



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
<< Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας μουσικού άλμουμ >>

Συγγραφέας
ΜΟΥΛΟΣ ΣΤΑΥΡΟΣ

A.M
13040

Επιβλέπων
ΜΑΝΟΥ ΠΡΟΔΡΟΜΟΣ

Αθήνα, Φεβρουάριος 2023



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

DIPLOMA THESIS
<< Music album visual identity design >>

Student name and surname
MOULOS STAVROS

Registration number
13040

Supervisor name and surname
MANOU PRODROMOS

Athens, February 2023



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ UNIVERSITY OF WEST ATTICA

<< Προώθηση προϊόντος- συσκευασία ελληνικής μύρας>>

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή

Η πτυχιακή/ διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή

A/α	ΟΝΟΜΑ/ΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ
	ΜΑΝΟΥ ΠΡΟΔΡΟΜΟΣ	Λέκτορας	
	ΔΕΛΦΙΝΟ ΙΩΑΝΝΑ	Λέκτορας	
	ΔΕΒΕΤΖΗ ΙΩΑΝΝΑ	Καθηγήτρια	

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος Μουλός Σταύρος του Εμμανουήλ
με αριθμό μητρώου 13040 φοιτητής του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της
Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας,
δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής/διπλωματικής 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 μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας
τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την
ανάκληση του πτυχίου μου».

Ο Δηλών
Μουλός Σταύρος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ/ΕΙΣΑΓΩΓΗ	2
1. ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ & ΕΜΠΝΕΥΣΗ	3
2. CONCERT & ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ	12
3. ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ	16
4. ΕΠΙΛΟΓΟΣ / ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ	20
5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	22

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η πτυχιακή μου φέρει ως θέμα το σχεδιασμό πλήρους οπτικής ταυτότητας για το μουσικό άλμπουμ Interrail, του καλλιτέχνη Wang. Συγκεκριμένα τη δημιουργία ενός digipack τεσσάρων πλευρών για τη συσκευασία του δίσκου, συμπληρωματικού οκτασέλιδου booklet, έντυπου υλικού προώθησης (εισητήριο, αφίσα), τη δημιουργία και προσαρμογή υλικού για τα social media, το σχεδιασμό του merchandise, καθώς και το σχεδιασμό σκηνικού για τις live εμφανίσεις. Η αφορμή για την επιλογή του συγκεκριμένου προτζεκτ είναι η προσωπική μου ενασχόληση με την τέχνη του graffiti και η στενή μου σύνδεση με τον καλλιτέχνη του δίσκου.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Interrail είναι ένα μουσικό hip-hop άλμπουμ που εμπνέεται από το ομώνυμο δημοφιλές εισιτήριο τρένου. Το εισιτήριο Interrail επιτρέπει στους ταξιδιώτες να εξερευνησουν 33 χώρες της Ευρώπης και έχει γίνει σύμβολο περιπέτειας, ανακάλυψης και πολιτιστικής ανταλλαγής. Το άλμπουμ αντλεί από αυτό το πνεύμα εξερεύνησης και ποικιλομορφίας, χρησιμοποιώντας μουσική και εικόνες για να δημιουργήσει ένα ταξίδι που ταξιδεύει τον ακροατή σε διαφορετικούς ήχους, γλώσσες και συναισθήματα.

Ο καλλιτέχνης -δημιουργός του Interrail- έχει ισχυρή σχέση με την τέχνη του γκράφιτι, η οποία αποτελεί ένα από τα τέσσερα στοιχεία της κουλτούρας του χιπ χοπ. Οι καλλιτέχνες γκράφιτι χρησιμοποιούν εδώ και καιρό το εισιτήριο Interrail για να ταξιδέψουν σε όλη την Ευρώπη και να αφήσουν τα σημάδια τους στα τρένα και στους τοίχους, δημιουργώντας ένα δίκτυο underground τέχνης που αντανάκλα την ποικιλομορφία και τη ζωντάνια της αστικής κουλτούρας. Αυτή η σύνδεση μεταξύ χιπ χοπ, γκράφιτι και ταξιδιού αντικατοπτρίζεται στην οπτική ταυτότητα του άλμπουμ, η οποία χρησιμοποιεί χειρόγραφη τυπογραφία, ζωηρά χρώματα και δυναμικές συνθέσεις για να δημιουργήσει μια αίσθηση κίνησης, ενέργειας και εξέγερσης.



1. Το λογότυπο της εταιρίας interrail-eurail.Επανασχεδιάστηκε με αφορμή την επέτειο των πενήντα χρόνων και χρησιμοποιείτε απο το 2022.

Στο επίκεντρο του Interrail βρίσκεται η ιδέα να κάνει κάποιος το μυαλό του να ταξιδέψει. Μέσω της μουσικής και των οπτικών, το άλμπουμ ενθαρρύνει τον ακροατή να ξεφύγει από τους περιορισμούς του περιβάλλοντός του και να εξερευνήσει νέους ορίζοντες δημιουργικότητας και φαντασίας. Είτε είναι κάποιος οπαδός του χιπ χοπ, είτε καλλιτέχνης του γκράφιτι, είτε απλά ένας ταξιδιώτης που αναζητά νέες εμπειρίες, το Interrail προσφέρει ένα μοναδικό και εμπνευσμένο ταξίδι που θα σας αφήνει την αίσθηση της ενεργητικότητας, του διαφωτισμού και της ενδυνάμωσης.

1. ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ & ΕΜΠΝΕΥΣΗ

Hip-hop: ιστορία και επιρροές στην οπτική κουλτούρα

Η χιπ-χοπ είναι ένα πολιτιστικό κίνημα που ξεκίνησε από το Μπρονξ της Νέας Υόρκης τη δεκαετία του 1970. Χαρακτηρίζεται από τέσσερα διακριτά στοιχεία: MCing (ραπ), DJing (turntablism), breakdancing (B-boying) και τέχνη του γκράφιτι. Η μουσική χιπ-χοπ έχει γίνει έκτοτε παγκόσμιο φαινόμενο, επηρεάζοντας τη μουσική, τη μόδα, την τέχνη και τη λαϊκή κουλτούρα σε όλο τον κόσμο.



2. Φωτογραφία του Grandmaster Flash με το μικρόφωνο στο χέρι, ο οποίος ήταν ένας από τους πρωτοπόρους του hip hop DJing και του turntablism, να εμφανίζεται σε ένα block party στο Μπρονξ το 1984

Η μουσική χιπ χοπ εξαπλώθηκε γρήγορα στην Ευρώπη, όπου οι καλλιτέχνες την προσαρμόσαν στα δικά τους πολιτιστικά και κοινωνικά πλαίσια. Το Ηνωμένο Βασίλειο ήταν μία από τις πρώτες χώρες που αγκάλιασε το χιπ χοπ, με συγκροτήματα όπως οι London Posse και ο Derek B να σημειώνουν μεγάλη επιτυχία στα τέλη της δεκαετίας του 1980. Η Γαλλία έπαιξε επίσης σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του ευρωπαϊκού χιπ χοπ, με συγκροτήματα όπως οι IAM και οι NTM να επιτυγχάνουν ευρεία δημοτικότητα τη δεκαετία του 1990. Άλλες χώρες, όπως η Γερμανία, το Βέλγιο και οι Κάτω Χώρες, ανέπτυξαν επίσης τις δικές τους σκηνές χιπ χοπ, οι οποίες χαρακτηρίζονταν από ένα μείγμα τοπικών επιρροών και αμερικανικών στυλ. Με την πάροδο των ετών, το ευρωπαϊκό χιπ χοπ εξελίχθηκε και διαφοροποιήθηκε, με καλλιτέχνες από διαφορετικές χώρες και υπόβαθρα να συμβάλλουν στην πλούσια και ζωντανή κουλτούρα του. Σήμερα, το ευρωπαϊκό χιπ χοπ συνεχίζει να ακμάζει, με καλλιτέχνες όπως οι MHD, Booba και Stormzy να επιτυγχάνουν παγκόσμια αναγνώριση και να διευρύνουν ακόμη περισσότερο τα όρια του είδους.



3. Το "Authentik" είναι το πρώτο άλμπουμ του γαλλικού hip hop συγκροτήματος NTM που κυκλοφόρησε το 1991.

Η ελληνική χιπ χοπ σκηνή εμφανίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1990, επηρεασμένη σε μεγάλο βαθμό από το αμερικανικό και το γαλλικό χιπ χοπ. Ένα από τα πρώτα ελληνικά συγκροτήματα χιπ χοπ ήταν οι Active Member, που δημιουργήθηκαν το 1992 και έγιναν γνωστά για τους κοινωνικά συνειδητοποιημένους στίχους και τον εκλεκτικό ήχο τους. Άλλα αξιοσημείωτα πρώιμα γκρουπ είναι τα Imiskoubria, οι FF.C και οι Terror X Crew.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1990 και στις αρχές της δεκαετίας του 2000, το ελληνικό χιπ χοπ απέκτησε mainstream αναγνώριση, με καλλιτέχνες όπως οι Στίχοιμα, Going Through και Ζωντανοί Νεκροί να σημειώνουν εμπορική επιτυχία. Ωστόσο, η σκηνή αντιμετώπισε επικρίσεις και λογοκρισία από την ελληνική κυβέρνηση και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τα οποία θεωρούσαν το χιπ χοπ ως απειλή για τις παραδοσιακές αξίες και την ελληνική γλώσσα.

Παρά τις προκλήσεις αυτές, η ελληνική χιπ χοπ σκηνή συνέχισε να ακμάζει και να εξελίσσεται, με τους καλλιτέχνες να ενσωματώνουν στοιχεία της παραδοσιακής ελληνικής μουσικής και να συνεργάζονται με μουσικούς από άλλα είδη. Τα τελευταία χρόνια, η σκηνή έχει γίνει πιο ποικιλόμορφη και χωρίς αποκλεισμούς, με καλλιτέχνες από διαφορετικά υπόβαθρα και κοινότητες να χρησιμοποιούν το χιπ χοπ ως πλατφόρμα για να εκφράσουν τις εμπειρίες και τις οπτικές τους.

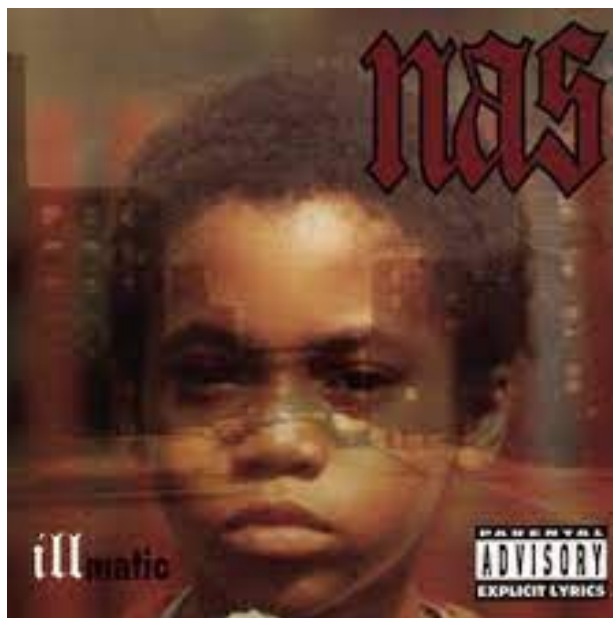
Σήμερα, η ελληνική χιπ χοπ σκηνή παραμένει ένα ζωντανό και δυναμικό κομμάτι του πολιτιστικού τοπίου της χώρας.

Η οπτική κουλτούρα του χιπ-χοπ ήταν πάντα στενά συνδεδεμένη με την ίδια τη μουσική. Από τις πρώτες μέρες των block parties και των underground clubs, το χιπ-χοπ χρησιμοποίησε τον γραφιστικό σχεδιασμό και την εικαστική τέχνη για να εκφράσει τις αξίες, τις στάσεις και την αισθητική του. Στις δεκαετίες του 1980 και του 1990, τα εξώφυλλα των άλμπουμ του χιπ-χοπ έγιναν εμβληματικά σύμβολα του είδους, χρησιμοποιώντας έντονη τυπογραφία, ζωντανά χρώματα και εντυπωσιακές εικόνες για να αντανakλούν την ενέργεια και τη στάση της μουσικής.

Ένα από τα πιο επιδραστικά σχέδια άλμπουμ χιπ-χοπ είναι το εξώφυλλο του άλμπουμ "Raising Hell" των Run-DMC του 1986, το οποίο περιλαμβάνει το λογότυπο του συγκροτήματος με έντονη, τετράγωνη γραμματοσειρά, σε μαύρο φόντο με κόκκινες ανταύγειες. Η απλότητα και η τόλμη του



5. Run DMC-Raising Hell (1986)



5. Nas-illmatic (1994)

σχεδίου συμπυκνώνει τέλεια την ωμή ενέργεια και το επαναστατικό πνεύμα της μουσικής, και έκτοτε έχει γίνει ένα εμβληματικό σύμβολο του είδους.

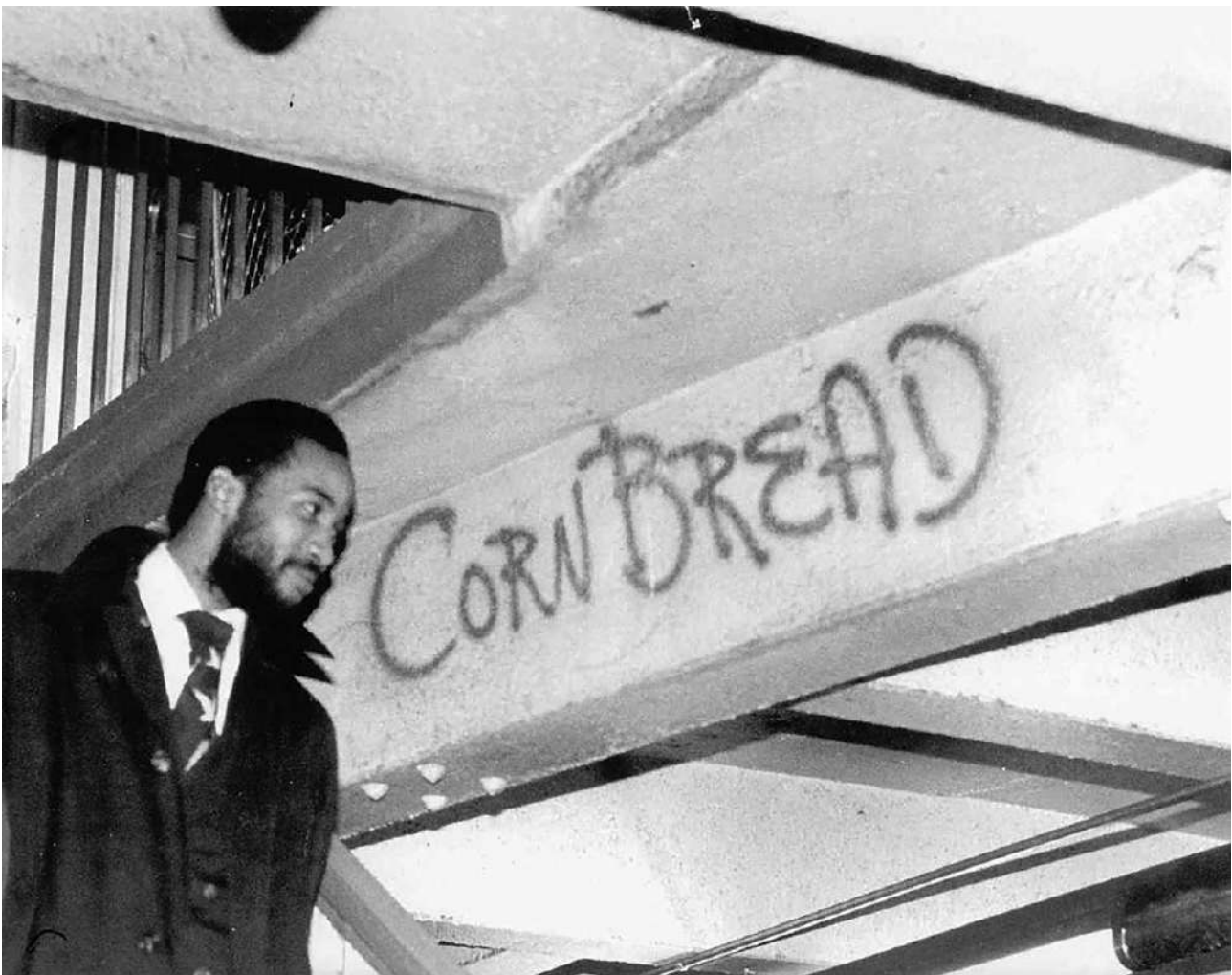
Ένας άλλος αξιοσημείωτος σχεδιασμός άλμπουμ χιπ-χοπ είναι το εξώφυλλο του άλμπουμ "Illmatic" του Nas το 1994, το οποίο περιλαμβάνει μια ασπρόμαυρη φωτογραφία του καλλιτέχνη ως παιδί, η οποία επικαλύπτεται από ένα απλό, διακριτικό λογότυπο. Ο σχεδιασμός επικοινωνεί την προσωπική και εσωστρεφή φύση της μουσικής και έκτοτε έχει αναγνωριστεί ως κλασικό παράδειγμα μινιμαλιστικού σχεδιασμού άλμπουμ.

Ο γραφιστικός σχεδιασμός αποτελεί ουσιαστικό μέρος του hip hop από την ίδρυσή του. Τις πρώτες μέρες του χιπ χοπ, τα εξώφυλλα των άλμπουμ ήταν συνήθως απλά και ξεκάθαρα, με φωτογραφίες ή εικονογραφήσεις του καλλιτέχνη ή του συγκροτήματος. Ωστόσο, καθώς το είδος εξελισσόταν και αυξανόταν η δημοτικότητά του, τα εξώφυλλα των άλμπουμ γίνονταν όλο και πιο

σημαντικά ως μέσο οπτικής επικοινωνίας και αυτοέκφρασης. Στις δεκαετίες του 1980 και του 1990, τα άλμπουμ χιπ χοπ άρχισαν να διαθέτουν πιο περίτεχνα και στυλιζαρισμένα σχέδια, ενσωματώνοντας τολμηρή τυπογραφία, περίπλοκες εικονογραφήσεις και πειραματικές διατάξεις. Αυτή η τάση συνεχίστηκε και στη δεκαετία του 2000 και μετά, με τους καλλιτέχνες του χιπ χοπ να χρησιμοποιούν τα εξώφυλλα των άλμπουμ τους ως έναν τρόπο να εκφράζουν τη μοναδική τους ταυτότητα, να αναδεικνύουν τις πολιτιστικές και κοινωνικές επιρροές τους και να κάνουν τολμηρές δηλώσεις για τον κόσμο γύρω τους. Σήμερα, τα εξώφυλλα είναι πιο ποικίλα και οπτικά εντυπωσιακά από ποτέ, αντανακλώντας τη συνεχή εξέλιξη και την καλλιτεχνική καινοτομία του είδους.

Η ιστορία του graffiti

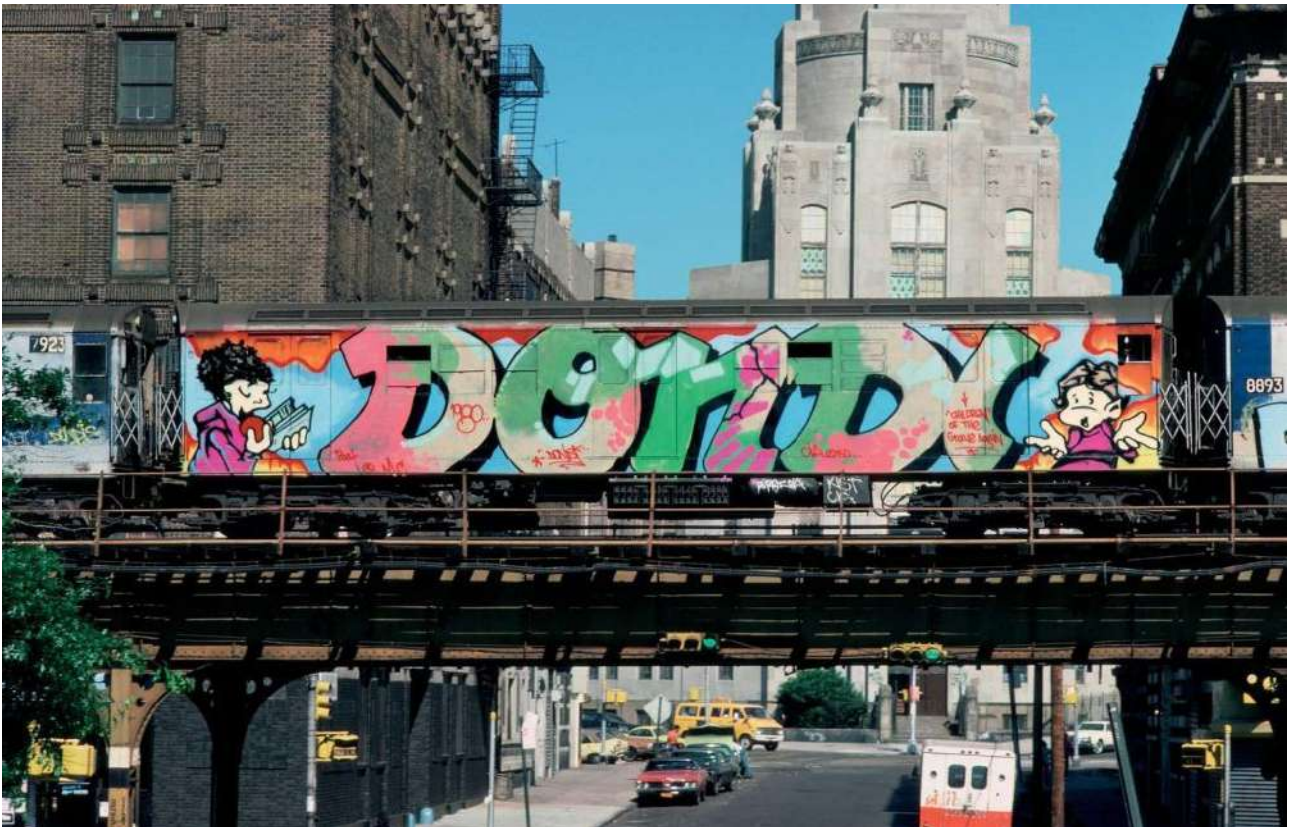
Η ιστορία του γκράφιτι ξεκινά στους δρόμους της Φιλαδέλφειας τη δεκαετία του 1960. Ένας νεαρός ονόματι Darryl McCray, ο οποίος αργότερα θα γινόταν γνωστός ως Cornbread, άρχισε να γράφει το όνομά του σε τοίχους και κτίρια της πόλης, χρησιμοποιώντας σπρέι και μαρκαδόρους. Αυτή ήταν η γέννηση αυτού που θα γινόταν γνωστό ως γκράφιτι.



6. Υπογραφή "Cornbread" σε κουραστή σταθμού μετρό στην Φιλαδέλφια.

Καθώς το κίνημα μεγάλωνε, οι γκραφιτάδες άρχισαν να χρησιμοποιούν τα tags τους για να σηματοδοτούν την περιοχή τους και να ανταγωνίζονται μεταξύ τους για αναγνώριση. Σύντομα, το γκράφιτι έγινε ένας τρόπος για τους νέους να εκφράζονται και να επαναστατούν ενάντια στην εξουσία.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1970, το γκράφιτι έφτασε στη Νέα Υόρκη, όπου η δημοτικότητά του γνώρισε έκρηξη. Οι συγγραφείς άρχισαν να δημιουργούν πιο περίτεχνα έργα, χρησιμοποιώντας έντονα χρώματα και περίπλοκα σχέδια. Το σύστημα του μετρό έγινε καμβάς για αυτούς τους καλλιτέχνες, οι οποίοι διακινδύνευαν τη σύλληψη και τον τραυματισμό για να ζωγραφίσουν τα έργα τους σε τρένα και τοίχους.



7. Στη φωτογραφία αυτή απεικονίζεται το περίφημο Dondi Whole Car, ένα γκράφιτι που δημιούργησε ο θρυλικός καλλιτέχνης της Νέας Υόρκης Donald Joseph White, γνωστός και ως Dondi. Το γκράφιτι καλύπτει ένα ολόκληρο βαγόνι του μετρό και θεωρείται ευρέως ως μία από τις πιο εμβληματικές εικόνες στην ιστορία της τέχνης του γκράφιτι.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1970, το γκράφιτι είχε εξαπλωθεί στην Ευρώπη, όπου έγινε σύμβολο της αστικής κουλτούρας των νέων. Σε πόλεις όπως το Παρίσι, το Λονδίνο και το Βερολίνο, οι νέοι αγάπησαν το γκράφιτι ως έναν τρόπο έκφρασης και δημιουργίας μιας αίσθησης κοινότητας.

Τη δεκαετία του 1980, το γκράφιτι εξελίχθηκε σε μια πιο σύνθετη μορφή τέχνης, καθώς οι writers άρχισαν να πειραματίζονται με διαφορετικά στυλ και τεχνικές. Δημιουργήθηκαν ομάδες γκράφιτι, με τα μέλη να συνεργάζονται για να δημιουργήσουν τοιχογραφίες και έργα μεγάλης κλίμακας.

Σήμερα, το γκράφιτι συνεχίζει να αποτελεί σημαντικό μέρος της αστικής κουλτούρας, με καλλιτέχνες σε όλο τον κόσμο να δημιουργούν εντυπωσιακά έργα που αμφισβητούν τις παραδοσιακές ιδέες για την τέχνη και την ομορφιά. Παρόλο που το γκράφιτι μπορεί ακόμη να θεωρείται από ορισμένους ως μια μορφή βανδαλισμού, παραμένει μια ισχυρή μορφή έκφρασης για πολλούς νέους και ένα σύμβολο της ζωντανής και δυναμικής ενέργειας των πόλεων που αποκαλούν σπίτι τους.

Η επιρροή του γκράφιτι στη γραφιστική είναι σημαντική και μπορεί να φανεί σε διάφορα στυλ και τεχνικές που χρησιμοποιούνται από τους σχεδιαστές. Το γκράφιτι είναι μια μορφή τέχνης του δρόμου που δίνει έμφαση στα τολμηρά, εκφραστικά γράμματα και τα ζωηρά χρώματα. Αυτά τα στοιχεία έχουν επηρεάσει τη γραφιστική, εμπνέοντας τους σχεδιαστές να πειραματιστούν με την τυπογραφία και το χρώμα με νέους τρόπους. Η χρήση στυλιζαρισμένης, χειροποίητης τυπογραφίας και τολμηρών, αφηρημένων σχημάτων στη γραφιστική μπορεί να αποδοθεί στην επιρροή του γκράφιτι.

Επιπλέον, ο επαναστατικός και αντιεξουσιαστικός χαρακτήρας του γκράφιτι επηρέασε επίσης τον γραφιστικό σχεδιασμό ενθαρρύνοντας τους σχεδιαστές να αμφισβητήσουν τις παραδοσιακές συμβάσεις σχεδιασμού και να διευρύνουν τα όρια του τι θεωρείται αποδεκτό ή επικρατέστερο. Το γκράφιτι έχει επίσης εμπνεύσει τους σχεδιαστές να ενσωματώσουν μια αίσθηση αστικής βρωμιάς και ακατέργαστης ενέργειας στο έργο τους, χρησιμοποιώντας συχνά υφές και φθαρμένα εφέ για να δημιουργήσουν μια αίσθηση βάθους και διάστασης.

Τέλος, η τέχνη του γκράφιτι δημιουργείται συχνά σε δημόσιους χώρους και μπορεί να θεωρηθεί ως μια μορφή οπτικής επικοινωνίας και έκφρασης που αμφισβητεί τον κυρίαρχο λόγο. Αυτή η επιρροή μπορεί να φανεί στη χρήση σχεδίων εμπνευσμένων από την τέχνη του δρόμου σε διαφημιστικές καμπάνιες και άλλες μορφές εμπορικού γραφιστικού σχεδιασμού. Συνολικά, η επιρροή του γκράφιτι στον γραφιστικό σχεδιασμό αποτελεί απόδειξη της δύναμης της τέχνης και της ικανότητάς της να εμπνέει και να επηρεάζει άλλους δημιουργικούς κλάδους.

Η σχέση Interrail και graffiti

Δεν υπάρχει άμεση σχέση μεταξύ του εισιτηρίου Interrail και της κουλτούρας του γκράφιτι. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι και οι δύο εμφανίστηκαν κατά την ίδια χρονική περίοδο και έχουν συνδεθεί με τη νεανική κουλτούρα και την επιθυμία για ελευθερία έκφρασης και μετακίνησης.

Η κουλτούρα του γκράφιτι εμφανίστηκε στις δεκαετίες του 1960 και του 1970, περίπου την ίδια εποχή που τα ταξίδια Interrail έγιναν δημοφιλή μεταξύ των νέων Ευρωπαίων. Και τα δύο θεωρήθηκαν ως τρόποι απελευθέρωσης από τους περιορισμούς της κοινωνίας και εξερεύνησης νέων τόπων και εμπειριών.

Τις δεκαετίες του 1980 και του 1990, οι καλλιτέχνες του γκράφιτι άρχισαν να χρησιμοποιούν τα τρένα που κυκλοφορούσαν σε όλη την Ευρώπη ως καμβά για την τέχνη τους και τα ταξίδια με τρένο έγιναν ένας τρόπος για τους καλλιτέχνες του γκράφιτι να μετακινούνται μεταξύ πόλεων και να αφήνουν το σημάδι τους σε διαφορετικές τοποθεσίες. Παρόλο που το γκράφιτι είναι συχνά παράνομο, ορισμένες πόλεις έχουν αγκαλιάσει την τέχνη του δρόμου και έχουν ορίσει περιοχές όπου οι καλλιτέχνες μπορούν να δημιουργούν νόμιμα το έργο τους.

Το εισιτήριο Interrail και η κουλτούρα του γκράφιτι, αντιπροσωπεύουν και οι δύο την επιθυμία για ελευθερία και τη δυνατότητα δημιουργικής έκφρασης. Πολλοί ταξιδιώτες που χρησιμοποιούν το εισιτήριο Interrail μπορεί να εκτιμήσουν και να αναζητήσουν την τέχνη του δρόμου και το γκράφιτι ως μέρος της πολιτιστικής τους εμπειρίας κατά την εξερεύνηση της Ευρώπης.

Έμπνευση

Κατά το σχεδιασμό της οπτικής ταυτότητας για το "Interrail", άντλησα έμπνευση από την ιστορία και την εξέλιξη της μουσικής χιπ-χοπ και της οπτικής κουλτούρας της. Διεξήγαγα εκτεταμένη έρευνα σχετικά με το είδος, εξερευνώντας τις ρίζες του στις αφροαμερικανικές κοινότητες, καθώς και την παγκόσμια εμβέλεια και επιρροή του. Αναλύσα, επίσης, άλλα σχέδια άλμπουμ και οπτικές ταυτότητες της χιπ-χοπ, αναζητώντας παραδείγματα για το πώς ο σχεδιασμός μπορεί να επικοινωνήσει αποτελεσματικά την ουσία της μουσικής και του καλλιτέχνη.



8. Mac Miller "Self care" (2018)

Στο εξώφυλλο απεικονίζεται ο Μίλερ καθισμένος στο πάτωμα με ένα κυκλικό παράθυρο πίσω του, το οποίο πλαισιώνει τη θέα ενός συννεφιασμένου μπλε ουρανού. Η εικόνα είναι σουρεαλιστική και ονειρική, αντανakλώντας την εσωστρεφή και συναισθηματικά πολύπλοκη φύση των στίχων του άλμπουμ. Η χρήση ζεστών, υποτονικών χρωμάτων και μαλακού φωτισμού δημιουργεί μια καταπραϊντική και στοχαστική διάθεση, προσκαλώντας τον ακροατή να εισέλθει στον κόσμο της ενδοσκόπησης και της αυτογνωσίας του καλλιτέχνη.



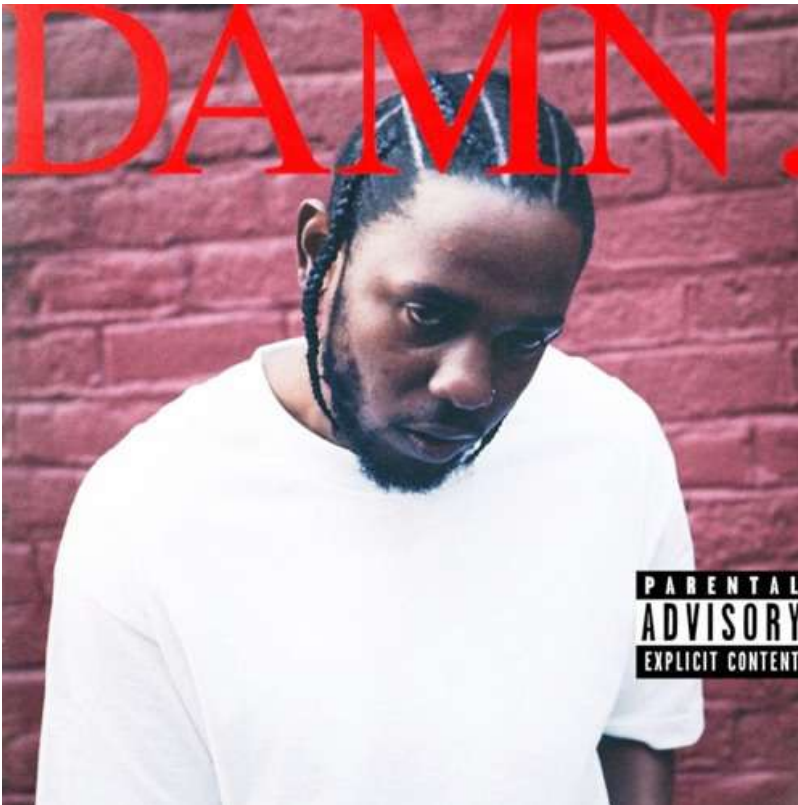
9. Freeze Corleone - "LMF" (2020)

Το εξώφυλλο του άλμπουμ "LMF" του Freeze Corleone δείχνει μια σκοτεινή, μυστηριώδη φιγούρα να στέκεται μπροστά από ένα συννεφιασμένο φόντο. Η φιγούρα καλύπτεται από μια λάμψη, το οποίο προσθέτει στην απόκοσμη αίσθηση της εικόνας. Τα χρώματα που χρησιμοποιούνται στην εικόνα είναι σκοτεινά και δραματικά, δημιουργώντας μια αίσθηση κινδύνου και φόβου. Αυτή η εικόνα ταιριάζει καλά με την θεματολογία του άλμπουμ που αφορά την παράνοια, τη συνωμοσία και το άγνωστο.



10. Drake - "Views" (2016)

Το εξώφυλλο για το άλμπουμ "Views" του Drake περιλαμβάνει μια αεροφωτογραφία του καλλιτέχνη να κάθεται στην κορυφή του Πύργου CN του Τορόντο. Η εικόνα είναι εντυπωσιακή, με τον συννεφιασμένο ουρανό να δημιουργεί ένα δραματικό σκηνικό. Η χρήση του φωτός και του χρώματος στην εικόνα είναι εντυπωσιακή, με τα ζεστά πορτοκαλί και κίτρινα του πύργου να έρχονται σε αντίθεση με τα δροσερά μπλε και γκρι της τριγύρω. Η εικόνα μεταδίδει μια αίσθηση υπερηφάνειας και ιδιοκτησίας, με τον Drake να βρίσκεται στην κορυφή της πόλης του και να κοιτάζει όλα όσα έχει καταφέρει.



11. Kendrick Lamar-
"Damn" (2017)

Το έντονο και άμεσο βλέμμα του Kendrick Lamar, με ένα απλό λευκό μπλουζάκι, κυριαρχεί στο εξώφυλλο του άλμπουμ "DAMN.", ενώ τα έντονα κόκκινα γράμματα του τίτλου του άλμπουμ ενισχύουν τον αντίκτυπο της εικόνας. Το κόκκινο χρώμα θα μπορούσε να αντιπροσωπεύει τον πόνο, το πάθος και τον επείγοντα χαρακτήρα που υπάρχουν στη μουσική του, ενώ η απλή αλλά ισχυρή εικόνα επιτρέπει την εστίαση στο μήνυμα και τους στίχους του Lamar.

Η έρευνά μας ενημέρωσε τις σχεδιαστικές μας αποφάσεις για το άλμπουμ "Interrail" με διάφορους τρόπους. Πρώτον, εμπνεύστηκα από τη σύνδεση μεταξύ χιπ-χοπ, γκράφιτι και ταξιδιού, η οποία αντικατοπτρίζεται στον τίτλο και την ιδέα του άλμπουμ. Επέλεξα τολμηρή τυπογραφία, ζωντανά χρώματα και δυναμικές συνθέσεις για να δημιουργήσω μια αίσθηση κίνησης, ενέργειας και εξέγερσης που αντανάκλα το πνεύμα της περιπέτειας και της πολιτιστικής ανταλλαγής που ενσαρκώνει το εισιτήριο Interrail.

Δεύτερον, βασίστηκα στην πλούσια οπτική κληρονομιά του σχεδιασμού των χιπ-χοπ άλμπουμ, ενσωματώνοντας στοιχεία όπως γράμματα τύπου γκράφιτι, εικόνες κολάζ και έντονες αντιθέσεις στα σχέδιά μου. Αναζήτησα, επίσης, τρόπους για να διευρύνω τα όρια του παραδοσιακού σχεδιασμού άλμπουμ, πειραματιζόμενος με αντισυμβατικές μορφές και υλικά, όπως δίσκους βινυλίου με προσαρμοσμένες θήκες και αφίσες περιορισμένης έκδοσης με μεταξοτυπία.

Συνολικά, η έρευνά μου, σχετικά με την ιστορία και την εξέλιξη της χιπ-χοπ μουσικής και της οπτικής κουλτούρας της, καθώς και η ανάλυσή μου για άλλα σχέδια άλμπουμ χιπ-χοπ, έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στον καθορισμό των σχεδιαστικών αποφάσεων για το άλμπουμ "Interrail". Αξιοποιώντας την πλούσια κληρονομιά του σχεδιασμού του χιπ-χοπ και ενσωματώνοντας το δικό μου δημιουργικό όραμα και πειραματισμό, κατάφερα να δημιουργήσω μια οπτική ταυτότητα που επικοινωνεί αποτελεσματικά το πνεύμα και το μήνυμα της μουσικής και του καλλιτέχνη.

Για τη δημιουργία της οπτικής ταυτότητας του άλμπουμ "Interrail", ο καλλιτέχνης εμπνεύστηκε από το δημοφιλές ομώνυμο ευρωπαϊκό εισιτήριο τρένου. Το εισιτήριο Interrail συμβολίζει την

περιπέτεια, την ανακάλυψη και την πολιτιστική ανταλλαγή, και το άλμπουμ χρησιμοποιεί μουσική και εικόνες για να δημιουργήσει ένα ταξίδι που ταξιδεύει τον ακροατή σε μια περιήγηση με διαφορετικούς ήχους, γλώσσες και συναισθήματα. Η σύνδεση μεταξύ χιπ-χοπ, γκράφιτι και ταξιδιού αντικατοπτρίζεται στην έντονη τυπογραφία, τα ζωντανά χρώματα και τις δυναμικές συνθέσεις της οπτικής ταυτότητας του άλμπουμ.

Το άλμπουμ ενθαρρύνει τον ακροατή να ξεφύγει από τους περιορισμούς του περιβάλλοντός του και να εξερευνήσει νέους ορίζοντες δημιουργικότητας και φαντασίας. Μέσω της χρήσης γραφικών, φωτογραφίας και εικονογράφησης, το άλμπουμ δημιουργεί μια αίσθηση κίνησης, ενέργειας και επανάστασης που αντανακλά το πνεύμα της κουλτούρας του χιπ-χοπ. Η έρευνα άλλων σχεδίων άλμπουμ και οπτικών ταυτοτήτων επηρέασαν το σχεδιασμό του άλμπουμ "Interrail", διασφαλίζοντας αποτελεσματικά την επικοινωνία του μηνύματος της μουσικής και του καλλιτέχνη, καθώς και την έμπνευση των ακροατών του.

2. CONCEPT & ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Η δημιουργική διαδικασία πίσω από το σχεδιασμό της οπτικής ταυτότητας για το άλμπουμ "Interrail" αντικατοπτρίζει την έννοια του να κάνεις το μυαλό σου να ταξιδέψει. Τα στοιχεία σχεδιασμού, συμπεριλαμβανομένης της τυπογραφίας, του χρώματος, των εικόνων και της διάταξης, συνεργάζονται για να δημιουργήσουν μια αίσθηση κίνησης, ενέργειας και επανάστασης. Η κουλτούρα του γκράφιτι που είναι ένα από τα τέσσερα στοιχεία του χιπ χοπ επηρέασε σε μεγάλο βαθμό τη διαδικασία σχεδιασμού, με αποτέλεσμα μια τολμηρή και εντυπωσιακή οπτική ταυτότητα που αντανακλά την αστική κουλτούρα που συνδέεται με το είδος.

Η οπτική ταυτότητα του άλμπουμ "Interrail" είναι εμπνευσμένη από το περιπετειώδες πνεύμα του εισιτηρίου Interrail και την κουλτούρα του αστικού γκράφιτι. Στόχος ήταν να δημιουργηθεί μια οπτική ταυτότητα που θα προκαλούσε μια αίσθηση κίνησης, ενέργειας και επανάστασης, ενώ παράλληλα θα αντανακλούσε το ποικίλο φάσμα ήχων, γλωσσών και συναισθημάτων που εξερευνά η μουσική.

Τα στοιχεία που συνθέτουν την οπτική ταυτότητα περιλαμβάνουν την συσκευασία του άλμπουμ, τις αφίσες, τα εισιτήρια, το merchandise και τα γραφικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η συσκευασία του άλμπουμ περιλαμβάνει μια συλλογή διαφορετικών εικόνων, όπως τρένα, αστικά τοπία και έργα γκράφιτι. Οι εικόνες είναι τοποθετημένες διαδοχικά, με τον τίτλο του άλμπουμ στο κέντρο. Το τετράγωνο σχήμα απεικονίζει ένα παράθυρο τρένου και δημιουργεί μια αίσθηση κίνησης και ορμής. Οι φωτογραφίες έχουν τοποθετηθεί με τέτοιο τρόπο ώστε να δίνουν στον θεατή την οπτική από την θέση του ταξιδιώτη. Η τυπογραφία είναι χειρόγραφη αλλά ευανάγνωστη, με μια μοντέρνα και τολμηρή αίσθηση που συνάδει με το είδος του χιπ-χοπ.

Οι αφίσες και το merchandise παρουσιάζουν στοιχεία παρμένα απο την κουλτούρα του γράφιτι, χρησιμοποιώντας διαφορετικά χρώματα και συνθέσεις. Τα γραφικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν την ίδια οπτική γλώσσα με το εξώφυλλο του άλμπουμ, με έμφαση στα δυναμικά σχήματα και τα φωτεινά χρώματα. Η δημιουργική διαδικασία περιελάμβανε πολλούς πειραματισμούς και επαναλήψεις, με τη δοκιμή διαφορετικών χρωματικών παλετών και συνθέσεων

Για να ξεκινήσει η δημιουργική διαδικασία, συλλέχθηκαν φωτογραφίες με θέμα τα ταξίδια και την περιπέτεια από το προσωπικό αρχείο του καλλιτέχνη. Οι φωτογραφίες αυτές αποτέλεσαν το σημείο εκκίνησης για τη διαδικασία σχεδιασμού και βοήθησαν στον καθορισμό του συνολικού τόνου και της διάθεσης της οπτικής ταυτότητας.



12. Κολάζ απο φωτογραφίες και γραφικά με θέμα τα ταξίδια και την περιπέτεια από το προσωπικό αρχείο του καλλιτέχνη.

Στη συνέχεια, δημιουργήθηκε ένα φωτογραφικό κολάζ για να απεικονιστεί πώς θα λειτουργούσαν μαζί τα στοιχεία του σχεδιασμού. Αυτό επέτρεψε τον πειραματισμό με διαφορετικές συνθέσεις και βοήθησε να καθοριστεί η κατεύθυνση του σχεδιασμού.





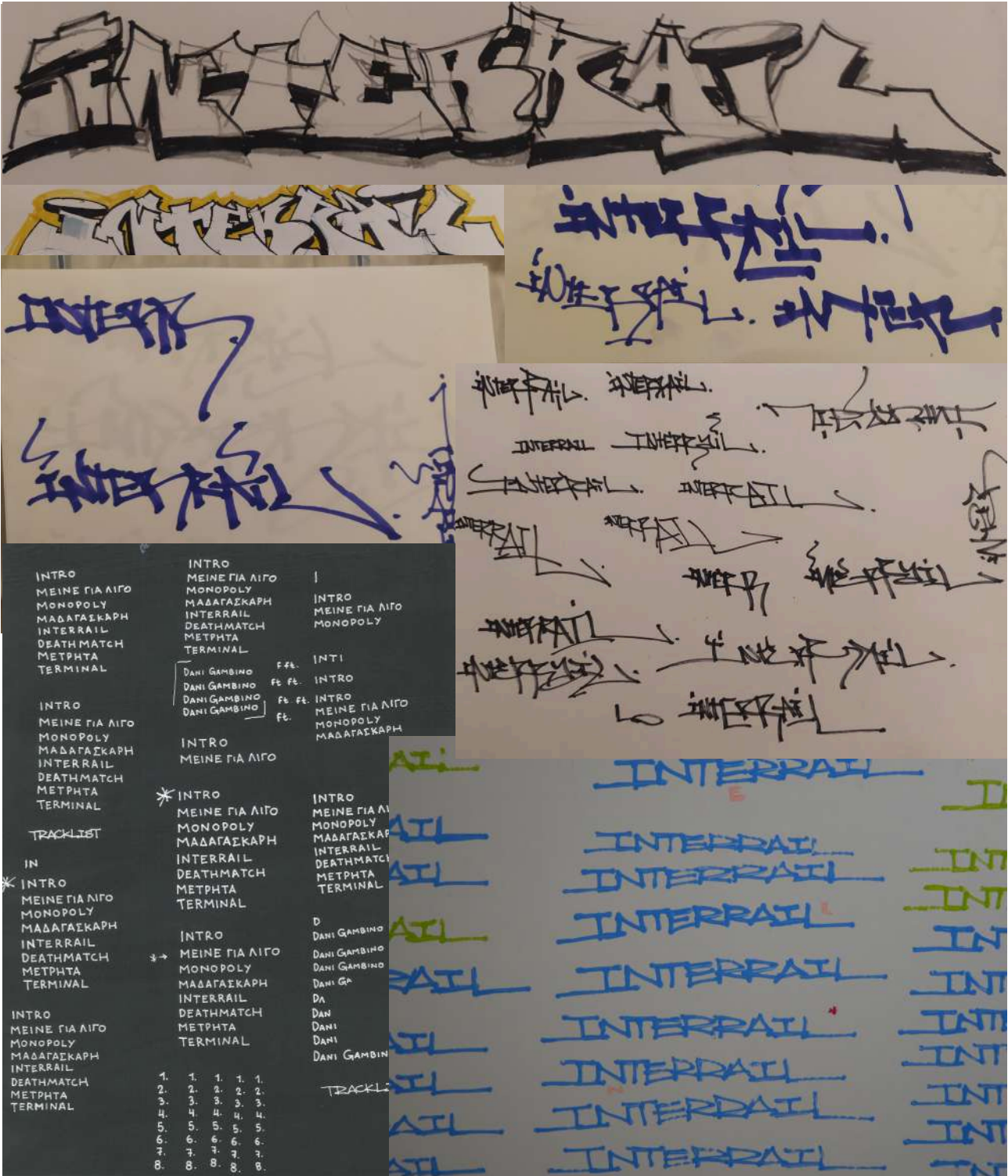
13. Οι φωτογραφίες παρουσιάζουν τη διαδικασία σχεδιασμού πίσω από το εξώφυλλο του άλμπουμ, αποκαλύπτοντας τις διάφορες προσεγγίσεις και τυπογραφικές επιλογές που εξετάστηκαν κατά τη διάρκεια της δημιουργικής διαδικασίας.

Η χρωματική παλέτα είναι εμπνευσμένη από την αναλογική φωτογραφία και την αίσθηση της νοσταλγίας. Οι ήπιες αποχρώσεις επιλέχθηκαν για να δημιουργήσουν μια αίσθηση ζεστασιάς και οικειότητας, ενώ παράλληλα δημιουργούν μια αντίθεση με την τολμηρή τυπογραφία και τις δυναμικές συνθέσεις.



14. Οι δύο φωτογραφίες, τραβηγμένες με αναλογικό φιλμ 35mm, αποτέλεσαν την έμπνευση για την χρωματική παλέτα που χρησιμοποιήθηκε στην ταυτότητα του άλμπουμ. Οι θερμοί τόνοι και τα αντιθετικά χρώματα που αποτυπώνονται στις φωτογραφίες αντικατοπτρίζουν τέλεια το περιπετειώδες, νοσταλγικό και επαναστατικό πνεύμα του άλμπουμ.

Η τυπογραφία δημιουργήθηκε με το χέρι, με το στοιχείο του γκράφιτι να αντιπροσωπεύεται έντονα στο ύφος και την υφή των γραμμάτων. Στόχος ήταν να ενσωματωθεί η κουλτούρα του γκράφιτι στο σχέδιο και να δημιουργηθεί μια αίσθηση επαναστατικότητας και αστικής αυθεντικότητας. Το χειρόγραφο στυλ της τυπογραφίας προσθέτει επίσης μια προσωπική πινελιά στο σχέδιο, αντανakλώντας τη σχέση του καλλιτέχνη με την κουλτούρα του γκράφιτι.



15. Η εικόνα παρουσιάζει την εξερεύνηση διαφορετικών χειρόγραφων γραμμάτων τύπου γκράφιτι για τον τίτλο του άλμπουμ "Interriail". Πειραματίστηκε με διάφορα στυλ και υφές, διατηρώντας παράλληλα την αναγνωσιμότητα των γραμμάτων, για να βρεθεί η κατάλληλη εφαρμογή στον δυναμικό και επαναστατικό τόνο του άλμπουμ. Τα γράμματα αντικατοπτρίζουν την ελεύθερη φύση του ταξιδιού interrail και την ωμή ενέργεια της τέχνης του γκράφιτι.

Όλα αυτά τα στοιχεία σχεδιασμού συνεργάζονται για να δημιουργήσουν μια συνεκτική και έντονη οπτική ταυτότητα που αποτυπώνει την ουσία της μουσικής και του καλλιτέχνη. Οι φωτογραφίες με θέμα τα ταξίδια και την περιπέτεια προκαλούν μια αίσθηση εξερεύνησης και περιέργειας, ενώ η χρωματική παλέτα και η τυπογραφία δημιουργούν μια επαναστατική και αυθεντική αστική ατμόσφαιρα. Η διάταξη κολάζ προσθέτει κίνηση και ενέργεια στο σχεδιασμό, τονίζοντας το δυναμικό εύρος των ήχων, των γλωσσών και των συναισθημάτων που εξερευνά η μουσική. Μαζί, αυτά τα στοιχεία δημιουργούν μια ισχυρή οπτική ταυτότητα που είναι αξιομνημόνευτη και επιβλητική.

3. ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Η εφαρμογή μιας οπτικής ταυτότητας σε διάφορα μέσα μπορεί να δημιουργήσει προκλήσεις αλλά και ευκαιρίες. Στην περίπτωση του λευκώματος της Interrail, η πρόκληση ήταν να διατηρηθεί η συνοχή και η συνέπεια σε διάφορα σημεία επαφής, ενώ παράλληλα να προσαρμοστεί ο σχεδιασμός ώστε να ταιριάζει σε διαφορετικές μορφές και πλαίσια.

Το εξώφυλλο του άλμπουμ ήταν το κύριο σημείο επαφής και έπρεπε να επικοινωνεί αποτελεσματικά την ουσία της μουσικής και του καλλιτέχνη, ενώ παράλληλα να ξεχωρίζει



15. Η εικόνα παρουσιάζει μια μακέτα του digipack για το άλμπουμ "Interrail", με το τελικό σχέδιο του εξωφύλλου.

ανάμεσα σε άλλα άλμπουμ. Η χειρόγραφη τυπογραφία σε στυλ γκράφιτι και το κολάζ φωτογραφιών με θέμα τα ταξίδια προσαρμόστηκαν για το εξώφυλλο, με την παλέτα χρωμάτων να προκαλεί μια αίσθηση νοσταλγίας και περιπέτειας. Ο σχεδιασμός έπρεπε επίσης να μπορεί να προσαρμοστεί για αφίσες και άλλο διαφημιστικό υλικό, διατηρώντας παράλληλα τον αντίκτυπο και την αναγνωσιμότητά του.



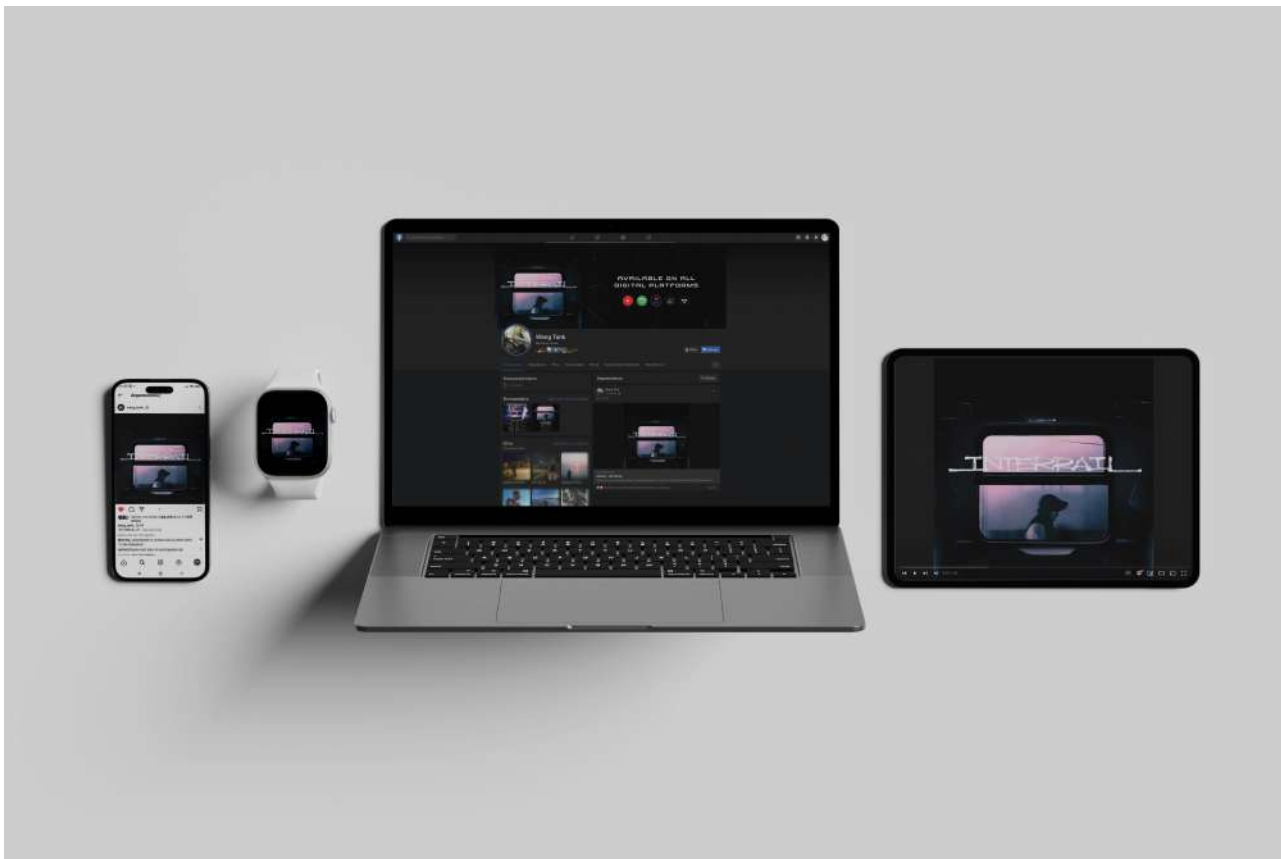
16. Η φωτογραφία παρουσιάζει την πλήρη συσκευασία του άλμπουμ "Interrail". Εξέταση προσεκτικά τη διάταξη και την τοποθέτηση των σχεδιαστικών στοιχείων για να εξασφαλίσει η συνοχή μεταξύ όλων των πλευρών.

Για το merchandise, όπως μπλουζάκια και φούτερ με κουκούλα, σχεδίασα διάφορα artwork εμπνευσμένα από την κουλτούρα του graffiti και το περιπετειώδες πνεύμα του άλμπουμ. Η τολμηρή τυπογραφία και η χρωματική παλέτα χρησιμοποιήθηκαν επίσης για τη δημιουργία των σχεδίων που συμπλήρωναν τη συνολική οπτική ταυτότητα. Κάθε κομμάτι του merchandise δημιουργήθηκε προσεκτικά ώστε να αντικατοπτρίζει την ίδια ουσία με το εξώφυλλο του άλμπουμ, με στοιχεία γκράφιτι, χειρόγραφη τυπογραφία και χρωματικό συνδυασμό που αποτυπώνει το αίσθημα της νοσταλγίας και της περιπέτειας. Στόχος μου ήταν να δημιουργήσω εμπορεύματα που θα λειτουργούσαν όχι μόνο ως αναπαράσταση του καλλιτέχνη και του άλμπουμ, αλλά και ως κομμάτια στιλιστικής έκφρασης που οι ακροατές θα ήθελαν να φορέσουν.



17. Η φωτογραφία δείχνει ένα φούτερ με τον τίτλο του άλμπουμ σε τρία διαφορετικά χρώματα, επιλεγμένα από την χρωματική παλέτα της ταυτότητας. Η τυπογραφία είναι ευδιάκριτη και εντυπωσιακή, τραβώντας την προσοχή στον τίτλο του άλμπουμ και προσθέτοντας μια νευρική και επαναστατική ατμόσφαιρα στο σχεδιασμό.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρείχαν μια εξαιρετική ευκαιρία για την προβολή της οπτικής ταυτότητας σε διάφορες πλατφόρμες, όπως το Instagram, το Twitter και το Facebook. Ο σχεδιασμός προσαρμόστηκε για κάθε πλατφόρμα, έχοντας κατά νου συγκεκριμένες διαστάσεις και απαιτήσεις. Αυτό επέτρεψε τη συνεπή αναγνώριση της επωνυμίας σε όλα τα σημεία επαφής.



18. Στην φωτογραφία εμφανίζοντας μακέτες (mock-up) των πιο συνηθισμένων ηλεκτρικών συσκευών, όπως τηλέφωνα, tablet και φορητούς υπολογιστές, με στιγμιότυπα οθόνης του άλμπουμ σε διάφορες πλατφόρμες.

Η αποτελεσματικότητα της οπτικής ταυτότητας ως προς την επικοινωνία του μηνύματος του άλμπουμ και του καλλιτέχνη παρατηρήθηκε μέσω του feedback και της συμμετοχής του κοινού. Η οπτική ταυτότητα μετέδωσε με επιτυχία την αίσθηση της περιπέτειας, της ποικιλομορφίας και της εξέγερσης που ήταν κεντρικό στοιχείο της ιδέας του άλμπουμ. Η τυπογραφία εμπνευσμένη από το γκράφιτι και το κολάζ με θέμα τα ταξίδια ήταν ευμνημόνευτα και οπτικά ισχυρά, ξεχωρίζοντας ανάμεσα σε άλλα άλμπουμ.

Ο δυνητικός αντίκτυπος της οπτικής ταυτότητας στο κοινό ήταν σημαντικός, καθώς μετέδιδε ένα μήνυμα ενδυνάμωσης και δημιουργικής εξερεύνησης. Ο σχεδιασμός ενθάρρυνε το κοινό να ξεφύγει από το περιβάλλον του και να εξερευνήσει νέους ορίζοντες δημιουργικότητας και φαντασίας, εναρμονισμένο με τα βασικά θέματα του άλμπουμ.

Όπως ανέφερα παραπάνω, η υλοποίηση και η εφαρμογή της οπτικής ταυτότητας για το άλμπουμ Interrail παρουσίασε διάφορες προκλήσεις και ευκαιρίες, αλλά τελικά οδήγησε σε μια συνεκτική και επιτυχημένη οπτική ταυτότητα που επικοινωνήσε αποτελεσματικά την ουσία της μουσικής και του καλλιτέχνη στο κοινό.



19. Η φωτογραφία αποτυπώνει την ενέργεια και τον ενθουσιασμό στην ζωντανή εμφάνιση παρουσίασης του δίσκου γενέτειρά πόλη του καλλιτέχνη την Θεσσαλονίκη. Στο βάθος, μπορείτε να δείτε τη δυναμική και δημιουργική σκηνογραφία που συμπληρώνει τη μουσική και δημιουργεί μια καθηλωτική εμπειρία για το κοινό.

4. ΕΠΙΛΟΓΟΣ / ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

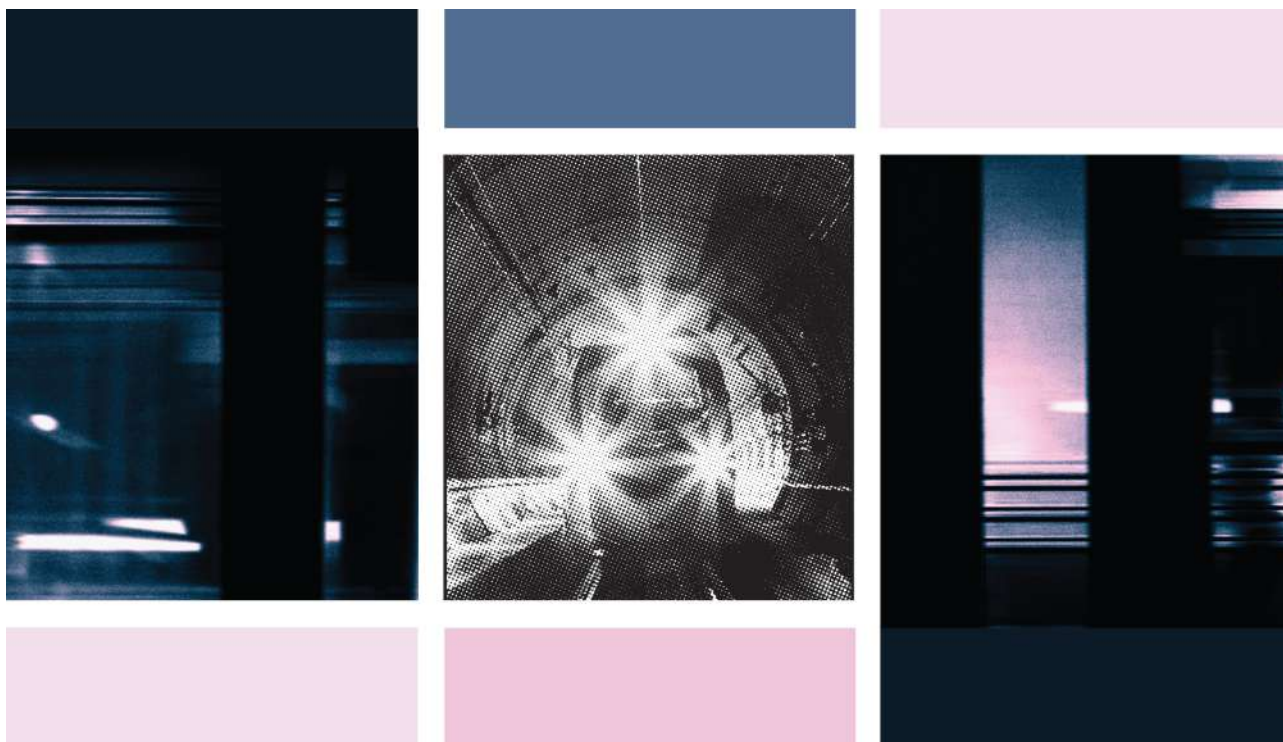
Συμπερασματικά, η οπτική ταυτότητα για το άλμπουμ hip-hop "Interrail" αντλεί έμπνευση από τα ταξίδια, την περιπέτεια και την κουλτούρα του γκράφιτι για να δημιουργήσει μια δυναμική και επαναστατική ταυτότητα που αντανακλά την ποικιλομορφία και τη ζωντάνια της αστικής κουλτούρας. Η δημιουργική διαδικασία περιελάμβανε τη συλλογή φωτογραφιών με θέμα τα ταξίδια, τη δημιουργία ενός φωτογραφικού κολάζ, την επιλογή μιας χρωματικής παλέτας εμπνευσμένης από τη νοσταλγία και τον σχεδιασμό μιας χειρόγραφης τυπογραφίας εμπνευσμένης από το γκράφιτι.

Όσον αφορά την εφαρμογή αυτής της οπτικής ταυτότητας σε διάφορα μέσα, όπως εξώφυλλο άλμπουμ, αφίσες, merchandise και μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η προσαρμογή του σχεδιασμού για διαφορετικές μορφές και πλαίσια απαιτούσε προσεκτική εξέταση της διάταξης, του χρώματος και της τυπογραφίας, ώστε να διασφαλιστεί η συνέπεια και η συνοχή σε όλα τα σημεία επαφής. Η αποτελεσματικότητα της οπτικής ταυτότητας στην επικοινωνία του μηνύματος του άλμπουμ και του καλλιτέχνη και ο δυνητικός αντίκτυπός της στο κοινό εξαρτώνται από την ικανότητά της να αποτυπώνει το πνεύμα της περιπέτειας, της διαφορετικότητας και της εξέγερσης που ενέπνευσε το άλμπουμ.

Αναλογιζόμενοι τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες του σχεδιασμού της οπτικής ταυτότητας, τα κύρια πλεονεκτήματά του έγκεινται στην ικανότητά του να συλλαμβάνει την ουσία του μηνύματος

του άλμπουμ και να το μεταφέρει με οπτικά ελκυστικό και εντυπωσιακό τρόπο. Ωστόσο, μια πιθανή αδυναμία θα μπορούσε να είναι η εξάρτησή του από ορισμένες πολιτιστικές αναφορές, οι οποίες μπορεί να μην έχουν απήχηση σε όλα τα ακροατήρια. Σε μελλοντικά παρόμοια έργα, θα προσέγγιζα τη διαδικασία σχεδιασμού με έμφαση στη δημιουργία μιας οπτικής ταυτότητας που όχι μόνο θα αντικατοπτρίζει το μήνυμα της μουσικής αλλά και θα έχει απήχηση σε ένα ποικίλο και ευρύ κοινό.

Ο ρόλος της οπτικής ταυτότητας στο είδος της χιπ-χοπ μουσικής είναι σημαντικός, καθώς συμβάλλει στην καθιέρωση του εμπορικού σήματος και της ταυτότητας του καλλιτέχνη, στην επικοινωνία της ουσίας της μουσικής και του μηνύματος και συμβάλλει στη συνολική πολιτιστική και κοινωνική σημασία της μουσικής. Οι οπτικές ταυτότητες του χιπ-χοπ αντλούν συχνά από μια σειρά πολιτιστικών αναφορών, από το γκράφιτι και την τέχνη του δρόμου μέχρι τη μόδα και την ποπ κουλτούρα, για να δημιουργήσουν μια μοναδική και δυναμική ταυτότητα που αντανακλά την ποικιλομορφία και τη ζωντάνια της αστικής κουλτούρας.



20. Το moodboard που δημιουργήθηκε για την παρουσίαση, με την παλέτα χρωμάτων που χρησιμοποιήθηκε σε όλο το σχεδιασμό. Ο πίνακας περιλαμβάνει επίσης διάφορες σχεδιαστικές λεπτομέρειες που ξεσήκωσα απο την συσκευασία και το merchandise του άλμπουμ.

5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Chang, J. (2005). *Can't Stop Won't Stop: A History of the Hip-Hop Generation*. New York: St. Martin's Press.
- Forman, M., & Neal, M. A. (Eds.). (2012). *That's the Joint!: The Hip-Hop Studies Reader*. New York: Routledge.
- Toop, D. (1991). *Rap Attack 3: African Rap to Global Hip Hop*. New York: Serpent's Tail.
- Classic Interrail Pass (n.d.). Interrail. Retrieved from <https://www.interrail.eu/en/interrail-passes/classic-interrail-pass>
- Bonner, F. (2012). *Handwritten: Expressive Lettering in the Digital Age*. Gloucester, Massachusetts: Quarry Books.
- Lupton, E. (2014). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. New York: Princeton Architectural Press.
- Pink, S. (2013). *Doing Visual Ethnography*. Los Angeles: Sage Publications.
- Vintage Travel Posters (n.d.). Vintage Everyday. Retrieved from <https://www.vintage-tag.es/2019/06/vintage-travel-posters.html>
- Heller, S. (2015). *The Graphic Design Idea Book: Inspiration from 50 Masters*. London: Laurence King Publishing.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486.
- Martin, J. (2010). *Social Media Marketing: Jump Start Your Business*. New York: John Wiley & Sons.
- Smith, P. (2011). *Guerrilla Art*. London: Laurence King Publishing.
- Ludovic Hunter-Tilney (2022) Rap's international language: How hip-hop crossed borders, *Financial Times*, <https://www.ft.com/content/641fcdd6-c5d5-494b-a4e9-4c4a870b6934>
- Alison Fensterstock (2022) From cult followings to cultural movement: A brief history of New Orleans bounce, *NOLA.com*, https://www.nola.com/entertainment_life/music/article_1d87240e-853f-11ec-9a09-bbc8d8d019a2.html
- Kugelberg, J., & Rausch, D. (2019). *Born in the Bronx: A Visual Record of the Early Days of Hip Hop*. New York: Rizzoli.
- Rose, T. (1994). *Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America*. Hanover, NH: University Press of New England

Μουλός Σταύρος
Πτυχιακή εργασία

Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας μουσικού άλμπουμ.

Πρόδρομος Μάνου
Επιβλέπων καθηγητής

ΜΟΥΛΟΣ ΣΤΑΥΡΟΣ
ΑΜ:13040
stavrosmoul@yahoo.gr

Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής
Σχολή Εφαρμοσμένων τεχνών και πολιτισμού.
Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας

01.

Εισαγωγή

Πρόλογος

Η παρακάτω πτυχιακή εργασία αφορά το σχεδιασμό πλήρους οπτικής ταυτότητας του δίσκου INTERRAIL του καλλιτέχνη WANG ο οποίος κυκλοφόρησε τον Απρίλιο του 2022, και, έως σήμερα, μετράει περίπου 10K streams.

Η ιδέα, η στρατηγική και ο σχεδιασμός της οπτικής ταυτότητας του δίσκου και των μέσων προώθησης του υλοποιήθηκαν εξ ολοκλήρου από εμένα, και έπειτα, το project εμπλουτίστηκε και επανασχεδιάστηκε σε μορφή παρουσίασης, αποκλειστικά για το σκοπό αυτής της πτυχιακής εργασίας.

Interrail

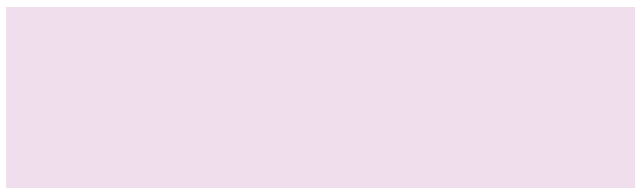
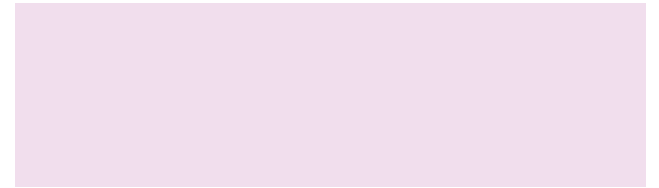
Το Interrail αποτελεί εισιτήριο all-in-one pass, που σου επιτρέπει να ταξιδεύεις με οποιοδήποτε τρένο σε 33 ευρωπαϊκές χώρες.

Η έμπνευση του παρακάτω project έχει ως γνώμονα τις ταξιδιωτικές εμπειρίες του καλλιτέχνη μέσω της ενασχόλησής του με την τέχνη του graffiti.



Περιεχόμενα

01 Εισαγωγή	2	04 Έντυπα	26	08 Website	58
Πρόλογος	2	4.1 Αφίσες	26	8.1 Χρωματική παλέτα	58
Περιεχόμενα	4	4.1.1 τυπογραφία	30	8.2 Τυπογραφία	59
02 Έρευνα	6	4.1.2 Artwork	31	8.3 Ιστοσελίδα	60
2.1 Mind map	6	4.2 Εισιτήρια	32		
2.2 Moodboard	6	4.2.1 Τυπογραφία	33		
03 Digipack	8	4.2.2 Artwork	33		
3.1 Χρωματική παλέτα	8	05 Social media	34		
3.2 Γραφική ύλη	9	5.1 Facebook	34		
3.3 Εξώφυλλο	10	5.2 Instagram	35		
3.3.1 Τυπογραφία	11	5.3 Youtube	36		
3.3.2 Artwork	11	5.4 Spotify	37		
3.4 Οπισθόφυλλο	12	06 Σκηνογραφία	40		
3.4.1 Τυπογραφία	13	07 Merchandise	46		
3.4.2 Artwork	13	7.1 T-shirt	46		
3.5 Εσωτερική όψη	14	7.2 Hoodie	50		
3.6 Compact Disk	16	7.3 Sweatshirt	54		
3.7 Ανάπτυγμα	18	7.4 Σκούφορ/Κάλτσες	56		
3.8 Booklet	20				



Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας

Interrail

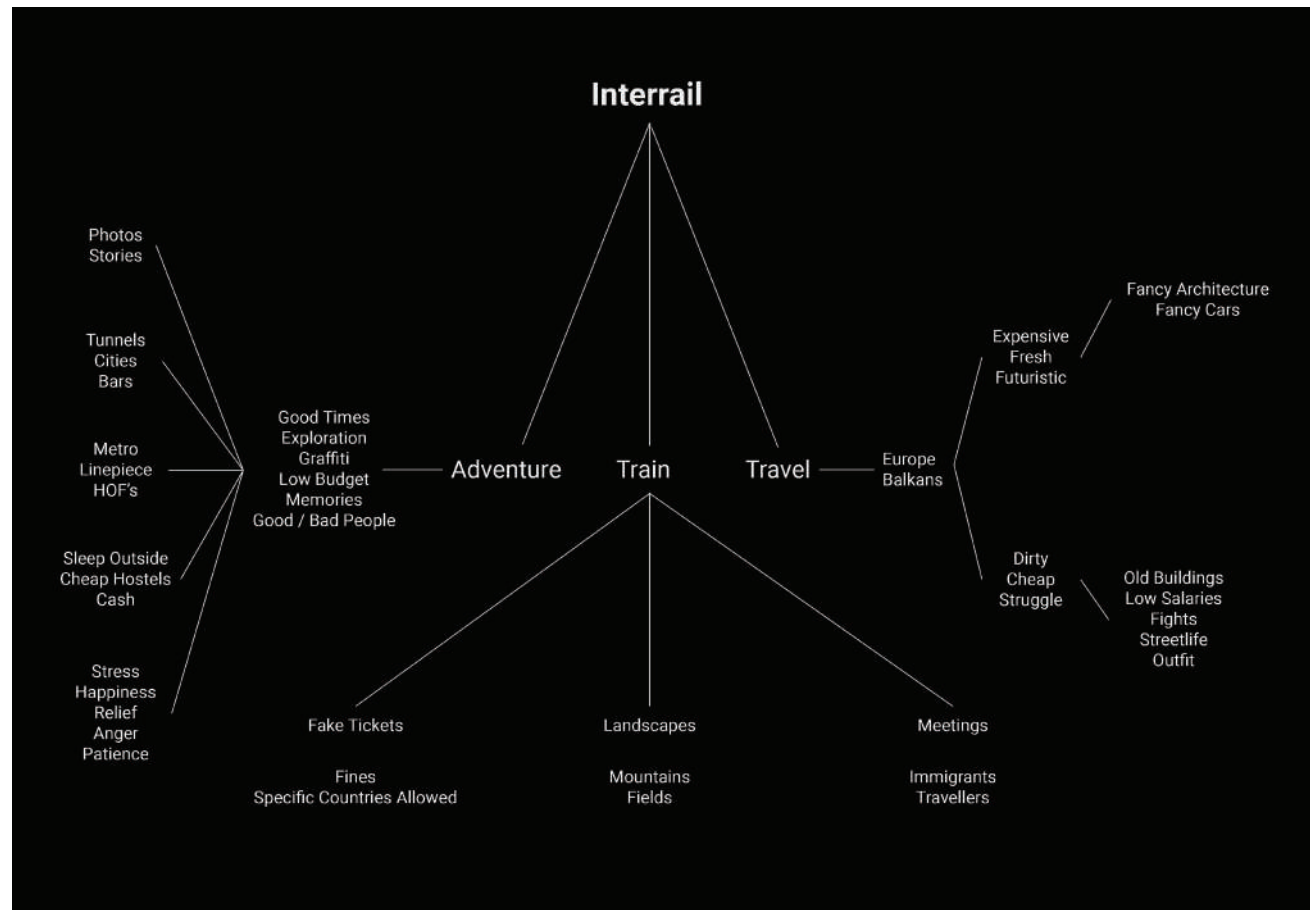
02. Έρευνα

2.1 Mind map

Σε συνεργασία με τον καλλιτέχνη δημιουργήσαμε ένα mind map, γύρω από τον όρο Interrail και καταλήξαμε ότι έννοιες όπως, metro, dirty, struggle, tunnels, memories, streetlife θα χρησιμοποιηθούν ως κύριο σημείο αναφοράς για τον σχεδιασμό.

2.2 Moodboard

Προκειμένου να οπτικοποιήσω τις παραπάνω έννοιες, δημιούργησα ένα κολάζ με έντυπο και φωτογραφικό υλικό από το προσωπικό αρχείο του καλλιτέχνη.

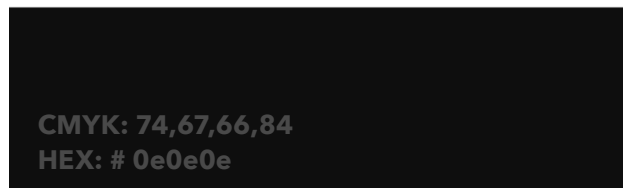
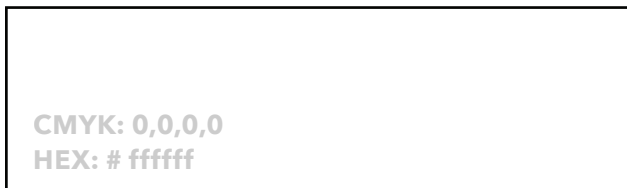
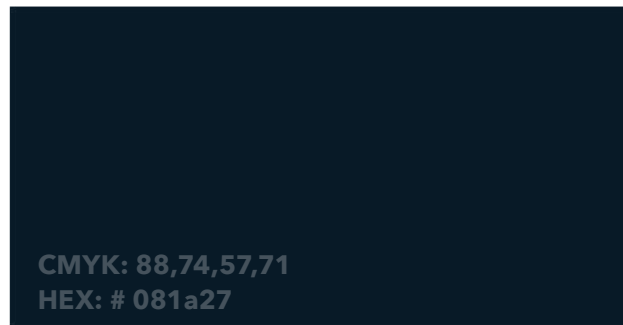
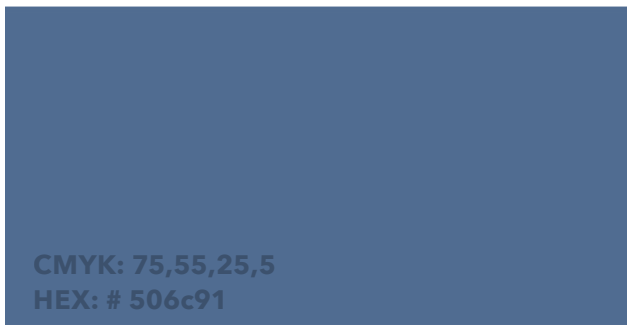
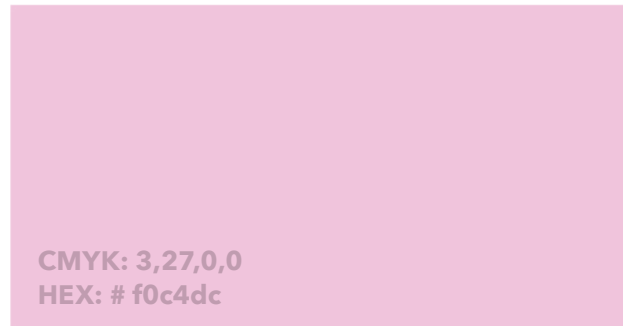
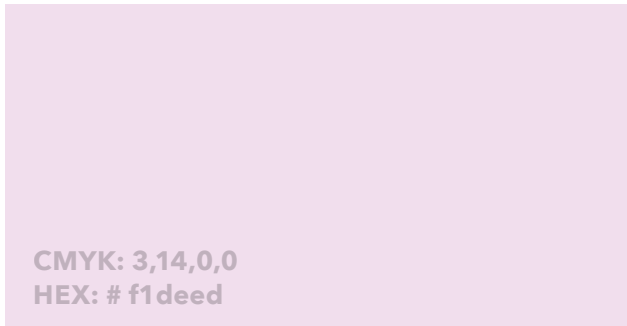




Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας

Interrail

03. Digipack



3.1 Χρωματική παλέτα

Με την επιλογή αυτής της χρωματικής παλέτας προσπάθησα να αποτυπώσω το αίσθημα της ευχάριστης ανάμνησης που αφήνει η εμπειρία ενός ταξιδιού, σε αντίθεση με την ένταση την οποία μπορεί να το βιώνει κάποιος κατά την διάρκεια του.

Για αυτό το λόγο, δημιουργήθηκε η συγκεκριμένη χρωματική παλέτα, η οποία αποτελείται από 6 χρώματα.

Το ροζ επιλέχθηκε γιατί είναι ένα χρώμα που προκαλεί απλά συναισθήματα, όπως αυτό της νοσταλγίας για την παιδική ηλικία, ενώ παράλληλα είναι χρώμα των αντιθέσεων, καθώς παραπέμπει ταυτόχρονα σε αθωότητα, αλλά και σε πάθος.

Το μπλε αντιπροσωπεύει τον ουρανό και τη θάλασσα και παραπέμπει σε ανοιχτό χώρο, ελευθερία και ένστικτο.

3.2 Γραφική ύλη

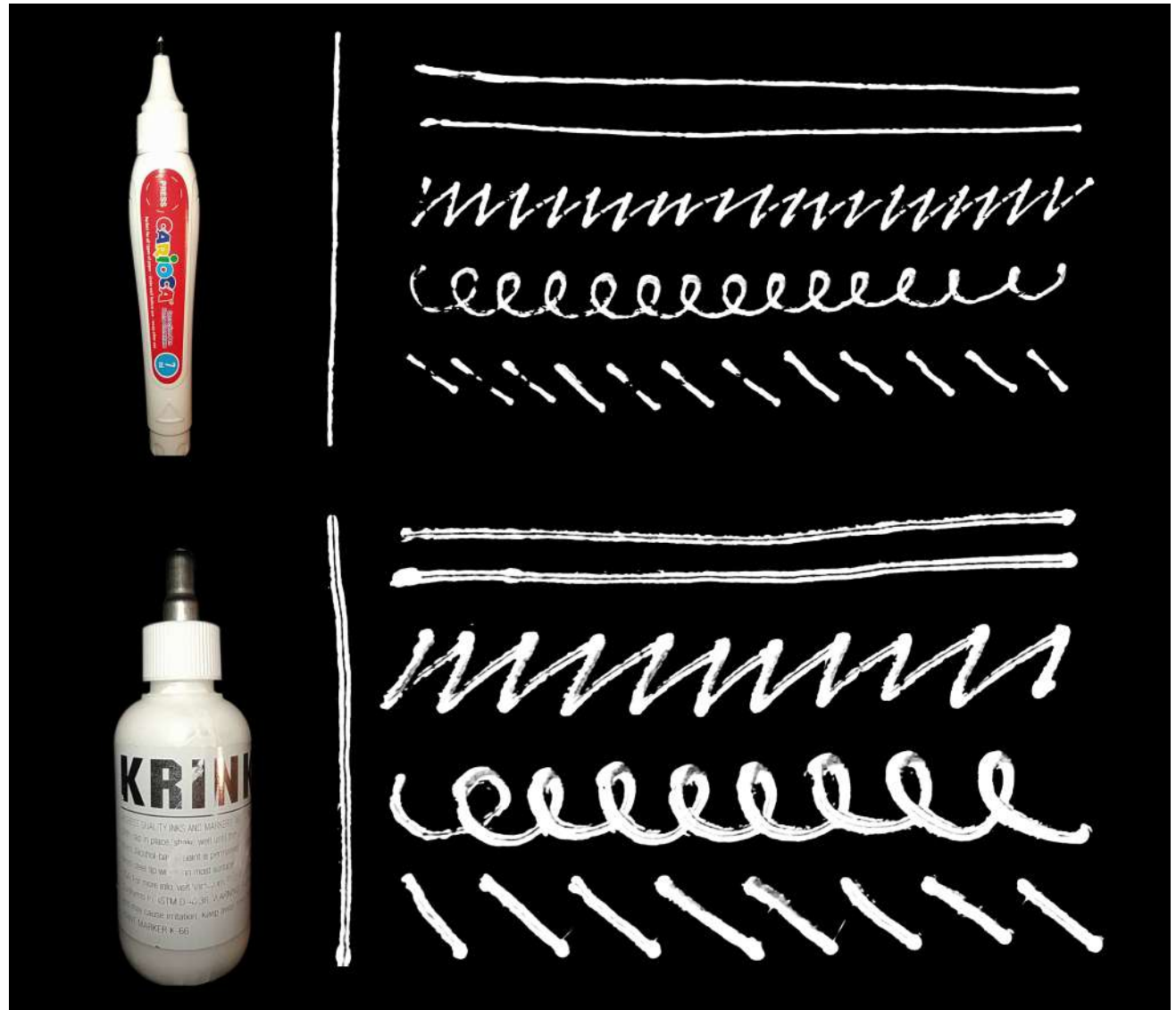
Η τυπογραφία σχεδιάστηκε χειρόγραφα, και για τη δημιουργία της χρησιμοποιήθηκαν δύο πέννες, παρόμοιας αισθητικής απόδοσης, αλλά διαφορετικού πάχους.

Το πρώτο είναι το κοινό διορθωτικό σε μορφή 'στιλό', με πάχος γραφής 1.2mm.

Το δεύτερο ονομάζεται metal head και χρησιμοποιείται κυρίως στο graffiti, και ενδείκνυται για εφαρμογή σε τραχείες επιφάνειες, με πάχος περίπου 2.5 mm.

Λόγω της μεταλλικής μύτης, και οι δύο πέννες δημιουργούν ανισόπαχες και ασυνεχείς γραμμές και ανόμοια τελειώματα.

Είναι δύο υλικά που συναντά κάποιος συχνά σε δημόσιους χώρους, όπως οι στάσεις τρένων και λεωφορείων.



3.3 Εξώφυλλο

Το artwork του εξωφύλλου ήθελα να έχει την αισθητική της αναλογικής φωτογραφίας και ως κύριο θέμα το τρένο, αλλά εστιάζει στον καλλιτέχνη, για να δίνει την αίσθηση του βιωματικού χαρακτήρα του άλμπουμ.

Έτσι, δημιούργησα ένα φωτογραφικό κολάζ, με τη φιγούρα του καλλιτέχνη να πλαισιώνεται από ένα παράθυρο τρένου και μερικές λεπτομέρειες από την εσωτερική πλευρά του βαγονιού, βάζοντας, με αυτό τον τρόπο, το θεατή να δει από τη θέση του επιβάτη.

Το τρένο φαίνεται να είναι ακίνητο, με τα φώτα σβηστά, και η φιγούρα του καλλιτέχνη είναι το μόνο πράγμα στην εικόνα που έχει μία ελαφριά κίνηση.

Το σκηνικό φωτίζεται από μία μόνο πηγή φωτός και διαδραματίζεται σε εσωτερικό χώρο.

Βάσει του σχήματος και του μεγέθους του παραθύρου, δημιούργησα ένα πλέγμα διάταξης, το οποίο εφαρμόσα και στις υπόλοιπες όψεις του digipack.





3.3.1 Τυπογραφία

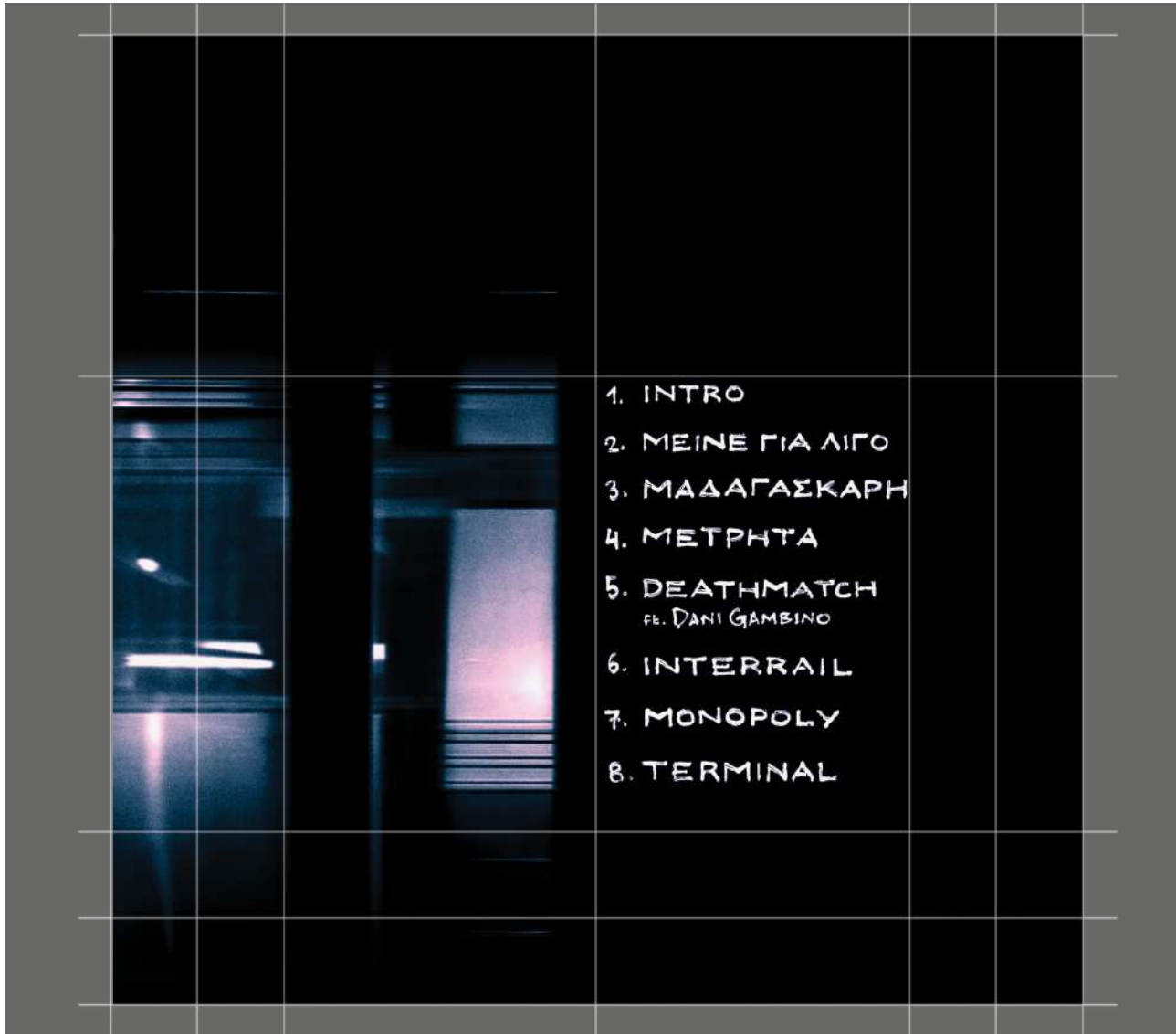
Για τον τίτλο του άλμπουμ δημιουργήθηκε μία χειρόγραφη λατινική γραμματοσειρά, που επιμηκύνεται συμμετρικά στην αρχή και στο τέλος της λέξης, εκμεταλλευόμενη τις οριζόντιες γραμμές των γραμμάτων «I» και «L», δίνοντας την αίσθηση της κίνησης και της ταχύτητας.



3.3.2 Artwork

Για την κατασκευή του εσωτερικού του τρένου χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία από τρεις διαφορετικές φωτογραφίες.

Το κεντρικό θέμα του artwork αποτελείται από το παράθυρο του τρένου, μία φωτογραφία του καλλιτέχνη και ένα background τοίχου που αποδεικνύει πως ο καλλιτέχνης και το τρένο βρίσκονται σε εσωτερικό χώρο.



3.4 Οπισθόφυλλο

Διατηρώντας την αισθητική της αναλογικής φωτογραφίας, το οπισθόφυλλο απεικονίζει το τρένο, αυτή τη φορά, από την εξωτερική πλευρά, φέρνοντας το θεατή στη θέση που βρίσκεται ο καλλιτέχνης στο εξώφυλλο.

Η ένταση και η ποσότητα του φωτός, καθώς και η παρουσία της κολώνας, εξακολουθεί να δίνει την εντύπωση ότι το τρένο βρίσκεται σε εσωτερικό χώρο.

Τα φώτα στο εσωτερικό του τρένου φαίνονται να παραμένουν σβηστά, αλλά αυτή τη φορά η αίσθηση της κίνησης εντοπίζεται στο βαγόνι του τρένου και η μοναδική πηγή του φωτός αντανακλά στη γυαλιστερή επιφάνεια του τρένου, συμβάλλοντας στη συνοχή με τα υπόλοιπα artworks του άλμπουμ, καθώς δίνεται η αίσθηση ότι όλα διαδραματίζονται στον ίδιο χώρο, αλλά από διαφορετική οπτική.

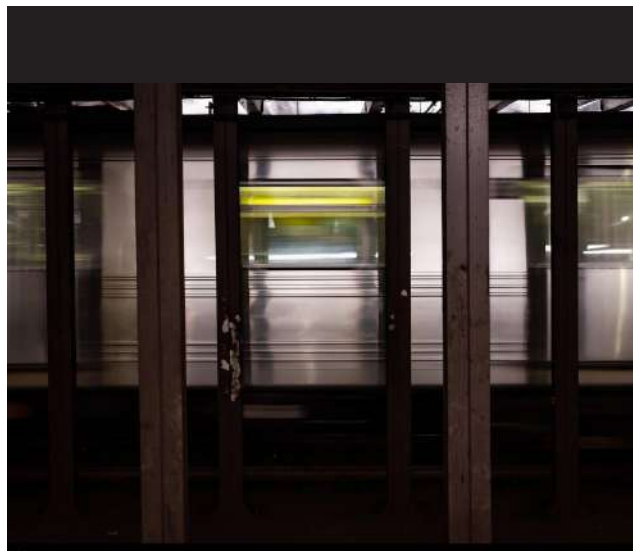
Αυτή η σύνδεση που έχουν μεταξύ τους, χρησιμοποιείται ως μέσο αφήγησης, που οπτικοποιεί μία σύντομη ιστορία.

Εφαρμόζεται το ίδιο πλέγμα με αυτό του εξωφύλλου για τη διάταξη πληροφοριών.



3.4.1 Τυπογραφία

Για τους τίτλους των τραγουδιών δημιουργήθηκε μία monospaced ελληνική και λατινική κεφαλαιογράμματη γραμματοσειρά, εμπνευσμένη από την αισθητική συνθημάτων γραμμένων με μαρκαδόρο σε δημόσιους χώρους, όπως τουαλέτες, στάσεις, σταθμούς και μπαρ.



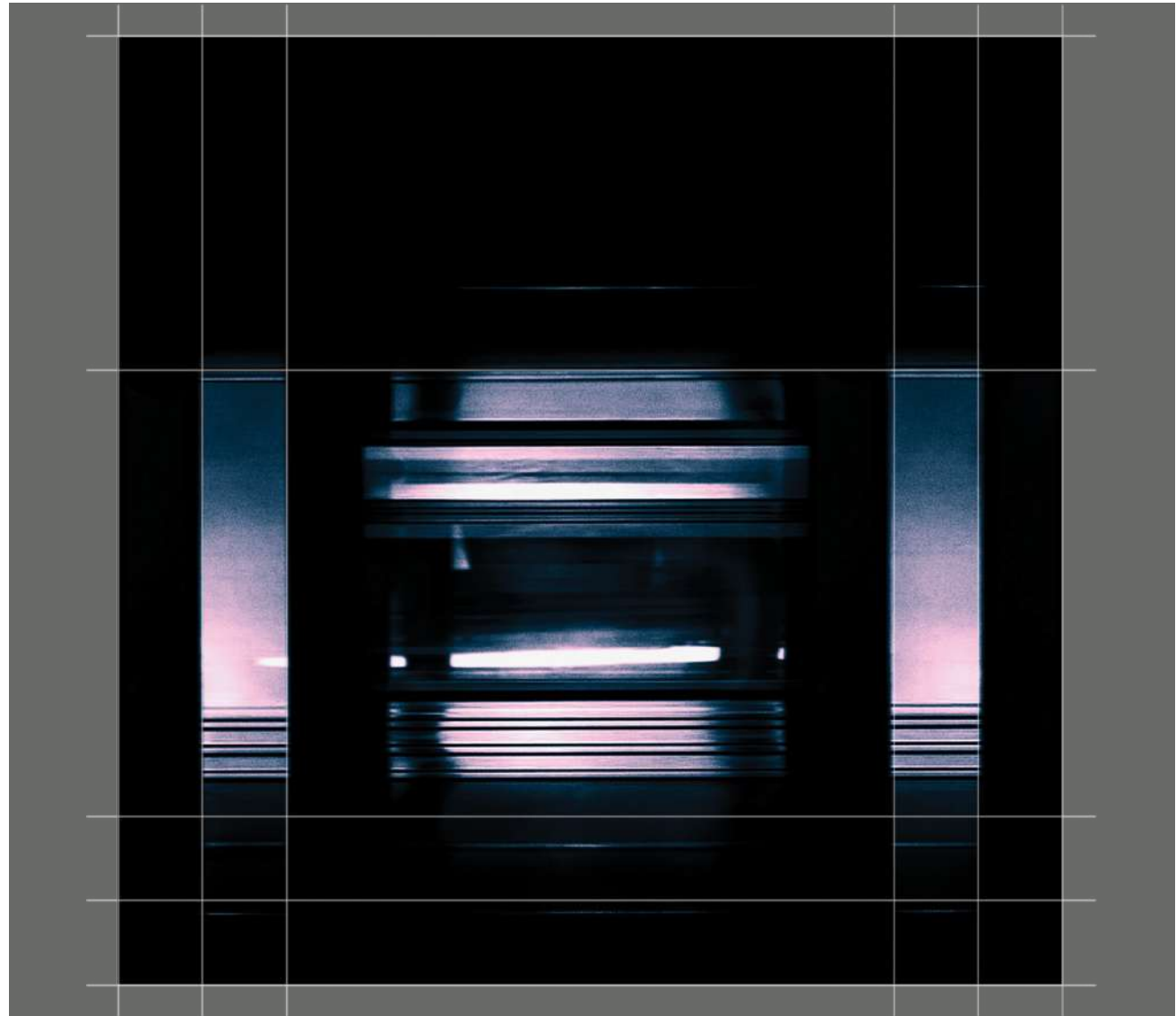
3.4.2 Artwork

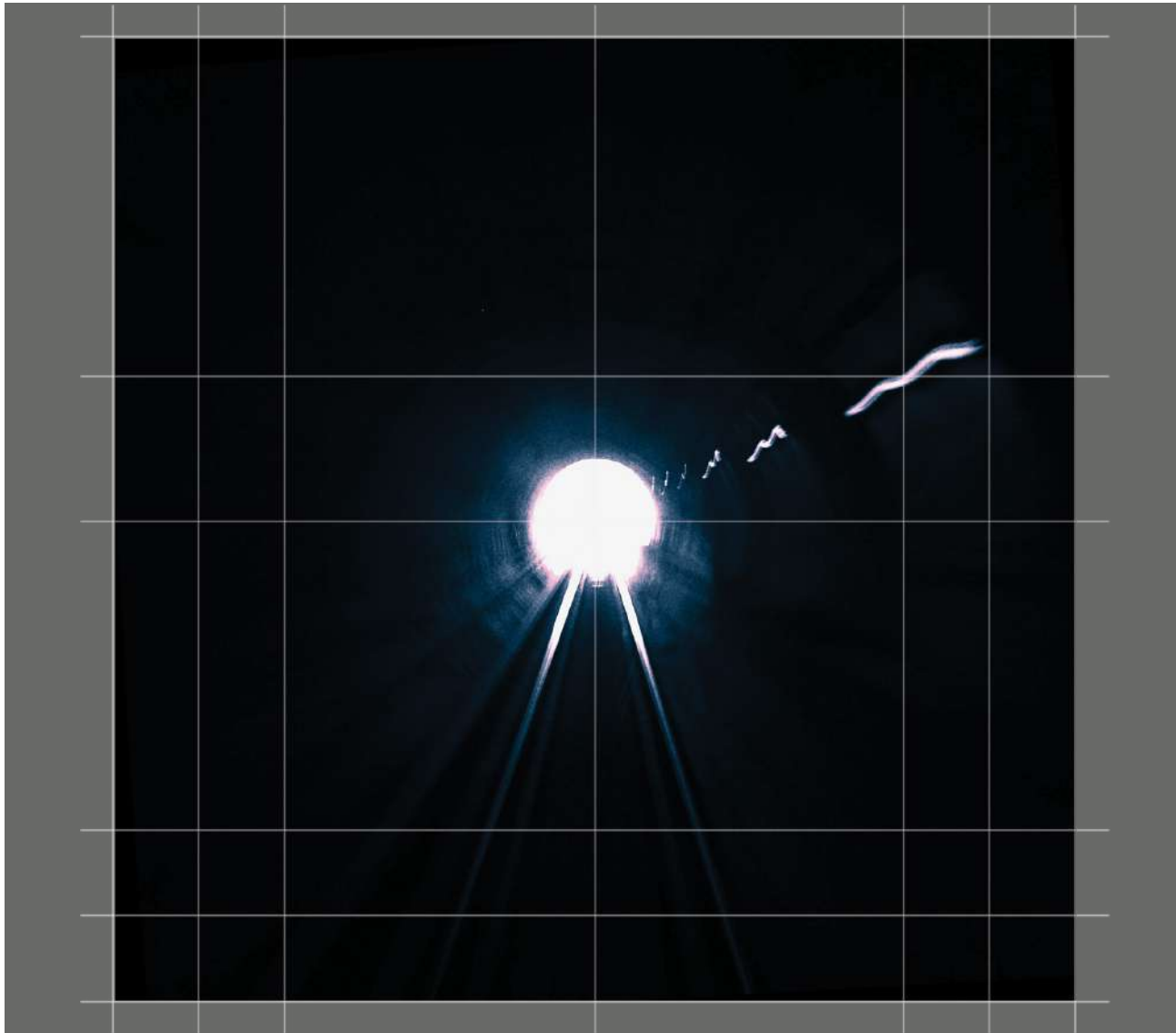
Για τη δημιουργία του οπισθοφύλλου και του εσωφύλλου χρησιμοποιήθηκαν κομμάτια από την ίδια φωτογραφία, τα οποία επεξεργάστηκαν, ώστε να συνάδουν στο ύφος και τη χρωματική παλέτα.

3.5 Εσωτερική όψη

Η αριστερή πλευρά του εσωτερικού είναι το εσώφυλλο, όπου απεικονίζεται ένα τρένο εν κινήσει, που το παράθυρο του συμπίπτει με το μέγεθος και τη θέση του παραθύρου που βρίσκεται στο εξώφυλλο.

Η επαναλαμβανόμενη παρουσία των στοιχείων του φωτός και της κολώνας, που εμφανίζονται και σε αυτό το artwork, συμβάλλουν στην συνοχή της αφήγησης.





Η δεξιά πλευρά του εσωτερικού είναι αυτή που βρίσκεται κάτω από το CD. Όσο το CD είναι στη θήκη του είναι ορατό μόνο το κεντρο και οι γωνίες.

Η φωτογραφία που επέλεξα, ταιριάζει γεωμετρικά με το σχήμα της θήκης του δίσκου.

Συμβολικά, διάλεξα την έξοδο από το τούνελ ως το τελευταίο κομμάτι της οπτικής αφήγησης.

3.6 Δίσκος

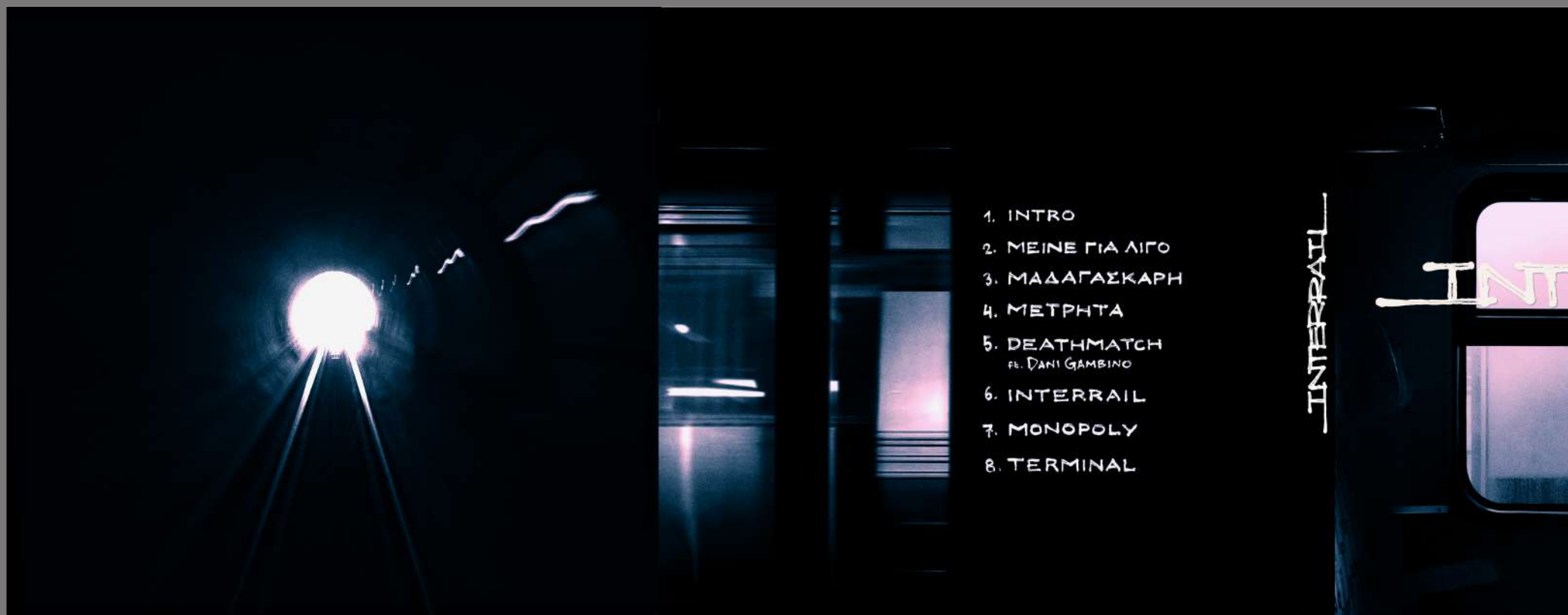
Στο δίσκο απεικονίζεται γραμμικά και μονόχρωμο το logo του εισιτηρίου Interrail. Περιμετρικά γύρω από το logo εμφανίζονται τα ονόματα των μουσικών παραγωγών που συμμετείχαν στο άλμπουμ. Το όνομα του καλλιτέχνη στοιχίζεται κεντρικά με το όνομα του άλμπουμ.





Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας

Interrail





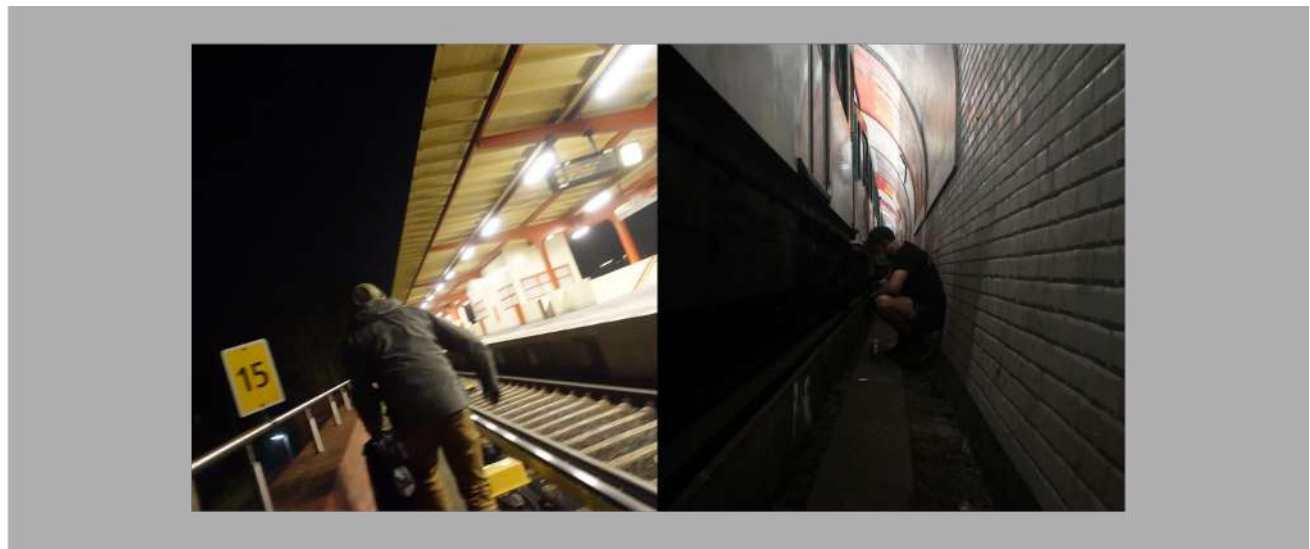
3.7 Ανάπτυγμα

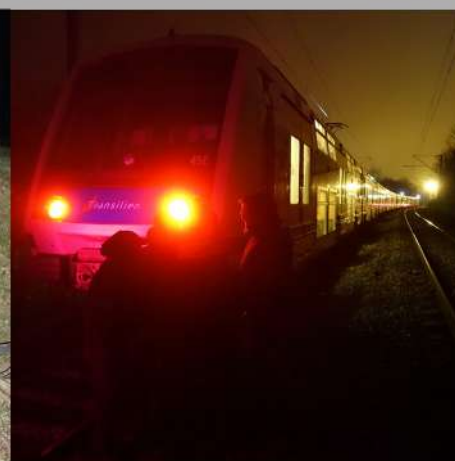
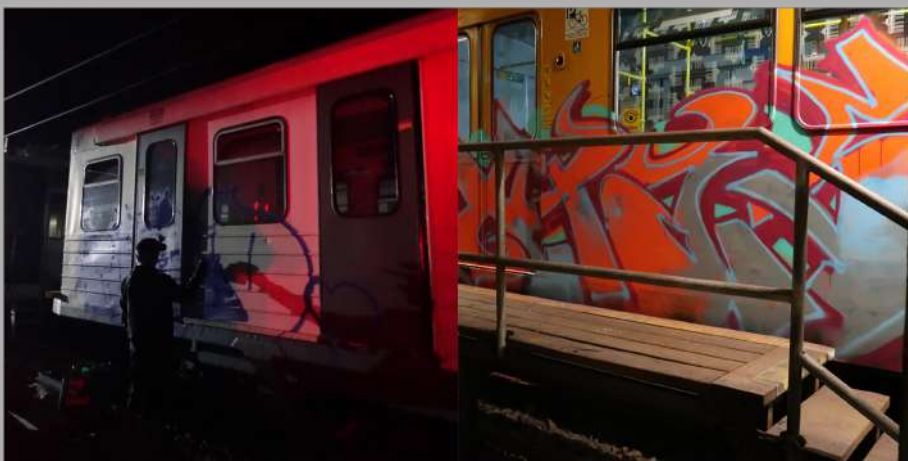
Σε αυτό το στάδιο, σύνθεσα όλες τις πλευρές του άλμπουμ σε ένα ανάπτυγμα, έτοιμο προς εκτύπωση, και ελέγχθηκε η τελική συνοχή μεταξύ των artworks.

3.8 Booklet

Στο εσωτερικό του digirack περιλαμβάνεται ένα έγχρωμο δωδεκασέλιδο φωτογραφικό έντυπο.

Το booklet εφαρμόζει σε μία σχισμή στο εσώφυλλο. Το εξώφυλλο του δωδεκασέλιδου είναι το ίδιο με το εσώφυλλο αλλά σε ασπρό και μαύρο χρώμα.





Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας

Interrail



Πτυχιακή εργασία

Μουλός Σταύρος



Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας

Interrail



Πτυχιακή εργασία



Μουλός Σταύρος



Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας

Interrail

4. Έντυπα

4.1 Αφίσες

Για το τουρ παρουσίασης του δίσκου, δημιουργήθηκαν δύο αφίσες. Μία για την προώθηση ολόκληρου του τουρ και μία για την κάθε εκδήλωση ξεχωριστά.

Οι αφίσες των εκδηλώσεων τυπώθηκαν και τοιχοκολλήθηκαν σε φυσική μορφή, με μέγεθος 35x50cm.



Πτυχιική εργασία



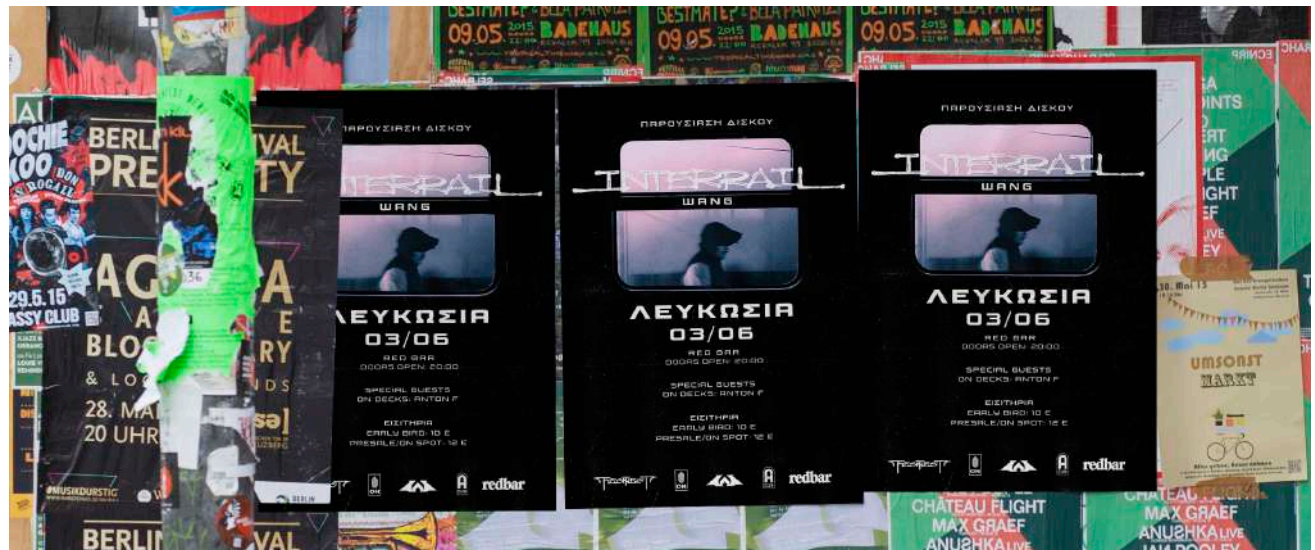
Μουλός Σταύρος



Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας



Interrail



Πτυχιική εργασία

Μουλός Σταύρος



Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας



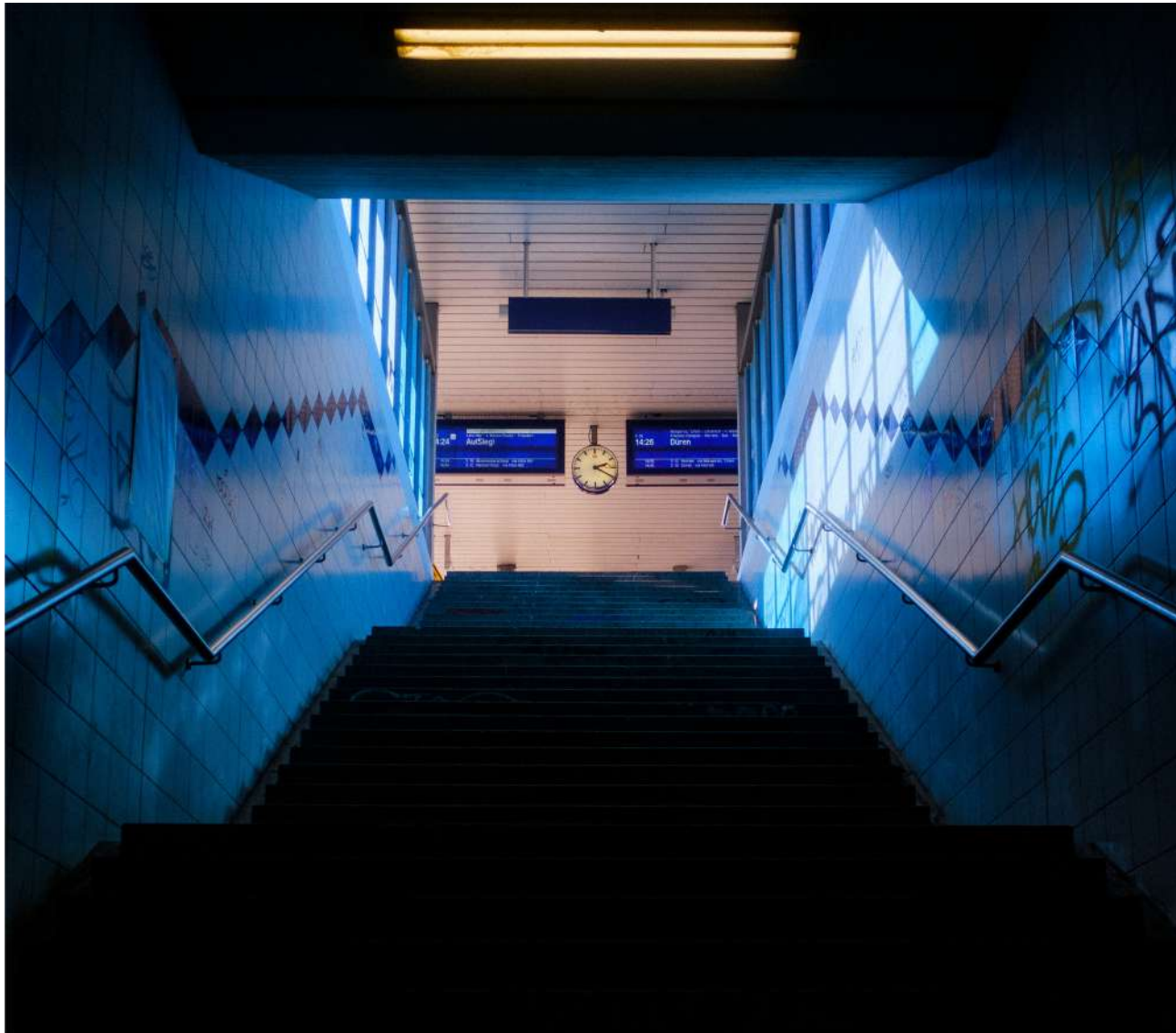
Interrail

4.1.1 Τυπογραφία

Στις αφίσες επέλεξα να χρησιμοποιήσω την ελληνική και λατινική κεφαλαιογράμματα monospaced γραμματοσειρά VENUS RISING.

Η αναλογία ύψους ,πλάτους και ο σύγχρονος γεωμετρικός σχεδιασμός των γραμμάτων δίνουν μία σύγχρονη όψη στις αφίσες,ταιριάζοντας παράλληλα με τα χειρόγραφα γράμματα του τίτλου.





4.1.2 Artwork

Η φωτογραφία που χρησιμοποιήθηκε για την αφίσα του τουρ είναι από το προσωπικό αρχείο του καλλιτέχνη.




Οι τρεις λόγοι για τους οποίους επιλέχθηκε είναι:




- η συμμετρία της λήψης
- οι αρνητικοί χώροι που δημιουργούν ευνοϊκό χώρο για την τυπογραφία
- το θέμα, που είναι οι δύο πίνακες που ανακοινώνουν διαφορετικούς προορισμούς, όπως ακριβώς και ο σκοπός της αφίσας.

4.2 Εισιτήρια

Ο σχεδιασμός και το μέγεθος του εισιτηρίου είναι ρέπλικα του πραγματικού εισιτηρίου Interrail, αλλά επάνω αναγράφονται οι πληροφορίες της εκδήλωσης.

Σχεδιάστηκε και το τριμερές ανάπτυγμα του εισιτηρίου προς εκτύπωση.

		INTERRAIL		FULL NAME : WANG TANK POTENTIAL : FIVE CITY : SKG	
* * * * *		LIVE DATE: 13/05/2022		PASS/ID-NR :	
	DATE	TIME	FROM	---	TO
	*	*	THESSALONIKI	---	KSANTHI (NOSTOS live)
	*	*	DOORS OPEN	---	20:00
FULL ALBUM DURATION: 00:26:50 TRACKS: 8					
VALID :			THE DRIVER AND THE CREW MEMBERS WISH YOU A PLEASANT JOURNEY.		
					PRICE EUR **12,00 (συμπ. 6% ΦΠΑ)
FIVE STARS ΑΦΜ:156472578 ΔΟΥ:Δ ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ Τ.Κ: 54634 ΘΕΣ/ΝΙΚΗ					

INTERRAIL		INTERRAIL	FULL NAME : WANG TANK POTENTIAL : FIVE CITY : SKG	PASS/ID-NR : 	INTERRAIL					
AAAAAAA	* * * * *	LIVE DATE: 00/00/00000			AAAAAAA					
00/00/0000 00:00		DATE	TIME	FROM	---	TO	DATE	TIME	CLUB	
NR. 		*	*	THESSALONIKI	---	KSANTHI	*	*	A	
FIVE STARS ΑΦΜ:156472578 ΔΟΥ:Δ ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ Τ.Κ: 54634 ΘΕΣ/ΝΙΚΗ		*	*	DOORS OPEN	---	20:00			*	
		FULL ALBUM DURATION: 00:26:50 TRACKS: 8								
		VALID :			THE DRIVER AND THE CREW MEMBERS WISH YOU A PLEASANT JOURNEY.			PRICE EUR **12,00 (συμπ. 6% ΦΠΑ)		
		FIVE STARS ΑΦΜ:156472578 ΔΟΥ:Δ ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ Τ.Κ: 54634 ΘΕΣ/ΝΙΚΗ								

Αριθμός Εισιτηρίου
 Ασημότυπο αυθεντικότητας



4.2.1 Τυπογραφία

Για τα εισιτήρια χρησιμοποίησα την ελληνική και λατινική γραμματοσειρά HELVETICA NEUE σε δύο διαφορετικά βάρη.

Σχεδιαστικά ταυτιζόταν σχεδόν απόλυτα με αυτήν που χρησιμοποιείται στην πιό σύγχρονη έκδοση των εισιτηρίων Interrail.



4.2.2 Artwork

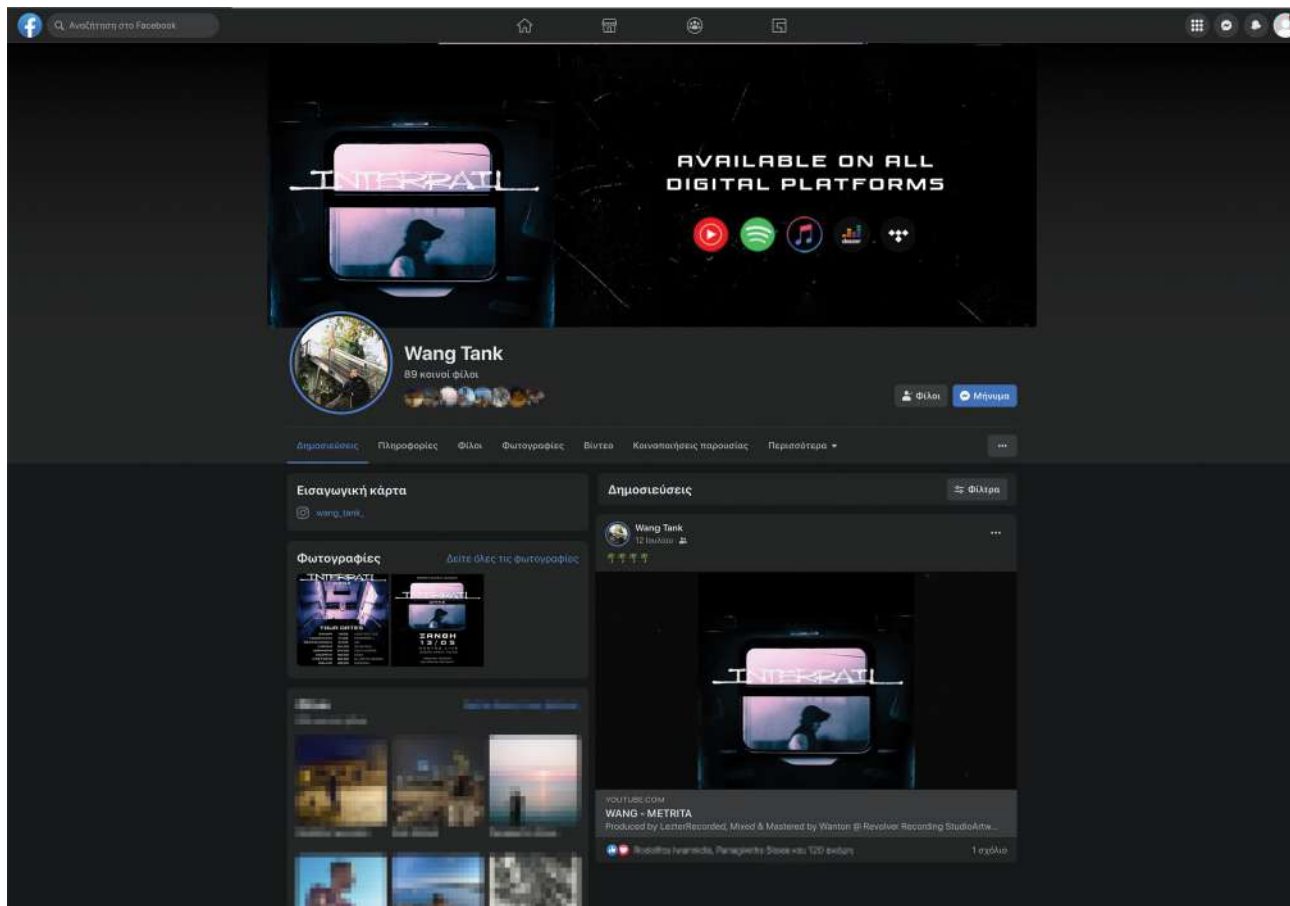
Συγκέντρωσα εικόνες εισιτηρίων Interrail και δημιούργησα ένα νέο κρατώντας τα στοιχεία της αρεσκείας μου.

Στις αναγραφόμενες πληροφορίες προσαρμόστηκαν τα ακριβής στοιχεία της συναυλίας, το λογότυπο του καλλιτεχνή, QR code, πληροφορίες για τον δίσκο και τα φορολογικά στοιχεία της εταιρίας παραγωγής καθώς το απόκομμα λειτουργεί σαν παραστατικό απόδειξης στις hard copy πωλήσεις.

Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας

Interrail

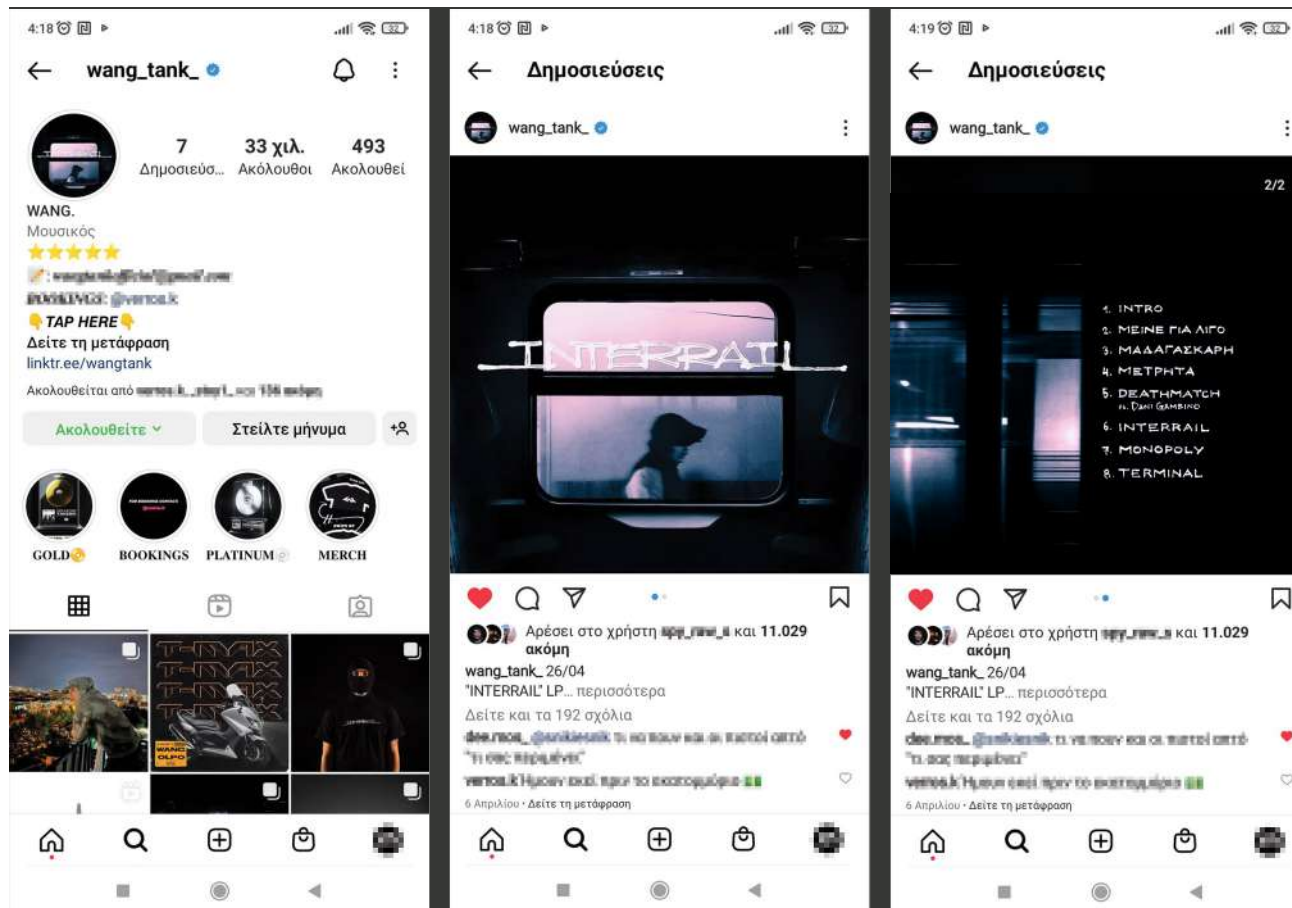
5. Social Media



5.1 Facebook

Για την εικόνα εξωφύλλου στο προφίλ του καλλιτέχνη δημιούργησα ένα προωθητικό banner του δίσκου με αναλογία 16:9. Η γραμματοσειρά του σλόγκαν «available on all digital platforms» είναι ίδια με αυτή που χρησιμοποίησα στις αφίσες και από κάτω τα λογότυπα από τις πιο δημοφιλείς online μουσικές πλατφόρμες που είναι διαθέσιμος ο δίσκος.

Στο στιγμιότυπο υπάρχουν σε μικρογραφία οι αφίσες στον πίνακα των φωτογραφιών και ένα τραγούδι από τον δίσκο στον πίνακα των δημοσιεύσεων.



5.2 Instagram

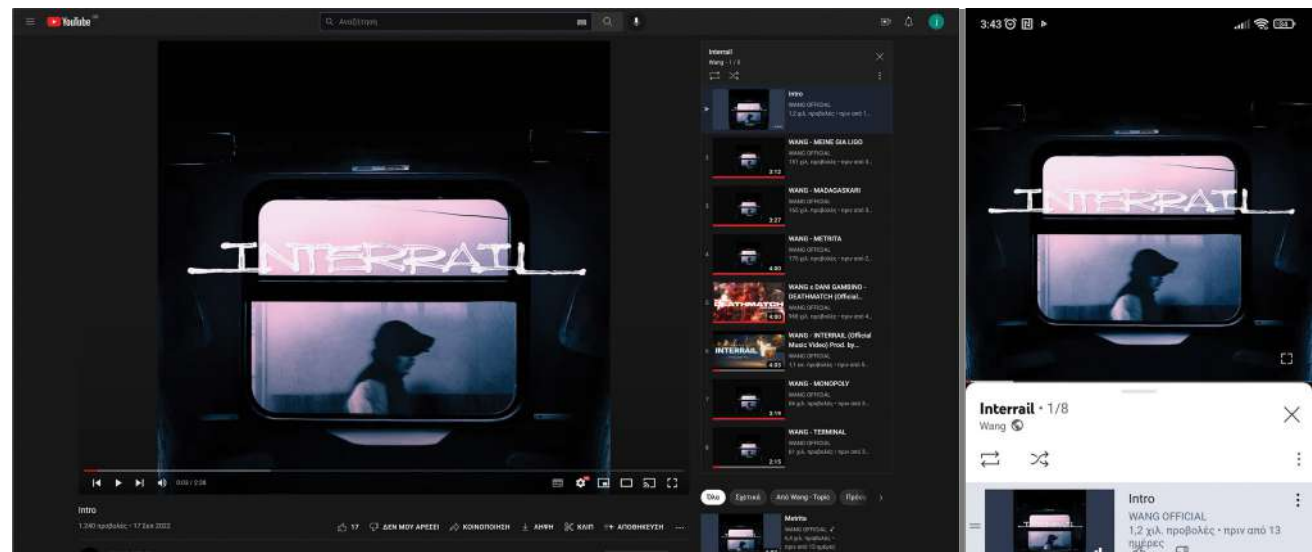
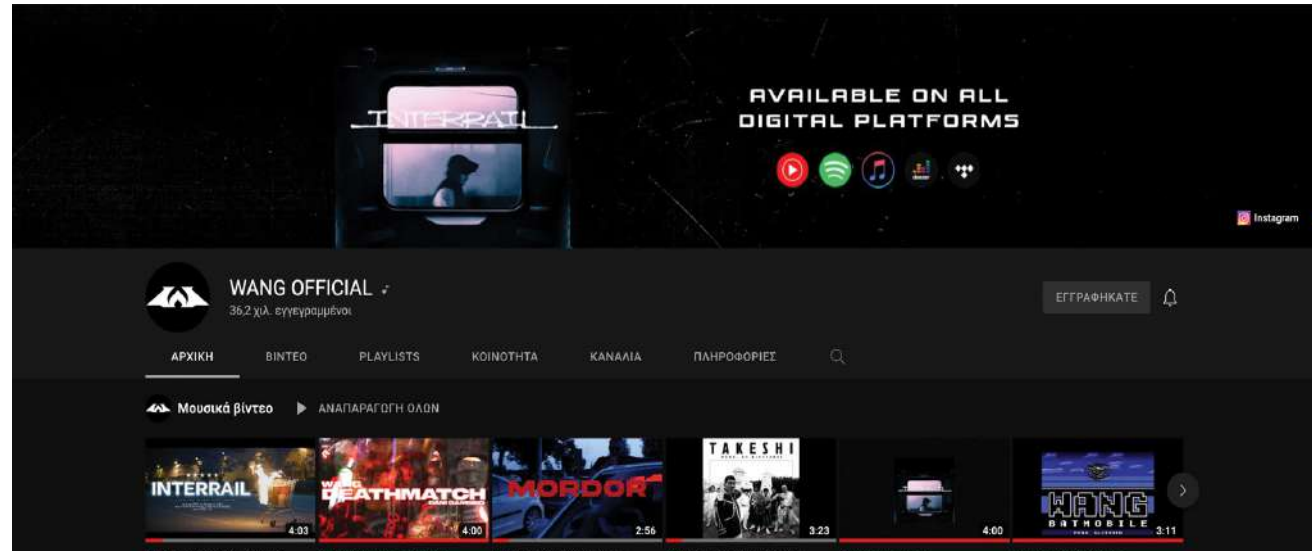
Στιγμιότυπο απο κινητή συσκευή της δημοσίευσης για την κυκλοφορία του δίσκου απο το προφίλ του καλλιτέχνη στο instagram.

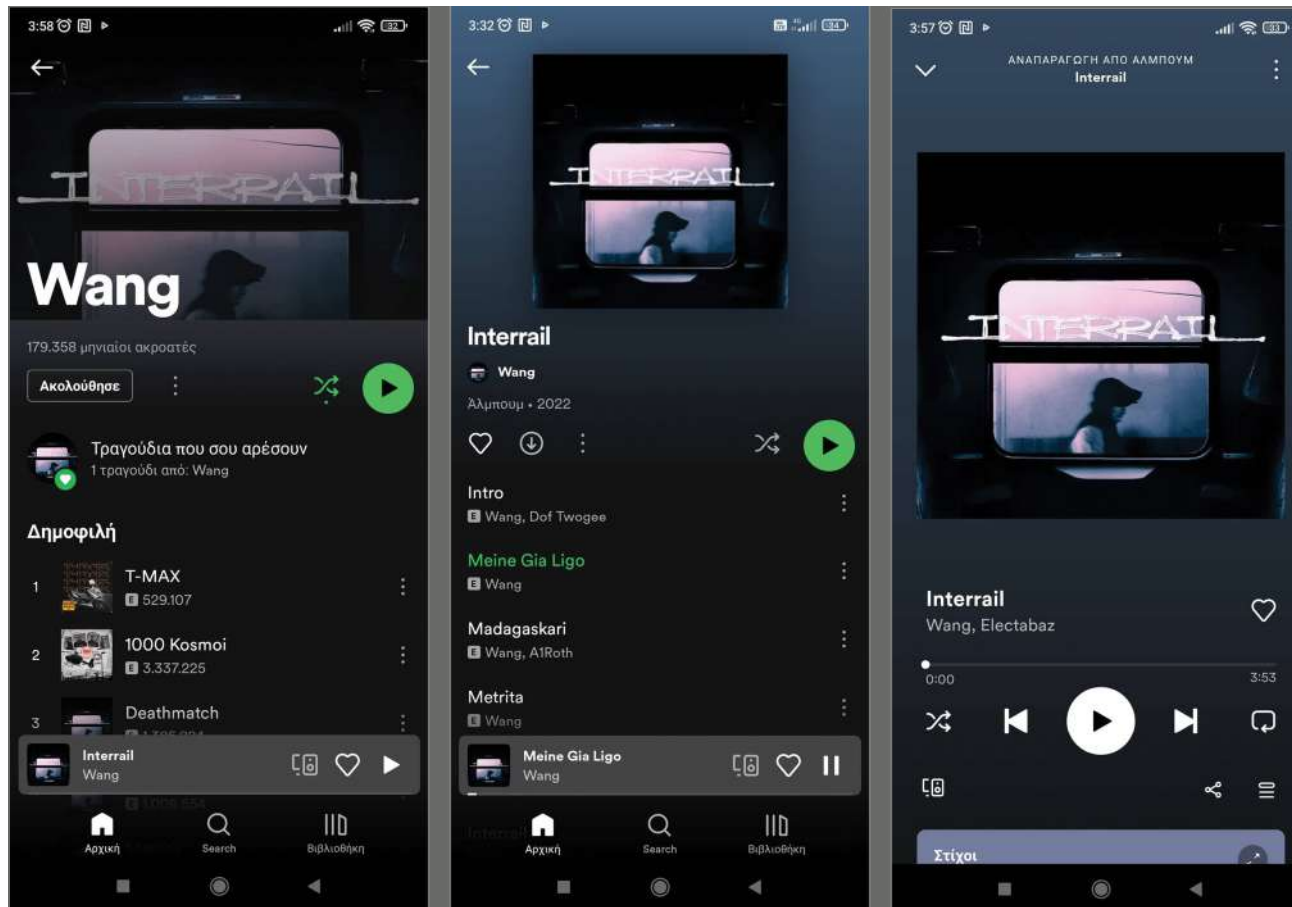
Η εικόνα του εξωφύλλου χρησιμοποιήθηκε και για εικόνα προφίλ

5.3 Youtube

Για την εικόνα εξωφύλλου στο κανάλι του καλλιτέχνη χρησιμοποιήθηκε το προωθητικό banner με τα λογότυπα από τις μουσικές πλατφόρμες.

Τα δύο στιγμιότυπα είναι από την playlist του δίσκου στο youtube από ηλεκτρονικό υπολογιστή και κινητό αντίστοιχα.





5.4 Spotify

Στιγμιότυπα με εφαρμογές του εξωφύλλου απο κινητή συσκευή κατα την περιήγηση στην playlist του δίσκου στο spotify.



Πτυχιική εργασία

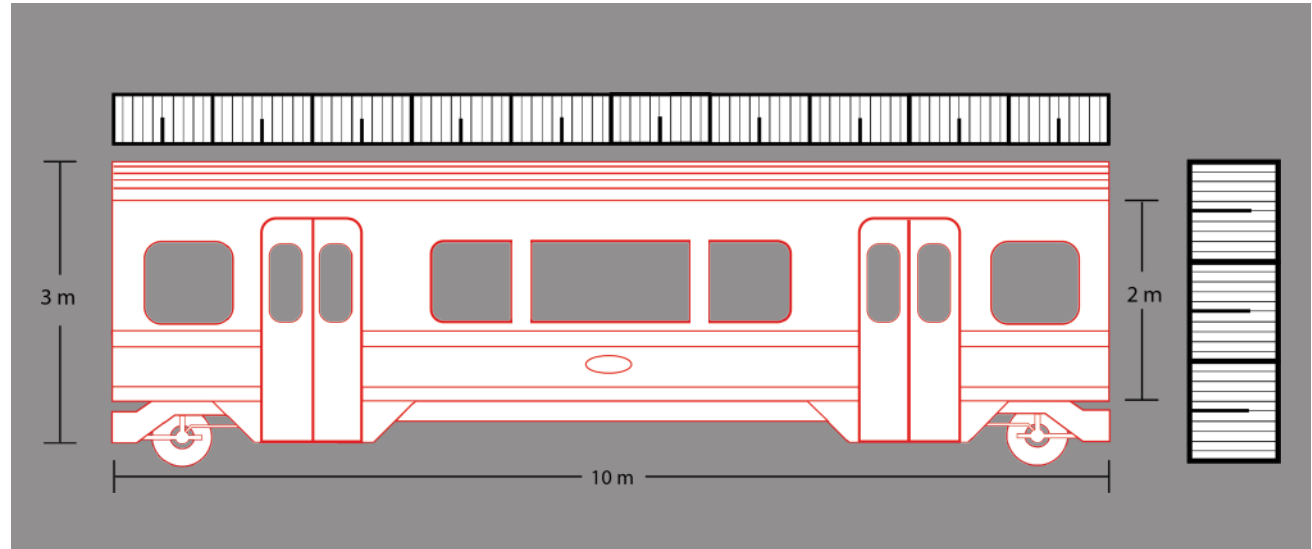
Μουλός Σταύρος



Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας

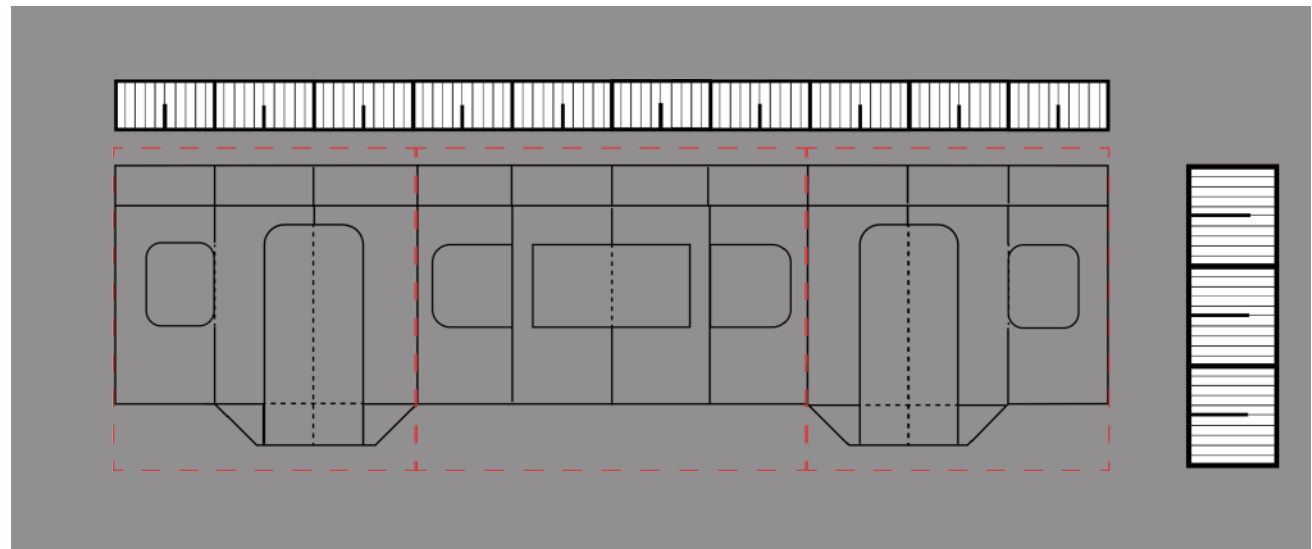
Interrail

6. Σκηνογραφία



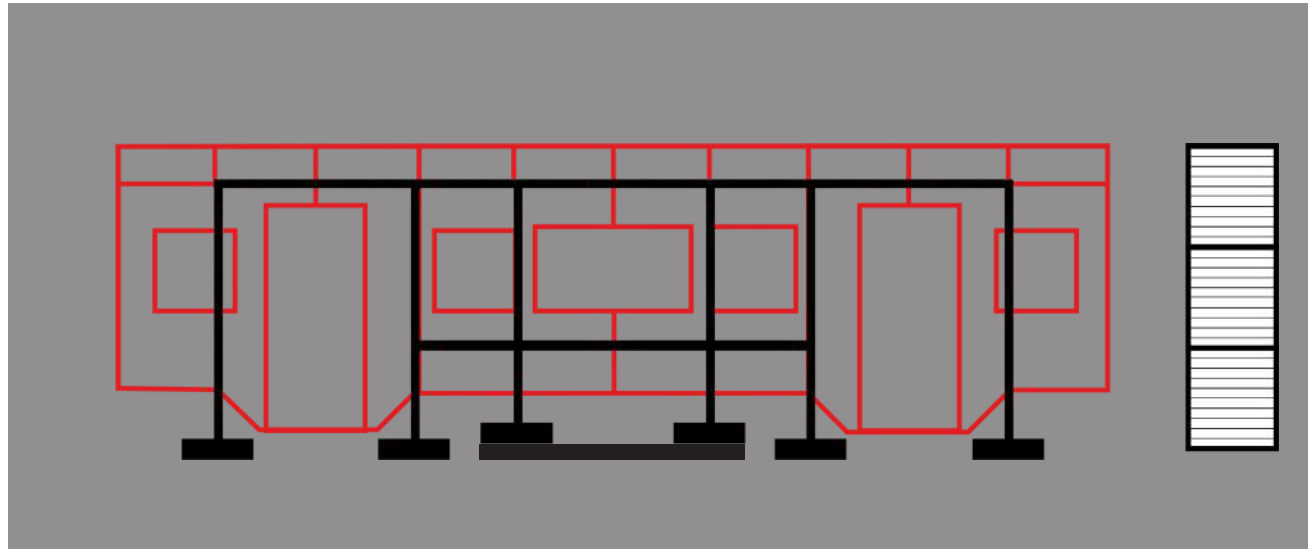
Στην συναυλία παρουσίασης του δίσκου στην Θεσσαλονίκη σχεδίασα και κατασκεύασα ένα ομοίωμα βαγονιού με ύψος τρία και μήκος δεκα μέτρα. Αναπτυσσόταν συμμετρικά με άξονα το κέντρο καθόλο το μήκος της σκηνής.

Στον χώρο της συναυλίας το εργαζόμενο προσωπικό και ορισμένοι καλλιτέχνες φορούσαν διακριτικά γιλέκα ασφαλείας αντίστοιχα με αυτά των εταιρειών φύλαξης security που συναντά κανείς σε σιδηροδρομικούς σταθμούς.



Το βαγόνι κατασκευάστηκε από φελιζόλ το οποίο καλύφθηκε από στρατσόχαρτο με εφαρμογή κόλλας μεταξύ των δύο υλικών. Η εξωτερική του πλευρά χρωματίστηκε με ακρυλικό μαύρο χρώμα και οι διαγραμμίση με masking tape μπλέ χρώματος.

Τα ανακλαστικά γιλέκα έχουν στο μπροστινό μέρος το λογότυπο του εισιτηρίου Interrail και στην πλάτη ένα artwork που έχει σαν κύρια στοιχεία την υδρόγειο σφαίρα και μια κάμερα ασφαλείας, με σκοπό να παραπέμπουν σε αυτά των εταιριών security.



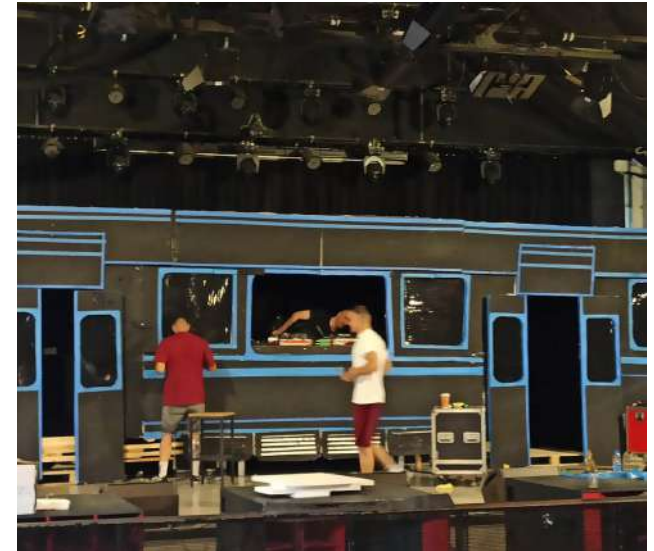
Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας

Interrail



Πτυχιακή εργασία

Μουλός Σταύρος



Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας

Interrail

Ο φωτισμός της σκηνής διαμορφώθηκε βάση της χρωματικής παλέτας του δίσκου με αυξομειώσεις στην ένταση του φωτός.

Ο καλλιτέχνης έκανε την είσοδο του στην σκηνή συνοδευόμενος από δύο άτομα με γιλέκο ασφαλείας. Κατά την διάρκεια του πρώτου τραγουδιού έκαναν εν τάχη ένα συνεργατικό graffiti πάνω στο τρένο. Μετά τη ολοκλήρωση του graffiti διαμοίρασαν στο κοινό ορισμένα γιλέκα ασφαλείας και κατέβηκαν από την σκηνή.



Πτυχιική εργασία

Μουλός Σταύρος



Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας

Interrail

7. Merchandise

7.1 T-shirt

Στην μπροστινή πλευρά του μαύρου t-shirt αναγράφεται ο τίτλος του δίσκου στο ύψος του στήθους.

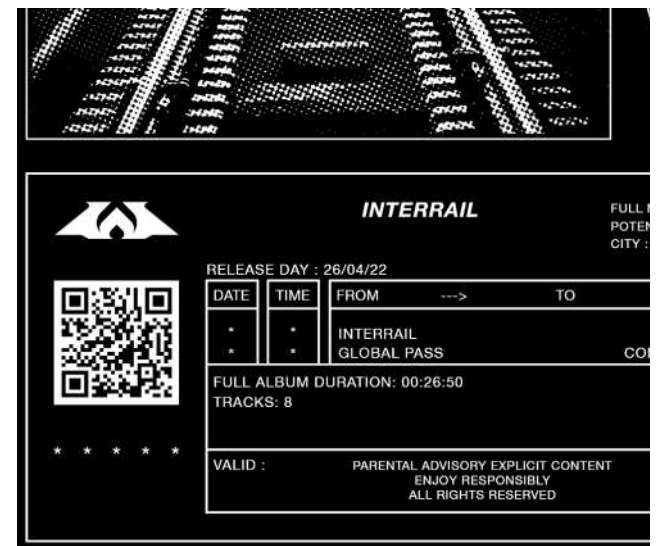
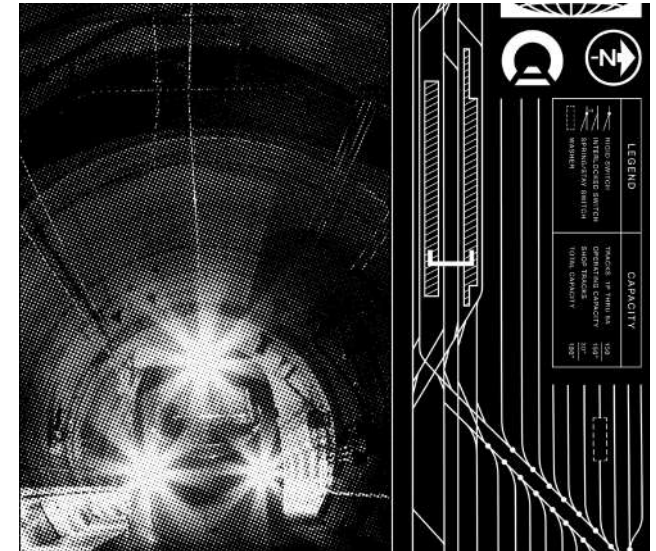
Στο πίσω μέρος του μαύρου t-shirt υπάρχει μια σύνθεση ,τύπου moodboard, που περιέχει γραμμικά σχέδια και φωτογραφίες. Η απόδοση των φωτογραφικών τόνων έγινε με την χρήση raster και η εκτύπωση έγινε με τη μέθοδο της μεταξοτυπίας.

Το Qr code στο κάτω μέρος του σχεδίου οδηγεί στην ακρόαση του δίσκου.





Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας



Interrail

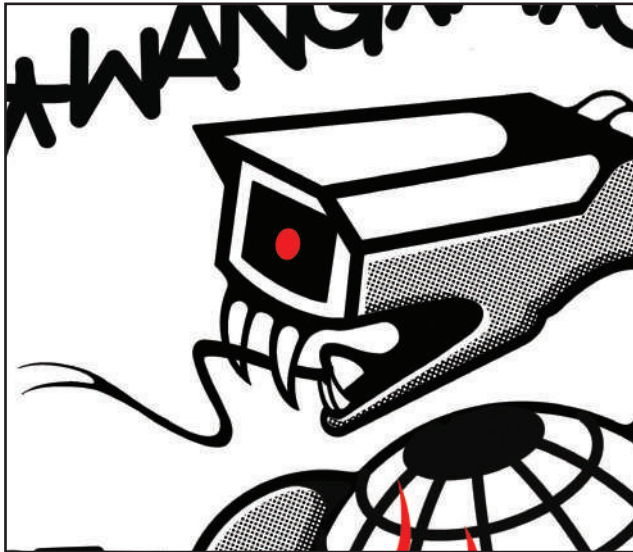
Για το λευκό t-shirt χρησιμοποιήθηκε το σχέδιο που δημιούργησα για τα ανακλαστικά γιλέκα στο θεματικό live της Θεσσαλονίκης.

Στο μπροστινό μέρος βρίσκεται σε μικρό μέγεθος στην περιοχή της καρδιάς.

Στην πλάτυ υπάρχει το ίδιο σχέδιο σε μεγάλο μέγεθος. Σε αυτήν την περίπτωση πλαισιώνεται από το όνομα του καλλιτέχνη "Wang" και της ομάδας του "A.club" στην κορυφή και από δύο ακρωνύμια "OTF" και "FTR" στις δύο πλευρές αριστερά και δεξιά του σχεδίου.

Τα ακρωνύμια αναφέρονται εντός του δίσκου.





Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας

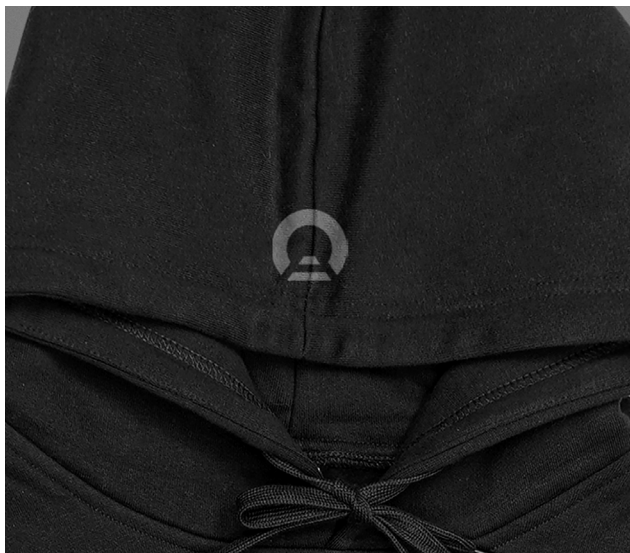
Interrail

7.2 Hoodies

Στην μπροστινή πλευρά του μαύρου Hoodie αναγράφεται ο τίτλος του δίσκου στο ύψος του στήθους.

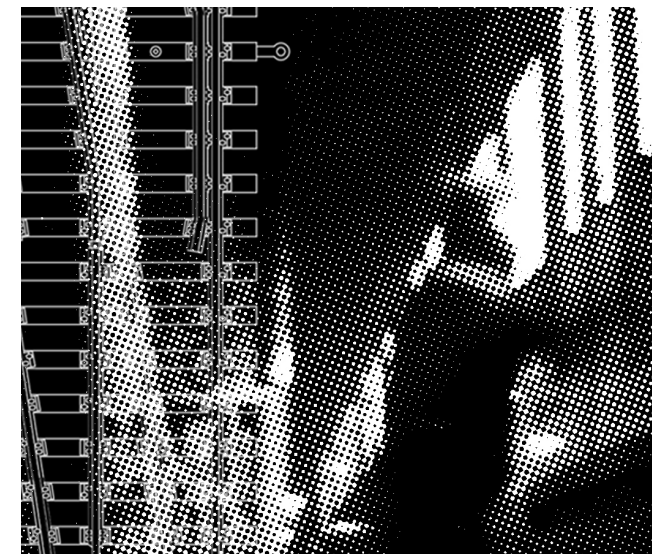
Στο πίσω μέρος του μαύρου Hoodie υπάρχει μια σύνθεση ,τύπου moodboard, που περιέχει γραμμικά σχέδια και φωτογραφίες. Η απόδοση των φωτογραφικών τόνων έγινε με την χρήση raster και η εκτύπωση έγινε με τη μέθοδο της μεταξοτυπίας.

Το λογότυπο του Interrail στην κουκούλα έχει την υφή της τσόχας τοποθετήθηκε με την μέθοδο της θερμομεταφοράς.





Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας



Interrail

Το λευκό Hoodie χρησιμοποιήθηκε το σχέδιο που δημιούργησα για τα ανακλαστικά γιλέκα

Στο μπροστινό μέρος βρίσκεται στο κέντρο στο ύψος του στήθους.

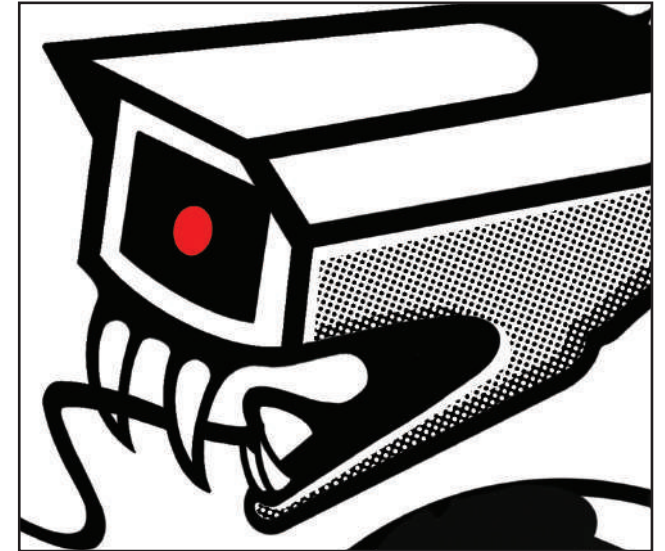
Στην πλάτη υπάρχει το ίδιο σχέδιο σε μεγάλο μέγεθος πλαισιωμένο απο τυπογραφία.

Το λογότυπο του Interrail στην κουκούλα έχει την υφή της τσόχας τοποθετήθηκε με την μέθοδο της θερμομεταφοράς.





Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας



Interrail

7.3 Sweatshirt

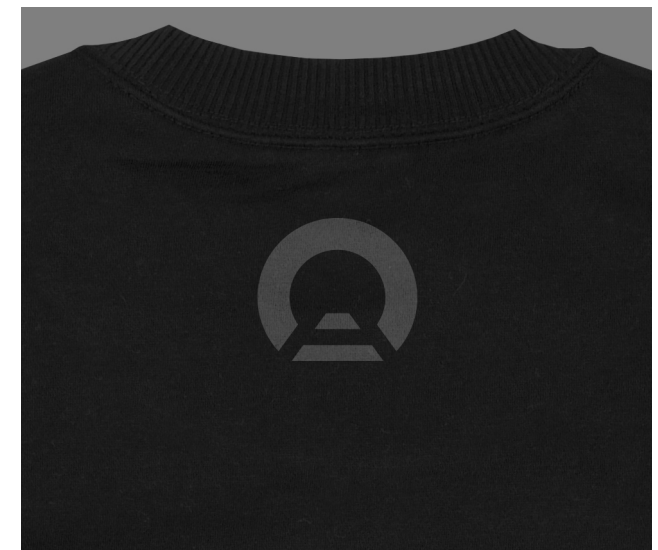
Στην μπροστινή πλευρά του sweatshirt αναγράφεται ο τίτλος του δίσκου στο ύψος του στήθους, τρεις φορές διαδοχικά με αποχρώσεις από την χρωματική παλέτα της ταυτότητας του δίσκου. Η εκτύπωση έγινε με τη μέθοδο της μεταξοτυπίας.

Στο πίσω μέρος του sweatshirt υπάρχει το λογότυπο του Interrail τοποθετημένο στο κεντρικά κάτω από τον λαιμό, έχει την υφή της τσόχας τοποθετήθηκε με την μέθοδο της θερμομεταφοράς.





Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας



Interrail

7.3 Κάλτσες / Σκούφος

Η κάλτσες έχουν στο πάνω μέρος το λογότυπο του καλλιτέχνη και του Interrail εναλλάξ στην εσωτερική και εξωτερική πλευρά. Στο κάτω μέρος υπάρχει ο τίτλος του δίσκου.





Ο σκούφος έχει το λογότυπο του Interrail στην μπροστινή πλευρά και τον τίτλο του δίσκου στην πίσω. Η απόδοση των σχεδίων έγινε με την τεχνική του κεντήματος.

8. Website

8.1 Χρωματική παλέτα

Για την ιστοσελίδα χρησιμοποιήθηκε μια χρωματική παλέτα αποτελούμενη από τέσσερα χρώματα. Το άσπρο το μαύρο ένας σκούρος τόνος του γκρι και μια απόχρωση κόκκινο.



HEX: # ffffff



HEX: # 1c1a1b



HEX: # df1e1f



HEX: # 000000



8.2 Τυπογραφία

Στην ιστοσελίδα επέλεξα να χρησιμοποιήσω την ελληνική και λατινική sans serif γραμματοσειρά CERA PRO σε πέντε διαφορετικά βάρη.

8.3 Ιστοσελίδα

Για την ιστοσελίδα επέλεξα να δημιουργήσω ένα περιβάλλον οπεί page όπου η μετάβαση μεταξύ των πέντε κύριων επιλογών του μενού γίνεται με scroll down κάθετης κατεύθυνσης.

