

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αυτή η διπλωματική εργασία αφορά το branding του Κυπριακού Οινομουσείου που βρίσκεται στην Ερήμη. Πιο αναλυτικά ασχολείται με τον εντοπισμό σχεδιαστικών και τυπογραφικών προβλημάτων, καθώς και προτεινόμενες λύσεις για πιο ελκυστική οπτική ταυτότητα του Μουσείου.

Για καλύτερη έρευνα γύρω από το θέμα έγινε επικέντρωση αρχικά στη βιβλιογραφική αναφορά, ερευνώντας και αναλύοντας τον όρο branding στο γενικότερο του πλαίσιο. Αναλύεται το branding ως όρος αλλά και συγκεκριμένα πως αυτό χρησιμοποιείται στο μουσείο. Στην συνέχεια αφού έγινε η γνωριμία με τον χώρο, παρατίθεται η συνέντευξη όπως ακριβώς καταγράφηκε από την υπεύθυνη του Κυπριακού Οινομουσείου, μέσα από αυτή πηγάζουν οι στόχοι και οι προσδοκίες του. Στη ξενάγηση που έγινε καταγράφεται όλο το ιστορικό υπόβαθρο του μουσείου όπως αυτό παρουσιάζεται σε κάθε επισκέπτη του. Ακολούθως γίνεται σύνδεση με άλλες παρόμοιες έρευνες σε μουσεία του εξωτερικού.

Ως τόσο για καλύτερη επικέντρωση στα κύρια σχεδιαστικά προβλήματα οπτικής ταυτότητας του Οινομουσείου, ακολουθείτε διαδικασία προσωπικών συνεντεύξεων και ερωτηματολογίων, από τεταρτοετείς φοιτητές στον τομέα των Γραφιστικών Τεχνών του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου. Μέσα από αυτή τη διαδικασία εντοπίζουμε την αδυναμία της οπτικής γραφιστικής προώθησης του, όπως αυτή παρουσιάζεται στον εξωτερικό χώρο μπροστά από το μουσείο, ακολούθως στο ενημερωτικό φυλλάδιο του μουσείου, έπειτα στο λεκτικό-επεξηγηματικό υλικό που δίνεται στον εσωτερικό χώρο (λεζάντες-πληροφορίες), καθώς και στην αποτύπωση του λογοτύπου. Ακολουθώντας τα πιο πάνω συμπεράσματα γίνεται ο επανασχεδιασμός της οπτικής ταυτότητας, πιο συγκεκριμένα των εφαρμογών που προτάθηκαν ελαττωματικές, αλλά και τη δημιουργία καινούργιων στοιχείων που κρίθηκαν απαραίτητα. Στο τελευταίο στάδιο παρουσιάζονται αξιολογήσεις από τους ίδιους τεταρτοετείς φοιτητές και παράθεση των απόψεων τους.