



# المنترجم

مجلة محكمة تعنى بقضايا الترجمة يصدرها  
«مخبر تعليمية الترجمة و تعدد الألسن»  
جامعة وهران- السانية الجزائر



العدد 14، جويلية- ديسمبر 2007



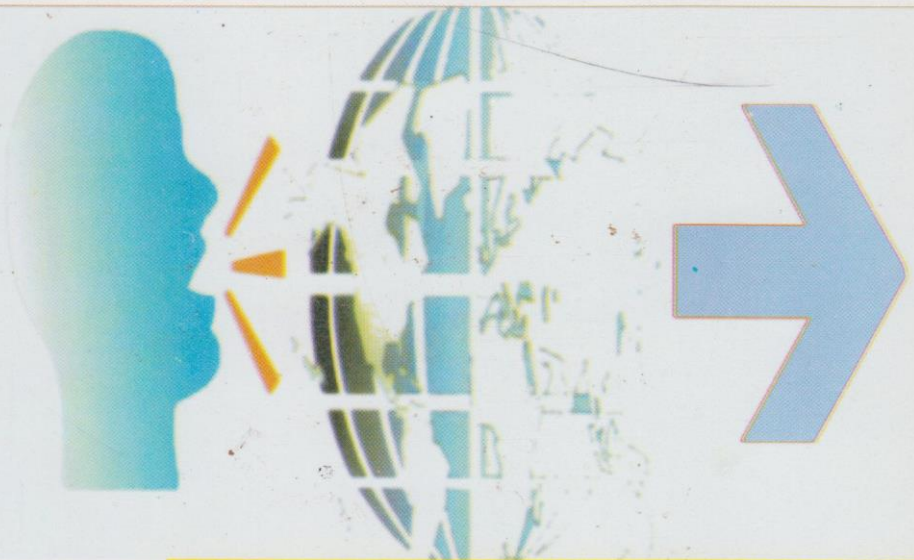
دار الغرب للنشر و التوزيع





# AL-MUTARĠIM

Revue de Traduction et d'Interprétariat  
Journal of Translation Studies  
fondée par le laboratoire:  
«Didactique de la Traduction et Multilinguisme»



Avec la participation



Numéro 14, juillet - décembre 2007



EDITIONS DAR EL GHARB

# المترجم

مجلة محكمة تعنى بقضايا الترجمة  
يصدرها مخبر "تعليمية الترجمة وتعدد الألسن"

معهد الترجمة  
جامعة وهران 1 - الجزائر -

العدد 14  
جويلية - ديسمبر 2006

\*\*\*

---

رقم الإيداع القانوني ISBN : 667 - 2002  
ISSN: 1112-4679

# المترجم

مجلة دورية محكمة يصدرها  
مخبر "تعليمية الترجمة وتعدد الألسن"

العدد 14، جويلية - ديسمبر 2006

رئيس التحرير:  
خليل نصر الدين

العضوان المؤسسان:  
شرفي عبد الواحد  
خليل نصر الدين

## الهيئة الاستشارية

أحلام صغور (وهران)  
مخزومي عز الدين (وهران)  
كمال القورصو (وهران)  
سعيدة كحيل (عنابة)  
حلومة التجاني (الجزائر)  
رشيد بن مالك (تلمسان)  
عيسى بريهمات (الأغواط)  
فرحات معمري (قسنطينة)  
حسين خمري (قسنطينة)  
سعيد خضراوي (باتنة)

كريستين دوريو (فرنسا)  
حسن حمزة (فرنسا)  
دانيال نيومان (بلجيكا)  
ألان موران (بلجيكا)  
صونيا حلومي (سويسرا)  
عبد الرزاق بنور (تونس)  
عبد النبي ذاكر (المغرب)  
عبد النبي أصطيف (سوريا)  
علي توفيق الحمد (الأردن)  
عبد الله الشناق (الأردن)

## معهد الترجمة

جامعة وهران 1 - الجزائر -

العنوان: ص.ب. 1524 وهران المنور / الجزائر

فاكس: 00 213 41 58 25 40

البريد الإلكتروني: [islam.firdaous@hotmail.fr](mailto:islam.firdaous@hotmail.fr)

# المترجم

العدد 14، جويلية - ديسمبر 2006

مجلة محكمة تهتم بنشر الدراسات والبحوث في ميدان الترجمة،  
مكتوبة باللغة العربية، الفرنسية، الإنجليزية والإسبانية ...

قواعد النشر:

ترحب المجلة بمشاركة الباحثين، وتقبل للنشر الدراسات والبحوث  
المتخصصة في قضايا الترجمة وفقا للقواعد التالية:

- ✓ أن يتسم البحث بالأصالة النظرية والإسهام النقدي.
- ✓ أن يتبع البحث الأصول العلمية المتعارف عليها، وبخاصة فيما يتعلق بالتوثيق مع إلحاق كشف المصادر والمراجع في نهاية البحث.
- ✓ ان يكتب على آلة الكمبيوتر وأن يرفق بملخصين، أحدهما بلغة المقال والآخر بلغة أجنبية.
- ✓ لا ترد البحوث التي تتلقاها المجلة لأصحابها سواء نشرت أم لم تنشر.

الدراسات التي تنشرها المجلة تعبر عن آراء أصحابها وحدهم

## *Sommaire / Contents ... محتويات العدد*

- كلمة العدد ..... رئيس التحرير
- البنى اللغوية ودلالاتها في الخطاب الإشهاري: محمد كراكي 9  
دراسة تطبيقية لمدونة مختارة
- الرسالة الإشهارية واستراتيجيات التواصل: قدور عبد الله ثاني 25  
مقاربة سيميائية لإشهار "Blédilait"
- المقاربة السيميائية لتحليل الخطاب الإشهاري ..... عبد الجليل مرتاض 49
- شعرية الصورة الإشهارية على ضوء المقاربة السيميائية... لعموري زاوي 69
- خطاب الصورة الوظيفية الجمالية وإيديولوجيا الإشهار ..... الطاهر رواينية 83
- الوظائف الإبلاغية والبلاغية في ترجمة النص الإشهاري... يحي بعبطيش 101
- الصورة في الترجمة الإشهارية..... جازية فرقاني 137
- المصطلح الترجمي بين اللساني والمؤول..... أحلام صغور 149
- L'interprétation en droit et en traduction  
**Jacques PELAGE 163**
- Le statut juridique des traducteurs interprètes officiels  
**Lazhar BOUSSALEM 177**
- Les contraintes du langage en matière de traduction juridique  
**Said KHADRAOUI 189**
- Communication publicitaire, points de vue sur le statut de la langue  
**Youcef MOKRANE 199**
- L'influence de la publicité sur le comportement social. L'importance  
de la mémorisation: image/texte **Cherif KAHENSEN 217**
- Le mélange linguistique dans le discours publicitaire: cas des  
opérateurs téléphoniques en Algérie **Belkacem BOUMEDINI 239**
- Médiation culturelle et manipulation langagière dans la traduction  
publicitaire **Tarek BENZERROUAL 253**
- Translating Advertisement Between Standardization and Adaptation  
**Salah BOUREGBI 261**

## كلمة العدد

يتناول هذا العدد أوراقا بحثية حول موضوع الخطاب الإشهاري وعلاقته بالإيديولوجيات، كونه وسيلة لنقل الثقافة والإيديولوجيات أكثر من كونه مجرد وسيلة لممارسة الدعاية؛ كما يتطرق إلى وظيفة الخطاب الإشهاري التي تتحدد من خلال نوعين من التواصل: التواصل اللفظي والتواصل البصري، دون إغفال الدور الذي تؤديه بلاغة الصورة في نقل مضمون الخطاب الإشهاري. فلا تتم الصورة الإشهارية بعيدا عن أنماط بناء العلامة البصرية ذاتها. وإذ يشكل الخطاب الإشهاري اليوم سلطة تثيرنا وتغيرنا، تسعى الدراسات إلى توضيح خصائص الرسالة الإشهارية وتقاربها من العلامة البصرية؛ وذلك عن طريق الأنماط المختلفة الخاصة بالصورة الإشهارية. إن تحديد أنماط التدليل الخاصة بالصورة الإشهارية لا يمكن أن يتم بعيدا عن الموضوعات الثقافية التي تنتجها الممارسة الإنسانية؛ مع مراعاة في قراءة الصورة كل جوانبها وأشكالها وأحجامها لقدرتها الفائقة على وقع الخطاب رغم اختلاف الثقافات والسلوكيات.

ولئن كان للخطاب الإشهاري أعرافه وقيمه وقواعد سيره، فإن لترجمته استراتيجيات عديدة لترويج السلع والخدمات والأفكار وضمان الرواج لها في كل أنحاء المعمورة. والترجمة باقتحامها عالم الإشهار تكتسب مسؤوليات جديدة وتجنّي أرباحا كثيرة. فهي لا تبقى مجرد عملية نقل لغوية وإنما تتحول إلى حلقة من حلقات العملية الإنتاجية، غير أنها (الترجمة) تفرض على صاحبها تحديات عديدة ومتنوعة وتدفعه إلى طرح الأسئلة التالية:

ما هي مقاييس الترجمة الإشهارية السليمة؟ وما هي السمات التي ينبغي أن تتوفر فيها للتأثير في المتلقين الجدد؟ وهل يستطيع المترجم أن ينقل إلى لغة أخرى مادة نقشتها أيادي مصممين ومهندسين ومصورين ورجال تسير واقتصاد؟ كيف يتم التكيف الإشهاري؟ وهل يجوز للمترجم أن يضيف "عناصر جديدة" إلى الخطاب - الهدف من أجل التوضيح والتفسير؟

كما يطرح هذا العدد أسئلة تؤسس الإشكاليات الحقيقية للترجمة القانونية، وهي:

هل يستطيع المترجم القانوني أن يعيد صياغة الأساليب والدلالات والمفاهيم الموجودة في النص الأصلي بصورة سليمة وواضحة يتلقاها القارئ

في اللغة المستهدفة بسهولة وبساطة، محدثا فيه استجابة تماثل استجابة القارئ الأصلي؟ كيف تعمل الترجمة القانونية بكل أنواعها لكي تكون أمينة وألا تخون النص المصدر لا بخضوعها المطلق له ولا بحريتها المسرفة؟