

الفهرس

شكر وتقدير

إهداء

مقدمة..... أ

الفصل الأول: "الإشهار في الترجمة"

I- الإشهار..... 8

1- مفهوم الإشهار..... 8

1-1- لغة..... 8

1-2- اصطلاحا..... 9

2- تاريخ الإشهار..... 10

3- خصائص الإشهار..... 12

4- أنواعه حسب معايير تصنيفه..... 13

4-1- معيار الجمهور المستهدف..... 13

أ- الإشهار الصناعي..... 13

ب- الإشهار التجاري..... 13

- ج- الإشهار المهني..... 14
- 4-2- معيار الغرض من الإشهار..... 14
- أ- الإشهار الأولي..... 14
- ب- الإشهار الانتقائي..... 14
- ج- الإشهار التّدعيمي..... 14
- د- الإشهار الدّفاعي..... 14
- هـ- إشهار التّصرّفات المباشرة..... 15
- و- الإشهار المقارن..... 15
- 4-3- معيار مجالات الإشهار واستخداماته..... 15
- أ- الإشهار التّعليمي..... 15
- ب- الإشهار الإرشادي..... 15
- ج- الإشهار التّذكيري..... 15
- د- الإشهار الإعلامي..... 15
- 4-4- معيار الجهة القائمة بالإشهار..... 16
- أ- الإشهار الحكومي..... 16
- ب- الإشهار الجماعي..... 16

- ج- الإشهار التعاوني.....16
- 4-5- الإشهار حسب الوسيلة.....16
- أ- الإشهار المكتوب.....16
- ب- الإشهار المسموع.....16
- ج- الإشهار السمعي البصري.....17
- 4-6- معيار المنطقة الجغرافية للإشهار.....17
- 4-7- معيار الوسيط الإشهاري.....17
- 5- أهداف الإشهار.....18
- 5-1- الإعلام.....18
- 5-2- الإقناع.....18
- 5-3- التذكير.....19
- 5-4- التعزيز.....20
- 6- أهمية الإشهار.....20
- 7- الإعلان التلفزيوني.....21
- 7-1- مفهوم الإعلان التلفزيوني.....21
- 7-2- مميزات الإعلان التلفزيوني.....22

- 23..... II- الومضة الإشهارية
- 23..... 1- مفهوم الومضة الإشهارية
- 24..... 2- خصائص الومضة الإشهارية
- 25..... 3- دور الصورة في الإشهار
- 27..... III- الرّسالة الإشهارية
- 27..... 1- تعريف الرّسالة الإشهارية
- 28..... 2- خصائص الرّسالة الإشهارية
- 28..... أ- الإشهار المرجعي
- 29..... ب- الإشهار غير المباشر
- 29..... ج- الإشهار الأسطوري
- 29..... د- الإشهار الجوهري
- 29..... 3- جوانب الرّسالة الإشهارية
- 30..... 3-1- الجانب الإخباري (Informative Aspect)
- 30..... 3-2- الجانب الإيحائي (Suggestive Aspect)

- 30.....4- عناصر الرسالة الإشهارية.
- 31.....3-1- العناصر اللغوية.
- 31.....3-2- العناصر غير اللغوية.
- 33.....IV- الخطاب الإشهاري.
- 33.....1- مفهوم الخطاب الإشهاري.
- 33.....2- أنواع الخطاب الإشهاري.
- 33.....أ- خطاب إشهاري سياسي.
- 34.....ب- خطاب إشهاري تجاري.
- 34.....ج- خطاب إشهاري اجتماعي.
- 34.....3- أهداف الخطاب الإشهاري.
- 35.....4- استراتيجية ترجمة الخطاب الإشهاري.
- 36.....V- الترجمة الإشهارية.
- 36.....1- مفهوم الترجمة الإشهارية.
- 37.....2- تاريخ الترجمة الإشهار.

- 37.....3- خصائص الترجمة الإشهارية.....
- 38.....3-1- المقاييس الخارجية.....
- 38.....أ-المقياس الاقتصادي.....
- 39.....ب-المقياس الثقافي.....
- 39.....ج-المقياس الأيديولوجي.....
- 39.....3-2- المقاييس الداخلية.....
- 40.....أ-الخصوصية الخطية.....
- 40.....ب-الخصوصية الإيقونية.....
- 40.....ج-الخصوصية السيميائية.....

الفصل الثاني: "الترجمة الإشهارية والتكييف"

- 43.....I- تقنيات الترجمة الإشهارية.....
- 45.....1- التّميّط (Profilage).....
- 47.....2- التّكييف (Adaptation).....
- 50.....3- الترجمة المبدعة (Traduction Creative).....

- 50..... (Réécriture) إعادة الكتابة -4
- 51..... (Traduction Littérale) الترجمة الحرفية -5
- 53..... المترجم المكيف في الترجمة الإشهارية. -II
- 56..... التّكيف في الاشهار. -III
- 60..... الأساليب التّرجمية في التّكيف. -IV
- 60 (Substitution Culturelle) الإحلال الثقافي -1
- 60 (Reformulation) إعادة الصياغة -2
- 61..... (Omission) الحذف -3
- 62..... (Transposition) الإبدال -4
- 63..... (Délétion) الإسقاط -5
- 64..... عناصر الثقافة -V
- 64..... اللغة -1
- 64..... أ- اللغة اللفظية
- 64..... ب- لغة غير لفظية
- 65..... 2- الأخلاق والعادات

3- التكنولوجيا والثقافة المادية.....65

4- المؤسسات الاجتماعية.....65

5- التعليم.....65

6- القيم والمواقف.....66

7- جماليات.....66

8- الديانة.....66

فصل تطبيقي

1- بطاقة تقنية للمنتج.....69

2- التحليل السيميولوجي لترجمة الومضات الإشهارية.....71

3- التحليل التعييني لومضات كوكاكولا المكيفة حسب ثلاث ثقافات ومقارنتها.....71

3-1- الومضة الإشهارية الإنجليزية.....72

أ- التقطيع التقني.....72

ب- القراءة التعيينية.....77

78.....	3-2- الومضة الإشهارية المترجمة في تونس
78.....	أ- التقطيع التقني
83.....	ب- القراءة التعيينية
84.....	3-3- الومضة الإشهارية المترجمة في الجزائر
84.....	أ- التقطيع التقني
86.....	ب- القراءة التعيينية
86.....	4- التحليل التضميني لترجمة الومضات الإشهارية
91	5- المقارنة بين ترجمة الومضات الإشهارية
94.....	6- نتائج الدراسة
69.....	خاتمة
100.....	ملحق
112.....	معجم
115.....	قائمة المراجع
121.....	فهرس المحتويات
130.....	ملخص

-ملخص:

تدور دراستنا حول الترجمة الإشهارية وتقنياتها المستعملة من طرف المترجم المكيف الذي يعمل على نقل مضامين الومضة الإشهارية من ثقافة إلى أخرى دون الإخلال بمعناها. وتبيان دوره الفعال في هذه العملية الترجمية التي تتطلب ضرورة إلمامه بجميع جوانب الثقافتين معا المنقول منها وإليها، ليكتسب القدرة على الحفاظ على نفس جمالية الأصل ونقله إلى الجمهور المستهدف بنفس وثيرة تأثيره الأصلي معتمدا في ذلك على تقنيات الترجمة الإشهارية وخاصة تقنية التكيف.

-الكلمات المفتاحية:

الترجمة الإشهارية، المترجم المكيف، الومضة الإشهارية، ثقافة، الجمهور المستهدف، تقنيات الترجمة الإشهارية، التكيف.

-Abstract :

Our study deals with the advertising translation and its techniques that are used by the adaptive translator who works to convey the contents of the advertising flash from one culture to another without changing its meaning. And it deals with his effective role in this translation process that requires an extensive knowledge about the two cultures, in order to acquire the ability to maintain the same aesthetic side of the origin and transfer it to the target audience with the same impact, relying on advertising translation techniques, especially adaptation.

-Key Words :

Advertising Translatin, Translator-Adaptator, Advertising Spot, Culture, Target audience, Advertising Translation Techniques, Adaptation.

-Résumé :

Notre étude est basée sur la traduction publicitaire et les techniques adoptées par le traducteur adaptateur qui vise à transmettre le contenu du flash publicitaire d'une culture à l'autre sans changer le sens. Elle est aussi basée sur le rôle effectif du traducteur adaptateur dans ce processus de traduction qui doit connaitre tous les aspects des deux cultures pour acquérir la capacité de garder la même esthétique de l'original et de la transférer au public cible avec le même impact initial, en s'appuyant sur les techniques de traduction publicitaire, en particulier la technique d'adaptation.

-Mots Clés :

Traduction Publicitaire, Traducteur Adaptateur, Spot Publicitaire, Culture, Public cible, Techniques de Traduction Publicitaire, Adaptation.