

وزارة التّعليم العالي والبحث العلمي

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

ⵎⵓⵎⵓⵔ ⵉⵎⵎⵉⵔ ⵉⵏ ⵜⵉⵣⵣⵓⵔ

ⵓⵏ ⵉⵎⵎⵉⵔ ⵉⵏ ⵜⵉⵣⵣⵓⵔ

ⵓⵏ ⵉⵎⵎⵉⵔ ⵉⵏ ⵜⵉⵣⵣⵓⵔ

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU

FACULTE DES LETTRES ET DES LANGUES

Département de Traduction et Interprétariat



جامعة مولود معمري - تيزي وزو

كلية الآداب واللغات

قسم الترجمة

رقم الترتيب:

الرقم التسلسلي:

مُدْكَرَةُ تَخْرُج لِنَيْلِ شَهَادَةِ الْمَاسْتَر

الميدان: لغات أجنبية

الفرع: ترجمة

التخصّص: ترجمة عربي / إنجليزي / عربي

العنوان

ترجمة رسائل البريد الإلكتروني الترويجية
إلى اللغة العربية وتحليلها

- موقع MailPoet أنموذجا -

إشراف الأستاذة

كاهينة طالب

إعداد الطالبتين:

أميرة كوثر داني

ليديا زوييري

لجنة المناقشة:

جامعة مولود معمري

جامعة مولود معمري

جامعة مولود معمري

أستاذة مساعدة أ

أستاذة مساعدة أ

أستاذة مساعدة

الرئيسة: سليمة أكزوح

المشرفة: كاهينة طالب

المتحنة: كهينة حميدي

الدورة ديسمبر 2023

إهداء

(وَأَخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنْ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ)

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الحمد لله ما تم جهد ولا ختم سعي إلا بفضلله وما حقق العبد من إنجازات وتخطى صعوبات إلا بتوفيقه ومعونته سبحانه وبحمده.

إلى سكان قلبي..

إلى أبي..

الذي ملك جهات الشوق في قلبي ثم رحل.. لا زلت أحتفظ بذلك الشعور، أنه لا توجد عاصفة قادرة أن تقصف أرض أمنياتي..

فقيدي مع الله.. والله خير وأبقى.. ألا كل فقد بعد فقدك هين (رحمة الله عليك يا أبي)

إلى العظيمة أمي ثم أمي ثم أمي.. إلى من هي في الحياة حياة..

حفظك الله ورعاك وأدام صحتك وعافيتك..

إلى أختي أولاً وثانياً وثالثاً وعاشراً وأخيراً.. دمتي لنا شيئاً جميلاً لا يغيب.. إلى فلذتي كبذك وليد وليزيا

إلى إخوتي.. وإلى كل عائلتي لأنكم حاولتم دائماً لأجلي..

إلى رفيقات الخطوة الأولى والخطوة ما قبل الأخيرة.. إلى من كُنَّ في السنوات العجاف سحاباً ممطراً

إيمان ونزهة.. إلى من شاركتني إنجاز هذا العمل أميرة

إلى كل من مدّني بمعلومة.. إلى كل من كان له أثر جميل في حياتي وإلى كل من سخره لي الله سبباً لوصولي إلى هنا..

لكم أهدي بحث تخرجي..

ليديا

إهداء

أهدي هذا العمل لوالديّ اللذان كانا دائماً بجانبني،
ليمنحاني الشجاعة عندما لم يكن الأمر سهلاً
لخطيبي ياسين الذي عرف دائماً كيف يجد الكلمات ليمنحني المزيد من القوة للمضي قدماً
لأخي نورالدين الذي قدم لي كل الحب والدعم والاهتمام دون تعب
لإخوتي صلاح الدين وإسلام وزوجته وفاء الذين آمنوا بي رغم بعدهم
لأختي حبيبتي أمينة وصديقتي الغالية بشرى اللتان لم يتوقفن يوماً عن رفع معنوياتي
لصديقة قلبي دنيا التي غمرتني حباً رغم بعد المسافة
لخالتي نادية التي لم تتساني بدعائها في كل صلاة
دون أن أنسى شكري العميق لمن شاركتني تعب هذه المذكرة، ليديا، ولمساهمتها القيمة
وجهدتها المستمر خلال هذه الرحلة

أميرة كوثر

كلمة شكر وعرفان

نتوجه بجزيل الشكر إلى أستاذتنا الفاضلة "طالب كاهينة" التي أشرفت على هذا البحث بكل حب وصبر والتي كان لحضورها الدائم وإرشاداتها القيمة دوراً كبيراً في نجاح هذه المذكرة والتي لم تبخل علينا بحكمتها ومعرفتها العميقة.

إلى كل الأساتذة الكرام والطاقم الإداري وبشكل خاص أساتذة قسم الترجمة بجامعة مولود معمري تيزي وزو.

جزيل الشكر موصول بالمثل إلى لجنة المناقشة الموقرة لتكبدهم عناء قراءة بحثنا هذا وتصويبه وتقييمه.

كما نشكر كل من ساهم من قريب أو من بعيد في إنجاز هذه المذكرة.

فهرس المحتويات

أ	إهداء
ج	كلمة شكر وعرفان
د	فهرس المحتويات
1	مقدمة

الفصل الأول: التسويق والترجمة

6	1-I نظرية سكوبوس (The Skopos Theory)
7	2-I تقنيات الترجمة
7	1-2-I الترجمة المباشرة Direct
8	1-1-2-I Literal Translation : تقنية الترجمة الحرفية
8	2-1-2-I Borrowing : تقنية الاقتراض
9	2-2-I الترجمة غير المباشرة Indirect
9	1-2-2-I Transposition : تقنية الإبدال
10	2-2-2-I Modulation : تقنية التطويح
10	3-I المقاربة السيميائية Semantic theory
11	1-3-I المستوى اللساني
11	2-3-I المستوى الأيقوني
11	4-I التسويق
12	1-4-I تعريف التسويق
14	2-4-I تعريف التسويق الإلكتروني

15	3-4-I التسويق عبر البريد الإلكتروني
16	4-4-I رسائل البريد الإلكتروني في التسويق
16	1-4-4-I رسائل نظامية
16	2-4-4-I رسائل تسويقية
17	5-4-I محتويات رسائل البريد الإلكتروني (الترويجية)
17	1-5-4-I عنوان الرسالة
17	2-5-4-I محتوى الرسالة
17	3-5-4-I زر اتخاذ القرار (Call To Action)
18	4-5-4-I العناصر البصرية
18	5-5-4-I تذييل الرسالة
18	6-4-I فوائد التسويق عبر البريد الإلكتروني
	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: دراسة المدونة وتحليلها

22	1-II - التعريف بالمدونة
24	2-II - منهجية التحليل
26	3-II - ترجمة و تحليل النماذج من المدونة
26	المثال الأول : إيفرنوت Evernote
29	المثال الثاني : ماكباو MacPaw
31	المثال الثالث : كويكبوكس QuickBooks
35	المثال الرابع : كولين ستريت بايكري Collin Street Bakery
37	المثال الخامس : هادسبايس HeadSpace
40	المثال السادس : أوماج Homage
43	المثال السابع : فاينل مي بليز Vinyl Me, Please
45	المثال الثامن : كاسبر Casper
47	المثال التاسع : ييلوبيرد YellowBird
50	المثال العاشر : موو Moo

52-4-التحليل العام II
55 الخاتمة
58 المراجع والمصادر
72 مسردا المصطلحات
60 الملاحق
78 الملخص
Abstract الملخص بالعربية
Abstract الملخص بالإنجليزية

مقدمة

يعتبر التسويق مجموعة من العمليات والاستراتيجيات التي تهدف إلى فهم احتياجات العملاء ورغباتهم، وتلبية تلك الاحتياجات عن طريق تقديم المنتجات أو الخدمات المناسبة لهم. ومن ناحية أخرى، تعد الترجمة أكثر من تحويل للكلمات، حيث تشمل فهم السياق والثقافة والمفاهيم الخاصة بكل لغة، فالترجمة هي العملية التي تقوم على نقل المعنى من لغة إلى أخرى بشكل دقيق وفعال، مما يسهم في تمكين التواصل والتفاهم بين ثقافات مختلفة. أما الترجمة التسويقية، فهي فن يهدف إلى ترجمة الرسائل الدعائية والإعلانية من لغة إلى أخرى بطريقة تحافظ على الجاذبية والفعالية الإعلانية للعلامة التجارية أو المنتج.

لقد وقع إختيارنا على هذا النوع من الترجمة لعدة أسباب أولها مكانة الترجمة في عصرنا هذا خصوصا في المجالات العصرية مثل التسويق الإلكتروني، وثانيا اهتمامنا بمجال التسويق الذي أصبح اليوم مجالا ثريا وذي آفاق واسعة بالإضافة إلى الفرص المهنية، إذ تتيح دراسة الترجمة التسويقية فرصا للإنخراط في مجالي التسويق الدولي والترجمة في آن واحد. لقد قمنا بإنتقاء رسائل البريد الإلكتروني الترويجية كموضوع نتيجة التطور الملحوظ الذي شهده التسويق عبر المنصات الإلكترونية والذي لاقى نجاحا وشعبية أكثر من التسويق التقليدي وخصوصا أن جانب رسائل البريد الإلكتروني الترويجية لم يتم التطرق إليه بكثرة.

يعد موقع MailPoet مدونة إذ أنه يحتوي على رسائل إلكترونية ترويجية عملية وذات مادة ترجمية ثرية، والتي أدت دورا في دعم وتثبيت الأفكار المقدمة في هذا البحث وخصوصا أن الرسائل الترويجية عالجت تسويق عروض عصرية.

إن عنوان بحثنا هو (ترجمة رسائل البريد الإلكتروني الترويجية إلى اللغة العربية وتحليلها -موقع MailPoet - أنموذجا) وانطلاقا من هذا العنوان تبلورت الإشكالية الرئيسية التالية:

- ما هو دور الترجمة في مجال التسويق؟

ومن هذه الإشكالية استخلصنا مجموعة من الأسئلة الثانوية ألا وهي:

- كيف يتم تحليل رسائل البريد الإلكتروني الترويجية؟

- ما هي التقنيات المناسبة لترجمة الرسائل الترويجية؟

- كيف تؤدي نظرية سكوبوس إلى إيصال الغاية من الرسالة الترويجية في اللغة الهدف؟

للإجابة على هذه الأسئلة تمكنا من إقترح مجموعة من الفرضيات التي تمثلت فيما يأتي:

- قد تؤدي الترجمة دورا مهما في عالم التسويق إذ أنها تتيح للعملية التسويقية الوصول إلى الجمهور العالمي المتنوع.

- قد يكون تحليل الرسائل الترويجية عن طريق المقاربة السيميائية ودراسة كل من المستوى اللساني والأيقوني.

- قد نستخدم أساليب الترجمة لجان بول فيني Jean-Paul Vinay و جان داربيني Jean Darbelnet .

- نخال أن لنظرية سكوبوس أهمية في نقل الغاية من الرسالة الترويجية في اللغة الهدف.

تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، فقمنا بترجمة الرسائل الترويجية حسب نظرية سكوبوس ثم بتحليلها على الصعيدين اللغوي والأيقوني، وتلخصت خطة بحثنا في مقدمة وفصلين وخاتمة. تطرقنا في الفصل الأول إلى جانبين: قمنا أولا بتقديم الترجمة والنظرية والتقنيات المستخدمة بالإضافة إلى تعريف نوع الدراسة المعتمدة وهي المقاربة السيميائية بمستوياتها اللساني والإيقوني، وثانيا تطرقنا إلى تعريف كل من التسويق الإلكتروني والتسويق عبر البريد الإلكتروني على وجه الخصوص حتى نصل إلى رسائل البريد الإلكتروني الترويجية وكذا محتويات رسائل البريد الإلكتروني الترويجية مع ذكر الفوائد وفي الأخير ملخص الفصل. أما الفصل الثاني فتمثل في الجانب التطبيقي حيث قمنا بتعريف المدونة وتقديم منهجية التحليل لننتقل بعدها إلى ترجمة الرسائل الإلكترونية الترويجية وتحليلها وتمثيل الكلمات المفتاحية في جداول وفي الأخير تقديم تحليل عام متبوعا بدائرة إحصائيات وتعليق. وأنهينا بحثنا بخاتمة ذكرنا فيها النتائج المتوصل إليها وبعض التوصيات.

نهدف من خلال بحثنا هذا إلى تسليط الضوء على ترجمة الرسائل الإلكترونية الترويجية وهذا لعدة أسباب شخصية وموضوعية والتي تمثلت في:

- شخصية: الرغبة الشديدة في التعمق في هذا المجال

- الميول نحو العمل في مجال يجمع التسويق والترجمة.

- موضوعية: تم التطرق إلى الترجمة التسويقية التقليدية بكثرة كالمصقات والمطويات على عكس معالجة موضوع الترجمة في مجال التسويق الإلكتروني.

- دراسة المجال المذكور أعلاه من منظور جديد.

- فتح المزيد من فرص العمل.

تعتمد دراستنا على مختلف المصادر نذكر منها كتاب الأسلوبية المقارنة للفرنسية والإنجليزية (La stylistique comparée du français et de l'anglais) لفيني Vinay و داربلني Darbelnet. فضلا عن المراجع الإلكترونية التي وجدناها في محرك البحث غوغل.

في الأخير نذكر بعض العراقيين التي واجهتنا خلال بحثنا هذا، على رأسها المشاكل الصحية التي كانت إبتلاء من الله عز وجل والحمد لله، أيضا عدم توفر المراجع الكافية والمصادر اللازمة بالأخص في مجال التسويق الإلكتروني.

في الختام نحمد الله عز وجل على إتمام هذه المذكرة ونتمنى أن نكون قد ساهمنا ولو قليلا في إثراء هذا المجال. دون أن ننسى التقدم بجزيل الشكر والعرفان لأستاذتنا المشرفة "طالب كاهينة" التي قدمت لنا كل الدعم والاهتمام والتوجيه، ونشكر أعضاء اللجنة المناقشة على كل الملاحظات والاقتراحات والإضافات.

الفصل الأول

التسويق والترجمة

الترجمة هي عملية تفيد التواصل بين أشخاص يتحدثون لغات مختلفة وفهم ثقافتهم، كما أن الترجمة ليست مجرد نقل للكلمات من لغة إلى أخرى، بل هي عملية فنية تتطلب مهارات متقدمة وفهماً عميقاً للثقافة واللغة، وهي حل أساسي لتجاوز حواجز التواصل اللغوي وتحقيق التفاهم بين مختلف الثقافات واللغات. وقصد تحقيق نقل صحيح للمعنى، يلجأ المترجمون إلى استخدام نظريات ترجمة معينة، حيث تعمل هاته النظريات على تقديم إطار نظري يمكن للمترجمين والباحثين استخدامه لتحليل وتفسير التحديات التي تواجه عملية الترجمة وتوجيه القرارات المتعلقة بكيفية نقل المعاني من لغة إلى أخرى بطريقة سليمة. ومن أهم هذه النظريات نذكر نظرية سكوبوس (النظرية الغائية) التي تنتمي إلى نظريات الوظيفة والتي بدورها تركز على دور الترجمة كوسيلة تساهم في نقل الهدف والمغزى بين لغتين مختلفتين.

I-1- نظرية سكوبوس (The Skopos Theory)

ظهرت من طرف المنظر الألماني هانس جوزيف فيرمير Hans Joseph Vermeer ويقول فيرمير عن نظرية سكوبوس: (فيرمير, 1996, ص 97)

«skopos theory says that each translational act must obey its purpose »

ترجمتنا: "نظرية الهدف (سكوبوس) تقول أن كل فعل ترجمة يجب أن يخدم هدفه"

ويقول أيضا

« Human action (and its subcategory: translation) is determined by its purpose

(skopos), and therefore it is a function of its purpose »

ترجمتنا: "العمل البشري (وفئته الفرعية: الترجمة) يتحدد بواسطة هدفه (السكوبوس)، وبالتالي فإنه يعتبر وظيفة تبعاً لهدفه.

وبهذا نقول أن النظرية الغائية هي نظرية في ميدان الترجمة تقوم على فكرة أنه يمكن تحقيق أفضل نتائج ترجمة عندما يتخذ المترجم قرارًا بالتخلي عن بعض الأوجه الدقيقة للنص الأصلي لصالح الوصول إلى فهم أفضل وأكثر فعالية في اللغة الهدف.

2-I تقنيات الترجمة

تعد تقنيات الترجمة من أهم الأساليب الترجمية التي تساعد في إنجاح الترجمة. ظهرت على يد كل من فيني وداربيني في كتابهما (Stylistique comparée du français et de l'anglais: Méthode de traduction) وقاما بتقسيمها إلى تقنيات ترجمة مباشرة وتقنيات ترجمة غير مباشرة. وذكر ذلك في قولهما:

« Notons tout d'abord qu'il y a, grosso modo, deux directions dans lesquelles le traducteur peut s'engager : la traduction directe ou littérale, et la traduction oblique. » (stylistique comparée du français et de l'anglais methode de traduction, 1958)

ترجمتنا: "نلاحظ أولاً أن هناك، وبشكل عام، اتجاهين يمكن للمترجم الاختيار بينهما: الترجمة المباشرة والترجمة غير المباشرة"

1-2-I الترجمة المباشرة Direct Translation

تعتمد الترجمة المباشرة على نقل المصطلح نقلاً حرفياً مباشراً نذكر منها:

1-1-2-I Literal Translation : تقنية الترجمة الحرفية :

الترجمة الحرفية هي تقنية تستخدم في الترجمة من خلال النقل المباشر للغة. وفقا لفيني وداربلني لا يمكن تطبيق الترجمة الحرفية إلا عندما يكون هناك تواز بنيوي وخطابي بين اللغتين.

وشرح فيني وداربلني كالآتي:

« La traduction littérale ou mot a mot désigne le passage de LD a LA aboutissant a un texte a la fois correct et idiomatique sans que le traducteur ait eu a se soucier d'autre chose que des servitudes linguistique : ex : 'I left my spectacles on the table downstairs : j'ai laissé mes lunettes sur la table en bas' en principe, la traduction littérale est une solution unique, réversible et complète en elle-même. »

ترجمتنا: " الترجمة الحرفية أو الكلمة بالكلمة تشير إلى التحول من اللغة المصدر إلى اللغة الهدف للحصول على نص صحيح ولغوي في نفس الوقت، دون أن يكون على المترجم القلق بشأن شيء آخر إلا قيود اللغة. على سبيل المثال: "تركت نظارتي على الطاولة في الطابق السفلي تصبح" تصبح ترجمتها "I left my spectacles on the table downstairs" بشكل عام، تعتبر الترجمة الحرفية حلاً فريداً، وقابلاً للعكس، وكاملاً في حد ذاتها".

2-1-2-I Borrowing : تقنية الاقتراض :

لقد عرف فيني وداربلني تقنية الاقتراض في كتابهم "Stylistique comparée du français et de l'anglais: Méthode de traduction"، على أنها استعمال مباشر لكلمات أو تعابير من

اللغة المصدر إلى اللغة الهدف دون ترجمتها.

وظهر ذلك عند قولهما:

« L'emprunt est le plus simple de tous les procédés de traduction. Ce ne serait même pas un procédé de nature à nous intéresser, si le traducteur n'avait besoin, parfois, d'y recourir volontairement pour créer un effet stylistique. Par exemple pour introduire une couleur locale, on se servira de termes étrangers »

ترجمتنا: "الاقتراض هو أبسط أساليب الترجمة. قد لا يكون حتى إجراءً يستحق اهتمامنا، لولا حاجة المترجم في بعض الأحيان إلى اللجوء إليه بصورة متعمدة لإنشاء تأثير أسلوبية. على سبيل المثال، لإدخال لمسة محلية، يمكن استخدام مصطلحات أجنبية"

2-2-I الترجمة غير المباشرة Indirect Translation

الترجمة غير مباشرة تنطوي على نوع من التغيير في النص مع مراعاة السمات الخاصة باللغتين ونجد منها:

1-2-2-I تقنية الإبدال: Transposition

تعرف باستبدال جزء من الخطاب بآخر دون تغيير معنى الرسالة. ولقد قام فيني وداربيني بتفسير تقنية الإبدال كالتالي:

« Nous appelons ainsi le procédé qui consiste à remplacer une partie du discours par une autre, sans changer le sens du message. Ce procédé peut aussi bien s'appliquer à l'intérieur d'une langue qu'au cas particulier

de la traduction. 'Il a annoncé qu'il reviendrait' devient par transposition du verbe subordonné en substantif 'il a annoncé son retour' »

ترجمتنا: "تتمثل في استبدال جزء من الخطاب بجزء آخر دون تغيير في معنى الرسالة. يمكن تطبيق هذه الطريقة سواء داخل لغة معينة أو في حالة الترجمة الخاصة. فمثلا عبارة 'أعلن أنه سيعود' عند ترجمتها بتقنية الإبدال تصبح كالاتي: " أعلن عن عودته"

Modulation : 2-2-2-I تقنية التطويع

تعرف بتغيير طريقة صياغة الخطاب سواء كان جملة أو كلمة. وقد قام المنظران بتفسيرها في كتابهما كما يلي:

« La modulation est une variation dans le message, obtenue en changement de point de vue, d'éclairage. Elle se justifie quand on s'aperçoit que la traduction littérale ou même transposée aboutit à un énoncé grammaticalement correct, mais qui se heurte au génie de LA. »

ترجمتنا: تقنية التطويع هي تغيير في الرسالة، يتم بتغيير وجهة النظر. تستخدم هذه التقنية عندما ندرك أن الترجمة الحرفية أو حتى الإبدال قد يؤدي إلى عبارة صحيحة من الناحية اللغوية، ولكنها تتعارض مع طابع اللغة الهدف".

في النهاية، يمكن القول أن الترجمة هي عملية قياسية تتطلب مهارات عالية وقدرة فائقة على فهم اللغات والثقافات المختلفة. أساليب الترجمة المذكورة كلها يمكن استخدامها لتحقيق التواصل والفهم الأمثل بين الثقافات المختلفة. ومن المهم أن يكون لدى المترجم معرفة واسعة باللغتين المستخدمتين وثقافتهما، بالإضافة إلى القدرة على التعاطف والتكيف مع احتياجات الجمهور المستهدف.

3-I المقاربة السيميائية Semantic theory

ظهرت هذه المقاربة على يد "شارل ساندرس بيرس" (Charles Sanders Peirce). المقاربة السيميائية هي منهجية تحليلية تهدف إلى فهم الرموز والعلامات وكيفية استخدامها لنقل المعاني والرسائل في الثقافة والتواصل البشري. تعتمد هذه المنهجية على النظرية السيميائية التي تعتبر الرموز والعلامات اللغوية والبصرية عناصرًا أساسية في فهم الثقافة وتبادل المعاني بين الأفراد. (Semiotics: The Basics" - Daniel Chandler

ومعنى كلمة "السيمياء" هو "علم دراسة العلامات دراسة منظمة ومنتظمة" (البازغي: دليل الناقد الأدبي، ص 177)

تعتبر المقاربة السيميائية من أهم المقاربات لتحليل الخطاب الإشهاري إذ أنها تقوم بتحليل كل ما هو لغوي وغير لغوي كالألوان والرموز والأصوات والصور واللغة.

ونجد أيضا أن المقاربة السيميائية في الخطاب الإشهاري هي عبارة عن تحليل الرموز والعلامات اللغوية والبصرية المستخدمة في الإعلانات بهدف فهم كيفية نقل المعاني والرسائل للجمهور. (Semiotics and Advertising" - Judith Williamson

بشكل عام تجمع المقاربة السيميائية الجوانب اللغوية والبصرية مما يعزز الفهم الشامل لكيفية انتقال المعاني والرسائل ويتيح فرصة فهم أعمق للخطابات الإشهارية. في المقاربة السيميائية، يتم تقسيم الرموز والعلامات التي تُستخدم لنقل المعاني والرسائل إلى مستويين رئيسيين: المستوى اللساني والمستوى الأيقوني.

1-3-I المستوى اللساني

- يتعلق بالعناصر اللغوية في الإعلان مثل النصوص المكتوبة أو المنطوقة، والكلمات والتركيبات الجمالية، وأي استخدام لغوي في الإعلان. (Advertising and the Mind of the Consumer" - Max Sutherland, Alice K. Sylvester

2-3-I المستوى الأيقوني

- يرتبط بالعناصر البصرية في الإعلان مثل الصور والألوان والتصميمات البصرية والرموز المرئية، وأي جوانب بصرية تستخدم في الإعلان. (Advertising and Visual Culture" - Pamela Odih

4-I التسويق

التسويق هو فن فهم احتياجات المستهلكين وتلبيتها بطريقة ترضي العملاء والشركة على حد سواء، كما يسهم التسويق في بناء العلاقات مع العملاء وزيادة الوعي بالعلامة التجارية، وبناء الثقة والولاء. يعكس النجاح في التسويق القدرة على التكيف مع التغيرات في السوق، وفهم المنافسة وابتكار الطرق الجديدة للتواصل مع العملاء، بالإضافة إلى أن تطوير وسائل التسويق في شركة يمكن أن يؤدي إلى زيادة الإيرادات ونمو العمل وتعزيز مكانة الشركة في السوق، مما يجعله جوهريًا في عالم الأعمال الحديث.

1-4-I تعريف التسويق

عرف التسويق بأكثر من طريقة ومن أهمها تعريف الجمعية الأمريكية للتسويق، التي ترى أن " التسويق هو القيام بأنشطة المشروع التي توجه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي أو المشتري الإقتصادي" (محمد سعيد: التسويق، 1995، ص23).

كما يعرف التسويق على أنه العملية التي من خلالها تنتقل السلع والخدمات من مجرد مفهوم إلى حاجة أساسية للمستهلك، ويشمل هذا الإجراءات التي تقوم بها العلامات التجارية.

وهناك من يعرف التسويق على أنه انسياب السلع والخدمات التي تناسب المستهلك بالكميات والأسعار وفي الأوقات والأماكن الملائمة، ولكن من أكثرها شمولية هو التعريف الذي قدمه "فيليب كوتلر" (Philip Cotler)، بروفييسور التسويق المشهور، حيث يرى أنه " نشاط إنساني موجه نحو إشباع رغبات الإنسان وحاجاته، وذلك من خلال عمليات التبادل (محمد عوض، عبد السلام إمام: التسويق والاتصال، 2015، ص12).

من خلال هذا التعريف نجد أنه يتضمن جملة من المفاهيم الأساسية، فالحاجة هي الشعور بعدم الارتياح والنقص لشيء ما، والرغبة هي الصورة التي تتشكل بها الحاجة، فإن كان الجوع حاجة فتناول الحلويات أو المملحات يعد رغبة. أما الطلب فهو تحول تلك الحاجة أو الرغبة بعد توفر المال الكافي لإشباعها، أي أن الحاجات والرغبات تصبح طلبا وفقا للمقدرة المالية والشرائية للفرد، وبهذا يكون المنتج الذي بدوره يشبع حاجة أو رغبة الإنسان، فالطلب هو من يحدد نوعية هذه المنتجات التي تقدم بواسطة المنتجين سواء كانت سلعا أو خدمات أو أي شيء يشبع للإنسان حاجته. وفيما يخص عملية التبادل، فالتسويق هنا يحصل عندما يقرر الأفراد اشباع حاجاتهم، أين يملك كل من الطرفين المنتج والمستهلك أشياء ذات قيمة من وجهة نظر الآخر. (محمد الناجي الجعفري، التسويق، 1998) و (وائل رفعت خليل، إدارة التسويق، 2017).

وفي الأخير نستطيع أن نقول أن التسويق يشمل مختلف الأنشطة التي تعمل على إنتاج السلع والخدمات والأفكار بهدف إشباع حاجات ورغبات معينة، ومن ثم نقلها من المنتج إلى المستهلك عن طريق نشاطات التسعير والترويج والتوزيع.

يعد معدل التطوير التكنولوجي أحد أقوى محفزات تغير التسويق، مما ساهم في تطويره على مدار السنين، حيث ظهر في البداية بالشكل التقليدي، عبر التلفاز والمذياع والصحف وكذا الإعلانات التجارية؛ ثم

أصبح أكثر استخداما مع وجود الانترنت وتقدم العلم والتكنولوجيا، وهو الأمر الذي أدى إلى تطوير نسخته التقليدية وظهور أحد أنواع التسويق الحديثة والمبتكرة، وهو التسويق الإلكتروني الذي اكتسح ساحة التسويق فبات يعتمد عليه بصورة كبيرة في وقتنا هذا، بل ويعتمد عليه اعتمادا كبيرا لكونه الطريقة التي تستخدم الوسائل المتاحة عبر الانترنت ([https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-](https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-types))

(types)

I-4-2 تعريف التسويق الإلكتروني

يعتبر التسويق الإلكتروني الصورة الحديثة للتسويق التقليدي، فلا يختلفان في المكونات أو العناصر الأساسية وإنما يكمن الاختلاف بينهما في الشكل والأسلوب الذي تتم به عملية التنفيذ. وعرفت الجمعية الأمريكية التسويق الإلكتروني على أنه "وظيفة تنظيمية ويشمل مجموعة من العمليات التي تهدف إلى خلق الاتصال وتسليم القيمة إلى الزبون وإدارة علاقة الزبون بالطرق التي تحقق المنافع والأهداف للمنظمة وأصحاب الحصص والتي تتم من خلال الأدوات والوسائل الإلكترونية" (كافي: التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة، 2009).

أما من وجهة نظر الدكتورين "أحمد صالح النصر" و "علي فلاح مفلح الزعبي" فالتسويق الإلكتروني هو "نوع من التسويق لسلعة أو خدمة معينة على شبكة الانترنت وإدارة التفاعل مع العملاء" (صالح النصر، مفلح الزعبي: التسويق الإلكتروني في القرن الحادي والعشرين، 2019).

وبهذا يمكن القول أن التسويق الإلكتروني هو عملية تسويق المنتجات أو السلع أو الخدمات عبر شبكة الإنترنت، بغرض تحقيق الأهداف التسويقية المطلوبة بالطريقة الأكثر تحقيا والأقل تكلفة مقارنة بغيره من الوسائل التسويقية الإعلانية الأخرى. ومن بين أهم الوسائل وأحدثها التي يتم الاعتماد عليها في عملية التسويق الإلكتروني: (الصميدعي وعثمان، 2012) (أبو فاره، 2012)

- الإعلان عبر محركات البحث (SEM).
- التسويق الإلكتروني.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني.

يتيح التسويق الإلكتروني من خلال هذه الوسائل فرصة استهداف أكبر فئة من الجماهير من مشتريين ومتسوقين ومستهلكين بصورة فردية، فالتسويق الإلكتروني الفردي أهمية ترويجية كبيرة بحيث أنه كلما تمكن المسوق من مخاطبة المستهلك بصورة شخصية وفردية، كلما كان قادرا على استقطاب الزبون وجذبه بصورة أفضل. ومن بين هذه الوسائل التسويقية الثلاثة، سنسلط الضوء على أشهرها وأكثرها فعالية وكفاءة: التسويق عبر البريد الإلكتروني (كافي، التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية، 2009)

<https://blog.mostaql.com/email-marketing-3-4-I>

(/guide) و (أمجدل، 2014)

يعد التسويق عبر البريد الإلكتروني أحد أشكال التسويق الإلكتروني الأكثر شهرة، ومن أحدث أساليب التسويق عبر الإنترنت، كما يعتبر أنجح الطرق التسويقية وأكثرها فعالية وتأثير؛ أنسبها من حيث التكلفة وأسرعها في الوقت ذاته، حيث تصل رسائل البريد الإلكتروني إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين المستهدفين مباشرة دون اللجوء إلى طرق ثانوية؛ إضافة إلى كون التسويق عبر البريد الإلكتروني وسيلة ترويجية تسمح للمرسل بالتحكم بها بشكل كامل، حيث يمكن للمرسل التحكم بمحتوى الرسالة وتغييره كيفما ووقتما شاء، ويظهر ذلك عند إرسال الرسائل التسويقية التي تستهدف كل عميل على حدى (الشخصنة).

يعتمد التسويق عبر البريد الإلكتروني على استخدام أنواع مختلفة من رسائل الإيميل E-mail للتواصل مع العملاء وعرض الخدمة والمنتج للجمهور لتقديم محتوى مفيد لهم، تعليميا أو ترويجيا للمنتجات والخدمات وغيرها من أشكال المحتوى؛ كما تتنوع رسائل البريد الإلكتروني التسويقية في حد ذاتها كالتالي

I-4-4 رسائل البريد الإلكتروني في التسويق

تختلف أنواع التسويق عبر البريد الإلكتروني باختلاف رسائل البريد الإلكتروني التي يتم إرسالها للعملاء، كما تعتبر هذه الرسائل التسويقية المخرج التسويقي النهائي عبر البريد الإلكتروني، وتنقسم الرسائل عبر نظام التسويق عبر البريد الإلكتروني لنوعين:

I-4-4-1 رسائل نظامية (-email-guide-beginners.com.alrab7on/www) (#/marketing)

بناءً على فعل معين يقوم به المستخدم، يتم إرسال هذا النوع من الرسائل التي يتم ضبطها مرة واحدة عند بداية التسويق عبر البريد الإلكتروني، كما يمكن تغييرها أو التعديل عليها حسب الحاجة، إلا أنها نادراً ما يتم تغييرها كونها شيئاً ثابتاً ومن أهمها:

- رسالة تفعيل البريد الإلكتروني ورسالة الترحيب بالإشتراك الجديد.

I-4-4-2 رسائل تسويقية (نفس المرجع السابق)

وهي الرسائل التي يتم إرسالها للقائمة البريدية لأغراض ترويجية، وتكون ذات محتوى بيعي يهدف إلى الترويج للمنتجات والخدمات لتشجيع العملاء المحتملين على اتخاذ القرار، ويتم التعديل عليها وفقاً للخطة التسويقية التي تم إتباعها، نذكر منها:

- رسائل أسبوعية بالمقالات التي تم إضافتها للمدونة الخاصة بالمرسل.
- رسائل تحتوي على عروض على منتجات معينة من المتجر الإلكتروني للمرسل.
- رسائل تذكير بعربات التسوق المتروكة.

وتتميز كل رسالة عن الأخرى في الشكل والمضمون، وكذا العناصر التي تتألف منها على هذا النحو:

I-4-5 محتويات رسائل البريد الإلكتروني (الترويجية) (/https://marketeirs.com/3954)

تحتوي رسائل البريد الإلكتروني على عدة مكونات تختلف حسب العديد من المتغيرات كنوع وهدف الرسالة، كما تزيد وتنقص بعض العناصر بحسب متطلبات كل رسالة، ولكن من المهم توفر بعض العناصر الأساسية التي تبني هيكل رسالة البريد الإلكتروني الترويجية وهي على سبيل المثال لا الحصر كما يلي:

I-4-5-1 عنوان الرسالة

يكون عنوان الرسالة مختصراً، حيث يتم استخدام جمل موجزة ومباشرة تعبر عن محتوى الرسالة بغرض جذب القارئ لإكمال قراءة الرسالة. نأخذ على سبيل المثال رسالة EVERNOTE (إيفرنوت) ذات الهدف الترويجي لتقديم كود خصم للعملاء؛ فكان العنوان هكذا : Your chance to get Premium for 40% : off (فرصتك للحصول على عرض استثنائي بخصم 40%).

I-4-5-2 محتوى الرسالة

يختلف محتوى الرسالة باختلاف الهدف منها، حيث تتم صياغة الفكرة الرئيسية بأسلوب شيق ومختصر، يمكن المتلقي من فهم الهدف من الرسالة.

I-4-5-3 زر اتخاذ القرار (Call To Action)

من بين أهم عناصر الرسالة التي تمكن من تحويل الزوار أو القراء إلى عملاء وزبائن محتملين، حيث تتم دعوة المستخدم إلى القيام بإجراء معين بالنقر على زر اتخاذ القرار ("Call To Action"). وقد يأتي ال CTA على شكل زر أو على شكل رابط أو مجرد جملة ضمن الرسالة التسويقية لتسهيل العملية

على العميل، كما نجده غالباً بلون مغاير لخلفية الرسالة وجذاب لشد انتباه القارئ كما هو موضح في الأمثلة التي سنراها في الفصل التطبيقي.

I-4-5-4 العناصر البصرية

تضفي جانبا جماليا للرسالة بغرض جذب انتباه القارئ وشد إهتمامه، وذلك عن طريق إدراج صورة ثابتة أو متحركة أو حتى مقطع فيديو حسب الموضوع الذي تحتويه الرسالة.

I-4-5-5 تذييل الرسالة

يعتبر آخر عنصر في الرسالة، يتضمن بعض النقاط المهمة التي يجب احتواؤها في الرسالة وهي:

- إلغاء الإشتراك.
- بنود الاستخدام أو الشروط والخصوصية.
- سبب إرسال الرسالة للعميل.
- وسائل التواصل الاجتماعي.

I-4-6 فوائد التسويق عبر البريد الإلكتروني

التسويق عبر البريد الإلكتروني يوفر مجموعة من الفوائد التي تسهم في نجاح استراتيجيات التسويق نذكر منها: (<https://wuilt.com/blog/ar>)

- التكلفة البسيطة: إذ لحد الآن يعتبر التسويق عبر البريد الإلكتروني أكثر وسيلة قليلة التكاليف بنتائج جد فعالة. (<https://wuilt.com/blog/ar>)
- سهولة الاستهداف: هناك طريقة للإعلان للأشخاص عن طريق استخدام أسمائهم والنظر إلى رسائلهم الخاصة. يتم تغيير الرسائل بناء على ما يريده الشخص ويفعله. وهذا يجعل الإعلان يبدو أكثر شخصية ويخلق علاقة خاصة بين الشخص والعلامة التجارية فهو يساعد على الوصول إلى الأشخاص المناسبين المهتمين ومن المرجح أن يستجيبوا. (المرجع السابق)

- دقة التحليلات: يمكنك معرفة ما إذا كان شخص ما قد إطلع على البريد، أو نقر على الروابط، أو أرسل البريد إلى أصدقائه! يمكن أيضًا معرفة مدى نجاح خطة التسويق بسهولة، في أي وقت. (المرجع السابق)
 - الإرسال لأي مكان: يمكن للمرء إرسال البريد الإلكتروني بسهولة إلى أي ركن من أركان العالم! لا يعرف مجال التسويق عبر البريد الإلكتروني حدودًا، مما يمكّن الشخص من تلبية احتياجات عملائه بغض النظر عن موقعهم. (المرجع السابق)
 - المرونة: لا يوفر أي نوع آخر من أنواع التسويق الحرية نفسها في إرسال الصور والفيديوهات والنصوص والروابط، وفي تحليل أداء الإعلانات وضبطها بنفس الطريقة التي يتبعها التسويق عبر البريد الإلكتروني. (المرجع السابق)
 - العملاء سمحوا لك بمراسلتهم: أفضل ما في التسويق عبر البريد الإلكتروني هو أن الأشخاص الذين سيتلقون الرسائل الإلكترونية الترويجية هم أشخاص قد سمحوا للمرسل مسبقًا بإرسال بريد إلكتروني يتعلق بمنتجاته وخدماته، إذن هم مهتمون بها فعلاً ويرغبون بمعرفة آخر المستجدات. (المرجع السابق)
 - فوري وقابل للمشاركة: إرسال البريد الإلكتروني أمر في غاية البساطة، إذ يكون فوريًا ويظهر تأثيره في غضون دقائق من بدء الحملة. لهذا السبب، يُعتبر طريقة رائعة لإقناع العملاء المحتملين باتخاذ قرارات قبول العروض على الفور. كما يمكن تخصيص أدوات لمشاركة المحتوى الإعلاني مع دائرة معارف المرسل عبر البريد الإلكتروني، مما يساعد في خلق مزيد من الوعي بالعلامة التجارية وبالتالي جذب المزيد من الزبائن المحتملين. (المرجع السابق)
- في الأخير يعتبر التسويق عبر البريد الإلكتروني حلاً مثاليًا للشركات الصغيرة والمتوسطة وحتى الشركات الكبيرة للوصول إلى جمهورها بكفاءة وفاعلية. تجسيدًا للابتكار والتفاعل السريع، يظل التسويق عبر البريد الإلكتروني عنصراً أساسياً في استراتيجيات التسويق الحديثة التي تهدف إلى بناء علاقات مستدامة مع العملاء وتعزيز نجاح العلامة التجارية.

خلاصة الفصل

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى الترجمة بشكل عام مع تعريف النظرية الغائية (سكوبوس) كما ذكرنا أيضاً تقنيات الترجمة لفيني ودارليني التي تم استخدامها في الجانب التطبيقي كما قدمنا نظرة عامة عن نوع الدراسة التي ساعدتنا في تحليل النماذج ألا وهي المقاربة السيميائية بعدها قمنا بمعالجة جانب التسويق بعناصره التي تمثلت في تعريفه وتعريف كل من التسويق الإلكتروني

والتسويق عبر البريد الإلكتروني وتطرقنا إلى رسائل البريد الإلكتروني الترويجية. في الأخير ذكرنا فوائد التسويق عبر البريد الإلكتروني.

نستنتج من هذا الفصل النظري هو أن الترجمة التسويقية بشكل عام والإلكترونية بشكل خاص تمثل تحديا كبيرا إذ يجب الأخذ بعين الاعتبار مجموعة من العناصر لفهم النص الأصلي والإستعانة بقواعد ومبادئ معينة تمكننا من الترجمة بغية تحقيق هدف الرسالة الأصلية في النص المترجم.

الفصل الثاني

دراسة المدونة وتحليلها

سنتطرق في هذا الفصل التطبيقي والأخير من بحثنا إلى التعريف بالمدونة التي وقع عليها اختيارنا، وتقديم المنهجية المتبعة والنظرية وتقنيات الترجمة المعتمدة في العملية الترجمة، ومن ثم ترجمة نماذج الرسائل الترويجية العشر وتحليلها على كل من المستويين اللساني والأيقوني، وفي الأخير تمثيل الكلمات المفتاحية في جدول يبين الكلمة وترجمتها وتقنية الترجمة المستخدمة لتحقيق إيصال المعنى.

II-1- التعريف بالمدونة

لكل من يريد إنجاح حملته التسويقية أو يبحث عن طريقة فعالة لإرسال رسائل ترويجية لجمهور معين، سيجعل Mailpoet العملية الترويجية منتجة.

موقع Mailpoet هو عبارة عن خدمة بريد إلكتروني تمكن الشركات والأفراد من إنشاء وإدارة حملات البريد الإلكتروني بكل سهولة وفعالية. تأسست الشركة سنة 2011 بفرنسا وتعمل حاليا في مقرها الرئيسي سان فرانسيسكو بكاليفورنيا. يتكون فريق Mailpoet من مجموعة من الأشخاص المختصين في تطوير البرمجيات في مجال التسويق عبر البريد الإلكتروني ويعتبر فريق Mailpoet واحدا من المنافسين المهمين في مجال التسويق عبر البريد الإلكتروني كما تحظى الشركة بشعبية كبيرة بين المستخدمين إذ تتيح لهم فرصة إنشاء قوالب بريد إلكتروني متناسبة تماما مع طبيعة أعمالهم واحتياجاتهم، بالإضافة إلى ذلك يوفر Mailpoet أدوات قوية لإدارة القوائم البريدية وتجزئتها مما يسهل عملية إرسال البريد الإلكتروني لجمهور معين ويتيح أيضا فرصة تتبع النتائج وتحليلها بما في ذلك عدد الرسائل المفتوحة ومعدل النقر وهذا يساعد الشركات والأفراد على قياس إحصائيات فعالية حملاتهم الخاصة وتحسينها ومن بين ميزات Mailpoet التي لا تعد ولا تحصى، اقتراح الموقع أيضا قوالب جاهزة للاستخدام والتي توفر تصميمًا احترافيًا للبريد الإلكتروني، كما يقدم خيارات لإضافة صور وروابط وأزرار لجعل البريد الإلكتروني مخصص بشكل كلي للمستخدم فقط.

وبما أننا ذكرنا سابقاً أن الموقع يقترح رسائل بريد إلكتروني بقوالب جاهزة للاستخدام، هذا ما يقودنا إلى المادة التي عملنا عليها وهي أمثلة لعشر رسائل بريد إلكتروني ترويجية مقترحة التي كان هدفها إلهام مستخدم النماذج (المرسل) لحملة التسويقية عبر البريد الإلكتروني والصفحة تحت عنوان (10 Sales Promotion Email Examples to Inspire Your Email Marketing Campaigns) وهي على الموقع التالي: <https://www.mailpoet.com/blog/10-sales-promotion-email-examples-to-inspire-your-email-marketing-campaigns/> ونجد في هذه الصفحة مجموعة من الرسائل الترويجية لعشر شركات تقدم عروض مختلفة والتي سنقدمها ونعرفها بشكل مختصر كالتالي:

- Evernote : هو تطبيق مصمم لتدوين الملاحظات وتنظيم وإدارة المهام والأرشفة وقد تكون نصية أو على شكل رسومات أو صور أو صوت.
- MacPaw : هو برنامج لتحسين أداء الحاسوب عن طريق الحماية المكثفة للجهاز وتسيير نظام الجهاز بكل كفاءة.
- Quickbooks : هو نظام محاسبي يقوم بإدارة حسابات الشركة والعملاء.
- Collin Street Bakery : مخبزة معروفة في تكساس ويتم شحن منتجاتها إلى كل الولايات الأمريكية والممتلكات الخارجية وأكثر من 195 دولة.
- Headspace : شركة تابعة لـ Headspace Health وهي متخصصة في التأمل وتقدم جلسات تأمل موجهة للمستخدمين المسجلين بهدف اليقظة الذهنية.
- Homage : شركة مختصة في بيع الملابس والأزياء بالتجزئة.
- Vinyl Me, Please : شركة متخصصة في بيع أسطوانات الموسيقى.
- Casper : شركة تعرض أفرشة ومراتب توفر الراحة التامة.
- YellowBird : مؤسسة مهتمة بصنع الصلصات الحارة ذات الطابع المنزلي.

• MOO : برنامج إلكتروني يهتم بالطباعة والتصميم.

II-2- منهجية التحليل



فيما يتعلق بالمنهجية التي اعتمدها في تحليل الرسائل الترويجية المختارة، فضلنا المقاربة السيميائية وقمنا بتحليل الرسائل الترويجية (النص الأصلي) من ناحيتي الشكل والمضمون. عالجتنا على المستوى اللساني اللغة المستعملة ونوعها، وبيننا أهمية اقتناء الكلمات واستخراج العبارات المساهمة في إنجاح العملية التسويقية كالاعتماد على التكرار والسجع والكلمات الجذابة ومن الناحية الأخرى، درسنا المستوى الأيقوني الذي بدوره عالج النسق الأيقوني للرسائل الترويجية والذي يتضمن كل من الصور والألوان والحركات والديكور أيضا. بعدها قمنا بترجمة الرسائل الترويجية بالاعتماد على نظرية سكوبوس لإيصال معنى النص الأصلي وتحقيق هدفه بشكل كبير إن لم نقل كلي، عن طريق استخدام أساليب وتقنيات فيني و داربلني (Viney and Darbelnet) للترجمة كالترجمة الحرفية والإبدال وغيرها، وهو ما سيمكننا من الوصول إلى ترجمة تكون قريبة من النص الأصلي.

وبما أن هذه الرسائل الترويجية عبارة عن إعلانات بالصور وليست نصوصا، قمنا بالبحث عن وسيلة تمكننا من إعادة خلق الرسائل الترويجية مترجمة للغة العربية والتي تكون طبق الأصل عن الرسائل الأصلية. وتوصلنا بتوفيق من الله إلى إيجاد تطبيق SnapEdit الذي يساعد في التعديل والتحرير والتصميم على المنصات الإلكترونية. ففي البداية قمنا بأخذ الرسالة الترويجية الأصلية وقمنا باستخدام خاصية حذف أجزاء من الصورة وحذفنا النص باللغة الإنجليزية دون المساس بالخلفية أو الألوان. وقمنا بلصق النص المترجم على الصورة الأصلية.

وفي الأخير مثلنا الكلمات المفتاحية لموضوعنا وترجمتها في جدول مع ذكر التقنية المستخدم لكل ترجمة، ولقد استندنا في تحليلنا هذا على عدد من القواميس والمعاجم منها معجم المعاني وقاموس ريفيرسو (Reverso).

II-3- ترجمة و تحليل النماذج من المدونة

المثال الأول: إيفرنوت

الصورة الأصلية	ترجمتنا
	
<p>Take the first step toward getting more done.</p> <ul style="list-style-type: none">Improvements you'll love Rebuilt to make your life a little neater and a lot easier.Stay in sync on every device Wherever you are, online or off, you can get it done.Find things fast Search text in photos, PDFs, Office docs, and even handwritten notes. <p>Reminder: This offer expires 2/4. Don't miss out.</p> <p>Upgrade now</p>	<p>خذ أول خطوة نحو تحقيق المزيد.</p> <ul style="list-style-type: none">تحسينات ستعجبك لتجعل حياتك أسهل و أكثر تنظيماً.ابق متصلاً على كل الأجهزة أينما كنت، سواء متصل بالإنترنت أو لا، يمكنك القيام بذلك.جد ما تبحث عنه بشكل أسرع ابحث عن النصوص في الصور و الملفات و مستندات المكتب و حتى الملاحظات المكتوبة يدوياً. <p>تذكير: هذا العرض صالح لغاية 4/2. لا تفوته.</p> <p>حمل الآن</p>

التحليل على المستوى اللساني

نلاحظ في هذا الإعلان استخدام لغة متخصصة، كلمات منمقة وعبارات تخص المجال المدروس وهذا قد يطرح مشكلة عند الترجمة إذ يجب إيجاد مكافئ لكل كلمة دون المساس بالرسالة الأصلية والجانب المغربي للنص الأصلي بما أن الهدف الرئيسي لترجمتنا هنا هو الإبقاء على نفس غاية النص الأصلي.

أول عبارة تمثل عنوان هذه الرسالة « your chance to get premium for 40% off » وهي عبارة مفتاحية في حد ذاتها وجذابة، تم فيها استخدام كلمة "فرصة" ومن فينا يريد تقوية فرصة تقدمت له ؟

فهنا سينجذب القارئ للإكمال قراءة الإعلان خصوصا عندما يلاحظ كلمة "بريميوم" وهو اشتراك أو عرض بامتيازات على عكس الاشتراك العادي، إضافة إلى الخصم بنسبة 40%.

يقصد هنا باستعمال كلمة "improvements" حسب معجم المعاني التحسينات والمزايا التي سيستفيد منها المشترك ويضمن إعجابه بها وتوعد الشركة بجعل الحياة أكثر تنظيما وسهولة، ومنه فضلنا استعمال الترجمة الحرفية لإيصال معنى المصطلح في سياقه العام.

أيضا كلمة "neater" لها طابع أكثر رسمية وترجمتها الأكثر ملاءمة ستكون "تنظيما" وهو أسلوب مدح للسلعة، وأيضا الإلحاح والتكرار والتنبيه على انتهاء فترة العرض في عبارة "don't miss out" التي تحمل نوع من الضغط اللطيف على الزبون وتبين الفعل الطلبي المباشر وأسلوب المراوغة بغية التأثير على المستهلك. وبهذا تكون الترجمة بناء على نظرية سكوبوس نتيجة تحقيقها لهدف النص الأصلي، بما أن اللغة المستخدمة في هذا النموذج لغة مباشرة ومتخصصة، ركزت الترجمة على خدمة النص الأصلي بشكل خاص وإيصال الهدف من الرسالة اعتمادا على النظرية الغائية.

تمثيل الكلمات المفتاحية في جدول

الكلمات المفتاحية	الترجمة إلى العربية	تقنية الترجمة
Chance	فرصة	ترجمة حرفية
Premium	استثنائي	تطويع
Improvements	تحسينات	ترجمة حرفية
Stay in sync	ابق متصلا	ترجمة حرفية
PDFs	الملفات	التطويع
Office	المكتب	ترجمة حرفية

ترجمة حرفية	مستندات	Docs
التطوع	صالح لغاية	Expires
التطوع	لا تقوته	Don't miss out

التحليل على المستوى الأيقوني

أول ما يجذب انتباه المتصفح هو اللون الأصفر الذي يخالجه اللون الأبيض مع التفاصيل اللافتة للانتباه كالقلب والنجمة.

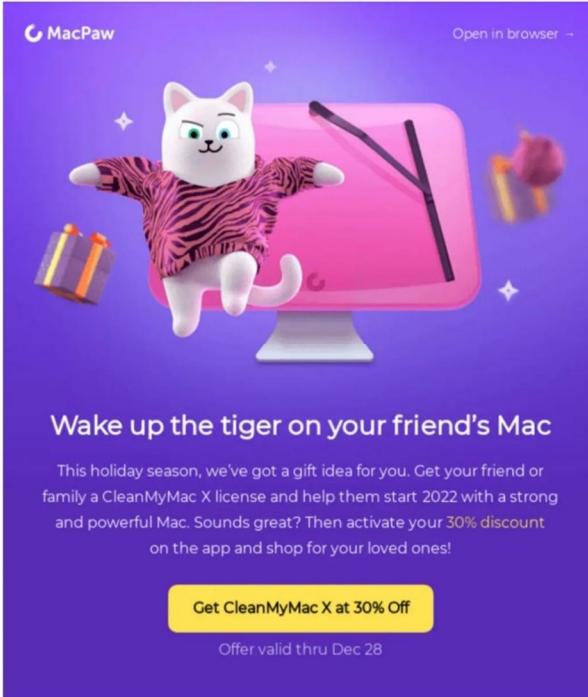

نستطيع القول هنا أن نسبة التخفيض ستثير انتباه الرائي بشكل أكبر، حيث تمت الكتابة بالبنط العريض بالأسود ووضع نسبة التخفيضات بحجم كبير.

فيما يخص الجزء السفلي اعتمدت الشركة الإقناع والإلحاح ووضع كل الطرق لترسيخ فكرة العرض في عقل المتصفح كما نلاحظ استخدام صور صغيرة أو رموز مربوطة مباشرة مع الكلام الذي يليها.

نلاحظ في الصورة الأولى قلب مصغر وهو ضمان للمستهلك أنه سيحب التحسينات التي تقترحها عليه الشركة، بينما نلاحظ في الصورة الثانية مختلف الأجهزة وهنا يقصد بها الاتصال الدائم على كل الأجهزة بالإنترنت أو بدونه، أما في الصورة الثالثة نرى عدسة مكبرة يوحى بها أن البحث عن أي شيء سيكون في أسرع وقت ممكن.

استخدام صور صغيرة للتأكيد على ما تليه من إفادة مع تقسيم الحجج على شكل عناوين لكل عنوان فكرة عامة تدعمه وهذا يعطي نظرة مختصرة عن الخدمة المقترحة دون اللجوء إلى قراءة فقرات كبيرة بأكملها.

المثال الثاني: ماكباو

الصورة الأصلية	ترجمتنا
 <p>MacPaw Open in browser</p> <p>Wake up the tiger on your friend's Mac</p> <p>This holiday season, we've got a gift idea for you. Get your friend or family a CleanMyMac X license and help them start 2022 with a strong and powerful Mac. Sounds great? Then activate your 30% discount on the app and shop for your loved ones!</p> <p>Get CleanMyMac X at 30% Off</p> <p>Offer valid thru Dec 28</p>	 <p>ماكباو فتح في المتصفح</p> <p>أيقظ النمر الذي بحاسوب صديقك</p> <p>لدينا فكرة هدية لك لموسم الأعياد هذا. احصل على ترخيص كلين ماي ماك إكس لصديقك أو عائلتك و ساعدهم على بدء عام 2022 بحاسوب ماك قوي. يبدو رائعا؟ إذن فعل خصم 30% خاصتك على التطبيق و تسوق لأجل أحبائك!</p> <p>احصل على كلين ماي ماك إكس بخصم 30%</p> <p>عرض صالح حتى 28 ديسمبر</p>

التحليل على المستوى اللساني

يتموقع الشعار الإشهاري لإعلان MacPaw في منتصفه حيث كتب بالخط العريض وبحجم كبير على عكس بقية النص الترويجي حيث تسهل قراءته كأول ما تراه عين المتلقي فيضمن هذا متابعة المتلقي قراءة الإعلان باهتمام بعد أن جذب الإعلان انتباهه.

يوصل المرسل عملية إغراء الزبون عن طريق عبارات تثير عواطفه ومشاعره خصوصا عند ذكر العائلة أو الأصدقاء أي أقرب ما يحيط بالإنسان، ثم ينتقل بعد هذا لتقديم العرض وشرحه مع تغيير لون الكتابة فيما يخص الخصم المقدم، كل هذا في فقرة قصيرة ومختصرة ومعبرة وكثيفة الدلالة. ليختم هذا الإعلان معتمدا التكرار والإلحاح ومستعينا بحيلة (Call To Action) بهدف تحفيز الجمهور وزيادة معدل الاستجابة وتعزيز التفاعل وبهذا إنجاح العملية التسويقية.

وفي الأخير يقوم المرسل بإشعار المتلقي بشيء من الاستعجال والإقدام مباشرة للحصول على العرض وهذا بتحديد الدقيق لتاريخ انتهاء صلاحية العرض.

اتجهت الترجمة في هذا المثال نحو خدمة المتلقي واختيار أنسب المكافآت لعبارة النص الأصلي بغية إيصال الهدف منه حسب النظرية الغائية لكون لغة الإعلان ذات أسلوب إنشائي.

تمثيل الكلمات المفتاحية

الكلمات المفتاحية	الترجمة إلى العربية	تقنية الترجمة
Clean My Mac X	كلين ماي ماك اكس	الاقتراض
License	ترخيص	ترجمة حرفية
30% discount	خصم 30 %	ترجمة حرفية
Offer valid	عرض صالح	ترجمة حرفية




التحليل على المستوى الأيقوني



قام المرسل بإرفاق صورة نمر في النصف العلوي من الإعلان أمام صورة الحاسوب المرفقة خلفه، وكأن النمر يخرج من ذلك الحاسوب دلالة على قوة البرنامج في حماية وتنظيف الحاسوب بناءً على مواصفات النمر كونه حيواناً مفترساً وبهذا تعزيز رغبة الجمهور في اكتشاف بقية العرض.

وأما صورة الحاسوب فيظهر على شاشته ماسح زجاج السيارة الذي يوحي لعمل البرنامج الذي يتمثل في تنظيف الحاسوب والحصول على أفضل نسخة له من ناحية الأداء رغم الاستعمال المطول أو المتكرر له، وقام المرسل إضافة لذلك بإدراج أشكال معينة براقية متناثرة حول الحاسوب تعطي صورة عن مدى فعالية البرنامج في أداء مهمته في تنظيف الحاسوب وحمايته وجعله في حال وكأنه جديد.

وفيما يخص علب الهدايا المرفقة في الإعلان أيضا فترمز إلى كون هذا البرنامج أمثل هدية قد يقدمها المتلقي لأحبائه فلا يفوت فرصة الاستفادة من العرض.

المثال الثالث: كويكبوكس

الصورة الأصلية: الجزء الأول	الصورة الأصلية: الجزء الثاني
<p></p> <p>Black Friday Sale</p> <p>Thank goodness for savings</p> <p>Up to 70% off on QuickBooks products and services.</p> <p>Save 50% off QuickBooks Online Advanced!</p> <p>Introducing batch expensing—save time by processing expenses to multiple vendors at once. It's one more way Advanced helps you complete the tasks that matter, faster.*</p> <p>Find out more</p> 	<p>Save 70% on QuickBooks Payroll</p> <p>Easily pay employees, and let us handle payroll tax filing backed by our Tax Penalty Free Guarantee.* Simply log into your QuickBooks Online account and navigate to the Workers tab to sign up for Payroll.</p> <p>Learn more</p> <p><small>*Tax Penalty Free Guarantee</small></p> <p>Save 50% on QuickBooks checks, W-2 and 1099 forms</p> <p>Save time with checks and W-2, 1099 tax forms designed for QuickBooks. It's easy to keep all of your checks and tax form records in one place.</p> <p>Buy now</p> 

ترجمتنا: الجزء الأول	ترجمتنا: الجزء الثاني
	

التحليل على المستوى اللساني

أول عبارة استفتحت بها الشركة إعلانها هي عبارة ترويجية تسويقية Black Friday sale وهي طريقة مثلى لشد انتباه المتصفح، فهو منطقيا سيفهم أن العرض سيكون مثير للاهتمام وهذا ما تتوعد به كل الشركات في هذه المناسبة بالتحديد. وحسب معجم المعاني عبارة "Thankgoodness" من التعبيرات الشائعة وهنا تعني الإمتنان والشكر على التوفيرات بما أن العرض عليه تخفيضات تصل إلى 70% على كل منتجات الشركة وخدماتها، هذا بالتأكيد سيوفر على الزبون الكثير، كما تم استخدام أسلوب التكرار والإلحاح للتأكيد على التخفيضات التي لا يجب تفويتها.

وتعطي الشركة هنا مثالا رائعا عن كيفية جعل أي إعلان فعالا على الرغم من طوله فهو يتضمن فقرات وكل فقرة في صندوقها الخاص مع العنوان بالحجم العريض والصورة لجذب الانتباه وهذا يجعل من السهل على المستخدم متابعة أفكار العرض.

أيضا احتواء كل قسم على النداء الخاص به call to action أو كما ذكرنا سابقا بمختصر CTA وهو ما يمثل عمودا مهما في إنجاح العملية التسويقية، ليس هذا فقط، بل وفي كل قسم وصفت الشركة كلمة أقوى من السابقة لترسيخ الفكرة في ذهن القارئ. ويظهر في كل قسم تكرار للتخفيض وهذا لتسهيل فهم العروض المقترحة.

تطغى اللغة المتطورة على هذا الإعلان فنلاحظ اعتماد الشركة على توظيف الكلمات والعبارات الخاصة بالمجال المطروح وهذا قد يعرقل الترجمة قليلا عند عدم إتقان اللغة المتخصصة في هذا المجال، إذ يجب فهم هدف الإعلان ومحاولة إيجاد أقرب كلمة مرادفة في اللغة الهدف بغية إيصال الرسالة المرجوة.



تمثيل الكلمات المفتاحية في جدول

الكلمات المفتاحية	الترجمة إلى العربية	تقنية الترجمة
Savings	توفيرات	ترجمة حرفية
Quickbooks onlineadvanced	كويكبوكس أونلاين أدفانسد	إقتراض
Expensing	إنفاق	ترجمة حرفية
Expenses	نفقات	ترجمة حرفية
Payroll	كشوف رواتب	ترجمة حرفية
Tax	ضريبة	ترجمة حرفية
Penalty	عقوبات	ترجمة حرفية
Guarantee	ضمان	ترجمة حرفية
Navigate	تنقل	تطويع
Checks	شيكات	إقتراض
Records	سجلات	ترجمة حرفية

التحليل على المستوى الأيقوني

تم تقسيم الإعلان إلى جزئين، نلاحظ في الجزء الأول خلفية خضراء فاقعة اللون لشد رؤية المتلقي والكتابة باللون الأسود الغليظ لتسهيل رؤية المعلومة كما تم وضع الصورة التوضيحية بجانب كل قسم وذلك لزيادة مستوى الفهم وتكوين فكرة متناسقة ومتكاملة بين الفقرة والصورة عند المتلقي.

المثال الرابع: كولين ستريت بايكري

الصورة الأصلية	ترجمتنا
<p>Limited-Time Flash Sale on Select Cakes View Online</p> <p>COLLIN STREET BAKERY</p> <p>FRUITCAKE PECAN CAKES SPECIALS</p>  <p>Goodness gracious, look what's just launched — it's a FLASH SALE! That means for the next 48 hours, select cakes are NOW \$5 OFF. Talk about tasty! Hurry and order yours today because as quickly as you can say 'save me a slice!' this flash sale will be over.</p> <p>GET \$5 OFF</p>	<p>بيع سريع لوقت محدود على الكيكات المختارة تفقد عبر الإنترنت</p> <p>كولين ستريت بايكري</p> <p>كعك الفواكه كعك جوز البقان العروض الخاصة</p>  <p>يا إلهي انظر إلى ما تم إطلاقه للتو - إنه بيع سريع! هذا يعني أن الكعكات المختارة تباع الآن بخصم 5 دولارات للـ 48 ساعة القادمة. تحدث عن اللذيذ! سارع في طلب خاصتك الآن لأنه بأسرع ما يمكنك القول "وفر لي قطعة" سينتهي هذا العرض.</p> <p>احصل على خصم 5 دولارات</p>

التحليل على المستوى اللساني

عند قراءة الرسالة الترويجية للمرة الأولى، نلاحظ أسلوب الإلحاح والتكرار المهيمن عليها والتركيز على الاستعجال، دليل على أن العرض له مدة محدودة ويحث المرسل الجمهور المتلقي على الاستفادة من العرض قبل فوات الأوان. ويظهر ذلك عند استخدامه لكل من الكلمة التالية limited time و flash sale ويظهر الإلحاح فيما بعد مجدداً في عبارة shop now وعبارة hurry and order وهو الفعل الطلبي المباشر. إضافة إلى أن الجملة الأخيرة في الإعلان تضع نوع من الضغط على المتلقي لجذبه حتى يستفيد من العرض في أسرع وقت.

قد نلاحظ استخدام التعبيرات الشائعة ويظهر ذلك في كلمة goodness gracious والتي حسب قاموس المعاني تكون ترجمتها "يا إلهي" ويقصد بها الدهشة. يمكن استخدام هذه التعبيرات الإعلان من الوصول لأكبر شريحة ممكنة وبالتالي تحقيق غاية النص الأصلي.

كلمة **launched** ترجمناها بتقنية الإبدال إذ تم فهم المعنى واختيار المكافئ في اللغة الهدف ألا وهو "تم إطلاقه".

عند تصفح هذا الإعلان، نرى أن الشركة لم تستخدم خصم بالنسبة المئوية، بل استخدمت مباشرة الخصم بالقيمة المالية المحددة وهذا لتسهيل معرفة قيمة المبلغ الذي سيدفعه الزبون للحصول على منتج معين وكل هذا يساهم في استمالة الزبون أكثر إذ ليس عليه القيام بالعملية الحسابية لكي يعرف بالتحديد ما هو المبلغ الذي يجب دفعه.

في نهاية الإعلان نلتقط نوع من الإغراء الذي بدوره يضمن للزبون الجودة العالية للسلع المعروضة وبطريقة غير مباشرة يبين له أنه إذا كان يبحث عن كل ما هو لذيذ فهذا هو المكان الصحيح.

اتجهت ترجمتنا في هذا المثال إلى خدمة المتلقي لأننا حاولنا إيصال نفس جاذبية النص الأصلي.

تمثيل الكلمات المفتاحية في جدول

الكلمات المفتاحية	الترجمة إلى العربية	تقنية الترجمة
Sale	بيع	ترجمة حرفية
Shop	شراء	ترجمة حرفية
Launched	تم إطلاقه	إبدال
Order	طلب	إبدال

التحليل على المستوى الأيقوني

استعمال الألوان الجريئة والألوان الزاهية في هذه الرسالة الإلكترونية بغية لفت انتباه المتصفح وجعله يشعر وكأنها تخرج من الشاشة تجاهه. استخدام أحد هذه الألوان بدلاً من الأسود الغامق العادي تجعل الأجزاء المهمة من النص أكثر جاذبية.

الاستغناء على الأشكال الكلاسيكية واستبدالها بأشكال أكثر عصرية مما يضيف الطابع الحديث للنص الإعلاني.

المثال الخامس: هادسبايس

ترجمتنا	الصورة الأصلية
	

التحليل على المستوى اللساني

يفتح المرسل اعلانه بشعار إشهاري يحجز المساحة العلوية من الإعلان اعتمد فيه الكتابة بالخط العريض والحجم الكبير في حين أن بقية الإعلان أسفل الشعار تمت كتابتها بخط أصغر وهذا لتفعيل ذاكرة المتلقي وجعله يعيد قراءة الشعار بعد كل معلومة يقرأها أسفله.

ويكمل المرسل إعلانه هذا بتقديم عرضه بطريقة جد مختصرة تتمثل في تخفيض معين عند الاشتراك في برنامجه لمدة ستة أشهر مقابل 20 دولاراً، أي وضع المتلقي أمام صورة واضحة وسهلة الاستيعاب حول العرض وهذا بذكره للسعر مباشرة واستغناؤه عن عبارات النسبة المئوية التي يلجأ إليها معظم المروجين.

أما بالنسبة لزر الاشتراك، فقد فضل المرسل الكتابة عليه بالحروف الكبيرة لتسليط الضوء على سهولة الاشتراك وذلك بالضغط على زر واحد فقط، أي تفعيله لحيلة CTA.

في المثال المدروس أعلاه، لاحظنا أن الإعلان بسيط ومباشر ولا يحتوي على الإنشاء، وبالتالي قمنا بترجمته حسب نظرية سكوبوس خدمة للنص الأصلي على حساب المتلقي وكيفية إبهاره.

تمثيل الكلمات المفتاحية في جدول

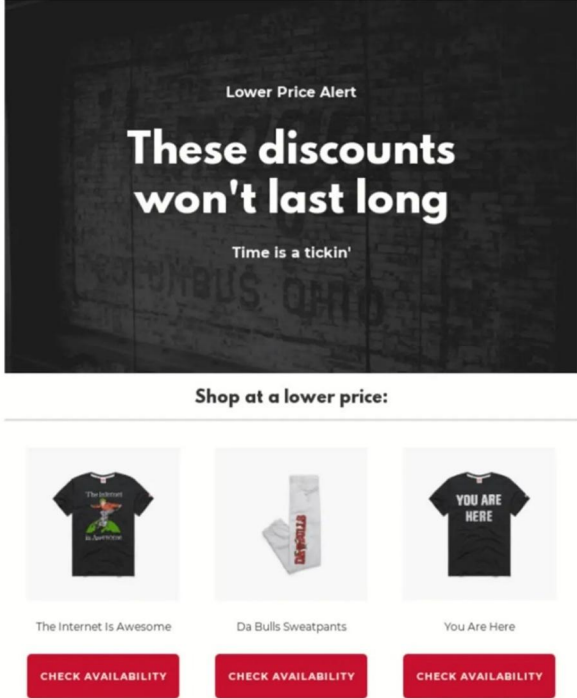

الكلمات المفتاحية	الترجمة إلى العربية	تقنية الترجمة
Subscribe	اشترك	ترجمة حرفية

التحليل على المستوى الأيقوني

إدراج صورة متحركة GIF (Graphics Interchange Format) لشخص يحمل مخروطاً مليئاً بمثلجات ذائبة، جعل هذا الإعلان يتميز عن بقية الإعلانات من هذه الناحية، فهذه الصورة المتحركة زاهية الألوان

تجذب عين المتلقي دون تشتيت انتباهه، فالمثلجات توحى لفصل الصيف وخلق شعور حالة طوارئ في نفس المتلقي لأن فصل الصيف يعتبر موسم المبيعات والذان بدورهما يوشكان على الانقضاء بسرعة ذوبان المثلجات؛ وهكذا يكون المرسل قد استخدم حيلة CTA حتى في اختياره للصورة المتحركة GIF بهدف التأثير في المتلقي لكي لا يضيع الفرصة ويستفيد من العرض.

اختيار اللون الأبيض للكتابة في هذا الإعلان المفعم بالألوان المبهجة يجعل الإعلان أكثر تناسقا في عين المتلقي، أما اللون الأزرق الذي اختاره المرسل كخلفية لإعلانه هذا فليبعث شعورا من الراحة والطمأنينة في نفس المتلقي وتوجيه انتباهه ليركز على العرض المقدم؛ وبالنسبة لزر الاشتراك فقد اختار المرسل لونا معاكسا للون الخلفية لتسهيل العملية على المشترك ولضمان صورة عامة واضحة للإعلان.

الصورة الأصلية	ترجمتنا
	

التحليل على المستوى اللساني

ما يميز هذا الإعلان هو قلة الكلام فقد تم تسليط الضوء على الكلمات المفتاحية لتقديم العرض وبهذا التركيز على الوضوح والدقة في طريقة التقديم وكذا إيصال الرسالة أو الهدف باختصار.

استخدام كلمة alert في هذا السياق لإثارة انتباه المستلم لم يقصد بها المرسل التحذير بالمعنى الحرفي وإنما استخدمها بهدف إثارة فضول المستلم لمعرفة ما هو مهم لهذه الدرجة في هذا الإعلان، أي أن المرسل استعمل تقنية الجملة المحفزة (قسم الإعلان لمرحلتين الأولى تسمى بالمؤامرة لأن الرسالة غير معروفة والثانية تسمى مرحلة الكشف أين يتم الكشف عن هدف الرسالة).

وكذلك عبارتي "time is a tickin و won't last long" فالعبارة الأولى توحي أن لهذا العرض مدة محدودة لن تدوم طويلا وهذا يحث القارئ على الإقبال عليها والاهتمام أكثر بهذا الإعلان لكي لا يضيع

فرصة الشراء والتسوق بسعر منخفض قبل فوات الأوان أما العبارة الثانية إن كنا سنترجمها حرفياً ستفتقر للمنطق في المعنى بما أن الساعة هي التي تدق وليس الوقت فبالتالي اخترن تقنية التطويع لترجمتها، إذ أنه هناك تلاعب بالكلمات هدفه التأثير على الزبون للمسارعة في شراء المنتج المعروض في أقرب وقت. يعتبر التكرار والإلحاح هنا عامل مهم في نجاح العملية التسويقية، ويتجسد هذا في صياغة العروض بطرق مختلفة تخدم كلها نفس الهدف بالإضافة إلى استخدام اللغة البسيطة والمفهومة وكذا تناسق في تركيب الجمل يليه الأسلوب الطلي المباشر كما في عبارة shop at a lower price .

أسماء السلع مثل da bulls sweatpants قمنا بترجمتها ب "ذبولز" بتقنية الإقتراض، لأن الإبقاء على الإسم الأصلي يعطي تأثير أكبر وكونه اسم لفريق كرة سلة أمريكي فبالإمكان استبداله باسم فريق عربي مشهور ليكون له نفس التأثير عند المتلقي العربي.

في هذا المثال، تخدم ترجمتنا النص الأصلي حسب النظرية الغائية، إذ تم نقل الرسالة كما هي دون إضافة عبارات في صالح المتلقي.



تمثيل الكلمات المفتاحية في جدول

الكلمات المفتاحية	الترجمة إلى العربية	تقنية الترجمة
Price	سعر	ترجمة حرفية
Discounts	تخفيضات	ترجمة حرفية
Time is a tickin	الوقت يمضي	تطويع
Shop	تسوق	ترجمة حرفية

التحليل على المستوى الأيقوني

نلاحظ استخدام نفس ألوان الإعلان بحد ذاته في السلع الفرعية المعروضة أسفل الإعلان يوحي بتناسقية الرسالة الترويجية، كما أن عدم وجود ألوان فاقعة ووضع خلفية سوداء للعنوان تضيف لمسة انتظام للإعلان. وكصورة نهائية، تم الاعتماد على إعلان مختلف القطع بغية إيصال صورة على المنتجات المسوق لها.

المثال السابع: فاينل مي بليز

الصورة الأصلية	ترجمتنا
 <p>Vinyl Me, Please.</p> <h2>Thankful For Vinyl Sale</h2> <p>THIS WEEK...</p> <p>As we all prepare to slow down and say thanks, we want to show our gratitude to collectors who believe music is still worth owning and savoring.</p> <p>Please enjoy up to 40% off on more than 300 records in the store, including store exclusives and curated titles.</p> <p>Shop Now →</p>	 <p>فاينل مي، بليز</p> <h2>شكورين لمبيعات فاينل مي</h2> <p>هذا الأسبوع ... مع إستعدادنا جميعا للتمهل و الشكر، نريد أن نبيدي إمتنانا لهواة الجمع الذين يؤمنون أن الموسيقى لا تزال تستحق أن تمتلك و يستمتع بها.</p> <p>تمتع بخصم يصل إلى 40% على أكثر من 300 سجل في المتجر، بما في ذلك العروض الحصرية في المتجر و العناوين المنسقة.</p> <p>تسوق الآن <</p>

التحليل على المستوى اللساني

الكتابة بالبنط العريض حيلة ناجحة بغية شد انتباه أي شخص يتصفح مجموعة من الإعلانات وعلى وجه الخصوص كلمة thankful التي تخدم فضول المتلقي لمعرفة ما وراء هذا الشكر والتي قمنا بترجمتها بتقنية الترجمة الحرفية.

اختيار المرادفات الملائمة عند الترجمة للتفريق بين كلمتي thankful التي تعني شكور وكلمة gratitude التي تعني الامتنان. (معجم المعاني)

اللغة بسيطة لكن في نفس الوقت جذابة ومغرية، كما تم استخدام ضمير المتكلم "we" الذي يدل على المشاركة الجماعية وهدفه هنا إشعار المتلقي بالأمان بأنه ليس الوحيد الذي سيستفيد من هذا العرض يمكن أيضا أن يكون دليل على مصداقية المنتج.

أحد النقاط التي يجب ذكرها أيضا هي إمكانية الاستغناء عن كلمة "please" في بداية الجملة لأن هنا ليس هدفها الترجي فعلا فلا يمكن استبدالها بكلمة "رجاء" وإنما غرضها وضع الزبون في أريحية تامة وإعطائه نوع من السلطة والخيار مما يزيد نوع من الأدب والاحترام في التعامل مع المتلقي. وبهذا خدمته في الترجمة حسب نظرية سكوبوس.

تمثيل الكلمات المفتاحية في جدول

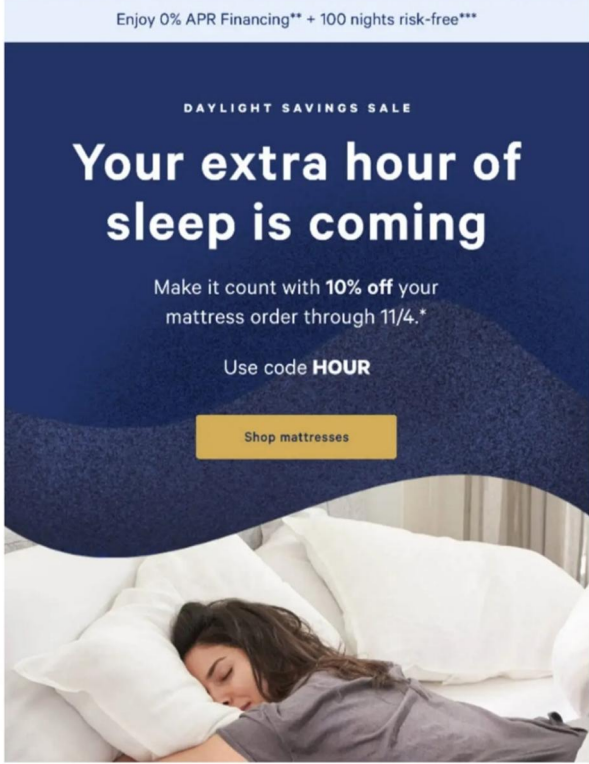

الكلمات المفتاحية	الترجمة إلى العربية	تقنية الترجمة
Thankful	شكورين	ترجمة حرفية
Sale	مبيع	ترجمة حرفية
Say thanks	الشكر	الإبدال

التحليل على المستوى الإيقوني

عدم استخدام الكثير من الألوان والتركيز على لون عملي أكثر وهو الأحمر القاتم والكتابة باللون الأبيض.

فيما يخص الصورة فهي تعبر عن أشخاص كلهم يمسون بأسطوانات فاينل والغرض من هذه الصورة هو الإظهار للمتصفح مسارعة الكل في اقتناء أسطواناتهم الخاصة ولا يوجد مانع من الانضمام لهم.

المثال الثامن: كاسبر

الصورة الأصلية	ترجمتنا
	

التحليل على المستوى اللساني

بدأ كاسبر إعلانته هذا بتوظيفه لمختصر والذي بدوره قد يمثل تحدياً عند الترجمة حيث أنه يحتاج لنوع من الاهتمام يختلف عن بقية النص، فيجب أولاً فهم المعنى الحرفي للمختصر والبحث عن معلومات كافية حوله لتعزيز صحة الترجمة و ضمان إيجاد المكافئ المناسب في اللغة الهدف، وعلى سبيل هذا، ذكر المرسل مختصر "APR" أي "Annual Percentage Rate" وما يقابله في اللغة الهدف هو "معدل الفائدة السنوي" حسب قاموس ريفرسو "Reverso".

إدراج الكلمات المركبة في الإعلان "Risk_Free" و "Daylight" لاختصار الكلام وإيصال الهدف من الرسالة بلغة واضحة وسهلة الاستيعاب.

من جهة أخرى، ضرورة مراعاة ترتيب الكلمات عند الترجمة وذلك حسب تراكيب اللغة المترجم لها؛ كما يأخذ بعين الاعتبار ترجمة الرموز في النص الأصلي (الإعلان) بالإضافة إلى الإشارات كإشارة الزائد (+) والنسبة المئوية (%). كما تلاعب المرسل في حجم الخط في هذا الإعلان لإضفاء لمسة من التباين وشد انتباه المتلقي لجمل ومفردات على غرار بعضها الآخر، بهدف ترسيخها في ذهن المتلقي والتأثير فيه بها، فقد تعمد المرسل كتابة الشعار الإشهاري لإعلانه هذا بحجم كبير مقارنة ببقية النص " your extra hour of sleep is coming" وبهذا يضمن المرسل إغراء المتلقي عند أول نظرة له يلقها على هذا الإعلان؛ ومنه نستنتج أن الشركة فضلت اختصار الكلام و التركيز على الجانب البصري .

كما نلاحظ عدم ترجمتنا لكلمة "Hour" لأنها لا تعتبر كلمة مستقلة، بل هي شفرة يتم إدخالها لهدف معين وبالتالي يجب الإبقاء عليها كما هي ولا يجوز ترجمتها. تمت الترجمة في هذا المثال حسب نظرية الهدف بغرض خدمة المتلقي لإغرائه بهذا العرض.

تمثيل الكلمات المفتاحية في جدول



الكلمات المفتاحية	الترجمة إلى العربية	تقنية الترجمة
APR Financing	معدل الفائدة السنوي	ترجمة حرفية
Risk-free	دون إزعاج	التطويع
Daylight savings	مبيعات الصيف	التطويع
Make it count with 10%	خصم 10%	الإبدال

التحليل على المستوى الأيقوني

اعتماد اللون الأزرق للخلفية يبعث شعورا من الراحة عند رؤية الإعلان، فاللون الأزرق من الألوان الباردة التي تعزز الإحساس بالهدوء والسكينة في النفس.

التصوير من جهة أخرى مثير للاهتمام، فالصورة بارزة لدرجة أنها تجذب الانتباه، كما أنه باستطاعة المتلقي الشعور بأريحية النوم بمجرد رؤيته لذلك الفراش، إضافة إلى العارضة التي تبدو أنها تنام بسلام؛ وبهذا يتم إغراء المتلقي ليطمع في عيش نفس التجربة عند اقتناء مرتبة كاسبر.

المثال التاسع: بيلوبيرد

الصورة الأصلية	ترجمتنا
	

التحليل على المستوى اللساني

أول ما يبدأ به هذا الإعلان هو عنوان يشد انتباه الرائي بما في ذلك الكتابة بالبنط العريض بالإضافة إلى انتقاء الكلمات المناسبة التي تساعد على الترويج بشكل أفضل لهذا المنتج ما يضمن متابعة المتلقي للقراءة. عبارة "have landed" تعني وصول شيء جديد أما استخدام كلمة "landed" يقصد منها الوصول وليس النزول أو الهبوط بالمعنى الحرفي، فضلنا ترجمتها بكلمة "جهزت" حسب تقنية التطويع لإبقاء هدف الرسالة الأصلية.

استعمال كلمات متناسقة تضيف رنة عند القراءة أيضا، طريقة ذكية لاستمالة الزبون فنجد الكلمات " Dip, Dunk and Drench " قد تبدو كلها ذات معنى واحد لكن في الحقيقة عندما نأتي لنتحقق من ترجمتها حسب قاموس المعاني نجدها مختلفة فكلمة "Dip" تعني الغطس وكلمة "Dunk" تعني الغمس وكلمة "Drench" تعني الغمر أوالنقع، ولإيصال معنى أكثر دقة أبقينا على الكلمات كما هي بغرض تكثيف دلالة النص المترجم وهذا من أجل إيصال هدف الرسالة الترويجية الأصلية.

في الفقرة الأولى نلاحظ استخدام لغة جذابة مثل كلمة "flame" والتي ترجمتها "لهب" ولا يقصد بها اللهب الحقيقي وإنما مدى لذاعة الصلصة الجديدة.

وعبارة "loaded with farm-fresh flavor" الغاية من استخدام كلمة "loaded" هو إظهار إلى أي درجة هذه الصلصة مليئة ومشبعة بالنكهة الطازجة وهنا يقودنا التحليل إلى عبارة "organic" بما أنها مملوءة بنكهة المزرعة الطازجة فمن المنطقي أن تكون عضوية 100% وأمنة وهنا تعطي الشركة نوع من الأمان والضمان الذي بدوره يظهر في عبارة "high guarantee".

ترجمة أسماء أنواع الصلصات تعتمد على كينونة المكافئ في اللغة الهدف فعلى سبيل المثال كلمة "Jalapeno" ترجمتها الصحيحة تكون "الهالابينو" حسب قاموس ريفيرسو. لكن فيما يخص العبارة "serrano texas taqueria" بما أنه لا يوجد مكافئ لها فتمت ترجمتها بتقنية الإقتراض وتصبح "سيرانو تيكساس تاكيريا".

عبارة "ready to launch your taste buds into the clouds" ليس لديها موافق في اللغة الهدف، وتعني أن هذه النكهة على وشك أن تبهرك وبغرض إيصال هدف النص الأصلي، استعنا بتقنية التطويع وتوصلنا إلى عبارة "مستعدة لإبهارك بمذاقها" لكونها الأنسب لإيصال مفهوم العبارة.

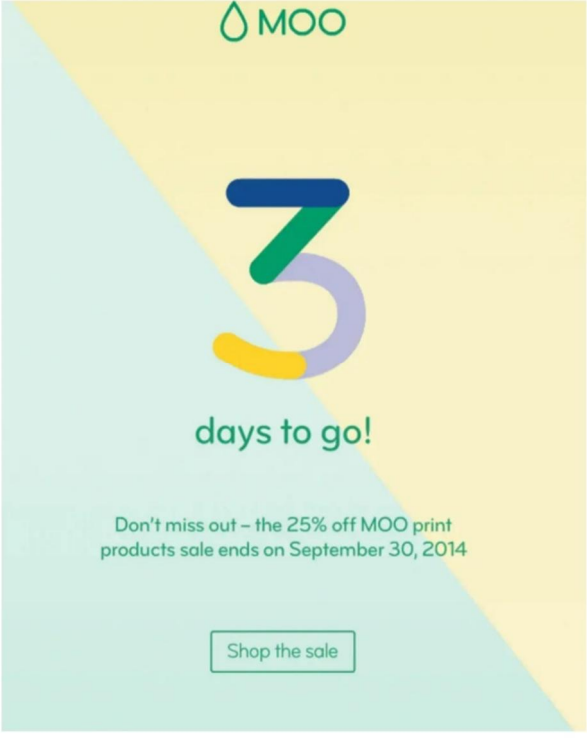

تهدف ترجمتنا هنا إلى خدمة المتلقي، حيث تم نقل أفكار النص الأصلي بدقة والإبقاء على نفس الطابع المغربي الموجود في الرسالة الترويجية الأصلية وبالتالي جذب الزبون.

تمثيل الكلمات المفتاحية في جدول

الكلمات المفتاحية	الترجمة إلى العربية	تقنية الترجمة
Meet	اكتشف	تطويع

التحليل على المستوى الإيقوني

استخدام ديكور راق والجمع بين اللونين الأسود والأبيض وتشكل أسنة الذهب في الأعلى تؤكد أن الصلصات حارة جدا لدرجة الشعور باشتعال اللسان، واستخدام اللون الأخضر في عبارة العرض لتسهيل رؤية زر النقر "CTA" وبالتالي شراء المنتج.

الصورة الأصلية	ترجمتنا
	

التحليل على المستوى اللساني

تعتمد المرسل اختصار الكلام في إعلانه هذا بناء على نوعية شركته ونوعية ما تقدمه من خدمات فهي تركز على الجانب النظري أكثر بغية إيصال فكرة على العرض المقترح بكل تفاصيله باختصار مما يسمح للمستقبل باتخاذ قرار الشراء في غضون ثواني.

كتابة الرقم 3 بالحجم الكبير لجذب انتباه المتلقي لعبارة "3days to go" تعني أن العرض لم يتبق له إلا ثلاثة أيام فهذا يبعث في نفس القارئ نوع من الحماس للمسارعة في الاستفادة من العرض قبل فوات الأوان، وتعد سياسة العد التنازلي لخلق نوع من الاستعجال طريقة ملفتة لجذب الزبون.

كما تمت ترجمة عبارة "don't miss out" بتقنية التطويع ومعناها "لا تفوت الفرصة"، ومجددا يؤكد صاحب الإعلان على أهمية اغتنام الفرصة واقتناء منتجات الطباعة ل "موو".

وكما ذكرنا في الأمثلة السابقة، فالإلحاح والتكرار دور كبير في إقناع المتلقي بكل الطرق الممكنة باستخدام لغة سهلة ومختصرة وجمل بسيطة وواضحة. يليه الفعل الطلبي المباشر (CTA) والذي يعتبر دائما عنصر في الإعلان يؤدي لاستمالة الزبون أكثر.

في مثالنا الأخير هذا، لم يكن لدينا ما يكفي من اللغة أو العبارات الجذابة، إذن لا مجال للإبداع، فاكتفينا بترجمة الرسالة بطريقة تخدم النص الأصلي فقط مع مراعاة النقل السليم للمحتوى.

تمثيل الكلمات المفتاحية في جدول

الكلمات المفتاحية	الترجمة إلى العربية	تقنية الترجمة
Don't miss out	لا تفوت الفرصة	التطويع

التحليل على المستوى الإيقوني

تجسيد الرقم ثلاثة بعدة ألوان لخلق نوع من التنكير عما تقدمه الشركة من خدمات مميزة في مجال الديكور وتناسق الألوان، فباستخدام الألوان الصيفية وألوان الباستيل بشكل محدد في الخلفية له تأثير في جذب المتصفح وبعث الراحة والطمأنينة في نفسه.

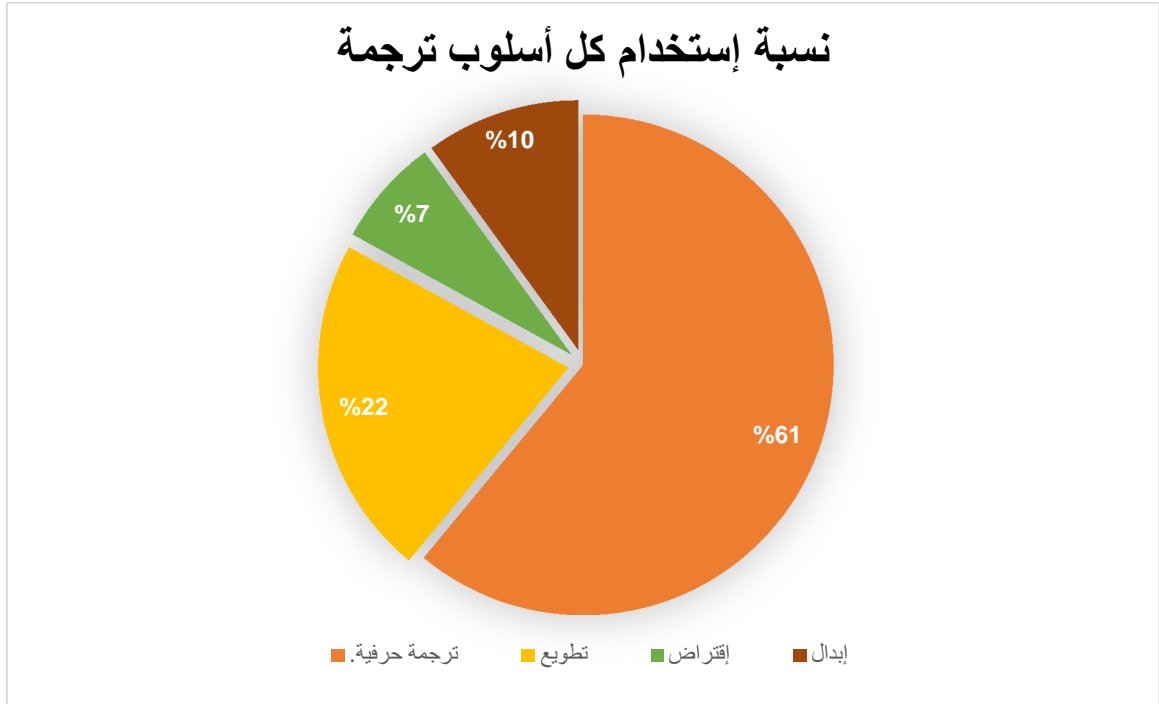
وضع العلامة التجارية في أعلى الإعلان هدفه تعزيز الوعي بالعلامة وتعريف الجمهور بها، كما تساعد في تحديد هوية وشخصية الشركة بالإضافة إلى ذلك، تساعد العلامة التجارية المستهلكين على تذكر اسم الشركة.

II-4- التحليل العام

فيما يخص ترجمة أسماء الشركات أو المنتجات لاحظنا أن أسلوب الاقتراض هو الأنسب، لأنه من الصعب العثور على مكافئ مناسب للتسمية الأصلية دون المساس بمصداقية الشركة وبالنسبة للمتلقى العربي، فالتسمية بالإنجليزية لن يكون لها نفس التأثير عليه كما هو الحال مع المتلقي الإنجليزي أو الأمريكي، لكن مع إلحاقها بالصور سيتكون في ذهن المتلقي العربي صورة منطقية تربط اسم الشركة مع الصورة والعرض المطروح وبهذا إبقاء هوية العلامة أو الشركة.

يعتبر "Call To Action" أو بإختصار "CTA" من أهم العناصر في الرسائل الترويجية وهي العبارة التي تشجع المستهلك أو الجمهور على اتخاذ إجراء معين بعد استهلاك المحتوى أو قراءة الإعلان مثل النقر على رابط أو ملء استمارة إشتراك أو شراء منتج أو تحميل تطبيق أو أي نوع آخر من التفاعل. بشكل عام تعد "CTA" واحدة من الأدوات الرئيسية التي تساهم في تحقيق أهداف التسويق بنجاح وتعزيز التفاعل مع العملاء.

وفي الأخير مثلنا إحصائيات استخدام كل أسلوب ترجمة كالاتي:



التعليق:

نلاحظ أن نسبة الاستخدام العالية تخص الترجمة الحرفية بنسبة 61% مما يظهر أهمية الحفاظ على الدقة والصحة في النقل اللغوي خصوصا في الرسائل الترويجية.

من جانب آخر، تظهر نسبة استخدام تقنية التطويع بنسبة 22% استجابةً للحاجة إلى تكييف المفاهيم والمحتوى ليتناسب مع الثقافة واللغة المستهدفة، مما يعكس اهتمامًا بتقديم المعلومات بطريقة أكثر تلاؤمًا وفاعلية.

وبالرغم من أن تقنية الإقتراض بنسبة 7% تظهر استخدامًا أقل نسبيًا، إلا أنها تشير إلى أهمية الاستفادة من المصطلحات والمفاهيم الموجودة في اللغة المصدر لإثراء الترجمة.

أما استخدام تقنية الإبدال بنسبة 10%، فنُظهر الرغبة في استخدام البدائل اللغوية لنقل المعاني بطريقة أكثر إبداعًا وتنوعًا.

خاتمة

لقد توصلنا في خاتمة هذا البحث إلى النتائج التالية:

- تلعب الترجمة دورا هاما في إنجاح العملية التسويقية فعندما تتمكن الشركات من توصيل رسائلها الترويجية ومحتواها بلغة المستهلك المستهدف تزيد فرصها في جذب اهتمامه وإقناعه بشراء المنتج أو الاستفادة من الخدمة، بالإضافة إلى ذلك تساعد الترجمة في توسيع نطاق التعامل في أسواق جديدة مع ثقافات مختلفة فتعد الترجمة أداة مهمة في تعريف المنتج ليس فقط بالنسبة للمستهلك (الإنجليزي الأمريكي) وإنما أيضا مع المجتمعات العربية.

- بغية الوصول إلى فهم أعمق للعملية الترجمية والعوامل المؤثرة فيها، قررنا اللجوء إلى الدراسة التحليلية السيميائية التي تهدف إلى فهم النص الأصلي وتقدير جودته ومدى انسجامه مع النص المستهدف الذي يتم الترجمة إليه. وهذا من خلال دراسة المستويين اللساني والأيقوني؛ فيركز المستوى اللساني في التحليل السيميائي على دراسة النصوص وتحليل الكلمات والتراكيب اللغوية في النص الأصلي ومحاولة ترجمتها بدقة في النص المستهدف، أما المستوى الأيقوني فهو يضع تحت المجهر العناصر غير اللغوية التي تشمل الصور والتصاميم والأشكال والألوان المستخدمة في النص الأصلي ويهدف هذا المستوى إلى فهم الأثر الذي تحمله هذه العناصر.

بشكل عام يهدف التحليل السيميائي في الترجمة إلى تحقيق التوازن بين الوفاء لمضمون النص الأصلي وتجانسه مع اللغة المستهدفة ويعمل هذا التحليل على توجيه الترجمة نحو تحقيق الأهداف المرجوة مثل التواصل الفعال مع المتلقي وتقريب المعلومات له.

- تتطلب الترجمة في مجال الترويج استخدام أساليب ترجمة معينة لضمان جودة وفعالية العملية، نذكر منها التطويع والترجمة الحرفية وغيرها من التقنيات.

- لنظرية سكوبوس أهمية كبيرة في نقل الغاية من الرسالة الترويجية في اللغة الهدف وذلك عن طريق ترجمة المفهوم الأصلي والمعنى بدقة وفهم عميق، فهي تعتبر وسيلة لنقل الرسالة الترويجية من لغة إلى أخرى بحيث يستطيع الجمهور المستهدف فهمها وفهم تفاصيلها وفوائدها بوضوح تام عن طريق تنقية المفاهيم وتنسيقها بشكل يتناسب مع الثقافة واللغة المستهدفة مما يؤدي إلى زيادة قدرة المتلقي على فهم العرض المطروح.

- وبحسب ما درسنا ندعو الباحثين إلى التعمق أكثر في مجال ترجمة الرسائل الترويجية والترجمة الإلكترونية عامة لما في ذلك من استفادة في الدراسات القادمة لكل من هو مهتم بهذا المجال.

- وفي الأخير من الضروري ذكر ما قد تجلبه الترجمة في هذا المجال وبما أنها تعتبر أم العلوم فهي تساهم في تبادل المعرفة بين الشعوب والثقافات المختلفة كما هو الحال في مجال التسويق والترويج والإشهار فبفضل الترجمة أصبحت الشركات تتعامل مع عملاء من مختلف البلدان بلغاتهم الأصلية وهو ما يساهم في تعزيز العلاقات الدولية بين مختلف أنحاء العالم.

وبهذا سنختم بحثنا ونأمل أن يكون بمثابة مرجع لكل من لديه ميول للترجمة في مجالي التسويق والترويج، كالتطرق إلى الترجمة التسويقية الشفهية أو السماعية التي تعد من المجالات المثيرة للإهتمام بما أنه موضوع لم يتم الخوض فيه بكثرة خصوصاً باللغة العربية.

المراجع والمصادر

<https://www.mailpoet.com/blog/10-sales-promotion-email-examples-to-inspire-your-email-marketing-campaigns>

1. ابن منظور، لسان العرب، أبو الفضل، جمال الدين (ت.711هـ)، دار صادر، بيروت، ط3، 1414هـ / 2003م، [مادة ترجم 316\2

2. المنجد في اللغة العربية المعاصرة، دار المشرق، بيروت، الطبعة الثانية، 2001

3. أبو فاره، 2012

4. د.سايحي الخامسة، د. أمال حفاوي، ص93_94

5. دكتور أحمد صالح النصر والدكتور علي فلاح مفلح الزعبي (أستاذ التسويق المشارك) كتاب التسويق الإلكتروني (في القرن الحادي والعشرين) وكتاب إلكتروني، 13 أوت 2019 دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ص44_45.

6. سعد البازغي: دليل الناقد الأدبي، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، ط3، ص177)

7. الصميدعي وعثمان، 2012

8. كافي، التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية، 2009

9. محمد الناجي الجعفري: التسويق، كلية ودمدني الأهلي الجامعية ودمدني، السودان، ط2، 1998

10. محمد الناجي الجعفري، التسويق، 1998

11. محمد سعيد عبد الفتاح: التسويق، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 1995، ص23.

12. محمد عوض، عبد السلام إمام، فالتسويق والاتصال، دار أسامة، عمان، 2015، ص12.

13. مصطفى يوسف كافي: التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة دار ومؤسسة إرسال للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا دمشق جرمانا 2009.

14. وائل رفعة خليل: إدارة التسويق، دار المعترف للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص14_15_16

15. وائل رفعت خليل، إدارة التسويق، 2017

Books :

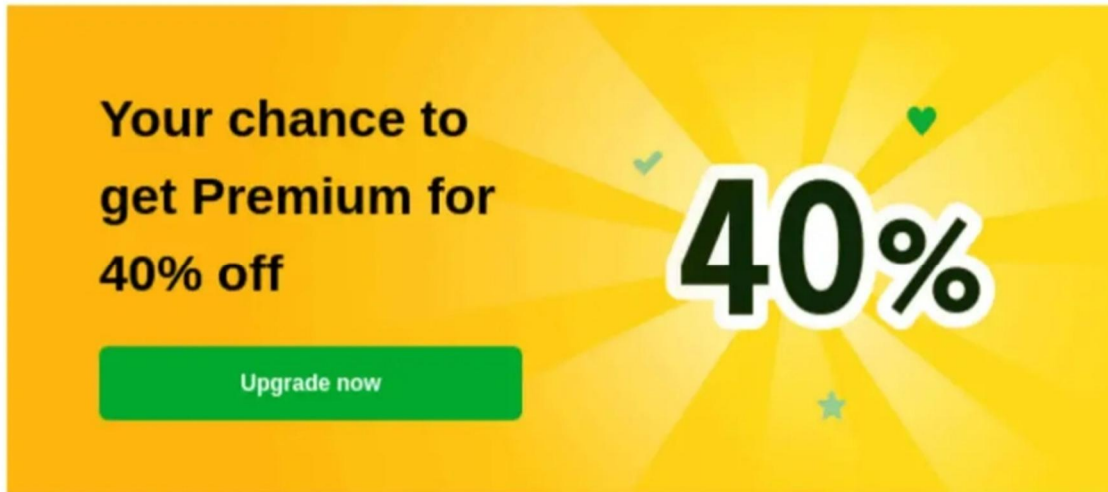
1. Advertising and the Mind of the Consumer" - Max Sutherland, Alice K. Sylvester
2. Advertising and Visual Culture" - Pamela Odih
3. Du, X. (2012). A brief introduction of Skopos theory. Theory and Practice in Language Studies, 2(10), 2189-2193
4. Introducing Translation Studies: Theories and applications/ Jeremy Munday /Roultdge London/2001/p 79
5. Semiotics and Advertising" - Judith Williamson
6. Semiotics: The Basics" - Daniel Chandler
7. Stylistique comparée du français et de l'anglais: Méthode de traduction

المواقع

1. [http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/\(2023/07/15](http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/(2023/07/15) تاريخ الزيارة
2. <https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-types>
3. <https://blog.khamsat.com/ways-to-improve-your-email-marketing-strategy/>
4. <https://blog.mostaql.com/email-marketing-guide/>
5. <https://khatwatech.com/>
6. <https://marketeirs.com/3954/>
7. <https://marketeirs.com/3954/2023/10/15> تاريخ الزيارة
8. <https://mostaql.com/freelancers/skill/email-marketing>
9. <https://muzawed.com/>
10. <https://quility.com/>
11. <https://translateonline.org/> 2023/07/15 تاريخ الزيارة

12. <https://translatrain.com>
13. <https://wuilt.com/blog/ar/2023/10/10> تاريخ الزيارة
14. <https://wuilt.com/2023/09/21> تاريخ الزيارة
15. <https://www.alrab7on.com/beginners-guide-email-marketing/>
16. <https://www.alrab7on.com/beginners-guide-email-marketing/#>
17. <https://www.linkedin.com/2023/10/12> تاريخ الزيارة
18. <https://www.reverso.net/traduction-texte>

الملاحق



**Your chance to
get Premium for
40% off**

40%

Upgrade now

Take the first step toward getting more done.



Improvements you'll love

Rebuilt to make your life a little neater and a lot easier.



Stay in sync on every device

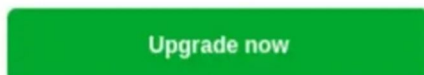
Wherever you are, online or off, you can get it done.




Find things fast

Search text in photos, PDFs, Office docs, and even handwritten notes.

Reminder: This offer expires 2/4. Don't miss out.





MacPaw Open in browser →

Wake up the tiger on your friend's Mac

This holiday season, we've got a gift idea for you. Get your friend or family a CleanMyMac X license and help them start 2022 with a strong and powerful Mac. Sounds great? Then activate your **30% discount** on the app and shop for your loved ones!

Get CleanMyMac X at 30% Off

Offer valid thru Dec 28



Black Friday Sale

Thank goodness for savings

Up to 70% off on QuickBooks products and services.

Save 50% off QuickBooks Online Advanced!

Introducing batch expensing—save time by processing expenses to multiple vendors at once. It's one more way Advanced helps you complete the tasks that matter, faster.*

[Find out more](#)



Save 70% on QuickBooks Payroll

Easily pay employees, and let us handle payroll tax filing backed by our Tax Penalty Free Guarantee.* Simply log into your QuickBooks Online account and navigate to the Workers tab to sign up for Payroll.

[Learn more](#)

[*Tax Penalty Free Guarantee](#)

70%



Save 50% on QuickBooks checks, W-2 and 1099 forms

Save time with checks and W-2, 1099 tax forms designed for QuickBooks. It's easy to keep all of your checks and tax form records in one place.

[Buy now](#)



Limited-Time Flash Sale on Select Cakes | [View Online](#)

COLLIN STREET BAKERY

FRUITCAKE | PECAN CAKES | SPECIALS



SHOP NOW

Goodness gracious, look what's just launched — it's a **FLASH SALE!** That means for the next 48 hours, select cakes are **NOW \$5 OFF.** Talk about tasty! Hurry and order yours today because as quickly as you can say 'save me a slice!' this flash sale will be over.

GET \$5 OFF

This won't last much longer

Get 6 months of Headspace for \$20 until
August 17, 2018

SUBSCRIBE NOW



Lower Price Alert

These discounts won't last long

Time is a tickin'

Shop at a lower price:



The Internet Is Awesome

[CHECK AVAILABILITY](#)



Da Bulls Sweatpants

[CHECK AVAILABILITY](#)



You Are Here

[CHECK AVAILABILITY](#)



Thankful For Vinyl Sale



THIS WEEK...

As we all prepare to slow down and say thanks, we want to show our gratitude to collectors who believe music is still worth owning and savoring.

Please enjoy up to 40% off on more than 300 records in the store, including store exclusives and curated titles.

[Shop Now →](#)

Enjoy 0% APR Financing** + 100 nights risk-free***

DAYLIGHT SAVINGS SALE

Your extra hour of sleep is coming

Make it count with **10% off** your mattress order through 11/4.*

Use code **HOUR**

[Shop mattresses](#)



YELLOWBIRD




Spicy salsas have landed

~ PREPARE TO DIP DUNK & DRENCH ~


The Bird brought a new flame to town and just like our spicy condiments, it's loaded with farm-fresh flavor. Meet our Jalapeño and Serrano Texas taqueria-style salsas, made 100% organic and stamped with our flavor-high guarantee.

Prepare your dipping muscles and notify your party tray. There's a wild, new spice in town and it's ready to launch your taste buds into the clouds.

[GET YOUR DIP ON](#)



MOO



3

days to go!

Don't miss out – the 25% off MOO print products sale ends on September 30, 2014

[Shop the sale](#)

The image is a promotional banner for MOO. It features a diagonal split background: light blue on the bottom-left and light yellow on the top-right. At the top center, the MOO logo is displayed in green, consisting of a teardrop icon and the letters 'MOO'. Below the logo is a large, stylized number '3' composed of four segments: a dark blue top bar, a green diagonal bar, a purple curved bar, and a yellow curved bar. Underneath the '3' is the text 'days to go!' in green. Further down, a green text block reads 'Don't miss out – the 25% off MOO print products sale ends on September 30, 2014'. At the bottom center, there is a white rectangular button with a green border containing the text 'Shop the sale'.

مسردا المصطلحات

مسرد المصطلحات: عربي - إنجليزي

إنجليزي	عربي
Stay in sync	ابق متصلا
Premium	استثنائي
Subscribe	اشترك
Meet	اكتشف
Expensing	إنفاق
Sale	بيع
Improvements	تحسينات
Discounts	تخفيضات
License	ترخيص
Shop	تسوق
Launched	تم إطلاقه
Navigate	تتقل
Savings	توفيرات
30% discount	خصم 30 %
Make it count with 10%	خصم 10 %
Risk-free	دون إزعاج
Records	سجلات
Price	سعر
Shop	شراء
Say thanks	الشكر
Thankful	شكورين
Checks	شيكات
Expires	صالح لغاية
Tax	ضريبة
Guarantee	ضمان

Order	طلب
Offer valid	عرض صالح
Penalty	عقوبات
Chance	فرصة
Payroll	كشوف رواتب
Clean My Mac X	كلين ماي ماك اكس
Quickbooks Online Advanced	كويكبوكس أونلاين أدفانسد
Don't miss out	لا تفوت الفرصة
Sale	مبيع
Daylight savings	مبيعات الصيف
Docs	مستندات
APR financing	معدل الفائدة السنوي
Office	المكتب
PDF's	الملفات
Expenses	نفقات
Clock is a tickin	الوقت يمضي

مسرد المصطلحات: إنجليزي - عربي

إنجليزي	عربي
30% discount	%خصم 30
APR Financing	معدل الفائدة السنوي
Chance	فرصة
Checks	شيكات
Clean My Mac X	كلين ماي ماك إكس
Clockis a tickin	الوقت يمضي
Daylight savings	مبيعات الصيف
Discounts	تخفيضات

Docs	مستندات
Don't miss out	لا تفوت الفرصة
Expenses	نفقات
Expensing	إنفاق
Expires	صالح لغاية
Guarantee	ضمان
Improvements	تحسينات
Launched	تم إطلاقه
License	ترخيص
Make it count with 10%	% خصم 10
Meet	اكتشف
Navigate	تنقل
Offer valid	عرض صالح
Office	المكتب
Order	طلب
Payroll	كشوف رواتب
PDFs	الملفات
Penalty	عقوبات
Premium	استثنائي
Price	سعر
Quickbooks online Advanced	كويكبوكس أونلاين أدفانسد
Records	سجلات
Risk-free	دون إزعاج
Sale	بيع
Sale	مبيع
Savings	توفيرات
Say thanks	الشكر
Shop	شراء
Shop	تسوق

Stay in sync	ابق متصلا
Subscribe	اشترك
Tax	ضريبة
Thankful	شكورين

الملخص

تهدف هذه الدراسة الموسومة " تحليل رسائل البريد الإلكتروني الترويجية وترجمتها من موقع MailPoet أنموذجاً " إلى تسليط الضوء على أهمية الترجمة التسويقية عن غيرها من أنواع الترجمة المتخصصة لتأثيرها الهام على المتلقي، حيث بنينا إشكالية بحثنا هذا انطلاقاً من عدة أسئلة تبادرت إلى أذهاننا كالاتي:

- ما هو دور الترجمة في مجال التسويق؟
 - وكيف يتم تحليل رسائل البريد الإلكتروني الترويجية؟
 - وما هي التقنيات المناسبة لترجمة الرسائل الترويجية؟
 - وكيف تؤدي نظرية سكوبوس إلى إيصال الغاية من الرسالة الترويجية في اللغة الهدف؟
- وعليه توصلنا إلى وجود أهمية ودور كبيرين للترجمة في عالم التسويق، ومساهمة المنهج الوصفي التحليلي في توجيه العملية الترجمية، وكذلك دور نظرية سكوبوس الغائية وتقنيات ترجمة معينة كالتطويع والإقتراض في إنجاح الترجمة التسويقية بشكل عام والترويجية بشكل خاص والتي تمثل تحدياً في عالم الترجمة كونها تواجه اختلافات ثقافية على غرار الاختلافات اللغوية، وبالتالي تحقيق الهدف من النص الأصلي وضمان فهم الجمهور المستهدف له والتفاعل معه.
- الكلمات المفتاحية: رسائل البريد الإلكتروني الترويجية - الترجمة الترويجية - المتلقي - الترجمة التسويقية - الجمهور المستهدف.

Abstract

This study entitiled « **Translation into arabic and analysis of promotional emails as a model from MailPoet website** » aims to highlight the importance of marketing translation among all other types of specialised translation for its substantiel impact on the recipient, we formulated our research problem based on a number of questions that have come to our minds such as :

- what is the role of translation in marketing ?
- how are promotional emails analysed ?
- what are the appropriate technics to translate promotional emails ?
- How does the Skopos theory lead to achieving the purpose of promotional emails in the target language ?

Consequently, we concluded the significant importance and rôle of translation in marketing, the contribution of the analytical descriptive approach to the translation prosseses guidance, as well as, the skopos theory and specific translation technincs like adaptation and borrowing rôle in marketing and promotional translation success, which pose a challenge in the translation domain, due to cultural and linguistic differences. Thus, achieving the original text's purpose, And ensuring the intended audience's understanding and interaction with it.

Keywords : Promotional emails – Marketing translation – Recipient - Promotional translation – Intended audience.