



Τεχνολογικό  
Πανεπιστήμιο  
Κύπρου

Σχολή Πολυμέσων και  
Γραφικών Τεχνών.

**Πτυχιακή εργασία**

**ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΑΦΙΣΩΝ ΜΕ ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ  
ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΟΔΩΝ ΤΗΣ ΠΑΛΙΑΣ ΛΕΥΚΩΣΙΑΣ  
ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ GOOGLE STREET VIEW**

**Μαριλένα Χαραλαμπίδου**

**Λεμεσός, Απρίλιος, 2020**



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ  
ΣΧΟΛΗ [...]  
ΤΜΗΜΑ [...]

Πτυχιακή εργασία

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΑΦΙΣΩΝ ΜΕ ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ  
ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΟΔΩΝ ΤΗΣ ΠΑΛΙΑΣ ΛΕΥΚΩΣΙΑΣ ΜΕ  
ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ GOOGLE STREET VIEW

της/του  
Μαριλένα Χαραλαμπίδου

Επιβλέπων Καθηγητής  
Όμηρος Παναγίδης

Λεμεσός, Απρίλιος, 2020

## **Πνευματικά δικαιώματα**

Copyright © Μαριλένα Χαραλαμπίδου, 2020

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 επιβλέπον καθηγητή μου Όμηρο Παναγίδη για την ερευνητική καθοδήγηση και ηθική υποστήριξη που μου παρέιχε όλη την διάρκεια της πτυχιακής μελέτης αλλά και των υπόλοιπών χρόνων φοίτησης μου στο ΤΕΠΑΚ, που είχα την τιμή να παρακολουθήσω μαθήματα διδασκαλίας του.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παγκοσμιοποίηση είναι ένα φαινόμενο που παρατηρείτε ολοένα και περισσότερο με το πέρασμα του χρόνου. Οι αλυσίδες ξένων καταστημάτων αυξάνονται και καταφέρνουν να προσθέτουν στοιχεία πολιτισμικού εκσυγχρονισμού ακόμη και στις πιο παραδοσιακές και ιστορικές περιοχές. Για παράδειγμα το κέντρο της παλιάς Λευκωσίας που αποτελεί μια από τις πιο παραδοσιακές περιοχές, είναι παράλληλα και γνωστό σημείο κατατεθέν για τουρίστες και μετανάστες λόγω της πολύπολιτισμικότητας της.

Σκοπός την συγκεκριμένης έρευνας είναι η απεικόνιση των δύο ταυτοτήτων που επικρατούν στην παλιά Λευκωσία μέσω σχεδιασμού μιας σειράς αφισών.

Η ερευνητική μεθοδολογία που χρησιμοποιείται είναι η Έρευνα Δράση με συνολικά τρεις σχεδιαστικούς κύκλους. Επιλέγονται με την χρήση αξόνων x, y, πέντε οδοί και ανάλογα με τα χαρακτηριστικά που επικρατούν στην κάθε μία δημιουργείτε η χρωματική παλέτα που θα την αντιπροσωπεύει. Ενώ με καλλιτεχνική επιρροή δημιουργούνται τα γραφιστικά πλέγματα που θα βοηθήσουν στην τοποθέτηση των στοιχείων. Η συγχώνευση των δύο ταυτοτήτων παρουσιάζεται μέσω των σχεδιαστικών στοιχείων που χρησιμοποιούνται, όπως η διαφανής διαφάνεια.

Η συλλογή φωτογραφικού υλικού γίνεται με την βοήθεια του Google Street View και του εργαλείου Screenshot ενώ τα περιεχόμενα από τις φωτογραφίες χωρίζονται σε δύο κατηγορίες, την οπτική επικοινωνία και τα αστικά στοιχεία.

Παρόλες τις δυσκολίες που παρουσιάστηκαν, το τελικό αποτέλεσμα την απεικόνισης των δύο ταυτοτήτων, σύμφωνα με τα αποτελέσματα των αξιολογήσεων είναι επιτυχής.

**Λέξεις κλειδιά:** Google Street View , απεικόνιση, οπτική επικοινωνία , αστικά στοιχεία

## **ABSTRACT**

Globalization is a phenomenon that you are seeing more and more over time. Foreign chain stores are growing and managing to add elements of cultural modernization to even the most traditional areas. For example, the center of old Nicosia, which is one of the most traditional areas, is also a well-known point for tourists and immigrants due to its multiculturalism.

The purpose of this research is to illustrate the two identities that prevail in old Nicosia through the design of a series of posters.

The research methodology used is Action Research with a total of three design cycles. Using x, y, axis, five streets are selected and depending on the characteristics that prevail in each one, a color palette is created that will represent it. Graphic grids are created with artistic influence that will help with the placing of the elements. The merging of the two identities is presented through the design elements used, such as the transparent slide.

The collection of photographic material is done with the help of Google Street View and the Screenshot tool, while the contents of the photos are divided into two categories, visual communication and urban elements.

Despite the difficulties presented, the final result of the representation of the two identities, according to the results of the final evaluations, is considered successful.

**Keywords:** Google Street View , representation, visual communication, urban elements



## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	5
ABSTRACT .....	6
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ .....	7
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	9
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ .....	10
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	13
ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ.....	14
1 Εισαγωγή.....	15
2 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση.....	17
2.1 Χρήση GSV & Κωδικοποίηση.....	18
2.2 Διπλή Ταυτότητα.....	20
2.3 Σχεδιαστικές Λύσεις.....	25
3 Μεθοδολογία Έρευνας .....	28
3.1 Πρώτος Κύκλος.....	29
3.1.1 Αλλαγή τρόπου έρευνας.....	29
3.1.2 Επιλογή Οδών .....	30
.....	30
3.1.3 Ταξινόμηση / Ανάλυση Δεδομένων .....	31
3.2 Δεύτερος Κύκλος.....	32
3.2.1 Σχεδιαστικές Επιρροές .....	32
3.2.2 Πρώτη προσπάθεια σύνταξης.....	34
.....	35
3.2.3 Αξιολόγηση Δεύτερου Κύκλου .....	36
3.3 Τρίτος Κύκλος.....	37

3.3.1	Περιεχόμενο φωτογραφιών .....	37
3.3.2	Παρουσίαση των δύο ταυτοτήτων.....	38
3.3.3	Τυπογραφικά στοιχεία.....	38
3.3.4	Χρωματική παλέτα οδών.....	39
3.3.5	Επανασχεδιασμός .....	42
3.3.6	Επανασχεδιασμένες αφίσες.....	43
3.3.7	Τελικές Αξιολογήσεις και Σχόλια .....	46
3.3.8	Συμπέρασμα .....	48
3.3.9	Τελικές Αφίσες.....	49
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....		52
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....		53

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Enrollment in local colleges, 2005 ..... **Error! Bookmark not defined.**

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Ταμπέλες καταστημάτων στο Ashfield.....	21
Διάγραμμα 2: Ταμπέλες καταστημάτων στο Ashfield.....	21
Διάγραμμα 3: Ταμπέλες καταστημάτων στο Ashfield.....	22
Διάγραμμα 4: Ταμπέλες καταστημάτων στο Ashfield.....	22
Διάγραμμα 5: Ταμπέλες καταστημάτων στο Ashfield.....	22
Διάγραμμα 6: Ταμπέλα Κινέζικου εστιατορίου στο Chinatown.....	24
Διάγραμμα 7: Ταμπέλα Κινέζικου εστιατορίου στο Chinatown.....	24
Διάγραμμα 8: Ταμπέλα φαρμακείου στο Chinatown.....	24
Διάγραμμα 9: Ταμπέλα Κινέζικου εστιατορίου στο Chinatown.....	24
Διάγραμμα 10: Πίνακας της Usarae Gul πρόσοψης σπιτιών. ....	26
Διάγραμμα 11: Πίνακας Usarae Gul με τους γονείς της. ....	26
Διάγραμμα 12: Πίνακας Usarae Gul εστιατορίου στο Πακισταν. ....	26
Διάγραμμα 13: Πίνακας Usarae Gul , όψη καταστημάτων.....	26
Διάγραμμα 14: Πίνακας Usarae Gul , φρούτα και λαχανικά στην αγορά.....	26
Διάγραμμα 15: Πίνακας Usarae Gul , από τις πλημύρες στο Πακιστάν.....	26
Διάγραμμα 16: Χάρτης παλιάς Λευκωσίας / τρόπος επιλογής οδών. ....	30
Διάγραμμα 17: Τρόπος διαχωρισμού οπτικής επικοινωνίας και αστικών στοιχείων στα Screenshots από το Google Street View. ....	31
Διάγραμμα 18: Γραφιστικό πλέγμα εμπνευσμένο από πίνακα του καλλιτέχνη Piet Mondrian. ....	33
Διάγραμμα 19: Γραφιστικό πλέγμα εμπνευσμένο από πίνακα του καλλιτέχνη Piet Mondrian. ....	33
Διάγραμμα 20: Γραφιστικό πλέγμα εμπνευσμένο από πίνακα του καλλιτέχνη Piet Mondrian. ....	33

Διάγραμμα 21: Γραφιστικό πλέγμα εμπνευσμένο από πίνακα του καλλιτέχνη Piet Mondrian. ....	33
Διάγραμμα 22: Γραφιστικό πλέγμα εμπνευσμένο από πίνακα του καλλιτέχνη Piet Mondrian. ....	33
Διάγραμμα 23: Πίνακας του Piet Mondrian με τυπογραφία .....	33
Διάγραμμα 24: Προσπάθεια πρώτη δημιουργίας αφίσας για την οδό Λήδρας.....	34
Διάγραμμα 25: Προσπάθεια πρώτη δημιουργίας αφίσας για την οδό Ονασαγόρου.....	35
Διάγραμμα 26: Προσπάθεια πρώτη δημιουργίας αφίσας για την οδό Τρικούπη.....	35
Διάγραμμα 27: Προσπάθεια πρώτη δημιουργίας αφίσας για την οδό Θερμοπυλων. ....	35
Διάγραμμα 28: Προσπάθεια πρώτη δημιουργίας αφίσας για την οδό Κωνσταντίνου Παλαιολόγου. ....	35
Διάγραμμα 29: Παράδειγμα τρόπου αποκοπής αρχιτεκτονικών μοτίβων και τοιχογραφιών.....	37
Διάγραμμα 30: Παράδειγμα τρόπου αποκοπής λογοτύπων και τυπογραφικών πινακίδων.....	37
Διάγραμμα 31: Φωτογραφία Screenshot από την οδό Λήδρας για την επιλογή της χρωματικής της παλέτας.....	39
Διάγραμμα 32: Φωτογραφία Screenshot από την οδό Ονασαγόρου για την επιλογή της χρωματικής της παλέτας.....	39
Διάγραμμα 33: Φωτογραφία Screenshot από την οδό Κωνσταντίνου Παλαιολόγου για την επιλογή της χρωματικής της παλέτας. ....	40
Διάγραμμα 34: Φωτογραφία Screenshot από την οδό Θερμοπυλων για την επιλογή της χρωματικής της παλέτας.....	40
Διάγραμμα 35: Φωτογραφία Screenshot από την οδό Τρικούπης για την επιλογή της χρωματικής της παλέτας.....	41
Διάγραμμα 36: Επανασχεδιασμένη αφίσα της οδού Λήδρας. ....	43
Διάγραμμα 37: Επανασχεδιασμένη αφίσα της οδού Ονασαγόρου. ....	43
Διάγραμμα 38: Επανασχεδιασμένη αφίσα της οδού Κωνσταντίνου Παλαιολόγου.....	44

Διάγραμμα 39: Επανασχεδιασμένη αφίσα της οδού Θερμοπυλών .....	44
Διάγραμμα 40: Επανασχεδιασμένη αφίσα της οδού Τρικούπη. ....	45
Διάγραμμα 41: Τουριστικά σουβενίρ και postcards για τους τουρίστες.....	45
Διάγραμμα 42: Mock up τελικής αφίσας της οδού Λήδρας.....	49
Διάγραμμα 43: Mock up τελικής αφίσας της οδού Ονασαγόρου. ....	49
Διάγραμμα 44: Mock up τελικής αφίσας της οδού Κων/τινου Παλαιολόγου .....	50
Διάγραμμα 45: Mock up τελικής αφίσας της οδού Θερμοπυλών. ....	50
Διάγραμμα 46: Mock up τελικής αφίσας της οδού Τρικούπη.....	51

## **ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ**

GSV: Google Street View

ΤΕΠΑΚ: Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου

## ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

Google maps	Χάρτης της Google
Street View	Όψη του δρόμου
Screenshot	Στιγμιότυπο Οθόνης
Apple	Μάρκα ηλεκτρονικών
Photoshop	Πρόγραμμα επεξεργασίας φωτογραφιών
Illustration	Πρόγραμμα εικονογράφησης και σχεδιασμού
Pen tool	Εργαλείο του προγράμματος illustrator και photoshop
Rectangle tool	Εργαλείο του προγράμματος illustrator και photoshop
Quick Selection	Εργαλείο του προγράμματος photoshop
Textule	Υφαντουργεία
Designer	Σχεδιαστής
Unghish	Ουρντού και Αγγλικά



# 1 Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια λόγω της έντονης προσπάθειας για παγκοσμιοποίηση, παρατηρήθηκε η αύξηση στα πολυπολιτισμικά καταστήματα αλυσίδες. Ιδιαίτερα στην περιοχή της παλιάς Λευκωσίας όπου είναι το κέντρο της πρωτεύουσας αλλά και σημείο κατατεθέν για πολλούς μετανάστες και τουρίστες.

Λόγο αυτής της διαπίστωσης, σκοπός της έρευνας μου είναι να απεικονίσω τις δύο ταυτότητες που αντιπροσωπεύουν πλέον την παλιά Λευκωσία, μέσω μίας σειράς αφισών. Το στοχευμένο κοινό μου είναι οι τουρίστες και νέοι κύπριοι πολίτες. Επιδιώκω να παρουσιάσω τον εκσυγχρονισμό που προσθέτουν αυτά τα καταστήματα στην περιοχή με την χρήση των πινακίδων και λογοτύπων τους αλλά παράλληλα και την αστική αυθεντικότητα που καταφέρνει να διατηρεί η ίδια η πόλη. Το φωτογραφικό υλικό συλλέγηκε με την βοήθεια του Street View της διαδικτυακής πλατφόρμας Google Maps. Μέσα από τις φωτογραφίες επιλέγονται στοιχεία που αντιπροσωπεύουν τις δύο κατηγορίες ταξινόμησης, την οπτική επικοινωνία και τα αστικά στοιχεία. Η οπτική επικοινωνία περιλαμβάνει τα λογότυπα και τις τυπογραφικές ταμπέλες των καταστημάτων ενώ τα αστικά στοιχεία περιέχουν αρχιτεκτονικά μοτίβα και τοιχογραφίες. Με την χρήση του GSV εξετάσω αν αυτός ο εναλλακτικός τρόπος συλλογής δεδομένων μπορεί να θεωρηθεί αποτελεσματικός. Το κύριο ερευνητικό ερώτημα μου είναι: Πώς μπορώ με την χρήση του Google Street View να απεικονίσω την διπλή ταυτότητα της παλιάς Λευκωσίας;

Ερευνητικά ερωτήματα που επιδιώκω να απαντηθούν μέσα από την έρευνα:

- 1. Μπορεί μια σειρά από αφίσες να θεωρηθεί ένα αποτελεσματικό και αντιπροσωπευτικό μέσω σχεδιασμού;*
- 2. Μπορώ με τη χρήση του Google Street View λάβω ικανοποιητική ποσότητα και ποιότητα δεδομένων για την έρευνα μου;*

Η ερευνητική μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε είναι Έρευνα Δράσης με σχεδιαστικούς κύκλους. Στο πρώτο μέρος της πτυχιακής μου εργασίας αποτελείτε η βιβλιογραφική ανασκόπηση, δηλαδή η μελέτη προ υπάρχοντων ερευνών στο ίδιο η παρεμφερή ερώτημα. Ακόμη μελετήθηκαν άρθρα που παρουσιάζουν τρόπους ταξινόμησης αλλά και διαφορετικές σχεδιαστικές λύσεις που ακολουθήθηκαν.

Στο δεύτερο κομμάτι παρουσιάζετε αρχικά η διαδικασία επιλογής των οδών που θα μελετηθούν. Στην συνέχεια διεξάγετε η συλλογής του φωτογραφικού υλικού μέσω του GSV και του Screenshot των υπολογιστών Apple, καθώς και ο τρόπος επιλογής των κριτηρίων διαχωρισμού των ενδιαφερόμενων στοιχείων που έγινε με την βοήθεια του Rectangle tool του Illustrator.

Τέλος στο τρίτο κομμάτι υπάρχουν οι κύκλοι του σχεδιασμού των αφισών μου. Για τον σχεδιασμό χρησιμοποιήθηκαν τα προγράμματα της Adobe , Illustrator και Photoshop. Ξεκινώντας με την δημιουργία γραφιστικών πλεγμάτων για την διαμόρφωση των αφισών και της χρωματικής παλέτας που θα χρησιμοποιηθεί. Με την ολοκλήρωση κάθε κύκλου ακολουθούσαν οι αξιολογήσεις που με τη βοήθεια τους κατέληξα σε ένα ικανοποιητικό αποτέλεσμα.

## 2 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Η βιβλιογραφική ανασκόπηση περιέχει έρευνες στο θέμα της χρήσης του Google Street View ως εργαλείο επισκόπησης και συλλογή δεδομένων. Επιπλέον περιλαμβάνει άρθρα που έχουν να κάνουν με ανάλυση και κωδικοποίηση μέσω οπτικής επικοινωνίας ή άλλων αστικών και γραφιστικών στοιχείων. Τέλος και μερικούς τρόπους απεικόνισης και σχεδιαστικής προσέγγισης.

Αρχικά για να γίνει πιο ξεκάθαρο και κατανοητό το θέμα, προσδιόρισα τους βασικούς ορισμούς και λέξεις κλειδιά της έρευνας χρησιμοποιώντας το Google Scholar [<https://scholar.google.com/>] και τον Παντογνώστη [<https://library.cut.ac.cy/>] που παρέχει το Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου.

Το Google Street View είναι μια εναλλακτική πηγή δεδομένων που προσφέρετε από την εφαρμογή Google Maps. Περιέχει βίντεο από διάφορους δρόμους, που επεξεργάζονται σε πανοραμικές εικόνες και επιτρέπουν στον χρήστη 360 μηρών οριζόντια και 290 μηρών κάθετη περιήγηση σε γειτονίες από όλο τον κόσμο. ( Rundle, Bader, Richards, 2011). Απεικόνιση είναι η οπτική ερμηνεία/εξήγηση μιας διαδικασίας, έννοιας ή κειμένου ενσωματωμένη σε έντυπη μορφή όπως αφίσες, φυλλάδια, περιοδικά και βιβλία. Στην σύγχρονη εποχή η απεικόνιση παρουσιάζετε και σε διαδικτυακή μορφή όπως κινούμενα σχέδια, ψηφιακά σχέδια, πολυμέσα και τρισδιάστατη μοντελοποίηση (Βικιλεξικό, 2019). Οπτική επικοινωνία θεωρείτε το μέσω απεικόνισης και μεταφοράς ιδεών και πληροφοριών σε μορφή που κάποιος μπορεί να τις διαβάσει η να τις δει. Περιλαμβάνει: πινακίδες, τυπογραφία, σχέδιο , γραφιστική , εικονογράφηση, διαφήμιση και άλλα (Κακλίδη, 2016). Τα αστικά στοιχεία θεωρούνται κυρίως τα ανεπιθύμητα η απρογραμματίιστα χαρακτηριστικά που περιέχει μια πόλη. Για παράδειγμα γκράφιτι, παγκάκια, κάγκελα, φράχτες, καταφύγια κτλ. Συχνά κρίνονται από την εμφάνιση και τοποθεσία τους με αρνητισμό (Yatmo, 2008).

## 2.1 Χρήση GSV & Κωδικοποίηση

Οι επιστήμονες της έρευνας αυτής μελετούν το πώς το περιβάλλον που μεγαλώνει ένα άτομο επηρεάζει την συμπεριφορά και υγεία του, μέσω του Google Street View. Ενώ παράλληλα ελέγχουν εάν το GSV είναι ένα αξιόπιστο εργαλείο καταγραφής των συνθηκών μιας γειτονίας. Αρχικά συλλέχτηκαν εικόνες από 1000 στο σύνολο γειτονίες του Ηνωμένου Βασιλείου. Στην συνέχεια διεξάχθηκαν οι αξιολογήσεις ακολουθώντας πέντε κανόνες κωδικοποίησης. Πρώτον τα σημάδια σωματικής διαταραχής που υπάρχουν στην περιοχή , όπως σκουπίδια , γκράφιτι , βανδαλισμοί και εγκαταλελειμμένα αντικείμενα. Δεύτερον τα σημάδια φυσικής αποσύνθεσης των δρόμων , σπιτιών, και κήπων κάθε γειτονίας. Τρίτον την επικινδυνότητα και ασφάλεια της κάθε γειτονίας. Τέταρτον την οδική ασφάλεια και μετρά ασφαλείας που υπάρχουν όπως οι οδικές πινακίδες , διαβάσεις και λωρίδες για ποδηλάτες. Πέμπτον το ποσοστό χλωρίδας της κάθε περιοχής συμπεριλαμβανόμενων πάρκα, δάση , γκαζόν και αθλητικά πεδία .Οι κανόνες χρησιμοποιήθηκαν σε ένα υποσύνολο 40 γειτονιών και η αξιοπιστία των κριτηρίων βαθμονομήθηκε σε 30 τυχαίες επιλεγμένες γειτονίες. Τέλος τα αποτελέσματα της έρευνας αποδεικνύουν πως η χρήση του GSV μπορεί να θεωρηθεί ένα αξιόπιστο και οικονομικό εργαλείο για την ανίχνευση τόσο των αρνητικών όσο και των θετικών χαρακτηριστικών του τοπίου μιας γειτονίας (Rundle, Bader, Richards, 2011).

Η χρήση του Google Street View ανάλογα με τα λεγόμενα των ερευνητών του άρθρου θεωρείται ένα αποτελεσματικό εργαλείο εξερεύνησης των εικονικών γειτονιών της Google Maps. Ξεκινούν αναφέροντας πως με την βοήθεια του GSV δημιούργησαν ένα κατάλογο με τα χαρακτηριστικά των λιανικών καταστημάτων αλκοόλ και των γύρω γειτονιών τους. Σκοπός τους είναι να δείξουν πως το GSV είναι ένας χρήσιμος, αξιόπιστος και οικονομικός τρόπος εξερεύνησης περιοχών. Ειδικά όταν τα υπάρχον δεδομένα είναι ανεπαρκή και ο κοινός τρόπος συλλογής τους δύσκολος μέχρι και ανέφικτος. Στην συνέχεια παρουσιάζουν την μεθοδολογία που ακολουθήσαν για να ανιχνεύσουν τα ποτοπωλεία από 20 διαφορετικές γειτονίες της Oakland. Ενώ επιλέξαν τα κριτήρια σύγκρισης των καταστημάτων , επισυνάπτουν πως πρέπει να είναι εύκολα αναγνωρίσιμα. Στην προκειμένη περίπτωση ανέπτυξαν επτά κριτήρια: είδος γειτονίας, τύπος ποτοπωλείου, αρχική χρήση χώρου, διαθέσιμος χώρος χαλάρωσης, συνθήκες περιοχής, φυσικές συνθήκες και εγκληματικότητα. Μετέπειτα αφού έχουν συλλέξει τα

δεδομένα από τις εικόνες χρησιμοποιώντας τα κριτήρια συνεχίζουν με την ανάλυση και τέλος την σύγκριση τους ανά κατάσταση. Ολοκληρώνοντας φτάνουν στο συμπέρασμα πως η μελέτη τους αποδεικνύει πως η χρήση του GSV για ανάλυση γειτονιών είναι ένας αξιόπιστος και αποδοτικός τρόπος (Less, McKee, Toomey 2015).

Σε ένα άλλο άρθρο οι ερευνητές προσπαθούν να διαπιστώσουν αν μπορούν με την χρήση του Google Street View να συσχετίσουν την άνοδο των προβλημάτων υγείας με την οπτική διαμόρφωση μιας περιοχής. Η έρευνα βασίστηκε σε 38 γνωστές περιοχές της Νέας Υόρκης, 19 κατώτερης τάξης και 19 ανώτερης τάξης. Τα δεδομένα του 2007 συλλέχθηκαν από οπτικούς παρατηρητές που παρακολουθούσαν καθημερινά τις περιοχές, ενώ σε αντίθεση αυτά του 2008 συλλέχθηκαν από εικόνες του Google Street View. Στην συνέχεια χωρίστηκαν σε 7 κατηγορίες χαρακτηριστικών: αισθητική της περιοχής, ασφάλεια, ποσοστά ψυχικών διαταραχών, χρήση μέσων μαζικής μεταφοράς, αυτοκίνητα και στάθμευση, πεζοπορία και κοινωνική/εμπορική δραστηριότητα. Μετά την ανάλυση των δεδομένων, τα αποτελέσματα από τις εικόνες του Street View δείχνουν πως η άνοδος των προβλημάτων υγείας σχετίζεται με την οπτική παρουσίαση μιας περιοχής κατά 54.3% με μεγαλύτερο παράγοντα την ασφάλεια της περιοχής. Παρόλο που η χρήση του Google Street View δεν μπορεί να παρέχει υλικό όπως θορύβους και οσμές τα αποτελέσματα αποδεικνύουν πως το Google Street View μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την εξερεύνηση του περιβάλλοντος μιας περιοχής (Odgers, Caspi, Bates, 2012).

Την περίοδο 2013-2014 με την βοήθεια 31 συνεντεύξεων και οπτικής παρατήρησης οι ερευνητές Parzer, Astleithner και Rieder δημιούργησαν τέσσερις διαφορετικές κατηγορίες για τα καταστήματα μεταναστών που υπάρχουν στην Βιέννη και πιθανόν και σε άλλες χώρες. Αρχικά, αναφέρονται σε αυτά που ακολουθούν πιστά την κουλτούρα μόνο ενώ έθνους, συνήθως της χώρας καταγωγής τους. Χαρακτηριστικά των καταστημάτων αυτών είναι η γλώσσα, τα προϊόντα, η διακόσμηση του χώρου και το πελατολόγιο, με κοινό άξονα την χώρα προέλευσης των μεταναστών. Δεύτερον, είναι τα καταστήματα που επικροτούν δύο εθνικότητες. Οι δύο πιο συχνές είναι της καταγωγής του επιχειρηματία και της χώρας μετανάστευσης του. Τρίτον είναι τα διεθνή / πολυεθνικά, που προσφέρουν προϊόντα από διαφορετικές χώρες και περιοχές του κόσμου, γνωστά ως εξωτικά παντοπωλεία. Τέταρτες και τελευταίες είναι οι επιχειρήσεις που αποφεύγουν να ακολουθούν την εθνική ταξινόμηση και προτιμούν να τονίζουν την ποιότητα των προϊόντων τους. Τα καταστήματα αυτά εισάγουν κυρίως

φρούτα , λαχανικά και φθαρτά. Στην συνέχεια τονίζουν την σημαντικότητα των καταστημάτων αυτών για τις κοινότητες των μεταναστών, αφού τους προσφέρει την ευκαιρία να μείνουν σε επαφή με τον πολιτισμό τους. Τέλος προσθέτουν πως οι ντόπιοι της Βιέννης έχουν προτίμηση στα πολυεθνικά καταστήματα ενώ με το καιρό εξοικειώνονται και στην χρήση των υπολοίπων (Parzer, Astleithner, Rieder, 2016).

Το άρθρο των Mishra και Kolay στοχεύει στη διερεύνηση της οπτικής ταυτότητας της πρόσοψης δρόμων από πολεις της Ινδίας με μεγάλη ιστορική αξία. Οι στόχοι της έρευνας είναι η αξιολόγηση των προσόψεων, η ιεράρχηση των αρχιτεκτονικών στοιχείων του δρόμου, η σημειωτική ανάλυση και η θέσπιση της οπτικής ταυτότητας της πόλης, ανάλογα με τις οπτικές αντιλήψεις των ντόπιων. Η έρευνα αναλύει κυρίως αρχιτεκτονικά στοιχεία κτιρίων και τα χρησιμοποιεί ως σημειωτικά εργαλεία. Μελετώνται αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά στοιχείων, όπως στήλες, γείσα, τοξωτά παράθυρα, μαρκίζες, διακοσμητικά στηθαία και μοτίβα όπου παρουσιάζουν την ταυτότητα της περιοχής. Με την βοήθεια των δεδομένων ανάλυσής, μπορούν να δημιουργούν χρωματικές παλέτες και μοτίβα εμπνευσμένες από τα χρώματα και τα σχήματα προσόψεων των πιο γνωστών κτιρίων. Τέλος παρουσιάζουν διάφορους τρόπου ταξινόμησης, όπως ο διαχωρισμός της φωτογραφίας σε μέρη, η χρήση σχημάτων για την επιλογή των ενδιαφερόντων σημείων ( Mishra, Kolay, 2019).

## 2.2 Διπλή Ταυτότητα

Η Wise υποστηρίζει πως οι ταμπέλες των καταστημάτων είναι ο σημαντικότερος παράγοντας ταυτοποίησης της κάθε περιοχής. Αρχικά αναφέρετε στην αύξηση των Κινέζικων καταστημάτων στο Ashfield λόγω της υπερβολικής μετανάστευσης τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια. Προσθέτει πως οι επιχειρήσεις αυτές μετάλλαξαν εντελώς την αισθητική των τοπικών καταστημάτων υψηλών προδιαγραφών. Συνεχίζει να περιγράφει τα καταστήματα της περιοχής, τις συσκευασίες των κινέζικων προϊόντων, τις ταμπέλες και το πώς όλα αυτά άλλαξαν σημειωτικά την περιοχή. Για παράδειγμα τις φτηνές συσκευασίες στα ράφια, τα προ συσκευασμένα noodles, τα κινέζικης μάρκας τσάγια και οι ποικιλίες μπαχαρικών, με ετικέτες μόνο στα Κινέζικα. Ακόμη εστιάζοντας μόνο στις ταμπέλες των καταστημάτων επίσης γραμμένες μόνο σε Κινέζικους χαρακτήρες, συμπεραίνει πως υπάρχει χάσμα ανάμεσα σε ντόπιους και μετανάστες που

το δικαιολογεί μέσα από τα αποτελέσματα των συνεντεύξεών της. Τέλος συμπληρώνει πως όλα αυτά είναι η αρχή της δημιουργίας μιας ηπειρωτικής κινέζικης κοινωνίας ( Wise, 2011).



Διάγραμμα 1: Ταμπέλες καταστημάτων στο Ashfield.



Διάγραμμα 2: Ταμπέλες καταστημάτων στο Ashfield.



Διάγραμμα 3: Ταμπέλες καταστημάτων στο Ashfield.



Διάγραμμα 4: Ταμπέλες καταστημάτων στο Ashfield.



Διάγραμμα 5: Ταμπέλες καταστημάτων στο Ashfield.



Το Chinatown θεωρείτε ο χώρος όπου συναντιούνται και αλληλοεπιδρούν σημειωτικά διαφορετικοί πολιτισμοί. Ο Lou στην έρευνα του αναλύει τις ταμπέλες κινέζικων και μη καταστημάτων του Chinatown της Washington D.C. Ο τρόπος που επιλέγει να αναλύσει το φωτογραφικό του υλικό είναι βασισμένος σε τρεις πτυχές σημειωτικής που αναπτύχθηκαν από τους Scollon και Scollon (2003). Οι τρεις αυτές πτυχές είναι, η γλώσσα που χρησιμοποιείτε, η σύνθεση του κειμένου πάνω στις επιγραφές και η φυσική τους εγκατάσταση. Προσθέτει επίσης πως στην αρχή της έρευνας του, θεωρούσε δεδομένη τη χρήση μόνο της Κινέζικης γλώσσας πάνω στις επιγραφές. Στην συνέχεια όμως αποδεικνύει πως οι περισσότερες από αυτές είναι δίγλωσσες, τοποθετώντας πρώτα την Κινέζικη και μετά την Αγγλική. Ακόμη, στην γλώσσα περιλαμβάνει και τον τρόπο γραφής που χρησιμοποιείτε, με επιλογή ανάμεσα στον απλοποιημένο και παραδοσιακό. Συνεχίζει αναφέροντας πως οι πλύστες επιγραφές τοποθετούν τους Κινέζικους χαρακτήρες σε θέσεις που τους καθιστά αξιοπρόσεκτους, όπως στο κέντρο ή πάνω από τους Αγγλικούς. Σε περιπτώσεις όμως που βρίσκονται σε πιο μειονεκτική θέση, τονίζονται με την χρήση φωτεινού χρώματος. Τέλος όσο αφορά την φυσική εγκατάσταση των επιγραφών, παρατηρεί μέσα από τις φωτογραφίες πως η κύρια τοποθέτηση τους είναι οριζόντιες στα Αγγλικά και κάθετες στα Κινέζικα η μια δίπλα από την άλλη δημιουργώντας κάθε φορά μια συμμετρική σύνθεση (Lou, 2007).



**Διάγραμμα 6:** Ταμπέλα Κινέζικου εστιατορίου στο Chinatown.



**Διάγραμμα 7:** Ταμπέλα Κινέζικου εστιατορίου στο Chinatown.



**Διάγραμμα 8:** Ταμπέλα φαρμακείου στο Chinatown.



**Διάγραμμα 9:** Ταμπέλα Κινέζικου εστιατορίου στο Chinatown.

### 2.3 Σχεδιαστικές Λύσεις

Η Usarae Gul είναι μια textile designer χρησιμοποιεί τους πίνακες της για να παρουσιάζει την διπλή ταυτότητα της ως μια Άγγλο-Πακιστανή γυναίκα. Η ίδια μέσα από το άρθρο του Stones περιγράφει τον εαυτό της ως Unenglish , λόγο του ότι μεγάλωσε μιλώντας και Ουρντού και Αγγλικά. Επίσης θεωρεί τους πίνακες της μια γιορτή αυτής της διπλής ταυτότητας αλλά και των επιχειρήσεων που δημιουργήθηκαν από μετανάστες πρώτης γενιάς στο Ηνωμένο Βασίλειο. Στους πίνακες της απεικονίζει γνωστούς δρόμους του Ηνωμένου Βασιλείου όπως και πολυσύχναστες αγορές στο Πακιστάν. Της αρέσει να αναμιγνύει στοιχεία και από τις δύο της πλευρές, δημιουργώντας εικόνες γεμάτες χρώματα και μοτίβα επηρεασμένα από τις ρίζες της. Δεν κρύβει τον ενθουσιασμό της για τον πολιτισμό των μεταναστών του Ηνωμένου Βασιλείου αλλά και το πόσο της αρέσει η εξερεύνηση αυτής του διπλής ταυτότητας, αφού μπορεί και η ίδια να ταυτιστεί. Μέσα από τους πίνακες της αποσκοπεί να διευκρινίσει την ταυτότητα της αλλά και να επιβεβαιώσει πως είναι αποδεκτό κάποιος να επικροτεί ταυτόχρονα δύο ξεχωριστές κουλτούρες (Stone, 2016).



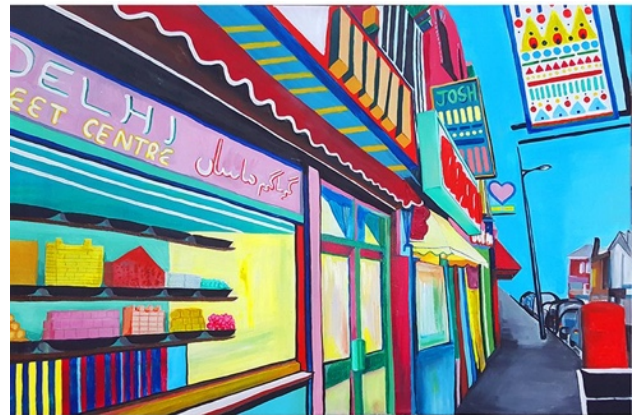
**Διάγραμμα 10:** Πίνακας της Usarae Gul πρόσσης σπιτιών.



**Διάγραμμα 11:** Πίνακας Usarae Gul με τους γονείς της.



**Διάγραμμα 12:** Πίνακας Usarae Gul εστιατορίου στο Πακισταν.



**Διάγραμμα 13:** Πίνακας Usarae Gul , όψη καταστημάτων.



**Διάγραμμα 14:** Πίνακας Usarae Gul , φρούτα και λαχανικά στην αγορά.



**Διάγραμμα 15:** Πίνακας Usarae Gul , από τις πλημύρες στο Πακιστάν.

Οι αφίσες αποτελούν πλέον βασικό στοιχείο παρουσίασης για αυτό και χρησιμοποιούνται ολοένα και περισσότερο. Ανάλογα με το άρθρο υπάρχουν στο σύνολο δέκα κανόνες που πρέπει να ακολουθήσει ο σχεδιαστής για να είναι μια αφίσα πιο αποτελεσματική. Πρώτος, ο σκοπός της δημιουργίας της να είναι ξεκάθαρος. Δεύτερος, αν μπορεί να πωληθεί σε δέκα δευτερόλεπτα. Τρίτος, η σωστή επιλογή του τίτλου είναι σημαντική. Τέταρτος, η αποδοχή της αφίσας δεν σημαίνει τίποτε. Πέμπτος, πολλοί από τους κανόνες για τη σύνταξη μιας καλής ερευνητικής εργασίας, ισχύουν και για το στήσιμο μιας αφίσας. Έκτος, μια καλή αφίσα είναι μοναδική για το περιεχόμενο και όχι για το υλικό. Έβδομος, η διάταξη και φόρμα είναι σημαντική. Ογδός, το περιεχόμενο είναι σημαντικό αλλά πρέπει να διατηρείτε συνοπτικό. Ένατος, Οι αφίσες πρέπει παρουσιάζουν την προσωπικότητά σας. Δέκατος και τελευταίος, η εντύπωση που δημιουργεί μια αφίσα, συμβαίνει τόσο κατά την διάρκεια χρήσης της όσο και μετά (Erren, Bourne, 2007).

### 3 Μεθοδολογία Έρευνας

Η μεθοδολογία έρευνας που θα ακολουθήσω είναι η έρευνα δράσης, η οποία συνήθως ασχολείται με κοινωνικά προβλήματα και θέματα που χρειάζονται βελτιστοποίηση. Ορίζει ένα πρόβλημα με σκοπό να επιλυθεί. Η έρευνα δράσης αποτελεί ολοκληρωμένη έννοια, λόγω της ισορροπίας τριών αλληλένδετων και σημαντικών στοιχείων: τη δράση, την έρευνα και τη συμμετοχή. (Greenwood & Levin, 2006).

Ο σχεδιασμός της έρευνας δράσης ακολουθεί μια κυκλική διαδικασία. Αρχικά αναπτύσσεται η κατανόηση του προβλήματος και γίνονται τα απαραίτητα σχέδια για κάποια μορφή παρέμβασης. Στη συνέχεια πραγματοποιείται η παρέμβαση κατά τη διάρκεια της οποίας γίνονται σχετικές παρατηρήσεις οι οποίες συλλέγονται σε διάφορες μορφές. Η κυκλική διαδικασία επαναλαμβάνεται, μέχρι η κατανόηση και υλοποίηση μιας λύσης για το πρόβλημα είναι ικανοποιητική.

Στην δική μου έρευνα υπάρχουν τρεις ερευνητικοί κύκλοι. Ο πρώτος κύκλος αποτελείται από τη οπτική έρευνα και συλλογή του φωτογραφικού υλικού. Καθώς την ανάλυση και ταξινόμηση τους σε κατηγοριοποιημένες ομάδες..

Ο δεύτερος κύκλος περιέχει αρχικά την έρευνα σε διάφορα κινήματα τέχνη και καλλιτεχνών για σχεδιαστική έμπνευσή. Ενώ στην συνέχεια υπάρχει και η πρώτη σχεδιαστική προσπάθεια αφίσας, οι αξιολογήσει και τα αποτελέσματα τα οποία βοηθούν στις διορθώσεις.

Ακολουθώντας, ο τρίτος κύκλος περιλαμβάνει τον επανασχεδιασμό των αφισών ακολουθώντας τα αποτελέσματα των αξιολογήσεων του δεύτερου κύκλου , με απώτερο σκοπό τον σχεδιασμό πιο ικανοποιητικά λειτουργικών αφισών. Επίπρόσθετα, μέσα από την επαναξιολόγηση θα κριθεί εάν είναι οι αφίσες αντιπροσωπεύσουν την εργασία. Τέλος θα υπάρχουν τα συμπεράσματα στο αν μέσα από την έρευνα και τα σχεδιαστικά μου αποτελέσματα απαντούνε τα ερωτήματα που προέκυψαν στην εισαγωγή.

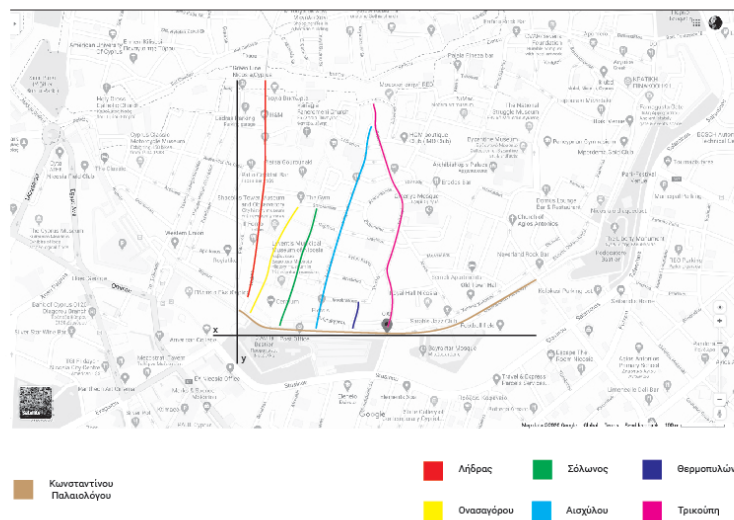
## 3.1 Πρώτος Κύκλος

### 3.1.1 Αλλαγή τρόπου έρευνας

Ο αρχικός τρόπος συλλογής του φωτογραφικού υλικού μου ήταν με την φωτογραφική μηχανή και την φυσική παρουσία μου στην περιοχή. Κατάφερα να την επισκέπτο στο σύνολο δύο φορές για οπτική παρατήρηση, λόγο όμως της εξάπλωσης του ιού covid-19 η κυβέρνηση ζήτησε από τους πολίτες να αποφεύγουν τις μετακινήσεις και την επαφή με κόσμο. Έτσι μετά από συζήτηση με τον επιβλέπον καθηγητή μου, αποφάσισα να διαμορφώσω το θέμα μου με τρόπο όπου θα μπορώ να κάνω την απαραίτητη έρευνα από το σπίτι. Κατέληξα στο να χρησιμοποιήσω ως μέσο περιήγησης και συλλογής φωτογραφικού υλικού το Street View της Google Maps, μια εναλλακτική πηγή δεδομένων που σου επιτρέπει 360 μηρών περιήγηση από τον υπολογιστή σου. Τα αρνητικά της απουσίας της φυσικής μου παρουσίας στην παλιά Λευκωσία είναι, η ποιότητα και ποσότητα των φωτογραφιών εξαρτάτε από τα σημεία στις οδούς που παρέχουν Street View περιήγηση.

### 3.1.2 Επιλογή Οδών

Για την επιλογή των οδών, ξεκινώ χρησιμοποιώντας την οδό Κωνσταντίνου Παλαιολόγου ως άξονα x, όπου είναι μια κεντρική και απαραίτητη οδός για να πάει κάποιος στο κέντρο, επιλέγω τις 6 πρώτες οδούς του άξονα y από την αρχή της Παλαιολόγου μέχρι τον κυκλικό κόμβο του Όχι. Στην συνέχεια επιλέγω τις δύο πρώτες (Λήδρας, Ονασαγόρου), δύο τελευταίες (Θερμοπύλων, Τρικούπη) και την Κωνσταντίνου Παλαιολόγου.



Διάγραμμα 16: Χάρτης παλιάς Λευκωσίας / τρόπος επιλογής οδών.



### 3.1.3 Ταξινόμηση / Ανάλυση Δεδομένων

Με την βοήθεια των Screenshots και του GSV τραβήχτηκαν συνολικά 215 φωτογραφίες εκ των οποίων οι 55 ήταν από την Κωνσταντίνου Παλαιολόγου, οι 50 από την Λήδρας, οι 40 από την Ονασαγόρου, οι 30 από την Θερμοπυλών και οι 40 από την Τρικούπης. Οι οδοί με το περισσότερο υλικό είναι η Κωνσταντίνου Παλαιολόγου και η Λήδρας, δηλαδή οι δύο πιο μεγαλύτερες. Αρχικά διαχώρισα τις φωτογραφίες ανά οδό στην συνέχεια σε δύο υποομάδες (οπτική επικοινωνία και τα αστικά στοιχεία). Η οπτική επικοινωνία περιλαμβάνει , λογότυπα και τυπογραφικές ταμπέλες καταστημάτων ενώ τα αστικά στοιχεία περιέχουν τοιχογραφίες και αρχιτεκτονικά μοτίβα. Ο διαχωρισμός γίνεται με την βοήθεια του Rectangle Tool στο Illustrator. Τα σημεία στην φωτογραφία που είναι επιλεγμένα με κόκκινο χρώματος σχήμα ανήκουν στην κατηγορία οπτικής επικοινωνίας, ενώ αυτά με πράσινο σχήμα στην κατηγορία αστικά στοιχεία. Μετέπειτα τα σημεία στις φωτογραφία που ανήκουν στις δύο κατηγορίες επιλέγονται με το εργαλείο pen tool ή quick selection στο Photoshop και γίνονται export ως png files για να μπορεί να γίνει η ταξινόμηση τους.



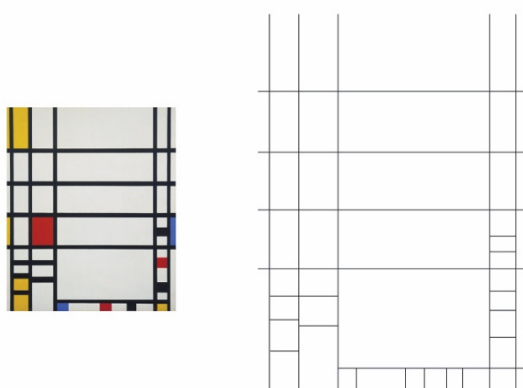
**Διάγραμμα 17:** Τρόπος διαχωρισμού οπτικής επικοινωνίας και αστικών στοιχείων στα Screenshots από το Google Street View.

## 3.2 Δεύτερος Κύκλος

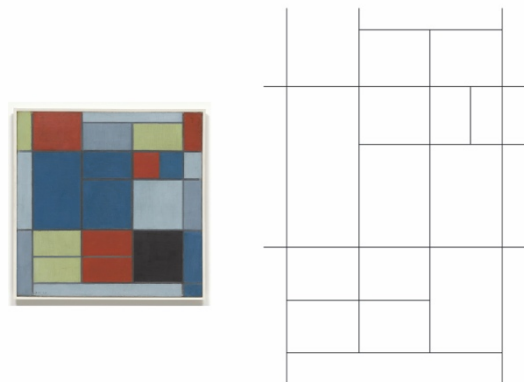
Στον δεύτερο κύκλο ξεκίνησα την διαδικασία για τον σχεδιασμό και την τοποθέτηση των στοιχείων από τις φωτογραφίες στις αφίσες.

### 3.2.1 Σχεδιαστικές Επιρροές

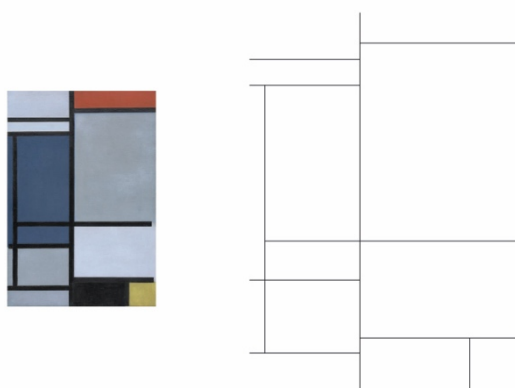
Αρχικά έκανα μια έρευνα σε διάφορα κινήματα τέχνης και καλλιτέχνες ως πηγή έμπνευσης. Έπειτα αποφάσισα να ακολουθήσω τον καλλιτέχνη Piet Mondrian. Ο λόγος που επέλεξα τον συγκεκριμένο καλλιτέχνη είναι η σύνταξη των πινάκων του, με γεωμετρικά σχήματα, οριζόντιες και κάθετες μαύρες γραμμές που θυμίζουν αστική χαρτογράφηση και σχετίζετε με το θέμα μου καθώς ο σκοπός μου είναι να απεικονίσω επιλεγμένους δρόμους από την παλιά Λευκωσία. Η χρωματική παλέτα είναι απλή χρησιμοποιώντας τα τρία βασικά χρώματα κόκκινο, κίτρινο, μπλε και τρία ουδέτερα μαύρο, άσπρο και γκριζο. Σε πίνακες που υπάρχει τυπογραφία χρησιμοποιούνται γραμματοσειρές με ακρεμόνες, κάθετη τοποθέτηση γραμμάτων και αριστερή στοίχιση στις προτάσεις. Μετέπειτα επέλεξα πέντε από τους πίνακες του Mondrian από την ιστοσελίδα Piet Mondrian Biography, Paintings & Quotes. Χρησιμοποιώντας το pen tool του προγράμματος Adobe Illustrator δημιούργησα πέντε διαφορετικά πλέγματα ακολουθώντας τις μαύρες γραμμές των πινάκων.



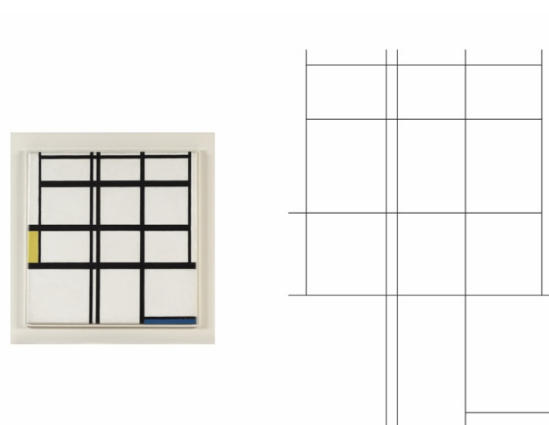
**Διάγραμμα 18:** Γραφιστικό πλέγμα εμπνευσμένο από πίνακα του καλλιτέχνη Piet Mondrian.



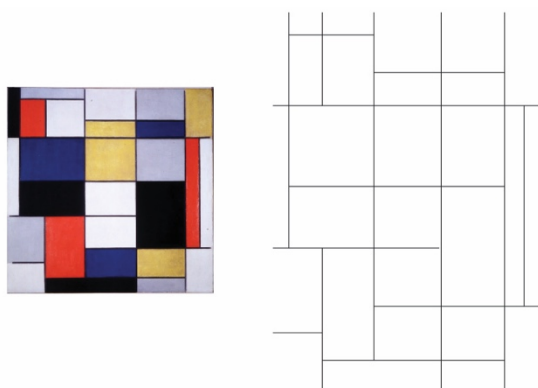
**Διάγραμμα 19:** Γραφιστικό πλέγμα εμπνευσμένο από πίνακα του καλλιτέχνη Piet Mondrian.



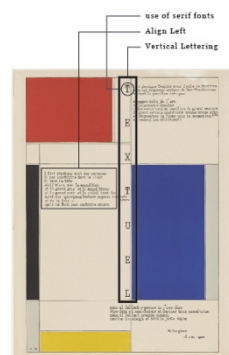
**Διάγραμμα 20:** Γραφιστικό πλέγμα εμπνευσμένο από πίνακα του καλλιτέχνη Piet Mondrian.



**Διάγραμμα 21:** Γραφιστικό πλέγμα εμπνευσμένο από πίνακα του καλλιτέχνη Piet Mondrian.



**Διάγραμμα 22:** Γραφιστικό πλέγμα εμπνευσμένο από πίνακα του καλλιτέχνη Piet Mondrian.



**Διάγραμμα 23:** Πίνακας του Piet Mondrian με τυπογραφία

### 3.2.2 Πρώτη προσπάθεια σύνταξης

Η πρώτη σχεδιαστική δοκιμή έγινε με στοιχεία των δύο ομάδων κατηγοριοποίησης(οπτική επικοινωνία και αστικά στοιχεία) να τοποθετούνται στα πλέγματα χωρίς της αποκοπεί τους από το γύρω περιβάλλον. Με το gradient map tool του Photoshop μετέτρεψα τις φωτογραφίες από έγχρωμες σε μονόχρωμες με την κάθε οδό να αντιπροσωπεύετε με ένα από τα χρώματα της παλέτα τους καλλιτέχνη. Μετέπειτα καθόρισα τον τίτλο της κάθε αφίσας ως το όνομα της οδού και για γραμματοσειρά χρησιμοποίησα την Georgia Bold. Τέλος πρόσθεσα κάθετα την ημερομηνία που καταγραφείς των στο GSV και τις μικρές πληροφορίες με Georgia Regular .



**Διάγραμμα 24:** Προσπάθεια πρώτη δημιουργίας αφίσας για την οδό Λήδρας.



**Διάγραμμα 25:** Προσπάθεια πρώτη δημιουργίας αφίσας για την οδό Ονασαγόρου



**Διάγραμμα 28:** Προσπάθεια πρώτη δημιουργίας αφίσας για την οδό Κωνσταντίνου Παλαιολόγου.



**Διάγραμμα 26:** Προσπάθεια πρώτη δημιουργίας αφίσας για την οδό Τρικούπη.



**Διάγραμμα 27:** Προσπάθεια πρώτη δημιουργίας αφίσας για την οδό Θερμοπλων.

### 3.2.3 Αξιολόγηση Δεύτερου Κύκλου

Μετά τον σχεδιασμό των αρχικών αφισών, παρουσίασα τα προσχέδια στον επιβλέπον καθηγητή μου και σε ομάδα τριών ατόμων σε μία από τις συναντήσεις μας. Μέσα από συζήτηση πήρα τα σχόλια που με βοήθησαν να κάνω τις απαραίτητες αλλαγές.

Αλλαγές:

1. Αρχικά το περιεχόμενο από τα αποκόμματα των φωτογραφιών που τοποθετήθηκαν στα πλέγματα παρόλο που θυμίζουν τις οδούς δεν είναι ξεκάθαρο σε τι πρέπει να δώσει έμφαση ο παρατηρητής. Δηλαδή σε κάθε απόκομμα υπάρχουν πολλές πληροφορίες ενώ θα ήταν καλύτερα να εστίαζε μόνο σε μία.
2. Η ανάδειξη της διπλή ταυτότητα δεν είναι κατανοητή.
3. Η τυπογραφία και τα κείμενα χρειάζονται βελτίωση. Ο τίτλος προϊδεάζει τον θεατή και πρέπει να αλλάξει σε κάτι πιο γενικό. Επίσης η χρήση γραμματοσειράς με ακρεμόνες δεν ταιριάζει με το αστικό περιβάλλον των φωτογραφιών και θα ήταν καλύτερη η χρήση μια πιο στρογγυλής .
4. Η χρήση των γραφιστικών πλεγμάτων μπορεί να γίνει πιο ακανόνιστη ενώ οι γραμμές να χρησιμοποιούνται ως οδηγοί και όχι ως περιοριστικά κουτιά.
5. Η χρωματική παλέτα θα ήταν καλύτερα να είναι βασισμένη από χρώματα που κυριαρχούν την κάθε οδό.

### 3.3 Τρίτος Κύκλος

Μετά τα αποτελέσματα του δεύτερου κύκλου, ξεκίνησα την σχεδίαση των αφισών με τις διορθώσεις που μου επισυνάφτηκαν.

#### 3.3.1 Περιεχόμενο φωτογραφιών

Στα αρχικά προσχέδια τα στοιχεία των δύο ομάδων (οπτική επικοινωνία αστικά στοιχεία) τοποθετήθηκαν στα πλέγματα χωρίς την αποκοπή τους από το περιβάλλον τους που τα περικλείει στην φωτογραφίες. Μέσα από την αξιολόγηση διαπιστώθηκε ότι το σημείο εστίασης δεν είναι ξεκάθαρο. Έτσι χρησιμοποίησα το Photoshop για να αφαιρέσω τα περιβάλλοντα χαρακτηριστικά και να κρατήσω μόνο τα λογότυπα, τις τυπογραφικές πινακίδες των καταστημάτων, τα αρχιτεκτονικά μοτίβα και τις τοιχογραφίες που με ενδιαφέρουν.



**Διάγραμμα 30:** Παράδειγμα τρόπου αποκοπής λογοτύπων και τυπογραφικών πινακίδων.



**Διάγραμμα 29:** Παράδειγμα τρόπου αποκοπής αρχιτεκτονικών μοτίβων και τοιχογραφιών.

### 3.3.2 Παρουσίαση των δύο ταυτοτήτων

Στις αξιολογήσεις του δεύτερου κύκλου αναφέρθηκε πως η ανάδειξη της διπλής ταυτότητας δεν είναι ξεκάθαρη στις αρχικές αφίσες λόγω του ότι όλα τα στοιχεία σμίγονται και χάνονται μέσα στις φωτογραφίες. Έτσι αποφάσισα να σχεδιάσω δύο αφίσες για να γίνει ο διαχωρισμός των χαρακτηριστικών ξεκάθαρος. Η πρώτη θα περιέχει τα αστικά στοιχεία που αποκόπηκαν από τις φωτογραφίες και τις τυπογραφικές πληροφορίες όπως τον τίτλο και τις μικρές πληροφορίες. Ενώ η δεύτερη θα είναι τυπωμένη σε διαφανές διαφάνεια και θα περιέχει μόνο της πινακίδες και τα λογότυπα των καταστημάτων. Ο σκοπός της διαφάνειας είναι να μπορούν οι αφίσες να έχουν την ατομικότητα τους και να δείχνουν τις δύο αντίθετες πλευρές ενώ παράλληλα όταν η μία τοποθετείται μέσα στην άλλη να παρουσιάζουν την συγχώνευση και συνύπαρξη τους.

### 3.3.3 Τυπογραφικά στοιχεία

Τα αποτελέσματα των αξιολογήσεων έδειξαν πως τα τυπογραφικά στοιχεία ήταν το πιο προβληματικό κομμάτι της αφίσας. Αρχικά η χρήση του ονόματος των οδών για τίτλους, αφαιρούσε το δικαίωμα του παρατηρητή να περιηγηθεί. Έτσι κατέληξα να χρησιμοποιήσω την φράση “DOWN TOWN” για κύριο τίτλο. Ο λόγος της συγκεκριμένης επιλογής μου αρχικά είναι η σημασία της φράσης που σημαίνει κέντρο πόλης και δεύτερον είναι ότι οι λέξεις μεταξύ τους είναι τόσο όμοιες που δίνει την εντύπωση πως είναι η ίδια λέξη διπλή. Επίσης άλλαξα την γραμματοσειρά με ακρεμόνες για μια πιο στρογγυλή και έντονη που θα ταίριαζε καλύτερα με το αστικό στοιχείο. Όσο αφορά τις μικρές πληροφορίες, αφαίρεσα τα αχρείαστα κείμενα και κράτησα μόνο το όνομα των οδών, την πόλη της Λευκωσίας και τις συντεταγμένες της κάθε οδού πάνω στο χάρτη.



### 3.3.4 Χρωματική παλέτα οδών

Η καινούργια χρωματική παλέτα θα δημιουργηθεί με την βοήθεια των πιο γνωστών πινακίδων ή λογοτύπων που υπάρχουν στην κάθε οδό, ή ακόμη και χρώματα που κυριαρχούν στην περιοχή.

1. Στην οδό Λήδρας επέλεξα το χρώμα κόκκινο λόγω της αλυσίδας εστιατορίων McDonalds και του λογοτύπου τους που κυριαρχεί από το χρώμα κόκκινο. Επίσης είναι το πιο γνωστό σημείο κατατεθέν της οδού.



**Διάγραμμα 31:** Φωτογραφία Screenshot από την οδό Λήδρας για την επιλογή της χρωματικής της παλέτας.

2. Στην οδό Ονασαγόρου επιλεκτικέ το χρώμα μπλε λόγω του λογότυπου του εστιατορίου Ocean Basket που βρίσκετε στην αρχή της οδού.



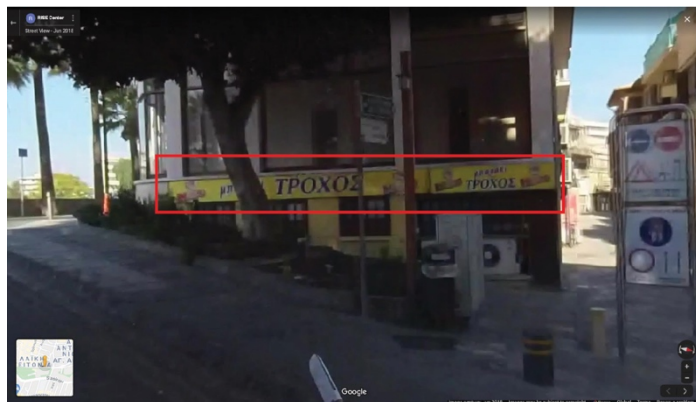
**Διάγραμμα 32:** Φωτογραφία Screenshot από την οδό Ονασαγόρου για την επιλογή της χρωματικής της παλέτας.

3. Για την Κωνσταντίνου Παλαιολόγου επέλεξα το χρώμα πράσινο λόγος είναι γνωστή για τα φοινικόδεντρα που την περικλείουν.



**Διάγραμμα 33:** Φωτογραφία Screenshot από την οδό Κωνσταντίνου Παλαιολόγου για την επιλογή της χρωματικής της παλέτας.

4. Στην οδό Θεμοπυλων διάλεξα το χρώμα κίτρινο λόγο του εστιατορίου / μπαρ που υπάρχει στην αρχή της « Ο Τροχός » . Η ταμπέλα του είναι στο χρώμα του έντονου κίτρινου και τραβά εύκολα την προσοχή του περαστικού.



**Διάγραμμα 34:** Φωτογραφία Screenshot από την θερμοπυλων για την επιλογή της χρωματικής της παλέτας.

5. Στην οδό Τρικούπη επέλεξα το χρώμα μοβ. Ο λόγος είναι η χρωματική παλέτα που ακολουθούν τα καταστήματα στην οδό κυμαίνεται σε τόνους του μοβ.

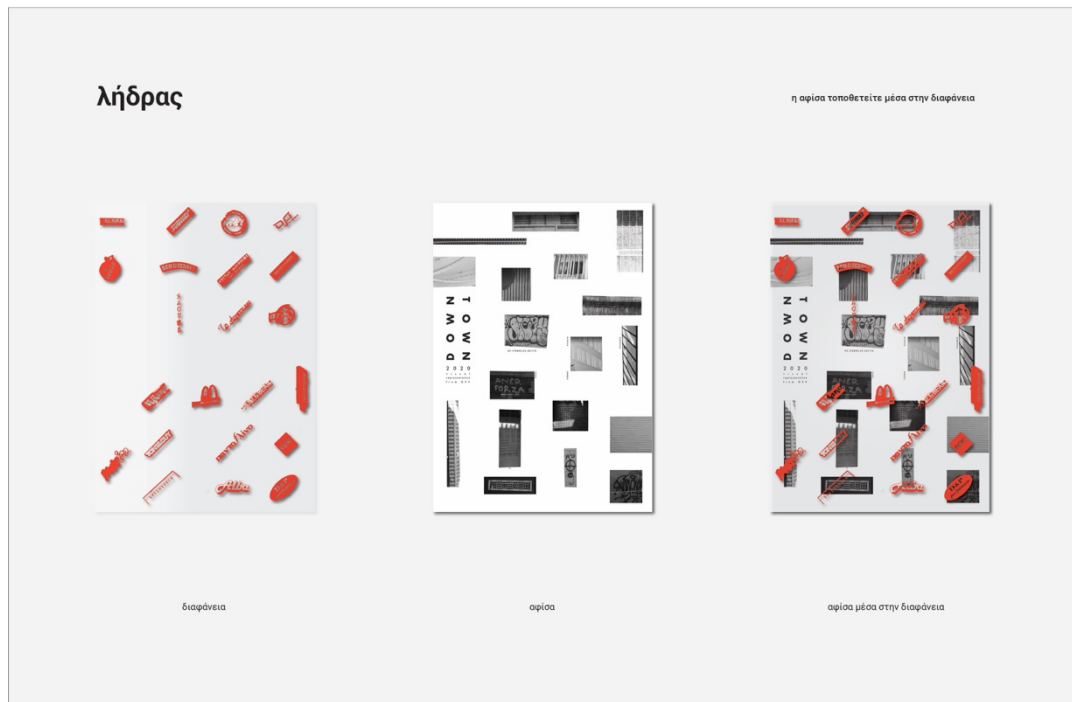


**Διάγραμμα 35:** Φωτογραφία Screenshot από την Τρικούπης για την επιλογή της χρωματικής της παλέτας.

### 3.3.5 Επανασχεδιασμός

Με την βοήθεια των αξιολογήσεων του δεύτερου κύκλου κατάφερα να κάνω τις αναγκαίες αλλαγές στις σχεδιαστικές αφίσες μου, που θα τις καθιστά πλέον επιτυχημένες και αντιπροσωπευτικές. Συλλέξα όλες τις παρατηρήσεις και διορθώσεις που πραγματοποιήθηκαν σε κάθε κύκλο και ξεκίνησα τον τελικό επανασχεδιασμό. Αρχικά χρησιμοποίησα δύο από τα γραφιστικά πλέγματα που δημιούργησα και ξεκίνησα να τοποθετώ τα στοιχεία του σχεδιαστικού κύκλου 3.3.1. Στο πρώτο πλέγμα στοίχισα τις τυπογραφικές πινακίδες και λογότυπα με την πραγματική τους σειρά για να δημιουργείτε η διαδρομή της κάθε οδού. Στην συνέχεια χρησιμοποιώντας το Illustrator και εικονογράφησα τα λογότυπα για να παρουσιάσω μέσα από την εκσυγχρονισμένη αφίσα και ένα σύγχρονο μέσω σχεδιασμού. Μετέπειτα τοποθέτησα στο δεύτερο πλέγμα τα αποκόμματα των αστικών στοιχείων, επίσης στην πραγματική τους σειρά. Η χρωματική παλέτα της κάθε οδού χρησιμοποιείται μόνο στην αφίσα με τα λογότυπα ενώ η αφίσα με τα αστικά στοιχεία παραμένει μαυρόασπρη. Τέλος τοποθέτησα την τυπογραφία και το λογότυπο / τίτλο που δημιούργησα. Η μικρό τυπογραφία περιέχει το όνομα της οδού και της πόλης της Λευκωσίας στα Ελληνικά και Αγγλικά και τις συντεταγμένες της οδού πάνω στον χάρτη. Τέλος σχεδίασα και μερικά postcards και σουβενίρ για να μπορεί ο τουρίστας που βλέπει την αφίσα να κρατήσει και κάποια αναμνηστικά αντικείμενα.

### 3.3.6 Επανασχεδιασμένες αφίσες



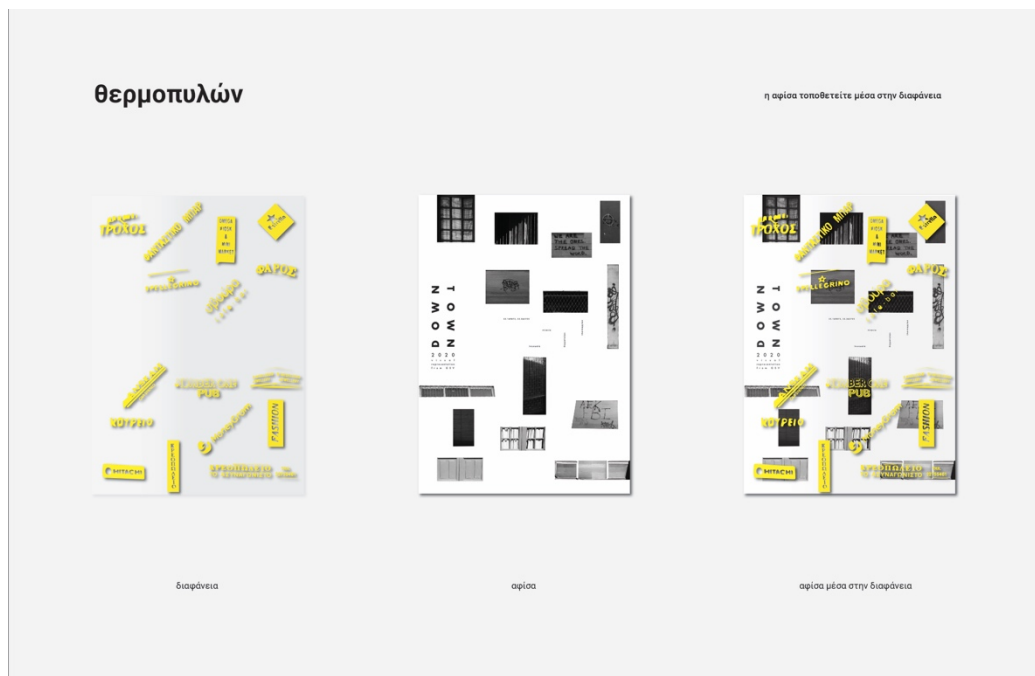
Διάγραμμα 36: Επανασχεδιασμένη αφίσα της οδού Λήδρας.



Διάγραμμα 37: Επανασχεδιασμένη αφίσα της οδού Ονασαγόρου.



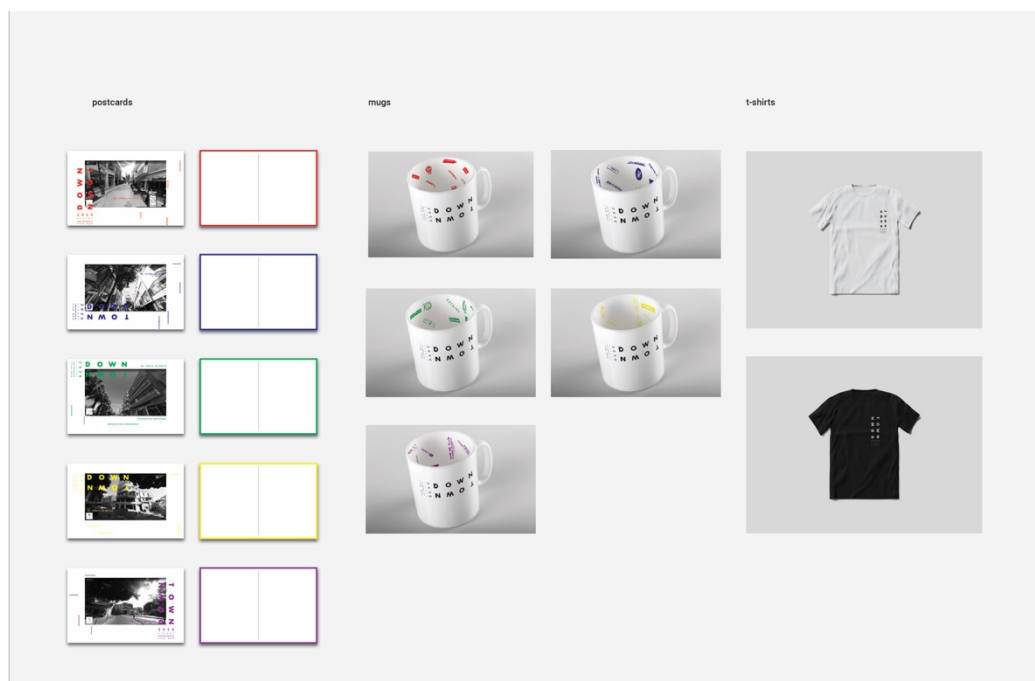
**Διάγραμμα 38:** Επανασχεδιασμένη αφίσα της οδού Κωνσταντίνου Παλαιολόγου.



**Διάγραμμα 39:** Επανασχεδιασμένη αφίσα της οδού Θερμοπυλών



**Διάγραμμα 40:** Επανασχεδιασμένη αφίσα της οδού Τρικούπη.



**Διάγραμμα 41:** Τουριστικά σουβενίρ και postcards για τους τουρίστες.

### 3.3.7 Τελικές Αξιολογήσεις και Σχόλια

Μετα το επανασχεδιασμό των αφισών ακολουθεί η τελική αξιολόγηση. Με την βοήθεια συνεντευξέων, πήρα γνώμες από συνολικά πέντε άτομα με δείγμα ευκολίας. Τα άτομα κλήθηκαν να παρατηρήσουν τις αφίσες και να καταθέσουν τα σχόλια τους . Πιο κάτω, θα ακολουθήσουν οι σημαντικότερες παρατηρήσεις από την κάθε αξιολόγηση:

Αξιολόγηση 1 : « Η αισθητική τους είναι άψογη. Πολύ μοντέρνο και φρέσκο στυλ. Ο συνδυασμός μαυρόασπρης φωτογραφίας με έντονα χρώματα τραβά το ενδιαφέρον. Καθώς και οι μικρές μικρές λεξούλες και φωτογραφίες με κάνουν να θέλω να έρθω πιο κοντά για να τις παρατηρήσω. Παρόλο που δεν είμαι από Λευκωσία μπορώ να καταλάβω τις οδούς μέσα από τα λογότυπα των καταστημάτων. Εξαιρετική παρουσίαση δουλείας, συγυρισμένη, καθαρή και αρκετα αντιπροσωπευτική.»

Αξιολόγηση 2: « Μου αρέσει ο τρόπο συνδυασμού των χρωμάτων στα λογότυπα πάνω από τις μαυρόασπρες φωτογραφίες. Επίσης βρίσκω ενδιαφέρον το ότι διάλεξες μόνο την τυπογραφία από τις ταμπέλες, διότι όταν συνδυάζετε με τα αρχιτεκτονικά μοτίβα ή τοιχογραφίες φαίνεται σαν να είναι μέρος της φωτογραφίας.»

Αξιολόγηση 3: « Μου αρέσει πολύ η ιδέα του έργου καθώς παίρνει την αντίληψη των καταστημάτων και εστιατορίων και δείχνει τι πραγματικά κρύβεται από πίσω. Το αυθεντικό και "παλιό" στην Παλιά Λευκωσία. Σε συνδυασμό οι αφίσες, δείχνουν ότι ένα μέρος μπορεί πραγματικά να αναπτυχθεί και να διατηρηθεί ταυτόχρονα. Καθώς πιστεύω πως δείχνει την αξία της περιοχής στους τουρίστες και ντόπιους .»

Αξιολόγηση 4: « Μου αρέσει ο τρόπος τοποθέτησης του Down Town μου θυμίζει την αντίθεση των δύο ταυτοτήτων. Τα χρώματα που χρησιμοποιήθηκαν είναι πολύ συμβατά, μόλις βλέπω την κόκκινη αφίσα μου θυμίζει την οδό Λήδρας λόγω του κόκκινου στο λογότυπο του McDonalds. Οι φωτογραφίες δεν καταλαβαίνετε πως είναι τραβηγμένες από το GSV λόγω του τρόπος επιλογής και εστίασης των στοιχείων . Ακόμη τα mix media που χρησιμοποιούνται στις αφίσες ,βοηθούν το να γίνει ακόμα πιο κατανοητές και αντιπροσωπευτικές.



Αξιολόγηση 5 : « Και να μην σημείωνες τα ονόματα θα καταλάβαινα ποιες οδοί είναι. Οι φωτογραφίες από τα αρχιτεκτονικά στοιχεία είναι πολύ ενδιαφέρον , με βάζουν στην διαδικασία να σκεφτώ που βρίσκετε στην οδό. Τα χρώματα είναι παιγνιδιάρικά και αντιπροσωπευτικά για την κάθε οδό. Πιστεύω είναι μια καλή παρουσίαση της παλιάς Λευκωσίας και θα ήταν χρήσιμη για κάποιο τουρίστα να δει αυτή την διαφορά.»

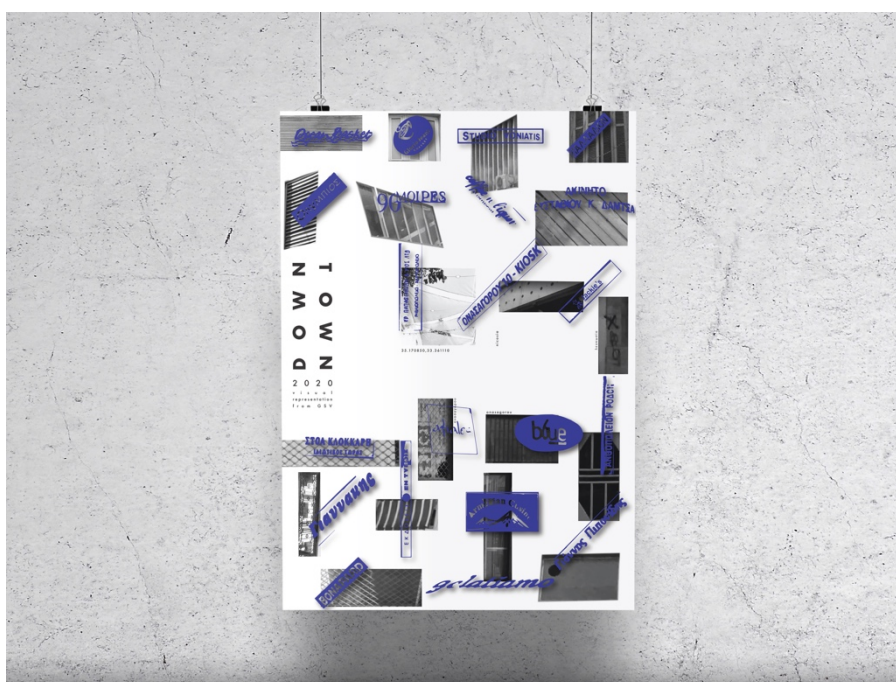
### 3.3.8 Συμπέρασμα

Με την διεξαγωγή των τελευταίων αξιολογήσεων, καταλήγω στο συμπέρασμα πως οι αφίσες είναι αντιπροσωπευτικές στην απεικόνιση της διπλής ταυτότητας των οδών της παλιάς Λευκωσίας. Γενικά η χρήση την αφίσας ως σχεδιαστικό μέσο είναι αποτελεσματική , ιδικά όταν υπάρχουν mix media. Επίσης οι φωτογραφίες που συλλεκτικά χρησιμοποιώντας το GSV μπορούν να θεωρηθούν ικανοποιητικές, συνεπώς και ή ίδια η πλατφόρμα GSV να είναι ένα ικανοποιητικό μέσω συλλογής δεδομένων. Ακόμη η χρωματική παλέτα που δημιούργησα μέσα από χαρακτηριστικά των οδών τράβηξε το ενδιαφέρον των παρατηρητών και αντιπροσώπευσε την κάθε οδό με επιτυχία.

### 3.3.9 Τελικές Αφίσες



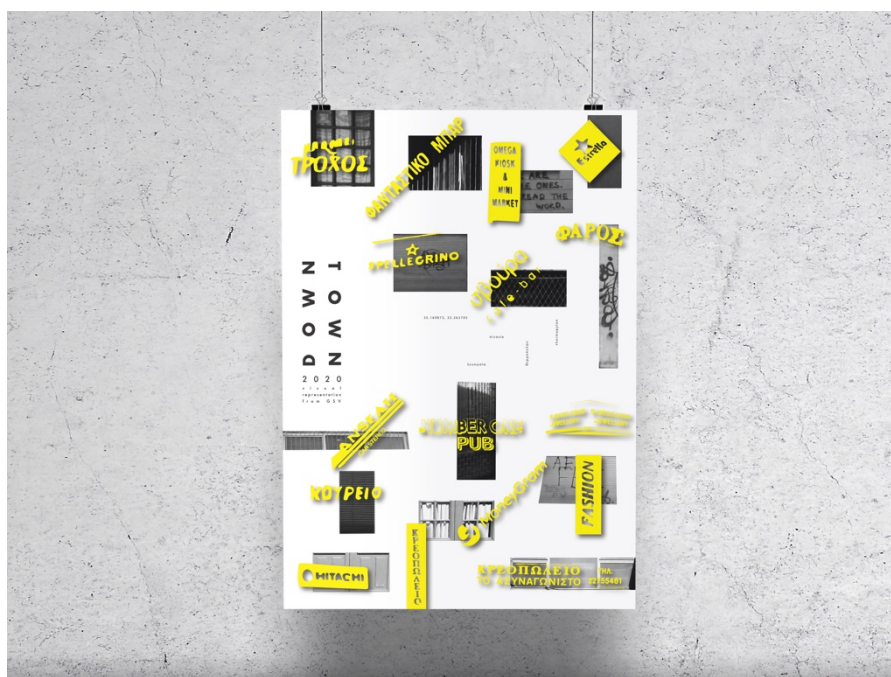
Διάγραμμα 42: Mock up τελικής αφίσας της οδού Λήδρας.



Διάγραμμα 43: Mock up τελικής αφίσας της οδού Ονασαγόρου.



**Διάγραμμα 44:** Mock up τελικής αφίσας της οδού Κων/τινου Παλαιολόγου



**Διάγραμμα 45:** Mock up τελικής αφίσας της οδού Θερμοπυλών.



**Διάγραμμα 46:** Mock up τελικής αφίσας της οδού Τρικούπη.

[https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fdrive.google.com%2Ffile%2Fd%2F1it1Q\\_PGDXg7JprTwKC9bWggbk4Za4Aq5%2Fview%3Ffbclid%3DIwAR0Ax8Ia87yV0m85mKLGwLFcQFArN7Q3Nd1\\_0RAsODDfkIqB65anqw745Sc&h=AT3DhlQhHORSou0byRBC3mhACsHhLHIJbF7tu2m27mBZw-XKVBAGVMzsNu28Prqk-auWBnE7HiGEp1kPTol3BsLifHcAuZxCMBzpg7WXE-QngBouK8V\\_gN0CFYm9GFPXIWEmpU9M-I](https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fdrive.google.com%2Ffile%2Fd%2F1it1Q_PGDXg7JprTwKC9bWggbk4Za4Aq5%2Fview%3Ffbclid%3DIwAR0Ax8Ia87yV0m85mKLGwLFcQFArN7Q3Nd1_0RAsODDfkIqB65anqw745Sc&h=AT3DhlQhHORSou0byRBC3mhACsHhLHIJbF7tu2m27mBZw-XKVBAGVMzsNu28Prqk-auWBnE7HiGEp1kPTol3BsLifHcAuZxCMBzpg7WXE-QngBouK8V_gN0CFYm9GFPXIWEmpU9M-I)

## **ΕΠΙΛΟΓΟΣ**

Φτάνοντας στο τέλος της πτυχιακής έρευνας μου , μπορώ να πω ότι νιώθω ικανοποιημένη γιατί κατάφερα ξεπεράσω όλες τις αντιξοότητες που συνάντησα λόγω των περιοριστικών μέτρων που πάρθηκαν. Με την βοήθεια της τεχνολογικής ανέλιξης μου ήταν εφικτό να συλλέξω το απαραίτητο υλικό χωρίς την φυσική παρουσία μου στον χώρο. Μέσα από την όλη διαδικασία της διεκπεραίωσης την εργασίας μου, μπορεί κάποιος να δει την σταδιακή εξέλιξη του ερευνητικού μου στόχου μέχρι και την τελική του μορφή.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Basu, A., & Altinay, E. (2002). The Interaction between Culture and Entrepreneurship in London's Immigrant Businesses. *International Small Business Journal*, 20(4), 371–393.
- Erren, T. C., & Bourne, P. E. (2007). Ten simple rules for a good poster presentation. *PLoS computational biology*, 3(5).
- Κακλίδη (2016). Οπτική Επικοινωνία και ο ρόλος της στον σχεδιασμό αφίσας. *Πανεπιστήμιο Αιγαίου*.
- Lou, J. (2007). Revitalizing Chinatown Into a Heterotopia: A Geosemiotic Analysis of Shop Signs in Washington, D.C.'s Chinatown. *Space and Culture*, 10(2), 170–194. <https://doi.org/10.1177/1206331206298547>
- Less, E. L., McKee, P., Toomey, T., Nelson, T., Erickson, D., Xiong, S., & Jones-Webb, R. (2015). Matching study areas using Google Street View: A new application for an emerging technology. *Evaluation and program planning*, 53, 72-79.
- Mishra, S., & Kolay, S. (2019). Visual Perception of the Street Façade of a Historic Town: Case Study of the Walled City of Jaipur, India. In *Research into Design for a Connected World*(pp. 377-389). Springer, Singapore.
- Odgers, C. L., Caspi, A., Bates, C. J., Sampson, R. J., & Moffitt, T. E. (2012). Systematic social observation of children's neighborhoods using Google Street View: a reliable and cost-effective method. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 53(10), 1009-1017.
- Parzer, M., Astleithner, F., & Rieder, I. (2016). Deliciously exotic? Immigrant grocery shops and their non-migrant clientele. *International Review of Social Research*, 6(1), 28-30.
- Rundle, A. G., Bader, M. D., Richards, C. A., Neckerman, K. M., & Teitler, J. O. (2011). Using Google Street View to audit neighborhood environments. *American journal of preventive medicine*, 40(1), 94-100.
- Stone. (2016). Usarae Gul paints immigrant culture in Manchester. *It's Nice That*. Retrieved from: [shorturl.at/cqxBV](http://shorturl.at/cqxBV)

Wise, A. (2011). 'Foreign'signs and multicultural belongings on a diverse shopping street. *Built Environment*, 37(2), 139-154.

Yatmo, Y. A. (2008). Street vendors as 'out of place'urban elements. *Journal of Urban Design*, 13(3), 387-402.



## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι**

### **Τίτλος παραρτήματος**

Στα παραρτήματα συμπεριλαμβάνονται εργαλεία τα οποία χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα είτε οποιοδήποτε πληροφοριακό υλικό το οποίο δεν είναι δυνατό να ενταχθεί οργανικά στο κυρίως μέρος της μελέτης όπως για παράδειγμα ερωτηματολόγια, αποσπάσματα από συνεντεύξεις, σχήματα κωδικοποίησης, κλπ.

Κάθε παράρτημα εμφανίζεται σε νέα σελίδα χρησιμοποιώντας λατινική αρίθμηση.