

Załącznik nr 2 do Regulaminu Konkursu: opis BIG IDEI dla miasta Rawa Mazowiecka wraz z hasłem pozycjonującym

BIG IDEA dla miasta Rawa Mazowiecka

Strategia proponuje dla Rawy Mazowieckiej Big Ideę, którą można ująć jednym słowem: Gra. W tym pojęciu zawrzeć można historię miasta („raz na wozie, raz pod wozem”), jego położenie (centralne, strategiczne), układ architektoniczny (miasto jako logicznie skonstruowana plansza), kierunki rozwoju („gra o przyszłość”) i wreszcie rysujący się na horyzoncie cel (zwycięstwo). Źródłem i obecną podstawą wiarygodności tak sformułowanej Big Idei jest siła lokalnego środowiska miłośników gier, zwłaszcza tych zrzeszonych w Stowarzyszeniu „Topory”.

SIŁA TOPORÓW

W Rawie Mazowieckiej od wielu lat działa Stowarzyszenie Miłośników Gier Fabularnych „Topory”. Wśród pozytywnych aspektów pracy „Toporów” wyróżnić należy autentyczność ich pasji, aktywność stowarzyszenia, jego samodzielność i ambitne, stopniowo realizowane plany rozwoju. Warto podkreślić również fakt, że choć „Topory” działają w dość niszowej dziedzinie, są w niej doskonale znane w całym kraju.

To najsilniejsze tego typu środowisko między Łodzią i Warszawą, będące wzorem i inspiracją dla licznych grup z sąsiednich miast (Tomaszów Mazowiecki, Ciechanów etc.), a ich „flagowa” impreza, organizowana już od 5 lat „Toporiada” przyciąga co roku kilkuset uczestników z wszystkich zakątków kraju, a ostatnio nawet zyskała sobie uznanie jako drugie po poznańskim Pyrkonie najważniejsze tego typu wydarzenie w Polsce.

ZNACZENIE GRY

Gra to uporządkowane działanie, tym różniące się od podobnych aktywności, że podejmowana jest zwykle w celach rozrywkowych. Od innych rozrywek różni ją istnienie określonego zbioru reguł i zasad. Dziś znaczenie gier wykracza daleko poza czystą rozrywkę. Tworzenie i produkcja gier również w Polsce stały się ważną domeną gospodarki, a coraz szersze grono ich miłośników tworzy dobrze zorganizowane środowisko, mające istotny wpływ na kształtowanie współczesnego stylu życia oraz spędzania czasu wolnego. Sami gracze to ludzie stale rozwijający swoje umiejętności i poszukujący kreatywnego ujęcia swoich pomysłów i talentów.

JASNA STRONA GIER

Gry dają okazję, zarówno w oczach specjalistów, jak i opinii publicznej, do pożytecznej pracy nad sobą, stanowią rodzaj gimnastyki umysłu, rozwijającej intelekt (np. gry strategiczne) i wyobraźnię (np. fabularne). Włożony w grę wysiłek przynosi sukces/zwycięstwo, choć nawet jego brak nie oznacza braku korzyści — niesie bowiem ze sobą możliwość nabycia doświadczenia, bezpiecznego przetestowania nowych, innowacyjnych rozwiązań (symulacje), uczciwą rywalizację (fair play), szacunek dla pokonanych (gloria victis).

HASŁO POZYCJONUJĄCE dla miasta Rawa Mazowiecka

Rawa Mazowiecka. W to mi graj!

Adaptacja tego znanego powiedzenia na potrzeby promocji Rawy przede wszystkim w bezpretensjonalny sposób przywołuje całą serię pozytywnych skojarzeń: akceptacji, zadowolenia, satysfakcji, spełnienia. W ten sposób leksykalne odwołanie do Big Idei pozwala połączyć przyjazną atmosferę z intelektualną pasją, odrobinę luzu i dezynwoltury ze strategicznym myśleniem o świecie i jego przyszłości, wreszcie lokalną społeczność Rawy z indywidualnym działaniem jej mieszkańców i gości.

HASŁO PO ANGIELSKU

„Poważne” podejście do gry jako kluczowego elementu pozycjonującego zdecydowało, że za podstawę sloganu przyjęliśmy słowo „game. Całość natomiast uzupełniona została do popularnego i mało formalnego idiomu „The name of the game”.

Rawa Mazowiecka. The name of the game

jednoznacznie wiąże miasto z grami, a jednocześnie czyni z Rawy miejsce centralne, szczególnie istotne, jak również ważne dla osiągnięcia sukcesu. Samo hasło daje się też odczytać jako swoista definicja tego, czym Rawa jest — wielką grą prowadzoną w rytm sensownie i celowo opracowanej strategii.

KOMUNIKACJA W RÓŻNORODNYCH DOMENACH

Choć Big Idea wprost odwołuje się do pojęcia gry i wiąże ją z oryginalną aktywnością mieszkańców na tym polu, nie oznacza to wcale, że cały wizerunek miasta sprowadzony zostanie do gier fabularnych. Przeciwnie — „gra” otwiera szerokie możliwości komunikacyjne w niemal wszystkich sferach życia społecznego i gospodarczego. Mówi się wszak o grze rynkowej, giełdowej, gra aktor na scenie i muzyk na estradzie, sportowców chwalimy za „czystą grę”, to co cenne i przydatne określamy mianem „gry wartej świeczki”, miasto możemy określić jako pole gry różnych interesów i wpływów.

Biorąc pod uwagę promocyjne priorytety: rozwój gospodarczy, wzrost aktywności społecznej i ofertę turystyczno-rekreacyjną, można konstruować wielorakie przekazy i komunikaty.

PODSUMOWANIE

Gra ze swej natury jest czymś twórczym, rozwojowym, przyjemnym. Daje ujście pasji i talentom, zachęca do stałego doskonalenia potencjału, pozwala budować zespół, emocjonuje jego sympatyków, wprowadza ducha dobrze pojętej rywalizacji. Wreszcie zapowiada zwycięstwo tym, którzy na nie zasługują. To, co niekorzystne, najczęściej nie jest elementem samej gry, lecz oznacza zaprzeczenie jej istoty (złamanie zasad). Możliwa porażka czy wpływ czynnika losowego nie dyskredytują gry jako pojęcia pozytywnego, przeciwnie: czynią ją bardziej autentyczną i upodabniają do całości ludzkiego życia.