

## طرق الجمع بين لغتين في تصميم العلامات التجارية الدولية ثنائيه اللغه الموجهه للسوق العربيه

أ.د/ تامر عبداللطيف عبدالرازق

أستاذ التصميم بقسم الإعلان (كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلون)

[proftamer@gmail.com](mailto:proftamer@gmail.com)

أ.د/ نسرين عزت جمال الدين

أستاذ التيبوغرافيا بقسم الإعلان (كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلون)

[nesrine\\_ezzat@hotmail.com](mailto:nesrine_ezzat@hotmail.com)

م.م/ اميرة مختار حسني

مدرس مساعد بقسم الإعلان(كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلون)

### ملخص البحث

ادت العولمة والانفتاح الي انتعاش الاقتصاد العالمي ورغبة الشركات العالمية القوية في الانتشار وفتح اسواق لها في مختلف الانحاء. ولان العلامة التجارية للشركة هي الواجهة الاولي التي يتفاعل معها المتلقي, فقد كان من الضروري للشركات الاهتمام بكيفية رؤية المتلقي للعلامة التجارية وقرانها مع الاحتفاظ بهويتها العالمية. ولذلك اتجهت العديد من الشركات العالمية عند فتح اسواق جديدة لها في اماكن مختلفة الثقافات الي كتابة اسم الشركة المرافق للعلامة التجارية (العلامة التجارية نفسها ان كانت علامة نصية ) بلغة المتلقي في السوق المستهدف.

يعد التوافق المرئي بين العلامات التجارية في لغتها الاساسية واللمضافة أمرٌ ضرورياً ، لأنه يساعد المتلقى علي فهم الهوية الموحدة للعلامة التجارية، الأمر الذي يحقق الاحساس بالنظام والانسجام والمصادقية بمظهر موحد.

ويتعرض مصمموا العلامات التجارية للعديد من الفوننتات الطباعية المختلفة للوصول الي الفونت الطباعي الذي يعمل علي التوافق المرئي عند الكتابة باكثر من لغة مثل اللغة العربية واللغة اللاتينية مما يضطر المصمم في بعض الاحيان الي اجراء تعديلات علي شكل الحرف وتكوينه، ويجب ان يكون حذراً في كيفية اجراء تلك التعديلات من اجل الحفاظ علي الهيكل البنائي للحروف وصحة الهيئة التوقيفية لها وعلي وحدة اسلوب الكتابة للغتين العربية واللاتينية.

فالهدف هو انتاج علامة تجارية تتوافق بصرياً فيها بنية الحروف العربية مع اللاتينية باستخدام الطرق المختلفة للجمع بين لغتين في تصميم العلامة التجارية.

ويهتم البحث المقدم بتوضيح طرق الجمع بين النصوص المختلفه للعلامه التجاريه ثنائيه اللغه وكيف يمكن تحقيق توافق مرئي ناجح بين اللغتين في تصميم العلامات التجارية الدولية ثنائية اللغة. ويعرض البحث نماذج تحليليه مختلفة وقد توصل الي البحث الى اسس المفاضلة بين طرق الجمع بين لغتين في تصميم العلامات التجارية الدولية ثنائيه اللغه الموجهة للسوق العربية و ان المزاجه التيبوغرافية من اهم طرق الجمع بين لغتين في تصميم العلامة التجارية الموجهه للسوق العربيه وذلك لانتاج كتابة عربية متوافقه بصريا ومتكاملة مع الكتابة اللاتينية.

### الكلمات المفتاحية:-

(المزاجه التيبوغرافية ، العلامة التجارية ثنائيه اللغه )