

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ



Πτυχιακή εργασία

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΗΣ
ΛΕΜΕΣΟΥ ΜΕ ΜΕΣΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΤΑ
ΚΑΠΑΚΙΑ ΤΩΝ ΦΡΕΑΤΙΩΝ

Μαίρη Πηλλακούρη

Λεμεσός 2016

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

Πτυχιακή εργασία

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΗΣ
ΛΕΜΕΣΟΥ ΜΕ ΜΕΣΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΤΑ
ΚΑΠΑΚΙΑ ΤΩΝ ΦΡΕΑΤΙΩΝ

Μαίρη Πηλλακούρη

Λεμεσός 2016

Σύμβουλος καθηγητής
Λεκτ.: Όμηρος Παναγίδης

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Μαίρη Πηλλακούρη, 2016

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής διατριβής από το Τμήμα Πολυμέσων και Γραφικών Τεχνών του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον επιβλέποντα σύμβουλο και καθηγητή μου, Όμηρο Παναγίδη, για την ακαδημαϊκή καθοδήγηση και βοήθεια που μου πρόσφερε σ' όλη τη πορεία της πτυχιακής μου διατριβής. Επίσης, θα ήθελα ευχαριστήσω τους καθηγητές, κύριο Ευριπίδη Ζαντίδη, κύριο Άγγελο Παναγίδη, και την Ελευθερία Ιάσωνος για να την γνώμη και άποψη που έκφεραν ως ειδικοί γραφιστικής στα πλαίσια του πρακτικού μου έργου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ύπαρξη των επιφανειών των φρεατίων που παρουσιάζονται στα πλήστα, υφιστάμενα παραδείγματα της πόλης αποτελεί μια μέτρια εικόνα της πόλης της Λεμεσού. Για το λόγο ότι είναι άτονα, και αποτελούνται από πλήρως αυτοματοποιημένα μοτίβα, τις πλήστες φορές αγνοούνται από τους περαστικούς. Παρόλο που ο χρηστικός τους σκοπός πραγματοποιείται, η δημιουργικότητα στο σχεδιαστικό κομμάτι είναι περιορισμένη. Ως αποτέλεσμα θεωρούνται μια από τις πολλές αόρατες τυπογραφικές και σχεδιαστικές εκφάνσεις στη περιοχή της παλιάς Λεμεσού. Με αφορμή το πιο πάνω γεγονός θεωρήθηκε απαραίτητο η δημιουργία μια νέας εικόνας της πόλης η οποία θα ανύψωνε σημαντικά την αναγνωρισιμότητα και τη ταυτότητα της και παράλληλα θα αναδύκνυε ένα αόρατο αντικείμενο των δρόμων της.

Στη πρώτη φάση του έργου πραγματοποιήθηκε μια βιβλιογραφική ανασκόπηση του θέματος. Στο στάδιο αυτό καταγράφηκαν όλα κάπακια της περιοχής, μελετήθηκαν σχετικοί ορισμοί, θεωρίες, αναλύσεις και περιστατικά σύγχρονων καλλιτεχνών και σχεδιαστών που ασχολήθηκαν με το θέμα. Οι κύριες ενότητες που ερευνήθηκαν ήταν οι θεωρίες των αποχευτικών φρεατίων, σύγχρονες οπτικές αναφορές τους καθώς και αναφορές του city branding. Πραγματοποιήθηκε επίσης και μια ανάλυση κριτικής άποψης για την αισθητική των προυπάρχοντων κυπριακών καπακιών.

Μελετώντας την αξιοθαύμαστη ιστορία και παράδοση της Λεμεσού, και της Κύπρου γενικότερα, κύριο συστατικό έμπνευσης στη δημιουργία των σχεδιαστικών μου αποδόσεων υπήρξε η λαογραφία της Κύπρου με τα πλούσια μοτίβα και τις ιδιαίτερες γραμμές στα κεντήματα της. Κρατώντας ως παρανομαστές την κυπριακή λαογραφία και τα χαρακτηριστικά στοιχεία της Λεμεσού δημιούργησα 7 κύριες θεματικές που αναπαριστούν και παρουσιάζουν τη Λεμεσό. Το λιμάνι της πόλης, το χαρούπι, ο υδατόπυργος της είναι μερικές από τις αμέτρητες ομορφιές της Λεμεσού που έφερα στο προσκήνιο. Μέσα από τη μελέτη μου και ένα έντυπο που δημιούργησα με τις σχεδιαστικές μου προτάσεις, παρουσιάζω τη νέα εικόνα της Λεμεσού που εφαρμόστηκε.

ABSTRACT

The lack of good visual representations on manhole-access covers in the town of Limassol was thought as an interesting opportunity to suggest an alternative way to redesign these covers. The case came from the fact, that these existing covers are aesthetically dull and automated which has as result the ignorance of them, by citizens. Even though their initial usage is functional, the absence of an artistic approach is noticed on their surfaces. Manhole access covers are considered one of the many invisible typographic and visual elements in the city of Limassol. As a result, the opportunity of a brand new image of the city was needed.

For the implementation of this goal, a series of various studies had to be accomplished to have an overall picture of the subject. The integration of city branding was the ideal strategy for representing the remarkable history and tradition of Limassol. The main inspiration of the project was Cyprus's folklore culture, its beautiful patterns and distinctive lines of embroideries. After translating a unique graphic language, the following step was applying it, on the surface of the manhole covers.

Using the tool of city branding, a series of illustrations were created, which represent the city itself. Both Cyprus's folklore culture and Limassol's characteristic elements were combined for the production of the visual results. The harbor, the carob, the water tower were some of the many beauties of Limassol brought into play. To sum up, in this thesis the city branding is applied in such a way that aims not only to attract and inform the citizens of the city, but also to identify them in a wider range of audience.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΟΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	v
ABSTRACT.....	vi
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΟΧΟΜΕΝΩΝ	vii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	x
ΣΥΝΤΟΜΑΓΡΑΦΙΕΣ	xiii
ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ	xiv
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
1.1. Περιγραφή της κατάστασης και ευκαιρία μελέτης.....	1
2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....	2
2.1. Επιφάνειες Φρεατίων.....	2
2.2. Τεχνικές Προδιαγραφές.....	2
2.3. Μέσο Δημιουργικότητας.....	3
2.4. City Branding.....	5
2.4.1. Τι σημαίνει;	5
2.4.2. Διαφοροποίηση του City Branding με Branding.....	6
2.4.3. City Branding – Προσφορά.....	6
2.4.4. City Branding – Παραδείγματα.....	7
2.5. Επιφάνειες Φρεατίων.....	11
2.5.1. Κριτική Ανάλυση Σχεδιαστικής Απόδοσης (Παλιά Λεμεσός, Κύπρος)	11
2.5.2. Αξιολόγηση/ Συμπέρασμα Σχεδιαστικής Απόδοσης Υφιστάμενων Καπακιών.....	12
2.5.3. Δυνατότητα Ανασχεδιασμού.....	13
2.6. Δημιουργικοί σχεδιασμοί.....	14
2.6.1. Ιαπωνία.....	14
2.6.2. Άλλα Οπτικά Παραδείγματα.....	16
2.7. Οπτικοποίηση Λεμεσού.....	20
2.7.1. Λεμεσός.....	20
2.7.2. Μουσείο Λαϊκής Τέχνης.....	20
2.8. “Η Λεμεσός του Χθες και του Σήμερα”	25
2.8.1. “Αντικείμενα” της Λεμεσού.....	25

3.	ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ.....	26
4.	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	27
4.1.	Έρευνα Δράσης.....	27
4.2.	Περιγραφή διαδικασίας με βάση τη μεθοδολογία.....	27
5.	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ.....	29
5.1.	Γενική Περιγραφή Πρακτικής Άσκησης του έργου.....	29
5.2.	Φόρμες – Σχήματα Αντικειμένων.....	30
5.2.1.	Απομόνωση Μοτίβου από τη Λαογραφία.....	30
5.3.	Κύριες θεματικές που σχεδιάστηκαν.....	32
5.4.	Χρωματισμοί.....	32
5.5.	Γραμματοσειρά.....	33
5.6.	Τυπογραφικές Εκφάνσεις.....	33
5.7.	Διαστάσεις και Σχήματα Καπακιών που χρησιμοποιήθηκαν.....	34
5.8.	Εφαρμογή και παρουσίαση σχεδιασμών.....	34
5.9.	Χρήση Λογισμικών.....	35
5.10.	Δείγματα πρακτικού έργου στον πρώτο κύκλο της έρευνας.....	35
5.11.	Σκεπτικό των θεμάτων που ακολουθήθηκε.....	45
5.12.	Δείγματα τρισδιάστατων σχεδιασμών στα καπάκια.....	47
5.12.1.	Τοποθέτηση καπακιών στο χώρο.....	48
6.	ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ ΚΑΙ ΚΑΤΑΛΗΞΗ ΤΟΥ.....	49
6.1.	Αξιολόγηση.....	49
6.2.	Πίνακες Αξιολόγησης.....	49
6.2.1.	Ανάλυση ερω/τολογίου που πραγματοποιήθηκε στους πολίτες και ειδικούς.....	49
6.3.	Συμπερασματική Διαπίστωση των αξιολογήσεων.....	54
6.3.1.	Αξιολόγηση από πολίτες.....	54
6.3.2.	Αξιολόγηση από ειδικούς.....	55
6.3.3.	Αξιολόγηση από αντιπρόσωπο κατασκευαστικής εταιρίας μετάλλων.....	55
6.4.	Βελτιώσεις.....	55
6.5.	Επίλογος/ Συμπερασματική Διαπίστωση του έργου.....	56
7.	ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ/ ΤΙ ΑΛΛΟ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΕ ΝΑ ΓΙΝΕΙ ΣΤΟ	

ΜΕΛΛΟΝ.....	57
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	58
Ελληνική Βιβλιογραφία.....	58
Αγγλική Βιβλιογραφία.....	58
Βιβλιογραφία εικόνων.....	61
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	63
Παράρτημα 1: Ερωτηματολόγιο Πολιτών και Ειδικών Γραφιστικής.....	63
Παράρτημα 2: Ερωτηματολόγιο Αντιπρόσωπου Κατασκευαστικής Εταιρίας Μετάλλων..	66
Παράρτημα 3: Συνέντευξη από Συμβούλιο Αποχετεύσεων Λεμεσού Αμαθούντας.....	67
Παράρτημα 4: Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης από Μιχάλη Βρειονίδη, Πολιτικός Μηχανικός, ΣΑΛΑ.....	68
Παράρτημα 5: Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης από κύριο Γαβρίλη, Αντιπρόσωπος VERALCO.	68

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1:	Gillian Jagger, Artistic Manhole Cover [Νέα Υόρκη].....	3
Διάγραμμα 2:	James Rondeau, A Gun Legacy, 1996, Installation [Hartford].....	4
Διάγραμμα 3:	Kuocheng Liao & Midnight Design, Year of the Monkey Commemorative Tickets, 2016, Graphic Design, Illustration, Packaging [Taiwan, Κίνα].....	8
Διάγραμμα 4:	Neue Design Studio, New. Relevant. Remarkable. Design, 2015 [Νορβηγία].....	9
Διάγραμμα 5:	Georgia Evagorou, Typeface – Symbols, 2011, Σχεδιασμός Γραμματοσειράς [Κύπρος].....	10
Διάγραμμα 6:	Sanna Annukka, 2016, Prints & Wooden Products [Brighton, England]	10
Διάγραμμα 7.1:	Αρχή Ηλεκτρισμού Κύπρου, EN124, B125, D421 (450X900) [Λεμεσός].	12
Διάγραμμα 7.2:	Manhole Access Cover [Λεμεσός].....	12
Διάγραμμα 8:	Artistic Manhole Covers [Japan].....	15
Διάγραμμα 9:	Γιάννης Καρλόπουλος & Ήρας Σπαγαδόρου, Αποτυπώματα πόλεως/City prints, 2015 [Αθήνα, Ελλάδα].....	16
Διάγραμμα 10:	Richard Glover, Manhole Covers: The Iron Under City Soles, 2013, Photography [Σίδνεϊ, Αυστραλία].....	17
Διάγραμμα 11:	Teresa Wooten, Manhole cover project, 2014, Illustrations.....	18
Διάγραμμα 12:	Joe Lau, Manhole Cover Font, 2014 [Brighton, United Kingdom].....	19
Διάγραμμα 13:	Κυπριακή συλλογή Μουσείου Λαϊκής Τέχνης [Λεμεσός, Κύπρος]...	21
Διάγραμμα 13.1:	Λεπτομέρεια πάνω σε χαλί.....	21
Διάγραμμα 13.2:	Λεπτομέρεια από σεντόνι κρεβατιού.....	21
Διάγραμμα 13.3:	Λεπτομέρεια πάνω σε έπιπλο.....	22
Διάγραμμα 13.4:	Λεπτομέρεια πάνω σε χαλί.....	22
Διάγραμμα 13.5:	Λεπτομέρεια, κόκκινη στραυροβελονιά.....	23
Διάγραμμα 13.6:	Λεπτομέρεια, κόκκινη στραυροβελονιά.....	23

Διάγραμμα 13.7:	Χειροποίητο κέντημα με παραδοσιακό μοτίβο. Φέρει χρυσαφένια κορνίζα.....	24
Διάγραμμα 13.8:	Κέντημα σταυροβελονιά με "σταυροφόρους" σε άκρη βαμβακερής μαντιλιάς, Πάφος, 19ος αι.....	24
Διάγραμμα 14:	Οπτικοποίηση Λεμεσού.....	29
Διάγραμμα 15:	Φόρμες από τα μοτίβα.....	30
Διάγραμμα 16:	Χρωματική παλέτα που εφαρμόστηκε.....	32
Διάγραμμα 17:	Γραμματοσειρά που εφαρμόστηκε, A-Triangled, B-Curved.....	33
Διάγραμμα 18:	Διαστάσεις και σχήματα καπακιών, A- 450X900, B-270X420, Γ-670X670.....	34
Διάγραμμα 19:	Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Κρασί-Σταφύλι, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός.....	35
Διάγραμμα 20:	Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Κρασί-Σταφύλι, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 450X900, 2 ^η εκδοχή.....	36
Διάγραμμα 21:	Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Υδατόπυργος, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 670X670.....	37
Διάγραμμα 22:	Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Λιμάνι Λεμεσού, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 450X900.....	38
Διάγραμμα 23:	Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Καρναβάλι Λεμεσού, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 670X670.....	39
Διάγραμμα 24:	Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Χαρούπι-Μαύρος Χρυσός, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 670X670.....	40
Διάγραμμα 25:	Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Χαρούπι-Μαύρος Χρυσός, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 450X900, 2 ^η εκδοχή.....	41
Διάγραμμα 26:	Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Μεσαιωνικό Κάστρο, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 450X900.....	42
Διάγραμμα 27:	Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Ζωολογικός Κήπος Λεμεσού, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 450X900.....	43
Διάγραμμα 28:	Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Ζωολογικός Κήπος Λεμεσού, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 670X670, 2 ^η εκδοχή.....	44
Διάγραμμα 29:	Τρισδιάστατοι σχεδιασμοί καπακιών στο δρόμο.....	47
Διάγραμμα 30:	Βλέποντας αυτούς τους σχεδιασμούς, πως θα τους χαρακτηρίζατε;.....	49

Διάγραμμα 31:	Θεωρείτε πως τα παρακάτω σχεδιαστικά αντικείμενα είναι εύκολο να αναγνωριστούν;.....	50
Διάγραμμα 32:	Σας είναι εύκολο να αναγνωρίσετε την τυπογραφία;.....	50
Διάγραμμα 33:	Οπτικά τα βρίσκεται ελκυστικά;.....	51
Διάγραμμα 34:	Ποιο πιστεύετε αναπαριστά περισσότερο τη Λεμεσό; Μπορείτε να βάλετε παραπάνω από μια επιλογή.....	51
Διάγραμμα 35:	Ποιο πιστεύετε αναπαριστά λιγότερο τη Λεμεσό; Μπορείτε να βάλετε παραπάνω από μια επιλογή.....	52
Διάγραμμα 36:	Πόσο σωστή θα βαθμολογούσατε την επιλογή των αντικειμένων που προωθούν την Λεμεσό; Κυκλώστε ένα για την κάθε περίπτωση.....	52
Διάγραμμα 37:	Βρίσκεται ικανοποιητικό το σχεδιασμό δεδομένου ότι αναπαριστά τη Λεμεσό;.....	53
Διάγραμμα 38:	Θα σας άρεσε να βλέπατε αυτούς τους σχεδιασμούς στους δρόμους της Λεμεσού;.....	53

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

Παρουσιάζονται συνοπτικά όλες οι σημαντικές συντομογραφίες που έχουν χρησιμοποιηθεί στο κείμενο της πτυχιακής:

ΣΑΛΑ:	Συμβούλιο Υδατοπρομήθειας Λεμεσού
ΑΗΚ:	Αρχή Ηλεκτρισμού Κύπρου
ΣΥΤΑ:	CYprus Telecommunication Authority
ΣΥΛ:	Συμβούλιο Υδατοπρομήθειας Λεμεσού
ΦΗ:	Fire Hydrant
Π.Χ:	Παραδείγματος Χάριν
Κ.Α:	Και άλλα
Κ.Τ.Λ:	Και τα λοιπά

ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

Manhole Access Cover:	Καλύμματα Φρεατίων.
Bump Spacing:	Απόσταση μεταξύ υψών.
Minimum Height:	Ελάχιστο ύψος.
Alignment-chessboard:	Στοίχιση μεταξύ στοιχείων
Micro-textures:	Ελάχιστος αριθμός οπτικής απόστασης μεταξύ υψών στα πεζοδρόμια και καπάκια.
Macro-textures:	Μέγιστος αριθμός οπτικής απόστασης μεταξύ υψών στα πεζοδρόμια και καπάκια.
Brand/ Consumer Brand:	Μάρκα-Ταυτότητα/ Μάρκα Καταναλωτή.
Branding:	Προώθηση.
City Branding:	Προώθηση της Πόλης.
Place Branding/ Place Brand:	Προώθηση του χώρου/ Ταυτότητα χώρου.
Marketing:	Μέσο επικοινωνίας μεταξύ των εταιριών και του καταναλωτή.
City marketing:	Η πόλη ως μέσο επικοινωνίας μεταξύ των εταιριών και του καταναλωτή.
Place Marketing:	Ο χώρος ως μέσο επικοινωνίας μεταξύ των εταιριών και του καταναλωτή.
FIAT:	Ιταλικο - αμερικάνικη αυτοκινητοβιομηχανία.
UV Light:	Ειδικό φως το οποίο ακτινοβολεί στο σκοτάδι.
Manhole Access Cover:	Επιφάνεια υποδοχής φρεατίων.
Way finding:	Κατάσταση στην οποία γνωρίζεις που βρίσκεσαι στο χώρο, προσανατολισμός.

1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Περιγραφή της κατάστασης και ευκαιρία μελέτης

Στη Λεμεσό, στη παλιά περιοχή της πόλης, αν παρατηρήσεις προσεκτικά θα ανακαλύψεις πολλές από τις αόρατες τυπογραφικές και σχεδιαστικές εκφάνσεις που υπάρχουν στους δρόμους της περιοχής. Η αόρατη τυπογραφία που ανακάλυψα και ερεύνησα ως επί των πλείστων στη παρούσα μελέτη, ήταν οι εγκαταστάσεις των επιφανειών των φρεατίων. Η μόνιμη κατασκευή που είναι τοποθετημένη σε δρόμους και πεζοδρόμια της πόλης αποτελεί μια “στεγνή” εικαστική αποτύπωση που περνάει σχεδόν απαρατήρητη από τους πολίτες. Στα πλαίσια του καθαυτού έργου, μου δίδεται η ευκαιρία να αλλάξω αυτή τη μόνιμη εγκατάσταση και να τη μετατρέψω σε ένα σύγχρονο οπτικό αποτέλεσμα. Χωρίς να χάνεται η χρηστική τους αξία, θα δημιουργήσω τις δικές μου σχεδιαστικές προτάσεις οι οποίες θα εμπλουτίσουν τους δρόμους της πόλης.

2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

2.1 Επιφάνειες Φρεατίων

Όπως γνωρίζουμε και παρατηρούμε όλοι μας, σε όλες τις χώρες και πόλεις ανεξαιρέτως, κάτω στους δρόμους και πεζοδρόμους υπάρχουν επιφάνειες καλυμμάτων φτιαγμένες από χυτοσίδηρο. Αυτές οι επιφάνειες έχουν κάποιο χρηστικό σκοπό. Ο ρόλος των αποχετευτικών καπακιών (αλλιώς φρεατίων) στους δρόμους των διάφορων πόλεων είναι για να μειώνεται η πρόσβαση των ανεπιθύμητων αντικειμένων στον υπόγειο χώρο, ο οποίος περιλαμβάνει τους υπόγειους αγωγούς. Έτσι εμποδίζεται η “άσχημη” εικόνα του υπόγειου χώρου. Οι αγωγοί επικοινωνούν με την παροχέτευση λυμάτων ή όμβριων. “Μερικά από τα καπάκια που βρίσκονται στους δρόμους σφραγίζονται ώστε να εμποδίζεται η συσσώρευση διαφόρων οικοδομικών υλικών που παρασύρονται από τη βροχή, φύλων, σκουπιδιών ή ακόμα ανάπτυξη ριζών φυτών που εμποδίζουν τη δίοδο και προκαλούν φράξιμο” (Modi, 1981. Δική μου μετάφραση, Greene, R., Agbenowosi, N., & Loganathan, G. V., 1999. Δική μου Μετάφραση).

2.2 Τεχνικές Προδιαγραφές

Το μέγεθος και το σχήμα των καπακιών εξυπηρετεί πρακτικούς σκοπούς. Σύμφωνα με το ΣΑΛΑ, το τετράγωνο σχήμα εφαρμόζεται ιδανικότερα εφόσον παρέχει μεγαλύτερη σταθερότητα στο δρόμο. Παράλληλα, οι σχεδιασμοί που αποτυπώνονται πάνω στα καπάκια έχουν εννοιολογικό χαρακτήρα. Ένας γεωμετρικός σχεδιασμός στολίζει τις επιφάνειες που αναπαριστά κυρίως τις διευθετήσεις και τις κατευθύνσεις των υπόγειων αγωγών. Έτσι, γίνονται κατανοητές οι βασικές αρχές των αποχετευτικών δικτύων. (Lechuga, G., 1995. Δική μου μετάφραση, Silverstein, J., & Desborough, F., 2011. Δική μου μετάφραση).

Άλλες τεχνικές προδιαγραφές που αφορούν το σχεδιασμό και τη κατασκευή των καλυμμάτων σύμφωνα με τα υφιστάμενα κυπριακά πρότυπα στη Κύπρο, είναι το υλικό και η τοποθεσία τους. Συγκεκριμένα, τα καπάκια πρέπει να είναι σχήματος κύκλου ή τετραγώνου, πρέπει να βρίσκονται σε κάθε σημείο που αλλάζει κατεύθυνση ο υπόνομος οικοδομής ή που υπάρχει νέος αγωγός και να είναι κατασκευασμένα από χυτό ή υλικά τα οποία να είναι αποδεκτά από το αντίστοιχο συμβούλιο αποχετεύσεων της κάθε πόλης. Για τη δημιουργία των μοτίβων λαμβάνονται υπόψη αποστάσεις, σχήματα, ύψη και στοιχίσεις μέσα στο χώρο που τα περιβάλλει. Μερικά από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ορισμοί που χρησιμοποιούνται είναι bump spacing, minimum height, alignment-chessboard και όροι όπως

το “micro-textures” και “macro-textures” που αφορούν κυρίων τις οπτικές αποστάσεις και τις επιφάνειες των καπακιών. Τα καλύμματα των φρεατίων απαιτούν συντήρηση και προστασία, γι’ αυτό χρησιμοποιούνται ειδικές βαφές. (ΣΑΛΑ, 2014, Saint-Gobain, 2004, Chou, C. P., Huang, C. K., Chen, A., & Tsai, C. Y., 2013. Δική μου Μετάφραση).

2.3 Μέσο Δημιουργικότητας

Πέραν των λειτουργικών και χρηστικών σκοπών των φρεατίων, ο ρόλος τους και η αξιοποίηση τους επεκτείνεται και πάρα πέρα. Πολλοί καλλιτέχνες χρησιμοποιούν αυτά τα καλύμματα ως μέσο καλλιτεχνικότητας. Έτσι ξεφεύγουν από τυπογραφικές και σχεδιαστικές απεικονίσεις που αφορούν τις τεχνικές λεπτομέρειες που αναφέρθηκαν πιο πάνω. Όντας μια επιφάνεια καλύμματος για ένα συγκεκριμένο σκοπό, ωστόσο εμφανίζονται περιπτώσεις όπου χρησιμοποιούν και επεξεργάζονται αυτό το μέσο ως καμβά σχεδιασμού με στόχο τη πιο δημιουργική αποτύπωση τους πάνω στο αντικείμενο. Το τελικό οπτικό αποτέλεσμα, που πλέον αποτελεί μέρος της πόλης, μπορεί να εξυπηρετεί διάφορες περιπτώσεις.



Διάγραμμα 1: Gillian Jagger, *Artistic Manhole Cover* [Νέα Υόρκη].

Ένα καλό παράδειγμα των αποχετευτικών καλυμμάτων όπου η αισθητική τους πλευρά αναπτύχθηκε σημαντικά, ήταν με την καλλιτέχνη Gillian Jagger από τη Νέα Υόρκη (βλ. διαγ. 1). Με αφορμή το γεγονός ότι τα φρεάτια στους δρόμους της πόλης περνούσαν απαρατήρητα, φθείρονταν μέρα με τη μέρα ενώ δεν εκτιμάτο ως τέχνη, η Jagger αποφάσισε

να μετατρέψει τα βιομηχανοποιημένα σχέδια των φρεατίων σε έργα τέχνης. Πειραματίστηκε κυρίως με την υφή, τους χρωματισμούς αλλά και τη σύνθεση ώστε να θίξει και να αλλάξει τη μόνιμη κατάσταση των αντικειμένων που δημιουργεί ο άνθρωπος, και τα οποία φθείρονται και καταστρέφονται με το χρόνο. Η σχεδιαστική και εννοιολογική απόδοση αυτού του έργου αφορούσε την ανθρωποποίηση των Ελλήνων θεών, ανδρών και γυναικών. Αυτά τα πορτρέτα είχαν σκοπό να εξιδανικευτούν και προσωποποιηθούν σε αληθινά πορτρέτα των κατοίκων, συγκεκριμένα των ωραιότερων ανδρών της πόλης. Αυτά αργότερα τοποθετήθηκαν και θεάθηκαν σε ναούς (Kemp, F. R., 1967. Δική μου Μετάφραση).

Ένα άλλο έργο σχεδιαστικής προσέγγισης φρεατίων που πραγματοποιήθηκε ήταν στη πόλη Hartford με το “A Gun Legacy”. Ήταν ένα έργο βασισμένο σε ένα ιστορικό γεγονός της πόλης και είχε να κάνει με τη βία, τους σκοτωμούς και τα θύματα που υπήρξαν στο δυσάρεστο γεγονός. Το συγκεκριμένο έργο (βλ. διαγ. 2) ήταν μια από τις πολλές σημαντικές εκδηλώσεις που πραγματοποιήθηκαν για ευαισθητοποίηση στο θέμα της δημόσιας υγείας για να δώσουν λύσεις στο πρόβλημα της “βίας” των όπλων. Έπιασαν τόνους κιλά όπλων, τα έλιωσαν (υλικό που χρησιμοποιείται για τη κατασκευή των φρεατίων στη πόλη Hartford), και στη συνέχεια, το μέταλλο χρησιμοποιήθηκε για την κατασκευή των καπακιών των φρεατίων. Ωστόσο, αρχικά το συγκεκριμένο έργο δεν εξυπηρετούσε τη χρηστική αξία των κατασκευών, ήταν απλά για σκοπούς θέασης, για προώθηση και ευαισθητοποίηση του σχετικού θέματος,



Διάγραμμα 2: James Rondeau, *A Gun Legacy*, 1996, Installation [Hartford].

ήταν εγκαταστάσεις που τοποθετήθηκαν σε ορισμένες περιοχές της πόλης όπου πραγματοποιήθηκαν οι επιθέσεις. Σε συνδυασμό με την εγκατάσταση υπήρξε και ένα συνοδευόμενο κείμενο που εξηγούσε ιστορικά το λόγο δημιουργίας του έργου. Ωστόσο

αργότερα, επέστρεψαν πίσω στο χρηστικό τους σκοπό. Γενικότερα, η συγκεκριμένη εγκατάσταση δεν πρόσφερε τόσο τη λύση στο κοινωνικό ζήτημα όσο την ευαισθητοποίηση του. Ήταν ένα δημόσιο έργο τέχνης, μια δημόσια παρέμβαση που έγινε έξω στους δρόμους της πόλης Hartford, με σκοπό να απεικονίσει μέρος της ιστορίας της. Έτσι, ο καλλιτέχνης καταφέρνει να συνδυάσει επιτυχώς ένα θλιβερό ιστορικό γεγονός της πόλης και ένα χρηστικό αντικείμενο του δρόμου δημιουργώντας κάτι δημιουργικό. Κάτι το οποίο προσέλκυσε το ενδιαφέρον του θεατή (Rondeau, J., 1996. Δική μου μετάφραση).

Τα δύο προηγούμενα έργα υπήρξαν πολύ καλά παραδείγματα σχεδιαστικής και καλλιτεχνικής προσέγγισης των επιφανειών των φρεατίων και αποτέλεσαν αναπόσπαστο κομμάτι της πόλης. Ήταν τα μέσα με τα οποία προωθήσαν οι καλλιτέχνες το μήνυμά τους. Στη κάθε περίπτωση ξεχωριστά, οι καλλιτέχνες προώθησαν ένα μήνυμα και αυτό αφορούσε ένα κοινωνικό περιστατικό της πόλης. Θίχτηκαν ιστορικά γεγονότα που συνέβησαν στη πόλη τους. Αυτά τα παραδείγματα περιλαμβάνονται στη κατηγορία “προώθηση της πόλης” (city branding).

2.4 City Branding

2.4.1 Τι σημαίνει;

Σύμφωνα με μελέτες το city branding αναπτύχθηκε ραγδαία τα τελευταία 20 χρόνια όπου στόχο είχε να ταυτοποιήσει, να διατυπώσει και να επικοινωνήσει σωστά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε πόλης, τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό κοινό του, με ιδιαίτερη προσοχή στο εσωτερικό. Έτσι λοιπόν, καλλιτέχνες και σχεδιαστές επιχειρούν με τον ένα ή τον άλλο τρόπο να μεταφέρουν ένα μήνυμα με μέσο την ίδια τη πόλη, οποιοδήποτε είναι το μέσο που χρησιμοποιούν. Ένα σχετικό άρθρο που σχολιάζει και εξηγεί το “city branding”, τονίζει πως αυτός ο ορισμός σχετίζεται άμεσα με το “city marketing”. Θεωρείται βασικό εργαλείο του “city branding”. Το city branding παρέχει τις βάσεις για την οικονομική ανάπτυξη της πόλης και παρέχει μια ταυτότητα στους κατοίκους της. Επηρεάζεται από επενδύσεις, τουρισμό, κοινωνικά θέματα όπως κοινωνικούς αποκλεισμούς και ποικιλομορφία. Το αντικείμενο του city marketing δεν είναι η πόλη, αλλά η προώθηση της πόλης και η διαφήμισή της. Βασικό εργαλείο του είναι η εικόνα της και πως μπορεί αυτή να επικοινωνήσει. Η εικόνα είναι το μήνυμά της που ερμηνεύεται από το καθένα διαφορετικά και συχνά περιέχει ιδεολογικό και συμβολικό περιεχόμενο. Οι αστικές παρεμβάσεις όπως η τέχνη, οι εκδηλώσεις, τα πολιτιστικά αξιοθέατα είναι μια μέθοδος προώθησης της. Ωστόσο, η

εικόνα της πόλης δεν πρέπει να μεταδίδεται μόνο από μεθόδους προώθησης αλλά και από τις βασικές αρχές της διαφήμισης (σύνδεση με marketing). Μια άλλη πηγή, υποστηρίζει και τονίζει ότι σε συνδυασμό με το city branding και marketing θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη έννοιες και ορισμοί όπως το place branding (εννοιολογικό περιεχόμενο) και το place marketing (πιο ευρύ εννοιολογικό περιεχόμενο), ορισμοί που σε βοηθούν να ερευνήσεις και να αναλύσεις τα στοιχεία σε ένα πιο συστηματικό και ποιοτικό περιεχόμενο (Kavaratzis, M., 2004. Δική μου μετάφραση, Lucarelli, A., & Olof Berg, P., 2011. Δική μου μετάφραση).

2.4.2 Διαφοροποίηση του City Branding με Branding

Η ιδιοκτησία ενός brand είναι βασικό κριτήριο διαφοροποίησης ανάμεσα στο brand του χώρου (place brand) και το brand του καταναλωτή (consumer brand). Για παράδειγμα, τα brands που προωθούνται μέσα από τις διαφημίσεις ανήκουν στους οργανισμούς που κατέχουν τα πνευματικά τους δικαιώματα. Ωστόσο, η ίδια η πόλη δεν είναι ιδιοκτησία κανενός, δεν ανήκει πουθενά. Οι κάτοικοι της είναι αυτοί που την αποτελούν. Το brand μιας πόλης είναι αρκετά πιο σύνθετο από οποιοδήποτε άλλο brand που υπάρχει (προϊόντα, υπηρεσίες κ.τ.λ). Ένας από τους πολλούς λόγους δημιουργίας των brands είναι η πώληση τους. Αυτό δεν ισχύει για την πόλη. Μια πόλη παρέχει πολύ περισσότερα πράγματα. Προσφέρει πολιτισμό, κατασκευές, μέσα συγκοινωνίας, εκπαίδευση, κοινωνική φροντίδα κ.α. Η μεγάλη ποικιλία ατόμων, ομάδων και οργανισμών είναι ακόμα ένας λόγος διαφοροποίησης τους. Μια πόλη χαρακτηρίζεται από μια τεράστια ομάδα ατόμων με διαφορετικά ενδιαφέροντα, προτιμήσεις και ανάγκες. Συνεπώς, η επιθυμία να ευχαριστήσεις ολόκληρο το κοινό οδηγεί σε μια πιο περίπλοκη, κρίσιμη και σύναμα δημιουργική διαδικασία (Kavaratzis, M., Warnaby, G., Ashworth, G. J., 2015. σελ. 101-102. Δική μου μετάφραση).

2.4.3 City Branding – Προσφορά

Το city branding επίσης, μπορεί να αναπτύξει σημαντικά το πολιτιστικό επίπεδο της πόλης και γενικά της χώρας της. Με την ύπαρξη του μπορεί να προσφέρει σημαντικά στους τουρίστες της αλλά και στους κατοίκους της πόλης. Στους τουρίστες δίνει αίσθηση εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας για να την επισκεφθούν. Είναι μια σύνδεση και ταυτοποίηση με το χώρο, προσφέρει αξίες. Στους κατοίκους της προσφέρει μια ενιαία εικόνα αυτού του δημόσιου “οργανισμού”, η οποία αυτή εικόνα βασίζεται αποκλειστικά στο χώρο της. Φέρνει τη πόλη σε μια θέση αναγνώρισης, αξιοπιστίας και γνωστοποίησης προς τις άλλες πόλεις και χώρες. Παράλληλα, με την εφαρμογή του branding της πόλης, αυξάνεται η ζήτηση των

προϊόντων της χώρας αφού προσφέρονται τα θεμέλια μελλοντικών επενδύσεων. Είναι είδος διαφήμισης και προώθησης της παράδοσης. Σε περιόδους κρίσης της (όπως φυσικές καταστροφές, οικονομικής κρίσης, κακών δημοσιευμάτων, κ.τ.λ), είναι ικανό επίσης να “σώσει” τη πόλη. Γενικότερα, είναι ικανό να προσφέρει σε ευρύτερα οικονομικά θεμέλια. Ένας χώρος που είναι ικανός να προσφέρει μια υγιής και αξιόπιστη ταυτότητα τόσο σε εσωτερικούς όσο και σε εξωτερικούς παράγοντες έχει τη δυνατότητα να αναπτύξει επιχειρήσεις σε πολλούς τομείς της. Προσφέρονται ευκαιρίες στους κατοίκους και στο τόπου τους να αποκτήσουν ποιοτικά οφέλη προς ανάπτυξη. Η πραγματοποίηση του brand μιας πόλης είναι σημαντική διότι παρουσιάζει ευκαιρίες μάθησης στο ευρύτερο κοινό του (Baker, 2007, σελ. 40. Δική μου μετάφραση).

Ένας χώρος μπορεί να αποκτήσει την εικόνα του με 3 διαφορετικές περιπτώσεις, σύμφωνα με συγγραφέα Bill Baker. Αυτές είναι η οργανική εικόνα, η εικόνα του marketing, και η βιωματική εικόνα. Η οργανική εικόνα προέρχεται από τα βιβλία, την εκπαίδευση, την ιστορία, το πολιτισμό κ.α. Η εικόνα του marketing από το τομέα της διαφήμισης, δημόσιους συσχετισμούς, ιστοσελίδες κ.α. Τέλος η βιωματική εικόνα αποτελεί τις δύο προηγούμενες εικόνες. Προέρχεται μέσα από εμπειρίες οι οποίες δημιουργούνται από την ιστορία των ανθρώπων της και τα βιώματα τους (Baker, 2007, σελ. 42. Δική μου μετάφραση).

Η ιδέα του marketing μπορεί να ταυτιστεί άμεσα με το χώρο. Ο ορισμός “προϊόν” στο τομέα του marketing δεν αναφέρεται αποκλειστικά σε φυσικά αντικείμενα που κατέχεις. Αναφέρεται επίσης σε υπηρεσίες, ιδέες ή εμπειρίες. Με υπηρεσίες, διότι αποκτάς ή αλλιώς αγοράζεις το αποτέλεσμα της διαδικασίας (π.χ. οδοντιατρείο). Με ιδέες, διότι πείθεσαι σε κάτι που σου παρουσιάζεται (π.χ η ψήφος σου στις εκλογές). Αν με την ιδέα τους κατάφεραν να σε πείσουν να αλλάξεις την συμπεριφορά σου, τότε “αγόρασες” αυτήν την ιδέα. Με εμπειρίες, διότι αυτές προκύπτουν από τα δύο προηγούμενα “προϊόντα”. Όταν οι τουρίστες επισκέπτονται μια πόλη, “αγοράζουν” προϊόντα εμπειριών. Καταναλώνουν υπηρεσίες της πόλης, τα προϊόντα της (π.χ. αντικείμενα, αναμνηστικά, ψυχαγωγία, ξεναγήσεις, μέσα μεταφοράς, φαγητό). Καταναλώνουν την ιδέα του να ταξιδέψουν σε ένα νέο τόπο. Ρόλος της κάθε πόλης είναι να πετύχει τον πιο πάνω σκοπό. Όλα τα πιο πάνω περιλαμβάνονται στις τεχνικές του tourism marketing των πόλεων. Η εικόνα κάθε πόλης βασίζεται όχι μόνο από τους κατοίκους της αλλά και από τους τουρίστες της (Kolb, 2006, σελ. 207-208. Δική μου μετάφραση).

2.4.4 City Branding – Παραδείγματα

“Ο σχεδιασμός δεν είναι μια αφηρημένη θεωρητική πειθαρχία - παράγει αισθητά αντικείμενα, εκφράζει κοινωνικές προτεραιότητες και κουβαλά πολιτιστικές αξίες. Οι ακριβείς προτεραιότητες και αξίες αποτελούν το πυρήνα ενός δημόσιου διασμού συζητήσεων” (Howard, A., 2001, Δική μου μετάφραση, Noble, Bestley, 2011, Δική μου μετάφραση).

Η εικόνα μιας πόλης μπορεί να αποδοθεί με πολλά μέσα. Το οπτικό μήνυμα που θα προβληθεί θα πρέπει να έχει άμεση σύνδεση με το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Πιο πάνω αναφέρθηκαν μερικοί μέθοδοι που μπορούν να εφαρμοστούν για να το πετύχει. Το μέσο για να το κάνει μπορεί να είναι οτιδήποτε. Χαρακτηριστικό παράδειγμα οπτικοποίησης μιας πόλης είναι με τους καλλιτέχνες Kuocheng Liao και Midnight Design, οι οποίοι με αφορμή τα εικοστά γενέθλια του Taiwan (περιοχή της Κίνας) δημιουργούν 20 διαφορετικές εικονογραφήσεις πάνω στα εισιτήρια του μετρό βασισμένες στην παράδοση της Κίνας (βλ. διαγ. 3). Η βασική φιγούρα στα σχέδια των εισιτηρίων είναι η μαϊμού που μαζεύει ροδάκινα. Στη Κίνα τα ροδάκινα είναι σύμβολο της μακροβιότητας ενώ οι μαϊμούδες θεωρούνται το σύμβολο της χρονιάς του 2016 σύμφωνα με το κινέζικο ζωδιακό κύκλο. Στους σχεδιασμούς διακρίνεται φανερά η ιδιαίτερη αρχιτεκτονική της χώρας. Όλες οι εικονογραφήσεις χαρακτηρίζονται από απλές φόρμες και ζωηρά χρώματα καθώς αντανακλούν την ζωντάνια του νέου χρόνου της Κίνας. Εδώ παρατηρείται οργανική εικόνα. Η εικόνα του πολιτισμού της χώρας και της παράδοσης (Liao, Midnight Design, 2016. Δική μου μετάφραση).



Διάγραμμα 3: Kuocheng Liao & Midnight Design, *Year of the Monkey Commemorative Tickets*, 2016, Graphic Design, Illustration, Packaging [Taiwan, Κίνα].

Οι Neue Design Studio από την Νορβηγία είχαν την ευκαιρία να αναδημιουργήσουν το σχεδιασμό του διαβατηρίου και της νορβηγικής ταυτότητας των πολιτών της χώρας. Με αφορμή αυτό το γεγονός, δημιούργησαν εικόνες που αναπαριστούσαν κυρίως τοπία της Νορβηγίας (βλ. διαγ. 4). Αυτό γιατί οι πολίτες της χώρας ήταν πολύ δεμένοι με τη φύση. Χρησιμοποιήθηκαν απλές φόρμες και παστέλ χρώματα για το σχεδιασμό τους. Τα χρώματα επίσης έλαμπαν στο σκοτάδι με τη χρήση UV Light τονίζοντας ακόμη περισσότερο τα χρώματα των τοπίων. Τέλος, ο σχεδιασμός των σχεδιαστικών αποδόσεων πραγματοποιείτο σύμφωνα με τις προδιαγραφές που θα έπρεπε να αποτελεί το διαβατήριο και η ταυτότητα της χώρας. Γενικά, είχαν ως στόχο το οπτικό αποτέλεσμα να αντανakλά σωστά της αξία της χώρας, τοποθετώντας την σε υψηλή θέση (Coldwell, 2014. Δική μου μετάφραση, Neue, 2015. Δική μου μετάφραση).



Διάγραμμα 4: Neue Design Studio, *New. Relevant. Remarkable. Design*, 2015 [Νορβηγία].

Μια άλλη μελέτη περίπτωσης εξετάζει την γλώσσα και κατά πόσο αυτή μπορεί να αποτελέσει παράγοντα στη ταυτότητα της χώρας. Συγκεκριμένα, η δημιουργός Γεωργία Ευαγόρου ερευνά την κυπριακή διάλεκτο με αφορμή το γεγονός ότι το ελληνικό αλφάβητο απέτυχε να μεταδώσει ιδανικά τους ήχους της κυπριακής διαλέκτου. Έτσι, πειραματίζοντας με νέα σύμβολα και γράμματα, επιχειρεί να δημιουργήσει ένα κατάλληλο σύστημα ορθογραφίας της διαλέκτου μέσω επτά επιπλέον ιερογλυφικών συμβόλων που θα βοηθήσουν τους Κύπριους πολίτες να εκφραστούν ιδανικότερα (βλ. διαγ. 5). Τα σύμβολα στόχο είχαν να αναπαραστήσουν το πολιτισμό της Κύπρου καθώς και την κοινωνική και την προσωπική πολιτική της γλώσσας (Noble, Bestley, 2011, Δική μου μετάφραση, Evagorou, 2015, Δική μου μετάφραση).



Διάγραμμα 5: Georgia Evagorou, *Typeface – Symbols*, 2011, Σχεδιασμός Γραμματοσειράς [Κύπρος].



Διάγραμμα 6: Sanna Annukka, 2016, Prints & Wooden Products [Brighton, England].

Η Sanna Annukka είναι ακόμα μια καλλιτέχνης της οποίας οι δημιουργίες της προέρχονται από τη παράδοση της γενέτειρά της, τη Φιλανδία. Τα περισσότερα έργα της εκφράζονται μέσα από το ξύλο, τα μοτίβα και την μυθολογία του τόπου της. Τα έργα της ξεχωρίζουν με τα ιδιαίτερα μοτίβα και τα χρώματα που δημιουργεί. Οι περισσότερες δημιουργίες της παίρνουν τρισδιάστατη μορφή. Εκτός από το ξύλο χρησιμοποιεί αντικείμενα από την καθημερινότητα και εφαρμόζει πάνω τους τις εικονογραφήσεις της. Εδώ διαφαίνονται οπτικά όλα τα στοιχεία από τη παράδοση της Φιλανδίας (βλ. διαγ. 6) (Annukka, 2016. Δική μου μετάφραση).

Όπως διαφαίνεται στα πιο πάνω παραδείγματα η τεχνική του city branding, σε όλες τις περιπτώσεις, ενδυνάμωσε σημαντικά την αξία του κάθε χώρου-πόλης, ανάλογα με το μέσο που χρησιμοποιήθηκε. Χρησιμοποιώντας τις σωστές προδιαγραφές σχεδιασμού στις κατάλληλες εφαρμογές αναδύχθηκαν οι ιδιαιτερότητες των πόλεων. Η κάθε περίπτωση είχε το δικό της χαρακτηριστικό στοιχείο που τη διαφοροποιούσε από τις υπόλοιπες. Το μέσο σχεδιασμού μπορεί να είναι οποιοδήποτε. Έτσι στη περίπτωση της Λεμεσού, οι επιφάνειες των φρεατίων αποτελούν το ιδιαίτερο μέσο, το καμβά σχεδίασης που θα την προωθήσουν με το δικό της μοναδικό τρόπο. Ωστόσο για να γίνει αυτό, θα πρέπει αρχικά να είναι κατανοητές οι βασικές αρχές δημιουργίας τους ώστε να προχωρήσουμε στο στάδιο της υλοποίησης τους σχεδιασμού.

2.5 Επιφάνειες Φρεατίων

2.5.1 Κριτική Ανάλυση Σχεδιαστικής Απόδοσης (Παλιά Λεμεσός, Κύπρος)

Τα καλύμματα των φρεατίων που εμφανίζονται στη παλιά περιοχή της Λεμεσού θεωρούνται ένα είδος τυπογραφικών και σχεδιαστικών εκφάνσεων. Κάθε υπηρεσία ή οργανισμός που είναι υπεύθυνο για τη παραγωγή και την τοποθέτηση τους στους δρόμους παρέχει διαφορετικά μοτίβα, τα οποία χαρακτηρίζουν την αντίστοιχη υπηρεσία ή οργανισμό. Συγκεκριμένα παραδείγματα με υπηρεσίες να χρησιμοποιούν αυτές τις σχεδιαστικές αποδόσεις είναι το ΣΑΛΑ, η CYTA, το ΣΥΛ, η ΑΗΚ κ.α. Τα καπάκια αυτών των οργανισμών υπερισχύουν περισσότερο στους δρόμους και στα πεζοδρόμια της παλιάς πόλης. Άλλες υπηρεσίες με πιο μικρό αριθμό καλυμμάτων που εμφανίζονται στη περιοχή της Λεμεσού είναι η Carlenet, η Primetel, Πυροσβεστική Υπηρεσία (FH), κ.α. Γενικότερα, τα καπάκια αποτελούν αντικείμενα της πόλης που χρησιμοποιούνται για πρακτικούς σκοπούς, ενώ παράλληλα αποτελούν και ένα συνήθες και χαρακτηριστικό αντικείμενο στους δρόμους και τους πεζόδρομους. Γίνεται πλέον μέρος της πόλης.

Ο σχεδιασμός τους αποτελείται από ένα μονόχρωμο γεωμετρικό μοτίβο και μια απλή τυπογραφία που στολίζει τις επιφάνειες των φρεατίων. Παρόλο το γεγονός ότι ορισμένα είναι άχρωμα, ωστόσο κάποια διαφέρουν (π.χ. καπάκι πυροσβεστικής). Ο σχεδιασμός των καλυμμάτων χαρακτηρίζεται από ένα επαναλαμβανόμενο τετραγωνοποιημένο μοτίβο. Το μοτίβο περικυκλώνει τις τεχνικές πληροφορίες των επιφανειών, οι οποίες είναι το όνομα της υπηρεσίας, το όνομα της εταιρίας που κατασκευάστηκε και άλλες σχετικές προδιαγραφές (είδος κατηγορίας φρεατίου). Αυτές είναι ενσωματωμένες με λεπτή διακριτική γραμματοσειρά χωρίς ακρεμόνες (πρακτικοί λόγοι αποτύπωσης). Επίσης, ολόκληρο το μοτίβο του καπακιού ανυψώνεται ελαφρώς προς τα πάνω ώστε να δημιουργεί μια αντιολισθητική επιφάνεια. Αυτό εφαρμόζεται σε όλες τις επιφάνειες των φρεατίων για πρακτικούς σκοπούς. Οι ίσες αποστάσεις και η αναλογία των στοιχείων μέσα στο πλαίσιο εφαρμόζεται πάντοτε στα καλύμματα, για να είναι εφικτή η αποτύπωση του σχεδιασμού.



Διάγραμμα 7.1: Αρχή Ηλεκτρισμού Κύπρου, EN124, B125, D421 (450X900) [Λεμεσός].

Διάγραμμα 7.2: Manhole Access Cover [Λεμεσός].

Άλλες τεχνικές πληροφορίες που παρουσιάζονται και αφορούν τις προδιαγραφές κατασκευής τους (βλ. διαγ. 7) είναι το KM60007 με το αντίστοιχο σύμβολο του, το D421 που αναπαριστά τη κλάση του φρεατίου και το B125 που αναπαριστά το πόσο φορτίο αντέχει το μέταλλο. Τέλος, η προδιαγραφή EN124 είναι πάντα σταθερή και εμφανίζεται σχεδόν σε όλα τα καπάκια. Αυτή, καλύπτει τις απαιτήσεις των ευρωπαϊκών πρότυπων που αναγράφονται στους κανονισμούς της κατασκευής των φρεατίων (Wrekinproducts, 2015, Αρχή Ηλεκτρισμού Κύπρου, 2014, Proflo, 2009, Saint-Gobain, 2004, Saint-Gobain, 2004).

Ένα οπτικό παράδειγμα καλύμματος φρεατίου που βρίσκεται σε περιοχή της Λεμεσού, και περιέχει στοιχεία δημιουργικότητας στο σχεδιασμό του (σύμφωνα με τις κυπριακές κατασκευαστικές εταιρίες μετάλλων) είναι το παραπάνω παράδειγμα (βλ. διαγ. 8).

Το συγκεκριμένο παράδειγμα διαφέρει από τα προηγούμενα καλύμματα. Εδώ δεν εμφανίζονται καθόλου τεχνικές προδιαγραφές και ευρωπαϊκά πρότυπα των καπακιών. Στη παραπάνω απόδοση εμφανίζεται οπτικά, μια πυξίδα η οποία καλύπτει αναλογικά το κάλυμμα. Επίσης εμφανίζονται τα αρχικά των τεσσάρων κατευθύνσεων (βορράς, νότος, ανατολή, δύση). Εδώ διαφαίνεται μια προσπάθεια για καλαισθησία.

2.5.2 Αξιολόγηση/ Συμπέρασμα Σχεδιαστικής Απόδοσης Υφιστάμενων Καπακιών

Όλα τα παραδείγματα που αναφέρθηκαν πιο πάνω δείχνουν τη σχεδιαστική προσέγγιση που ακολουθούν οι κατασκευαστές στις επιφάνειες των φρεατίων, για τη Κύπρο συγκεκριμένα. Σε γενικές γραμμές όλα έχουν μια επανάληψη στο σχέδιο τους και μια μονοχρωμία. Παρόλο που ο χρηστικός τους σκοπός πραγματοποιείται, η δημιουργικότητα στο σχεδιαστικό κομμάτι είναι περιορισμένη. Είναι άτονα. Όλα τα καπάκια γίνονται με την μέθοδο της αυτοματοποίησης. Δεν υπάρχει επαρκής καλλιτεχνική απόδοση στις επιφάνειες των φρεατίων. Οι κατασκευαστές επιλέγουν να βάζουν συχνά το όνομα τους πάνω στις επιφάνειες, μαζί με τις προδιαγραφές των αντίστοιχων υπηρεσιών. Ολόκληρος ο σχεδιασμός στηρίζεται από ένα μονότονο μοτίβο και ωμές τυπογραφικές εκφάνσεις. Ως αποτέλεσμα, η ύπαρξη τους στους δρόμους αγνοείται τις περισσότερες φορές. Αποτελούν μια από τις πολλές “αόρατες” σχεδιαστικές εκφάνσεις που υπάρχουν στους δρόμους της Λεμεσού, και της Κύπρου γενικότερα. Είναι ένα αντικείμενο το οποίο βρίσκεται και υπάρχει παντού στη πόλη, εξυπηρετεί πρακτικές αξίες, ωστόσο αυτές οι αξίες αγνοούνται εξαιτίας του οπτικού αποτελέσματος. Αυτό το πρόβλημα πηγάζει από την αδυναμία της ίδιας τη χώρας να παράγει ιδανικά οπτικά πρότυπα στους καλλιτεχνικούς τομείς. Η απουσία της δημιουργικότητας αντανακλάται σημαντικά στις οπτικές τις αποδόσεις, πόσο μάλλον στις επιφάνειες των φρεατίων που θεωρούνται δευτερεύον μέσα οπτικοποίησης στη Κύπρο. Σχεδόν ανύπαρκτο μέσο οπτικής επικοινωνίας.

2.5.3 Δυνατότητα Ανασχεδιασμού

Σύμφωνα με την αντιπροσωπεία των κατασκευαστικών εταιριών των φρεατίων της Κύπρου, οι περιοριστικοί σχεδιασμοί των καλυμμάτων δεν είναι τόσο αυστηροί, δίνοντας μια δυνατότητα ευελιξίας στο σχεδιαστικό κομμάτι (πραγματοποίηση συνέντευξης). Επομένως, σύμφωνα με το θεωρητικό πλαίσιο που έγινε, η σχεδιαστική επίλυση που θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί να είχε σχέση με την ίδια τη πόλη, με την ιστορία και το πολιτισμό της, τις παραδόσεις και την κουλτούρα της. Πόσο ιδανικό θα ήταν αν συνδυάζαμε αυτά τα χρηστικά

αντικείμενα με την εικόνα της Λεμεσού και δημιουργούσαμε μια σχέση μεταξύ τους; Χρησιμοποιώντας ένα αντικείμενο της πόλης, ένα αντικείμενο που ενσωματώνεται και ανήκει στους δρόμους της, η απεικόνιση και η προώθηση της Λεμεσού κατά συνέπεια αποτελεί μια κατάλληλη σχεδιαστική πρόταση στη συγκεκριμένη περίπτωση. Εκφράζει σημαντικά αυτή τη μελέτη περίπτωσης. Ως αποτέλεσμα το οπτικό αποτέλεσμα θα προσέλκυε το περαστικό. Η οπτικής της εικόνα θα επικοινωνούσε τόσο με τους κάτοικους της πόλης όσο και τους τουρίστες που την επισκέπτονται. Μια οπτικοποίηση η οποία θα αντανάκλούσε την πόλη.

2.6 Δημιουργικοί σχεδιασμοί

2.6.1 Ιαπωνία

Η Ιαπωνία εφαρμόζει ιδανικά αυτό το σκεπτικό στις περισσότερες πόλεις της με εντυπωσιακά αποτελέσματα. Η Ιαπωνία είναι μια από τις πιο ανεπτυγμένες χώρες στο τομέα της τεχνολογίας με πολλές καινοτόμες εφευρέσεις στο ιστορικό της υπόβαθρο. Μια από αυτές είναι η τέχνη του μετάλλου. Αυτή η τέχνη ξεκίνησε από τη δεκαετία του 80' όπου ένας γραφειοκράτης της πόλης αποφάσισε πως το οπτικό αποτέλεσμα των καπακιών για τη κάθε πόλη έπρεπε να διαφοροποιηθεί με το ιδιαίτερο στοιχείο που θα την ξεχώριζε από τις υπόλοιπες. Επίσης ήταν μια ένδειξη ευαισθητοποίησης για το ψηλό κόστος των αποχετευτικών έργων. Σύμφωνα με την Ιαπωνική Κοινότητα των Καλυμμάτων των Φρεατίων “υπάρχουν 6000 μοναδικά παραδείγματα που αποτυπώθηκαν στις πόλεις της Ιαπωνίας” (Strategy, 2014. Δική μου μετάφραση).

Ορισμένα σχέδια χαρακτηρίζονται από μεγάλη σχεδιαστική λεπτομέρεια, ακρίβεια και κομψότητα (βλ. διαγ. 9). Στις επιφάνειες εμφανίζονται χαρακτήρες, τοπία, φυτά, ζώα κ.α. τα οποία συνδέονται άμεσα με τη παράδοση τους. Αποδίδουν την χλωρίδα και πανίδα της, τα φαντασμαγορικά αξιοθέατα της, τις ντόπιες εκδηλώσεις, το πολιτισμό, τη γλώσσα της καθώς και δημιουργικά σχέδια ζωγραφισμένα από μικρά παιδιά της πόλης. Σε ορισμένες περιπτώσεις απεικονίζεται μέρος της γλώσσας τους, ίσως κλειδιά-σύμβολα τα οποία να συμβολίζουν κάτι (τυπογραφικά στοιχεία). Όλα αυτά αποτελούν την εικόνα, τη ταυτότητα της κάθε πόλης της Ιαπωνίας και ενδυναμώνει την έννοια του city branding που αναφέρθηκε πιο πάνω, χωρίς να χάνεται η χρηστική αξία των καλυμμάτων. Αποτελεί μια δημιουργική μέθοδο διακόσμησης των δρόμων αλλά κυρίως των πεζόδρομων και πεζοδρομίων της χώρας, διότι, ο περαστικός θα έχει περισσότερη άνεση και χρόνο να τα παρατηρήσει.

Στα περισσότερα καπάκια κυριαρχεί το κυκλικό σχήμα, με ορισμένες εξαιρέσεις στις οποίες εφαρμόζεται το ορθογώνιο. Παρόλα αυτά, και στις δύο περιπτώσεις ο σχεδιασμός πετυχαίνεται εξίσου δημιουργικά. Τα ζωγραφισμένα τοπία και τα σύμβολα αλλάζουν ανάλογα με τη ιστορία της κάθε πόλης. Παρόλα αυτά, η παλέτα των χρωμάτων παραμένει η ίδια ώστε να υπάρχει συνοχή με το σύνολο. Ακόμα και στις περιπτώσεις της μονοχρωμίας, λεπτομέρειες - στοιχεία της ιστορίας της πόλης αναδεικνύονται με καλύτερο δυνατό τρόπο. (Strategy, 2014. Δική μου μετάφραση, Siddall, 2013. Δική μου μετάφραση, Kaushik, 2012. Δική μου μετάφραση, Schneider, 2013. Δική μου μετάφραση).



Διάγραμμα 8: *Artistic Manhole Covers* [Japan].

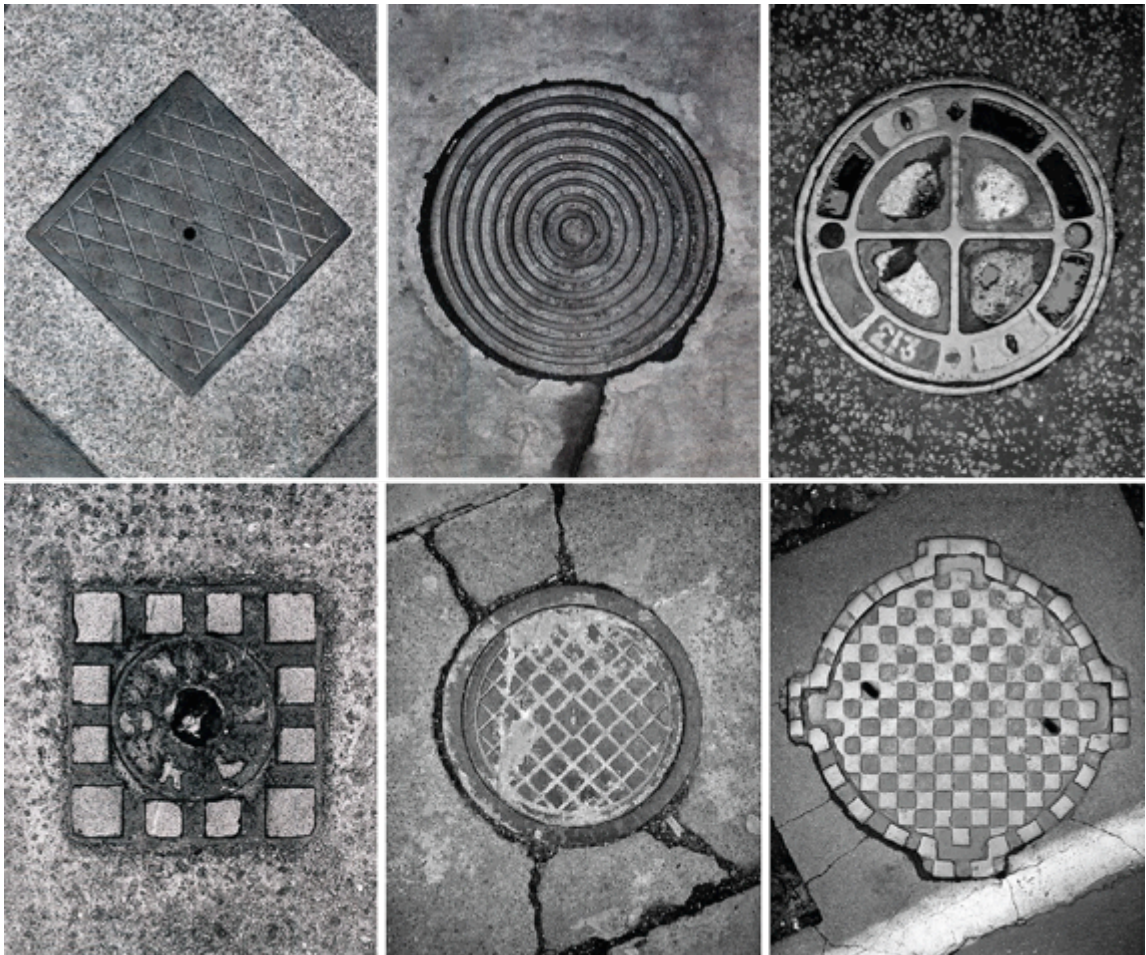
2.6.2 Άλλα Οπτικά Παραδείγματα

Πολλοί καλλιτέχνες χρησιμοποιούν τα καλύμματα των φρεατίων και ως αφετηρία έμπνευσης για άλλες εξίσου δημιουργικές δουλείες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η επέμβαση του γραφίστα Γιάννη Καρλόπουλου και της χαράκτριας Ήρας Σπαγαδώρου οι οποίοι έπιαναν τους σχεδιασμούς που βρίσκονταν στα καπάκια της Αθήνας, τους απομόνωναν με συγκεκριμένες διαδικασίες και τους αναπαριστούσαν ξανά σε έντυπη μορφή (σε γιαπωνέζικο χαρτί) (βλ. διαγ. 10). Το έργο σκοπό είχε να προβάλλει ξανά στην επιφάνεια αυτή την κληρονομιά που χάθηκε μέσα από τα χρόνια. Μια τέχνη που περνούσε απαρατήρητη στους δρόμους της Αθήνας. “Τα Αποτυπώματα πόλεως / City prints ξεκίνησαν προ 5ετίας ... ως μια προσπάθεια «υπενθύμισης» προς τους σύγχρονους κατοίκους της Αθήνας” (Καρλόπουλος, 2015).



Διάγραμμα 9: Γιάννης Καρλόπουλος & Ήρας Σπαγαδώρου, *Αποτυπώματα πόλεως/City prints*, 2015 [Αθήνα, Ελλάδα].

Άλλο παρόμοιο έργο είναι με τον Richard Glover, ο οποίος παρατηρώντας τα διάφορα μοτίβα που αποτυπώνονταν στα καλύμματα αποφάσισε να δημιουργήσει μια σειρά από φωτογραφίες για να παρουσιάσει τα ποικίλα σχήματα και μοτίβα που υπήρχαν στο Σίδνεϊ, στην Αυστραλία. Ονόμασε το έργο του “The Iron Under City Soles” (βλ. διαγ. 11) (Glover, 2013. Δική μου μετάφραση).



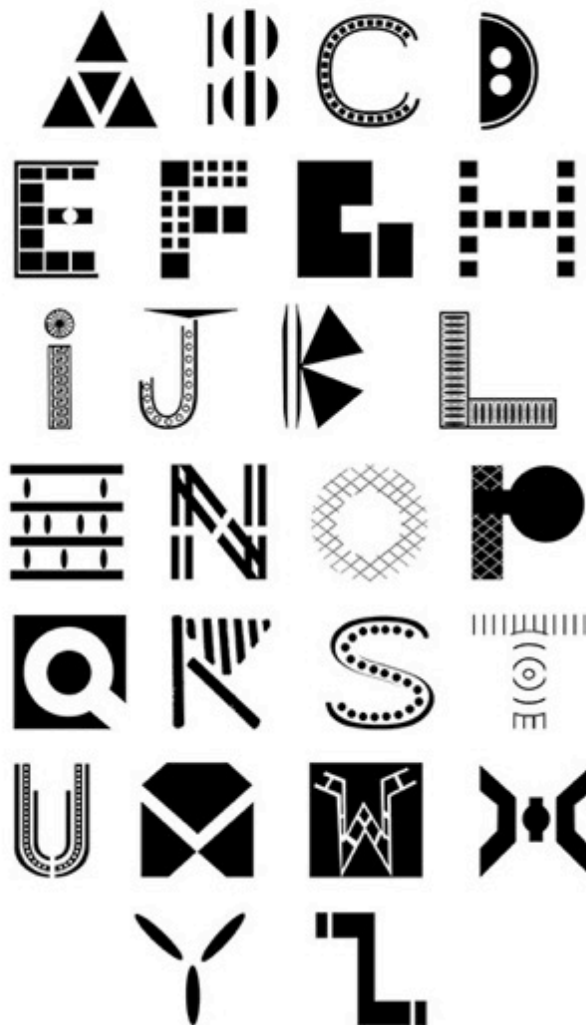
Διάγραμμα 10: Richard Glover, **Manhole Covers: *The Iron Under City Soles***, 2013, Photography [Σίδνεϊ, Αυστραλία].

Ακόμα μια καλλιτέχνης-εικονογράφος, η Teresa Wooten, επιχειρεί να σχεδιάσει καλύμματα φρεατίων προκειμένου να αναπαραστήσει συμβολικά μια πόλη ή πολιτεία. Η ίδια σχολιάζει: “Ο στόχος ήταν να ερευνήσω τα καλύμματα των φρεατίων και να διαλέξω μια πόλη ή πολιτεία για να σχεδιάσω για αυτήν ... Μέχρι να δουλέψω αυτό το έργο, δεν είχα ιδέα για το πόσο περίπλοκα ήταν μερικά από αυτά τα σχέδια” (βλ. διαγ. 12) (Wooten, 2014. Δική μου μετάφραση).



Διάγραμμα 11: Teresa Wooten, *Manhole cover project*, 2014, Illustrations.

Τα μοτίβα των καλυμμάτων αποτέλεσαν επίσης πηγή έμπνευσης για δημιουργία γραμματοσειράς. Η καλλιτέχνης-γραφίστας Joe Lau καλέστηκε να δημιουργήσει ένα αλφάβητο επηρεαζόμενο από τα επαναλαμβανόμενα μοτίβα που επικρατούσαν στα καλύμματα στη πόλη Brighton, στο Ηνωμένο Βασίλειο. Το αποτέλεσμα παρουσιάζεται πιο κάτω (βλ. διαγ. 13) (Lau, 2014. Δική μου μετάφραση).



MANHOLE COVERS FONT
BRIGHTON

Διάγραμμα 12: Joe Lau, *Manhole Cover Font*, 2014 [Brighton, United Kingdom].

2.7 Οπτικοποίηση Λεμεσού

2.7.1 Λεμεσός

Για να γίνει εφικτή η οπτικοποίηση της Λεμεσού, θα πρέπει να βρούμε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της πόλης (city branding) που την κάνουν τόσο μοναδική και ιδιαίτερη. Τα χαρακτηριστικά της μπορεί να πηγάζουν από πολλαπλούς παράγοντες. Αυτά μπορεί να είναι η γεωγραφική της θέση, η αρχιτεκτονική της, οι δρόμοι της, η ιστορία και τα μουσεία της, ο πολιτισμός, οι γιορτές, οι εκδηλώσεις και όποια στοιχεία την χαρακτηρίζουν. Όλα αυτά τα στοιχεία δημιουργούν την εικόνα της Λεμεσού. Η Κύπρος κουβαλά μια τεράστια παράδοση και ιστορία στη πλάτη της. Χαρακτηρίζεται από ήθη, έθιμα, πολιτισμό, κουλτούρα, γιορτές, εκδηλώσεις κ.α. Η Λεμεσός συμπεριλαμβάνεται σε όλα αυτά. Ωστόσο ποιο είναι το χαρακτηριστικό που την ταυτοποιεί από τις υπόλοιπες πόλεις της Κύπρου; Και ποιο είδος εικόνας από αυτά που αναφέρθηκαν πιο πάνω θα ήταν ιδανικό να χρησιμοποιήσουμε;

2.7.2 Μουσείο Λαϊκής Τέχνης

Ένα μέρος από την ιστορία της Κύπρου αντανακλάται από τα μουσεία της. Αυτά συμπεριλαμβάνονται στη οργανική εικόνα της Κύπρου. Συγκεκριμένα το Δημοτικό Μουσείο Λαϊκής Τέχνης, προσφέρει μια συλλογή από αξιόλογα κυπριακά κεντήματα, ενδύματα και αντικείμενα χειροτεχνίας (19^ο-20 αι.) όπως αγροτικά και γεωργικά σκεύη, κοσμήματα, έπιπλα κ.α. Τα περισσότερα αντικείμενα κοσμούνται από πλούσια μοτίβα βγαλμένα από την παράδοση. Εκτός από τα έντονα χρώματα των μοτίβων, στους σχεδιασμούς διακρίνονται ενδιαφέρον χαρακτήρες ζώων (βλ. Διαγ. 13.3, 13.7). Επίσης, οι λεπτομέρειες των κεντημάτων γίνονται με ευλάβεια και ακρίβεια. Υπάρχει και εδώ το στοιχείο της επανάληψης (βλ. διαγ. 13. (1-8)). Πιο κάτω παρουσιάζονται κάποιες από τις συλλογές που υπάρχουν στο μουσείο.

Διάγραμμα 13: *Κυπριακή συλλογή Μουσείου Λαϊκής Τέχνης* [Λεμεσός, Κύπρος]



Διάγραμμα 13.1: Λεπτομέρεια πάνω σε χαλί.



Διάγραμμα 13.2: Λεπτομέρεια από σεντόνι κρεβατιού.



Διάγραμμα 13.3: Λεπτομέρεια πάνω σε έπιπλο.



Διάγραμμα 13.4: Λεπτομέρεια πάνω σε χαλί.



Διάγραμμα 13.5: Λεπτομέρεια, κόκκινη στραυροβελονιά.



Διάγραμμα 13.6: Λεπτομέρεια, κόκκινη στραυροβελονιά.



Διάγραμμα 13.7: Χειροποίητο κέντημα με παραδοσιακό μοτίβο. Φέρει χρυσαφένια κορνίζα.



Διάγραμμα 13.8: Κέντημα σταυροβελονιά με "σταυροφόρους" σε άκρη βαμβακερής μαντιλιάς, 19ος αι [Πάφος].

Γενικότερα, η λαϊκή λαογραφία της Κύπρου αποτέλεσε πηγή έμπνευσης για το σχεδιασμό της Λεμεσού, καθώς τα μοτίβα εφαρμόστηκαν ιδανικά στο μέσο που χρησιμοποιήθηκε. Ωστόσο, αναφέρονται γενικά στη Κύπρο. Για την οπτικοποίηση της Λεμεσού, χρειάστηκαν τα χαρακτηριστικά τα οποία την ταυτοποιούν από τις υπόλοιπες. Σύμφωνα με τον συγγραφέα Χριστάκη Σαββίδη, η Λεμεσός υπήρξε πηγή αφετηρίας σε πολλούς τομείς.

2.8 “Η Λεμεσός του Χθες και του Σήμερα”

2.8.1 “Αντικείμενα” της Λεμεσού

Πολλά είναι τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν τη Λεμεσό. Η Λεμεσός υπήρξε η πόλη εξαγωγής των κυπριακών προϊόντων για όλες τις πόλεις της Κύπρου. Η Λεμεσός συνδέεται άμεσα με τον οίνο, τις οινοβιομηχανίες, τους αμπελώνες και Κρασοχώρια της. Η γιορτή του Κρασιού γιορτάζεται από το 1961 στο Δημοτικό Κήπο Λεμεσού. Σύμφωνα με τη παράδοση, τα παλαιότερα χρόνια θεωρείτο ασέβεια το να μην μεθούσες. Το κρασί ήταν απαραίτητο “συστατικό” στις γιορτές και εκδηλώσεις. Το σταφύλι αποτέλεσε σημαντικό παράγοντα στη κυπριακή οικονομία. Η χαρακτηριστική ατάκα του Κύπριου βρακά που γιορτάζει και γλεντά είναι το “*Πίννε κρασίν νάσις ζωήν*”. Άλλο ιδιαίτερο “αντικείμενο” της είναι το χαρούπι. Το χαρούπι αποτελεί τεράστια πηγή εισοδήματος για την επαρχία της Λεμεσού. Το μάζεμα του μαύρου χρυσού αποτελούσε κύρια δραστηριότητα για τους Κύπριους κατοίκους. Εξοπλισμένοι με τα εργαλεία, πήγαιναν στα αμπέλια και άρχιζαν το μάζεμα (Σαββίδης, 1999, σελ. 65, 223).

Άλλα εξίσου σημαντικά “αντικείμενα” της Λεμεσού είναι ο Υδατόπυργος, το Πανδοχείο στη Παλιά Λεμεσό, η Αγορά, ο Κατακλυσμός, η Γιορτή των Ανθέων, η Γιορτή του Καρναβαλιού, το Παλιό Λιμάνι, το Μεσαιωνικό Κάστρο, η Πλατεία Ηρώων, το Θέατρο Ριάλτο, ο Δημοτικός Κήπος, οι Αποβάθρες, ο Μόλος, το Δασούδι, το συγκρότημα της ΚΕΟ, του Λανίτη κ.τ.λ. Ο Υδατόπυργος αποτελεί σύμβολο της πόλης από το 1930. Το παλιό Λιμάνι της Λεμεσού αποτελεί το κυριότερο και μεγαλύτερο λιμάνι της Κύπρου. Ο Δημοτικός Κήπος αποτελεί χώρο φιλοξενίας για πολλές εκδηλώσεις της Λεμεσού (μια εκ των οποίων αναφέρθηκε πιο πάνω), ενώ αποτελεί παράλληλα το ζωολογικό της Κήπο της πόλης. Η Γιορτή του Καρναβαλιού αποτελεί μια από τις πολιτιστικές εκδηλώσεις της Λεμεσού όπου οι πολίτες έχουν την ευκαιρία να μεταμφιεστούν και να μασκαρευτούν. Τέλος, το Μεσαιωνικό Κάστρο αποτελεί τόπο επίσκεψης και θέασης της ιστορίας της Κύπρου (Ιωάννου, 2009, Τηλλυρής, Χριστοδούλου, Αναστασιάδης, 2013).

3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Στόχος της παρούσας μελέτης είναι ο ανασχεδιασμός των καπακιών των φρεατίων με δημιουργικό και ενδιαφέρον τρόπο σε σχέση με τα υφιστάμενα κυπριακά παραδείγματα. Βασικό εργαλείο στη δημιουργία τους θα αποτελεί το city branding, με αφετηρία έμπνευσης την κυπριακή παράδοση. Τα καπάκια θα αποτελούν νέες δημιουργικές αποτυπώσεις που θα προωθούν την ίδια τη πόλη, ιδανικότερες αποδόσεις της “αόρατης” τυπογραφίας σε συνδυασμό με σύγχρονες, σχεδιαστικές και εικαστικές χρήσεις της. Πιο αναλυτικά, οι ερευνητικοί στόχοι του πρακτικού έργου είναι η:

- Δημιουργία σχεδιασμών με βάση την εικόνα της Λεμεσού
 1. Χρήση κυπριακής λαογραφίας και μοτίβων
 2. Χρήση “αντικειμένων” Λεμεσού
- Δημιουργία σχεδιασμών σύμφωνα με τις αρχές των κατασκευαστικών εταιριών μετάλλων:
 1. Χρήση τεχνικών πληροφοριών στα καπάκια
 2. Εφαρμογή σχεδιασμών σε συγκεκριμένες διαστάσεις και πλαίσια
 3. Τρισδιάστατες εφαρμογές σχεδίων
 4. Σωστή αναλογία ανύψωσης σχεδίων (ανάγλυφη επιφάνεια)

4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

4.1 Έρευνα Δράσης

Η μεθοδολογία η οποία χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα πτυχιακή εργασία είναι, η έρευνα δράσης. Η συγκεκριμένη μεθοδολογία επιλέχτηκε ως αποτέλεσμα της ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας που αντανάκλουσε τη μελέτη μου. Δηλαδή την υλοποίηση μιας βιβλιογραφικής έρευνας και στη συνέχεια ενός πρακτικού έργου για την επίτευξη των ερευνητικών στόχων. Αναλυτικότερα, η συγκεκριμένη μεθοδολογική προσέγγιση ακολουθεί μια επαναληπτική διαδικασία η οποία ξεκινά πρώτα με το πρόβλημα, προχωρά στη διάγνωση και σχεδιαστική παρέμβαση του, φτάνει στην αξιολόγηση, και όταν τελειώσει με την αξιολόγηση αρχίζει ξανά από την αρχή. Είναι ένας επαναλαμβανόμενος κύκλος, του οποίου είναι πιθανόν να αποβεί αδύνατη η υλοποίησή του. Ο ερευνητής συμμετέχει σε όλα τα στάδια του επαναληπτικού κύκλου.

Το πλεονέκτημα της Έρευνας Δράσης είναι ότι επικρατεί κυρίως ένα ομαδικό και συλλογικό πνεύμα ανάμεσα στα άτομα. Οι συζητήσεις που προκύπτουν τις περισσότερες φορές ακολουθούν ημι-δομημένες συζητήσεις καθώς προκύπτουν πολλές αναδυόμενες ερωτήσεις. Στη πρακτική έρευνα, εξετάζεται κυρίως η επαγγελματική απόδοση της εργασίας στην οποία αξιολογούνται τα αποτελέσματα των ενεργειών της. Σκοπός είναι η μεσολάβηση και η άμεση βοήθεια από τον ερευνητή.

Τα εργαλεία της Έρευνας Δράσης είναι υφιστάμενες βιβλιογραφικές πηγές, συνεντεύξεις, ίσως ερωτηματολόγια, αλλά το βασικό και το πιο σημαντικό εργαλείο της μεθόδου είναι τα λεγόμενα Focus Groups. Τα Focus Groups αποτελούν ομάδες συζητήσεις με σκοπό την καλύτερη κατανόηση της έρευνας.

4.2 Περιγραφή διαδικασίας με βάση τη μεθοδολογία

Πρώτο βήμα στη μελέτη μου ήταν η οπτική καταγραφή των φρεατίων της παλιάς πόλης της Λεμεσού. Όλα τα είδη των φρεατίων που υπήρχαν στη περιοχή, στους δρόμους, σε παρόδους κ.α (κυκλικά, τετραγώνια, ορθογώνια), καταγράφηκαν. Επόμενο στάδιο ήταν η πραγματοποίηση συνεντεύξεων στο Συμβούλιο Αποχετεύσεων Λεμεσού Αμαθούντας (ΣΑΛΑ) και στον Αντιπρόσωπο της κατασκευαστικής εταιρίας μετάλλων *VERALCO*. Από εκεί, πήρα όλες τις σχετικές πληροφορίες όσον αφορά τις αρχές κατασκευής τους. Ποιος είναι ο ρόλος των φρεατίων; Ποια η διαδικασία κατασκευής τους; Ποιες οι προδιαγραφές

και τα κριτήρια κατασκευής; Τι αναπαριστούν τα μοτίβα; Πόσο εφικτός είναι ο ανασχεδιασμός των καπακιών στο χώρο; Και πολλές άλλες αναδυόμενες ερωτήσεις και σχετικά θέματα που προέκυψαν μέσα από τις συζητήσεις. Σ' αυτό το στάδιο λύθηκαν όλες οι απορίες σχετικά με τις τεχνικές λεπτομέρειες κατασκευής τους για τη συνέχεια του ερευνητικού έργου. Επόμενη φάση ήταν η οπτικοποίηση της Λεμεσού η οποία περιγράφεται πιο κάτω.

5. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

5.1 Γενική Περιγραφή Πρακτικής Άσκησης του έργου

$$\text{Κυπριακή} \\ \text{Λαογραφία} + \text{"αντικείμενα"} \\ \text{Λεμεσού} = \text{Οπτικοποίηση} \\ \text{Λεμεσού}$$

Διαγράμμα 14: Οπτικοποίηση Λεμεσού.

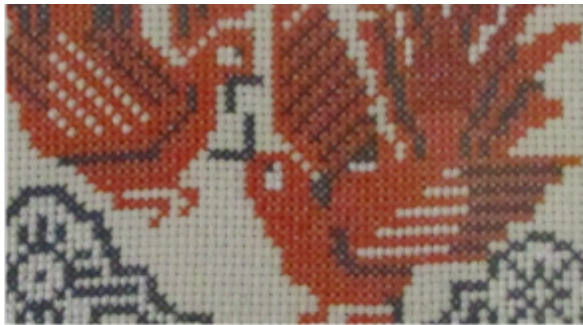
Στο σημείο αυτό για να γίνει εφικτή η οπτικοποίηση της Λεμεσού πάνω στα καλύμματα έχουν χρησιμοποιηθεί στοιχεία από την λαογραφία της Κύπρου και στοιχεία από την ιστορία της Λεμεσού και έχουν ομαδοποιηθεί. Το πρώτο στοιχείο είναι η λαογραφία, και το δεύτερο τα “αντικείμενα” της Λεμεσού. Απομονώθηκε η βασική φόρμα από το κάθε “αντικείμενο” και στη συνέχεια ενοποιήθηκε ώστε να παραχθεί το επιθυμητό οπτικό αποτέλεσμα. Ωστόσο ο σχεδιασμός έπρεπε να πληρεί τις προδιαγραφές των καπακιών που αναφέρθηκαν. Οι γραμμές του σχεδιασμού εξογκώνονται ελαφρώς προς τα πάνω για να δημιουργείται μια τραχεία επιφάνεια στους δρόμους και πεζόδρομους (πρακτικοί λόγοι). Επομένως όλος ο σχεδιασμός αποτελεί ανάγλυφο ή το αντίστροφο (εσώγλυφο), αναλογικά σε όλη την επιφάνεια του καπακιού. Επίσης οι σχεδιασμοί χαρακτηρίζονται από απλότητα και καθαρότητα στη φόρμας τους ώστε να είναι τεχνικά εφικτό να αποτυπωθεί ο σχεδιασμός στο μέταλλο.

5.2 Φόρμες – Σχήματα Αντικειμένων

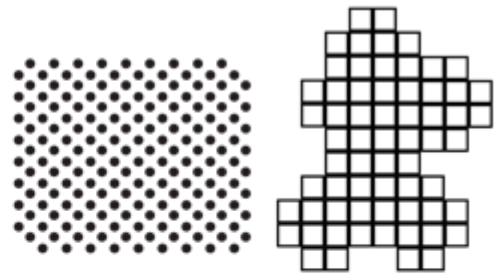
5.2.1 Απομόνωση Μοτίβου από τη Λαογραφία

Σε αυτό το σημείο απομονώθηκε το κύριο μοτίβο από τα κεντήματα και διαφαίνεται αισθητά η γραμμή της φόρμας που χρησιμοποιήθηκε.

Διαγράμμα 15: Φόρμες από τα μοτίβα.



Χειροποίητο κέντημα με παραδοσιακό μοτίβο

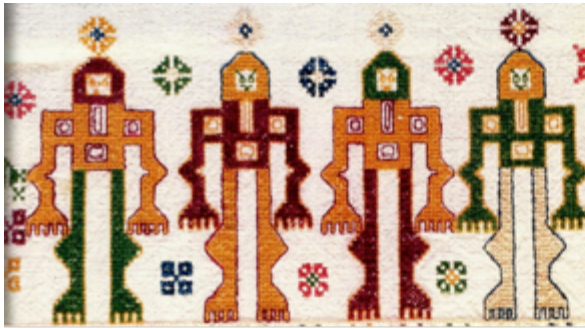


Λεπτομέρεια, κόκκινη σταυροβελονιά



Λεπτομέρεια από σεντόνι κρεβατιού





Κέντημα στανροβελονιά με "στανροφόρους"



Λεπτομέρεια πάνω σε χαλί



Λεπτομέρεια πάνω σε χαλί



Ανάγλυφη λεπτομέρεια πάνω σε ξύλινο έπιπλο



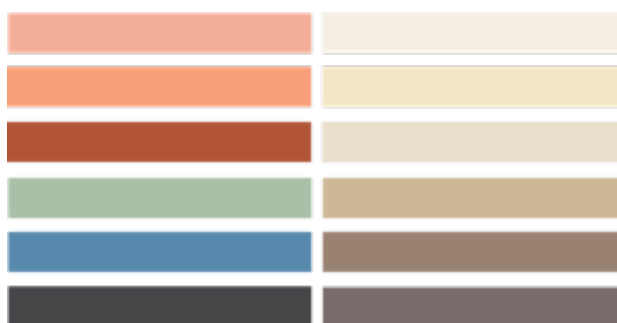
5.3 Κύριες θεματικές που σχεδιάστηκαν

Τα επτά κύρια αντικείμενα που επιλέχθηκαν και χρησιμοποιήθηκαν στους σχεδιασμούς ήταν τα ακόλουθα:

- A. Κρασί/ Σταφύλι
- B. Υδατόπυργος
- Γ. Λιμάνι Λεμεσού
- Δ. Καρναβάλι Λεμεσού
- Ε. Χαρούπι
- Ζ. Μεσαιωνικό Κάστρο
- Η. Ζωολογικός Κήπος

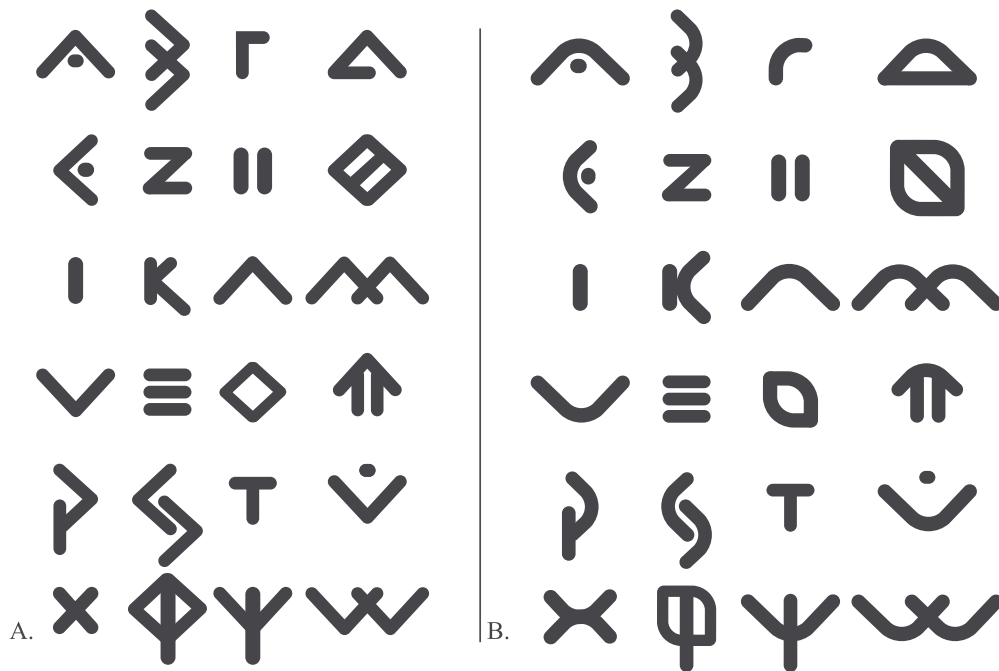
5.4 Χρωματισμοί

Για το σχεδιασμό της Λεμεσού χρησιμοποιήθηκε μια παλέτα από γήινα χρώματα, καθώς οι συγκεκριμένοι τόνοι εκφράζαν κατάλληλα το σκεπτικό του έργου (ιστορία-παράδοση). Οι χρωματισμοί που επιλέχθηκαν για το κάθε σχεδιασμό αναδεικνύουν την κάθε περίπτωση ξεχωριστά (κόκκινο-κρασί, πράσινο-φυτά, μπλε-νερό, καφέ-χώμα/κλαδιά, σκούρο γκρίζο-πέτρα κ.α). Τα σχέδια εκτός από την έγχρωμη εφαρμογή τους, σχεδιάστηκαν επίσης, σε μαύρο-άσπρη εφαρμογή για να επικοινωνούν εξίσου αποτελεσματικά και χωρίς χρώμα. Η παλέτα δημιουργήθηκε για να εμπλουτίσει ακόμη περισσότερο τους σχεδιασμούς, ωστόσο δεν χρησιμοποιήθηκε στις τρισδιάστατες κατασκευές για πρακτικούς λόγους (κυπριακές απαιτήσεις).



Διάγραμμα 16: Χρωματική παλέτα που εφαρμόστηκε.

5.5 Γραμματοσειρά



Διάγραμμα 17: Γραμματοσειρά που εφαρμόστηκε, A-Triangled, B-Curved

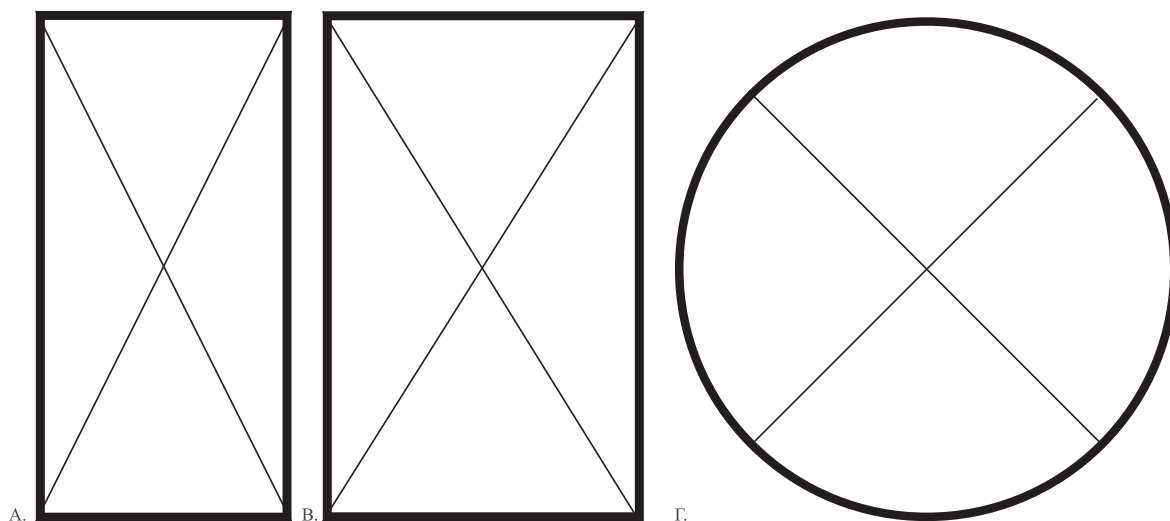
Στα πλαίσια της ανάπτυξης των σχεδιασμών, δημιουργήθηκε μια οικογένεια γραμματοσειράς η οποία προήλθε από τις βασικές φόρμες των αντικειμένων. Η γραμματοσειρά χαρακτηρίζεται από οργανικότητα, γεωμετρικότητα και απλότητα στο σχεδιασμό της. Αυτή, αντανakλά τις φόρμες των κύριων σχεδιασμών. Η οικογένεια της γραμματοσειράς αποτελείται από δύο τύπους. Τη *Triangled* και τη *Curved*.

5.6 Τυπογραφικές Εκφάνσεις

Η γραμματοσειρά που αναπτύχθηκε, χρησιμοποιήθηκε σε όλες τις θεματικές με το αντίστοιχο λεκτικό μήνυμα. Μαζί με αυτό, συνοδεύτηκαν ορισμένες τεχνικές πληροφορίες, (EN124, B125) ώστε να παραμείνουν κάποια από τα υφιστάμενα τυπογραφικά στοιχεία που υπήρχαν ήδη στα καπάκια. Αυτά είναι σχεδιασμένα με γραμματοσειρά χωρίς ακρεμόνες για την εύκολη αποτύπωση τους στο μέταλλο.

5.7 Διαστάσεις και Σχήματα Καπακιών που χρησιμοποιήθηκαν

Οι σχεδιασμοί εφαρμόστηκαν σε τρεις προϋπάρχουσες διαστάσεις και σχήματα καπακιών. Αυτά ήταν τα καπάκια της ΑΗΚ, του FH (πυροσβεστικής) και του ΣΑΛΑ. Χρησιμοποιήθηκε ένα κυκλικό και δύο ορθογώνια πλαίσια.



Διάγραμμα 18: Διαστάσεις και σχήματα καπακιών, Α- 450X900mm, Β-270X420mm, Γ-670X670mm.

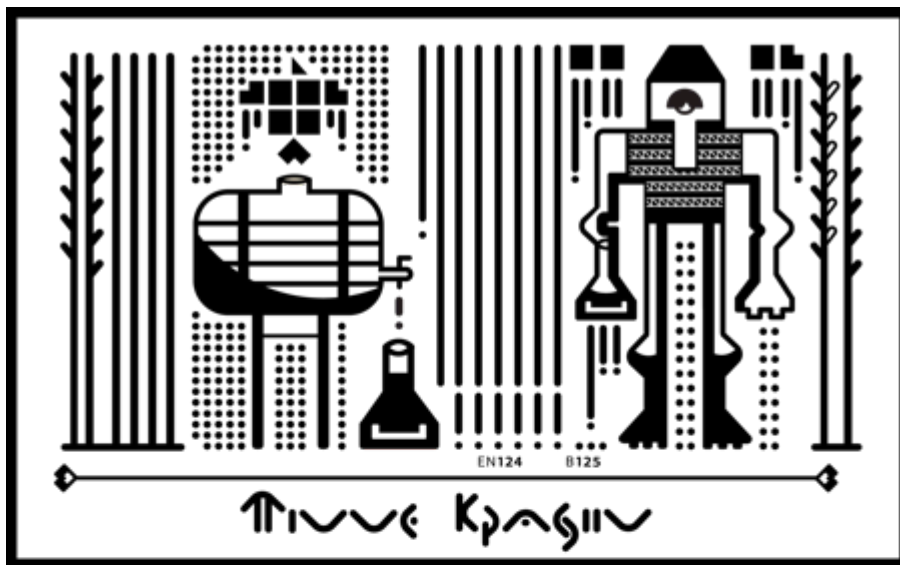
5.8 Εφαρμογή και παρουσίαση σχεδιασμών

Αρχικά, δημιουργήθηκαν οι γραμμικοί σχεδιασμοί. Στη συνέχεια τα σχέδια από επίπεδες επιφάνειες μετατράπηκαν σε τρισδιάστατες μονόχρωμες κατασκευές για να πλησιάζουν, όσο γίνεται, τις πραγματικές διαστάσεις και ύψη των καλυμμάτων. Έχοντας ολοκληρώσει την διαδικασία του σχεδιασμού, και έχοντας πραγματοποιήσει ένα ικανοποιητικό αριθμό τρισδιάστατων κατασκευών, επόμενο βήμα ήταν η παρουσίαση τους. Για την παρουσίαση των καπακιών που αναπαριστούσαν την Λεμεσό, δημιουργήθηκε ένα Α3 έντυπο που παρουσιάζει τις νέες σχεδιαστικές προτάσεις των καπακιών της Λεμεσού (γραμμικοί και τρισδιάστατοι σχεδιασμοί) σε συνδυασμό με σχετικές πληροφορίες της πόλης. Το έντυπο περιλαμβάνει επίσης, τη παρουσίαση της γραμματοσειράς είτε με τη μορφή αλφάβητου είτε με τη μορφή γραφιστικών στοιχείων στις σελίδες. Το μέγεθος του εντύπου επιλέχτηκε επειδή αυτό αναδείκνυε και ενίσχυε καταλληλότερα την κλίμακα των καπακιών.

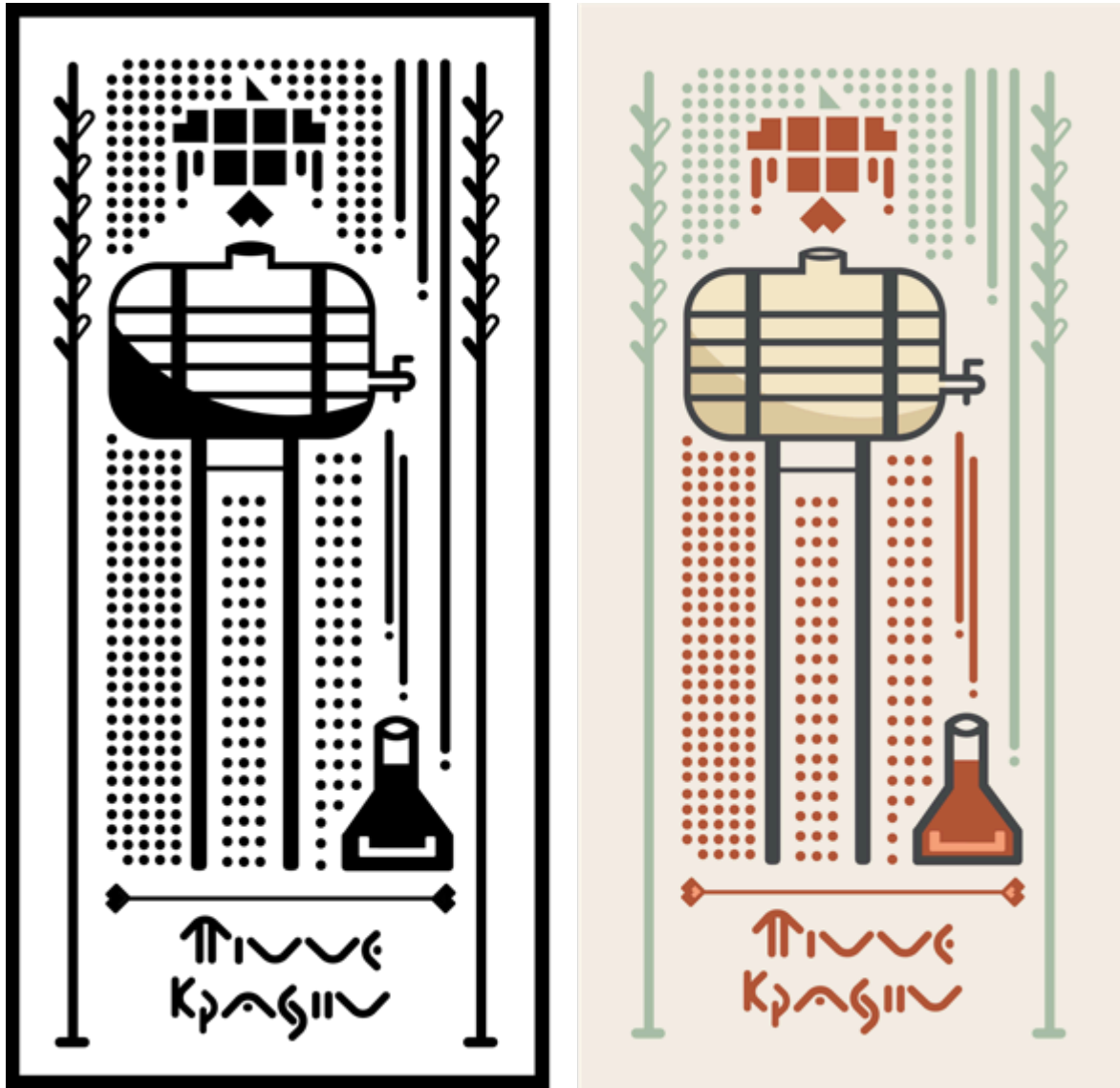
5.9 Χρήση Λογισμικών

Για την πραγματοποίηση ολόκληρου του σχεδιαστικού έργου χρησιμοποιήθηκαν τα ακόλουθα λογισμικά προγράμματα: Adobe Illustrator CS6, Adobe Photoshop CS6, Adobe InDesign CS6, Maya Autodesk.

5.10 Δείγματα πρακτικού έργου στον πρώτο κύκλο της έρευνας



Διαγράμμα 19: Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Κρασί-Σταφύλι, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός.



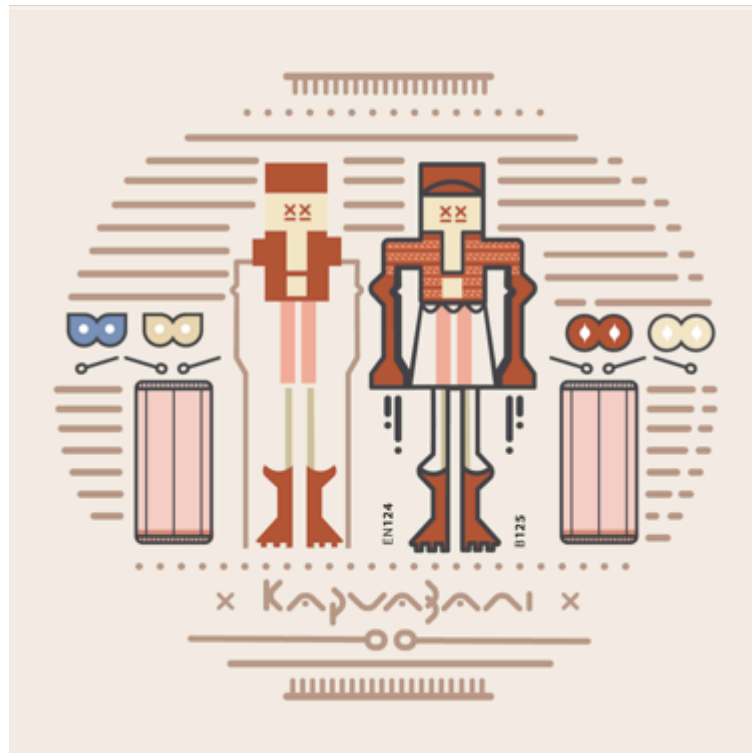
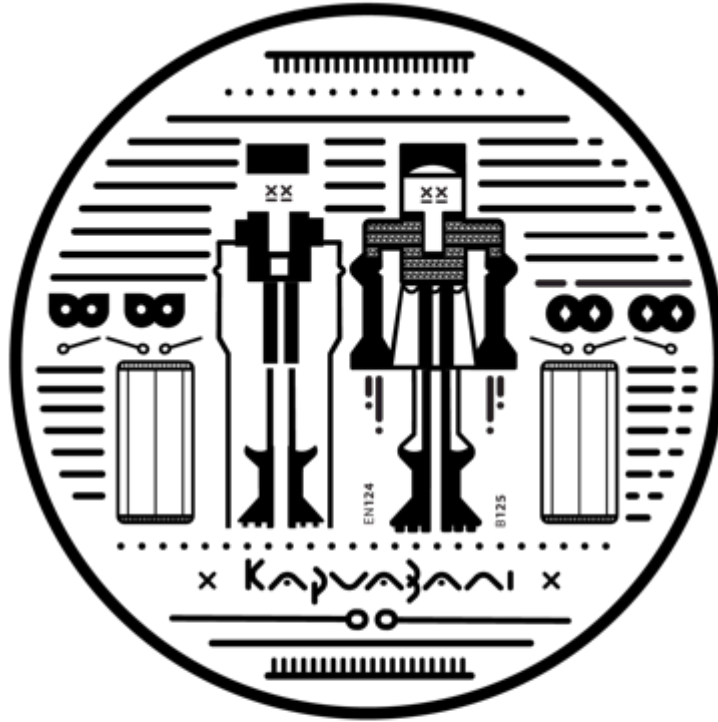
Διαγράμμα 20: Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Κρασί-Σταφύλι, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 450X900, 2^η έκδοχή.



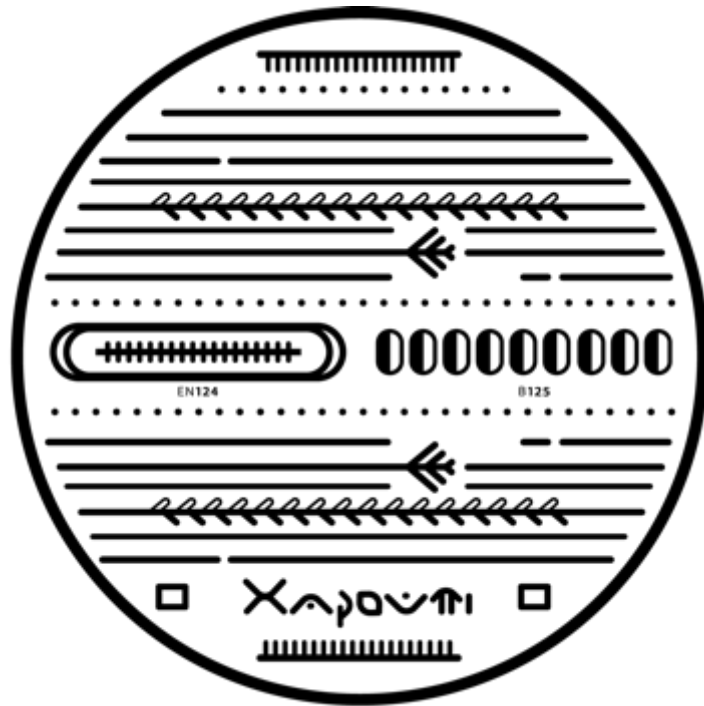
Διαγράμμα 21: Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Υδατόπυργος, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 670X670.



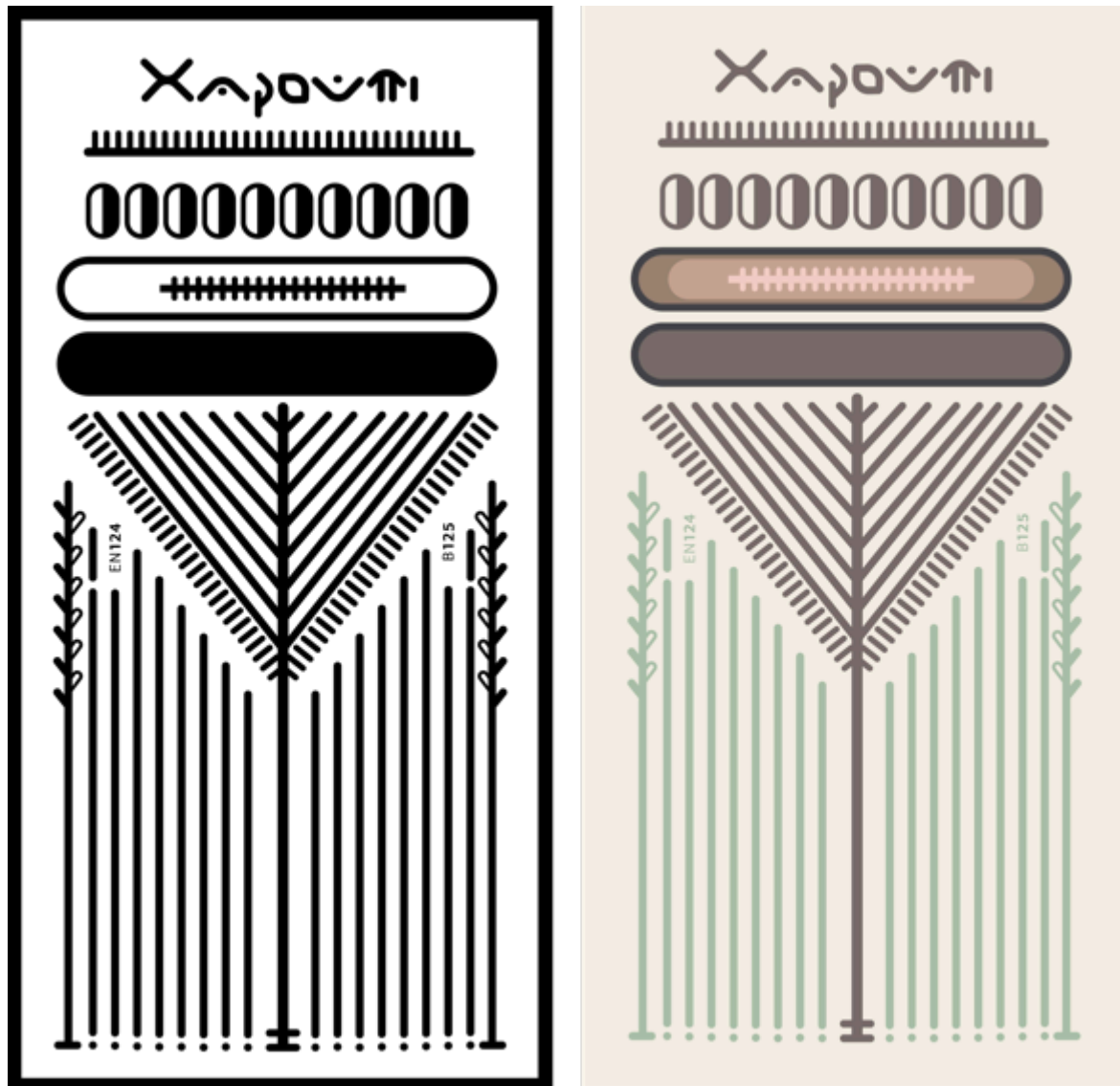
Διαγράμμα 22: *Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Λιμάνι Λεμεσού*, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 450X900.



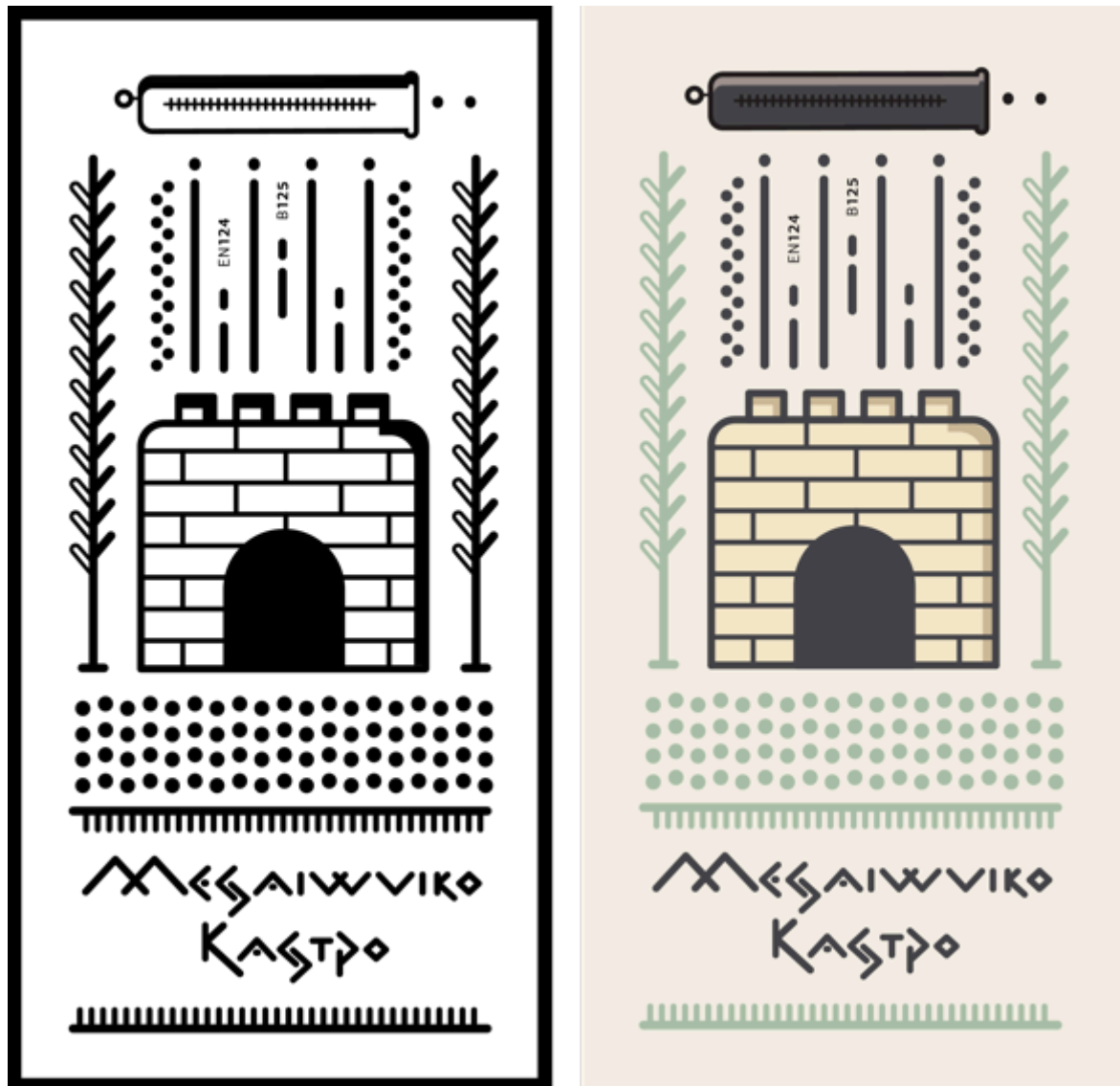
Διαγράμμα 23: Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Καρναβάλι Λεμεσού, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 670X670.



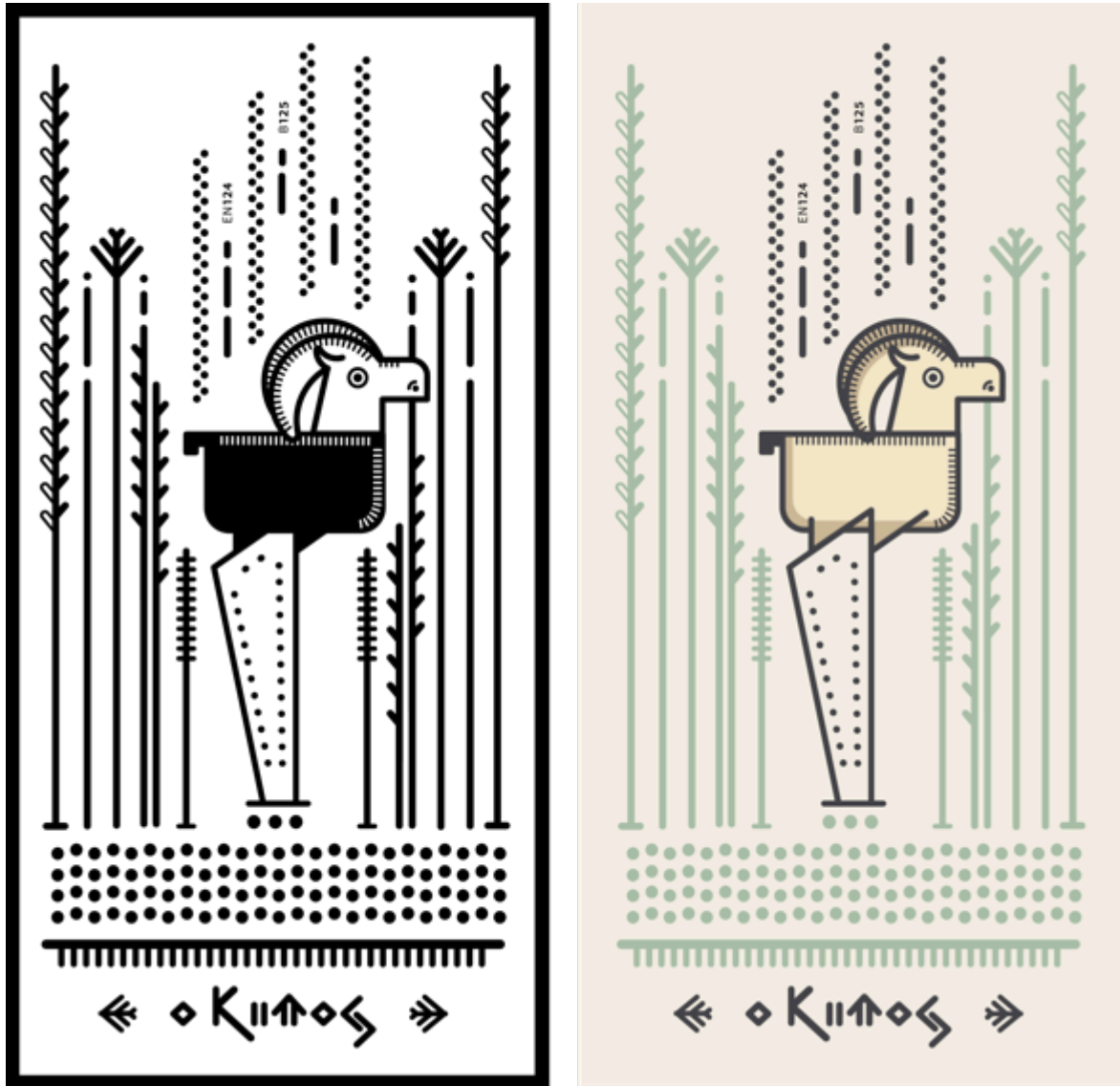
Διαγράμμα 24: Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Χαρούπι-Μαύρος Χρυσός, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 670X670.



Διαγράμμα 25: Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Χαρούπι-Μαύρος Χρυσός, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 450X900, 2^η έκδοχή.



Διαγράμμα 26: *Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Μεσαιωνικό Κάστρο*, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 450X900.



Διαγράμμα 27: Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Ζωολογικός Κήπος Λεμεσού, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 450X900.



Διαγράμμα 28: *Επίπεδος σχεδιασμός καπακιού: Ζωολογικός Κήπος Λεμεσού*, Μαυρο-άσπρος & Έγχρωμος Σχεδιασμός, 670X670, 2^η εκδοχή.

5.11 Σκεπτικό των θεμάτων που ακολουθήθηκε

Όλοι οι σχεδιασμοί διακρίνονται από συνοχή στις γραμμές τους, στις φόρμες και στα μοτίβα τους. Κυριαρχεί μια γεωμετρική σχεδιαστική προσέγγιση. Παρόλο το γεγονός ότι τα μοτίβα που χρησιμοποιήθηκαν προέρχονταν από τη λαογραφία, ωστόσο, αυτά αποτέλεσαν σημείο εξέλιξης στο σχεδιασμό. Περικυκλώνουν ολόκληρο το σχεδιασμό. Πιο κάτω γίνεται επεξήγηση στο σκεπτικό και των επτά θεματικών.

Κρασί/ Σταφύλι

Εδώ, βασική φιγούρα αποτελεί ο “σύγχρονος” βρακάς με τη ιδιαίτερη ενδυμασία του και την μπουκάλα του κρασιού που κρατά (βλ. διαγ. 19, 20). Μαζί με αυτόν, στο πλαίσιο, διαφαίνεται μέρος της διαδικασίας παραγωγής του κρασιού. Το σταφύλι και το βαρέλι του κρασιού είναι μερικά από τα στοιχεία που ολοκληρώνουν την σχεδιαστική σύνθεση της θεματικής. Γενικότερα, ο συγκεκριμένος σχεδιασμός ακολουθεί μια ροή προς τα δεξιά, που μας οδηγεί στην ανθρώπινη φιγούρα. Σε μια δεύτερη εκδοχή σχεδιασμού που γίνεται σ’ αυτήν την περίπτωση, απομονώνεται αποκλειστικά η διαδικασία παραγωγής. Ο σχεδιασμός ολοκληρώνεται με το λεκτικό «Πίννε κρασίν».

Υδατόπυργος

Ο Υδατόπυργος (βλ. διαγ. 21) τοποθετείται κεντρικά στο κυκλικό πλαίσιο και περικυκλώνεται από επαναλαμβανόμενες κάθετες γραμμώσεις που συμβολίζουν το στοιχείο του νερού. Η χρωματική παλέτα που επιλέχθηκε εδώ εφαρμόζει αυτό το σκεπτικό. Εδώ, τοποθετούνται σχετικές λεπτομέρειες του θέματος, όπως για παράδειγμα, η χρονολογία κατασκευής του Υδατόπυργου και η λέξη «ύδωρ».

Λιμάνι Λεμεσού

Η κύρια σκηνή που παρουσιάζεται στη θεματική του λιμανιού, είναι η στιγμή κάτω στο βυθό της θάλασσας (βλ. διαγ. 22). Η ιδέα ήταν να απομονωθεί η φιγούρα του ψαριού μέσα στο νερό. Οι συνοδευόμενες λεπτομέρειες και τα στοιχεία που ακολουθούν το ψάρι αναδεικνύουν την παρούσα κατάσταση. Το “λιμάνι” είναι το λεκτικό που συνοδεύει το σχεδιασμό. Εδώ το μοτίβο είναι έτσι σχεδιασμένο ώστε να θυμίζει το χώρο στο οποίο βρίσκεται. Ορισμένα από τα σχεδιαστικά αντικείμενα που παρουσιάζονται είναι οι μπουρμπουλήθρες και τα φυτά της θάλασσας.

Καρναβάλι Λεμεσού

Οι δύο ανθρώπινες φιγούρες που παρουσιάζονται αναπαριστούν τις μαζορέτες του καρναβαλιού που γιορτάζουν (βλ. διαγ. 23). Είναι ντυμένες με τη χαρακτηριστική στολή τους, ενώ η φόρμα που επιλέχτηκε αναδεικνύει το σκεπτικό του καρναβαλιού. Μασκαρεμένες φιγούρες, έτοιμες να διασκεδάσουν. Οι κύριες φιγούρες περιτριγυρίζονται από τύμπανα και μάρσες, προαναγγέλλοντας την χαρούμενη εκδήλωση. Όπως και στο κρασί, η ανθρώπινη φόρμα που επιλέχτηκε είναι εμπνευσμένη από τα κυπριακά κεντήματα (βλ. διαγ. 13.8).

Χαρούπι

Στόχος εδώ ήταν να παρουσιαστεί η ανατομία του χαρουπιού (πρόσοψη-κάτοψη) (βλ. διαγ. 24, 25). Και οι δύο εκδοχές που παρουσιάζονται, αποτελούνται από το χαρούπι και τους σπόρους του. Με αυτά συνοδεύονται σχετικά στοιχεία όπως αγροτικά εργαλεία και φυτά ώστε να θυμίζουν το χώρο στο οποίο περιβάλλεται το προϊόν.

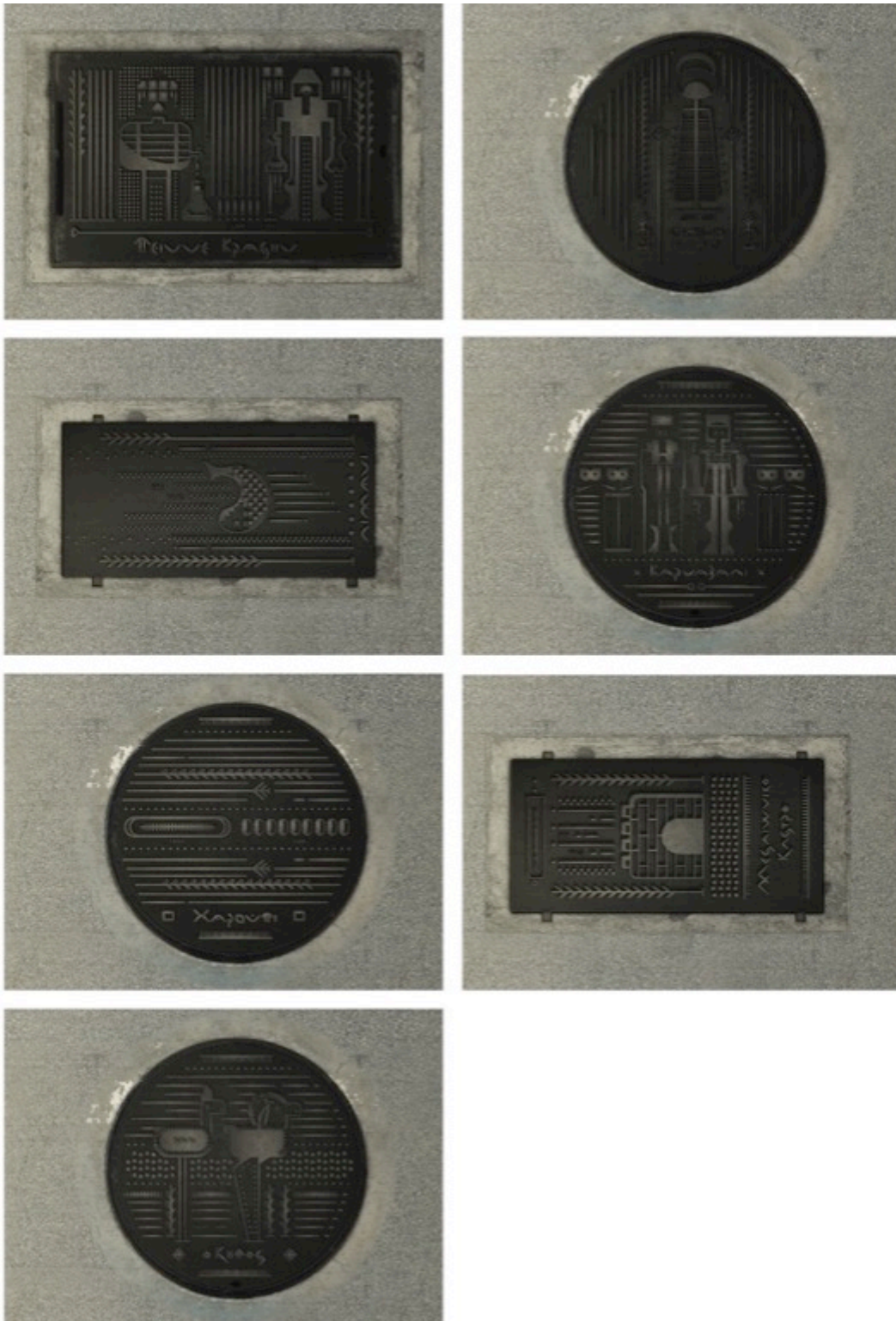
Μεσαιωνικό Κάστρο

Το μεσαιωνικό κάστρο (βλ. διαγ. 26) παρουσιάζεται στη πιο απλοποιημένη του μορφή και περιτριγυρίζεται από φυτά και χώμα (γήινα στοιχεία). Μαζί με αυτά, παρουσιάζεται ένα κανόνι, χαρακτηριστικό όπλο που αντανακλά την εποχή του μεσαίωνα. Όπως και στις προηγούμενες περιπτώσεις, έτσι και εδώ, το μοτίβο εφαρμόστηκε ιδανικά για να εκφράσει την παρούσα θεματική και για να εμπλουτίσει το πλαίσιο στο οποίο τοποθετείται.

Ζωολογικός Κήπος

Τέλος, ο ζωολογικός κήπος με τις δύο σχεδιαστικές προτάσεις που παρουσιάζονται, αποτελείται από δύο αναγνωρίσιμες ζωικές φιγούρες, το ελάφι και το αγρινό (βλ. διαγ. 27, 28). Όπως και στους προηγούμενους σχεδιασμούς, έτσι και εδώ, ο συγκεκριμένος σχεδιασμός συνοδεύεται με το λεκτικό “Ο Κήπος”. Η ύπαρξη του άρθρου μπροστά από το κήπο τοποθετείται για να φανεί η μοναδικότητα του ζωολογικού κήπου.

5.12 Δείγματα τρισδιάστατων σχεδιασμών στα καπάκια



Διάγραμμα 29: Τρισδιάστατοι σχεδιασμοί καπακίων στο δρόμο.

5.12.1 Τοποθέτηση καπακιών στο χώρο

Οι σχεδιαστικές λύσεις που προτείνω στόχο έχουν να εφαρμοστούν σε πεζόδρομους και πεζοδρόμια της Λεμεσού για δύο κύριους λόγους. Ο ένας λόγος είναι για να είναι πιο προσβάσιμη η θέαση τους από τους παρατηρητές και ο δεύτερος λόγος είναι, για μελλοντικές έγχρωμες εφαρμογές αυτών, να είναι ευκολότερη η συντήρησή τους.

6. ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ ΚΑΙ ΚΑΤΑΛΗΞΗ ΤΟΥ

6.1 Αξιολόγηση

Στα πλαίσια της αξιολόγησης του πρακτικού έργου δημιουργήθηκαν δύο ερωτηματολόγια ώστε να αξιολογηθούν οι σχεδιασμοί που εφαρμόστηκαν στα καπάκια. Το ένα απευθυνόταν στους πολίτες και ειδικούς της γραφιστικής ενώ το άλλο απευθυνόταν στο αντιπρόσωπο της κατασκευαστικής εταιρίας μετάλλων, *VERALCO*. Συγκεκριμένα οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν στους πρώτους, αφορούσαν το σχεδιασμό, την τυπογραφία, τις θεματικές που επιλέχτηκαν κ.α. Το ερωτηματολόγιο για τον δεύτερο, αφορούσε τις τεχνικές λεπτομέρειες της υλοποίησης του έργου.

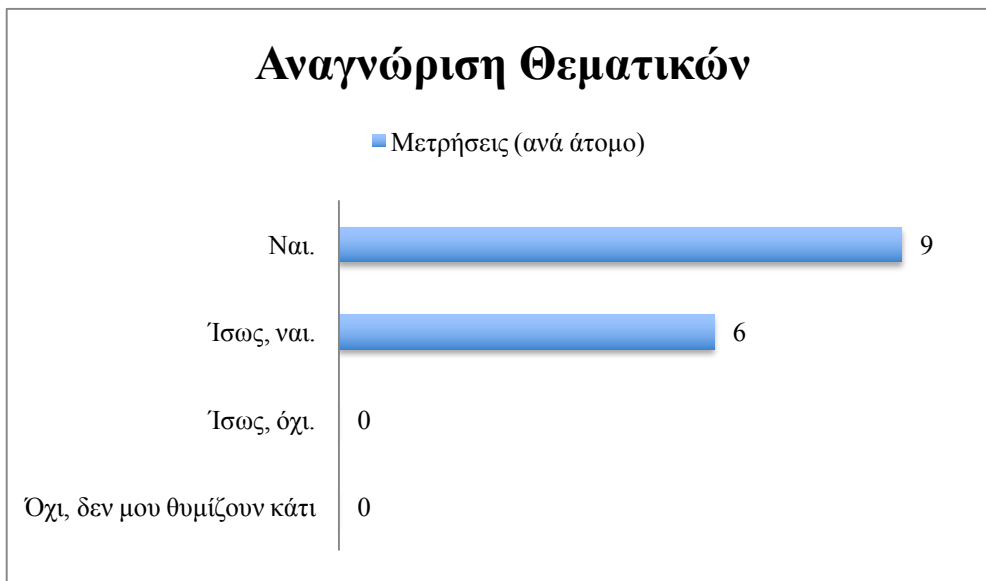
6.2 Πίνακες Αξιολόγησης

6.2.1 Ανάλυση ερωτηματολογίου που πραγματοποιήθηκε στους πολίτες και ειδικούς

Το σύνολο των ερωτηθέντων που συμμετείχαν ήταν 15 άτομα εκ των οποίων οι 3 ήταν ειδικοί.



Διάγραμμα 30: Βλέποντας αυτούς τους σχεδιασμούς, πως θα τους χαρακτηρίζατε;



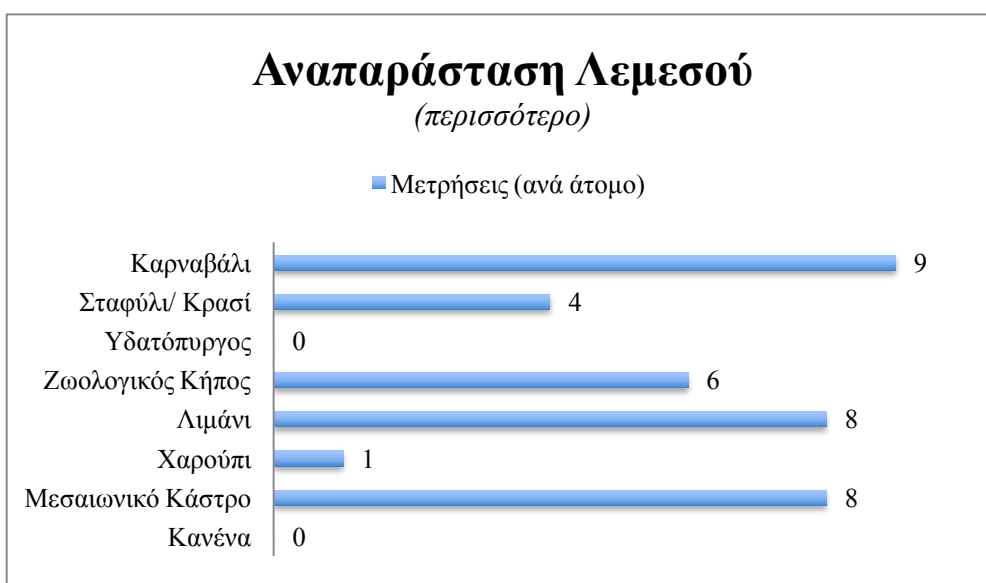
Διαγράμμα 31: Θεωρείτε πως τα παρακάτω σχεδιαστικά αντικείμενα είναι εύκολο να αναγνωριστούν;



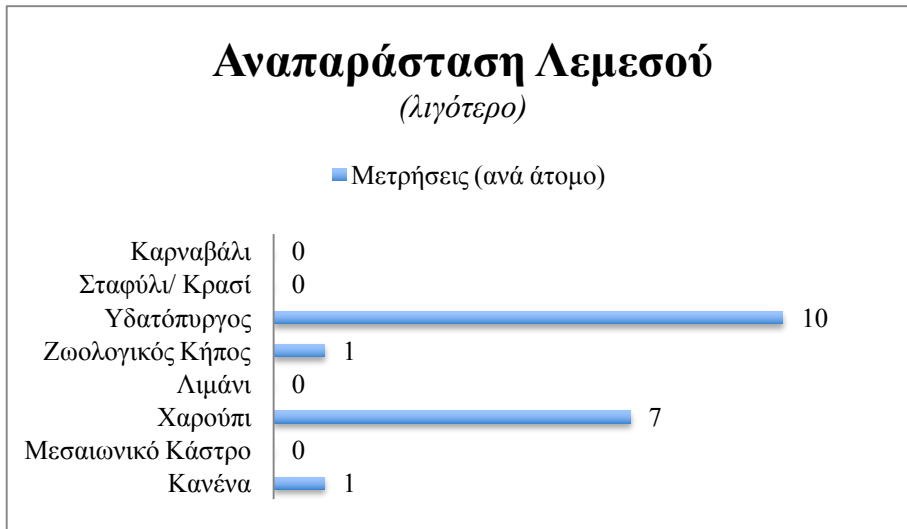
Διαγράμμα 32: Σας είναι εύκολο να αναγνωρίσετε την τυπογραφία;



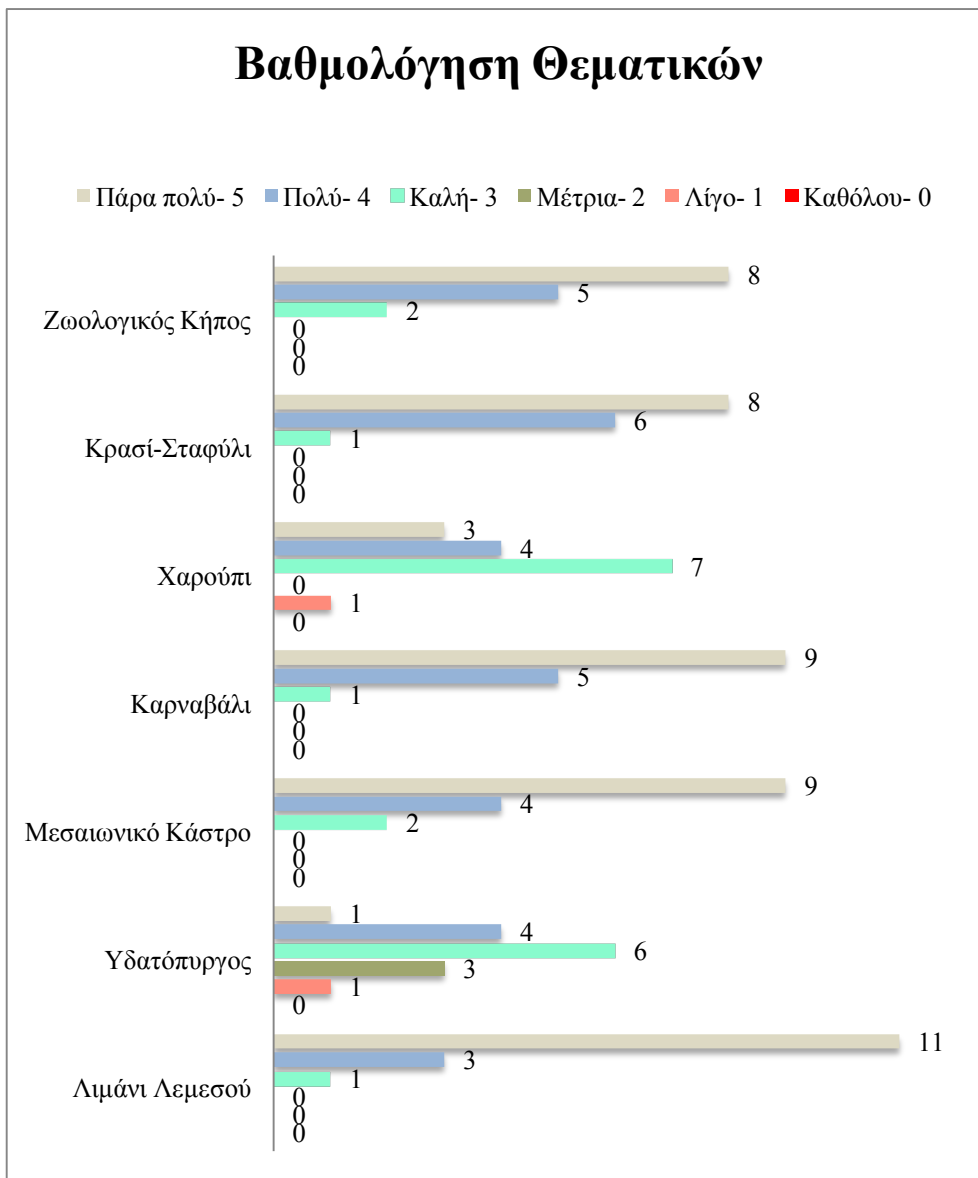
Διαγράμμα 33: Οπτικά τα βρίσκεται ελκυστικά;



Διάγραμμα 33: Ποιο πιστεύετε αναπαριστά περισσότερο τη Λεμεσό; Μπορείτε να βάλετε παραπάνω από μια επιλογή.



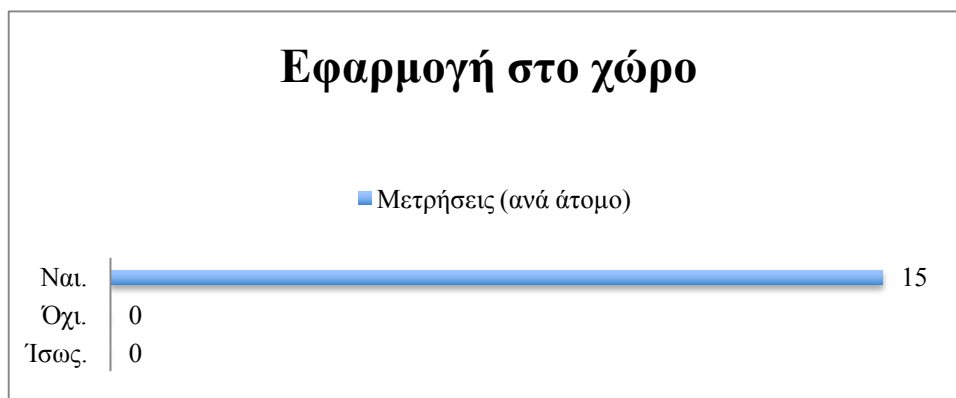
Διάγραμμα 35: Ποιο πιστεύετε αναπαριστά λιγότερο τη Λεμεσό; Μπορείτε να βάλετε παραπάνω από μια επιλογή.



Διαγράμμα 34: Πόσο σωστή θα βαθμολογούσατε την επιλογή των “αντικειμένων” που προωθούν την Λεμεσό; Κυκλώστε ένα για την κάθε περίπτωση.



Διαγράμμα 35: Βρίσκεται ικανοποιητικό το σχεδιασμό δεδομένου ότι αναπαριστά τη Λεμεσό;



Διαγράμμα 36: Θα σας άρεσε να βλέπατε αυτούς τους σχεδιασμούς στους δρόμους της Λεμεσού;

6.3 Συμπερασματική Διαπίστωση των αξιολογήσεων

6.3.1 Αξιολόγηση από πολίτες

Σύμφωνα με τις αξιολογήσεις που πραγματοποιηθήκαν, τα αποτελέσματα παρουσίαζαν μια ομοφωνία απόψεων. Βρήκαν αρκετά ενδιαφέρον τις σχεδιαστικές αποτυπώσεις των καπακιών ενώ κάποιοι ενθουσιάστηκαν με την ιδέα της πραγματοποίησης τους στις περιοχές της Λεμεσού. Ωστόσο υπήρξαν κάποιες παρατηρήσεις και λεκτικά μηνύματα που δεν έγιναν αμέσως αντιληπτά. Κάποιες θεματικές ενότητες δεν αναγνωρίστηκαν αμέσως αφού τους θύμιζαν άλλες οπτικές αναφορές, και ένας συγκεκριμένος τύπος γραμματοσειράς δεν ήταν ευανάγνωστος.

Κάποια από τα θετικά σχόλια των πολιτών ήταν τα εξής:

“Αρκετά μινιμαλιστικός τρόπος σχεδίασης” .

“Θα ήθελα πολύ να τα δω στους δρόμους της Λεμεσού”.

“Πολύ πρωτότυπο...είναι διακριτικά και ενδιαφέρον για να διαβάσει κανείς τη πόλη. Ως το πόσημα/ προσανατολισμό”.

Συγκεκριμένα για το Καρναβάλι:

“Οι φιγούρες μου θυμίζουν τον βασιλιά και τη βασίλισσα του καρναβαλιού”.

Ενώ κάποια αρνητικά σχόλια - παρατηρήσεις ήταν:

A) Ερωτηθέντες σχολίασαν για την τυπογραφία:

“Στην αρχή δυσκόλεψε αλλά μόλις πάρεις το νόημα είναι εύκολα κατανοητά”.

“Το Πίννε κρασίν διαφέρει από τα υπόλοιπα λόγω της κυπριακής διαλέκτου”.

B) Σχολίασαν επίσης κάποιες σχεδιαστικές θεματικές. Για τον Υδατόπυργο:

“Δεν είναι εύκολα κατανοητό”.

“Το κεντρικό στοιχείο μου θυμίζει κάποια γυναικεία φιγούρα, πιθανόν σχετική με το νερό, κάποια θεά π.χ”.

Για το Μεσαιωνικό Κάστρο:

“Το κάστρο μου θυμίζει περισσότερο παραδοσιακό φούρνο”.

6.3.2 Αξιολόγηση από ειδικούς

Οι ειδικοί (στο τομέα της γραφιστικής) σχολίασαν πως είναι εύκολο να αναγνωριστεί η τυπογραφία εκτός από αυτή του Υδατόπυργου. Η φιγούρα του βρακά θύμισε ρομπότ, το κάστρο θύμισε φούρνο ενώ στο λιμάνι ανέφεραν ότι θα προτιμούσαν το πλοίο ως το κύριο σχεδιαστικό αντικείμενο, αντί του ψαριού που θύμιζε περισσότερο φάλαινα. Ο σχεδιασμός του Υδατόπυργου υπήρξε ο πιο μη αναγνωρίσιμος. Ένας από τους ειδικούς, έχοντας διαβάσει το «ύδωρ» και παρατηρώντας τις οριζόντιες γραμμώσεις στο βασικό αντικείμενο σχολίασε ότι ίσως του θυμίζει θερμομέτρο νερού. Ωστόσο δεν είχε ακόμη αναγνωρίσει το αντικείμενο. Σχολίασαν επίσης, ότι ο Υδατόπυργος θα ήταν αναγνωρίσιμος αν το πάνω μέρος του είχε μεγαλύτερη ισχύ (μέγεθος) απ’ ότι το κάτω μέρος ή αν υπήρχαν τα χαρακτηριστικά πλέγματα που διασταυρώνονται μεταξύ τους. Το κεντρικό αντικείμενο θύμιζε κυρίως γυναικεία φιγούρα. Εκτός από αυτή τη περίπτωση, η συνολική σχεδιαστική προσέγγιση ήταν αρκετά ικανοποιητική.

6.3.3 Αξιολόγηση από αντιπρόσωπο κατασκευαστικής εταιρίας μετάλλων

Σύμφωνα με τον αντιπρόσωπο, τα σχέδια ήταν εφικτό να υλοποιηθούν στα καπάκια εκτός από κάποιες μικρές αλλαγές στο σχεδιασμό τους. Συγκεκριμένα, ορισμένες πολύ μικρές λεπτομέρειες-στοιχεία θα έπρεπε να μεγαλώσουν ώστε να είναι πραγματοποιήσιμη η αποτύπωση τους (π.χ. κουκκίδες, μικρές τρύπες, κ.α) ενώ το ύψωμα των σχεδίων στο τριασδιάστατο σχεδιασμό θα έπρεπε να ξεπερνά ένα συγκεκριμένο ύψος.

6.4 Βελτιώσεις

Πιθανές βελτιώσεις που θα μπορούσαν να γίνουν όσον αφορά τους σχεδιασμούς, θα ήταν να ανασχεδιαστεί ή να εξελιχθεί η φιγούρα του Υδατόπυργου (με βάση τα αποτελέσματα της αξιολόγησης) ώστε να παραπέμπει στη παρούσα οπτική αναφορά, ενώ το λεκτικό του κειμένου θα ήταν καλό να γραφτεί με πιο ευανάγνωστη γραμματοσειρά. Επίσης, ιδανικό θα ήταν να αλλαχτούν κάποιες μικρές σχεδιαστικές λεπτομέρειες στη μορφή του μεσαιωνικού κάστρου για να είναι περισσότερο αναγνωρίσιμη η φόρμα του πέτρινου κτίριου (γωνιές κτιρίου). Τέλος, σε τεχνικό επίπεδο, οι πολύ μικρές επιφάνειες στους σχεδιασμούς θα πρέπει να μεγαλώσουν ικανοποιητικά.

6.5 Επίλογος/ Συμπερασματική Διαπίστωση του έργου

Μέσα στα πλαίσια του ερευνητικού έργου και με το τέλος της πτυχιακής μου εργασίας διαπιστώνεται πως η ευκαιρία μελέτης που πραγματοποιήθηκε, ανέπτυξε σημαντικά την οπτική επικοινωνία της πόλης, όχι μόνο για τους κατοίκους της αλλά και για τις γύρω πόλεις και χώρες της. Με τον ανασχεδιασμό των καπακιών και με εργαλείο σχεδιασμού το city branding διαφαίνεται μια προσπάθεια δημιουργικότητας στην εικόνα της Λεμεσού. Με αφορμή το γεγονός ότι οι πλήστοι εξωτερικοί χώροι της Λεμεσού αποτέλεσαν μια μη επαρκή σύγχρονη εικόνα, οδηγούμαστε στη παρούσα σχεδιαστική επίλυση. Επιλύθηκαν αισθητά οι τυπογραφικές εκφάνσεις που διαφαίνονταν στα καπάκια, αφού τοποθετήθηκαν διακριτικά στη σύνθεση. Αφαιρέθηκαν όλα τα αυτοματοποιημένα στοιχεία, ονομασίες εταιριών, τεχνικές προδιαγραφές, «περιττά» στοιχεία τα οποία υπήρχαν στα καπάκια. Στη συνέχεια δημιουργήθηκαν οι επίπεδοι σχεδιασμοί με τις προκαθορισμένες διαστάσεις και πλαίσια, λαμβάνοντας υπόψη οπτικές αναφορές από το Μουσείο Λαϊκής Τέχνης. Έχοντας απλοποιήσει σημαντικά τη φόρμα των αντικείμενων και έχοντας βρει τους ιδανικούς χρωματισμούς που αναπαριστούσαν τη πόλη, επόμενο στάδιο υπήρξε η τρισδιάστατη εφαρμογή τους στους πεζόδρομους της περιοχής. Για τους τρισδιάστατους σχεδιασμούς έπρεπε να λειφθούν υπόψη τα ύψη των σχεδίων (ανάγλυφη επιφάνεια) και το μέγεθος των στοιχείων στη σύνθεση (όχι μικρές επιφάνειες). Φτάνοντας στο τέλος, το έργο ολοκληρώθηκε με τη δημιουργία του εντύπου για την ενημέρωση και προώθηση της εικόνας της πόλης.

Ως εκ τούτου, υλοποιήθηκαν δύο στόχοι. Ο ένας είναι ότι έγινε πιο αντιληπτή μια από τις αμέτρητες, αόρατες, τυπογραφικές και σχεδιαστικές λεπτομέρειες που επικρατούν στους δρόμους της περιοχής, και ο δεύτερος, είναι ότι έγινε εφικτό το branding της πόλης. Χρησιμοποιώντας αρχικά κάποιες αναγνωρίσιμες θεματικές της Λεμεσού, φέρνοντας συνειδητά στην επιφάνεια τη τέχνη της Κύπρου και συνδυάζοντας τα με ένα αόρατο μέσο του δρόμου, οδηγούμαστε σε μια εναλλακτική οπτικοποίηση της Λεμεσού. Η υλοποίηση γενικά της οπτικοποίησης της συμβάλλει στην ολοκλήρωση, εν μέρη, μιας ιδανικότερης εικόνας της πόλης που σκοπό έχει να την ταυτοποιήσει και να τη φέρει σε μια θέση γνωστοποίησης και αξιοπιστίας. Σκοπό έχει να προσφέρει αξίες και εμπιστοσύνη τόσο στους κατοίκους της όσο και στο ευρύτερο κοινό. Κατά συνέπεια ανεβαίνει σημαντικά το πολιτιστικό επίπεδο της πόλης της Λεμεσού, και της Κύπρου γενικότερα.

7. ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ/ ΤΙ ΑΛΛΟ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΕ ΝΑ ΓΙΝΕΙ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Ως εξέλιξη του έργου, ιδανικό θα ήταν η σειρά των κατασκευαστικών καπακιών που δημιουργήθηκε να επεκτεινόταν και να εξελισσόταν περαιτέρω. Τα καπάκια θα μπορούσαν να αποκτήσουν χρώμα με βάση την χρωματική παλέτα που εφαρμόστηκε. Θα μπορούσαν να εφαρμοστούν και σε άλλα μεγέθη και διαστάσεις των καπακιών. Δημιουργώντας περισσότερες αναφορές της Λεμεσού και τοποθετώντας τες στο χώρο που αντιστοιχεί η κάθε θεματική, το έργο θα έφτανε σε ένα πιο ολοκληρωμένο επίπεδο. Ίσως με τη μορφή ενός τρισδιάστατου χάρτη στο χώρο. Τα έργα θα μπορούσαν να αποτελέσουν βοήθεια για το περαστικό να βρει τη πορεία του μέσα στους δρόμους. Χρησιμοποιώντας τα σχεδιαστικά έργα ως εργαλείο way-finding, ίσως ενίσχυαν αλλού εξίσου δημιουργικούς φορείς, όπως για παράδειγμα στρατηγικές του αστικού σχεδιασμού. Τα έργα θα κατεύθυναν ροές διαμέσου της πόλης, θα προσανατόλιζαν τα άτομα, μεταφέροντας παράλληλα το μήνυμά τους, όπου στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι η εικόνα της πόλης.

Σε μελλοντικά στάδια, το city branding που εφαρμόστηκε στις μόνιμες εγκαταστάσεις, θα μπορούσε να συνδυαστεί και να εφαρμοστεί σε ένα ευρύτερο φάσμα «αόρατων» τυπογραφικών και σχεδιαστικών μέσων στον αστικό χώρο. Κι αυτά θα μπορούσαν να είναι είτε σε πιο μικρά αντικείμενα (π.χ κινητές κλειδαριές, πόμολλα πορτών, αρίθμηση παλαιών κτιρίων, ανάγλυφες επιγραφές στους δρόμους ή ενσωματωμένες ανάγλυφες λεπτομέρειες κ.α) είτε σε πιο μεγάλα (π.χ εγκαταστάσεις χώρου, πινακίδες των δρόμων, σημάνσεις κ.α). Στοιχεία, αντικείμενα ή κινητά «εργαλεία» που περιβάλλονται σε εξωτερικούς χώρους ή αποτελούν τη πόλη. Κατά συνέπεια, θα ολοκληρωνόταν η εικόνα της Λεμεσού, προωθώντας την παράδοση και ιστορία της και μετατρέποντας τη πόλη σε έργο τέχνης. Όλα τα πιο πάνω θα ενίσχυαν ακόμη περισσότερο την πολιτιστικότητα του τόπου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

Ιωάννου Α., (2015), *Έρευνα Δράσης - Action Research*. Διάλεξη Μαθήματος, Μεθοδολογία Έρευνας στα Πολυμέσα και στις Γραφικές Τέχνες, ΤΕΠΑΚ, Εαρινό Εξάμηνο

Ιωάννου, Γ. (2009). *Λεμεσός, η πόλη του νερού: Υδατόπυργος*. Ανακτήθηκε τον Μάρτιο 20, 2016 από <http://www.sigmalive.com/archive/simerini/news/local/156995>

Καρλόπουλος, Γ., & Σπαγαδόρου, Η. (2015). *Αποτυπώματα πόλεως/City prints*. Ανακτήθηκε τον Φεβρουάριο 16, 2016 από <http://propaganda.gr/ektipotiki-goitia-ton-freation-tis-athinas/>

Σαββίδης, Χ. (1999). *Η Λεμεσός του χθες και του σήμερα: Παραδοσιακά έθιμα του λαού μας*, Λεμεσός: Τυπογραφεία Άριστου Φιλή Λτδ.

Συμβούλιο Αποχετεύσεων Λάρνακας (ΣΑΛ), *Κατασκευή Ιδιωτικής Υπονόμου Οικοδομής*. Ανακτήθηκε το Δεκέμβριο 16, 2015 από http://www.lsd.org.cy/images/users/1/texnikes_plirofories.pdf

Συμβούλιο Αποχετεύσεων Λεμεσού - Αμαθούντας. (2014). *Προδιαγραφές και Τεχνικές Πληροφορίες για την Ιδιωτική Υπόνομο Οικοδομής*. Ανακτήθηκε το Δεκέμβριο 16, 2015 από <http://www.sbla.com.cy/sites/default/files/Details.pdf>.

Τηλλυρή, Α. Δ., Χριστοδούλου, Γ., Αναστασιάδης, Χ. (2013). *Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Λεμεσού: 50 χρόνια προσφοράς*. Lithostar Creative Printing: Λεμεσός

Αγγλική Βιβλιογραφία

Annukka, S. (2016). *Sanna Annukka*. Ανακτήθηκε τον Φεβρουάριο 15, 2016 από <http://www.sanna-annukka.com/biography.php>

Annukka, S. (2016). *Sanna Annukka*. Ανακτήθηκε τον Απρίλιο 13, 2016 από <https://www.sanna-annukka.com/pages/about-us>

Baker, B. (2007). *Destination Branding for Small Cities: The Essentials for Successful Place*

Branding, United States of America: Creative Leap Books.

Chou, C. P., Huang, C. K., Chen, A., & Tsai, C. Y. (2013). Pattern Design of Manhole Cover and Its Influence on Skid Resistance. *International Journal of Pavement Research and Technology*, 6(4), 351.

Coldwell, W. (2014). *Norway's new passport – already a design classic?* . Ανακτήθηκε τον Φεβρουάριο 28, 2016 από <http://www.theguardian.com/travel/2014/nov/17/norway-new-passport-design>

Evagorou, G. (2015). *Cypriot Identity by Georgia Evagorou: MA, Graphic Design, London College of Communication*. Ανακτήθηκε τον Μάρτιο 4, 2016 από https://lsugraphicdesign2015.files.wordpress.com/2015/01/virginia-patterson_4511804_assignsubmission_file_patterson_case-study-presentation.pdf

Howard, A., (2001). *A New Kind of Dialogue: Design Anarchy issue*, Adbusters Magazine, Issue 37

Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place branding*, 1(1), 58-73.

Kaushik. (2012). *The Art of Japanese Manhole Covers*. Ανακτήθηκε τον Ιανουάριο 2, 2016 από <http://www.amusingplanet.com/2012/07/art-of-japanese-manhole-covers.html>

Kavaratzis, M., Warnaby, G., Ashworth, G. J. (2015). *Rethinking Place Branding: Comprehensive Brand Development for Cities and Regions*. Springer International Publishing: Switzerland

Kemp, F. R. (1967). Manhole Cover Artist. *Design*, 68(3), 36-37.

Kolb, B. M. (2006). *Tourism Marketing For Cities and Towns: Using Branding and Events to Attract Tourists*, United States of America: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data

Lechuga, G. (1995). *U.S. Patent No. 5,427,417*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.

Liao, K., Midnight Design. (2016). *Taipei Metro: Year of the Monkey Commemorative*

Tickets. Ανακτήθηκε τον Φεβρουάριο 11, 2016 από

<https://www.behance.net/gallery/33444377/Taipei-Metro-Year-of-the-Monkey-Commemorative-Tickets>.

Lucarelli, A., & Olof Berg, P. (2011). City branding: a state-of-the-art review of the research domain. *Journal of place management and development*, 4(1), 9-27.

Modi, A. O. (1981). *U.S. Patent No. 4,305,679*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.

Neue Design Studio. (2015). *New. Relevant. Remarkable*. Ανακτήθηκε τον Φεβρουάριο 28, 2016 από <http://www.neue.no>

Noble, I., Bestley, R. (2011). *Visual Research: A n Introduction to Research Methodologies in Graphic Design*, AVA Book Production Pte. Ltd.: China

Rondeau, J. (1996). *The Manhole Cover Project: A Gun Legacy*. *Catalogue Essay*, Wadsworth Atheneum.

Proflo Ltd. (2009). *Place of installation and Loadings*. Ανακτήθηκε τον Ιανουάριο 18, 2016 από http://www.proflo.ie/Datasheets/Full_Manhole_Covers_Brochure.pdf

Saint-Gobain Σωληνουργεία. (2004). *Καλύμματα Φρεατίων από Ductile Iron: EN124 NF*.

Schneider, S. (2013). *Street Creativity: The Art of Japanese Manhole Covers*. Ανακτήθηκε τον Ιανουάριο 2, 2016 από <http://www.noupe.com/inspiration/showcases/the-art-of-japanese-manhole-covers-79308.html>

Siddall, L. (2013). *Seriously beautiful – and plentiful – patterned Japanese manhole covers!*. Ανακτήθηκε το Δεκέμβριο 31, 2015 από <http://www.itsnicethat.com/articles/japanese-manhole-covers>

Silverstein, J., & Desborough, F. (2011). *U.S. Patent No. 8,043,497*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.

Strategy, J. (2014). *The Beauty of Japan's Artistic Manhole Covers*. Ανακτήθηκε τον Ιανουάριο 2, 2016 από <http://www.thisiscolossal.com/2014/03/the-beauty-of-japans-artistic-manhole-covers/>

Wooten, T. (2014). *Manhole cover project*. Ανακτήθηκε τον Ιανουάριο 1, 2016 από <https://www.behance.net/gallery/21982399/Manhole-cover-project>

Wrekin Products Ltd. (2015). *Ductile iron D400 and Grade A BS750: Key features*. Ανακτήθηκε τον Ιανουάριο 18, 2016 από <http://www.wrekinproducts.com/surface-boxes/>

Βιβλιογραφία εικόνων

Εταιρία Κυπριακών Σπουδών. (2016). *Μουσείο Λαϊκής Τέχνης Κύπρου*. Ανακτήθηκε τον Απρίλιο 13, 2016 από http://cypriotstudies.blogspot.com.cy/p/blog-page_25.html

Καρλόπουλος, Γ., & Σπαγαδώρου, Η. (2015). *Αποτυπώματα πόλεως/City prints*. Ανακτήθηκε τον Φεβρουάριο 16, 2016 από <http://propaganda.gr/ektipotiki-goitia-ton-freation-tis-athinas/>

Annukka, S. (2016). *Sanna Annukka*. Ανακτήθηκε τον Απρίλιο 13, 2016 από <https://www.sanna-annukka.com/collections>

Coldwell, W. (2014). *Norway's new passport – already a design classic?*. Ανακτήθηκε τον Φεβρουάριο 28, 2016 από <http://www.theguardian.com/travel/2014/nov/17/norway-new-passport-design>

Evagorou, G. (2015). *Cypriot Identity by Georgia Evagorou: MA, Graphic Design, London College of Communication*. Ανακτήθηκε τον Μάρτιο 4, 2016 από https://lsugraphicdesign2015.files.wordpress.com/2015/01/virginia-patterson_4511804_assignsubmission_file_patterson_case-study-presentation.pdf

Glover, R. (2013). *Manhole Covers: The Iron Under City Soles*. Ανακτήθηκε το Δεκέμβριο 30, 2015 από <https://www.behance.net/gallery/10158873/Manhole-Covers>

Wooten, T. (2014). *Manhole cover project*. Ανακτήθηκε τον Ιανουάριο 1, 2016 από <https://www.behance.net/gallery/21982399/Manhole-cover-project>

Kaushik. (2012). *The Art of Japanese Manhole Covers*. Ανακτήθηκε τον Ιανουάριο 2, 2016 από <http://www.amusingplanet.com/2012/07/art-of-japanese-manhole-covers.html>

Kemp, F. R. (1967). Manhole Cover Artist. *Design*, 68(3), 36-37

Lau, J. (2014). Manhole Covers Font Brighton. Ανακτήθηκε το Δεκέμβριο 30, 2015 από <https://www.behance.net/gallery/17655629/Manhole-Cover-Font>

Liao, K., Midnight Design. (2016). *Taipei Metro: Year of the Monkey Commemorative Tickets*. Ανακτήθηκε τον Φεβρουάριο 11, 2016 από

Noctoc. (2013). *Υφάσματα από την Πάφο*. Ανακτήθηκε τον Απρίλιο 13, 2016 από <http://noctoc-noctoc.blogspot.com.cy/2013/08/blog-post.html>

Noctoc. (2013). *Κυπριακά κεντήματα με κόκκινη σταυροβελονιά - Red cross stitch embroidery of Cyprus*. Ανακτήθηκε τον Απρίλιο 13, 2016 από <http://noctoc-noctoc.blogspot.com.cy/2015/11/red-cross-stitch-embroidery-of-cyprus.html>

<https://www.behance.net/gallery/33444377/Taipei-Metro-Year-of-the-Monkey-Commemorative-Tickets>.

Rondeau, J. (1996). *The Manhole Cover Project: A Gun Legacy. Catalogue Essay, Wadsworth Atheneum*.

Schneider, S. (2013). *Street Creativity: The Art of Japanese Manhole Covers*. Ανακτήθηκε τον Ιανουάριο 2, 2016 από <http://www.noupe.com/inspiration/showcases/the-art-of-japanese-manhole-covers-79308.html>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

Ερωτηματολόγιο Πολιτών και Ειδικών Γραφιστικής



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΙΟ

Το ερωτηματολόγιο γίνεται στα πλαίσια στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας, στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο της Κύπρου, και θα χρησιμοποιηθεί για σκοπούς αξιολόγησης και ανάλυσης των αποτελεσμάτων. Η έρευνα αφορά σχεδιαστικές προτάσεις που θα αποτυπωθούν στα καλύμματα των φρεατίων, στους δρόμους της Λεμεσού, και προωθούν την πόλη.

1) Βλέποντας αυτούς τους σχεδιασμούς, πως θα τους χαρακτηρίζατε;

- Πολύ καλούς
- Ενδιαφέρον
- Καλούς
- Δεν μου προκαλούν κάτι
- Μέτριους
- Κακούς

2) Θεωρείτε πως τα παρακάτω σχεδιαστικά αντικείμενα είναι εύκολο να αναγνωριστούν;

- Ναι
- Ίσως, ναι.
- Ίσως, όχι.
- Όχι, δεν μου θυμίζουν κάτι.

3) Σας είναι εύκολο να αναγνωρίσετε την τυπογραφία;

- παρά πολύ
- πολύ
- αρκετά
- λίγο
- ελάχιστα
- καθόλου

4) Οπτικά τα βρίσκεται ελκυστικά;

- παρά πολύ
- πολύ
- αρκετά
- λίγο
- ελάχιστα
- καθόλου

5) Ποιο πιστεύετε αναπαριστά περισσότερο τη Λεμεσό; Μπορείτε να βάλετε παραπάνω από μια επιλογή.

- Το σχέδιο 1
- Το σχέδιο 2
- Το σχέδιο 3
- Το σχέδιο 4
- Το σχέδιο 5
- Το σχέδιο 6
- Το σχέδιο 7
- Κανένα

6) Ποιο πιστεύετε αναπαριστά λιγότερο τη Λεμεσό; Μπορείτε να βάλετε παραπάνω από μια επιλογή.

- Το σχέδιο 1
- Το σχέδιο 2
- Το σχέδιο 3
- Το σχέδιο 4

Το σχέδιο 5

Το σχέδιο 6

Το σχέδιο 7

Κανένα

7) Πόσο σωστή θα βαθμολογούσατε την επιλογή των αντικειμένων που προωθούν την Λεμεσό;

Κυκλώστε ένα για την κάθε περίπτωση.

	Πάρα πολύ					Καθόλου
Ζωολογικός Κήπος	5	4	3	2	1	0
Κρασί- Σταφύλι	5	4	3	2	1	0
Χαρούπι	5	4	3	2	1	0
Καρναβάλι	5	4	3	2	1	0
Μεσαιωνικό Κάστρο	5	4	3	2	1	0
Υδατόπυργος	5	4	3	2	1	0
Λιμάνι Λεμεσού	5	4	3	2	1	0

8) Βρίσκεται ικανοποιητικό το σχεδιασμό δεδομένου ότι αναπαριστά τη Λεμεσό;

πάρα πολύ ικανοποιητικό

πολύ ικανοποιητικό

αρκετά ικανοποιητικό

ικανοποιητικό

λίγο ικανοποιητικό

ελάχιστα ικανοποιητικό

καθόλου ικανοποιητικό

9) Θα σας άρεσε να βλέπατε αυτούς τους σχεδιασμούς στους δρόμους της Λεμεσού;

Ναι.

Όχι.

Ίσως.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

Ερωτηματολόγιο Αντιπροσώπου Κατασκευαστικής Εταιρίας Μετάλλων



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το ερωτηματολόγιο γίνεται στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας, στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο της Κύπρου, και θα χρησιμοποιηθεί για σκοπούς αξιολόγησης και ανάλυσης των αποτελεσμάτων. Το ερωτηματολόγιο θα παραμείνει ανώνυμο.

1) Βλέποντας αυτούς τους σχεδιασμούς, πιστεύετε ότι είναι εφικτή η απόδοση τους στις επιφάνειες των φρεατίων; Οσόν αφορά το τεχνικό επίπεδο.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3

Συνέντευξη από Συμβούλιο Αποχετεύσεων Λεμεσού Αμαθούντας

Ερωτήσεις

- 1) Οι στόχοι σας σε γενικές γραμμές (ως Συμβούλιο Αποχετεύσεων Λεμεσού Αμαθούντας);
- 2) Ποια είναι διαδικασία που ακολουθείται για τη κατασκευή των φρεατίων;
- 3) Ποια τα κριτήρια και προδιαγραφές για την κατασκευή των φρεατίων;
- 4) Τα μοτίβα που υπάρχουν στα φρεάτια τι αναπαριστούν;
- 5) Στους δρόμους της Λεμεσού παρατηρούνται φρεάτια σχήματος κυκλικού και τετράγωνου. Ποια η διαφορά τους και ο ρόλους του καθένα;
- 6) Τα διάφορα φρεάτια ομαδοποιούνται σε κατηγορίες; Α ναι, πως;
- 7) Παίζει ρόλο και η περιοχή στην οποία τοποθετούνται;
- 8) Σχεδόν στα περισσότερα φρεάτια που υπάρχουν στους δρόμους της Λεμεσού υπάρχουν γραμμένα τυπογραφικά στοιχεία (π.χ χώρες, λογότυπα, ΣΑΛΑ). Με ποιο κριτήριο γίνεται η επιλογή τους;
- 9) Ενώ παρατηρείται πως τα φρεάτια στους δρόμους είναι μονόχρωμα, ωστόσο υπάρχουν ορισμένα που είναι χρωματισμένα. Υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος λόγος;
- 10) Συγκεκριμένες φωτογραφίες παραδείγματα για σχολιασμό και ανάλυση
- 11) Θέλετε να προσθέσετε κάτι άλλο που μπορεί να φανεί χρήσιμο όσον αφορά τη κατασκευή των φρεατίων, το οποίο δε σχολιάστηκε μέχρι τώρα;

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4

Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης από Μιχάλη Βρειονίδη, Πολιτικός Μηχανικός, ΣΑΛΑ.

Η συνέντευξη γίνεται στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου και αφορά το σχεδιασμό των φρεατίων στη πόλη της Λεμεσού. Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης θα πραγματοποιηθεί μαγνητοσκόπηση η οποία θα χρησιμοποιηθεί για σκοπούς της εργασίας.

Υπογραφή



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5

Έντυπο γραπτής συγκατάθεσης από κύριο Γαβρίλη, Αντιπρόσωπος VERALCO.

Η συνέντευξη γίνεται στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου και αφορά το σχεδιασμό των φρεατίων στη πόλη της Λεμεσού. Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης θα πραγματοποιηθεί μαγνητοσκόπηση η οποία θα χρησιμοποιηθεί για σκοπούς της εργασίας.

Υπογραφή