

التصميم الجرافيكي للأحداث الضخمة ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للدولة

أ.د/ تامر عبد اللطيف

رئيس قسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان

proftamer@gmail.com

أ.م.د/ دينا عبود

أستاذ مساعد بقسم الإعلان

dgaabboud@gmail.com

م.م/ سارة محمد ممدوح عبد العظيم رزق

مدرس مساعد بجامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب، كلية الفنون والتصميم، قسم الجرافيكس وفنون الميديا

sara_mam88@yahoo.com

الملخص:

يهدف البحث إلى عرض فكرة بناء براند الدولة والعناصر المكونة له. كما يهدف البحث إلى التوصل إلى أهمية بناء براند الدولة حيث أنه أصبح ظاهرة شائعة يُستخدم من قبل الدول لجذب اهتمام السياح والطلبة الماهرين والعاملين المحترفين والمستثمرين وحكومات الدول الأخرى وولاء مواطنيها. تزايد عدد الدول التي تقوم ببناء براند الخاص بها كي تتحكم في الطريقة التي يراها بها الآخرون حول العالم. سيقوم البحث بدراسة كيف أصبح بناء براند الدولة ظاهرة مهمة لأن هذا سيؤثر على صورة الدولة وسمعتها ووضعها أمام العالم ههما سينعكس بالتبعية على زيادة ميزتها التنافسية دولياً وزيادة فرصتها في أنها ستصبح وجهة يقوم المواطنين حول العالم بزيارتها. سيقوم البحث في دراسة كيفية أن بناء براند الدولة هو نوع من أنواع بناء براند الأماكن وكيف تطبق استراتيجيات بناء البراند على الأماكن والدول من خلال دراسة عناصر بناء البراند. يلخص البحث مراحل بناء براند الدولة وكيف تستخدم الدول الإعلان بأنواعه المختلفة كأداة اتصال لعرض نفسها أمام الساحة الدولية. تدرج أهمية البحث من زيادة المنافسة بين الدول نتيجة العولمة ورغبة كل دولة في الظهور بمظهر إيجابي أمام العالم.. يستخدم البحث المنهج الكيفي حيث أنه هو الدراسة التي تستخدم للتوصل إلى ظاهرة ما وذلك للتوصل إلى النقاط السابق ذكرها. سيقوم البحث بتحليل العناصر البصرية لنماذج حقيقية لحملة إعلانية قومية والتي تم إطلاقها بالفعل في السنوات الأخيرة في دولة الهند عام ٢٠٠٢. سيقوم البحث بالتطرق إلى عدة أنواع من الإعلان استخدمت في تلك الحملة. سيقوم البحث بالتوصل إلى نتائج أساسيات وقواعد استخدام الإعلان في بناء براند الدولة. كما سيعرض الاحتياطات التي يجب على الدولة أخذها في الاعتبار أثناء بناء براند الدولة

الكلمات المفتاحية: براند، براند الدولة، براند الأماكن