



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Σχολή Καλών και
Εφαρμοσμένων Τεχνών

Πτυχιακή εργασία

**ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΧΩΡΟΥ:
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΒΟΥΛΗΣ ΤΩΝ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΩΝ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ**

ΑΝΔΡΙΑΝΗ ΤΟΦΑΡΗ

Λεμεσός, Απρίλιος 2019

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

Πτυχιακή εργασία

Γραφιστική και Οπτική Ταυτότητα Χώρου:
Η περίπτωση της Βουλής των Αντιπροσώπων της Κύπρου
της Ανδριανής Τοφαρής

Επιβλέπων Καθηγητής
Δρ. Ευρυπίδης Ζαντίδης

Λεμεσός, Απρίλιος 2019

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Ανδριανή Τοφαρή, 2019

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας 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 επιβλέπων καθηγητή της πτυχιακής μου εργασίας, κ. Ευρυπίδη Ζαντίδη, για την αξιόλογη καθοδήγηση και βοήθειά του καθ' όλη τη διάρκεια της μελέτης. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την οικογένεια και τους φίλους για την υποστήριξη και την υπομονή τους και τέλος τους συμμετέχοντες που βοήθησαν στη διεκπεραίωση της παρούσας μελέτης.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Θέμα της παρούσας πτυχιακής εργασίας αποτελεί η δημιουργία οπτικής ταυτότητας και σήμανσης του χώρου της Βουλής των Αντιπροσώπων της Κύπρου. Αρχικά, μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, διερευνάται ο όρος και η σημασία της οπτικής ταυτότητας και της σήμανσης. Έπειτα, γίνεται αναφορά στη Βουλή των Αντιπροσώπων και μελετώνται οπτικές ταυτότητες άλλων κοινοβουλίων. Ακολούθως υλοποιείται ο σχεδιασμός της νέας οπτικής ταυτότητας και σήμανση των χώρων της Βουλής, αφού έχουν εντοπιστεί και επισημανθεί προηγουμένως τα σχεδιαστικά προβλήματα και οι ελλείψεις της υφιστάμενης οπτικής ταυτότητας. Τέλος, μέσω της μεθοδολογίας που εφαρμόζεται στη παρούσα μελέτη, αξιολογείται η νέα οπτική ταυτότητα της Βουλής και ακολουθούν τα αποτελέσματα, τα συμπεράσματα και αναφέρονται εισηγήσεις για μελλοντικές βελτιώσεις.

Λέξεις κλειδιά οπτική / εταιρική ταυτότητα, σήμανση, Βουλή των Αντιπροσώπων, τυπογραφία

ABSTRACT

The subject of this thesis is the creation of a visual identity, wayfinding and signage system of the House of Representatives of Cyprus. Initially, through the literature, the term and the importance of visual identity and signage are explored. Then, thesis is referred to the House of Representatives and visual identities of other parliaments are studied. Next, the design of the new visual identity and signage of the Parliament is accomplished since the design problems and the shortcomings of the existing visual identity have been identified and highlighted previously. Finally through the methodology used in this study, the new visual identity of the Parliament is evaluated, followed by the results, conclusions and finally suggestions for future improvements.

Keywords branding, signage, typography

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	v
ABSTRACT.....	vi
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	vii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	ix
1 ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	x
2 Εισαγωγή	1
2.1 Περιγραφή του Προβλήματος και η Αναγκαιότητα της Μελέτης.....	1
2.1.1 Περιγραφή του προβλήματος	1
2.1.2 Αναγκαιότητα της μελέτης	5
2.1.3 Δομή της πτυχιακής εργασίας.....	6
3 Θεωρητικό Πλαίσιο και Βιβλιογραφική Ανασκόπηση.....	7
3.1 Ο Όρος και η Σημασία της Οπτικής ή Εταιρικής Ταυτότητας	7
3.1.1 Η Δομή της Εταιρικής Φιλοσοφίας	8
3.1.2 Η Διαφορά Εταιρικής Ταυτότητας με Εικόνας	11
3.2 Η Σήμανση στο Χώρο	11
3.3 Η Βουλή των Αντιπροσώπων της Κύπρου	13
3.3.1 Η υφιστάμενη οπτική ταυτότητα της Βουλής.....	15
3.4 Λογότυπα άλλων παρόμοιων συναφών θεσμών	16
4 Αντικειμενικοί Στόχοι και Ερευνητικά Ερωτήματα	18
4.1 Αντικειμενικοί Στόχοι	18
4.2 Ερευνητικά Ερωτήματα	18
5 Μεθοδολογία.....	19
5.1 Περιγραφή Μεθοδολογίας	19
6 Εννοιολογική Προσέγγιση και η Ανάπτυξη του Πρακτικού Έργου	20

6.1	Σχεδιασμός Οπτικής Ταυτότητας.....	20
6.2	Σχεδιασμός Σημάνσεων	27
7	Αποτελέσματα Πρώτου Κύκλου της Έρευνας Δράσης.....	31
8	Συμπεράσματα και Εισηγήσεις για Μελλοντικές Συναφή Ενέργειες.....	35
8.1	Συμπεράσματα και Κριτική Αξιολόγηση Πρακτικού Έργου	35
7.2	Εισηγήσεις για Μελλοντικές Συναφή Ενέργειες	35
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	36
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	38

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Υφιστάμενο λογότυπο Βουλής

Εικόνα 2 Εφαρμογές Λογοτύπου

Εικόνα 3 Εφαρμογές Λογοτύπου

Εικόνα 4 Εξωτερική Επιγραφή Βουλής

Εικόνα 5 Κατευθυντήρια τόξα

Εικόνα 6 Σήμανση

Εικόνα 7 Σήμανση

Εικόνα 8 Σήμανση

Εικόνα 9 Σήμανση

Εικόνα 10 Εντοίχια Κεραμική Παράσταση

Εικόνα 11 Λογότυπο Βουλής Γαλλίας

Εικόνα 12 Λογότυπο Βουλής Νότιας Κορέας

Εικόνα 14 Νέο λογότυπο Βουλής

Εικόνα 16 Εφαρμογές Νέας Οπτικής Ταυτότητας

Εικόνα 17 Επιστολόχαρτο Υπηρεσίας

Εικόνα 18 Επαγγελματική Κάρτα (Μπροστινό μέρος)

Εικόνα 21 Σήμανση Γραφείων

Εικόνα 2213 Σήμανση για είσοδο της Βουλής

Εικόνα 23 Ενημερωτικές και Κατευθυντήριες Σημάνσεις

Εικόνα 24 Εξωτερική Επιγραφή

1 ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1

Διάγραμμα 2

Διάγραμμα 3

Διάγραμμα 4

Διάγραμμα 5

Διάγραμμα 6

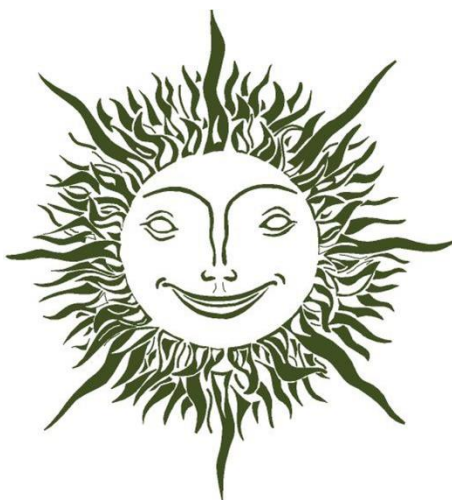
Διάγραμμα 7

2 Εισαγωγή

2.1 Περιγραφή του Προβλήματος και η Αναγκαιότητα της Μελέτης

2.1.1 Περιγραφή του προβλήματος

Κατόπιν επίσκεψης στο χώρο της Βουλής των Αντιπροσώπων, έχουν παρατηρηθεί και εντοπιστεί σχεδιαστικά προβλήματα και ελλείψεις στην οπτική ταυτότητα και σήμανση του χώρου. Δεν θα μπορούσε να μείνει απαρατήρητο, το υφιστάμενο λογότυπο της Βουλής (βλ. Εικόνα 1) που αποτελείται από έναν ήλιο ο οποίος φέρει αρκετή λεπτομέρεια και περιττά στοιχεία που επιβαρύνουν την αισθητική και την απλότητα τα οποία θα πρέπει να χαρακτηρίζουν ένα λογότυπο. Το σύμβολο συνοδεύεται τις περισσότερες φορές με το περίσσιο λεκτικό «Αιώνια Κύπρος», με αποτέλεσμα σε συνδυασμό με την τυπογραφία «Βουλή των Αντιπροσώπων» και «Κυπριακή Δημοκρατία» να αγγίζει τα όρια της ασάφιας. Για την τεκμηρίωση του συγκεκριμένου σχεδιαστικού προβλήματος, μέσω της μεθοδολογίας που ακολουθήθηκε, χρησιμοποιήθηκαν ερωτηματολόγια των οποίων οι απαντήσεις επιβεβαιώνουν την δυσλειτουργία του λογοτύπου και τη προτροπή νέας σχεδιαστικής προσέγγισης. Στις εφαρμογές (βλ. Εικόνα 2 και Εικόνα 3) παρατηρούμε το σύμβολο σε μεγέθυνση, με αποτέλεσμα να διακρίνονται οι σχεδιαστικές του λεπτομέρειες συμβόλου, οι οποίες είναι αντιαισθητικές. Σε άλλες εφαρμογές, όπως για παράδειγμα, στην χάρτινη τσάντα, φέρουν ακόμη τη παλιά εκδοχή του λογότυπου, σε μορφή raster graphics, γεγονός που μαρτυρεί τον μη προσεγμένο σχεδιασμό της ταυτότητας.



CYPRVS AETERNA

Εικόνα 1: Υφιστάμενο λογότυπο Βουλής



Εικόνα 2 Εφαρμογές Λογοτύπου



Εικόνα 3 Εφαρμογές Λογοτύπου

Φαίνεται πως, η υφιστάμενη σχεδιαστική προσέγγιση της σήμανσης του χώρου της Βουλής υποβιβάζει το κύρος και την εικόνα της. Η εξωτερική επιγραφή (βλ. Εικόνα 4) στην είσοδο της Βουλής, είναι η μοναδική σήμανση που ενημερώνει τον επισκέπτη για το κτίριο, εν τούτοις είναι μικρή σε σχέση με αυτό, τοποθετημένη σε σημείο που δεν είναι εμφανές πέραν της εξωτερικής πύλης του κτιρίου και είναι αδύναμη τυπογραφικά. Προχωρώντας στο εσωτερικό του κτιρίου, το γεγονός που προξενεί απορία, είναι τα τόξα που υπάρχουν σε ορισμένα σημεία του (βλ.Εικόνα 5) τα οποία είναι αινιγματικά και δυσνόητα, αφενός μεν από την απουσία συνοδευτικού λεκτικού, αφετέρου δε από την απουσία υπομνήματος που να επεξηγεί τα συγκεκριμένα χρώματα. Σύμφωνα με πληροφορίες κατά τη διάρκεια της επίσκεψης, λόγω της ανέγερσης νέων κτιρίων και

της αλλαγής της διαρρύθμισης του εσωτερικού, οι εν λόγω κατευθυντήριες σημάνσεις δεν είναι πλέον σε ισχύ. Επιπλέον, ο κάθε όροφος χωρίζεται σε πτέρυγες. Η σήμανση που αναγράφεται ο όροφος, η πτέρυγα, τα γραφεία και οι αίθουσες του κάθε ορόφου, σε ορισμένες περιπτώσεις είναι ακαθόριστες (βλ. Εικόνα 6) και δεν αποσαφηνίζουν την ακριβή τοποθέτηση και πορεία της κάθε πτέρυγας. Επιπλέον υπάρχει το στοιχείο του πλεονασμού όπως για παράδειγμα στην εικόνα 7, όπου αναγράφεται η λέξη «Αίθουσα» δύο φορές. Ακόμη, υπήρχαν αρκετές ανεπίσημες σημάνσεις, τυπωμένες σε χαρτί Α4 (βλ.Εικόνα 8) γεγονός που προσδίδει μια προχειρότητα στο χώρο που αναμφίβολα δεν αρμόζει. Ένα άλλο σχεδιαστικό πρόβλημα, όσον αφορά τη σήμανση, ήταν το θέμα της ευαναγνωσιμότητας, ιδιαίτερα στη σήμανση του εξωτερικού χώρου, στο αίθριο της Βουλής όπου υπάρχει φυσικό φως (βλ.Εικόνα 9), στην οποία το χρώμα των γραμμάτων δεν ευνοεί την αναγνωσιμότητα. Επιπρόσθετα, η σήμανση είναι ελλιπής, καθώς σημάνσεις, όπως «ο χώρος βιντεοσκοπείται» δεν υφίστανται. Τέλος, η σήμανση στο χώρο φαίνεται παρωχημένη, καθόλου κατατοπιστική, κατευθυντική και χωρίς καμία σχεδιαστική ουσία. Γενικότερα, θα τολμούσα να χαρακτηρίσω, τόσο την οπτική ταυτότητα, όσο και τη σήμανση της Βουλής των Αντιπροσώπων, σχεδιαστικά άστοχη και φτωχή. Χωρίς καμία αμφιβολία, δεν είναι γραφιστικά αντιπροσωπευτική και ως εκ τούτου ενδέχεται να μην αντικατοπτρίζει το κύρος και τη σοβαρότητα που αναλογεί σε ένα τέτοιο θεσμό.



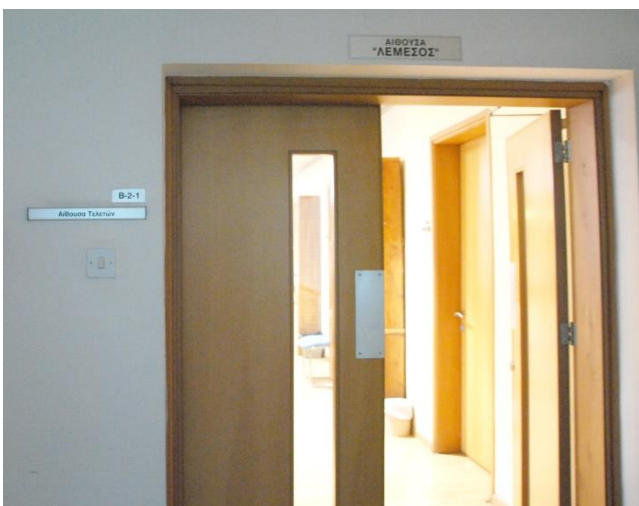
Εικόνα 4 Εξωτερική Επιγραφή Βουλής



Εικόνα 5 Κατευθυντήρια τόξα



Εικόνα 6 Σήμανση



Εικόνα 7 Σήμανση



Εικόνα 8 Σήμανση



Εικόνα 9 Σήμανση

2.1.2 Αναγκαιότητα της μελέτης

Είναι σημαντικό να τονιστεί, ότι η Βουλή των Αντιπροσώπων της Κύπρου, όπως κάθε βουλή, σε κάθε κράτος και χώρα, αποτελεί ένα κορυφαίο δημοκρατικό θεσμό μέσω του οποίου αντιπροσωπεύεται ο λαός. Επομένως, σεβόμενη τους θεσμούς, το κύρος και τις αντιλήψεις που προασπίζεται και ακολουθεί, θα πρέπει να μεριμνεί για την εικόνα και την ταυτότητά της, καθώς αποτελεί σημείο αναφοράς και αντανακλά την εικόνα ολόκληρης της χώρας. Η διαδικασία επανασχεδιασμού της οπτικής ταυτότητας της

Βουλής, αναζωογονεί και επαναπροσδιορίζει τον ρόλο και την εικόνα της. Επιβάλλεται λοιπόν, έπειτα από τις παρατηρήσεις στο χώρο και τον εντοπισμό των ελλείψεων στην υφιστάμενη εταιρική ταυτότητα της Βουλής, μια ολοκληρώμενη και σύγχρονη οπτική ταυτότητα που θα αντιπροσωπεύει εξ' ολοκλήρου τη Βουλή των Αντιπροσώπων της Κύπρου.

2.1.3 Δομή της πτυχιακής εργασίας

Η πτυχιακή εργασία αποτελείται από το θεωρητικό πλαίσιο και τη βιβλιογραφική ανασκόπηση κατά την οποία ερευνήθηκαν μελέτες που αφορούν την οπτική ταυτότητα και τη αναγκαιότητά της, καταγράφονται τα ουσιώδη στοιχεία που τη συνθέτουν, από τα οποία αναλύεται περισσότερο η σήμανση στο χώρο. Ακολούθως, γίνεται αναφορά στη Βουλή των Αντιπροσώπων, όπου σημειώνονται κύριες πληροφορίες για το κτίριο που τη στεγάζει, τη συγκρότηση, τον πολιτικό ρόλο και τις αρμοδιότητες, τη διοικητική διάρθρωση της καθώς και για την υφιστάμενη οπτική της ταυτότητα. Επιπλέον, μελετώνται οπτικές ταυτότητες άλλων κοινοβουλίων και συναφών θεσμών. Εν συνεχεία, επισημαίνονται οι αντικειμενικοί στόχοι και τα ερευνητικά ερωτήματα και σημειώνεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την επίλυση του σχεδιαστικού προβλήματος. Έπειτα, καταγράφονται και αναλύονται η εννοιολογική προσέγγιση και η ανάπτυξη του πρακτικού έργου και τέλος, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα, τα συμπεράσματα και οι εισηγήσεις για μελλοντικές συναφή ενέργειες.

3 Θεωρητικό Πλαίσιο και Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

3.1 Ο Όρος και η Σημασία της Οπτικής ή Εταιρικής Ταυτότητας

Η έννοια «Εταιρική ή Οπτική Ταυτότητα» καθορίζεται ως η ταυτότητα ενός ατόμου την οποία συγκροτούν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που διακρίνουν το άτομο αυτό από τα άλλα. Τέτοια χαρακτηριστικά αποτελούν οι θετικές/αρνητικές ιδιότητες, ο συνειδητός/ασυνείδητος τρόπος συμπεριφοράς, οι ιδιαίτερες επιδόσεις/αποδόσεις κ.α. Το άτομο ταυτίζεται με τα χαρακτηριστικά αυτά, αποκτά αναγνωρισιμότητα και συνεπώς ταυτότητα, καθώς χάνει την ανωνυμία του (Μήλιος, 2006). Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τους Aaker and Joachimsthaler μια εταιρική ταυτότητα θα πρέπει να συμβαδίζει με τις ανάγκες του καταναλωτή, να διαφέρει από τις υπόλοιπες πανομοιότυπες ταυτότητες και να προβάλλει αυτό που μπορεί να κάνει ο οργανισμός (αναφέρεται στο Ghodeswar, 2008).

Μια άλλη σημασιολογική προσέγγιση δίνει η Wheeler (2012), η οποία σημειώνει ότι η οπτική ταυτότητα είναι κάτι από που μπορείς να το δεις, να το αγγίξεις να το κρατήσεις ή να το δεις να κινείται όπως επίσης τείνει να παίρνει ανόμοια στοιχεία και να τα ενοποιεί σε ολόκληρα συστήματα. Αυτό επιτυγχάνεται με μια βήμα προς βήμα διαδικασία, το branding, κατά την οποία αναπτύσσεται η ευαισθητοποίηση και παρατείνεται η αφοσίωση του κοινού. Αναμφίβολα, κατά τη διάρκεια της διαδικασίας αυτής, δράττεται κάθε ευκαιρία για να εκδηλωθεί και να αποδειχθεί η μοναδικότητα και η διαφορετικότητα ενός brand από ένα άλλο. Βέβαια, η ιδέα του branding δεν είναι σχετικά καινούργια καθώς πολλοί εμπορικοί οργανισμοί χρησιμοποιούσαν το brand για πολλά χρόνια, για να επικοινωνήσουν με σαφήνεια στους πελάτες τους, τη διαφοροποιημένη προσωπικότητα, το όραμα και τις αξίες του οργανισμού τους. (Kenneway, 2006). Έτσι και τώρα, οι επιχειρήσεις προσπαθούν να περάσουν στο στοχευμένο πλέον κοινό τους, τις αντιλήψεις και τα πιστεύω της εταιρίας τους, να επιτύχουν μια συναισθηματική σύνδεση με τον πελάτη, να δημιουργήσουν δια βίου σχέσεις με αυτόν και να γίνουν αναντικατάστατες (Wheeler, 2012).

Ωστόσο, σύμφωνα με την Kenneway (2006) το brand είναι ένα άυλο προϊόν, και γι' αυτό οι οργανισμοί το περιφρονούν καθώς είναι δύσκολο να μετρήσουν και να βάλουν μια τιμή σ' αυτό. Είναι γεγονός ότι, οι οργανισμοί που εξακολουθούν να αγνοούν το ρόλο και τη συμβολή του brand στην επιτυχία τους, χάνουν την ευκαιρία να

διαχειριστούν, να αναπτύξουν και να κατορθώσουν αυτό που θα μπορούσε να ήταν ένα από τα ισχυρότερα τους στοιχεία. Επομένως, η δημιουργία δυναμικών brands απαιτεί σαφή κατανόηση για το ποιο είναι το στοχευμένο κοινό και ποια οφέλη επιδιώκει (Ferreira, 2012) ούτως ώστε να κατορθώνει να ξεχωρίζει μέσα σε μία τεράστια, χαοτική αγορά (Wheeler, 2012). Φυσικά, υπάρχουν διάφορα και πολλά σημεία επαφής στο brand τα οποία αναπτύσσουν την ευαισθητοποίηση και εντείνουν την αφοσίωση του πελάτη. Υπάρχουν αρκετοί τρόποι ανάπτυξης του brand όπως για παράδειγμα, διάφορα έντυπα, social media, διαφήμιση, ιστοσελίδες, συσκευασία, προϊόντα στα οποία είναι εφαρμοσμένη η οπτική ταυτότητα του οργανισμού, με κύριο στόχο την κοινοποίηση, διάδοση και ενδυνάμωση του ενδιαφέροντος του κοινού.

Θα πρέπει να τονιστεί ότι το brand είναι κάτι περισσότερο από ένα λογότυπο ή μια γραμμή. Θα πρέπει να συμβάλλει στο καλύτερο ορισμό και στη σαφέστερη επικοινωνία για το τι είναι αυτό που μπορεί να κάνει ο οργανισμός καλύτερα από τους ανταγωνιστές, τι είναι αυτό που τον διακρίνει από τους άλλους και τι είναι πιο προσιτό στις ανάγκες του κοινού του. Με λίγα λόγια, το brand εκπροσωπεί το πνεύμα του οργανισμού και τα επιτυχημένα brands είναι ικανά να συλλάβουν και να εκφράσουν αποτελεσματικά αυτό το «πνεύμα» (Kenneway, 2006).

3.1.1 Η Δομή της Εταιρικής Φιλοσοφίας

Αδιαμφισβήτητα, η ύπαρξη εταιρικής φιλοσοφίας αποτελεί τον πυρήνα για την δημιουργία της εταιρικής ταυτότητας. Σύμφωνα με τον Olins (αναφέρεται στο Μήλιος, 2006), η εταιρική φιλοσοφία «είναι η ψυχή και το πνεύμα της επιχείρησης που εκδηλώνεται με οποιοδήποτε τρόπο, χωρίς να είναι απαραίτητα κάτι το χειροπιαστό που μπορείς να το δεις, να το νιώσεις ή να το αγγίξεις, αν και θα μπορούσε αυτό να συμβαίνει».

Με άλλα λόγια η εταιρική φιλοσοφία εκφράζει τις βασικές αρχές, τις αξίες και τα κατευθυντήρια πρότυπα κάθε οργανισμού ή επιχείρησης και καθιστά θεμέλιο στο οποίο βασίζονται τα στοιχεία που οικοδομούν την εταιρική ταυτότητα. Η εταιρική φιλοσοφία συντίθεται από την εταιρική συμπεριφορά, την παραστατική οπτική εικόνα και την εταιρική επικοινωνία.

Στην εταιρική συμπεριφορά αντικατοπτρίζεται η προσωπικότητα της επιχείρησης. Η συμπεριφορά διαμορφώνεται από τις ακολουθούμενες πολιτικές και πρακτικές

ανάπτυξης, τον τύπο διεύθυνσης και διοίκησης, από τις σχέσεις της επιχείρησης με τον κοινωνικό περίγυρο και την ενδοεπιχειρησιακή συμπεριφορά των εργαζομένων μεταξύ τους. Τα στοιχεία αυτά φανερώνουν τους σκοπούς και τους στόχους της επιχείρησης, όπως επίσης αποκαλύπτουν το είδος και την ταυτότητα της.

Η παραστατική οπτική εικόνα (corporate design) οπτικοποιεί την ταυτότητα, το προφίλ και την φιλοσοφία της επιχείρησης, αφού μέσω οπτικών παραστάσεων και συμβόλων αναλύει και μεταδίδει τις αρχές και τις αξίες στις οποίες βασίζεται. Σε πολλές μεγάλες επιχειρήσεις αποτελεί θεμελιώδη πυλώνα στην εταιρική τους ταυτότητα καθώς χωρίς αμφιβολία επηρεάζει και διαμορφώνει σε μεγάλο βαθμό, τις αντιλήψεις και τις γνώμες των πελατών τους και γενικότερα του στοχευμένου κοινού. Επιπρόσθετα, ο τομέας της παραστατικής οπτικής εικόνας, είναι αξιοσημείωτος για την επιτυχία της διαφοροποίησης της επιχείρησης από τον ανταγωνισμό. Χαρακτηριστικά παραδείγματα επιχειρήσεων που επιτυγχάνουν τη διαφοροποίηση μέσω της οπτικής εικόνας με πρωτοποριακό σχεδιασμό, είναι οι εταιρίες Bang & Olufsen με τα μοντέρνα προϊόντα ήχου και εικόνας, και η Braun, της οποίας τα προϊόντα της εκθέτονται στο Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης της Νέας Υόρκης. Η παραστατική οπτική εικόνα συναποτελείται από τρία βασικά στοιχεία: το αρχιτεκτονικό design, το γραφικό design και το design προϊόντων.

Το αρχιτεκτονικό design περικλείει την αρχιτεκτονική των εξωτερικών και εσωτερικών χώρων, τη διαρρύθμιση και τη διακόσμησή τους, τα υλικά και τα χρώματά τους. Το στυλ και η τεχνοτροπία των κτηρίων κατέχουν πρωταρχική θέση. Σημειώνεται το χαρακτηριστικό παράδειγμα του κεντρικού κτηρίου των εγκαταστάσεων της κατασκευάστριας βιομηχανίας αυτοκινήτων BMW, στο Μόναχο, το οποίο αποτελείται από δύο ζεύγη πολυόροφων κυκλικών κτηρίων, τα οποία συμβολίζουν τους τέσσερις κυλίνδρους του κινητήρα του αυτοκινήτου. Η εσωτερική διακόσμηση, το μέγεθος και ο εξοπλισμός των γραφείων των κτηρίων παίζει επίσης μεγάλο ρόλο και χρησιμοποιούνται από πολλές επιχειρήσεις ως ένδειξη κύρους. Ο φωτισμός είναι ισχυρό μέσο προβολής των κτηρίων τα τελευταία χρόνια καθώς τα αναδεικνύει και διαμορφώνει περισσότερο το στυλ της επιχείρησης. Σημαντική αναφορά γίνεται και στην επιλογή χρωμάτων καθώς αποτελούν καθοριστικό στοιχείο της οπτικής ταυτότητας μιας επιχείρησης. Ο Δρ. Μήλιος (2006) αναφέρει ότι έρευνες έχουν δείξει πως τα χρώματα επιδρούν στην ψυχολογία των ανθρώπων τόσο που επηρεάζουν ακόμη

και πτυχές του χαρακτήρα τους, συνεπώς και τις επιλογές τους. Αδιαμφισβήτητα, το χρώμα ενδυναμώνει άμεσα και αποτελεσματικά, την αναγνωρισιμότητα και τη διαφοροποίηση μιας επιχείρησης. Γι' αυτό το λόγο επιλέγουν χρώμα το οποίο πιστεύουν ότι αντιπροσωπεύει καλύτερα την επιχείρηση και εναρμονίζεται με τα χαρακτηριστικά της ταυτότητας της. Η Ferrari και η Coca-Cola επιλέγουν, για παράδειγμα, το κόκκινο χρώμα το οποίο συνεπάγεται δυναμισμό και ενεργητικότητα, η BMW επέλεξε το μπλε και άσπρο χρώμα που παραπέμπει σε αξιοπιστία και σοβαρότητα, όπως και η Shell επέλεξε το κίτρινο που προβάλλει τη συμπάθεια και αποσπά την προσοχή από απόσταση.

Ο γραφικός σχεδιασμός αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της οπτικοπαραστατικής ταυτότητας μιας επιχείρησης. Μέσω αυτού, διαπιστώνεται εύκολα από το κοινό, ο χαρακτήρας και το ύφος της επιχείρησης. Το γραφικό design, περιλαμβάνει το λογότυπο, το σλόγκαν, τις εσωτερικές και εξωτερικές επιγραφές και σημάνσεις, τον σχεδιασμό των εγγράφων που χρησιμοποιεί η επιχείρηση όπως επιστολόχαρτα, φάκελοι αλληλογραφίας, εταιρικά περιοδικά και προσωπικές κάρτες συνεργατών. Οι μορφές λογοτύπων που χρησιμοποιούνται σήμερα είναι τρεις: τα λογότυπα που αποτελούνται από ένα σύμβολο όπως της Mercedes, της Lacoste και της Shell, τα ονομαστικά λογότυπα όπως της Coca-Cola, της Nestle και της Sony και τα λογότυπα που είναι συνδυασμός των πιο πάνω όπως της BMW, της Adidas και της Goody's.

Επιπρόσθετα, το design του προϊόντος αποτελεί σημαντικό κομμάτι για την επίτευξη της διαφοροποίησης μιας επιχείρησης από τον ανταγωνισμό και την αύξηση αναγνωρισιμότητας της, κυρίως όταν δεν ακολουθεί την αγορά αλλά όταν τη διαμορφώνει και την οδηγεί. Η σχεδίαση του προϊόντος και της συσκευασίας του, τα υλικά, το μέγεθος, το στυλ, το χρώμα, η γραμματοσειρά, η ονομασία της συσκευασίας περιλαμβάνονται στο design προϊόντος. Σύμφωνα με τον Δρ. Μήλιο (2006), σε αυτή τη φάση σχεδιασμού, πρωταρχικός στόχος είναι η επίτευξη της ισορροπίας μεταξύ της αισθητικής και της λειτουργικότητας του προϊόντος, ούτως ώστε η καινοτομία του design του προϊόντος να είναι ουσιαστική και όχι επιφανειακή.

Τέλος, κλείνοντας το κεφάλαιο της εταιρικής φιλοσοφίας, η εταιρική επικοινωνία ενσωματώνει κάθε μορφή εταιρικής επικοινωνιακής έκφρασης που έχει σχέση με την εταιρική συμπεριφορά, τη παραστατική οπτική εικόνα, καθώς και τα κύρια εργαλεία

της επικοινωνιακής πολιτικής του μάρκετινγκ, όπως η διαφήμιση, η προώθηση πωλήσεων και οι δημόσιες σχέσεις.

3.1.2 Η Διαφορά Εταιρικής Ταυτότητας με Εικόνας

Η οπτική ταυτότητα και η οπτική εικόνα είναι δύο ουσιώδης έννοιες για την ανάπτυξη ενός δυνατού brand. Πρόκειται για έννοιες σχετικές αλλά και διακριτές καθώς υφίστανται μια σύγχυση ως προς την εννοιολογική τους σημασία. Είναι πλέον παραδεκτό, ότι η διάκριση των δύο όρων βασίζεται στο ότι “εταιρική ταυτότητα είναι η εικόνα που έχει μια επιχείρηση γι’ αυτή την ίδια, δηλαδή για την ταυτότητα της, ενώ εταιρική εικόνα είναι η εικόνα που έχει το κοινό για την επιχείρηση” (Μήλιος, 2006). Με άλλα λόγια η εταιρική ταυτότητα είναι μια αντικειμενική πραγματικότητα, ενώ η εταιρική εικόνα μία υποκειμενική εικόνα η οποία μπορεί να είναι είτε καλύτερη είτε χειρότερη από την πραγματικότητα. Πιο συγκεκριμένα, η ταυτότητα εκπροσωπεί την πραγματικότητα του οργανισμού, ενώ η εικόνα την αντίληψη του πελάτη (Nandan, 2005). Πρόκειται για μια συνεπή και συνεχή διαδικασία, καθώς αποτελεί δέσμευση για εταιρικό στυλ και τρόπο ζωής, γεγονός που δυσχεραίνει την πραγματοποίηση δημιουργίας μιας επιτυχημένης εταιρικής εικόνας.

3.2 Η Σήμανση στο Χώρο

Σύμφωνα με τους Polger and Stempler (2014) η σήμανση αποτελεί ένα αξιοσημείωτο κομμάτι της οπτικής ταυτότητας. Επικοινωνεί στον χρήστη σημαντικές πληροφορίες, νέα, επερχόμενα συμβάντα, πολιτικές και κατευθύνσεις. Ωστόσο, για να είναι αποτελεσματική, θα πρέπει να είναι σταθερή, περιεκτική και να μην περιέχει αρνητική γλώσσα (Stempler and Polger, 2013). Συγχρόνως, η Serfass επισημαίνει τη σημαντικότητα της χρήσης θετικής γλώσσας για την δημιουργία φιλικής, προς τον χρήστη, ατμόσφαιρας. Επιπλέον, αναφέρει την ανάγκη της ακρίβειας στις σημάνσεις, όπως στην περίπτωση των σημάνσεων που υποδεικνύουν την απαγόρευση της χρήσης κινητών τηλεφώνων. Η συγκεκριμένη σήμανση είναι αποπλανητική καθώς απαγορεύεται η ομιλία μόνο στο κινητό τηλέφωνο. Ακόμη, αναφέρει ότι η κατάχρηση των σημάνσεων οδηγεί σε ατελέσφορες σημάνσεις και σε αντιφατικά μηνύματα, που ίσως τελικά να επιφέρουν σύγχυση και να αγνοούνται από το κοινό. (αναφέρεται στο Stempler and Polger, 2013). Επιπροσθέτως, η White ισχυρίζεται ότι το να μην υπάρχει

σήμανση είναι καλύτερο από την ύπαρξη κακής σήμανσης. Πράγματι, μια κακώς σχεδιασμένη σήμανση παρουσιάζει φτωχή οπτική επικοινωνία, συνεπώς επικοινωνεί μια αρνητική εικόνα του ιδρύματος. Τέλος, καταλήγει σε μία θετική παρατήρηση: η σήμανση να παραμένει απλή και θετική. (αναφέρεται στο Stempler and Polger, 2013).

Αναντίρρητα, η τυπογραφία και η αρχιτεκτονική είναι δύο έννοιες που διασταυρώνονται. Μια σωστή και καλή επιλογή τυπογραφίας εμπλουτίζει την αρχιτεκτονική (Uebele, 2007). Ο Waller στην έρευνα του για την επιλογή της γραμματοσειράς της σήμανσης του London's Heathrow Airport συνδυάζει τρεις ερευνητικές μεθοδολογίες. Επισημαίνει αρχικά ότι τα θεμέλια για την επιλογή όπως και την αιτιολόγηση της επιλογής της γραμματοσειράς σε οποιαδήποτε εφαρμογή αποτελούν η διαθεσιμότητα, η ελκυστικότητα, η μόδα, η οπτική ταυτότητα και η αναγνωσιμότητα. Στην πορεία αναφέρει τις τρεις ερευνητικές μεθόδους που χρησιμοποιήθηκαν. Πρώτα, η δοκιμή αναγνωσιμότητας κατά την οποία με την βοήθεια εθελοντών – χρηστών έχουν συγκριθεί γραμματοσειρές, μεγέθη γραμματοσειρών και χρωματικοί συνδυασμοί. Στη συνέχεια, η ποιοτική έρευνα η οποία μέσω ερωτηματολογίων αποσκοπούσε στη συλλογή κριτικών για την προσωπικότητα των γραμματοσειρών αλλά και σε ποιες εφαρμογές θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν οι συγκεκριμένες γραμματοσειρές. Τέλος η επισκόπηση εμπειρογνομών, κατά την οποία ζητήθηκε από ορισμένους αναγνωρισμένους ειδικούς να σχολιάσουν τις επιλεγμένες γραμματοσειρές. Συμπερασματικά, μέσα από την έρευνα του Waller, διαπιστώνουμε πόσο σημαντική είναι η επιλογή της τυπογραφίας στη σήμανση καθώς ο κύριος στόχος του σχεδιασμού της είναι να εξυπηρετεί την λειτουργικότητα και την ευαναγνωσιμότητα.

Παράλληλα, ο Uebele πραγματεύεται σημαντικά σημεία που επηρεάζουν τον σχεδιασμό της σήμανσης ενός χώρου. Ένα από αυτά είναι η τοποθέτηση της σήμανσης σε σχέση με το επίπεδο των ματιών. Ενώ υπάρχει ένας 'χρυσός κανόνας' που υποστηρίζει ότι ο αριθμός των εκατόν εξήντα πέντε εκατοστών από το έδαφος αποτελεί ιδανικό ύψος για την τοποθέτηση μιας σήμανσης, ο Uebele ισχυρίζεται ότι η μέτρηση αυτή διαιρεί τους τοίχους σε δυσανάλογα μέρη και επισημαίνει ότι οι άνθρωποι δεν περπατούν με ένα αυστηρά κάθετο τρόπο, καθώς το κεφάλι τείνει να κλίνει ελαφρώς προς τα εμπρός και τα μάτια να χαμηλώνουν. Έτσι, υπογραμμίζει ότι οι σημάνσεις δεν θα πρέπει να τοποθετούνται στο ύψος των ματιών και θα ήταν καταλληλότερο να

σχετίζονται με τις οριζόντιες γωνίες της δομής του χώρου. Θα ήταν χρήσιμο επίσης να τονιστεί ότι το ύψος που θα τοποθετηθεί η σήμανση εξαρτάται από το περιβάλλον στο οποίο βρίσκεται ούτως ώστε να μπορεί να διαβαστεί από διάφορες απόψεις αλλά και να μην κρύβεται από άλλους πιθανούς παράγοντες, πχ. αυτοκίνητα ή πεζούς.

Επιπροσθέτως, οι φωτεινές επιγραφές μπορεί να είναι ωραίες και σε ορισμένα σημεία, ουσιώδης. Ένα άλλο κύριο σημείο για το σχεδιασμό της σήμανσης που αξίζει να αναφερθεί, είναι το φως, το οποίο μπορεί να 'οδηγεί' τον χρήστη ωστόσο μπορεί επίσης να τον θαμπώσει και να επιφέρει αντίθετα αποτελέσματα. Σε μέρη στα οποία επικρατεί περισσότερο σκοτάδι όπως υπόγειοι χώροι στάθμευσης, οι σημάνσεις μπορούν να τοποθετηθούν σε φωσφορίζων ή σε αντανakλαστικό υλικό, ενώ αυτή η τοποθέτηση σε χώρο με αρκετό φυσικό φως μπορεί να αποβεί σε βάρος της αναγνωσιμότητας (Uebele, 2007).

3.3 Η Βουλή των Αντιπροσώπων της Κύπρου

Η Βουλή των Αντιπροσώπων είναι το κοινοβούλιο της Κυπριακής Δημοκρατίας. Σύμφωνα με το Σύνταγμα αποτελεί νομοθετικό σώμα. Η Βουλή στεγάζεται προσωρινά στο κτίριο επί της οδού Νεχρού, από την ανακήρυξη της Κυπριακής Δημοκρατίας στις 16 Αυγούστου 1960. Το κτίριο αυτό είχε κτιστεί επί αγγλοκρατίας για να χρησιμοποιηθεί για τις ανάγκες του Γραφείου Δημοσίων Πληροφοριών και για πολλά χρόνια ήταν τελείως ανεπαρκές για τις ανάγκες του κοινοβουλίου.

Το καλοκαίρι του 2001 ανακαινίστηκε η αίθουσα της ολομέλειας και οι γραφειακοί χώροι στους οποίους προστέθηκαν νέα γραφεία και νέες αίθουσες κοινοβουλευτικών επιτροπών, εν αναμονή ανοικοδόμησης κατάλληλου κτιρίου για κοινοβούλιο. Παρά την ανακαίνιση, το κτίριο παραμένει ανεπαρκές για κάλυψη των αναγκών της Βουλής. Επί προεδρίας Αλέξη Γαλανού προκηρύχθηκε, το 1994, αρχιτεκτονικός διαγωνισμός για την ανέγερση νέου κτιρίου για τη Βουλή των Αντιπροσώπων και το 1995 με απόφαση του Υπουργικού Συμβουλίου εγκρίθηκε η ανάθεση στον οίκο που κέρδισε το διαγωνισμό. Λόγω αναγκαίων προσαρμογών και ομαλής ένταξης του κτιρίου στο χώρο, αναβλήθηκε η έναρξη εργασιών και αποφασίστηκε το 2000, επί προεδρίας Σπύρου Κυπριανού, η βελτίωση στο μεταξύ του υπάρχοντος κτιρίου. Το 2001, με την ανάληψη της προεδρίας της Βουλής από το Δημήτρη Χριστόφια, υλοποιήθηκε η απόφαση για

βελτίωση του υφιστάμενου κτιρίου και προχώρησαν οι εργασίες προσαρμογών των αρχικών σχεδίων. Το 2009, επί προεδρίας Μάριου Καρογιάν, ολοκληρώθηκαν οι διαδικασίες και αναμένεται να ξεκινήσει η υλοποίηση του έργου. Στον χώρο ανέγερσης του έργου, θα δημιουργηθεί επίσης αρχαιολογικό πάρκο με ιδιαίτερη φροντίδα, ώστε από τη μία να μην επηρεάζονται οι αρχαιότητες που ανεβρέθησαν και από την άλλη να αναδεικνύονται και να αποτελούν σημείο αναφοράς. Η ομαλή ένταξη του νέου κτιρίου και η σύζευξη με το γειτνιάζοντα χώρο για προστασία και ανάδειξη των αρχαιοτήτων καθυστέρησε σημαντικά το έργο, που τώρα είναι έτοιμο να ξεκινήσει.

Σύμφωνα με τον εκλογικό νόμο, για σκοπούς διεξαγωγής των βουλευτικών εκλογών η κυπριακή επικράτεια διαιρείται σε έξι εκλογικές περιφέρειες, η έκταση και τα όρια των οποίων αντιστοιχούν στην έκταση και στα όρια των έξι διοικητικών επαρχιών του κράτους. Σήμερα, από τις πενήντα έξι ελληνοκυπριακές έδρες, είκοσι μία έδρες κατανέμονται στη Λευκωσία, δώδεκα στη Λεμεσό, έντεκα στην Αμμόχωστο, πέντε στη Λάρνακα, τέσσερις στην Πάφο και τρεις στην Κερύνεια. Μια από τις σημαντικότερες αρμοδιότητες της Βουλής είναι το δικαίωμά της να αναθεωρεί το σύνταγμα, τον υπέρτατο νόμο του κράτους. Η νομοθετική της λειτουργία συνίσταται στη θέσπιση, τροποποίηση ή κατάργηση κανόνων δικαίου. Επιπρόσθετα, η Βουλή εγκρίνει ή απορρίπτει την απόφαση για κήρυξη της χώρας σε κατάσταση έκτακτης ανάγκης. Για παράδειγμα, σε περίπτωση πολέμου που απειλεί την υπόσταση της Δημοκρατίας ή οποιοδήποτε τμήμα της, το υπουργικό συμβούλιο έχει εξουσία να προκηρύσσει, με απόφασή του, την κήρυξη κατάστασης έκτακτης ανάγκης. Ακόμη, κινεί τη διαδικασία για έκπτωση του Προέδρου της Δημοκρατίας από το αξίωμά του λόγω εσχάτης προδοσίας ή λόγω ανικανότητας. Εκτός από το νομοθετικό της ρόλο, ασκεί κοινοβουλευτικό έλεγχο, ελέγχει δηλαδή την κυβέρνηση και τα μέλη της.

Νομοθετώντας και ασκώντας την ελεγκτική της αρμοδιότητα, διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη χάραξη και στην αναμόρφωση της εκάστοτε οικονομικής και δημοσιονομικής πολιτικής στο βαθμό που εκφράζεται με τον κρατικό προϋπολογισμό. Τέλος, την Βουλή των Αντιπροσώπων συγκροτούν ο Πρόεδρος της Βουλής, ο Γενικός Διευθυντής, οι Υπηρεσίες (Κοινοβουλευτικών Επιτροπών, Διεθνών Σχέσεων, Ευρωπαϊκών Υποθέσεων, Ερευνών, Μελετών και Εκδόσεων, Οικονομικής Διαχείρισης και Επικοινωνίας), οι στενογράφοι, το Διοικητικό και Γραμματειακό Προσωπικό, το Αρχείο, η Βιβλιοθήκη, οι κλητήρες και οι τηλεφωνήτριες.

3.3.1 Η υφιστάμενη οπτική ταυτότητα της Βουλής

Το έμβλημα της Βουλής των Αντιπροσώπων είναι εμπνευσμένο από τον ζωοδότη ήλιο ο οποίος αναπαρίσταται στην εντοίχια κεραμική παράσταση στον προθάλαμο της εισόδου του κτιρίου της Βουλής (βλ. εικόνα 10). Συγκεκριμένα, η παράσταση «Αιώνια Κύπρος» αποτελεί έργο του Sigmund Pollitzer. Ο ήλιος περιβάλλεται από κυπροσυλλαβική και αραβική γραφή, αρχαία αγγεία και ειδώλια, κορνηθιακό κιονόκρανο, φραγκοβυζαντινή εκκλησία, τμήμα μιναρέ και τον Άγιο Μάμα. Η κεντρική παράσταση πλαισιώνεται από τραγικές μάσκες. Η κεραμική αυτή παράσταση καταδεικνύει την ιστορία της Κύπρου μας, τους κατακτητές που πέρασαν από το νησί, τον πολιτισμικό και το θρησκευτικό του χαρακτήρα, καθώς και τις κλιματολογικές συνθήκες της χώρας μας. Η πρώτη εκδοχή του εμβλήματος γύρω στο 1997, ήταν σε μορφή φωτογραφίας, ένα μέρος της κεντρικής κεραμικής παράστασης. Λόγω του ότι η αρχική μορφή ήταν σε πολύ χαμηλή ανάλυση, περίπλοκη και με σταθερό φόντο, η Βουλή αποφάσισε να προχωρήσει σε επανασχεδιασμό του εμβλήματος το 2009, από raster σε vector graphics για σκοπούς νέων εφαρμογών και νέων συστημάτων, με σεβασμό βέβαια προς το πρωτότυπο.

Τα βασικά χρώματα του λογότυπου είναι το πράσινο και το κίτρινο (Pantone 574 C και Pantone 1385 C). Το πράσινο συμβολίζει το δέντρο της ελιάς που χαρακτηρίζει τη χλωρίδα της Κύπρου και επίσης καθιστά σύμβολο ειρήνης και φιλίας. Το κίτρινο συμβολίζει τόσο τις μέρες ηλιοφάνειας όσο και τα ορυχεία χαλκού που δέσποζαν στο νησί το 459 π.Χ. Το λογότυπο μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε έξι χρωματικές διαφοροποιήσεις όπως πράσινο, κίτρινο, μαύρο, χρυσό, ασημί, χάλκινο. Η γραμματοσειρά του λογότυπου είναι Sans Serif και χρησιμοποιείται η Mg Helvetica.



Εικόνα 10 Εντοίχια Κεραμική Παράσταση

3.4 Λογότυπα άλλων παρόμοιων συναφών θεσμών

Η ανανεωμένη οπτική ταυτότητα του Ηνωμένου Βασιλείου (βλ. εικόνα 11) αποτελείται από το χαρακτηριστικό «portcullis» και ένα στέμα πάνω από αυτό. Βασικό χρώμα της Βουλής του Ηνωμένου Βασιλείου καθιστά το μωβ το οποίο είναι βασιλικό και προσδίδει ένα κύρος στη χώρα. Το λογότυπο χαρακτηρίζεται από απλοϊκότητα, καθαρότητα, συνέπεια και συνοχή. Υπάρχουν γεωμετρικά σύγχρονα στοιχεία και παρέχει μια καθαρή οπτική επικοινωνία. Η τυπογραφία είναι Sans Serif, και τοποθετείται κυρίως δίπλα από το λογότυπο σε αριστερή στοίχιση.



Εικόνα 11 Λογότυπο Βουλής Γαλλίας

Σε αντίθεση, με την οπτική ταυτότητα του κοινοβουλίου της Γαλλίας (εικόνα 12), το οποίο στεγάζεται στο παλάτι Μπουρμπόν (ένα από τα δύο κτίρια), το οποίο δεν εμπεριέχει σύγχρονα χαρακτηριστικά. Αποτελείται από τη μορφή του κτιρίου και εννιά γραμμές οι οποίες φέρουν τα χρώματα της γαλλικής σημαίας. Εμπλέκονται γεωμετρικά στοιχεία όπως η οροφή του παλατιού και οι γραμμές - πινελιές που παραπέμπουν στις κολώνες της βουλής με αποτέλεσμα να μην υπάρχει σχεδιαστική ισορροπία. Τέλος, η τυπογραφία αποτελείται από Serif ρωμαϊκή γραμματοσειρά η οποία προσδίδει ένα κύρος στο σύμβολο του παλατιού.



Εικόνα 12 Λογότυπο Βουλής Γαλλίας

Εν συνεχεία, το λογότυπο της Νότιας Κορέας (εικόνα 13) είναι ένα σύμβολο σχεδιασμένο με βάση το σύμβολο της σημαίας της χώρας. Το σχήμα παραμένει κυκλικό και τα χρώματα εμπλέκονται το ένα μέσα στο άλλο δίνοντας μια ισορροπία στο σύμβολο. Το μπλε χρώμα συμβολίζει τη ζωή, το κόκκινο δυναμισμό και το άσπρο το φως. Αποτελεί ένα δυναμικό σύμβολο που έχει ως βάση το σύμβολο της χώρας, γεγονός που παρέχει αρμονία και συνοχή.



Εικόνα 13 Λογότυπο Βουλής Νότιας Κορέας

4 Αντικειμενικοί Στόχοι και Ερευνητικά Ερωτήματα

4.1 Αντικειμενικοί Στόχοι

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας αποτελεί ο σχεδιασμός μιας ολοκληρωμένης οπτικής ταυτότητας της Κυπριακής Βουλής των Αντιπροσώπων καθώς και η αξιολόγησή της μέσω της έρευνας δράσης. Επιπλέον, στόχο καθιστά ο εντοπισμός άλλων σχεδιαστικών ελλείψεων και η επίλυση σχεδιαστικών ελλείψεων στη σήμανση των χώρων της Βουλής.

4.2 Ευρευνητικά Ερωτήματα

1. Πώς μπορεί η γραφιστική να βελτιώσει την οπτική ταυτότητα και τη σήμανση των χώρων της Βουλής των Αντιπροσώπων της Κύπρου;
2. Πώς η έρευνα δράσης μπορεί να συνεισφέρει στις γραφιστικές λύσεις που προτείνονται;

5 Μεθοδολογία

5.1 Περιγραφή Μεθοδολογίας

Στη μελέτη αυτή, θα εφαρμοστεί η Έρευνα Δράσης. Η συγκεκριμένη ερευνητική μεθοδολογία πηγάζει από την ανάγκη του ερευνητή να παρέμβει, να δημιουργήσει μια αλλαγή, να αντιμετωπίσει πρακτικά ζητήματα και να επιλύσει ένα πρόβλημα. Η συστηματική αυτή διαδικασία, χρησιμοποιεί τη συλλογή δεδομένων, είτε ποσοτικών, είτε ποιοτικών ή και τα δύο. Ακολουθεί μια κυκλική διαδικασία κατά την οποία αρχικά αναπτύσσεται η κατανόηση του προβλήματος. Έπειτα, γίνεται η διάγνωση και ξεκινάει ο σχεδιασμός για συγκεκριμένη μορφή παρέμβασης. Αφού πραγματοποιηθεί η παρέμβαση ακολουθεί η αξιολόγηση της κατά την οποία συλλέγονται σχετικές παρατηρήσεις σε διάφορες μορφές. Ο χαρακτηριστικός αυτός κύκλος επαναλαμβάνεται, μέχρι την επαρκή κατανόηση ή την υλοποίηση του σχεδίου λύσης του προβλήματος.

Στην παρούσα έρευνα, τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για τη συλλογή δεδομένων είναι ερωτηματολόγια ανοικτού και κλειστού τύπου, όπου το ένα ερωτηματολόγιο αποσκοπούσε στην επιβεβαίωση του πρόβληματος και το άλλο στην αξιολόγηση της σχεδιαστικής λύσης που προτάθηκε. Χρησιμοποιείται η μέθοδος τυχαίας δειγματοληψίας καθώς δεν υπάρχει κάποιος περιορισμός όσον αφορά την επιλογή των συμμετοχόντων. Επιπλέον πραγματοποιήθηκε επίσκεψη στη Βουλή, για παρατήρηση του χώρου. Για λόγους δεοντολογίας, τα ερωτηματολόγια ήταν ανώνυμα και δεν υπήρχε συλλογή προσωπικών στοιχείων, όπως όνομα, τηλέφωνο κτλ. Οι απαντήσεις χρησιμοποιήθηκαν μόνο για σκοπούς έρευνας. Επιπλέον, για την πραγματοποίηση της επίσκεψης στη Βουλή, σε συνεννόηση με τη γραμματέα του Γενικού Διευθυντή της Βουλής, παραχωρήθηκε άδεια για επίσκεψη και φωτογράφιση του χώρου. Λόγω όμως περιορισμένου χρόνου στη βουλή δεν μπορούσε να πραγματοποιηθεί κάποια συνέντευξη. Στη συνέχεια, ακολουθήθηκε η διαδικασία ανάλυσης δεδομένων, όπου έγινε μια διερεύνηση των δεδομένων με περιγραφική στατιστική ανάλυση. Τέλος παρουσιάζονται τα δεδομένα σε γραφήματα και καταγράφονται τα συμπεράσματα μέσω αυτών.

6 Εννοιολογική Προσέγγιση και η Ανάπτυξη του Πρακτικού Έργου

6.1 Σχεδιασμός Οπτικής Ταυτότητας

Μετά από έρευνα στην οπτική ταυτότητα αλλά και στη Βουλή, ακολουθεί ο σχεδιασμός της οπτικής της ταυτότητας και της σήμανσης του χώρου. Η Βουλή ως νομοθετικό σώμα της Κυπριακής Δημοκρατίας και αντιπρόσωπος του λαού, απαιτεί προσεγμένο σκεπτικό. Στόχος του σχεδιασμού είναι να δημιουργηθεί μια καινούργια, σύγχρονη και συνάμα σοβαρή εικόνα που να επιδεικνύει τον απαιτούμενο σεβασμό.

Το λογότυπο αποτελεί τη ραχοκοκαλιά της οπτικής ταυτότητας και γι' αυτό το λόγο ήταν το πρώτο που σχεδιάστηκε. Μετά από καταιγισμό ιδεών και οπτικών υλικών υλοποιήθηκε το λογότυπο (εικόνα 14), το οποίο αποτελείται από το σύμβολο και την τυπογραφία. Το σύμβολο είναι εμπνευσμένο από την Ολομέλεια της Βουλής η οποία αποτελεί σημείο αναφοράς του χώρου καθώς εκεί συνεδριάζουν όλα τα μέλη του νομοθετικού σώματος και παίρνονται σημαντικές αποφάσεις. Έτσι λοιπόν, με βάση τη κάτοψη του χώρου της Ολομέλειας, σχεδιάζεται η μορφή του λογότυπου που παίρνει ένα οβάλ, μακρόστενο σχήμα. Στη κάτοψη της Ολομέλειας παρατηρούμε ακόμη τα καθίσματα των βουλευτών που ταξινομούνται ομοιόμορφα σε τρεις σειρές σε κάθε πλευρά, εκτός από το πάνω μέρος που υπάρχουν λιγότερες θέσεις. Όπως προαναφέρθηκε στο θεωρητικό πλαίσιο η κυπριακή επικράτεια διασπάται σε έξι εκλογικές περιφέρειες των οποίων η έκταση και τα όρια αντιστοιχούν σε αυτά των έξι διοικητικών επαρχιών του κράτους. Το νομοθετικό σώμα αποτελείται από πενήντα έξι ελληνοκυπριακές έδρες. Επομένως ο αριθμός των κουκκίδων στο λογότυπο είναι πενήντα έξι όσες και οι έδρες των οποίων η διάταξη είναι ομοιόμορφη. Το επάνω μέρος της Ολομέλειας διαφοροποιείται ελάχιστα, δηλαδή δεν υπάρχουν θέσεις βουλευτών αλλά τοποθετούνται κουκκίδες για αισθητικούς σκοπούς και συμπλήρωσης του αριθμού πενήντα έξι αλλά και συνάφειας και τάξης των στοιχείων του συμβόλου. Σκοπός της ομόρρυθμης κατάταξης των κουκκίδων είναι η συνοχή και η αρμονία του συνόλου, χαρακτηριστικά που θα πρέπει να διακατέχουν και τα πρόσωπα του χώρου της Βουλής. Τα χρώματα του λογότυπου παραπέμπουν στις έξι επαρχίες της Κύπρου και έχουν κατανεμηθεί σκόπιμα σε διάφορες θέσεις σε όλο το σύμβολο και όχι ανά ομάδες γεγονός που υπαινίσσεται τη πολιτιστική ποικιλομορφία και η ανεκτικότητα μεταξύ των ανθρώπων και των επαρχιών. Ο αριθμός των κουκκίδων κάθε επαρχίας,

ισούται με τον αριθμό των εδρών που την αντιπροσωπεύουν. Στη Λευκωσία κατανέμονται είκοσι μία έδρες, δώδεκα στη Λεμεσό, έντεκα στην Αμμόχωστο, πέντε στη Λάρνακα, τέσσερις στη Πάφο και τρεις στη Κερύνεια. Η χρωματική παλέτα εμπεριέχει έξι χρώματα, ένα για κάθε επαρχία, τα οποία έχουν σημασιολογική υπόσταση. Αρχικά για τη Λευκωσία, επιλέχθηκε το χρώμα κίτρινο προς πορτοκαλί, συγκεκριμένα αυτό του θυρεού της Κυπριακής Δημοκρατίας και της εθνικής σημαίας της Κύπρου λόγω του ότι είναι η πρωτεύουσα του νησιού. Η Λεμεσός διακρίνεται με το χρώμα μπλε, καθώς είναι μία από τις παραθαλάσσιες πόλεις της Κύπρου και επίσης το μπλε αποπνέει την κοσμοπολίτικη αύρα της πόλης. Η Αμμόχωστος φημίζεται για την διαφορετική σύσταση του χρώματός της και για τις χρυσές αμμώδεις παραλίες της και έτσι χαρακτηρίζεται με το κίτρινο χρώμα. Εν συνεχεία, η Λάρνακα διαφοροποιείται με το γαλάζιο χρώμα καθώς αποτελεί επίσης μία από τις παραθαλάσσιες πόλεις της Κύπρου και τη γενέτειρα πόλη του αρχαίου φιλόσοφου Ζήνωνα. Η Πάφος ξεχωρίζει με το πράσινο χρώμα διότι κατέχει το ομώνυμο δάσος του Ακάμα, τον μεγαλύτερο βιότοπο της Κύπρου. Τέλος, η Κερύνεια διακρίνεται με το γκριζό χρώμα λόγω του Πενταδάκτυλου, μια ασβεστολιθική οροσειρά που εκτείνεται κατά μήκος της βόρειας Κύπρου. Επιπρόσθετα για το λεκτικό κομμάτι του συμβόλου επιλέχθηκε μια sans serif γραμματοσειρά, η Fira Sans Condensed. Βασική προϋπόθεση για ένα καλοσχεδιασμένο λογότυπο αποτελεί η ευαναγνωσιμότητα. Η γραμματοσειρά Fira καθιστά μία σύγχρονη και ευανάγνωστη γραμματοσειρά, ιδανική για ένα σύμβολο. Επίσης παρατηρώντας το κοίλο μέρος των γραμμάτων είναι κοντά στο σχήμα και το άνοιγμα του συμβόλου. Τέλος έχουν δημιουργηθεί λογότυπα του Γραφείου Προέδρου, του Διευθυντή της Βουλής και των Υπηρεσιών (βλ. εικόνα 15) όπου το λεκτικό «Βουλή των Αντιπροσώπων» είναι με Fira Sans Condensed Light και για το λεκτικό των επιμέρους ονοτήτων χρησιμοποιείται η Fira Sans Condensed Medium.



ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΩΝ
ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Εικόνα 14 Νέο Λογότυπο Βουλής

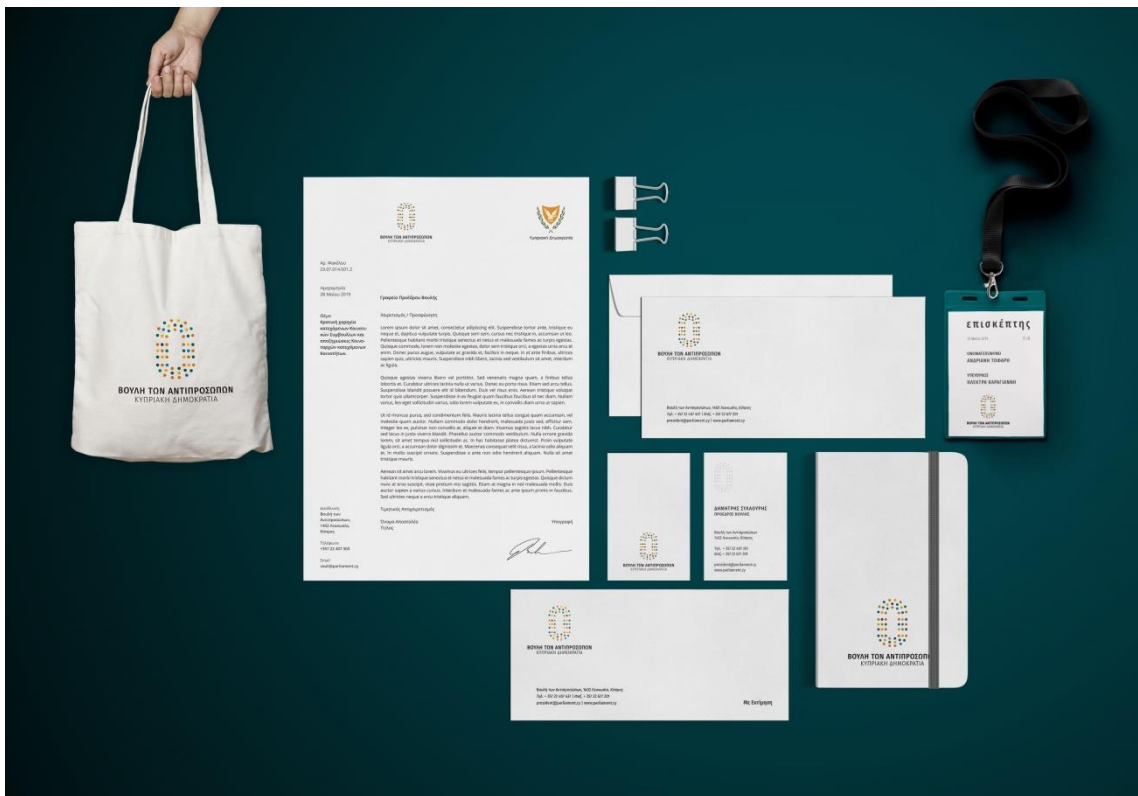


Εικόνα 15 Λογότυπα Υπηρεσιών και Γραφείων

Ακολούθως, υλοποιήθηκε ο σχεδιασμός των εφαρμογών της οπτικής ταυτότητας της Βουλής (βλ. εικόνα 16) όπως επιστολόχαρτα, επαγγελματικές κάρτες, φακέλους, ευχαριστήρια κάρτα, κάρτα επισκέπτη, σημειωματάριο και tote bag. Η σχεδιαστική προσέγγιση των εφαρμογών είναι καθαρή και με μινιμαλιστική διάθεση.

Δημιουργήθηκαν τρία είδη επιστολόχαρτου, ένα του Γραφείου του Προέδρου της Βουλής, ένα για τις υπηρεσίες όπου φέρει το λογότυπο της υπηρεσίας που το αποστέλλει και ένα γενικό επιστολόχαρτο. (βλ. εικόνα 17). Το πλέγμα του σχεδιασμού αποτελείται από δύο στήλες όπου στη πρώτη στήλη αναγράφονται ο αριθμός φακέλου (αν υπάρχει) η ημερομηνία συγγραφής του επιστολόχαρτου, το θέμα και τέλος τα στοιχεία της Βουλής. Οι επαγγελματικές κάρτες είναι διπλής όψεως και στη μια μεριά φέρουν το λογότυπο και στη πίσω πλευρά δίνονται τα στοιχεία του εργαζόμενου. Η

τυπογραφία είναι σε αριστερή στοίχιση και έχει γκριζό χρώμα και ακολουθεί τη γραμματοσειρά του λογότυπου. Είναι απλή και ευανάγνωστη ούτως ώστε ο χρήστης να παίρνει άμεσα την πληροφορία που ζητά. Το χαρτί που χρησιμοποιείται είναι woodfree 350γρ. το οποίο έχει ματ υφή (βλ. εικόνα 18). Το ευχαριστήριο φύλλο και ο φάκελος έχουν το ίδιο πλέγμα τυπογραφίας και το χαρτί του ευχαριστηρίου φύλλου είναι art matte 350γρ το οποίο προσδίδει επισημότητα με την ιδιαίτερη υφή του (βλ. εικόνα 19). Για τους επισκέπτες αλλά και για τους εργαζόμενους δημιουργήθηκε μια τσάντα από ύφασμα, για οικολογικούς σκοπούς λόγω της συχνής επαναχρησιμοποίησής της. Τέλος η κάρτα του επισκέπτη ακολουθεί το ίδιο ύφος και φέρει στο πάνω μέρος τη λέξη «επισκέπτης» με μεγαλύτερα γράμματα, έτσι ώστε να είναι διακριτό και εμφανής (βλ. εικόνα 20).



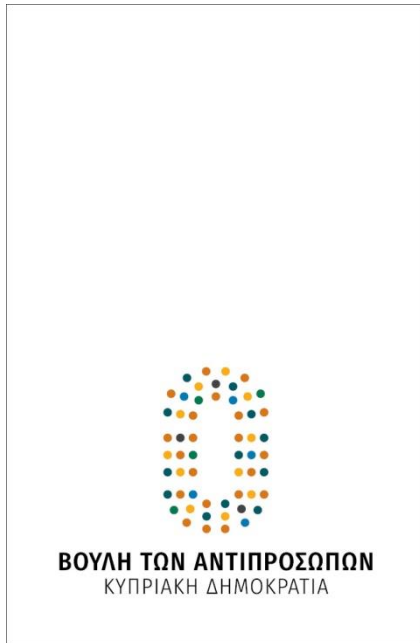
Εικόνα 16 Εφαρμογές Νέας Οπτικής Ταυτότητας



Εικόνα 17 Επιστολόχαρτο Υπηρεσίας



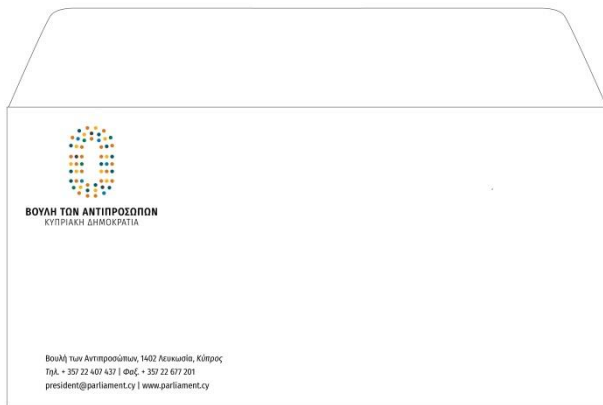
Εικόνα 17 Επιστολόχαρτο Προέδρου Βουλής



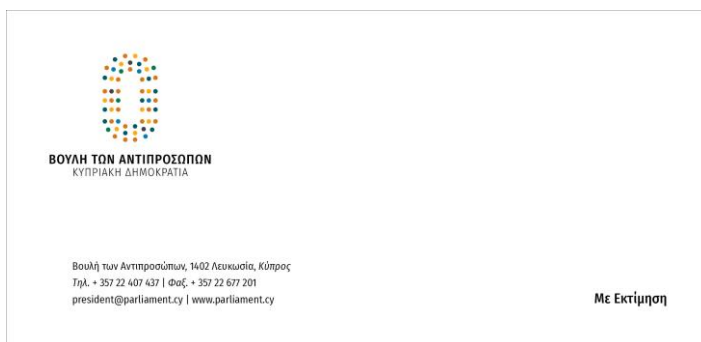
Εικόνα 18 Επαγγελματική Κάρτα (Μπροστινό μέρος)



Εικόνα 18 Επαγγελματική Κάρτα (Πίσω Μέρος)



Εικόνα 19 Φάκελος Αλληλογραφίας



Εικόνα 19 Ευχαριστήριο Φύλλο



Εικόνα 20 Κάρτα Επισκέπτη

6.2 Σχεδιασμός Σημάνσεων

Επόμενο βήμα για την υλοποίηση της οπτικής ταυτότητας αποτελεί η σήμανση. Αρχικά καταργήθηκαν οι πτέρυγες και εφαρμόστηκε ένα νέο σύστημα για τους κωδικούς των γραφείων. Ο κωδικός του κάθε γραφείου θα αποτελείται από τρία ψηφία όπου το πρώτο ψηφίο θα είναι ο αριθμός ορόφου, το δεύτερο ψηφίο είναι το γράμμα το οποίο αντιστοιχεί στην συγκεκριμένη υπηρεσία και το τρίτο ψηφίο θα είναι ο αριθμός της σειράς στο διάδρομο που βρίσκεται το γραφείο. (βλ. εικόνα 21). Για παράδειγμα το γραφείο του προέδρου της Βουλής βρίσκεται στον τρίτο όροφο, στην κατηγορία Α και είναι το τρίτο γραφείο στη σειρά, έτσι ο κωδικός γραφείου του προέδρου είναι 3Α3. Την σήμανση συνοδεύουν κουκκίδες με χρώματα του λογότυπου. Έπειτα δημιουργήθηκε μια σήμανση στην είσοδο της Βουλής όπου καταγράφονται σε ποιο όροφο βρίσκεται η κάθε υπηρεσία. Σε κάθε όροφο υπάρχουν παρόμοιες σημάνσεις αλλά τονίζονται με ένα διακριτό γαλάζιο χρώμα στο σημείο που αφορά τον συγκεκριμένο όροφο με κατευθυντήρια τόξα για τα γραφεία και τις υπηρεσίες όπως επίσης και άλλες σημαντικές πληροφορίες, π.χ προς ποια κατεύθυνση είναι η έξοδος κινδύνου, τα αποχωρητήρια, το ανσασέρ και οι σκάλες. (βλ. εικόνα 22) Πιο κάτω δίνονται τα σύμβολα που δημιουργήθηκαν για τη σήμανση του χώρου της Βουλής τα οποία κρατούν τη φόρμα και το κυκλικό στοιχείο του λογότυπου και έχουν μιμημαλιστική διάθεση (βλ. εικόνα 23). Οι σημάνσεις σχεδιάστηκαν έτσι ώστε να είναι διακριτικές στο σύνολο του χώρου και συνάμα ελκύουν την προσοχή και καθοδηγούν άμεσα τον χρήστη. Το σχήμα είναι γεωμετρικό για να συνάδει με την αρχιτεκτονική του κτιρίου. Τα χρώματα είναι δανεισμένα από το λογότυπο και το υλικό που θα τυπωθούν είναι ακρυλικό και σε διαστάσεις. Χρησιμοποιήθηκε μια ευανάγνωστη γραμματοσειρά η Century Gothic για να είναι λειτουργικές. Τέλος η δημιουργήθηκε η εξωτερική επιγραφή του κτιρίου (βλ. εικόνα 24) σε μεταλλικό υλικό, καθώς υπάρχουν στο κτήριο μεταλλικές λεπτομέρειες που προσδίδουν μια σύγχρονη και μοντέρνα εικόνα.



Εικόνα 21 Σήμανση Γραφείων



Εικόνα 22 Σήμανση για Είσοδο της Βουλής



Εικόνα 22 Σήμανση για Ορόφους



Εικόνα 22 Σήμανση για Ορόφους

Κατευθυντήρια τόξα



Σήμανση αποχωρητηρίων



Απογορεύεται το κάπνισμα



Έξοδος κινδύνου



Σκάλες



Καφετέρεια



Ο χώρος βιντεοσκοπείται



Ανεγκυστήρας



Εικόνα 23 Ενημερωτικές και Κατευθυντήριες Σημάνσεις

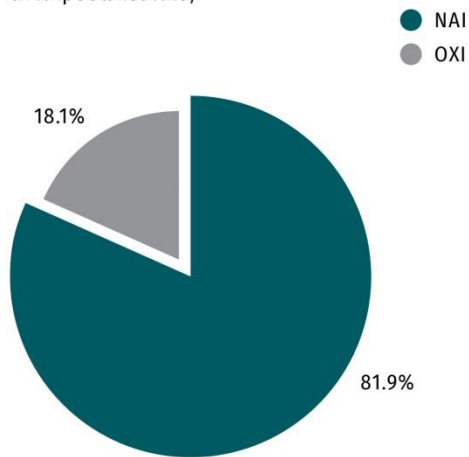


Εικόνα 24 Εξωτερική Επιγραφή

7 Αποτελέσματα Πρώτου Κύκλου της Έρευνας Δράσης

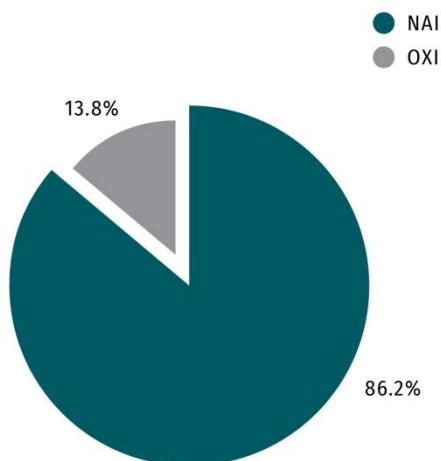
Τα πορίσματα του πρώτου ερωτηματολογίου επιβεβαιώνουν το πρόβλημα. Αρχικά ένα μεγάλο ποσοστό απάντησε «ΟΧΙ» στη ερώτηση αν το υφιστάμενο λογότυπο είναι αντιπροσωπευτικό. Επίσης δεν γνωρίζουν οι περισσότεροι από που είναι εμπνευσμένο το λογότυπο και υποστηρίζουν ότι θα πρέπει να σχεδιαστεί νέο λογότυπο. (βλ. διαγράμματα 1,2,3)

Θεωρείτε πως το υφιστάμενο λογότυπο της Βουλής των Αντιπροσώπων είναι αντιπροσωπευτικό;



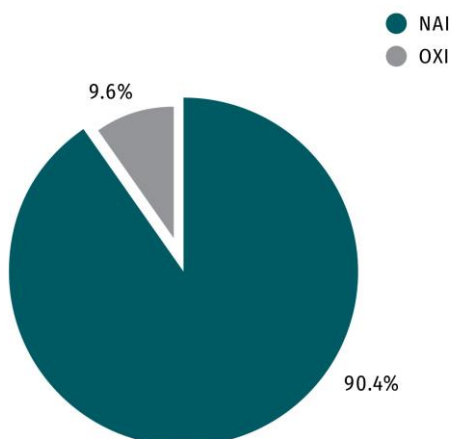
Διάγραμμα 1

Θεωρείτε ότι θα πρέπει να σχεδιαστεί νέο λογότυπο;



Διάγραμμα 2

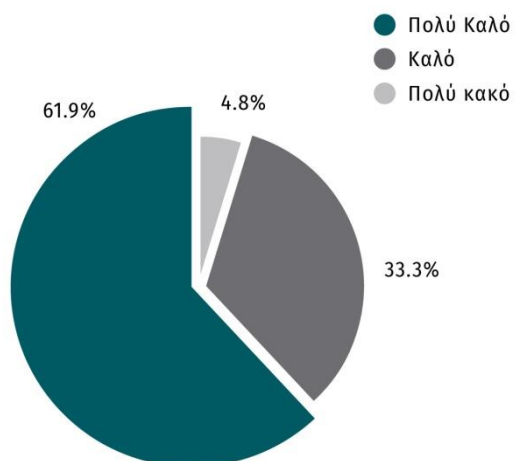
Γνωρίζετε από που είναι εμπνευσμένο
το λογότυπο της Βουλής;



Διάγραμμα 3

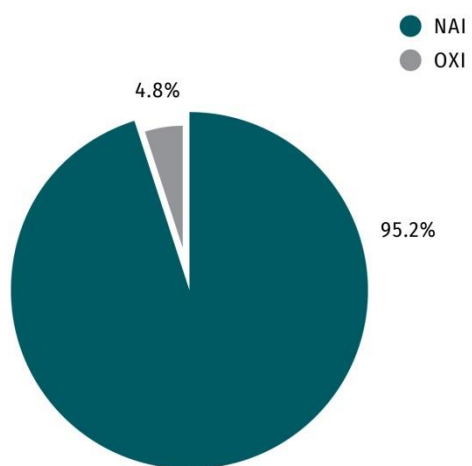
Μετα τον σχεδιασμό της νέας οπτικής ταυτότητας, δόθηκε ερωτηματολόγιο για την αξιολόγηση της. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, το νέο λογότυπο βαθμολογείται από ένα μεγάλο μέρος με «Πολύ Καλό», ένα μικρότερο με «Καλό». Στην ερώτηση αν αντιπροσωπεύει τη Βουλή, σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες απάντησαν «ΝΑΙ». Χαρακτηρίστηκε ως καλαίσθητο, λειτουργικό, εύστοχο, και ένας μόνο συμμετέχοντας το χαρακτήρισε ως «Μη Λειτουργικό». (βλ. διαγράμματα 4 και 5) Στην ερώτηση για την ευαναγνωσιμότητα της τυπογραφίας σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες απάντησαν «αρκετά» και «πολύ». Έπειτα δόθηκε μια ανοιχτού τύπου ερώτηση για σχόλια και εισηγήσεις για το προτεινόμενο λογότυπο όπου έχει δοθεί μία απάντηση που περιγράφει το λογότυπο ως πρωτότυπο, μοντέρνο και ότι τα χρώματα παραπέμπουν στη Κύπρο.

Βαθμολογία νέου λογότυπου



Διάγραμμα 4

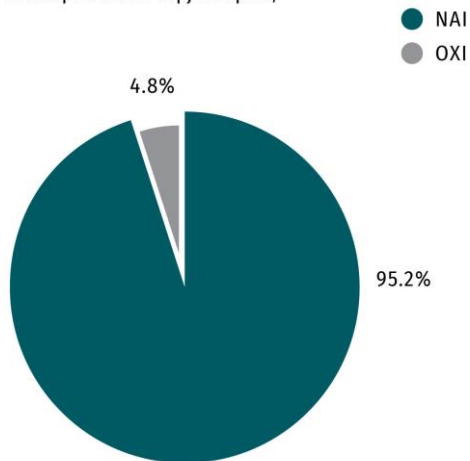
Πιστεύετε ότι το νέο λογότυπο αντιπροσωπεύει τη Βουλή;



Διάγραμμα 5

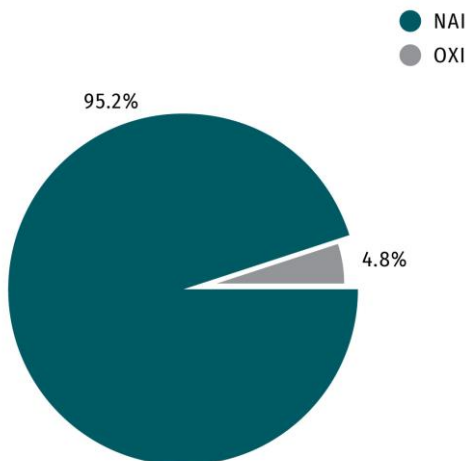
Όσον αφορά την συνολική οπτική ταυτότητα της Βουλής στην ερώτηση αν η συνολική εικόνα αντιπροσωπεύει τη Βουλή σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες, απάντησαν «ΝΑΙ». Η επόμενη ερώτηση απαιτούσε να απαντηθεί για το πόσο ελκυστική είναι η οπτική ταυτότητα και ένα μεγάλο ποσοστό απάντησε «Πολύ» και «Αρκετά». Τέλος οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν αν η νέα ταυτότητα προσδίδει κύρος στη Βουλή και σχεδόν όλοι απάντησαν «ΝΑΙ». (βλ. διαγράμματα 6 και 7)

Πιστεύετε ότι η συνολική εικόνα της οπτικής ταυτότητας αντιπροσωπεύει τη Βουλή των Αντιπροσώπων της Κύπρου;



Διάγραμμα 6

Πιστεύετε ότι προσδίδει κύρος στη Βουλή;



Διάγραμμα 7

8 Συμπεράσματα και Εισηγήσεις για Μελλοντικές Συναφή Ενέργειες

8.1 Συμπεράσματα και Κριτική Αξιολόγηση Πρακτικού Έργου

Με την υλοποίηση του σχεδιασμού της οπτικής ταυτότητας της Βουλής των Αντιπροσώπων και τη μετέπειτα αξιολόγηση και ανάλυση των αποτελεσμάτων ολοκληρώνεται η έρευνα δράσης και η παρούσα μέλετη. Η εταιρική ταυτότητα της Βουλής των Αντιπροσώπων φαίνεται να την αντιπροσωπεύει αρκετά και να αντανακλά τις αξίες και τους θεσμούς που υποστηρίζει. Προσδίδει κύρος στην ολική εικόνα της Βουλής και αναδεικνύει το κυπριακό στοιχείο μέσα από τα χρώματα του λογότυπου. Χαρακτηρίζεται από λειτουργικότητα και καλαισθησία ενώ η τυπογραφία είναι αρκετά ευανάγνωστη. Η σήμανση φαίνεται να είναι καλαίσθητη, λειτουργική και στοχευμένη καθώς κατευθύνει αποτελεσματικά τον χρήστη και τον ενημερώνει για τις υπηρεσίες και τους χώρους της Βουλής. Η μινιμαλιστική και απλή σχεδιαστική προσέγγιση αποδίδει αποτελεσματικά στην κατανόηση της σήμανσης και η τυπογραφία είναι ευανάγνωστη.

7.2 Εισηγήσεις για Μελλοντικές Συναφή Ενέργειες

Αδιαμφισβήτητα, η Βουλή των Αντιπροσώπων δεν συμβαδίζει με τα τεχνολογικά μέσα της εποχής. Θα μπορούσε να εγχυσοχρονιστεί όσον αφορά τον τομέα της τεχνολογίας. Μια καλή αρχή θα ήταν η υλοποίηση και ανανέωση της σελίδας στο διαδίκτυο, έτσι ώστε να είναι πιο ελκυστική και να συνάδει με την συνολική της εικόνα. Επιπλέον, η δημιουργία εφαρμογών για το κινητό και τον ηλεκτρονικό υπολογιστή θα μπορούσε να προσεγγίσει περισσότερο τη νεολαία, έτσι ώστε να ενημερώνεται και να κρατάει επαφή με τα θέματα που αφορούν τη Κύπρο. Θα μπορούσαν κάλλιστα να συμμετέχουν μέσω μιας εφαρμογής σε συζητήσεις και αποφάσεις της Βουλής. Επιπλέον, η προώθηση της Βουλής είναι μια καλή εισήγηση, καθώς αποτελεί σημείο αναφοράς της χώρας και τον καθρέφτη του λαού. Αναμφίβολα, το national branding θα μπορούσε να εφαρμοστεί καθώς πολλές χώρες φροντίζουν για την εθνική συλλογική τους εικόνα προς τα έξω.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ferreira, J. (2012) *Developing a museum brand to enhance awareness and secure financial stability*. Retrieved January 25, 2019 from <http://www.tafterjournal.it/2012/07/02/developing-a-museum-brand-to-enhance-awareness-and-secure-financial-stability/>
- Ghodeswar, B. M. (2008). *Building brand identity in competitive markets: a conceptual model*. Journal of product & brand management, 17(1), 4-12.
- Kenneway, M. (2006). *Branding for libraries: communicating your value to increase reader awareness and usage of the library service*. Serials, 19(2).
- Nandan, S. (2005). *An exploration of the brand identity–brand image linkage: A communications perspective*. Journal of brand management, 12(4), 264-278.
- Polger, M. A., & Stempler, A. F. (2014). *Out with the old, in with the new: Best practices for replacing library signage*. Public Services Quarterly, 10(2), 67-95.
- Stempler, A. F., & Polger, M. A. (2013). *Do you see the signs? Evaluating language, branding, and design in a library signage audit*. Public Services Quarterly, 9(2), 121-135.
- Uebele, A. (2007). *Signage systems & information graphics: a professional sourcebook*. London: Thames & Hudson.
- Waller, R. (2007). *Comparing typefaces for airport signs*. Information Design Journal, 15(1), 1-15.
- Wheeler, A. (2012). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Μήλιος, Ανδρέας Χ. (2006). *Εταιρική ταυτότητα & εταιρική εικόνα : στρατηγικές, μέσα και διαδικασίες σχεδιασμού προγραμμάτων*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

<http://www.parliament.cy/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

I. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Αξιολόγηση του υφιστάμενου λογότυπου της Βουλής των Αντιπροσώπων της Κύπρου.

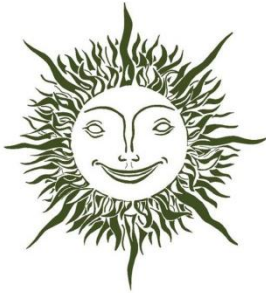
Το πιο κάτω ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της Πτυχιακής Εργασίας του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου με θέμα Γραφιστική και Οπτική Ταυτότητα Χώρου: Η περίπτωση της Βουλής των Αντιπροσώπων.

Το ερωτηματολόγιο έχει σκοπό την συλλογή πληροφοριών και δεδομένων για την αξιολόγηση του υφιστάμενου εμβλήματος της Βουλής των Αντιπροσώπων της Κύπρου.

Ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας!
Ανδριανή Τοφαρή

* Required

Υφιστάμενο Λογότυπο της Βουλής των Αντιπροσώπων



CYPRVS AETERNA

1. Θεωρείτε πως το υφιστάμενο λογότυπο της Βουλής των Αντιπροσώπων είναι αντιπροσωπευτικό; *

Mark only one oval.

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

2. Ποιά από τα παρακάτω χαρακτηρίζουν το υφιστάμενο λογότυπο της Βουλής; *

Check all that apply.

- Καλαίσθητο
 Λειτουργικό
 Ενδιαφέρων
 Κατάλληλο
 Κακόγουστο
 Μη Λειτουργικό
 Αδιάφορο
 Μη Κατάλληλο

3. Γνωρίζετε από που είναι εμπνευσμένο το λογότυπο της Βουλής; *

Mark only one oval.

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

4. Θεωρείτε ότι θα πρέπει να σχεδιαστεί νέο λογότυπο; *

Mark only one oval.

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

II. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Αξιολόγηση Οπτικής Ταυτότητας της Βουλής των Αντιπροσώπων της Κύπρου

Το πιο κάτω ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της Πτυχιακής Εργασίας του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου με θέμα Γραφιστική και Οπτική Ταυτότητα Χώρου: Η περίπτωση της Βουλής των Αντιπροσώπων. Το ερωτηματολόγιο έχει σκοπό την συλλογή πληροφοριών και δεδομένων για την σωστή και έγκυρη αξιολόγηση του σχεδιασμού της νέας οπτικής ταυτότητας και νέων σημάνσεων στο χώρο της Βουλής. Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και θα χρησιμοποιηθεί μόνο για σκοπούς έρευνας.

* Required

1. 1. Φύλο *

Mark only one oval.

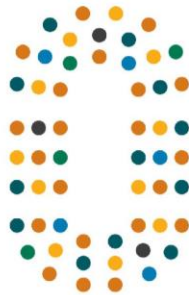
- Άντρας
 Γυναίκα

2. 2. Ηλικία *

Mark only one oval.

- 18 - 21
 22 - 30
 31 - 40
 41 +

3. ΝΕΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΒΟΥΛΗΣ ΤΩΝ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΩΝ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ



ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΩΝ
ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

3. α. Βαθμολογία νέου λογότυπου *

1 = πολύ κακό | 2 = κακό | 3 = μέτριο | 4 = καλό | 5 = πολύ καλό
Mark only one oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. β. Πιστεύετε ότι το νέο λογότυπο αντιπροσωπεύει τη Βουλή; *

Mark only one oval.

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

5. γ. Ποιά θεωρείτε από τα πιο κάτω ότι χαρακτηρίζουν το νέο λογότυπο; *

Check all that apply.

- Καλαίσθητο
 Λειτουργικό
 Εύστοχο
 Κακόγουστο
 Μη λειτουργικό
 Άστοχο
 Other: _____

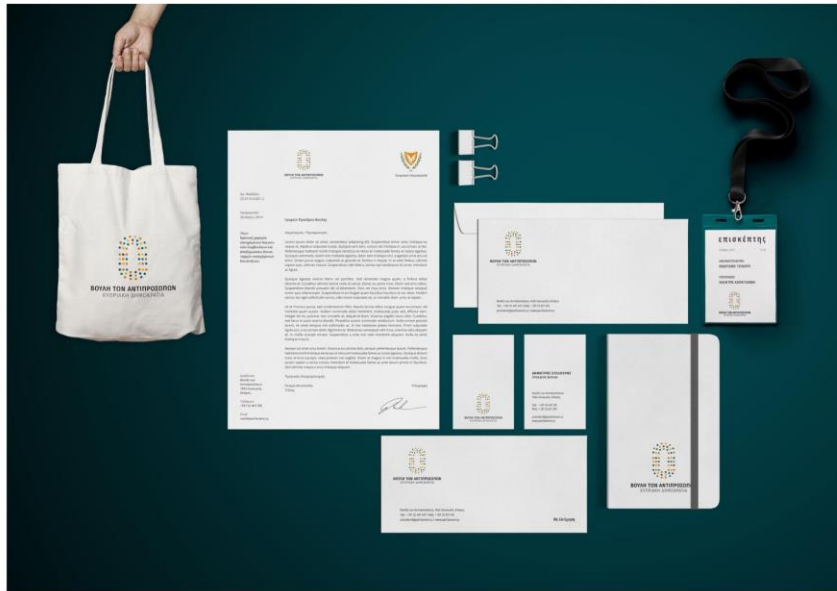
6. δ. Πόσο ευανάγνωστη είναι η τυπογραφία; *

1 = καθόλου | 2 = λίγο | 3 = μέτρια | 4 = αρκετά | 5 = πολύ
Mark only one oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. ε. Αν θέλετε μπορείτε να αναφέρετε οποιαδήποτε σχόλια-εισηγήσεις για το προτεινόμενο λογότυπο της Βουλής των Αντιπροσώπων.

4. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΗΣ ΟΠΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΒΟΥΛΗΣ



8. α. Πιστεύετε ότι η συνολική εικόνα της οπτικής ταυτότητας αντιπροσωπεύει τη Βουλή των Αντιπροσώπων της Κύπρου; *

Mark only one oval.

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

9. β. Πόσο ελκυστική θεωρείτε πως είναι η νέα οπτική ταυτότητα της Βουλής; *

Mark only one oval.

- Καθόλου
 Λίγο
 Μέτρια
 Αρκετά
 Πολύ

10. Πιστεύετε ότι προσδίδει κύρος στη Βουλή; *

Mark only one oval.

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ