.

أما الدراسات السابقة التي تم الاعتماد عليها خلال بحثنا فتمثل في:

وقد اعتمدنا في دراستنا على مذكرة الماستر في الترجمة بعنوان "صعوبات ترجمة النصوص السياحية بين العربية والفرنسية: السنة أولى ماستر نموذجاً للطالبة بوطرفة مريم، بقسم الترجمة من جامعة باجي مختار عنابة، وكتاب فيني وداريلينه تحت عنوان stylistique

،paris ،comparée du français et de l'anglais ;Méthode de traduction
،1958 ،didier و بعض المراجع السياحية ونذكر في سبيل المثال القاسمي علي . الترجمة
وأدواتها: دراسات في النظرية والتطبيق مكتبة ناشرون، بيروت ،2010 و القواميس كقموس
محمد بن مكرم بن منظور الإفريقي المصري جمال الدين أبو الفضل، لسان العرب، الطبعة
الثالثة، دار صادر بيروت لبنان،1995.

الفصل الأول
مدخل إلى لغة السياحة

تحتلّ السياحة مكان هام على كل المستويات فلذا شكّلت محورا هاما في الترجمة وهذا لأن الإصدارات السياحية تخص الاجانب بالدرجة الاولى، حيث يلجأ إلى الترجمة بكل اللغات من أجل نقل نفس الخطاب السياحي إلى هذه اللغات المستهدفة. ولكي نقوم بعملية الترجمة يجب على المترجم استعاب ميزات هذه اللغة، ومن هنا قسمنا الفصل الأول إلى عدة نقاط منها مفهوم السياحة، خصائص لغة السياحة، استراتيجيات الخطاب السياحي والعلاقة بين الترجمة والسياحة.

1- مفهوم السياحة

تعددت التعريفات المتعلقة بهذه المفردة، فذهب الجميع من زاوية الذي يختص فيه ويمكننا تعريفها كآتي:

1-1. السياحة لغة

جاء في لسان العرب لابن منظور أن: السياحة مصدرها ساح يسيح سِياً وسيحاناً: إذا جرى على وجه الأرض. ويقال: ساح في الأرض يسيحُ سياحةً وسيوحاً وسيحاً وسيحاناً: أي ذهب لقضاء حاجة معينة ولأسباب وأهداف عديدة ضمن سيكولوجية وفسولوجية الإنسان اللتين تحركانه نحو هدف معين. والسياحة يقصد بها الذهاب في الأرض للعبادة والترهب. (لسان العرب 1994: 492/2) كما وردت هذه المفردة في القرآن الكريم في قوله تعالى: " فسيحُوا في الأرضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ ". (سورة التوبة: الآية 2)، والسائح جمعه سائح، وهو المنتقل في البلاد للنتزه أو للاستطلاع والبحث. (القاموس الجديد للطلاب، 1991:448).

وبهذا يتبين أن السياحة في اللغة هي مطلق الذهاب في الأرض للعبادة أو للنتزه أو الاستطلاع أو غير ذلك. وبالرغم من هذا لم تدخل كلمة السياحة في أدبيات الحضارة العربية الإسلامية وأستعيض عنها بلفظ الرحلة والرحالة. (قاسم الإمامي، 2013:24).

2-1. تعريف السياحة اصطلاحاً

سننتظر إلى أهم التعريفات:

لقد كان أول تعريف للسياحة للألماني (Jobert feuler جوبر فولير) سنة 1905، حيث قال: " إن السيّاحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة بشرية من ظواهر العصر الحديث، أساسها الحصول على الاستجمام وتغيير المحيط الذي يعيش فيه الإنسان، للتذوق بجمال الطبيعة وبنشوة الاستمتاع بها. (مرسي ال حريري18/1999). وذكرتعريف اخرللمنظمة العالمية للسياحة (OMT) كما وصفت السياحة بانها نشاط صناعي في العبارة التالية:"سفر بهدف الترفيه أو التطبيب أو الاكتشاف، وتشمل السياحة توفير الخدمات المتعلقة بالسفر، والسائح هو الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومترات على الأقل من منزله " (حمدي،1997،12/).

3-1. أصول السياحة كمصطلح

إن السياحة كممارسة بالمفهوم الحديث لم تكن معروفة قديماً باستثناء رحلات العلماء، طلباً للمعرفة أو لأهداف أخرى. كما عرف قديماً ما يسمى بـ «الجولة الكبرى» التي قام بها مفكرون بين القرن السابع عشر ومطلع القرن التاسع عشر في أوروبا بهدف إعادة استكشاف الحضارتين القديمتين الرومانية والإغريقية

(<https://ar.wikipedia.org> تاريخ الاطلاع، 22/07/2022)

أما كلمة سياحة فأصلها إغريقي، ويقصد بها تلك الوسيلة المساعدة على رسم دائرة. واستخدمت كلمة "سائح" في اللغة الانجليزية للمرة الأولى عام 1772، أما مصطلح "السياحة" «Tourisme» فظهر أول مرة في المناطق البريطانية عام 1811، وشاع استعماله فيما بعد للإشارة إلى عودة الشبان الإنجليز الذين يقومون بأسفار لأهداف تعليمية أو تجارية. (KORSTANJE, 2007 CITE DANS HADDOUCHE ET ALI-BELHADJ, 2015: 4).

ومع قيام "توماس كوك" (Thomas Cook توماس كوك) بتنظيم التجربة الأولى للرحلات الشاملة (مستخدماً قطارا مستأجراً) في إنجلترا عام 1941م، حيث سافر فيه أكثر من

570 مسافرا. وهنا بدأت ممارسة السياحة الجماهيرية بالمفهوم الحديث أي "السفر لأجل المتعة". و استمر "توماس كوك" بالضغط على الحكومات البريطانية من أجل إتاحة عطل سنوية للموظفين قصد القيام بالسياحة و بالتالي توفير أكبر عدد من الزبائن الذين يسمّون "سياحا". (Lanquar ، 1995 : 8)

وعرّفت عصابة الأمم في عام 1936م " السائح الأجنبي" بأنه شخص يسافر إلى الخارج لمدة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة"، ثم قامت منظمة الأمم المتحدة (التي جاءت بعد العصابة سنة 1945) بإجراء تعديل على هذا التعريف في العام 1945م عبر إضافة جملة "الإقامة لمدة ستة أشهر كحد أقصى

<https://ar.wikipedia.org> تاريخ الاطلاع، 22/07/2022)

ومع خمسينيات القرن الماضي انتشرت السياحة في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية حكرا، لكنها ازدهرت مع الزمن وصولا إلى أيامنا هذه.

2- خصائص لغة السياحة

ثمة مميزات خاصة تتميز بها لغة السياحة بكونها مباشرة وبسيطة و متماسكة وتعبيرية وذات أسلوب جذاب، حيث تسعى إلى التفاؤل وخلق البهجة عند القارئ حتى يكون موقفه إيجابيا، كما تكون لغة عامة تستهدف لجذب أكبر عدد ممكن من السياح. وفي بعض الاحيان لغة أدبية نوعا ما حتى تزيد من جمالية النص، أما معظم المصادر فتستند إلى الباحث جراهام دان (Graham Dann) سنة 1996م، باعتباره اهتم بدراسة لغة السياحة، حيث اعتمد في بحثه على النظرية السوسيولسانية في كتابه المعروف:

« *The language of tourism: A sociolinguistic perspective* »

ويرى دان (Dann) (2/1996) في مقدمة الكتاب أن للسياحة لغة الخاصة بها، ويعرفها بأنها " لغة منظمة تتبع قواعد نحوية معينة وتستخدم مصطلحات متخصصة وفقا لمحتوى

دلالي، كما تعمل على نقل الرسائل بالاعتماد على مجموعة من الرموز، أي أنها تتمتع بسجل لغوي خاص بها". وتتمثل هذه الخصائص في:

1-2. الوظائف

ثمة مجموعة من الوظائف تقوم بها اللغة وقد حددها اللغوي الروسي رومان جاكوبسون ROMAN JAKOBSON، لأنها ذات بعد لساني وظيفي. وهذه الوظائف تقابل ستة عناصر، وهي: المرسل ووظيفته انفعالية، والمرسل إليه ووظيفته التأثيرية، والرسالة ووظيفتها الجمالية، والمرجع ووظيفته المرجعية، والقناة ووظيفتها حفاظية، واللغة ووظيفتها وصفية وتفسيرية.

(jamilhamdaoui.blogspot.com، تاريخ الاطلاع 29/07/2022):

وتتمثل هذه الوظائف في:

: (Jakobson, R cité dans Innis, Robert, 1986: 150)

1-1-2. الوظيفة التعبيرية: Fonction expressive

هذه الوظيفة تركز على المرسل وعلاقته بالرسالة وموقفه منها، كما تعبر الرسالة عن حالة مرسلها (طبال بركة، 66/1993).

2-1-2. الوظيفة التأثيرية أو إلهامية: Fonction cognitive impressive

وتتمثل العلاقة بين الرسالة والمستقبل (المرسل إليه)، غايتها حصول على رد فعله أو استجابة منه وإثارة انتباهه. (اريص، 2014/80)، ومن أمثلتها النداءات.

3-1-2. الوظيفة المرجعية: Fonction référentielle démotive

تسمى أيضا معرفية، وهي أساس التواصل فتحدد العلاقة بين الرسالة والغرض منها، كما تشير إلى السياق أو معنى الرسالة. (طبال بركة، 76/2007). مثل الإعلان، كما توصف بالإيحائية كون اللغة تحيلنا على أشياء وموجودات نتحدث عنها بالرمز إليها. (بومزير، -31 2007/25).

4-1-2. وظيفة إقامة الاتصال: Fonction métalinguistique

مصطلح إقامة الاتصال هذا أوجده "مالينوفسكي" (MALINOWSKI) للدلالة على أهمية اللسان الذي يقوّي ويشدّ جذور الصلة بين الناس عبر تبادل الكلمات البسيطة، وتتعامل مع الرموز بحد ذاتها. (طبال بركة 25-31/2007). وتمثل قدرة اللغة على التحدث عن نفسها، لذلك يسميها البعض بالميتالغوية أو ما واء اللغة.

5-1-2. الوظيفة التنبيهية Fonction phatique

وتشير إلى قناة الاتصال، وهي اللغة المستخدمة لإنشاء وإطالة مدة التواصل أو وقفه بين المرسل والمرسل إليه، وتوظف لشد انتباه المخاطب أو التأكد من استم ارر جاهزيته للاستقبال، إذ تتسحب العملية التواصلية قليلاً من دائرة الرسالة للتأكد من تمريرها، لذا يشترك المرسل والمستقبل في صنع هذه الوظيفة. (بومزير، 34-38/2007).

6-1-2. الوظيفة الشعرية: Fonction poétique

وتركز على الرسالة بحد ذاتها، ومن أمثلة ذلك: وسائل اللغة مثل الاستعارات، وقد حددها "جاكوبسون" على اعتبار أنها تمثل العلاقة القائمة بين الرسالة وذاتها ويستدل على تفسيره هذا أنها الوظيفة الجمالية للرسالة. (رابص، 2014/ 84).

وطبّق الباحث "خوسيه لويس فيبس بوار JOSÉ LUIS FEBAS BORRA، نموذج "جاكوبسون" في دراسة لمحتويات مئتان وخمسون (250) كتيبا سياحيا اسبانيا صدرت على مدى فترة 15 عام، فتوصل إلى ظهور الوظائف الستة في الكتيبات السياحية، مع طغيان وظيفتين هما: الأولى تتمثل في الوظيفة الانفعالية (التعبيرية) باستخدام الصفات وصيغ التقضيل، والثانية تتمثل في الوظيفة الشعرية المتجلية في المعاني نحو الاستعارات، مما أضفى بهجة وجمالا لدى المتلقي. وقد أثبت "بوار" أهمية هذه الوظائف حتى تتجح عملية الاتصال

مع التشديد على دور مرسل الكتيب السياحي في توفير معلومات حول الوجهة السياحية (الوظيفة المرجعية). (Dann 1996/36-38)

2-2. البنية

وهذا يعني ان لغة السياحة قد تستعمل لثنائيات التباين والأضداد في النصوص والصور مثل مركز المدينة، الميناء والصحراء، النهر والواحة. من أجل نقل كل معالم الوجهة السياحية، سنقدم مثال التالي:

" تتسم قرطاجنة بسحرها الأسر الذي يتزوج بين الحداثة والقدم، الحساسة والقوة، الاستقرار والتنقل، والتي تدعونا في كل مرة إلى اكتشاف معالمها
(BORRA, CITE DANS: DANN, 1996: 46-47).»

2-3. عدم تحديد هوية المرسل

تتجر عن هذه الخاصية حالة من عدم يقين القارئ بهوية مرسل الكتيب السياحي، حيث أنه نادرا ما يعرف من هو المرسل، وبالتالي لا يمكن للقارئ المراهنة على صحة المعلومات الواردة في الكتيب السياحي من عدمها. (Dann, 1996, 62-63) و إن كان عدم التحديد لا يؤثر بشكل مباشر على صورة الوجهة. (Louise, 2004: 34)

2-4. المونولوج

يرى "دان" أن الكتيبات السياحية تمثل مونولوجا لكون القارئ السائح أو المستمع منفصل زمانيا ومكانيا عن المرسل (المتحدث) في كثير من الحالات. (Dann, 1996, 62-63)

2-5. الابتهاج

هي خاصية تبعث على إدخال البهجة والتفاؤل في نفس السائح الباحث عن الراحة والأمان وإغوائه باختيار الوجهة. ولذلك يتم التركيز على الجوانب الإيجابية والغريبة للوجهة

السياحية، التي يتم إظهارها بشكل لائق وخالي من أي عيب، كما يتم حذف كل الصعوبات اليومية التي تواجه السكان المحليين من الكتيب السياحي. (نفسه)

2-6. الحشو

هي خاصية تميز لغة السياحة عن غيرها بطبيعتها التكرارية، وتؤدي إلى السيطرة على توجهات السائح والتحكم في قراراته عند السفر. فالسياح ينظرون إلى محتويات الكتيب كما لو أنها حقائق مجردة (Louise, 2004: 35)، وأن السائح الذي يقوم بزيارة الأماكن التي سبق له رؤيتها في الدليل هو ببساطة يتحقق من الخطاب الأيقوني الوارد في الكتيب (Dann, 1996: 65). كما أن أغلب الصور الفوتوغرافية الملتقطة ما هي إلا مجرد نسخ لتلك الصور الموجودة في الكتيب الذي سبق وأن اطلع عليه السائح، وهي الأكثر تداولاً (Morgan et Pritchard, 1998 cite dans Louise, 2004: 31).

ولذلك قد يستحسن السياح الذين يزورون وجهات كالهند وفرنسا عند الرجوع إلى ديارهم أن يعودوا بصور تذكارية لمعالم مثل "تاج محل وبرج إيفل"، نظراً لاطّلاعهم عليها مسبقاً في الكتيبات السياحية، فخاصية الفعل التكراري هنا هي العودة بصور تذكارية مطابقة لتلك التي رأوها قبل زيارتهم لهذه المعالم (Dann, 1996:66)

3- استراتيجيات الخطاب السياحي

يمكننا تعريف الخطاب السياحي بأنه " نسيج تتشابك فيه مجموعة من العلامات وفق قواعد تركيبية دلالية، ويفترض وجود قائل ينجز الخطاب، ومتلقي يقوم بتأويل هذا الخطاب، ويتكون من نسقين دلاليين أساسيين هما: النسق اللساني والنسق الأيقوني ». (عبد الدايم: www.univ-bouira.dz، تاريخ الاطلاع 2022/08/01). وأما أنواع الاستراتيجيات فهي:

3-1. الاستراتيجيات النصية:

ونستطيع تمثيلها فيما يلي: (Louise, 2004, 37-39)

3-1-1 المقارنة. Comparaison 1

وهي إستراتيجية لفظية تكون مثلا بالاستعارة التي قد تقارن وتشبه الوجهة بالجنة، أو إحاطتها ببعض القيم الرمزية. كما أن الاستعارة غالبا ما تقلل من الغاية التي تلف وجهتها ما يجعل غير المؤلف.. (Dann, 1996 cite dans: Louise, 2004:37) مؤلفا

3-1-2. الكلمات المفتاحية Mot clés

هي إستراتيجية مستخدمة كثيرا في لغة السياحة وتضفي إلهاما، وتستجيب لاحتياجات ومتطلبات السائح الباحث عن المغامرة والهروب من هرج الحياة اليومية ومرجها، كما أنها تخلق جوا من البهجة. فنجد هذه الكلمات الرئيسية لا تقارن الكتيبات السياحية التي تروج لمعالم الوجهات السياحية ومن أمثلة الكلمات المفتاحية نجد:

Distance, *s'échapper*, *reveler*, *decouvrir*, *imagination* et *plaisir* (Dann, 1996, 174-176)

بعيدا، الهروب، حلم، اكتشاف، خيال، والمتعة (ترجمتنا).

3-1-3. الشهادة Témoignage

هي إستراتيجية خطابية أخرى مقترنة بلغة السياحة، حيث يؤكد كل من: دان، مورغان وبريتشارد

(DANN ET MORGAN & PRITCHARD) (1996 / 176-179، 190/2000)،

بأن شهادات الشخصيات المعروفة والأكثر شعبية مثل المشاهير لها فعالية في الترويج

السياحي، حتى تصبح أكثر رغبة في نظر السياح، شريطة أن يكون المتلقي مسبقاً صورة إيجابية عن هذه الشخصية.

3-1-4. الدعاية و استهداف الأنا

ثمة أهمية كبيرة لهذه الاستراتيجيات المرتبطة بلغة السياحة:

أ) يؤكد بويار و فيالون ((Boyer and Viallon أن الفكاهة (l'humour) تعتبر حيلة فعّالة لجذب إنتباه القراء و نقل صورة الوجهة، غير أنه يجب أن يتم استخدام الدعاية في الترويج للسياحة بعناية حتى لا تفقد الوجهة السياحية روح الجد و المعنى.

(BOYER AND VIALLOON CITE DANS : DANN, 1996: 179)

ب) وأخيراً استهداف الأنا، وهي إستراتيجية شائعة الاستخدام في كتيبات السياحة لغرض إغواء قارئ الكتيب السياحي بمخاطبته مباشرة حتى يشعر بأهميته وهذا بدوره سوف ينعكس إيجابيا على صورة الوجهة في نظر السائح. (Dann, 1996 :179-188)

3-2. استراتيجيات الخطاب الإيقونية (Louise, 2004, 39-41)

تؤدي العناصر الإيقونية في الكتيبات السياحية دور هاماً في شد الأنظار، لذا فهي تشكل تقريبا 57% من المواد الترويجية في صناعة السياحة. (Dann, 1996 :190). و يبرهن كل من مورغان وريتشارد (Morgan and Pritchard) على أن الصور الفوتوغرافية هي أكثر أنواع المواد البصرية استخداماً في الكتيبات و الترويج للسياحة، لأنها تعتبر هدفاً في حد ذاتها وأمثلة حية عن الواقع بيد أن غالبية الصور التي توجد في كتيبات السياحة غالباً ما يتم التلاعب بها حتى تتطابق مع تصوّر السياح لوجهتهم مثل عرض شروق الشمس أو الرقص بالأزياء التقليدية. (Morgan & Pritchard, 1998: 172).

كما قام الباحثان "ديلي و بوار" (Dilley & Borra) بدراستين على محتويات الكتيبات من الصور حيث خلاصا إلى أن معظمها يعرض إما مناظر طبيعية أو ثقافة المنطقة المقصودة لاسيما ذات الخصوصية العريقة والتقليدية. (Dann, 1996:193)

كما نلاحظ طريقة التقاط صور الأشياء في الدليل، حيث يقدمه "دان" في دراسته الخاصة في مقاله الموسوم 'The' (Dann, 1996 cité dans: Selwyn, 1996: 61-79) *People of Tourist Brochures* التي درس فيها ما يزيد على خمسة آلاف (5000) صورة معروضة في ما يقرب من ألف و خمس مائة (1500) صفحة في الكتيبات السياحية التي تروج لبريطانيا، أين تبين لنا أن عددا كبيرا من الصور المختارة لا يظهر فيها أي انسان و هذا ما يدفع السائح لتخيل نفسه في ذلك المكان، كما أن عدم وجود أشخاص يعطي انطباعا بأن الوجهة تبدو عذراء لم يدسها قدم و لم يدخلها بشر.

كما يظهر حضور السياح في غالبية الصور موضوع الدراسة غالبا على حساب السكان المحليين، مما يشكل دافعا آخر للسائح بالحلم بأن يكون مكانهم. ودرس «دان صوار ظهر فيه السياح والسكان المحليين معا، وأشارت الدراسة إلى أن السكان المحليين قد تم تقديمهم أساسا كعمال في الفنادق والنقل مثلاً، وهو يمثل عاملا إشهاريا ترويجيا لمدى الخدمات والاستقبال. (Ibid: 63-64)

هناك انعكاس في الثقافة بالنسبة لسكان المحليين للبلد المضيف ويشكلون ما يشير إليه "ماكنال" (MacCannell)

بالمعالم الثقافية. (Dann, 1996 cite dans: Selwyn, 1996: 70). وبيّنت الدراسة أن الصور الموجودة في الكتيبات السياحية غالبا ما تحتّ السياح على القيام بتجربة مماثلة وبالتالي زيارة المكان.

ثاني إستراتيجية خطابية مرئية هي الكليشيهات البصرية (visual cliché)، التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالطبيعة التكرارية للغة السياحة. كما أن استخدام الكليشيهات البصرية في الكتيبات السياحية هو أيضاً نتيجة للاستخدام الواسع لصيغ التفضيل والاستعارات التي ترمز إلى سحر المكان، والأمثلة عن الكليشيهات البصرية الأكثر رسوخاً في مجال السياحة هي تلك التي يتم إدراج أشعة الشمس، المحيطات، الملابس المحلية الفاقعة الألوان، القرى الخلابية، الساحات الطبيعية العذراء والابتسامات من السكان المحليين فيها. (Dann: 194-195).

ومن الاستراتيجيات الخطابية البصرية الإضافية التي تجذب انتباه السياح، وفقاً لدراسة فيبس (Febas Borra)، هي اللون والشكل خاصة منها الدافئة والحية، فالأزرق يمثل المحيط والسماء بحضور قوي ومكثف، مع غياب كبير للأبيض والأسود. (نفس الموقع: 190).

ويذكر «دان» (188/1996) أن لغة السياحة نادراً ما تستخدم الصور لوحدها وهو ما جاء في مقالة لـ "رولان بارت" Roland Barthes الموسومة بـ

Rhetoric of the Image 'بلاغة الصورة'

(ترجمتها)، التي يقول فيها أنّ من الاحسن أن ترافق الصور بالإعلانات بنص لفظي أو كتابي. بالإضافة إلى ذلك، يقترح "بارت" أنّ النص المرافق للصورة له مهتمين هما: (*anchorage and relay*) التثبيت والتتبع (ترجمتها). فعند التثبيت (*anchorage*) يلعب النص دور الدليل للقارئ بتفسيره وتأويله للصورة في اتجاه معين، وبالتالي فإن الرسالة (شفهية أو لفظية) هي تكملة للصورة التي تضيف شيئاً جديداً غير مذكور في النص، ويوجد التثبيت في الإعلانات. بينما التتبع (*relay*) فيكون أكثر شيوعاً في الرسوم الكاريكاتورية. (Dann, 1996: 197-198).

4. العلاقة بين الترجمة والسياحة

هناك علاقة واضحة حيث تلعب الترجمة دوراً أساسياً من خلال ترجمة الثقافات واللغات وهذا ما سنلاحظه في العناصر القادمة

1-4. تعريف الترجمة

الترجمة لغة: الترجمة لغويا هي على وزن فعلل مصدرها «ترجم»، وجمعها "تراجم". واسم الفاعل منها هو "ترجمان" وهو "إنسان مترجم يعمل في الترجمة."
(<http://www.academiworld.com> تاريخ الاطلاع ، 2022/08/14)

1-4. الترجمة اصطلاحا

1. العلم الذي يدرس نقل معنى الكلام أو الكتابة من لغة إلى آخر.
2. العملية التي يتم بها نقل الكلام أو الكتابة من لغة إلى أخرى.
3. المنتج وهو ما تم ترجمته من لغة إلى أخرى سواء كان كلامًا أو كتابة. (نفس المرجع، تاريخ الاطلاع 2022/08/14)

ويعبر فعل الترجمة عن نقل النتائج اللغوي من لغة إلى أخرى، إذن الترجمة عملية تكمن في نقل المعنى من لغة إلى لغة أخرى. (Mounin, 1963: 236) كما يصفها لادمي ارل بأنها «الولوج إلى عالم آخر، عالم لغوي وثقافي"
(لادمي ارل، 2004: بلحوتس، 2012: 1-8). ويرى بيتر نيومارك (PETER Newmark) أن الترجمة مبنية على ثلاث ثنائيات (بلحوتس، 2014/129)، وهي:

- اللغة المصدر واللغة الهدف.
- الثقافتان المصدر والهدف.
- الكاتب والمترجم.

أما عن العلاقة بين الترجمة والسياحة فتعتبر جد وثيقة حيث تقوم الترجمة بالتعريف بوجهة غير معروفة، أين يعتمد السائح على خطاب لغوي يؤسس لحقيقة تتميز بالاجابية من أجل الإعلام وال جذب والترويج. (Faccin, 2015/2016: 5)

ثمة خصائص متعلقة بلغة السياحة لا بد من المترجم الاطلاع عليها خصائص لاستعمالها في ترجمة نص سياحي من لغة لأخرى حتى لا يفقد النص قدرته للاقناع ومهمته الترويجية. كما أن التحدث عن العلاقة بين الترجمة والسياحة ياخذنا إلى تناول أنواع الترجمة مثلما ذكرها "رومان جاك وبسون" الذي قسمها إلى أنواع:

(1) الترجمة ضمن لغة واحدة Traduction intralinguistique

ويقصد بهذا النوع من الترجمة إعادة صياغة مفردات نص ما بأسلوب مغاير لكن بنفس اللغة، وينطبق هذا على ميدان السياحة عندما يسافر السائح ضمن لغته وثقافته (Ibid: 5-6.)

(2) الترجمة من لغة لأخرى Traduction interlinguistique

وهي موضوعنا، وتعني ترجمة الإشارات اللفظية لإحدى اللغات عن طريق الإشارات اللفظية للغة الأخرى. لكن ذلك لا يعني مقارنة الكلمات ببعضها البعض فقط بل يجب أن يتكافى رموز كلتا اللغتين مع الحفاظ على المعنى الصحيح للتعبير بأكمله مع اتساق وانسجام بين وحدات النص كما تترجم ثقافتين مختلفتين كالعربية والفرنسية، ويجب أيضا الأخذ بعين الاعتبار الجوانب المشتركة بين الثقافات. (idem)

(3) الترجمة من علامة لأخرى أو ترجمة الرموز Traduction intersémiotique

وتعني هذه الترجمة نقل رسالة من أحد النظم الرمزية إلى آخر دون أن تصاحبها إشارات لفظية وسمعية وحسية مفهومة، فمثلا في الجيوش يمكن تحويل رسالة لفظية إلى رسالة يتم إبلاغها بالأعلام، أي عن طريق رفع الأعلام المناسبة. Faccin, 2015/2016: 6
للإشارة فإن اللغة ليست فقط رموزا من القواعد النحوية اللغوية والتركييبية ولكنها أيضا وسيلة تتيح للشعوب التعبير عن ذاتها وثقافتها. فقد توصل الانثروبولوجي برونيسلاف مالينوفسكي (Malinowski) (Bronislaw) بعد دراسة قام بها وسط السكان الميلاينيزيين (le

تاريخ (peuple mélanésien) <https://fr.wikipedia.org/wiki/Meélanésie> ، تاريخ الاطلاع يوم: 29/07/2022) إلى أن دلالة اللغة الأصل تضيع مع الترجمة إلى الانجليزية لذا إضاف تعليقات إلى الترجمة حتى تكون الرسالة واضحة ويقوم بإيصال الثقافة التابعة للرسالة الأصل.

لذا نقول ان في مجال ترجمة النصوص السياحية نلاحظ ان العلاقة واضحة بين الثقافة واللغة وهذا راجع الى عملية الترجمة حيث نترجم الثقافة واللغة في نفسه، ونفس الشيء يحدث عندما يكتشف السائح واقعا جديدا عبر السفر، أين يلاقي عادات ولغة مختلفة عنه. فخلال عملية الترجمة تكمن همزة وصل بين السائح وخصوصيات السياحة عن طريق الاكتشاف والإثراء وعيش تجربة جديدة.

كما أن العلاقة بين المجال السياحة والترجمة تنعكس في ذلك التقارب المتين بين الثقافة الجديدة لبلد الوجهة وبين السائح الذي ينبعث من نظام ثقافي ولغوي مختلف. (نفسه) لاحظنا ان في هذا الفصل أن المترجم للنص السياحي يتوجب عليه الإحاطة بكل مميزات لغة السياحة وهذا للحفاظ على تأثير النص المتن وإدراك العلاقة بين المرسل والمتلقي، وعلى مكونات الخطاب السياحي المتمثلة في النسقين الدلاليين اللساني والإيقوني واللذين يتوجب ان تكون في عملية الترجمة. كما أنه على المترجم أن يتمثل العلاقة بين قطاع السياحة والترجمة من أجل المساهمة في الترويج للمعالم السياحية وترجمة الجوانب الثقافية في الثقافة الأصل، وهذا لا يقل أهمية عن استراتيجيات وصعوبات الترجمة (الفصل الثاني) المعتمدة من طرف المترجم الذي ينكبّ على شاكلة هذه النصوص.

الفصل الثاني

استراتيجيات وصعوبات ترجمة النص السياحي

شكلت طريقة الترجمة عند المترجمون اشكالية، لذي اختلفت الأساليب نظرا لعدة أنواع النصوص، وهوية المتلقي ونوعه، إضافة إلى الهدف من الترجمة والسياق العام الذي تم فيه إنتاج النص الأصلي وأيضا السياق الخاص بالترجمة. كما ان نلتقي بعدة صعوبات الذي يعود الى التفاوت بين اللغات والثقافات حيث نلاحظ ايضا ان كلما زاد حجم الفجوة بين المصدر واللغة الهدف نصادف صعوبات وكل هذا يدفعنا الى تناول في هذا الفصل استراتيجيات وصعوبات المتعلقة بالنص السياحي

1. استراتيجيات ترجمة النص السياحي

لابد من ان الاختلاف الثقافي بين اللغات يشكل صعوبة في ترجمة النصوص السياحية بسبب اختلاف الذات المترجمة، وهو ما جاء به «لورنس فينوتي» ترجمة الغيرية (traduire l'altérité). ولذلك وجدت إستراتيجيتين لمساعدة المترجم والابتعاد عن هذه الاختلافات الثقافية حسب فينوتي (Venuti) وهما إستراتيجيتا التوطين والتغريب.

عرّف "جون دوليل" الإستراتيجية بأنها "المنهج العام الذي يتبناه المترجم ويوجهه لنقل نصٍ من لغة إلى لغة أخرى والتي تختلف تمامًا عن الإجراءات التُرجمية التي تتميّز بالقرارات الآتية المتخذة بشأن أجزاء النصّ الصغرى"، ومعنى ذلك أن للإستراتيجية مفهوم واسع يشمل الطريقة المنتهجة لحل مشكل في الترجمة فكثيرا ما نجد استعمال هذا المصطلح عند تشيستمرمان (Chesterman) للدلالة على الطريقة.

. (Delisle, 2003:60)

وتأكيدًا لذلك فقد جاء في قاموس "Key terms in translation studies" أن منظري الترجمة استعملوا لفظة الإستراتيجية للإشارة إلى كلٍ من المنهج العام لنقل النصّ وعملية النقل التي تجرى على بناء لغوي خاص أو عنصر أو فكرة موجودة في النصّ المصدر. ويُمكن أن ترى الإستراتيجية بمثابة المناهج العامة لنقل النصّ مثل: الترجمة بتصرف، الترجمات المتضادة، الترجمة الوثائقية والترجمة الهادفة. وتتعلق الاستراتيجيات الموضوعية بأجزاء النصّ

الصغرى التي وُصفت بطرق مختلفة كعمليات النقل أو التغييرات أو التقنيات الترجمانية، والتي تعد موضوع العديد من التصنيفات مثل تصنيف "فيني وداريلني" (1958)، وتصنيف «نايدا» (1995). (Palumbo ,131/2009)

وقدّم يز "جون دوليل" (Jean Delisle) (60/2003) في كتابه "La traduction raisonnée" من "Procédés de transfert" ومعناها إجراءات النقل و "Stratégie de traduction" والمقصود بها إستراتيجية الترجمة، حيث يقول:

« *Procédé de transfert linguistique des éléments de sens du texte de départ appliqué par le traducteur au moment où il formule une équivalence. Par opposition aux stratégies de traduction qui orientent la démarche globale de la traduction à l'égard du texte à traduire, les Procédés de traduction portent sur des segments de texte relevant du microcontexte* » (Idem)

" إجراء نقلٍ لغوي لعناصر معاني نص الانطلاق يستعمله المترجم أثناء صياغته للمكافئ وعكس استراتيجيات الترجمة التي توجّه المنهج العام بخصوص النص المُراد ترجمته، تتناول إجراءات الترجمة مقاطع النص المتعلقة بالسياق الأصغر". (ترجمة خضار، 72:2015/2014).

يمكننا القول مما رأيناه سابقاً أن إستراتيجية الترجمة (التي نعنيها في بحثنا هذا) على أنها المنهج العام الذي يتبناه المترجم بطريقة واعية من البداية حتّى النهاية، والتي توجّهه أثناء تعامله مع النصّ بكماله ونميزها عن الإجراءات التقنية التي تستعمل للجمل ولأصغر وحدات اللغة.

أما " ما ثيو قيدار" (Mathieu GUIDÈRE)(97:2010) فأشار إلى العناصر التي تحدد إستراتيجية الترجمة وهي:

1. كيفية اختيار النصوص.

2. طريقة ترجمتها.

3. القرارات التي يتخذها المترجم أثناء نقله لتلك النصوص.

كما ان تلك العناصر ترتبط بعدة عوامل مختلفة قد تكون اقتصادية، ثقافية، سياسية، تاريخية أو إيديولوجية.

وهو ما ذهب إليه جوزي لامبير (José Lambert) (1988:97) حيث يرى أن الإجراءات والتقنيات التي يوظفها المترجم قد تختار بطريقة عفوية بل تستجيب لخيارات ترتبط بعوامل ومعايير "ثقافية".

وعلى ضوء ما سبق نخلص إلى أن منظري الترجمة قد تطرقوا إلى مفهوم "الإستراتيجية" في الترجمة منذ زمن دون أن يشيروا إليها بهذا الاسم على غرار "فيني و دارلنیه" اللذان نشرا في سنوات الخمسينات كتاب "الأسلوبية المقارنة بين الفرنسية و الإنجليزية"، حيث أبراز فيه الإجراءات التقنية التي يلجأ إليها المترجم أثناء إعادة التعبير في نص الوصول عن الأفكار الواردة في النص المتن و فرقا بين سبعة إجراءات تقنية موزعة على: إستراتيجيتين هما "الترجمة المباشرة" و "الترجمة غير المباشرة" وتتضمن هاتان الإستراتيجيتان سبعة مناهج. وهو ذات التصنيف الذي استعمله "مالبلان" (Malblanc) من بعده على اللغتين الفرنسية والألمانية. (عنانی، 1997: 87).

الإستراتيجيتين المعتمدتين في ترجمة النص السياحي هما:

1-1. إستراتيجية التوطين: Domestication

في كتابه الذي يحمل عنوان (the translator's invisibility: A History of transtation) قام "لورنس فينوتي" بدراسة إستراتيجيتي التوطين والتغريب سواء من الجوانب الاجتماعية، السياسية، الإيديولوجية أو التاريخية. (ادريس، 2012: 135). ويعرف «مونداي" (Munday) (2001:146) التوطين كالتالي:

"Entails translating in a transparent, fluent, invisible style in order to minimize the

Foreignness of the target text "(Idem)

" يجب للترجمة أن تكون بأسلوب شفافة وطليق وغير مرئية وذلك بغرض التخفيف من الغرابة في النص الهدف " (ترجمتنا)

وهذا يعني أن على المترجم الابتعاد عن نقل كل ما هو غريب ومحاولة تبديل الاختلافات الثقافية الموجودة بين اللغتين بأشياء يعرفها قارئ النص الهدف، مما يساعده على فهم المعنى المقصود في النص الأصل والابتعاد عن غرابة النص الهدف.

وكمثال على ترجمة المصطلح *chapelle*، الذي هو مكان عبادة للمسيحيين وجزء من الكنيسة ولأنه لا يتوفر على مقابل يطابقه في اللغة العربية كما أن المسيحية ليست بديننا لذلك أمكن ترجمته بـ " المصلّى"، فهنا يقوم المترجم بتوطين المصطلح الثقافي وإيجاد مقابل مألوف في الثقافة الهدف بجعل القارئ يفهم المقصود مع تقادي كل ما هو غريب. أما عند أخذ مثال "عيد الأضحى" فإذا تم ترجمناه بـ *grande fête* فإننا لا محالة نفقده الشحنة الثقافية لأننا ببساطة ترجمنا المصطلح. (ادريس 2012:136)،

وعليه فإن إستراتيجية التوطين مهمة في ترجمة النصوص السياحية، لكنها تعجز عن حل جميع المشاكل الثقافية التي تواجه المترجم حيث تستلزم منه إيجاد التشابهات بين ثقافة اللغة الأصل وثقافة اللغة الهدف خلال عملية الترجمة. (بوطرفة، 2015: 59)

وتعود الفائدة من هذه النظرية في إفاصل الرسالة للقارئ النص الهدف معاني النص الأصل في حين يمكن أن تضييع الخصوصيات الثقافية للنص الأصلي خلال عملية الترجمة عند اعتماد إستراتيجية التوطين.

1-2. إستراتيجية التغريب: Exotisation

(2014، <https://trahir.wordpress.com>، تاريخ الاطلاع يوم 2022/08/22)

عرفها "لورنس فينوتي" (Lawrence Venuti) هذه الإستراتيجية

كالتالي:

« *Foreingnization entails choosing a foreign text and developing a translation method along lines which excluded by dominant cultural values in the target language* » (Baker, 2004/242)

" يستلزم التبرير اختيار نص أجنبي وتطوير طريقة ترجمة بحيث يتم إبعاد القيم الثقافية

السائدة في اللغة الهدف" (ترجمتنا)

ويقصد بأنه على المترجم عدم م اعاة العوامل الثقافية للغة الهدف في عملية الترجمة بل عليه وضعها جانبا ويهتم فقط بنقل ثقافة النص الأصل، وهذا ما ينطبق على النصوص السياحية التي تستلزم الحرص على نقل العوامل الثقافية والتاريخية بكل أمانة إلى قارئ النص الهدف. (ادريس، 2012:131-134)

وبالمثل عند تطبيق هذه الإستراتيجية على المصطلحات التالية " ازوية" و "عدة" و " الشيخ" وغيرها، فاعتمادا عليها يقوم المترجم بإدماج مصطلحات ذات شحنة ثقافية غريبة عن قارئ النص الهدف حيث بإمكانه إضافة ما يعرف بحاشية المترجم لإزالة الغموض لدى القارئ وبهذا يحرص المترجم على عدم ضياع وفقدان العوامل الثقافية الأصلية. (نفس المرجع) والفائدة من إتباع المترجم إستراتيجية التغريب خلال الترجمة يتمثل في كونها تحافظ على هوية العوامل الثقافية للنص الأصل حيث تعمل على نشر ثقافة وعادات وتقاليد اللغة الأصل في حين يتم إهمال مدى فهم القارئ للنص الهدف وكذا تأثره بعد قراءة النص المترجم. (Venuti, 2004: 20)

فإذا كانت هذه الإستراتيجية تعمل على الحفاظ على الثقافة الأصلية للنص الأصلي ونشرها فهي من جهة ستقل من نسبة التأثير على قارئ النص الهدف وهذا لا يخدم المترجم في ترجمة النصوص السياحية التي تهدف إلى إقناع السائح ولفت انتباهه. (Idem)

كما أنه، وعلى الرغم من حداثة مفهومي التوطين والتغريب، فهما مرتبطان أساساً بإستراتيجيتي الترجمة القديمتين (ترجمة كلمة لكل مة mot à mot وترجمة معنى ل معنى sens pour sens)، فالأولى ترجمة حرفية مع المحافظة على الأسلوب الأصلي واستعمال بعض الألفاظ الغريبة على اللغة المستقبلية. أما الثانية تعطينا نص مفهوم في اللغة على حساب الأمانة اللغوية والأسلوبية للنص الأصل وبالتالي محو كل السمات الثقافية للنص الأصلي. (بن سخرية، 2015/2014/60)

تعددت التسميات لكن المعنى بقي نفسه منذ الثنائية القديمة منذ شيشرون ((Cicéron. فمن التكافؤ الشكلي والديناميكي عند "نايدا" إلى الترجمة الدلالية والتواصلية عند نيومارك، والترجمة المتمركزة عرقياً والتحويلية عند بيرمان (Berman)، وصولاً إلى التوطين والتغريب عند لورنس فينوتي، الذي كان أول من استخدم مصطلحي التوطين والتغريب. ولكن لبَّ هذه الفكرة تتواجد في محاضرة

الفيلسوف واللساني الألماني "فريديريتش شلايرماخر" ((Friedrich Schleiermacher، حول طرق الترجمة المختلفة التي ألقاها سنة 1813 م، حيث يقول فيها:

« *Ou bien le traducteur laisse le plus possible l'écrivain en repos, et il fait se mouvoir vers lui le lecteur ; ou bien il laisse le lecteur le plus possible en repos, et il fait se mouvoir vers lui*

L'écrivain » (Berman, 1984:235)

"هناك طريقتين امام المترجم عند ترجمته، إما أن يبقي المترجمُ الكاتب بعيداً قدر الإمكان وينقل القارئ إليه، وإما أن يبقي القارئ بعيداً قدر الإمكان وينقل الكاتب إليه" (ترجمتنا) أي ان عندما يتبع إستراتيجية التغريب يتعاون المترجم مع المؤلف بينما في حالة التوطين يمدّ ها للقارئ. كما نصنف الأولى انها حامية للثقافة الأصل ومحافظة على طابعها الغريب،

في حين أن الثانية مُدمجة هاضمة للثقافة الأصل تسعى لمحوها على حساب الثقافة المستقبلية.

(Guidère, 2010: 98)

2. تقنيات ترجمة النص السياحي

تعرف تقنية الترجمة كإجراء لترجمة النصوص عامة بأنها جزء من الإستراتيجية، وأنها تستعمل ضمن النطاق الواسع للإستراتيجية من أجل حل مشكلة خلال عملية الترجمة خاصة تلك المتعلقة بالثقافة المادية والدينية والاجتماعية، التي تتجسد في أسماء الأماكن والأشخاص وجميع العناصر الثقافية

، ذات الخصوصية. (آيت زيان 2008: 54. cite dans Ordudari, 2007.)

وكان كل من " فيني ودارلننيه «(1958) أول من تطرقا إلى تقنيات وأساليب الترجمة في كتابهما بعنوان " Stylistique comparée du français et de l'anglais: Méthode de traduction ». فمن خلال الكتاب الذي أنجازه اقترحا سبعة مناهج تقنية للترجمة تسمح للمترجم بالانتقال من نظام لساني إلى نظام لساني آخر، عبر مراحل القراءة والتحليل والبحث قبل أي ترجمة (شوكت سيبول، 2005:61). كما قسّ ما هذه الأساليب الترجمة إلى نوعين أساليب مباشرة (الاقتراض، المحاكاة والترجمة الحرفي) وأساليب غير مباشرة (الإبدال، التطويع، التكافؤ والتصرف).

1-2. تقنيات الترجمة لـ "برينجا سفان" (Brynja SVANE)

إضافة إلى التقنيات السالفة الذكر توجد أيضا تلك الواردة في كتاب " comment traduire la Réalité? "، لصاحبه برينجا سفان (Brynja SVANE) (1998). وفيه تقول بأن تقنية النقل والترجمة الحرفية هما الأكثر مادية "concrets" بينما تقنيتا الحذف والإضافة هما الأكثر تجريدا، وبينهما توجد تقنية التكافؤ، التي تمثل حسب "سفان" الرغبة في إيجاد توازن بين طرفين على نقيض، والتزام النزاهة تجاه الأصل من أجل إرضاء حاجات القراء في اللغة الهدف (Svane, 1998: 97)، ولهذه التقنيات أهمية في ترجمة النص السياحي وتتمثل في:

2-1-1. الترجمة الحرفية : Traduction littérale

شائعة الاستخدام لكن لا تتماشى مع المصطلحات الثقافية لضياح المعنى، لذا لا يجب التثبيت بالنص الأول وتجنّب "الخوان" (les faux amis)، خاصة عندما لا تتوفر اللغة الهدف على الروابط والإيحاءات وهنا قد يضيف لها تقنية الشرح. (Ibid: 98)

2-1-2. تقنية النقل: Transfert

عندما لا يستطيع المترجم ترجمة كلمة غير موجودة في اللغة الهدف، هنا يلجأ إلى الاقتراض الثقافي ونقل الكلمة الغريبة من أجل إضفاء الطابع الثقافي على النص، ويسميه «فييناى ودارليني» بالاقتراض، وهو أنواع منها: نقل دون تكييف، نقل مع تكييف وتدقيق للأخطاء الإملائية، نقل مع تكييف مورفولوجي ونقل مع إضافة شروحات. (Lena, 2013: 16)

2-1-3. تقنية التكيف: Adaptation

يقول "مينداى" (58: 2008) (Munday) أن التكيف تقنية تستعمل لإيضاح النص الهدف، عندما لا توجد كلمة ذات طابع ثقافي في اللغة الهدف، وهناك أيضا أنواع منها التكيف الدلالي والمرجعي.

2-1-4. تقنية التحويل: Conversion

يختلف التحويل مع التكافؤ في كون الأخير إجباريا بينما الأول اختياري، وحسب فإن المترجم يلجأ إلى تقنية التحويل لإضفاء (Lederer Marianne) «ماريان لوديرور» (Lena, 2013: 17) أكثر عذوبة على النص

وتنقسم «سفان» هذه التقنية إلى أربعة فئات وهي: تحويل ثقافي، تحويل إثنومركزي، تحويل عام وتحويل خاص. فالتحويل الثقافي يستعمل عندما استبدال عبارة بإيحاءات ثقافية لا توجد في النص الأصل من أجل إحداث نفس المعنى الإيحائي في اللغة الهدف. أما التحويل الإثنومركزي فيتيح لنا استبدال اسم علم يشير إلى سياق ثقافي في اللغة الهدف بآخر مثله تماما، وإذا كانت الثقافة الهدف تفتقد لإى مرجع ثقافي أو كلمة فيتعين على المترجم استبدال هذا المصطلح

الخاص بأخر أكثر عمومية. بينما التحويل الخاص يستخدم في مقابل التحويل العام.
(Svane, 1998:100).

2-1-5. تقنية التكافؤ: Equivalence

لاحظنا أن هذه التقنية هي الأكثر استخداما عند ترجمة الخصوصيات الثقافية في أسماء الشخصيات التاريخية مثلا والمختصرات وأسماء المدن والمتاحف المشهورة. لذا نقول "سفان" أنه لا بد من إيجاد المكافئات الوظيفية للحصول على ترجمة جيّدة. ويستعمل التكافؤ بنفس طريقة "فيثاي ودارلينييه" (1958/52)، حيث يضربا مثلا على شخص يدق على مسمار بمطرقة فإذا أخطأ وأذى نفسه فإنه إذا كان فرنسيا سيألم بالصراخ "Aïe" وإذا كان انجليزيا يقول "Ouch"، ومن المكافئات المستخدمة على نطاق واسع نجد الأمثال والعبارات الاصطلاحية.

2-1-6. تقنية الحذف و الإضافة: OMISSION ET ADDITION

عندما يصادف المترجم كلمات ذات طابع ثقافي ليس لها مكافئ بين اللغتين أو يجد عبارات تشير إلى ظواهر ليس لها وجود في الثقافة الهدف، فإن المترجم يجد نفسه مجبرا على استعمال نفس الرسالة النصية دون تضييع المعنى أو المحتوى. وغالبا ما يلجأ المترجم إلى الشرح بمزيد من التفاصيل، وبالتالي استخدام الإضافة حتى يتمكن القارئ من فهم النص المترجم، وفي هذا ترى "لوديرور" أن المترجم المحنك يستطيع تعديل مع كفاءة تسمح له بترجمة الإيحاءات التي يضمنها النص الأصل.

(Seleskovitch & Lederer. 2001: 130)

وعندما يرى المترجم أن بعض المعلومات غير مفيدة، فإنه يستطيع حذفها بعد تحليل بارغماتي يقوم به. كما أنه لا يترجم سوى ما يتماشى مع ثقافة الجمهور الهدف. وكما يقول "انغو" (Ingo) أنه "لا يجب تضييع عناصر من النصوص الإخبارية"، في حين أن النصوص

الأدبية قد تضاف إليها عناصر في الترجمة من أجل تحسين وضوح الرسالة المترجمة.

(Ingo. 2007:124) 2

2- تقنيات الترجمة لـ ديفيز (Davies)

تقترح ديفيز (89-72) (2003) إجراءات معينة لترجمة الكلمات ذات الخصوصية الثقافية التي

يعجّ وهي كما يلي (Petrulionè, 2012: 45-48). بها النص السياحي

2-2-1. الحفظ: Préservation

هو أول إجراء عند ديفيز (Davies) (2003:74-70) ونستخدمه عندما لا يجد

المكافئ لعنصر ثقافي من النص المصدر في اللغة الهدف كما يعرف باسم الاقتراض، أو

التحويل (Transfert) عند بيترونيومارك. وتميز «ديفيز» بين نوعين من الحفظ:

- **حفظ الشكل: وهدفه** المحافظة على اللفظ المستعمل في النص الأصلي.
- **حفظ المحتوى: عندما** لا يحافظ المترجم على اللفظ كما هو، ولكن يحاكيه دون إضافة

أو شرح. مثل تقنية المحاكاة

2-2-2. الإضافة: Addition

تقترح "ديفيز" (2003:78-77) هذا الإجراء عندما يؤدي الحفاظ على الغرابة إلى

الغموض، وعندما يقرر المترجم الاحتفاظ بالأصل، ولكن يضيف للنص ما يعتقد أنه ضروري

لمعنى النص. وتحت هذا الإجراء تندرج ثلاث تقنيات من الإجراءات التي اقترحها "نيومارك"

هي المكافئ الوظيفي والمكافئ الوصفي، إضافة إلى الإجراءات المتضمن إضافة الملاحظات،

والإضافات والملحقات، وتقسّمها «ديفيز» بدورها إلى نوعين من الإضافة:

- **إضافة داخل النص: عندما** يدخل المترجم الشرح والتفسير إلى صلب النص مباشرة.
- **إضافة خارج النص: عندما** يضيف المترجم إضافات على شكل حواشي الصفحة أو ملحقات في ذيل الصفحة.

2-2-3. الحذف: Omission

- تقترح "ديفيز" (Davies) (81-79: 2003) الحذف كحلّ آخر، عندما يصادف المترجم صعوبة في نقل الكلمة أو العنصر الثقافي ويطبق في ثلاث حالات هي:
- الحذف عندما لا يستطيع المترجم إعادة خلق المعنى المكافئ في اللغة الهدف.
 - يمكن للحذف أن يكون قرارا خاصا بالمترجم، عندما يحكم بأن العنصر غير مقبول أخلاقيا أو أدبيا لدى قارئ الثقافة الهدف.
 - عندما نضيف للنص المترجم ما ليس فيه، ونغير منه، عندها يصبح الحذف خيارا متاحا للمترجم، كما أن "ديفيز" تشير إلى أن الإفراط في استعمال الحذف سلبية من سلبيات الترجمة التي لا بد للمترجم تجنبها قدر الإمكان.

2-2-4. التعميم: Globalisation

هو تعويض المترجم عنصرا ثقافيا بآخر أكثر حيادية وتعميما، لأن الكلمات العامة أو المحايدة كفيلة بالوصول إلى أكبر عدد من القراء المنتمين إلى خلفيات ثقافية متباينة. وهو ما يدعوه "نيومارك" بالتطبيع (Naturalisation)، وهو ما أطلقت عليه "منى بيكر" اسم الترجمة بكلمة أكثر عمومية "Translation by more general word". ولهذا الإجراء محاسن عدة مثل وصوله إلى شريحة أكبر من المتلقين، ونقل الخصائص الأساسية للمفهوم المترجم كما يساعد على تفادي التفاصيل التي منشأها التشويش على قارئ النص المترجم. ومع ذلك تؤكد "ديفيز" (83-82: 2003)، لكنه قد ينقل صورة باهتة عن الأصل، ولهذا يفضل عدم استخدامه بكثرة.

2-2-5. التوطين: Localisation

هو إجراء يتعامل مع الكلمات الثقافية ويعاكس التعميم في وظيفته كما تشير "ديفيز" (85-86: 2003) ويلجأ المترجم للتوطين عندما يريد بترسيخ عنصر ثقافي في الثقافة الهدف بدلا عن تقديم ترجمة عامة خالية من العناصر الثقافية المميزة.

وتقول "ديفيز" أن تكييف أسماء العلم وفق النظام الصوتي للغة الهدف يدخل ضمن نطاق الترجمة بالتوطين، مثال: ترجمة كلمة "حنة" بـ.(Hannah)

2-2-6. التحويل: Transformation

- هو تغير المترجم محتوى العنصر الثقافي المستعمل في اللغة الأصل؛ وحسب «ديفيز» (2003: 88-86)، لذا فإن توظيف التحويل في الترجمة قد يتم لعدة أسباب منها:
- تقييم المترجم لأفق توقعات الجمهور المستقبل في الثقافة الهدف، وتطلعاته من خلال هذا النص التي قد لا تتماشى وفكرة هذا العنصر الثقافي.
 - أحيانا أخرى يكون التحويل لتفادي غرابة وغموض النص.
 - في حالة ما يكون من المتعذر رسم حدود واضحة بين التعميم والتوطين من جهة وبين التحويل من جهة أخرى، لصعوبة تحديد أين ينتهي التعميم والتوطين، ويبدأ التحويل.

2-2-7. الترجمة الخلاقة: Traduction Créative

وتسميه "ديفيز" (Davies) (2003: 79:87:88) بالترجمة الخلاقة، وحسب "ديفيز" عندما يخلق المترجم عنصرا ثقافيا لم يكن موجودا في النص الأصلي يبدأ الابداع، ويمكن مقارنة هذا الإجراء بالترجمة الاصطلاحية عند "نيومارك"، والتي تهدف إلى إعادة إنتاج الرسالة بطريقة إبداعية من خلال استخدام التعبيرات الاصطلاحية، والمتلازمات اللفظية، الغائبة عن النص الأصلي.

وحسب "ديفيز" يوظف المترجم الترجمة الخلاقة لعدة أسباب منها:

- افتراض المترجم بأن الصيغة الأصلية ستكون غريبة ومجهولة عند جمهور اللغة الهدف.
- رغبة المترجم بتحقيق ترجمة أكثر شفافية للمتلقي.
- التعويض عن خسارة في المعنى في أجزاء أخرى من النص المترجم.

3-1. الصعوبات المتعلقة بالمترجمين

يتلقى المترجمين بعض الصعوبات ترجمة النصوص السياحية بصفة خاصة والنصوص الأخرى بصفة عامة. ونبرزها فيما يلي:

3-1-1. التمكن اللغوي و الثقافي

إن المترجم المتمكن من النصوص السياحية لا يكفي أن يكون طليق اللسان وعلى علم ودارية لغوية وأدبية كافية في كلتا اللغتين اللتين يتعامل بالترجمة بينهما. فالمعرفة اللغوية البحتة قد تكون كافية بمساعدة المعاجم والقواميس لأنها تمهد له الطريق لترجمة نصوص أقل تعقيداً وخصوصية كالترجمة التخصصية أو ت رجمة مقال أدبي أو ربما قصة قصيرة، في حين أن النصوص السياحية التي تعج بأسماء المظاهر الثقافية فتتطلب معرفة بيئية أصيلة باللغة المنقول منها والمنقول إليها وذلك لتحقيق أعلى درجات التأثير في المتلقي. (عامر، 2008:57).

يتوجب على المترجم معرفة الاختلافات البيئية بين اللغات وخاصة إذا كانت لغات متباعدة كالعربية والفرنسية فيجب على المترجم أن تكون له خبرة لغوية ناشئة وتعايش كامل مع اللغة وثقافتها، ويكون قد تعلم اللغتين التي يترجم بينهما منذ مدة معقولة وأن يكون قد ساكن أهل البلاد التي تتكلم بهاتين اللغتين، وقرأ مجلاتها المحلية، شاهد وسمع أخبارها وبتها الإذاعي. هذا بالإضافة إلى أنه يجب أن يكون قارئاً نهماً ومحباً للأدب الثقافي بكل أشكاله في كلتا اللغتين أو اللغات التي يترجم منها وإليها، ويمكن القول " أن معرفة لغتين لا تكفي لترجمة النصوص السياحية ف شخصية المترجم وثقافته وقدرته على الإحاطة بتاريخ وحاضر وثقافة كل من اللغتين ضرورية لمعرفة خبايا النص وفهم سياقه؛ لذلك ينبغي على لمترجم أن يتشبع بمفاهيم الثقافات التي ينقل عنها أو إليها". (عامر، 2008:60).

والحقيقة إن مجرد المعرفة اللغوية دون المعرفة الثقافية لبيئة العمل المترجم ومؤلفه قد تنتج ترجمة لهذا العمل، ولكن مما لا شك فيه أن ترجمة كتلك ستكون مبتورة أو عرجاء ومفتقرة

إلى العمق النفسي والفكري للعمل المترجم. ولا أدل على ذلك من عملية الاستعداد والتحضير التي يقوم بها بعض المترجمين قبل إجراء عملية الترجمة. ونذكر في هذا الصدد ما قام به المترجم "على القاسمي" قبل أن يبدأ ترجمته لرواية "الوليمة المتقلبة" لـ "إرنست همنغواي" فيما أسماه "طقوس الترجمة"، حيث سكن في شقة تقع في شارع "الكاردينال لوموان" حيث كان يسكن "همنغواي"، وتنزه على رصيف نهر السين الذي تحدث عنه "همنغواي"، واشترى الكتب من الأكشاك ذاتها، وارتاد المقاهي والمطاعم التي كان يرتادها "همنغواي". (القاسمي،-157:2010).

ومن ضمن طقوس ترجمته لرواية "الشيخ والبحر"، قام كذلك بتمضية ليلة كاملة في مركب شراعي صغير يقوده صياد سمك في شواطئ مدينة "الصويرة" المغربية. ولا نستغرب إذ أن المترجم الأمريكي "وليام بولك" قام بطقوس مشابهة قبل أن يبدأ بترجمة معلقة الشاعر الجاهلي "ليبيد"، حيث خرج في رحلة على ظهر جمل في الصحراء، قطع خلالها نحو ألفي كيلومتراً مصطحباً معه مصوراً محترفاً ليقوم بالرحلة نفسها التي قام بها "ليبيد" في معلقته، مقتنياً أثر حبيبته "نوار"، واصفاً ما يلاقيه من مظاهر طبيعية وحيوانية (مجلة دبي الثقافية، 2009:88)، وكل ذلك ليحاول أن يتمثل المسرح الجغرافي والبيئي الذي عاش فيه الشاعر الجاهلي لكي يفهم المعلقة فهماً أصدق وأعمق.

اعتقد أن على المترجم المختص في النصوص السياحية من المستحسن التنقل إلى الوجهة السياحية التي يريد أن يترجم عنها حتى يرى بعينه تضاريسها وأماكنها ويتعرف عليها وعلى ساكنيها لاكتساب العوامل الغير اللسانية التي تمكنه من الترجمة المناسبة لإحداث التأثير لدى المتلقي أو السائح.

3-1-2. افتقاد المترجم للشغف بترجمة النصوص المتخصصة "السياحية"

ولما كان الاتصال السياحي خطاباً ما بين الثقافات فإنه لا يتوجب على المترجم فقط أن يتقن كلتا اللغتين، بل ينبغي عليه أن يكون متعدد الثقافات، وقادر على تقمص شخصية الكاتب

الأصلي وباستطاعته استيعاب المحتوى على حد سواء بغية الكشف عن جميع النقاط الدقيقة التي يشتمل عليها النص المترجم..(Merkaj, 2013: 321)

يعانون بعض الأحيان المترجمون المحترفون من محدودية اللغة أو التعبير عن معنى الكلمة، وهذا ليس لعجز في اللغة بل هو قصور الملكة المعرفية للمترجم الذي بسبب افتقاره للملكة التي تمكنه من عرض أكبر عدد من البدائل الترجمية التي تحتويها اللغة، إضافة إلى عدم استخدامه إلى المصادر المعجمية لاستشارتها.

يعود ضعف مشكلة الترجمة الى عدم إلمام المترجم بالفنون اللغوية تعود إلى نقص الإلمام بما يلي:

- الاشتقاقات اللفظية وكيفية استخدامها لتنمية حصيلة المفردات لديه، دقة التعبير وحسن استخدام المفردات، إجادة قواعد اللغة النحوية والصرفية من معرفة استخدام الضمائر، أدوات التعريف والتكثير، أسماء الإشارة، أدوات المقارنة، حروف الجر، الجنس و العدد، كيفية استخدام الجمل الاستفهامية وصيغ الأمر و الطلب، الإثبات والنفي، الظروف، صيغ التفضيل و الأزمنة.

- القدرة على التعبير كتابياً بطريقة سليمة لغوياً.
- اساليب التعبير.
- استنباط معاني المفردات الجديدة.
- تحديد الأفكار الرئيسية للنصوص وربط وتماسك الأفكار في الفقرة أثناء الكتابة.
- معرفة أدوات الربط والقدرة على استخدامها.
- معرفة كيفية استخدام المعاجم العامة والمتخصصة.

اتقان المترجم للغة (المترجم إلى العربية) العربية هو أساس ترجمة صحيحة موثوق بها، حيث أن انخفاض المستوى لبعض المترجمين يعود في الأساس لضعفهم وعدم اهتمامهم الكافي باللغة العربية. وقد أشار "الجاحظ" الذي يعد أحد مؤسسي علوم الترجمة أن من ضمن الصفات

التي يجب أن تتوفر في المترجم أن يكون بيانه في الترجمة بنفس مستوى ووزن علمه في مجال المعرفة المترجم منه مع مراعاة الأبعاد الثلاثة المتمثلة في البعد اللغوي والزمني والثقافي. كما ينبغي أن يكون المترجم قادراً على التعرف على خصائص اللغة السياحة والقيام بالتحاليل التي تسبق ترجمة النص السياحي. (نفس المرجع).

3-1-3. افتقاد المترجمين في ميدان السياحة إلى دعم المؤسسات

انعدام التقدير الأدبي والمعنوي يشكل من أهم المشكلات والضغوطات التي يعيها المترجم عند الترجمة، واعتبارهم أحياناً مجرد ناقلين لا يدخلون ضمن دائرة المبدعين. كما أن هناك ضرورة لوجود هيئات داعمة للترجمة والمترجمين من شأنها القضاء على مشكلات الترجمة المادية والمعنوية بالحفاظ على حقوق المترجمين أولاً.

وبصفة خاصة فإن لغة السياحة على غرار جميع لغات العالم تتطلب أيضاً عملية التنشئة الاجتماعية والتعليم لأولئك الذين يكتبونها والذين يترجمون لها، لاسيما أنها ترتبط بالاتصال والإعلان والدعاية والترويج. وقد أصبحت تنشئة السائح واحدة من أهم التأثيرات الاقتصادية، وكذا واحدة من أسرع صناعات العصر الحديث، فالسائح يحتاج إلى بعض الدعاية وجهود تقديم مختلف الخدمات للسفر العام من أجل حثه على السفر إلى الوجهات السياحية. ولهذا الغرض تم الاعتماد على المواد الترويجية في شكل أدلة، كتيبات، نش ارت، ملصقات أو منشورات بغية تعريف المسافرين بالخدمات المعروضة، وكتابة تقارير حول المرافق ووسائل الراحة المتوفرة، أو ببساطة تقديم معلومات حول مكان معين سواء أكان مكاناً مهماً أو مكاناً ذائع الصيت. ومن خلال الخطاب السياحي وترجمته يجب أن توجه الكتيبات السياحية نداءً إلى السياح، أولاً بواسطة نموذج مدروس يضم صوار مغرية. والأمر الثاني الأكثر أهمية هو التوجه إلى السائح بلغته الأم أو التي يفهمها وتكون سلسلة مستوفية للشروط الأسلوبية، وتكون فعالة فيما يتعلق بالوضعية التواصلية للنص السياح التي تختلف عن غيرها من أشكال التبادل البشري. (نفس المرجع).

وذكر «بييريني» (Pierini): "إن تعقيد ترويج الخطاب السياحي أمر غير مهم بالنسبة للعملاء والمترجمين، كما يبدو من السهل إنشاء ترجمة مع الاستعمال الواسع النطاق للغة العامية؛ ومع ذلك يعد خطابا متخصصا يتسم بالعديد من الخصائص اللغوية والثقافية". وأوضح بخصوص تعقيد اللغة السياحية أن الحاجة إلى خبراء اللغة في هذا الميدان أصبح أمرا واضحا وأساسياً، حيث أصبح مطلوباً من الخبراء الذين يمتلكون القدرة على إنشاء مواد ترويجية تحقيق النجاح في كذا حقل يتسم بالتنافس الشديد. (نفس المرجع: 322).

3-2. الصعوبات المرتبطة بالنص السياحي

ثمة أيضاً صعوبات تعرقل مترجم النصوص السياحية. ومنها:

3-2-1. صعوبات ترجمة النص السياحي في نظريات الترجمة

تناول عديد الأكاديميين هذه الصعوبات (Markaj2013)، كما تناولت "سفان" صعوبات ترجمة الظواهر الثقافية في كتابها، "comment traduire la réalité"

14: Svane, 2002 cité dans Lena Asp 2013

ويؤكد «نيومارك» بدوره (Newmark 2010: 172-173) هذا الطرح بقوله إن الثقافة هي العائق الأكبر في مجال الترجمة، وذلك راجع إلى عدم اطلاع القارئ في اللغة الهدف على الثقافة المصدر.

ويقول "نايدا" (1964: 130) أن الاختلافات بين الثقافات من شأنها أن تسبب عوائق للمترجم أكثر من تلك الناجمة عن الاختلافات في البنى اللغوية.

"In fact, differences between cultures cause many more severe complications for the Translator than do differences in language structure" (idem)

" في الواقع يسبب الاختلاف بين الثقافات صعوبات متعددة للمترجم أكثر من الاختلافات في البنى اللغوية " (ترجمتنا).

ومع أن بعض المفاهيم قد تكون كونية كالزمن والطبيعة، والتي يمكن أن نجدها في جلّ الثقافات، إلا أن رؤية الناس لهذه المفاهيم تختلف من ثقافة إلى أخرى. وهكذا فكلما التفت

ثقافتان أو أكثر فإن هذه الفروقات ستطفو على السطح، وقد تكون هذه الفروقات متباينة حتى لتبدو وكأن أصحابها المنتمين إلى ثقافات مختلفة يقطنون عوالم مختلفة. (Richard. 2006: 04).

وترجع «سفان» هذه الصعوبات إلى مستويات مختلفة منها النحوية، الدلالية والأسلوبية، ولكن أبرزها تتجسد في البعد الثقافي للنص والتي تطرح مشاكل جمّة أمام المترجم، (Svane 2007: cite dans Lena, 2013, 10) من اللغة المتن إلى القارئ في لغة الوصول ". و كما يقول "فييناوي و دارلنويه" Vinay et Darbelnet (1958:163).

« Le bon traducteur ne traduit pas seulement les mots, mais la pensée qui est derrière Et que pour cela, il se réfère constamment au contexte et à la situation »(idem)

" إن المترجم الجيد لا يترجم الكلمات فقط ولكن يترجم أيضا الأفكار كما يشير دائما إلى السياق والموقف الخاص بالنص". (ترجمتنا)

ببساطة فإن المقصود هو ترجمة النص الأصل والاحتفاظ المعنى نفسه في النص الهدف. ومع ذلك فإن "باسنات" (Bassnett) (1991:93) تشير إلى حالتين تكون فيهما الكلمات غير قابلة للترجمة (intraduisible) سواء بسبب عائق لغوي أو عائق ثقافي.

حيث يكمن المشكل اللغوي في المستوى النحوي، فهناك تراكيب نحوية غير قابلة للترجمة وهناك يكون ضروريا أمام المترجم استعمال تراكيب خاصة باللغة الهدف. أما العائق الثقافي فيكمن في عدم وجود ما يقابل واقع ثقافي أصيل في النص الأصل" وهنا عليه اللجوء إلى التكافؤ. فكما قالت "سفان"

:(Svane 2007 : cite dans : Lena, 2013, 11)

« Créer le lien qui permettra de comprendre de quoi il s'agit. »

" هدف المترجم هو انشاء رابط لفهم ما يقصد به الكاتب الأصل وفهم ماهيته ". (ترجمتنا)

ويتحدث «فييناى ودارلننيه» (1958:259-258) عما واره اللغه ميتالغويه

Métalinguistique بالقول:

« *L'ensemble des rapports qui unissent les faits sociaux, culturels et psychologiques aux structures linguistiques* » (idem)

" الروابط التي توحد الأحداث الاجتماعية الثقافية والنفسية بالبنيات اللغوية". (ترجمتنا)
وحسب «اينغو» (Ingo) (2007:131-331) فيمكن اعتماد تحليل ب ارغماتي في الترجمة حتى يتم توظيف النص الهدف في ثقافة جديدة يوجه إلى ق ارء جدد في لغة الوصول، وأنه على المترجم تسجيل جميع التغيى ارت واستعمال مكافئات براغماتية وليس فقط المكافئات الدلالية. ويضيف بالقول أنه:

(Eriksson 2000 : 84 : cite dans Lena, 2013:11)

« *Bonne vieille règle est de traduire aussi exactement que possible, aussi librement Que la situation demande* » (idem)

"تقول لنا قاعدة قديمة أنه من الأحسن أن تكون الترجمة دقيقة قدر المستطاع وان تكون ترجمة حرة في مايسمح لها" (ترجمتنا).
وفي ظل استحالة إيجاد المصطلح المكافئ دائماً، يجب العمل على ايصال المعنى والرسالة من النص الأصل إلى النص الهدف تماشياً مع أري "فييناى ودارلننيه" (1958:268)،
في قولهما:

« *On doit rester littéral tant qu'on ne fait pas violence à la langue cible. On ne s'écarte de la littéralité que pour des raisons de structure ou de métalinguistique et on s'assure alors que le sens est sauvegardé* » (idem)

" على المترجم ان يلتزم بالحرفية دون تشويه اللغة، وتجنّبها عند وجود أسباب بنيوية أو ما واره اللغوية وبالتالي التأكد من ان المعنى محفوظ" (ترجمتنا)
لذا نرى أن نقوم بتفسير النص وإعادة صياغة المعنى في النص الهدف، كما تقول "ماريان

لوديرو و دانيكا سلسكوفيتش (Seleskovitch & Lederer, 2001: 32)

"La fidélité au mot, voilà le grand obstacle à la traduction" (idem)

«من أكبر عوائق الترجمة هو الوفاء للكلمة". (ترجمتنا).

وبدوره «جون لادميرال" (Jean-René Ladmiral) يقترح مفهوم نظرية "أهل الهدف

وأهل المصدر" (la théorie des ciblistes et des sourcières)، ولكن بين منظري الترجمة

"(Keromnes) الذين يرون أن المعنى هو الهدف ومن يتمسك بقدسية النص الأصل"

(، فإننا نرى أنه من الأنسب لترجمة 12: 2009 le texte original est sacré

النصوص السياحية ذات البعد الثقافي أن نجمع بين الاتجاهين من أجل تقريب معاني النص السياحي الأصل إلى القراء.

3-2-3. صعوبة ترجمة أسماء الأماكن و الأشخاص

تقسم دراسة أسماء الأعلام (onomastique) بصفة عامة إلى قسمين الأول يختص

بأسماء الأشخاص (anthroponymes) والثاني بأسماء الأماكن (Toponymes) وقد شكلت

صعوبة ترجمتها موضوع شغل المترجمين في كل الميادين خاصة ترجمة النص السياحي.

(Maillot, 1969:139)

أ) -صعوبة ترجمة أسماء الأشخاص: anthroponymes

مثل الشخصيات التاريخية والشخصيات الثقافية المعروفة. فهناك حالتين تلك التي ليس

لهامكافئات معترف بها رسميا في اللغة الهدف وفي هذا يقول "نيومارك" أنه لا يجب ترجمتها

ولكن فقط نقوم باللجوء إلى عملية النقل دون التكيف (Newmark,1988 cité dans

(20: 2013) Lena, (transfert sans adaptation). وأما تلك الموجودة في الثقافة الهدف

أو المعترف به في على نطاق عالمي فلا تتغير فيما بين اللغات، ويتم ترجمتها بالنقل مع

التكيف حسب الحالة وقد ترفق بالشرح (20: 2013) Lena، مثل ترجمة اسم السلطان

"سليمان القانوني" إلى الفرنسية ب العبارة التالية Soliman le Magnifique

وقد يضطر المترجم إلى اعتماد أسلوب الحذف (Omission) في حالة ترجمة اسم شخصية تاريخية غير مشهورة، وهو ما يحتم إتباع ذلك بالشرح الوافي الذي لا يضيف شيئاً لقيمة العمل المترجم ولا للقارئ. وبالتالي يستحسن هنا اتخاذ قرار بالحذف لهذا الاسم الخاص بهذه الشخصية التاريخية وما يتعلق به إذا كان غير ضرورياً. (نفس المرجع).

(Lena, 2013:21-23)

ب) -صعوبة ترجمة أسماء الأماكن Toponymes

يحتوي النص السياحي المراد ترجمته أسماء الأماكن والمناطق والقارات والجبال والاحياء والأنهار والبحار والجسور، لذلك يعتقد "نيومارك" انه يتم أحيانا تحييد أسماء الأماكن لأن لها مقابلاتها في اللغات الأخرى مثل جبل طارق وله ما يكافئه في اللغة الفرنسية (Gibraltar)، والجبل الأسود يكافئه اسم (Montenegro) في الفرنسية. و لاحظ "نيومارك" ان عندما يكون اسم المكان غير معروفا في اللغة الهدف فإن على المترجم أن يقوم بالنقل، كما عليه أن يلجأ إلى التحويل بتكليف بنيوي (des adaptations Morphologiques). أما إذا كان لاسم المكان مكافئاً في اللغة الهدف فإن على المترجم استعماله، مثل مدينة قسنطينة بالعربية وفي الفرنسية يطلق عليها. (Constantine) وبخصوص أسماء العناوين، يقول "نيومارك" 173/1999 أن كل أسماء الجرائد والكتب والمحلات والرسوم الكاريكاتورية يجب ترجمتها بالنقل، مع إمكانية إضافة ترجمة بين قوسين إذا كان العنوان يشرح المحتوى.

وفي نهاية هذا الفصل نستطيع القول ان ترجمة النصوص السياحية تتم فقط باختيار استراتيجية واحدة ضمن الاستراتيجيات المذكورة من قبل. حيث تندرج ضمنها مجموعة من التقنيات وهذا من اجل نقل ظواهر الثقافية التي هي موجودة في النص الاصلى بهدف نقلها الى القارئ والاثارة فيه لكن رغم توفير التقنيات واستراتيجيات. أننا سنلاحظ ان المترجم قد يصادف عدة صعوبات ذات البعد اللغوي والثقافي لذي عليه الاحاطة بثقافة كاتب النص المتن

الفصل الثاني: استراتيجيات وصعوبات ترجمة النص السياحي

والاطلاع على ثقافة النص الهدف وعلية الاستعانة بالقواميس والالمام بالمفردات التي لها علاقة بالثقافة لكي يثير نفسية القارئ ولكي نجسد هذه المعطيات النظرية التي رايناها في الفصلين السابقين سنقوم بترجمة بعض اجزاء من مدونتنا مرفوقة بتحليل

الفصل الثالث: ترجمة الدليل السياحي

Constantine وتحليلها

بعد ما خصصنا الجزء الاول والجزء الثاني للجانب النظري سنتطرق في الفصل الثالث إلى الجانب التطبيقي وذلك لتطبيق الاستراتيجيات التي ذكرت من قبل وعرض الدليل السياحي وترجمة بعض الاجزاء ونقوم بتحليلها.

عرض الدليل

من بين الادلة السياحية الموجودة اخترت دليل يتحدث عن ولاية قسنطينة و هي مدينة الجسور المعلقة و جاء هذا الدليل بعنوان "قسنطينة " يتكون هذا الكتاب من 149 صفحة مكتوب بالغة الفرنسية تكلفت به وزارة الثقافة و نشر في 2018 و نجد في بداية هذا الدليل الفهرس الذي يحمل العناوين الاساسية للمدونة ثم تأتي صورة للمدينة مرسومة في العام 1859 ثم يليه تاريخ قسنطينة و موقعها الجغرافي و من ثم يأتي قسم الهندسة المعمارية التي كانت تسود في تلك الفترة و في الجزء الاخير السياحة في مدينة الجسور المعلقة و تراثها و ثقافتها فقد حملنا هذا الدليل لمعرفة تراث وعادات وتقاليد المدينة حيث سنرى ماهي اطباقهم وماهي امتيازاتهم الصناعية التقليدية وماهي الاعياد التي تمتاز بها المنطقة كما سنلاحظ ايضا صور ذات جودة عالية ونصوص تشرح لنا خصائص كل جزء وفي الاخير توجد ببليوغرافيا عن المنطقة.

1. تعريف الدليل السياحي.

الدليل السياحي هو كتاب يستعمله السياح قبل أو أثناء سياحتهم، يحتوي على معلومات حول مكان ما. وقد تكون هذه المعلومات عملية أو ثقافية أو تاريخية. وظهرت الحاجة إليه في الشطر الثاني من القرن الواحد والعشرين.

وتجعل الأدلة السياحية من التعداد الكلي لما يجب رؤيته غاية لها. ونميز فيها منشورات ذات طابع موسوعي مثل الأدلة الزرقاء ونسخ موجزة يمكن الإطلاع عليها في نفس الموقع كأدلة ميشلان الخضراء. وعرفت منذ النصف الثاني من القرن المنصرم شكلا مختلفا عرف بدليل الراحل. **Le Routard**. ويسود على الدليل السياحي الطابع المعلوماتي عكس الكتيب السياحي.

وفي بادئ الأمر لم تكن الأدلة السياحية سوى جرد للث التاريخي والفني للمدن معطية معلومات عامة عن المناظر الطبيعية، أما فيما بعد فقد بدأت في إدخال معلومات أخرى بخصوص الخدمات والاقتصاد والتنمية الطبوغرافية.

وقد طور " كارل بيدكر " عالم الأدلة السياحية بوضعه لدليل الجيب. وفي حقيقة الأمر كانت الأدلة السياحية الأولى موسوعات حقيقية تحتوي على رسومات توضيحية وكانت موجهة إلى جمهور معين. وأولت كل الأدلة السياحية في هذه الفترة وخاصة أدلة بيدكر أهمية كبيرة إلى المعلومات على حساب الشكل. فيحدد الدليل السياحي وجهة السائح بنسبة كبيرة. وبهذا الصدد يقول كل من "بيني وصافيلي":
" يقلل الدليل من شدة التردد أثناء الاختيار والتخطيط للذهاب إلى مكان ما بتوفيره للمعلومات الضرورية والأساسية، ويعطي الدليل متعة في معالجتها بطريقة موضوعية ورائعة. فهو لا يعرف تقنية الإغراء ما لم تكن هناك صور يعرضها، كما أنه لا يقصي دور الخيال. و ما المعلومات إلا هيكل بسيط يجب إكماله من طرف السائح بواسطة الخيال ثم التجربة فيما بعد". (ترجمتنا). (Faccin, 2016 : 10-11) -

2. الأدلة السياحية اليوم

بالرغم من وجود الإنترنت اليوم والكم الهائل من المعلومات والخدمات التي توفرها إلا أن دور النشر والطباعة تواصل إلى يومنا هذا تكثيف الجهود ال ارمية من أجل توفير أكبر عدد ممكن من الأدلة السياحية المطبوعة. ومن خلال الأدلة المتوفرة في السوق حاليا نجد منها أدلة عامة للمختصين وأدلة موجهة للسائح المستقل أو الذي يفضل السفر في مجموعة. وبغض النظر عن النوع فإن كل الأدلة السياحية تلعب دور الوساطة بين السائح والبلد الذي يسافر إليه. (نفس المرجع:12).

3. الفرق بين الدليل السياحي والكتيب السياحي، المطوية السياحية، النشرة الإعلانية والمجلة

(الكاتالوج)

3.1. تعريف الكتيب السياحي (Brochure)

يعد الكتيب السياحي أحد دعائم الاتصال المشهورة، وهو وسيلة فعالة يخصص الإعلان والدعاية والترويج لمنطقة ما. هو عبارة عن نشر سواء أكان الهدف منه إعلامي أو إعلاني، ويقدم معلومات عديدة ومنظمة بشكل جيد بخصوص منطقة أو بلد ما. (نفس المرجع:31).

3.2 . المطوية السياحية (Dépliant)

هي وثيقة إخبارية تتكون غالبا من ورقة واحدة، تتمتع بمدة صلاحية طويلة بفضل نوعية الورق. وتحتوي على العديد من المعلومات حول مكان ما مرفقة بصور توضيحية.

ويعرف الباحث سليم خليف الفهد المطوية السياحية على أنها «شكل من أشكال الإشهار وأداة من الأدوات المستخدمة من قبل المعلنين في التواصل. وهي تستعمل للإشهار والإعلان والتواصل مع عملائها». كما عرفها قاموس الأعمال بأنها "عبارة عن نشرة تتألف من صفحة واحدة مطوية أو عدة صفحات مطوية مضمومة إلى بعضها ولكن غير متصلة، تستخدم لأغراض الدعاية والإشهار"، وهي من أكثر الوسائل المستعملة من طرف الجهات المتخصصة من أجل الترويج لمكان ما" (<http://www.businessdictionary.com>). و نجدها عادة في وكالات السفر لأن السياح غالبا ما يتجهون إلى مثل هذه الأماكن للتزود بالمعلومات، كما نجدها في النزل و المعارض السياحية و المطارات ، و تعطى بالمجان. (www.iasj.net : تاريخ الاطلاع 2022-09-10)

3.3 . النشرة الإعلانية (Flyer)

هي عبارة عن ورقة غير مطوية توزع في الأماكن المقصودة أي ذات الاكتظاظ الشديد أين توزع على نطاق واسع. وتهدف إلى القيام بحملة دعائية مطلقة في فترة زمنية محددة. (ترجمتنا). (نفس الموقع).

3.4 . المجلة أو الكتالوج Catalogue

تتكون كذلك من مجموعة من الصفحات ملصقة إلى بعضها البعض. وتلصق بهذه الطريقة في حالة ما إذا تجاوز عدد الصفحات فيها 54 صفحة حيث لا يمكن مسكها لبعضها البعض بواسطة الإبريم. وتكون المعلومات فيه مفصلة بشكل أكبر. وعادة ما يكون عدد الصفحات فيه من 54 صفحة فما فوق. (ترجمتنا).

(www.imprimercatalogue.com, Date de consultation : le 20-09-2022)

فكما سبق وأشرنا إليه في فهرس المحتويات، قمنا بإدراج ترجمة جزئين من أجزاء هذا الدليل، وهي الجزء بعنوان "آثار ومعالم" (الصفحات 19-23) والجزء الذي يحمل عنوان "Constantine, une géographie altière"

Constantine, une géographie altière

De par sa hauteur et sa prise de quartier sur un immense promontoire rocheux de 694 mètres, Constantine, Qacentina pour nous, l'antique Cirta pour les amateurs d'histoire, ne laisse jamais indifférent le visiteur. (page 19)

الترجمة

قسنطينة وموقعها الجغرافي الرائع

من خلال ارتفاعها وموقعها على نتوء صخري ضخم يبلغ ارتفاعها 694 م، قسنطينة بالنسبة لنا، وسيرتا القديمة لعشاق التاريخ، كما لا يترك الزائرة أبدا غير مبال.

التعريف المكان

مدينة قسنطينة هي مدينة جزائرية و ثالث أكبر مدنها بعد كل من الجزائر العاصمة و وهران ,تسمى مينة الجسور المعلقة و هي عاصمة الشرق الجزائري و تعتبر من كبريات مدن الجزائر يطلق عليها عدة تسميات منها "مدينة الصخر العتيق " نسبة للصخر المبنى فوقه المدينة ,و سيرتا اسمها النوميدي ,أم الحواضر باعتبار أن قسنطينة من أقدم المدن في العالم و تعاقبت عليها عدة حضارات ,تتميز المدينة بكونها مبنية على صخرة من الكلس الصلب.

(<http://ar.wikipedia.org/wiki/>)

تحليل الترجمة

قمنا بالنقل مباشرة في الترجمة السابقة لتطابقها في اللغتين حيث هذه التسمية موجودة منذ القدم كما أيضا تلاحظ أن المعني لا يتغير.

2-la ville est située sur un plateau rocheux a plus de 640 m au-dessus du niveau de la mer, elle est littéralement coupée en deux par un profond ravin ou coule *l'oued Rhumel*.(page 21)

الترجمة

تقع المدينة على هضبة صخرية يزيد ارتفاعها عن 640 متر, فوق مستوى البحر, ويقطعها واد عميق حيث يقسمها إلى قسمين كما أيضا يتدفق في *واد الرمال*.

التعريف بالمكان

نهر الرمال نهر يقع في شمال قارة إفريقيا و بالضبط في شمال شرق الجزائر, ينبع من السفوح الجنوبية للجزء الشرقي من السلاسل النومية جبال فرجيوه (ميلة) التي هي جزء من الأطلس التلي و يتجه نحو الشرق محاذيا لتلك السفوح حتي يبلغ مدينة قسنطينة حيث يرفده.
(<http://ar.wikipedia.org/wiki/>)

تحليل الترجمة

لقد استخدمنا في الترجمة النقل الصوتي حيث أن الكلمة تتطابق في اللغتين حيث هي موجودة من قبل كما أن المعنى لا يتغير.

3-la ville, se trouvant au nord-est du pays, reste fière et farouche dans ce principe de dominer le temps et les éléments.(page 22)

الترجمة

تقع المدينة في شمال شرق البلد فهي فخورة بإبقائها على مبدأ السيطرة رغم مرور الزمن

4-tour à tour citadelle ou palais imprenable, l'antique *Cirta* féroce ou rebelle, a su se faire courtisane et odalisque, ressemblant farouchement a cet immense territoire algérien symbole de toute les turpitudes de l'histoire.(page 22)

الترجمة

قلعة كانت أم قصور، كانت *سيرتا* معروفة بشراستها وكادت تشبه الأراضي الجزائرية الهائلة التي كانت رمز كل فساد التاريخ.

تعريف المكان

سيرتا مدينة نوميدية تقع في منطقة الشرق الجزائري تسمى حاليا قسنطينة، كانت عاصمة المملكة النوميدية الموحدة سياسيا و ثقافيا . كما كانت عاصمة كونفدرالية المستعمرات الأربع، سيرتا، ميلة، القل، سكيكدة في عهد الرومان . كانت السلالة الطاغية آن ذاك هي التي تسمى اليوم بكتامة أكبر القبائل البربرية على الإطلاق و منها سلالة ملوك البربر الأمازيغ (<http://ar.wikipedia.org/wiki/>)

تحليل الترجمة

لجاناً إلى النقل الصوتي حيث تحمل هذه المنطقة نفس التسمية في لغتنا الأصلية فلذى يسهل على القارئ الفهم و تذكر الأسماء.

5-jamais calmée, éternelle adolescente impavides, Constantine, est la voisine de villes comme *Ibn Ziad*, El Harrouch, didouche Mourad, hamma Bouziane, zighoud Youcef, Ain Smara, *Ali mendjeli*, *El kharoub*, et nouvellement Massinissa. (page 22)

الترجمة

كانت تشبه المراهق الجريء الذي لا يهدأ أبدا، حيث كانت قسنطينة تحيط بالمدن المجاورة مثل *ابن زياد*، الحروش، ديدوش مراد، حاما بوزيان، زيغود يوسف، عين السمرا، *علي منجلي*، *الخروب* و حديثا مسينيسا.

تعريف المكان

بلدية ابن زياد هي إحدى بلديات ولاية قسنطينة يبلغ عدد سكانها حوالي 17.920 نسمة حسب إحصائيات 2013, تقع في الجهة الغربية من الولاية. لها حدود مع ولاية ميلة, تمتاز بأراضي فلاحية شاسعة و خصبة غير مستغلة بطريقة لائقة (<http://ar.wikipedia.org/wiki/>)

تحليل الترجمة

نقلنا هذه التسمية مباشرة باستخدام النقل الصوتي مباشرة إلى اللغة العربية لتصبح ابن زياد حيث تحمل هذه التسمية في اللغة المترجمة إليها

تعريف المكان

مدينة علي منجلي هي مدينة جديدة في ولاية قسنطينة سميت هذه المدينة بهذا الاسم تكريما لمجاهد الثورة التحريرية الجزائرية علي منجلي و الان هي تحتوي على 20 وحدة جوارية, كان المخطط الحضاري لعلي منجلي على شكل قيثارة لكن مع زمن بسبب الزيادات الكبرى في العمران أصبحت بشكل غير منظم تحدها من الشمال حي زواغي سليمان و من الغرب عين سمارة و من الشرق الخروب (<http://ar.wikipedia.org/wiki/>)

تحليل الترجمة

تطرقنا في هذا المثال إلى النقل الصوتي لأن كان الحل الوحيد لإعطاء ترجمة صحيحة و لكي نحافظ على المعنى الأصلي

ج)-تعريف المكان

الخروب هي إحدى بلديات ولاية قسنطينة يبلغ عدد سكانها حوالي 200.000 نسمة و ذلك سنة 2010, و تعتبر ثاني أكبر بلدية في الولاية بعد عاصمة الولاية قسنطينة, كما تبعد عنها بحوالي 16.505 كلم جنوبا, وتبعد عن بلدية عين السمارة ب 10 كلم (<http://ar.wikipedia.org/wiki/>)

تحليل الترجمة

تطرقنا في هذا المثال أيضا إلى النقل الصوتي حيث تعطي لنا ترجمة صحيحة ومن ثم نستطيع الحفاظ على المعنى الاصلي

6-Le ravin est traversé par quatre ponts qui relie la ville, sidi **M'cid**, Sidi Rached, le pont des chutes, la passerelle pérégaux-me-dérsa.

(Page 22)

الترجمة

يمر الواد من اربعة جسور حيث يربط المدينة **سيدي مسيد**, سيدي راشد, جسر الشلالات و بوابة

تعريف المكان

جسر سيدي مسيد المعلق هو جسر معلق يعبر وادي الرمال والذي يشكل نقطة التقاء بين كتلتي مدينة قسنطينة من نهج القصبية وصولا إلى مستشفى قسنطينة. بدأ البناء من طرف المهندسين الفرنسيين رابي و سويلار سنة 1909, حيث استعاننا بشركة المهندس الفرنسي فرديناند آرنودان الذي يعد من أشهر المهندسين ومصممي الجسور المعدنية المعلقة أوروبا و استغرق بناء المشروع ثلاث سنوات و انتهت في عام 1912, يعتبر جسر سيدي مسيد من اشهر الجسور في مدينة قسنطينة و في الجزائر. (<http://ar.wikipedia.org/wiki/>)

تحليل الترجمة

لجأنا في هذه الترجمة إلى النقل الصوتي حيث قمنا بنقل الاسم في اللغة الفرنسية كما هو في اللغة العربية بدون تغيير أي المعنى وهذا يجعل القارئ يفهم أنه اسم مأخوذ من اللغة الأصلية وله علاقة بالثقافة أو شخصيات

7-Constantine est la capitale de l'est algérien ,elle fait un pied de nez à Sétif ,Annaba ,Skikda, ou **Batna** de par sa position d'épicentre et de ville historique

très importante, de par la force de sa destinée unique qui ne se lasse pas d'accueillir sur ses 231.63 kilomètres carrés toutes les populations du voisinage sur quinze kilomètres de rayon, de par la grâce de sa force industrielle et par l'entremise de son rayonnement culturel notable. (Page 22)

الترجمة

تعتبر مدينة قسنطينة عاصمة الشرق الجزائري ,كما يعد مركز هام لولاية سطيف ,عنابة ,سكيكدة و**باتنة** كونها مدينة مهمة و ذلك بسبب موقعها المركزي و تاريخها العظيم و لن يتم ترحيب كل المدن المجاورة التي تبعد ب خمسة عشر كلم في دائرتها التي تصل إلى 213.63 كيلومتر مربع وهذا بفضل قوتها الصناعية و من خلال تأثيرها الثقافي الهام

تعريف المكان

تقع المدينة في جبال الأوراس شمال شرق الجزائر. يحد بلدية باتنة من الشمال كل من سيريانة وفسديس، من الشرق عيون العصافير، من الجنوب الشرقي تازولت، ويحدها وادي الشعبة من الجنوب والغرب ووادي الماء من الشمال الغربي (<http://ar.wikipedia.org/wiki/>)

تحليل الترجمة

استعملنا في ترجمة هذا المثال النقل الصوتي حيث قمنا بنقل الاسم من اللغة الاصلية كما هو إلى لغة الهدف.

8-Tout cela sous la bienveillance toute symbolique de **sidi rached, son saint-patron** (page 22)

الترجمة

وكل هذا في ظل العناية الرمزية للوالي **الصالح سيدي راشد**

تعريف المكان

الوالي الصالح سيدي راشد هو حاج من قبيلة الرواشدة ,قدم رفقة عائلته من منطقة السياقية الحمراء, بالمغرب متجها نحو الحجاز لأداء مناسك الحج ,غير أن زوجته وضعت مولودا بمنطقة الحضنة ,فاضطرا للاستقرار بها 'و انطلق منها نحو مدن أخرى ,ساعيا لنشر تعاليم القرآن الكريم ,و مر بالعديد من المدن مثل غليزان ,بسكرة ,بجاية ,ميلة حتى وصل إلى قسنطينة التي عشقها و استقر بها . (<http://ar.wikipedia.org/wiki/>)

تحليل الترجمة

إستخدمنا في هذه الترجمة التكيف حيث حفظنا عن المعني لكن تركيب الجملة مختلف تماما
9- Les accidents du terrain qui l'accueille au font une ville très difficile d'accès, protégée par des par gorges de plus de 600 m de haut limitées au nord-est par sidi m'cid relié à la ville haute par le pont du même nom et *djebel ouahch* un peu plus haut constituant un lieu de villégiature très prisé des constantinois .
(Page 22)

الترجمة

عدم انتظام التضاريس يجعل الوصول إلى المدينة صعب، كما هي أيضا محمية من طرف الوديان ويزداد ارتفاعها إلى 600 م ويحدها من الشمال الشرقي سيدي مسيد كما تتصل المدينة بجسر من نفس الاسم، وجبل *وحش* أكثر ارتفاعات وقد يشكل منتجع لقضاء العطلات وقد حضي بشعبية كبيرة من طرف سكان قسنطينة

تعريف المكان

هي غابة تجريبية فريدة من نوعها، تختزن ذاكرة مئتين سنة وهي منطقة رائعة تقع في قسنطينة وترتفع في حدود 700 متر فوق سطح البحر وتضم حظيرة كانت من أكبر حظائر الترفيه والتسلية بالوطن. (<http://ar.wikipedia.org/wiki/>)

تحليل الترجمة

استعمالنا في ترجمتنا النقل الصوتي حيث لم نقم بتغيير أي شيء لكي يتمكن القارئ اكتساب بعض مفاهيم ومصطلحات عربية

10)-A l'instar d'autre anciennes médinas d'Algérie comme Tlemcen ,Mostaganem et Miliana ,Constantine est entourée par les jardins denses du hamma dont la propriété reste partiellement citadine et qui contribue au ravitaillement de la ville, avec, aux alentours ,des ilots de verdure comme la **foret de chattaba** composée de pins d'Alp et de chaines verts ,est presque située aux portes de ville ,djebel ouahch haut lieu de villégiature ,Mansourah quasiment au centre el-kantra,oued sidi mimoune (page 23)

الترجمة

مثل المدن القديمة في الجزائر، كاتلمسان، مستغانم و مليانة، قسنطينة محاطة بحدائق الحامة الكثيفة و الكبيرة حيث تبقى من ممتلكاتها الجزئية و تساهم في إمداد المدينة ثمة مساحات خضراء مثل **غابة شطابة** التي تتكون من أشجار الصنوبر و البلوط و عدة من سلاسل الخضراء و هي قريبة من مدخل المدينة مثل منتجع جبل وحش في الأعلى و منصوره تقريبا من الوسط، لقنطرا، واد سيدي ميمون

تعريف المكان

تعتبر غابة شطابة الرئة الإيكولوجية للمنطقة، بردائها الأخضر الذي تتوشحه كأنثى ساحرة تنزين بعقد من الآثار الرومانية القديمة التي ترفع من قيمة الغابة، و تجعل منها جنة سياحية تعد بالكثير إذا حظيت بالاستغلال اللازم ,خصوصا في ما يتعلق بجانب الاستثمار

السياحي. (<http://ar.wikipedia.org/wiki/>)

تحليل الترجمة

ترجمنا هذا الاسم باستخدام الاقتراض حيث قمنا بنقل الاسم في اللغة الفرنسية كما هو في اللغة العربية بدون تغيير المعنى وقد يدفع القارئ بفهم الكلمة المترجمة

11)–Cette ville a constitué le réceptacle de toutes les civilisations qui ont investi tous ses abords, allant même jusqu'à faire de longues haltes sur les flancs de ses falaises comme celle de la colline d'el-hofra ou des falaises abruptes de sisi-m' cid sur les sites de Bellevue en contrebas du rocher ou du site du cimetière chrétien révélant des sanctuaires qui, de par leur aspect naturel, ont accueilli de nombreuses population.

الترجمة

كانت هذه المدينة مأوى لجميع الحضارات حيث استثمرت فيها كل المناطق القريبة منها أين امتدت حتى المنحدرات مثل منحدر الحفرة أو جرف سيدي مسيد أو مقبرة المسيحية الذي يعتبر مكان مقدس لمظهرها الطبيعي لذا رحبت بعديد من السكان

تعريف المكان

هو مكان متواجد في مدينة قسنطينة حيث دفن الموتى الذين يتبعون الديانة المسيحية حيث لديهم طقوس خصيصة لهم. (<http://ar.wikipedia.org/wiki/>)

تحليل الترجمة

استعملنا في هذا المثال إلى الترجمة الحرفية حيث ترجمنا cimetière المقبرة و chrétien المسيحية وهذا بالمحافظة على دلالاته

لقد خصصنا هذا الفصل الأخير للجانب التطبيقي و التحليل ،كما إستخرجنا بعض الأمثلة التي لها علاقة بترجمة أسماء الأماكن و بعض المظاهر الجغرافية و قد تطرقنا إلى تقنيات الترجمة و اعتمدنا على النقل الصوتي و الترجمة الحرفية لعدم تمكننا من الترجمة حيث كتب

النص باللغة الفرنسية لكن بثقافة عربية ،و هذا ما جعلنا إلى إستخدام النقل و إيجاد بعض المكافئات التي تقابلها في لغة الهدف ،وفي الأخير يمكن القول أن إعتدنا على إستراتيجية الحيادية في ترجمتنا لهذا الدليل ،كما إستخدمنا إستراتيجية التغريب أكثر على إستراتيجية التوطين

خاتمة

تطرقنا في بحثنا هذا إلى أهمية ومفهوم الإستراتيجيات وصعوبة ترجمة النصوص السياحية حتى يتمكن المترجم تحقيق أفضل ترجمة أو تأثير مماثل على نفسية القارئ للنصوص السياحية وذلك لإقناع السائح بالوجهة السياحية المناسبة له أما الجانب النظري فتطرقنا إلى صعوبات ترجمة أسماء الأماكن في النصوص السياحية وقمنا بتطبيق هذه المعرفة النظرية على مدونتنا في الفصل الثالث من خلال ترجمتنا لبعض الأجزاء وتحليلها.

لذلك يمكن تلخيص النتائج التي توصلنا إليها في العناصر الآتية:

- يعتبر النسق اللساني والايقوني من المكونات الأساسية لنصوص السياحة حيث يجب ظهوره كما هو مذكور في النص المترجم لكي يؤثر على السائح.
- من أهم الأمور التي ينبغي إنجازها عند الترجمة النص السياحي هو نقل الجوانب الثقافية باللغة الأصلية في جميع أشكالها الثقافية مع التركيز على الإعلانات حيث يمس السائح لكي يختار المكان المقصود.
- لم تكن هناك عقبة عند ترجمة الاختلافات الثقافية باستثناء القراء العرب غير الجزائريين من الضروري هنا التركيز على الشرح.
- فيما يتعلق بإستراتيجية المعتمدة في ترجمتنا فهي إستراتيجية التغريب والتوطين وذلك لأن له تأثير مماثل على القارئ الدليل.
- يتميز الخطاب السياحي بسمات لغوية وبلاغية وثقافية يجب على مترجم النصوص السياحية فهمها حتى ينجح في مهامهم.
- لقد توفرت في النص المتن خصائص النص السياحي التي تعرضنا لها، وهذا ما حاولنا إبرازه في النص المترجم.
- للتغلب على هذه الصعوبات نقترح مايلي:
- إتقان إستراتيجيات ترجمة نص الإعلان لتحقيق الأهداف الإعلانية الترويجية

- للتغلب على هذه الصعوبات ينبغي على مترجمي النصوص السياحية إكتساب وانتقان اللغتين النص الأصلي والهدف ومعرفة موسوعته.
 - للحفاظ على هندسة اللغة وصياغتها بطريقة واضحة لتحقيق العبقورية في لغة الهدف
 - على المترجم معرفة لغة الهدف وثقافة الجمهور المستهدف لكي يؤثر في نفسية القارئ
- بالتالى نستطيع القول إن قد إستطعنا إكتساب بعض المفاهيم لإشكالية إستراتيجية وصعوبات ترجمة النصوص السياحية ونأمل أن يكون هذا البحث بمثابة نقطة إنطلاق تفيد طلبة هذا المجال في مشاريعهم البحثية التى تتركز على هذا المجال □ خاصة ترجمة أسماء الأماكن و ترجمة المصطلحات الثقافية و ترجمة المصطلحات الجغرافية و التاريخية .
- الإقتراحات:

ومن أهم الإقتراحات ما يلي:

- السياحة العلاجية
- دور العوامل الاجتماعية والدينية والنفسية في خصائص الخدمات السياحية
- السياحة في الجزائر بين الإمكانيات والمقومات والمعوقات
- دور السياحة الإلكترونية بتحقيق التمييز السياحي.

قائمة المراجع والمصادر

1- المصادر

استعملت القرآن الكريم.

مدونة

Constantine, jaoudet gassouma, edition AlBayazine Résidence petite hydra, hydra alger.

المعاجم والقواميس

محمد بن مكرم بن منظور الإفريقي المصري جمال الدين أبو الفضل، لسان العرب، الطبعة الثالثة، دار صادر بيروت لبنان، 1995.

2- المراجع

➤ الكتب باللغة العربية

1. الطاهر بن حسين بو مزبر، "التواصل اللساني والشعرية: مقارنة تحليلية لنظرية رومان جاكسون"، الدار العربية للعلوم، بيروت لبنان، بدون طبعة، 2007.
2. عامر فتحي. خيانة النص مشكلة المترجم الذي يجهل السياق الثقافي للمؤلف، موقع صوت العرب 2008.
3. فاطمة طبال بركة، النظرية الألسنية عند رومان جاكسون، المؤسسة الجامعية للدراسات، ط 1، بيروت، لبنان، 1993.
4. القاسمي علي. الترجمة وأدواتها: دراسات في النظرية والتطبيق. مكتبة ناشرون، بيروت، 2010
5. محمد عناني، الترجمة الأدبية بين النظرية والتطبيق، مكتبة لبنان ناشرون، لبنان، ط 1، 1997.

6. محمد مرسي الحريري، جغرافية السياحة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د ط، 1999. نوارلدين اريص، اللسانيات المعاصرة في ضوء نظرية التواصل، عالم الكتب الحديث، ط1، أريد، الأردن، 2014.

➤ الرسائل والمذكرات الجامعية

1. أسماء بن سخرية، التجليات الثقافية في الترجمة الأدبية رواية Jane Eyre ل Charlotte Brontë: ترجمة منير البعلبكي أنموذجاً، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الترجمة، قسم الترجمة جامعة باتنة، 2015/2014.
2. آيت زيان آمال، نقل الملامح الدينية والشعبية الى الفرنسية (رواية زقاق المدق لنجيب محفوظ أنموذجاً) د ارساء تحليلية ونقدية، مذكرة ماجستير في الترجمة، كلية الآداب واللغات، جامعة منتوري قسنطينة، 2009/2008.
3. بوطرفة مريم، صعوبات ترجمة النصوص السياحية بين العربية والفرنسية: السنة أولى ماستر أنموذجاً، مذكرة ماستر، قسم الترجمة، جامعة باجي مختار عنابة، الج ازئر، جوان 2015.
4. خضار منير، ترجمة النص الروائي بين التوطين والتغريب «خان الخليلي» ل نجيب محفوظ أنموذجاً- ارساء تحليلية نقدية-، مذكرة ماجستير في الترجمة، قسم الترجمة جامعة قسنطينة 01، 2015/2014.
5. عهد شوكت سبول، " الترجمة الأدبية بين النظرية والتطبيق"، رسالة ماجستير، الجامعة الأمريكية بيروت لبنان، 2005.

➤ المقالات والمجلات باللغة العربية

1. الترجمة الأدبية لدى علي القاسم من النظرية الى التطبيق (ق ارة في كتاب الترجمة وأدواتها)، مجلة الممارسات اللغوية، العدد 06، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2011. ص 25-40.
2. عبد الدايم عبد الرحمن، مقال بعنوان "سيمائية الصورة في الخطاب الاشهاري السياحي"، كلية الآداب واللغات: جامعة آكلي محند اولحاج البويرة، متاح على الموقع الالكتروني
3. التالي: www.univ-bouira.dz/.../766-%2014?... سيمائية20%الصورة20%...تم الاطلاع عليه بتاريخ يوم 02/09/2016 على الساعة 91:03.
4. شريفة بلحوتس، La traduction et l'enseignement des langues، مجلة الممارسات اللغوية جامعة مولود معمري تيزي وزو، الج ازئر، عدد 16، 2012، ص 10-50.
5. محمد اليملاحي، جغرافيا النص: أمكنة الحاضر، مجلة دبي الثقافية عدد55، 2009، ص 88.

➤ الكتب باللغة الأجنبية

1. Baker Mona (ed), Routledge Encyclopedia of Translation Studies, Shanghai Foreign language Education Press, 2004
2. Bassnett, Susan. *Translation studies*. Revised edition, London and New York, Routledge, 1991.
3. Berman, A *L'Épreuve de l'étranger : culture et traduction dans l'Allemagne romantique*, Gallimard, coll. « Tel », 1995.

4. Dann, G. M. S. The language of tourism. A sociolinguistic perspective. Wallingford: CAB INTERNATIONAL. 1996.
5. Davies, Eirilies. "A Goblin or a Dirty Nose? The Treatment of CultureSpecific References in Translations of Harry Potter Book". In *The Translator* 6. E. 2003
6. Giuseppe Palumbo ,Key terms in translation studies, Continuum International Publishing Group, 2009,
7. Ingo, Rune. *Konsten att översätta*. Lund, Studentlitteratur, 2007.
8. Innis, Robert: Semiotics – An Introductory Reader. London: Hutchinson. E. (ed.) 1986.
9. Jean Delisle, La traduction raisonnée, manuel d'initiation à la traduction professionnelle, l'anglais, le français : méthode par objectifs d'apprentissage, Ottawa : Presses de l'Université d'Ottawa, 2003.
10. Jean, Maillot, la traduction scientifique et technique, 2 edition, paris France, technique et documentation, 1969.
11. Lanquar, Robert. Le tourisme international. [ed.] Que Sais-je ? Paris :
12. Presses universitaires de France, 1995.

13. Mathieu guidère, Introduction à la traductologie : penser à la traduction : hier, aujourd'hui, demain, Groupe de Boeck, Bruxelles, 2 ed, 2010.
14. Mounin, G., Les problèmes théoriques de la traduction, Paris, Gallimard, 1963.
15. Munday, Jeremy. *Introducing translation studies*. London and New York, Routledge, 2008.
16. Newmark, Peter. "Translation and Culture". In *Meaning in Translation*. Ed. B. Lewandowska-Tomaszczyk. Frankfurt: Peter Long GmbH, 2010.
17. Nida .E.A.: "Principles of Correspondence" In Venuti, L. the Translations Studies Reader. London, Routledge, 1964.
18. Seleskovitch, Danica & Lederer, Marianne. *Interpréter pour traduire*. Paris, Didier Erudition, 2001.
19. Selwyn, Tom: The Tourist Image. Myths and Myth Making in Tourism. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd, 1996.
20. Svane, Brynja. « *Comment traduire la réalité ? Étude de la traduction des expressions référentielles* » dans Olof Erikssons (éd.) *Språk- och kulturkontraster. Om översättning till och från franska*. Åbo, Åbo Akademis förlag. 1998.

21. Venuti Lawrence: *The Translator's Invisibility: A History of Translation*, London and NewYork, Routledge, 2004.
22. Vinay, Jean–Paul. Et Darbelnet, Jean. *Stylistique comparée du français et de l'anglais : Méthode de traduction*, Paris, Didier, 1958.

الرسائل والمذكرات الجامعية باللغة الأجنبية ➤

1. Chiara Angela Faccin, *Traduire le discours touristique: Langue **ET style du guide Lonely Planet du Québec***, Tesi di Laurea ،Corso di Laurea Magistrale in Lingue Moderne per la Comunicazione e la Cooperazione Internazionale. Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari, Università degli Studi di Padova, itaie, 2015/2016. *consulte le 02/09/2016, A 20:35.*
2. Haddouche Abdel–Rahim Et ALI–Belhadj Hanane, *Essai De Traduction D'une Brochure Touristique Vers L'anglais Et L'arabe*, Memoire De Fin De Cycle Pour L'obtention D'un Master, Faculte De Lettre Et Langues, Universite Abu Bakr Belkaid Tlemcen, 2014/2015.
3. Laurent Beeckmen, *Caractéristique du langage touristique : analyse des traductions Néerlandaise de brochures rédigées en français*, université GENT, Faculté de Lettres et Philosophie, 2014

4. Lena Asp, Comment traduire les références culturelles ?, Les problèmes de traduction des références culturelles dans un texte touristique, memoire de magister, Linnaeus University/School of Language and Literature 2013.
5. Louise Gylling Jorgensen. Uniquely Singapore: An analysis of a destination's image and the language of tourism, Thesis Department of English, 2004. Voir site: pure.au.dk/portal-asb-student/files/2156/000134297-134297.pdf.

➤ المقالات والمجلات باللغات الاجنبية

1. José Lamabert, les stratégies de traduction dans les cultures : positions théoriques et travaux récents.TTR.Vol
2. 11. n02.p79.Http://www.erudit.org/revue/ttr/1988.
3. Keromnes, Yvon. (2009) *Traduction professionnelle et enseignement de la traduction en France*. Un discours de la conférence « la Traduction : de la linguistique à la didactique. Lille, France. Publié en ligne :
4. http://hal.archivesouvertes.fr/view_by_stamp.php?&halsid=rg9m2scbje35jnnu99h3ukopp1&label=ATILF&langue=en&action_todo=view&id=hal
5. Lolita Petrulionè: Translation of Culture-Specific Items from English into

6. Lithuanian: the Case of Joanne Harris's Novels, 2012. voir site http://www.kalbos.lt/zurnalai/21_numeris/06.pdf.
7. Mahmoud Ordudari, Translation Procedures, Strategies and Methods.
8. Translation Journal. Vol11, n3. Jul 2007. <http://accurapid.Com/journal>.

➤ روابط ومواقع

الانترنت

1. السياحة:

2. <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9>

3. (تاريخ الاطل اع 2022/07/22).

جماعات : <https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9lan%C3%A9sie> -الميلانيزيين

4. تاريخ الاطلاع يوم 2022/07/29:

jamilhamdaoui.blogspot.com

- نظريات وظائف اللغة :

5. (تاريخ الاطلاع: 2022/07/29).

<http://www.academiworld.com>

- فرج صوان، تصنيف الترجمة :

6. (تاريخ الاطل اع 2022/08/14).

7. <http://www.imprimercatalogue.com/la-difference-entre-une-brochure-uncatalogue-un-flyer-et-un-depliant-en-imprimerie/>
8. أنواع الاستراتيجيات
9. تاريخ الأطلاع □ 2022/08/01
- a. www.univbouira.dz تاريخ 2022/08/22
De la forainisation (à l' étrançisation ?)
,<https://trahir.wordpress.com/2014/07/15/labrecque-forainisation/>
. .
إستراتيجية التغريب. تاريخ الإطلاع 2022/08/22
[https ://trahirwordpress.com](https://trahirwordpress.com)

ملاحق

مسرد: عربي / فرنسي

فرنسي / عربي

مسرد: عربي - فرنسي

فرنسي	عربي
Coutume	عادة
Ruisseau	عنصر
Foret	غابة
Individu	فرد
Turpitude	فحشاء
Espace	فضاء
Folklore	فلكلور
Citadelle	قلعة
Secteur	قطاع
Palais	قصر
Courtisane	محظية
Ravin	منحدر
Étonnant	مدهش
Préhistorique	ماقبل التاريخ
Vestige	مخالفة
Grotte	مغارة
Region	منطقة
Gorges	واديان

فرنسي	عربي
Archéologique	الأثرية
Rebelle	تمرد
Construction	تشيد
Promotion	ترقية
Traditionnel	تقليدي
Colline	تلة
Topographie	تضاريس
Culture	ثقافة
Richesse	ثراء
Odalisque	جوارى
Géographique	جغرافي
Jardins	حدائق
Ame	روح
Touristique	سائح
Tourisme	سياحة
Magie	سحر
Noblesse	شريف
Rue	شارع
Farouche	شرس
Tombeau	ضريح
Cachet	طابع
Caractère	طبع

مسرد: فرنسي - عربي

فرنسي	عربي
Ame	روح
Archéologique	الأثرية
Citadelle	قلعة
Courtisane	محظية
Culture	ثقافة
Coutume	عادة
Cachet	طابع
Caractère	طبع
Culture	ثقافة
Colline	تلة
Cimtiere	مقبرة
Étonnant	مدهش
Espace	فضاء
Foret	غابة
Farouche	شرس
Falaise	منحدر
Folklore	فلكلور
Grotte	مغارة
Gorges	الوديان
Géographique	جغرافي
Individu	فرد
Jardins	حدائق
Magie	سحر
Naturell	طبيعي
Noblesse	شريف

فرنسي	عربي
Odalisque	جوارى
Promotion	ترقية
Préhistorique	ماقبل التاريخ
Population	مجتمع
Rebelle	تمرد
Rue	شارع
Ravin	منحدر
Rudesse	خشونة
Ruisseau	عنصر
Richesse	ثراء
Region	منطقة
Secteur	قطاع
Saint-patron	الوالي الصالح
Sénateur	نائب
Turpitude	الفحشاء
Tourisme	سياحة
Touristique	سائح
Topographie	تضاريس
Tombeau	ضريح
Traditionel	تقليدي
Vestige	مخلفات
Villigéature	منتجع
Vestige	مخالفة

فهرس المحتويات

إهداء

كلمة شكر وعرفان

02 مقدمة

الفصل الأول: مدخل إلى لغة السياحة

07 1. مفهوم السياحة

09 2. خصائص لغة السياحة

13 3. استراتيجيات الخطاب السياحي

17 4. العلاقة بين الترجمة والسياحة

الفصل الثاني: استراتيجيات وصعوبة ترجمة النص السياحي

21 1. استراتيجيات ترجمة النص السياحي

23 1-1. استراتيجية التوطين

24 1-2. استراتيجية التغريب

27 2. تقنيات ترجمة النص السياحي

27 1-2. تقنيات الترجمة لـ برينجا سفان BRYNJA SVANE

30 تقنيات الترجمة لـ ديفيز Davies

33 1.3. الصعوبات المتعلقة بالمرجمين

37 2. الصعوبات المرتبطة بالنص السياحي

الفصل الثالث: ترجمة الدليل السياحي constantine إلى العربية وتحليلها

44 1. تعريف الدليل السياحي

45 2. الأدلة السياحية اليوم

45 3. الفرق بين الدليل السياحي والكتيب السياحي المطوية السياحية، النشرة السياحية والمجلة .

47 4. ترجمة

فهرس المحتويات

58 خاتمة
61 قائمة المصادر والمراجع
71 ملحق 01: مسرد مصطلحي عربي - فرنسي
72 ملحق 02: مسرد مصطلحي فرنسي - عربي
74 قائمة المحتويات
	ملخص

ملخص

يتناول بحثنا الموسوم "إشكالية ترجمة أسماء الأماكن في النص السياحي دليل " constantine " للمؤلف JAOUDET GASSOUMA، أنموذجا قد تطرقنا فيه إلى إستراتيجيات ترجمة النص السياحي و صعوبته عموما و المترجم خصوصا و بعد إخضاع الدليل السياحي لترجمة إلى الترجمة التطبيقية لنموذج الدليل السياحي توصلنا إلى ترجمة بعض الأجزاء المتعلقة بأسماء الأماكن والمصطلحات الجغرافية لمدونة بحثنا كما دفعنا هذا البحث لتحقيق أمنيته و بلوغ لامجال الترجمة الإحترافية في الإطار الوظيفي

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات الترجمة - صعوبات الترجمة - توطين - تغريب - أسماء الاماكن.

Résumé

Notre recherche, intitulée « Le problème de la traduction des noms de lieux dans le texte touristique « Guide de Constantine » par l'auteur de JAOUDET GASSOUMA, porte sur un modèle dans lequel nous avons abordé les stratégies et les difficultés de la traduction du texte touristique en général et du traducteur en particulier Et les termes géographiques de notre blog de recherche, car cette recherche nous a incitée à réaliser mon souhait et à atteindre le domaine de la traduction professionnelle dans le cadre fonctionnel

Mots clés : stratégies de traduction - difficultés de traduction - localisation - occidentalisation - noms de lieux