

Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής

ΤΜΗΜΑ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ



“Διαφημιστικό Ημερολόγιο για το κατάστημα Mastiha Shop”.

“Advertising Calendar for the Mastiha Shop”.

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Όνοματεπώνυμο: Παλάβρα Ανδριάννα

Αριθμός Μητρώου: 17026

Επιβλέπων καθηγητής: Γεώργιος Βρεπτάκος, Λέκτορας

Χειμερινό Εξάμηνο (2021 – 2022)

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής και Εισηγητή

Η πτυχιακή εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή:

Εισηγητής καθηγητής :

1^{ος} εξεταστής :

2^{ος} εξεταστής :

Δήλωση Συγγραφέα Πτυχιακής Εργασίας

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Παλάβρα Ανδριάννα του Γεωργίου με αριθμό μητρώου 17026 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Φωτογραφίας και Οπτικοακουστικών Τεχνών, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

<<Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για τη ανάκληση του πτυχίου μου >>.

Η Δηλούσα



Πνευματικά Δικαιώματα

Στον Εσωτερικό Κανονισμό του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής στη σελίδα 50553 γίνεται αναφορά στον νόμο 2121/1993 περί πνευματικής ιδιοκτησίας στον οποίο υπόκειται η πτυχιακή εργασία. Η διπλωματική εργασία αποτελεί προϊόν συνεργασίας του φοιτητή και των μελών Δ.Ε.Π. Επίσης, των Ακαδημαϊκών Υποτρόφων, ΕΔΙΠ και των ΠΔ 407/80. Στα προαναφερόμενα φυσικά πρόσωπα ανήκουν τα πνευματικά δικαιώματα της δημοσίευσης των αποτελεσμάτων της διπλωματικής εργασίας στις ανακοινώσεις, σε επιστημονικά συνέδρια και σε επιστημονικά περιοδικά. Η διπλωματική εργασία και ότι άλλο έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια της εκπόνησης ή θα προκύψει από αυτήν όπως τα πιθανά δικαιώματα ευρεσιτεχνίας ή εμπορικής εκμετάλλευσης, προστατεύονται με τη νομοθεσία Ν.2121/93 περί πνευματικής ιδιοκτησίας και ανήκουν στο φοιτητή, τον επιβλέποντα/ουσα της πτυχιακής εργασίας, και στο Τμήμα Φωτογραφίας και Οπτικοακουστικών Τεχνών.

Περίληψη

Η πτυχιακή αυτή εργασία, έγινε για τον σκοπό ανάδειξης της διαφημιστικής φωτογραφίας, μέσω ενός ημερολογίου που ως βάση έχει την ορθή παρουσίαση των χιώτικων προϊόντων του καταστήματος *Mastiha Shop*. Το ημερολόγιο που επέλεξα να κάνω είναι επιτραπέζιου χαρακτήρα και η κάθε εικόνα αντιστοιχεί πιστά σε κάθε μήνα που αναγράφεται στο ημερολόγιο. Όλες οι εικόνες του φωτογραφικού μου έργου, έχουν φωτογραφηθεί με φως ημέρας, το οποίο προσδίδει μια ιδιαίτερη ατμόσφαιρα. Παράλληλα η ήπια χρωματική παλέτα που κράτησα, και τα ανάλογα υποστηρικτικά υλικά, δίνουν στο ημερολόγιο μια ξεχωριστή αισθητική.

Το ημερολόγιο είναι σχεδιασμένο έτσι ώστε, κάθε προϊόν να αντιπροσωπεύει έναν μήνα του χρόνου. Από γραφιστικής πλευράς, δεν είναι "φορτωμένο" με έντονα χρώματα και γράμματα, ακριβώς για να κεντρίσει την ματιά του αναγνώστη στην φωτογραφική εικόνα.

Ο λόγος που επέλεξα την φωτογράφιση αυτών των προϊόντων, είναι γιατί, ως ντόπια κάτοικος του νησιού της Χίου, ήθελα μέσα από την εργασία αυτή να αναδειχθούν όσο καλύτερα γίνεται, τα τοπικά προϊόντα του νησιού, τα οποία κατά την γνώμη μου δεν είναι πολύ διαδεδομένα. Έτσι μου γεννήθηκε η ιδέα να φωτογραφήσω μερικά προϊόντα που στα περισσότερα περιλαμβάνεται ως κύριο συστατικό η μαστίχα. Η διαδικασία παραγωγής της, τα λίγα χημικά συστατικά της και τα δεδομένα της αντικαρκινικής της δράσης, είναι αυτά που δίνουν στον καταναλωτή την ανάγκη να επιστρέψει στην απλότητα, αλλά και να καταταγεί σε ένα κύκλο ανθρώπων, οι οποίοι υποστηρίζουν τα τοπικά καταστήματα, τα οποία, δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον.

Summary

This dissertation was done for the purpose of highlighting the advertising photography, through a diary that is based on the correct presentation of the Chian products of the Mastiha Shop. The diary I chose to make is desktop and each image faithfully corresponds to each month listed in the diary. The images of my photographic work have been photographed with daylight, which gives a special atmosphere. Along with the help of the soft color palette that I kept, but also the supporting materials that kept the frame in balance, they give the diary a special aesthetic.

The calendar is designed so that each product corresponds to the corresponding month, based on the month of production. From a graphic point of view, it is not "loaded" with bright colors and letters, just to pique the reader's gaze on the photographic image.

The reason I chose to photograph these products, is precisely because, as a local resident of the island of Chios, I wanted through this work to highlight as best as possible, the local products of the island, which in my opinion are not very common. So, the idea was born to photograph some products, in most of which mastic contributes as the main ingredient. Its production process, its few chemical components and the data of its anti-cancer action, are what give the consumer the need to return to simplicity, but also to belong to a circle of people, who support the local stores, which, they do not burden the environment.

Ευχαριστίες

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να ευχαριστήσω αρχικά, τον κύριο Γιώργο Βρεττάκο, που ήταν ο καθοδηγητής μου σε όλη την πορεία εξαγωγής της πτυχιακής εργασίας, που σε μια κατάσταση πανδημίας συνομιλούσαμε τακτικά μέσω e-mail. Υπήρξε πρόθυμος στο να συζητήσει μαζί μου για την κάθε εικόνα ξεχωριστά και συνολικά για το τελικό αποτέλεσμα. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον μαστιχοπαραγωγό, κύριο Κώστα Μαρτάκη, που μου επέτρεψε να επισκεφθώ το χωράφι του και να το φωτογραφίσω. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω το κατάστημα Mastiha Shop και Μουσείο Μαστίχας που βρίσκονται στη Χίο, για τις επιπλέον πληροφορίες που μου δόθηκαν.

Πίνακας Περιεχομένων

Περίληψη

1. Εισαγωγή.....	11
2. Διαφήμιση.....	12
2.1 Ορισμός της διαφήμισης.....	12
2.2 Η εξέλιξη της διαφήμισης.....	12
2.3 Η φωτογραφία στην διαφήμιση.....	14
2.4 Η επιρροή της διαφήμισης στην αξία του προϊόντος.....	17
3.Μαστίχα.....	19
3.1 Ιστορία μαστίχας.....	19
3.2 Η παραγωγή της μαστίχας.....	20
3.3 Η μαστίχα στον κόσμο.....	25
4. Διαδικασία εκτέλεσης πτυχιακής εργασίας.....	27
4.1 Επινόηση ιδέας.....	27
4.2 Ερεθίσματα.....	28
4.3 Παραγωγή έργου.....	31
4.4 Ημερολόγιο.....	34
5. Συμπεράσματα.....	54
6. Βιβλιογραφία.....	55
7. Παράρτημα Α.....	56

Κατάλογος Εικόνων

1. Pasqua Rosée, The Vertue of the COFFEE Drin, Βρετανικό Μουσείο
2. Edward Weston, Peper No.30, (1930)
3. Joan Fontcuberta, Eros (detail), (2005), Zabriskie Gallery
4. Joan Fontcuberta, Série Herbarium (Hommage à Blossfeldt), (1984)
5. Coca-Cola: TV ad breaks this weekend
6. Μαστίχα Χίου.
7. Μαστίχα Χίου φιλή Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου, 10gr.
8. Ανδριάνα Παλάβρα, Μαστιχόδεντρα, Πυργί Χίου (2021)
9. Κέντημα σχοίνου, gummastic.gr
10. Ανδριάνα Παλάβρα, Εργασίες στο χωράφι, αναπαράσταση, Μουσείο Μαστίχας Χίου, (2021)
11. Ανδριάνα Παλάβρα, Καθάρισμα, αναπαράσταση, Μουσείο Μαστίχας Χίου, (2021)
12. Ανδριάνα Παλάβρα, Σκεύος καθαρίσματος, Μουσείο Μαστίχας Χίου, (2021)
13. Ανδριάνα Παλάβρα, Μουσείο Μαστίχας Χίου, (2021)
14. Μαστίχα Χίου: Το ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟ "δάκρυ" του Θεού που κατακτά τις παγκόσμιες αγορές, star.gr
15. Μαστίχα Χίου: Το ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟ "δάκρυ" του Θεού που κατακτά τις παγκόσμιες αγορές, star.gr
16. Eva Kosmas Flores (2019)
17. Eva Kosmas Flores (2020)
18. Eva Kosmas Flores (2021)
19. Βαλάντης Ζουμής (2020)
20. Βαλάντης Ζουμής (2021)
21. Βαλάντης Ζουμής (2021)
22. Ανδριάνα Παλάβρα Backstage, (2021)

23. Ανδριάννα Παλάβρα Backstage, (2021)
24. Προβολή εξωφύλλου ημερολογίου
25. Εξώφυλλο ημερολογίου.
26. Τραχανάς Χίου με τραχανόχορτο και τομάτα
27. Πράσινο τσάι με μαστιχέλαιο Χίου
28. Λουκούμι με μαστίχα.
29. Χαλβάς με μαστιχέλαιο Χίου.
30. Μαρμελάδα φράουλα.
31. Υποβρύχιο μαστίχα
32. Τσίχλα Χίου ΕΛΜΑ.
33. Σαπούνι με μαστιχέλαιο Χίου και ηφαιστειακή λάβα.
34. Πικάντικη σάλτσα τομάτας με μαστίχα.
35. Καφές ανατολής με μαστίχα
36. Έξτρα περθένο ελαιόλαδο με μαστίχα Χίου.
37. Ρόφημα μαύρης σοκολάτας με μαστίχα Χίου.

Εισαγωγή

Στην εργασία αυτή δημιουργώ ένα επιτραπέζιο ημερολόγιο για το κατάστημα MastihaShop, το οποίο θα χρησιμοποιηθεί για την προώθηση τοπικών προϊόντων. Στόχος του ημερολογίου, είναι να ταιριάζει, η κάθε εικόνα με τον αντίστοιχο μήνα. Ως κεντρική ιδέα ανάδειξης του κάθε προϊόντος ξεχωριστά, υπήρξε η ποικιλομορφία της μαστίχας, που κάθε φορά με έναν διαφορετικό τρόπο “εμπλεκόνταν” στα συστατικά του προϊόντος.

Στην Χίο εδρεύουν πάνω από δύο καταστήματα μαστίχας. Ο λόγος που διάλεξα το συγκεκριμένο κατάστημα, ήταν, επειδή τα προϊόντα του είχαν πιο “φιλικές” τιμές για έναν αγοραστή (στην προκειμένη περίπτωση κι εμένα), ώστε να μπορώ να ανταπεξέλθω στην αγορά των προϊόντων για την πτυχιακή μου εργασία. Να τονιστεί ότι όλες οι εταιρείες – καταστήματα που εξάγουν προϊόντα με μαστίχα, είναι απόλυτα φιλικά με το περιβάλλον, χωρίς να το επιβαρύνουν.

Πέραν του ότι οι φωτογραφίες μου ήθελα να αποδίδουν υφές και χρωματισμούς, προσπάθησα να έχουν όλες φυσικό φως (φως ημέρας), ακριβώς για να δίνεται η ίδια ατμόσφαιρα σε όλο το ημερολόγιο, μια ατμόσφαιρα που θυμίζει Ελλάδα. Ακόμη, όσον αφορά στα υποστηρικτικά υλικά, τα μάζευα είτε από τον δρόμο, είτε τα είχα στην κατοχή μου, είτε τα αγόραζα.

Σε θέματα στησίματος και φωτισμού, εκτός από διάφορες εικόνες που πήρα ιδέες, σημαντικό ρόλο και κάτι που με βοήθησε πολύ, ήταν οι γνώσεις κατά τη φοίτησή μου. Τέλος, άλλα ερεθίσματα που ελαβα, ήταν ο τρόπος που προσέγγιζαν τα θέματά τους και άλλοι φωτογράφοι, όπως η food–still life photographer Eva Kosmas Flores, την οποία παρακολουθούσα μέσα από την πλατφόρμα του Instagram, αλλά και ο Χιώτης φωτογράφος Βαλάντης Ζουμής.

Στο τέλος της εργασίας αυτής, προκύπτουν κάποια συμπεράσματα, από το θεωρητικό και το φωτογραφικό μέρος.

2. Διαφήμιση

2.1 Ορισμός της διαφήμισης

¹Κατά τους αιώνες ο ορισμός της διαφήμισης άλλαζε. Στα μέσα επικοινωνίας, στη δημοσιογραφία και στην επιχειρηματικότητα δεν υπήρχε κάτι σαφές να προσδιορίζει το τι ακριβώς είναι διαφήμιση. Το κάθε μέσο, έβλεπε τη διαφήμιση σαν ένα κομμάτι πειθούς, άλλοι σαν ενόχληση προς τον καταναλωτή και άλλοι αποσκοπούσαν στην οικονομική – ηθική της δύναμη. (Αυλωνίτης & Κοκκινάκη, 2016)

Όμως τελικά τι είναι διαφήμιση;

Διαφήμιση είναι η συγκροτημένη και η ποικίλη μη προσωπική επικοινωνία πληροφορίας, που αυτή συχνά γίνεται επί πληρωμή, σχετικά με κάποιο προϊόν, που προέρχεται από ειδικούς φορείς με ευέλικτα μέσα. (Αυλωνίτης & Κοκκινάκη, 2016)

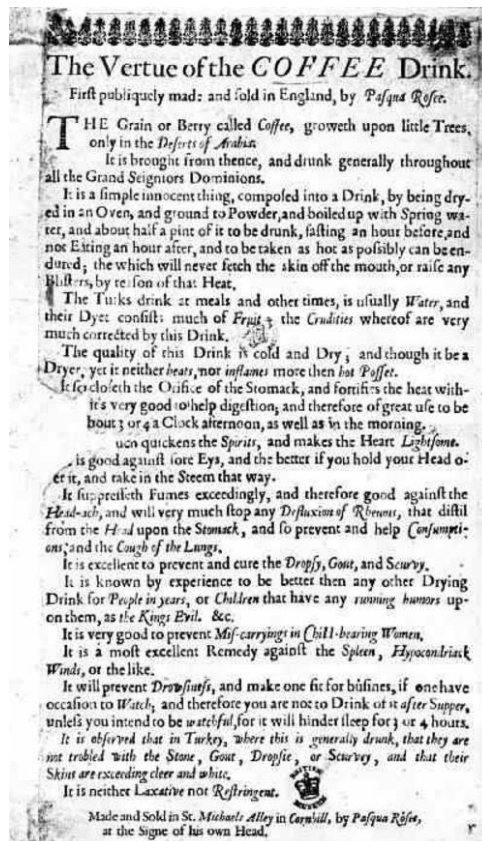
2.2 Η εξέλιξη της διαφήμισης

²Η διαφήμιση “δημιουργήθηκε” μέσα από τον ανταγωνισμό που ξέσπασε, όταν άρχισε το εμπόριο. Ήδη από τα τέλη του 15^{ου} αιώνα έχουμε την πρώτη γραπτή διαφήμιση από έναν Άγγλο εκδότη. Από τον ίδιο κίολας αιώνα, ξεκινά η διαφήμιση να παίρνει κι άλλες μορφές, όπως, σαν τοιχοκολλημένη αφίσα. Περνώντας ανά τους αιώνες, αρχίζει να εξελίσσεται ταχύτατα η αποτύπωσή της. Βλέπουμε διαφημιστικούς πίνακες, φυλλάδια και αγγελίες εφημερίδων.

Η λέξη “διαφήμιση”, χρησιμοποιήθηκε πρώτη φορά το 1655 από εκδότες, που την χρησιμοποιούσαν ως επικεφαλίδα στα βιβλία τους για τυχούσες ανακοινώσεις. (Μάρκου 2013)

¹ Αυλωνίτης Γ. & Κοκκινάκη Φ. (Επιμ), (2016). Αποτελεσματική Διαφήμιση, Πως σχεδιάζονται και υλοποιούνται ολοκληρωμένες επικοινωνιακές καμπάνιες, (σσ 5 – 6).Rosili

²Μάρκου Μ. (2013). Η χρήση και η ιστορική εξέλιξη της αφίσας στη διαφήμιση (σ. 22), Πτυχιακή Εργασία, Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης.



Εικόνα 1. PasquaRosée, *The Vertue of the COFFEE Drin*, ΒρετανικόΜουσείο.

Από το 1930 και μετά, ξεκινάει η διαφήμιση να παίρνει άλλη μορφή, κι αυτό οφείλεται στο ότι η ανάδειξη ενός προϊόντος αρχίζει να γίνεται αναγκαιότητα ως προς την απόκτησή του. Ολοένα και νέες μορφές διαφημίσεων εμφανίζονται, οι οποίες δίνουν μια νέα διάσταση στην εμπορική διαφήμιση. Η τεχνολογική έξαρση των Ηλεκτρονικών Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας του 20^{ου} αιώνα, φέρνει στο προσκήνιο τη *διαφημιστική φωτογραφία*. (Μάρκου, 2013)

2.3 Η φωτογραφία στην διαφήμιση

³Μια διαφημιστική εικόνα, ήταν κάτι πρωτόγνωρο για την εποχή εκείνη, καθώς μπορούσε να καταγράψει την πραγματικότητα στο εκατό τοις εκατό της, χωρίς να προσβάλλεται από ανθρώπινη παρεμβολή. Μέχρι τότε συνήθιζαν να βλέπουν διαφημίσεις από μεθόδους ζωγραφικής, χαρακτικής, λογοτεχνικών κειμένων και άλλα. Οι φωτογράφοι της εποχής εκείνης, άρχιζαν να υιοθετούν ένα φωτογραφικό στυλ ακαθόριστο. Κάποιοι φωτογράφιζαν το προϊόν ως είχε, και άλλοι από διαφορετική γωνία λήψης. Άλλοι πάλι, χρησιμοποιούσαν φθαρμένα αντικείμενα, δίνοντας μια διαφορετική ποιοτική κατάσταση στα έργα τους.(Διαμαντοπούλου, 2018)



Εικόνα2. Edward Weston, *Pepper*No.30, (1930)

Εικόνα3. Joan Fontcuberta, *Eros* (detail), (2005), Zabriskie Gallery

³Διαμαντοπούλου Σ. (25 Οκτωβρίου 2018). *Φωτογραφία και δημιουργικό still life*.



Εικόνα4. Joan Fontcuberta, *Série Herbarium* (Hommage à Blossfeldt), (1984)

Δεν ήταν λίγοι αυτοί που επηρεάστηκαν από τα πρότυπα των διαφημίσεων, και πίστεψαν ότι ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Αυτό ξεκίνησε από τις ΗΠΑ, με κύριο εκπρόσωπο τον πατέρα της σύγχρονης προπαγάνδας του 20^{ου} αιώνα, Έντουαρντ Μπερνέζ. Ο ίδιος υποστήριζε ότι οι διαφημιστικές φωτογραφίες, μπορούσαν να γίνουν το μέσο που θα ωθούσε τους ανθρώπους να γίνουν καταναλωτές. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα, μέσα από μια εντυπωσιακή σε θέμα χρωμάτων και γραφιστικών στοιχείων, διαφημιστική εικόνα, να πείσει τελικά τον καταναλωτή, να αγοράσει το προϊόν. (Διαμαντοπούλου, 2018).

Στην παρακάτω διαφημιστική καμπάνια της Coca-Cola, θα δούμε ότι η εικόνα είναι δομημένη στο πλαίσιο μιας φτιαχτής περιστασης, ώστε εν όψει εορτών, να περάσει το μήνυμα στον καταναλωτή, να θέλει να αγοράσει το προϊόν.

Βλέπουμε στο κέντρο της εικόνας ,τον Άγιο Βασίλη, που ως ο πρωταγωνιστής των Χριστουγέννων, φαίνεται να καταναλώνει το αναψυκτικό με όρεξη (κλειστά μάτια). Αυτό θα μπορούσε να είναι ένα από τα ερεθίσματα που θα προσεγγίσουν τον καταναλωτή ως προς την αγορά του προϊόντος. Επίσης, τα άσπρα μεγάλα γράμματα σε αντίθεση με το κόκκινο φόντο της εικόνας: *“THE ORIGINAL TASTE OF CHRISTMAS”*, σε μετάφραση *“Η ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΗ ΓΕΥΣΗ ΤΩΝ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΩΝ”*, λειτουργεί και αυτό στην ψυχοσύνθεση του καταναλωτή, ώστε να αγοράσει το προϊόν.



Εικόνα5. Coca-Cola: TV ad breaks this weekend

2.4 Η επιρροή της διαφήμισης στην αξία του προϊόντος

Στο σημείο αυτό έγκειται το ερώτημα, *γιατί ο περισσότερος πληθυσμός επιλέγει την Coca-Cola, παραδείγματος χάριν, ή την Sprite, από άλλα ανθρακούχα αναψυκτικά;*

⁴Όταν μια συγκεκριμένη μάρκα, κάποιου προϊόντος διαφημίζεται σε όλα τα μέσα επικοινωνίας τακτικά, αυτό φέρει ως αποτέλεσμα, να “κυριαρχήσει” στο μυαλό του καταναλωτή, δίνοντας στις μάρκες αυτές περισσότερη αξία, σε σχέση με αντίστοιχες μη διαφημισμένες. Ο καταναλωτής “θωπεύεται” από την υπερ – πληφόρηση, αλλά και την ταυτόχρονη παρουσίαση του προϊόντος, χωρίς να ξέρει αν αυτό ποιοτικά αξίζει.

Εδώ , η δύναμη της διαφήμισης είναι, ότι έχει τη δυνατότητα να κάνει το προϊόν να φαίνεται πιο θελκτικό στον καταναλωτή, προσθέτοντας αξία στη μάρκα.

Ακόμα ένα θέμα, είναι το γεγονός ότι πίσω από τα << θέλω >> μιας μερίδας ανθρώπων, κρύβεται ένας συναισθηματικός, ψυχολογικός και όχι λειτουργικός χαρακτήρας. Κάποιες φορές, όταν θέλουμε να δείξουμε στους άλλους τον χαρακτήρα μας, τον επιδεικνύουμε μέσω κάποιων αγαθών που έχουμε αγοράσει. Και αυτό γιατί, μας κάνει να νιώθουμε αυτοπεποίθηση, επειδή κατέχουμε κάτι που είτε είναι ακριβό, είτε γιατί το “πλάσσει” κάποιο διάσημο πρόσωπο, είτε γιατί είναι μάρκα.

Συσχετίζοντας το προϊόν με την αντίστοιχη διαφήμιση που του προσφέρει, βλέπουμε ότι η διαφήμιση, είναι αυτή που δίνει την ευκαιρία να παρέχει στους καταναλωτές αυτές τους τις επιθυμίες. (Αυλωνίτης & Κοκκινάκη, 2016)

Στην περίπτωση της μαστίχας, είναι πιο θελκτικό το να βλέπεις συσκευασμένο το προϊόν, από το μη συσκευασμένο. Αυτό γιατί, το συσκευασμένο προϊόν, φαίνεται πιο “ κομψό “ στο μάτι σε σχέση με το μη. Επίσης, έχει διαφημιστεί ακριβώς όπως το βλέπουμε να αναγράφεται στην

⁴Αυλωνίτης Γ. & Κοκκιάκη Φ. (Επιμ), (2016). Αποτελεσματική Διαφήμιση, *Πως σχεδιάζονται και υλοποιούνται ολοκληρωμένες επικοινωνιακές καμπάνιες*, (σσ 35 - 36). Rosili

εικόνα 7. Άρα, το ανθρώπινο μάτι, έχει μάθει να το βλέπει και να το αναγνωρίζει έτσι.



Εικόνα 6. Μαστίχα Χίου.

Εικόνα 7. Μαστίχα Χίου ψιλή, Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου, 10gr.

3. Μαστίχα

3.1 Ιστορία της μαστίχας

⁵Η ιστορία της μαστίχας ανθίζει από την αρχαιότητα. Ήδη από τον 5^ο αιώνα, έχουμε αναφορές για τη μαστίχα από τον Ηρόδοτο. Η φήμη της μαστίχας όμως, αρχίζει να ωριμάζει από τον 10^ο αιώνα κι μετά. Από τα Ρωμαϊκά και Βυζαντινά χρόνια, Λατίνοι γιατροί διαδίδουν στον κόσμο τις χρήσεις της, αλλά κυρίως τις φαρμακευτικές και θεραπευτικές ιδιότητες της, σε σχέση με άλλα βότανα της εποχής. Το γεγονός αυτό ήταν που την έκανε ξακουστή σε μεγάλα εμπορικά καταστήματα στην Ευρώπη και στην Ανατολή.

Η οικονομική ευμάρεια που γνώριζαν οι κάτοικοι του νησιού τότε, κράτησε μέχρι και την Γενουατική περίοδο (1346 -1566), όταν το νησί ήταν υπό την κατοχή των Γενοβέζων. Όλα αλλάζουν με την εισβολή των Τούρκων στο νησί. Λόγω Βαλκανικού και Παγκοσμίου πολέμου, ξεσπά τρομερή πτώση στην παραγωγή της μαστίχας που διαρκεί μέχρι και τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. (Μαστίχα – Ιστορική αναδρομή, 2016)



Εικόνα 8. Ανδριάνα Παλάβρα, Μαστιχόδεντρα, Πυργί Χίου (2021)

⁵Μαστίχα, (2016), (<https://www.chiosmastiha.gr/mastiha-istoriki-anadromi/>), Ιστορική αναδρομή

3.2 Η παραγωγή της μαστίχας

Είναι γνωστό, πως η μαστίχα “ανθίζει” μόνο στη Νότια πλευρά της Χίου. Από όλο το κόσμο, έχουν επισκεφθεί την Χίο, για να πάρουν λίγο από τη ρίζα του δέντρου μήπως και ανθίσει κι αλλού, αλλά μάταια. Ερευνητές, έχουν εξηγήσει ότι το έδαφος και το κλίμα της νότιας Χίου, είναι αυτά που κάνουν το δέντρο να αναπτυχθεί και να βγάλει αυτό το πολύτιμο αγαθό, τη μαστίχα.

Οι κάτοικοι των χωριών ασχολούνται αποκλειστικά με τη μαστίχα και σε επαγγελματικό επίπεδο. Υπάρχει μια σειρά πραγμάτων που πρέπει να γίνει ώστε να βγει η μαστίχα στην παραγωγή. Η σειρά έχει ως εξής: προεργασία, χωμάτισμα, 1^ο κέντημα σχίνου, 1^ο μάζεμα, 2^ο κέντημα, τελικό μάζεμα, καθάρισμα και παράδοση.

⁶Τους μήνες του χειμώνα και μέχρι τον Φλεβάρη, οι παραγωγοί, φροντίζουν να καθαρίσουν το δέντρο από τα γύρω φυτά που μπορεί να υπάρχουν. Επίσης, κλαδεύουν τα χαμηλά κλαδιά, ώστε να πάρει το δέντρο συγκεκριμένο σχήμα, για να μπορεί να διέπεται από αέρα και φως. Στην συνέχεια, αφήνουν να γίνει το στέγνωμα της ρητήνης. (Ένωση μαστιχοπαραγωγών Χίου, Η παραδοσιακή καλλιέργεια)

⁷Κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, οι παραγωγοί αρχίζουν την προετοιμασία του σχίνου, *το κέντημα*. Το κέντημα, ουσιαστικά είναι το χάραγμα του δέντρου και έχει τον πιο σημαντικό ρόλο στην όλη διαδικασία. Αυτό ξεκινάει από τον Ιούλιο μέχρι και τον Αύγουστο. (Ιστορία και καλλιέργεια)

<< Πηγαίναμε κάθε μέρα πρωί πρωί. Νύχτα ήταν ακόμη, γιατί δεν έπρεπε να δει το μαστίχι ο ήλιος ώστε να μη γίνει βόλος, να το φέρουμε στο χωριό να είναι ωραιότατο. Από το σπίτι φεύγαμε στις 3 -4 τα ξημερώματα με το γαϊδούρι γιατί ήταν μακριά το χωράφι. Άμα το δει ο ήλιος το μαστίχι, πάει χαμένο.

⁶Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου, (2015), (<https://www.gummastic.gr/el/>), Η παραδοσιακή καλλιέργεια.

⁷Περιφερειακή Ενότητα Χίου, (<https://www.chios.gr/el/afieromata/mastixa/istoria-kalliergia>) ,Ιστορία και καλλιέργεια.

Γίνεται μέλι, και αν γίνει μέλι, είναι άχρηστο. Δεν το παίρνει ούτε ο συναιτερισμός ούτε κανένας.>>(βλ. παράρτημα Α, Μουσείο Μαστίχας Χίου).



Εικόνα 9. Κέντημα σχοίνου



Εικόνα 10. Ανδριάνα Παλάβρα, *Εργασίες στο χωράφι*, αναπαράσταση, Μουσείο Μουσείο Μαστίχας Χίου, (2021)

Μετά από την όλη διαδικασία που ακολουθούν, ώστε να βγει η μαστίχα τον μήνα του Σεπτεμβρίου, ξεκινούν την πρώτη κατεργασία, όπου ο κάθε παραγωγός, κοσκινίζει την μαστίχα με το ειδικό εργαλείο, ώστε να πεταχτούν τα περιττά φύλλα, κλαδιά και χώματα. Μετά, την διαλύουν μέσα σε κρύο νερό και σαπούνι, κι έπειτα την ξεπλένουν καλά και την απλώνουν πάνω σε ένα τραπεζομάντηλο, ώστε όταν στεγνώσει και να γίνει το καθάρισμα από τις γυναίκες. Το καθάρισμα, είναι μια δουλειά που μπορεί να κρατήσει μέχρι και 4 ώρες.



Εικόνα 11. Ανδριάνα Παλάβρα, *Καθάρισμα*, αναπαράσταση, Μουσείο Μαστίχας Χίου, (2021)



Εικόνα 12. Ανδριάνα Παλάβρα, *Σκεύος καθαρίσματος*, Μουσείο Μαστίχας Χίου, (2021)



Εικόνα 13. Ανδριάνα Παλάβρα, Μουσείο Μαστίχας Χίου, (2021)

Τέλος, οι παραγωγοί, δίνουν τη μαστίχα στην ένωση μαστιχοπαραγωγών Χίου, που εκεί ειδικά συνεργεία επεξεργάζονται και συσκευάζουν το προϊόν, ώστε μετά να παραδοθεί για πώληση. (Ένωση μαστιχοπαραγωγών Χίου, *Η παραδοσιακή καλλιέργεια*)

3.3 Η μαστίχα στον κόσμο

⁸Η μαστίχα σήμερα ως προϊόν, υπάρχει στις πέντε ηπείρους, σε όλες τις μορφές και για κάθε χρήση. Στη Σαουδική Αραβία, καταναλώνεται η μεγαλύτερη ποσότητα από άλλες χώρες, χρησιμοποιώντας την ως αρωματικό για τα ρούχα τους. Επίσης, σε πολλά κράτη, πιστεύουν, ότι η μαστίχα φέρνει καλοτυχία, γι' αυτό και την χρησιμοποιούν σε γάμους ως έθιμο.

Σε άλλες χώρες όπως Τουρκία, Συρία, Κύπρο, Λίβανο και Ισραήλ, την χρησιμοποιούν στη ζαχαροπλαστική, τη μαγειρική και την αρτοποιία. Στην Βόρεια Αφρική, χρησιμοποιείται σε φαγητά κυρίως όπως το ρύζι και την ψαρόσουπα.

Στην Αμερική εξάγονται περίπου 10 τόνοι μαστίχας, με κύριους πελάτες τις φαρμακοβιομηχανίες. Οπότε καταλαβαίνουμε ότι η χρησιμότητά της έχει θεραπευτικό χαρακτήρα. Συγκεκριμένα παράγουν τρία πράγματα, συμπληρώματα διατροφής, χειρουργικά νήματα, και επιθέματα για εγκαύματα.

Τέλος, στην Νότια Κορέα και την Ιαπωνία, εξάγουν προϊόντα κυρίως στοματικής υγιεινής. (Αλεβιζοπούλου, 2015)

⁸Αλεβιζοπούλου Σ. (2015, 09/11/2015), *Μαστίχα : Ένα μοναδικό προϊόν που ταξιδεύει στις πέντε ηπείρους*.



Εικόνα 14. & 15. Μαστίχα Χίου: Το ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟ "δάκρυ" του Θεού που κατακτά τις παγκόσμιες αγορές.

4. Διαδικασία εκτέλεσης πτυχιακής εργασίας

4.1 Επινόηση ιδέας

Κατά τη διάρκεια της φοίτησής μου και όταν άρχισα να παρακολουθώ τα μαθήματα της διαφημιστικής φωτογραφίας, άρχισε να με ενδιαφέρει πολύ σαν θέμα. Ο τρόπος που ο καθένας με δικιά του κρίση, έστηνε τα θέματα του, έβρισκε τον φωτισμό που ήθελε και γενικά έκανε ό,τι ήταν δυνατόν για να βγει μια φωτογραφική διαφημιστική εικόνα, αλλά και οι παρεμβάσεις των καθηγητών ως προς τα θέματα μας, άρχιζε να με κάνει να θέλω να ακολουθήσω τον κλάδο της διαφημιστικής φωτογραφίας.

Δεν σκέφτηκα πολύ με ποιο θέμα θέλω να ασχοληθώ για την πτυχιακή μου. Τα πράγματα ήταν “ απλά ” για εμένα, καθώς μέσα από την πτυχιακή αυτή, ήθελα με κάποιο τρόπο να αναδείξω το ένα και μοναδικό προϊόν που έχουμε την τιμή να καλλιεργούμε στο νησί μου, τη μαστίχα. Έτσι, αποφάσισα να κάνω ένα διαφημιστικό ημερολόγιο για το κατάστημα της Mastiha Shop που εδρεύει στην Χίο.

Επισκεπτόμενη το κατάστημα, είχα κατά νου, ότι πρέπει να διαλέξω προϊόντα τα οποία να μπορούν εννοιολογικά και αισθητικά να ταιριάξουν με τους ανάλογους μήνες, αλλά και με την ατμόσφαιρα που ήθελα να έχει το ημερολόγιο. Όπως επίσης, να φωτογραφίσω τοπικά προϊόντα που δεν είναι τόσο “οικεία” στον καταναλωτή.

Έτσι, διερεύνησα αρκετά πράγματα που αφορούν τη μαστίχα, από τα ιστορικά της γεγονότα μέχρι και τον τρόπο παραγωγής της. Με γνώμονα λοιπόν όλα αυτά, κατάφερα να βγει αυτό το φωτογραφικό – θεωρητικό έργο που για εμένα έχει και συναισθηματική αξία.

4.2 Ερεθίσματα

Η πτυχιακή έχει ως στόχο να αναδείξει τα προϊόντα ενός τοπικού καταστήματος, αλλά και μέσα από αυτά τη μαστίχα, την οποία συναντάμε στα περισσότερα προϊόντα σε διάφορες μορφές. Ουσιαστικά, θέλω να περάσω το μήνυμα στον κόσμο, ότι έχουμε να κάνουμε με ντόπια αγνά προϊόντα, τα οποία δεν έχουν επιφέρει κανένα βάρος στο περιβάλλον.

Πριν την πτυχιακή, παρακολουθούσα δουλειές δύο φωτογράφων, ο οποίοι ασχολούνται με το still life και την φωτογραφία φαγητού. Οι εικόνες από τις οποίες και εμπνεύστηκα είναι οι παρακάτω :



Εικόνα 16. Eva Kosmas Flores (2019)



Εικόνα 17. Eva Kosmas Flores (2020)



Εικόνα 18. Eva Kosmas Flores (2021)

Στις συγκεκριμένες εικόνες, η φωτογράφος επέλεξε φυσικό φως, που διαχέεται από κοντινό παράθυρο. Οι επιφάνειες, τα υποστηρικτικά υλικά, και το κάδρο που κρατάει στις εικόνες της, δίνουν στοιχεία φυσικότητας, φροντίζοντας να έχουν όλες ίδιους τόνους χρωμάτων και υφών, δημιουργώντας μια ήπια ατμόσφαιρα.



Εικόνα 19. Βαλάντης Ζουμής (2020)



Εικόνα 20. Βαλάντης Ζουμής (2021)



Εικόνα 21. Βαλάντης Ζουμής (2021)

Φωτογραφίες με τεχνητο φωτισμό που έχουν τραβηχτεί σε περιβάλλον στούντιο. Στην κάθε μία ξεχωριστά, έχει τοποθετήσει και διαφορετική επιφάνεια, αυτή που ταιριάζει στο προϊόν. Εδώ διακρίνουμε μια πιο “φωτεινή” ατμόσφαιρα σε σχέση με την πρώτη σειρά. Βλέπουμε τα props να είναι μοιρασμένα σε όλες τις πλευρές του κάδρου, κάτι που κάνει την εικόνα να φαίνεται “γεμάτη”. Δεν υπάχει σε καμία από τις δύο σειρές μεγάλο βάθος πεδίου και όλα τα αντικείμενα είναι εμφανή στον θεατή.

Και οι δύο φωτογραφικές σειρές, υπήρξαν τα ερεθίσματα μου ως προς το στήσιμο, το κάδρο και το φως. Κυρίως όμως, από την δεύτερη σειρά, εμπνεύστηκα, τους χρωματικούς τόνους που θα έδινα στις εικόνες μου με άρωμα Χίου.

4.3 Παραγωγή έργου

Μιας και κάνω ημερολόγιο για το νησί της Χίου, στις εικόνες μου ήθελα να δώσω μια διάσταση ίδιου φωτός, που να θυμίζουν ατμόσφαιρα νησιού. Επέλεξα λοιπόν να έχω σε όλες τις εικόνες μου φως ημέρας. Ξεκίνησα να τις φωτογραφίζω κατά την μεσημεριανή – απογευματινή ώρα, που το φως ήταν πιο μαλακό και μπορούσε να δώσει στις εικόνες μου το αποτέλεσμα που ήθελα, δηλαδή, μαλακές αλλά και σκληρές σκιές όπου έπρεπε, χωρίς αυτό να προκαλεί “φασαρία” στην εικόνα. Μόνο σε μία φωτογραφία χρειάστηκε να χρησιμοποιήσω τεχνητό φωτισμό, δηλαδή, μια λάμπα γραφείου, κι αυτό γιατί δεν ήταν κατάλληλες οι καιρικές συνθήκες. Επίσης, οι “επίτηδες” παρεμβάσεις αντανάκλασεων πάνω στο στήσιμο των θεμάτων μου, από κλαδιά δέντρου, αλλά και από μια σιδερένια πόρτα, έδωσαν στις εικόνες μου μια άλλη αισθητική διάσταση.

Οι εικόνες τραβήχτηκαν όλες στο χέρι, καθώς δεν με βόλεψε ιδιαίτερα η χρήση τριποδίου. Οι περισσότερες εικόνες είναι τραβηγμένες από πάνω προς τα κάτω, κι αυτό γιατί, έτσι το είχα σκεφτεί εξ αρχής. Όσον αφορά στις ρυθμίσεις της μηχανής, είχα πάντα 100 – 200 ISA, σταθερό διάφραγμα και αλλαζα κάθε φορά την ταχύτητα.

Ο εξοπλισμός που χρησιμοποίησα καθ’ όλη τη διάρκεια ήταν :

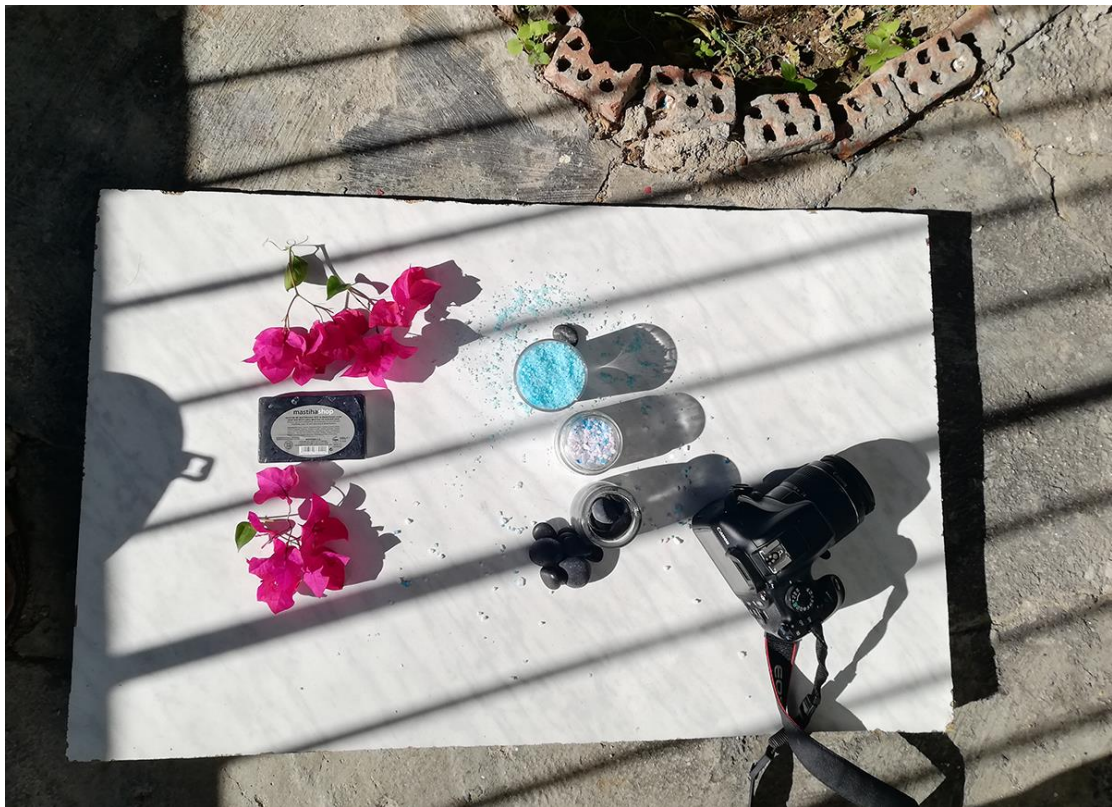
- Φωτογραφική μηχανή, CanonEOS 1300D
- Φακός, 18 – 55, f/5,6
- Λάμπα γραφείου, 10W

Μελετώντας πάνω σε άλλες δουλειές φωτογράφων, μου άρεσε η ιδέα του να επιλέγουν διάφορες επιφάνειες για να στήνουν τα θέματά τους. Αρχισα, να αναζητώ διάφορα ξύλα, παλέτες, επιτραπέζιες επιφάνειες, πλάκες από πάγκους κουζίνας, μάρμαρα μπάνιου και ότι άλλο μπορούσα, για να εντάξω τα αντικείμενά μου. Ήθελα, κάθε φόντο να ταιριάζει απόλυτα με το θέμα μου και τα συνοδευτικά υλικά μου. Σε λήψεις που τραβούσα μετωπικά, κάποιες φορές, επέλεγα το φυσικό φόντο που βρισκόταν πίσω από το θέμα μου ή έπαιρνα χαρτόνι, το έκοβα όπως ήθελα και το έβαζα σαν φόντο.

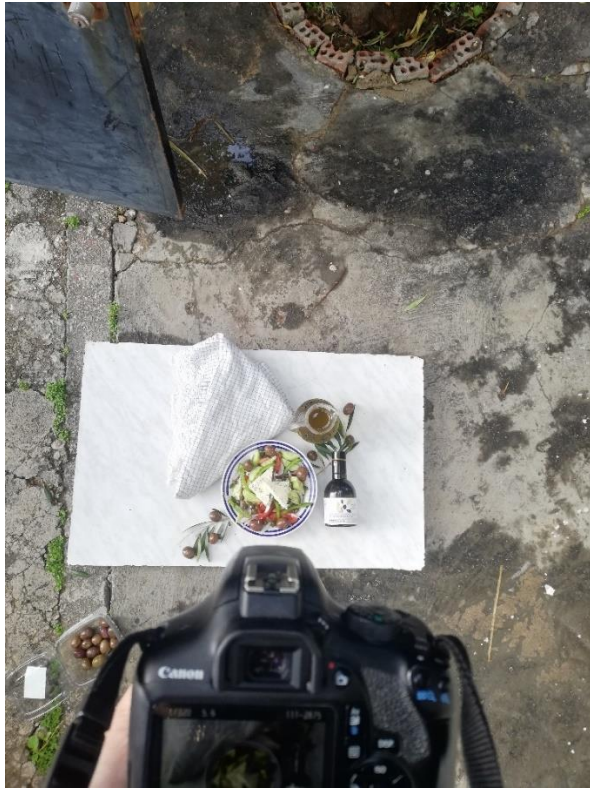
Τα περισσότερα props τα είχα ήδη στο σπίτι, όπως τραπεζομάνηλα, κουτάλια, μαχαίρια και διάφορα άλλα οικιακά σκεύη. Λουλούδια αποξηραμένα και άλλα props, τα έβρισκα σε χωράφια, στον δρόμο ή τα δανειζόμουν από γνωστούς.

Το πρόβλημα που αντιμετώπισα κατά την φωτογράφιση των προϊόντων μου, ήταν ο λίγος χώρος που είχα, καθώς η αυλή του σπιτιού μου δεν φωτίζεται πολύ, κι έτσι χρειαζόμουν ένα συγκεκριμένο μέρος κάθε φορά για να βγάλω την κατάλληλη λήψη.

Εικόνες backstage:



Εικόνα 22. Ανδριάννα Παλάβρα *Backstage*, (2021)



Εικόνα 23. Ανδριάνα Παλάβρα, *Backstage*, (2021)

4.4 Ημερολόγιο

Ο λόγος που επέλεξα να παρουσιάσω την εργασία μου με μορφή ημερολογίου, εκτός του ότι ήταν κάτι που δεν είχα ξανακάνει και ήθελα να το δοκιμάσω, ήταν και γιατί τα προϊόντα που αγόρασα σε σχέση με το concert της πτυχιακής αυτής, έτειναν να ταιριάζουν με τον αντίστοιχο μήνα σε θέμα συστατικών, εποχής και ατμόσφαιρας.

Το ημερολόγιο το έχω φτιάξει έτσι, ώστε να μπορεί να διαβαστεί από όλους. Σε κάθε σελίδα θα δούμε την κεντρική εικόνα του θέματος, που είναι ένα προϊόν με βάση τον αντίστοιχό του μήνα. Κάτω αριστερά αναγράφεται ο κάθε μήνας ξεχωριστά με τις ημερομηνίες του και ακριβώς δίπλα έχω τοποθετήσει τον τίτλο κάθε προϊόντος με μία μικρή περιγραφή που έχει επιλέξει το κατάστημα, ώστε ο αναγνώστης να έχει μια πρώτη εντύπωση για αυτό.

Τα χρώματα που έχω επιλέξει σε κάθε σελίδα του ημερολογίου είναι ένα πολύ απαλό κίτρινο και στην γραμματοσειρά έχω δώσει ένα πράσινο σκούρο που παραπέμπει στα χρώματα του καταστήματος.



Εικόνα 24. Εικονική προβολή εξώφυλλου ημερολογίου



Εικόνα 25. Εξώφυλλο ημερολογίου.

Η εικόνα για το εξώφυλλο του ημερολογίου, τραβήχτηκε ξεχωριστά για αυτόν τον λόγο. Βλέπουμε ένα closeup, ενός μαστιχόδεντρου με το δάκρυ της μαστίχας να στάζει. Θεώρησα ότι ταιριάζει απόλυτα με την αισθητική του ημερολογίου, καθώς προάγεται για το κατάστημα MastihaShop.



Εικόνα 26. Τραχανάς Χίου με τραχανόχορτο και τομάτα.

Στον μήνα Ιανουάριο, επέλεξα να βάλω το προϊόν που ονομάζεται “Τραχανάς Χίου με τραχανόχορτο και ντομάτα”, παρουσιάζοντάς το, μέσα από μια παραδοσιακή τραχανόσουπα με σάλτσα ντομάτας. Ο τραχανάς, περιέχει αλεύρι,σιμιγδάλι και τραχανόχροτο. Επέλεξα το συγκεκριμένο προϊόν για αυτόν τον μήνα, διότι σε συνδυασμό με τη σούπα είναι ένα γεύμα που επιλέγουμε τους χειμερινούς μήνες.

Η εικόνα αυτή, είναι τραβηγμένη με φως ημέρας, κατά τη μεσημεριανή ώρα. Έχω τοποθετήσει πάνω σε μια μαρμάρινη επιφάνεια όλα μου τα αντικείμενα και έχω φωτογραφίσει από πάνω προς τα κάτω, για να φανεί όσο το καλύτερο γίνεται το προϊόν, αλλά και για να μπορέσουν να “δείξουν” όλα τα props τα οποία έχω επιλέξει ένα προς ένα, για να είναι εντός του θέματος.

Πάνω αριστερά βλέπουμε το σκεύος που κοσκινίζουμε τον τραχανά. Έχω βάλει τέσσερις διάσπαρτες ντομάτες πάνω και κάτω στο θέμα μου, τη σούπα

στη μέση και τη συσκευασία πάνω σε μια καρό κόκκινη με άσπρη ποδιά. Προσπάθησα το κόκκινο της σούπας, να μην εστιάσει τον θεατή, για αυτό και έχω βάλει κι άλλες πινελιές του κόκκινου γύρω από το θέμα και κοντά στο προϊόν μου.

Οι οριζόντιες γραμμές που δημιουργούνται πάνω από το θέμα, είναι από την αντανάκλαση μιας σιδερένιας πόρτας που βρίσκεται στα δεξιά του θέματος.



Φεβρουάριος

Δ	Τ	Τ	Π	Π	Σ	Κ
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						

Πράσινο τσάι με μαστιχέλαιο Χίου

Το πράσινο τσάι Κεϋλάνης είναι γνωστό για το χρυσό χρώμα, τη γεμάτη γεύση και το λεπτό άρωμά του.

Σε συνδυασμό με το φυσικό αιθέριο έλαιο της μαστίχας είναι ιδανικό για πρωινό.

mastihashop

Εικόνα 27. Πράσινο τσάι με μαστιχέλαιο Χίου.

Στον Φεβρουάριο, επέλεξα να βάλω το προϊόν “Πράσινο τσάι με μαστιχέλαιο Χίου” το οποίο περιέχει φυσικό αιθέριο έλαιο μαστίχας. Σε επικοινωνία με το

κατάστημα, πληροφορήθηκα, ότι ο συνδυασμός μαύρου τσαγιού με μαστιχέλαιο, είναι μία πολλή καλή επιλογή για να ξεκινήσει κανείς το πρωινό του. Έτσι θεώρησα ότι μπορεί να σταθεί σε έναν χειμωνιάτικο μήνα όπως είναι ο Φεβρουάριος, μιας και το τσάι πίνεται ζεστό.

Η εικόνα τραβήχτηκε με φυσικό φωτισμό, κατά τη μεσημεριανή ώρα, με το φως να φωτίζει ειδικά το ρόφημα. Επέλεξα να την τραβήξω μετωπικά, καθώς η συσκευασία του προϊόντος, δεν μπορούσε να σταθεί διαφορετικά.

Τα αντικείμενα μου τα έχω τοποθετήσει πάνω σε ένα στρογγυλό ξύλο κοπής, για να είναι “κομψά” σερβιρισμένα. Πέρα από το τσάι που έχω στο ποτήρι και τη συσκευασία δίπλα, έχω σε ένα μικρό πιατάκι, λίγο μέλι, συνδυασμός που ταιριάζει απόλυτα με το τσάι. Επίσης, έχω σχηματίσει μια λωρίδα από χαμομήλι και μία από μαύρο τσάι, για αισθητικούς λόγους.

Το φόντο είναι φυσικό, του κήπου μου, και δεν ήθελα να είναι τελείως φλου, ακριβώς για να μας παραπέμψει με το σκούρο αυτό χρώμα του, σε μια χειμωνιάτικη ατμόσφαιρα.



Μάρτιος

Δ	Τ	Τ	Π	Π	Σ	Κ
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Λουκούμι με μαστίχα

Το παραδοσιακό λουκούμι, είναι ακόμα και σήμερα, πολύ δημοφιλές ανάμεσα σε ανθρώπους όλων των ηλικιών, τόσο στην Ελλάδα, όσο και σε όλες τις Μεσογειακές χώρες. Η μαστίχα προσφέρει το μοναδικό άρωμά της αλλά και τις ευεργετικές ιδιότητές της.

mastihashop

Εικόνα 28. Λουκούμι με μαστίχα.

Στον μήνα Μάρτιο, έχω επιλέξει το προϊόν “Λουκούμι με μαστίχα”, το οποίο περιέχει άμυλο και ζάχαρη. Τίνει να είναι ακόμα και σήμερα πολύ δημοφιλές ανάμεσα σε ανθρώπους όλων των ηλικιών.

Επέλεξα το συγκεκριμένο προϊόν, ακριβώς γιατί, ο Μάρτης, είναι ο μήνας της έναρξης της Σαρακωστής, και θεώρησα ότι το λουκούμι με μαστίχα, είναι το απόλυτο “σνακ”, για αυτή την περίοδο της νηστείας.

Η εικόνα έχει τραβηχτεί κατά την μεσημεριανή ώρα, με φυσικό φωτισμό. Έχω τοποθετήσει ως επιφάνεια ένα μαύρο πανί, που πάνω του έχω βάλει ένα ξύλο κοπής, ώστε να στήσω τη συσκευασία με το προϊόν μου ανάλογα. Ο λόγος που επέλεξα το μαύρο φόντο, είναι γιατί ήθελα να κάνει αντίθεση με το προϊόν, το οποίο φωτίζεται κατάλληλα, αναδुकνειόντας το κόκκινο εσωτερικό του χρώμα, με σκοπό να τραβάει την προσοχή του θεατή.

Επίσης, για περισσότερη πληροφορία στην εικόνα, έχω ρίξει λίγη άχνη από το λουκούμι γύρω από το θέμα μου.



Εικόνα 29. Χαλβάς με μαστιχέλαιο Χίου.

Για τον μήνα Απρίλιο, επέλεξα το προϊόν “Χαλβάς με μαστιχελάιο Χίου”. Η επιλογή μου αυτή έγινε με βασική σκέψη, ότι ο Απρίλιος, είναι ο μήνας του Πάσχα και της νηστείας, όπως και ο Μάρτης. Έτσι θεώρησα ότι το προϊόν που επέλεξα, ταιριάζει απόλυτα με τον μήνα, διότι είναι ένα τρόφιμο, το οποίο μπορεί να καταναλωθεί τον μήνα αυτόν.

Η φωτογραφία έχει τραβηχτεί κατά την μεσημεριανή ώρα, με φυσικό φωτισμό. Πάνω σε μια επιφάνεια, έχω τοποθετήσει ένα ξύλο κοπής, το προϊόν μου το

οποίο θεώρησα ότι πρέπει να το κόψω όπως αναγράφεται στην ετικέτα της συσκευασίας, ακριβώς για να είναι πιο " ρεαλιστικό ". Ακόμα, έχω σερβίρει με τον χαλβά, φρυγανιές με ταχίνι και μερικά λουκούμια. Την συσκευασία του προϊόντος, επέλεξα να την τοποθετήσω πάνω σε ένα τραπεζομάντηλο, το οποίο ήθελα να έχει ίδιους χρωματικούς τόνους με το όλο θέμα, αλλά και με την συσκευασία (ροζ λεπτομέρεια).

Η εικόνα έχει τραβηχτεί από πάνω προς τα κάτω, αρχικά, γιατί έτσι το είχα σκεφτεί εξ αρχής, αλλά και γιατί, την μέρα εκείνη είχε πολύ αέρα και η χάρτινη συσκευασία δεν στεκόνταν αλλιώς.



Μάιος

Δ	Τ	Τ	Π	Π	Σ	Κ
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Μαρμελάδα φράουλα

Η μαρμελάδα φράουλα είναι πλούσια σε φρούτο (80%), με έντονη, φρέσκια γεύση και ολόκληρα κομματάκια φρέσκιας φράουλας.

mastihashop

Εικόνα 30. Μαρμελάδα φράουλα.

Στον Μάιο, έχω επιλέξει το προϊόν “Μαρμελάδα φράουλα”. Ως γνωστόν, ο Μάιος, είναι ο μήνας της φράουλας και της άνοιξης, οπότε και η επιλογή αυτή έγινε με αυτά τα κριτήρια.

Η εικόνα έχει τραβηχτεί με φυσικό φωτισμό, κατά την μεσημεριανή ώρα. Οι σκληρές σκιές που δημιουργούνται, δίνουν μια ένταση στην εικόνα, χωρίς να προκαλούν “φασαρία”.

Έχω τοποθετήσει μια κίτρινη επιφάνεια ως φόντο. Επέλεξα το κίτρινο χρώμα, γιατί θυμίζει άνοιξη, αλλά κι επειδή, κάνει και μια γλυκιά αντίθεση σε σχέση με το κόκκινο της φράουλας, κάτι που μου ταίριαζε απόλυτα χρωματικά και αισθητικά. Πάνω της έχω βάλει ένα ξύλο κοπής με δύο φέτες ψωμί με την μαρμελάδα πάνω, για να φανεί το προϊόν σερβιρισμένο. Τη συσκευασία της

μαρμελάδας, την έχω βάλει δίπλα από το ξύλο κοπής με διάσπαρτες φράουλες γύρω. Επίσης, έχω τοποθετήσει στο πάνω μέρος της εικόνας ένα βαζάκι με λίγη ζάχαρη που ταιριάζει απόλυτα σε συνδυασμό με την φράουλα.



Ιούνιος

Δ	Τ	Τ	Π	Π	Σ	Κ
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Υποβρύχιο μαστίχα

Η Μαστίχα Χίου χρησιμοποιείται ως πρόσθετη ύλη στην παρασκευή μεγάλου αριθμού γλυκών, ζαχαρωτών και αρωματικών αρτοσκευασμάτων.

mastihashop

Εικόνα 31. Υποβρύχιο μαστίχα.

Το προϊόν αυτό ονομάζεται “Υποβρύχιο μαστίχα”. Επέλεξα να το εντάξω στον μήνα του Ιουνίου, γιατί το υποβρύχιο μαστίχα, είναι ουσιαστικά, ένα γλυκό του κουταλιού που σερβίρεται σε παγωμένο νερό. Είναι κατάλληλο για τους καλοκαιρινούς μήνες, για αυτό και επιλέχθηκε για τον μήνα αυτόν.

Η εικόνα έχει τραβηχτεί με φυσικό φωτισμό σε καιρό με συννεφιά. Ως φόντο έχω κόψει την σακούλα του καταστήματος Mastiha Shop, η οποία έχει τη

παραδοσιακή τοιχογραφία ενός χωριού της Χίου, του Πυργίου, και την έχω κολλήσει πίσω από το θέμα.

Στην επιφάνεια, έχω τοποθετήσει τα γνωστά σε όλους “σεμεδάκια” σε χρώμα άσπρο, και αυτό γιατί, εφόσον δεν είχα αρκετό ήλιο, ήθελα η εικόνα, να έχει όσο πιο πολύ γίνεται λευκούς τόνους. Η επιλογή αυτή για το φόντο και το τραπεζομάντηλο, ήταν, για να κάνω το κλίμα λίγο πιο οικείο, αλλά και να θυμίζει το χωριό.

Ως πρώτο πλάνο, έχουμε το προϊόν και δίπλα του ένα ποτήρι με υποβρύχιο. Ακολουθούν στο βάθος, ένας δισκός με λίγο γλυκό του κουταλιού κι άλλα ποτήρια με υποβρύχιο.



Ιούλιος

Δ	Τ	Τ	Π	Π	Σ	Κ
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Τσίχλα Χίου ΕΛΜΑ

Η ποικιλία αρωμάτων της τσίχλας ΕΛΜΑ, δίνει στην τσίχλα μια νέα διάσταση γεύσεων, η οποία είναι no sugar.

mastihashop

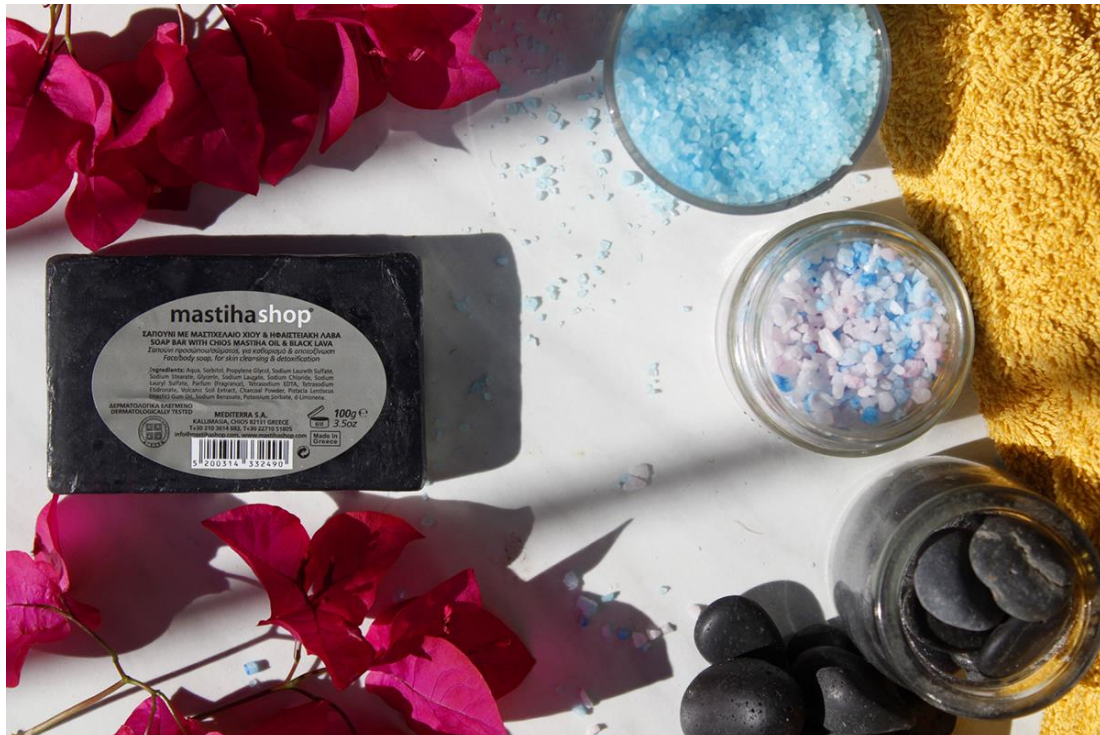
Εικόνα 32. Τσίχλα Χίου ΕΛΜΑ.

Στον Ιούλιο έχω τοποθετήσει την νέα σειρά που λάνσαρε το κατάστημα με ονομασία “Τσίχλα Χίου ΕΛΜΑ”. Απαρτίζεται από διαφορετικές αρωματικές γεύσεις όπως κανέλα, τριαντάφυλλο, δυόσμος, και είναι χωρίς ζάχαρη. Κυρίως, είναι κατάλληλη και για ηλικίες άνω των 60 ετών. Ως κύρια συστατικά τους, έχουν τη μαστίχα Χίου και τη γλυκερίνη.

Εκτός ότι η σειρά αυτή βγήκε κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, ο άλλος λόγος που επέλεξα να βάλω αυτό το προϊόν στον μήνα του Ιουλίου, είναι γιατί ως concept, είχα στο μυαλό μου να φωτογραφηθεί το προϊόν ως είχε, σε ένα χωράφι με μαστιχόδεντρα. Με αυτόν τον τρόπο ήθελα ουσιαστικά να δείξω την “εννοιολογική σχέση” που έχει η μορφή της τσίχλας του εργοστασίου, σε σχέση με το αγνό δάκρυ του δέντρου. Επίτηδες την φωτογράφησα τον μήνα αυτόν, διότι είναι ο μήνας που κοσκινίζουν με ασπρόχωμα τα δέντρα, κάτι που ήθελα να φαίνεται στην φωτογραφία.

Η εικόνα έχει τραβηχτεί τον μήνα Ιούλιο, με φως ημέρας, κατά την απογευματινή ώρα, την ώρα της *golden hour*. Το φως εδώ λειτουργεί πολύ αρμονικά, διότι έρχεται να φωτίσει με ένα πολύ θερμό χρώμα, σαν λάμπα, το καλάθι. Επίσης, το γεγονός ότι το φως τείνει να φωτίζει περισσότερο το θέμα μου, το κάνει να ξεχωρίζει σε όλη την εικόνα.

Κάτω από ένα μαστιχόδεντρο, έχω τοποθετήσει ένα καλάθι που μέσα έχω βάλει τέσσερις διαφορετικές γεύσεις τσίχλας ΕΛΜΑ. Μέσα στο καλάθι, διακρίνουμε την αντανάκλαση του ήλιου από το απέναντι δέντρο, κάτι που προκαλεί μια αρμονική σκιά στο προϊόν.



Αύγουστος

Δ	Τ	Τ	Π	Π	Σ	Κ
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Σαπούνι με μαστιχέλαιο Χίου και ηφαιστειακή λάβα

Οι ευεργετικές ιδιότητες των ηφαιστειακών συστατικών οδηγούν σε αποτοξίνωση των κυττάρων. Επομένως, συμβάλλει στην νεανική όψη της επιδερμίδας. Το μαστιχέλαιο Χίου, έχει ισχυρή αντιμικροβιακή δράση.

mastishop

Εικόνα 33. Σαπούνι με μαστιχέλαιο Χίου και ηφαιστειακή λάβα.

Η εικόνα με το προϊόν “Σαπούνι με μαστιχέλαιο Χίου και ηφαιστειακή λάβα”, την επέλεξα για τον μήνα του Αυγούστου, διότι σαν προϊόν αλλά και σαν concept, παραπέμπει σε καλοκαίρι.

Το σαπούνι έχει ως κύρια συστατικά το αιθέριο έλαιο μαστίχας Χίου και το εκχύλισμα ηφαιστειακού πετρώματος. Είναι κατάλληλο για καθαρισμό και αποτοξίνωση προσώπου και σώματος.

Η εικόνα έχει φωτογραφηθεί κατά την πρωινή ώρα με φυσικό φωτισμό. Έχω τοποθετήσει σε μια λευκή επιφάνεια τα αντικείμενά μου θέλοντας να αποδώσω στην εικόνα την αίσθηση του μπάνιου. Τοποθετώντας το σαπούνι που είναι χρώματος μαύρο, στα αριστερά του κάδρου μου, το έχω διακοσμήσει με δύο κλαδιά ροζ βουκαμβίλιας για χρωματική αντίθεση. Έπειτα μέσα σε βαζάκια έχω βάλει δύο διαφορετικά είδη άλατων μπάνιου και σε ένα

άλλο έχω βάλει ηφαιστειακές πέτρες, τις οποίες μάζεψα ίδια, από την παραλία της Χίου, *Μαύρος Γυαλός*, ακριβώς για να ταιριάξει με το προϊόν μου.

Τελευταίο ρορ, είναι μια πετσέτα χρώματος κίτρινου, που έχω τοποθετήσει δεξιά του κάδρου μου για περισσότερη πληροφορία.

Κι εδώ η αντανάκλαση του ήλιου πάνω στην σιδερένια πόρτα, έρχεται να δημιουργήσει στο θέμα μου απαλές γραμμές.



Σεπτέμβριος

Δ	Τ	Τ	Π	Π	Σ	Κ
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Πικάντικη σάλτσα τομάτας με μαστίχα

Περιέχει ενισχυμένη ποσότητα φυσικής Μαστίχας Χίου.

Η καροτενοειδής ουσία, στην οποία οφείλεται το ερυθρό χρώμα της τομάτας, μειώνει τη γήρανση της επιδερμίδας.

mastihashop

Εικόνα 34. Πικάντικη σάλτσα τομάτας με μαστίχα.

Στον μήνα του Σεπτεμβρη, έχω επιλέξει το προϊόν “Πικάντικη σάλτσα τομάτας με μαστίχα”. Η επιλογή μου αυτή έγινε, διότι η ντομάτα είναι ένα φρούτο που η

εποχή της βασίζεται στους καλοκαιρινούς μήνες και μπορεί να καταναλωθεί έως και τον Σεπτέμβριο.

Η φωτογραφία είναι τραβηγμένη κατά την απογευματινή ώρα, χρησιμοποιώντας τεχνητό φωτισμό, μια λάμπα γραφείου 10W. Αυτό γιατί, την μέρα εκείνη που έπρεπε να φωτογραφίσω το θέμα μου, ο καιρός ήταν συννεφιασμένος, χωρίς να μου δίνει το αποτέλεσμα που ήθελα.

Έχω τοποθετήσει πάνω σε ένα ξύλινο τραπέζι ένα ξύλο κοπής, έτσι ώστε να σχηματιστεί μια διπλή επιφάνεια, και πάνω του έχω βάλει ένα μαύρο πιάτο για να κάνει αντίθεση με την σάλτσα που σερβίρεται μέσα σε αυτό, αλλά παράλληλα, να μην τραβάει την προσοχή από αυτή. Ήθελα η σάλτσα να συνοδεύεται με μακαρόνια, ακριβώς γιατί, στο άκουσμα <<σάλτσα ντομάτας>>, το μυαλό μας πάει απευθείας σε αυτά. Ακόμη, έχω ρίξει λίγο τρίμμα από σκόνη μαστίχας, ένας συνδυασμός που ταιριάζει απόλυτα με την σάλτσα η οποία περιέχει μαστίχα. Έχω βάλει δύο πιρούνια ως decor, και λίγο βασιλικό για παραπάνω πληροφορία. Στην άκρη του πιάτου, έχω τοποθετήσει ένα τραπεζομάντηλο που πάνω του έχει τη συσκευασία μου.

Τη φωτογραφία την έχω τραβήξει από πάνω προς τα κάτω και έχω φωτίσει με τον ίδιο τρόπο. Έχω εστιάσει σε όλη την εικόνα, καθώς δεν ήθελα τα μακαρόνια με την σάλτσά να βγουν φλου.



Οκτώβριος

Δ	Τ	Τ	Π	Π	Σ	Κ
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Καφές ανατολής με μαστίχα

Εξαιρετικής ποιότητας χαρμάνι με ποικιλίες από Βραζιλία και Ινδία αναμειγμένα με αυθεντική μαστίχα Χίου.

mastiha.hop

Εικόνα 35. Καφές ανατολής με μαστίχα.

Στον Οκτώβρη, επέλεξα να βάλω ένα προϊόν που φέρει το όνομα “Καφές ανατολής με μαστίχα”. Ο κυριότερος λόγος που επέλεξα το προϊόν αυτό, είναι γιατί, η αίσθηση του ζεστού καφέ, αλλά και του όλου concert που είχα στο μυαλό μου, μου έβγαζε έναν φθινοπωρινό μήνα, όπως τον Οκτώβρη.

Ο καφές είναι προέλευση από την Βραζιλία και εμπεριέχει μέσα του 2% μαστίχα Χίου. Είναι ένα καλό ρόφημα για το στομάχι, καθώς δεν το επιβαρύνει, αντιθέτως το ανακουφίζει, χάρη στη μαστίχα.

Η εικόνα έχει φωτογραφηθεί κατά την μεσημεριανή ώρα με φυσικό φωτισμό. Πάνω σε μια ξύλινη παλέτα, έχω έναν δίσκο, που μέσα του έχω το φλυτζάνι με τον καφέ, ένα μπρίκι που παραπέμπει σε παλιά εποχή, αλλά και σε αυτό που αναγράφεται στην συσκευασία, δίπλα έχω τοποθετήσει ένα κουταλάκι που παραπέμπει σε vintage εποχή, ένα κομπολόι και την συσκευασία μου. Δίπλα στο

θέμα μου έχω τοποθετήσει λίγα αποξηραμμένα λουλούδια της εποχής εκείνης. Σε χρωματικό και αισθητικό επίπεδο, η φωτογραφία ήθελα να ισοροπεί. Τα χρώματα μεταξύ τους έδεσαν απόλυτα με την εποχή, μέχρι και η αντανάκλαση που κάνει ο ήλιος στη σιδερένια σκάλα, προσθέτει ένα επιπλέον στοιχείο στην εικόνα.

Η φωτογραφία έχει τραβηχτεί από πάνω προς τα κάτω, διότι η συσκευασία του προϊόντος μου, δεν μπορούσε να σταθεροποιηθεί διαφορετικά, αλλά και γιατί ήθελα να απεικονίζονται όλα τα στοιχεία της φωτογραφίας αναλυτικά.



Νοέμβριος

Δ	Τ	Τ	Π	Π	Σ	Κ
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Έξτρα παρθένο ελαιόλαδο με μαστίχα

Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο από την Λέσβο με 0,5 % μαστίχα Χίου, για να εμπλουτίσετε τις γευστικές σας εμπειρίες. Είναι ιδανικό για κρύες ή ζεστές σαλάτες.

mastihashop
MEDITERRANEAN NATURAL PRODUCTS

Εικόνα 36. Έξτρα παρθένο ελαιόλαδο με μαστίχα.

Για τον μήνα του Νοεμβρίου, επέλεξα το προϊόν “ Έξτρα παρθένο ελαιόλαδο με μαστίχα”. Ο λόγος που έβαλα αυτό το προϊόν στον μήνα του Νοέμβρη είναι επειδή το ελαιόλαδο – ελιά , είναι ένα αγαθό το οποίο παράγεται αυτόν τον μήνα αποκλειστικά. Σκέφτηκα ότι ο καλύτερος τρόπος ανάδειξης του προϊόντος αυτού ήταν η χωριάτικη σαλάτα, η οποία είναι το “ σήμα κατατεθέν” της Ελλάδας και του ελαιόλαδου.

Η εικόνα έχει τραβηχτεί κατά τη μεσημεριανή ώρα με φυσικό φωτισμό. Πάνω σε μια λευκή επιφάνεια έχω τοποθετήσει την σαλάτα μου, ένα τραμεζομάντηλο, ένα βαζάκι με λάδι και το προϊόν μου. Ακόμα, έχω στολίσει την εικόνα με 2 κλαδιά ελιάς, για αισθητικούς λόγους. Η επιλογή μου για λευκό φόντο, έγινε, διότι, ήθελα η εικόνα να αποπνέει την αίσθηση της Ελλάδας, χάρη στην σαλάτα, την ελιά και

τον ήλιο. Η λευκή επιφάνεια, έρχεται να κάνει την εικόνα ακόμα πιο φωτεινή. Ακόμα, και η επιλογή του πιάτου με τις 2 μπλε γραμμές, δεν έγινε τυχαία. Ήθελα το πιάτο μου να φέρει στα χρώματα της Ελλάδας.

Έχω επιλέξει να φωτογραφήσω από πάνω προς τα κάτω, γιατί ήθελα, το πιάτο μου να φαίνεται με ακρίβεια.



Δεκέμβριος

Δ	Τ	Τ	Π	Π	Σ	Κ
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Ρόφημα μαύρης σοκολάτας με μαστίχα Χίου

Το απολαυστικό μείγμα κόκκων κακάου και σκόνη μαστίχας που περιέχει, προσφέρει βελούδινη και απαλή γεύση σοκολάτας και μαστίχας.

mastihashop

Εικόνα 37. Ρόφημα μαύρης σοκολάτας με μαστίχα Χίου.

Στην συγκεκριμένη εικόνα γίνεται λόγος για ρόφημα μαύρης σοκολάτας η οποία πίνεται ζεστή, και την οποία ήταν ο λόγος που επέλεξα για τον μήνα Δεκέμβρη.

Το προϊόν ονομάζεται, *“Ρόφημα μαύρης σοκολάτας με μαστίχα Χίου”*, και είναι ιδανικό για τους χειμωνιάτικους μήνες. Εμπεριέχει ζάχαρη, κακάο και 0,2% μαστίχα.

Η εικόνα έχει τραβηχτεί την πρωινή ώρα με φυσικό φωτισμό. Επέλεξα μαύρη επιφάνεια, για να κάνει αντίθεση με την συσκευασία του προϊόντος, αλλά και για να μπορούν να φανούν ομοιόμορφα τα κομμάτια σοκολάτας και οι κόκοι κακάο, που έχω τοποθετήσει γύρω από το ρόφημά μου. Η τοποθέτηση κουκουναριών στο κάδρο μου, ήταν, γιατί ήθελα να προσδώσω στην εικόνα μια χειμωνιάτικη ατμόσφαιρα.

Η εικόνα έχει τραβηχτεί από πάνω προς τα κάτω, για να μπορέσει να φανεί το προϊόν μου σεβρισμένο στο ποτήρι.

5. Συμπεράσματα

Η διαφήμιση είναι ένα από τα κυριότερα μέσα για να αναδείξει και να προωθήσει κατάλληλα ένα προϊόν. Έχει την δύναμη, να ενημερώνει τον καταναλωτή διαμορφώνοντάς του απόψεις. Σημαντικό ρόλο για την οικονομική και διαδεδομένη επιτυχία μιας διαφήμισης, κατέχει η εντυπωσιακή παρουσίασή της, αλλά και η ευκρίνειά της. Ειδικά στην εποχή των social media, βλέπουμε να εξελίσσεται ολοένα και περισσότερο η δράση της, φέρνοντας στην επιφάνεια και άλλους τρόπους εξέλιξης της.

Η μαστίχα είναι ένα προϊόν που, από προσωπική μου άποψη, θεωρώ ότι πέρα από τους ντόπιους του νησιού, κανένας άλλος δεν γνωρίζει για τη δράση και τις μορφές που μπορεί να πάρει και να δώσει. Η διαφήμισή γύρω από τη μαστίχα, φτάνει στα όρια του να θέλει κάποιος να την γευτεί. Από μεριάς μου, αποφάσισα να κάνω αυτή τη πτυχιακή εργασία σε συνεργασία με το κατάστημα, για την περαιτέρω διάδοσή της ως προς τις χρήσεις της και όχι μόνο.

Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία, επικεντρώνεται στην ανάδειξη των τοπικών προϊόντων ενός συγκεκριμένου καταστήματος στη Χίο. Όλο το φωτογραφικό υλικό, έχει ως στόχο, την ανάδειξη των αγαθών αυτών, στα πλαίσια της διαφημιστικής φωτογραφίας. Κατά τη διάρκεια της πτυχιακής, ήρθα σε επαφή με πολλές καινούριες πληροφορίες για την μαστίχα και είδα πως είναι να στήνεις ένα concept μόνος σου. Ακόμα και το γεγονός ότι έπρεπε μόνη μου να βρω τα υποστηρικτικά μου υλικά, τα φώτα μου, αλλά και όλα όσα χρειάστηκαν σε θεωρητικό και πρακτικό επίπεδο, με έκαναν να σκέφτομαι βαθύτερα για την εργασία, αλλά ταυτόχρονα να αντλώ και πληροφορίες. Έτσι, πάντα πριν προβώ σε οποιαδήποτε φωτογράφιση, έκανα μια εκτενή έρευνα του θέματος.

Τελικά, μέσα από αυτή τη διαδικασία, παρουσιάζω ένα ημερολόγιο, που οι εικόνες του είναι απόλυτα σχετικές με το προϊόν, αναδुकνείωντας παράλληλα και την έμπνευσή μου για αυτό.

6. Βιβλιογραφία

Αλεβιζοπούλου Σ. (2015, 09/11/2015), Μαστίχα : Ένα μοναδικό προϊόν που ταξιδεύει στις πέντε ηπείρους, από https://www.huffingtonpost.gr/2015/12/09/life-geysi-masticha_n_8756976.html

Αυλωνίτης Γ. & Κοκκιάκη Φ. (Επιμ), (2016). Αποτελεσματική Διαφήμιση, Πως σχεδιάζονται και υλοποιούνται ολοκληρωμένες επικοινωνιακές καμπάνιες, (σσ 5 – 6 – 35 - 36). Rosili.

Διαμαντοπούλου Σ. (25 Οκτωβρίου 2018). Φωτογραφία και δημιουργικό still life, από, https://www.photologio.gr/photo%CE%B8%CE%AD%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/fotografia_stillife/

Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου, (2015), Η παραδοσιακή καλλιέργεια, από <https://www.gummastic.gr/el/mastixa-chiou/paradosiaki-kalliergia>

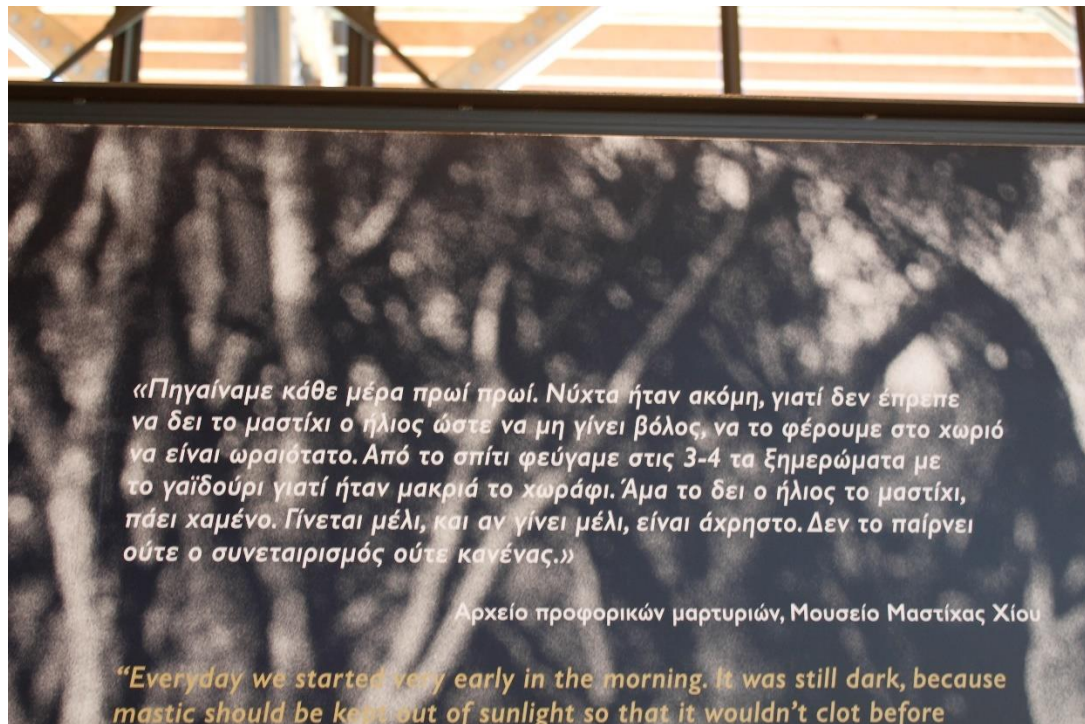
Μάρκου Μ. (2013). Η χρήση και η ιστορική εξέλιξη της αφίσας στη διαφήμιση (σ. 22), Πτυχιακή Εργασία, Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης, από https://apothesis.lib.hmu.gr/bitstream/handle/20.500.12688/6892/Markou_Maria.2013.PDF?sequence=1&isAllowed=y

Μαστίχα, (2016), Ιστορική αναδρομή, από <https://www.chiosmastiha.gr/mastiha-istoriki-anadromi/>

Περιφερειακή Ενότητα Χίου, Ιστορία και καλλιέργεια, από, <https://www.chios.gr/el/afieromata/mastixa/istoria-kalliergia>

Site καταστήματος Mastiha Shop, https://www.mastihashop.com/?gclid=CjwKCAiAz--OBhBIEiwAG1r1OnwBdUNwAOo1IMRjKkxNI8AycbfquLPGWveVC_uATR7mAxOD5P2nFxoC-Z8QAvD_BwE

7. Παράρτημα Α.



Παλάβρα Ανδριαννα, Μουσείο Μαστίχας Χίου, (2021)