

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة أبو بكر بلقايد-تلمسان

كلية الآداب واللغات

قسم اللغة الانجليزية

شعبة الترجمة



تخصص: عربي - انجليزي - عربي

مذكرة لنيل شهادة ماستر في الترجمة

الموسومة بـ :

دور الترجمة في المحادثات الترويجية عبر التطبيق التسويقي

.Aliexpress

إشراف الأستاذة (ة):

دنونى سارة مريم

إعداد الطالبتين:

جديد دنيا

بوشهجي زكية

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا

أستاذة محاضرة - أ

د. زينب سنوسي بريكسي

مشرفا

أستاذة محاضرة - ب

د. سارة مريم دنونى

مناقشا

أستاذ محاضر - أ

د. عبد القادر بلقرنين

السنة الجامعية: 2022-2023

شكر و عرفان

نتقدم بأسمى عبارات الشكر وآيات العرفان والامتنان لكل من كان له دور في تحقيقنا لهذا النجاح من قريب أو بعيد....

وأول الأوائل الأستاذة الفاضلة ومشرفتنا " دنوني سارة مريم" التي ساعدتنا كثيرا بإرشاداتها المميزة وتوجيهاتها الصائبة وصبرها علينا فقد كانت السند العظيم في مرافقتنا ومتابعة لكل جزئية من جزئيات البحث ذلك من إعداده منذ البداية إلى أن أصبح على النحو المقدم،
تمنى لها التوفيق الدائم.

وإلى كل أساتذة تخصص الترجمة الذين ساندونا وساعدونا ولو بكلمة تقدم لهم جزيل الشكر والاحترام والتقدير.

خالص الشكر والعرفان إلى الرائعة والمثابرة " سهيلة بنقو" على سهرها معنا والمجهودات الفائقة التي قامت ببذلها من أجلنا في سبيل الخروج ببحث لائق وفي المستوى.

وفي الأخير نتقدم بالشكر إلى الأصدقاء والزملاء بدون أن ننسى أعضاء مجموعات الفيسبوك الخاصة بتطبيق Aliexpress على المساعدات التي قدموها خلال قيامنا بالدراسة الميدانية وكل الذين قدموا لنا يد المساعدة خلال فترة الإعداد لهذا البحث.

لكل هؤلاء جميعا جزيل الشكر والتقدير

. زكية ، دنيا .

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

وصلى الله على صاحب الشفاعة سيدنا محمد النبي الكريم، وعلى آله وصحبه الميامين، ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين وبعد:

أهدي ثمرة جهدي هذه إلى من حملتني وهنا على وهن وما زالت تحملي برعايتها وحنانها إلى من الجنة تحت أقدامها والتي كانت أروع إنسان وأعظم امرأة في حياتي " أمي الغالية " حبيبة قلبي.

وإلى من علمني طلب العلم والجد في تحصيله، فكان لي سندا قويا، فقد علمني لأصبح فخرا له لمدى الحياة والذي هو أعظم الرجال في نظري " أبي الحنون ".

وإلى خير وأعز وأقرب وأحب المخلوقات إلى قلبي، وإني لأفتخر بأخوتهم واتمائي إليهم " أختي عائشة " و "أخي تيم" .

وفي الأخير أشكر كل من أحبني في الله وأحبيته وأخلص لهذه العلاقة السامية زملائي وزميلاتي في الجامعة وجميع الأساتذة من بداية مشواري الدراسي إلى حد هاته النقطة، لهم كل الشكر.

إليهم جميعا أهدي ثمرة ما أهداني الله تعالى في هذا العمل المتواضع.

.زكية.

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

وصلى الله على صاحب الشفاعة سيدنا محمد النبي الكريم، وعلى آله وصحبه الميامين، ومن
تبعهم بإحسان إلى يوم الدين و بعد:

إلى من شجعني على المثابرة طوال مشواري الدراسي، إلى الرجل الأمثل في حياتي "والدي
العزیز".

إلى من بها أعلوا وعلى دعواتها أرتكز، من منحني الحنان وضحت من أجلي في سبيل
سعادتي ونجاحي في هذه الحياة "أمي الحبيبة".

إلى أخواتي العزيزات "أسماء"، "مفيدة"، "أمال" و "نور الهدى" اللواتي كان لهن بالغ الأثر
في دعمي وتشجيعي ومساعدتي بكل ما يملكن. إلى أولاد أخواتي صغيرا وكبيرا. إلى ابنة خالتي
التي كانت سنداً وخير عون في مسيرتي.

إلى سندي الوحيد "أخي العزيز".

إلى جميع أساتذتي الكرام، ممن لم يتوانوا في مد العون لي، إلى كل هؤلاء، أهدي هذا العمل
المتواضع ونسأل الله عز وجل أن يجعله خيرا ومنفعة لكل طالب علم.

. دنيا .

مقدمة

تطورت التكنولوجيا والمعلوماتية بشكل كبير في العقود الأخيرة وأصبحت تسيطران على جميع القطاعات، إذ حدث تحول هائل في جميع الجوانب والبيئات الثقافية والاجتماعية وكذا التجارية وأصبحت العولمة أكثر وضوحاً وتأثيراً على الأسواق العالمية. ومن خلال هذا التطور التكنولوجي والعولمة، أصبح التسويق أكثر تحدياً وتعقيداً فيما يخص التجارة الإلكترونية، ولكنه في نفس الوقت أصبح أكثر فعالية وإمكانية للوصول إلى الجمهور على نطاق أوسع.

التجارة الإلكترونية هي واحدة من أسرع الطرق للتسويق والترويج للمنتجات والخدمات، ويعتبر التسويق الإلكتروني صورة جديدة ومتطورة لأنه يعمل من خلال الإنترنت، ويعتبر أيضاً من أسهل أنواع البيع والشراء في وقتنا الحالي والتي لا تحتاج لأي تجهيزات أو أوراق والتنقل من مكان إلى آخر أو من محل لآخر، إذ يمكن للشركات الوصول إلى جمهور أوسع وتحقيق مبيعات أكبر، ويعتبر التسويق الإلكتروني أيضاً واحداً من أهم الأدوات التي تستخدمها الشركات في الترويج لمنتجاتها وخدماتها.

من بين أدوات التسويق الإلكتروني الشائعة هي التطبيقات التسويقية، التي تسمح للشركات بالتواصل مع العملاء بشكل فعال ومباشر، ومن خلال المحادثات الترويجية عبر التطبيقات التسويقية، يمكن للشركات التواصل مع العملاء بشكل مباشر وتقديم الدعم الفني والإجابة على الأسئلة والاستفسارات. ويمكن أيضاً للشركات تقديم العروض الترويجية والخصومات والهدايا للعملاء عبر هذه المحادثات. وبواسطة استخدام الترجمة في المحادثات الترويجية عبر التطبيقات التسويقية، يمكن للشركات التواصل مع العملاء في جميع أنحاء العالم وتحقيق نتائج إيجابية في التسويق الإلكتروني.

يعتبر توفير المترجمين المحترفين في المجال التسويقي من الخدمات الحديثة التي تستخدمها الشركات في تحسين جودة الترجمة وتحسين تجربة المستخدمين، وتسمح التطبيقات التسويقية بتحقيق نتائج إيجابية في التسويق الإلكتروني. وتعد التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني وكذلك المحادثات الترويجية عبر التطبيقات التسويقية من الأدوات الحديثة التي تساعد الشركات على تحقيق النجاح في الأسواق العالمية.

انطلاقاً من هاته الأخيرة تقوم دراسة هذا الموضوع إلى فهم كيفية تأثير الترجمة على تحسين تجربة المستخدمين وزيادة المبيعات في التسويق الإلكتروني، وهذه الدراسة مهمة لأن الترجمة الجيدة تكمن عاملاً حاسماً في زيادة الثقة في المنتجات والخدمات المعروضة عبر التطبيقات التسويقية.

وتتضمن أهمية هذه الدراسة ما يلي:

❖ فهم دور الترجمة الكبير في التأثير على سلوك المستهلكين من حيث تجربتهم في التسويق الإلكتروني وتعاملهم مع الباعة بشكل مباشر من أجل الزيادة في المبيعات وتحسين صورة الشركة وتطبيقاتها.

❖ تحديد التحديات التي يواجهها المترجمون في ترجمة المحادثات الترويجية عبر هاته التطبيقات والإتيان بحلول مقترحة من أجل ضبط وتطوير الترجمة لكي لا يحدث خلل في فهم الرسالة الترويجية وإلا سيكون هناك عائق يتسبب في إحباط عملية البيع والشراء.

إن إختيارنا لهذا الموضوع لم يكن إعتباطياً بل عن قناعة تامة ذاتية، بحيث أثار موضوع التسويق إهتمامنا بشكل عام في فترة بداية مشوارنا الدراسي "ماستر2" وبالتحديد في أولى الحصص الخاصة بمقياس الأستاذة الفاضلة "بولقدا مادية" في " تقنيات التحرير عبر الورد"، إذ لفت انتباهنا نقاشها مع إحدى الطالبات حول التسويق لمنتجات التجميل وكيفية إنشاء تطبيق يسهل هاته العملية، ومن هنا جاءت الفكرة في إختيار الموضوع وعملنا على

تطويره. في بادئ الأمر ذهب ميولنا إلى التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي ونظرا لعدم توفر العينات الكافية، لجأنا إلى التطبيقات التسويقية وإليه لاذ ملاذنا إلى تطبيق Aliexpress . أما بالنسبة للدوافع الموضوعية التي تعتبر هي الأساس في اختيار هذا الموضوع تبلورت فيما يلي:

- ❖ زيادة الإهتمام بالتسويق الإلكتروني والتطبيقات التسويقية في الفترة الأخيرة، والتي تعد من أهم وسائل التسويق في وقتنا الحالي.
- ❖ زيادة الحاجة إلى الترجمة في المحادثات الترويجية عبر التطبيقات التسويقية، حيث يتم استخدام هاته المحادثات للتواصل مع العملاء من مختلف دول العالم.
- ❖ تزايد استخدام تطبيق Aliexpress في العالم، وهو يعد من أهم التطبيقات التسويقية، ويستخدم في بيع وشراء المنتجات عبر الإنترنت.
- ❖ تحديات الترجمة في المحادثات الترويجية عبر هاته التطبيقات، إذ يواجه المترجمون صعوبات في ترجمة المصطلحات التسويقية بشكل صحيح.
- ❖ الحاجة إلى تحسين تجربة المستخدمين وذلك من خلال تحسين جودة الترجمة.

سعيًا منا لمعرفة كيف تقوم عملية الترويج للمنتجات من خلال تطبيق Aliexpress عبر هاته المحادثات القصيرة التي تدور بين الزبائن والعمال نطرح الإشكالية التالية: ما مدى نجاعة ترجمة المحادثات الترويجية في نشر الوعي التسويقي لدى المستهلك؟

للإجابة عن هاته الإشكالية قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاثة فصول، بدأ من الجانب النظري الذي يحتوي على فصلين، الفصل الأول تحت عنوان الترجمة التجارية، تطرقنا فيه إلى مجموعة من المفاهيم للترجمة مع إدراج تقنياتها، أنواعها ونظرياتها بتسليط الضوء على النظرية السوسiolسانية التي تعتبر القاعدة الأساسية التي طبقنا عليها تحليل المحادثات القائمة بين الزبائن والبائعين. وركزنا على التجارة وعلاقتها بالترجمة مع إدراج التجارة الإلكترونية بذكر أشكالها، تطبيقاتها وخصائصها.

أما الفصل الثاني يدور حول التسويق الإلكتروني والمحادثات الترويجية، ويتناول مجموعة من المفاهيم وتبيان العلاقة بين الترجمة الترويجية والتسويقية.

أما الفصل التطبيقي، فهو عبارة عن دراسة اشتملت على معلومات حول المدونة مع تدعيم المعلومات بمجموعة من الأسئلة قمنا بطرحها على المستهلكين بغية التعرف على اتجاهاتهم نحو التطبيق، مع تحليل للمحادثات الترويجية المقدمة من طرفهم والتعليق عليها.

بالنسبة لخاتمة بحثنا، فجاءت إجابة على تساؤلات التي تبلورت سابقا، واقترحنا مجموعة من الحلول لنجاح الترجمة في التطبيق وتتضمن كذلك النتائج التي خرجنا بها من هذا العمل.

وللإجابة على الإجابة عن إشكاليتنا إعتدنا على المنهج التحليلي، وإعتدنا على المقاربة السوسيولسانية ومجموعة من تقنيات الترجمة في دراسة المدونة، ومجموعة من المصادر والمراجع التي لامست أطراف الموضوع في تطبيق هاته النظرية في تحليل هذا النوع من المحادثات ولكن كان هناك دراسات سابقة حول كل من التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني وعدم وجود مواضيع الترجمة المتناولة في البحث، لكننا استطعنا إثراء البحث، ومن بين هاته المراجع نذكر:

- ❖ مذكرة الماجستير الخاصة ب الأستاذ محمد دحماني تحت عنوان، الخدمة التسويقية- دراسة جودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الجزائرية-.
- ❖ كتاب خاص بالترويج والإعلان للدكاترة سمير عبد الرزاق وقحطان بدر العبدلي.
- ❖ مذكرة تخرج ماستر المعنونة ب" استخدام التسويق الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك كدراسة ميدانية بمؤسسة "موبيليس" لكلتا الطالبتين سحنون سمية وسرير فضيلة .
- ❖ Introduction to Sociolinguistics, Janet Holmes and Nick Wilson.

وأخيرا ولأنه دون الشهد وخز النحل اعترضتنا عقبات نجمها في صعوبة الوصول إلى بعض المراجع المتعلقة بالترجمة التجارية والترجمة التسويقية، مع صعوبة إيجاد

أشخاص يستخدمون تطبيق علي اكسبرس أي صعوبة الحصول على العينات المتمثلة في المحادثات الترويجية.

تلمسان: 2023/05/01 م 1444/10/11 هـ.

جديد دنيا - بوشيخي زكية

الفصل الأول

الترجمة التجارية

المبحث الأول: الترجمة

بغض النظر عن الميدان أو اللغات المعنية فإن الترجمة هي وسيلة الاتصال التي لا يمكن الإستغناء عنها وتتطوي على الكثير من المجالات، حيث تعتبر الترجمة تواصلاً ناشطاً وفعالاً بين اللغات والشعوب وصلة فعالة بين الحضارات، وقد استطاعت الأمم والشعوب بفضلها أن تتبادل المعارف منذ أقدم العصور، فهي تأخذ وتعطي فيما بينها وتتواصل فيما بينها رغم اختلاف أنظمتها اللغوية وكل هذا عن طريق الترجمة التي أصبحت في وقتنا الحالي وسيلة ضرورية للتواصل.

1- مفهوم الترجمة:

1-1- لغة:

لا يمكن حصر الترجمة في تعريف واحد حيث جاء في لسان العرب ل"ابن منظور" (ت 711هـ): " يترجم الكلام أي ينقله من لغة إلى أخرى والشخص يسمى الترجمان وهو الذي يفسر الكلام....."

في تاج العروس: " ترجم الترجمان قبيل نقله من لغة إلى أخرى والفعل يدل على أصالة التاء، والتاء في الكلمة أصلي ووزنه (تفعلان) وقال ابن قتيبة أن الترجمة تفعله من الرجم".

ومن خلال هذا التعريف يتبين لنا أن الترجمة هي عملية تحويل نص أصلي مكتوب من لغة المصدر إلى لغة الهدف، والشخص الذي يقوم بهذه العملية هو الترجمان.¹

1 - سهيلة قاسمي، كنزة قلال، الترجمة الأدبية من و إلى اللغة العربية، د. عقيلة لعشبي، كلية الآداب واللغات، جامعة مولود معمري تيزي وزو، ص 11، 12.

1-2- اصطلاحا:

تعددت تعريفات الترجمة من حيث الإصطلاح فقد عرفها " الزرقاني " بقوله: الترجمة في العرف أي العرف الذي تواضع عليه الناس جميعا هي نقل الكلام بأنواعه المختلفة من لغة إلى أخرى ومعنى التعبير عن معناه بكلام آخر في لغة أخرى مع الوفاء بجميع معانيه ومقاصده، كأنك نقلت الكلام نفسه من لغته الأولى إلى اللغة الثانية".

أو هي إعادة كتابة موضوع معين بلغة غير اللغة التي كتب بها أصلا ومع قدم الترجمة قدم الأدب نفسه. وهناك جدل مستمر بين من يرون فيها التقيد بالأصل حرفيا ومن يرون عدم الجدوى في الترجمة لمن يرد تذوق الأثر الأدبي على الوجه الصحيح".

أي أن الترجمة تهدف إلى تفسير المعاني التي تتضمنها النصوص وتحويلها من إحدى اللغات (لغة المصدر) إلى لغات أخرى (اللغة المستهدفة) مع الالتزام بنقل الكلمات بطريقة صحيحة لتتشابه مع معانيها الأصلية حتى لا يؤدي إلى تغيير في معنى النص الأصلي.¹

2- نشأة الترجمة:

بدأت الترجمة من القدم بشكلها البدائي وذلك لترجمة الأصوات والإشارات والأفكار، ومع ظهور اللغات بدت الحاجة إلى الترجمة متزايدة. وجاء ذلك نظرا لتعدد اللغات للإضافة لاختلافاتها وازدادت أهمية الترجمة مع ظهور الكتابة في عام 5000 قبل الميلاد في بلاد الرافدين، وبدء استخدامها في أغراض مثل الزراعة والتجارة. ومع التطور الذي بدأت تشهده الحضارات ومع التنظيم الواسع الذي غير شكل الحياة، كان لابد من وسيلة لنقل الأفكار وتعزيز التواصل. وهنا تركزت أهمية الترجمة لدرجة كبيرة، وبرز في كل حضارة مجموعة من

¹ - سهيلة قاسمي، كنزة قلال، الترجمة الأدبية من و إلى اللغة العربية، د. عقيلة لعشبي، كلية الآداب واللغات، جامعة مولود معمري تيزي وزو، ص 11، 12.

المرجمين الذين كانت مهمتهم الترجمة وتعزيز التواصل مع الحضارات والشعوب الأخرى في كافة الأصعدة التجارية والسياسية والثقافية.¹

نشأت حركة الترجمة من خلال محاولات فردية قام بها بعض الأشخاص الذين تعلموا لغة ما أو مجموعة من اللغات. ومن خلال معرفتهم بهذه اللغات، عملوا بهذا المجال كرسل أو مبعوثين أو سفراء للأممهم وشعوبهم لدى الحضارات.²

3- تقنيات الترجمة:

تعد تقنيات الترجمة إحدى الدعائم الأساسية وأهمها، وقد قام المنظرين " فيناي " (Vinay) و"داربلنات" (Darblenet) بتحديد ما يلي:

3-1-1- التقنيات المباشرة:

3-1-1- الإقتراض (Borrowing):

يقصد في الترجمة بالإقتراض أو بالدخيل إقتباس كلمات غير موجودة في اللغة الهدف، كما اقتبس العرب كلمة قلم عن الفارسية مثلا.³

3-1-2- تقنية المحاكاة (Calque):

أثناء الترجمة بالنسخ تأخذ الكلمة كما هي من اللغة الأصل ثم تكتب بحروف اللغة الهدف علما أنه قد يوجد هناك من يقابلها إلا أنها تستعمل كما هي.¹

¹ - محمد سليمان، مراحل حركة الترجمة عن تاريخ الترجمة ومراحل تطورها، أنظر الرابط

<https://wikiwic.com/%D9%85%D8%B1%D8%A7%D8%AD%D9%84-%D8%AD%D8%B1%D9%83%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%AC%D9%85%D8%A9>

اطلع عليه يوم 2023/04/05 الساعة 16:18

مساء.1.

² - المرجع نفسه.

³ - د. فيروز شني، التكافؤ عند علماء الترجمة 1 جاكسون- فيني وداربلني- نايدا وتاير، السنة الثانية ليسانس MCIL2، جامعة الإخوة منتوري- قسنطينة، قسم الترجمة، د.ت، ص2.

3-1-3- تقنية الترجمة الحرفية (Literal Translation):

الترجمة الحرفية هي نقل كل كلمة في لغة النص الأصل بكلمة موازية لها في لغة النص الهدف غير أن هذا الأسلوب لا ينصح باستعماله لما له من نتيجة سلبية على المعنى.²

3-2-2- التقنيات الغير المباشرة:

3-2-3- تقنية الإبدال Transposition:

وتعني استبدال جزء من الخطاب بآخر دون تغيير معنى الرسالة، وهناك الإبدال الإجباري والإبدال الإختياري.³

3-2-3-2- تقنية التحوير Modulation:

إن أسلوب التحوير هو تنويع في الرسالة بتغيير وجهة النظر وفي تسليط الضوء على المعنى القابع في ثنايا النص.

وتجد أسلوب التحوير ما يبرره، عندما يدرك المترجم أن النقل الحرفي أو الإبدالي يفضي بنا إلى ترجمة صحيحة من الجانب النحوي ولكن لا تتفق مع هندسة اللغة المنقول إليها.⁴

¹ - المرجع السابق.

² - المرجع نفسه.

³ - قرماد مريم، دور الترجمة الإشهارية في التسويق-ترجمة شعارات منتجات التجميل أنموذجاً-، د. بلعشوي سيدي محمد الحبيب، كلية الآداب واللغات والفنون، جامعة أبي بكر بلقايد-تلمسان-، ص 6-8.

⁴ - محمد أو سعيد إيدر، دراسة أساليب الترجمة الموظفة في ترجمة ذوقان قرطوط لكتاب فرانتز فانون Frantz fanon الموسوم ب: "L'an V de la Révolution Algérienne"، أ.د. باني عميري، معهد الترجمة، جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله، ص 39.

3-2-3- تقنية التكافؤ Equivalence:

تعتبر تقنية عالية تتطلب معرفة موسوعية عميقة واسعة تساعد المترجم على إيجاد وضعية مرادفة في اللغة الثانية لوضعية اللغة الأصل، وتستعمل هذه التقنية كثيرا في ترجمة الأمثال والكلام المأثور، حيث تتم بتعويض الجانب اللغوي بكامله في اللغة الأخرى نظرا للاختلاف الثقافي وتأثير ذلك على ظلال المعنى بين اللغتين المنقول منها والمنقول إليها.¹

4- نظريات الترجمة:

إن الترجمة علم واسع وقديم شهد العديد من الأحداث وتم دراسته من طرف العديد من العلماء لكل منهم نظرياته وخصائصه ويمكن أن نذكر من تلك النظريات ما يلي:

4-1- النظرية اللغوية:

" ترى النظرية اللغوية أن النص وحدة ذات بعد واحد يتكون من مجموعة كلمات وفق تراكيب معينة فتتكون الجمل، ولقد أوضح " فيدروف" أن عملية الترجمة عملية لغوية في أساسها، وأن تنظير الترجمة لابد أن يتم وفق أسس علم اللسانيات، ودعا كل من فيني وداربلنيه إلى إدراج الترجمة ضمن موضوعات علم اللسانيات، واقترحا سبع طرق للترجمة وهي الإقتراض، والنسخ، والترجمة الحرفية، والتحوير، والتكليف، والتعادل، والملائمة أو التصرف وبنيا نظريتهما على التعامل في مستوى ما بعد الترجمة، في حين أن موان يري أن " الترجمة احتكاك بين اللغات ولكنها حالة قصوى من الاحتكاك يقاوم فيها المتكلم ثنائي

¹- قرماد مريم، دور الترجمة الإشهارية في التسويق - ترجمة شعارات منتوجات التجميل أنموذجا-، د. بلعشوي سيدي محمد الحبيب، كلية الآداب واللغات والفنون، جامعة أبي بكر بلقايد-تلمسان-، ص10-11.

اللغة كل انحراف عن المعيار اللغوي، وكل تداخل بين اللغتين اللتين يتناولهما"، وأوصى بأن تتم دراسة قضايا الترجمة وفق علوم اللسانيات المعاصرة.¹

4-2- النظرية التفسيرية:

ترى هذه النظرية أن الترجمة مرحلة من مراحل التواصل بين مؤلف النص في اللغة المصدر والمتلقي باللغة الهدف، وأن الترجمة ذاتها تتألف من ثلاثة عناصر هي: فهم المعنى وتحديد اللفظ وإعادة التعبير، ورأى أتباع هذه النظرية أن المترجم يقوم أولاً بتفسير كلمات النص في لغة المصدر ليفهم معانيها ودلالاتها، ثم يقوم بإعادة صياغة ما فهمه من النص الأصلي، وينقله إلى اللغة الهدف شريطة أن يحدث نفس التأثير لدى المتلقي، لذا فإن المعنى هو جوهر عملية الترجمة، وأن النص عبارة عن وحدة ذات أبعاد ثلاثية هي: البعد اللغوي، والبعد الفكري، والبعد التأثري، وعمل المترجم يتطلب نوعاً من التكيف الثقافي في اللغة الهدف بما يكفل إحداث نفس الأثر الذي أحدثه النص في اللغة المصدر.

4-3- النظرية الأسلوبية:

جاء ظهور هذا المصطلح مع بدايات القرن العشرين بعد مجيء العالم اللغوي السويسري سوسير (Ferdinand de Saussure) مؤسس المدرسة البنيوية، وقد وضع أسساً لعلم الأسلوبية وفق العلاقة بين اللغة والكلام، وركز على المنظور الاجتماعي للغة مشيراً إلى أنها نظام اجتماعي يضم علاقات وروابط متعددة، وفاصلاً للعلاقة بين صوت اللفظ ومعناه مشيراً إلى أن المعنى يتكون في الذهن، وقام تلميذه شارل بالي (Charles Bally)، وهو أيضاً لغوي سويسري، تعمق في دراسات النحو المقارن واللسانيات العامة، وقد

¹ - حسام الدين مصطفى، النظريات الحديثة في الترجمة، مسترجع بتاريخ 2020/01/25، أنظر الرابط،

<https://ae.linkedin.com/pulse/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AB%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%AC%D9%85%D8%A9-hosameldin-mostafa> ، أطلع عليه بتاريخ

2023/04/19، بتوقيت 20:35 مساءً.

قام بالتعاون مع أحد زملائه بجمع محاضرات أستاذه في كتاب تحت عنوان "منهج في اللسانيات العامة"، ثم أضاف إليه ملاحظاته، وقام بنشر كتاب أسماه (في الأسلوبية) عام 1902 متضمناً أفكاره حول الأسلوبية، والتي ربطها بنظريات الفلسفة الوجودية والتعبيرية، ولكنه استبعد أن يكون علم الأسلوبية قاصراً على دراسة اللغة الأدبية، وقد أوضح (بالي) أن دور الأسلوبية هو دراسة القيمة العاطفية للحدث اللغوي الذي يتكون منه نظام التغيير اللغوي.

4-4- النظرية الوظيفية:

الترجمات الوظيفية (Instrumental Translations)، وفيها يركز المترجم على الوظيفة التواصلية بين صاحب النص في اللغة المصدر والمتلقي في اللغة الهدف، وهنا يكون الاهتمام منصباً على الوظيفة التي يؤديها النص لذلك يشيع هذا النوع من الترجمات في الوثائق الرسمية والقانونية.¹

4-5- النظرية الغائية:

وضع هانس فيرمير (Hans J. Vermeer) النظرية الغائية (Skopos Theory)، أو نظرية الهدف في الترجمة، وهي نظرية تمكن المترجمون من تنفيذ ترجمات وفقاً للغرض من النص الهدف، وتوضح هذه النظرية أن الغاية النهائية من الترجمة هي التي تحدد للمترجم الإستراتيجية التي سيقوم بإتباعها في ترجمته، وينبغي على صاحب النص المطلوب ترجمته تحديد غايته من الترجمة حتى يمكن للمترجم تحديد الإستراتيجية المطلوبة، وفي حالة إذا لم يحدد صاحب النص بتحديد تلك الغاية، فإنه يتعين على المترجم أن يضع نفسه في

¹ - حسام الدين مصطفى، النظريات الحديثة في الترجمة، مسترجع بتاريخ 2020/01/25، أنظر الرابط، <https://ae.linkedin.com/pulse/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AB%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%AC%D9%85%D8%A9-hosameldin-mostafa> ، أطلع عليه بتاريخ 2023/04/19، بتوقيت 20:35 مساءً.

موضع صاحب النص ويتخيل الغايات المحتملة ويفاضل بينها ثم يبدأ في تكوين إستراتيجيته.¹

4-6- النظرية التأويلية:

ترتبط نظرية التأويل بالترجمة الشفهية، ولم تظهر هذه النظرية إلا في نهاية سبعينيات القرن الماضي، لتتخذ بعد ذلك ما عرف باسم (نظرية المعنى)، وتقول بأن الترجمة تعتمد على التقابل بين اللغات من خلال عناصر لغوية لا تتأثر بسياق النص مثل أسماء العلم، والأرقام، والمصطلحات التقنية، والبحث عن التعادل بين المدلولات اللغوية لأجزاء النص، والنظرية التأويلية تتعامل مع المعنى المستخلص من النص، ويمكن للمترجم أن يدركه، وتناقش طرق تأويل النصوص، وتخلص هذه النظرية إلى أن مهمة المترجم هي نقل معنى النص وفق ما يدركه المترجم، لا كما عناه المؤلف، حيث تدعو النظرية إلى تحرير المعنى من ألفاظه الأصلية، وإيجاد معادلات جديدة، وتنظر النظرية التأويلية إلى اللغات بوصفها مجرد ناقل للمعنى.²

4-7- نظرية التواصل اللغوي:

أسس جاكبسون نظرية التواصل اللغوي إنطلاقاً من العلاقة الوثيقة بين اللسانيات ومختلف العلوم، فأولى اهتماماً بالغاً بالتواصل، وعلاقته بالوظيفة المرجعية، وبالتعبير، وبالشعر، وانطلاقاً من مبدأ الوظيفة قال جاكبسون أن الوظيفة الأساسية للغة هي التواصل، وبذلك إتجه إلى تحليل الرسالة اللغوية وفق المكونات الأساسية لها³، أي نقل الفكرة من المتكلم إلى السامع بواسطة ناقلة وهي قناة تنقل الرسالة، وللرسالة شكل محدد، وهذا الشكل له مرجع، وهو نتيجة لترميز تقوم به مجموعة من قواعد التعادل تسمح بإبدال تركيب النفاط،

¹- المرجع السابق.

²- المرجع نفسه.

³- عطاء الله بوسالمي، نظرية التواصل عند رومان جاكبسون وبعدها التعليمي Roman Jacobson's communication theory and its educational dimension، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد السابع، العدد الرابع، ديسمبر 2022، ص979.

والخطوط بمختلف حروف اللغة، ويسمح الاتفاق على قواعد الترميز ترميز الرسالة في حالة إرسالها، وفي حالة فك رموزها عند استقبالها وعناصر شبكة التواصل مجتمعة هي المرسل (المتكلم، أو المبدع، أو الكاتب)، والمرسل إليه (السامع، المتلقي) والرسالة (المحتوى، الموضوع)، والقناة (الناقلة)، والسياق (المرجع)، والسنن (الرموز وقوانين الترميز).¹

5 - الترجمة المتخصصة:

لا شك أن "الترجمة المتخصصة" فرضت نفسها بقوة في هذا العصر، وذلك لاعتبارات كثيرة لعل أهمها توسع الأسواق وتعدد مصادر العلوم والمعارف.² إذ أضحت الترجمة المتخصصة ذات أهمية بالغة غداة الحرب العالمية الثانية موازاة مع انفتاح السوق العالمية الاقتصادية، وفي ظل الانفتاح المعرفي، تزايدت الحاجة إلى مترجمين ومتخصصين الذين يتمتعون بالدقة العالية في مجال تخصصهم إلا أن ترجمة النصوص المتخصصة هي مهمة عسيرة وشائكة، وذلك لكون ترجمة أي نص متخصص تعد تجربة جديدة في حد ذاتها، مهما كان عدد النصوص التي قام المترجم بنقلها في السابق، ولذلك فإن الترجمة المتخصصة تتطلب تكويننا خاصا ملما بكل جوانبها من لغة الاختصاص إلى خصوصية النصوص وأنواعها.³

¹ - ا. د/عيسى بوفسيو، النظريات اللسانية الحديثة وتحليل الخطاب، جامعة المسيلة، ص8.

² - عبد الكريم شريفي، الترجمة المتخصصة في أقسام ما بعد التدرج، مجلة المعالم، العدد السادس، د.ت، ص86.

³ - باية جبابلي، أ.د حفيفة بلقاسمي، الترجمة المتخصصة: مهارات المترجم المتخصص، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، المجلد12، العدد01، 02-02-2020، ص82.

5-1- التسمية:

نجد في المراجع عدة تسميات لهذه المادة وأبرزها الترجمة المختصة والترجمة التقنية وكذا الترجمة المتخصصة ونعتمد هنا تسمية الترجمة المتخصصة لتقارب المعاني بالنسبة للتسميات الثلاث.¹

5-2- التعريف:

الترجمة المتخصصة هي نوع من أنواع الترجمة، تعنى بالنصوص التي تنتمي إلى تخصص معين سواء في المجال العلمي أو الفني أو المعرفي. وهي تستدعي من المترجم إتقان اللغتين المترجم منها والمترجم إليها ومعرفة أساليب الترجمة وتقنياتها وكذا مجال التخصص موضوع الترجمة. ومن أنواعها الترجمة التقنية والطبية والقانونية والإقتصادية وغيرها، ويمكن للمترجم أن يتخصص في إحدى هذه التخصصات أو في أكثر من تخصص. وقد ينقسم كل فرع منها إلى فروع أشد تخصصا انعكاسا لاختصاص العلوم وتفرعها في العصر الراهن.²

يدعم هذا القول "جون رينيه لادميرال" Jean-René Ladmiral، حيث يرى أن الترجمة المتخصصة تحدد وفقا لطبيعة اللغة التي يستعملها المتكلم، وأيضا تبعا للموضوع المعالج، كالمجال التقني، وهنا يضرب لنا مثلا آخر عن مجالات الترجمة المتخصصة المتعددة، فكل تخصص طبيعته الخاصة، وكذا مصطلحاته المستعملة.³

¹ - باية جبايلي، أ.د. حفيظة بلقاسمي، الترجمة المتخصصة: مهارات المترجم المتخصص، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، المجلد 12، العدد 01، 02-02-2020، ص 89.

² - محمودي إحسان، إشكالية ترجمة المصطلحات التقنية الخاصة بالطرق من الفرنسية إلى العربية "المعجم العملي للمصطلحات التقنية والإدارية والقانونية والسياسية المتداولة في الأشغال العمومية والري والتهيئة العمرانية نموذجا"، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله معهد الترجمة، 2018/2017، ص 16.

³ - سعيدة بشار، وحدة: الترجمة في الإختصاص (المطبوعة الخاصة بالترجمة الأدبية)، التخصص: أدب حديث ومعاصر، جامعة الاخوة منتوري -قسنطينة 01، كلية الآداب واللغات، قسم الآداب واللغة العربية، 2021/2020م-1441-1442هـ، ص 3.

5-3- مميزات الترجمة المتخصصة:

يلخص شحاذة الخوري أهم مميزاتا في قوله: " تتميز هذه الترجمة أنه ينبغي أن تتوفر لها الدقة والوضوح في المعنى مع صحة المصطلح، وسلامة اللغة وليس مطلوباً فيها حسن الأسلوب وجمال العبارة".¹

أ- تحتوي بعض النصوص المتخصصة على أرقام وأعداد وكميات وحسابات رياضية دقيقة يقوم المترجم بنقلها كما هي دون أي تحويل.

ب- النص المتخصص موضوعي وعلمي لا يحتوي على إشارات ذاتية خال من التضخيم.

ج- غالباً ما تكون الأساليب والتراكيب النحوية المستخدمة في النص المتخصص مباشرة وبسيطة.

د- يتسم النص التقني بوفرة المفاهيم وبالإيجاز في طرح الإشكاليات والتحليل في الميدان العلمي وغالباً ما يكون خال من الإطناب.

هـ- يتميز النص المتخصص بوفرة المصطلحات العلمية المتخصصة المحددة لنوع التخصص.²

¹- باية جبايلي، أ. د حفيظة بلقاسمي، الترجمة المتخصصة: مهارات المترجم المتخصص، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 12، العدد 01، 02-02-2020، ص 82.

²- أ. حمزة الكبير، أ.د. ليلي عالم، ترجمة ناجحة للمصطلح العلمي في خدة الترجمة المتخصصة "المصطلح الاقتصادي أنموذجاً"، المدونة، المجلد 09، العدد 01، ماي 2022، ص 818.

5-4-4- الترجمة القانونية:

تشمل ترجمة الوثائق القانونية والمحاکمات والعقود والاتفاقيات والنصوص القانونية الأخرى، وتحتاج إلى فهم عميق للغة القانون والنظام القانوني الذي يستخدم في النص الأصلي¹.

5-4-5- الترجمة الإعلامية:

تعد الترجمة الإعلامية نوعًا آخر من أنواع الترجمة التي تهتم بترجمة محتوى الإعلام والصحافة ووسائل الإعلام الأخرى. يشير هذا النوع من الترجمة إلى تحويل الأخبار والمقالات والتقارير والمقابلات وغيرها من مواد الإعلام من لغة واحدة إلى أخرى².

6- النظرية السوسiolسانية:

6-1- تعريف السوسiolسانية (Sociolinguistics):

Sociolinguistics is the study of the interaction between language and society. They are interested in explaining why we speak differently in different social context, and they are concerned with identifying the social functions of language and the way it is used to convey social meaning. Examining the way people use language in different social context provides a wealth of information about the way language works, as well as about the social relationships in a community, and the way people convey and construct aspects of their social identity through their language³.

¹-أنظر الرابط،

https://mobt3ath.com/dets.php?page=348&title=%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%AC%D9%85%D8%A9%D8%8C_%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%D9%87%D8%A7%D8%8C_%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9%D9%87%D8%A7,%D8%B5%D8%B9%D9%88%D8%A8%D8%A7%D8%AA

²- المرجع نفسه، [D9%87%D8%A7](#)، أطلع عليه بتاريخ 2023/05/07، بتوقيت 14:52 زوالاً.

³- المرجع نفسه.

³ –Janet Holmes and Nick Wilson,introduction to sociolinguistics,Routledge Taylor and Francis Group, London and New York, 6th edition, 28/02/2022, Page 01.

"تدرس اللسانيات الإجتماعية العلاقة بين اللغة والمجتمع، وهي مهتمة بشرح الأسباب التي تجعلنا نتحدث بطرق مختلفة في سياقات إجتماعية مختلفة، وتحديد الوظائف الإجتماعية للغة والطرق التي يتم إستخدامها لنقل المعاني الاجتماعية. يوفر فحص طريقة إستخدام الناس للغة في سياقات إجتماعية مختلفة ثروة من المعلومات حول كيفية عمل اللغة، بالإضافة إلى العلاقات الإجتماعية في المجتمع، وكيفية نقل وبناء جوانب هويتهم الإجتماعية من خلال لغتهم." ترجمتنا

6-2- دور اللسانيات في عملية الترجمة:

إن علاقة اللسانيات بالترجمة علاقة وثيقة جدًا؛ حيث أن الترجمة انطلقت من اللسانيات وانبثقت عنها؛ لتُصبح على ما هي عليه كعلم يُدرس في الجامعات والمعاهد، وكمهنة يمتحنها عدد من المترجمين، وكحقل علم أيضًا يشتغل به المنظرّون لهذا الميدان المهم.

الترجمة تستعين باللسانيات في معرفة بنيات اللغات وخصائصها ومميزاتها، ومعرفة قضايا التواصل بين اللغات والتقريب بينها، وعندما تتأسس هذه المعاجم في اللغات الخاصة يسهل على الترجمة آنذاك أن تنقل المعاني والمفاهيم والتصوّرات من لغة إلى لغة، وبسرعة فائقة كما هو الشأن في الترجمة الفورية.¹

إن "فرديناند دوسوسير" Ferdinand de Saussur، بكتابه: "محاضرات في اللسانيات العامة" (cours de linguistique générale) والذي هو ثمرة المحاضرات التي كان قد ألقاها في جامعة جنيف - قد منح اللسانيات الطابع العلمي، فزوّدها بمصطلحات جعلتها تتجه نحو الدراسة الوصفية، ويميز بين اللغة واللسان والكلام (langue, langage, parole).

¹- أسامة طبش، دور اللسانيات في عملية الترجمة، مسترجع بتاريخ 2014/06/30م-1435/09/2هـ، أنظر الرابط https://www.alukah.net/literature_language/0/72833/%d8%af%d9%88%d8%b1- ، أطلع عليه بتاريخ 2023/05/07، بتوقيت 15:52 زوالا.

6-3- الترجمة التجارية:

الترجمة التجارية ضرورية عندما يتعلق الأمر بدخول أسواق جديدة، وإقامة علاقات مع المؤسسات والمنظمات والشركاء والموردين والعملاء من البلدان الأخرى وترجمة النصوص التسويقية، وترجمة النصوص الإعلانية، حيث من المهم تكيف الرسالة مع الثقافة المستهدفة.¹

يشير مصطلح الترجمة التجارية إلى تحويل جميع النصوص والمحتويات التي تكتبها الشركة وتستخدمها من لغة إلى أخرى من أجل التواصل مع العملاء، سواء علناً (مثل المواد الترويجية) أو بشكل خاص (الرسائل أو الاتصالات السرية)²، عادة من قبل مترجم محترف حر، لأغراض تجارية ومقابل مادي، وغالبا ما يكون هناك مواعيد نهائية قصيرة.

6-4- العلاقة بينها و بين الترجمة التجارية:

النظرية السوسiolسانية والترجمة التجارية مرتبطتان بما أن كلاهما يتعامل مع استخدام اللغة في السياقات الاجتماعية. تتضمن الترجمة التجارية ترجمة الوثائق التجارية، مثل وصف المنتجات والمواد الإعلانية والمراسلات التجارية، من لغة إلى أخرى. في هذه العملية، يجب على المترجم أن يأخذ في عين الاعتبار ليس فقط الفروق اللغوية بين اللغتين، ولكن أيضاً الفروق الثقافية والاجتماعية التي قد تؤثر على تفسير النص. توفر نظرية اللغة والاجتماع إطاراً لفهم كيف يتشكل استخدام اللغة من خلال العوامل الاجتماعية والثقافية، وكيف يمكن للاستخدام اللغوي أن يعكس ويعزز الهياكل الاجتماعية والعلاقات السلطوية. هذا الفهم مهم للمترجمين التجاريين، حيث يجب عليهم أن يكونوا على علم بالسياق الاجتماعي والثقافي الذي تم إنتاج النص فيه والسياق الذي سيتم قراءته فيه.

¹ - أظر الرابط ، <https://altalingua.co.uk/commercial-translation> ، اطلع عليه بتاريخ 2023/04/24 ، بتوقيت 12:02 .

² - أنظر الرابط <https://www.bantelmann-translate.de/en/commercial-translations> ، اطلع عليه بتاريخ 2023/04/24 ،

بتوقيت 12:12 .

يجب على المترجم أن يكون على علم بالأعراف والقيم الثقافية للجمهور المستهدف، وكيف يمكن أن تؤثر هذه العوامل على تفسير النص. يمكن لنظرية اللغة والإجتماع مساعدة المترجم في فهم كيف تؤثر العوامل الإجتماعية والثقافية على إستخدام اللغة، وكيف يمكن أن تؤثر هذه العوامل على عملية الترجمة.

المبحث الثاني: التجارة.

مع تطور التكنولوجيا المعاصرة أصبح الإقتصاد العالمي يشهد انفتاحا كبيرا منذ إنشاء منظمة التجارة العالمية، فأصبحت كل دولة تسعى لتصدير فائضها لدول أخرى بغيت تحقيق ربح كبيرا، إذ تعد التجارة من أهم وأعرق الأنشطة التي مارسها الإنسان منذ القدم، والتي كانت سببا في حدوث تطورات كبيرة في نظام الحياة الإنسانية للأفراد في مختلف أرجاء العالم.

1- تعريف التجارة:

تشير في مفهومها ومضمونها إلى أي نشاط إقتصادي يقوم به الإنسان في أي مكان من العالم بغرض تحقيق الربح، يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الأفراد والمؤسسات والحكومات¹. وقد تتم التجارة في نطاق ضيق داخل السوق المحلي، أو خارج حدود البلد، وقد يكون أحد أطراف التجارة أشخاص، أو شركات، أو بلدان.²

2- أنواع التجارة:

تنقسم التجارة إلى نوعين مختلفين وهما التجارة الداخلية والتجارة الخارجية:

¹ - بوراس بودالية، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 01، 05/03/2021، ص23.

² - محمد ابو خليف، تعريف التجارة، مسترجع بتاريخ 01/10/2021، انظر الرابط،

https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC

<https://mawdoo3.com/%D8%A7%D8%B1%D8%A9> ، اطلع عليه بتاريخ 24/04/2023، بتوقيت 12:49.

2-1- التجارة الداخلية: يُعبّر مفهوم التجارة الداخلية عن العمليات التجارية التي يتم فيها تداول السلع بين التجار في السوق المحلي ضمن منطقة جغرافية محددة¹.

2-2- التجارة الخارجية: يُعبّر مفهوم التجارة الخارجية عن العمليات التجارية التي يتم فيها تداول السلع بين بلدين مختلفين، وتنقسم إلى :

2-2-1- تجارة التصدير والاستيراد: وهي أقدم نوع في التجارة حيث يقوم على تصدير الفوائض من السلع للدول التي تحتاجها مقابل شراء السلع المختلفة التي تنقص البلد وهذا ما سوف ينشأ علاقة طلب وعرض وهي التي تحدد قيمة السلع المختلفة.

2-2-2- تجارة الترانزيت: تُشير هذه التجارة إلى النشاط التجاري الذي يتم من خلاله نقل البضاعة عن طريق تاجر وسيط من بلد المنشأ إلى بلد آخر؛ لتتم معالجتها ثم نقلها إلى البلد المستورد.²

3- علاقة الترجمة بالتجارة:

الترجمة لها علاقة وثيقة بالتجارة حيث أنها تساهم في تسهيل عمليات البيع والشراء بين الأطراف المختلفة وتوسيع رقعة الاستهداف والوصول إلى عملاء جدد في دول أخرى.

فالترجمة تسمح للمصنعين والمصدرين بتقديم منتجاتهم وخدماتهم بلغات مختلفة ليصلوا إلى العملاء في الأسواق المحلية والدولية. على سبيل المثال، في التجارة الإلكترونية، تساعد الترجمة في تذليل عقبات اللغة والتواصل بين البائع والمشتري الذين يتحدثون لغات مختلفة، وباستخدام خدمات الترجمة المتوفرة على الإنترنت أو عبر الهواتف الذكية، يمكن للمتاجر الإلكترونية ترجمة صفحاتها ووصف منتجاتها إلى لغات مختلفة مما يجعلها أكثر

¹ - محمد ابو خليف، تعريف التجارة، مسترجع بتاريخ 2021/10/01، انظر الرابط،

https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC

اطلع عليه بتاريخ 2023/04/24، بتوقيت 12:49.

²-المرجع نفسه.

قابلية للوصول وتحقيق المبيعات في أسواق دول أخرى. بشكل عام، يمكن القول أن الترجمة تعد أداة مهمة في التجارة الدولية والعالمية، وتساعد على تسهيل التواصل والتفاعل بين الأشخاص والشركات والحكومات في جميع أنحاء العالم.

المبحث الثالث: التجارة الإلكترونية.

1- تعريفها:

التجارة الإلكترونية تشمل جميع المبادلات ذات العلاقة بالأنشطة التجارية، فهي تعني بتلك العلاقات بين المؤسسات، العلاقات بين المؤسسات والإدارات والميادين، بين المؤسسات والمستهلكين. التجارة الإلكترونية تعطي في نفس الوقت تبادل المعلومات والتعاملات الخاصة بالمنتجات، تجهيزات السلع الاستهلاكية والخدمات المالية القانونية.¹

2- خصائص التجارة الإلكترونية:

هناك العديد من الفوائد والمميزات التي تجعل مفهوم التجارة الإلكترونية عنصر جذاب لأي رائد أعمال يبحث عن مجالات جديدة لزيادة دخله على المدى البعيد أو لإنشاء مشروع خاص به بعيداً عن العمل التقليدي الروتيني، فإليك بعض من تلك الخصائص:

2-1- توفير المصاريف الخاصة بالشركة:

عند التفكير في إنشاء شركة على أرض الواقع، فسيكون عليك توفير الكثير من السيولة والأموال التي ستحتاج إليها لتجهيز العديد من الأشياء قبل البدء بشكل فعلي. لكن إذا أعدت النظر في الأمر وفكرت في إنشاء متجر أو موقع إلكتروني للمنتج أو الخدمة التي تقدمها أولاً، فستجد أن التكلفة والميزانية التي قد وضعت لمشروعك سوف تقل إلى النصف

¹ - الدكتور غوار عفيف، التجارة الإلكترونية واقتصاد المعلومات، جامعة وهران احمد بن بلة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، قسم علم المكتبات والعلوم الوثائقية، تخصص هندسة وتكنولوجيا الحديثة، 2، دت، ص 2.

تقريبًا، فإنشاء موقع إلكتروني يعتبر أرخص بكثير من إنشاء شركة تجارية تقليدية على أرض الواقع.

2-2- التواصل الفعال مع العملاء :

فقد تحدثنا سلفًا عن الميزة التي تقدمها فكرة التجارة الإلكترونية في تخطيها لعنصري الزمان والمكان؛ وبالتالي يسهل التعامل مع العديد من الشركات سواء المحلية أو العالمية بكل سهولة ويسر¹.

2-3- ميزة التنوع:

من أهم المميزات التي توفرها التجارة الإلكترونية هي كونها سوق كبير ومفتوح، فهناك الكثير من المجالات والأسواق التي تستطيع التواصل معها تبعًا لمشروعك بشكل سهل وبسيط؛ وفقًا للتنوع المذهل للمنتجات والخدمات الموجودة على الإنترنت؛ فذلك يسمح لك بالمقارنة والتدقيق لاختيار العروض المناسبة لك ولشركتك.

2-4- توفير الوقت والجهد:

توفر التجارة الإلكترونية الكثير من الوقت والجهد، فأنت لست مضطرًا للسفر أو التحرك من مكانك حتى تستطيع إتمام صفقة ما أو شراء منتج معين، فمن خلال نقرة واحدة تستطيع أن تشتري ما تريد من خلال البطاقات الائتمانية أو عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني المختلفة على حسب بلدك².

¹ - محمد المؤلف، ماهي خصائص التجارة الإلكترونية، مسترجع بتاريخ 2020/05/31، أنظر الرابط،

<https://marketing.limited/%D8%AE%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%B5->

[-D8%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8](https://marketing.limited/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8) ، أطلع عليه بتاريخ 2023/04/07، بتوقيت

22:10 مساءً.

² - المرجع نفسه.

2-5- زيادة الأرباح:

يوفر التسويق الإلكتروني من خلال شبكة الإنترنت العديد من الفرص لعرض المنتجات أو الخدمات الخاصة بك سواء على موقعك الإلكتروني أو حتى على مواقع أخرى خاصة بالتجارة الإلكترونية مثل Ebay, Etsy وغيرها في مختلف أنحاء العالم، مع ميزة تواجدهم بشكل مستمر ودائم على الإنترنت. كل تلك المميزات تعود بالإيجاب على منتجاتك من خلال: زيادة الأرباح الخاصة بالشركة، زيادة الوعي بالعلامة التجارية الخاصة بك وسهولة إستقطاب عملاء جدد من جميع أنحاء العالم.¹

3- أشكال التجارة الإلكترونية و تطبيقاتها:

3-1- الأشكال:

يمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بالسوق، يتقابل فيه الموردون والمستهلكون والوسطاء، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صورة رقمية، وتختلف أشكال التجارة الإلكترونية نظرا لأطراف العلاقة، ومن أهم أشكال التجارة الإلكترونية نذكر منها:

3-1-1- التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال و المستهلك (B2C):

يعد هذا النوع من أهم أنواع التجارة الإلكترونية والذي يجري على شبكة الإنترنت حصرا، وهي متاحة لجميع مستخدمي الشبكة العالمية، تتميز مبادلات هذا النوع ببساطتها وتقتصر غالبا على عمليات استعراض المنتجات وعمليات التسوق، فغالبا ما تكون مبادلاته

¹ - محمد المؤلف، ماهي خصائص التجارة الإلكترونية، مسترجع بتاريخ 2020/05/31، أنظر الرابط،

<https://marketing.limited/%D8%AE%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%B5->

<https://marketing.limited/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8> ، أطلع عليه بتاريخ 2023/04/07، بتوقيت

22:10 مساء.

أقل وثوقية وحماية من مبادلات B2B على الجهود التي تبذلها الشركات البرمجية في مجال حماية المعلومات وأمنها.¹

3-1-2- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى (B2B):

هذا المستوى يتم بين مؤسسات الأعمال مع بعضها البعض من خلال شبكات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وذلك لتقديم طلبات الشراء للموردين والعارضين، وتسليم الفواتير وإتمام عمليات الدفع، وهذا النمط من التجارة الإلكترونية موجود منذ سنوات عديدة خاصة في تبادل البيانات إلكترونياً من خلال الشبكات الخاصة.²

3-1-3- التجارة الإلكترونية بين الحكومة و وحدات الأعمال و العملاء (G2B):

وهي تتضمن جميع التعاملات التي تتم بين الشركات والحكومة وكذلك بين الأفراد والإدارات الحكومية المختلفة باستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة شبكة الإنترنت، وهي تمثل عرض الإدارات الحكومية والإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملة على الإنترنت بحيث تستطيع الشركات وكذلك الأفراد من الاطلاع عليها والقيام بإجراء معاملة إلكترونية دون الحاجة إلى التعامل مع مكتب حكومي.

3-1-4- المعاملات بين الحكومات و المواطنين (G2C):

هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية حديث النشأة وغير موسع، وهو ينظم العديد من الأنشطة، إلا أنها تعتمد بشكل أساسي على تقديم خدمة للمواطنين، وإصدار التراخيص وتبادل المعلومات وخدمات التعليم عن بعد، وما يمكن الإشارة إليه في هذا الشكل هو أن

¹ مختار جرابية وآخرون، التجارة الإلكترونية ودورها في تفعيل أنشطة الشركات دراسة لعينة من شركات الوادي (بالجزائر)، أ.عقبة خضير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي-، ص 6.

² المرجع نفسه، ص 7.

العلاقة بين الحكومة والمواطنين في التعامل الإلكتروني لا تتدرج ضمن الربحية التي هي هدف العمل التجاري، وإنما تتخذ شكل الخدمة العامة.¹

3-2- التطبيقات:

تطبيقات التجارة الإلكترونية عبارة عن مصطلحات مضللة بعض الشيء ، لأنها تؤدي إلى مفاهيم محتملين: الأول، حيث يشير إلى استخدامات التجارة الإلكترونية كوسيلة للتسويق؛ التجزئة والجملة؛ المزاد العلني؛ الخدمات المصرفية الإلكترونية؛ الحجز وما إلى ذلك.

الفكرة الثانية التي يحصل عليها المرء هي تلك الخاصة بالتطبيق البرمجي مثل Amazon و eBay و Groupon وما إلى ذلك. قد يكون تطبيق ويب أو تطبيقًا للهاتف المحمول (يُعرف الآن باسم تطبيقات التجارة الإلكترونية). تطبيقات التجارة الإلكترونية عبر الهاتف المحمول ليست سوى امتداد للتجارة الإلكترونية.²

أفكار تطبيقات الأجهزة المحمولة هي القوة الدافعة وراء كل تطبيق تجاري ناجح، سواء كان تطبيق تاكسي يشبه Uber أو تطبيق DoorDash مثل تطبيق توصيل الطعام.

3-2-1- البيع بالتجزئة والبيع بالجملة:

تشير تجارة التجزئة الإلكترونية أو البيع بالتجزئة عبر الإنترنت إلى معاملة السلع والخدمات من خلال المتاجر عبر الإنترنت من الشركات إلى المستهلكين. يتم تحقيق ذلك

¹ مختار جرابية وآخرون، التجارة الإلكترونية ودورها في تفعيل أنشطة الشركات دراسة لعينة من شركات الوادي (بالجزائر)، أ. عقبة خضير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي - ، ص7.

² أنظر الرابط - <https://www.motaber.com/%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9> ، اطلع

عليه بتاريخ 2023/04/08، بتوقيت 00:45 منتصف الليل.

من خلال وسائل مثل عربات التسوق الافتراضية والكتالوجات الإلكترونية وتتعدد تطبيقات التجارة الإلكترونية في هذا القطاع¹.

3-2-2-3- التمويل:

التمويل والتجارة الإلكترونية متصلان اليوم أكثر من أي وقت مضى. تستخدم البنوك وأسواق الأوراق المالية التجارة الإلكترونية بشكل كبير في عملياتها، إذ توفر الخدمات المصرفية عبر الإنترنت أحكامًا مثل التحقق من الرصيد ودفع الفواتير وتحويل الأموال وما إلى ذلك.

يتيح تداول الأسهم عبر الإنترنت للأشخاص إجراء التداول إلكترونيًا من خلال تقديم معلومات حول الأسهم مثل تقارير الأداء والتحليل والرسومات البيانية وما إلى ذلك عبر مواقع الويب.²

3-2-3- التصنيع:

في التصنيع، تشكل التجارة الإلكترونية وسيلة للشركات لتنفيذ التبادل الإلكتروني. إن الجمع بين الشراء والبيع، ومشاركة حالة السوق، ومعلومات فحص المخزون، وما إلى ذلك، تمكن مجموعات الشركات من تنفيذ عملياتها بسلاسة³.

¹ - أنظر الرابط، https://www.motaber.com/%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9 / ،

اطلع عليه بتاريخ 2023/04/08، بتوقيت 00:45 منتصف الليل.

² - المرجع نفسه.

³ - المرجع نفسه.

3-2-4- المزادات:

إن تطبيق التجارة الإلكترونية على المزادات يأخذها إلى مستوى أكثر أهمية حيث يمكن للأشخاص المشاركة دون أي حدود جغرافية، يؤدي ذلك إلى مزيد من المشاركة والمزيد من المفاوضات ويساعد على إنجاز المزادات.

3-2-5- التسويق:

يمكن تعزيز أنشطة التسويق مثل التسعير وميزات المنتج وبناء علاقات العملاء باستخدام التجارة الإلكترونية لتزويد المستخدمين بتجربة تسوق محسنة ومخصصة. أصبحت استراتيجيات التسويق الرقمي وسيلة مهمة للترويج للأعمال التجارية.

3-2-6- التسوق عبر الإنترنت:

خضعت تطبيقات التسوق لدى الناس لتغيير هائل في السنوات القليلة الماضية. أصبح "الاتصال بالإنترنت" شعارًا لجميع الشركات لتحقيق النجاح. التسوق عبر الإنترنت مريح، ومناسب، وفي معظم الأوقات، فعال من حيث التكلفة. إن ازدهار تطبيقات التسوق عبر الإنترنت مثل Flipkart و Amazon دليل على ذلك¹.

¹ - أنظر الرابط، <https://www.motaber.com/%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9/> ، اطلع

عليه بتاريخ 2023/04/08، بتوقيت 00:45 منتصف الليل.

الفصل الثاني

التسويق الإلكتروني و المحادثات
الترويجية

المبحث الأول : التسويق الإلكتروني

في ظل التطور الكبير في عالم التكنولوجيا والمعلوماتية التي باتتا تسيطران على جميع القطاعات، حدث تحول هائل في جميع جوانب الحياة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية. إذ أدت الإيجابيات الكثيرة لشبكة الإنترنت الى جذب التجار من أجل تبنيها لتسويق منتجاتهم المختلفة والمتنوعة من خلال ما يعرف بالتسوق عبر الإنترنت، لما تتمتع به من امتيازات عديدة مقارنة بالتسوق من المتاجر التقليدية العادية.

1-تعريف التسويق:

1-1 لغة: كلمة التسويق هي كلمة مشتقة من المصطلح اللاتيني "MERCATUS"

ويعني

السوق، وكذلك تشتق من الكلمة اللاتينية "MERCARI" والتي تعني المتجرة.¹

2-1 اصطلاحا: عرفه Stanton عام 1971:

عرف التسويق على أنه (نظام متكامل من الأنشطة المنظمة التي تختص بالتخطيط والتسعير والترويج وتوزيع المنتجات التي تهدف إلى إشباع حاجات المستهلكين الحاليين ومحتملين).²

¹ - محمد دحماني، الخدمة التسويقية دراسة جودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الجزائرية، شهادة ماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة "جامعة الجزائر 3"، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، ص6.

² - سماحي منال، التسويق الإلكتروني وشروط تفعيله في الجزائر-دراسة حالات اتصالات الجزائر-، جامعة وهران 2، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، ص5.

يرى " محمد سعيد عبد الفتاح " أن التسويق هو توجيه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي أو إلى مستعمل السلعة أو الخدمة، وهو النشاط الذي بواسطته تصل السلعة المنتجة إلى المستهلك الذي يحتاجها.¹

2- تعريف التسويق الإلكتروني:

إختلف الباحثون في إيجاد تعريف واحد موحد لمفهوم التسويق الإلكتروني، فنجد العديد من التعريفات والتي نذكر منها:

إنه تسويق لمنتج أو خدمة معينة على شبكة الإنترنت، وهي مجموعة من الأنشطة التسويقية التي تقوم على استخدام الإنترنت وذلك من أجل تحقيق الأهداف لأطراف العملية التسويقية.²

وقد عرفه Coviello Etal: "هو استخدام الإنترنت وغيرها من الوسائل التكنولوجية التفاعلية لخلق وإحداث حوار بين المنظمة ومستهلكين معينين"³.

3- أنواع التسويق الإلكتروني:

يرى "كوتلر" أنه يمكن تصنيف التسويق الذي تمارسه الشركات إلى ثلاثة أنواع رئيسية:

3-1- التسويق الخارجي External Marketing : وهو مرتبط بوظائف التسويق

التقليدية كتصميم وتنفيذ المزيج التسويقي (المنتج الترويج، التوزيع والسعر).

¹- المرجع السابق، ص 7.

²- سحنون سمية، سرير فضيلة، استخدام التسويق الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك كدراسة ميدانية بمؤسسة "موبيليس"، شهادة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، 2017-2018، ص34.

³- شرقي نجاة، بوقرية زينة، تأثير التسويق الإلكتروني على السلوك الشرائي للمستهلك دراسة إستطلاعية لعينة من مستخدمي موقع جوميا الجزائر للتسويق، شهادة ماستر، جامعة اكلي محند اولحاج بالبويرة- الجزائر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم التاريخ، شعبة علوم الإعلام والاتصال، 2019-2020، ص41.

3-2- التسويق الداخلي Internal Marketing : وهو مرتبط بالعاملين داخل

الشركة التي تتبع سياسات فعالة لتدريب وتحفيز العاملين لديها على الإتصال الجيد بالمستهلكين، ودعم العاملين للعمل كفريق يسعى لإرضاء حاجات ورغبات العملاء.

3-3- التسويق التفاعلي Interactive Marketing : وهو يرتبط بوجود علاقة

تفاعلية بين الشركة والمستهلك¹.

4- خصائص التسويق الإلكتروني:

تنوعت خصائص التسويق الإلكتروني إلى ما يلي:

- عدم وجود قيود على كمية المعلومات التي يمكن عرضها على شبكة الإنترنت طوال 24 ساعة في اليوم إلى التكلفة التي تقيد تكلفة منخفضة مقارنة بوسائل الدعاية والإعلان الأخرى.
- استخدام عنصر الإثارة والتسويق لجذب انتباه المتصفح للرسائل الإلكترونية على شبكة الإنترنت.
- يمكن للمتعاملين مع الموقع الإلكتروني التسويق والتعامل معه في أي وقت.
- من السهولة تحديث المواقع التسويقية للشركات إضافة معلومات جديدة مما يعد دافع الآخرين للعودة لزيارة الموقع مرة أخرى.
- يعتبر التسويق الإلكتروني كأحد وسائل التغذية المرتدة التي تمد الشركات بالمعلومات عن ردود أفعال العملاء وتغيرات أنواقهم وكذلك تلقي شكاوهم.
- بناء علاقات قوية مع العملاء في جميع أنحاء العالم.
- إمكانية الوصول إلى عدد ضخم من العملاء على نطاق واسع في وقت قصير².

¹ - انظر الرابط، <https://www.jawad-book.com/2022/03/e-marketing-search.html>

² - كوجل رانيا، حفري ام هاني، دور التسويق الإلكتروني في تغيير سلوك المستهلك في ظل جائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من مجموعة بيع وشراء الأشياء الجديدة المستعملة - بسكرة- مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، 2020-2021، ص 18 .

5- أهداف التسويق الإلكتروني:

من أهداف التسويق الإلكتروني نذكر ما يلي:

- تخفيض تكلفة المنتجات بسبب الإستفتاء عن الإعلان في الوسائل المسموعة والمرئية التقليدية.
 - سهولة الوصول إلى المستهلك في أي مكان على مستوى العالم.
 - زيادة القدرة على التفاوض الشرائي.
 - عدم وجود تكاليف ونفقات غير ضرورية لإنشاء متاجر تقليدية.
 - سهولة الحصول على المعلومات الضرورية والمقارنة بين المنتجات موضوع المنافسة.
 - تحسين مستوى الأداء العام للمنشأة.
 - الاستفادة من التجارب السابقة للمنشآت التي تعمل ضمن هذا النظام.
 - السهولة في أنشطة التوزيع والترويج.
- كما سعى المسوقون إلى الأهداف الأساسية التالية :
- تحسين الصورة الذهنية للشركة أو المنظمة.
 - تقديم الخدمات وتحسين العناية بالزبائن.
 - البحث عن المستهلكين جدد وخلق فرص تسويقية جديدة.
 - زيادة معدل الوصول إلى أكبر عدد من المستهلكين على الصعيد المحلي أو الدولي وزيادة نطاق السوق المحلية والعالمية.
 - تخفيض التكاليف وتحقيق السرعة في أداء الأعمال.
 - تقديم قيمة مضافة وفائدة حقيقية للمستهلكين¹.

¹ - كوجل رانيا، حفري ام هاني، دور التسويق الإلكتروني في تغيير سلوك المستهلك في ظل جائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من مجموعة بيع وشراء الأشياء الجديدة المستعملة - بسكرة- مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، 2020-2021، ص22.

6- الترجمة التسويقية:

تركز بشكل رئيسي على الرسالة التسويقية المراد إيصالها من خلال ترجمة المحتوى التسويقي، فيتم كتابة محتوى تسويقي مخصص لكي يلائم العلامة التجارية المراد التسويق لها. وفي نفس الوقت يتم العمل على جذب الجمهور المستهدف لكي تنتشر الخدمات التجارية¹.

When doing a marketing translation, the main challenge is writing a text that resonates with the new audience, without betraying the original brand voice.

Anywhere they go and whatever content they see, people must be able to recognize a brand, which is usually associated with a specific set of values².

"عند القيام بالترجمة التوثيقية، يتمثل التحدي الرئيسي في كتابة نص له صدى لدى الجمهور الجديد، دون خيانة التعبير عن العلامة التجارية الأصلية في أي مكان يذهبون إليه، وأيا كان المحتوى الذي يرونه، يجب أن يكون الناس قادرين على التعرف على العلامة التجارية، وإعادة ما ترتبط بمجموعة معينة من القيم". ترجمتها

While some cultural nuances must be considered when it comes to translating a book, for example, the nature of marketing content renders it highly specific towards the group it is trying to influence. The ultimate purpose of marketing content is to engage, convince and sell to the target audience, rather than purely educate and entertain.³

¹ - أمنية صلاح، خدمات الترجمة التسويقية - ترجمات إحترافية، مسترجع بتاريخ 19 أكتوبر 2022، أنظر الرابط، <https://masterdeg.com/الترجمة-التسويقية/>، اطلع عليه بتاريخ 2023/04/29، بتوقيت 13:53 زوالا.

² -Cristina Siragusa, What is marketing translation and why it is important, published 22/11, look up the link <https://creative-words.com/en/what-is-marketing-translation-and-why-it-is-important/> , accessed 29/04/2023, 13:57.

³ -BREE RECKER, Marketing translation: Engaging audiences in their own language, published JULY 12, 2022, look up the link <https://veracontent.com/mix/marketing-translation%20>, accessed 29/04/2023, 13:59.

" في حين أنه يجب الأخذ بعين الاعتبار بعض الفروق الثقافية عندما يتعلق الأمر بترجمة كتاب، على سبيل المثال، فإن طبيعة محتوى التسويق تجعله خاصا جدا بالمجموعة التي تحاول التأثير عليها، إن الهدف النهائي من محتوى التسويق هو إشراك وإقناع الجمهور المستهدف وبيعه، بدلا من تثقيفه وترفيهه بشكل بحت." ترجمتنا

المبحث الثاني: المبادرات الترويجية.

في سبيل تحقيق النجاح في عالم الأعمال، يجب على الشركات الاستثمار في التسويق والإعلانات لجذب العملاء وتعزيز مبيعاتها. ومن بين أدوات التسويق المختلفة، تأتي المبادرات الترويجية كأحد الوسائل الفعالة للتواصل مع العملاء وتحفيزهم على الشراء.

1- تعريف الترويج:

كلمة الترويج مشتقة من الكلمة العربية (ترويج شيء) أي عرف به، وهذا يعني أن الترويج هو الاتصال بالآخرين وتعريفهم بأنواع السلع والخدمات التي بحوزة البائع.

ويعرف الترويج كذلك بأنه التنسيق بين جهود البائع في إقامة منافذ للمعلومات وفي تسهيل بيع السلعة أو الخدمة أو في قبول فكرة معينة، والترويج هو أحد عناصر المزيج التسويقي حيث لا يمكن الاستغناء عن النشاط الترويجي لتحقيق أهداف المشروع التسويقية.¹

2- تعريف المبادرات الترويجية:

يمكن أن نطلق عليها إسم الرسالة الترويجية أو الرسالة التسويقية. هي استراتيجية تسويقية تتبعها الشركة لتسويق منتجاتها وخدماتها، حيث يمكن أن تظهر هذه الرسالة على شكل إعلان في التلفاز أو الصحف والمجلات أو المواقع الإلكترونية، أو قد تكون على شكل شعار أو مقولة مطبوعة على علبة المنتج الذي تسعى الشركة لتسويقه. وبغض النظر عن الشكل الذي تظهر فيه الرسالة الترويجية، فإن الغرض منها يكمن في توصيل الفكرة التي تسعى الشركة لتسويقها لعملائها عن المنتج أو الخدمة.²

3-أهداف المبادرات الترويجية:

¹ - الدكتور سمير عبد الرزاق العبدلي، الدكتور قحطان بدر العبدلي، الترويج والإعلان، زهران للنشر، عمان الأردن، ط3، 1998، دج، ص07.

² - أنظر الرابط، <https://www.meemapps.com/term/promotional-message>، اطلع عليه بتاريخ 2023/04/29، بتوقيت 14:41 زوالا.

3-1- تسويق المنتج أو الخدمة الجديدة: تسعى الشركة عادة إلى تقديم منتجها أو

خدمتها الجديدة في السوق، لتكون قادرة على إثبات جدارتها إلى جانب الشركات المنافسة.¹

3-2- تطوير صورة العلامة التجارية: تسعى الشركة من خلال نشر رسالتها

الترويجية إلى بناء صورة مميزة عن علامتها التجارية بين العملاء، بهدف أن تصبح منتجاتها أكثر شهرة في الأسواق.²

3-3- إبلاغ العملاء: يتمثل الغرض من الرسالة الترويجية في إبلاغ العملاء عن

التطورات أو التحسينات الجديدة التي تم إجراؤها على منتج معين، أو التغيرات التي أضافتها الشركة إلى السياسات المعمول بها فيما يتعلق بإحدى الخدمات القديمة.

3-4- جذب المشتريين المحتملين وكسب ثقتهم ليصبحوا عملاء حقيقيين: يكمن

الغرض من الرسالة الترويجية في تحفيز العرض والطلب على المنتج أو الخدمة التي تقوم الشركة بتسويقها، لدفع المشتريين المحتملين للشراء وكسب ثقتهم والحفاظ على ولاء العملاء القدامى للشركة.³

4- الترجمة الترويجية:

When translating promotional products, be aware of elements of language that you might not have to consider for other translations. Translating promotional products, unluckily, is not as convenient as just translating copy word-for-word. You have to look after the impact that you want to have on an audience, and any obstruct that may not translate appropriately into some languages, as well as digital marketing aspects like SEO. Mostly, you may require professional

¹- أنظر الرابط، <https://www.meemapps.com/term/promotional-message>، اطلع عليه بتاريخ 2023/04/29، بتوقيت 14:41

زوالاً.

²-المرجع نفسه.

³-المرجع نفسه.

translation solutions for promotional products to make sure with your translation.¹

" عند ترجمة المنتجات الترويجية، يجب على المترجم أن يكون على دراية بعناصر اللغة التي قد لا يضطر إلى التفكير بترجمات مغايرة. لأن ترجمة المنتجات الترويجية ليست مريحة مثل مجرد ترجمة نص كلمة بكلمة. عليه أن يعتني بالتأثير الذي يرغب في إحداثه على الجمهور، بالإضافة إلى أي عائق قد لا يترجم بشكل مناسب إلى بعض اللغات، بالإضافة إلى جوانب التسويق الرقمي مثل SEO. في الغالب، قد يحتاج إلى حلول ترجمة احترافية للمنتجات الترويجية للتأكد من ترجمته." ترجمتنا

5- العلاقة بين الترجمة التسويقية والترجمة الترويجية:

نقول بأن الترجمة التسويقية والترجمة الترويجية تتشابهان في كونهما تتعلقان بمحتوى إعلاني وتسويقي، ولكن هناك اختلاف بينهما. الترجمة التسويقية تشمل ترجمة المحتوى الإعلاني بشكل عام، مثل النصوص الترويجية على المطبوعات والمواقع الإلكترونية وغيرها. بينما الترجمة الترويجية تشمل ترجمة المحتوى الخاص بالمبادرات التي تحدث في التطبيقات التسويقية مثل Aliexpress، والتي يتم فيها تقديم العروض الترويجية المباشرة والرد على أسئلة العملاء بشكل سريع وفعال عبر هذه المبادرات. وتهدف الترجمة الترويجية إلى تمكين العملاء من فهم العروض الترويجية والإجابات على أسئلتهم بشكل أفضل وأيضاً تعزيز التواصل بين البائعين والمشتريين من مختلف البلدان واللغات. لذلك، فإن توفير خدمات الترجمة الترويجية يساعد على تحقيق النجاح والازدهار لأي تطبيق تسويقي، بما في ذلك Aliexpress. ومع ذلك، فإن الحدود بين الترجمة التسويقية والترجمة الترويجية غير واضحة دائماً، حيث يمكن أن تتضمن الترجمة التسويقية بعض العناصر الترويجية والعكس

¹ - أنظر الرابط، <https://www.tridindia.com/blog/translation-of-promotional-products-industry>، اطلع عليه بتاريخ

2023/04/29، بتوقيت 15:50 زوالاً.

بالعكس. لذلك، يمكن القول إن الترجمة التسويقية والترجمة الترويجية تتداخلان وتتشابهان في بعض الجوانب، ولكنهما تختلفان في الأهداف والمواد المستهدفة.

المبحث الثالث: تطبيقات التسويق الإلكتروني

يتزامن الحديث عن «تطبيقات للتسويق الإلكتروني» مع شيوع فكرة الرقمنة كمنط حياتي عام، فإذا كانت ذهنية المستهلكين تغيرت بشكل جذري فمن المنطق أن تتبدل طرق تعامل المسوقين، بل طرق التسويق ذاتها¹. إذ لا يوفر التسويق الإلكتروني إنتشار واسعاً لنطاق الشركات فقط، بل ويسمح أيضاً لأصحاب تلك الشركات بالترويج لأعمالهم، الحديث مع العملاء وإجراء استطلاعات الرأي لمعرفة توجهاتهم، بناء الوعي بالعلامة التجارية، تقديم خدمة العملاء وغيرها من المزايا بأسعار أقل وأحياناً مجاناً. ولكن النجاح في مهمة التسويق الإلكتروني مع وجود تنافسية كبيرة بين أصحاب الشركات الكبرى والمتوسطة والصغرى يفرض على رواد الأعمال الإلتزام باستراتيجيات تقوم على الأدوات المناسبة التي تسمح بالتواصل الفعال، وإمكانية القياس والتحليل والحصول على البيانات الدقيقة التي تجعل التسويق الإلكتروني أكثر فعالية².

1- تعريفها :

تمثل تطبيقات التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني المهام المختلفة والأنشطة التي تمارسها الشركات من خلال وسائل شبكات الاتصالات الإلكترونية، وتطبيقات التجارة الإلكترونية هي عبارة عن مصطلحات مظلة بعض الشيء، لأنها تؤدي إلى مفهومين

¹ - أنظر الرابط، <https://www.ibtdi.com/9-important-applications-you-need-in-e-marketing> بتاريخ، 29-04-2023،

بتوقيت، 18:10

² - فؤاد الشيخ سالم ومحمد سليمان عواد، المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 1 ، العدد 1، 2005، ص03.

محتملين: الأول، حيث يشير إلى استخدامات التجارة الإلكترونية كوسيلة للتسويق، التجزئة والجملة، المزاد العلني، الخدمات المصرفية الإلكترونية والحجز وما إلى ذلك.

الفكرة الثانية التي يحصل عليها المرء هي تلك الخاصة بتطبيق برمجي مثل Amazon و Groupon و e-Bay وما إلى ذلك. قد يكون تطبيق ويب أو تطبيقاً للهاتف المحمول (يعرف الآن بتطبيقات التجارة الإلكترونية)¹.

2- أهدافها:

- زيادة الوعي بالعلامة التجارية.
- توفير قناة تسويقية فعالة من حيث التكلفة والنتائج.
- نمو العلامة التجارية من حيث عدد العملاء وحجم المبيعات والأرباح.
- توفير قنوات وحلول تواصل شخصية فعالة تهدف إلى زيادة ثقة وولاء العملاء².

¹ - أنظر الرابط، https://motaber.com/%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9، اطلع

عليه بتاريخ 2023/04/30، بتوقيت 14:27 زوالاً.

² - أنظر الرابط، <https://egyptinnovate.com/articles/%D9%81%D9%88%D8%A7%D8%A6%D8%AF>، بتاريخ، 29-04-

2023، بتوقيت، 20:15

3- أنواع تطبيقات التسويق الإلكتروني :

3-1- تطبيقات التمويل:

بعد التأكد من صلاحية متجرك يُفضل إضافة تطبيقات التمويل المتاحة التي ستساعدك خلال نشاطك التجاري على إدارة كل ما يتعلق بحساباتك والترويج لحملاتك الإعلانية الخاصة بالمنتجات على متجرك على سبيل المثال Facebook Add Manager.

3-2- تطبيقات القوالب:

تعد من أفضل أنواع التطبيقات المقدمة من قبل مطوري أحدث التطبيقات ليوفر قالب "تصميم" متكامل يتناسب مع متجرك الإلكتروني تستطيع من خلاله بدء متجرك الإلكتروني بواجهة تصميم عصرية وسهلة الاستخدام تدعم الأرشفة وسرعة موقع متجرك الإلكتروني بتكلفة منخفضة مثل My business App , Shopify .

3-3- تطبيقات الشحن:

لإستكمال مراحل ما بعد بيع منتجك من خلال متجرك الإلكتروني لابد أن تتعاقد مع شركة الشحن توفر نظام وتطبيق الشحن السريع لزيائتك ومن ثم يمكن ربطها بمتجرك لتقدم أفضل خدمة وتجربة توصيل يمكن أن يحصل عليها مُستخدميك مثل Aramex, Samsa, Fedx, DHL.

3-4- تطبيقات الدفع الإلكتروني:

تُعتبر تطبيقات الدفع كوسيط بين متجرك الإلكتروني والمُشتري في أي مكان بالعالم، حيثُ يمكنك من استلام المبلغ حسب نوع العملة والمدة وطريقة السداد المتفق عليها مثل PayPal, Amazon Pay, Urway , PayFort, Moyasar¹.

4- أهم وأفضل تطبيقات التسوق في الجزائر:

توجد العديد من الأسواق الإلكترونية في الجزائر التي ساهمت في نشاط التجارة الإلكترونية خلال السنوات الاخيرة الماضية ومن أهمها:

4-1- موقع وتطبيق جوميا:

دخل موقع وتطبيق جوميا للتجارة الإلكترونية إلى سوق التجارة الإلكترونية الجزائري سنة 2014، ويحتوي على الآلاف السلع والبضائع والمنتجات في مختلف الفئات الغذائية والطبية والتكنولوجية بالإضافة الى الملابس وغيرها. توفر وسائل متعددة للشحن بأقل التكاليف الممكنة مع إمكانية استبدال أو استرجاع المنتج خلال خمسة عشر يوم، وكذلك يمكن للعميل الدفع عن طريق بطاقات الائتمان والفيزا كارد البنكية أو الدفع عند الإستلام للشحنات لمدوب التوصيل.

4-2- موقع وتطبيق Aliexpress:

يحتوي على كميات هائلة من المنتجات للبيع بالجملة من منتجات غذائية وأجهزة كهربائية وإلكترونية وأدوات التجميل. يقدم خدمات الدفع الإلكتروني عبر باي بال أو فيزا كارد مع إمكانية الدفع عند الاستلام للشحنة على أن يتكفل المشتري بعملية الشحن.

¹ - أنظر الرابط، <https://alsharqis.com/%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82%D8%A7%D8%AA> ، بتاريخ

4-3 - موقع وتطبيق Ach Ago :

يعتبر من أشهر التطبيقات والمواقع الإلكترونية للتسوق في الجزائر، حيث يقدم تشكيلة متنوعة من المنتجات للتسوق. يدعم الموقع عدد من اللغات من بينهم اللغة العربية والفرنسية ويشتهر بسرعة شحن المنتجات والبضائع خلال بضع ساعات أو أيام بسيطة بتكاليف منخفضة للغاية¹.

4-4 - موقع وتطبيق Namchi :

يتميز موقع نمشي عن غيره من متاجر التجارة الإلكترونية، وخاصةً في مجال الملابس والأزياء. يوفر هذا التخصص وقتاً ثميناً للعملاء في البحث عن ما يحتاجونه. يقدم موقع نمشي جميع الخدمات المتعلقة بالملابس دون تحيز تجاه أي فئة، سواءاً للنساء أو الرجال أو الأطفال. يمكن أيضاً حفظ المنتجات التي ترغب فيها في قائمة المفضلة الخاصة بعضويتك، والتي تتيح لك إمكانية العودة بسهولة إلى تلك المنتجات في وقت لاحق للإطلاع على تفاصيلها، مثل المقاسات والألوان المتوفرة، قبل الشراء².

4-5 - موقع وتطبيق Jamaloon :

هو تطبيق وموقع إلكتروني عبر شبكات الإتصال الإنترنت، يحتوي على أكبر عدد وكم من الكتب في الشرق الأوسط كما أن الموقع يحتوي على أكثر من 10 مليون كتاب

¹ - أنظر الرابط، <https://www.fekera.com/182510/%d8%a3%d9%81%d8%b6%d9%84-> ، بتاريخ 30-04-2023، بتوقيت 13:25.

² - Mostafa H Mohamed، شرح تطبيق نمشي Namchi للتسوق بالتفصيل والصور ، مسترجع بتاريخ 19-02-2023، أنظر

الرابط، <https://www.programs-gulf.com/%D8%AA%D8%AD%D9%85%D9%8A%D9%84-%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82-%D9%86%D9%85%D8%B4%D9%8A-namshi-%D9%84%D9%84%D8%B4%D8%B1%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%84%D8%A7%D8%A8%D8%B3-%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%A3> اطلع عليه بتاريخ 2023/04/30، بتوقيت 14:38 زوالا.

باللغة العربية واللغة الإنجليزية للكثير من الأشخاص والمستخدمين ومن محبي القراءة والإطلاع على ثقافات كثيرة ومختلفة.¹

- تطرقنا في الفقرات السابقة من الفصل الثاني إلى مفاهيم مهمة في مجال التسويق، بما في ذلك التسويق والتسويق الإلكتروني، الترويج والترجمتين الترويجية والتسويقية. ومن خلال النظر إلى الترجمة الترويجية والترجمة التسويقية، يمكن القول أنهما عنصران أساسيان في عملية التسويق، وبالنظر إلى هذه المفاهيم المهمة، يمكن القول بأن التسويق والترويج والترجمة التجارية والتسويقية عناصر أساسية في عملية البيع والتسويق، وتسعى لتحسين فرص النجاح في الأسواق المحلية والدولية وحتى الإلكترونية.

¹- أنظر الرابط، <https://www.fekera.com/182510>، اطلع عليه بتاريخ 2023/01/30، بتوقيت 14:46 زوالاً.

الفصل التطبيقي

ترجمة محادثات على اكسبرس
الترويجية

المبحث الأول: تطبيق Aliexpress

إن استخدام الجميع المتزايد للإنترنت بات ملحوظا في الآونة الأخيرة، حيث أصبح الكثير من المستهلكين يتسوقون عبر الإنترنت وهم في حالة بحث مستمرة عن منتجات جديدة وأسعار أفضل مما أدى إلى ظهور تجارة ضخمة جديدة وهي التجارة الإلكترونية العالمية حيث تسمح للمتسوقين بتقرب الصفقات التجارية الإلكترونية داخل وخارج حدود دولهم، وبينما أصبحت الصين رائدة في مجال التصنيع حول العالم ظهر علي اكسبرس ليوفر للمستهلكين فرصة الشراء مباشرة من مصدر المنتج وجذبهم بأفضل الأسعار.¹

1- ما هو تطبيق Aliexpress :

يعتبر موقع ألي اكسبريس من أحد المتاجر الإلكترونية التي اشتهرت في الآونة الأخيرة، هو موقع صيني خاص بالتسوق عبر الإنترنت ومتخصص ببيع مختلف المنتجات. تم إطلاقه عن طريق مجموعة علي بابا في عام 2010 كمنصة للشركات الصينية للبيع للأجانب.

مجموعة علي اكسبريس مقرها في هانغتشو، شركة ضخمة للتجارة الإلكترونية بالصين حيث تهيمن على السوق الإلكتروني المحلي بعروضها المستمرة مثل Taobao و Tmal تم إنشاء موقع ألي اكسبريس من قبل رجل الأعمال الصيني "جاكما" الذي يعتبر من أنجح رجال العالم في الصين والذي كان له إرادة قوية وحازمة على إخراج نفسه من دائرة الفقر الذي كان يعيش داخلها وبالرغم من مروره بعدة صعوبات إلا ها هو الآن قام بتأسيس العديد

¹ - أنظر الرابط، <https://www.3liexp.com/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D8%AC%D9%8A%D9%84-%D9%81%D9%8A-%D8%B9%D9%84%D9%8A-%D8%A7%D9%83%D8%B3%D8%A8%D8%B1%D8%B3>، اطلع عليه بتاريخ 2022/12/12، بتوقيت 18:11.

من الشركات الناجحة وأكبر نجاحاته هي شركة علي اكسبرس حيث تحولت لعملاق في مجال الدعاية والتجارة الإلكترونية إذ تتنافس E-bay وغيرها من الشركات.

تقوم فكرة الموقع على البيع المباشر إذ لا يوجد هناك وسيط بين البائع والمشتري ومن المثير للاهتمام أن علي اكسبرس لا يسمح للمستهلكين الصينيين بالشراء من المنصة ولا يسمح للأفراد والشركات الأجنبية بفتح مخازن.

2- خطوات التسجيل على Aliexpress:

لنتمكن من التسجيل في ألي اكسبرس قم أولاً بالدخول إلى موقع علي اكسبرس من خلال النقر على الرابط الآتي: <http://ar.aliexpress.com> سيظهر لك موقع ألي اكسبرس باللغة العربية، ستجد أعلى يسار الشاشة رابط خاص بالتسجيل في الموقع قم بالنقر عليه، وستظهر لك قائمة عليها أيقونة بعنوان تسجيل مجاني قم بالنقر عليها¹.

عند النقر على أيقونة التسجيل، ستظهر لك الصفحة التي تتيح لك خيار التسجيل في علي اكسبرس بإحدى الطريقتين:

أولاً- التسجيل عبر حسابك في فيس بوك: كل ما عليك فعله أن تفتح لسان متصفح جديد وتقوم بتسجيل الدخول إلى صفحتك في فيس بوك، ثم بعد ذلك تعود إلى موقع ألي اكسبرس وفي الصفحة التي قمنا بفتحها ستجد بالأعلى أيقونة تسمح لك بالتسجيل عبر فيس بوك، ببساطة قم بالنقر عليها وستفتح لك نافذة منبثقة، ثم بالموافقة على التسجيل في علي اكسبرس عبر فيس بوك، وستكون قد أنهيت التسجيل وستتمكن بشكل دائم من الولوج لألي اكسبرس عبر حساب فيس بوك الخاص بك².

¹ - النرجع السابق.

² - المرجع نفسه.

ثانياً- التسجيل عبر الإيميل: وهي الطريقة الكلاسيكية في التسجيل في ألي اكسبرس وفيها بكل بساطة سنقوم بوضع البريد الإلكتروني الخاص بنا وبياناتنا الخاصة المطلوبة، إسم المستخدم الأول وكنية المستخدم، وكلمة المرور التي نرغب بها، ونقوم بتأكيد كود التحقق، ثم نقوم بالموافقة على شروط التسجيل ونضغط على تسجيل حساب جديد.

كما هو واضح في الشرح فإن التسجيل في ألي اكسبرس أمر بسيط للغاية، ويمكن لأي مستخدم عادي للإنترنت أن يقوم بكل بساطة بالتسجيل في الموقع، وتجربة متعة التسوق في هذا الموقع الرائع.¹

3- خدمة Buyer Protecto في Aliexpress:

خدمة حماية المشتري Buyer Protection ، باختصار تتمثل في إرسال ثمن المنتج إلى موقع ألي إكسبريس، سواءً عن طريق حوالة بنكية أو عن طريق ويسترن يونيون. وبعد أن تستلم منتجك بالموصفات والشكل المطلوب وتؤكد ذلك عبر الموقع، يقوم الموقع بتحرير الثمن إلى البائع. وتسري هذه الخدمة عند الشراء من بائع صيني فقط أما البائعين من جنسيات أخرى فلا تسري عليهم، وتعود هذه الميزة في الأصل إلى موقع علي بابا الذي يعمل بطريقة التجارة بين الشركات. وللتمتع بهذه الميزة لا يجب عليك عمل أي شيء مختلف، لكن يتم تطبيقها في جميع الأحوال عند الدفع عن طريق البطاقات، أو التحويل عن طريق البنك، أو ويسترن يونيون.²

4- مزايا Aliexpress:

¹ - أنظر الرابط، <https://www.3liexp.com/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D8%AC%D9%8A%D9%84-%D9%81%D9%8A-%D8%B9%D9%84%D9%8A-%D8%A7%D9%83%D8%B3%D8%A8%D8%B1%D8%B3>

اطلع عليه بتاريخ 2022/12/12، بتوقيت 18:11.

² - مصطفى حسين، كيفية التسوق عبر علي اكسبرس من البداية حتى الاستلام، مسترجع بتاريخ 2022/10/16، أنظر الرابط، <https://e-tejara.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9>

اطلع عليه بتاريخ 2022/12/20، بتوقيت 11:30.

4-1- المزايا:

- حمايتك كمشتري: يوفر علي اكسبرس خدمة رائعة وتعرف بالانجليزية Buyer Protection أي حماية المشتري، وبعد شرائك لأي منتج يتكون مع عملية الشراء فترة إسمها فترة حماية المشتري وعادة تكون لمدة 60 يوم من تاريخ الشراء ويمكن تمديدها من خلال طلب ذلك من البائع في حال تأخر المنتج في الوصول إليك بسبب ضعف خدمات التوصيل أو الخدمات اللوجستية في بلدك، وتكون هاته الفترة سارية المفعول مع كل عملية شراء وخلال هذه الفترة في حال لم يصلك المنتج أو وصلك ووجدت فيه عيب ما يمكنك المطالبة بإعادة ثمنه إليك سواء ثمنه الكامل أو إعادة المبلغ جزئي من الأمن من خلال فتح شيء يعرف بالمنازعة Dispute.¹

- نقاط المكافأة وقوة عضويتك في الموقع: يشجع ألي اكسبرس على الشراء وكلما اشتريت أكثر أصبح لديك نقاط المكافأة تعرف ب Reward points وعند تسجيلك لأول مرة في الموقع تكون قوة عضويتك بناء على نقاط المكافأة AO وبعد قيامك بعمليات شراء عديدة فإن هذه القوة قد تصل إلى A4 والتي تتطلب أن يكون لديك 2000 نقطة مكافأة.

- الأسعار المنخفضة: يتميز موقع ألي اكسبرس بالأسعار المنخفضة وخصوصا بالنسبة إلى المنتجات الصينية التي يتم بيعها من خلال هذا الموقع وهذا الأمر يجعل موقع ألي اكسبرس من المواقع المفضلة في التسوق.²

- الدفع: تعتبر طرق الدفع من خلال هذا الموقع من الأمور الجيدة إذا تم مقارنتها بطرق الدفع في مواقع التسوق الإلكتروني الأخرى في مكانة قد تدفع بالطرق التقليدية، أو من خلال التحويل البنكي أو عن طريق خدمات مقدمة من الشركة الأم.

¹ - انظر الرابط، <https://www.lamhaat.com/?app=article.show> ، اطلع عليه بتاريخ 2023/01/13، بتوقيت 16:52.

² - المرجع نفسه.

- تطبيق هاتفي مميز ومجاني ويمكن للمستخدم إتمام عملية التسوق بشكل كامل وآمن من خلاله.¹

4-2- العيوب:

- الجودة: هناك بعض الإحتمالات الكبيرة بأن تكون بعض الأنواع من المنتجات التي يتم بيعها من خلال هذا الموقع يوجد بها تقليد أو لا تطابق المواصفات لهذه السلع، أو من الممكن أم تكون لم تمر باختبارات السلامة الموثوق بها، بالعكس من المواقع الأخرى التي تقوم بتسويق المنتجات ومثله مثل غيره من المواقع قد تتخدع في جودة ومواصفات المنتج المطلوب.

- الشحن: تعتبر مدة الشحن العادية في هذا الموقع طويلة جدا، والتي تصل إلى أكثر من شهر، حتى تصل الشحنة إلى المشتري ولكن حتى نحصل على الشحن السريع عن الضرر الذي دفع التكاليف الإضافية، وهذا الأمر الذي تمكنت المواقع الأخرى من التغلب عليه. ولا يسمح علي اكسبرس بالشحن لكل بلدان العالم ولكن تستطيع حل الأمر بالإستعانة بأحد المندوبين أو شركات الشحن.

- سياسة استرجاع المنتجات في الموقع ضعيفة بعض الشيء حيث لا يضمن الموقع استرجاع البضاعة إلا إذا كانت معيبة فقط، ولا يضمن الحصول على المنتج كما هو معلن عنه تماما إلا بعد دفع تكلفة إضافية لبرنامج Buyer Protector.²

¹- انظر الرابط، <https://www.lamhaat.com/?app=article.show> ، اطلع عليه بتاريخ 2023/01/13، بتوقيت 16:52.

²- أنظر الرابط، <https://www.ts3a.com/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D8%A7%D8%A1-%D9%85%D9%86-%D8%B9%D9%84%D9%8A-%D8%A5%D9%83%D8%B3%D8%A8%D8%B1%D9%8A%D8%B3-aliexpress>، اطلع عليه بتاريخ 2023/01/13،

بتوقيت 17:15.

5- اتجاهات الزبائن في الجزائر Aliexpress:**5-1- Aliexpress وسيلة تسهل التسوق والتسويق:**

توجد دراية أو علم بالتسوق عبر موقع علي اكسبرس لدى الزبون الجزائري فهو لديه تراكم معرفي حول هذا الموقع الذي يراه بأنه وسيلة سهلة للتسوق الإلكتروني لأنه موقع يتميز بسهولة القيام بالتسوق، وسيلة سهلة لجذب الزبائن، تزايد عدد المستخدمين وسهولة الترويج للمنتجات هي ما تجعله سبيلا سهلا للتسويق. إضافة إلى أن معظمهم اتفق على أن التسويق عبر علي اكسبرس يسهل عملية الشراء دون جهد لما يوفره من معلومات ومنتجات بطريقة مختصرة قادرة على إقناعهم من خلال المزايا والمنافع التي تتحقق بمجرد امتلاكها، كما نجد أنه لا يتطلب الكثير من الجهد وبالتالي لا يصعب عليهم.

5-2- منتجات ذات جودة و أسعار في متناول الجميع:

يلجأ معظم المتسوقين إلى المواقع الإلكترونية للشراء منها في حالة ما لم يكن المنتج المراد إقتنائه موجود في السوق المحلية وأحيانا ما تتوفر المنتجات، وأن أغلبيتهم يجدون أن علي اكسبرس يوفر منتجات ذات جودة عالية وذلك نظرا لانفتاح التجار فيه على السوق العالمية إضافة إلى نوعية المنتجات والماركات ذات جودة رفيعة وأقل سعرا لكن تبقى هناك نسبة منها لا تختلف أسعارها مقارنة بالسوق المحلية.

5-3- تأثير الأقلية:

أغلبية الأفراد معجبون بفكرة التسويق الإلكتروني عبر علي اكسبرس بينما الأقلية منحازون في تفكيرهم بين كونهم معجبون بالفكرة ولكن في نفس الوقت تراودهم شكوك ولهم أسباب شخصية كانهدام الثقة ورؤيتهم بأن الأسعار جد مرتفعة بالسوق المحلية، وأن هناك آثار سلبية للتسويق الإلكتروني إذ يرون أن الخوف من عدم استلام الطلبية أو استلامها

ناقصة أو ليس كما هي عليه في الصورة الترويجية لها يعود بالسلب على التسويق وعدم الثقة في جودة المنتجات والتشكيك بمصداقيتها والخوف من تعرض الحساب إلى السرقة أو الاختراق أو ضياع المنتج المقتنى، ففي بعض المرات تضيع الطلبية إما قبل وصولها أو يتم حجزها من طرف الجمارك وهذا ما يعاني منه أغلبيتهم.

لدى الزبون الجزائري مشاعر إيجابية نحو التسوق من موقع علي اكسبرس لأنه يفضله وتعجبه الأسعار إضافة إلى خدمة العملاء في الموقع وهو على دراية بكل الخدمات والمعاملة وطرق الشراء وحتى الشحن والحجوزات التي تقوم بها الجمارك للمنتجات، كل هذا ولم يجعل له عائقا أو مشكلا في اختيار هذا الموقع وتفضيله من ضمن ملايين المواقع الإلكترونية الأخرى.

6- اللغة والترجمة في Aliexpress:

6-1- اللغة:

بالنسبة إلى اللغة في "علي اكسبرس"، معظم التجار الموجودين في هذا الموقع الضخم صينيون كون الموقع من أساسه صيني الأصل فلا يتقنون جميع اللغات ولا فصيحوا الفصاحة في اللغة الإنجليزية مما يجعلهم يقعون في أخطاء تترك المستهلك وتوقعه في حالة إختيار لفهم المعنى المقصود به، على سبيل المثال هناك أناس متقنون للغة الإنجليزية كبعض العينات التي تصادفنا معها أثناء عملية البحث فهناك من يحترف اللغة، وهناك أساتذة وهناك من تحصل على الدكتوراه في هذا التخصص مما جعلهم قادرين على فهم وتصحيح الخطأ تلقائيا أثناء ترجمتهم لنا للمحادثات ومعظمهم يلجأ للترجمة غير المباشرة، ترجمة المعنى واستخدام آليات تضيفي جمالية للنص وهناك من لغته متوسطة وهناك الرديئة إذ احتاجوا إلى مساعدة صديق أو قاموس أو حتى الإعتماد على الآلة في ترجمة بعض المصطلحات.

6-2- الترجمة:

يوفر الموقع ترجمة أوتوماتيكية بمختلف اللغات من أجل تسهيل عملية الفهم للمستهلكين كغيره من المواقع الأخرى، وإن عملية الترجمة الآلية تستخدم خوارزميات الذكاء الاصطناعي التي تجرد النص من السمات التي تحمل العديد من المعاني الغير المباشرة في النص وبالتالي هناك مستخدمون يلجئون إلى ترجمتهم الخاصة.¹

إستنتاجات:

1- بالإمكان من أي شخص مزدوج اللغة أو متقنا للعديد من اللغات القيام بعملية الترجمة باستخدام آليات وتقنيات معينة على حسب قدرة الفهم المتوفرة عنده، ولكن المتقن للغة نجده متميزا في أسلوبه وطريقة صياغته للرسالة على نحو جيد خال من الغموض وقادرا على فهم الأخطاء التي يقوم بها المرسل وتصحيحها تلقائيا بالرغم من وجود بعض الأخطاء.

2- بالنسبة للمترجمين متوسطوا المستوى أو حتى ضعيفوا المستوى نجدهم ما دائما يواجهون صعوبات في فهم محتوى الرسالة أو الخطاب، فتجدهم يقومون بالأداء الترجمي على نحو مبسط جدا نظرا للفقر المصطلحاتي وعدم إتقانهم الجيد للغة الموجهة لهم، ففي ترجمتهم يمكن أن نجد مجموعة من التقنيات المستعملة كالتعريب وإقتراض الكلمات ونسخها.

¹- أنس الغامدي، التحيز في خوارزميات الترجمة، مسترجع بتاريخ 2021/10/07، أنظر الرابط، <https://www.alwatan.com.sa/article/1088943>، اطلع عليه بتاريخ 2023/04/30، بتوقيت 18:36.

المبحث الثاني: تحليل بعض نماذج المحادثات الترويجية.

بعد التعرف على الموقع الإلكتروني الخاص بالتسويق والتسويق بصفة خاصة سنتطرق في هذه الخطوة إلى مجموعة من المحادثات التي جرت بين الباعة الأجانب المروجين لمنتجاتهم في ألي اكسبرس والمستهلكين أو المتسوقين الجزائريين الذين قاموا بترجمة هاته المحادثات من اللغة العربية إلى اللغة الإنجليزية، ومن ثم تحليل هاته الترجمة اعتمادا على الآليات المقدمة التي تحافظ على نفس المعنى التي تتضمنه من أجل الترويج الصحيح لجذب الزبائن، ورفع نسبة المبيعات وكيف يتعامل المستهلك الجزائري مع الإنجليزية بالتطرق إلى مجموعة من الصعوبات التي واجهها أثناء ترجمته لهاته المحادثات.

1- الجداول:

المحادثة رقم 01:

التعليق	ترجمتها	المحادثة
<p>الشرط الأول عبارة عن جملة إسمية، ترجمة حرفية معنوية، كذلك العبارة المسطرة جاءت في النص الأصل، لغة غير رسمية على عكس اللغة الهدف التي ترجمت بلغة رسمية، استعمل في العبارة for your purchase: تقنية التطبيع الإختياري modulation facultative ونوعه الجزء المقابل الكل، يتمثل في التنوع في الرسالة، وهو ناتج عن النظر في نفس الحقيقة اللغوية من جانب آخر دون إحداث تغيير في معنى الرسالة.</p>	<p>مرحبا يا صديقي، <u>أولا</u> شكرا لك <u>على عملية الشراء.</u></p>	<p>Hello ,dear friend, <u>First of all,</u> thank you <u>for your purchase.</u></p>

- وجود حذف لإحدى علامات الترقيم وهي الفاصلة (،) في اللغة الهدف بعد كلمة (مرحبا) وذلك يعود للإخلاف الموجود في القواعد اللغوية بين اللغة العربية والإنجليزية.

- إضافة لفظة (عملية) في اللغة الهدف.

- إستعمال أسلوب التهذيب في لغة النص الأصلي ويتبن ذلك من خلال إستخدام عبارة (dear friend) وهي عبارة تعبر عن الود والتقدير. أما في النص المترجم استعمل فيها عبارة " مرحبا يا صديقي " وهي عبارة تدل على الترحيب والتحية.

- أسلوب إنشائي من طرف الزبون.

- ترجمة كلمة Purchase هي شراء، واستخدام عملية الشراء تعبر عن المعنى الحقيقي للكلمة.

صاحب الترجمة كان على دراية بأن عملية الشراء تتضمن خطوات مختلفة التي يتم فيها هذا الشراء وهذا ما يحصل في التطبيقات التسويقية التي تجمع (المنتج، الدفع والتسليم).

Correct version : مرحبا بك يا صديقي، أولا شكرا لك على تبضعك. (ترجمتنا).

المحادثة رقم 02:

التعليق	ترجمتها	المحادثة
جملة إسمية ظرفية، ترجمة حرفية. وقد استعملت تقنية التطويع الإلختياري في اللفظة ونوعه الجزء مقابل الكل. your parcel	أحياناً <u>سلعتك</u> تصل مبكراً أو تتأخر، سنشحنها قريباً بقدر المستطاع. نأمل في <u>استلام</u> منتجك (طردك) في أقرب وقت.	Sometimes <u>your parcel</u> may arrive early or be delayed. We will ship it as soon as possible. Hope you can <u>receive</u> your parcel soon.
جملة إنشائية طلبية غرضها التمني، ترجمة حرفية. إستعمال تقنية التكيف لكلمة receive الى استلام		

- ترجمة هذه المحادثة كانت بتقنية الترجمة الحرفية، إذ نلاحظ وجود إختلاف في علامات الترقيم. ففي النص الاصلي تم الفصل بين الجملتين الاولى والثانية بنقطة (.). أما في النص الهدف لقد قام صاحب الترجمة بوضع فاصلة(,) بدل النقطة. إذ أن في اللغة العربية يتم فصل العبارات بالفاصلة وإن وضعت النقطة سيؤدي الى عدم تسلسل الفكرة ووضوح المعنى وتشويش القارئ.

- كلمة "سلعة" لا تعطي المعنى المناسب لكلمة « parcel » في هذه المحادثة.

تعني كلمة « parcel » في مجال التسويق الإلكتروني "شحنة أو طرد" الذي يتم إرساله من المتجر الإلكتروني الى العميل بعد شراء المنتج. أما "سلعة" فتعني منتج أو بضاعة وهي تشير الى أي شيء يتم بيعه وتداوله في السوق.

Correct version: أحيانا قد يصل طردك مبكرا أو يتأخر. (ترجمتنا).

المحادثة رقم 03:

المحادثة	ترجمتها	التعليق
I'm still here checking	لازلت نفيروفي	جملة فعلية- ترجمة معنوية باستعمال اللغة الغير الرسمية في ترجمة المحادثة. إستعمال تقنية الإقتراض اللغوي من اللغة الفرنسية لكلمة "verifier" وتعريبها "نفيروفي".

- الكلمة "نفيروفي" في رسمها اللفظي تشكل إقتراضا من اللغة الفرنسية « vérifier » طرأت عليها قواعد اللهجة العامية الجزائرية، وتعني التحقق من الشيء أي ما زال ذلك الشخص يقوم بعملية المراقبة والتدقيق في شيء ما.

Correct version: لازلت أتحقق. (ترجمتنا).

المحادثة رقم 04:

المحادثة	ترجمتها	التعليق
We will ship your order within (48/72 hours).	سنسحن طلبك بين <u>يومين</u> الى <u>ثلاث ايام</u> .	جملة فعلية، إستعمال تقنية التكافؤ الديناميكي في العبارة (hours72/48) في اللغة الأصل وتحويلها الى العبارة يومين الى ثلاث أيام.
If you have any question, please leave me a message and we will reply to you as soon as possible. Thanks for your patience.	إذا كان لديك اي سؤال اتركه هنا وسنحاول اجابتك في أقرب وقت. شكرا على صبرك.	إستعمال أسلوب الشرط (إذا كان لديك اي سؤال) ترجمة حرفية؛ من أجل الحصول على نص مترجم صحيحا تركيبيا ودلاليا وذلك باستبدال كل عنصر من الأصل بما يقابله في النص الهدف.

في المحادثة الأولى:

- ترجمت هاته الجملة باستخدام تقنية التكافؤ الديناميكي المقرون بالنظرية التواصلية المدرجة في صف النظريات السوسiolسانية Sociolinguistic theories وذلك لإختلاف الثقافات بين اللغة الأصل واللغة الهدف مع المحافظة على المعنى الحقيقي للرسالة اللغوية.

في المحادثة الثانية:

- نلاحظ إختلاف في علامات الترقيم بين النص الأصل والهدف، كون المحادثة بدأت بأسلوب الشرط وهذا راجع لاختلاف القواعد النحوية والصرفية وحتى قواعد الترقيم.

- في جملة أسلوب الشرط في اللغة الإنجليزية يعتبر وضع الفاصلة(،) شرط أساسي بين جملة الشرط وجملة جواب الشرط لأنه يساعد على تفسير المعنى بشكل أكثر وضوحا ويجعل الجملة أكثر سهولة في القراءة والفهم. أما في اللغة العربية لا يتم حذف الفاصلة وذلك كون اللغة تعتمد على قواعد النحو والصرف بشكل عام.

المحادثة رقم 05:

التعليق	ترجمتها	المحادثة
<p>جملة إسمية- ترجمة معنوية. Pcs مختصر لفظة "قطعة" في اللغة الهدف. ترجمت double check ب "أعيد النظر" وذلك باستعمال تقنية التكافؤ حفاظا على المعنى.</p>	<p>من اجل 100 <u>قطعة</u> يجب ان <u>اعيد النظر</u> الى سعر التوصيل.</p>	<p>For 100 <u>pcs</u> I need <u>double check</u> chipping cost.</p>

- معاني الكلمات تختلف ترجمتها باختلاف السياق المستخدم فيها، فكلمة « pcs » يمكن أن تعني العديد من الأشياء، وفي هذا السياق تشير هاته الكلمة إلى « pieces » وهو مختصر يستخدم في الشحن والتوصيل للإشارة إلى عدد القطع الموجودة في الشحنة. يمكننا القول أن صاحب الترجمة وفق في إيجاد المكافئ الصحيح للمختصر.

- لفت انتباهنا استخدام كلمة « chipping » من قبل صاحب الرسالة والتي تعني "المساهمة والمشاركة في شيء ما"، يمكن اعتبار توظيفه لهاته الكلمة خطأ مطبعيا Typographical error بدلا من كلمة « Shipping » في حين قام صاحب الترجمة بفهم الخطأ الواقع وترجمة الكلمة ترجمة صحيحة وإعطاء مكافئ مناسب لها.

المحادثة رقم 06:

التعليق	ترجمتها	المحادثة
<p>جملة إسمية خبرية تفيد الاعتذار إستعمال لفظة "المنتج" بدلا من كلمة "غرض" وهي المكافئ الأنسب في اللغة الهدف مما نتج عنه إخلال في المعنى الحقيقي نوعا ما.</p> <p>ترجمة حرفية - استعمال لفظة « please » في اللغة الأصل والتي تعني أرجوك ب"لكن" والتي ترجمتها « but » إذ أن كلمة « please » تفيد الترجي أما " لكن " تفيد الإستدراك مما أدى الى التخفيف من حدة معنى الجملة, كان من الممكن استعمال العبارة "من فضلك" وهي الأكثر رقي وانسجام في أسلوب اللغة العربية .</p>	<p>انا اسف جدا لان <u>المنتج</u> لم يكن مرضيا لك، هذا خطأنا <u>لكن</u> لا تقلق.</p>	<p>I'm so sorry this <u>Item</u> did not satisfy you. This is our mistake. <u>Please</u> do not worry.</p>

<p>أسلوب خبري يفيد الاستفهام. ترجمة حرفية، إخلال في علامة الوقف؟ والتي تفيد الاستفسار بعلامة الوقف النقطة. والتي تعني نهاية الكلام؛ فهنا عدم حسن انسجام وسلامة الأسلوب العربي. تقنية التطويح الغير مبرر، كان بإمكان المترجم في اللغة الهدف استخدام كلمة "انصحنا"، كذلك إغفاله للفظة "من فضلك" المكافئة لكلمة Please؛ فجمالية وانسجام الأسلوب العربي يفرض إضافتها.</p>	<p>هل تفضلت بقبولها. احطنا علما. //</p>	<p>Can you kindly accept it? <u>Please</u> advise us.</p>
---	---	---

في المحادثة الأولى :

- يوجد إختلاف في ترتيب الجمل بين النص الأصلي والنص الهدف. ففي ترجمة النص الأصل استعملت الفاصلة (،) في النص الهدف بدل من النقطة الموجودة في النص الأصل وذلك راجع للإختلاف الموجود في القواعد اللغوية بين اللغتين.
- نلاحظ استخدام تقنية الإبدال النحوي (فعل باسم) في كلمة "Satisfy" ب " مرضيا".

في المحادثة الثانية:

- وقوع خلل في علامة الوقف(؟) والتي تفيد الاستفسار بعلامة الوقف النقطة(.). (والتي تعني نهاية الكلام؛ فهذا عدم حسن انسجام وسلامة الأسلوب العربي مما جعل الجملة تبدو كعبارتين مستقلتين في حين أنها متصلتان بعلامة استفهام وطلب مهذب في اللغة الإنجليزية.

- من الأخطاء المحتملة استخدام المترجم لكلمة " تفضلت" التي تمثل المجاملة في حين أن كلمة "Can" في اللغة الانجليزية أكثر حيادية ولا تعني الإيجار (obligation)، إذ يمكن ترجمة الجملة بشكل أكثر دقة باستخدام عبارة:

Correct version: هل باستطاعتك قبولها؟ (ترجمتنا).

المحادثة رقم 07:

التعليق	ترجمتها	المحادثة
<p>جملة إسمية خبرية تفيد الترجي (من فضلك).</p> <p>ترجمة كلمة apply بـ "اضغط" والتي من المفترض أن تترجم في اللغة العربية بـ "تقديم طلب" ترجمة حرفية، ورغم ذلك فقد نجح المترجم في توصيل المعنى الحقيقي المراد من سياق الكلام وهو الضغط بدلاً من تقديم عدم إيجاد المكافئ المناسب للكلمة a refund وذلك لافتقار الزبون المترجم للرصيد اللغوي.</p>	<p>من فضلك اضغط على <u>refund</u> ونحن سنرتب لك استرجاع الاموال.</p>	<p>Please apply for <u>a refund</u> we will now arrange a refund for you.</p>

- وجود خطأ لغوي في ترجمة كلمة "Apply"، ففي النص الهدف ترجمت بـ "إضغط على" وتعني في اللغة الإنجليزية "Click" على عكس كلمة "Apply" التي تعني "تقديم طلب" وهنا ربما لم يتمكن المترجم من إيجاد المكافئ المناسب للكلمة بسبب افتقاره للرصيد اللغوي.

Correct version: من فضلك قم بتقديم طلبك ونحن سنرتب لاسترجاعك الأموال.

(ترجمتنا).

المحادثة رقم 08:

التعليق	ترجمتها	المحادثة
<p>تقنية الإقتراض لكلمة .Fedex</p> <p>إستعمال أسلوب إعادة الصياغة في الخطاب (reformulation)</p> <p>بحيث أبرز النص الاصيلي بأسلوب مختلف تماما مع مراعاة معنى النص الأصلي هذا ما يسمى بالتغيير الجوهري في إعادة الصياغة Substantial phrasing change شريطة وفاء المترجم للمعنى المقصود من العبارة وحرصه على نقله إلى اللغة الهدف على أتم وجه.</p>	<p>البائع هنا يشرح لي بأنهم تلقوا رد من شركة <u>فيدكس</u> الجزائر بان هذه الاخيرة لديها مشكل مع جهاز فحص بالأشعة والطرود ستتأخر.</p>	<p>Dear, we have received a notice from <u>Fedex</u> in Algeria that there is Something wrong with the scanner at the airport. So the package cannot be scanned which leads to the delay. We will follow up you package for you. Please be patient. Thank you.</p>

- قام المترجم باستخدام تقنية الترجمة الغير مباشرة " إعادة الصياغة" اذ عبر عن المحادثة بطريقة مختلفة تماما حالها كحال بعض التعابير والأمثال التي لا توجد لها مكافئات مباشرة في لغات اخرى.
- قام أيضا بالإستغناء عن بعض التفاصيل وحذفها تماما من اللغة الانجليزية " We will follow up you package for you. Please be patient. Thank you، وإضافة كلمات غير موجودة إلى النص الهدف في عملية إعادة الصياغة.
- فقد المترجم بعض اللباقة والاحترام في الأسلوب باستغناؤه عن كلمات مثل: Dear, please, thank you.

المحادثة رقم 09:

التعليق	ترجمتها	المحادثة
<p>إستعمال أسلوب الحذف لكلمة واحدة *friend* فالغاية من الحذف هنا هو التخفيف وعدم التكرار (الإطناب) مع وجود عامل اختلاف المجتمعات والثقافات الغربية مع نظيرتها العربية.</p> <p>أسلوب التقديم والتأخير، وذلك تمثلا لخصوصيات التركيب العربي السليم.</p>	<p><u>عزيزي</u>، هل يمكنك ارسال شريط فيديو يتضمن صورة المنتج الذي لا يعمل.</p>	<p>Dear friend, can you take a video of the product not working and send it to me.</p>
<p>ترجمة ذات مقروئية ومقبولية لدى القارئ في الثقافة العربية، بلغة سليمة وأسلوب سلس بغية إحداث نفس الأثر الذي خلفه النص الأصلي لدى المرسل الأصلي، مع ضمان نقل مقاصده، لهذا إستعمل المترجم أسلوب الإضافة قصد الشرح</p>	<p>نحن <u>القائمون على تسيير شؤون المتجر</u> كما اننا مسؤولون على رضى كافة <u>زيائننا</u>.</p>	<p>We are responsible for the <u>store</u> and will be responsible for our <u>buyers</u>.</p>

<p>الصحيح للعبارة.</p> <p>buyers فيما يخص لفظة</p> <p>كان بإمكان المترجم تحويلها</p> <p>إلى كلمة المشتريين لكنه</p> <p>استحب كلمة زبائن وهي</p> <p>المصطلح الأنسب في عالم</p> <p>التجارة.</p>		
---	--	--

المحادثة رقم 10:

التعليق	ترجمتها	المحادثة
كانت الترجمة نوعا ما مبهمة وغير مفهومة في اللغة العربية (الهدف) لإستعمال المترجم مفردات غير مكافئة للغة الأصل في العبارة المسطر تحتها، مع اختزال كلمة طرد في اللغة الهدف، مع توفيق المترجم في فهم اللفظة الأجنبية dats من سياق كلام المرسل وإيجاد المكافئ المناسب أياما.	" صديق، تأكد أن الطرد قد أرسل، سوف أحقق من مكانه تحديدا، لا تقلق، إنتظر أياما إضافية قليلة"	Check that the package has been sent I'm going to track down the whereabouts of the package Do not worry Wait a few dats

- إختلاف في الأسلوب بين اللغتين، إذ أضيفت كلمة "صديق" في النص الهدف بالرغم من عدم وجودها في النص الأصل وذلك راجع لإظهار المترجم لطافته ووده مع البائع.

- وجود خطأ مطبعي في النص الأصل في كلمة "dats" عوض « days »
Typographical error، إذ تمكن المترجم من فهمها وترجمتها ترجمة صحيحة.

- لم يعطي المترجم المكافئ الصحيح لكلمة "track" والتي تعني "تتبع" أو "تعقب" في حين أن كلمة "أتحقق" يقابلها في اللغة الانجليزية "Check".

Correct version: تأكد أن الطرد قد أرسل، سأقوم بتتبع مكانه. لا داعي للقلق، انتظر

بضعة أيام. (ترجمتنا).

خاتمة

تصنف الترجمة كأحد الأدوات الأساسية في عمليات التسويق، حيث تساعد في توصيل رسائل التسويق وإيصالها بشكل صحيح وفعال للعملاء المحتملين. وتعتبر التطبيقات التسويقية مثل Aliexpress منصات رئيسية لتبادل المعلومات والتواصل مع العملاء، وتتطلب وضعية ترجمة جيدة للغاية لتحقيق النجاح في هذه العملية. تم اختيار تطبيق Aliexpress لأنه يعد واحدًا من أشهر التطبيقات التسويقية في العالم، ويتميز بتوفير منصة تفاعلية للتواصل مع العملاء المحتملين من مختلف البلدان والثقافات. وبالتالي، يتطلب التطبيق ترجمة دقيقة وفعالة للغاية لضمان فهم الرسائل التسويقية بشكل صحيح أظهرت النتائج أن وضعية الترجمة في محادثات الترويج عبر تطبيق Aliexpress كانت جيدة بشكل عام، حيث تم استخدام تقنيات الترجمة الآلية والترجمة البشرية لتحقيق دقة عالية في الترجمة. وأوضح العملاء أنهم استطاعوا فهم رسائل التسويق بشكل صحيح، وتمكنوا من الاستفادة من العروض الترويجية بشكل كامل. وبناءً على النتائج، يمكننا القول :

أولاً: لا يمكن لأي شخص أن يقوم بعملية الترجمة بشكل فعال حتى ولو كان مزدوج اللغة. يجب أن يكون لديه معرفة جيدة باللغات المستهدفة والثقافات المختلفة، بالإضافة إلى مهارات الترجمة والتفاوض والتواصل الفعال. علاوة على ذلك، قد تتطلب بعض التطبيقات التسويقية ترجمة مصطلحات تقنية أو صناعية متخصصة، مما يتطلب معرفة خاصة بالمجال. لذلك، يجب الاعتماد على مترجمين محترفين لضمان دقة الترجمة وفعاليتها في التسويق.

ثانياً: تعتبر الترجمة من العوامل المهمة في نشر الوعي التسويقي لدى المستهلك، حيث تساعد على توصيل المعلومات والرسائل الإعلانية بشكل فعال ودقيق للجمهور المستهدف. كما أنها تسهل عملية التواصل بين البائع والزبون، مما يجعل العملية التسويقية أكثر سهولة وفعالية .

ومع ذلك، يجب الإنتباه إلى أن جودة الترجمة تؤثر بشكل كبير على نجاح العملية التسويقية، حيث إذا كانت الترجمة غير دقيقة أو غير مفهومة فقد تؤدي إلى سوء فهم الرسالة أو إحداث انطباع سلبي لدى المستهلك، لذلك يجب الحرص على استخدام خدمات الترجمة المحترفة والتأكد من جودة الترجمة قبل نشرها للجمهور المستهدف.

ثالثاً: تواجه المترجم صعوبات عدة في ترجمة المحادثات الترويجية، ومن أهم هذه الصعوبات:

1- اللغة الإعلانية: تختلف لغة الإعلان عن لغة الحوار اليومي، وتحتوي على عبارات وجمل مختلفة ومتخصصة، مما يتطلب من المترجم الإطلاع على مصطلحات التسويق والإعلان .

2- الأسلوب الإعلاني: يتميز الأسلوب الإعلاني بالإيحاء والتشويق والإثارة، مما يتطلب من المترجم الحرص على ترجمة هذه العبارات بشكل يحافظ على جاذبية الإعلان.

3- التعبيرات الثقافية: قد تحتوي المحادثات الترويجية على تعبيرات ثقافية محلية، مما يتطلب من المترجم الإطلاع على هذه التعبيرات وترجمتها بشكل صحيح.

4- الفروق الثقافية: يجب على المترجم أخذ الفروق الثقافية بعين الإعتبار، وترجمة المحادثات الترويجية بشكل يحترم الثقافة والعادات والتقاليد للجمهور المستهدف.

وأخيراً وأهم شيء وكإجابة على الإشكالية الرئيسية نقول بأن ترجمة المحادثات الترويجية عبر التطبيقات التسويقية تعتبر أمراً حيوياً في عالم التسويق الإلكتروني، حيث يتم استخدام الترجمة للتواصل مع الزبائن الذين يتحدثون لغات مختلفة. وفيما يتعلق بتطبيق Aliexpress فإن الترجمة تلعب دوراً حاسماً في تسهيل التواصل بين البائعين والمشتريين من مختلف دول العالم. ومع ذلك، فإن جودة الترجمة في المحادثات الترويجية عبر تطبيق

Aliexpress قد تختلف بشكل كبير، وذلك يعتمد على اللغات المستخدمة والمترجمين المشاركين في هذه العملية. وقد يؤدي استخدام ترجمة غير دقيقة إلى سوء فهم المحتوى والإحساس بالإرتباك وعدم الثقة في البائعين، مما قد يؤدي إلى تأثير سلبي على سمعة التطبيق وثقة المستخدمين به. وبشكل عام، فإن وضعية الترجمة في المحادثات الترويجية عبر التطبيقات التسويقية تتطلب الإهتمام بالعديد من العوامل المؤثرة في جودة الترجمة، مثل مهارات المترجمين والتقنيات المستخدمة والاستجابة السريعة لأي أخطاء في الترجمة. ويجب أن تكون الشركات المسؤولة عن هذه الترجمات حريصة على توفير ترجمة دقيقة ومناسبة للمحتوى لتحسين تجربة المستخدم والحفاظ على سمعة التطبيق.

تواجه الشركات تحديات في وضعية الترجمة في المحادثات الترويجية عبر تطبيق Aliexpress، ولذلك يجب عليها إتخاذ بعض الحلول لتحسين جودة الترجمة وتحسين تجربة المستخدمين وزيادة المبيعات. ومن بين الحلول التي يمكن اتخاذها:

- **توظيف مترجمين محترفين:** يمكن للشركات توظيف مترجمين محترفين لترجمة المحادثات الترويجية عبر تطبيق Aliexpress بشكل صحيح وفعال. ويجب على المترجمين أن يكونوا ملمين بالمصطلحات التسويقية والتعبيرات الإعلانية لتحقيق أفضل النتائج.

- **توفير تدريبات للمترجمين:** يجب على الشركات توفير تدريبات للمترجمين على ترجمة المحادثات الترويجية بشكل صحيح وفعال. ويمكن أن تشمل هذه التدريبات تعلم المصطلحات التسويقية والتعبيرات الإعلانية وتحسين جودة الترجمة.

- **تحسين جودة الترجمة:** يجب على الشركات العمل على تحسين جودة الترجمة وتحديثها بشكل دوري. ويمكن أن تشمل هذه الخطوة تحسين الأدوات المستخدمة في الترجمة وتحسين جودة الترجمة الآلية.

- توفير خدمة الدعم الفني: يجب على الشركات توفير خدمة الدعم الفني للعملاء الذين يواجهون مشاكل في الترجمة. ويمكن أن تشمل هذه الخدمة توفير مترجمين محترفين للمساعدة في الترجمة وتحسين جودة الترجمة.


وبالتالي فإن وضعية الترجمة تعتبر أمرا حيويا لجذب المزيد من العملاء وتحسين تجربتهم في التسوق مع التأكد من جودتها ودقتها لتجنب الوقوع في أي سوء فهم أو إرتباك في التواصل.

و في آخر المطاف نرجوا من الله أن يكون موضوعنا قد استوفى جميع الشروط و المعلومات الكافية و أن يكون العمل مقبولا يرضي اللجنة الموقرة، و أن يكون بحثنا هذا مرجعا للباحثين المهتمين بهذا المجال.

الملاحق

Create a New Account

Already a Member? [Sign in](#)

 Sign up using Facebook

Or sign up for an account using your email address.

Email address:

This will be your sign in email address.

Name:

<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------

Create password:

Confirm your password:

Enter the code below



[Refresh the code](#)

I agree to the AliExpress.com Free Membership Agreement. [View Agreement](#)

Create Your Account

تسجيل دخول | انضم
AliExpress الخاص بي

قائمة الرغبات

سلة



في كل الفئات

أنا التسوق لأجل...

الأصناف

مرحبا بعودتك, ahmad

تسجيل دخول

تسجيل للدخول مع 

لماذا؟

تسجيل مجاني

AliExpress الخاص بي

الطلبات العالمة

مركز الرسائل

قوائم المفضلة

قائمة المتابعات المتصلة

مفاتيح

نقطة

حسابي Alipay

Automobiles & Motorcycles

- Car Electronics
- Lights & Indicators
- Exterior Accessories
- Interior Accessories
- Tools & Equipment
- Replacement Parts
- Transporting & Storage
- Motorbike Accessories & Parts

Computers & Networking

- Laptops
- Tablet PCs
- Desktops
- Networking
- Computer Components
- Computer Peripherals

Baby Products

- Activity & Gear
- Baby Care
- Baby Shoes
- Baby Clothing
- Bedding
- Feeding
- Safety
- Baby Toys

Consumer Electronics

- Camera & Photo
- Electronic Cigarettes
- Home Audio & Video Equipment
- Portable Audio & Video
- Mobile Phones
- Gaming & Accessories
- Car Electronics
- Accessories & Parts

Skin Care

 More...



Saad



I mean a personal translation



This one is the second one



هل تريد ان تغير اسم المستلم؟
الشحنة ستأخذ بعض الوقت لاعادة
معالجة طلبك، حسنا؟

← Saad replied to himself

هل تريد ان تغير اسم المستلم؟
الشحنة ستأخذ بعض الوقت لاعادة
معالجة طلبك، حسنا؟



I hope this is what u mean

Excellent

That's what i want

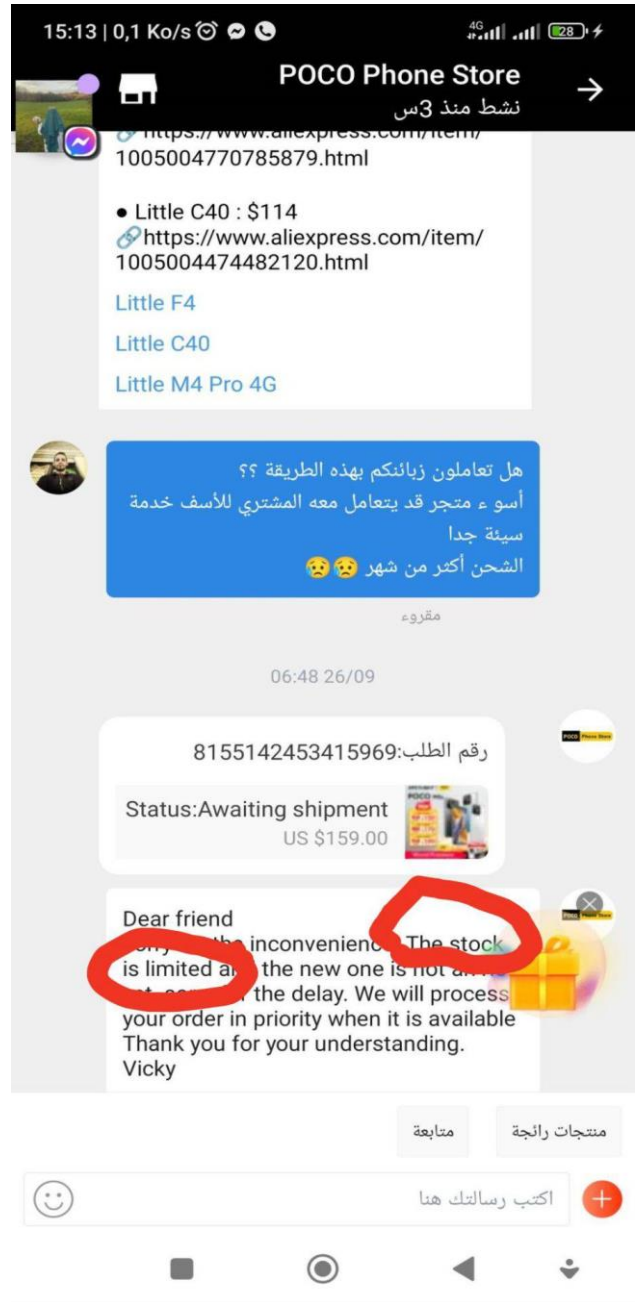
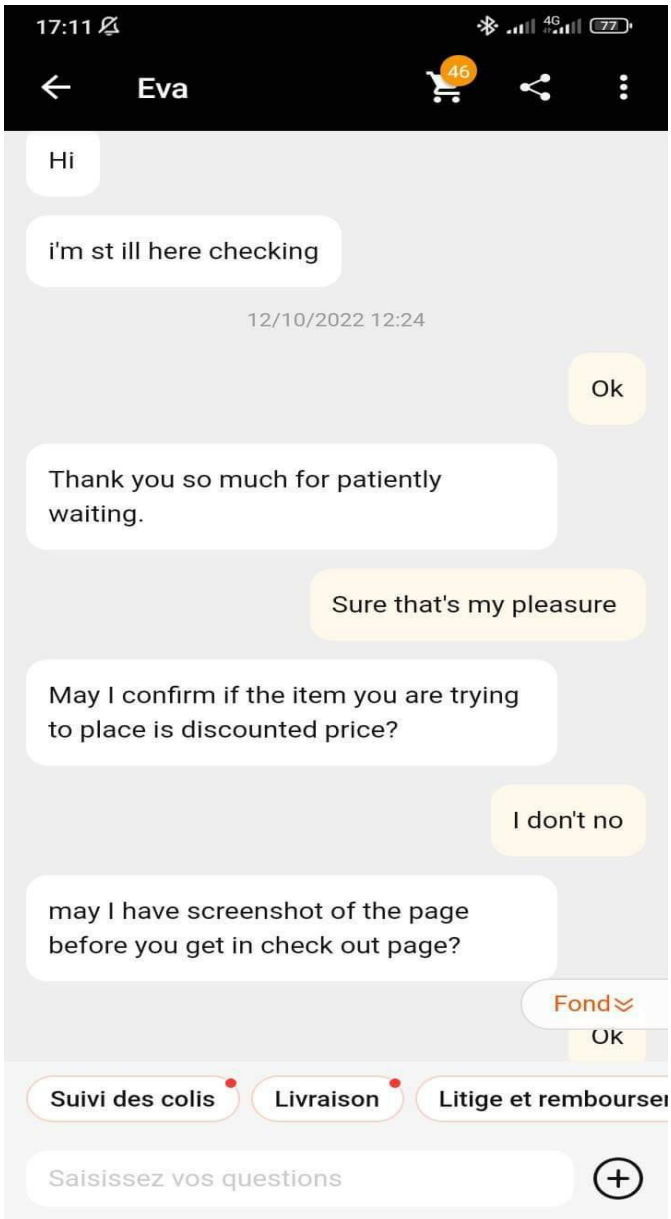


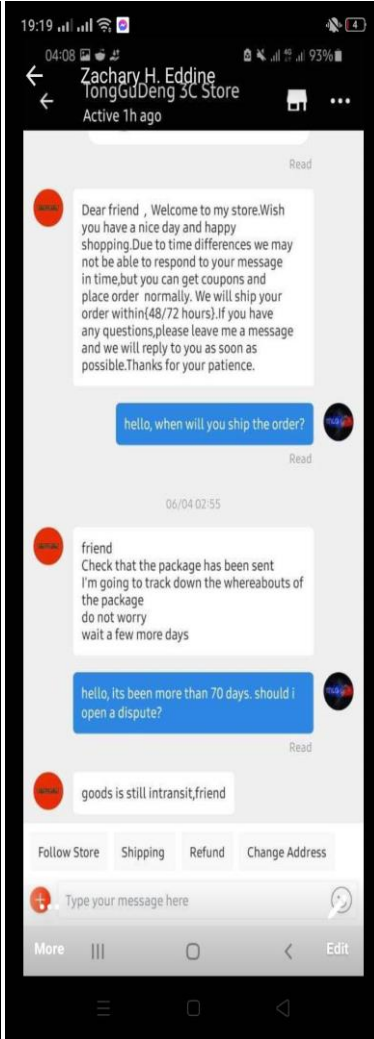
Could u do the same to the



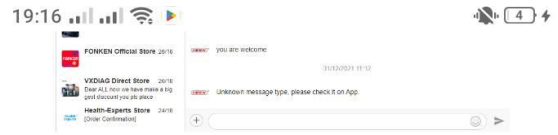
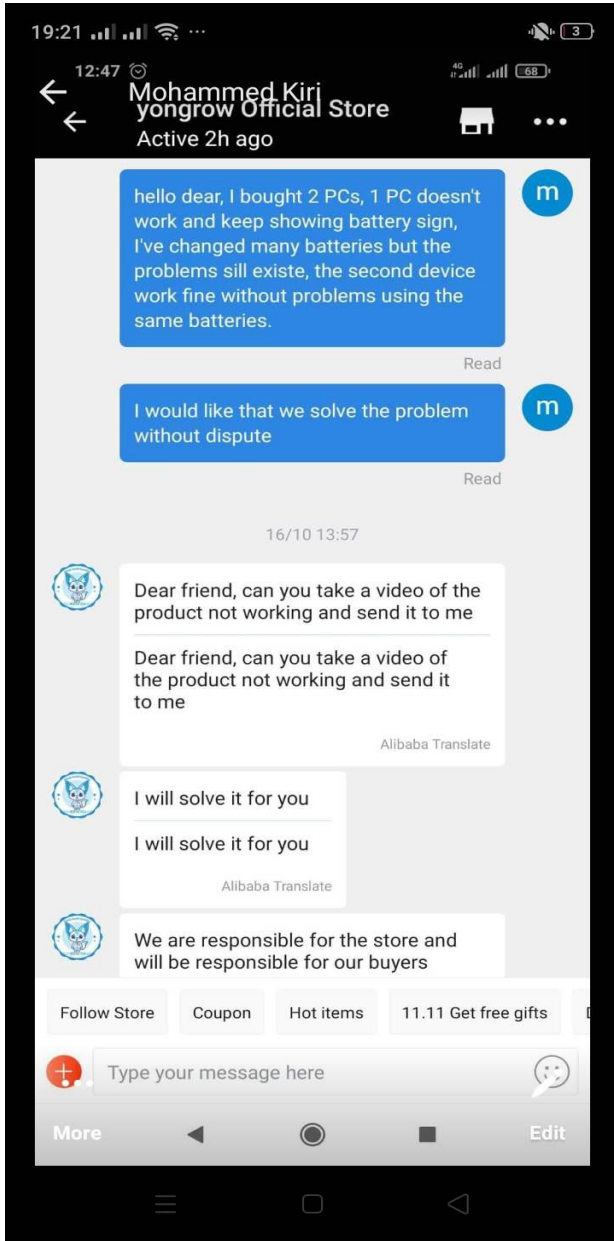
Message



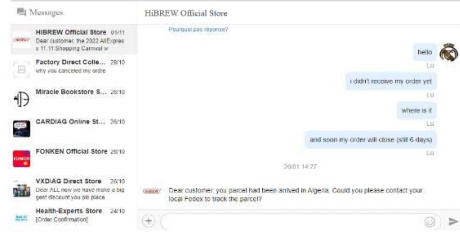








اليوم الموالي حصلت على رقم تتبع
و شكرت بائع



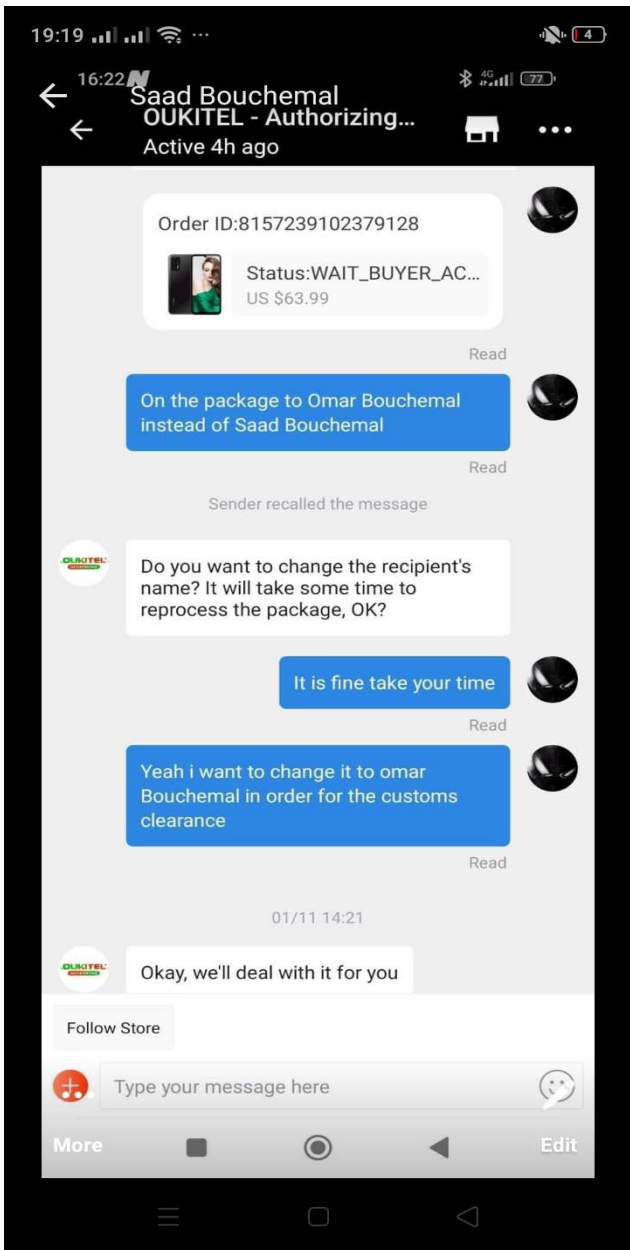
بعد 20 يوم

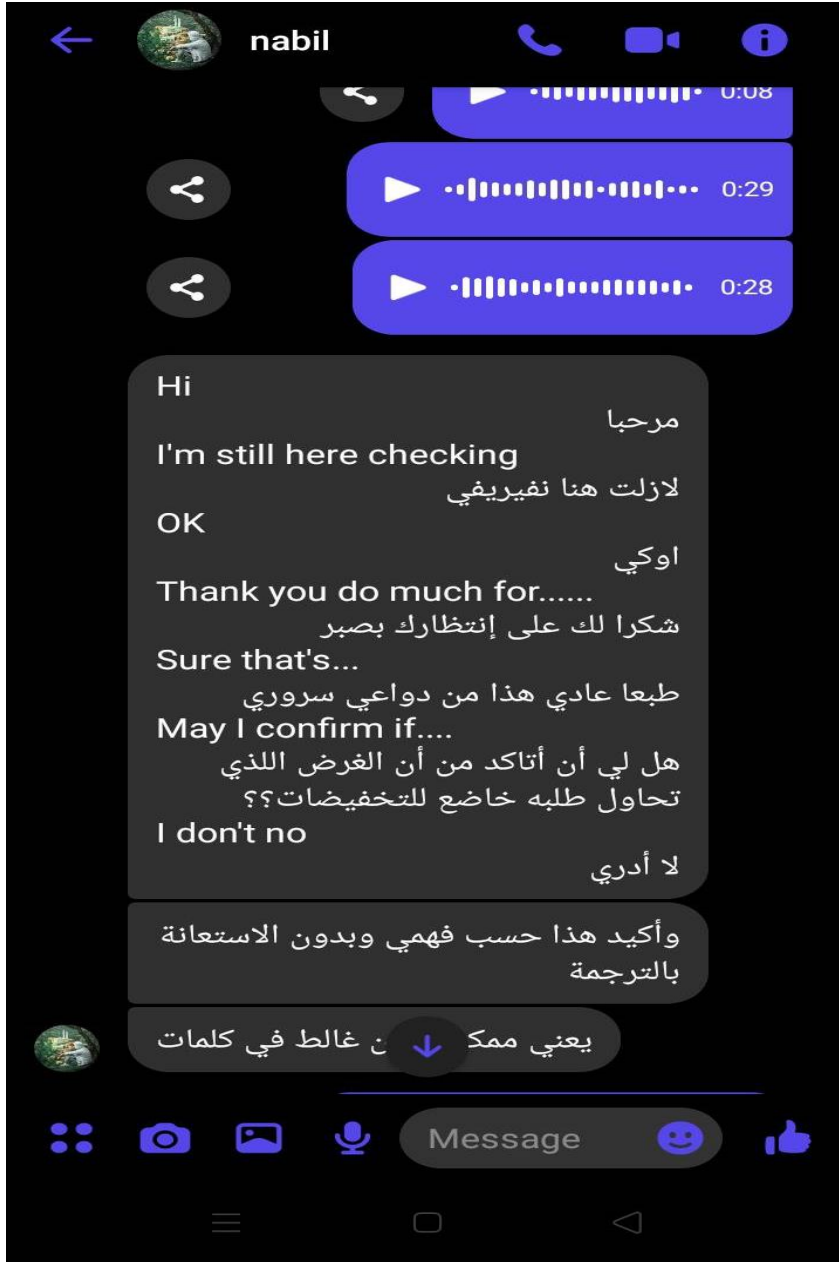
قلت للبائع بانني لم استلم الطرد

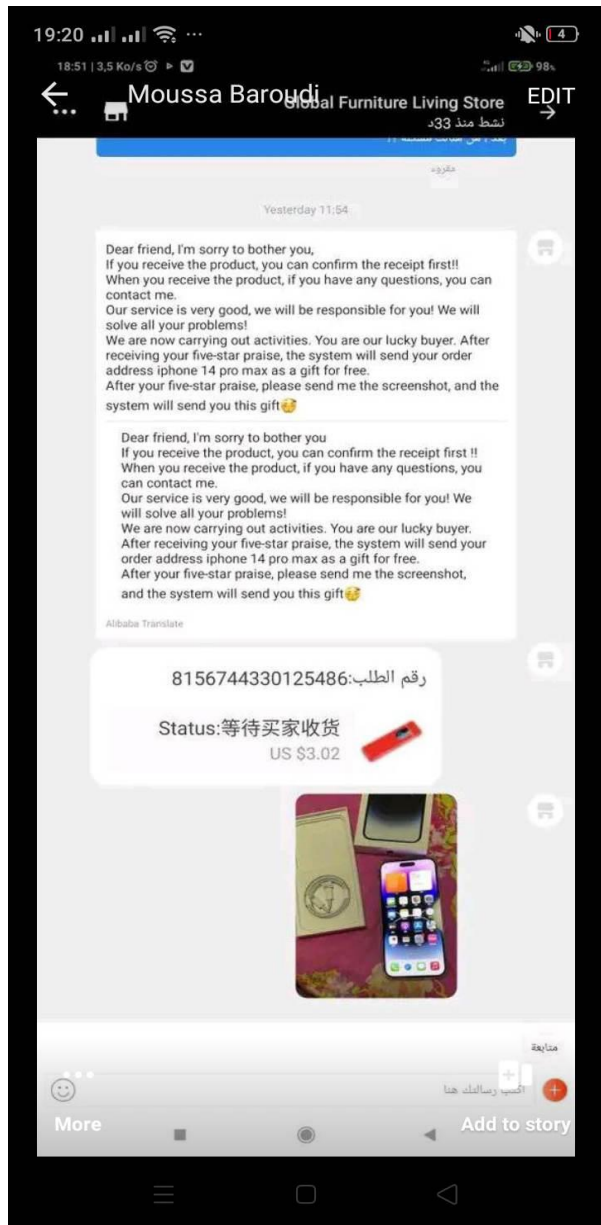
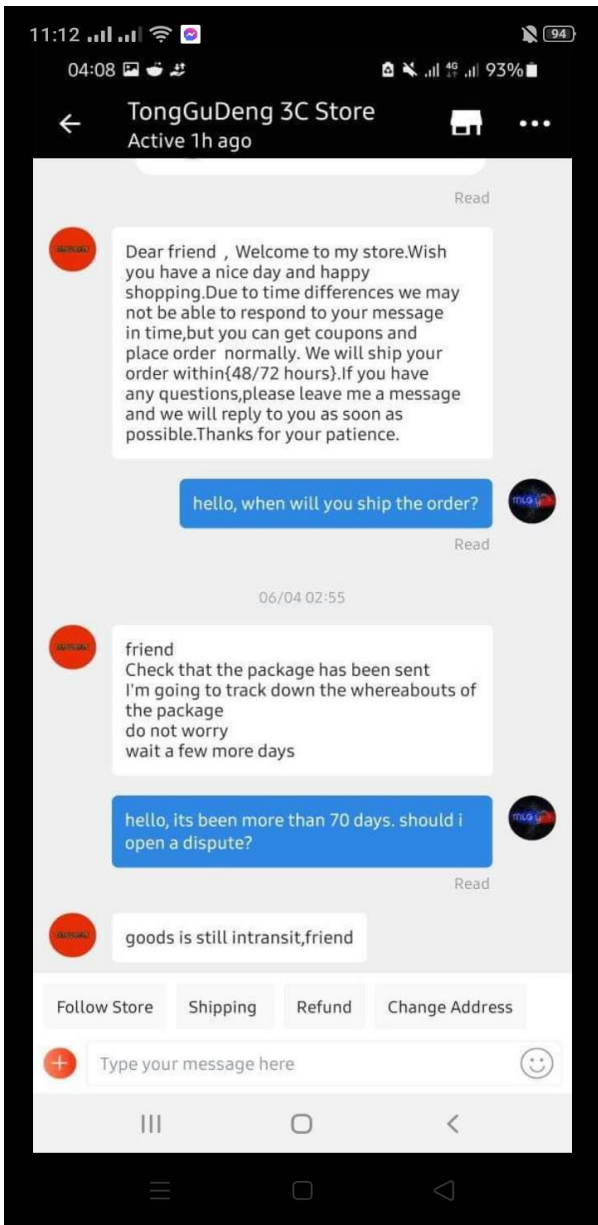
و طلب على موقع سيغلق بعد 6 أيام (هذا من
اجل محافظة على حقوقي في حالة استلام جهاز
تالف)

البائع قالي بان طرد وصل للجزائر و عليا
الاتصال بهم شركة فيديكس

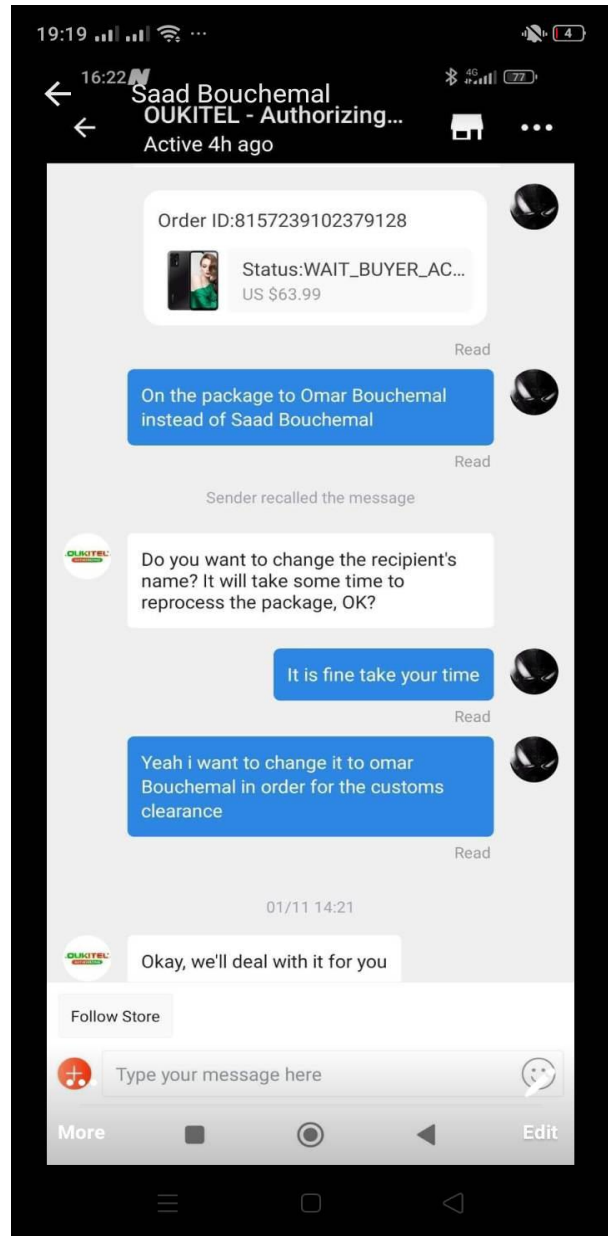
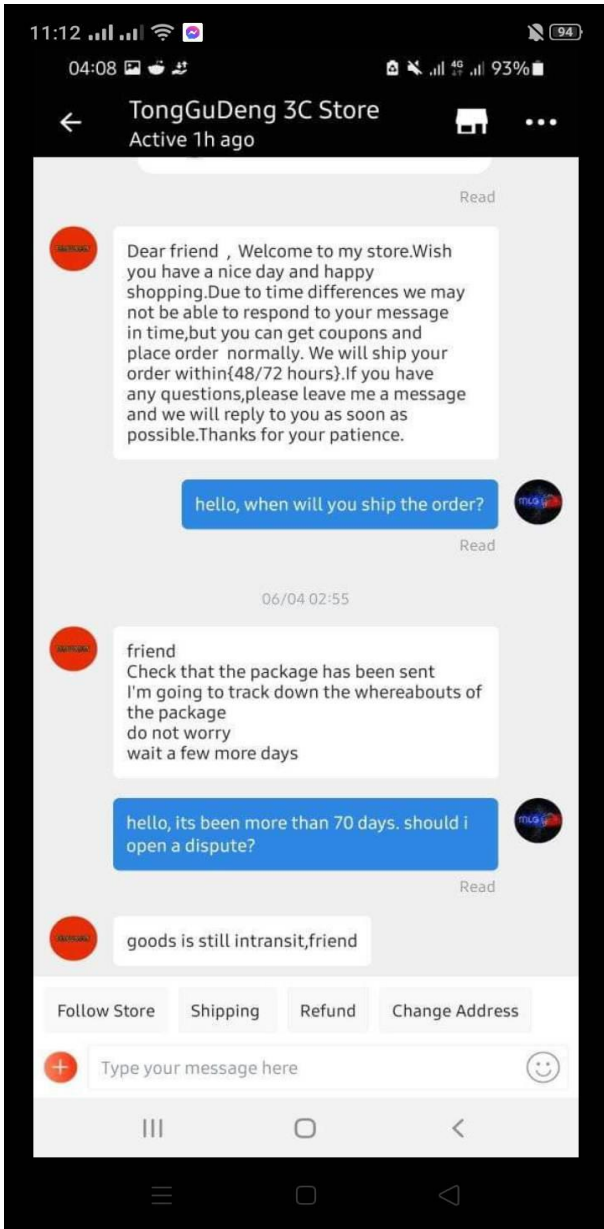












مكتبة البحث

أولاً: "المراجع باللغة العربية"

أ- " الكتب باللغة العربية":

1- الدكتور سمير عبد الرزاق العبدلي، الدكتور قحطان بدر العبدلي، الترويج والإعلان، زهران للنشر، عمان الأردن، ط3، 1998.

ب- " الكتب باللغة الإنجليزية":

1- Janet Holmes and Nick Wilson, Introduction to sociolinguistics, Routledge Taylor and Francis Group, London and New York, 6th edition, 28/02/2022.

ج- المقالات:

1- جبايلي باية، أ.د بلفاسمي حفيظة، الترجمة المتخصصة: مهارات المترجم المتخصص، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، المجلد12، العدد01، 02-2020.

د- المذكرات والأطروحات:

1- بشار سعيدة، وحدة: الترجمة في الإختصاص (المطبوعة الخاصة بالترجمة الأدبية)، التخصص: أدب حديث ومعاصر، جامعة الاخوة منتوري - قسنطينة01، كلية الآداب واللغات، قسم الآداب واللغة العربية، 2021/2020م- 1441-1442هـ.

2- بودالية بوراس، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البصائر للدراسات القانونية والإقتصادية، العدد01، 2021/03/05.

3- بوفسيو عيسى، النظريات اللسانية الحديثة وتحليل الخطاب، جامعة المسيلة.

4- جراية مختار وآخرون، التجارة الإلكترونية ودورها في تفعيل أنشطة الشركات دراسة لعينة من شركات الوادي (بالجزائر)، أ.عقبة خضير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي.

5- دحماني محمد، الخدمة التسويقية دراسة جودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الجزائرية، شهادة ماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة "جامعة الجزائر3"، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

6- سحنون سمية، سرير فضيلة، إستخدام التسويق الإلكتروني عبر "موبيليس"، شهادة ماستر، جامعة عبد موقعالفيسبوك كدراسة ميدانية بمؤسسة كلية العلوم الإجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، الحميد بن باديس -مستغانم-،
شعبة علوم الإعلام والاتصال، 2017-2018

7- سماحي منال، التسويق الإلكتروني وشروط تفعيله في الجزائر-دراسة حالات إتصالات الجزائر-، جامعة وهران 2، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

8- شرقي نجاه، بورقية زينة، تأثير التسويق الإلكتروني على السلوك الشرائي للمستهلك دراسة إستطلاعية لعينة من مستخدمي موقع جوميا الجزائر للتسوق، شهادة ماستر، جامعة اكلي محند أولحاج بالبويرة الجزائر، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، قسم التاريخ، شعبة علوم الإعلام والاتصال، 2019-2020.

9- شريفي عبد الكريم، الترجمة المتخصصة في أقسام ما بعد التدرج، مجلة المعالم، العدد السادس، د.ت.

- 10- شني فيروز، التكافؤ عند علماء الترجمة 1 جاكسون- فيني وداربلني- نايدا وتاير، السنة الثانية ليسانس MCIL2، جامعة الإخوة منتوري - قسنطينة، قسم الترجمة، د.
- 11- الشيخ سالم فؤاد وعواد محمد سليمان، المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 1، العدد 1، 2005.
- 12- د. غوار عفيف، التجارة الإلكترونية واقتصاد المعلومات، جامعة وهران احمد بن بلة، كلية العلوم الانسانية والعلوم الإسلامية، قسم علم المكتبات والعلوم الوثائقية، تخصص الهندسة والتكنولوجيا الحديثة 2، د.ت.
- 13- قاسمي سهيلة، قلال كنزة، الترجمة الأدبية من وإلى اللغة العربية، د. عقيلة لعشبي، كلية الآداب واللغات، جامعة مولود معمري تيزي وزو.
- 14- قرماد مريم، دور الترجمة الإشهارية في التسويق- ترجمة شعارات منتجات التجميل أنموذجاً-، د. بلعشوي سيدي محمد الحبيب، كلية الآداب واللغات والفنون، جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان-.
- 15- كوحل رانيا، حفري ام هاني، دور التسويق الإلكتروني في تغيير سلوك المستهلك في ظل جائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من مجموعة بيع وشراء الأشياء الجديدة المستعملة - بسكرة- مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، 2020-2021.
- 16- محمد أو سعيد إيدير، دراسة أساليب الترجمة الموظفة في ترجمة نوقان قرطوط لكتاب فرانتز فانون Frantz fanon الموسوم ب: "L'an V de la Révolution Algérienne"، أ.د.باني عميري، معهد الترجمة، جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله.

17-محمودي إحسان، إشكالية ترجمة المصطلحات التقنية الخاصة بالطرق من الفرنسية إلى العربية. " المعجم العملي للمصطلحات التقنية والإدارية والقانونية والسياسية المتداولة في الأشغال العمومية والري والتهيئة العمرانية نموذجاً"، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله معهد الترجمة، 2018/2017.

ثالثاً: "المواقع الإلكترونية"

- 1- <https://e-tejara.com>
- 2- <https://altalingua.co.uk>
- 3- <https://www.bantelmann-translate.de>
- 4- <https://mawdoo3.com>
- 5- <https://www.fekera.com>
- 6- <https://masterdeg.com>
- 7- <https://creative-words.com>
- 8- <https://veracontent.com>
- 9- <https://motaber.com>
- 10- <https://www.programs-gulf.com>
- 11- <https://www.meemapps.com>
- 12- <https://mobt3ath.com>
- 13- <https://www.tridindia.com>
- 14- <https://www.alukah.net>
- 15- <https://wikiwic.com>
- 16- <https://www.lamhaat.com>
- 17- <https://www.ibtdi.com>

https://www.3liexp.com	-18
https://www.alwatan.com	-19
https://egyptinnovate.com	-20
https://ae.linkedin.com	-21
https://marketing.limited	-22
https://alsharqis.com	-23
https://www.motaber.com	-24

الفهرس

شكر وعرهان

إهداء

إهداء

أ-ه مقدمة _____

11 الفصل الأول: الترجمة التجارية _____

12 المبحث الأول: الترجمة _____

12 1- مفهوم الترجمة: _____

12 1-1- لغة: _____

13 1-2- اصطلاحا: _____

13 2- نشأة الترجمة: _____

14 3- تقنيات الترجمة: _____

14 1-3- التقنيات المباشرة: _____

14 1-1-3- الإقتراض (Borrowing): _____

14 1-2-3- تقنية المحاكاة (Calque): _____

15 1-3-3- تقنية الترجمة الحرفية (Literal Translation): _____

15 2-3- التقنيات الغير المباشرة: _____

15 1-2-3- تقنية الإبدال Transposition: _____

- 15 _____ :Modulation تقنية التحوير 2-2-3
- 16 _____ :Equivalence تقنية التكافؤ 3-2-3
- 16 _____ : نظريات الترجمة: 4
- 16 _____ : النظرية اللغوية: 1-4
- 17 _____ : النظرية التفسيرية: 2-4
- 17 _____ : النظرية الأسلوبية: 3-4
- 18 _____ : النظرية الوظيفية: 4-4
- 18 _____ : النظرية الغائية: 5-4
- 19 _____ : النظرية التأويلية: 6-4
- 19 _____ : نظرية التواصل اللغوي: 7-4
- 20 _____ : الترجمة المتخصصة: 5
- 21 _____ : التسمية: 1-5
- 21 _____ : التعريف: 2-5
- 22 _____ : مميزات الترجمة المتخصصة: 3-5
- 23 _____ : أنواعها : 4-5
- 23 _____ : الترجمة الدينية: 1-4-5
- 23 _____ : الترجمة العلمية: 2-4-5
- 23 _____ : الترجمة الإقتصادية: 3-4-5

- 24 _____ 5-4-4- الترجمة القانونية:
- 24 _____ 5-4-5- الترجمة الإعلامية:
- 24 _____ 6- النظرية السوسيولسانية:
- 25 _____ 6-2- دور اللسانيات في عملية الترجمة:
- 26 _____ 6-3- الترجمة التجارية:
- 26 _____ 6-4- العلاقة بينها وبين الترجمة التجارية:
- 27 _____ المبحث الثاني: التجارة.
- 27 _____ 1- تعريف التجارة:
- 27 _____ 2- أنواع التجارة:
- 28 _____ 2-1- التجارة الداخلية:
- 28 _____ 2-2- التجارة الخارجية:
- 28 _____ 2-2-1- تجارة التصدير والإستيراد:
- 28 _____ 2-2-2- تجارة الترانزيت:
- 28 _____ 3- علاقة الترجمة بالتجارة:
- 29 _____ المبحث الثالث: التجارة الإلكترونية.
- 29 _____ 1- تعريفها:
- 29 _____ 2- خصائص التجارة الإلكترونية:
- 29 _____ 2-1- توفير المصاريف الخاصة بالشركة:

30-2-2- التواصل الفعال مع العملاء: _____ 30

30-3-2- ميزة التنوع: _____ 30

30-4-2- توفير الوقت والجهد: _____ 30

31-5-2- زيادة الأرباح: _____ 31

31-3- أشكال التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها: _____ 31

31-1-3- الأشكال: _____ 31

31-1-1-3- التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال والمستهلك (B2C): _____ 31

32-2-1-3- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى (B2B): _____ 32

32-3-1-3- التجارة الإلكترونية بين الحكومة ووحدات الأعمال والعملاء (G2B): _____ 32

32-4-1-3- المعاملات بين الحكومات والمواطن (G2C): _____ 32

33-2-3- التطبيقات: _____ 33

33-1-2-3- البيع بالتجزئة والبيع بالجملة: _____ 33

34-2-2-3- التمويل: _____ 34

34-3-2-3- التصنيع: _____ 34

35-4-2-3- المزادات: _____ 35

35-5-2-3- التسويق: _____ 35

35-6-2-3- التسوق عبر الإنترنت: _____ 35

- 36 _____ 3-2-7- تطبيقات الجوال والويب:
- 36 _____ الفصل الثاني :التسويق الإلكتروني والمبادرات الترويجية
- 38 _____ المبحث الأول : التسويق الإلكتروني
- 38 _____ 1-تعريف التسويق:
- 38 _____ 1-1 اللغة:
- 38 _____ 1-2 إصطلاحا:
- 39 _____ 2- تعريف التسويق الإلكتروني:
- 39 _____ 3- أنواع التسويق الإلكتروني:
- 39 _____ 3-1- التسويق الخارجي External Marketing :
- 40 _____ 3-2- التسويق الداخلي Internal Marketing :
- 40 _____ 4-خصائص التسويق الإلكتروني:
- 41 _____ 5-أهداف التسويق الإلكتروني:
- 42 _____ 6- الترجمة التسويقية:
- 44 _____ 1- تعريف الترويج:
- 44 _____ 2- تعريف المبادرات الترويجية:
- 44 _____ 3-أهداف المبادرات الترويجية:
- 45 _____ 3-1- تسويق المنتج أو الخدمة الجديدة:
- 45 _____ 3-2- تطوير صورة العلامة التجارية:

- 45-3-3- إبلاغ العملاء: _____ 45
- 45-4-3- جذب المشتريين المحتملين وكسب ثقتهم ليصبحوا عملاء حقيقيين: _____ 45
- 45-4- الترجمة الترويجية: _____ 45
- 46-5- العلاقة بين الترجمة التسويقية والترجمة الترويجية: _____ 46
- 47-المبحث الثالث: تطبيقات التسويق الإلكتروني _____ 47
- 47-1- تعريفها: _____ 47
- 48-2- أهدافها: _____ 48
- 49-3- أنواع تطبيقات التسويق الإلكتروني: _____ 49
- 49-1-3- تطبيقات التمويل: _____ 49
- 49-2-3- تطبيقات القوالب: _____ 49
- 49-3-3- تطبيقات الشحن: _____ 49
- 50-4-3- تطبيقات الدفع الإلكتروني: _____ 50
- 50-4- أهم وأفضل تطبيقات التسوق في الجزائر: _____ 50
- 50-1-4- موقع وتطبيق جوميا: _____ 50
- 50-2-4- موقع وتطبيق علي اكسبرس: _____ 50
- 51-3-4- موقع وتطبيق Ach Ago: _____ 51
- 51-4-4- موقع وتطبيق نمشي Namchi: _____ 51
- 51-5-4- موقع وتطبيق Jamalon: _____ 51

50 الفصل التطبيقي: ترجمة محادثات على اكسبرس الترويجية

51 المبحث الأول: تطبيق Aliexpress

51 1- ما هو تطبيق Aliexpress :

52 2- خطوات التسجيل على موقع علي اكسبرس:

53 3- خدمة Buyer Protector في علي اكسبرس:

53 4- مزايا وعيوب علي اكسبرس:

54 4-1- المزايا:

55 4-2- العيوب:

56 5- اتجاهات الزبائن في الجزائر حول علي اكسبرس:

56 5-1- علي اكسبرس وسيلة تسهل التسوق والتسويق:

56 5-2- منتجات ذات جودة وأسعار في متناول الجميع:

56 5-3- تأثير الأقلية:

57 6- اللغة والترجمة في علي اكسبرس:

57 6-1- اللغة:

58 6-2- الترجمة:

59 المبحث الثاني: تحليل بعض نماذج المحادثات الترويجية.

79 خاتمة

84 الملاحق

ملخص :

تعد ترجمة المحادثات الترويجية نوعاً من الترجمة التسويقية، وتتطلب من المترجم إتباع الأساليب الأمثل لتحقيق الهدف الأساسي وهو نقل الرسالة بشكل فعال للمتلقي لتحقيق التفاعل المطلوب. وعلى المترجم أن يأخذ بعين الاعتبار العوامل الثقافية الموجودة في النص الأصلي، حيث تتميز لغة النص التسويقي بخصوصيتها وقواعدها ورموزها ومصطلحاتها الخاصة.

وبالتالي، فإن الترجمة الصحيحة والواضحة تعد العامل الرئيسي لنجاح التسويق والتعريف بالمنتج وإيصاله للمتلقي في جميع أنحاء العالم.

الكلمات المفتاحية:

الترجمة التجارية، الترجمة التسويقية، التسويق الإلكتروني، الترويج، العامل اللساني.

Abstract:

The translation of promoting conversation is a type of marketing translation that requires the translator to follow the best techniques to achieve the primary goal of effectiveness, in order to convey the source promoting conversation to the receiver to achieve the desired interaction. The translation of promoting conversation deals with the cultural factor of language, since the language of the marketing text is special in its rules, symbols and terminology.

Therefore, accurate and clear translation is the key to successful marketing, product from identifying to deliver it to customers worldwide.

Key Words: Commercial translation, Marketing translation, E-marketing, promotion, linguistic factor.

Résumé:

La traduction de conversations publicitaires est une sorte de traduction commerciale qui demande au traducteur d'optimiser sa méthode pour atteindre son objectif principal, qui est de transmettre efficacement le message au destinataire afin d'obtenir l'interactivité nécessaire. Le traducteur doit prendre en compte les facteurs culturels présents dans le texte original, dont la langue de marketing se caractérise par une terminologie spécifique et un style embellissant

Ainsi, une traduction correcte et éloquente est un facteur clef du succès de la commercialisation et de l'identification des produits et de leur livraison aux destinataires dans le monde entier.

Les Mots clés : La traduction commerciale, La traduction publicitaire, E-marketing, promotion, facteur linguistique.