



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ Δ.Ο.Ε.Π.&Τ.Μ.

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
**ΔΕΡΜΑΤΟΣΤΙΞΙΑ: ΕΡΕΥΝΑ, ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΟΠΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ
ΒΑΣΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ**

ΚΟΚΚΙΝΟΥ ΜΑΡΙΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΣΩΤΗΡΙΟΣ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ

ΠΥΡΓΟΣ, 2018

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ

Βεβαιώνω/ουμε ότι είμαι/είμαστε ο/οι συγγραφείς/εις αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα/είχαμε για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία.

Επίσης, έχω/έχουμε αναφέρει τις πηγές από τις οποίες έκανα /κόναμε χρήση δεδομένων, ιδεών η λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες.

Ακόμη δηλώνω/ουμε ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα/εμάς προσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία ότι θα αναλάβω/ουμε πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχτεί ότι δεν μου/μας ανήκει.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΦΟΙΤΗΤΗ 1

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

ΜΑΡΙΑ ΚΟΚΚΙΝΟΥ



ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΦΟΙΤΗΤΗ 2

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΦΟΙΤΗΤΗ 3

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο βασικός λόγος που με ώθησε στη συγγραφή της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας, ήταν η βαθύτερη μελέτη πάνω στην τέχνη της δερματοστιξίας. Η τέχνη αυτή αποτελεί ένα πολύ ενδιαφέρον θέμα, το οποίο εξελίσσεται ραγδαία με την πάροδο του χρόνου.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω από καρδιάς τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κ. Τριανταφύλλου Σωτήριο για την καθοδήγηση και την συμβολή του στην ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Πολλοί μύθοι αιωρούνται γύρω από τη μόνιμη διακόσμηση του ανθρώπινου σώματος με διάφορα σχέδια και χρώματα, που έχει τις ρίζες της στους πρωτόγονους λαούς. Λίγοι είναι αυτοί που πραγματικά γνωρίζουν τι ακριβώς είναι η δερματοστιξία και πως επιτυγχάνεται η χάραξη του δέρματος με ανεξίτηλα σημάδια, έπειτα από την εισαγωγή χρωστικών ουσιών.

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας είναι η παρουσίαση της δερματοστιξίας ως μορφή τέχνης με ιστορικές αναφορές και παραδείγματα, καθώς και η δημιουργία εταιρικής ταυτότητας και βασικών εφαρμογών για studio τατουάζ.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα εργασία μελετούνται η δερματοστιξία ως μορφή τέχνης αλλά και η πραγματοποίηση βασικών εφαρμογών και η δημιουργία εταιρικής ταυτότητας ενός studio τατουάζ.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται εκτεταμένη ανάλυση της έννοιας της δερματοστιξίας (τατουάζ) και η ιστορική αναδρομή αυτής.

Στη συνέχεια ακολουθεί το δεύτερο κεφάλαιο, όπου γίνεται παρουσίαση του τι χρειάζεται μια επιχείρηση προκειμένου να διαμορφώσει τη δική της εταιρική ταυτότητα, δηλαδή τα χρώματα, η σωστή επιλογή φόντου και άλλα συνθετικά στοιχεία που συνέβαλαν για τη δημιουργία ενός σωστού λογότυπου.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται η διαφοροποίηση της εταιρικής εικόνας από την εταιρική ταυτότητα μιας επιχείρησης.

Τέλος γίνεται βαθύτερη ανάλυση στην έννοια της αφίσας και τους λόγους που χρησιμοποιείται, συμβάλλοντας στη διαφήμιση της επιχείρησης.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΔΕΡΜΑΤΟΣΤΙΞΙΑ	7
1.1 Τα είδη της δερματοστιξίας	8
1.2 Η δερματοστιξία ως μορφή τέχνης	10
1.3 Ιστορική αναδρομή	12
1.4 Η τέχνη της δερματοστιξίας στην Ελλάδα	16
1.5 Στερεότυπα	17
1.6 Θρησκεία και τατουάζ	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ	21
2.1 Ορισμός	21
2.2 Δομή εταιρικής ταυτότητας	23
2.3 Βήματα για τη δημιουργία επιτυχημένης εταιρικής ταυτότητας	24
2.3.1 Εταιρικό προφίλ	25
2.3.2 Ανάλυση εταιρικού σήματος	26
2.3.3 Επιλογή Χρωμάτων	27
2.3.4 Τυπογραφία	30
2.3.5 Παρουσίαση εφαρμογής της εταιρικής ταυτότητας	32
2.3.6 Επιλογή σωστού φόντο (background)	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΦΙΣΑΣ	34
3.1 Ορισμός	34
3.2 Πότε ξεκίνησε να χρησιμοποιείται η αφίσα	35
3.3 Ο λόγος χρήσης της αφίσας	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΒΗΜΑΤΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ Ε.Τ. ΓΙΑ ΤΑΤΤΟΟ STUDIO	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ	43
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	47

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΔΕΡΜΑΤΟΣΤΙΞΙΑ

ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΤΥΜΟΛΟΓΙΑ: Το τατουάζ ή δερματοστιξία είναι μια μορφή τροποποίησης του σώματος με την τεχνική της εισαγωγής ανεξίτηλου μελανιού στο χόριο στρώμα του δέρματος με σκοπό την αλλαγή του χρώματος του.

Η λέξη tattoo ή tattow στον 18^ο αιώνα είναι δανεισμένη από την Πολυνησιακή λέξη tatau που σημαίνει έντεχνος, ορθός. Πριν την εισαγωγή της Πολυνησιακής λέξης στο λεξιλόγιο, η πρακτική των τατουάζ περιγραφόταν στη Δύση ως τσιμπήματα, ζωγραφική ή χρώση. Άλλη εκδοχή λέει ότι το τατουάζ πήρε το όνομά του από τον ήχο που έκαναν τα εργαλεία πάνω στο δέρμα και το διαρκές «τα, τα, τα» που ακουγόταν στη διάρκεια του χτυπήματος, αφού οι τεχνίτες χτυπούσαν κυριολεκτικά με τα παραδοσιακά τους εργαλεία το χρώμα πάνω στο δέρμα. Πρώτη γραπτή αναφορά στη λέξη tattoo γίνεται στο ημερολόγιο του Τζόζεφ Μπανκς, ενός φυσιολόγου του πλοίου HMS Endeavour του εξερευνητή Τζ. Κουκ. Όταν επέστρεψε από το ταξίδι του ο Κουκ το 1769, το οποίο πραγματοποιήθηκε στην Αϊτή και την Νέα Ζηλανδία, η λέξη tattoo εισήχθη στην Ευρώπη. Οι θαυμαστές του τατουάζ μπορεί να αναφέρονται σε αυτά ως «τέχνη του δέρματος» ενώ οι δημιουργοί ως «καλλιτέχνες του τατουάζ» ή «τατούερς» και τα μέρη όπου εργάζονται ως «καταστήματα ή studio τατουάζ». Η Ιαπωνική λέξη «Ιρεζούμι» σημαίνει εισαγωγή του μελανιού και μπορεί να αναφέρεται στα τατουάζ που προκύπτουν με τη χρήση tebori, με την παραδοσιακή Ιαπωνική μέθοδο με τα χέρια, με την Δυτικού-τύπου μηχανή ή με οποιαδήποτε μέθοδο τατουάζ που χρησιμοποιείται για την εισαγωγή του μελανιού. Η πιο συνηθισμένη ορολογία που χρησιμοποιείται για τα παραδοσιακά Ιαπωνικά τατουάζ είναι η «Χοριμόνο». Ο ανθρωπολόγος Χένρυ Λινγκ Ροθ στα 1900 περιέγραψε τέσσερις μεθόδους σημαδέματος του δέρματος και πρότεινε να διακρίνονται σύμφωνα με τα ονόματα «tatu», «Ta moko», «cicatrix» και «keloid».



Εικόνα 1: Αρχηγός των Μαορί με τατουάζ (Ta moko) όπως τον συνάντησε ο εξερευνητής Τζ. Κουκ. (Πηγή: <https://el.wikipedia.org>)

1.1 ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΔΕΡΜΑΤΟΣΤΙΞΙΑΣ

Η Αμερικανική Ακαδημία Δερματολογίας διακρίνει πέντε τύπους τατουάζ:

- Τα τραυματικά τατουάζ
- Τα ερασιτεχνικά και τα επαγγελματικά τατουάζ
- Τα αισθητικά τατουάζ
- Τα λειτουργικά τατουάζ
- Τα ιατρικά τατουάζ

Τραυματικά τατουάζ: Το τατουάζ το οποίο μπορεί να προκύψει μετά από κάποιο ατύχημα ή τραυματισμό. Η άσφαλτος για παράδειγμα είναι μια ουσία η οποία μετά από ατύχημα μπορεί να προκαλέσει δημιουργία ουλών ή μόνιμο αποχρωματισμό σε στρώσεις του δέρματος. Ο Τζωρτζ Όργουελ αναφέρει πως οι ανθρακωρύχοι μπορούσαν να αναπτύξουν τατουάζ εξαιτίας της σκόνης του κάρβουνου που εισχωρούσε στις πληγές τους. Άλλη μια τέτοια ουσία μπορεί να θεωρηθεί και το μαπαρούτι. Το πιο απλό παράδειγμα τραυματικού τατουάζ είναι αυτό που δημιουργείται από τυχαίο τραυματισμό με ένα μολύβι ή στυλό, καθώς ο γραφίτης ή το μελάνι μένει κάτω από το δέρμα.

Ερασιτεχνικά και επαγγελματικά τατουάζ: Τα τατουάζ χρησιμεύουν είτε στο να δηλώσουν τη θέση και την ιεραρχία που έχει κάποιο πρόσωπο στην κοινωνία, είτε σαν σύμβολα γενναιότητας, γονιμότητας αλλά και σαν φυλαχτά και σύμβολα σκλάβων και κατάδικων. Σήμερα η επιλογή του τατουάζ γίνεται για πολλούς λόγους, όπως καλλιτεχνικούς, αισθητικούς, συναισθηματικούς ή αναμνηστικούς και θρησκευτικούς. Ένας λόγος για παράδειγμα είναι η χρήση του τατουάζ από ανθρώπους για να δηλώσουν την ένταξη τους σε ομάδες και οργανώσεις, ακόμα και εγκληματικές, ή την εθνικότητα και τη φυλή. Οι Μαορί εμφανίζονται με πολύπλοκα τατουάζ μοκο στο πρόσωπο τους. Στην Καμπότζη, στο Λάος και την Ταϊλάνδη έχουν τα τατουάζ ως σύμβολα καλής τύχης και προστασίας από το κακό. Στις Φιλιππίνες υπάρχουν φυλές που πιστεύουν στη μαγική ιδιότητα των τατουάζ αλλά τα περισσότερα συμβολίζουν επιτεύγματα ζωής ή τη θέση που έχει κάποιος στη φυλή.



Εικόνα 2: Τατουάζ για την ταυτοποίηση σε επιζώντα του Στρατοπέδου Άουσβιτς. (Πηγή: <https://el.wikipedia.org>)

Επίσης υπάρχουν άτομα που έχουν κάνει τατουάζ πάρα την θέληση τους. Το πιο γνωστό παράδειγμα είναι αυτό στο στρατόπεδο του Άουσβιτς το 1941 από τους Ναζί για την ταυτοποίηση των πτωμάτων και την καταγραφή των κρατουμένων. Εκεί χάραζαν το

περίγραμμα των ψηφίων του αύξοντα αριθμού καταγραφής στους βραχίονες των κρατουμένων. Την εποχή της Δυναστείας του Ζου, οι Κινεζικές Αρχές χρησιμοποιούσαν τα τατουάζ ως μέσο τιμωρίας για εγκλήματα και για να μαρκάρουν τους σκλάβους και τους φυλακισμένους. Τη διάρκεια της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, οι Ρωμαίοι στρατιώτες ήταν υποχρεωμένοι να έχουν τατουάζ στα χέρια τους σε περίπτωση λιποταξίας. Οι Μαορί κυνηγούσαν και αποκεφάλιζαν ο ένας τον άλλον για τα τατουάζ *moko*, τα οποία τα αντάλλασσαν με τσεκούρια και πυροβόλα όπλα. Η τέχνη του τατουάζ αποτελούσε ιερό σύμβολο ταυτοποίησης ανάμεσα τους και ως μέσο για να αποθηκεύσει κάποιος το τάπου «*taru*» του ή το πνεύμα του στη μετά θάνατον ζωή.

Αισθητικό τατουάζ: Το τατουάζ μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για αισθητικούς λόγους ως μόνιμο μακιγιάζ αλλά και για την κάλυψη και εξουδετέρωση διχρωμιών του δέρματος. Λέγεται μόνιμο όταν χρησιμοποιείται στα φρύδια, τα χείλη είτε τα μάτια για να τα ενισχύσει με φυσικές αποχρώσεις ώστε να μοιάζει με μακιγιάζ.



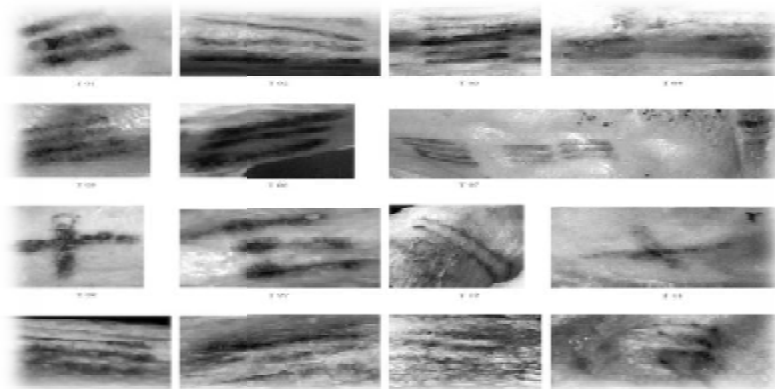
Εικόνα 3: Τατουάζ φρυδιών με σκοπό το μόνιμο μακιγιάζ. (Πηγή: <http://www.BeautyBlog.gr>)

Λειτουργικό τατουάζ: Εκτός από την αισθητική, τα λειτουργικά τατουάζ χρησιμοποιούνται σε ασθενείς με Αλτσχάιμερ με τα ονόματα τους, ώστε αν κάποιος εξαφανιστεί να είναι εύκολη η αναγνώριση του.

Ιατρικά τατουάζ: Το είδος αυτό χρησιμοποιείται για την σωστή τοποθέτηση των εργαλείων κατά την επαναλαμβανόμενη εφαρμογή της ακτινοθεραπείας και της θηλαίας άλω σε ορισμένες μορφές αποκατάσταση του μαστού. Επίσης χρησιμοποιήθηκαν για την μεταφορά ιατρικών πληροφοριών του ασθενή (π.χ. ομάδα αίματος). Η κάλυψη της λεύκης, διαταραχής στη χρώση του δέρματος, γίνεται επίσης με αυτού του είδους τα τατουάζ σε χρωματικούς τόνους του δέρματος.

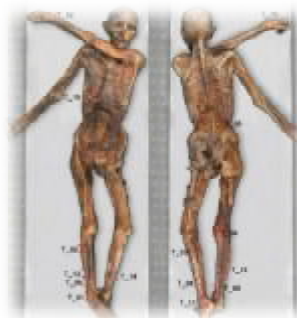
1.2 Η ΔΕΡΜΑΤΟΣΤΙΞΙΑ ΩΣ ΜΟΡΦΗ ΤΕΧΝΗΣ

Η τέχνη της δερματοστιξίας εμφανίζεται από τα πανάρχαια χρόνια. Πρώτες αναφορές γίνονται γύρω στα 10.000 π.Χ. Συγκεκριμένα, το 1962 η Marthe Requat δημοσίευσε μελέτη που αφορούσε τα εργαλεία που χρησιμοποιούσαν για την πραγματοποίηση τατουάζ, που βρέθηκαν στα Πυρηναία Όρη, στη Νότια Γαλλία. Τα εργαλεία αυτά ήταν μυτερά και σκεύη με χρώμα, στα οποία αποδίδουν ηλικία περίπου 12.000 χρόνων. Οι ειδικοί κάνουν λόγο για τις πρώτες ουσιαστικότερες ενδείξεις, οι οποίες φτάνουν 5.000 χρόνια πριν.



Εικόνα 4: Τα τατουάζ που βρέθηκαν στο σώμα στις Άλπεις, τον «άνθρωπο των πάγων ή Otzi» ηλικίας 3.300 χρόνων. (Πηγή: <http://www.apocalypsejohn.com>)

Το 1991 στις Άλπεις βρέθηκε ανδρικό σώμα ηλικίας 3.300 χρόνων, πάνω στο οποίο υπήρχαν σημάδια τα οποία είχαν διατηρηθεί λόγω του πάγου. Το σώμα αυτό ονομάστηκε «Ο άνθρωπος των πάγων ή Otzi» εξαιτίας της τοποθεσίας Otztal όπου και βρέθηκε. Σύμφωνα με αναφορές το σώμα αυτό ανήκε σε έναν βοσκό ή κυνηγό μέσης ηλικίας που σκοτώθηκε από βέλος στην πλάτη. Το σώμα διατηρήθηκε λόγω του πάγου και 59 σημάδια βρέθηκαν στο σώμα του, τα οποία επιβεβαιώθηκαν ως τατουάζ από ειδικούς.



Εικόνα 5: Τα τατουάζ που βρέθηκαν στο σώμα του «ανθρώπου των πάγων». (Πηγή: <http://www.apocalypsejohn.com>)

Τα σημάδια αυτά υπήρχαν στους αστραγάλους, πίσω από το αριστερό γόνατο, χαμηλά στην πλάτη και στους καρπούς, σε σχήμα σταυρού και γραμμών τα οποία δεν παρουσίαζαν σχεδιαστική ακρίβεια. Έπειτα από μελέτες στο σκελετό του σώματος οι ειδικοί αποδίδουν την ύπαρξη των σημαδιών είτε σε μαγικούς σκοπούς είτε σε ιατρικούς λόγους για την ίαση ασθένειας του άνδρα αυτού.



Εικόνα 6: Αναπαράσταση του Otzi. (Πηγή: <http://www.apocalypsejohn.com>)

Εξίσου σημαντικό εύρημα είναι αυτό που βρέθηκε στην Αίγυπτο, περίπου μια χιλιετία μετά τον άνθρωπο των πάγων. Ένα από τα ευρήματα είναι αυτό της Amunet, ιέρεια της θεάς Hathor, που βρέθηκε στις Θήβες της Αιγύπτου. Ειδικοί αναφέρουν πως ήταν η ερωμένη του φαραώ Mentuhotep II, που έζησε περίπου το 2.100 π.Χ. Τα ευρήματα αυτά δείχνουν πως οι γυναίκες στην Αίγυπτο ήταν λάτρες των τατουάζ.

1.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Χάλκινη εποχή

Το 1991, ο «Otzi, ο άνθρωπος πάγος» γέμισε τα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων σε όλον τον κόσμο, όταν το κατεψυγμένο σώμα του ανακαλύφθηκε σε ένα βουνό. Αυτή είναι η καλύτερα διατηρημένη σορός που έχει βρεθεί. Πολλά μουσεία στην Δανία διατηρούν στην κατοχή τους βελόνες από την εποχή του Χαλκού (2000-500 π.Χ), οι οποίες χρησιμοποιήθηκαν για την πραγματοποίηση τατουάζ. Όλα αυτά τα ευρήματα αποτελούν τα αποδεικτικά στοιχεία για την ύπαρξη της δερματοστιξίας.



Εικόνα 7: Ο Otzi όπως ο ίδιος βρέθηκε στα ψηλά βουνά. (Πηγή: <http://www.wired.com>)

Άλλος ένας αρχαίος πολιτισμός που ασχολήθηκε με το τατουάζ ήταν οι Σκύθες Pazyryk στην περιοχή Αλτάι. Το 1948, η Ρωσίδα αρχαιολόγος Sergei Rudenko άρχισε τις ανασκαφές στην Σιβηρία, 120 μίλια βόρεια των συνόρων μεταξύ Ρωσίας και Κίνας. Εκεί βρέθηκαν μούμιες που χρονολογούνται πριν από 2.400 χρόνια. Τα σώματα τους καλύπτονταν με τατουάζ μυθικών ζώων.



Εικόνα 8: Εργαλεία και βελόνες από την εποχή του Χαλκού σε μουσεία της Δανίας. (Πηγή: <http://www.tattooand.gr>)

Μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, αρχαιολόγοι ανακάλυψαν μια μακρά σειρά τάφων. Οι τάφοι ήταν μονίμως γεμάτοι από πάγο και γι' αυτό το λόγο ό,τι περιείχαν ήταν πολύ καλά

διατηρημένο. Στον τάφο με τον αριθμό δύο βρέθηκε σώμα οπλαρχηγού με κάποια φανταστικά τατουάζ.

Το έτος 1993, βρέθηκε μια γυναίκα σε τάφο στην περιοχή Αλτάι όπου στο σώμα της είχε τατουάζ με μυθικά πλάσματα, στους ώμους, στους καρπούς και στον αντίχειρα της. Αυτού του είδους τα πλάσματα την εποχή εκείνη είχαν μαγική σημασία για τον άνθρωπο που τα έκανε αλλά και για την φυλή στην οποία ανήκε. Ο Έλληνας συγγραφέας Ηρόδοτος (450 π.Χ.) αναφέρει πως ανάμεσα στους Σκύθες και στους Θράκες τα τατουάζ ήταν ένα σημάδι της ευγένειας και όσοι δεν τα είχαν ήταν μαρτυρία χαμηλής καταγωγής.

Βίκινγκς

Αναφορές υπάρχουν για τους Βίκινγκς, οι οποίοι συναντήθηκαν με τους Σκύθες στα ρωσικά ποτάμια, όταν προσπαθούσαν να λεηλατήσουν και να καταστρέψουν την Ευρώπη. Οι Βίκινγκς ξεκίνησαν να επηρεάζονται σταδιακά από τον τρόπο ζωής των Σκύθων και να υιοθετούν μέσω των τεχνών και κυρίως των τατουάζ. Ο Άραβας Ibn Fadlan σε μαρτυρία του περιέγραψε συνάντηση που είχε με Βίκινγκς, παρουσιάζοντας τους αγενείς, βρώμικους και καλυμμένους με εικόνες.

Αίγυπτος

Το έτος 1891, αρχαιολόγοι ανακάλυψαν μουμιοποιημένη ιέρεια της θεάς Hathor. Στο σώμα της γυναίκας βρέθηκαν γραμμές και τελείες που δείχνουν να είναι είδος τατουάζ. Το συγκεκριμένο είδος σύμφωνα με τους ειδικούς αφορούσε μόνο γυναίκες που είχαν εκμειευθεί σε τελετουργική πράξη. Οι Αιγύπτιοι αποτελούν την αφετηρία της τέχνης της δερματοστιξίας καθώς ήταν ο λόγος που η τέχνη διαδόθηκε ανά τον κόσμο.

Ιαπωνία

Την εποχή της Κινέζικης Δυναστείας το 297 μ.Χ έχουμε την πρώτη γραπτή απόδειξη για την ύπαρξη ιαπωνικών τατουάζ σε μια διαφορετική μορφή όπως αυτή των πηλινών ειδωλίων, τα οποία έχουν πρόσωπα ζωγραφισμένα ή χαραγμένα. Σε τάφους βρέθηκαν από το 3.000 π.Χ. και από την δεύτερη και την Τρίτη χιλιετία π.Χ. τα πρώτα ευρήματα. Ο χαρακτήρας των ευρημάτων αυτών ήταν συμβολικός και τα χρησιμοποιούσαν για να συνοδεύουν τους νεκρούς καθώς είχαν μαγική ή θρησκευτική έννοια για το μέλλον τους.



Εικόνα 9: Πλάτη άνδρα γεμάτη τατουάζ, 1875. (Πηγή: <https://el.wikipedia.org>)

Οι Ιάπωνες βέβαια σύμφωνα με αναφορές είχαν το τατουάζ κυρίως ως διακοσμητικό στοιχείο. Αυτός που έδωσε άλλη οπτική στην τέχνη του τατουάζ ήταν ο Horis, Ιάπωνας καλλιτέχνης. Η χρήση πολλαπλών χρωμάτων και τα εντυπωσιακά σχέδια έδωσαν μια διαφορετική χροιά στην τέχνη για την εποχή αυτή. Το κλασσικό ιαπωνικό τατουάζ από τότε χαρακτηρίζεται ως πλήρες «κουστούμι» στο σώμα.

Πολυνησία

Η τέχνη της δερματοστιξίας στους λαούς αυτούς έχει ιστορική αλλά και ουσιαστική σημασία. Το πολυνησιακό τατουάζ ήταν ισχυρό σημάδι εξουσίας και πνευματικότητας. Τα σχέδια τους ήταν γεωμετρικά και αρμονικά σχεδιασμένα, με τα χρόνια όμως οι άνθρωποι τα εμπλούτιζαν με αποτέλεσμα την κάλυψη ολόκληρου του σώματος τους. Στη Σαμόα, το τατουάζ γινόταν μόνο με το χέρι και η τέχνη μεταδιδόταν από ανθρώπους αξιόλογων οικογενειών και υψηλής καταγωγής. Οι τελετές μύησης στην τέχνη αυτή ξεκινούσαν με την έναρξη της εφηβείας. Μια γαλλική αποστολή του 1787 είναι και οι πρώτοι ευρωπαίοι που έφτασαν στη Σαμόα. Οι αναφορές τους παρουσιάζουν πως οι άνδρες εκεί είχαν τατουάζ στους μηρούς έτσι ώστε κάποιος θα νόμιζε πως ήταν ντυμένοι, αλλά στην πραγματικότητα ήταν γυμνοί. Η μυθολογική προέλευση του τατουάζ στη Σαμόα έχουν μεταφερθεί στις κοινότητες της Νέας Ζηλανδίας αλλά και στις Κάτω Χώρες. Στη Χαβάη, οι άνθρωποι εκεί έχουν δική τους τέχνη τατουάζ, γνωστή ως «kakaui». Η σημασία της πολυσύνθετη καθώς δεν την χρησιμοποιούν μόνο για διακοσμητικό στοιχείο, αλλά για διάκριση και φύλαξη της υγείας και του πνεύματος. Οι άνδρες είχαν τατουάζ στα χέρια, στα πόδια, στον κορμό αλλά και στο πρόσωπο, ενώ οι γυναίκες στο χέρι, τα δάχτυλα, τους καρπούς και κάποιες και στην γλώσσα τους.



Εικόνα 10: Χορεύτρια Hula με τατουάζ από τη Χαβάη. (Πηγή:<http://www.tattooland.gr>)

Ζηλανδία

Οι Μαορί είναι οι δημιουργοί ενός από τους πιο εντυπωσιακούς πολιτισμούς. Η τέχνη του τατουάζ για αυτούς είχε την ονομασία «moko» και χρησιμοποιούσαν την τέχνη της ξυλογλυπτικής για την χάραξη του δέρματος. Αυτοί που είχαν πλήρες πρόσωπο «moko» ήταν άνθρωποι με κοινωνική διάκριση ενώ οι γραμμές τους θύμιζαν τους πολέμους και άλλες εκδηλώσεις της ζωής τους.

Αρχαία Ελλάδα και Ρώμη

Στην Ελλάδα η τέχνη της δερματοστιξίας μαθεύτηκε από τους Πέρσες. Οι ελληνίδες θεωρούσαν το τατουάζ ως χαρακτηριστικό εξωτικής ομορφιάς. Οι Ρωμαίοι υιοθέτησαν το τατουάζ από τους Έλληνες. Όλοι οι Λατίνοι συγγραφείς, αναφέρουν ότι πολλοί δούλοι και εγκληματίες ήταν αυτοί που είχαν τατουάζ. Μια επιγραφή στην Έφεσο αναφέρει πως κατά τη διάρκεια της πρώτης Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, όλοι οι σκλάβοι που εξάγονταν από την Ασία είχαν τατουάζ που έγραφε «φόρος κατεβλήθη». Το τατουάζ το χρησιμοποιούσαν επίσης και ως τιμωρία. Στις αρχές του 4^{ου} αιώνα, όταν αυτοκράτορας ήταν ο Κωνσταντίνος (306-373 μ.Χ.), απαγόρευσε το τατουάζ στο πρόσωπο επειδή πίστευε πως το ανθρώπινο πρόσωπο ήταν αναπαράσταση της εικόνας του Θεού και δεν έπρεπε να παραμορφωθεί ή να δεχθεί ιεροσυλία.



Εικόνα 11: Γυναίκα με τατουάζ στην Αρχαία Ελλάδα. (Πηγή: <http://www.greekcultureellinikospolitismos.wordpress.com>)

Αγγλία

Η επιστροφή του captain Cook από το ταξίδι του στην Πολυνησία έκανε το τατουάζ παράδοση στο Βρετανικό ναυτικό. Στα μέσα του 18^{ου} αιώνα, δεν υπήρχε λιμάνι που να μην έχει τουλάχιστον έναν επαγγελματία καλλιτέχνη τατουάζ, σε ειδικό σχεδιασμένο οίκημα. Η επιστροφή των εξερευνητών με πολυνησιακά τατουάζ στην πατρίδα τους, ήθελε να δείξει πως ο ευρωπαϊκός πολιτισμός υπερείχε αυτού των ιθαγενών. Γι' αυτό το λόγο ήθελαν να τα εκθέσουν σε αίθουσες διδασκαλίας, σε κάποια μουσεία και σε εμποροπανηγύρεις.



Εικόνα 12: Εξοπλισμός που είχε μαζί λιποτάκτης από το βρετανικό στρατό. (Πηγή: <http://www.tattooand.gr>)

1.4 Η ΤΕΧΝΗ ΤΗΣ ΔΕΡΜΑΤΟΣΤΙΞΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα η τέχνη της δερματοστιξίας αποτελεί προσωπική αναζήτηση και θέληση καθώς δεν υπάρχει κάποιο εκπαιδευτικό σύστημα που να διδάσκει την τέχνη αυτή. Αρκετοί είναι όμως αυτοί που από μόνοι τους έμαθαν και εξάσκησαν την τέχνη δίπλα σε κάποιον επαγγελματία. Βέβαια κάποιος που θέλει να αναπτύξει την τέχνη αυτή μπορεί να παρακολουθήσει πιστοποιημένα σεμινάρια τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό και να διευρύνει τις γνώσεις του μέσα από φεστιβάλ και άλλες συναντήσεις.

Στην Αθήνα, υπάρχουν πάνω από 40 εξειδικευμένα στούντιο τατουάζ, που ο καθένας μπορεί να κάνει το δικό του σχέδιο όπως ακριβώς το έχει φανταστεί. Επαγγελματίες όμως υπάρχουν και στην υπόλοιπη Ελλάδα που εξασκούν την τέχνη αυτή καθημερινά με μεγάλη επιτυχία. Ο πρώτος που καθιέρωσε την τέχνη του τατουάζ στην Ελλάδα ήταν ο Τζίμης, το 1970, ο οποίος ξεκίνησε να δέχεται πελάτες στο προσωπικό του στούντιο τατουάζ κάνοντας την τέχνη αυτή επάγγελμα. Αποτέλεσμα αυτού ήταν η τεράστια ζήτηση ενός τατουάζ εκείνη την εποχή.



Εικόνα 13: Τατουάζ με λουλούδια από γνωστό στούντιο τατουάζ στην Αθήνα. (Πηγή: <http://www.saketattoo.com>)

1.5 ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ

Καθ' όλη τη διάρκεια των χρόνων, η τέχνη της δερματοστιξίας αποτελούσε αρνητικό στοιχείο και ήταν κατακριτέο από την κοινωνία. Αυτό συνέβη επειδή τατουάζ έκαναν άνθρωποι που είχαν άσχημο παρελθόν και που δεν αποτελούσαν καλό παράδειγμα με αποτέλεσμα την περιθωριοποίηση του από το υπόλοιπο σύνολο της κοινωνίας. Παρακάτω αναφέρονται αναλυτικά κάποιες από αυτές τις κατηγορίες:

Ναύτης

Οι ναυτικοί μετά από μεγάλα ταξίδια συνήθιζαν να επιστρέφουν στα σπίτια τους με τατουάζ σε σημεία του σώματος τους από τα μέρη όπου ταξίδευαν. Τα περισσότερα ήταν σχήματα και σχέδια επίπεδα ή δύο διαστάσεων.



Εικόνα 14: Ναύτης που κάνει τατουάζ. (Πηγή: <http://www.tattoo.dk>)

Εγκληματικότητα

Το τατουάζ αποτελούσε βασικό στοιχείο που μπορούσε να έχει ένας εγκληματίας. Κατά τη διάρκεια που κάποιος ήταν φυλακή έκανε τατουάζ σε κάποιο μέρος του σώματος όχι μόνο για να δηλώσουν την αυτονομία αλλά κάποιοι προσπαθούσαν να βρουν τη προσωπική τους ταυτότητα. Σήμερα είναι κυρίως σημάδι πως κάποιος ανήκει σε μια συμμορία και μοιράζεται τους ίδιους κανόνες και κοινούς κώδικες με τα υπόλοιπα μέλη στις περιοχές που δρουν και συχνάζουν. Τέτοιου είδους τατουάζ ήταν τα δάκρυα κάτω από το μάτι και ο ιστός της αράχνης στους αγκώνες που συμβολίζουν τους ανθρώπους που σκοτώθηκαν.

Τσίρκο

Κατά τη διάρκεια του 19^{ου} και του πρώτου μισού του 20^{ου} αιώνα, το τατουάζ παρουσίασε μεγάλη ακμή στα τσίρκο. Περισσότερο από 70 χρόνια το τσίρκο απασχολούσε ανθρώπους που ήταν γεμάτοι τατουάζ, κυρίως τα μεγαλύτερα από αυτά.



Εικόνα 15: Γυναίκα από γερμανικό τσίρκο. (Πηγή: <http://www.tattooand.gr>)

1.6 ΘΡΗΣΚΕΙΑ ΚΑΙ ΤΑΤΟΥΑΖ

Οι Ρωμαίοι ήταν αυτοί που χρησιμοποιούσαν το τατουάζ ως μορφή τιμωρίας όταν έγινε η εμφάνιση των πρώτων Χριστιανικών κοινοτήτων. Τους τιμωρούσαν κάνοντας στο σώμα τους τατουάζ για να δηλώσει το έγκλημα τους. Σταδιακά αυτό όμως άλλαξε και από σύμβολο τιμωρίας θεωρήθηκε ένδειξη τιμής ανάμεσα στα μέλη της κοινότητας. Από τον 4^ο αιώνα ξεκινά η εξάσκηση της πρακτικής αυτής εθελοντικά, συμβολίζοντας την πίστη στην κοινότητα και τον Χριστό. Ο Μέγας Κωνσταντίνος, το 325 μ.Χ. απαγόρευσε τη χρήση τατουάζ στο πρόσωπο καθώς προσέβαλαν την εικόνα του Θεού σύμφωνα με την οποία έχουν δημιουργηθεί όλοι οι άνθρωποι.



Εικόνα 16: Τατουάζ με σύμβολο το σταυρό που ήθελε να δηλώσει την πίστη στο Θεό.
(Πηγή: <http://www.artmag.gr>)

Οι Αγγλοσάξονες, στην αρχή της πρώτης χιλιετίας, χρησιμοποιούσαν το τατουάζ για να δηλώσουν τη αφοσίωση τους στα αγαπημένα τους πρόσωπα αλλά και για να τονίσουν την θρησκευτική τους πίστη. Στη μάχη του Hasting, το 1066 μ.Χ. το τατουάζ που είχε χαραγμένο στο ύψος της καρδιάς με το όνομα της αγαπημένης του και το σύμβολο της Αγγλίας ήταν ο λόγος που αναγνωρίστηκε το πτώμα του βασιλιά της Αγγλίας Harold B.

Στην Ιερουσαλήμ και στη Βηθλεέμ, από τον 10^ο και 11^ο αιώνα τα τατουάζ ήταν είδος ανάμνησης αυτών που ταξίδευαν στους Άγιους Τόπους και σημάδι βαθιάς αφοσίωσης στο Θεό. Οι Σταυροφόροι εφάρμοζαν τακτικά την τέχνη του τατουάζ. Σταυροί και άλλα θρησκευτικά σύμβολα κοσμούσαν το σώμα τους προκειμένου να μπορούν να αναγνωρίζονται αλλά και να παρέχεται το δικαίωμα χριστιανικής ταφής. Τα τατουάζ αυτά ενδυνάμωναν τις σχέσεις ανάμεσα στα μέλη της κοινότητας και λειτουργούσαν ως βοήθεια στον πόλεμο ενάντια των άπιστων. Τα σύμβολα αυτά ήταν κυρίως ο σταυρός, τα ελληνικά αρχικά ΧΡ, Χριστός και τα λατινικά JN, Jesus of Nazareth.

Μέχρι τον 18^ο αιώνα αυτή ήταν η μορφή θρησκευτικού τατουάζ που διατηρήθηκε στην Δύση, μετά την επιστροφή των πρώτων εξερευνητών η τέχνη αλλάζει ριζικά, εμπλουτίζοντας τα με εικόνες, νέους συμβολισμούς και ιδέες. Τα πρώτα συνέδρια με θέμα το τατουάζ έγιναν το 1979 όπου ο κόσμος είχε τη δυνατότητα να μάθει πληροφορίες για την τέχνη αυτή αλλά και να εξοικειωθεί με αυτό που αρκετοί θεωρούσαν αρνητικό.



Εικόνα 17: Η τέχνη του τατουάζ με μέσο το σώμα για την αποτύπωση μηνυμάτων. (Πηγή: <http://www.artmag.gr>)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ

Εταιρική ταυτότητα ονομάζεται το σύνολο των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών μιας επιχείρησης που δημιουργούν την εικόνα της προς τα έξω. Το οπτικό αποτέλεσμα αυτών των χαρακτηριστικών πρέπει να είναι μοναδικό και αναγνωρίσιμο ώστε να διαφοροποιήσει την εταιρία από τους ανταγωνιστές της και να δημιουργήσει μια σχέση εμπιστοσύνης με τους συνεργάτες της και το ευρύ κοινό. Στην επιχειρηματική ορολογία ο όρος εταιρική ταυτότητα, παραπέμπει στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και στοιχεία που προσδιορίζουν το προφίλ μιας επιχείρησης. Τα στοιχεία αυτά εκπέμπονται από τις αξίες, τους κανόνες λειτουργίας, την οργανωτική δομή, τις συνήθειες και τα ιδανικά της επιχείρησης και συνθέτουν την συνολική εικόνα της. Η εταιρική ταυτότητα ορίζεται ως η κεντρική στρατηγική της επιχείρησης από τους περισσότερους ερευνητές, η οποία έχει ως αποστολή την αποτελεσματικότερη εξυπηρέτηση των σκοπών και των στόχων της. Επίσης καθορίζει και ρυθμίζει τις δραστηριότητες και τη συμπεριφορά της επιχείρησης και αποσκοπεί στη μέγιστη επίτευξη των στόχων της.

Σύμφωνα με τον Kneip το 1979: «Εταιρική ταυτότητα είναι η κεντρική επικοινωνιακή στρατηγική και, κατ' επέκταση, η κεντρική στρατηγική διοίκησης-διεύθυνσης της επιχείρησης, η οποία με τη βοήθεια της επικοινωνίας ως ενσωματωμένης κοινωνικής τεχνικής, αποβλέπει στη μέγιστη ενδο-επιχειρησιακή και εξω-επιχειρησιακή αλληλεπίδραση των εμπλεκόμενων με την επιχείρηση φορέων, με τελικό σκοπό τη βέλτιστη αξιοποίηση των οικονομικών πόρων και δυναμικών της». «Εταιρική ταυτότητα είναι η στρατηγικά σχεδιασμένη και λειτουργικά εφαρμοζόμενη αυτό-παρουσίαση και συμπεριφορά της επιχείρησης που βασίζεται στην ύπαρξη μιας προϋπάρχουσας εταιρικής φιλοσοφίας, μιας μακροπρόθεσμης στοχοθέτησης και μιας σαφώς προσδιορισμένης παραστατικής εταιρικής εικόνας και που έχει ως αποστολή το συντονισμό όλων των ενδο-επιχειρησιακών και εξω-επιχειρησιακών δραστηριοτήτων της». (Birkigt, Stadler, 1993)

Η ακαδημαϊκή άποψη προέρχεται κατά κύριο λόγο από το χώρο του μάρκετινγκ και του μάνατζμεντ και επικεντρώνεται στο άυλο-ασαφές, ή πιο απλά στη συμπεριφορά και τη φήμη μιας εταιρίας. Ο Balmer ήταν από τους πρώτους και βασικότερους ερευνητές που μελέτησε το θέμα αυτό. Το 1995 καταλήγει σε μία θεώρηση που θέλει την εταιρική ταυτότητα να προσδιορίζεται μέσω επτά εννοιών, τρεις εκ των οποίων σχετίζονται με τη στρατηγική, την πολιτιστική και την προωθητική φύση της εταιρικής ταυτότητας, ενώ οι υπόλοιπες υπογραμμίζουν τη σημασία του γραφιστικού σχεδιασμού. Θεωρώντας πως η εταιρική ταυτότητα θα μπορούσε να οριστεί ως οι στρατηγικές που αφορούν το όραμα και τον σκοπό ενός οργανισμού, ανέφερε κάποια από τα βασικά χαρακτηριστικά του ορισμού της:

- Αποτελεί διεπιστημονικό πεδίο
- Είναι αναπόσπαστο κομμάτι της εταιρικής προσωπικότητας ενός οργανισμού
- Είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται προκειμένου να εντοπιστούν τα μοναδικά χαρακτηριστικά (ιστορία, φιλοσοφία κλπ) και η ουσία μιας εταιρίας

Ο Balmer το 2006 συγκέντρωσε όλες αυτές τις έννοιες που συνδέονται και διαμορφώνουν την εταιρική ταυτότητα σε ένα διάγραμμα έξι στοιχείων. Για κάθε ένα από τα στοιχεία που παρουσιάζονται, αποδίδει το βασικό ερώτημα που τα διέπει προκειμένου να υπογραμμιστεί η σημασία τους.



Εικόνα 18: Οι έξι έννοιες της εταιρικής ταυτότητας κατά τον Balmer

Σήμερα, μερικοί ειδικοί του Marketing θεωρούν την εταιρική ταυτότητα σαν τον πυρήνα ύπαρξης μιας επιχείρησης φτιαγμένη από:

- Την ιστορία
- Τα πιστεύω
- Τη φιλοσοφία
- Την τεχνολογία
- Τους ανθρώπους
- Τις ηθικές και πολιτιστικές αξίες της
- Τις στρατηγικές της

Κατά γενική ομολογία, η εταιρική ταυτότητα βοηθάει την επιχείρηση να προσδιορίσει τη θέση της στην αγορά που δραστηριοποιείται σήμερα τόσο από πλευράς πελατών όσο και από πλευράς άμεσων ή έμμεσων ανταγωνιστών της.

Αν και δεν είναι ιδιαίτερα εύκολο να καθορίσουμε ακριβώς την έννοια της λέξης «Εταιρική Ταυτότητα», εν τούτοις θα μπορούσαμε να πούμε τα εξής:

1. **Κάθε επιχείρηση έχει την ταυτότητα της.** Φανερώνει το εταιρικό ήθος, τους στόχους και τις αξίες της και ουσιαστικά συμβάλει στη προσπάθεια που καταβάλλει καθημερινά η διοίκηση να διαφοροποιηθεί έναντι των υπολοίπων ανταγωνιστών της.
2. **Όταν υπάρχει σωστή διαχείριση της εταιρικής ταυτότητας,** τότε έχουμε στα χέρια μας ένα ισχυρό επικοινωνιακό όπλο που μπορεί να συμβάλει καθοριστικά στην επίτευξη των ποιοτικών και ποσοτικών στόχων της επιχείρησης μας. Επιπλέον, η εταιρική ταυτότητα μπορεί να «χτίσει» μια σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ της επιχείρησης και όλων όσων συνδέονται κατά κάποιο τρόπο μαζί της, όπως εργαζόμενοι, πελάτες, ανταγωνιστές, μέτοχοι, τράπεζες κλπ.
3. Το πιο σημαντικό όμως στοιχείο που βγαίνει μέσα από την εταιρική ταυτότητα, είναι ότι **δίνει στην επιχείρηση μια «αίσθηση» της πορείας που θέλει να ακολουθήσει και κυρίως του σκοπού ύπαρξης της.**

2.2 ΔΟΜΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

Απαραίτητη προϋπόθεση για την δημιουργία εταιρικής ταυτότητας είναι η ύπαρξη εταιρικής φιλοσοφίας. Η εταιρική φιλοσοφία αποτελεί το στοιχείο πάνω στο οποίο στηρίζεται ολόκληρο το οικοδόμημα της εταιρικής ταυτότητας, το οποίο συντίθεται από τρία δομικά εργαλεία:

1. Από την εταιρική συμπεριφορά (συλλογική της επιχείρησης και ατομική των εργαζομένων) σε αυτή
2. Από την παραστατική οπτική εικόνα της επιχείρησης, η οποία αντικατοπτρίζεται στη συνολική οπτική της έκφραση και περιλαμβάνει το λογότυπο, την αρχιτεκτονική και τη διακόσμηση των χώρων, τα χρώματα, το στυλ των εντύπων, το είδος και τον τύπο της γραφής, την ενδυματολογική εμφάνιση των εργαζομένων κ.ά.
3. Από την κάθε μορφή επικοινωνίας που περιλαμβάνει και τα βασικά εργαλεία της επικοινωνιακής πολιτικής του μάρκετινγκ, δηλαδή τη διαφήμιση, την προώθηση πωλήσεων, τις δημόσιες σχέσεις και τη χορηγία



Εικόνα 19: Exodus

2.3 ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

Ο Οδηγός εταιρικής ταυτότητας (Brand Identity Guide) είναι ένα σύνολο καταγεγραμμένων κανόνων που αφορούν την ορθή χρήση ενός λογοτύπου σε όλες τις εφαρμογές της εταιρικής ταυτότητας. Ο οδηγός αυτός τις περισσότερες φορές είναι ένα πολυσέλιδο έντυπο που παραδίδεται στην εταιρία - πελάτη μετά την ολοκλήρωση του σχεδιασμού του λογοτύπου και συνοδεύει τα αντίστοιχα ηλεκτρονικά αρχεία. Βάσει του οδηγού υλοποιούνται όλες οι περεταίρω εφαρμογές π.χ. έντυπα, ταμπέλες, επιστολόχαρτα, φάκελο, ιστοσελίδες, διαφημιστικά δώρα, newsletters, banners κ.ο.κ.

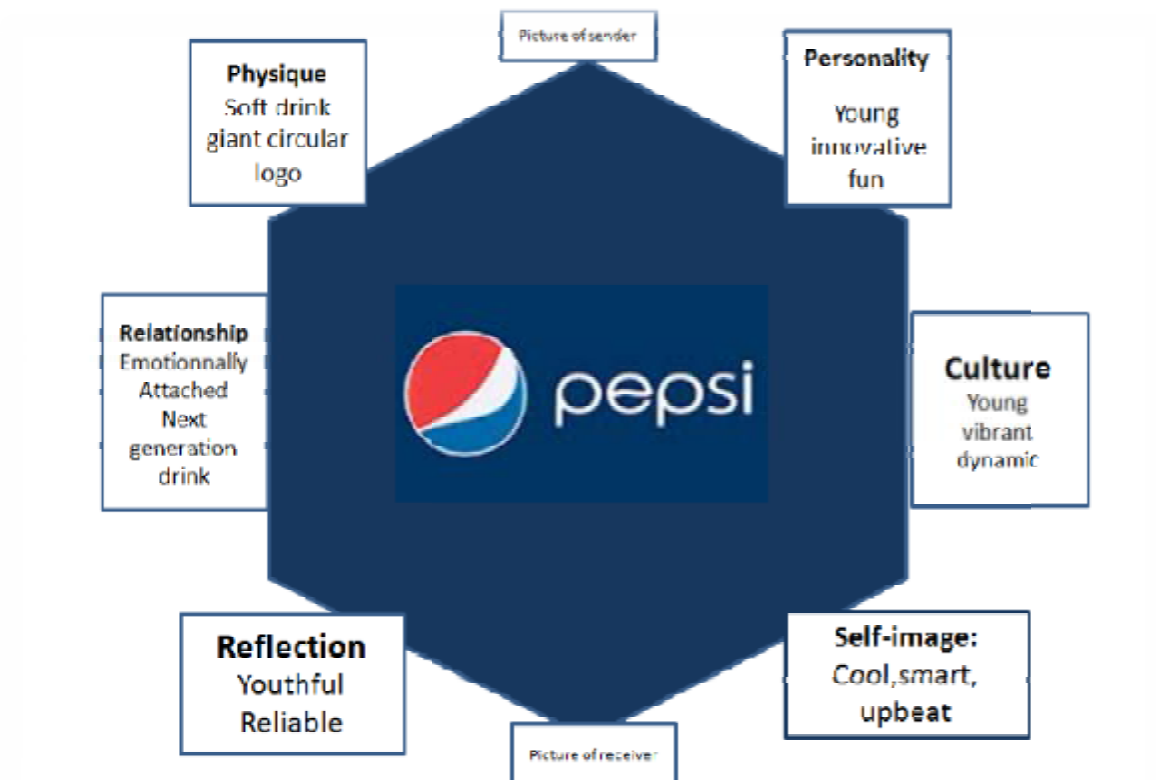
Ωστόσο, το ερώτημα εδώ είναι **γιατί είναι απαραίτητος ένας οδηγός εταιρικής ταυτότητας;** Στη συνέχεια παρουσιάζονται αναλυτικότερα ορισμένοι από τους βασικότερους λόγους:

Ένα οδηγός εταιρικής ταυτότητας ολοκληρώνει και βοηθάει τις ενέργειες του marketing και βελτιώνει την επικοινωνία του με κάθε εξωτερικό συνεργάτη.

- Τα άτομα που αναλαμβάνουν να υλοποιήσουν οποιαδήποτε εφαρμογή έχουν ένα κοινό σημείο αναφοράς, από το οποίο αντλούν τις τεχνικές πληροφορίες που χρειάζονται. Με τον τρόπο αυτό παραμένουν συνεπής, χωρίς να αλλοιώνουν την εταιρική ταυτότητα.
- Κάθε εταιρία που χρησιμοποιεί έναν οδηγό διατηρεί μια ενιαία εικόνα σε κάθε επικοινωνία της και εστιάζει με συνέπεια στην φιλοσοφία της, απέναντι στους πελάτες, τους συνεργάτες και γενικότερα στην αγορά που δραστηριοποιείται.
- Ένας οδηγός εταιρικής ταυτότητας αναλαμβάνει να μεταφέρει τις λεπτομέρειες σχεδίασης και ολόκληρη την εταιρική φιλοσοφία όχι μόνο στους εξωτερικούς συνεργάτες αλλά και στους υπαλλήλους που αναλαμβάνουν ένα project εσωτερικά. Με τον τρόπο αυτό ελαχιστοποιείτε η πιθανότητα λάθους και η εταιρική ταυτότητα αποκτά μια ισχυρή δύναμη.
- Κάθε συνεργάτης της εταιρίας νιώθει μεγαλύτερη ασφάλεια όταν ακολουθεί του συγκεκριμένους κανόνες που αναφέρονται σε έναν οδηγό εταιρικής ταυτότητας. Με αυτό τον τρόπο διασφαλίζεται ένα κοινά αποδεκτό αποτέλεσμα με υψηλά standards ποιότητας.
- Κάθε οδηγός είναι ένα σύστημα κανόνων προσαρμόσιμο και ευμετάβλητο ανάλογα με τις συνθήκες, την αγορά ή τις εταιρικές αποφάσεις. Κάθε κανόνας μπορεί να προστεθεί, να μεταβληθεί ή να διαγραφεί από το γενικότερο σύνολο. Με τον τρόπο αυτό κάθε βελτιωμένη έκδοση του οδηγού εταιρικής ταυτότητας μπορεί εύκολα να επικοινωνήσει στους ενδιαφερόμενους.
- Με τη βοήθεια του οδηγού εξοικονομείται ο χρόνος που θα αφιερώνονταν σε επαναλαμβανόμενες επεξηγήσεις και πολλαπλές διορθώσεις.

2.3.1 ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ

Η εταιρία θα πρέπει να είναι σε θέση να αναφέρει το γενικότερο εταιρικό προφίλ και να περιγράψει με ένα σύντομο τρόπο τις αρχές και τις αξίες πάνω στις οποίες βασίζεται η λειτουργία της. Παρακάτω παρουσιάζεται διαγραμματικά η εταιρική φιλοσοφία της Pepsi CO η οποία καθορίζει τις αξίες γύρω από τις οποίες περιστρέφεται το εμπορικό της σήμα.



Εικόνα 20: Pepsi Co – εταιρική φιλοσοφία

2.3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ

Το εταιρικό σήμα περιγράφεται και αναλύεται παρακάτω:

Αξίες: Εξηγήστε ποιες εταιρικές αξίες αντιπροσωπεύει

Λέξεις κλειδιά: Δημιουργήστε μια λίστα με λέξεις κλειδιά που εκπροσωπεί

Χρήσεις: Γράψτε αναλυτικά που και πως μπορεί να χρησιμοποιηθεί.

Στόχος: Προσδιορίστε ποιος είναι ο πραγματικός λόγος ύπαρξης του λογοτύπου. Είναι σημαντικό να αναφερθεί μια δήλωση που να δίνει μια σαφή εικόνα για την κατεύθυνση της συνολικής εταιρικής ταυτότητας.

Διαστάσεις: Προσδιορίζεται με κάθε λεπτομέρεια τις διαστάσεις των στοιχείων του λογοτύπου και τις γενικότερες αποστάσεις που πρέπει να τηρηθούν για την σωστή ένταξή του σε κάθε εφαρμογή.

Τυπογραφία: Καθορίστε την τυπογραφία του λογοτύπου, στον βαθμό που υπάρχει. Γραμματοσειρά, βάρη, χρώμα, περίγραμμα, αποστάσεις γραμμάτων, αποστάσεις γραμμών κ.λπ.



Εικόνα 21: Προσδιορισμός διαστάσεων και τυπογραφίας λογοτύπου (Πηγή: The Mall Athens)

2.3.3 ΕΠΙΛΟΓΗ ΧΡΩΜΑΤΩΝ

Σε αυτό το στάδιο η εταιρία πρέπει να αναφερθεί με κάθε λεπτομέρεια στα χαρακτηριστικά όλων των χρωμάτων που χρησιμοποιούνται στο λογότυπο της. Ο προσδιορισμός των χρωμάτων γίνεται αναφορικά με την κάθε εφαρμογή, το υλικό και τη μέθοδο εκτύπωσης ή παρουσίασης του λογότυπου. Το ιδανικό θα ήταν να προσδιορίσετε τα χρώματα σε όλες τις διαθέσιμες παλέτες όπως Pantone, CMYK, RGB, HEX. Το χρώμα αποτελεί το σημαντικότερο στοιχείο ενός λογότυπου γι αυτό λειτουργήστε με σύνεση.

Το χρώμα είναι ίσως το πρώτο στοιχείο στο οποίο εστιάζουμε την προσοχή μας όταν βλέπουμε κάτι για πρώτη φορά. Από τη φύση μας κάνουμε συσχετισμούς που βασίζονται στα χρώματα που βλέπουμε και οι συσχετισμοί αυτοί καθορίζουν το πως θα αντιδράσουμε σε ένα αντικείμενο ή design που τα περιλαμβάνει. Τα χρώματα προσδίδουν κάποιο νόημα και η αντίδραση σε αυτά θα εξαρτηθεί από πολιτισμικούς συσχετισμούς, τάσεις, ηλικία και προσωπικές προτιμήσεις. Το χρώμα είναι βασικό στοιχείο της γραφιστικής δημιουργίας, ένα εργαλείο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να τραβήξει την προσοχή, να καθοδηγήσει τον θεατή και να τον πληροφορήσει για το πώς να αντιδράσει στην πληροφορία που παρουσιάζεται.

Ο χρωματικός κύκλος αποτυπώνει τη θεωρία των χρωμάτων και αποτελεί ένα βοήθημα για την κατανόηση και την εφαρμογή της. Πάνω στον χρωματικό κύκλο αποτυπώνονται όλα τα χρώματα όπως αυτά προκύπτουν από την ανάλυση του λευκού φωτός.

Τα χρώματα πάνω στον χρωματικό κύκλο είναι ομαδοποιημένα σύμφωνα με:

- τη **σχέση** τους, διακρίνονται σε πρωτεύοντα, δευτερεύοντα και ενδιάμεσα.
- την **έντασή** τους, διακρίνονται σε ψυχρά, θερμά και ουδέτερα
- τη **θέση** τους πάνω στο χρωματικό κύκλο, διακρίνονται σε συμπληρωματικά και αναλογικά
- το **μέσο** από το οποίο παράγονται, διακρίνονται σε προσθετικά και αφαιρετικά.



Εικόνα 22: Χρωματικός κύκλος (Πηγή: <http://graficnotes.blogspot.com>)

Ας δούμε παρακάτω τη σημασία κάποιων χρωμάτων:

Κόκκινο: Το κόκκινο είναι το χρώμα της ταχύτητας, του θυμού, του κινδύνου και του αίματος. Σύμφωνα με επιστημονικές έρευνες όταν βλέπουμε κόκκινο χρώμα απελευθερώνεται επινεφρίνη στο αίμα, ένα χημικό που μας κάνει να αναπνέουμε πιο γρήγορα και ανεβάζει τους σφυγμούς και την πίεση. Είναι ένα συναρπαστικό, δυναμικό, προκλητικό, σαγηνευτικό και ενεργητικό χρώμα.

Ροζ: Το ροζ είναι ζεστό, ζωηρό, παιχνιδιάρικο και θηλυκό χρώμα. Είναι ένα χρώμα που δημιουργεί ισχυρούς συσχετισμούς με τον έρωτα και το ρομαντικό στοιχείο, αλλά και με την καλή υγεία. Όσο αυξάνει το ποσοστό κόκκινου, γίνεται πιο ζωηρό και νεανικό, ενώ λιγότερο κόκκινο το κάνει να φαίνεται πιο ντελικάτο και ώριμο.

Πορτοκαλί: Το πορτοκαλί θεωρείται από τα πιο θερμά χρώματα. Είναι εξωστρεφές και παιχνιδιάρικο, τραβά την προσοχή και αρέσει ιδιαίτερα στους εφήβους και τα παιδιά. Η ζωντανή κι εκκεντρική του φύση εμπεριέχει το πάθος του κόκκινου, που εξισορροπείται από το κίτρινο.

Κίτρινο: Το κίτρινο είναι ένα ζωντανό και χαρούμενο χρώμα, που φέρνει στο νου εικόνες που κυμαίνονται από τη ζωηρή λιακάδα και τα ανοιξιάτικα λουλούδια μέχρι τις χρυσές αποχρώσεις των φθινοπωρινών φύλλων. Το κίτρινο είναι χρώμα με μεγάλη ποικιλία ερμηνειών και αντιπροσωπεύει πολλές συναισθηματικές καταστάσεις. Τα έντονα κίτρινα συσχετίζονται με τη ζωτικότητα και τη χαρά, ενώ τα ανοιχτά κίτρινα δίνουν την αίσθηση της φρεσκάδας των εσπεριδοειδών, αλλά μπορεί να υποδηλώσουν και δειλία, ανάλογα με το πλαίσιο στο οποίο παρουσιάζονται.

Καφέ: Το καφέ είναι ουδέτερο, υποτονικό χρώμα που συσχετίζεται με το φυσικό κόσμο και τα οργανικά υλικά, όπως το ξύλο και η πέτρα. Το καφέ είναι συμπαγές, αξιόπιστο και δίνει την αίσθηση της ζεστασιάς και της καλοσύνης.

Μπλε: Το μπλε είναι το χρώμα που παραπέμπει στα μυστήρια και τη δύναμη του φυσικού κόσμου, το χρώμα του ωκεανού και του ουρανού. Φέρνει στο νου ζωτικούς, αδιάκοπους και αναζωογονητικούς συσχετισμούς και έχει καταπραϊντική και χαλαρωτική επίδραση. Το μπλε αναγνωρίζεται διεθνώς σαν ένα ψυχρό και εξαγνιστικό χρώμα.

Πράσινο: Το πράσινο είναι το χρώμα που συσχετίζεται με την καλή υγεία, τη φύση και το περιβάλλον, καθώς παραπέμπει σε λιβάδια και δάση. Είναι το χρώμα της άνοιξης και γι' αυτό αντιπροσωπεύει την υγεία, τη ζωή και το νέο ξεκίνημα. Χάρη σ' αυτούς τους συσχετισμούς, το πράσινο θεωρείται γαλήνιο χρώμα που έχει καταπραϊντικές ιδιότητες και δίνει ισορροπία, αρμονία και σταθερότητα.

Μπορντό: Το μπορντό είναι βασιλικό χρώμα που συνδυάζει τους θερμούς τόνους του κόκκινου με τους ψυχρούς του μπλε. Είναι ένα αυταρχικό χρώμα που υποδηλώνει πνευματικότητα και παραπέμπει σε επίσημες τελετές. Οι θετικοί του συσχετισμοί συχνά περιλαμβάνουν τη σοφία και το διαφωτισμό, αλλά μπορεί να χρησιμοποιηθεί και αρνητικά για να δηλώσει σκληρότητα και υπεροψία.

Ουδέτερα χρώματα: Οι ουδέτεροι τόνοι είναι κλασικοί και διαχρονικοί, και μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να συμπληρώσουν ή να εξισορροπήσουν άλλα πιο έντονα ή δυνατά

χρώματα. Τα ουδέτερα χρώματα σπάνια δημιουργούν έντονες αντιδράσεις, προσβάλλοντας ή απωθώντας το θεατή και γι' αυτό χρησιμοποιούνται πολύ στο design.

Λευκό: Στο δυτικό κόσμο, το λευκό χρώμα είναι το χρώμα που σχετίζεται με την καλοσύνη, την αγνότητα, την καθαριότητα, την απλότητα και το χώρο και γι' αυτό συσχετίζεται με νοσοκομεία και ιατρεία, γάμους και νύφες και ό,τι έχει να κάνει με τα άγια ή τα ουράνια. Αντιθέτως στην Άπω Ανατολή, το λευκό είναι το χρώμα του πένθους και συνδέεται με τις κηδείες και το θάνατο.

Μαύρο: Το μαύρο είναι πολύ απλά η απουσία χρώματος. Στην Ευρώπη και τη Βόρειο Αμερική, το μαύρο συσχετίζεται με το θάνατο και το πένθος. Είναι συντηρητικό και σοβαρό, αλλά και σέξι, σοφιστικέ και εκλεπτυσμένο. Οι επίσημες εκδηλώσεις συχνά περιγράφονται και ως «black tie», ενώ οι επίσημοι κυκλοφορούν σχεδόν πάντα με μαύρες λιμουζίνες. Το μαύρο συνδυάζεται καλά με τα περισσότερα χρώματα, εκτός από τα πολύ σκούρα.

2.3.4 ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ

Η τυπογραφία είναι το μέσο με το οποίο μια γραπτή ιδέα αποκτά οπτική υπόσταση. Λόγω του όγκου και της ποικιλίας των διαθέσιμων γραμματοσειρών, η επιλογή των στοιχείων που συνθέτουν αυτή την οπτική υπόσταση μπορεί να επηρεάσει δραματικά την αναγνωσιμότητα μιας ιδέας, καθώς και τα συναισθήματα του αναγνώστη. Η τυπογραφία είναι ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία ενός design. Μπορεί να προκαλέσει μια ουδέτερη αντίδραση ή να ξεσηκώσει τους αναγνώστες, να εκφράσει την προσωπικότητα ενός ατόμου αλλά και μιας επιχείρησης.

Οι διαθέσιμες γραμματοσειρές καλύπτουν ένα τεράστιο φάσμα πιθανών εφαρμογών, όπως για παράδειγμα, μια γραμματοσειρά με καθαρά και ευανάγνωστα στοιχεία θα χρησιμοποιηθεί για μεγάλα κείμενα, ενώ μια πιο εντυπωσιακή γραμματοσειρά που τραβάει την προσοχή θα χρησιμοποιηθεί σε πρωτοσέλιδους τίτλους και διαφημίσεις.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Εικόνα 23: Times New Roman Font

Η τυπογραφία δεν είναι ποτέ στατική και συνεχώς εξελίσσεται. Πολλές σύγχρονες γραμματοσειρές βασίζονται σε design παλαιότερων εποχών. Όλα ξεκίνησαν το 15^ο αιώνα όταν τα πρώτα νεοσύστατα τυπογραφεία δημιούργησαν τα λεγόμενα Roman κεφαλαία και τα Carolingian πεζά στοιχεία, τα οποία εξελίχθηκαν περαιτέρω κατά τη βασιλεία του Καρλομάγνου, επιβλήθηκαν ως τα κύρια στοιχεία γραφής και χρησιμοποιούνται ακόμα και σήμερα.

Τα τυπογραφικά στοιχεία υπάρχουν και χρησιμοποιούνται παντού, είτε πρόκειται για προϊόντα που αγοράζουμε είτε για ταμπέλες στους δρόμους κ.λπ. Υπάρχουν πολλές διαθέσιμες γραμματοσειρές και κάθε μία έχει διαφορετική λειτουργία. Κάποιες έχουν πιο επίσημο χαρακτήρα και δίνουν την αίσθηση του κύρους, ενώ άλλες είναι πιο χαλαρές και φαίνονται λιγότερο δομημένες. Μία γραμματοσειρά μπορεί πολύ συχνά να υποδείξει εκ των προτέρων στον αναγνώστη τη φύση του ίδιου του περιεχομένου. Ο τυπογράφος Eric Gill είπε

ότι «τα γράμματα είναι πράγματα και όχι εικόνες πραγμάτων». Τα γράμματα όταν τοποθετούνται σε συγκεκριμένη θέση, αντιπροσωπεύουν τους ήχους της γλώσσας και εκφράζουν οπτικά ιδέες, κάνοντας τις κατανοητές από άλλους.

Σε περίπτωση που σε κάποιες εφαρμογές υπάρχουν επιπλέον κείμενα, εκτός του λογοτύπου, πρέπει να αναφέρονται τα χαρακτηριστικά τους. Δηλαδή προσδιορίζουμε τον τρόπο παρουσίασης των κειμένων σε σχέση με το λογότυπο. Για παράδειγμα, για το κείμενο του επιστολόχαρτου προσδιορίζεται: γραμματοσειρά, βάρη, μέγεθος, χρώμα, στοίχιση, διάστιχο, kerning, αραίωση ή πύκνωση, διάκενο στηλών, περιθώρια σελίδας, κενά παραγράφων, αποστάσεις και θέση λογοτύπου και διευθύνσεων κ.λπ. Για κάθε εφαρμογή πρέπει να συνδυάζονται έξυπνα οι γραμματοσειρές. Καλό θα είναι να επιλέγουμε λιγότερες από δύο, αλλά όχι περισσότερες από τρεις.

Γραμματοσειρά: καλείται το σύνολο των στοιχείων, γραμμάτων, αριθμών, συμβόλων και σημείων στίξης που έχουν το ίδιο ευδιάκριτο design.

Τυπογραφικό στοιχείο: είναι το φυσικό μέσο εκτύπωσης/αποτύπωσης μιας γραμματοσειράς, είτε πρόκειται για κώδικα υπολογιστή, λιθογραφικό φιλμ, μεταλλικό στοιχείο είτε για ξυλότυπο.

Διάστιχο (Leading): Το διάστιχο μετριέται με στιγμές και αναφέρεται στο κενό ανάμεσα στις γραμμές ενός κειμένου. Ο αγγλικός όρος leading προέρχεται από την εποχή της μεταλλικής τυπογραφίας και αναφέρεται στις λωρίδες από μόλυβδο που έμπαιναν ανάμεσα στα τυπογραφικά στοιχεία για να χωρίσουν ακριβώς τις γραμμές του κειμένου.

Αραίωση (Tracking): Η αραίωση αναφέρεται στο κενό που υπάρχει ανάμεσα στα γράμματα μιας λέξης, το οποίο μπορεί να ρυθμιστεί ώστε να κάνει τα στοιχεία περισσότερο ή λιγότερο ευδιάκριτα. Η μείωση της αραίωσης κάνει το κείμενο πιο στενό και μπορεί να διευκολύνει το στήσιμο του. Αν όμως η αραίωση μειωθεί πάρα πολύ, τότε τα γράμματα αρχίζουν να «συγκρούονται» μεταξύ τους. Αντίστοιχα, η αραίωση δεν πρέπει να είναι τόσο μεγάλη ώστε να κινδυνεύουν τα γράμματα να χωριστούν από τις λέξεις που απαρτίζουν.

Διαστοιχείωση – Διάκενο (Kerning): Η διαστοιχείωση αφορά το χώρο που υπάρχει ανάμεσα σε δύο στοιχεία. Κάποιοι συνδυασμοί γραμμάτων αφήνουν πάρα πολύ ή πολύ λίγο χώρο μεταξύ τους και αυτό μπορεί να κάνει κάποιες λέξεις δυσανάγνωστες, καθώς το μάτι συνήθως εστιάζει στα τυπογραφικά «λάθη».

2.3.5 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

Κάθε εταιρία, ανάλογα με τη δραστηριότητά της προσδιορίζει τις δικές της εφαρμογές και θα πρέπει να παρουσιάζει αναλυτικά όλες τις εφαρμογές στις οποίες θα εμφανίζεται το λογότυπο.

Κάποιες ενδεικτικές εφαρμογές είναι οι παρακάτω:

- Business cards, επιστολόχαρτα (Α και Β σελίδα), φακέλους, folders, with compliments, fax covers
- CD, διαφημιστικά stands, διαφημιστικά δώρα
- Αφίσες, roll ups, έντυπα διαφημιστικά banners
- Διαφημιστικά έντυπα, φυλλάδια, καταχωρήσεις στον τύπο
- Σακούλες, θήκες, κουτιά, κούτες, είδη συσκευασίας και μεταφοράς
- Επιγραφές, πινακίδες, επενδύσεις φορτηγών, αυτοκινήτων ή κτιρίων
- E-mail signature, ιστοσελίδα, newsletter, ηλεκτρονικά banners

Για κάθε μια εφαρμογή πρέπει να αναγράφονται με κάθε λεπτομέρεια η θέση του λογοτύπου και οι αποστάσεις γύρω από αυτό, η διάσταση και ο κενός χώρος γύρω από τα υπόλοιπα στοιχεία (σήμανση, γραμμές, εικονίδια, υδατογράφημα, κείμενα κ.λπ.) και άλλες μετρήσεις που θεωρούνται απαραίτητες κατά περίπτωση.



Εικόνα 24: Περιγραφή των εφαρμογών που αποτελούν την εταιρική ταυτότητα. (Πηγή: <http://graficnotes.blogspot.com>)

2.3.6 ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΩΣΤΟΥ ΦΟΝΤΟ (BACKGROUND)

Επιλέξτε ποιο φόντο είναι κατάλληλο για την παρουσίαση του λογοτύπου. Δείξτε μία ή περισσότερες επιλογές σε φόντο πάνω στο οποίο θα αποδίδει το λογότυπο με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Παράλληλα παρουσιάστε και τις περιπτώσεις εκείνες που θεωρούνται εντελώς άκυρες. Παρακάτω φαίνεται η παρουσίαση του λογοτύπου του The Mall Athens και τα διαφορετικά background που παρουσιάστηκαν:

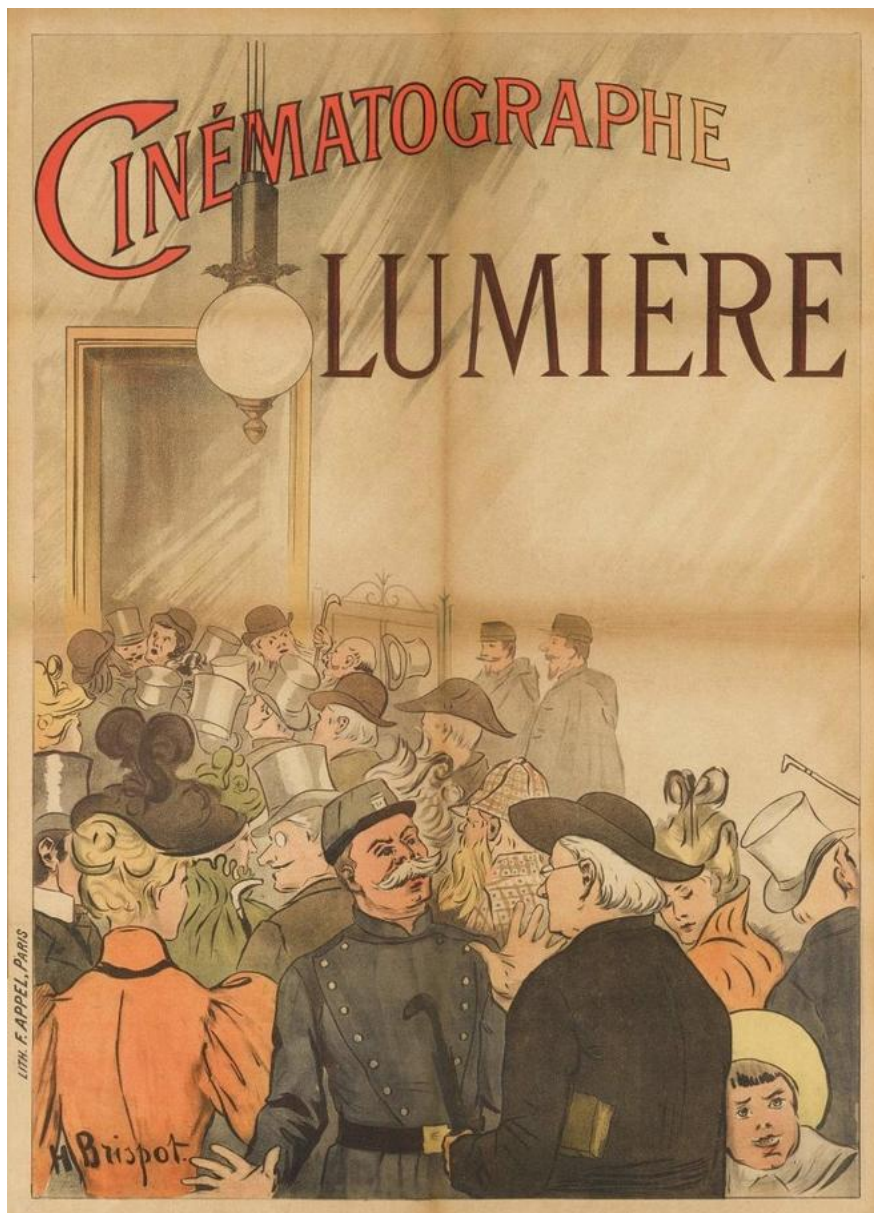


Εικόνα 25: The Mall Athens (Πηγή: <http://graficnotes.blogspot.com>)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΦΙΣΑΣ

3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ

Η Αφίσα είναι ένα μεγάλο κομμάτι χαρτί που περιέχει συνήθως κείμενο και εικόνες, η οποία προορίζεται για να αναρτηθεί σε τοίχους, μεγάλες επιφάνειες, διαφημιστικές κολόνες, πόρτες, στάσεις λεωφορείων και όπου αλλού μπορεί κάποιος να φανταστεί. Η αφίσα συχνά θεωρείται μορφή τέχνης, αποτελεί μια μορφή επικοινωνίας και είναι αναπόσπαστο κομμάτι του πολιτισμού μας.



Εικόνα 26: Πρώτη αφίσα στην ιστορία του κινηματογράφου. (Πηγή: <https://tvxs.gr>)

3.2 ΠΟΤΕ ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ Η ΑΦΙΣΑ

Οι πρώτες αφίσες εμφανίστηκαν πριν το 19^ο αιώνα έχοντας μόνο κείμενο. Η πρώτη χρήση τους ήταν για την ενημέρωση κυβερνητικών αποφάσεων και την ανακοίνωση θεατρικών έργων του Σαίξπηρ. Στη συνέχεια, στα μέσα του 19^{ου} αιώνα οι αφίσες έκαναν την εμφάνιση τους στην Γαλλία με κείμενο και εικόνες διαφημίζοντας θεατρικά έργα, όπερες, εκθέσεις, σημαντικά γεγονότα της εποχής και διάφορα προϊόντα. Μέσα σε δέκα χρόνια η χρήση της αφίσας είχε εξαπλωθεί σε ολόκληρη την Ευρώπη. Η ανάπτυξη της έγχρωμης λιθογραφίας ήταν αιτία μεγάλης επανάστασης για τις αφίσες, επιτρέποντας τη φτηνή εκτύπωση με έντονα χρώματα. Σημαντικοί καλλιτέχνες την περίοδο αυτή δημιουργούν τέχνη με αφίσες, από αυτούς ξεχώρισαν οι Ανρί ντε Τουλούζ-Λωτρέκ και Ζυλ Σερέ.



Εικόνα 27: Αφίσα του Λωτρέκ το 1893

Ο Γάλλος Ζυλ Σερέ θεωρείται ο πατέρας της αφίσας καθώς ήταν ο πρώτος που της έδωσε σημασία ως καλλιτεχνική εικόνα. Το 1867, χρησιμοποίησε την νέα λιθογραφική διαδικασία των τριών χρωμάτων, παρά το γεγονός ότι ήταν πολύ δύσκολη. Το αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας ήταν μια αξιοσημείωτη ένταση του χρώματος και της υφής με πανέμορφες διαφάνειες και αποχρώσεις. Αυτή η ικανότητα του να συνδυάζει λέξεις και εικόνες έκανε την αφίσα ισχυρό καινοτόμο τρόπο διαφήμισης. Το 1870 ξεκινώντας στο Παρίσι η αφίσα έγινε το κυρίαρχο μέσο μαζικής επικοινωνίας στην Ευρώπη και την Αμερική. Οι δρόμοι στις μεγάλες πόλεις μετατράπηκαν σε «γκαλερί τέχνης». Ο Ζυλ Σερέ δημιούργησε πάνω από 1.000 διαφημίσεις, κυρίως για εκθέσεις, θέατρα και προϊόντα και μεταξύ 1895-1900, δημιούργησε μια σειρά από αφίσες που ονομάστηκαν «Master της αφίσας» έχοντας μεγάλη εμπορική επιτυχία και είναι ότι πιο σημαντικό για εκείνη την εποχή.



Εικόνα 28: Αφίσα του Ζυλ Σερέ το 1894

Το σημαντικότερο κίνημα το 19^ο αιώνα είναι αυτό της Art Nouveau, που επηρέασε την αρχιτεκτονική και την διακοσμητική και ήταν επηρεασμένο από τα φυσικά στοιχεία κυρίως και τον ιαπωνισμό. Οι αφίσες είχαν άμεση σχέση με τις μοντέρνες τάσεις της διακοσμητικής και χρησιμοποιούσαν γλώσσα προσιτή προς όλους. Με τον Α Παγκόσμιο Πόλεμο, οι αφίσες κατευθύνθηκαν σε κάτι διαφορετικό και χωρίστηκαν σε τρεις κατηγορίες: τις αφίσες στρατολόγησης εθελοντών για τον πόλεμο, τις αφίσες για να μαζέψουν χρήματα για το σκοπό αυτό και τις αφίσες που παρουσίαζαν τις φρικαλεότητες του πολέμου.

Στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι αφίσες είχαν διαφορετική εξέλιξη. Την δεκαετία του 1850 η εμφάνιση του Τσίρκου έφερε στις πόλεις πολύχρωμες αφίσες για την μετάδοση της είδησης ότι κάποιος Τσίρκο ερχόταν στην πόλη. Η πρώτη μαζική παραγωγή αφισών ήταν από την τεχνική της ξυλογραφίας η οποία συχνά χλευάστηκε από τους κριτικούς της, παρόλο που τα θέματα τους ήταν γεμάτα στυλ και φωτεινά χρώματα. Όσο όμως αναπτυσσόταν στις Ευρωπαϊκές χώρες τόσο και οι Αμερικανοί καλλιτέχνες ξεκίνησαν να το παίρνουν στα σοβαρά και να το χρησιμοποιούν για την παραγωγή αφισών.

Στην Ελλάδα μία από τις πιο σημαντικές αναφορές στην ιστορία της ελληνικής αφίσας ήταν ο ζωγράφος Νικόλας Γκύζης (1842-1901). Το 1888 τοποθετείται η πρώτη αφίσα του «Το Πνεύμα της Τέχνης», που φιλοτέχνησε για την 3^η Διεθνή Έκθεση στο Glaspalast στο Μόναχο, επιχειρώντας να δώσει στο νέο αυτό είδος μια τελείως διαφορετική μορφή. Αποτέλεσε μια νέα πρόταση την εποχή αυτή αλλά είχε μορφή καθαρά καλλιτεχνική και αποσκοπούσε στη διάδοση της τέχνης στο ευρύτερο κοινό. Οι αφίσες του Γκύζη χαρακτηρίζονταν από τις αναφορές στην αρχαιότητα και τα γνωστά σύμβολα, από τη λιτότητα και τη σχηματοποίηση των μέσων και το καθαρό σε μεγάλες επιφάνειες χρώμα.



Εικόνα 29: «Το Πνεύμα της Τέχνης», Νικόλας Γκύζης 1888

3.3 Ο ΛΟΓΟΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΑΦΙΣΑΣ

Μετά τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο η επικοινωνιακή μορφή που είχε πάρει η αφίσα άρχισε να παρακμάζει λόγω κάποιων ομάδων και οργανώσεων οι οποίοι αντιδρούσαν στην ιδέα της αφίσας λόγω της ρύπανσης στους δημόσιους χώρους. Η πραγματική απειλή για την αφίσα ήταν όμως οι νεότερες μορφές διαφήμισης και επικοινωνίας, όπως τα περιοδικά, οι εφημερίδες, το ραδιόφωνο και αργότερα η τηλεόραση. Τη δεκαετία του 1860, υπάρχει μια δεύτερη χρυσή εποχή της αφίσας, μια «postermania» όπως την ονόμασαν. Οι αφίσες τότε διαφήμιζαν πολιτικά και κοινωνικά θέματα, προϊόντα, διακόσμηση, αυτό-έκφραση, ακόμα και δημόσια διαμαρτυρία. Από τότε μέχρι και σήμερα οι αφίσες χρησιμοποιούνται κυρίως για την διαφήμιση προϊόντων και την προώθηση υπηρεσιών, πολιτικά και κοινωνικά γεγονότα αλλά και για προπαγάνδα των παραπάνω στοιχείων. Επίσης αφίσες δημιουργούνται για την διαφήμιση κινηματογραφικών ταινιών, θεατρικών έργων, για συναυλίες, εκθέσεις, παρουσιάσεις βιβλίων και σεμιναρίων αλλά και για αθλητικά δρώμενα.



Εικόνα 30: Ο Howard Chandler Christy δημιούργησε δύο αφίσες το 1917 για να προσελκύσει άνδρες στο Ναυτικό, σε καθεμία από τις οποίες απεικονίζεται μία όμορφη γυναίκα. (Πηγή: <https://tvxs.gr>)

Σκοπός της αφίσας είναι η επικοινωνία. Χρησιμοποιώντας γράμματα, εικόνες και άλλα οπτικά σημεία επιδιώκει τη μεταβίβαση ενός μηνύματος από έναν πομπό σε έναν δέκτη. Η αφίσα προσπαθεί να προσελκύσει το ενδιαφέρον, να συλλάβει την προσοχή του θεατή αλλά και τη φαντασία του ώστε να του περάσει ένα μήνυμα, είτε διαφημιστικό είτε πολιτικό, κοινωνικό, θρησκευτικό, αθλητικό ή ενημερωτικό. Ουσιαστικά η αφίσα είναι το ίδιο το μήνυμα, ένας τρόπος επικοινωνίας πομπού και δέκτη, εμπόρου και καταναλωτή χωρίς την ομιλία των δύο αυτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΒΗΜΑΤΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ Ε.Τ. ΓΙΑ TATTOO STUDIO

Μετά από σκέψη και αρκετές προσωπικές αναζητήσεις το όνομα του tattoo studio, του οποίου θα δημιουργήσουμε την εταιρική ταυτότητα θα ονομάζεται «Diamond Ink». Το όνομα προέρχεται και στηρίζεται άμεσα με την έμπνευση μου για το λογότυπο του studio. Αρχική ιδέα ήταν να δημιουργήσω κάτι σχετικό με το μελάνι (ink) το οποίο είναι βασικό υλικό και χαρακτηριστικό για την πραγματοποίηση ενός τατουάζ. Στη συνέχεια προστέθηκε στην ιδέα και το διαμάντι, το οποίο είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακό και μου αρέσει πολύ.

Στόχος του «Diamond Ink» είναι να εντυπωσιάσει και να προσελκύσει πελάτες ώστε να τους ωθήσει στην πραγματοποίηση του δικού τους tattoo.

ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Βασικός στόχος μου ήταν να τονίσω το λογότυπο με την γραμματοσειρά για να αποδοθεί ένα εντυπωσιακό αποτέλεσμα. Τα χρώματα που χρησιμοποίησα είναι **χρυσό – μαύρο – άσπρο**. Χρυσό για να τονιστεί το όνομα του studio και να φαίνεται πιο πλούσιο και εκκεντρικό. Άσπρο και μαύρο για να το κάνω έντονο και ήρεμο την ίδια στιγμή.



ΛΟΓΙΚΗ ΣΧΕΛΙΑΣΜΟΥ

Η αρχική ιδέα βασίστηκε στην δημιουργία ενός διαμαντιού και την προσθήκη μελανιού σε μορφή «splash» πάνω σε αυτό. Στη συνέχεια προστέθηκε και η γραμματοσειρά σε μορφή artistic handwriting (χειρόγραφη) ώστε να τονίσει την καλλιτεχνική πλευρά της εταιρίας.



ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΕΣ

Οι γραμματοσειρές που χρησιμοποίησα στην εταιρική ταυτότητα αλλά και στις γραφιστικές εφαρμογές που δημιουργήθηκαν για το tattoo studio παρουσιάζονται παρακάτω:

Angilla Tattoo

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Mongolian Baiti

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Arial

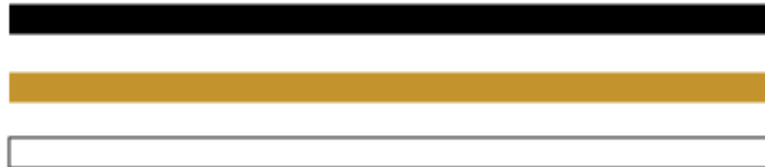
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Brush Script MT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Η χρήση τους παραπέμπει σε κάτι εικαστικό, έντονο και σύγχρονο. Τα γράμματα είναι ευανάγνωστα σε όλα τα μεγέθη γι' αυτό και χρησιμοποιούνται σε όλες τις εφαρμογές, έντυπες και ψηφιακές.

ΠΑΛΕΤΑ ΧΡΩΜΑΤΩΝ



Μαύρο(Black): #231F20

C 0 M 0 Y 0 K 100

R 35 G 31 B 32

Χρυσό(Gold-Metal Swatches): #C3922E

C 20 M 40 Y 96 K 7

R 195 G 146 B 46

Λευκό(White): #FFFFFF

C 0 M 0 Y 0 K 0

R 255 G 255 B 255

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

ΑΦΙΣΑ



ΚΑΡΤΑ ΓΙΑ ΣΤΟΥΝΤΙΟ ΤΑΤΟΥΑΖ



ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ



ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΕΙΔΗ





ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Taschen (2004). 1000 Tattoos. Αθήνα: ΙΑΝΟΣ
2. C.P Jones. (1987). Tattooing and Branding in Graeco-Roman Antiquity, JRS 77.
3. Ambrose, G. & Harris, P., Χρώμα, Dart Books, Αθήνα 2006
4. Ambrose, G. & Harris, P., Τυπογραφία, Dart Books, Αθήνα 2006
5. D.DABNER, Design layout, ΕΚ ΣΑΒΒΑΛΑΣ, Αθήνα 2004, σελ 110
6. <http://hellanicus.lib.aegean.gr> – Σχεδίαση εταιρικής ταυτότητας, 2017
7. <http://www.iefimerida.gr>
8. <http://www.artmag.gr> (<http://www.artmag.gr/art-history/art-history/item/4326-art-tattoo>) Η τέχνη του τατουάζ, 2013
9. <http://www.i-diadromi.gr> (http://www.i-diadromi.gr/2013/03/blog-post_1107.html) Ιστορία του τατουάζ, 2013
10. <http://www.fanaripress.gr>
11. <http://www.tattooland.gr> (<http://www.tattooland.gr/history-of-tattoo.html>)
12. <https://www.lifo.gr>(<https://www.lifo.gr/team/u12124/38145>)
13. <https://www.oneman.gr> (<https://www.oneman.gr/keimena/diabasma/article1492674.ece>) Η τέχνη του τατουάζ.

14. <https://www.newsbeast.gr> (<https://www.newsbeast.gr/world/arthro/652588/i-istoria-tis-tehnis-tou-tatouaz>)
15. <https://www.smithsonianmag.com>
16. <https://el.wikipedia.org>
(<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%85%CE%AC%CE%B6>)
17. <https://www.protagon.gr> (<https://www.protagon.gr/epikairota/politismos/i-istoria-twn-tatouaz-se-6-lepta-3669600000>)
18. <http://www.internationalposter.com>
19. <http://www.graficnotes.blogspot.gr>
20. <http://www.et.gr>
21. <http://www.artmag.gr> (<http://www.artmag.gr/art-history/artists-faces/item/2091-nikolaos-gyzis-painter>)
22. <http://tegraphics.com> (<http://tegraphics.com/wp-content/uploads/2008/12/eteriki-taftotita.pdf>)