



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας
Κατεύθυνση Γραφιστικής

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΟΠΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ
ΓΙΑ ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

ΣΤΥΛΙΑΝΟΥ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ

A.M. : 521150940228

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΠΑΠΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ

Αθήνα, Ιούλιος, 2023



ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας
Κατεύθυνση Γραφιστικής

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΠΑΠΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ

Εξεταστική επιτροπή:

ΔΕΒΕΤΖΗ ΙΩΑΝΝΑ

ΔΕΛΦΙΝΟ ΙΩΑΝΝΑ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας

Κατεύθυνση Γραφιστικής

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ / ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Στυλιανού Παρασκευή του Παναγιώτη,
με αριθμό μητρώου 521150940228 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής
της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών & 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».

Η Δηλούσα
Στυλιανού Παρασκευή

Περιεχόμενα

04

Περίληψη	05
Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο	06
Branding	07
Museum Branding.....	08
Design Thinking.....	09
Έρευνα και μελέτη.....	10
Το υπάρχον λογότυπο	12
Βιβλιογραφία	13
Τελική παρουσίαση	14

ΜΕΡΟΣ Α΄

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ & ΕΡΕΥΝΑ

Περίληψη

06

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αφορά την μελέτη που πραγματοποιήθηκε για τον επανασχεδιασμό της οπτικής ταυτότητας του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου. Πραγματοποιείται μια εκτενής αναφορά για την σημασία του Branding στο χώρο των μουσείων καθώς και για την σημασία της εταιρικής εικόνας και της εταιρικής ταυτότητας.

Κατόπιν επιτόπιας έρευνας έγινε εντοπισμός και καταγραφή των όποιων προβλημάτων με σκοπό την επίλυση αυτών μέσα από μια καινούρια και αναβαθμισμένη οπτική ταυτότητα. Κύριος στόχος της επιτόπιας έρευνας ήταν ο εντοπισμός των προβλημάτων στην υπάρχουσα οπτική ταυτότητα, καθώς και των ελλείψεων ως προς την επικοινωνία και την διευκόλυνση της περιήγησης του κοινού στο χώρο.

Υπάρχει αναλυτική προσέγγιση της διαδικασίας που ακολουθήθηκε βήμα-βήμα σε επίπεδο έρευνας σχετικά την χρήση τόσο των λογοτύπων αλλά και της εταιρικής ταυτότητας των μουσείων της Ελλάδας αλλά και του εξωτερικού, καθώς και της μεθοδολογίας του Design Thinking. Η μέθοδος αυτή αποδείχτηκε εξαιρετικά χρήσιμη στην κατανόηση των ανθρώπινων αναγκών επανατοποθετώντας τα προβλήματα με ανθρωποκεντρικό τρόπο μέσω της υιοθέτησης μίας πρακτικής προσέγγισης δημιουργώντας πολλές νέες ιδέες μέσω του brainstorming.

Με αυτή την προσέγγιση, στο πλαίσιο της παρούσας πτυχιακής εργασίας προτείνεται επανασχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας, πληροφοριακών εντύπων και προωθητικών ενεργειών οπτικής του μουσείου με μια σύγχρονη αισθητική.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ:

ΕΘΝΙΚΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

ΛΟΓΟΤΥΠΟ

BRANDING

MUSEUM BRANDING

Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο

07

Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα μουσεία του κόσμου στον τομέα της Αρχαίας τέχνης και είναι το μεγαλύτερο μουσείο της Ελλάδας.

Χτίστηκε στα τέλη του 19ου αιώνα για να στεγάσει τα σπουδαιότερα έργα τέχνης από όλη την Ελλάδα ως παραδοσιακό μουσείο προβάλλοντας έτσι την ιστορική και καλλιτεχνική τους ιστορία παγκοσμίως. Με την εξέλιξη της μουσειολογίας και το πέρασμα των χρόνων έγιναν αρκετές προσπάθειες ώστε να επιτύχει τους στόχους του και να μπορέσει να προσαρμοστεί στην εξέλιξη της κοινωνίας πραγματοποιώντας διάφορες αλλαγές κατά το πέρασμα των χρόνων. Το Μουσείο βρίσκεται στην Αθήνα επί της οδού Πατησίων και περικλείεται από τις οδούς Ηπείρου, Μπουμπουλίνας και Τοσίτσα.

Στις συλλογές του εκπροσωπούνται όλοι οι πολιτισμοί που άνθισαν στον ελληνικό χώρο από την προϊστορική εποχή ως το τέλος της ρωμαϊκής περιόδου. Οι εκθεσιακοί χώροι του μουσείου είναι ευρύχωροι και οι εκθέσεις χωρίζονται σε ενότητες είτε ανασκαφικές είτε θεματικές. Τα εκθέματα της κάθε αίθουσας ταξινομούνται είτε θεματικά, χρονικά ή μεικτά.

“ Η Ελλάδα πρέπει να πρωταγωνιστεί για τον πολιτισμό. Η Ελλάδα, αυτό είναι η κληρονομιά της, αυτό είναι η περιουσία της και αν το χάσουμε αυτό δεν είμαστε ΚΑΝΕΙΣ.
Μελίνα Μερκούρη



ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΔΡΑΣΕΙΣ

Πέρα από την προβολή των εκθεμάτων του, στο ισόγειο διαθέτει επιπλέον χώρο όπου διοργανώνει περιοδικές εκθέσεις με μεγάλη επιτυχία. Παράλληλα συμμετέχει στην εκπόνηση ειδικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων ενώ λειτουργεί και ως κέντρο έρευνας για επιστήμονες από όλο τον κόσμο. Με περισσότερα από 11.000 εκθέματα στις πλούσιες συλλογές του πλουτίζει τις γνώσεις των επισκεπτών για την αρχαία ιστορία της χώρας μας.

Branding

Τι είναι brand ή αλλιώς μάρκα ;

08

Η λέξη brand έχει εξελιχθεί μέσα στα χρόνια ως προς το νόημά της. Σύμφωνα με τον Αμερικάνικο Σύνδεσμο Μάρκετινγκ το brand ορίζεται ως εξής: ένα όνομα, ένας όρος, ένα σχέδιο, ένα σύμβολο ή οποιοδήποτε άλλο χαρακτηριστικό το οποίο ταυτίζεται με το προϊόν ή την υπηρεσία ενός οργανισμού ή ενός ανθρώπου και το διαφοροποιεί από τα άλλα τις αγορές.

Η μάρκα είναι η αντίληψη που έχει κάποιος για ένα προϊόν, υπηρεσία ή οργανισμό στο οποίο όμως προστίθενται και άλλες διαστάσεις οι οποίες είναι είτε λογικές και απτές είτε συναισθηματικές και άυλες, αλλά το καθιστούν ικανό να διαφοροποιείται με κάποιο τρόπο από άλλα προϊόντα που είναι προορισμένα και σχεδιασμένα για να ικανοποιούν την ίδια ανάγκη.

Αυτό το οποίο διαφοροποιεί την μάρκα και της προσδίδει αξία σε σύγκριση με ένα αντίστοιχο ανώνυμο προϊόν, υπηρεσία ή οργανισμό είναι το σύνολο των αντιλήψεων και των συναισθημάτων που προκαλεί το όνομα της μάρκας και ότι αυτο συμβολίζει στο κοινό το οποίο απευθύνεται. Θα μπορούσαμε να συνοψίσουμε λέγοντας ότι μάρκα είναι μια αποκλειστική και επιθυμητή ιδέα η οποία έχει την δυνατότητα να ενσαρκώνεται σε προϊόντα, τόπους, υπηρεσίες ή ακόμα και εμπειρίες. Η δύναμη της μάρκας είναι αντιστρόφως ανάλογη με τους ανθρώπους τους οποίους μοιράζονται αυτή την ιδέα. Ουσιαστικά μάρκα είναι ένα όνομα με δύναμη επιρροής.

Τι σημαίνει ο όρος εταιρική ταυτότητα ή αλλιώς Corporate identity ;

Εταιρική ταυτότητα είναι το “πιστεύω” μιας εταιρείας το οποίο συνοψίζει το όραμα της, δηλαδή η βασική πεποίθηση που έχει και οι αξίες της. Είναι τα συστήματα που υιοθετεί και στην συνέχεια βάση αυτών δημιουργεί τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της ώστε να προωθήσει την εικόνα της στο αγοραστικό κοινό.

Όσο αφορά την επικοινωνία η ταυτότητα μάρκας είναι το κοινό στοιχείο και η σύνδεση μεταξύ κάθε προϊόντος, δράσης ή επικοινωνίας ώστε να στέλνουν το ίδιο μήνυμα. Απο εκεί προκύπτει ο σχεδιασμός των στοιχείων της εταιρικής ταυτότητας που αποτελούν την ορατή οψη της γραφιστικής ταυτότητας της εταιρείας τα πρότυπα δηλαδή της οπτικής αναγνώρισης όπως λογότυπα, σήματα, συμβολα, προϊόντα, ενδεδειγμένες χρωματικές παλέτες, γραμματοσειρές,, συσκευασίες κ.α. Η εταιρική ταυτότητα ακριβώς επειδή έχει άμεση σχέση με όλες τις μορφές επικοινωνίας της εταιρείας παίζει πολύ σημαντικό ρόλο τόσο στην ύπαρξη αλλά και στην δυναμική της αφού ουσιαστικά αυτό είναι που την διαφοροποιεί και την κάνει να ξεχωρίζει από τις υπόλοιπες.

Museum Branding

Τι είναι Museum Branding;

09

Στην σημερινή εποχή πολλοί συγχέουν το branding με το marketing. Η αλήθεια είναι όμως ότι το branding είναι μία δυναμική διαδικασία η οποία προηγείται του marketing. Το branding αφορά την στρατηγική μιας εταιρείας ενώ το marketing στις τακτικές που θα ακολουθηθούν έτσι ώστε να εφαρμοστεί αυτή η στρατηγική. Το να κάνεις branding αφορά όλες εκείνες τις δράσεις οι οποίες δημιουργούν και ενδυναμώνουν ένα brand. Ουσιαστικά είναι ο λόγος για τον οποίο είναι γνωστή μία εταιρεία και αποτελείται από όλα τα στοιχεία που συνθέτουν ένα brand τα οποία είναι το λογότυπο, η συσκευασία, το χρώμα, η φήμη, τα οφέλη που αποκομίζει ένας άνθρωπος από τη χρήση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας μιας εταιρείας.

Το branding και το design δίνουν ζωή στη μάρκα. Χτίζουν την ισχύ και την αξία του brand. Η δημιουργία της ταυτότητας αποτελεί τη βάση, την κεντρική ιδέα, πάνω στην οποία οικοδομείται όλη η επιχειρησιακή στρατηγική.

Τα μουσεία όχι μόνο στεγάζουν αντικείμενα, αλλά ενσωματώνουν την ιστορία, τις παραδόσεις, τις αξίες και συνολικά την πνευματική κληρονομιά μιας κοινωνίας, ενώ προωθούν τις αξίες που πρέπει να μεταβιβαστούν από τις γηραιότερες προς τις νεότερες γενιές.

Το Museum Branding είναι αυτό που κάνει ένα μουσείο να ξεχωρίζει από το πλήθος των υπολοίπων. Είναι όλα τα σχεδιαστικά στοιχεία που χρησιμοποιεί το μουσείο για να παρουσιαστεί στο κοινό, συμπεριλαμβανομένων του λογότυπου, της χρωματικής παλέτας, των γραμματοσειρών και άλλων οπτικών στοιχείων με σκοπό να ενισχύετε η εικόνα του πριν από την επίσκεψη του κοινού.

Για την υιοθέτηση της εταιρικής ταυτότητας των μουσείων έπαιξαν ρόλο αρκετοί παράγοντες. Βασικός ήταν η εξέλιξη στην Μουσειολογία, η οποία έδωσε έμφαση και στους επισκέπτες των μουσείων όχι μόνο στις συλλογές και στα αντικείμενα. Ένας άλλος παράγοντας ήταν η εξέλιξη της τεχνολογίας αφού ζούμε στην εποχή της οθόνης και της εικόνας. Η τηλεόραση, τα smartphones και το Διαδίκτυο διαμόρφωσαν νέες ανάγκες για τους θεατές, οι οποίοι πλέον αναζητούσαν και απαιτούσαν πιο ζωντανές και διαδραστικές εμπειρίες. Τέλος, οι εθνικές πολιτικές των κυβερνήσεων επέβαλαν στα μουσεία συνεχείς βελτιώσεις, νέους τρόπους προσέγγισης και προσέλκυσης των επισκεπτών, καθώς και νέους τρόπους χρηματοδότησης, εφόσον τα κρατικά κονδύλια για τον πολιτισμό συρρικνώθηκαν κατά πολύ λόγω της οικονομικής κρίσης των τελευταίων χρόνων. Όλοι οι παραπάνω παράγοντες λοιπόν, ώθησαν τα μουσεία στο να επανεξετάσουν την υιοθέτηση της εταιρικής τους ταυτότητας προκειμένου αφενός από την μια να περάσουν τα μηνύματα και τις αξίες τους και αφετέρου να προσελκύσουν το κοινό.

Design Thinking

010

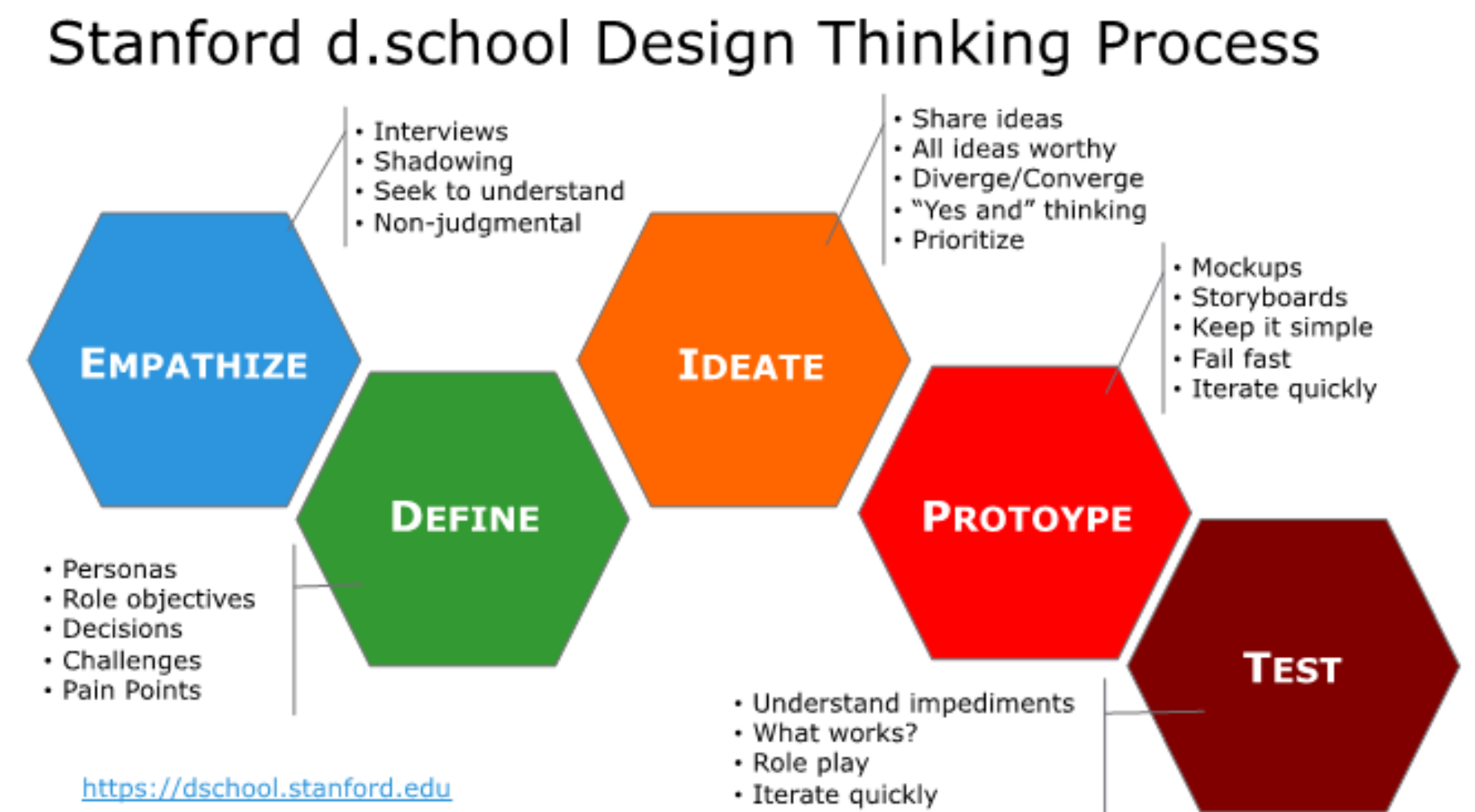
Αποτελεί μια μεθοδολογία σχεδιασμού επίλυσης προκλήσεων που ξεχωρίζει λόγω του ανθρωποκεντρικού της χαρακτήρα. Δίνει προτεραιότητα στις ανάγκες, τις επιθυμίες και τα συναισθήματα των ανθρώπων, εδραιώνοντας νέους κώδικες επικοινωνίας.

Στόχος της είναι η ανάδειξη της ουσίας των προβλημάτων και των περιορισμών αυτών. Είναι η διαδικασία μίας συστηματικής προσέγγισης εύρεσης και λύσης προβλημάτων. Κάθε διαδικασία σχεδιασμού ξεκινάει με ένα πρόβλημα. Η μέθοδος αυτή είναι εξαιρετικά χρήσιμη στην αντιμετώπιση σύνθετων προβλημάτων μέσω της κατανόησης των ανθρώπινων αναγκών που σχετίζονται με αυτά, επανατοποθετώντας τα προβλήματα με ανθρωποκεντρικό τρόπο δημιουργώντας πολλές νέες ιδέες μέσω του brainstorming και μέσω της υιοθέτησης μίας πρακτικής προσέγγισης.

«*At the heart of design thinking is empathy. You must understand your user's needs, their problems and challenge those assumptions to create new ideas that solve their problems creatively.*»

– *Jacob Cass, Brand Consultant at JUST Creative*

Το Design Thinking απαιτεί ενσυναίσθηση και όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες για την καλύτερη κατανόηση του προβλήματος που οδηγεί στην δημιουργία λύσεων. Για την εκπόνηση της πτυχιακής ακολουθήσα την μέθοδο όπως προτάθηκε από τον Hasso - Platner καθηγητή στο Institute of Design του Stanford, την καλύτερη σχολή σήμερα γύρω από το Design Thinking.



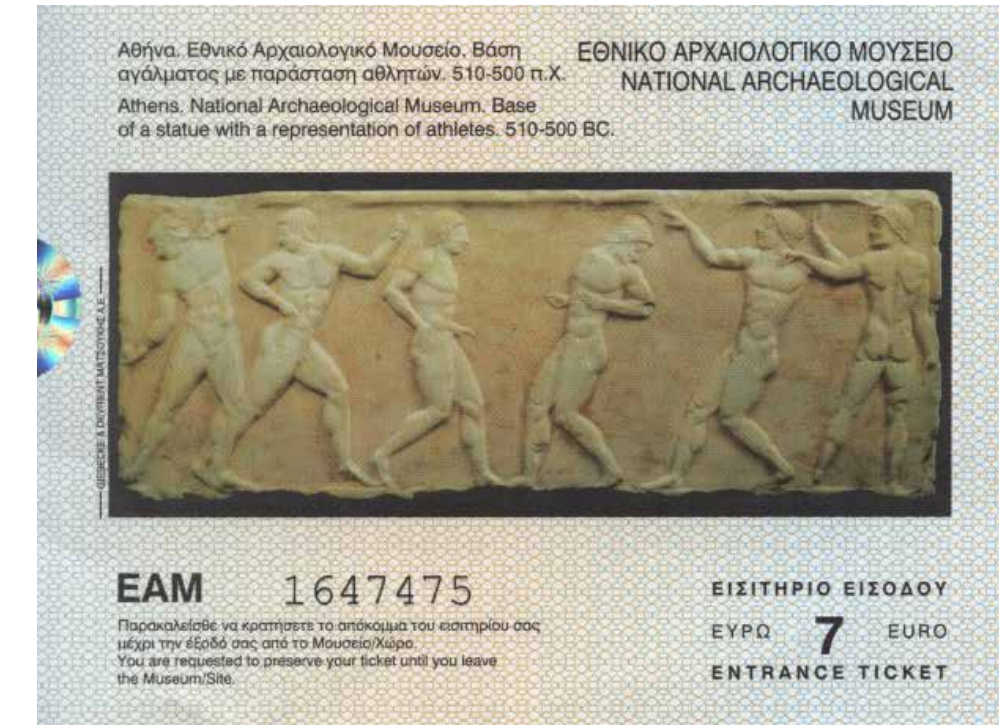
Έρευνα και μελέτη

011

Η έρευνα αυτή καταγράφει τόσο τις γραφιστικές όσο και τις φυσικές ελλείψεις που εντόπισα στο χώρο του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου, με σκοπό την επίλυση αυτών μέσα από μια καινούρια και αναβαθμισμένη οπτική ταυτότητα. Με έμφαση τον σχεδιασμό και στόχο την επίλυση των προβλημάτων του μουσείου, έτσι ώστε να μειώσει τις ελλείψεις, και να προσελκύσει περισσότερο κοινό.

Μετά λύπης μου διαπίστωνα ότι τα προβλήματα του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου δυστυχώς είναι πολλά. Η ανεπαρκής μη αναβαθμισμένη οπτική ταυτότητα του μουσείου είναι αρκετά αισθητή, στην οποία περιλαμβάνονται τόσο ο σχεδιασμός λογοτύπου και των σημάνσεων, όσο και των εισιτηρίων, των χαρτών, των φυλλαδίων, των αφισών κ.ά. όπου κύριο χαρακτηριστικό είναι η απουσία της σχεδιαστικής συνοχής.

Αρνητική πρώτη εντύπωση εισόδου, όπου στο πλάι των εισιτηρίων υπάρχει ένα αυτοσχέδιο, πρόχειρα φτιαγμένο σε χαρτί υπο την μορφή σκίτσων, με τις απαγορεύσεις του μουσείου, το οποίο είναι τοποθετημένο πρόχειρα σε καβαλέτο ζωγραφικής. Το εισιτήριο δεν έχει κανένα σχεδιαστικό ενδιαφέρον και είναι τυπωμένο σε χαρτί κακής ποιότητας. Θεωρώ λάθος την επιλογή των χρωμάτων στο σταντ με τις κατόψεις γιατί δεν είναι ευανάγνωστο και δεν τράβα την προσοχή του επισκέπτη. Επίσης παρατήρησα την απουσία έντυπου χάρτη.



Έρευνα και μελέτη

012

Η οπτική ταυτότητα του χώρου είναι απλή, κλασσική και συνηθισμένη δηλαδή χωρίς κανένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Δεν έχει σήμανση μιας συγκεκριμένης πορείας διαδρομής που να συνδέει τις αίθουσες με αποτέλεσμα να μπορεί να ξαναβρεθείς στο ίδιο σημείο για να πας σε κάποια άλλη αίθουσα, και όντας μεγάλο μουσείο γίνεται κουραστικό. Η σήμανση δεν διευκολύνει τους επισκέπτες να περιηγηθούν στους χώρους του μουσείου και σε καμία περίπτωση δεν αντικατοπτρίζει το κύρος και την αίγλη του μουσείου. Υπάρχει έλλειψη σήμανσης σε αρκετά σημεία και πολλά από τα υπάρχον εικονογράμματα δεν έχουν συνοχή μεταξύ τους.

Ενώ σε κάθε συλλογή χρησιμοποιείται πληροφοριακό υλικό όπως χάρτες, λεζάντες και αναπαραστάσεις στην προσπάθεια να εναρμονιστεί με τα γήινα χρώματα που επικρατούν στην αισθητική του χώρου και των εκθεμάτων, δεν καταφέρνει να προσελκύσει το ενδιαφέρον του επισκέπτη να τα διαβάσει και σε αρκετές περιπτώσεις δεν είναι ευανάγνωστα. Τα φθαρμένα χρυσά ταμπελάκια θυμίζουν απομεινάρια μιας άλλης εποχής βασισμένη στην παραδοσιακή αντίληψη, υπενθυμίζοντας την ανάγκη για αλλαγή και προσαρμογή στις σύγχρονες ανάγκες της κοινωνίας και της ανάδειξη του πολιτιστικού πλούτου των εκθεμάτων του μουσείου.



Το λογότυπο

013

Το λογότυπο που δημιουργείται για μια εταιρεία ή έναν οργανισμό είναι το διακριτικό (σήμα κατατεθέν) που προορίζεται να διευκολύνει την οπτική επικοινωνία ανάμεσα σε αυτούς και το κοινό. Μεταδίδει ένα περιεκτικό και πειστικό οπτικό μήνυμα που λειτουργεί ως μέσο διάκρισης και αναγνώρισης της εκάστοτε εταιρείας ή του ιδρύματος με τέτοιο τρόπο ώστε οι παραλήπτες να συνδέουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρει με αυτήν την εταιρεία.

Κατόπιν έρευνας εντόπισα τα λογότυπα του Μουσείου που έχουν χρησιμοποιηθεί κατά το παρελθόν μέχρι σήμερα με το πιο πρόσφατο να είναι αυτό της πρώτης εικόνας. Παρατηρούμε ότι ο τύπος του λογοτύπου του μουσείου είναι ο συνδυασμός κατά τον οποίο χρησιμοποιούνται λέξεις (τυπογραφία) μαζί με ένα σύμβολο (σήμα). Στην προκειμένη αποτελείται από την ονομασία του μουσείου και ένα στυλιζάρισμα του κτιρίου ως σήμα.

Παρατηρούμε κάποιες μικρές αλλαγές να έχουν γίνει στην πορεία και πιο συγκεκριμένα ως προς το χρώμα του κτιρίου και την κατηγορία των γραμματοσειρών.



Αρχικά για την δημιουργία του λογοτύπου είχε χρησιμοποιηθεί γραμματοσειρά Serif. Το βασικό χαρακτηριστικό των Serif γραμματοσειρών είναι οι πατούρες. Θεωρούνται συνήθως ότι έχουν μια πιο «επίσημη» και κλασσική εμφάνιση. Σε ορισμένες περιπτώσεις, τα serif βοηθούν στην αναγνωσιμότητα μιας γραμματοσειράς αλλά δεν είναι τόσο χρήσιμες όταν πρόκειται για υπηρεσίες και εφαρμογές Διαδικτύου, ιδιαίτερα όταν χρησιμοποιούνται σε μικρά μεγέθη. Τα μικροσκοπικά serif μπορεί να χαθούν ή να είναι ασαφή, γεγονός που καθιστά το κείμενο δύσκολο να διαβαστεί επηρεαζόμενο πάντα από την ανάλυση της εκάστοτε οθόνης.

Στην πορεία παρατηρούμε την αλλαγή της τυπογραφίας σε Sans Serif γραμματοσειρά της οποίας το βασικό χαρακτηριστικό της είναι ότι εκτός του ότι δεν έχει πατούρες διακρίνεται για το μοντέρνο ύφος. Ενδεχομένως η αλλαγή αυτή να προέκυψε σε μια προσπάθεια εκσυγχρονισμού του λογοτύπου. Το λογότυπο θεωρώ πως έχει αρκετά θέματα μερικά εκ των οποίων είναι τα εξής:

- Δεν εφαρμόζεται καλά στα σύγχρονα μέσα
- Δεν είναι τόσο θελκτικό όσο άλλα λογότυπα του ανταγωνισμού
- Το στυλιζάρισμα του κτιρίου είναι πολύ σύνθετο και περίπλοκο
- Μοιάζει παλιομοδίτικο



Βιβλιογραφία

Jean-Noël Kapferer (2013) , Διοίκηση μάρκας Σύγχρονες στρατηγικές, Rosili

Karen Haller (2019), Το μικρό βιβλίο των χρωμάτων, Διόπτρα

ΠΗΓΗ ΕΙΚΟΝΩΝ:

<https://www.freepik.com/>

<https://www.shutterstock.com/el>

014

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ :

<https://www.kathimerini.gr/1004830/article/politismos/polh/perissoteroi-episkeptes-to-2018-gia-to-e8niko-arxaiologiko-moyseio>

<http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3466/1030.pdf>

[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%B8%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C_%CE%91%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CF%8C_%CE%9C%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF_\(%CE%91%CE%B8%CE%AE%CE%BD%CE%B1\)](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%B8%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C_%CE%91%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CF%8C_%CE%9C%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF_(%CE%91%CE%B8%CE%AE%CE%BD%CE%B1))

<https://www.louvre.fr/en/how-use-louvre/showing-respect-collections>

<https://www.womantoc.gr/life/article/periigitheite-eikonika-sta-megalytera-mouseia-tou-kosmou-apo-ton-kanape-sas>

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF_%CF%84%CE%BF%CF%85_%CE%A0%CF%81%CE%AC%CE%B4%CE%BF

<http://selectedbytraitors.gr/2017/12/14/%CE%B7-%CF%80%CF%8C%CF%81%CF%84%CE%B1/>

015

ΜΕΡΟΣ Β΄
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ

Το Μουσείο

- Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα μουσεία του κόσμου
- Είναι το μεγαλύτερο μουσείο της Ελλάδας
- Στις συλλογές του εκπροσωπούνται όλοι οι πολιτισμοί που άνθισαν στον ελληνικό χώρο από την προϊστορική εποχή ως το τέλος της ρωμαϊκής περιόδου.
- Οι συλλογές του αποτελούνται από περισσότερα από 11.000 εκθέματα.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ:

ΕΘΝΙΚΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ
ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ
ΛΟΓΟΤΥΠΟ
BRANDING
MUSEUM BRANDING

Case Study

Χρονολόγιο λογοτύπων

002



Υπάρχον λογότυπο

018

- . Δεν εφαρμόζεται καλά στα σύγχρονα μέσα
- . Δεν είναι τόσο θελκτικό όσο άλλα λογότυπα του ανταγωνισμού
- . Το στυλιζάρισμα του κτιρίου είναι πολύ σύνθετο και περίπλοκο
- . Μοιάζει παλιομοδίτικο



Στόχοι σχεδιασμού

- 019
- . Επαναπροσδιορισμός ταυτότητας
 - . Σύγχρονη εικόνα μουσείου
 - . Ευαισθητοποίηση για την ιστορία
 - . Ενημέρωση για τη συλλογή
 - . Προσέλκυση κοινού

Λέξεις κλειδιά:

ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ, ΕΚΘΕΜΑΤΑ, ΠΑΡΕΛΘΟΝ, ΜΕΛΛΟΝ, ΜΟΝΤΕΡΝΟ
ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΣΤΥΛΙΖΑΡΙΣΜΑ, ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ, ΑΦΑΙΡΕΣΗ, ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΟΤΗΤΑ

Το νέο λογότυπο

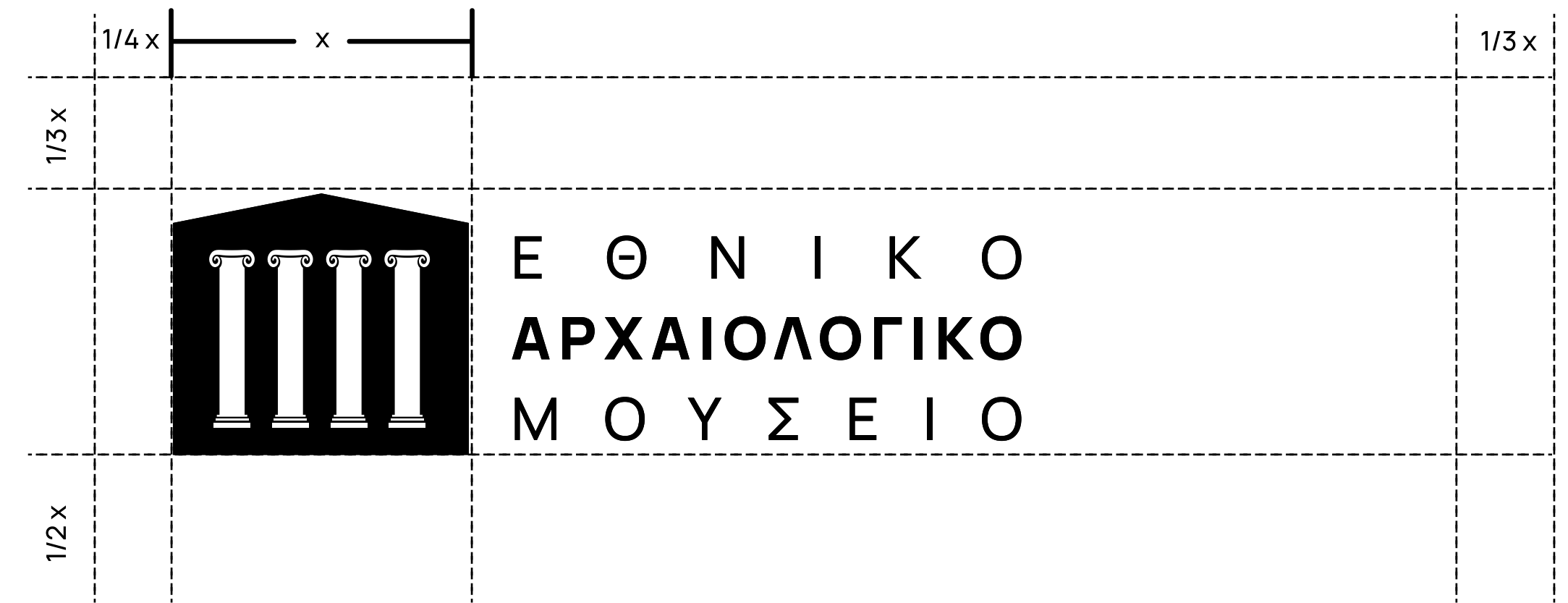
- 020 . Σύγχρονη προσέγγιση ώστε να είναι απλό, ευκολομνημόνευτο και να διευκολύνει την αναγνώριση του brand.
- . Εκφράζεται η ανάγκη για εξέλιξη και ανάπτυξη μέσα από μια ανανεωμένη και δυναμική ταυτότητα.
- . Τι συμβολίζει η είσοδος: Το κτίριο, την πρόσβαση, την μετάβαση, το πέρασμα μεταξύ των εποχών.

Μοντέρνο, μίνιμαλ, εκφράζει τις αξίες διαφοροποιεί από τον ανταγωνισμό



Περιθώρια ασφαλείας

021



Η γραμματοσειρά που επιλέχθηκε για την δημιουργία του λογοτύπου είναι η **MANROPE** σε Extra Bold και Semibold.

Χρωματική παλέτα

022



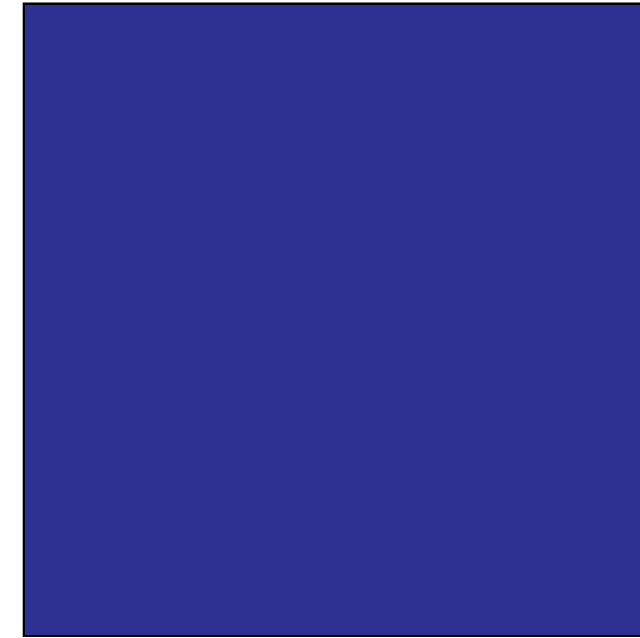
CMYK: 0/30/100/0
#FBBA00



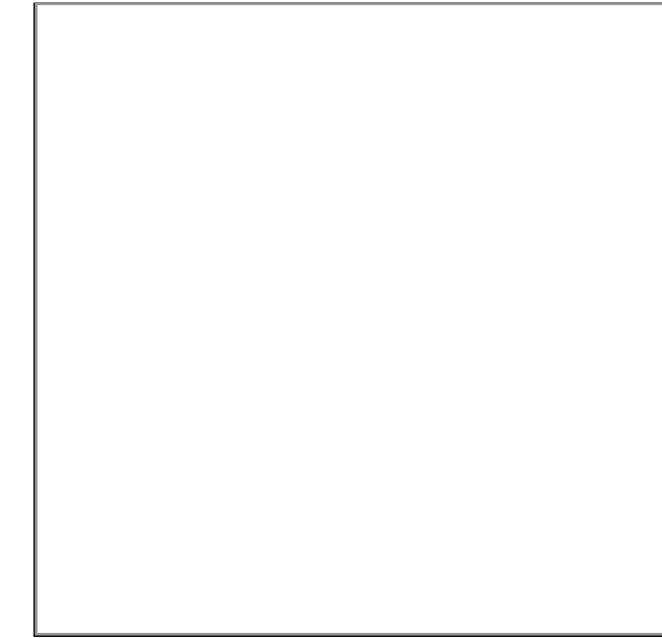
CMYK: 0/70/90/0
#EC6726



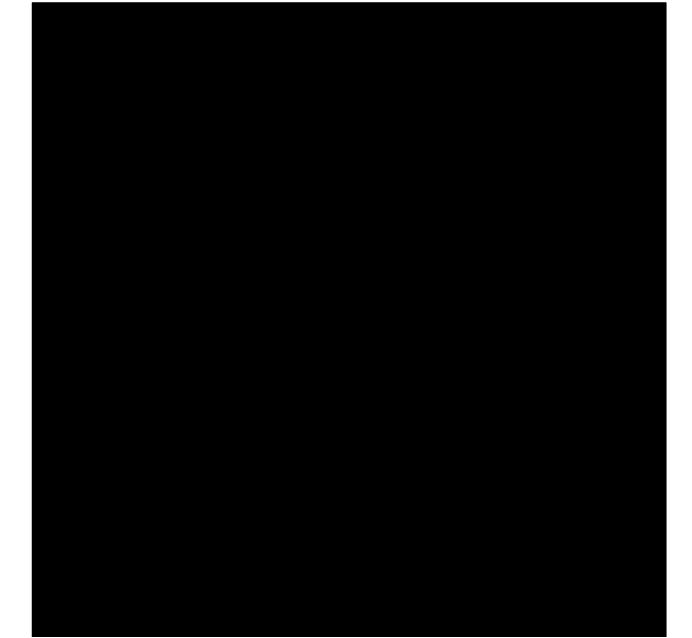
CMYK 60/0/0/0
#5BC5F2



CMYK: 100/100/0/0
#312783



CMYK 0/0/0/0
#FFFFFF



CMYK: 0/0/0/100
#1D1D1B



ΑΦΙΣΕΣ

023

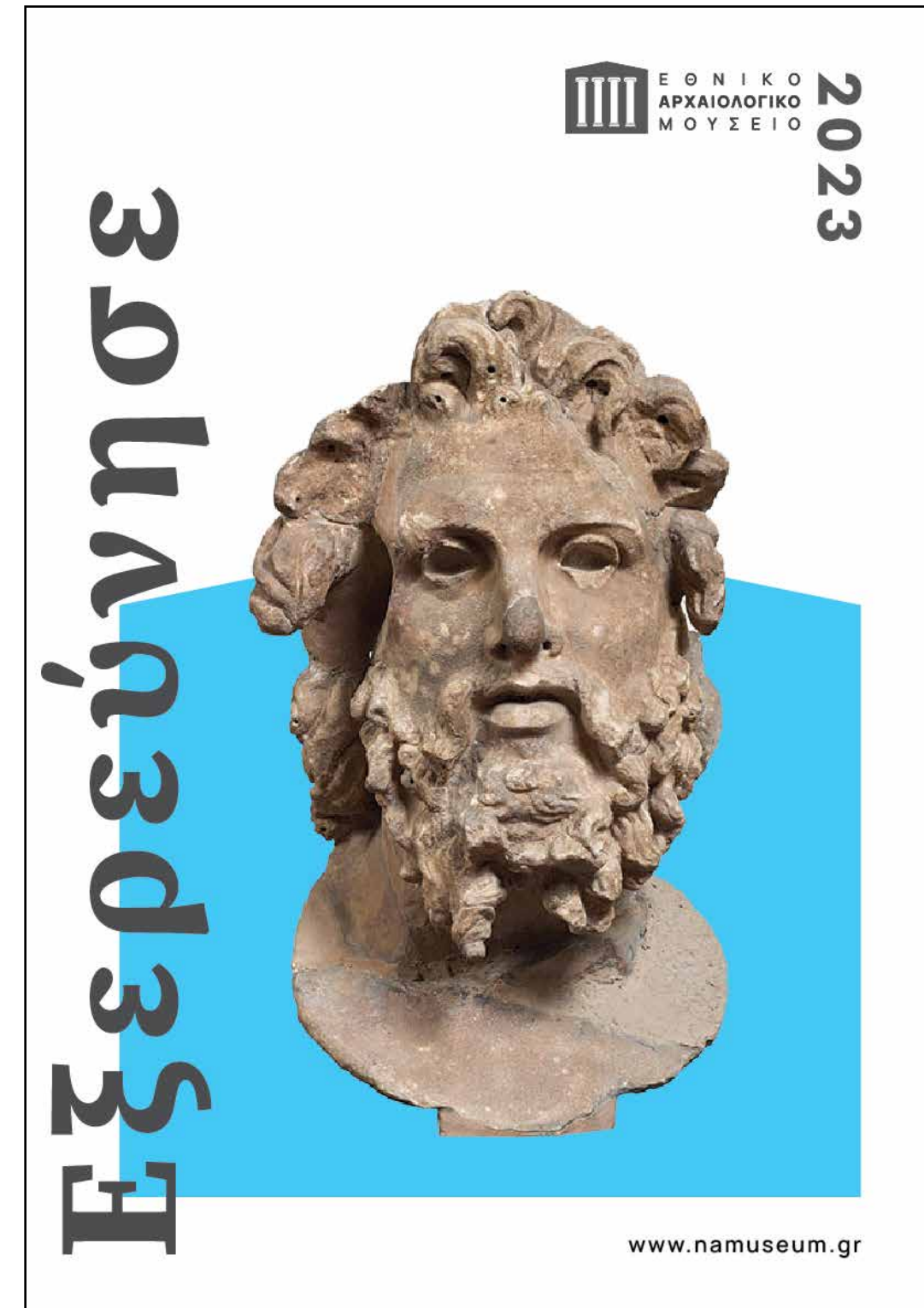
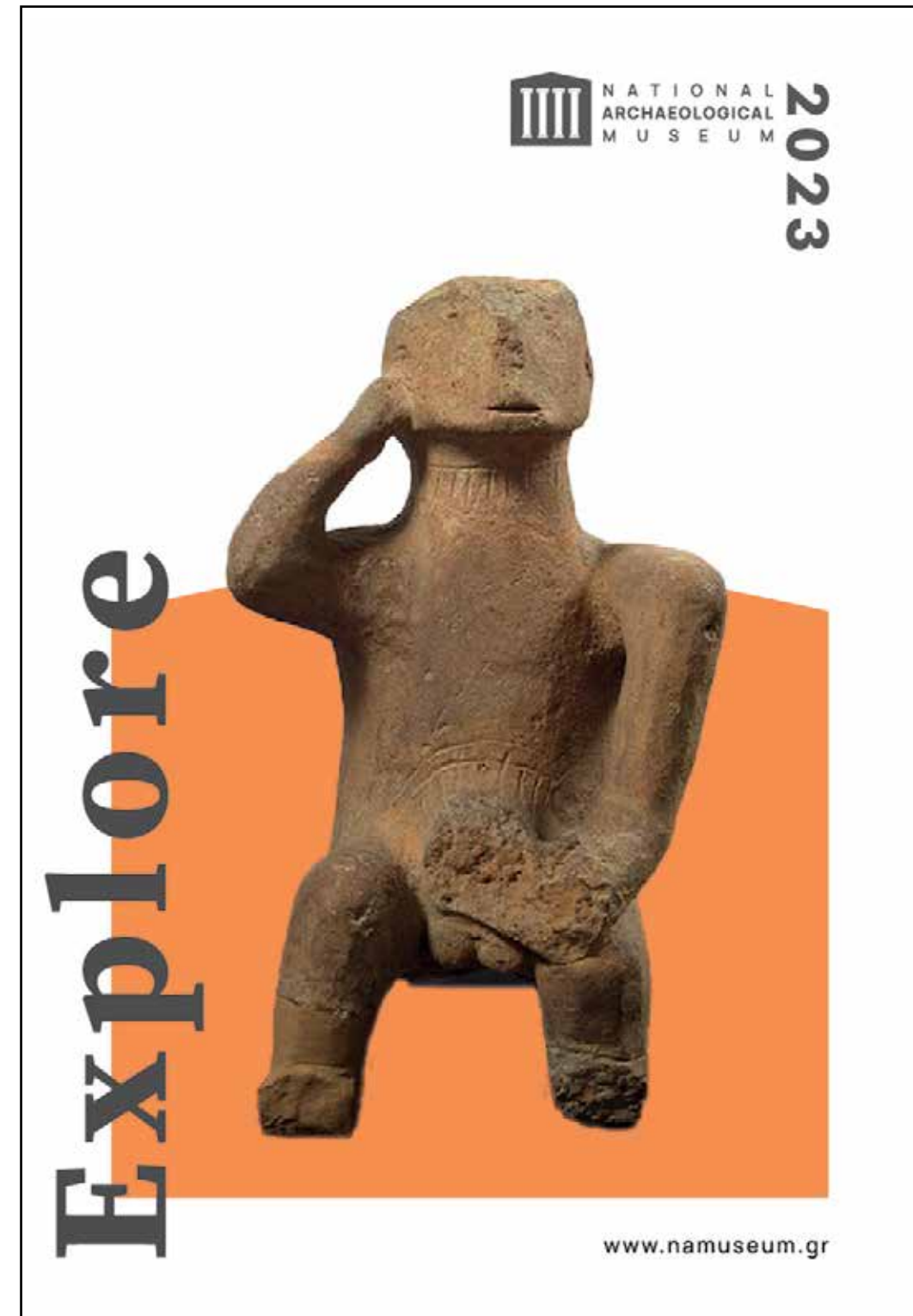


024



ΑΦΙΣΕΣ

025



026



ΑΦΙΣΕΣ

027

www.namuseum.gr

**ΤΟ ΧΘΕΣ
ΕΙΝΑΙ ΤΩΡΑ.**

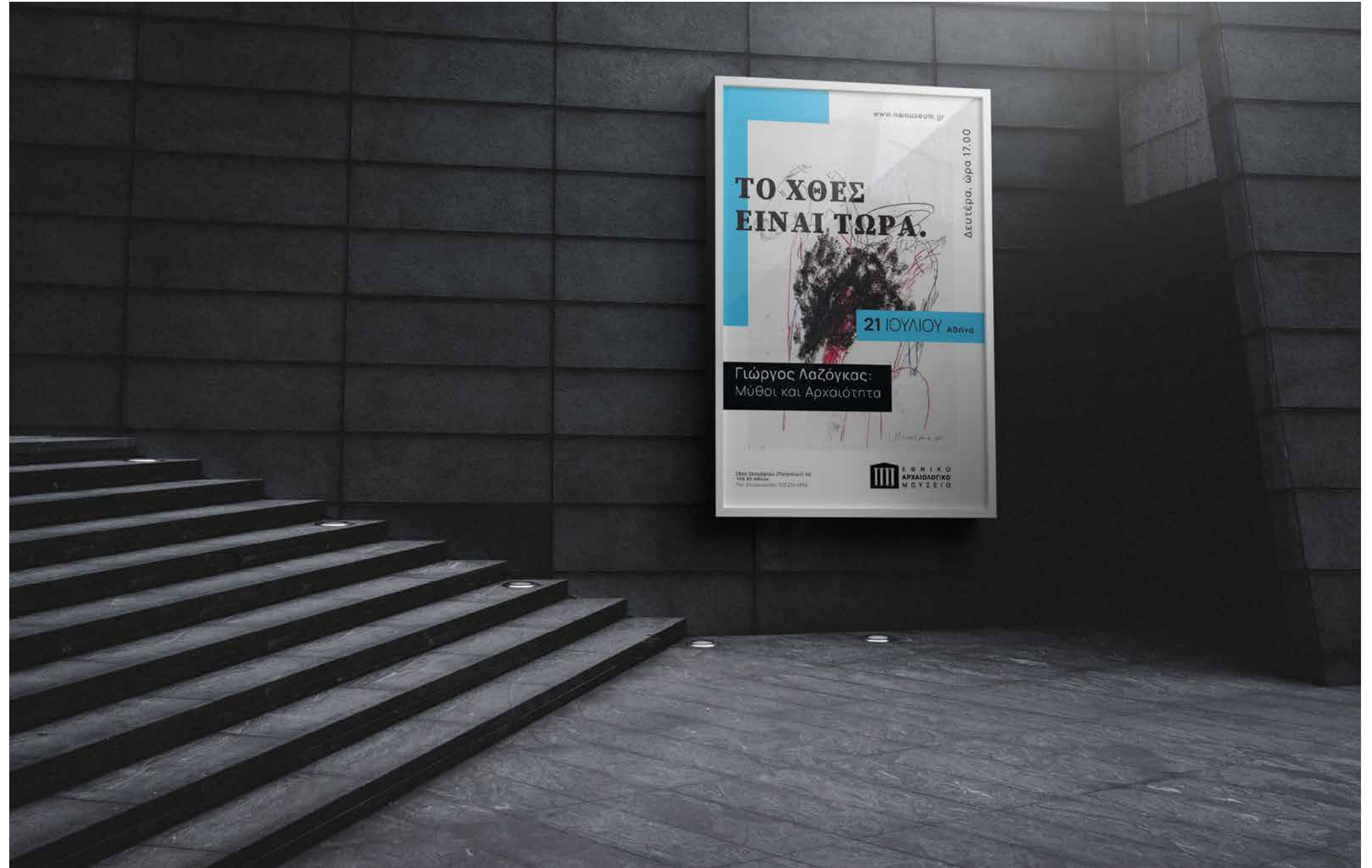
Δευτέρα, ώρα 17.00

21 ΙΟΥΛΙΟΥ Αθήνα

**Γιώργος Λαζόγκας:
Μύθοι και Αρχαιότητα**

28ης Οκτωβρίου (Πατισίων) 44,
106 82 Αθήνα
Τηλ. Επικοινωνίας: 213 214 4856

**ΕΘΝΙΚΟ
ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ
ΜΟΥΣΕΙΟ**



ΑΦΙΣΕΣ

028

www.namuseum.gr

ΑΘΕΑΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

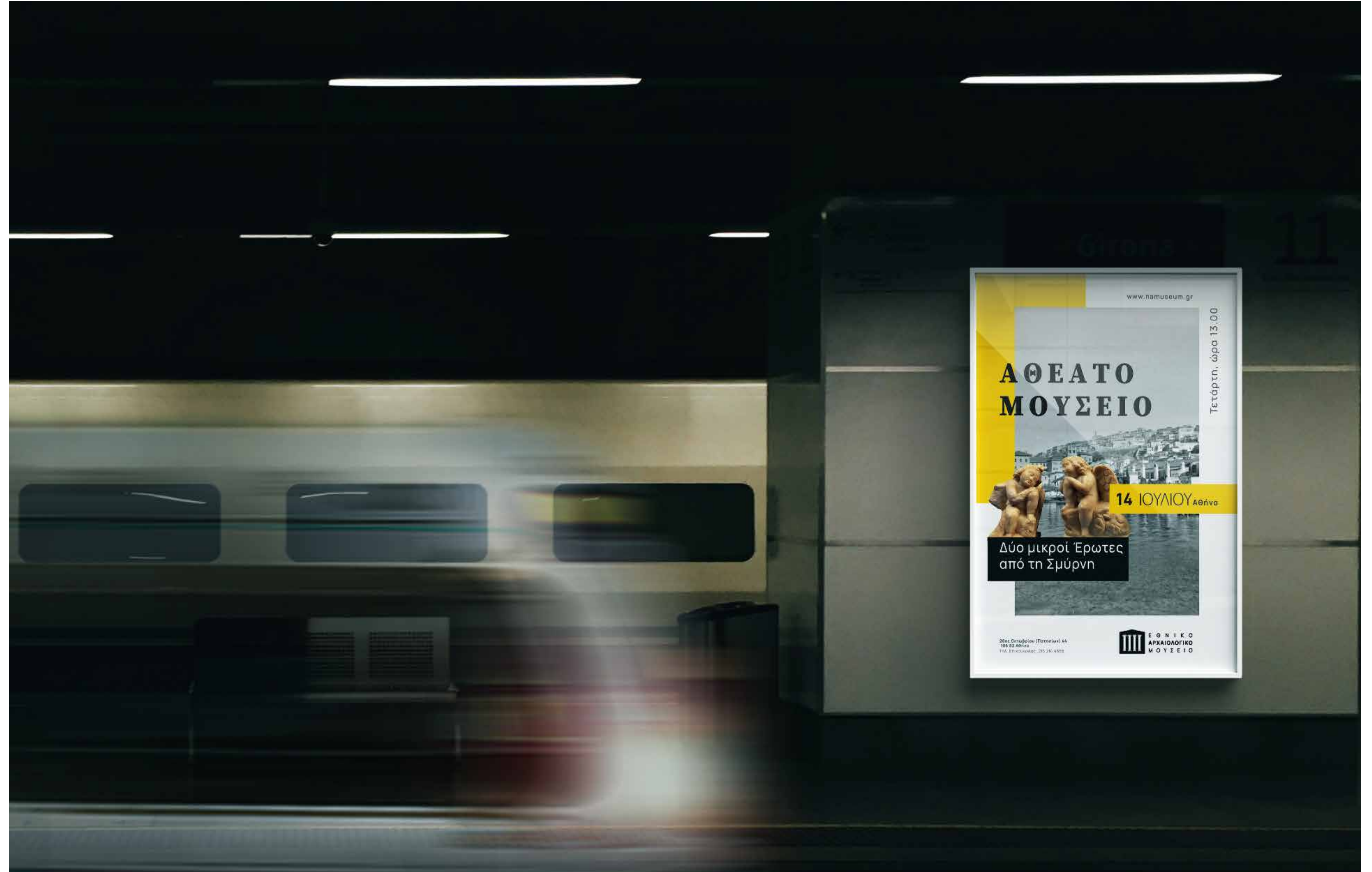
Τετάρτη, ώρα 13.00

14 ΙΟΥΛΙΟΥ Αθήνα

Δύο μικροί Έρωτες από τη Σμύρνη

28ης Οκτωβρίου (Πατισίων) 44
106 82 Αθήνα
Τηλ. Επικοινωνίας: 213 214 4856

ΕΘΝΙΚΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ



ΤΡΙΠΤΥΧΟ

029

Η ΕΚΘΕΣΗ

Στην έκθεση αυτή, που ανοίγει για το κοινό 30 έργα, 28 σχέδια και σε 2 προθήκες 21 σχέδια και 2 βιβλία του Γιώργου Λαζόγκα «συνοδοιπορούν» με 23 ειδικά επιλεγμένες αρχαίες καλλιτεχνικές δημιουργίες από τις συλλογές του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου. Η έκθεση υπομνηματίζει στο ευρύ κοινό την πολυποίκιλη ενασχόληση του Λαζόγκα με το παρελθόν και το νοητό διάλογο που δημιουργείται ανάμεσα στο χθες και το σήμερα.

Από την αρχή της πορείας του ο καλλιτέχνης ανασύρει στα έργα του ιστορικά και μυθολογικά σπαράγματα για να δημιουργήσει νέες οπτικές και εννοιολογικές αφηγήσεις

Οι εκάστοτε αναφορές μεταμορφώνονται σε αιγιματικές αλληγορίες του παρόντος, σε οπτικές ιστορίες που ξετυλίγονται «εν κρυπτώ», κινητοποιώντας τη φαντασία. Προτρέπουν σε καινούριες αναγνώσεις ανοίγοντας παράθυρα για νέες ερμηνείες. Τις περιπλανήσεις του Γιώργου Λαζόγκα στο παρελθόν αφουγκράζονται επιλεγμένα αρχαία έργα, τα οποία μεταφέρουν μηνύματα, δημιουργούν συνειρμούς και καλούν τον επισκέπτη σε έναν διαρκή αναστοχασμό.

ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο
28ης Οκτωβρίου (Πατησίων) 44
106 82 Αθήνα

ΩΡΑΡΙΟ

Από 1η Νοεμβρίου έως 31η Μαρτίου
Τρίτη : 13:00 – 20:00
Από Τετάρτη έως Δευτέρα: 08:30 – 15:30

Από 1η Απριλίου έως 31η Οκτωβρίου
Τρίτη : 13:00 – 20:00
Από Τετάρτη έως Δευτέρα: 08:00 – 20:00

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

E eam@culture.gr
T 213 214 4800, 213 214 4856
F 210 821 3573

www.namuseum.gr

ΤΟ ΧΘΕΣ ΕΙΝΑΙ ΤΩΡΑ.



Δευτέρα, ώρα 17.00

21 ΙΟΥΛΙΟΥ Αθήνα

Γιώργος Λαζόγκας:
Μύθοι και Αρχαιότητα





ΤΡΙΠΤΥΧΟ

030



ΤΟ ΧΘΕΣ ΕΙΝΑΙ ΤΩΡΑ.

ΓΙΩΡΓΟΣ ΛΑΖΟΓΚΑΣ: ΜΥΘΟΙ ΚΑΙ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ

Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο μεταμοιώνει για πρώτη φορά στη νεότερη διαδρομή του τις αίθουσες των περιοδικών εκθέσεων σε έναν πολυδύναμο χώρο, στον οποίο η αρχαιότητα συναντά και συνδιαλέγεται με τη σύγχρονη καλλιτεχνική δημιουργία. Η έναρξη αυτής της αμφίδρομης σχέσης γίνεται με τον Γιώργο Λαζόγκα.

Στην έκθεση αυτή, που ανοίγει για το κοινό, 30 έργα, 28 σχέδια και σε 2 προθήκες, 21 σχέδια και 2 βιβλία του Γιώργου Λαζόγκα «συνοδοιοπορούν» με 23 ειδικά επιλεγμένες αρχαίες καλλιτεχνικές δημιουργίες από τις συλλογές του Μουσείου. Η έκθεση υπομνηματίζει στο ευρύ κοινό την πολυποικίλη ενασχόληση του Λαζόγκα με το παρελθόν και το νοητό διάλογο που δημιουργείται ανάμεσα στο χθες και το σήμερα.

Ο ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΗΣ

Ο Γιώργος Λαζόγκας, ομότιμος καθηγητής της Ανωτάτης Σχολής Καλών Τεχνών, γεννήθηκε το 1945 στη Λάρισα. Σπούδασε Αρχιτεκτονική στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (1963-1970) και ζωγραφική στο Παρίσι με υποτροφία της γαλλικής κυβέρνησης.

Έχει λάβει μέρος σε πάνω από τριάντα ομαδικές εκθέσεις από το 1970 και έχει πραγματοποιήσει σειρά ατομικών εκθέσεων. Μέχρι το 1999 υπήρξε καθηγητής στο Τμήμα Αρχιτεκτόνων του ΑΠΘ και στο διάστημα 2008-2012 στην ΑΣΚΤ Αθήνας. Το 2008 δημιούργησε μια μόνιμη εικαστική εγκατάσταση για το σταθμό «Ελαιώνας» του μετρό της Αθήνας. Ζει και εργάζεται στην Αθήνα.

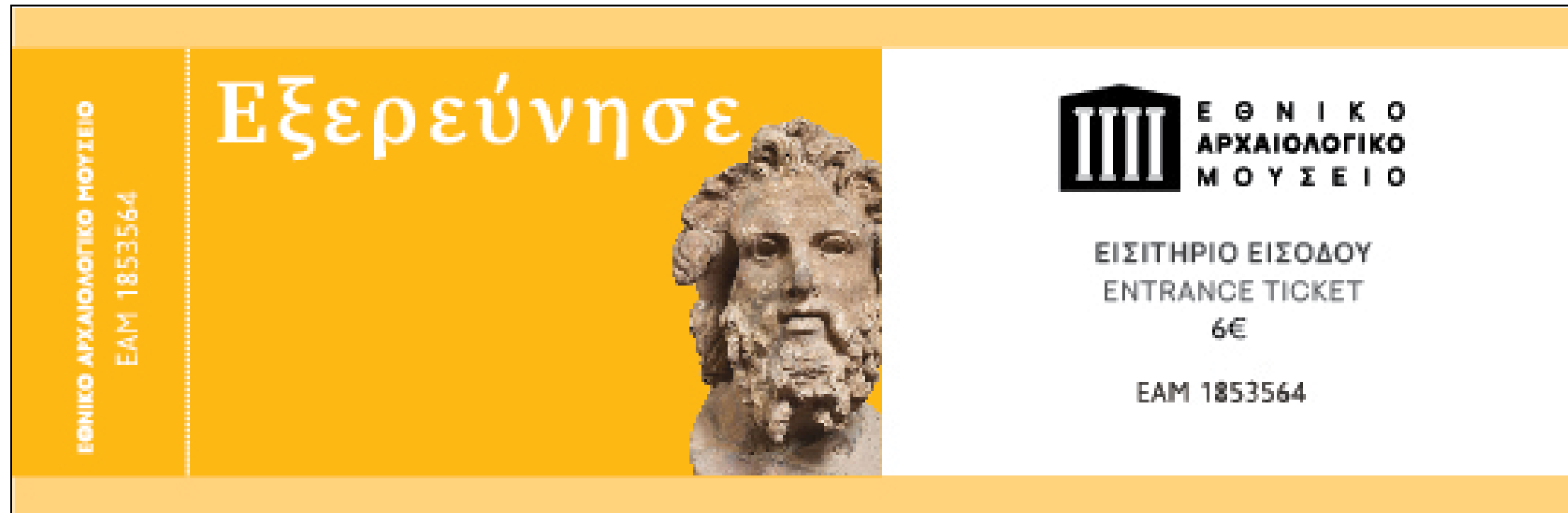
21 ΙΟΥΛΙΟΥ Αθήνα

ΕΘΝΙΚΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ



ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ

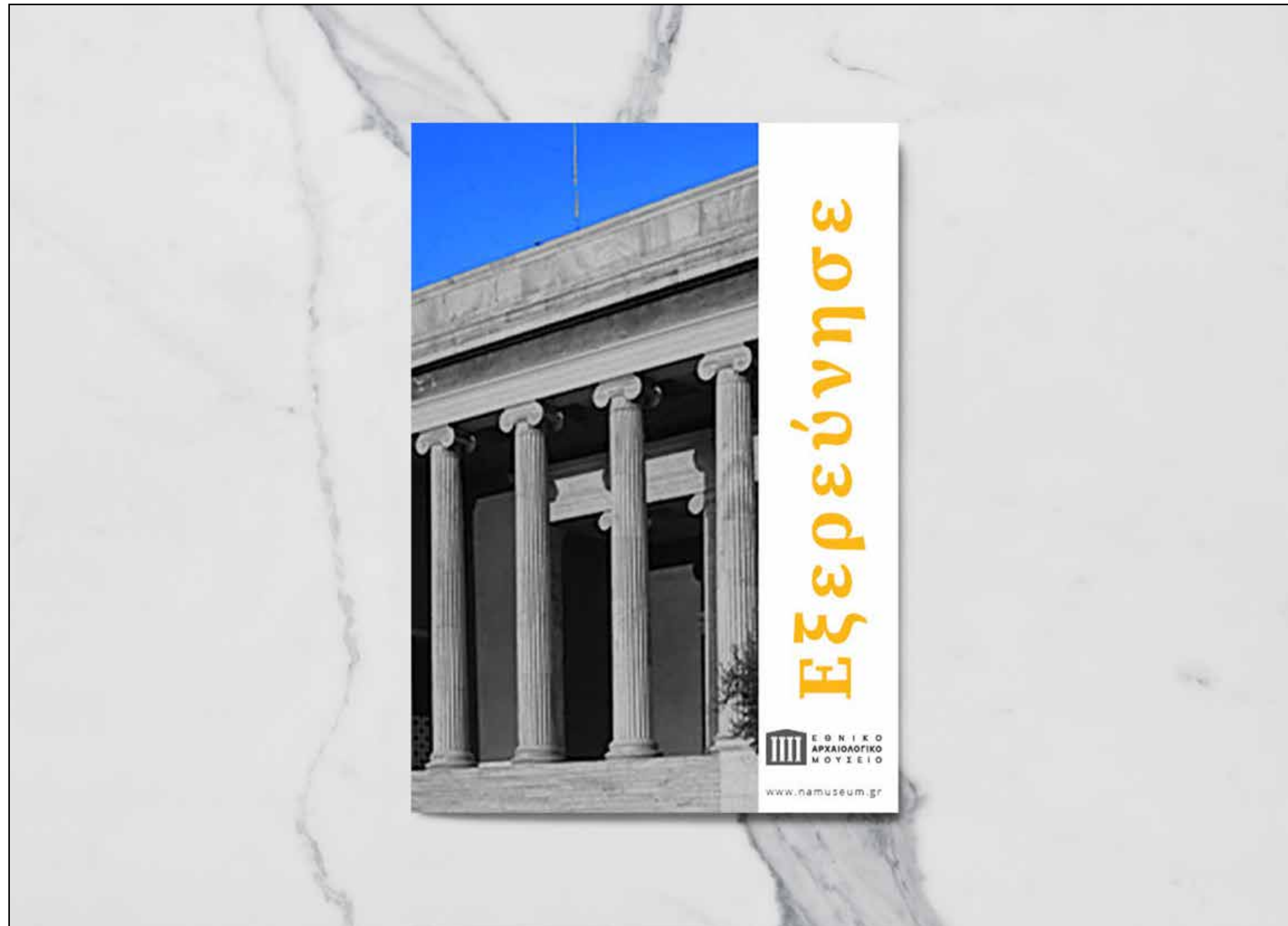
031



ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΕΝΤΥΠΟ

Μεγέθους Α5, 28σέλιδο

032



033



034



Οι μόνιμες Συλλογές

Οι εκθεσιακοί χώροι του, δεκάδες χίτους σε κάθε όροφο, καλύπτουν έκταση 8.000 τ.μ. και στεγάζουν τις πέντε μεγάλες μόνιμες συλλογές.

Τη Συλλογή Προϊστορικών Αρχαιοτήτων, που περιλαμβάνει έργα των μεγάλων πολιτισμών που αναπτύχθηκαν στο Αιγαίο από την 6η χιλιετία έως το 1050 π.Χ. (νεολιθικού, κυκλαδικού και μυκηναϊκού) και ευρήματα από τον προϊστορικό οικισμό της Θήρας.

Τη Συλλογή Έργων Γλυπτικής, που παρουσιάζει την εξέλιξη της αρχαίας ελληνικής γλυπτικής από τον 7ο αι. π.Χ. έως τον 5ο αι. μ.Χ., μέσα από μοναδικά έργα τέχνης.

Τη Συλλογή Αγγείων και Μικροτεχνίας, που περιλαμβάνει αντιπροσωπευτικά έργα της αρχαίας ελληνικής κεραμικής από τον 11ο αι. π.Χ. έως και τη ρωμαϊκή εποχή, καθώς και τη Συλλογή Σταθότου, μια διαχρονική συλλογή μικροτεχνημάτων.

Τη Συλλογή Έργων Μεταλλοτεχνίας με πολλά μοναδικά πρωτότυπα έργα, αγάλματα, ειδώλια και έργα μικροτεχνίας.

Τέλος, τη μοναδική για την Ελλάδα Συλλογή Αιγυπτιακών και Ανατολικών Αρχαιοτήτων με έργα τέχνης, που χρονολογούνται από την προδυναστική περίοδο (5000 π.Χ.) έως και τους χρόνους της ρωμαϊκής κατάκτησης.

10 / 28

035



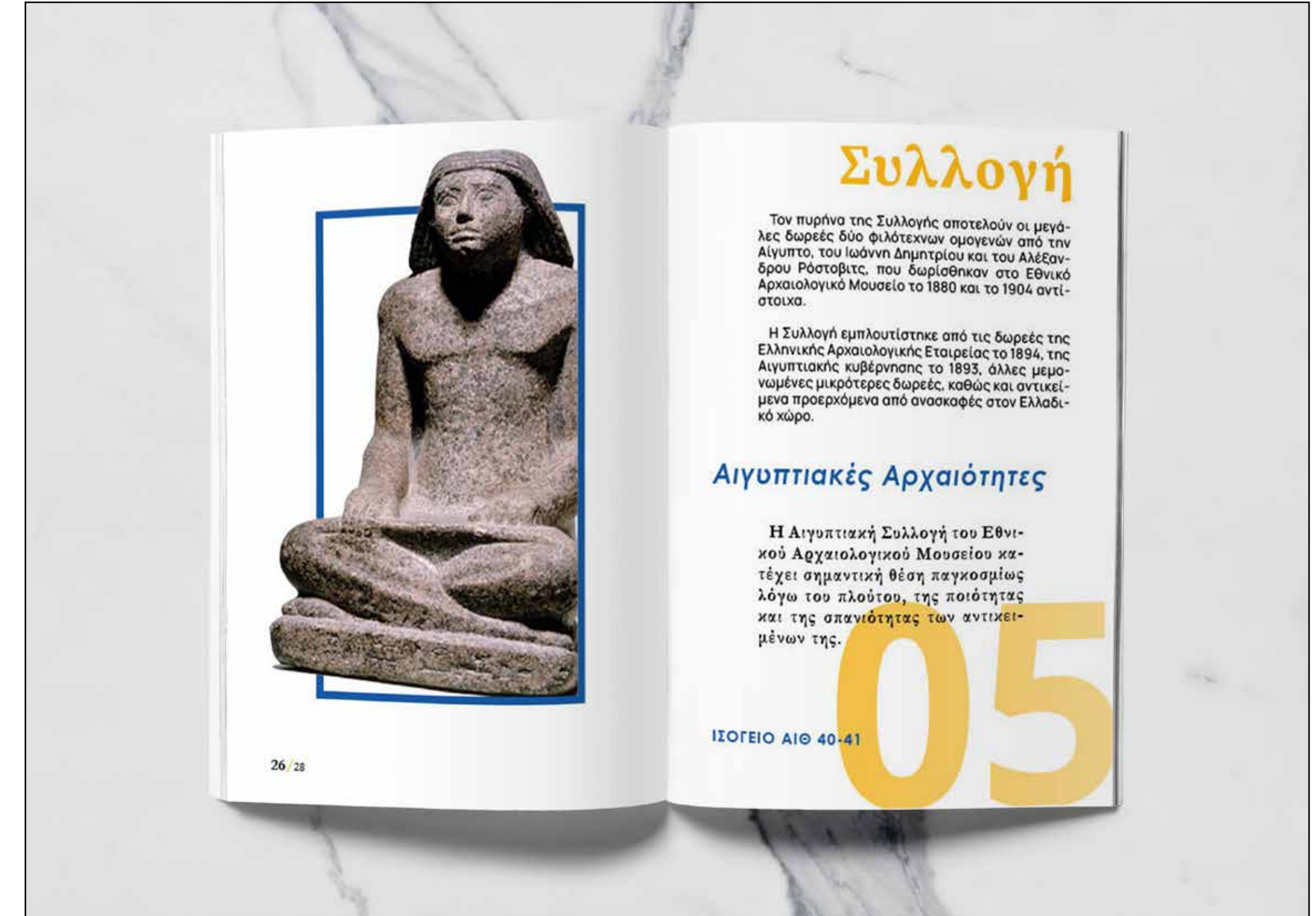
036



037



038



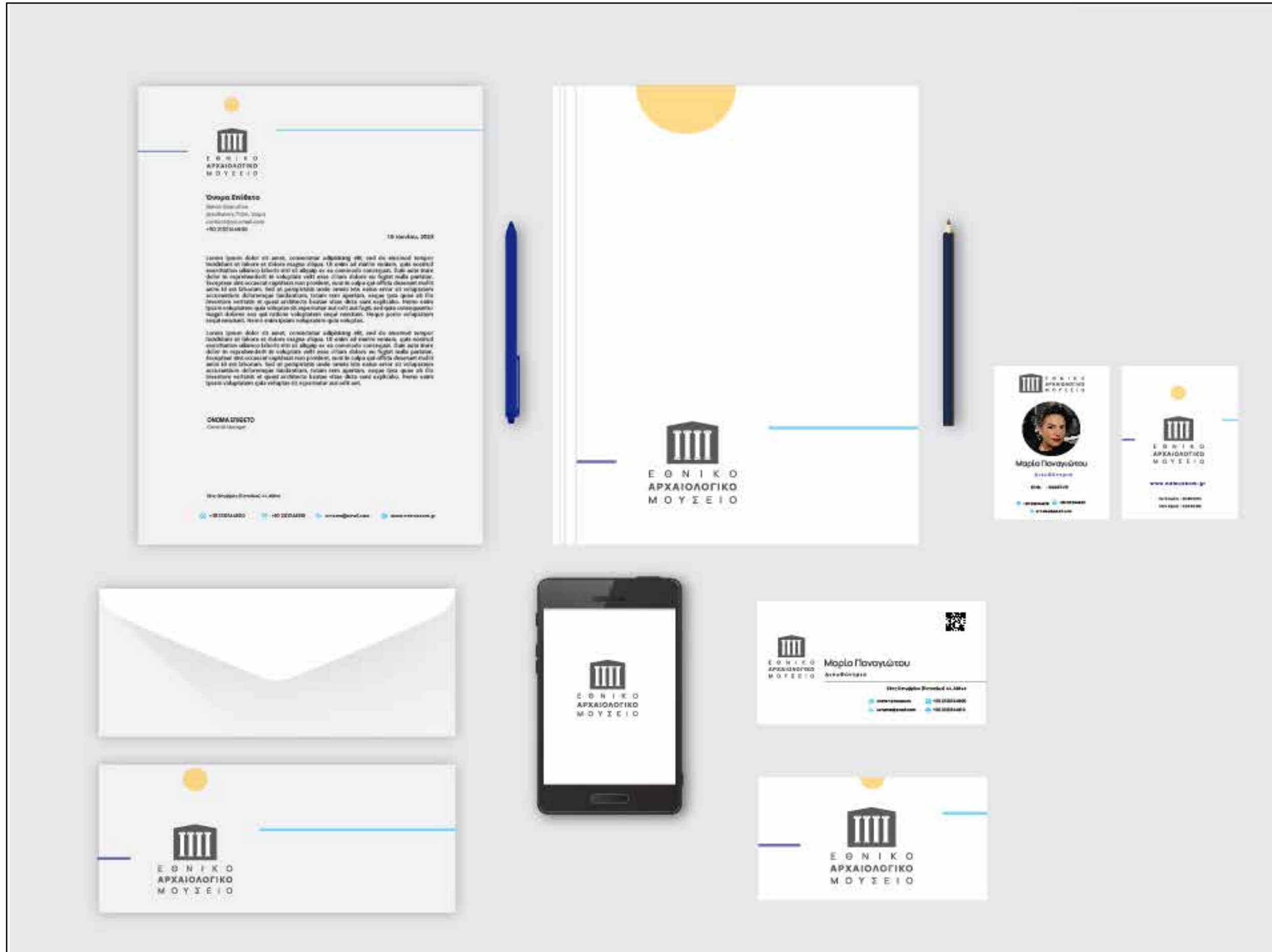
039



ΕΙΔΗ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Επιστολόχαρτο, καρτα, φάκελος, σημειωματάριο

040



BANNER

041

ΕΘΝΙΚΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ
www.namuseum.gr

**ΤΟ ΧΘΕΣ
ΕΙΝΑΙ ΤΩΡΑ.**

Γιώργος Λαζόγκας:
Μύθοι και Αρχαιότητα

Δευτέρα, ώρα 17.00

21 ΙΟΥΛΙΟΥ Αθήνα

Μάθε περισσότερα

Μεγέθους 300x600px

ΕΘΝΙΚΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

**ΜΟΝΙΜΗ ΕΚΘΕΣΗ
ΑΓΑΛΜΑΤΑ**

Μάθε περισσότερα

www.namuseum.gr

Billboard banner Μεγέθους 1000x300px

Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

Τετάρτη
8 Σεπτεμβρίου 2021



EDITOR'S PICK

Ψυχοθεραπεία online



ΑΝΑΛΥΣΗ
Σπουδές Φιλολογίας: Οι βάσεις και οι προτεραιότητες

Στηρίζει την ενσωματωμένη και εκπαιδευτική προσφορά των φιλολόγων και των πανομοιότυπων τμημάτων.

ΤΟ ΧΘΕΣ ΕΙΝΑΙ ΤΩΡΑ.

Γιάννης Λαζόπουλος:
Μέθοδοι και Αποδόσεις

Δευτέρα, ώρα 17.00

21 ΙΟΥΝΙΟΥ

Μάθε περισσότερα




Κ. ΚΑΤΣΟΥΡΑΚΗΣ
Συντάξεις: Πληρωμές αναδρομικών έως τέλη



ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ
Ιταλική «ομπρέλα» προστασίας σε Ferrari και Lamborghini

042



Δευτέρα 21 Φεβρουαρίου 2022 | 02:34

14 °C Αθήνα



ΑΡΧΙΚΗ | ΕΙΔΗΣΕΙΣ | ΕΛΛΑΔΑ | ΚΟΣΜΟΣ | ΠΟΛΙΤΙΚΗ | ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ | ΣΠΟΡ | ΑΠΟΨΗ | ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ | ΥΓΕΙΑ | BSCIENCE | THE GOOD LIFE | TRASH | IN TV | ENG | PLUS

NEWS: Παγκόσμιο σκάνδαλο: Διαρροή 18.000 λογαριασμών της Credit Suisse αποκαλύπτει εγκληματίες και πολιτικούς | ΣΥΡΙΖΑ: Σε θέση μάχης ενόψει του συνεδρίου – Η εσωκομματική διαμάχη για τις κυβερνητικές συνεργασίες | Τ

043

**ΜΟΝΙΜΗ ΕΚΘΕΣΗ
ΑΓΑΛΜΑΤΑ**

ΕΘΝΙΚΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

Μάθε περισσότερα

www.namuseum.gr

ΚΟΡΟΝΑΙΟΣ # ΑΛΚΗΣ # ΠΑΤΡΑ # ΒΙΑΣΜΟΣ ΣΤΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ # ΚΕΡΚΥΡΑ # ΣΑΚΗΣ ΡΟΥΒΑΣ # ΚΥΨΕΛΗ # ΟΥΚΡΑΝΙΑ # ΤΟΥΡΚΙΑ # ΜΕΓΑ



ΕΛΛΑΔΑ
Εκατοντάδες φίλαθλοι στο σημείο δολοφονίας του Αλκη



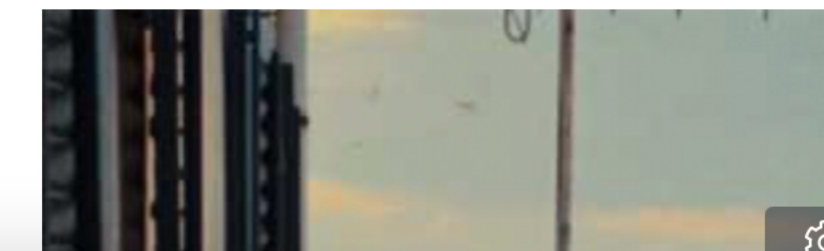
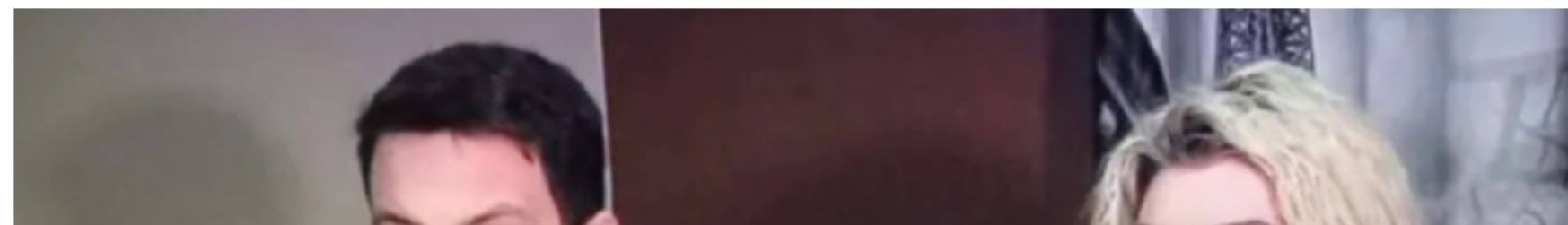
FIZZ
Έξαλλη η Σία Κοσιώνη «σφάζει» με το βαμβάκι τον Αντώνη Κανάκη: Αν...



ΕΛΛΑΔΑ
Φόβοι για διαρροή καυσίμου από το Euroferry Olympia



ΚΟΣΜΟΣ
Μητέρα ανεβάζει βίντεο με τον αυτιστικό γιο της να δοκιμάζει φαγητά -...

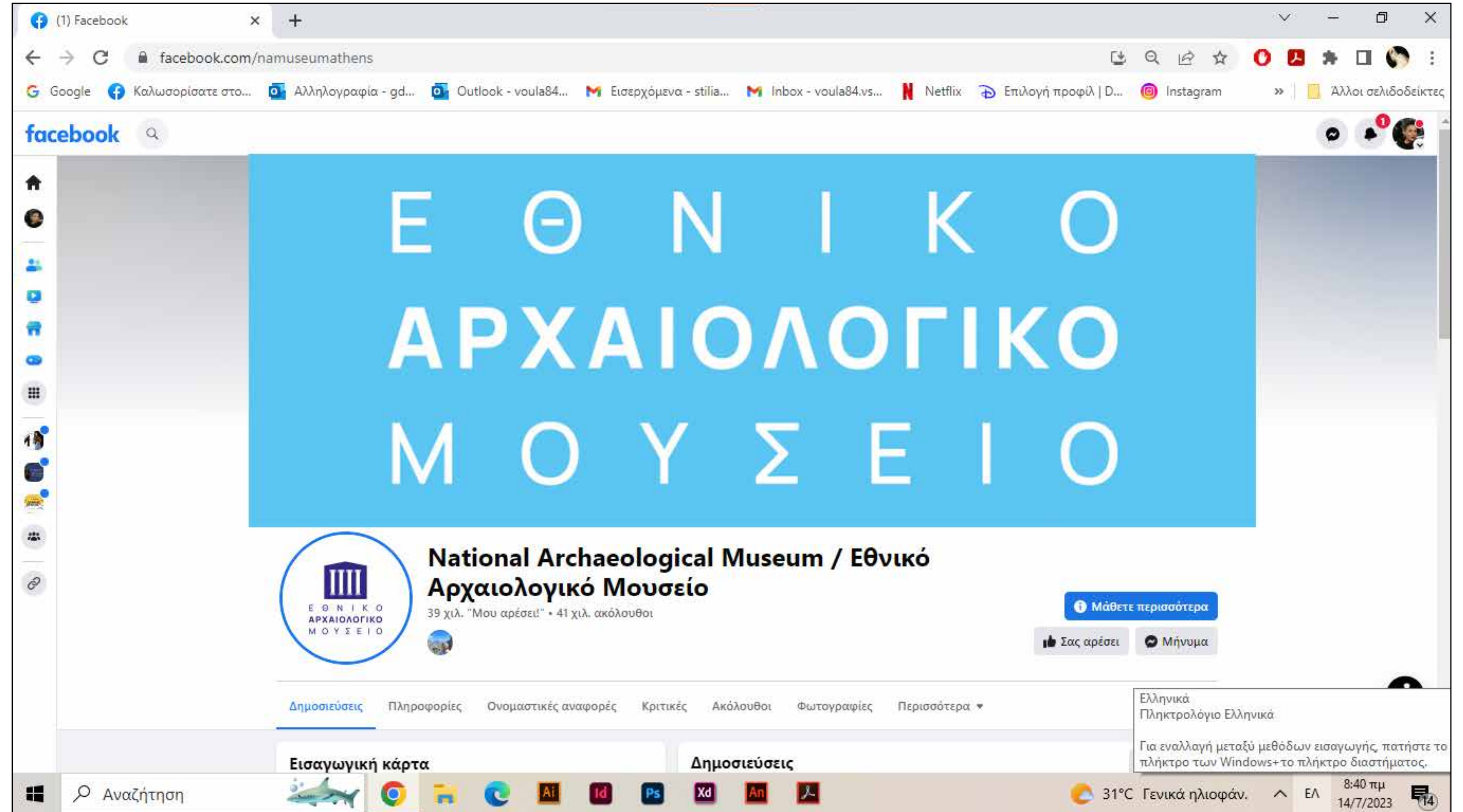


Cookies

SOCIAL MEDIA

Covers & Profile pictures

044



SOCIAL MEDIA

Covers & Profile pictures

The screenshot displays the Instagram profile for 'namuseumathens'. The browser's address bar shows the URL 'instagram.com/namuseumathens/'. The profile picture is a circular logo with a blue and white classical building facade and the text 'ΕΘΝΙΚΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ'. The bio includes the museum's name, a welcome message, and the address: '44, 28th of October (Patission) str. www.namuseum.gr/new/ektakti-enimerosi-koinoy-5'. Below the bio are seven circular highlights: 'NAM EVENTS', 'NAM TRAVELS', 'LAB', 'UNSEEN MUSEUM', 'EXHIBIT OF THE MONTH', 'NAM HISTORY', and 'DAYS TO REMEMBER'. The main content area shows a grid of posts, with the first post being a photograph of the museum's exterior. The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date '20/6/2023' and time '12:22 μμ'.

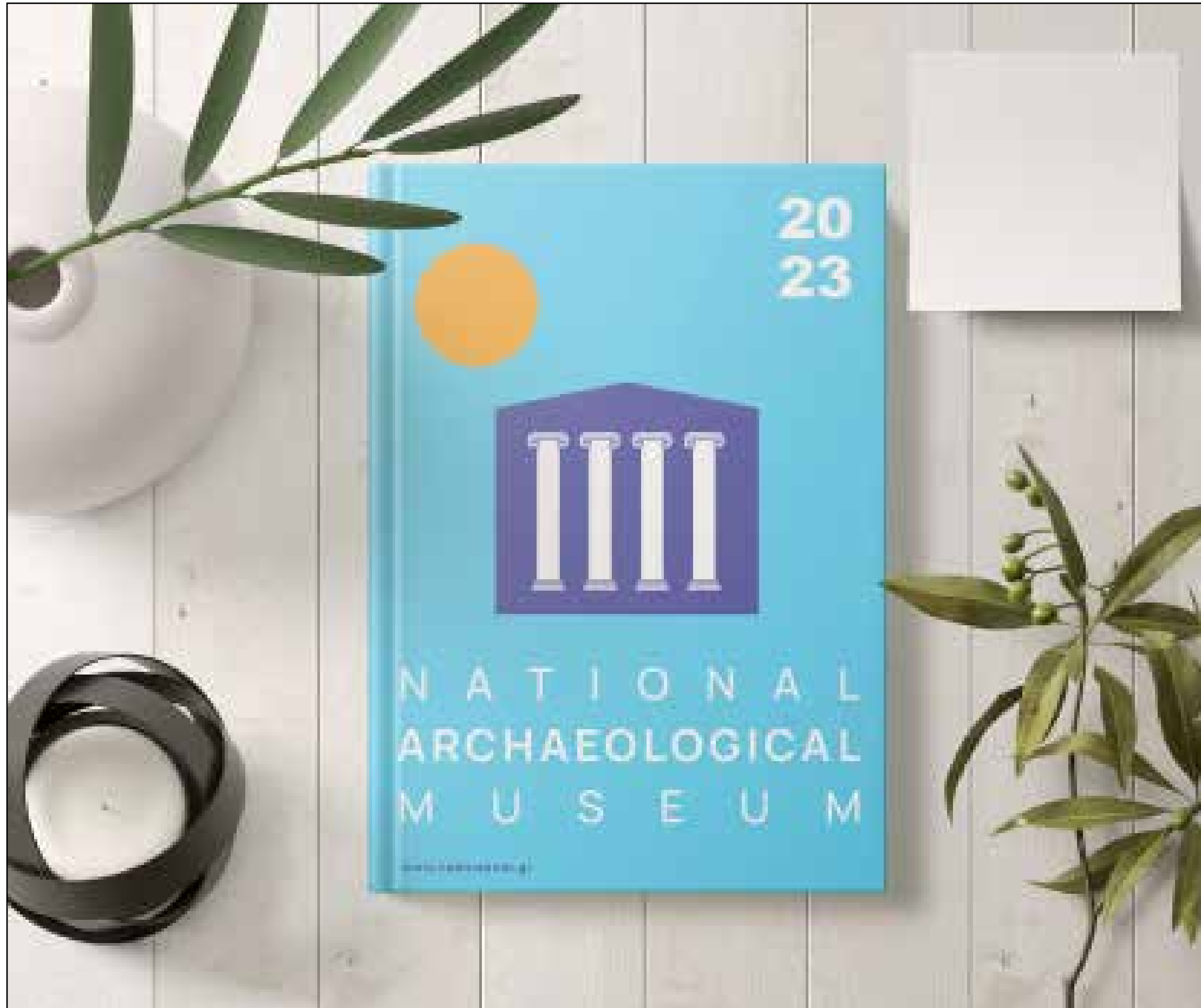
ΛΟΙΠΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

046



ΛΟΙΠΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

047



048

Σας ευχαριστώ