

استراتيجيات وتحديات ترجمة في نقل الموروث الثقافي السياحي

Translation Strategies and Challenges in the Transfer of Tourism Cultural Heritage

سمية مهدي

Soumya MAHDI

soumya.mahdi@univ-alger2.dz، (الجزائر)، 2، جامعة الجزائر 2،

تاريخ النشر: 2026/08/31

تاريخ القبول: 2026/07/13

تاريخ الاستلام: 2026/05/15

ملخص:

تتناول هذه الورقة البحثية أبرز الاستراتيجيات المستعملة في الترجمة السياحية، وذلك بتسليط الضوء على تقنية الشرح وكيفية استخدامها في المطويات السياحية عند ترجمة العبارات الثقافية خاصة عندما يتعلق الأمر بأسماء العلم كأسماء الأماكن ذات إichاءات دلالية خاصة أو ألقاب أشخاص أو حتى بالنسبة لبعض العادات والتقاليد المحلية، تتميز الدراسة بكونها وصفية ونقدية لمجموعة من المطويات السياحية الصادرة باللغة الفرنسية عن الديوان الوطني للسياحة بالجزائر، والتي من واجبها أن تعرف وتروج لبعض المناطق السياحية في الجزائر. من أهم النتائج المتحصّل عليها هو أنّ اختيار الاستراتيجية الترجمة يعتمد على نوع العبارة الثقافية، مدى شيوعها في الثقافة المستقبلة وكذا السياق الذي أتت ضمنه، ناهيك عن ذلك فإنّ اللجوء إلى تقنية الإيضاح يتطلّب مراعاة مجموعة من المعايير أهمها الاطلاع المحكم على الخصائص التي تميّز العبارة الأصلية وكذا مراعاة نسق موحد للشروحات المستعملة خاصة على مستوى نفس العبارة الثقافية.

كلمات مفتاحية: استراتيجيات ترجمة، تراث جزائري، ثقافة، سياحة، مطويات.

Abstract:

This research paper examined the main strategies used in tourism translation, with particular emphasis on the amplification technique and its use in tourism brochures, especially when dealing with proper nouns such as place names with specific connotations, titles of individuals, as well as certain local customs and traditions. This was achieved through a descriptive and critical study of a selection of tourism brochures published in French by the National Tourism Office of Algeria, whose mission is to promote and present various tourist destinations in Algeria.

The main findings reveal that the choice of translation strategy depends on the type of cultural expression, its degree of familiarity within the target culture, and the context in which it appears. Furthermore, the use of amplification requires careful consideration of several criteria, most importantly a thorough understanding of the characteristics that distinguish the source expression, as well as maintaining a consistent approach to the explanations provided, particularly when dealing with the same cultural expression.

Keywords: Algerian Cultural Heritage, Culture, Promotional Brochures, Tourism, Translation Strategies.

المؤلف المرسل: سمية مهدي، الإيميل: soumya.mahdi@univ-alger2.dz

1. مقدمة:

يعتبر الموروث الثقافي أحد مقومات الهوية الحضارية الإنسانية، كما يمثل الذاكرة الجماعية التي تحفظ هذه الهوية وتخلدها، بحيث يعكس إبداع الحضارات وعمقها الثقافي والتاريخي. وقد يكون ماديا مثل المعالم والمواقع التاريخية، والقطع الأثرية والحرف أو غير مادي مثل الأمثال الشعبية والأدب الشفوي والعادات والتقاليد. والتراث هو إرث ينتقل عبر الأجيال، ويقتضي المحافظة عليه لكيلا يضيع وتضيع معه الذاكرة الحضارية والثقافية للوطن (عبد الله يوسف، 2009، ص. 1). كما يتم الترويج له والتعريف به عبر عدّة طرق على المستوى المحلي أو الدولي لاستقطاب الزوّار تحت إطار ما يعرف بالسياحة.

سوف نقوم بالتعرّف على مجموعة من المفاهيم المتعلقة بالمجالين السياحي والثقافي معا، للتطرّق لاحقا استنادا إلى مدوّنتنا إلى كيفية ترجمة العبارات الثقافية في المطويات السياحية، علما أنّ هدفنا يتمثل في اكتشاف الاستراتيجيات الترجمة المستعملة لنقل تلك المفاهيم من اللغة العربية إلى اللغة الفرنسية. وعليه، تتمحور إشكالية الدراسة حول تحديد الطريقة المثلى لنقل العبارات الثقافية من ثقافة إلى أخرى، وبناء على ذلك قمنا بصياغة سؤالين، قد تسمح الإجابة عليهما دراسة الإشكالية من عدّة جوانب وهما كالتالي: ما هي العوامل المتحكّمة في اختيار استراتيجية ترجمة دون غيرها في ترجمة العبارات الثقافية؟ وهل تؤثر التقنية المستخدمة على تغيير الهدف التواصل، الذي هو في هذه الحالة تعريفي وترويجي؟

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي النقدي من خلال دراسة وتحليل مجموعة من الأمثلة المستوحاة من مدوّنة متمثلة في مجموعة من المطويات السياحية الصادرة عن الديوان الوطني للسياحة بالجزائر، بحيث قمنا باستخراج مجموعة من العبارات الثقافية وتصنيفها حسب نوعها ومن ثمّ القيام بدراسة معجمية لتحديد مفهومها الدلالي ثم المقارنة بين العبارة الأصلية والعبارة المترجمة مع الأخذ بعين الاعتبار التقنية الترجمة المستعملة والنتيجة المتحصل عليها ومدى تطابق مفهوم العبارة المترجمة مع مفهوم العبارة الأصلية وإلى أي مدى تمّ الحفاظ على الخصائص الثقافية الأصلية.

2. مفهوم السياحة:

تعتبر السياحة أحد محركات الاقتصاد المحلي والتنمية لأيّ بلد، وتتمثل في مجموعة من الأنشطة الترفيهية والثقافية التي ترمي إلى التعريف بالمعالم والمناطق التاريخية والثقافية لمنطقة معيّنة وكذا الترويج لتراثها المحلي، وتسهم في تحقيق عوائد اقتصادية وتنمية للمجتمعات والدول. كما تتمثل في عملية تنظيمية بحيث تمثل جميع المبادئ والقواعد التي تنظم بمقتضاها رحلات الترويج أو وما كان متعلّقا بما يقوم به أولئك الذين يقومون باستقبالهم وتسهيل انتقالهم (ملوخية، 2006، ص. 33).

ولا تتم هذه العملية إلا باجتماع مجموعة من العناصر التي تشكّل السلسلة السياحية وهي تتمثل في المعلم الثقافي أو التاريخي المروّج له، المروّج أو المرشد السياحي وكذا في السائح الذي يقوم باستكشاف المنطقة، بالإضافة إلى الهياكل الوظيفية الأخرى التي من شأنها تسهيل رحلة السائح من بني تحتية كالنقل لتسهيل تنقلاته، إلى الفنادق والمطاعم والمحلات

وكل ما من واجبه توفير راحة الزائر ورفاهيته. كما أنّ ترسيخ ثقافة السياحة عند السكان المحليين ضرورية لتمكّن السائح من الاستمتاع برحلته بكل راحة واطمئنان وأمان.

هذا وتنقسم السياحة إلى أنواع كالسياحة العلاجية أو الطبية، الدينية، الترفيهية، والتاريخية الثقافية، ويتمّ الترويج للمنتوج السياحي عن طريق دليل قد يتمثل في شخص المرشد السياحي الذي قد يلعب دور الترجمان أيضا بحيث يعمل على إطلاع السائح على أهمّ المعالم التاريخية والموروث الثقافي لتلك المنطقة من خلال معلومات ذات طابع تاريخي وثقافي من شأنها إثراء ثقافة السائح من خلال اللغة التي يفهمها وهو ما من شأنه إبراز العلاقة الوطيدة بين السياحة والترجمة. وتعدّ المطويات دليلا سياحيا أيضا بحكم أنها وسيلة من وسائل الاشهار السياحي، ويمكن أن تكون أحادية اللغة أو متعددة اللغات تلبية لتطلعات الجمهور المستهدف (Al Fahad, 2012, p. 557). وتعدّ أكثر الوسائل انتشارا واستخداما من قبل الهيئات السياحية ووكالات السفر وذلك لسهولة توزيعها سواء على مستوى المطارات أو الفنادق أو الأسواق أو المواقع السياحية أو المعارض التجارية كما قد تأخذ شكلا رقميا فنجدها على مستوى المواقع الالكترونية الخاصة بدواوين السياحة للمنطقة المراد زيارتها، فيسهل الاطلاع عليها أو حتى تحميلها.

3. المطويات السياحية:

تعرف أيضا بالكتيّبات السياحية، عرّفها سليم خليف الفهد (2012) على أنّها شكل من أشكال الاشهار وأحد الأدوات المستعملة من قبل المعنّيين في التواصل، وهي تستعمل للإعلان والإشهار والتواصل مع العملاء. ويمكن إيجادها على مستوى وكالات السفر والفنادق والمطارات أو على مستوى مكاتب الاستعلام الموجودة بالقرب من المعالم التاريخية أو داخل المتاحف، كما قد توزّع خلال السفريات السياحية المنظّمة للسائح. وقد تختلف مواضيعها باختلاف المنتج السياحي المراد الترويج له، فقد تكون حول أهم المدن أو المناطق السياحية بالبلد أو حول المواقع والمعالم التاريخية والأثرية ومراكز الترفيه والتنزّه والاستجمام مثل المتاحف والحدائق ومدن الألعاب أو المنتجعات الصحية، بالإضافة إلى الأنشطة الترفيهية والرياضية المقامة وكذا العروض المسرحية والموسيقية والأطباق المحلية وخصائص ثقافية أخرى مثل الحفلات المحلية والعادات والتقاليد المشهورة. يعتمد فيها على لغة واضحة لأنها موجهة لعامة الناس، وغالبا ما تكون مرفقة بصور لمناظر طبيعية أو مرافق عمومية أو معالم سياحية.

أما بالنسبة لعلاقتها بالترجمة، فنظرا لكونها موجهة لأشخاص أجانب قد لا يتقنون اللغة الرسمية للبلد المستضيف فإنّه لا بدّ أن تأتي في لغات مختلفة وبالتالي وجب الاستعانة بالترجمة في ذلك. إلا أنّه تبين صعوبة كتابة وترجمة هذه المطويات بلغة تختلف عن اللغة المحلية للبلد المراد الترويج له خاصة عندما يتعلّق الأمر بنقل خصائص ثقافية محلية قد لا يجد لها المترجم مقابلا في اللغة المراد الترجمة إليها، فيجد نفسه مضطرا للتصرّف واستعمال تقنيات ترجمة قد تؤدي في بعض الأحيان إلى اخفاء الصبغة المحلية والثقافية للمنتوج وذلك بغية تقريب النص من القارئ الهدف أي السائح، أو تقوم بالإبقاء عليها فتبتعد عن القارئ الهدف. ولكن في البداية لا بدّ من تعريف مفهوم العبارات الثقافية.

4. العبارات الثقافية وأنواعها:

قد نعرّف الثقافة على أنها تلك البيئة التي صنعها الإنسان نظير تلك التي خلقتها الطبيعة، والتي تمثّل مجموعة الإنتاجات الإبداعية والنمط السلوكي الذي يتبعه أفراد المجتمع الواحد حسب معايير محددة قد تكون دينية أو سياسية أو اقتصادية أو غيرها، وقد يظهر هذا النمط في طريقة العيش والعادات والتقاليد والأعراف والقوانين والأشياء المادية كالأكل واللبس وهي إجمالاً مجموعة من السلوكيات والضوابط التي تصنع هوية المجتمع وتميّزه عن غيره من الأمم¹. أما العبارات الثقافية فهي تلك الكلمات الدالة على أشياء نشأت وترسّخت في بيئة دون أخرى وهي تشكّل اللون المحلي الذي يميّز ثقافة معيّنة عن غيرها.

إنّ ترجمة هذا النوع من العبارات محصور بضرورة استيعاب فكرة أنّ الترجمة ليست فعلاً لسانياً فقط بل هو عمل تواصلية يجري بين ثقافتين مختلفتين، وهنا تبرز صعوبة أو استعصاء الترجمة في بعض الحالات. وإذا أردنا الحديث عن تعدّد ترجمة العناصر الثقافية، فإننا نشير إلى تلك الحالات التي تتضمن عناصر ذات أهمية وظيفية ودلالية في النص الأصلي، لكنها تنتمي إلى ثقافة مغايرة للثقافة الهدف، مما يجعل إيجاد مقابل مكافئ لها أو التعبير عنها بدقة في اللغة والثقافة المستقبلية أمراً بالغ الصعوبة.

ترتبط مسألة استحالة الترجمة بإشكالية الفوارق اللغوية والثقافية بين الشعوب، وقد كان ويلبر مارشال أوربان (Wibur Marshall Urban, 2013, p.737) من أوائل من أثار هذا الموضوع، متسائلاً عن مدى إمكانية نقل المعاني بين اللغات والثقافات المختلفة، وفي الاتجاه نفسه، طرح لادميرال مفهوم اللاترجمة (*l'intraduction*) للدلالة على العناصر التي يصعب أو يستحيل نقلها إلى اللغة الهدف بسبب خصوصيتها الثقافية وغياب ما يقابلها لدى المتلقي المستهدف (Oseki, 1999, p. 62) وقد وجد هذا الطرح صدها لدى جورج مونان (1955)، الذي بنى جانباً مهماً من نظيره للترجمة على جدلية الإمكان والاستحالة، مؤكّداً أنّ الترجمة تظلّ ممارسة ممكنة من حيث المبدأ، لكنّها تصطدم أحياناً بعوائق لغوية وثقافية تحدّ من تحقيق التكافؤ التام.

وفي السياق نفسه، تؤكد أورتادو ألبير (Hurtado Albir, 2008, pp. 614-615) أنّ ترجمة المصطلحات والعناصر الثقافية تقتضي مراعاة مجموعة من العوامل الأساسية التي تؤثر في اختيار الاستراتيجية الترجمة المناسبة. ومن بين هذه العوامل طبيعة العلاقة القائمة بين الثقافتين المعنيتين، سواء أكانت علاقة تقارب أم تباعد من الناحيتين التاريخية والجغرافية، إضافة إلى الوظيفة التي تؤديها العبارة الثقافية داخل النص الأصلي ومدى إسهامها في بناء المعنى أو في تشكيل الإطار الثقافي والسرد للنص. كما ينبغي مراعاة طبيعة العنصر الثقافي نفسه، وخصائص المتلقي في اللغة الهدف، والغاية المرجوة من الترجمة، فضلاً عن المجال الثقافي الذي ينتمي إليه المصطلح وفق التصنيفات المعتمدة للعناصر الثقافية. وترى

¹ أنظر التعريفات التي قدمها: د.علي السلمي. العلوم السلوكية في التطبيق الإداري. دار المعارف. القاهرة. مصر 1970. ص242. وإقبال ثريا. الترجمة والمثاقفة في كتاب: فن الترجمة والتنوع الثقافي ل: د. محمود أمين عبد ربه وآخرون. دار الكتاب الحديث 2009. ص287. وقنديل بيومي. دور الترجمة في عملية التثاقف بين الشعوب. في كتاب: فن الترجمة والتنوع الثقافي ل: د. محمود أمين عبد ربه وآخرون. دار الكتاب الحديث 2009. ص 213.

ألبير أن هذه العوامل مجتمعة تسهم في تحديد درجة قابلية العنصر الثقافي للترجمة واختيار الآليات الأكثر ملاءمة لنقله إلى الثقافة الهدف.

تكتسي عملية تصنيف العبارات الثقافية أهمية بالغة في الدراسات الترجمة، لما توفره من فهم أعمق لخصوصيات هذه العناصر وآليات نقلها إلى الثقافة الهدف. فمن خلال تحديد طبيعة العنصر الثقافي وأبعاده المرجعية، يصبح من الممكن البحث عن مكافئ ثقافي أو وظيفي يضمن نقل دلالاته بأكبر قدر من الدقة. وقد تعددت التصنيفات المقترحة في هذا المجال لدى عدد من الباحثين، من أبرزهم نيدا (1945) ومارغو (1979)، إلا أن التصنيف الذي اقترحه فلاهوف وفلورين (1970) يُعدّ من أكثر التصنيفات تداولاً، إذ أطلقنا على هذه العناصر اسم "الواقعيات"، باعتبارها وحدات لغوية تعكس الخصوصية التاريخية والمحلية لثقافة معينة. وقسمنا هذه الواقعيات إلى أربع فئات رئيسية: الجغرافية والإثنوغرافية، والفلكلورية والميثولوجية، وعناصر الحياة اليومية والاجتماعية، والواقعيات التاريخية (Abella Rodríguez, 2006, p. 48).

ومن بين التصنيفات التي حظيت باهتمام واسع في دراسات الترجمة الثقافية، التصنيف الذي اقترحه بيتر نيومارك (Newmark, 2006, p. 151)، حيث قسّم العناصر الثقافية إلى مجموعة من الفئات الرئيسة وفقاً لمجالات انتمائها. وتتمثل الفئة الأولى في البيئة، وتشمل العناصر المرتبطة بالطبيعة مثل النباتات والحيوانات والرياح والسهول والهضاب وغيرها من المظاهر الجغرافية والطبيعية. أما الفئة الثانية فتتمثل في الثقافة المادية أو المصنوعات، وتضم مختلف المنتجات المادية المرتبطة بحياة الإنسان، كالأطعمة والملابس والمسكن ووسائل النقل. وتندرج ضمن الفئة الثالثة الثقافة الاجتماعية، التي تشمل مظاهر الحياة الاجتماعية المرتبطة بالعمل وأوقات الفراغ وأنماط العيش. أما الفئة الرابعة فتضمّ المنظّمات والعادات والأعراف والمعتقدات الدينية، إضافة إلى الأنشطة الاجتماعية والفنية والإجراءات الرسمية والمفاهيم والتقسيمات الإدارية التي تميّز مجتمعاً عن آخر.

5. استراتيجيات ترجمة العبارات الثقافية:

سنتناول في هذا الجزء أهمّ التقنيات المعتمدة في ترجمة العبارات الثقافية، كما عرضها عدد من منظري الترجمة، من بينهم ليديار، ونيومارك، وأورتادو ألبير وغيرهم. ويمكن تصنيف هذه التقنيات في ضوء الاستراتيجيات الترجمة الكبرى التي اقترحها لورنس فينوتي (Lawrence Venuti)، والتي تتمثل في استراتيجيتين أساسيتين هما: التوطين Domestication أو Naturalisation، والتغريب Foreignization أو Étrangéisation وتندرج مختلف تقنيات ترجمة العناصر الثقافية ضمن إحدى هاتين الاستراتيجيتين تبعاً لمدى تقريب النص من الثقافة الهدف أو المحافظة على خصوصيته الثقافية الأصلية.

التوطين هي استراتيجية تهدف إلى تكييف النص المترجم مع الخصائص اللغوية والثقافية للمتلقّي في الثقافة الهدف، بما يضمن سهولة فهمه وتقريبه من عالم القارئ المرجعي. ويقوم التوطين على تقليل مظاهر الغرابة الثقافية في النص الأصلي واستبدالها بعناصر أو تعابير أكثر ألفة لدى القارئ، بما يسمح بنقل الرسالة وتحقيق الأثر التواصلية المنشود بأقل قدر ممكن

من الجهد التأويلي. ولتحقيق ذلك، يلجأ المترجم إلى مجموعة من التقنيات الترجمة التي تسهم في دمج النص داخل الثقافة المستقبلية، من بينها التقنيات التي أشارت إليها ليدرار (Lederer, 2012, pp. 166-167) مثل: تقنية الاستبدال La conversion، والتي تندرج ضمن ما يُعرف بالزرعة الإثنية Ethnocentrisme وقد أطلق عليها نيومارك تسمية المرادف الثقافي أو التكافؤ الديناميكي، وتقوم هذه التقنية على استبدال العنصر الثقافي الوارد في اللغة المصدر بعنصر ثقافي آخر مألوف في الثقافة الهدف يؤدي وظيفة مشابهة، حتى وإن لم يكن مطابقاً له من الناحية الدلالية. وتهدف هذه العملية إلى تقريب الصورة الذهنية من القارئ المستهدف وتسهيل فهمها داخل سياقها الثقافي.

كما تذكر ليدرار تقنية إيضاح المضمّن L'explicitation، وهي تقنية تعتمد على إضافة شروح أو توضيحات تسهم في الكشف عن المعاني الضمنية التي قد لا تكون واضحة للقارئ في الثقافة الهدف. ويمكن أن تأتي هذه التوضيحات مصاحبة لاسم مقترض أو عنصر مستنسخ، كما يمكن أن تستعمل بصورة مستقلة عند الحاجة. ويتمثل هدفها الأساسي في إزالة الغموض وتيسير استيعاب المرجع الثقافي من قبل المتلقي، مع الحفاظ قدر الإمكان على المعنى الأصلي للنص. على النقيض من التوطين، تسعى استراتيجية التغريب إلى الحفاظ على الخصائص الثقافية والمرجعية للنص الأصلي، حتى وإن أدى ذلك إلى شعور القارئ المستهدف بشيء من الغرابة أو الاختلاف، فهذه المقاربة تنظر إلى الترجمة بوصفها وسيلة للتعريف بالثقافة الأجنبية وإبراز خصوصياتها، لا أداة لإخفائها أو تكييفها بالكامل مع ثقافة المتلقي. ومن أبرز التقنيات المرتبطة بهذه الاستراتيجية:

الاقتراس l'empreint، ويتمثل في نقل المصطلح أو العنصر الثقافي من اللغة المصدر إلى اللغة الهدف مع الحفاظ على شكله الأصلي قدر الإمكان، وذلك عند غياب مقابل مناسب له في الثقافة المستقبلية. إلا أنّ استخدامها قد يحد أحياناً من وضوح المعنى بالنسبة للقارئ، خاصة إذا لم يكن على دراية بالخلفية الثقافية للمصطلح المنقول. كما قد يلجأ المترجم إلى الاقتراض أو النسخ المصحوب بالشرح أو الحاشية، وذلك لتوضيح الدلالة الثقافية للمصطلح والمحافظة في الوقت نفسه على خصوصيته الأصلية. ويُعدّ هذا الإجراء حلاً وسطاً يجمع بين الأمانة للنص الأصلي ومتطلبات الفهم لدى المتلقي.

6. الدراسة التطبيقية: تقنية الشرح في المطويات السياحية:

تتمثل مدوّنة الدّراسة في مجموعة من المطويات السياحية الرقمية الصادرة عن الديوان الوطني للسياحة بالجزائر، وهي وثائق ذات طابع ترويجي وإعلامي تهدف إلى التعريف بالمقوّمات السياحية لمختلف المناطق والمدن الجزائرية، وإبراز ما تخر به من معالم طبيعية وثقافية وتراثية، فضلاً عن التعريف بخصوصياتها الحضارية ومؤهلاتها السياحية².

² يمكن الاطلاع على المطويات عبر موقع:

<https://officetourisme-saida.dz/OTS/ar/althdyr-llaqamt/khdmal-aldywan/almtwyat-walmnshwrat>

المطويات التي استوحينا منها أمثلتنا: Algérie mémoire et miroirs، Emir، Saoura، Hoggar et Tassili، Algérie balneaire، sources thermales fr، Abdelkader.

وقد أُعدّت هذه المطويات باللغة الفرنسية، غير أنّها تتضمن عددًا من العناصر الثقافية ذات الأصول العربية والأمازيغية، والتي نُقلت إلى اللغة الفرنسية بالاعتماد على تقنية الشرح. وتتّوّع هذه العناصر بين أسماء المعالم والمواقع السياحية، وبعض الآلات الموسيقية التقليدية، ولا سيما تلك المرتبطة بالمناطق الصحراوية، إضافة إلى العادات والتقاليد والأزياء وغيرها من المظاهر الثقافية المحلية.

ومن أجل تسهيل عملية التحليل، فقد قمنا بتصنيف الأمثلة المدروسة إلى ثلاثة أصناف رئيسية، وذلك استنادًا إلى الخصائص الدلالية للعناصر الثقافية الأصلية وإلى الكيفية التي وُظِّفت بها تقنية الشرح في نقلها إلى اللغة الفرنسية. وهي كالتالي:

1- إعطاء معنى الكلمة خاصة عندما يتعلّق الأمر باسم علم ذو دلالة تحول إلى مهنة أو دوره في المجتمع أو خاصيّة يتميّز بها، ونذكر هنا بعض الأمثلة كيفما وردت في المطويات التي عملنا عليها:

Parmi les 13 portes de la Médina de Tlemcen

- Bab el Hdid (porte du fer)
- Bab el Khemis (porte de l'armée)
- Bab el Qarmadine (porte des tuiliers)³

في هذه الأمثلة نلاحظ أنّ المترجم قدّم مفهوم أسماء أبواب المدينة القديمة لتلمسان بين قوسين لكيلا يضع في محلّها مجموعة من الكلمات التي قد تبدو غريبة للسائح الفرنكوفوني، علماً أنّ لها مقابل في اللغة الهدف والتي هي الفرنسية. من جهة أخرى، يجدر الإشارة أنّ لأسماء أبواب تلمسان العتيقة دلالة لغوية قد تكون لها إحياءات تاريخية أو عسكرية أو ثقافية مثل: باب الحديد، باب الخميس وباب القرميد أو ما يعرف بالقرمود، مثلها مثل الأبواب الأخرى، مثل: باب الحمام، باب السوق، باب السجن، باب الحديد، باب وهران وغيرها.

ما أثار انتباهنا في هذا المثال هو استعمال *porte de l'armée* كمقابل لـ "باب الخميس"، بحيث أنّ التسمية الأصلية قد نسبت للعديد من الإحالات، نذكر منها: السوق الأسبوعي، الذي كان يقام كل يوم خميس، أو قرية الخميس التابعة لمنطقة "بني سنوس" التي تقع على بعد حوالي 30 كيلومترا من تلمسان، إذ كان الباب يمثّل منفذاً ومسلكاً للقادمين، كما أنّ التسمية نسبت أيضاً لأحد أقسام جيش الدولة الزيانية حسب بعض الروايات التاريخية، بحيث كان يتكوّن الجيش من 5 أقسام وهي: المقدمة، المؤخرة، الميمنة، الميسرة والقلب. وفي ضوء هذا التفسير الأخير، تبدو ترجمة *Porte de l'Armée* أقرب إلى الترجمة التفسيرية منها إلى الترجمة الحرفية، إذ سعى المترجم إلى إبراز المرجعية التاريخية الكامنة وراء التسمية بدل نقلها بصيغتها اللفظية المباشرة.

نستنتج بذلك أنّ استعمال تقنية الاقتراض ممزوجة بتقنية الشرح أو التوضيح قد يكون لها أثر إيجابي على الترجمة، لأنها لا تكتفي بالمحافظة على الاسم الأصلي وحسب وإنما تنقل الشحنة الثقافية أيضاً، في نفس الوقت، تعمل أيضاً على نقل

³ <https://www.calameo.com/read/004344311fc3a3cf2c3fe?trackersource=library> (Tlemcen)

الإحياءات التاريخية، بحيث أنّ أسماء الأبواب العتيقة لمدينة تلمسان مقترنة بوظائف اقتصادية أو دينية أو دفاعية. ولكن على الشرح الذي يوضع بين قوسين أن يتطابق في معناه مع الدلالة الأصلية للكلمة المحلية ولذلك تستدعي بعض الحالات اللجوء إلى إجراء أبحاث تاريخية وتوبوغرافية.

2- اسم مستنسخ قد يكون غير شائع عند الفرونكوفونيين وبالتالي دعمه بعبارة مقابلة باللغة الفرنسية مثل:

- De là, on gagne Tahifet, un petit village de zéribas (huttes)⁴

- situé dans la daïra (circonscription administrative) de Sfisef⁵

في هاذين المثالين نلاحظ أنّ المترجم أضاف شرحا لكلمتي: زريبة ودائرة رغم شيوعهما في اللغة الفرنسية كنوع من أنواع الاقتراض، فقابل كلمة زريبة بـ: hutte وهو بمثابة تكييف، وتتمثل في مسكن قد يشبه في شكله الزريبة ولكنه لا يؤدي نفس الوظيفة، فالزريبة تستعمل للحيوان و hutte للإنسان، كما أنّ الزريبة معروفة وشائعة في دول المغرب العربي أما hutte فهي شائعة في دول الساحل أو مناطق أخرى في العالم.

أما بالنسبة لـ: الدائرة فهي معرّفة في قاموس لاروس بـ: En Algérie, subdivision de la wilaya⁶ أما الشرح الذي تمّ تقديمه في المطوية فهو: مقاطعة إدارية circonscription administrative. وهو ما يقابل préfecture التي هي مقاطعة إدارية فرنسية.

في هذه الحالة نلاحظ أنّ استعمال تقنية الشرح مع الاستنساخ أو التكييف قد يكون الهدف منه تقريب المعنى من القارئ الهدف ولكنه قد يضيّع بعض الدلالات التي تحملها الكلمة الأصلية من حيث: الشكل أو الأصل أو الذوق (حسب نوع العبارة الثقافية) وبالتالي فلا بدّ أن يكون المترجم حريصا عند استعمال هذه التقنية لكيلا ينحاز عن هدفه فيقوم بتشويه العنصر الثقافي عوض نقله والتعريف به في الثقافة الهدف.

3- عندما يتعلق الأمر باسم قديم لمنطقة أو مدينة فيعطى الاسم الحالي لها أو العكس. مثلا:

L'antique Caesarea (Cherchel)⁷

Alger (Icosium)⁸

Guelta Tahabort (Ex source Chapurs)

في هذه الحالات استند المترجم إلى تقنية الشرح عن طريق اعطاء اسم علم آخر للتعريف بالاسم القديم للمدينة في بعض الأحيان، أو للتعريف باسمها الحالي في حالات أخرى، وقد يحدث هذا حتى على مستوى اللغة والثقافة نفسها في إطار "إعادة التعبير أو الصياغة reformulation ou paraphrase" بغية إبراز البعد الثقافي والتاريخي للمعلم، بالإضافة إلى إمكانية التعرّف عليه من طرف السائح محليا كان أو أجنبيا.

⁴ <https://www.calameo.com/read/004344311540808af0785?trackersource=library> (curiosité à découvrir)

⁵ <https://www.calameo.com/read/00434431173621c1254cb?trackersource=library> Naàma

⁶ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/da%C3%A9fra/21528>

⁷ <https://www.calameo.com/read/004344311e21e229094ec?trackersource=library>

⁸ Idem

4- إعطاء شرح مبسط لها أو مكافئ في اللغة الهدف:

- Waàdates (fêtes populaires)⁹
- Oudate (offrande rassemblant les habitants autour d'un mausolée) wilaya de Naama.¹⁰
- c'est une société organisée autour d'un sage des sages (l'Amenokal)¹¹
- chaque tribu possédait son propre chef (Amrar)¹²
- ce sont ces chefs de tribus (Imrarène) qui élisent l'Amenokal.¹³
- les hommes portent un long turban (le Litham) l'Ekerbey (pantalon), l'Erraouser (large gandoura) l'Iratiman (chaussures)¹⁴
- tribus Touaregs : Erratines (Izzegarem) : populations sédentaires cultivant des jardins dans les oasis.¹⁵
- forgerons (Inadan)¹⁶
- au soin des Gangas (tambourins utilisés par les femmes de Djanet pendant les fêtes)¹⁷
- Tindé (une sorte de tambour)¹⁸
- Imzad (violon monocorde)¹⁹
- maison de toub (terre rouge) à Taghit.²⁰
- Taghit fête²¹
- le Moussem (saison)²²
- par les dunes ou la hamada (haut plateau rocailleux sans végétation)²³

نذكر هنا أمثلة متعددة تبرز استعمال المترجم لتقنية الاقتراض أو النسخ واتباعها بشرح قد يكون وصفيا مثل مثال: وعدات، إمزاد، بيت الطوب، أو وظيفيا مثل أمينوكال وأمرار، أو باستعمال التكييف مثل: تندي بمعنى طبل، أو في حالة الملابس مثل عندما يقول: لثام بمعنى وشاح طويل، إكرباي: سروال، إيراثيمن: حذاء... إلخ. تقوم العبارات المقدمة في الشرح بتقريب الصورة إلى ذهن القارئ الهدف ولكنها لا تؤدّي المعنى تماما.

ومن الملاحظات التي أثارت اهتمامنا اعتماد نسخ متباين للفظة الواحدة داخل المطوية نفسها، وهو ما يطرح تساؤلات حول مدى اتساق المنهج المعتمد في النسخ. ويتضح ذلك من خلال لفظة "وعدة" التي كُتبت بصيغتين

⁹ <https://www.calameo.com/read/004344311fc3a3cf2c3fe?trackersource=library> (Mostaganem)

¹⁰ <https://www.calameo.com/read/00434431173621c1254cb?trackersource=library> (Naàma)

¹¹ <https://www.calameo.com/read/004344311540808af0785?trackersource=library> (la société touarègue)

¹² idem

¹³ idem

¹⁴ Idem (une société traditionnelle)

¹⁵ idem

¹⁶ idem

¹⁷ Idem (la culture touarègue)

¹⁸ idem

¹⁹ idem

²⁰ <https://www.calameo.com/read/00434431173621c1254cb?trackersource=library>

²¹ idem

²² <https://www.calameo.com/read/00434431173621c1254cb?trackersource=library> (Taghit)

²³ Idem

مختلفتين Waàdates: Oudate، كما اختلف الشرح المرفق بكل منهما، الأمر الذي يعكس تبايناً لا يقتصر على مستوى النسخ فحسب، بل يمتد إلى مستوى التفسير أيضاً، وجاءا كالتالي:

- fêtes populaires

- offrande rassemblant les habitants autour d'un mausolée

وإذا كان الشرح الأول قد اكتفى بتقديم «الوعدة» باعتبارها حفلة شعبية، مركّزاً بذلك على نوع المناسبة، فإنّ الشرح الثاني اتّجه إلى إبراز أبعادها الاجتماعية والطبقية والمجالية، من خلال وصفها بأنها «وليمة تجمع مختلف السكّان حول ضريح». وهو ما يكشف عن اختلاف واضح في زاوية النظر إلى المفهوم بين الشرحين، إذ يقدّم أحدهما تعريفاً عاماً ومقتضباً، بينما يقدّم الآخر وصفاً أكثر تفصيلاً وثراءً.

ويكشف هذا المثال عن إشكالية تتجاوز الجانب الشكلي للنسخ (translitération) لتطال عمليّة نقل المعنى الثقافي ذاتها إذ أنّ تعدّد صيغ النسخ واختلاف الشروح المقدّمة للمفهوم الواحد قد يُحدث لبساً لدى المتلقّي الأجنبي، فيتصوّر أنّه أمام مفاهيم أو طقوس متباينة، بينما تتعلّق جميعها بالعنصر الثقافي نفسه. لذلك، يُعدّ توحيد النسخ والشرح ضرورةً منهجيةً لضمان الاتساق الدلالي والحفاظ على المرجعية الثقافية للمصطلح، وهو ما يستدعي تدخّل الجهة المشرفة لوضع معايير موحّدة في هذا الشأن.

5- الاسم الحقيقي والاسم المقترض:

L'Ahaggar (Hoggar)²⁴

ومن المعلوم أنّ ترجمة أسماء الأماكن (Toponymes) لا تخضع لآلية واحدة، بل تتنوّع استراتيجيات نقلها تبعاً لطبيعة الاسم ومدى شيوعه في الثقافة الهدف، ومن بين هذه الاستراتيجيات النسخ اللفظي (النقحرة)، والتكييف، والاقتراض، والترجمة الحرفية وغيرها. وفي الحالة المدروسة، لجأ المترجم إلى تقديم اسم منطقة «الأهغار» بصيغتين مختلفتين داخل المادة نفسها؛ إذ ورد أولاً بصيغته الأصلية المتداولة في السياق الجزائري «Ahaggar»، ثم استعملت صيغة «Hoggar» المألوفة في الثقافة الفرنسية، وهي صيغة مقترضة ومستقرة في الاستعمال الفرنسي للإشارة إلى المنطقة نفسها.

ويعكس هذا الاختيار نوعاً من التذبذب بين المحافظة على الخصوصية المحلية للاسم من جهة، ومراعاة الأعراف اللغوية السائدة في الثقافة الهدف من جهة أخرى. فاستعمال "أهغار" يندرج ضمن توجّه يهدف إلى إبراز التسمية الأصلية والحفاظ على هويتها الثقافية، بينما يندرج استعمال "هغار" ضمن استراتيجية الاقتراض التي تراعي ما اعتاد عليه القارئ الفرنكوفوني. غير أنّ الجمع بين الصيغتين دون توضيح العلاقة بينهما قد يثير بعض الالتباس لدى المتلقّي غير المطلع على الثقافة الجزائرية، إذ قد يظن أنّ الأمر يتعلق بمكانين مختلفين لا بالموقع الجغرافي نفسه.

²⁴ <https://www.calameo.com/read/004344311540808af0785?trackersource=library> (morphologie et relief)

ومن ثمّ، فإنّ الاتساق في ترجمة أسماء الأماكن يكتسي أهمية خاصة، لكونه يساهم في ضمان وضوح المرجع الجغرافي وتجنّب أي لبس محتمل لدى القارئ الهدف .

6- توضيحات أخرى:

25- les Touaregs ou Imouhar (Amahar au singulier)

في هذه الحالة، لم يكتفِ المترجم بنقل المصطلح الثقافي، بل اعتمد استراتيجية مزدوجة تجمع بين الشرح والاقتراض. فقد عمد أولاً إلى تقديم معلومات تفسيرية حول مدلول الكلمة ووظيفتها داخل الثقافة الطارقية، ثم أتبع ذلك باقتراض المصطلح الأصلي أماها (Amahar)، وهو المفرد من إيموهار (Imajaghan/Imuhar)، حفاظاً على خصوصيته الثقافية والدلالية.

ويكشف هذا الاختيار عن رغبة في تحقيق توازن بين متطلبات الفهم لدى القارئ الأجنبي والحفاظ على الحمولة الثقافية للمصطلح الأصلي. فالشرح يَمَكِّن المتلقي من استيعاب المعنى دون الحاجة إلى امتلاك معرفة مسبقة بالثقافة الطارقية، في حين يسمح الاقتراض بالإبقاء على البعد المحلي للمفهوم وعدم اختزاله في مقابل تقريبي داخل اللغة الهدف. كما أنّ إرفاق المصطلح بشرح إضافي يندرج ضمن البعد الترويجي للمطوية السياحية، إذ لا يقتصر دوره على توضيح المعنى فحسب، بل يساهم أيضاً في إثراء معرفة القارئ بعناصر الثقافة المحلية وخصوصياتها.

غير أنّ هذه الاستراتيجية تظلّ رهينة بمدى دقة الشرح المرافق للمصطلح؛ إذ أنّ الإفراط في التفسير قد يثقل النص ويُضعف طابعه التواصلية، في حين أنّ الاختصار على الاقتراض وحده قد لا يتيح للقارئ الهدف فهم الدلالة الثقافية للمصطلح. ولذلك يبدو الجمع بين الشرح والاقتراض في هذا السياق خياراً موفقاً، لأنه يحقق وظيفتين متكاملتين: نقل المعلومة الثقافية من جهة، والمحافظة على أصالة المرجع الثقافي من جهة أخرى.

7. خاتمة:

واستناداً إلى الإطار النظري المتعلق بترجمة العبارات الثقافية في المجال السياحي، تبين لنا أنّ المترجم يمتلك مجموعة من البدائل والاستراتيجيات الترجيحية التي تمكّنه من نقل هذه العناصر الثقافية إلى اللغة الهدف، رغم ما يُثار بشأنها من إشكالية «عدم القابلية للترجمة». فهذه العبارات، وإن كانت ترتبط بسياقات ثقافية محلية خاصة وتعبر عن ممارسات أو تصورات متجذّرة في ثقافة بعينها دون غيرها، فإنّ ذلك لا يجعل ترجمتها مستحيلة، بل يفرض على المترجم اختيار التقنية الأنسب لنقل دلالاتها وأبعادها الثقافية. ومن بين هذه التقنيات النسخ، والاقتراض، والشرح، والتكييف الثقافي، والترجمة الوصفية، وغيرها من الآليات التي تسمح بردم الفجوة بين الثقافة المصدر والثقافة الهدف.

وبالتالي نستنتج أنّه تمّ تبني مقاربة هجينة من خلال الجمع بين التوطين والتغريب معاً، بحيث أنه تمّ اتباع الكلمات المقترضة أو المستنسخة المستعملة بشرح، إما من خلال تقديم عبارة مقابلة في الثقافة الهدف في حالة بعض أسماء الأماكن ذات دلالة مثلما لاحظنا مع مثال أسماء "أبواب المدينة العتيقة لتلمسان"، أو من خلال استعمال الشرح باستعمال

²⁵ <https://www.calameo.com/read/004344311540808af0785?trackersource=library> (les Touaregs)

المكافئ مثل أسماء بعض الأدوات الموسيقية أو أنواع الملابس أو المنشآت السكنية مثل "الزريبة" كما لاحظنا في الأمثلة أعلاه، من جهة أخرى، تمّ اللجوء إلى الشرح الوظيفي تارة والوصفي تارة أخرى لشرح بعض العادات والتقاليد مثلما لاحظنا في مثال "وعدات"، "رئيس القبيلة: إيمران"، أو بالنسبة لقبائل البدو والرحل عند التوارغ.

وتتلخص هذه الدراسة إلى أنّ ترجمة العبارات الثقافية في المطويات السياحية تتطلب الجمع بين أكثر من تقنية ترجمة لضمان نقل المعنى والمحافظة على الخصوصية الثقافية في آن واحد لأنّ الاكتفاء بتقنية واحدة قد لا يكون كافياً لأنّ الهدف من المطوية السياحية هو تواصل وإشعاري وإعلامي أيضاً، وليس ترفيهياً فقط مثلما هو الحال في ترجمة النصوص الأدبية ذات الشحنة الثقافية، حيث يقوم القارئ بالبحث عن المصطلحات التي يفهمها للاطلاع على الثقافة الأخرى بأريحية، لأنّ الهدف من السياحة هو الترويج والتعريف بالخصائص الثقافية وتقريبها بأكبر قدر ممكن من السائح الأجنبي.

وعليه، ينبغي للمترجم توخي الدقة عند ترجمة العبارات الثقافية في حالة ترجمة العبارات الثقافية خاصة في الإطار السياحي لاجتناب تضليل رأي السائح من جهة في حالة ما إذا لجأ المترجم إلى استعمال استراتيجية التوطين حكراً فيؤدّي ذلك إلى طمس الهوية الثقافية، واجتناب خطر نفوره وتخوّفه من جهة أخرى عند استعمال استراتيجية التغريب لوحدها فتغيب عنه الرغبة في التعرّف على الآخر.

8. قائمة المصادر والمراجع:

المدونة:

مجموعة من المطويات الصادرة عن الديوان الوطني للسياحة بالجزائر:

<https://officetourisme-saida.dz/OTS/ar/althdyr-llaqamt/khdmata-aldywan/almtwyat-walmnshwrat>

Sources Thermales fr, Algérie balneaire, Hoggar et Tassili, Saoura, Emir ,Algérie mémoire et miroirs Abdelkader.

الكتب:

إقبال، ثريا. (2009). الترجمة والمثاقفة في كتاب: فن الترجمة والتنوع الثقافي لمحمود أمين عبد ربه وآخرون. دار الكتاب الحديث.

بيومي، قنديل. (2009). دور الترجمة في عملية التثاقف بين الشعوب. في كتاب: فن الترجمة والتنوع الثقافي لمحمود أمين عبد ربه وآخرون. دار الكتاب الحديث.

السلمي، علي. (1970). العلوم السلوكية في التطبيق الإداري. دار المعارف. القاهرة. مصر.

ليديرار، ماريان. (2012). الترجمة، النموذج التأويلي. ترجمة فايزة القاسم. المنظمة العربية للترجمة. توزيع: مركز دراسات الوحدة العربية. الطبعة 1. لبنان.

ملوخية، أحمد فوزي. (2006). مدخل إلى علم السياحة. الطبعة الأولى. دار الفكر الجامعي. الإسكندرية.

نيومارك، بيتر. (2006). الجامع في الترجمة. ترجمة وإعداد حسن غزالة. الطبعة الأولى دار ومكتبة الهلال. بيروت

المقالات:

عبد الله، يوسف مُجد (2009). الحفاظ على الموروث الثقافي والحضاري وسبل تنميته، الهيئة العامة للآثار والمتاحف والمخطوطات، صنعاء.

Références :

Livres :

Berman, Antoine (1991). *La Traduction et la lettre ou l'auberge du lointain*. Ed Seuil.
Collection: Ordre philos.

---.(1995). *L'Épreuve de l'étranger : Culture et traduction dans l'Allemagne romantique*. Paris. Gallimard.

Eco, Umberto (2008). *Decir Casi Lo Mismo, traduction de Helena Lozano Miralles*

Ed Debolsillo.

Dámaso, López García (1996), *Teorías de la traducción. Antología de textos*. Ed.

Alfonso Reyes. De La Traducción.

García Izquierdo, Isabel (2000). *Análisis textual aplicado a la traducción*. Valencia.

Tirant lo Blanch

Hurtado Albir. Amparo (1999). *La Notion De Fidélité En Traduction* .Ed Didier

Erudition.

Hurtado Albir, Amparo (2008). *Traducción y Traductología*. Ed Cátedra.

Lederer, Marianne (1994). *La Traduction Aujourd'hui- le Modèle Interprétatif*. Paris :

Ed Hachette livre

Mounin, Georges (1995), *Les belles infidèles*. Paris. Cahiers du Sud.

Oseki Dépré, Ines (1999). *Théories et pratiques des traductions littéraires*. Paris. Ed.

Armand Colin.

Ricoeur, Paul (2004). *Sur La Traduction*. Paris. Ed Bayard.

Venuti, Lawrence (2004), *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. Ed.

Routledge.

Wilbur Marshall, Urabn (2013). *Language and Reality: The Philosophy of Language*

and the Principle of Symbolism. Routledge.

Articles dans une revue :

Khulaief, Saleem Al-Fahad. (2012). "Stylistic Analysis of Arabic and English

Translated Tourist Brochure: are a form of advertising and communicating

Tools. A contrastive study." *Diali magazine*.

Rodríguez, Abella Rosa M^a. (2006), "La Traducción de los Culturemas en el Ámbito

de la Gastronomía." (Análisis de los folletos de Turespaña). *Università*

Degli Studi Diverona.

Sites web:

-<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/da%C3%AFra/21528>

-<https://officetourisme-saida.dz/>