

المحاضرة الثانية

المستوى الخامس

The World of Advertising

عالم الإعلانات
الجزء الثاني

الكلمات المهمة

الشريحة الثانية

Positive ايجابي
Airlines الخطوط الجوية
Feeling شعور
Laws قوانين
Allow يأذن
ads إعلانات

To avoid these problems of translation, most advertising companies are now beginning to write completely new ads .

لتجنب هذه المشاكل في الترجمة، فإن معظم شركات الإعلان بدأت الآن لكتابة إعلانات جديدة تماما .

In writing new ads, global advertisers consider the different styles of communication in different countries .

في كتابة إعلانات جديدة، المعلنين العالميين يدركون أنماط مختلفة من الاتصالات في مختلف البلدان.

In some cultures, the meaning of an advertisement is usually found in the exact words that are used to describe the product and explain why it is better than the competition .

في بعض الثقافات ، وهي توجد عادة معنى اعلانا في الكلمات الدقيقة التي تستخدم لوصف المنتج، وشرح السبب في ذلك هو أفضل من المنافسة.

This is true in such countries as the United States, Britain, and Germany . But in other cultures, such as Japan's, the message more on situations and feelings than it does on words .

وهذا صحيح في بلدان مثل الولايات المتحدة وبريطانيا وألمانيا. ولكن في ثقافات أخرى ، مثل اليابان، ورسالة في أكثر الحالات والمشاعر من يفعل على الكلمات.

For this reason, the goal of many TV commercials in Japan will be to show how good people feel at party or other social situation .

The commercial will not say that a product is better than others .

لهذا السبب، فإن الهدف من العديد من الاعلانات التلفزيونية في اليابان من شأنه أن يبين كيف يشعر الناس الجيدين في الحفلة أو الحالة الاجتماعية الأخرى .

الدعاية لا تقول ان المنتج هو أفضل من غيرها .

Instead, its goal will be to create a positive mood or feeling about the product .

الشريحة الخامسة

بدلاً من ذلك ، سوف يكون هدفها في خلق مزاج إيجابي أو شعور عن هذا المنتج.

Global advertisers must also consider differences in laws and customs . For instance, certain countries will not allow TV commercials for children's products on any day of the week .

يجب على المعلنين العالميين أيضاً أن تنظر في خلافات القوانين والعادات . على سبيل المثال، فإن بعض الدول لا تسمح الاعلانات التلفزيونية لمنتجات الأطفال في أي يوم من أيام الأسبوع.

In some parts of the world, it is forbidden to show dogs on television or certain types of clothing, such as jeans .

في بعض أجزاء من الكلمة ، النهي عن الكلاب تظهر على شاشة التلفزيون أو أنواع معينة من الملابس، مثل الجينز.

The global advertising who does not understand such laws and customs will have problems .

والإعلان العالمي الذي لا يفهم مثل هذه القوانين والعادات والمشاكل.

1- Some countries do not allow ----- ads for children's products.

A- newspaper

B- magazine

C- TV

D- radio

2- Ads that show a group of people sharing good feelings are often successful in ----- .

A-Germany

B- Malaysia

C- Britain

D- Japan