

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان

كلية الآداب واللغات

قسم: الترجمة

شعبة الترجمة

تخصص عربي- انجليزي- عربي



مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر موسومة ب

دور الترجمة في انجاح مبيعات الالعاب الالكترونية

منصة (ستيم) نموذجا

اشراف الاستاذ:

د. بلعشوي سيدي محمد الحبيب

من اعداد الطالب :

بن سماعيل محمد نصر الدين

اعضاء لجنة المناقشة :

مشرفا	د. بلعشوي سيدي محمد الحبيب
رئيسا	د. بن عامر سعيد
مناقشا	د. بن مختاري هشام

السنة الجامعية : 2024-2025

الاهداء

إلى من غرسو في حب العلم، وسهر على راحتي إلى والديا العزيزين
رمز العطاء والتضحية. إلى أساتذتي الأفاضل، وكل من ساهم في
توجيهي. إلى كل من دعمني بكلمة طيبة أو دعاء في ظهر الغيب أهدي
هذا العمل المتواضع عرفانا وامتنانا

الشكر والعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبتوفيقه أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان لكل من ساندني .تتحقق الغايات أخص بالذكر .خلال مسيرتي العلمية، وساهم في إنجاز هذه المذكرة أستاذي المشرف بلعشوي سيدي محمد الذي لم يبخل علي بتوجيهاته السديدة وملاحظاته القيمة، فكان نعم السند ونبراسا في طريق البحث كما أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى كل أساتذة قسم الترجمة .العلمي على ما قدموه من علم ودعم طوال سنوات الدراسة، ولكل من ساهم ولا يفوتني أن أعبر عن محبتي وامتناني .بكلمة أو فكرة أو دعم معنوي الكبير لوالدي العزيزين على صبرهما ودعمهما المستمر، ولكل أفراد أسرتي الذين كانوا الدافع الأكبر في مواصلة هذا المشوار

المقدمة

المقدمة:

شهد العالم تطورا كبيرا في الميدان التكنولوجي بما فيه الالعاب الالكترونية حيث تعتبر العاب الفيديو وسيلة ترفيه و مصدر ارباح ضخم تجنيها الشركات الخو قد دخلت منصة "ستيم " عالم صناعة الالعاب الالكترونية وواكبت قطار الثورة الرقمية التي غيرت ملامح الحياة البشرية على مختلف الاصعدة وقد حققت أرباحا بمليارات الدولارات سنويا و نافست كبريات الشركات العالمية في ضل قاعدة جماهيرية واسعة و متنوعة كما حققت نجاحا في الاسواق العالمية كما ساهمت الترجمة كونها جسرا يربط بين ثقافات ولغات مختلفة في فهم اللاعبين المحتوى المنصات الرقمية للألعاب . و على الرغم من هذا توجد فجوة كبيرة بين الترجمة والتسويق والتي يواجهها الفرد في العالم العربي يوميا.

و الاشكالية التي يمكن طرحها هي : كيف تؤثر الترجمة على الزبون في مجال التسويق؟ و كيف تقوم بتسهيل التواصل و حل المشاكل التي يواجهها المستخدم في المواقع الالكترونية؟ و هل الترجمة تسهل على اصحاب شركات التسويق الرقمي في تحقيق أرباح ٢ وبناءا على هذه الفرضيات التي وصلنا اليها و هي : ترجمة المحتوى التسويقي إلى لغات متعددة تساهم بشكل مباشر في توسيع قاعدة المستخدمين و زيادة المبيعات في الاسواق غير الناطقة بالانجليزية . استخدام الترجمة التكيفية Adaptaiton في عرض الالعاب والعروض الترويجية يجعل المحتوى أكثر جاذبية للمستخدمين مقارنة بالترجمة الحرفية مما ينعكس ايجابيا على نية الشراء . غياب الترجمة أو وجود ترجمة ضعيفة يؤدي الى ثقة المستخدمين و يؤثر سلبا على تقييمات الألعاب و مبيعاتها .

اما بالنسبة لأسباب والدوافع التي دفعتني لاختيار هذا الموضوع : اهميته في وقتنا الحالي في ظل تطور التكنولوجي.

الميلوي للتسويق الرقمي

قسمت خطة البحث إلى ثلاثة فصول : فصل الأول يتضمن مبحثين الترجمة المتخصصة الترجمة الاقتصادية وأهميتها أما الفصل الثاني بعنوان : التسويق الالكتروني انقسم إلى مبحثين : استراتيجيات التسويق في صناعة الالعب الالكترونية .التوطين كاداة التسويقية Localisation أما الفصل الثالث أي الجانب التطبيقي تكلمت عن مدونة ستيم ووضعتنا وحدات و جمل في جدول و ترجمناها مع شرح و قد استعملت في هذا البحث المنهج التحليلي و الوصفي اما بنسبة الصعوبات التي واجهتني ندرة المصادر والمراجع نظرا لحدائة الموضوع خاصة الكتب باللغة العربية.

الفصل الاول: الترجمة الاقتصادية

المبحث الاول : مفهوم الترجمة المتخصصة

المبحث الاول : مفهوم الترجمة المتخصصة

الترجمة الاقتصادية تُعد نوعاً من الترجمة المتخصصة لأنها تركز على مجال معين هو الاقتصاد، وهو يحتاج إلى معرفة دقيقة بالمفاهيم والكلمات المستخدمة في هذا المجال، بالإضافة إلى فهم السياقات التي تتعلق به. كما يقول الكثير من الكتاب والخبراء في الترجمة، تشمل الترجمة المتخصصة مجالات مثل القانون والطب والهندسة والاقتصاد وغيرها من المجالات التي تتطلب معرفة تقنية وكلمات متخصصة.

1. الترجمة المتخصصة :

هي عملية ترجمة نصوص في مجال معين من لغة إلى أخرى وتتطلب معرفة متعمقة بالمفاهيم والمصطلحات الخاصة بكل مجال. وتتميز الترجمة المتخصصة بدقتها وخبرتها حيث أنها لا تتطلب الكفاءة في لغتي المصدر والهدف فحسب، بل تتطلب أيضاً فهماً دقيقاً للموضوع المراد ترجمته. تُستخدم الترجمة المتخصصة في مجموعة واسعة من المجالات مثل القانون والطب والهندسة والعلوم والتمويل والتكنولوجيا، وتلعب دوراً هاماً في تسهيل التواصل بين المهنيين عبر الحواجز اللغوية والثقافية.

من أهم ميزات الترجمة المتخصصة أنها تتطلب من المترجمين معرفة دقيقة بالمصطلحات والمفاهيم الخاصة بمجال عملهم. على سبيل المثال، يجب أن يكون المترجم القانوني على دراية بالقوانين واللوائح في كل من اللغة المصدر واللغة الهدف، بينما يجب أن يكون المترجم الطبي على دراية دقيقة بالمصطلحات والإجراءات الطبية. وعلاوة على ذلك، يجب أن يكون المترجمون المحترفون قادرين على البحث والتحقق من المصطلحات والمفاهيم الغامضة لضمان دقة الترجمة.

من التحديات التي تواجه الترجمة المتخصصة التطور السريع للمصطلحات، خاصة في المجالات التقنية والعلمية، وكذلك الاختلافات الثقافية التي قد تؤثر على كيفية

ترجمة بعض المفاهيم. كما أن الترجمة المتخصصة غالبًا ما تكون مطلوبة في ظل ظروف زمنية ضيقة، مما يضيف ضغطًا إضافيًا على المترجم. ومع ذلك، فإن الترجمة المتخصصة تُعد أداة أساسية في تسهيل تبادل المعرفة وتعزيز التعاون بين الدول والمجتمعات في مختلف المجالات.

Specialized translations can be defined as translation of materials : related to a highly specialized field or fields (e.g. law, finance, computer science, telecommunications); of a specific genre; targeted at a specific audience or general public through specific distribution channels; embedded in a specific medium (e.g. multimedia technology, film, video, ICT, etc.). It therefore requires the use of specific procedures, tools and protocols and leads to the emergence of new specializations and jobs.¹(Gouadec,2007 p28)

تعرف الترجمة المتخصصة بأنها ترجمة مواد و هي متعلقة بمجال او مجالات شديدة التخصص مثل القانون , المالية , علوم الحاسوب و الاتصالات . من نوع محدد تستهدف جمهورا او جمهورا عاما , وبالتالي يتطلب استخدام إجراءات وأدوات وبروتوكولات محددة ويؤدي إلى ظهور تخصصات ووظائف جديدة.

يمكن استنتاج أن الترجمة المتخصصة أصبحت ضرورية في عصرنا بسبب تعقيد المجالات وتنوع الوسائط وال جماهير المستهدفة، مما فرض على المترجمين اكتساب مهارات تقنية ومعرفية إضافية وأسهم في خلق تخصصات مهنية جديدة داخل سوق العمل.

¹ Daniel Gouadec , Translation As a Profession, Benjamins Translation Library, Amsterdam/Philadelphia , د.ط , 2007

1. 2/ ترجمة المواد المتخصصة :

الفئات الفرعية الأكثر شهرة للترجمة هي تلك الخاصة بالمواد ذات موضوع متخصص وغالباً ما يصل الأمر إلى حد تخصص الوسيط أيضاً. تعتبر الفئات الفرعية مسألة حجم حيث أن الفئة الفرعية تتشأ كلما زاد عدد تعلق الأمر بعدد كبير من المترجمين. التصنيف الفرعي التقليدي هو على النحو التالي:

- الترجمة الفنية,

- الترجمة التجارية (المعترف بها أحياناً بالمؤهل الرسمي "مترجم تجاري) (المترجم التجاري).

- الترجمة المالية,

- الترجمة القانونية

- الترجمة الطبية الحيوية والصيدلانية,

- الترجمة العلمية

- ترجمة تكنولوجيا المعلومات

- الترجمة التسويقية والإعلانية,

المبحث الثاني: الترجمة الاقتصادية و اهميتها

المبحث الثاني: الترجمة الاقتصادية و اهميتها

تُعد الترجمة الاقتصادية أحد أهم مجالات الترجمة المتخصصة، حيث تقوم بترجمة النصوص والمصطلحات ذات الطابع الاقتصادي والمالي من لغة إلى أخرى. تُعد الترجمة الاقتصادية ضرورية في سياق العولمة وزيادة التبادل التجاري والتعاون المالي بين الدول والشركات المختلفة. وهي تلعب دوراً هاماً في تسهيل فهم البيانات الاقتصادية وتقديم تقارير دقيقة لصناع القرار والمستثمرين.

1. نبذة عن الترجمة الاقتصادية

الترجمة الاقتصادية مجال متعدد الأوجه يشمل ترجمة الوثائق المصرفية والتقارير المالية وعقود الاستثمار والتحليلات الاقتصادية والأخبار المتعلقة بالأسواق المالية. كما تشمل أيضاً وثائق المنظمات الدولية، مثل تقارير البنك الدولي وصندوق النقد الدولي، والدراسات الاقتصادية التي تنشرها المؤسسات العامة والمنظمات الخاصة.

تتطلب الترجمة الاقتصادية مستوى عالياً من الدقة والإلمام بالمصطلحات المتخصصة. فلا يقتصر عمل المترجم على معرفة اللغتين فحسب، بل يجب أن يكون لديهم فهم عميق للسياق الاقتصادي والمالي. يمكن أن تعني المفاهيم الاقتصادية أشياء مختلفة في بلدان وسياقات مختلفة، اعتماداً على الثقافة الاقتصادية لكل بلد أو سياق.

كما أن الدقة في نقل المعلومات الاقتصادية أمر بالغ الأهمية، لأنها معلومات سرية وتؤثر بشكل مباشر على القرارات المالية والاستثمارية. لذلك، يجب أن يكون المترجمون الاقتصاديون قادرين على تبسيط المفاهيم المعقدة مع الحفاظ على دقة المعلومات.

تلعب الترجمة الاقتصادية دوراً حاسماً وبالتالي فهي جزء لا يتجزأ من فهم التجارة وتسهيل الاستثمار الدولي. فهي تمكن الشركات من توسيع أعمالها على الصعيد العالمي، والحكومات من تعزيز الروابط الاقتصادية وبناء الجسور بين الأسواق المالية المختلفة.

1.2/ تعريف الترجمة الاقتصادية:

تتميز النصوص الاقتصادية بخصائص مختلفة. يلعب دوراً و يجذب الانتباه هو وفرة الأرقام والإحصائيات والرسوم البيانية، وينبغي على المترجمين مراعاة هذه السمات في عملية الترجمة.

يعد التخصص في نوع معين من الترجمة ميزة كبيرة للمترجمين، مما يتيح لهم الشعور بالراحة أثناء الترجمة والامتثال التام للترجمة الفعالة من حيث التكلفة.

الترجمة الاقتصادية تمثل ميداناً يتضمن مجموعة من الأبحاث والممارسات المهنية من تخصصات متعددة تعتمد بشكل أساسي على دراسة الترجمة، والاقتصاد، واللغويات، واتصالات الأعمال. أولاً، تُعتبر هذه الترجمة جزءاً من الترجمة المتخصصة، مثل الترجمة القانونية، والتقنية، والطبية، على سبيل المثال. ثانياً، من حيث المعرفة والمجال، ترتبط الترجمة الاقتصادية بعلم الاقتصاد والمفاهيم الأساسية المترابطة (مثل الأعمال، والاقتصاد، والتجارة) التي تُشتق منها. ثالثاً، تعتمد الترجمة الاقتصادية على مجال اتصالات الأعمال، الذي تطور كفرع أكاديمي في أوائل التسعينيات لدراسة التواصل الرسمي وغير الرسمي بين المنظمات التجارية وبينها وبين العالم الخارجي، وتهدف عملياً إلى تحسين فعاليتها وكفاءتها، حسب ما ذكره نيكيرسون في عام 2014¹ (صوان، 2019، ص80)

The process of globalization has impacted the world

¹ فرج محمد صوان ، الترجمة المتخصصة ، دار الروافد الثقافية ، ط 1 ، 2019، ص 80

since last century removing barriers and allowed access to any information all over the world.¹

”لقد أثرت عملية العولمة على العالم منذ القرن الماضي، حيث ألغت الحواجز وأتاحت الوصول إلى جميع المعلومات في جميع أنحاء العالم.“

من الواضح أن أي تخصص يتطور مع مرور الوقت .ومع تطور التكنولوجيا ونشر الدراسات والأبحاث الحديثة، تغيرت العلوم المختلفة وتجددت مع تطور التكنولوجيا ونشر الدراسات والأبحاث الحديثة. وينطبق الأمر نفسه على ترجمة علم الاقتصاد، الذي كان في البداية تخصصًا قليل الطلب عليه بسبب ظهور الرأسمالية والاشتراكية وعدم وجود علاقات اقتصادية قوية بين الدول². (شادلي، 2012، ص 24)

اتساع المعرفة المطلوبة لدى مترجم لترجمة النصوص الاقتصادية والمالية. وكما أظهرت دراسات سابقة، فإن الحدود الفاصلة بين المفردات المتخصصة المختلفة في عالم الأعمال في العديد من الوثائق المهنية في عالم الأعمال غير واضحة تمامًا. فالنصوص التي تتعايش فيها المصطلحات القانونية مع اللغة الاقتصادية والمالية كثيرة جدًا. ومن الأمثلة القليلة على ذلك: خطط خيارات الأسهم، واتفاقيات المساهمين، وعقود شراء/بيع الأسهم،

¹Irina Zaykova and Irina Shilnikova , Economic Translation: Theoretical and Practical Issues, CILDIAH , SHS Web of Conferences , 2019 , p1

² 1. شادلي نصر الدين , الترجمة الاقتصادية وأهميتها على المستوى الدولي , مجلة معالم , العدد 2 , 2012 ,

وصكوك وجداول أعمال الهيئات الاعتبارية، إلخ. وهذا يعني أن المترجمين يحتاجون إلى المزيد من التدريب. وعلى الرغم من أنه من المستحيل على المترجمين إتقان جميع الموضوعات التي من المحتمل أن تظهر في النصوص، إلا أنه يتعين عليهم مع ذلك إجراء بحث وثائقي متعمق لاكتساب المعرفة التقنية الأساسية وفهم المصطلحات والتعبير المختلفة التي من المحتمل أن يجدها في النص المصدر، إذا أرادوا أن يكونوا قادرين على اتخاذ أفضل الخيارات المصطلحية.

2. أهمية الترجمة الاقتصادية:

مع العولمة والتوسع في العلاقات التجارية الدولية، أصبحت الترجمة الاقتصادية أكثر أهمية بكثير . تسهل الترجمة الاقتصادية المفاوضات والتواصل بين الدول والشركات وتساهم في حل التحديات الاقتصادية العالمية. على سبيل المثال، في أعقاب الأزمة المالية العالمية، ازداد الطلب على المترجمين المتخصصين في الاقتصاد للمساعدة في إنشاء آليات للتخفيف من آثار الأزمة.

1. 2/ تعزيز التجارة الدولية :

تعتمد التجارة بين الدول على ترجمة العقود التجارية والاتفاقيات الجمركية والحسابات المالية لضمان التواصل الفعال بين مختلف الأطراف.

مثال : عندما تقوم الشركات الأوروبية بتصدير منتجاتها إلى الدول

العربية، يجب ترجمة العقود من الإنجليزية أو الفرنسية إلى العربية للامتثال

للقوانين المحلية وضمان فهم الشروط التجارية بوضوح.

1.3 / دعم الاستثمار الأجنبي :

تتطلب الاستثمارات الأجنبية ترجمة دقيقة للبيانات المالية ودراسات الجدوى والوثائق

القانونية.

مثال : عندما تدخل الشركات الصينية إلى أسواق الشرق الأوسط، يجب ترجمة قواعد

الاستثمار واللوائح المالية وتقارير المخاطر إلى اللغة الصينية لضمان الامتثال

والوضوح القانوني.

1.4 / تحسين التقارير المالية والمحاسبية:

تحتاج الشركات العالمية إلى ترجمة تقاريرها المالية السنوية وميزانياتها العمومية

وإفصاحات الأداء إلى لغات متعددة لتلبية المعايير الدولية.

مثال : تقوم الشركات متعددة الجنسيات مثل آبل ومايكروسوفت بترجمة تقاريرها

المالية إلى عدة لغات، بما في ذلك اللغة العربية، لمشاركة المعلومات مع

المستثمرين في الشرق الأوسط.

1.5/ دعم الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية

مع التوسع في الأسواق الرقمية، تصبح ترجمة المحتوى الاقتصادي ومنصات الدفع وشروط استخدام مواقع التجارة الإلكترونية أمراً ضرورياً لضمان تجربة مستخدم سلسة عبر البلدان.

مثال : تقوم منصات مثل Amazon و eBay بترجمة شروط البيع وشروط الدفع إلى لغات متعددة، مما يزيد من ثقة المستخدمين الأجانب ويجعل التسوق أسهل.

1.6/ تسهيل عمل المنظمات الاقتصادية الدولية

تحتاج المنظمات الدولية مثل صندوق النقد الدولي (IMF) والبنك الدولي إلى ترجمة تقاريرها وتحليلاتها الاقتصادية إلى لغات متعددة للوصول إلى صناع القرار والمحليلين الاقتصاديين حول العالم.

مثال: ينشر صندوق النقد الدولي تقريراً سنوياً عن حالة الاقتصاد العالمي بست لغات على الأقل، بما في ذلك اللغة العربية، لضمان وصول المعلومات الدقيقة إلى الحكومات والمؤسسات المالية.

1.7/ تسهيل التفاهم في المؤتمرات والندوات الاقتصادية

تتطلب المؤتمرات الاقتصادية الدولية خدمات الترجمة الفورية والترجمة التحريرية لضمان التواصل الفعال بين المشاركين من مختلف البلدان.

مثال: يناقش رؤساء الدول وصناع القرار في قمم مجموعة العشرين (G20) القضايا الاقتصادية العالمية باستخدام الترجمة الفورية.

1.8 / تطوير البحوث الاقتصادية ونقل المعرفة

تسهل الترجمة تبادل المعرفة الاقتصادية بين البلدان من خلال ترجمة البحوث الاقتصادية من لغة إلى أخرى، وتساعد على تطوير سياسات اقتصادية مستدامة.

مثال: تقوم الجامعات والمراكز البحثية بترجمة الأبحاث حول الاقتصاد الأخضر والتنمية المستدامة من اللغة الإنجليزية إلى اللغة العربية لنشرها في الدول العربية.

2. التحديات التي تواجه المترجمين في المجال الاقتصادي

- صعوبة في فهم المصطلحات التقنية والمتخصصة والتي تشكل غموض .
- الفروقات الثقافية والاقتصادية بين الدول، والتي تؤثر على كيفية نقل المعاني .
- الحاجة إلى متابعة التطورات الاقتصادية لضمان ترجمة دقيقة ومعاصرة .

Economic texts use terms from various fields including finance, business, and more. There is currently no clear classification for economic translation. A theory is needed to define its methods, text characteristics, and strategies. Understanding economics is crucial for translation. Financial concepts change over time, complicating the search for equivalents in translation due to different systems and laws.¹ (Akpaca ,2023 , p75)

تستخدم النصوص الاقتصادية مصطلحات من مختلف المجالات بما في ذلك التمويل والأعمال التجارية وغيرها. لا يوجد حالياً تصنيف واضح للترجمة الاقتصادية. هناك حاجة إلى نظرية لتحديد أساليبها وخصائص النصوص واستراتيجياتها. إن فهم

¹ Servais Martial Akpaca , Challenges and Demands of Economic Translation: A Case Study, Journal of Education & Social Policy , Vol. 10, No. 4, December 2023 ,p75

الاقتصاد أمر بالغ الأهمية للترجمة. تتغير المفاهيم المالية بمرور الوقت، مما يعقد عملية البحث عن معادلات في الترجمة بسبب اختلاف الأنظمة والقوانين.

3. استراتيجيات وتقنيات الترجمة الاقتصادية

- أهمية الفهم العميق للنص قبل ترجمته.
- استخدام القواميس والمراجع الاقتصادية لضمان الدقة.
- تطبيق مبادئ الترجمة المكافئة (Equivalence) للحفاظ على المعنى الأصلي.

4. الصعوبات و مشاكل الترجمة الاقتصادية

إن دور الفوارق اللغوية الدقيقة في ترجمة المصطلحات الاقتصادية مهم لأنها تؤثر بشكل مباشر على دقة ووضوح المحتوى المترجم. فغالباً ما تحمل المصطلحات الاقتصادية معاني محددة مترسخة بعمق في السياقات الثقافية والمؤسسية التي تُستخدم فيها. ويحتاج المترجمون إلى التعرف على هذه الفروق الدقيقة والتأكد من أن المصطلحات المترجمة تعبر عن الرسالة المقصودة وتنقل نفس دقة اللغة الأصلية.

4.2/ أهمية التناسق في الترجمة الاقتصادية:

The concept of "faithfulness" in translation should focus on consistent terminology rather than strict word-for-word translation.¹(Tagkas ,2014, p5)

يجب أن يُعطى مفهوم "الامانة" في الترجمة أولوية لتوافق المصطلحات بدلاً من الانشغال بالترجمة الحرفية لكل كلمة.

Translating "book-tax gap" as "gap of a tax-book" occurs when student-translators rely too much on machine translation, leading to confusion with unusual phrases. Feedback from supervisors is crucial to clarify the difference between a company's taxable income and its financial (or book) income. Issues with polysemy are also evident, as seen in the incorrect translation of "record" in "Greenspan's record" as a verb instead of a noun. Additionally,

¹ Tagkas, P. Translation of Economic Texts: Challenges and Limitations, LILA '14 Linguistics and Language Conference Proceedings. Istanbul , June 2014 , p 5

"associates" has often been wrongly translated as a verb, causing further errors. Economic terminology generally lacks ambiguity, but terms can have multiple meanings, especially when new concepts are unfamiliar in the target language.

تحدث ترجمة "book-tax gap" على أنها " فجوة كتاب الضرائب " عندما

يعتمد الطلاب المترجمون على الترجمة الآلية، يؤدي إلى الخلط بين العبارات غير

المعتادة. تعد التعليقات من المختصين أمراً بالغ الأهمية لتوضيح الفرق بين الدخل

الخاضع للضريبة للشركة ودخلها المالي (أو الدفترية). كما أن المشاكل المتعلقة بتعدد

المعاني واضحة، كما هو واضح في الترجمة غير الصحيحة لكلمة "record" في "

Greenspan's record " كفعل بدلاً من اسم. بالإضافة إلى ذلك، غالباً ما تُرجمت

كلمة "associates" بشكل خاطئ على أنها فعل، مما تسبب في مزيد من الأخطاء.

تفتقر المصطلحات الاقتصادية عمومًا إلى الغموض، لكن المصطلحات يمكن أن يكون

لها معانٍ متعددة، خاصة عندما تكون المفاهيم الجديدة غير مألوفة في اللغة المستهدفة.

عبارة "golden parachute" (التي تشير إلى المزايا المالية التي يتلقاها المدير التنفيذي

عند إنهاء عقده) تُترجم أحياناً حرفياً إلى العربية على أنها "مظلة ذهبية". ومع ذلك، فإن

هذه الترجمة الحرفية ليست ضرورية ولا مفيدة، لأنها لا تنقل المعنى المجازي المقصود.

بدلاً من ذلك، غالباً ما يُستخدم المصطلح الإنجليزي في النصوص العربية بين علامتي

اقتباس على سبيل المثال، "golden parachute" لتأكيد معناه المتخصص، وعادةً

ما يُرافقه شروحات توضيحية لتوضيح دلالاته (مثل " المكافآت المالية التي يتلقاها

المديرون عند إنهاء عقودهم"

4. 3/ الصلة بالسياق:

وتكتسب المصطلحات الاقتصادية معناها من السياق المحدد الذي تُستخدم فيه. يجب

على المترجمين فهم المفاهيم الاقتصادية الأساسية والسياق الذي يُستخدم فيه هذا

المصطلح لترجمته بدقة. على سبيل المثال، قد يكون لمصطلحات مثل "التضخم" أو

"اقتصاد السوق" أو "السياسة النقدية" دلالات وتطبيقات مختلفة في بلدان مختلفة، وقد لا

تستوعب الترجمة المباشرة هذه الفروق الدقيقة.

4. 4/ الإيحاءات والارتباطات :

يمكن للمصطلحات الاقتصادية أن تنقل معنى وارتباطات محددة للغة أو ثقافة معينة. هذا

المعنى يمكن أن يؤثر على هذا الوعي وتفسير هذا المصطلح. يجب أن يكون المترجمون

على دراية بهذه المعاني واختيار الكلمات المناسبة أو الجمل التي تحافظ على الارتباطات

المطلوبة. عدم مراعاة هذه الظلال يمكن أن يسبب سوء فهم أو تفسيرات خاطئة.

مثال : ربا في اسلام محرم اما في بلدان اخرى غير اسلامية منتشرة بكثرة و تسمى

بانجليزية interests والتي تعد عادية عند اغلب بنوك فهنا تقع اختلافات في اختيار

كلمة مناسبة في لغة العربية .

4.5 / الاختلافات في الأسلوب :

يمكن أن تتغير المصطلحات الاقتصادية في الأسلوب والشكل بين اللغات. يجب على المترجمين ضبط اللغة والأسلوب للتكيف مع الجمهور المستهدف والحفاظ على المستوى الرسمي المناسب. ومن المهم إنهاء التوازن الصحيح بين الدقة والقدرة على القراءة لضمان سهولة الوصول إلى المحتوى وسهولة فهمه .

مثلا في سياق تركيبى للجمل , الاسلوب الرسمي , و الاعتبارات الثقافية .

4.6 / المصطلحات التقنية والغموض والاختصارات :

الاقتصاد هو تخصص مليء بالمصطلحات التقنية والمختصرات التي قد يكون من الصعب للغاية ترجمتها بدقة. مصطلحات مثل GDP, FDI و CPI. هي اختصارات معروفة في هذا المجال، ولكنها قد تشكل صعوبات عند ترجمتها إلى لغات أخرى.

4.7 / مصطلحات قانونية وتنظيمية :

غالباً ما تتوافق المصطلحات الاقتصادية مع الإطار القانوني واللوائح التنظيمية. تتطلب ترجمة الوثائق الاقتصادية، مثل العقود أو الاتفاقيات التجارية أو البيانات المالية، معرفة المصطلحات القانونية. هذه المصطلحات على درجة عالية من التقنية والدقة، وأي تفسير خاطئ لها يمكن أن يكون له عواقب قانونية ومالية خطيرة.

يجب أن يتمتع المترجمون بخبرة في المجالات الاقتصادية والقانونية لترجمة هذه الوثائق بدقة وضمان الامتثال للوائح والمعايير المحلية.

تتمثل التحديات التي تواجه ترجمة المصطلحات الاقتصادية في العديد من الجوانب، بما في ذلك الفروق اللغوية الدقيقة والاختلافات التقنية والسياق الثقافي والتطور القانوني. يتطلب تنفيذ ترجمات دقيقة وملائمة مترجمين على درجة عالية من المهارة والكفاءة على دراية باللغة الأصلية واللغة المستهدفة، فضلاً عن التاريخ الاقتصادي والثقافي الذي تستخدم فيه المصطلحات. من الضروري التغلب على هذه التحديات من أجل التواصل الفعال في السياق الاقتصادي العالمي، وتعزيز الوضوح ومنع سوء الفهم الذي يمكن أن يعيق التجارة والتعاون الدولي.

5. مبادئها:

أ. الترجمة التجارية:

(1) تعريفها:

Commercial translation is a simple word that describes translation activities or courses for training translators. It encompasses various activities and tools utilized for different kinds of texts with different purposes. This term is difficult to distinguish from other subjects. If we consider it broadly, it relates to all

business translation and overlaps with specialized fields and international marketing .¹ (Gambier and Dorslaer ,p41)

الترجمة التجارية هي كلمة بسيطة تصف أنشطة الترجمة أو الدورات التدريبية لتدريب المترجمين. وهي تشمل مختلف الأنشطة والأدوات المستخدمة لأنواع مختلفة من النصوص ذات الأغراض المختلفة. يصعب تمييز هذا المصطلح عن غيره من الموضوعات الأخرى. وإذا نظرنا إليه على نطاق واسع، فإنه يتعلق بكل ترجمة الأعمال ويتداخل مع المجالات المتخصصة والتسويق الدولي.

Commercial translation is the translation of a source text into a target text by a freelance translator for money, usually with short deadlines. Translation agencies coordinate with clients, hiring freelance translators to produce translations through a “translate–edit–proof” model.² (Chapelle, 2013 , p1)

الترجمة التجارية هي ترجمة نص مصدر إلى نص مستهدف من قبل مترجم مستقل مقابل المال، وعادةً ما تكون بمواعيد نهائية قصيرة. تقوم وكالات الترجمة بالتنسيق مع العملاء، حيث تقوم بتوظيف مترجمين مستقلين لإنتاج الترجمات من خلال نموذج “الترجمة التحريرية”.

Commercial translation includes all types of commercial documents, such as invoices, contracts, shipping documents, customs documents, etc.,

¹ Yves Gambier and Luc van Doorslaer ,Handbook of Translation Studies. Volume 1 , p41

² Carol A. Chapelle , The Encyclopedia of Applied Linguistics. Blackwell Publishing Ltd , 2013 p1

most of translators are corporate translators or specialists in a translation company and their professional fields often expand for financial and legal issues.¹(Gouadec ,2007, p31)

تشمل الترجمة التجارية جميع أنواع المستندات التجارية، مثل الفواتير والعقود ووثائق الشحن والوثائق الجمركية وغيرها، ومعظم المترجمين هم مترجمو الشركات أو متخصصون في شركة الترجمة وغالباً ما تتسع مجالاتهم المهنية للقضايا المالية والقانونية.

يُمارس المترجمون المعتمدون لدى الشركات أو المتخصصون يعملون ضمن شركات الترجمة، وتمتد مجالات خبراتهم المهنية لتغطي الجوانب المالية والقانونية ذات الصلة.

هي مهمة وصعبة للغاية. فهي تتطلب الدقة والخبرة الكبيرة في كل من الأعمال التجارية والاقتصادية. يجب أن يتمتع المترجمون بقدرات لغوية جيدة وفهم المصطلحات الصحيحة. وأهميتها في التجارة العالمية.

Commercial translation refers to any translation work done for commercial purposes across various fields such as administration, industry, law, science, and technology. The term "commercial translator" broadly includes anyone translating materials related to these sectors. For example, a legal translator working in industry can be called a "commercial" or "legal-commercial" translator. This practical definition distinguishes commercial translators from

¹ Opt cit , Daniel Gouadec , p31

literary translators, as commercial translation deals mainly with factual and practical content rather than literary or artistic material ¹.

تشير الترجمة التجارية إلى أي أعمال ترجمة تتم لأغراض تجارية في مختلف المجالات مثل الإدارة والصناعة والقانون والعلوم والتكنولوجيا. يشمل مصطلح "المترجم التجاري" بشكل عام أي شخص يقوم بترجمة المواد المتعلقة بهذه القطاعات. على سبيل المثال، يمكن أن يُطلق على المترجم القانوني الذي يعمل في مجال الصناعة اسم مترجم "تجاري" أو مترجم "قانوني-تجاري". ويميز هذا التعريف العملي المترجمين التجاريين عن المترجمين الأدبيين، حيث أن الترجمة التجارية تتعامل بشكل أساسي مع المحتوى الواقعي والعملي وليس مع المواد الأدبية أو الفنية. هي ترجمة يتم عملها لأغراض تجارية، مثل الترجمة في مجالات الإدارة، الصناعة، القانون، والعلوم. أي شخص يترجم نصوصاً لها علاقة بهذه المجالات يمكن أن يُسمى "مترجم تجاري"، حتى لو كان متخصصاً مثلاً في الترجمة القانونية داخل الشركات. الترجمة التجارية تختلف عن الترجمة الأدبية؛ فهي تركز على المعلومات العملية والحقيقية، وليس على الجماليات أو الأسلوب الأدبي مثل الروايات أو القصائد.

¹ Chan Sin-Wai , David E.Pollard and Raymond S. C. Lie , An Encyclopaedia of Translation Chinese—English • English—Chinese , The Chinese University Press , 2001 , p95

(2) اهميتها:

الشركات التي ترغب في استهداف أسواق جديدة والتوسع في الخارج تتطلب حلول ترجمة تجارية. بدءاً من دعم التواصل إلى زيادة المبيعات، تعمل الشركات بفعالية كبيرة في جميع أنحاء العالم. لذلك، تعتبر الترجمة التجارية جزءاً أساسياً من العمليات اليومية لكل شركة.

(3) بنوك:

تفضل الشركات المصرفية، خاصة على مستوى العالم، توظيف المترجمين التجاريين لتوسيع شبكاتها في الخارج. في هذه الصناعة، يعتمد النجاح في هذا المجال على كيفية تعزيز الثقة في مجال جديد. ولذلك، وللتواصل مع السوق المستهدف، تعكس البنوك محتواها وحوافزها ووثائقها التسويقية وما إلى ذلك .

(4) تسهيل التواصل الدولي :

تتيح الترجمة التجارية للشركات التواصل بوضوح مع العملاء والموردين والشركاء والموظفين الدوليين. تساعد ترجمة المواقع الإلكترونية والمواد التسويقية ووثائق الأعمال إلى اللغة الأم للجمهور المستهدف الشركات على بناء الثقة والحفاظ على علاقات أقوى.

(5) دعم توسع السوق :

عند دخول السوق الجديدة، يجب على الشركات تعديل محتواها ليتناسب مع الجمهور المحلي. ويشمل ذلك ترجمة أوصاف المنتجات والحملات الإعلانية والوثائق الفنية. يساعد هذا الموقف الشركات على اختراق السوق بفعالية وتحقيق ميزة تنافسية.

(6) تعزيز سمعة العلامة التجارية :

إن تقديم المواد بعدة لغات يُظهر مستوى من التطور ويعترف بتنوع الثقافات على مستوى العالم. تعد الترجمات الصحيحة أمرًا بالغ الأهمية لمنع التفسيرات الخاطئة والتصريحات التي قد تكون مسيئة، والتي يمكن أن تؤثر سلبًا على مكانة الشركة.

(7) الوصول إلى أسواق جديدة:

لعل الفائدة الأكثر وضوحًا لترجمة الأعمال التجارية هي فتح أسواق جديدة. من خلال ترجمة محتواها، مثل المواقع الإلكترونية والمطبوعات التسويقية والمنتجات، تتمكن الشركات من مخاطبة الأفراد الذين يعملون بلغات أخرى. يمكن أن يكون ذلك بوابة للدخول إلى أسواق جديدة لم يتم استغلالها من قبل وتوسيع نطاق الوصول العالمي.

(8) بناء الثقة والمصداقية:

Trust is an important factor in global business. By translating their content and speaking the local language of their consumers, businesses

show that they are seriously committed. This provides a positive impression and has bearings on the credibility of the business among locals.¹

الثقة عامل مهم في الأعمال التجارية العالمية. من خلال ترجمة محتواها والتحدث باللغة المحلية للمستهلكين المحليين، تُظهر الشركات أنها ملتزمة بجدية. وهذا يعطي انطباعًا إيجابيًا وله تأثيرات على مصداقية الشركة بين السكان المحليين.

امثلة عن الترجمة التجارية المسنعة غالبًا:

امثلة	انجليزية	ترجمتها بلغة العربية
اتفاقية الشراء	Commercial contracts	عقود تجارية
تحويلات العملات	Technical measurements	القياس التقني
نظرة عامة عن شركة التسويق	Profile translation	ترجمة الملف الشخصي
هواتف و اجهزة الكترونية	Specifications	المواصفات
عروض اسعار مالية	Bids and tenders	العروض والمناقصات
شروط الشحن والتوصيل	Commercial terms and conditions	الشروط والأحكام التجارية
اسعار وكميات	Invoice translation	ترجمة الفواتير
ايصال و عرض سعر و رقم شراء	Receipts and quotations	الإيصالات وعروض الأسعار

¹ <https://idosiertranslations.com/en/traduccion-comercial-clave-para-la-internacionalizacion-de-negocios/> 12/04/2025 18:00

البيانات المالية	financial statements	بيان الدخل
تقرير مراجع الحسابات	the auditor's report	تقارير شركة
المراسلات التجارية	business correspondence	رسالة استفسار عن المنتج
المواد التسويقية	marketing materials	منشور ترويج للتخفيضات
المواد الإعلانية	advertising materials	اعلان على مواقع

ب. الترجمة المالية:

(1) تعريفها:

La langue des finances et de l'économie est à la fois une langue "vivante", possédant sa propre identité, et un langage hautement spécialisé.¹ (Houbert,2001)

لغة المال والاقتصاد هي لغة "حية" لها هويتها الخاصة، ولغة متخصصة للغاية.

تشير الترجمة التجارية إلى أي أعمال ترجمة تتم لأغراض تجارية في مختلف

المجالات مثل الإدارة والصناعة والقانون والعلوم والتكنولوجيا. يشمل مصطلح

"المترجم التجاري" بشكل عام أي شخص يقوم بترجمة المواد المتعلقة بهذه القطاعات.

على سبيل المثال، يمكن أن يُطلق على المترجم القانوني

¹ Frédéric Houbert, Problématique de la traduction économique et financière ,translation journal , Volume 5, No. 2 April 2001

يواجه المترجمون الماليون عدداً من التحديات. إذ يتعين عليهم الترجمة بدقة وإدارة

الأرقام وتكييف المحتوى مع متطلبات البلد المستهدف. إن إتقان المصطلحات

المحددة والمعرفة بالمعايير الدولية للمحاسبة والضرائب أمر ضروري للنجاح في هذا

المجال. قد تكون الترجمة المالية والاقتصادية مطلوبة في عدد من السياقات:

طلب تمويل من بنك أو مستثمر خاص، شراكة تجارية، المفاوضات، مستندات

لشركة دولية مدرجة في البورصة، مشروع تدويل، عملية مالية واسعة النطاق مثل الاندماج

والاستحواذ، ومشروع إلغاء اندماج أو استحواذ، إلخ.

2) ميزات الترجمة المالية:

درجة عالية من الدقة:

تحتوي التقارير المالية على أرقام دقيقة ومصطلحات قانونية. يمكن أن تؤدي

الأخطاء إلى خسائر مالية هائلة أو تعقيدات قانونية. وهذا يتطلب اهتماماً شديداً

بالتفاصيل وتدقيقاً لغوياً دقيقاً بحثاً عن الأخطاء.

فهم المفاهيم المالية:

بصرف النظر عن الخبرة اللغوية، يحتاج المترجمون الماليون إلى فهم راسخ للمبادئ والمفاهيم والممارسات المالية. وهذا يساعدهم على نقل مقصد ومعنى النص المصدر بطريقة واضحة.

المصطلحات المتخصصة:

تحتوي الترجمة المالية على مفردات متخصصة ترتبط بالمحاسبة والأعمال المصرفية والاستثمار وما إلى ذلك. ويحتاج المترجمون إلى معرفة هذه المفردات في كلتا اللغتين، لغة المصدر واللغة الهدف.

تنوع الوثائق:

تتعامل الترجمة المالية مع مجموعة كبيرة من المستندات مثل البيانات المالية، وتقارير التدقيق، ونشرات الإصدار، والعقود، والإيداعات التنظيمية. هناك قواعد تنسيق دقيقة وكلمات دقيقة لكل نوع من المستندات.

5) الوعي الثقافي والسياقي:

يمكن أن تختلف قواعد التعامل مع الأموال والإبلاغ عنها بشكل كبير بين الثقافات. يجب على المترجمين أن يضعوا في اعتبارهم هذه الاختلافات الثقافية وتعديل الترجمة بشكل مناسب.

الوعي الثقافي والسياقي في الترجمة المالية هو عنصر أساسي لضمان دقة وفعالية نقل المعاني بين اللغات المختلفة. في هذا السياق، يجب على المترجم أن يكون على دراية بالعوامل الثقافية التي تؤثر على المصطلحات المالية، مثل الأنظمة الاقتصادية، والممارسات التجارية، والتقاليد المحلية.

على سبيل المثال، بعض المصطلحات المالية قد تحمل دلالات مختلفة في ثقافات معينة. كلمة "الفائدة" في بعض الدول الإسلامية قد تكون حساسة بسبب الأحكام الشرعية المتعلقة بالربا، لذا يتم استخدام مصطلحات بديلة مثل "الربح" أو "العائد". كذلك، عند ترجمة التقارير المالية، يجب مراعاة الفروقات في أنظمة المحاسبة بين الدول، حيث تختلف المعايير المحاسبية بين الولايات المتحدة وأوروبا والشرق الأوسط. بالإضافة إلى ذلك، عند ترجمة العقود المالية، يجب الانتباه إلى الصياغة القانونية التي قد تتأثر بالسياق الثقافي والقانوني لكل بلد.

فبعض المصطلحات القانونية قد تكون غير قابلة للترجمة الحرفية، مما يستدعي إعادة صياغتها بطريقة تتناسب مع النظام القانوني المستهدف.

التضخم (Inflation) : في بعض الثقافات، يُنظر إلى التضخم على أنه مؤشر سلبي، بينما في أخرى قد يُعتبر جزءاً طبيعياً من النمو الاقتصادي.

الرهن العقاري (Mortgage) : يختلف مفهوم الرهن العقاري بين الدول، حيث قد يكون له دلالات قانونية مختلفة تؤثر على حقوق الملكية.

العملة الصعبة (Hard Currency) : بعض العملات تُعتبر أكثر استقراراً من غيرها، مما يؤثر على استخدامها في التجارة الدولية.

تعويم العملة (Currency Float) : في بعض الدول، يتم التحكم في سعر الصرف بشكل صارم، بينما في دول أخرى يكون التعويم أكثر حرية.

الفصل الثاني : التسويق

**المبحث الاول : استراتيجيات التسويق في صناعة
الألعاب الإلكترونية**

المبحث الاول : استراتيجيات التسويق في صناعة الألعاب الإلكترونية

1. مفهوم التسويق:

يعتبر التسويق بشكل عام من الوظائف الأساسية في مجال الإدارة، حيث يركز على دراسة التفاعلات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه المؤسسات. إنه يتضمن مجموعة من الأنشطة والإجراءات والوظائف التي تتعلق بنقل المنتجات من الشركات المنتجة إلى المستهلكين أو الأشخاص الذين يستفيدون منها. يحمل هذا التعريف معنى أن التسويق هو مفهوم شامل تقوم به كافة المؤسسات والشركات التجارية، ويتألف من أنشطة تهدف إلى زيادة الطلب على المنتجات الطيبة. الهدف هنا هو تلبية احتياجات ورغبات العملاء في الأوقات والأماكن والأشكال المناسبة. يعد التسويق الوسيلة التي تساعد هذه المؤسسات على تحقيق أهدافها وطموحاتها من خلال كسب رضا العملاء بشكل أفضل من المنافسين . يتضمن ذلك فهم احتياجات ورغبات الزبائن في الأسواق المستهدفة.¹ (محمد ، 2013 ،

ص21)

Marketing focuses on creating and managing valuable relationships with customers. Its main goal is to attract new customers by offering better value and to retain and grow existing ones by keeping them satisfied.² (Kotler and Armstrong , p4)

يركز التسويق على إنشاء وإدارة علاقات قيمة مع العملاء. ويتمثل هدفه الرئيسي في جذب عملاء جدد من خلال تقديم قيمة أفضل والاحتفاظ بالعملاء الحاليين وتمييزهم من خلال الحفاظ على رضاهم.

¹ د. محمد منصور ابو جليل ، د.ايهاب كمال هيكل ، المفاهيم التسويقية الحديثة و اساليبها ، دار غيداء ، الاردن ، د.ن ، س ، 2013 ، ص 21

² PHILIP KOTLER , GARY ARMSTRONG , Principle of marketing , pearson prentice hall , 11th ed , p4

في سياق الترجمة، يُقصد بالتسويق إدارة علاقات مربحة مع العملاء من خلال إيصال القيمة بوضوح وفعالية. يهدف إلى جذب عملاء جدد عبر محتوى مُترجم يُبرز المزايا، والحفاظ على العملاء الحاليين من خلال رسائل دقيقة ومُرضية ثقافياً.

هذا يوضح أن الترجمة التسويقية لا تقتصر على نقل الكلمات، بل تركز على نقل القيمة والرسالة التسويقية بطريقة تلائم الثقافة والسوق المستهدف.

The process, systems, and activities involved in creating, communicating, delivering, and exchanging offerings of value guided by deep customer and societal insights, including language understanding to meet the needs of customers, partners, and the broader community.¹ (Shifman and Wisenblit,2015,p461)

العملية والنظم والأنشطة التي تتطوي عليها عملية إنشاء العروض ذات القيمة وتوصيلها وتقديمها وتبادلها مرشدين بالرؤى العميقة للعملاء والمجتمع، بما في ذلك فهم اللغة لتلبية احتياجات العملاء والشركاء والمجتمع الأوسع.

هو العمليات والأنظمة والأنشطة المُستخدمة لتصميم، وإيصال، وتبادل العروض ذات القيمة مع الاعتماد على فهم عميق لاحتياجات العملاء والمجتمع، بما في ذلك فهم اللغة لتلبية متطلبات الزبائن والعملاء والشركاء والمجتمع ككل.

في ظل التطور التكنولوجي المتسارع والتحول الكبير نحو العالم الرقمي، أصبح التسويق الإلكتروني أحد أهم الركائز التي تعتمد عليها الشركات والمؤسسات لتحقيق الانتشار وزيادة المبيعات. لم يعد التسويق التقليدي كافياً لمواكبة متطلبات العصر، حيث فرضت الثورة الرقمية أساليب جديدة تتيح الوصول إلى شريحة أوسع من الجمهور بتكاليف أقل ونتائج قابلة للقياس.

¹ Leon G. Schifman , Joseph L.Wisenblit, Consumer Behavior , Pearson , England , 11th ed , 2015 , p461

الترجمة التسويقية ليست مجرد تحويل كلمات، بل فن إعادة صياغة الرسالة بذكاء. فهي تختلف عن الترجمة التقليدية لأنها تدمج الدقة اللغوية مع حساسية ثقافية، لضمان تأثير الإعلان أو الشعار بنفس القوة في كل لغة. تعتمد على فهم التعبيرات المحلية وتجنب الحساسيات، مما يجعلها مزيجا إبداعيا بين التسويق واللغات. سواء كان إعلانا مكتوبا أو محتوى رقميا، هدفها الأكبر هو التواصل بسلاسة مع الجمهور المستهدف كما لو كتب خصيصا لهم. تركز على التأثير العاطفي والثقافي، وتعدل المحتوى (إعلانات، شعارات، حملات) لتناسب عقلية الجمهور المستهدف مع الحفاظ على الهوية التسويقية. مثال: تعديل شعار "Just Do It" لنيكي إلى تعبير يناسب الثقافة العربية.

2. أنواعه :

أ. التسويق التقليدي:

تعريف:

Traditional marketing refers to the conventional methods that businesses use to promote their products or services. This includes advertisements through television, radio, newspapers, magazines, and outdoor billboards. These approaches are typically one-way forms of communication, where companies send out messages to the public without direct interaction.¹ (Paşcalău and Urziceanu, 2020)

يشير التسويق التقليدي إلى الطرق التقليدية التي تستخدمها الشركات للترويج لمنتجاتها أو خدماتها. ويشمل ذلك الإعلانات من خلال التلفزيون والراديو والصحف والمجلات واللوحات الإعلانية الخارجية. هذه الأساليب عادةً ما تكون أشكال اتصال أحادية الاتجاه، حيث ترسل الشركات رسائل إلى الجمهور دون تفاعل مباشر.

¹ AGORA INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICAL SCIENCES, AIJES , Valentina Simona Paşcalău, Ramona Mihaela Urziceanu , Traditional Marketing Versus Digital Marketing

التسويق التقليدي يعني الطرق القديمة التي كانت وما زالت بعض الشركات

تستخدمها للإعلان عن منتجاتها أو خدماتها. ومن الأمثلة على هذه الطرق:

- الإعلانات في التلفزيون والراديو.
 - الإعلانات المطبوعة في الصحف والمجلات.
 - اللوحات الإعلانية الموجودة في الشوارع.
- هذه الطرق تُسمى "اتصال أحادي الاتجاه"، أي أن الشركة ترسل المعلومات إلى الناس، لكن لا يمكن للناس الرد مباشرة أو التفاعل مع الإعلان، مثلما يحدث في الإنترنت أو وسائل التواصل الاجتماعي.

Traditional marketing refers to any type of marketing done offline. This includes things like newspapers, TV and radio ads, phone calls, mail, and outdoor ads like billboards and posters.

It's called "traditional" because it was used before the internet became common. Even though modern marketing now includes digital tools, traditional methods are still in use today.¹

يشير التسويق التقليدي إلى أي نوع من التسويق الذي يتم خارج الإنترنت. وهذا يشمل أشياء مثل الصحف والإعلانات التلفزيونية والإذاعية والمكالمات الهاتفية والبريد والإعلانات الخارجية مثل اللوحات الإعلانية والملصقات. يُطلق عليه "تقليدي" لأنه كان يُستخدم قبل انتشار الإنترنت. على الرغم من أن التسويق الحديث يتضمن الآن أدوات رقمية، إلا أن الأساليب التقليدية لا تزال مستخدمة حتى اليوم.

¹ <https://blog.hubspot.com/marketing/traditional-marketing-vs-digital-marketing-7/05/2025>
20:00

خصائصه:

- محدود في التفاعل.
- مكلف مقارنة بالتسويق الإلكتروني.
- فعال للوصول إلى جمهور غير نشط على الإنترنت.

أمثلة على التسويق التقليدي لألعاب الفيديو:

1) إعلانات التلفزيون:

- عرض مقاطع دعائية لألعاب جديدة خلال برامج أو مباريات شهيرة لجذب جمهور واسع.
- مثال: إعلان لعبة *Call of Duty* أثناء مباريات كرة القدم أو برامج الشباب.

2) الإعلانات في المجلات والصحف:

- نشر مراجعات أو إعلانات للعبة في مجلات متخصصة مثل *Game Informer* أو مجلات التقنية.

3) اللوحات الإعلانية (البيلبورد):

- عرض غلاف اللعبة أو شعارها في أماكن عامة، خاصة في المدن الكبرى.
- مثال: لوحات ترويجية لألعاب مثل *FIFA* أو *Grand Theft Auto* في مراكز التسوق أو الطرق السريعة.

4) الملصقات والإعلانات داخل المتاجر:

- وضع بوسترات أو عروض ترويجية في متاجر الألعاب مثل *GameStop* أو فروع *Virgin*.
- أحياناً تكون مصحوبة بمجسمات أو عروض تجريبية للعبة.

5) إعلانات عبر الراديو:

○ حملات صوتية قصيرة تروج لإصدار لعبة جديدة.

(6) المعارض والأحداث الواقعية:

○ المشاركة في معارض مثل ¹E3 أو Gamescom بنسخ تجريبية للعبة، وهو شكل من أشكال التسويق التقليدي عبر التفاعل المباشر مع الجمهور.

ب. التسويق الإلكتروني :

تعريفه :

التجارة الإلكترونية هي من أشهر المفاهيم في عصر التكنولوجيا والمعلومات. وهي تعني ببساطة بيع أو شراء أي شيء عبر الإنترنت، سواء كان ذلك في سوق محلي أو عالمي، وتتم بشكل تجاري من خلال مواقع إلكترونية وحسابات بنكية، دون الحاجة للتواجد في مكان معين أو في وقت محدد. وقد أصبحت التجارة الإلكترونية نشاطاً واسع الانتشار، وظهرت آلاف المواقع التي تُستخدم كسوق لبيع وشراء المنتجات والخدمات الرقمية، مما جعلها جزءاً مهماً من الاقتصاد الحديث².

E-marketing focuses on people who choose for themselves which websites to visit and what kind of marketing content they want to see, including which products interest them and when. Because of this, the world of e-commerce needs different, modern marketing strategies.³

¹ E3 هو اختصار لـ Electronic Entertainment Expo، وهو أحد أكبر وأهم المؤتمرات العالمية في مجال ألعاب الفيديو. يُقام عادة في لوس أنجلوس، الولايات المتحدة الأمريكية، ويجمع بين شركات تطوير الألعاب، صانعي الأجهزة مثل Sony وMicrosoft وNintendo، الصحفيين، والمطورين المستقلين.

² لدكتور حمود بولصباح، التسويق الإلكتروني، سنة ثالثة التسويق، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميله معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2017/2016، ص12

³ Op.cit PHILIP KOTLER, GARY ARMSTRONG, p559

يركز التسويق الإلكتروني على الأشخاص الذين يختارون بأنفسهم المواقع الإلكترونية التي يزورونها ونوع المحتوى التسويقي الذي يرغبون في رؤيته، بما في ذلك المنتجات التي تهمهم ومتى. ولهذا السبب، يحتاج عالم التجارة الإلكترونية إلى استراتيجيات تسويق مختلفة وحديثة.

لقد مرت إعلانات ألعاب الفيديو بعدة مراحل تحويلية رئيسية:

المراحل المبكرة (الإعلانات التقليدية): في بدايات الصناعة، كان الاعتماد كبيراً على وسائل الإعلان التقليدية مثل المجالات المتخصصة في الألعاب، والإعلانات التلفزيونية المحدودة. كان التركيز ينصب على عرض لقطات من اللعبة وشرح بسيط لمفهومها، مع استهداف جمهور كان يعتبر متخصصاً إلى حد كبير.

عصر المنتديات والمجتمعات عبر الإنترنت: مع انتشار الإنترنت، بدأت المنتديات ومواقع النقاش الخاصة بالألعاب تكتسب أهمية. أصبح التسويق يتضمن التفاعل المباشر مع مجتمعات اللاعبين، والاستفادة من النقاشات والتوصيات الشفهية التي ينتجها اللاعبون أنفسهم.

صعود الإعلانات داخل اللعبة (In-Game Advertising): ظهر مفهوم دمج الإعلانات مباشرة داخل بيئة اللعبة، سواء كلوحات إعلانية ثابتة في الخلفية أو كعناصر تفاعلية. سمح هذا بالوصول إلى اللاعبين أثناء تجربتهم للعبة، ووفر مصدراً جديداً للدخل للمطورين والناشرين.

ثورة وسائل التواصل الاجتماعي والمؤثرين: أحدثت منصات التواصل الاجتماعي مثل يوتيوب، فيسبوك، تويتر، ولاحقاً تويتش وتيك توك، تحولاً جذرياً. أصبح التسويق يعتمد بشكل كبير على بناء حضور قوي عبر هذه المنصات، ومشاركة المحتوى الترويجي

والتفاعلي، والتعاون مع المؤثرين ولاعبى الرياضات الإلكترونية للوصول إلى جماهير أوسع وأكثر تفاعلية.

التسويق القائم على البيانات: مع تطور التكنولوجيا وأدوات تحليل البيانات، أصبح من الممكن فهم سلوك اللاعبين وتفضيلاتهم بشكل دقيق. يتيح ذلك إنشاء حملات تسويقية أكثر استهدافاً وتخصيصاً، وتقديم إعلانات وعروض ذات صلة أكبر بكل لاعب على حدة.

الإعلانات التفاعلية: تتجه الإعلانات حالياً نحو أن تكون جزءاً أكثر تكاملاً وممتعة من تجربة اللعب نفسها (مثل الإعلانات ذات المكافأة أو الإعلانات القابلة للعب)، ومع التطورات في الواقع الافتراضي والمعزز، يُتوقع ظهور أشكال إعلانية أكثر غامرة وتفاعلية في المستقبل.

خلاصة القول، لقد تطورت إعلانات ألعاب الفيديو من مجرد محاولة إعلامية بسيطة إلى عملية معقدة ومتكاملة تعتمد على التفاعل، بناء المجتمع، الاستعادة من المؤثرين، وتحليل البيانات لتقديم تجارب تسويقية فعالة ومخصصة تتناسب مع الطبيعة الديناميكية والمجتمعية لصناعة الألعاب الحديثة¹.

¹ <https://www.airtraffic.co/blog/the-evolution-of-video-game-advertising/> 09/05/2025 10 :00

المبحث الثاني : التوطين كأداة التسويقية

Localisation

المبحث الثاني : التوطين كاداة التسويقية Localisation

1. تأثير التوطين على تقبل اللعبة من قبل الأسواق المختلفة.

تعريف التوطين :

التوطين هو عملية تكييف منتج أو تطبيق أو محتوى أو ملف ليكون ملائماً للغة والثقافة والمتطلبات الخاصة بجمهور معين. لا يقتصر التوطين على مجرد ترجمة النصوص، بل يشمل أيضاً تعديل الفكرة، والتصميم المرئي، وطريقة العرض، بحيث تتناسب مع العادات، والقيم، وأنماط التعامل التجاري أو التعليمي في الثقافة المستهدفة، والتي قد تختلف عن ثقافة المصدر¹. (ادريس، 2012، ص 128)

Localization in advertising means creating different versions of an ad for different countries or cultures, considering their specific language, habits, and beliefs. This applies even if they share the same language, like the UK and the USA.² (Al-Shehari,2001,p20)

يعني التوطين في الإعلانات إنشاء نسخ مختلفة من الإعلان لبلدان أو ثقافات مختلفة، مع مراعاة لغتها وعاداتها ومعتقداتها الخاصة. وينطبق ذلك حتى لو كانت تتشارك نفس اللغة، مثل المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية.

يعني تكييف الإعلانات بحيث تتناسب مع لغة وثقافة وتفضيلات الناس في بلد أو منطقة معينة. لا يتعلق الأمر فقط بترجمة الكلمات، بل يتعلق بالتأكد من أن الرسالة تبدو طبيعية ومحترمة لطريقة تفكير الجمهور وطريقة عيشه.

¹ ادريس محمد امين، إشكالية ترجمة أسماء المواقع من منظور استراتيجيتي التدجين Domestication والتغريب Foreignization، المجلة الأردنية للغات المعاصرة والأدب، رقم 2، 2012، ص 128

² Khalid Sharaf Al-Shehari , The Semiotics and Translation of Advertising Texts:Conventions, Constraints and Translation Strategies with Particular Reference to English and Arabic , PhD , University of Manchester Institute of Science and Technology, 2001, p20

دور التوطين في تسويق ألعاب الفيديو :

يعد دور التعريب في تسويق ألعاب الفيديو للجمهور الناطق باللغة العربية محورياً لتوسيع نطاق الوصول إلى السوق، وزيادة مشاركة اللاعبين، وتحقيق النجاح التجاري في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. فيما يلي الأدوار الرئيسية المتعلقة بالتسويق المتعلقة بالتوطين باللغة العربية في ألعاب الفيديو:

توسيع نطاق الوصول إلى الأسواق والوصول إلى الجمهور

توصف عملية التعريب باللغة العربية بأنها "تغيير استراتيجي للعبة" بالنسبة للمطورين والناشرين الذين يهدفون إلى توسيع نطاق جمهورهم في دول مجلس التعاون الخليجي ومنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، والتي تعد من بين أسرع أسواق الألعاب نموًا على مستوى العالم¹.

تسهيل التواصل التسويقي الفعال

يمتد التوطين إلى ما هو أبعد من اللعبة نفسها ليشمل المواد التسويقية والبيانات الوصفية لمتجر التطبيقات وإدارة المجتمع. إن تحسين أوصاف التطبيق والمحتوى الترويجي ودعم العملاء باللغة العربية يضمن أن تكون الرسائل التسويقية واضحة ومقنعة ومناسبة ثقافياً، مما يزيد من معدلات التحويل والثقة بالعلامة التجارية

إن هذا النهج التسويقي القائم على التوطين ضروري ليس فقط للوصول إلى سوق الألعاب سريع النمو في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا واختراقه، ولكن أيضاً لبناء علاقات قوية مع اللاعبين المحليين من خلال المحتوى الملائم ثقافياً. من خلال تقديم تجارب تعكس لغة الجمهور العربي وقيمه وتفضيلاته، يمكن للمطورين والناشرين تعزيز ولاء العلامة التجارية ورضا المستخدمين والربحية على المدى الطويل. وبهذه الطريقة،

¹ <https://www.arabnews.com/node/2567682/sport> 10/05/2025 13:00

يصبح التوطين باللغة العربية استثماراً استراتيجياً يدعم النمو المستدام والميزة التنافسية في أحد أكثر أسواق الألعاب الواعدة في العالم.

المبحث الثالث : سلوك المستهلك وتأثير اللغة على

قرار الشراء

المبحث الثالث : سلوك المستهلك وتأثير اللغة على قرار الشراء

1. كيف تؤثر اللغة والعرض المحلي على نية الشراء :

أ. تأثير اللغة على نية الشراء

اللغة المستخدمة في الإعلانات والتواصل التسويقي تلعب دورًا حاسمًا في تشكيل قرار الشراء، حيث أظهرت الدراسات وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اللغة الإعلانية وقرار الشراء للمستهلكين. استخدام اللغة التي يفهمها ويتحدثها المستهلك يعزز من استقباله للرسالة الإعلانية ويزيد من احتمالية استجابته لها¹. (هيبية ، 2022 ، ص208)

اللغة ليست فقط وسيلة تواصل بل تعبر عن القيم الثقافية للمستهلك، مما يجعلها عاملاً مؤثرًا في سلوك الشراء، إذ أن اللغة التي تتوافق مع ثقافة المستهلك تزيد من ثقته بالمنتج أو الخدمة وبالتالي تزيد نية الشراء

ب. تأثير العرض المحلي على نية الشراء

العرض المحلي، بما في ذلك التوصيات الشخصية أو "الكلمة المنطوقة"، يُعد من أبرز العوامل التي تؤثر في نية الشراء، خاصة عند التعامل مع خدمات يصعب الحكم عليها مسبقًا مثل التعليم أو الصحة. وتكتسب الكلمة المنطوقة مصداقية أكبر من الإعلانات التقليدية، مما يجعل تأثيرها حاسمًا في اتخاذ القرار الشرائي لدى المستهلك.

ج. كيف تساعد الترجمة في بناء الثقة وجذب اللاعبين :

التواصل بلغتهم الأم :عندما يتواصل المنتج أو الخدمة مع اللاعبين بلغتهم الأم، يشعرون بالراحة والاطمئنان، مما يعزز مصداقية العلامة التجارية ويزيد من ولاء العملاء

¹ أ.د.هيبية طوال ، أ.د.أحمد ضيف ، مدى نأثر القرار الشرائي للمستهلك باللغة المستخدمة في الإعلانات التجارية دراسة حالة شركة "صومام" لمشقات الحليب بالجزائر ، مجلة التكامل الاقتصادي ، العدد 2 ، 2022 ، ص 208

عندما يتم التواصل مع اللاعبين بلغتهم الأم، لا يقتصر الأثر على مجرد الفهم اللغوي، بل يمتد إلى بناء علاقة عاطفية وثقافية بين المستخدم والعلامة التجارية. هذا النوع من التواصل يخلق شعورًا بالتقدير والاحترام للهوية الثقافية للاعب، مما يعزز الثقة والانتماء، ويدفع المستخدم إلى التفاعل الإيجابي مع المحتوى. ونتيجة لذلك، تزداد مصداقية العلامة التجارية ويقوى الولاء طويل الأمد، لأن اللاعب يشعر أن التجربة مصممة خصيصًا له، وليست مجرد ترجمة سطحية¹.

إزالة الحواجز اللغوية والثقافية: الترجمة لا تقتصر على الكلمات فقط، بل تشمل التوطين الذي يراعي الفروق الثقافية، مما يجعل المحتوى أكثر ملاءمة وجاذبية للجمهور المحلي، ويحد من سوء الفهم أو الإحساس بالغربة

إزالة الحواجز اللغوية والثقافية لا تعني مجرد ترجمة النصوص من لغة إلى أخرى، بل تشمل عملية توطين شاملة تراعي الخلفيات الثقافية، والعادات، والتقاليد، وحتى الحس الفكاهي والتفضيلات البصرية للجمهور المستهدف. هذه العملية تُسهم في تقديم تجربة سلسة ومألوفة للمستخدم، تجعل المحتوى يبدو وكأنه صُمم خصيصًا له، مما يُعزز التفاعل ويقلل من احتمالية حدوث سوء فهم أو شعور بالاغتراب الثقافي. إنها خطوة ضرورية لبناء جسر تواصلٍ فعال بين المنتج والجمهور المحلي.

توسيع نطاق الوصول :

توسيع نطاق الوصول من خلال الترجمة لا يقتصر فقط على إتاحة المحتوى بلغة جديدة، بل يُعد استراتيجية استراتيجية فعالة لفتح الأبواب أمام أسواق دولية متنوعة قد تكون غير مستهدفة في الأصل. عندما يتم تكيف اللعبة أو الخدمة لتناسب لغويًا وثقافيًا مع جمهور جديد، فإن ذلك يكسر الحواجز التي قد تمنع التفاعل أو القبول، مما يؤدي إلى جذب شرائح واسعة من اللاعبين الذين لم يكن من الممكن الوصول إليهم سابقًا.

¹ <https://etranslationservices.com/ar/translations/business-translations/multilingual-marketing-how-translation-boosts-roi-for-international-e-commerce-brands/> 10/05/2025 14 :00

هذا التوسّع لا يزيد فقط من عدد المستخدمين، بل يُسهم أيضًا في زيادة العوائد المالية، وتنويع مصادر الدخل، وتقليل الاعتماد على سوق واحد. كما يعزز من حضور العلامة التجارية عالميًا ويمنحها سمعة قوية بوصفها شركة تراعي التنوع الثقافي واللغوي في تجاربها.

الفصل الثالث: منصة ستيم

1. منصة متجر ستييم ستور *Steam Store* لألعاب الرقمية الحديثة

تعريفها:

في العقود الأخيرة، شهد العالم تطورًا هائلًا في التكنولوجيا الرقمية، وكان لصناعة ألعاب الفيديو نصيب كبير من هذا التقدم. لقد تحولت الألعاب من أدوات تسلية بسيطة إلى أنظمة ترفيه وتفاعل اجتماعي، تستقطب مئات الملايين حول العالم. وفي صميم هذه الثورة الرقمية، برزت منصة ستييم (Steam) كواحدة من أكبر وأهم منصات توزيع الألعاب في العالم.

تأسست ستييم عام 2003 على يد شركة فالف (Valve Corporation)، وكانت الغاية منها في البداية إدارة التحديثات لألعاب فالف، لكنها سرعان ما توسعت لتشمل جميع أنواع الألعاب من مختلف المطورين حول العالم. اليوم، تُعد ستييم المنصة الرقمية الأولى للألعاب على أجهزة الحاسوب، وتضم مجتمعًا يضم أكثر من 120 مليون مستخدم نشط شهريًا.

مع هذا التوسع، ظهرت الحاجة إلى قناة إعلامية رسمية توثق أخبار المنصة وتطوراتها، فتم إنشاء مدونة ستييم (Steam Blog) التي أصبحت مرجعًا للمستخدمين والمطورين على حد سواء.

لقد برز كمحور أساسي في توزيع ألعاب الفيديو الرقمية، حيث غير طريقة وصول المطورين إلى الجماهير وكيفية وصول اللاعبين إلى مكتبات الألعاب الخاصة بهم وشرائها والتفاعل معها. قامت شركة Valve Corporation بتطوير متجر Steam، وقد ظهر إلى حيز الوجود كاستجابة للحاجة المتزايدة إلى منصة رقمية موحدة في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين. ومنذ ذلك الحين أحدثت ثورة في صناعة الألعاب من خلال تقديمها ليس فقط سوقًا ولكن أيضًا نظامًا بيئيًا شاملاً يسهل اكتشاف الألعاب، والمشاركة المجتمعية، وإدارة البرامج.

إن Steam مهم بسبب سهولة الوصول إليها. في السابق، كانت ألعاب الفيديو توزع في السابق كنسخ مادية، مما جعل من الصعب على بعض الأفراد الحصول عليها اعتماداً على موقعهم الجغرافي وعلاقتهم بالمتاجر وطريقة إنتاجها. لقد أحدث ثورة في هذا الأمر من خلال تمكين الأفراد من جميع أنحاء العالم من الوصول إلى الألعاب على الفور، بما في ذلك الألعاب المستقلة الصغيرة التي كان من الصعب توزيعها في السابق. وقد رفع هذا التحول في النشر من مستوى الإبداع، مما سمح للمطورين الصغار بالوصول إلى نفس المنصة التي تصل إليها الاستوديوهات الكبيرة.

هو متجر أكثر من مجرد نقطة شراء للألعاب. فهناك ميزات تسمح للأشخاص بالتواصل والتعاون، مثل المراجعات من المستخدمين والمنتديات والإنجازات داخل اللعبة. هذه تساعد اللاعبين في اتخاذ قرار الشراء والحفاظ على شعبية الألعاب من خلال إنشاء مجتمعات نشطة. يمكن للمطورين الحصول على تعليقات سريعة وتنفيذ التحديثات في وقت قصير، مما يلبي مطالب اللاعبين ويعزز الجودة. هذه التغذية الراجعة المستمرة أمر بالغ الأهمية في شركة يكون فيها شعور اللاعبين هو الأهم للنجاح.

كيفية تحقيق الدخل من المنصة أمر مهم أيضاً. توفر ستيم للمطورين إمكانية التحكم في الأسعار، والقدرة على طرح الأشياء للبيع، والقدرة على تجميع محتوهم بطرق مبتكرة. فمواسم التخفيضات خلال العطلات، على سبيل المثال، أصبحت الآن منتشرة على نطاق واسع في هذه الصناعة، مما يجعل الناس يدفعون المال ويعلنون عن المزيد من الألعاب. على الرغم من أن البعض يشتكي من كيفية تقسيم الإيرادات، إلا أن هذا نموذج والتعرض الكبير هو إلى حد كبير السبب في كونه موزعاً رائداً.

يهيمن بشكل لا يصدق على السوق، وهذا يثير بعض التساؤلات الجدية. لقد جعل التوزيع الرقمي سائداً بسبب نجاحه، ولكن يخشى الكثيرون من أن يكون احتكاراً وأن الصناعة لن تكون قادرة على الصمود أمام عدم وجود منافسة كافية. وتظهر متاجر مثل

لللمدعين. قد تفيد بعض المنافسة في المستقبل كلاً من المبدعين والمستخدمين على حد سواء، ولكن لا يزال يفرض بقوة أسلوب العمل في هذه الصناعة.

أحدث Steam Store نجاحاً مذهلاً في طريقة بيع الألعاب عبر الإنترنت. فهو يبيع الألعاب عبر الإنترنت، ويساعد على إنشاء المجتمعات، ويوفر منصة للمطورين لعرض إبداعاتهم، ويؤثر على الطريقة التي يشتري بها الأشخاص الألعاب عبر الإنترنت. ومع استمرار نمو هذه الصناعة، ستحظى أسواق الإنترنت بفرص وتحديات على حد سواء لتظل ملائمة ومنصفة. إن وظيفتها في السنوات القادمة هي حجر الزاوية في الترفيه عبر الإنترنت.

تُعد هذه المنصة بيئة تعليمية تقنية للمطورين من مختلف المستويات، حيث توفر أدوات مثل **Steamworks SDK** التي تتيح للمطورين تعلم كيفية رفع الألعاب، إدارة التراخيص، تفعيل التحديثات التلقائية، ودعم مزايا مثل التخزين السحابي أو التوافق مع أجهزة التحكم.

مدونة ستيم تقدم محتوى تعليمياً منتظماً يساعد في فهم كيفية تطوير الألعاب وتحسين أدائها، ما يشكل مورداً تعليمياً مميزاً خاصة للمطورين المستقلين والمبتدئين.

العديد من الألعاب المتوفرة على ستيم تصمم بهدف التعليم غير المباشر. ألعاب مثل *Human Resource Machine* أو *TIS-100* تُدرّس مفاهيم البرمجة بشكل مبسط، بينما ألعاب مثل *Space Program Kerbal* تُعرّف اللاعبين بمبادئ الفيزياء والفضاء، وتعزز التفكير التحليلي والتجريبي.

من خلال الألعاب الاستراتيجية والتفاعلية، يتعلم اللاعب مهارات متعددة مثل التفكير النقدي، إدارة الوقت، اتخاذ القرار، والتخطيط بعيد المدى. ألعاب مثل *Civilization* أو

Factorio تمثل منصات تدريب ذهني فعالة، وقد تكون في بعض الحالات مكافئة لمواد تعليمية عملية.

تُعد ورش العمل والمجتمعات (Steam Community & Workshop) أدوات تعليمية تعاونية، حيث يشارك المستخدمون ملفات تعليمية، تعديلات (Mods)، ودروسًا مصغرة لتبادل المعرفة وتوسيع آفاق الإبداع.

تتيح لمطوري الألعاب من جميع أنحاء العالم نشر أعمالهم بسهولة، ما يجعل المنصة مساحة لعرض محتوى ثقافي متنوع. تُعرض على المنصة ألعاب تعكس عادات وتقاليد بلدان معينة، أو تحاكي تراثها الشعبي، ما يمنح اللاعبين فرصة استكشاف ثقافات جديدة دون مغادرة منازلهم.

توفر دعمًا لعدة لغات، وتشجع المطورين على توفير ترجمات لألعابهم ومحتواهم. هذا يفتح المجال أمام جمهور عالمي، ويجعل المحتوى الثقافي قابلاً للتداول عبر الحدود اللغوية. كما أن تفعيل الترجمات الرسمية أو المجتمعية (Community Localization) يعزز التبادل المعرفي واللغوي بين الشعوب.

تولي ستيم أهمية خاصة للألعاب المستقلة، والتي كثيرًا ما تنقل تجارب حياتية واقعية أو رؤى ثقافية من بلدان محددة. هذه الألعاب تمنح اللاعبين فرصة لفهم وجهات نظر وأحداث تاريخية أو اجتماعية بعيون محلية، ما يثري إدراكهم الثقافي ويكسر الصورة النمطية السائدة.

من خلال المنتديات، التعليقات، البث المباشر، وورش التصميم، يتفاعل اللاعبون من مختلف الجنسيات والثقافات ضمن بيئة واحدة. هذا التفاعل يعزز الاحترام المتبادل، ويفتح بابًا للحوار الثقافي بين الأفراد من خلفيات مختلفة.

الألعاب الحديثة لم تعد مجرد تجربة بصرية، بل تتضمن عناصر موسيقية، تصميم فني، سرد قصصي، وتمثيل صوتي. ستييم تدعم هذا التنوع الإبداعي، ما يسهم في نقل الفنون والثقافات إلى جمهور واسع بطريقة رقمية مبتكرة.

2. التحليل :

إن ترجمة مدونة ستييم إلى اللغة العربية لم تعد مجرد رفاهية معرفية، بل أصبحت ضرورة حيوية تتعلق بتمكين المستخدم العربي من الاندماج الفعّال في أحد أكبر البيئات الرقمية العالمية. فالمدونة الرسمية لستييم لا تقتصر على نشر الأخبار أو التحديثات، بل تقدم محتوى تقنياً وتوجيهياً وتحليلياً يُعدّ مرجعاً للمطورين، اللاعبين، وصناع المحتوى على حد سواء. هذا المحتوى يشمل مقالات تشرح خوارزميات التوصية في المتجر، إحصاءات سلوك المستخدمين، إرشادات تسويقية للألعاب، وكذلك تحليلات حول اتجاهات السوق. غياب الترجمة يخلق فجوة معرفية كبيرة بين المطورين العرب ونظرائهم في الغرب، ويجعل كثيراً من فرص التعلم والمشاركة غير متاحة لغير الناطقين بالإنجليزية. كذلك، فإن وجود ترجمة عربية رسمية أو مجتمعية للمدونة من شأنه أن يعزز الحضور العربي في سوق الألعاب الرقمية، ويشجع المزيد من المطورين العرب على نشر ألعابهم عبر المنصة. كما سيساعد في دمج اللاعبين العرب في النقاشات العالمية حول تحديثات الألعاب والسياسات الجديدة، ويمنحهم صوتاً فاعلاً في تشكيل مستقبل المنصة. الترجمة هنا لا تقتصر على نقل لغوي، بل تمثل جسراً حضارياً ومعرفياً بين مجتمعات مختلفة، وتُعد خطوة استراتيجية نحو تعزيز الثقافة الرقمية العربية وتوسيع نطاق تأثيرها في صناعة الألعاب العالمية.

اولا : لماذا يحتاج ستييم الى الترجمة اللغة العربية ؟ هذا جدول يبين عدد مستخدمين في العالم العربي بحيث يمثلون 1.2 مليون من عدد مستخدمين في العالم العربي 2025 والذي تعتبر رقما هائلا :

بلد	عدد مستخدمين
الجزائر	206,921
مصر	163,761
السعودية	146,281
المغرب	86,463
الأردن	63,823
تونس	63,630
لبنان	54,488
الكويت	43,487
سوريا	40,812
قطر	34,064
ليبيا	19,710
اليمن	22,532
السودان	11,778
موريتانيا	4,021

على الرغم من أن اللغة العربية تُعد من بين أكثر اللغات تحدثًا عالميًا، إلا أنها لا تظهر ضمن اللغات الأكثر استخدامًا على ستيم في عام 2025 .

هذا يشير إلى وجود فجوة في دعم اللغة العربية على المنصة، مما يُبرز أهمية توفير محتوى محلي وترجمات لتعزيز تجربة المستخدمين العرب.

- في عام 2024، يوجد حوالي 120.4 مليون لاعب نشط شهريًا على منصة Steam.

- يوجد أكثر من 69 مليون لاعب نشط يوميًا على مدار الساعة على Steam ، مع وجود 33 مليون لاعب متزامن على مستوى العالم حسب إحصائيات عام 2024.

- خلال عام 2021 فقط، نجحت Steam في تقديم 32.9 إكسابايت من بيانات المحتوى، ما يقرب من تحميل 330 مليون شخص لـ 100 غيغابايت من البيانات.
 - تتم أكثر من 2.6 مليون عملية شراء على Steam كل شهر.
 - شهدت Steam نموًا بنسبة 18% في الإيرادات مقارنة بعام 2022، وزيادة بنسبة 14.35% في عدد اللاعبين المتزامنين منذ عام 2022.
- المستخدم العربي الذي لا يُجيد اللغة الإنجليزية يواجه عدة صعوبات حقيقية عند تصفحه لمحتوى منصة ستيم، خصوصًا عند قراءة التعليقات، مشاهدة الإعلانات الترويجية للألعاب، أو محاولة فهم وصف المنتجات. إليك تحليلًا لأبرز هذه التحديات:

صعوبات في قراءة تعليقات المستخدمين (Reviews)

- أ. فهم التقييمات التقنية أو الساخرة:
تعليقات اللاعبين غالبًا ما تحتوي على تعبيرات ساخرة، أو مصطلحات تقنية، أو اختصارات (مثل *FPS, grinding, lag, nerf, OP*) يصعب فهمها لمن لا يجيد الإنجليزية.

ب. ضياع في السياق الثقافي:

- بعض التعليقات تعتمد على إشارات ثقافية أو نكات محلية (memes) غير مفهومة خارج ثقافة اللغة الأصلية، ما يجعلها مبهمة للمستخدم العربي.

ت. عدم معرفة هل اللعبة جيدة أم لا:

- إذا لم يتمكن المستخدم من فهم تعليقات المراجعات، فلن يستطيع تحديد ما إذا كانت اللعبة تستحق الشراء أو التحميل، مما قد يؤدي إلى اتخاذ قرارات غير صائبة.

صعوبات في مشاهدة فيديو الإعلان (Trailers)

أ. الافتقار إلى الترجمة أو الدبلجة:

غالبية إعلانات الألعاب تكون باللغة الإنجليزية بدون ترجمة. وهذا يجعل من الصعب على المستخدم العربي غير المتقن للغة فهم قصة اللعبة، نمط اللعب، أو خصائصها.

ب. عدم فهم النصوص السريعة أو العناوين التوضيحية:

النصوص التي تظهر خلال الفيديو تحتوي غالبًا على معلومات مهمة مثل: تاريخ الإصدار، نمط اللعب (أونلاين/أوفلاين)، أو ملاحظات تقنية، وهذه تمر بسرعة دون أن تُفهم.

ج. الإفراط في المصطلحات الدعائية:

الجملة مثل "dynamic open-world combat system" أو "story-rich cinematic experience" يصعب تفسيرها دون خلفية لغوية أو معرفية، مما يُشوش على قرار الشراء أو التجربة.

صعوبة في التنقل واكتشاف الألعاب والمحتوى

أ. صعوبة في البحث بكلمات مفتاحية مناسبة:

المستخدم العربي قد لا يعرف كيف يكتب *keyword* دقيقًا للبحث، كأن يريد لعبة تعليمية للأطفال لكنه لا يعرف المصطلح الإنجليزي المناسب (مثل *educational kids game*).

ب. عدم فهم فئات الألعاب:

مثل *roguelike, sandbox, turn-based, indie*، وهي مصطلحات تصنف الألعاب بدقة ولكن يصعب فهمها لغير المتحدثين بالإنجليزية.

ج. سوء فهم المحتوى المدفوع أو المجاني:

في كثير من الأحيان تكون هناك إضافات (DLCs) ، أو محتوى إضافي يتطلب شراءً منفصلاً. عدم فهم النص الإنجليزي قد يجعل المستخدم يعتقد أن اللعبة مجانية بالكامل، أو يشتري شيئاً لا يحتاجه.

كيف يؤثر غياب الترجمة أثناء محاولة الاتصال بالدعم على المستخدم العربي؟

في العصر الرقمي، أصبحت خدمات الدعم الفني جزءاً أساسياً من تجربة أي مستخدم على الإنترنت، لا سيما في منصات الألعاب الكبرى مثل ستيم (Steam) ومع تزايد عدد المستخدمين العرب على هذه المنصة، تبرز مشكلة رئيسية تُعطل التجربة الرقمية وتؤثر على ثقة المستخدم بالمنصة: غياب الترجمة إلى اللغة العربية عند التواصل مع الدعم الفني.

هذا الغياب لا يُعد مجرد إشكال لغوي بسيط، بل يُفضي إلى مجموعة من التأثيرات السلبية المباشرة على المستخدم العربي، خصوصاً إذا لم يكن متمكناً من اللغة الإنجليزية. فيما يلي تحليل معمق لهذه التأثيرات:

1) تأخر كبير في حل المشكلات الفنية

عندما يُواجه المستخدم العربي مشاكل مثل:

- تعطل اللعبة أو عدم توافقها مع جهازه،
- عدم قدرته على تثبيت لعبة اشتراها،
- مواجهة أخطاء في الدفع أو عمليات الشراء داخل اللعبة،

فإنه يضطر للاتصال بالدعم الفني. وهنا تبدأ المعاناة:

- نموذج التواصل بالكامل باللغة الإنجليزية.
 - الردود التلقائية مكتوبة بمصطلحات تقنية معقدة.
 - لا توجد إجابات جاهزة (FAQs) باللغة العربية.
- هذا يؤدي إلى بطء شديد في فهم الإجراءات المطلوبة، وربما تقديم طلب خاطئ أو غير مكتمل، ما يؤدي بدوره إلى تأخير الحل أو تجاهل الطلب تمامًا.

(2) الشعور بالإقصاء والعجز التقني

اللغة هنا لا تُستخدم فقط كوسيلة تواصل، بل كمعيار للانتماء. وعندما يشعر المستخدم العربي أنه لا يستطيع التعبير عن مشكلته أو لا يفهم ما يُطلب منه:

- يتولد لديه شعور بالعجز والإقصاء.
- يشعر وكأن المنصة "ليست له".
- يُفقد الثقة في الدعم ولا يعود له مرة أخرى.

هذا الإحساس بالعجز النفسي هو أحد أبرز الأسباب التي تدفع الكثير من المستخدمين العرب إلى التخلي عن المنصة رغم أهميتها.

(3) خسائر مالية مباشرة

من أبرز الآثار الملموسة لغياب الترجمة:

- المستخدم يشتري لعبة لا تعمل على جهازه أو لا تناسبه.
- يحاول تقديم طلب استرجاع (Refund) لكن لا يعرف كيف.
- لا يفهم الشروط الزمنية لاسترجاع المال (مثل حد الـ 14 يوماً أو 2 ساعة لعب).

النتيجة؟ يفقد أمواله، ويشعر بأن حقوقه ضاعت فقط لأنه لا يُجيد اللغة الإنجليزية.

(4) صعوبات في معالجة الانتهاكات الأمنية

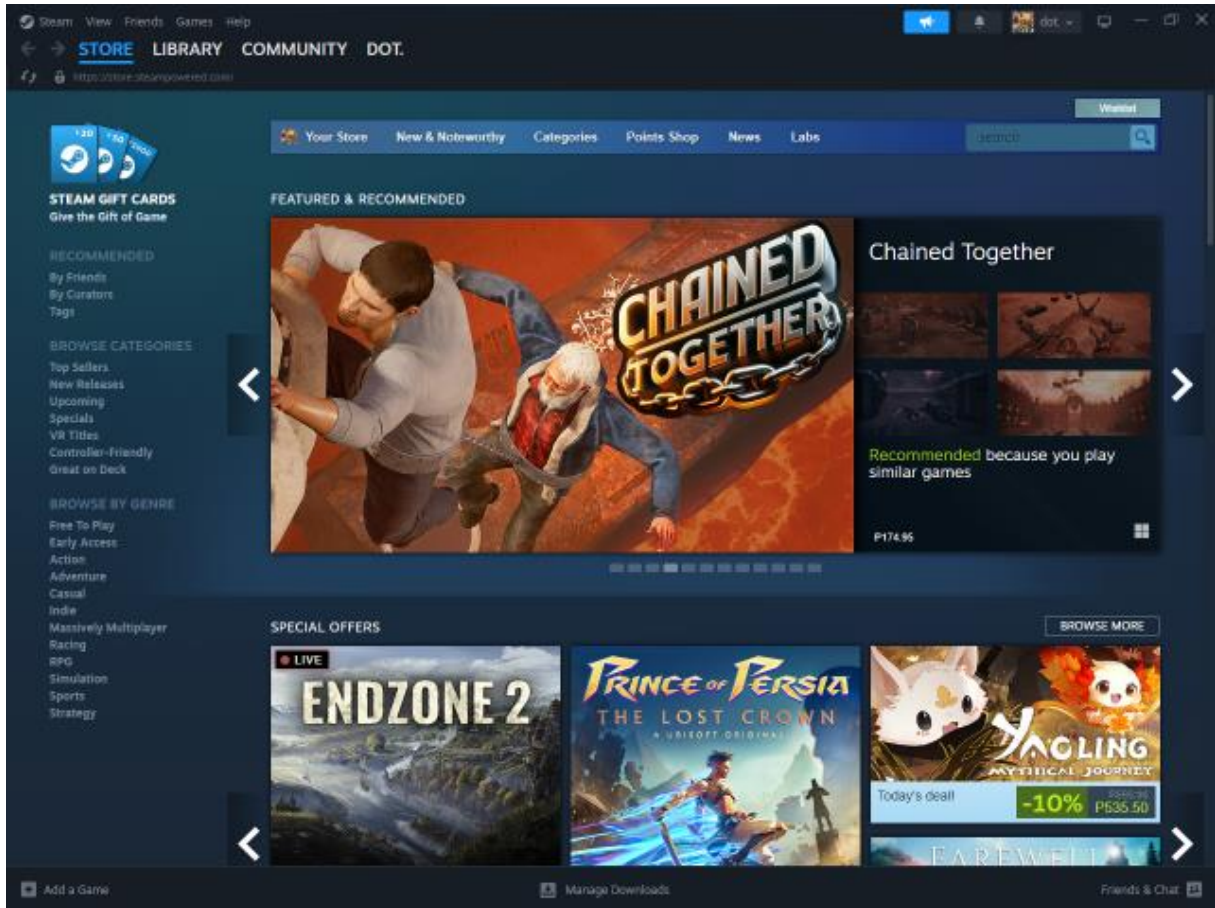
قد يُواجه المستخدم اختراقاً لحسابه، أو يتعرض للإساءة أو التمر في الدردشة، أو يتم حظره فجأة. التواصل مع الدعم في هذه الحالات الحساسة يتطلب:

- وصف دقيق للمشكلة.
- إرفاق أدلة أو صور.
- فهم طبيعة السياسات والقوانين.

غياب الترجمة يجعل من المستحيل على كثير من المستخدمين الدفاع عن أنفسهم أو حماية حساباتهم من التهديدات.

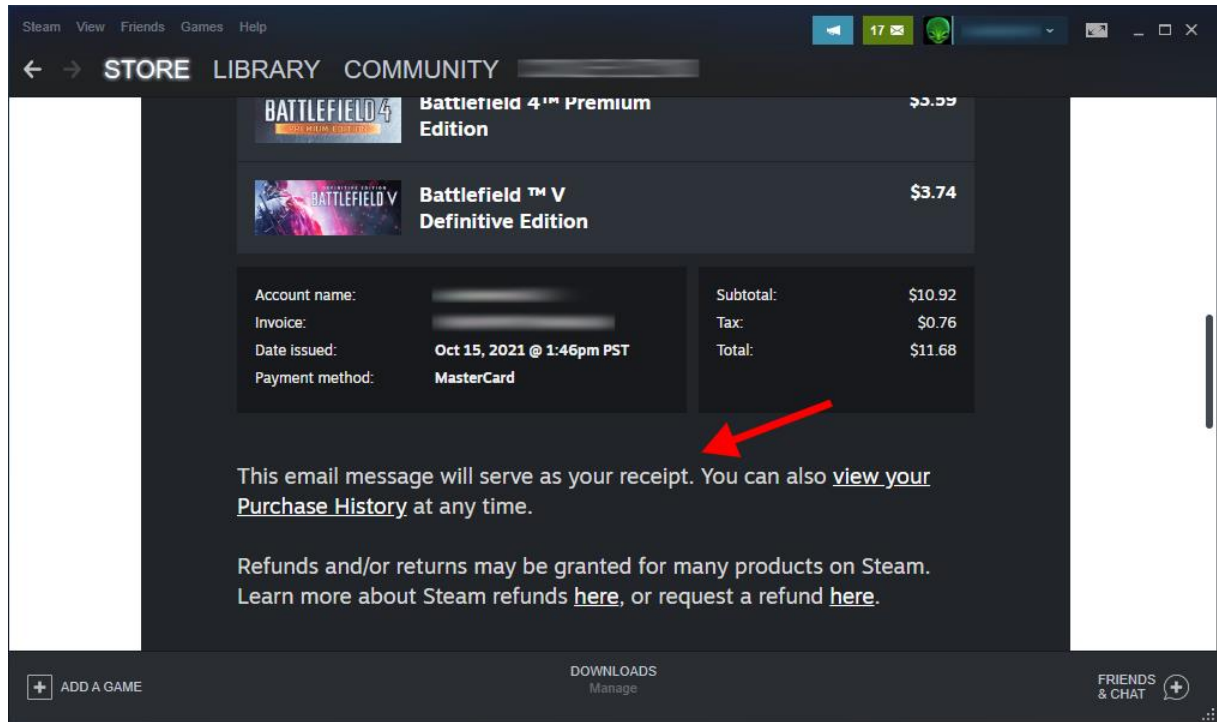
غياب اللغة العربية في دعم منصة ستم لا يُعتبر مجرد نقص في الترجمة، بل هو نقص في الحماية، الشفافية، والمساواة الرقمية. المستخدم العربي يشعر بأنه مواطن من الدرجة الثانية داخل بيئة رقمية لا تعترف بلغته ولا تراعي خصوصيته الثقافية.

تطبيق :



كلمات او وحدات بانجليزية	ترجمتها بلغة العربية	تقنيات
Store	المتجر	الترجمة الحرفية
Community	المجتمع	الترجمة الحرفية
About	حول	الترجمة الحرفية
Support	دعم	الترجمة الحرفية
Search	بحث	الترجمة الحرفية
Your Store	متجرك	التكليف الثقافي
New & noteworthy	جديد و جدير بملاحظة	التكافئ

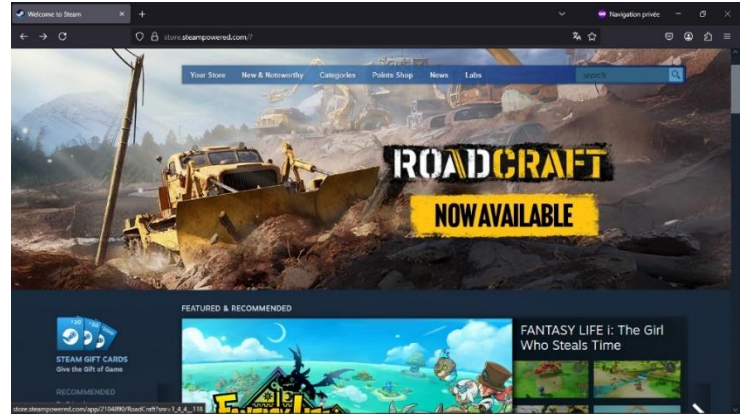
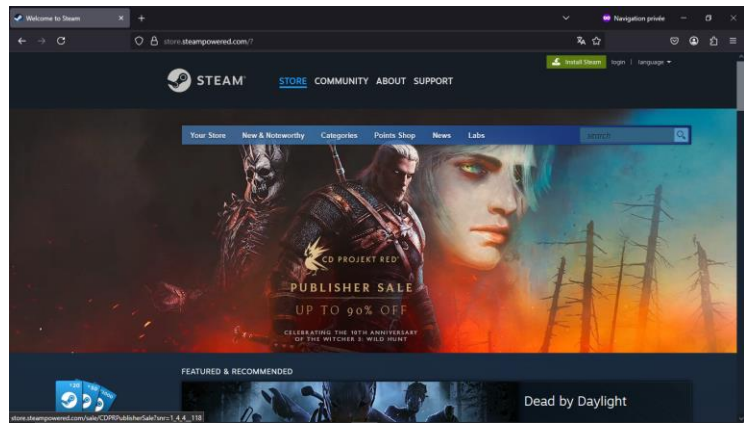
التصنيفات	الترجمة الحرفية	Categories
متجر النقاط	الترجمة الحرفية	Points shop
اخبار	الترجمة الحرفية	News
تجريبية	التكيف	Labs
مقترح	الابدال	Recommended
الأكثر مبيعاً	التكيف	Top seller
لعبة مجانية للعب	التصرف	Free to play



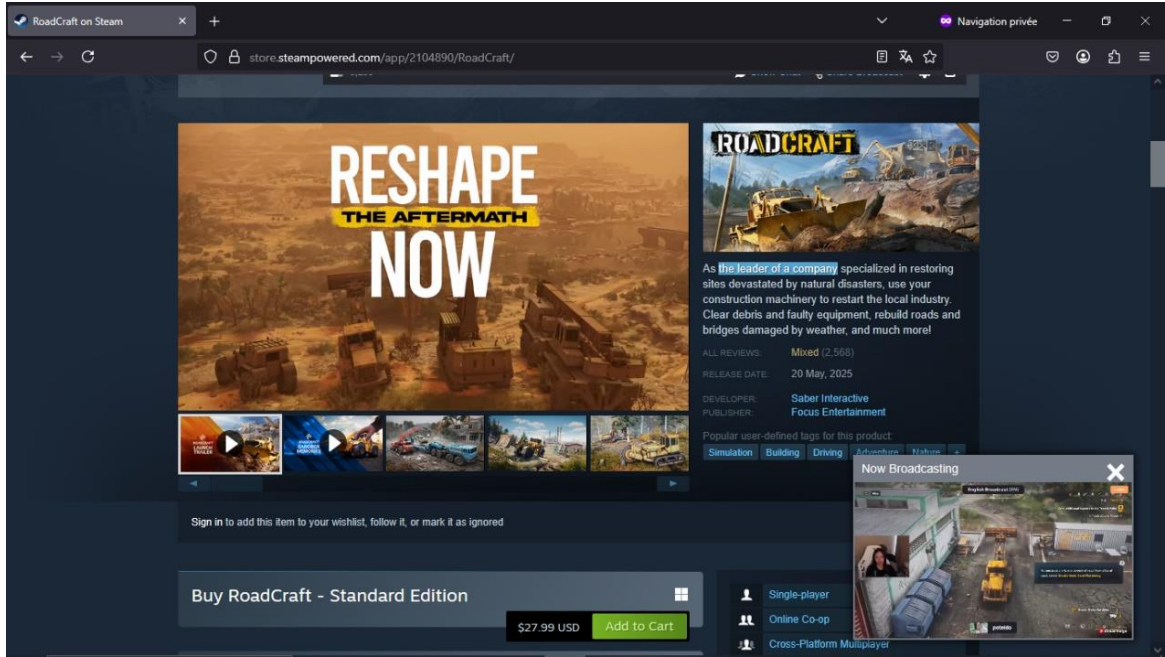
فاتورة شراء العاب

انجليزية	ترجمتها بلغة العربية	تقنيات مستعملة
Account name	اسم حساب	الابدال
Invoice	قائورة	التكافؤ

الابدال + التعديل	تاريخ اصدار	Date Issued
الابدال	طريقة الدفع	Payment method
التكليف	المجموع الفرعي	Subtotal
الترجمة الحرفية	ضريبة	Tax
الابدال	المجموع الكلي	Total



تعديل	تخفيضات الناشر	Publisher sale
الترجمة الحرفية	خصم يصل الى 90%	Up to 90% off
التكافؤ	احتفال	Celebration
التكليف	تذكري سنوية	Anniversary
اقتراض + ابدال	رودكرافت - متوفرة الآن	Roadcraft – Now Available



ترجمة حرفية	المطور	Developer
ترجمة حرفية	الناشر	Publisher
تعديل + تكييف	اعد تشكيل ما بعد الازمة الان	Reshape The Aftermath Now
الاقتراض + النسخ	اشتر رودكرافت - اصدار القياسي	Buy Roadcraft – standard edition
الترجمة الحرفية	جميع التقييمات	All reviews
تكافؤ	تاريخ الاصدار	Release date

عندما نحاول ان نترجم هذا وصف اللعبة نترجمه باسلوب تسويقي او ادبي مثلا اذا كانت لعبة تتضمن لعبة ذات قصة بناءا على ذلك هذه لعبة هي تعتبر من العاب محاكات اي تتضمن مهمات و محاولة جمع نقاط و مهارات الخ..

As the leader of a company specialized in restoring sites devastated by natural disasters, use your construction machinery to restart the local industry. Clear debris and faulty equipment, rebuild roads and bridges damaged by weather, and much more!

كقائد لشركة متخصصة في ترميم المواقع التي دمرتها الكوارث الطبيعية ، استخدم الات بناء لاعادة بدء شركة محلية . أزل الأنقاض والمعدات المعطّلة ، وأعد بناء الطرق والجسور التي تضررت بسبب الطقس، وغير ذلك الكثير!

الترجمة الوظيفية: (Functional Translation)

تُرَكِّز على نقل المعنى والوظيفة التي يؤديها النص في لغته الأصلية إلى اللغة الهدف.

مثال:

"Clear debris and faulty equipment" → "أزل الأنقاض والمعدات المعطّلة"

هنا نُقِل المعنى الوظيفي للفعل دون الالتزام الحرفي.

الترجمة التفسيرية: (Descriptive Translation)

• تُستخدم لتوضيح مصطلحات تقنية أو غير مألوفة للقارئ العربي.

• مثال:

◦ "restart the local industry" "إعادة تشغيل القطاع الصناعي المحلي"

(تم تفسير المقصود بتعبير مبسّط وواضح).

الترجمة الحرفية: (Literal Translation)

- غير مستخدمة هنا لأنها لا تتناسب السياق الديناميكي للألعاب والتسويق، وغالبًا ما تؤدي إلى ترجمة جافة أو غامضة.

Steam Support

Home > Steam Guard Code Help

What do I do if I do not receive a Steam Guard email when I am prompted for the access code?

Steam Guard emails are sent to the last email address registered for your Steam account.

If you are not receiving Steam Guard emails:

- Verify that you are accessing the email address registered to your Steam account
- Check your email spam filter to ensure the message was not flagged as spam
- Add support@steampowered.com and noreply@steampowered.com to your contacts or trusted senders list within your email client
- Wait up to 30 minutes for the email to be delivered. Even though Steam instantly sends the Steam Guard code email, you may encounter a delay with some email providers depending on their server load and processing times. If you haven't received your code after thirty minutes, please attempt to log in again to receive a new Steam Guard code.

نصائح دعم ستيم موجهة لمستخدمين

التقنيات و اساليب المستخدمة	الترجمة العربية	النص الاصيلي (انجليزية)
الترجمة الحرفية	ماذا أفعل إذا لم أستلم رسالة Steam Guard عندما يُطلب مني رمز الدخول؟	What do I do if I do not receive a Steam Guard email when I am prompted for the access code?

التعديل	يتم إرسال رسائل Steam Guard إلى آخر عنوان بريد إلكتروني مسجل لحسابك على Steam	Steam Guard emails are sent to the last email address registered for your Steam account.
الترجمة الحرفية	إذا كنت لا تستلم رسائل: Steam DGuard	If you are not receiving Steam Guard emails
التعديل	تأكد من أنك تدخل إلى عنوان البريد الإلكتروني المسجل لحسابك على Steam	Verify that you are accessing the email address registered to your Steam account
التكافئ	افحص مرشح الرسائل غير المرغوب فيها في بريدك لتتأكد من أن الرسالة لم تُصنّف كرسالة مزعجة	Check your email spam filter to ensure the message was not flagged as spam
الاقتراض	أضف support@steampowered.com و noreply@steampowered.com إلى قائمة جهات الاتصال أو المرسلين الموثوق بهم في عميل البريد الإلكتروني الخاص بك	Add support@steampowered.com and noreply@steampowered.com to your contacts or trusted senders list within your email client

□ الترجمة العربية "support@steampowered.com" و:

noreply@steampowered.com"

□ النص الإنجليزي "Add support@steampowered.com and

noreply@steampowered.com to your contacts..."

□ الشرح: تم استخدام عنواني البريد الإلكتروني دون تغيير حيث أن هذه العناوين هي

مصطلحات تقنية خاصة بالشركة ولا تحتاج إلى ترجمة لهذا اخترنا اقتراض

□

الترجمة العربية": تحقق من أنك تدخل عنوان البريد الإلكتروني المسجل لحسابك على Steam."

□ النص الإنجليزي "Verify that you are accessing the email address registered to your Steam account."

□ الشرح: في الترجمة، تم تعديل بنية الجملة بحيث لا تقتصر على كلمة "accessing" كما في اللغة الإنجليزية بل تم استخدام "تدخل" لزيادة وضوح المعنى.

□ الترجمة العربية": تأكد من أنك تقوم بالوصول إلى البريد الإلكتروني المسجل لحساب Steam الخاص بك."

□ النص الإنجليزي "Ensure that you are accessing the email address registered to your Steam account."

□ الشرح: تم استبدال "ensure" بـ "تأكد" التي تحمل نفس المعنى في اللغة العربية.

□ الترجمة العربية": ماذا أفعل إذا لم أستلم رسالة Steam Guard عندما يطلب مني رمز الدخول؟"

□ النص الإنجليزي "What do I do if I do not receive a Steam Guard email when I am prompted for the access code?"

□ الشرح: تم ترجمة السؤال حرفياً بما يتناسب مع السياق العربي بدون تغيير في الأسلوب أو التفسير.

□ الترجمة العربية": تحقق من فلترة الرسائل المزعجة في بريدك الإلكتروني للتأكد من أن الرسالة لم يتم تصنيفها كرسالة غير مرغوب فيها."

□ النص الإنجليزي "Check your email spam filter to ensure the message was not flagged as spam."

□ الشرح: تم استخدام "الرسائل المزعجة" في الترجمة العربية وهي معادلة لكلمة "spam" في الإنجليزية، لكن العبارة العربية أكثر وضوحًا للقارئ العربي.

Wait up to 30 minutes for the email to be delivered. Even though Steam instantly sends the Steam Guard code email, you may encounter a delay with some email providers depending on their server load and processing times. If you haven't received your code after thirty minutes, please attempt to log in again to receive a new Steam Guard code.

ترجمتها :

انتظر لمدة تصل إلى 30 دقيقة حتى يتم تسليم الرسالة. مع أن Steam يرسل رمز Steam Guard فوراً، قد تواجه تأخيراً مع بعض موفري خدمات البريد الإلكتروني حسب حمل الخوادم وأوقات المعالجة لديهم. إذا لم تستلم رمزك بعد ثلاثين دقيقة، يُرجى محاولة تسجيل الدخول مرة أخرى لاستلام رمز Steam Guard جديد.

التقنيات التي تم استعمالها في ترجمة :

□ التكافؤ: (Equivalence)

- في الترجمة الإنجليزية "Wait up to 30 minutes for the email to be delivered" تم ترجمتها إلى "انتظر لمدة تصل إلى 30 دقيقة حتى يتم تسليم الرسالة". تم الحفاظ على نفس المعنى والنمط في الترجمة.

الشرح:

في هذه الترجمة، تم الحفاظ على نفس المعنى والنمط بين النصين، وتم نقل الفكرة بشكل دقيق.

- في الإنجليزية "wait up to 30 minutes" يعني انتظار فترة قد تصل إلى 30 دقيقة. في العربية، تمت ترجمة ذلك إلى "انتظر لمدة تصل إلى 30 دقيقة" لتوضيح نفس الفكرة، حيث أن الجملتين تعبران عن نفس المدة الزمنية بنفس الطريقة.

التعديل: (Modulation)

- "Even though Steam instantly sends the Steam Guard code email" تم تعديله إلى "مع أن Steam يرسل رمز Steam Guard فوراً في العربية. التعديل هنا يشير إلى إعادة صياغة فكرة الجملة بشكل يلاءم سياق اللغة العربية.

الشرح:

في هذه الجملة، تمت إضافة التعديل على مستوى الصياغة لتناسب اللغة العربية بشكل أفضل.

- في اللغة الإنجليزية، "instantly sends" تعني "يرسل فوراً"، وتم نقل الفكرة في الترجمة العربية باستخدام "مع أن Steam يرسل رمز Steam Guard فوراً". هنا، تم استخدام "مع أن" كتركيب لغوي يتناسب مع السياق العربي ليعطي معنى "رغم أن" أو "مع العلم بأن" التي تعد أكثر انسجاماً مع الأسلوب العربي في التعبير.

□ التكيف: (Adaptation)

- "You may encounter a delay with some email providers depending on their server load and processing times" العربية إلى "قد تواجه تأخيراً مع بعض مزودي خدمة البريد الإلكتروني حسب حمل الخوادم وأوقات المعالجة." يتماشى هذا التكيف مع السياق الثقافي والتقني.

الشرح:

هنا، تمت إضافة بعض التعديلات لتكييف النص مع السياق التقني والثقافي في اللغة العربية.

- "Email providers" تمت ترجمتها إلى "مزودي خدمة البريد الإلكتروني"، وهي ترجمة مناسبة لأن هذه الصيغة أكثر شيوعاً في اللغة العربية.
- "Server load and processing times" تم تكييفها إلى "حمل الخوادم وأوقات المعالجة". هذا التكيف يساعد في جعل النص مفهوماً للقارئ العربي من خلال استخدام مصطلحات تقنية مألوفة.

□ الإبدال: (Substitution)

- "If you haven't received your code after thirty minutes" تمت ترجمته إلى "إذا لم تسلم رمزك بعد ثلاثين دقيقة". في هذه الجملة، تم استخدام كلمة "تسلم" بدلاً من "تستلم" لتناسب السياق العربي.

الشرح:

في هذه الجملة، تمت عملية الإبدال بشكل جزئي في الترجمة.

- في الإنجليزية، "received your code" تعني "استلمت رمزك". في العربية، تم الإبدال إلى "تسلم" بدلاً من "تستلم"، وهذا يُعد إبدالاً لغوياً يهدف إلى الحفاظ على طابع اللغة العربية الفصيحة التي تستخدم "تسلم" بشكل أكثر شيوعاً عند الحديث عن شيء يُستلم، بينما "تستلم" قد تكون أكثر شيوعاً في الحديث اليومي.

• الخلاصة:

التقنيات المستخدمة هنا تعمل على نقل المعنى بدقة مع التكيف مع القواعد اللغوية والاصطلاحات المناسبة لكل لغة، مما يجعل النص العربي سلساً وطبيعياً للقراءة في السياق العربي.

الخاتمة

الخاتمة :

في خضم التحولات المتسارعة التي يعرفها قطاع الألعاب الإلكترونية عالمياً، أصبح من الضروري إعادة النظر في دور الترجمة، ليس فقط بوصفها أداة لنقل المحتوى من لغة إلى أخرى، بل باعتبارها عنصراً محورياً في استراتيجية التسويق الرقمي. فقد أظهرت الدراسة، من خلال المعالجة النظرية والتطبيقية، أن الترجمة الموجهة ثقافياً والتوطين المتقن يسهمان بشكل ملحوظ في تعزيز تجربة المستخدم، وزيادة معدل التفاعل، وبالتالي التأثير على قرارات الشراء داخل الأسواق غير الناطقة بالإنجليزية.

لقد بينت مدونة *Steam*، بوصفها قناة ترويجية رسمية، أن اختيار اللغة، أسلوب الخطاب، وتكييف الرسائل التسويقية بما يتناسب مع ثقافة الجمهور المستهدف، كلها عوامل تُسهم في بناء علاقة أقوى مع اللاعبين، وتُحسن من صورة اللعبة، مما ينعكس إيجاباً على المبيعات. كما أن تحليل الوحدات اللغوية وترجمتها في الجانب التطبيقي أظهر كيف يمكن للترجمة الدقيقة أن تحافظ على الوظيفة الإقناعية للنص الأصلي دون الإخلال بالمعنى أو التأثير المطلوب.

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن نجاح لعبة إلكترونية في السوق العالمية لا يعتمد فقط على جودتها التقنية أو تصميمها البصري، بل أيضاً - وبشكل متزايد - على جودة الترجمة التي تُقدّم بها للمستخدمين. ومن هنا، تبرز الحاجة إلى توظيف مترجمين محترفين ذوي كفاءة في الترجمة التسويقية، وإدماجهم بشكل أوسع في فرق تطوير الألعاب وخطط تسويقها

القائمة المصادر والمراجع

مراجع باللغة العربية :

1. د. محمد منصور ابو جليل ، د.ايهاب كمال هيكل ، المفاهيم التسويقية الحديثة و اساليبها ، دار غيداء ، الاردن ، دن ، س 2013
1. فرج محمد صوان ، الترجمة المتخصصة ، دار الروافد الثقافية ، ط 1 ، 2019

مراجع الاجنبية :

1. AGORA INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICAL SCIENCES , AIJES , Valentina Simona Paşcalău, Ramona Mihaela Urziceanu , Traditional Marketing Versus Digital Marketing
2. Carol A. Chapelle , The Encyclopedia of Applied Linguistics. Blackwell Publishing Ltd , 2013
3. Chan Sin-Wai , David E.Pollard and Raymond S. C. Lie , An Encyclopaedia of Translation Chinese—English • English—Chinese , The Chinese University Press , 2001
4. Daniel Gouadec , Translation As a Profession, Benjamins Translation Library, Amsterdam/Philadephia , د.ط , 2007
5. Leon G. Schiffman , Joseph L.Wisenblit, Consumer Behavior , Pearson , England , 11th ed , 2015
6. PHILIP KOTLER , GARY ARMSTRONG , Principle of marketing , pearson prentice hall , 11th ed
7. Yves Gambier and Luc van Doorslaer ,Handbook of Translation Studies. Volume 1

المجلات العربية :

1. ا. شادلي نصر الدين ، الترجمة الاقتصادية وأهميتها على المستوى الدولي ، مجلة معالم ، العدد 2 ، 2012
2. أ.د.هيبه طوال ، أ.د.أحمد ضيف ، مدى تأثير القرار الشرائي للمستهلك باللغة المستخدمة في الإعلانات التجارية دراسة حالة شركة "صومام" لمشقات الحليب بالجزائر ، مجلة التكامل الاقتصادي ، العدد 2 ، 2022 ،

3. ادريس محمد امين، إشكالية ترجمة أسماء المواقع من منظور استراتيجياتي التدجين

Domestication والتغريب Foreignization، المجلة الأردنية للغات المعاصرة

والأدب، رقم 2، 2012

4. لدكتور حمود بولصباغ ، التسويق الإلكتروني ، سنة ثالثة التسويق ، المركز

الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف – ميلة معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير ، 2017/2016

المجلات الاجنبية

1. Irina Zaykova and Irina Shilnikova , Economic Translation: Theoretical and Practical Issues, CILDIAH , SHS Web of Conferences , 2019
2. *Frédéric Houbert*, Problématique de la traduction économique et financière ,translation journal , Volume 5, No. 2 April 2001
3. Servais Martial Akpaca , Challenges and Demands of Economic Translation: A Case Study, Journal of Education & Social Policy , Vol. 10, No. 4, December 2023
4. Tagkas, P. Translation of Economic Texts: Challenges and Limitations, LILA '14 Linguistics and Language Conference Proceedings. Istanbul , June 2014

رسائل ماجستير و دكتوراه الاجنبية :

1. Khalid Sharaf AI-Shehari , The Semiotics and Translation of Advertising Texts:Conventions, Constraints and Translation Strategies with Particular Refe'rence to English and Arabic , PhD , University of Manchester Institute of Science and Technology, 2001,

المواقع الالكترونية :

1. <https://www.airtraffic.co/blog/the-evolution-of-video-game-advertising/> 09/05/2025 10 :00
2. <https://blog.hubspot.com/marketing/traditional-marketing-vs-digital-marketing> 7/05/2025 20:00

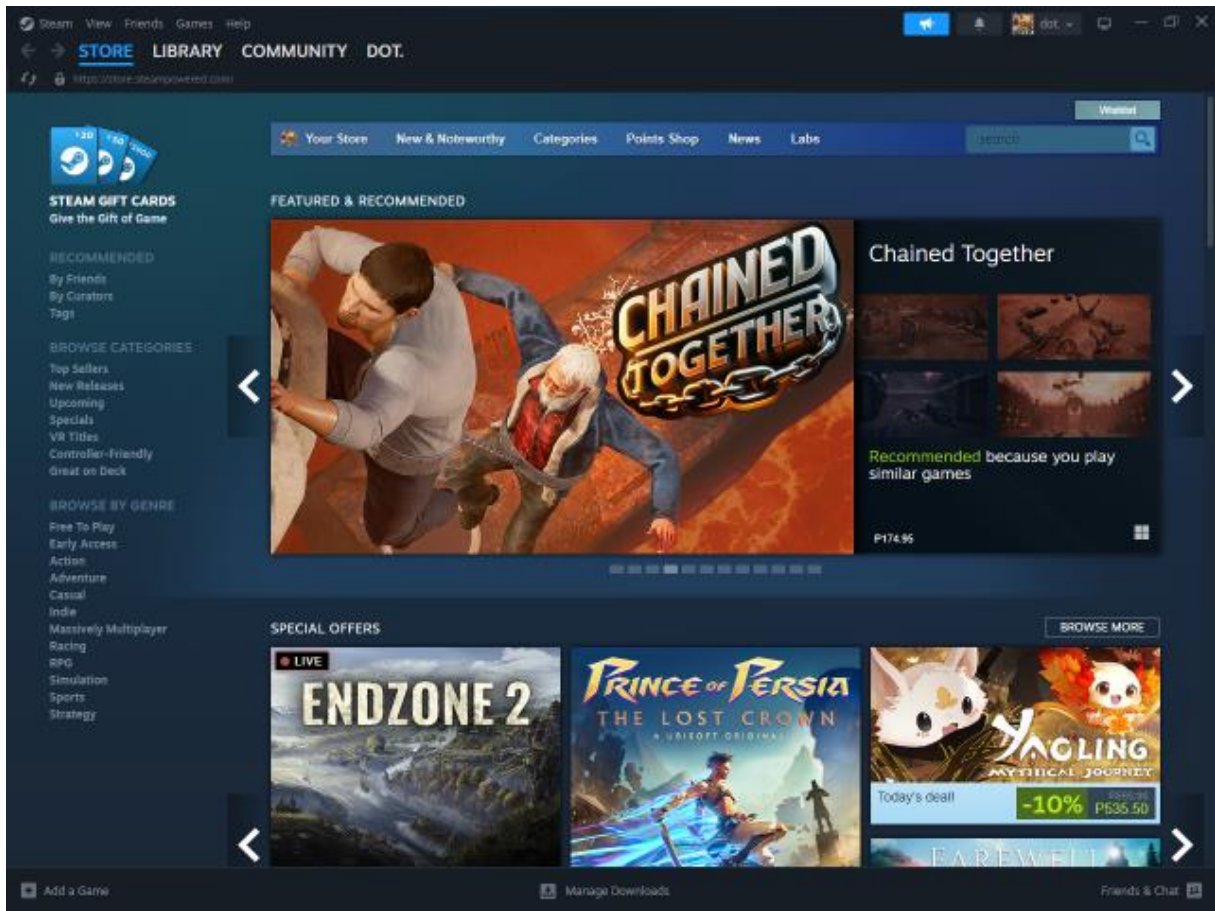
3. <https://etranslationservices.com/ar/translations/business-translations/multilingual-marketing-how-translation-boosts-roi-for-international-e-commerce-brands/> 10/05/2025 14 :00
4. <https://idosiertranslations.com/en/traduccion-comercial-clave-para-la-internacionalizacion-de-negocios/> 12/04/2025 18:00
5. <https://www.arabnews.com/node/2567682/sport> 10/05/2025 13:

الفهرس

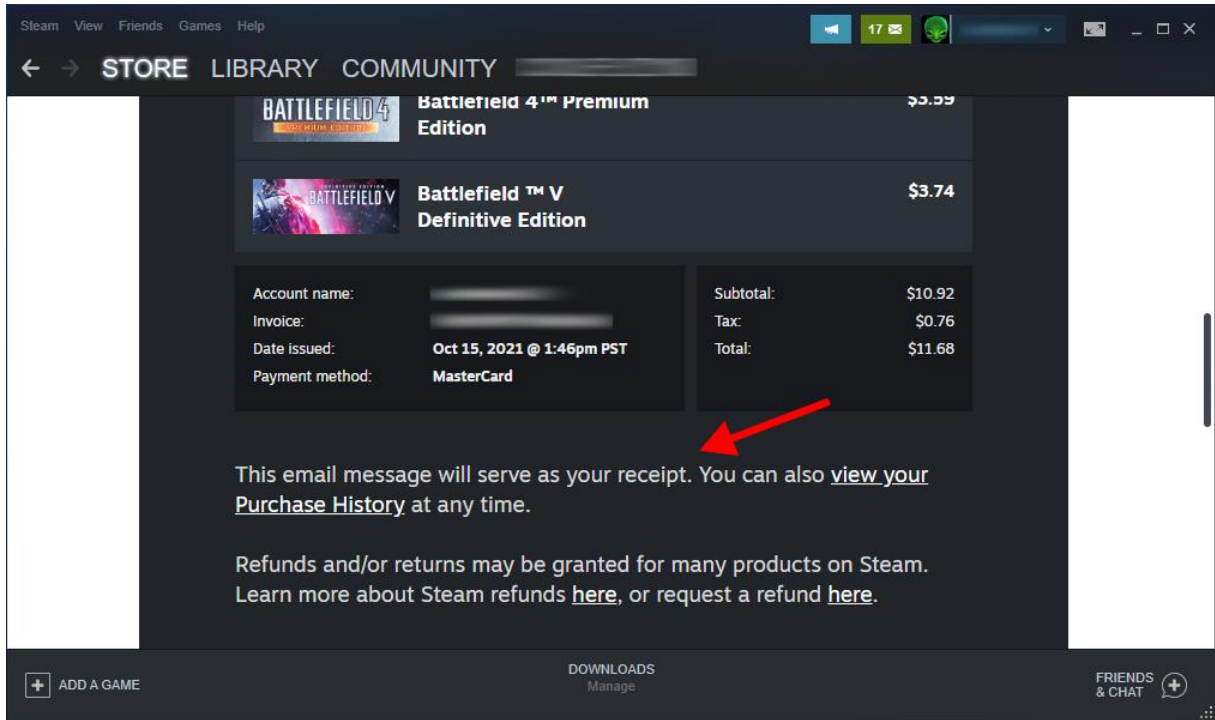
الفهرس

الشكر والعرهان	-----
الاهاء	-----
المقدمة	-----
الفصل الاول: الترجمة الاقتصادية	-----
7	-----
الترجمة المتخصصة	-----
9	-----
نبذة عن الترجمة الاقتصادية	-----
13	-----
اهمية الترجمة الاقتصادية	-----
16	-----
استراتيجيات وتقنيات الترجمة الاقتصادية	-----
20	-----
الصعوبات و مشاكل الترجمة الاقتصادية	-----
20	-----
مياديها	-----
24	-----
الفصل الثاني : التسويق	-----
36	-----
مفهوم التسويق	-----
38	-----
انواعه	-----
40	-----
تأثير التوطن على تقبل اللعبة من قبل الأسواق المختلفة	-----
47	-----
كيف تؤثر اللغة والعرض المحلي على نية الشراء	-----
51	-----
الفصل الثالث: منصة ستم	-----
54	-----
منصة متجر ستم سبور <i>Steam Store</i> لألعاب الرقمية الحديثة	-----
55	-----
التحليل	-----
59	-----
الخلاصة	-----
77	-----
الخاتمة	-----
78	-----
القائمة المصادر والمراجع	-----
80	-----
الفهرس	-----
84	-----
الملاحق	-----
86	-----
الملخص	-----
90	-----
Résumé	-----
90	-----
Abstract	-----
90	-----

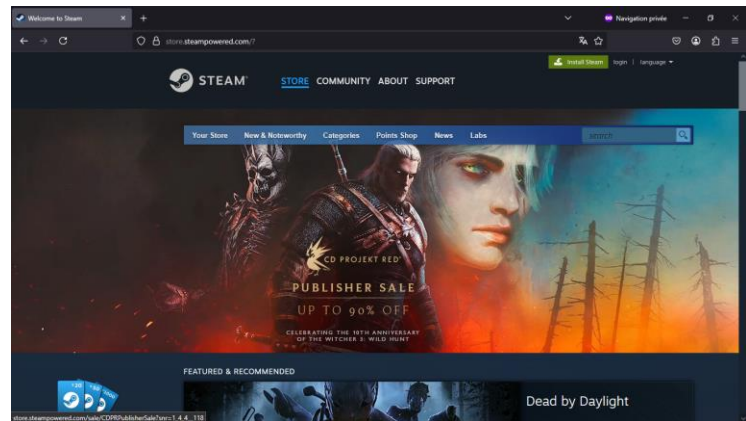
الملاحق



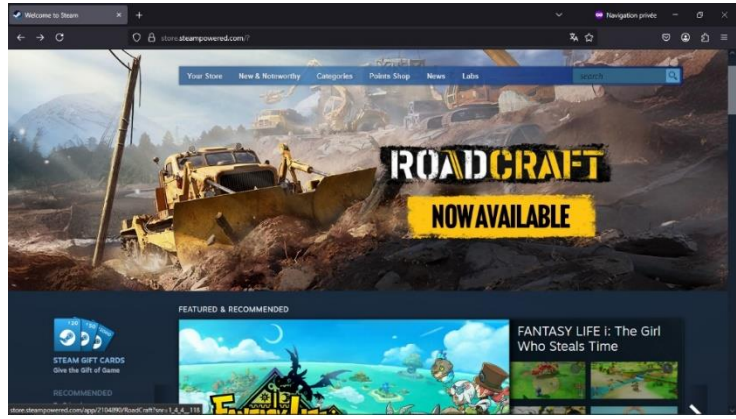
واجهة موقع لصفحة رئيسية



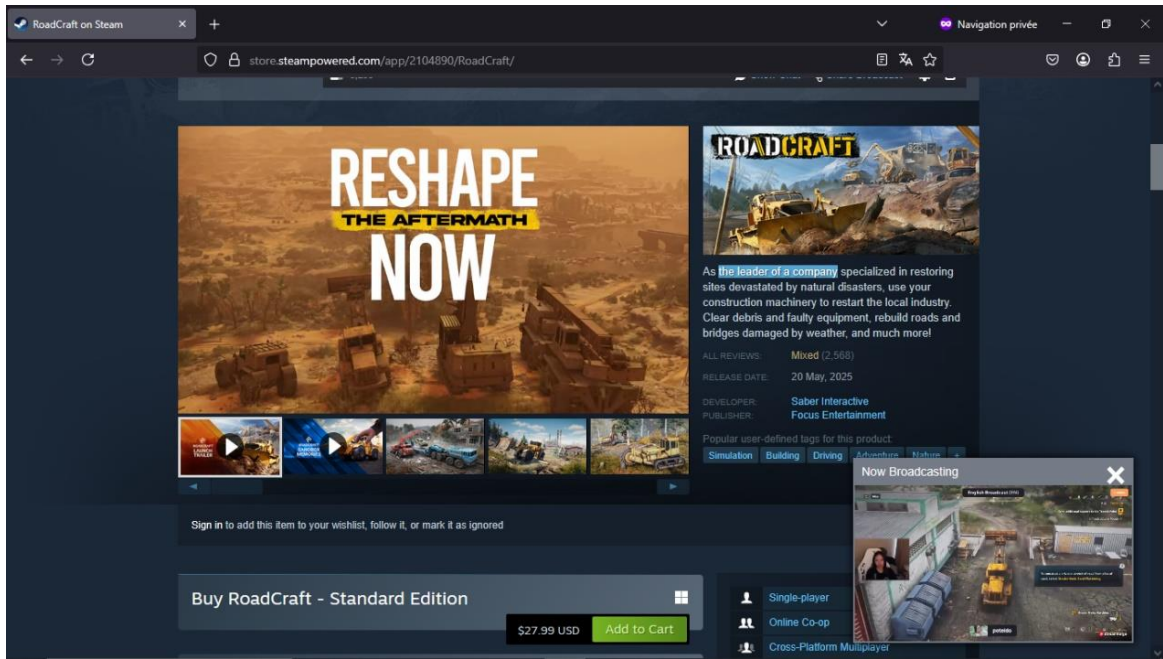
وصل شراء العاب



قائمة اعلان عن تخفيضات موجودة



قائمة اعلان توفر لعبة



واجهة دخول صفحة اللعبة عند شرائها و اضافتها في السلة

Steam Support

Home > Steam Guard Code Help

What do I do if I do not receive a Steam Guard email when I am prompted for the access code?

Steam Guard emails are sent to the last email address registered for your Steam account.

If you are not receiving Steam Guard emails:

- Verify that you are accessing the email address registered to your Steam account
- Check your email spam filter to ensure the message was not flagged as spam
- Add support@steampowered.com and noreply@steampowered.com to your contacts or trusted senders list within your email client
- Wait up to 30 minutes for the email to be delivered. Even though Steam instantly sends the Steam Guard code email, you may encounter a delay with some email providers depending on their server load and processing times. If you haven't received your code after thirty minutes, please attempt to log in again to receive a new Steam Guard code.

نصائح و ارشادات لحل مشاكل من صفحة الدعم

الملخص:

برز في هذه المذكرة أهمية الترجمة المتخصصة، لا سيما الاقتصادية والتجارية، في دعم استراتيجيات التسويق الإلكتروني لمواقع الألعاب، من خلال دراسة منصة ستيم كنموذج توصلت الدراسة إلى أن الترجمة لا تقتصر على نقل لغوي، بل تعد أداة فعالة في جذب المستهلكين وزيادة المبيعات عبر تكييف المحتوى بما يلائم الثقافات المختلفة تؤكد النتائج أن توطين المحتوى وترجمته باحتراف هما سبب في نجاح مبيعات المنصات الرقمية على الصعيد العالمي.

الكلمات المفتاحية: الترجمة , التسويق , الألعاب , ستيم , المنصات .

Résumé :

Ce mémoire met en lumière l'importance de la traduction spécialisée, notamment économique et commerciale, dans le soutien des stratégies de marketing électronique des sites de jeux vidéo, en prenant la plateforme Steam comme exemple. L'étude conclut que la traduction ne se limite pas à un simple transfert linguistique, mais constitue un outil efficace pour attirer les consommateurs et augmenter les ventes, en adaptant le contenu aux différentes cultures. Les résultats confirment que la traduction professionnelle du contenu contribuent directement au succès de la vente des jeux sur les plateformes numériques .

Mots clés : Traduction , marketing , jeux vidéos , Steam , plateformes.

Abstract:

This thesis highlights the importance of specialized translation, particularly in the economic and commercial fields, in supporting the digital marketing strategies of video game websites, using the Steam platform as a case of study The study concludes that translation goes beyond linguistic transfer, it is a powerful tool to attract consumers and boost sales by adapting content to different cultures. The results confirm that professional translation contributes to the global success of games sales in the digital platforms.

Keywords : Translation , marketing , video game , Steam , platforms .