

الترجمة الإشهارية:

تعريف الإشهار: يساعد الإشهار على تمرير المنتج و ترويجه في جميع نواحي الكرة الأرضية أو العالم. ويبدو منطقيا أن هذا المنتج (سواء كان عطرا أو جهازا إلكترونيا أو غيره من مستلزمات الحياة) يراد إيصاله إلى المستهلك بلغة واحدة ، تعرف باللغة الإشهارية.

و في تعريف موسوعة (انكارتا Encarta) الإشهار على أنه الإعلان الذي يقصد منه الترويج لعملية من الممتلكات أو الخدمات، و ممارسة فعل نفسي لغايات تجارية. و يسعى إلى تعريف الجمهور بمنتج ما بدفعه إلى اقتنائه. و يعرف أيضا على أنه " وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار و السلع و الخدمات بواسطة جهة معلومة و مقابل مدفوع.

وأهم ركائز الإشهار:

- القصد Objectif (تحقيق ربح مادي و منافسة منتجات أخرى)
- الفئة المستهدفة La cible (تتنوع بين النساء إذا كان المنتج عطرا أو أطفال إذا كان المنتج حلويات مثلا...)
- المحور الدافع Axe motivationnel (البحث عن البقاء في السوق)
- البنية الحجاجية La structure argumentative (تشكيل رسالة فيها أدوات إقناع)

النص الإشهاري: يرافق العرض الاشهاري نصا معيناً، يشتمل على شعار صريح يجذب الانتباه. و يتميز بما يلي:

- شعار واضح و مفهوم.
- تقديم الأساسي في الإشهار و المتمثل في الإجابة عن الأسئلة التالية: (من الفئة المستهدفة؟ ماذا (المنتج) كيف (طريقة الاستعمال؟) أين و متى (ظروف الاستعمال) أو المكان و الزمان؟ فإذا كان المنتج مادة القهوة فالفئة المستهدفة ستجمع بين النساء و الرجال . ثم سيتم إظهار علبة البن مع التركيز على اسمها كقهوة (ربادو) ، أما عن ظروف الاستعمال فدوما يتم اختيار إما المطبخ أو مقهى و لا ينتقى مثلا المدرسة أو المصنع....
- تذييل النص بتوضيحات في هوية المؤسسة . مثلا قهوة بخاري أو نزيار أو عطر قرلان.

و تسمى هذه العناصر السابقة باللفظ الإشهاري Verbe Publicitaire

و في شعار الإشهار يتطلب شد الانتباه و يكون على شكل صيغة جاهزة و موجزة و صادمة ، بحيث تحفظ بسرعة و تحيل إلى المنتج دون غيره. (و عادة يستخدم السجع أي اختيار الانتهاء بنفس الحروف)

و عادة يستخدم في شعار الإشهار بألعاب اللغة Jeux de langage

الترجمة الاشهارية:

هناك أساليب مختلفة في الترجمة الاشهارية ، فنجد من يتجه إلى احترام الخصوصية المحلية من البداية إلى النهاية و هو أقرب إلى ما تعودنا على تسميته بالترجمة الحرة أو بتصرف. و رأي ثان يؤكد على ضرورة الحفاظ على خصوصية المنتج الاشهاري و فيه يترجم كل ما يتعلق بالمادة الاشهارية حرفيا.

و رأي ثالث حاول التوفيق بين النمذجة الثابتة و الخصوصيات المحلية و هو وسطي في الطرح و في الترجمة أي يجمع بين الحرفية و التصرف.

و من هنا نجد في اللغة الاشهارية العالمية تنوع بين الترجمة الحرفية و الحرة ، فمثلا في الصياغة المعرفة عن الجبن الفرنسي La vache qui rit اعتمد في الثقافة العربية و في الدول الناطقة باللغة العربية الترجمة الحرفية (النسخ calque) فنجدها بالشكل التالي (البقرة الضاحكة) مع الحفاظ على اسم المنتج كما هو ، و يسمى هذا بالتوطين.

و قد يلجأ المترجم إلى وسيلة أخرى مختلفة عن الأولى و هي التكيف Adaptation عن طريق إعادة الكتابة و التغيير الجزئي أو الكلي Réécriture و هو شكل من أشكال الترجمة التأويلية ، بحيث يترجم النص أو العلامة أو الرسالة أو حتى الحوار الموجه في العرض الاشهاري بحيث يتوافق الكل مع السياق السوسيو ثقافي.

يتميز النص الإشهاري بمجموعة من الخصائص و الميزات تجعله يستدعي ممارسة ترجمة مخصوصة. و من خصائص النص الاشهاري أنه صعب جدا عكس ما يعتقد الكثير من الممارسين لفعل الترجمة. وهذه الميزات هي :

- تداخل الكوني في المحلي.
- الغنى الدلالي و الفقر الكتابي.
- تمازج البصري باللساني.

— لا نمطية الكتابة الإشهارية.

— التعاقب اللغوي داخل الملفوظ الواحد.

و أثناء الكتابة الاشهارية أو الترجمة تمر العملية بمراحل ثلاثة:

— شعار الشد.

— التحريرى (الشرح و التفصيل) بناء نص إقناعى.

— شعار الاستئناف (الخلاصة) التأكيد على الفكرة و الرسالة.

و يطلب فى الترجمة الإشهارية ا امانة للنص و للمفهوم التجارى و الترويجى.

نماذج من الترجمة الحرفية

للترويج لسيارة ألمانية كمرسيدس مثلا

Qui a dit que la qualité allemande coutait cher ?

من قال إن الجودة الألمانية باهظة الثمن؟

نماذج من الترجمة الحرة:

معا...

نمنحكم التمويل من أجل شراء مسكنكم الاجتماعى التساهمى.

Participons ensemble..... (هنا و قع تكثير و توسيع)

Nous finançons l'achat de votre logement social participatif.

ينظر المرجع التالى:

محمد خان، الأشهار الدولى و الترجمة إلى العربية ، رهانات الاحتواء و إكراهات اللغة و الثقافة، المركز العربى للأبحاث و دراسات البيانات 2015 ، ط 1 بيروت.

التطبيق:

ابحث عن 5 علامات اشتهارية بالفرنسية و حاول ترجمتهم مع ترجمة النص الاشهاري.