

التصميمات الجرافيكية للميديا الرقمية ودورها في إثراء وتنشيط المقاصد
السياحية بالإسكندرية

"Graphic Designs of Digital Media, Their Role in Influencing
and Revitalizing the Tourist Destinations of Alexandria"

رسالة علمية مقدمه من الباحثة

مها نصر محمد منصور

لنيل درجة الدكتوراه الفلسفية في الفنون الجميلة

قسم التصميمات المطبوعة - تخصص اتصال جرافيكي

كلية الفنون الجميلة - جامعة الإسكندرية

تحت إشراف

أ.د/ ياسر محمد سعيد الويشي

أستاذ ورئيس قسم التصميمات المطبوعة

كلية الفنون الجميلة-جامعة الإسكندرية

أ.د/ حسن محمد محمد أبو النجا

أستاذ بقسم التصميمات المطبوعة

كلية الفنون الجميلة-جامعة الإسكندرية

2025

ملخص الرسالة باللغة العربية

تتناول رسالة الدكتوراه العلاقة التكاملية بين الميديا الرقمية والتصميم الجرافيكي في دعم وتنشيط السياحة بمدينة الإسكندرية، وكيف يمكن توظيف الأدوات الرقمية المعاصرة واستراتيجيات الاتصال البصري في إعادة صياغة صورة المدينة كوجهة سياحية تجمع بين الأصالة والحداثة.

فعلى الرغم من امتلاك الإسكندرية لمقومات تاريخية وثقافية فريدة من آثار ومعالم ومعمار متميز وتراث فني وحضاري عريق إلا أن واقعها السياحي لا يعكس هذه الإمكانيات. إذ يظل النشاط السياحي مقصوراً في الغالب على المواسم الصيفية والسياحة الشاطئية، بينما لا تُستغل المقومات التاريخية والثقافية والفنية بالشكل الكافي في الترويج السياحي. من هنا جاءت مشكلة البحث التي تتمثل في ضعف توظيف التصميمات الجرافيكية والميديا الرقمية في بناء هوية بصرية معاصرة قادرة على تقديم الإسكندرية كوجهة متكاملة تجمع بين الماضي والحاضر.

ترى الدراسة أن الميديا الرقمية أصبحت في العصر الحديث من أهم الأدوات المؤثرة في تشكيل اتجاهات السياح واتخاذ قراراتهم، من خلال المنصات التفاعلية، وسرد القصص البصري، والتقنيات الغامرة مثل الواقع المعزز والنكاء الاصطناعي. كما يمثل التصميم الجرافيكي محورياً أساسياً في عملية الاتصال البصري، إذ يُسهم في صياغة الرسائل المرئية التي تنقل هوية المكان وروحه بأسلوب جذاب ومؤثر. ومن ثم فإن تكامل الميديا الرقمية مع التصميم الجرافيكي يمثل أداة قوية يمكن من خلالها تعزيز الصورة الذهنية للمقاصد السياحية وزيادة تنافسيتها.

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي مدعوماً بدراسة تطبيقية. تناول الإطار النظري تحليل دور الميديا الرقمية في السياحة، وأنواعها ووظائفها وتأثيرها في سلوك السائح، إلى جانب دراسة الأسس الجمالية والوظيفية للتصميم الجرافيكي في المجال الرقمي، بما في ذلك استخدام الألوان، والخطوط، والعناصر التفاعلية، وتجربة المستخدم (UX) وواجهة المستخدم (UI) في تصميم المواقع والتطبيقات السياحية.

وفي الجزء التطبيقي، قامت الباحثة بوضع استراتيجية رقمية متكاملة للهوية البصرية لمدينة الإسكندرية تهدف إلى إبراز مقوماتها الثقافية والتاريخية من خلال حضور رقمي متطور قادر على مخاطبة الجمهور المحلي والعالمي. تضمنت الاستراتيجية تصميم موقع إلكتروني تفاعلي للمدينة إلى جانب حملة إعلانية رقمية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) والصور المولدة بالحاسب (CGI). وقدمت هذه الحملة سرداً بصرياً حديثاً لمعالم الإسكندرية مثل مكتبة الإسكندرية، وقلعة قايتاي، والمسرح الروماني، ومقابر كوم الشقافة، من خلال مشاهد ثلاثية الأبعاد وأسلوب سينمائي جذاب.

تم تصميم الموقع الإلكتروني وفقاً لمبادئ التصميم المتمحور حول المستخدم، فتميز بسهولة التصفح والاستجابة لمختلف الأجهزة، واحتوى على واجهة مرئية جذابة تجمع بين البساطة والوظيفية. شملت عناصر الهوية البصرية اختيار ألوان وشعارات مستوحاة من طابع المدينة البحري والمعماري، لتأكيد شخصيتها المزدوجة كمدينة تاريخية وحديثة في آن واحد. كما استخدمت الحركة البصرية والإيقاعات التصميمية لتعزيز تفاعل المستخدم وتشجيعه على الاستكشاف والمشاركة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، من أبرزها:
أن الميديا الرقمية أصبحت أداة محورية في تنشيط السياحة، إذ بات السائح يعتمد على الوسائط التفاعلية في التخطيط لرحلاته، مما يجعل من الإعلام الرقمي قناة للتجربة والتأثير وليس مجرد وسيلة ترويجية.
أن التصميم الجرافيكي هو عنصر استراتيجي في بناء الهوية السياحية، فهو يعزز الثقة والانتماء من خلال الصور والألوان والخطوط التي تخلق انطباعًا بصريًا موحدًا وجاذبًا عن المدينة.
أن التكامل بين الميديا الرقمية والتصميم الجرافيكي يخلق سرًا بصريًا تفاعليًا قادرًا على جذب الانتباه وترسيخ الذاكرة البصرية، وهو ما يعزز من القدرة التنافسية للمقاصد السياحية في الأسواق العالمية.
أن واجهة المستخدم وتجربة المستخدم تمثلان ركيزة أساسية لنجاح المنصات السياحية الرقمية، إذ يسهم التصميم السلس والجمالي في زيادة التفاعل والاحتفاظ بالمستخدمين.
أن التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي و CGI والواقع الافتراضي أصبحت أدوات فعالة لإحياء التراث بصريًا وإعادة تقديمه في صور معاصرة تجذب مختلف الفئات العمرية.
أن الإعلانات الرقمية الموجهة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تعد من أكثر الوسائل فاعلية في التأثير على قرارات السياح، خاصة مع تزايد اعتماد الأجيال الحديثة على المنصات المرئية والمحتوى القصير.

ملخص الرسالة باللغة الإنجليزية

The doctoral dissertation addresses the integrative relationship between digital media and graphic design in supporting and promoting tourism in the city of Alexandria, and how contemporary digital tools and visual communication strategies can be employed to reshape the city's image as a tourist destination that combines authenticity and modernity.

Although Alexandria possesses unique historical and cultural assets — including monuments, landmarks, distinguished architecture, and a rich artistic and civilizational heritage — its current tourism reality does not reflect these potentials. Tourism activity remains mostly limited to the summer season and beach tourism, while the city's historical, cultural, and artistic assets are not sufficiently utilized in tourism promotion. Hence, the research problem lies in the weak employment of graphic design and digital media in constructing a contemporary visual identity capable of presenting Alexandria as an integrated destination that brings together the past and the present.

The study argues that in the modern era, digital media has become one of the most influential tools in shaping tourists' attitudes and decision-making through interactive platforms, visual storytelling, and immersive technologies such as augmented reality and artificial intelligence. Graphic design, in turn, represents a fundamental axis in the visual communication process, contributing to the formulation of visual messages that convey the identity and spirit of a place in an attractive and influential manner. Therefore, the integration of digital media with graphic design

represents a powerful tool through which the visual image and competitiveness of tourist destinations can be enhanced.

The researcher adopted the descriptive-analytical method supported by an applied study. The theoretical framework analyzed the role of digital media in tourism — its types, functions, and influence on tourist behavior — in addition to studying the aesthetic and functional foundations of graphic design in the digital field, including the use of colors, typography, interactive elements, user experience (UX), and user interface (UI) in the design of tourism websites and applications.

In the applied part, the researcher developed a comprehensive digital strategy for the visual identity of the city of Alexandria, aiming to highlight its cultural and historical assets through an advanced digital presence capable of addressing both local and international audiences. The strategy included designing an interactive website for the city along with a digital advertising campaign using artificial intelligence (AI) and computer-generated imagery (CGI) technologies. The campaign presented a modern visual narrative of Alexandria's landmarks such as the Bibliotheca Alexandrina, the Citadel of Qaitbay, the Roman Theatre, and the Kom El Shoqafa Catacombs, through three-dimensional scenes and an engaging cinematic style.

The website was designed according to user-centered design principles, characterized by ease of navigation and responsiveness across different devices. It featured an attractive visual interface combining simplicity and functionality. The visual identity elements included colors and logos inspired by the city's maritime and architectural character, emphasizing its dual identity as both a historical and modern city. Visual motion and rhythmic design elements were also used to enhance user interaction and encourage exploration and participation.

The study reached a set of important findings, most notably:

- Digital media has become a pivotal tool in activating tourism, as tourists now rely on interactive media when planning their trips, making digital media not merely a promotional channel but a space for experience and influence.
- Graphic design is a strategic element in building a tourism identity, as it reinforces trust and belonging through visuals, colors, and typography that create a unified and attractive visual impression of the city.
- The integration between digital media and graphic design creates an interactive visual narrative capable of capturing attention and reinforcing visual memory, thereby enhancing the competitiveness of tourist destinations in global markets.
- User Interface (UI) and User Experience (UX) design are fundamental pillars for the success of digital tourism platforms, as aesthetic and smooth design increases user interaction and retention.
- Modern technologies such as artificial intelligence, CGI, and virtual reality have become effective tools for visually reviving heritage and re-presenting it in contemporary forms that attract different age groups.
- Targeted digital advertising through social media platforms is among the most effective means of influencing tourists' decisions, especially with the growing reliance of younger generations on visual platforms and short-form content.