

الفهرس

-شكر وتقدير

-إهداء

-المقدمة

الصفحة

8	الفصل الأول: الترجمة السمعية البصرية
8	❖ المبحث الأول: مفهوم الترجمة السمعية البصرية
11	❖ المبحث الثاني: مراحل الإنتاج السمعي البصري
12	❖ المبحث الثالث: أنواع الترجمة السمعية البصرية
19	❖ المبحث الرابع: تقنيات الترجمة السمعية البصرية
21	❖ المبحث الخامس: المترجمة
21	❖ مفهومها
22	❖ المبحث السادس: بدايات المترجمة
23	❖ المبحث السابع: وظائف المترجمة
25	❖ المبحث الثامن: إستراتيجيات المترجمة
27	❖ المبحث التاسع: مراحل المترجمة

33	-الفصل الثاني: ماهية الربورتاج الصحفي السياحي
33	❖ المبحث الأول: مفهوم الربورتاج الصحفي
35	❖ المبحث الثاني: أنواع الربورتاج الصحفي
37	❖ المبحث الثالث: سمات الربورتاج الصحفي
	❖ المبحث الرابع: أهداف الربورتاج الصحفي
38	
	❖ المبحث الخامس: وظيفة الربورتاج الصحفي
39	
40	❖ المبحث السادس: التعليق
40	✚ مفهومه
41	❖ المبحث السابع: بنية التعليق
42	❖ المبحث الثامن: السياحة المحلية
42	✚ مفهومها
44	❖ المبحث التاسع: أنواع السياحة المحلية
48	❖ المبحث العاشر: دور السترجة في الترويج السياحي
50	-الفصل الثالث: فصل تطبيقي
73	-الخاتمة
75	-قائمة المصادر و المراجع

ملخص:

تعتبر السياحة إحدى الظواهر الإجتماعية التي تمكن الشعوب من تبادل الثقافات والمعارف فيما بينها، فهي تنال ترويجا من مختلف الجوانب الخدمائية سواء من وسائل الراحة ووسائل النقل وحتى تكنولوجيات الإعلام والاتصال أي المجال السمعي البصري، الذي ينضوي على العديد من الأنواع: من بينها الربورتاج الصحفي الذي يدمج الصوت والصورة في آن واحد، والذي أصبح يخضع لنوع من أنواع الترجمة السمعية البصرية وهو السترجة، التي أصبحت تلعب دورا هاما وأساسيا في الترويج السياحي من خلال الربورتاج الصحفي.

الكلمات المفتاحية : السياحة، السمعي البصري، الربورتاج الصحفي، السترجة، الترويج السياحي، الترجمة.

Résumé :

Le tourisme est considéré comme l'un des phénomènes sociaux qui mènent les peuples à échanger des cultures et des connaissances entre eux, il acquiert une promotion de différents domaines notamment les technologies de la communication et de l'information à savoir : le domaine audiovisuel, lequel regroupe plusieurs genres comme le reportage journalistique, se basant sur le son et la vidéo. Et aux fin d'assurer la promotion touristique, le reportage audiovisuel fait appel au sous-titrage comme moyen primordial à la promotion touristique.

Mots clés : le tourisme, l'audiovisuel, le reportage journalistique, sous-titrage, promotion touristique, traduction.

Abstract:

tourism is considered as one of social phenomena, which makes peoples change cultures and knowledge, it acquires a promotion from different fields especially technologies of communication and information, that means the audiovisual field which contains many types such as the journalistic report, that gathers the sound and the video in the same time, and uses a type of translation called subtitling as very important tool of touristic promotion.

Key words : tourism, audiovisual, journalistic report, subtitling, touristic promotion, translation.