

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**“Οικοδομώντας την εικόνα μιας
πόλης. Μελέτη Περίπτωσης:
Λεμεσός”**

Μαριάννα Μάρκου

Λεμεσός 2015

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Μαριάννα Μάρκου, 2015 με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του τμήματος.

Περίληψη:

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο *Οικοδομώντας την εικόνα μιας πόλης. Μελέτη περίπτωσης: Λεμεσός*, εκπονήθηκε από την Μαριάννα Μάρκου, φοιτήτρια του Τμήματος Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου, υπό την επίβλεψη του Δρ. Διονύση Πάνου και ολοκληρώθηκε το Μάιο του 2015.

Η εργασία αυτή ασχολείται με την οικοδόμηση της εικόνας της Λεμεσού, μέσα από το διαδραστικό έργο, που πραγματοποιείται αυτό το διάστημα στην πόλη. Το συγκεκριμένο έργο ονομάστηκε Energetic Limassol, και ξεκίνησε από πρωτοβουλία 7 επιχειρηματιών της Λεμεσού. Η μελέτη βασίζεται στη θεωρία της ανταγωνιστικής ταυτότητας, της εικόνας και της φήμης ενός τόπου, του Simon Anholt (2010).

Αρχικά, η μεθοδολογία η οποία χρησιμοποιήθηκε για την διεκπεραίωση της παρούσας έρευνας ήταν αυτή της ποιοτικής προσέγγισης. Σε πρώτο στάδιο πραγματοποιήθηκαν ατομικές σε βάθος ημιδομημένες συνεντεύξεις σε όλους τους συντελεστές που ασχολούνται με το έργο που την οικοδόμηση της εικόνας, της Λεμεσού. Ακολούθως με βάση τα ευρήματα της ανάλυσης των συνεντεύξεων, πραγματοποιήθηκαν 3 ομάδες εστιασμένης συζήτησης (focus groups), με 5 πολίτες της Λεμεσού, ανά ομάδα, ούτως ώστε να γίνει έλεγχος ως προς το κατά πόσο συγκλίνουν ή όχι οι απόψεις των πολιτών της Λεμεσού και των συντελεστών του Energetic Limassol. Μέσα από τη σύγκριση απόψεων, φάνηκε ότι σε αρκετά σημεία που αφορούν τη μελέτη του έργου, υπάρχει διαφωνία μεταξύ των δύο, αλλά και συμφωνία σε άλλα σημεία που είχαν κυρίως σχέση με τη Λεμεσό.

Πιο συγκεκριμένα, τα συμπεράσματα τα οποία προέκυψαν, έδειξαν ότι οι πολίτες της Λεμεσού και οι συντελεστές του έργου αγαπούν την πόλη τους και είναι πρόθυμοι να βοηθήσουν στην πρόοδό της, σε αντίθεση με τις πλείστες κρατικές και ημικρατικές υπηρεσίες και οργανισμούς, που φαίνεται να μην δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την εικόνα της πόλης. Το στοιχείο όπου όλοι πιστεύουν ότι χαρακτηρίζει και μπορεί να αναδείξει τη Λεμεσό, είναι η θάλασσα. Επίσης, φάνηκε ότι υπήρξε, χρονική καθυστέρηση στην υλοποίηση του έργου που γίνεται για την οικοδόμηση της εικόνας της Λεμεσού, λόγω της οικονομικής κρίσης που εξελίχθηκε κατά τα τελευταία 4 χρόνια στην Κύπρο. Όπως φάνηκε δεν υπήρξε καμία ενέργεια για τη διαχείριση της κρίσης σε

σχέση με το έργο του Energetic Limassol. Επιπλέον, το έργο υλοποιείται με περιορισμένους οικονομικούς πόρους μέχρι στιγμής, για αυτό και έχει λανσαριστεί μόνο διαμέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η μέχρι στιγμής πορεία του έργου, άφησε απόλυτα ικανοποιημένους τους συντελεστές του, σε αντίθεση με τους πολίτες που δεν φάνηκε να έχουν ιδιαίτερες γνώσεις για αυτό. Έτσι μέσα από την παρούσα έρευνα οι πολίτες ενημερώθηκαν για το έργο, αλλά δεν φάνηκε να έμειναν ιδιαίτερα ικανοποιημένοι με το αποτέλεσμα. Τέλος τα πρόσφατα δημόσια αλλά και ιδιωτικά έργα που έγιναν στη Λεμεσό, δεν έχουν αφήσει απόλυτα ευχαριστημένους του πολίτες, έτσι δεν μπορεί να υπάρξει μια σαφής εικόνα για το αν τελικά θα ενδυναμώσουν το έργο που γίνεται για την οικοδόμηση της εικόνας της Λεμεσού, όπως οι συντελεστές του πίστευαν εξ αρχής.

Λέξεις – Κλειδιά: City Branding, Energetic Limassol, Image Making, Εικόνα Λεμεσού, Limassol Branding.