

نظم الهوية البصرية لدعم صورة المدينة "دراسة تحليلية للفعاليات الدولية"

أ.د/ عطيات بيومي الجابري

استاذ التصميم بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

gabryet1@gmail.com

أ.م.د/ رانيا فاروق عبد العظيم

استاذ مساعد بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

rania_nakhil@a-arts.helwan.edu.eg

م.م/ أحمد أحمد حلمي

باحث - دكتوراه - قسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

a.helmyahmed@gmail.com

ملخص البحث

نتيجة العولمة وحالة انفتاح العالم على بعضه البعض، وكذلك كسر الحدود الجغرافية والاجتماعية والثقافية، أصبح تنظيم الفعاليات الدولية الكبرى أحد عوامل الجذب تجاه المدينة، الأمر الذي يساعد على تنمية وتحسين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. وعلى جانب آخر يؤثر هذا الأمر على تنافسية الدول والمدن والمجتمعات، ما يشكل أمامها تحديات لمواجهة هذه التغيرات وتعزيز قدرتها على البقاء في المنافسة وجذب الجمهور المتلقي إليها. ووفقا لفيليب كوتلر، فإن هذه الفعاليات تعمل على نقل رسائل اتصالية محددة للجمهور المتلقي لتحقيق أهداف تسويقية فهي تخلق صورة ذهنية عن المدينة تعمل على تعزيز قدرتها في الجوانب المختلفة لتسويقها والمنافسة. هناك كثير من المدن ساعدت الفعاليات الكبرى التي تنظمها في إبراز صورتها؛ ما جعل منها ماركة معروفة حول العالم، ومثال ذلك مهرجان فينيسيا السينمائي الدولي، وبينالي فينيسيا الدولي، واللذان ساعدا في شهرة المدينة وترديد اسمها في كل مكان حول العالم. وفي الآونة الأخيرة انضمت المدن المصرية لتنظيم بعض الفعاليات الدولية والمنافسة للحصول على شرف استضافتها، ولكن مازالت هناك كثير من المدن المصرية غير مؤهلة لتنظيم مثل هذه الفعاليات؛ نتيجة عدة عوامل منها: مشكلات اقتصادية وبيئية واجتماعية وبيئية، بالإضافة إلى تهالك البنية التحتية، والافتقار إلى الرؤية المستقبلية لتطوير هذه المدن بشكل مستديم، بما يتناسب مع متطلبات العالم المعاصر وتوقعات الجمهور المتلقي. لذلك بات من الضروري دعم هذه المدن من خلال رؤية مستقبلية تتناسب مع ما يحتاج إليه الجمهور المستهدف، لبناء هوية بصرية مميزة تحقق الأهداف الاتصالية المرجوة.

يهدف البحث الي القاء الضوء على اهمية نظم الهوية البصرية للمدن المصرية ليس فقد لتحقيق اهداف اتصالية ولكن في بناء صورة ذهنية ايجابية مما يعزز قدرتها التنافسية، كذلك يهدف إلى وضع رؤية مستقبلية للمدن المصرية تعتمد على الفعاليات الدولية تستطيع تحقيق الاهداف الاتصالية والتسويقية لهذه المدن ودعم صورتها.

كلمات دالة: تسويق المدن - صورة المدينة - ماركة المدينة - نظم الهوية البصرية.