

"ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً" "Translating the Culinary Patrimony for Tourism Marketing, The Traditional Dishes of Tlemcen as a Model"

رحمون نزيهة ، بلقرنين عبد القادر

جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان ، الجزائر naziha.rahmoun@univ-tlemcen.dz

جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان ، الجزائر، abdelkader.belguernine@univ-tlemcen.dz

تاريخ الإرسال: 29-12-2021 تاريخ القبول: 11-03-2024 تاريخ النشر: 30-06-2024

الملخص:

يعتبر قطاع السياحة ظاهرة اجتماعية وثقافية واقتصادية، فهو يهدف إلى تحقيق التنمية والرفي للبلد، حيث أنه أصبح رافعة ومحركا حقيقيا للتطور في العديد من الدول التي أدركت أن السياحة من القطاعات الأكبر دخلا. ونظرا للأهمية التي يزر بها هذا القطاع، كان لابد أن يلجأ إلى خدمات الترجمة من أجل نقل المعلومات السياحية وتسويقها في لغة الزبون الأجنبي، آخذاً بعين الاعتبار كل الفروق والتغيرات التي تنتج عن عملية النقل هذه. ولما كانت الجزائر بلداً سياحيا غنيا بالتراث الحضاري والثقافي الناتج عن تعاقب الحضارات فيه، فقد جاء هذا البحث لإلقاء الضوء على جزء مما تزخر به البلاد من ذخيرة سياحية، بحاضرة تلمسان العريقة على وجه الخصوص، وفي مجال مصطلحات الفن المطبخي على وجه التحديد، في محاولة للإجابة عن التساؤل المنهجي الآتي: ما هي أنسب استراتيجية لترجمة مصطلحات فن الطهو التلمساني التقليدي الكفيلة بالتسويق له في لغة الآخر؟ ولقد جاءت نتائج هذا العمل على شكل جدول ترجمة لأشهر أطباق هذه المنطقة.

الكلمات المفتاحية: الترجمة؛ السياحة؛ التسويق؛ الفن المطبخي؛ التقنيات.

Abstract :

The tourism sector is a social, cultural and economic phenomenon. It aims to achieve development and advancement for the country, as it has become a real lever and engine for development in many countries that have realized that tourism is one of the largest sectors of income. Given the importance of this sector, it was necessary to resort the translation services in order to transfer and market touristic information in the language of the foreign customer, taking into account all the differences and changes that result from this transfer process. As Algeria is a touristic country rich in cultural and civilizational heritage resulting from the succession of civilizations, this research came to shed light on part of the country's tourism repertoire, especially in the ancient metropolis of Tlemcen, and in the field of culinary art terminology in particular, in an attempt to answer to the following methodological question: What is the most appropriate strategy for translating the traditional Tlemcen gastronomy terms to market it in the language of the other? The results of this work came in the form of a translation table of the most famous dishes of this region.

Keywords: Translation; tourism; marketing; culinary art.

المؤلف المرسل: رحون نزيهة ، الإيميل: naziha.rahmoun@univ-tlemcen.dz

1- مقدمة:

يعتبر قطاع السياحة ظاهرة اجتماعية وثقافية واقتصادية، فهو يهدف إلى تحقيق التنمية والرفي للبلد، حيث أنه أصبح رافعة ومحركاً حقيقياً للتطور في العديد من الدول التي أدركت أن السياحة من القطاعات الأكبر دخلاً. بل يمكن القول إن السياحة أضحت تمثل حجر الأساس للاقتصاد العالمي في العصر الراهن، بحيث أصبحت صناعة قائمة بحد ذاتها.

ونظراً للأهمية التي يزخر بها هذا القطاع، كان لا بد أن يلجأ إلى خدمات الترجمة من أجل نقل المعلومات السياحية وتسويقها في لغة الزبون الأجنبي، آخذاً بعين الاعتبار كل الفروق والتغيرات التي تنتج عن عملية النقل هذه، عبر جسر الترجمة الرابط بين الشعوب والحضارات والثقافات، في عصر العولمة و التكنولوجيا.

وبما أن الجزائر الشاسعة بلد سياحي بامتياز، لما تزخر به من ثروات طبيعية و تاريخية وغيرها ، فقد رأينا حصر عينة الدراسة في مدينة تلمسان، نظراً لما تملكه من موارد سياحية هامة، فركزنا على جانب من الموروث التقليدي فيها، المتمثل في فن الطبخ التلمساني، نظراً كذلك لما يميزه من تنوع و ثراء حاصل عن تراكمات حضارية وثقافية غنية طبعت المنطقة.

و في هذا الصدد، جاءت فكرة المقال في صيغة التساؤل الإشكالي الآتي: كيف يمكن أن تتم ترجمة المصطلحات الخاصة بمجال الطبخ التلمساني؟ وما هي أهم الاستراتيجيات والتقنيات المستعملة في هذا النوع من الترجمات؟ و جاء المنهج متكاملًا بين الوصف و التحليل، عاجلنا من خلاله ماهية السياحة عامة والسياحة بمدينة تلمسان خاصة، حيث تطرقنا إلى مختلف المرافق السياحية فيها وخصصنا الدراسة حول فن الطهو، كما أولينا الاهتمام الكبير لعملية ترجمة المصطلحات في هذا المجال في شكل جدول يوضح الاستراتيجيات الموظفة في ترجمتنا هذه.

2- مفاهيم أساسية حول السياحة:

2-1- السياحة لغة و اصطلاحاً:

● لغة: تعرف السياحة في المعجم الوسيط كالآتي : "السَّيَاحَة هي التنقل من بلد إلى بلد للتنزه أو الاستطلاع و الكشف"¹

● اصطلاحاً: لقد تم تداول السياحة في الكلام العادي بمعنى السير في الرض، و الدليل على هذا قوله عزَّ و جلَّ: « فَمَسَّحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ »، (سورة التوبة، الآية 2)، فالمعنى هو السير في الأرض.

و يعرف قاموس المنجد السياحة على أنها " التنقل من بلد إلى بلد للتنزه أو الاستطلاع." ²

أما تعريف السياحة في قاموس Hachette باللغة الفرنسية هو كما يلي :

« السياحة ؛ اسم مذكر: نشاط ترفيهي يتكون من السفر للمتعة. ممارسة السياحة هي مجموعة الخدمات والأنشطة المتعلقة بتنظيم الرحلات السياحية لتنقلات السياح. » ³

2-2- السياحة في منظور المتخصصين :

عرفت السياحة اهتماماً كبيراً من طرف العديد من الأخصائيين و الباحثين ، حيث أنها أصبحت علماً قائماً بذاته تدرس في المدارس و المعاهد و الجامعات. و عرّفها العديد من الباحثين نذكر بعضها :

يعرفها "ليفيه نيزارول" عام 1983 بأنها " جميع الأنشطة غير محققة للريح التي يقوم بها الإنسان بعيداً عن مقر إقامته المعتاد " . (هدى سيد لطيف، 1944)

و يعرفها الباحث الإنجليزي "نورفال" بأنها " كل ما يقوم به الأجانب الذين يدخلون بلداً أجنبياً لأي غرض عدا اتخاذ هذا البلد محل إقامة دائمة أو محل عمل منتظم و مستمر، من خلال إنفاقهم في هذا البلد مالا كسبوه من مكان آخر". (محمدي موسى الحريري، 1991)

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً

أما السياحة حسب تعريف جون ميشو Jean Luck MICHAUD، و هو مسؤول في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي : " السياحة هي نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج و استهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر اقامة الأصلي ليلة على القل بحيث يكون السبب هو التسلية ، التداوي ، الاجتماعات ، زيارة المقدسات الدينية، تجمعات رياضية" (G.P la zoto,1990)

مهما اختلفت التعاريف للسياحة في صياغتها، ففي النهاية تصب في مصب واحد ، هو أن السياحة عنصر اساسي في حياة الإنسان و في سلوكه و حريته، كما يمكننا القول ان السياحة بمفهومها الحديث ازدهرت في النصف الثاني من القرن العشرين الذي أطلق عليه إسم "قرن السياحة". (محمود كامل، 1975)

3 -صناعة السياحة:

السياحة هي إحدى الصناعات سريعة النمو في البلدان حول العالم، وهي كثيفة العمالة للغاية، ومصدر مهم للتنمية والتوظيف، خاصة للذين تقل لديهم فرصة الوصول إلى سوق العمل. وهي صناعة مهمة للنساء، والشباب، والعمال المهاجرين، وسكان الريف. يمكن أن تساهم بقوة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وفي الحد من الفقر (منظمة العمل الدولية، 2013).

و هي تلعب دوراً هاماً في تنشيط اقتصاديات دول كثيرة، حيث أصبحت تمثل مصدراً للدخل القومي نتيجة لإنفاق السياح، والذي يكون على أشكال متعددة منها الإقامة و النقل و الإطعام والخدمات الأخرى، بالإضافة إلى الأثر المضاعف الذي يولده هذا الإنفاق و الناشئ عن دوران الإيرادات السياحية في دورات اقتصادية متعددة، وتخلق رواجاً وانتعاشاً في مختلف المجالات. وبصفة عامة فإن للسياحة أهمية كبيرة باعتبارها أحد الأنشطة الداعمة للتنمية الاقتصادية منذ بداية الثمانينيات، ويرجع هذا الاهتمام إلى تغير هيكل الطلب الكلي وظهور الأهمية النسبية لاقتصاديات الخدمات في هذا الهيكل. ولذلك فقد

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجا

أصبحت السياحة بحق قاطرة التنمية لأن الصناعة السياحية صناعة شاملة ذات نشاط إنساني متكامل وتعتبر من أهم سمات الحياة العصرية الحديث. (مختار إبراهيم مختار، 2009)

و تعد السياحة أيضا مصدرا لتبادل الثقافات والأفكار بين السياح وسكان البلد ،حيث ينتقل الأشخاص عبر بلدان العالم المختلفة التي تحتوي على أماكن جذب ثقافي بهدف جمع معلومات مختلفة وكسب خبرات جديدة وتجربة أنماط حياة مختلفة، مما يشبع الاحتياجات الثقافية لديهم والتي قد تشمل الرغبة في ترسيخ الهوية الثقافية لديهم من خلال مراقبة هويات الآخرين. (أسماء منصور، 2020)

3-السياحة في الجزائر :

تعتمد السياحة اعتماداً يكاد يكون كلياً على البنى التحتية المرتبطة بها، فكلما تطورت هذه الأخيرة، ساهم ذلك في تحقيق نتائج إيجابية، وتتضمن البنى التحتية ما للبلد من مقومات حضارية وتاريخية وخدمات متنوعة كالنقل والاتصال وتوفير الأمن والطمأنينة للسائح وغيرها، وتندرج هذه الأنشطة ضمن استراتيجيات الدول التي تسعى إلى إبراز مقومات الجذب السياحي، وتدعيم دورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول المعنية. والجزائر هي إحدى الدول التي تتوفر على إمكانات سياحية متنوعة لها مكانتها في السياحة الإقليمية والدولية، خاصة لدى الهيئات المتخصصة مثل اليونسكو، مما يؤهلها للنهوض بهذا القطاع إذا ما توافرت الجدية الكافية لتطوير الأنماط السياحية التي تمتلك مقوماتها كالسياحة الصحراوية والجبلية وسياحة الشواطئ وغيرها. (د. الهذبة مناجلية، 2017)

تتمتع الجزائر بالعديد من المدن الساحرة ذات الشوارع المتعرجة والمعمار الرائع وساحل البحر الأبيض المتوسط والمناظر الطبيعية الخصبة والآثار الرومانية التي تنافس أي مكان آخر في العالم. ومع ذلك ، فإن أهم المعالم الرئيسية في البلاد هي المنطقة الصحراوية حيث الرمال اللامتناهية والمدن الغامضة والحوية.

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً

على الرغم من مؤهلات البلاد التاريخية و الطبيعية الا ان السياحة في الجزائر تعاني بعض المشاكل مثل نقص البنى التحتية و ضعف الترويج لمعالم البلاد.

4-السياحة في مدينة تلمسان :

تقع مدينة تلمسان في غرب الجزائر و تبعد عن العاصمة ب 520 كلم. تعتبر المدينة ذات أهمية تاريخية كبيرة حيث كانت عاصمة المغرب الأوسط و حطت بها العديد من الحضارات منها البربرية، العربية، الأندلسية، العثمانية و الغربية و سُميت "بجوهره المغرب العربي" و أطلق عليها أيضا اسم مدينة " الفن و التاريخ " نظرا لكثرة المباني الفنية والتاريخية بها التي تنافس في الجمال تلك الموجودة في جنوب إسبانيا أو المغرب ،و الدليل على الحضارات التي مرت عليها بقايا لآثارهم مثل قلعة أغادير و مسجد المنصورة و المسجد الكبير و غيرها. كانت البلدة مهمة بالنسبة إلى الرومان ، لكن للأسف لم تنج الكثير من الآثار من تلك الأوقات، وهي تتمتع بمساحتها الكبيرة فهي أكبر مدينة بالجزائر بعد " وهران" .

5-الأكلات التقليدية بولاية تلمسان :

يتميز المطبخ التلمساني عن غيره بمزيج من الأطعمة التقليدية، وهذا ما يجعله يختلف عن الكثير من مطابخ الجزائر؛ نظرا للتأثيرات الكبيرة الداخلية والخارجية التي شكلت ميزة المطبخ عبر العصور حيث أن رحلة المطبخ التلمساني تبدأ من بعض الأطباق التقليدية ذات أصول الطبخ المشتقة من المطبخ العربي التقليدي ، المطبخ المغربي بالدرجة الأولى ، المطبخ التركي ، المطبخ الإسباني، المطبخ الإيطالي ، المطبخ الفرنسي و البربرية القديمة المكونة من الأعشاب و الحبوب و الخضار الطازجة أو المجففة و التي لا تزال محل ترحيب حتى يومنا هذا في الأرياف . فبدخول الأتراك و مجيئ الحضارة الإسلامية نقلت لها أسرار مطابخ بغداد و القاهرة و قرطبة و زاده ثراء أكلات متعددة كالمشاوي والحلويات. يعتمد المطبخ

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً

التلمساني بالدرجة الأولى على اللحوم الحمراء، خاصة لحم الخروف، والطيور المنتجة محلياً، والخضر التي تشتهر بها بساتين المنطقة؛ وكذا العجائن المصنوعة بطريقة تقليدية. أما في العصر الحديث و نتيجة للزخم التاريخي و تأثيرات أخرى كالتطور التكنولوجي وسهولة التواصل الاجتماعي و التفتح على الثقافات الأخرى، أدت إلى تنوع كبير في هذا المطبخ الجزائري رغم بقاءه أكثر من 130 سنة .

6-فن الطهو موردا سياحيا :

6-1- سياحة فن الطهو :

ثمة عدة مصطلحات تستعمل من أجل هذا النوع من السياحة، مثل السياحة المطبخية وسياحة الطعام وسياحة التذوق وغيرها، و هي نوع من السياحة التي تجمع بين السفر والترفيه واكتشاف فنون الطهي الجديدة. وهي أنواع عديدة من سياحة الطهي تختلف في الاهتمام الذي يبداه السائحون حيث ينصب اهتمامها على التعريف بهوية البيئة أو الثقافة أو غيرها من خلال المنتجات الغذائية من المنطقة. كما يسمح بتجارب طهي جديدة حيث أنها تقود السائح إلى امتصاص قيم وثقافات الحضارة من خلال فن الطهو. وذلك يجعله يتمتع بخبرات جديدة في تذوق الطعام ، مما يجعله يكتشف أحاسيس طهي جديدة من خلال تقاليد الطهي المحلية في المنطقة ، ولا سيما الأطباق والمشروبات ، كل هذا من خلال الأنشطة المختلفة المعروضة و هي بشكل عام جولات إرشادية ، وجولات مطاعم تذوق الطعام ، وأسواق المزارعين ، ودروس الطبخ ، وتذوق المنتجات المحلية والمزيد. وهكذا نلتقي بالسائح الذين تحثهم الرغبة في البحث عن طعام جديد أو أشياء أخرى. لذلك يختار السائح وجهته وفقاً لتوقعاته حيث سينظم أنشطته حول عدة مؤسسات ؛ ولا سيما تلك المعترف بها دولياً. إنه نوع من السياحة التي تزداد أهمية اليوم لما لديها من مزايا و ترفيه تقدمه للزبائن و السائح، و أصبحت السياحة الذواقة حالياً واحدة من أكثر القطاعات الواعدة في قطاع السياحة (Antonioli Corigliano, 2002). وقد أدى ذلك إلى زيادة

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً

الإنتاج المتكرر للمنتجات السياحية القائمة على تذوق الطعام ، وهي الموارد التي تؤدي إلى سياحة تذوق الطعام.

6-2- المورد السياحي :

يعرف المؤلفون مثل (Cooper 2008: 117) المورد بأنه ما يشكل البيئة (المادية والاجتماعية). يمكن تصنيف الموارد السياحية على أنها محدودة (الأرض ، رأس المال) وحررة ، مثل المناخ والثقافة. ومع ذلك ، فإن مفهوم المورد ذاتي تماماً ونسبي وعملي. بالنسبة لكوبر (2008) ، يعتمد المورد السياحي الحقيقي على دوافع ورغبات واهتمامات المستهلك ، فضلاً عن السياق الاجتماعي والثقافي والاقتصادي الذي تظهر فيه هذه الدوافع.

أصبح فن الطهو المرتبط بالسياحة مورداً سياحياً لإنشاء منتجات جديدة ولإعادة ابتكار المنتجات التي أكملت دورة حياتها أو كانت في المرحلة الأخيرة من "دورة حياة المنطقة السياحية" التي طورها بتلر (Butler 1980) واستشهد بها ماكرشر (Mckercher 2005) ، حيث أن الوجهات هي اندماج للمنتجات المجمعة جغرافياً وتشمل المنتجات والخدمات السياحية ، يجب تجديد وإعادة تنشيط المنتجات والوجهات بشكل مستمر. بهذه الطريقة، يمكن أن يكون فن الطهو المرتبط بالسياحة وسيلة لتنشيط أو إعادة اختراع المنتجات والوجهات السياحية.

7- سياحة الطعام والتسويق السياحي:

تساعد العولمة في نقل أنماط الطهي والاستهلاك من أحد أطراف الكرة الأرضية إلى الطرف الآخر. أظهرت دراسة كندية أجريت عام 2017 أن 62٪ من السكان قد زاروا بالفعل بلد منشأ لطعامهم المفضل. ووفقاً لمصدر من Food Travel Monitor 2020 ، فإن 53٪ من مسافري المتعة العالمية

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً

هم مسافرون للطعام. في هذا السياق ، فهي مصدر للتنمية الاقتصادية المحلية تصل إلى 25٪ في المتوسط للإقليم. توفر الزيادة في الأحداث ومشاركة بعض اللاعبين في هذا النوع من السياحة لمقدمي خدمات الطعام الفرصة للوصول إلى عدد أكبر من العملاء. بدأت العديد من الجهات في التعاون مع الشركات المحلية والطهاة الأصليين، المشهورين بتقديم أنشطة جانبية على أنواع مختلفة من عروض الطهي.

من ناحية أخرى ، هناك العديد من الأنشطة لاكتشاف تقاليد الطهي في المنطقة. من بينهم، مقابلة المنتجين ، زيارة الأسواق ، وسفر طرق الذواقة ، ومشاركة في مهرجانات تذوق الطعام، ومتابعة ورش عمل الطهي، أو البحث ببساطة عن متجر المعجنات أو المطعم النموذجي.

و في اتجاه آخر، قامت وسائل الإعلام مؤخرًا بتضخيم هذه الظاهرة من خلال البرامج التلفزيونية المكرسة لتنظيم رحلات مخصصة لاكتشاف و تذوق الطعام. يمكننا بعد ذلك الاستشهاد بالبرامج التالية: "Fourchette et Sac à Dos" أو "Route des Top Chefs" أو برنامج الشاف Gordon Ramzey: "أسرار الطعام".

8- الترجمة في حيز المصطلح السياحي :

توفر دراسة المصطلحات من قبل الباحثون Juan Sager في عام 2001 و M. Teresa Cabré في عام 2010 و Márta Fischer في عام 2010، دراسات متعمقة ومعلومات أساسية تتعلق بالمصطلحات السياحية وترجمتها، فتم بيان عدد من الأمور في دراساتهم مثل، مراعاة الفوارق الثقافية بين البلدان المختلفة فليس كل بلد يتم فيها فهم الكلمات المستخدمة في البلدان الآخرة بشكل مناسب.

(ندين حميدان، 2020)

والهدف الأساسي من المصطلحات والنصوص السياحية هو التعريف بمكان ما في العالم او التعريف

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً

بالموروث الشعبي لذلك البلد أو المكان من أجل جلب السائحين إليه ومن أجل تشجيع السياحة في البلد. و لكل لغةٍ نصوصاً ومصطلحات منها ذات الخصوصية العلمية والادبية والثقافية والسياحية والتجارية إلخ... أما النصوص السياحية فهي تلك النصوص التي تبين لنا معلومات عن بلد أو مكان أو مدينة وتُخبرنا عن العادات التقليدية والآثار التاريخية والأطباق الشعبية والأسواق والأماكن الترفيهية والمتاحف وغيرها من الأمور الخاصة بذلك البلد أو بتلك المدينة. (محمد هاشم محيسن اللامي، 2017)

والمصطلح هو أصغر وحدة لغوية يتعامل معها المترجم وأكثرها دقة، لأن كلا المجالين، الترجمة و السياحة، يستخدمان اللغة هدفاً و مضموناً و وسيلةً. وتعد ترجمة المصطلح من أهم وأصعب ما يواجهه المترجم باعتبار أن المصطلح يتضمن شحنات ثقافية تقف في خلفية النص الأصلي وتحيط به، وليس على المترجم حينئذ أن يترجم العناصر المختلفة للإطار السيميولوجي فقط، بل أن يترجم حيز هذا العنصر في المجتمع كله، لأنه مجال أضيق من الفضاء، لكنه في الآن نفسه يشتمل على تفاصيل تعريفية أدق مما قد يجعله في نوع من المفارقة يتجاوز سعة الفضاء. (د. بلقرنين عبد القادر، 2019).

كما أنه مجال يعج بالمصطلحات المتخصصة التي تحيل إلى مفاهيم خدماتية وسلعية وتسويقية محددة ومضبوطة، من خدمات فندقية وإطعام وأنواع الأسفار ووسائل النقل والترفيه إلخ... كلها مصطلحات تقنية يجب مراعاة الدقة في ترجمتها. و عليه، فإننا نجد حقل المصطلحية هو أقرب الحقول المعرفية إلى الترجمة المتخصصة (Margaret Rogers, 2015)، لأن المصطلح جزء من النسيج اللغوي للنص السياحي، بحيث يميزه عن غيره من النصوص و يحدد مجاله بوضوح ، و منه نستطيع القول أننا بصدد التعامل مع لغة الاختصاص (LSP : Language for specific purposes). (د. بلقرنين عبد القادر، 2019)

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً

أننا هنا نبحث عن ترجمة الخطاب السياحي أكثر من ترجمة للنص السياحي، لأن طبيعته تفرض على المترجم التعامل مع علامات سيميائية تتنافى في بعض الأحيان والقواعد اللسانية، لأن روح هذا الخطاب و جوهره ضروريان لتحقيق ما يسميه نيدا Nida بالتكافؤ الوظيفي (عبد الواحد شريقي، 2012)، مما يستدعي استراتيجيات ترجمة خاصة تتأرجح ما بين النصي والخطابي على حسب المتطلبات السيميائية التي تفرضها اللغة. إن الهدف من العملية التواصلية في مجال السياحة أهم من التفاصيل اللغوية من الناحية الترجمة تجمع بينهما و بدفع من القصد والغاية.

9-التقنيات الترجمة في المصطلح السياحي :

يمكن للسائح أن يتعرف على العروض السياحية المترجمة إلى لغته من خلال مطويات المطابخ و الفنادق و الدلائل السياحية و المجلات السياحية و المواقع الإلكترونية و غيرها. و قد يواجه المترجم بعض المشكلات والصعوبات عندما يترجم النصوص و المصطلحات السياحية من لغة الى اخرى فعلى سبيل المثال عندما يذكر في نص مكتوب بلغة معينة اسم مدينة او متحف فاذا كان المترجم ليس لديه معلومات كافية عن ثقافة لغة البلد الذي يترجم إليه، لا يستطيع ان يعطي ترجمة مثالية ولا يستطيع ان يحدد في اي جزء من البلد تحديدا تقع تلك المدينة أو ذلك المتحف. إن الترجمة لا تتمثل في إعطاء مقابلات للألفاظ والتراكيب فحسب وإنما تتمثل ايضا في نقل المعاني والأفكار والمضامين الثقافية التي تؤثر على الترجمة حسب ثقافة البلد للغة الاصل واللغة الهدف. ومن ابرز التقنيات التي يمكن للمترجم أن يلجأ إليها من أجل توصيل فكرته والحصول على ترجمة ذات جودة عالية ومقبولة ومفهومة، يمكنه استعمال: الايضاح او الشرح والاختصار والاقتراض اللغوي والترجمة والاقتباس والاستعارة (محمد هاشم محيسن اللامي 2017) . و في حالة دراستنا هذه، أي ترجمة أبرز المصطلحات المطبخية لمدينة تلمسان، فإن معظم التقنيات المستعملة هي الاقتراض والشرح والمناقلة أو الإستنساخ.

8 - ترجمة أسماء الأطباق التقليدية التلمسانية من العربية إلى الإنجليزية:

يمثل الجدول أدناه أشهر الأطباق والأكلات المحلية لمدينة تلمسان، وقد وقع الاختيار عليها بعد سبر للآراء واستشارة فئة من أهل مدينة تلمسان الذين هم على دراية جيدة بتلك المصطلحات، حيث أنهم يعتبرونها إرثاً لا مادياً عن أجيال سالفة. أما عن التقنيات المستعملة في الترجمة، فمعظمها تمثلت في المناقلة أو الرسم الحرفي أو الإستنساخ من اللغة العربية إلى اللغة الإنجليزية Transliteration، وهي نقل لحروف لغة إلى لغة أخرى، مع الحفاظ على الخصائص الصوتية قدر الإمكان، لأنه يوجد تداخل في المستوى الصوتي بين أصوات اللغة العربية والإنجليزية مع وجه التشابه والاختلافات بينهما. حيث اتفقت بعض الأصوات في اللغتين في المخارج والصفات، مثل الأصوات الاحتكاكية، و اختلفت بعضها لعدم وجودها في كلتا اللغتين، مثل حروف الإطباق الأربعة "الضاد و الصاد و الطاء و الظاء" التي انفردت بها اللغة العربية. (يونس سعدية، 2017). و تعتبر تلك التقنيات تقريباً الحل الوحيد من أجل الترجمة، لأنها أسماء علم لا يوجد لها مقابلات في اللغة الإنجليزية أو غيرها. و من أجل توضيح الأمر للسائح، من الضروري استعمال تقنية الشرح explanation حتى تكون لديه فكرة عن طبيعة و مكونات الطبق، و أتى الشرح باللغتين العربية و الإنجليزية حيث أن السائح يمكن أن يكون أجنبياً، كما يمكن أن يكون عربياً و لكنه لن يستطيع فهم معنى المصطلحات لأنها خاصة بمدينة تلمسان حصرياً.

المصطلح The term	الترجمة إلى الإنجليزية (transliteration)	الشرح Explanation
الحريرة	h'rira	حساء العجين المخمر Vegetables soup with sourdough
طَعَامٌ	ta'am	دقيق مبخر مع مرق الخضرة و اللحم rolled semolina with /Couscous meat , vegetables and sauce

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً

لحم بالمرق Lamb meat with sauce	m'hamer	مَحْمَر
لحم المقدد و المجفف Dried meat	Kaddid or Khli'e	القَدِيدُ أو الخَلِيعُ
طبق الحلزون بمرق الزعتر و الخلة Snail dish cooked in sauce with .Ammi plant and thyme	B'bbouch	بُبُوشْ
باذنجان بالحم و المرق Eggplant with sauce and meat	B'rania	بُرَانِيَّة
طبق محضر من البصل واللحوم و البيض Onion dish with sauce , meet and eggs.	Elm'khetter	المِخْتَرْ
خضر مشكلة بالمرق و اللحم Vegetables stew	Telbia	تَلْبِيَّة
كرات اللحم المفروم بالمرق والحمص. Minced meat balls dish with sauce and chickpeas	Elmedgoug	المِدْقُوقُ
نوع من البطاطا أو الترفاس تشبه في الشكل الزنجبيل الطري و ذوقها يشبه خضر الشوكي الأرضي و يطبخ بالمرق و اللحم. Jerusalem artichokes with sauce	Batata Kosbia	بَطَاطَا قُصْبِيَّة
أحشاء الخروف بالمرق Sheep's innards with sauce	Dewwara	الدَّوَّارَة

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً

رأس الخروف بالمرق و التوابل Sheep's head with sauce and spices	Zellif	زَلَّيْفْ
طحين القمح المبخر مع السكر والقرفة و الزبدة مزيج بالزبيب والمكسرات Sweet couscous decorated with dried fruits	Seffa	سَفَّة
لحم الخروف بالسكر و العسل و البرقوق Sweet meat decorated with dried plum	L'ham lahlou	لَحْمْ لَحْلُو
لحم الخروف بالزبيب و العسل و البهارات Mutton meat with raisins and spices	Mer'a Bel'assel	مَرْقَة بِالْعَسَلْ
كريات من العجائن بالمرق و التوابل Small balls pasta with sauce and spices	Berkouk's	بَرْكُوكْسْ
خبز يصنع في المنزل Home made bread	Khobz Eddar	خُبْزُ الدَّارْ
حلوى على شكل أساور بالتوابل مثل اليانسون Biscuit shaped like bracelet with some spices like anise seeds.	Kaàk	الكَعْكَ
عجينة في شكل أذن مقلية، معسلة و مرشوشة بالسمسم. Ear-shaped fried dough soaked in honey and decorated with sesame seeds	. Griwech	الْقَرْيُوشْ

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً

المقروط	Makrout	حلوى السميد بالزبدة معسلة و محشوة بعجينة التمر . Semolina cake filled with dates paste and soaked in honey
التريد	Trid	ورقة رقيقة من العجين بالزيت A very thin sheet of pastry cooked with oil.
السفننج	Sfenj	رغائف مقلية في الزيت Fried loaves which look like the donuts.
تأنتة	Ta'enetta	سميد محمص ممزوج بالزبدة و العسل Grilled semolina mixed with butter and honey

11- الخاتمة :

إن التواصل بلغات متعددة هو السمة الرئيسية لقطاع السياحة، بسبب استقبال زوار وسياح من مختلف البلدان ذات اللغات والثقافات المختلفة. لذلك، فإن العرض التقديمي المترجم من قبل وكالة ترجمة محترفة إلى اللغة الأصلية للمستخدمين أو العملاء يسهل قدرتهم على اتخاذ القرار، وفي مثل هذا السوق الواسع والتنافسي، يتيح ذلك لشركات الخدمات السياحية زيادة مبيعاتها، ومراجعات العملاء، وتحديد المواقع، وتحقيق أهدافها الاستراتيجية و تسويق منتجاته إلخ... و تعد سياحة الطعام شكلاً من أشكال السياحة التي كان يمارسها الإنسان دائماً ، وقد تطور هذا المفهوم إلى حد كبير على مدى العقود الماضية بسبب اهتمام السياح بجودة عرض الطهي. اليوم ، تؤثر الشبكات الاجتماعية ووسائل الإعلام بشكل كبير على اختيارات المستهلكين بحثاً عن تجارب جديدة. و من خلال ما قدمنا أعلاه، نستطيع القول أن ترجمة مصطلحات الأطباق عامة تساهم بشكل فعال في الترويج السياحي لبلد أو منطقة ما، حيث أنها تثير اهتمام السائح في تذوق مأكولات لم

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً

يألفها. و من خلال هذه الدراسة أيضا ، نستنتج أنه ليس للمترجم الخيار الواسع في استعمال التقنيات الترجمة في هذا النوع من الترجمة، أي ترجمة المصطلحات المطبخية المحلية، و هي تنحصر بين المناقلة والشرح لكونها أسماء علم خاصة بمنطقة تلمسان، و لأنها ترجمة تقتضي التمكن و التخصص.

12-المراجع :

أ- باللغة العربية :

- 1-د. عبلة بخاري (2012)، اقتصاديات السياحة، صفحة 4، 9، 10. بتصرف.
- 2-المدرس محمد هاشم محيسن اللامي، 09/09/2017، "النص السياحي و ترجمته"، مجلة صحيفة المثقف، العدد 4022، كلية اللغات ،جامعة بغداد. بتصرف
- 3- محمدي موسى الحريري، 1991، " جغرافية السياحة"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ، ص 23
- 5-محمود كامل، 1975، " السياحة الحديثة علماً و تطبيقاً"، ص 26 .
- 6- مختار إبراهيم مختار، 2009 ، " الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة، دراسة في المردود الاقتصادي من السياحة في ليبيا"، المجلة الأكاديمية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثاني، طرابلس، ص 50.
- 7- أسماء منصور 2020/07 ، "تعريف السياحة الثقافية"، مجلة المقال.

أنظر: <https://mqaall.com/definition-cultural-tourism>

ترجمة التراث المطبخي للتسويق السياحي، أطباق تلمسان التقليدية نموذجاً

8- د. الهذبة مناجلية، 2017، "الإمكانيات والمقومات السياحية في الجزائر"، مجلة دراسات وأبحاث
المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 26 مارس 2017 السنة التاسعة، جامعة باجي
مختار، عنابة.

9- د. عبد القادر بلقرنين، 2019/04/28، ندوة علمية حول "الترجمة و التنمية السياحية"، مركز
البحث العلمي و التقني لتطوير اللغة العربية، وحدة البحث تلمسان: واقع اللسانيات و تطور الدراسات
اللغوية في البلدان العربية، ص30 - 34. بتصرف

10- ندين حميدان، 2020، "اللغة والسياحة في علم اللغة الاجتماعي"، ندين حميدان، مجلة e -عربي
، ديسمبر 19، 2020.

11- عبد الواحد شريفي، 2012، "ترجمة المقاربات و النظريات"، دار الغرب للنشر و التوزيع،
جامعة وهران، ج1، ص66.

12- يونس سعدية، 2017، "الأصوات اللغوية بين اللغة العربية و اللغة الانجليزية في ضوء علم اللغة
الحديث " دراسة وصفية تقابلية"، بحث تكميلي مقدم لنيل درجة ماجستير الآداب في اللغة العربية
تخصص "علم اللغة " ديسمبر 2017م، جامعة الجزيرة، السودان.

ب- باللغة الأجنبية :

1- Hachette, 2009, edition 2010, Paris, p1624.

- 2-Antonioli Corigliano, R, 2002, “The route to quality : Italian gastronomy networks in operation”. In A. Hjalager, & G. Richards (Eds.), Tourism and gastronomy , pp. 166-185. London etc. Routledge.
- 3-Cooper, C. & Hall, C. M. ,2008, “Contemporary tourism : An international approach.”, Oxford : Butterworth-Heinemann,UK.
- 4-McKercher, B. (2005), Destinations as products , A reflection on Butler’s life cycle. Tourism Recreation Research, 30(4), pp. 97-102.
- 5- Margaret ROGERS,2015, Specialized Translation Shedding the Non literacy’ Tag, Margaret Rogers Ed, The center for Translation Studies, university of Surrey, UK .
- 6- G.P la zoto ,1990,” Géographie du tourisme”, maison Paris, France,p13.
- 7- “Toolkit on poverty reduction through tourism”, International labour office, 2013 ed ,Geneva ILO 2013,v1 , p 03.

ج- العناوين الإلكترونية:

- 1-محمد هاشم محيسن اللامي ، كلية اللغات / جامعة بغداد:
<https://www.almothaqaf.com/a/b3d-2/920501> , consulté le :27/12/2021
- 2 -<https://www.el-massa.com/dz>,consulté le 05/12/2021.
- 3-<https://mawdoo3.com/> , consulté le 30/11/2021 .

4-<https://journals.openedition.org/> , consulté le 12/12/2021.

5.https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_dialogue/sector/documents/instructionalmaterial/wcms_469865.pdf, consulté le 27/12/2021.

6-<https://e3arabi.com> , consulté le 27/12/2021.

د- الهوامش و الإحالات :

¹ المعجم الوسيط، إبراهيم مصطفى و أحمد الزيات و حامد عبد القادر و محمد النجار ،

(467/2-1) .

² المنجد ، في اللغة العربية المعاصرة ، دار المشرق، رياض الصلح، بيروت، لبنان، ط 1 ، 2002.

³ – Hachette, Edition 2010, Paris, 2009, p1624 :

« Tourisme ; nom masculin : est une activité de loisir qui consiste à voyager pour son agrément. Faire du tourisme est l'ensemble des services et des activités liés à l'organisation des déplacements des touristes. »