



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

Σχολή Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού

Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας

Πτυχιακή/ Διπλωματική εργασία

Σχεδιασμός ψηφιακής εφαρμογής κινητού (app)

και προωθητικό υλικό.

Νικολοπούλου Γεωργία

A.M. 18674131

Επιβλέπων Καθηγητής:

Δρ. Ρωσσέτος Μετζητάκος

Οκτώβρης 2023

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ
ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Νικολοπούλου Γεωργία του Στυλιανού, με αριθμό μητρώου 18674131 φοιτήτρια 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»

Η Δηλούσα

Νικολοπούλου Γεωργία



ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ

Δρ. Μετζητάκος Ρωσσέτος
Επίκουρος Καθηγητής Πανεπιστημίου

ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΤΗΣ

Δρ. Μυτιληναίου Σοφία
Επίκουρη Καθηγήτρια Πανεπιστημίου

ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΤΗΣ

Παπαδομανωλάκη Μαρία
Λέκτορας Πανεπιστημίου

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά το κύριο Ρωσσέτο Μετζητάκο, για την εξαιρετική συνεργασία που είχαμε, την στοχευμένη καθοδήγηση που μου έδωσε, τη βοήθεια που μου προσέφερε κατά τη διάρκεια της πτυχιακής αλλά και στη διάρκεια των μαθημάτων του.

Περίληψη

Στη πτυχιακή αυτή γίνεται μελέτη και ανάλυση των βασικών χαρακτηριστικών της εταιρίας που δημιουργήθηκε ονόματι Cinemate. Επικεντρώνεται στο σχεδιασμό τόσο της ταυτότητας όσο και της εφαρμογής, που έχει ως θέμα τη βιβλιοθήκη σειρών και ταινιών, και σκοπό να διευκολύνει και να βελτιώσει την εμπειρία του χρήστη στην εύρεση και αποθήκευση σειρών και ταινιών. Πραγματοποιήθηκε έρευνα σχετικά με την εξέλιξη του κινηματογράφου και την άνοδο των πλατφόρμων online streaming, καθώς και παρόμοιων εφαρμογών με κοινό θέμα. Περιγράφεται η σημασία του ονόματος και η διαδικασία του σχεδιασμού ολόκληρης της εταιρικής ταυτότητας, καθώς και της εφαρμογής

Λέξεις κλειδιά: Εφαρμογή κινητού, λίστα ταινιών, λίστα σειρών, βιβλιοθήκη σειρών και ταινιών, σχεδιασμός εφαρμογής, σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας, προώθηση εφαρμογής

Abstract

In this thesis, a study and analysis of the main characteristics of the company named Cinemate are conducted. It focus on the design of both the identity and the application, which is about the library of series and movies, and aims to facilitate and improve the user experience in finding and saving series and movies. Research was conducted on the evolution of cinema and the rise of online streaming platforms, as well as similar applications with a common theme. The meaning of the name and the process of designing the entire brand identity, as well as the application, are described.

Keywords: Mobile application, movie list, series list, series and movies library, application design, brand identity design, app promotion

Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή.....	7
2. Οι ταινίες και οι σειρές.....	8
2. Ιστορία του σινεμά.....	9
2. Το online streaming	10
3. Έρευνα – Μεθοδολογία.....	11
3.1 Παρόμοιες Εφαρμογές – Ανταγωνισμός.....	11
3.2 Τι προσφέρει το Cinemate.....	13
3.3 Σχεδιαστικό πλαίσιο.....	14
4. Εταιρική Ταυτότητα.....	14
4.1 Ονοματολογία.....	14
4.2 Λογότυπο.....	14
4.3 Χρωματική Παλέτα.....	15
4.4 Γραμματοσειρά.....	17
5. Σχεδιασμός Εφαρμογής.....	18
5.1 Διάγραμμα ροής.....	18
5.2 Εικονίδια.....	19
5.3 Σχεδιασμός εφαρμογής και οθόνες.....	20
6. Σχεδιασμός Προωθητικού Υλικού.....	29
7. Επίλογος.....	37
8. Βιβλιογραφία.....	38

1. Εισαγωγή

Η πτυχιακή αυτή εργασία αφορά το σχεδιασμό και την ανάπτυξη μιας εφαρμογής κινητού (app), που το κεντρικό της θέμα είναι η βιβλιοθήκη σειρών και ταινιών. Αυτή η εφαρμογή θα προσφέρει πολλές χρήσιμες λειτουργίες για τους λάτρεις των ταινιών και των σειρών, καθώς σε αυτή ο χρήστης μπορεί να αναζητήσει ταινίες και σειρές από όλο το κόσμο, να μάθει σε ποια πλατφόρμα μεταδίδονται και να συνδεθεί αυτόματα σε αυτές για τη προβολή, να σχολιάσει και να τις βαθμολογήσει, να κρατήσει το ιστορικό παρακολούθησης, να χρησιμοποιήσει την τεχνητή νοημοσύνη για αναζήτηση προτάσεων, να προτείνει στους φίλους του όσα έχει δει και του άρεσαν, να ενημερωθεί για νέες σειρές και ταινίες που θα βγουν, και να κρατήσει λίστα με τα όσα θέλει να δει. Παρόμοιες εφαρμογές μπορεί να υπάρχουν στην αγορά, αλλά καμία από αυτές δεν περιλαμβάνει όλα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, καθώς η εφαρμογή αυτή διακρίνεται για το συνδυασμό χαρακτηριστικών που παρέχει, προσφέροντας μια πλήρη εμπειρία για τους λάτρεις της ψυχαγωγίας. Η εργασία επίσης περιλαμβάνει το σχεδιασμό της εταιρικής ταυτότητας αυτής της εφαρμογής, καθώς και το σχεδιασμό προωθητικών υλικών για να τη κάνει ευρέως γνωστή στο κοινό.

Η ταυτότητα του Cinemate αναπτύχθηκε από την αρχή, με σκοπό να αποτυπωθεί η εικόνα του στους χρήστες της, όχι μόνο λόγω των λειτουργιών που προσφέρει αλλά και του μοντέρνου αλλά λειτουργικού σχεδιασμού του. Ο σχεδιασμός έγινε με προσοχή ώστε να μπορέσει να προσφέρει μια διαισθητική και φιλική προς το χρήστη διεπαφή, ώστε να θέλει και να μπορεί να τη χρησιμοποιήσει με ευκολία.

Στο θεωρητικό μέρος αυτής της εργασίας θα αποτυπωθεί η ιδέα και το σκεπτικό του πρακτικού μέρους του σχεδιασμού, αναλύοντας κάθε βήμα της δημιουργίας της εφαρμογής και της ταυτότητας της.

2. Οι ταινίες και οι σειρές

2.1 Ιστορία του σινεμά

Ο κινηματογράφος ως μορφή τέχνης εξελίχθηκε από την αφήγηση, το θέατρο, τις εικαστικές τέχνες, το κουκλοθέατρο σκιών κ.α., τα οποία συνδύαζαν εικόνα και αφήγηση. Η ιστορία της κινηματογραφικής βιομηχανίας ξεκινάει στα τέλη του 19^{ου} αιώνα, όπου ο Thomas Edison με το βοηθό του William Dickson κυκλοφόρησαν τι κινετοσκόπιο. Ήταν μια συσκευή προβολής σαν ένα “ντουλάπι”, όπου κάθε άνθρωπος ξεχωριστά μπορούσε να δει τη ψευδαίσθηση της κινούμενης εικόνας. Όταν το κινετοσκόπιο έγινε γνωστό, η εταιρία του Edison εγκατέστησε μηχανήματα σε διάφορους χώρους, όμως κυκλοφόρησαν και παραλλαγές αυτού από άλλους εφευρέτες στην Ευρώπη. Η νέα αυτή μορφή ψυχαγωγίας έγινε άμεσα επιτυχής, και αρκετοί εφευρέτες προσπάθησαν να προβάλλουν την κινούμενη εικόνα σε μεγαλύτερες οθόνες. Ο Auguste και Louis Lumiere, δημιούργησαν το cinematographe, ένα ελαφρύ προβολέα ταινιών που λειτουργούσε επίσης ως κάμερα και εκτυπωτής. Οι ταινίες κέρδισαν τεράστια δημοτικότητα, και αντικατέστησαν άλλες μορφές ψυχαγωγίας της τότε εποχής. Το κοινό έμεινε έκπληκτο από το ρεαλισμό και την καινοτομία των πρώιμων ταινιών, και συχνά τις μπέρδευε με τη πραγματικότητα. Οι πρώτες ταινίες όμως είχαν επικεντρωθεί στη προβολή της τεχνολογίας και όχι στην αφήγηση ιστοριών. Καθώς όμως ο ενθουσιασμός του κοινού για την καινοτομία και της κινούμενης ταινίας έφθυγε, κινηματογραφιστές όπως ο George Melies, εξερεύνησαν τις δυνατότητες της ταινίας ως αφηγηματικό μέσο, συνδυάζοντας μικρού μήκους ταινίες για τη δημιουργία μιας ιστορίας. Ο Melies επίσης ασχολήθηκε με ειδικά εφέ που παρήγαγαν φαινομενικά μαγικές μεταμορφώσεις στην οθόνη. Όμως το 1912 έχασε το κοινό του, καθώς νεότερες τεχνικές ξεπέρασαν τις δικές του.

Η ταινία “The train robbery” του Edwin S. Porter το 1903 έφερε επανάσταση στο κινηματογράφο, με το μοντάζ, τις τεχνικές της κάμερας και τη συνεχή αφήγηση. Έγινε η πρώτη μεγάλη επιτυχία, που οδήγησε στην ανάπτυξη των κινηματογραφικών αιθουσών, γνωστών ως nickelodeon, κάνοντας τη ταινία και το κινηματογράφο μέσο μαζικής ψυχαγωγίας. Καθώς η ζήτηση ταινιών αυξήθηκε, εμφανίστηκαν πολυάριθμες εταιρίες παραγωγής, οι οποίες συγκρούστηκαν μεταξύ τους για τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, και τον έλεγχο της βιομηχανίας. Για αυτό το λόγο σχηματίστηκε η Motion Pictures Patents Company (MPPC), που είχε ως στόχο να μονοπωλήσει τη βιομηχανία, όμως απέτυχε. Η μετάβαση από τις ταινίες ενός κυλίνδρου στις ταινίες πολλαπλών τροχών, και η άνοδος των παραγωγών μεγάλου μήκους, προσέλκυσαν το κοινό της μεσαίας τάξης και άλλαξαν τη βιομηχανία. Τα χαρακτηριστικά αυτά συνέβαλαν στη πτώση του MPPC, ενώ ανεξάρτητες εταιρίες όπως η universal, η fox, η paramount, αναδείχθηκαν ως κυρίαρχοι “παίκτες”.

Η άνοδος των θεατών του κινηματογράφου της μεσαίας τάξης, και οι μεγαλύτερες εμφανίσεις, οδήγησαν σε θέατρα dream palace. Αυτοί οι χώροι αντικατέστησαν τα nickelodeon και αυξήσαν τη ζήτηση για τα στούντιο. Για να καλύψουν αυτή τη ζήτηση όλο το χρόνο, οι παραγωγοί

αναζήτησαν θερμότερες τοποθεσίες, με ηλιόλουστο κλίμα, που έκανε το Χόλυγουντ ιδανικό. Μέχρι το 1915 πάνω από το 60% της παραγωγής ταινιών βρισκόταν στο Χόλυγουντ.

Οι βουβές ταινίες που αρχικά χαρακτηρίστηκαν από υπερβολική κίνηση και ζωντανή μουσική, εξελίχθηκαν σε μορφή τέχνης υπό τη διεύθυνση του D. W. Griffith, ο οποίος πειραματίστηκε με πλάνα και μοντάζ, για να εντείνει τα συναισθήματα. Η τεχνική του παράλληλου μοντάζ που έκανε δημιουργήσει τη ψευδαίσθηση του ταυτόχρονου και της έντασης. Το 1925, η Warner Bros απέκτησε τη Vitaphone, μια τεχνολογία ήχου σε δίσκο. Η πρώτη ηχητική ταινία ήταν το 1926 και είχε μεγάλη αποδοχή, ενώ το 1927 παρουσιάστηκε ταινία με συγχρονισμένο τραγούδι και διάλογο, η οποία σήμανε το τέλος της βουβής εποχής. Η technicolor, εισήγαγε ένα σύστημα χρωμάτων, φέρνοντας χρώμα στην οθόνη με ταινίες όπως το "Wizard of Oz" να προβάλλουν τις δυνατότητες του.

Η άνοδος της τηλεόρασης στις αρχές της δεκαετίας του 1950 οδήγησε σε μείωση της παρακολούθησης του κινηματογράφου. Για να την ανταγωνιστούν, τα στούντιο αξιοποίησαν το χρωματικό πλεονέκτημα της ταινίας, το οποίο δεν παρείχε η τηλεόραση τότε, το οποίο ενίσχυσαν με το προσιτό και ρεαλιστικό φιλμ eastmancolor. Παρά τις προσπάθειες αυτές η παρακολούθηση ταινιών δεν έφτασε ποτέ στα ύψη της χρυσής εποχής του 1946, λόγω της ευκολίας της τηλεόρασης. Τη δεκαετία του 1970 τα εφέ που παράγονται από τον υπολογιστή έπαιξαν σημαντικό ρόλο, και τα στούντιο στράφηκαν σε επενδύσεις που είχαν λιγότερες ταινίες και υψηλότερους προϋπολογισμούς διαφήμισης χρησιμοποιώντας τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές διαφημίσεις. Η ευρεία υιοθέτηση του βίντεο και η ανάπτυξη της καλωδιακής τηλεόρασης, διεύρυναν τη πηγή των εσόδων. Στις αρχές της δεκαετίας του 1990, ο ανεξάρτητος κινηματογράφος γνώρισε μεγάλη άνθηση, δίπλα σε ταινίες με υπερπαραγωγές ειδικών εφέ. Από τα τέλη του 20^{ου} αιώνα έως τις αρχές του 21^{ου}, ο κινηματογράφος επηρεάστηκε από τις νέες τεχνολογίες και την επέκταση της κουλτούρας των μέσων ενημέρωσης. Η ευρεία χρήση βιντεοκασέτας, στη δεκαετία του 1980 επέτρεψε στις ταινίες να προσεγγίσουν το ευρύτερο κοινό. Τα συστήματα καλωδιακής και δορυφορικής τηλεόρασης έπαιξαν επίσης σημαντικό ρόλο, παρέχοντας νέους δρόμους για τη διανομή ταινιών και τη δημιουργία εσόδων. Τα επόμενα χρόνια παρατηρήθηκε άνοδος των κινουμένων σχεδίων υπολογιστή, των ψηφιακών βιντεοκαμερών και των DVD. Οι υπολογιστές έγιναν αναπόσπαστο κομμάτι των ταινιών και το διαδίκτυο αναδείχθηκε ως πλατφόρμα διανομής και έκθεσης ταινιών.

2.2 To online streaming

Η εξέλιξη της τεχνολογίας ήταν φυσικό να επηρεάσει τον κινηματογράφο και τη βιομηχανία ταινιών, καθώς όμως και τον καταναλωτή. Αρχικά κυκλοφόρησαν οι κασέτες VHS τη δεκαετία του 1970, που ήταν η πρώτη μορφή ταινιών που ο κόσμος μπορούσε να έχει στο σπίτι του, και έπειτα ακολούθησαν τα DVD στα τέλη της δεκαετίας του 1990. Αυτές οι τεχνολογίες παρείχαν στο καταναλωτή την επιλογή του πότε και που θα μπορούσαν να παρακολουθήσουν ταινίες. Έτσι δεν περιορίζονταν στα κινηματογραφικά προγράμματα και μπορούσαν να απολαύσουν τις ταινίες από την άνεση του σπιτιού τους.

Με την εμφάνιση του internet και την εξέλιξη του ήρθε στο προσκήνιο το online streaming, με πολλές εταιρίες να έχουν γίνει κυρίαρχες στη βιομηχανία της ψυχαγωγίας. Αυτές οι εταιρίες παρέχουν τεράστιες βιβλιοθήκες σειρών και ταινιών με ευκολία χρήσης, και έτσι έχουν προσελκύσει μεγάλο μέρος του κόσμου. Το online streaming έχει εγκαινιάσει μια νέα εποχή κατανάλωσης περιεχομένου, καθώς οι ταινίες και οι τηλεοπτικές σειρές κυκλοφορούν απευθείας σε διαδικτυακές πλατφόρμες.

Η πανδημία του COVID-19 λειτούργησε ως θετικό στην υπηρεσία του streaming καθώς ο περισσότερος κόσμος στράφηκε εκεί, εφόσον δεν είχε τη δυνατότητα να πάει κινηματογράφο ή θέατρο για τη ψυχαγωγία του. Οι εταιρίες παραγωγής επίσης επέλεξαν να κυκλοφορούν τις ταινίες τους απευθείας σε online streaming πλατφόρμες. Έτσι η πανδημία έκανε τις εταιρίες παραγωγής να επαναπροσδιορίσουν τους τρόπους και τις στρατηγικές διανομής των ταινιών, και αναδιαμόρφωσε τη βιομηχανία με τρόπους που θα διατηρηθούν στο εγγύς αλλά πιθανότατα και στο μακρινό μέλλον.

Ένας λόγος για τον οποίο οι καταναλωτές αγαπούν αυτές τις πλατφόρμες είναι ότι αξιοποιούν την ανάλυση δεδομένων, και προσαρμόζουν το περιεχόμενο τους με βάση τις προτιμήσεις του κοινού. Με την ανάλυση των δεδομένων των χρηστών κατανοούν τι θέλει ο θεατής και στη συνέχεια αποκτούν ανάλογο περιεχόμενο, κρατώντας έτσι το κοινό τους. Ένας ακόμα παράγοντας στη προτίμηση των πλατφόρμων αυτών, είναι το χαμηλό οικονομικό κόστος συνδρομής που ζητάνε σε σχέση με τη μεγάλη ποικιλία που προσφέρουν.

Με την άνοδο των πλατφόρμων online streaming ξεκίνησε ένα νέο κύμα αύξησης παραγωγών ταινιών και σειρών, καθώς οι πλατφόρμες αυτές αποφάσισαν να δημιουργήσουν δικό τους περιεχόμενο. Αυτή η απόφαση έχει διαταράξει το παραδοσιακό σύστημα της βιομηχανίας του Χόλιγουντ, και έχει προσφέρει ευκαιρίες σε νέους ανθρώπους του χώρου και της τέχνης. Επίσης με την άνοδο αυτών των πλατφόρμων ήρθε μια παγκόσμια απήχηση, καθώς επέτρεψε στις ταινίες και τις σειρές να προσεγγίσουν το διεθνές κοινό πιο εύκολα από ποτέ. Αυτό έφερε ως αποτέλεσμα να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση στη ποικιλομορφία των σεναρίων, καθώς και στη παγκοσμιοποίηση του κινηματογραφικού περιεχομένου. Έτσι ιστορίες από διαφορετικούς πολιτισμούς προβάλλονται στις οθόνες των καταναλωτών σε όλο το κόσμο.

3. Έρευνα - Μεθοδολογία

3.1 Παρόμοιες Εφαρμογές – Ανταγωνισμός

Μερικές δημοφιλής εφαρμογές οι οποίες έχουν ως κύριο θέμα τη βιβλιοθήκη σειρών και ταινιών είναι:

IMDb (Internet Movie Database)

Η συγκεκριμένη εφαρμογή είναι μια από τις πιο δημοφιλής βάσεις δεδομένων, που περιέχει πληροφορίες για ταινίες, σειρές, ηθοποιούς, σκηνοθέτες και άλλους επαγγελματίες της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Οι πληροφορίες αυτές περιλαμβάνουν λίστες με το καστ και τα μέλη του συνεργείου, ημερομηνίες κυκλοφορίας ταινιών και σειρών, περιλήψεις των πλοκών, τρέιλερ, βαθμολογίες των χρηστών και άλλα. Επίσης παρέχει προφίλ για τους ηθοποιούς και τους σκηνοθέτες που περιλαμβάνει βιογραφικά στοιχεία, στοιχεία για ταινίες – σειρές που έχουν συμμετέχει, βραβεία που έχουν πάρει και φωτογραφίες τους. Η εφαρμογή προσφέρει διάφορες επιλογές περιήγησης, συμπεριλαμβανομένων των ειδών, των ετών κυκλοφορίας και των λιστών με το τι παρακολουθεί ο κόσμος για να βοηθήσουν τους χρήστες να ανακαλύψουν νέο περιεχόμενο. Ο χρήστης της εφαρμογής μπορεί να βαθμολογήσει από το ένα έως το δέκα τις σειρές και τις ταινίες, όπου έπειτα αυτές οι βαθμολογίες συλλέγονται και χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία ενός μέσου όρου, ο οποίος εμφανίζεται στη σελίδα της εκάστοτε σειράς ή ταινίας. Ο χρήστης ακόμα μπορεί να γράψει τις δικές του κριτικές, βοηθώντας έτσι τους άλλους χρήστες να αποφασίσουν τι θα δουν. Τέλος ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει μια ιδιωτική λίστα με σειρές και ταινίες που επιθυμεί να δει ή έχει δει. Επίσης με βάση τις προτιμήσεις και τις αξιολογήσεις των χρηστών, η εφαρμογή προσφέρει προτάσεις σύμφωνες με τις προτιμήσεις των χρηστών.

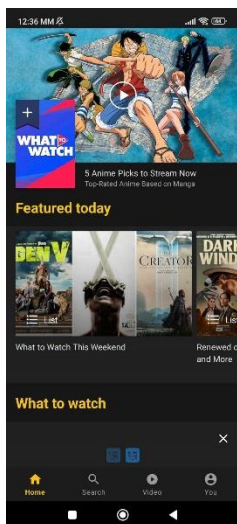
TV Time

Το tv time είναι μία ακόμα δημοφιλής εφαρμογή η οποία προσφέρει πληροφορίες για σειρές και ταινίες. Στη συγκεκριμένη εφαρμογή ο χρήστης μπορεί να προσθέσει ταινίες και σειρές στη λίστα παρακολούθησης του, καθώς και να δημιουργήσει άλλες λίστες που θα τις ονοματίσει όπως ο ίδιος επιθυμεί. Στη λίστα παρακολούθησης η εφαρμογή επιτρέπει στο χρήστη να σημειώσει τα επεισόδια και τις ταινίες που έχει παρακολουθήσει. Με αυτά τα στοιχεία δημιουργεί στατιστικά με το χρόνο που έχει καταναλώσει ο χρήστης σε κατηγορία ταινιών και σειρών, καθώς και άλλα πιο εξειδικευμένα στατιστικά. Ο χρήστης μπορεί να αναζητήσει για ταινίες και σειρές ανά τίτλο ή να περιηγηθεί σε κατηγορίες. Η εφαρμογή παρέχει όμως και λειτουργία ανακάλυψης νέου περιεχομένου με βάση το ιστορικό προβολής του χρήστη, δίνοντας του προτάσεις που ταιριάζουν στα ενδιαφέροντα του. Ο χρήστης μπορεί να ρυθμίσει τις ειδοποιήσεις για σειρές, ώστε να ενημερώνεται για τη κυκλοφορία νέων επεισοδίων. Όταν επιλέγεται μια σειρά ή ταινία, η εφαρμογή προσφέρει πληροφορίες σχετικά με τη πλοκή, το καστ και το συνεργείο, τη λίστα επεισοδίων όταν πρόκειται για σειρά, και τη πλατφόρμα όπου

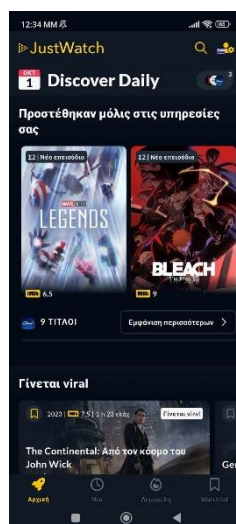
μπορεί ο χρήστης να παρακολουθήσει την σειρά ή τη ταινία. Επίσης μπορεί να δει αξιολογήσεις και κριτικές που δημιουργούνται από άλλους χρήστες, καθώς και να κάνει τη δική του κριτική και αξιολόγηση ή να απαντήσει σε σχόλιο κάποιου άλλου χρήστη. Μία ενδιαφέρουσα λειτουργία της εφαρμογής είναι πως μπορεί κάποιος να ακολουθήσει νέους χρήστες και να μάθει τι παρακολουθούν και αξιολογούν.

Just Watch – Streaming guide

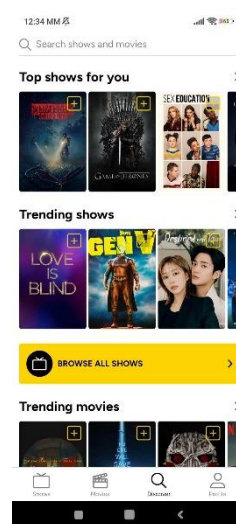
Το Just Watch είναι μια ακόμα δημοφιλής εφαρμογή που βοηθά τους χρήστες να βρουν σε ποιες πλατφόρμες μεταδίδονται ή αγοράζονται ταινίες και σειρές στο διαδίκτυο. Οι χρήστες μπορούν να αναζητήσουν ταινίες και σειρές ανά τίτλο, ηθοποιό, σκηνοθέτη, ή ακόμα και είδος. Προσφέρει επιμελημένες λίστες και προτάσεις που βασίζονται σε δημοφιλείς περιεχόμενα είτε ανά πλατφόρμα streaming είτε γενικά, ενώ ταυτόχρονα εντοπίζει την τοποθεσία του χρήστη και προσαρμόζει τα αποτελέσματα με βάση τις πλατφόρμες streaming που είναι διαθέσιμες στην περιοχή του. Επίσης ο χρήστης μπορεί να επιλέξει τις streaming πλατφόρμες στις οποίες είναι συνδρομητής και να λαμβάνει ειδοποιήσεις και προτάσεις για αυτές. και για τις νέες κυκλοφορίες σε αυτές. Ο χρήστης επίσης μπορεί να ενημερωθεί για το που μπορεί να παρακολουθήσει τη σειρά ή τη ταινία που θέλει και σε τι ποιότητα, καθώς και που μπορεί να την ενοικιάσει ή να την αγοράσει και σε ποια τιμή. Οι χρήστες ακόμα μπορούν να δημιουργήσουν μια λίστα παρακολούθησης, προσθέτοντας σειρές και ταινίες που θέλουν να παρακολουθήσουν. Επίσης υπάρχει ιστορικό προβολής, ώστε οι χρήστες να θυμούνται τι έχουν παρακολουθήσει. Τέλος παρέχει κριτικές και αξιολογήσεις που δημιουργούνται από χρήστες, βοηθώντας στην επιλογή της παρακολούθησης ή όχι της εκάστοτε σειράς ή ταινίας.



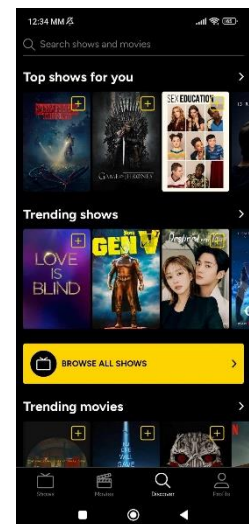
IMDb



Just Watch



TV Time



Παρατηρούμε ότι και στις τρεις αυτές πλατφόρμες υπάρχουν πολλές κοινές λειτουργίες, όμως κάθε μια ξεχωριστά έχει κάτι διαφορετικό από την άλλη. Στο θέμα του σχεδιασμού και οι τρεις

έχουν σκοτεινό θέμα στο φόντο, με εξαίρεση το TV Time που παρέχει και φωτεινό. Επίσης χρησιμοποιούν τη χρωματική παλέτα του λογοτύπου τους και παραλλαγές αυτής για το σχεδιασμό της. Τυχαίνει και στις τρεις να υπάρχει το κίτρινο χρώμα στο λογότυπο τους, το οποίο χρησιμοποιείται σε διάφορα κουμπιά μέσα στην εφαρμογή τόσο για να τα τονίσουν, όσο και για να τραβήξουν τη προσοχή του χρήστη. Ένα ακόμα χαρακτηριστικό τους είναι ότι χωρίζουν τις διάφορες προτάσεις είτε δημιουργώντας οριζόντιες στήλες που έχουν διαφορετικό χρώμα ανά κατηγορία – τίτλο, είναι με μεγάλους τίτλους που πλησιάζουν τις προτάσεις και αφήνουν μεγαλύτερο κενό με τις προηγούμενες.

3.2 Τι προσφέρει το Cinemate

Ζούμε σε μια εποχή που η πληθώρα των επιλογών μας κατακλύζει. Θα λέγαμε πως η ικανότητα της επιλογής μέσα από πολλές προτάσεις είναι θετικό συναίσθημα, παρόλα αυτά ελλοχεύουν μερικά αρνητικά μέσα από αυτή την αφθονία. Η πληθώρα επιλογών πολλές φορές σε φέρνει σε κορεσμό, και μέσα από τις τόσες επιλογές νιώθεις πως δεν μπορείς να διαλέξεις τίποτα. Άλλες φορές σε ωθεί προς ένα μονοπάτι, και είναι δύσκολο να δεις τις άλλες επιλογές που έχεις. Έτσι λοιπόν είναι και με τις ταινίες και τις σειρές που υπάρχουν. Βρίσκονται σε διαφορετικές πλατφόρμες, κανάλια που ίσως να μην γνωρίζει κάποιος, και έτσι μένει κολλημένος σε επιλογές που του προσφέρει κάτι συγκεκριμένο. Οι πλατφόρμες streaming αναλύουν τα δεδομένα του χρήστη και του προσφέρουν περιεχόμενο που θα ταίριαζε σε αυτόν, που θεωρητικά είναι θετικό, όμως έτσι του στερούν την επιλογή του να δει κάτι νέο, να έχει μια πολύπλευρη γνώση αναζήτησης.

Το Cinemate προσφέρει στο χρήστη μια πολύπλευρη γνώση σχετικά με τις ταινίες και τις σειρές, όχι μόνο σε πρόσφατες κυκλοφορίες αλλά και σε παλαιότερες. Αυτή η πολύπλευρη γνώση έρχεται και στο κομμάτι των πλατφόρμων streaming, όπου ο χρήστης μπορεί να παρακολουθήσει τις σειρές και τις ταινίες, καθώς μπορεί να μάθει πλατφόρμες που δεν γνώριζε, ή δεν είχε σκεφτεί να χρησιμοποιήσει για της ψυχαγωγία του. Επίσης δίνει τη δυνατότητα οι χρήστες να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, προτείνοντας σειρές και ταινίες που έχουν δει ή βρίσκουν ενδιαφέρουσες για τον συγκεκριμένο χρήστη. Με αυτή τη λειτουργία το κοινό μπορεί να έρθει σε επαφή με περιεχόμενο που σε άλλες περιπτώσεις δεν θα ερχόταν. Μια ακόμα βασική λειτουργία της εφαρμογής είναι η αναζήτηση μέσω της τεχνητής νοημοσύνης, όπου ο καταναλωτής μπορεί να ζητήσει προτάσεις γενικές ή ακόμα και ειδικές, για παράδειγμα μπορεί να αναζητήσει κατάλληλες ταινίες για μια βραδιά με τους φίλους του, ή μπορεί να ρωτήσει για προτάσεις με μια συγκεκριμένη θεματική όπως παραφυσικό οι οποίες όμως να έχουν καλές κριτικές αλλά να μην είναι ευρέως γνωστές, ή μπορεί ακόμα και να αναζητήσει μια ταινία που θυμάται σημεία της πλοκής αλλά όχι το τίτλο. Η νέα αυτή τεχνολογία, είναι το κλειδί για μια πολύπλευρη αναζήτηση στον κόσμο αυτό της ψυχαγωγίας.

3.3 Σχεδιαστικό πλαίσιο

Ο σχεδιασμός της εταιρικής ταυτότητας και της εφαρμογής επικεντρώθηκε σε ένα μεγάλο κομμάτι κοινού, που κυμαίνεται από εφήβους έως ηλικιωμένους, καθώς όλοι αναζητούν τη ψυχαγωγία μέσα από σειρές και ταινίες. Παρόλα αυτά η πλειοψηφία των χρηστών κυμαίνεται σε άτομα ηλικίας 15 έως 45. Τα άτομα ηλικίας 15-29 έχουν άλλωστε εκτεθεί κυρίως στο online streaming το μεγαλύτερο μέρος της ζωής τους, ενώ άτομα ηλικίας 30-45 έχουν ζήσει τη μετάβαση από τη παραδοσιακή προβολή στη τηλεόραση, στην online streaming προβολή. Έτσι τα άτομα αυτών των ηλικιών είναι πιο πιθανό να έχουν τεχνολογικές γνώσεις, καθώς ζούμε πλέον σε μια εποχή γεμάτη με τεχνολογία, και μεγάλο μέρος αυτού του κοινού έχει ζήσει με αυτή από μικρή ηλικία. Επομένως έχοντας την εξοικείωση με το κινητό τηλέφωνο, μπορούν να χρησιμοποιούν εφαρμογές πιο άνετα. Επίσης δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι οι νέοι, και τεχνολογικά εξοικειωμένοι άνθρωποι αναζητούν συχνά το κάτι νέο που περιέχει νέες τεχνολογίες στη χρήση του.

4. Εταιρική Ταυτότητα

4.1 Ονοματολογία

Η ονομασία της εφαρμογής προκύπτει από την ένωση των λέξεων Cinema και Mate δημιουργώντας το λογοπαίγνιο και όνομα Cinemate. Η λέξη cinema είναι ευρέως γνωστή στο κοινό και αποδίδει την βασική έννοια και ιδέα της εφαρμογής, που είναι οι ταινίες και οι σειρές, ενώ η λέξη mate – επίσης γνωστή στο ευρύ κοινό – θέλει να προσδιορίσει το ότι η συγκεκριμένη εφαρμογή είναι ο καινούριος φίλος του χρήστη, όπου θα είναι εκεί όποτε τον χρειαστεί. Ο συνδυασμός αυτών των λέξεων αποδίδει το βασικό στόχο και λειτουργία της εφαρμογής προς το καταναλωτή.

4.2 Λογότυπο

Ζούμε στην εποχή όπου η απλότητα θέλουμε να κυριαρχεί στη ζωή μας, το ίδιο ισχύει και στο σχεδιασμό. Είναι τάση της εποχής το απλό, το εύκολα κατανοητό. Στο κόσμο δεν αρέσει το πολύπλοκο. Η γνωστή σε όλους φράση “Less is more” είναι γνώμονας της εποχής. Το απλό θεωρείται πλέον μοντέρνο. Αυτή είναι και η βασική ιδέα του σχεδιασμού του λογότυπου αυτού.

Το σήμα του λογότυπου εμπλέκεται στο όνομα της εφαρμογής Cinemate και έτσι δημιουργείται το λογότυπο. Η τοποθέτηση του σήματος στο γράμμα "m" δεν είναι τυχαία καθώς στο συγκεκριμένο σημείο γίνεται η ένωση των λέξεων του ονόματος. Με γνώμονα ένα κινηματογραφικό σύμβολο, ευρέως γνωστό στο κοινό, ώστε να μεταδίδει το νόημα της εφαρμογής, το "m" μετατράπηκε σε κινηματογραφική κλακέτα, κρατώντας όμως ακόμα

ευδιάκριτο το σύμβολο του γράμματος. Με αυτό το τρόπο, είναι δυνατόν να διαβαστεί το όνομα με ευκολία – αν και περιλαμβάνει το σήμα μέσα του. Ο συνδυασμός των παραπάνω οδηγεί σε μία απλή αλλά πλήρως λειτουργική οπτική ταυτότητα, ακολουθούμενη τα πρότυπα της εποχής, δίνοντας στο καταναλωτή την δυνατότητα με την όψη και μόνο του λογότυπου, να αντιληφθεί το θέμα της εφαρμογής.

The logo for Cinemate features the word "Cinemate" in a bold, sans-serif font. The letters "Cine" and "ate" are dark blue, while the "m" is a vibrant orange. A horizontal orange bar is positioned above the top of the "m", extending slightly beyond its left and right sides.

Η γραμματοσειρά του λογότυπου είναι η Asty CF Std σε μορφή bold, για να έχει πάχος και να ξεχωρίζει, και χρησιμοποιείται γιατί είναι μια καθαρή και ισοπαχής γραμματοσειρά, η οποία καθιστά το λογότυπο ευανάγνωστο. Τα χρώματα του λογότυπου είναι δύο. Το σκούρο μπλε που θέλει να αναπαραστήσει ένα σκοτεινό δωμάτιο, καθώς έτσι παρακολουθούμε σειρές και ταινίες – σε σκοτεινές αίθουσες. Επίσης θέλει να δημιουργήσει αντίθεση με το φωτεινό φόντο, ώστε το λογότυπο να είναι διακριτό και ευανάγνωστο. Το σήμα του λογότυπου βρίσκεται σε gradient, το οποίο συνδυάζει δύο τόνους του πορτοκαλί, ένα πιο σκοτεινό και ένα πιο φωτεινό. Το πορτοκαλί είναι ένα χρώμα το οποίο συμβολίζει την ενέργεια, και όταν χρησιμοποιείται στις ταινίες και τις σειρές, συνδέεται με χαρακτήρες και θέματα που είναι ζεστά, φιλικά και χαρούμενα. Ο συνδυασμός αυτών των χρωμάτων δίνει την αίσθηση της αίθουσας που προβάλλεται μια ταινία, ενώ ταυτόχρονα δένουν αρμονικά μεταξύ τους, δημιουργώντας ένα αισθητικά ωραίο και αρμονικό αποτέλεσμα.

4.3 Χρωματική Παλέτα

Τα χρώματα της εταιρικής ταυτότητας είναι βασισμένα στα χρώματα του λογότυπου, ενώ ταυτόχρονα χρησιμοποιούνται τονικότητες αυτών, καθώς και το λευκό χρώμα ως βοηθητικό. Το σκούρο μπλε, δηλαδή το χρώμα του λογότυπου, χρησιμοποιείται συχνά σε φόντο, καθώς είναι ένα χρώμα άμεσα συνδεδεμένο με τη πρόκληση του συναισθήματος της ηρεμίας. Χρησιμοποιώντας το ως φόντο, δίνουμε τόσο την αίσθηση της αίθουσας προβολής, όσο και της χαλάρωσης και της ξεκούρασης που νιώθει κάποιος όταν παρακολουθεί μια σειρά ή ταινία. Εκτός από φόντο, χρησιμοποιείται σε κείμενα αλλά και τίτλους, όταν υπάρχει ανοιχτόχρωμο φόντο, καθώς είναι ένα χρώμα που δημιουργεί έντονη αντίθεση όταν τοποθετείται σε τέτοια φόντα. Με τη χρήση του στο κείμενο, επιτυγχάνεται μια ενιαία ταυτότητα. Ο συνδυασμός των

δύο πορτοκαλί, που είναι και το χρώμα του σήματος του λογότυπου, καθότι είναι ένα έντονο χρώμα χρησιμοποιείται για λεπτομέρειες. Η χρήση του συνδυασμού αυτού προσδίδει ένα αξιοσημείωτο χαρακτηριστικό στην ταυτότητα, καθώς το πορτοκαλί χρώμα συμβολίζει τη θετική και χαρούμενη ενέργεια. Τα πορτοκαλί ξεχωριστά, χρησιμοποιούνται σπάνια και σε λεπτομέρειες που ίσως το gradient να μην μπορεί να σταθεί. Με το συνδυασμό μπλε και πορτοκαλί, επιτυγχάνεται μια σύνδεση ενέργειας και ηρεμίας, την οποία επίσης προσφέρει και η προβολή σειρών και ταινιών. Το πιο ανοιχτό μπλε, χρησιμοποιείται ως βοηθητικό, τόσο σε στοιχεία μέσα στην εφαρμογή, όσο και στα προωθητικά υλικά, και ενισχύει την επιλογή του μπλε, ως χρώμα που προσφέρει χαλάρωση. Χρησιμοποιείται σε πλαίσια ώστε να ξεχωρίζουν από το σκούρο φόντο, και στην εφαρμογή σε εικονίδια και τίτλους, τα οποία δεν είναι ενεργοποιημένα ή δεν υπάρχει ακόμα λειτουργία χρήσης. Το λευκό, είναι ένα ακόμα βοηθητικό χρώμα το οποίο χρησιμοποιείται στο κείμενο και σε τίτλους, όπου υπάρχει σκούρο φόντο, και καθίσταται ιδανικό για την ανάγνωση, λόγω της αντίθεσης. Παρόλη την αντίθεση, παραμένει ήρεμο και ξεκούραστο για τα μάτια κατά την ανάγνωση. Επίσης χρησιμοποιείται μέσα στην εφαρμογή σε εικονίδια.



RGB 241 86 35
#f15623



RGB 247 148 30
#f7941e



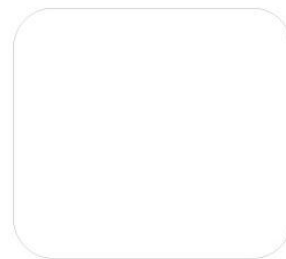
Συνδυασμός



RGB 9 33 52
#092134



RGB 33 59 82
#213b52



RGB 255 255 255
#ffffff

4.4 Γραμματοσειρά

Η γραμματοσειρά της εταιρικής ταυτότητας είναι η Asty CF Std και έχει επιλεγθεί καθολικά για όλες τις τυπογραφικές ανάγκες. Αυτό συμβαίνει για να δημιουργηθεί μια ενιαία ταυτότητα. Η συγκεκριμένη γραμματοσειρά είναι ιδανική τόσο για τίτλους όσο και για μεγάλα κείμενα, καθώς είναι ισοπαχής, sans-serif, και το x-height της είναι σχετικά υψηλό κάνοντας τη ευανάγνωστη. Η γραμματοσειρά επίσης υποστηρίζει τόσο το ελληνικό όσο και το λατινικό αλφάβητο, αλλά παρέχει επίσης μεγάλη ποικιλία σε πάχη. Για τη διαφοροποίηση στοιχείων όπως τίτλος και κείμενο χρησιμοποιούνται τόσο τα μεγέθη όσο και τα πάχη – βάρη της γραμματοσειράς. Για παράδειγμα οι τίτλοι είναι συνήθως Black ή Bold, ενώ το κείμενο βρίσκεται σε μορφή book. Σε διάφορες περιπτώσεις, όπου θέλει να τονιστεί κάτι στο ενιαίο κείμενο, χρησιμοποιείται medium.

A, B, C, D, E, F, G, H, I,
J, K, L, M, N, O, P, Q,
R, S, T, U, V, W, X, Y, Z

a, b, c, d, e, f, g, h, i, j,
k, l, m, n, o, p, q, r, s, t,
u, v, w, x, t, z

Book

A, B, C, D, E, F, G, H, I,
J, K, L, M, N, O, P, Q,
R, S, T, U, V, W, X, Y, Z

a, b, c, d, e, f, g, h, i, j,
k, l, m, n, o, p, q, r, s, t,
u, v, w, x, t, z

Medium

**A, B, C, D, E, F, G, H, I,
J, K, L, M, N, O, P, Q,
R, S, T, U, V, W, X, Y, Z**

**a, b, c, d, e, f, g, h, i, j,
k, l, m, n, o, p, q, r, s, t,
u, v, w, x, t, z**

Bold

**A, B, C, D, E, F, G, H, I,
J, K, L, M, N, O, P, Q,
R, S, T, U, V, W, X, Y, Z**

**a, b, c, d, e, f, g, h, i, j,
k, l, m, n, o, p, q, r, s, t,
u, v, w, x, t, z**

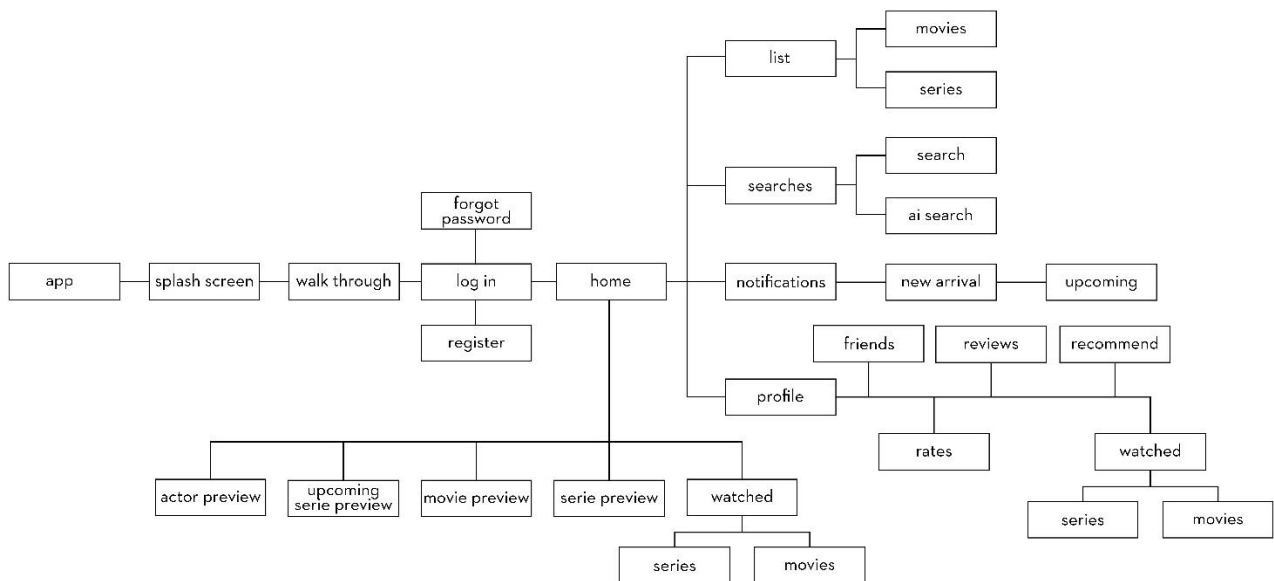
Black

5. Σχεδιασμός Εφαρμογής

5.1 Διάγραμμα ροής

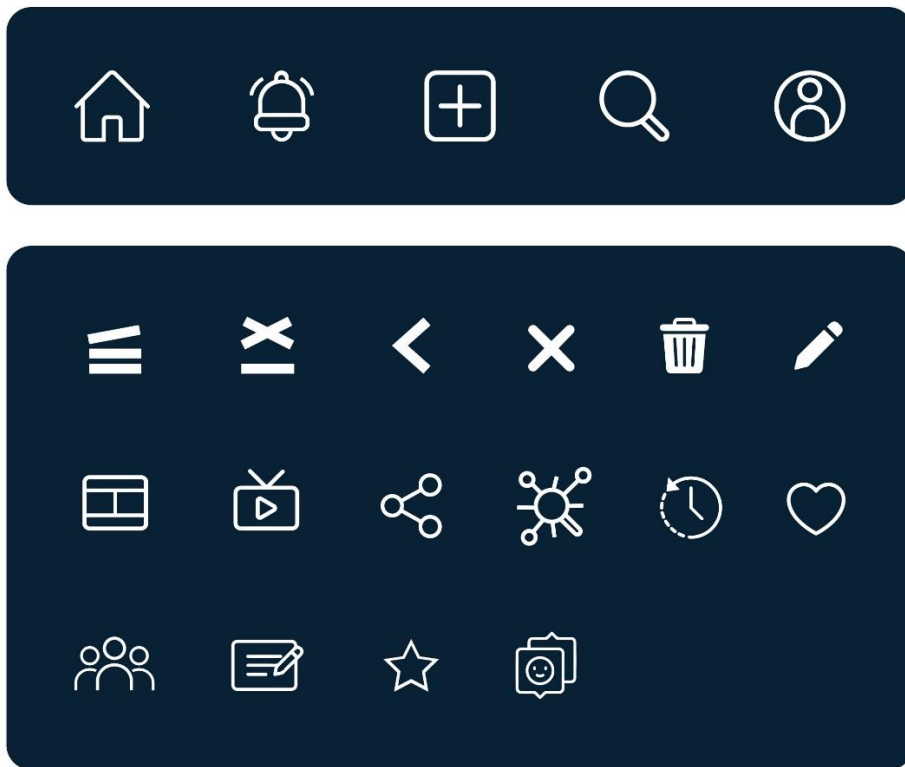
Το διάγραμμα ροής είναι ένα χρήσιμο εργαλείο τόσο για το σχεδιασμό της εφαρμογής, όσο και για τους προγραμματιστές, εφόσον μέσα του αποτυπώνονται τα διάφορα μέρη της εφαρμογής και ο τρόπος με τον οποίο αλληλεπιδρούν. Το διάγραμμα ροής χρησιμεύει στα αρχικά στάδια της δημιουργίας της εφαρμογής, καθώς μεταφέρουν την ιδέα, σε μια λογική σκέψη με συνοχή, αποφεύγοντας λάθη και προβλήματα τα οποία τα οποία μπορεί να προκύψουν κατά το σχεδιασμό.

Έτσι και στη περίπτωση αυτή σχεδιάστηκε το διάγραμμα ροής με όλες τις βασικές οθόνες και κατηγορίες, αποτυπώνοντας την ιδέα της εφαρμογής. Με βάση το διάγραμμα η εφαρμογή χωρίζεται σε πέντε βασικές οθόνες, το home, το list, το searches, το notifications και το profile, ενώ ταυτόχρονα και αυτές χωρίζονται σε επιπλέον οθόνες και λειτουργίες που προσφέρει η εφαρμογή.



5.2 Εικονίδια

Τα εικονίδια παίζουν σημαντικό ρόλο σε μια εφαρμογή, καθώς βοηθούν το χρήστη να κατανοήσει οθόνες και λειτουργίες αυτής. Πρέπει να είναι σχεδιασμένα με τρόπο που να τα καθιστά σαφή και εύκολα αναγνωρίσιμα προς το χρήστη. Στη περίπτωση της εφαρμογής του Cinemate, τα εικονίδια ακολουθούν κατά μεγάλο ποσοστό ένα κοινό σχεδιασμό, που βασίζεται στην αποτύπωση του σχήματος χωρίς “γέμισμα”. Υπάρχουν όμως και μερικές εξαιρέσεις όπου τα εικονίδια στέκονται καλύτερα με γέμισμα λόγω του μεγέθους, και του σχήματος τους. Ελάχιστα εικονίδια βρίσκονται μέσα σε σχήμα στην εφαρμογή, αυτό συμβαίνει για να εξυπηρετηθούν σχεδιαστικοί σκοποί μέσα σε αυτή, όπως για παράδειγμα να υπάρξει ισορροπία στην οθόνη. Το χρώμα των εικονιδίων δεν είναι κοινό και συγκεκριμένο για όλα, αλλάζει σύμφωνα με το σκοπό που εξυπηρετεί και το σχεδιαστικό του περιβάλλον, αλλά βασίζεται σε τρία χρώματα της εταιρικής ταυτότητας, στο λευκό, το ανοιχτό μπλε και το gradient του πορτοκαλί.



5.3 Σχεδιασμός εφαρμογής και οθόνες

Στην εφαρμογή έχει τηρηθεί μια ομοιομορφία σε όλες τις οθόνες, τόσο στα χρώματα και στο στυλ της γραμματοσειράς, όσο και στα σχήματα που υπάρχουν. Η ομοιομορφία αυτή αποσκοπεί σε ένα ενιαίο και αισθητικά άρτιο αποτέλεσμα. Η εφαρμογή επιλέχθηκε να βρίσκεται σε *nigh mode*, χρησιμοποιώντας το σκούρο μπλε του λογοτύπου ως φόντο, καθώς προσδίδει την αίσθηση της σκοτεινής αίθουσας, που είναι άμεσα συνδεδεμένη με την προβολή σειρών και ταινιών. Άλλα χρώματα που συναντάμε στην εφαρμογή είναι το λευκό, κυρίως σε κείμενα αλλά και εικονίδια, καθώς κάνει αντίθεση με το σκούφο φόντο και βοηθάει στην ανάγνωση, το ανοιχτό μπλε, το οποίο βρίσκεται συνήθως σε πλαίσια, ή με μη ενεργούς τίτλους και μη ενεργά εικονίδια, και τέλος το *gradient* του πορτοκαλί με το οποίο συνήθως τονίζονται στοιχεία, ή αποτυπώνεται η ενεργοποίηση κάποιας λειτουργίας. Στη πορεία θα αναλύσουμε το σχεδιασμό και τη πορεία του χρήστη, μερικών βασικών οθονών της εφαρμογής.

Το εικονίδιο σε μια εφαρμογή είναι σημαντικό, καθώς είναι η πρώτη εικόνα και εντύπωση του χρήστη με την εφαρμογή. Στο εικονίδιο του *Cinamate* απεικονίζεται το σήμα του λογοτύπου, το οποίο όμως έχει πάρει λευκό χρώμα, καθώς το χρώμα του (*gradient* πορτοκαλί) το έχει πάρει το φόντο. Αυτό συμβαίνει για να γίνει πιο έντονο και να τραβάει περισσότερο τη προσοχή του χρήστη στη μηχανή αναζήτησης εφαρμογών, ανεβάζοντας τις πιθανότητες εγκατάστασης της.

Ανοίγοντας την εφαρμογή, εμφανίζεται η οθόνη εκκίνησης, όπου απεικονίζεται το λογότυπο στο σκούρο μπλε φόντο, το οποίο υπάρχει και στη πορεία. Αυτή η οθόνη εμφανίζεται μέχρι να φορτώσει η εφαρμογή, και είναι μια καλή ευκαιρία της εταιρίας να επικοινωνήσει την επωνυμία της.



Εικονίδιο Εφαρμογής

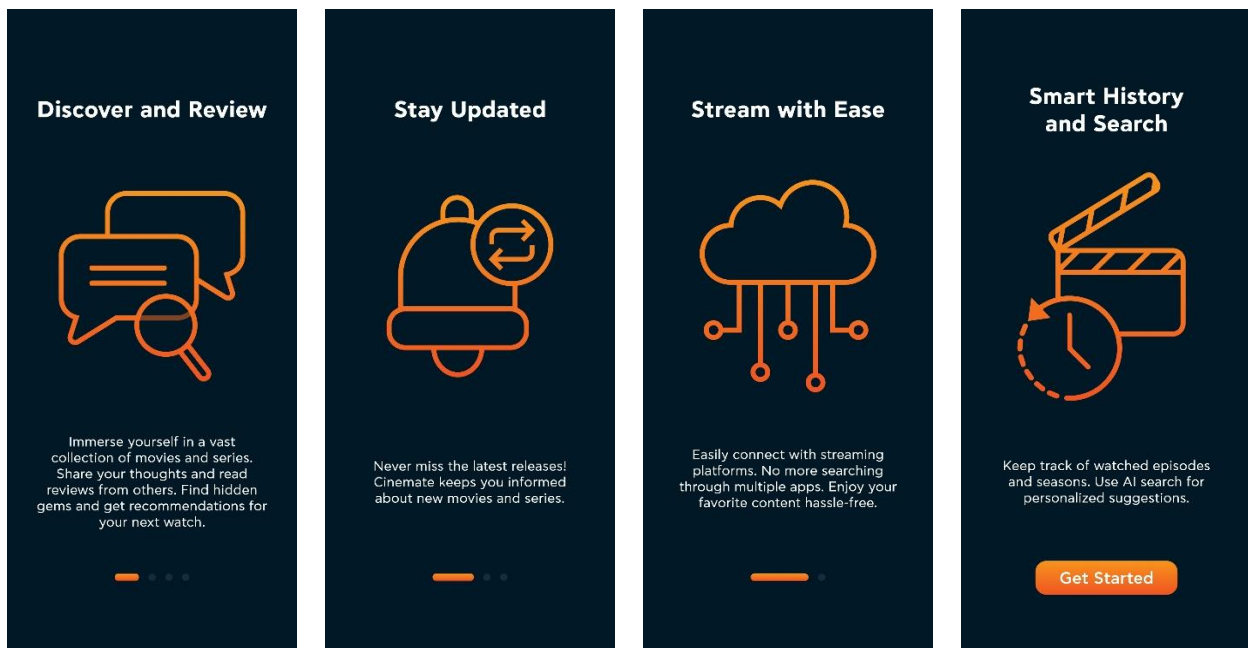


Εικονίδιο στο χώρο



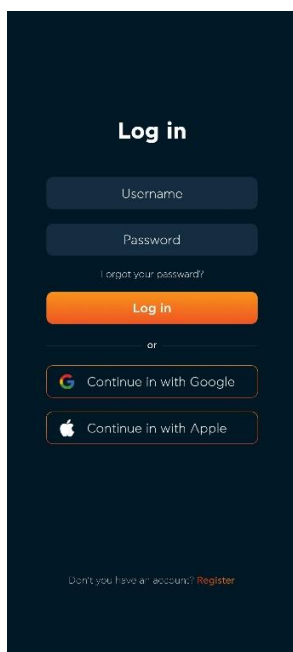
Splash Screen

Εφόσον η εφαρμογή φορτώσει, και είναι η πρώτη φορά που ο χρήστης την επισκέπτεται, εμφανίζονται οι οθόνες walk through, οι οποίες ενημερώνουν σχετικά με τις λειτουργίες και τις δυνατότητες που προσφέρονται. Όλες αυτές οι οθόνες έχουν κοινό σχεδιασμό, με κεντρική στοίχιση, όπου ο τίτλος βρίσκεται στο επάνω μέρος έντονος και μεγάλος, ενώ συνοδεύεται από κάτω με ένα μεγάλο εικονίδιο, που αποτυπώνει τις λειτουργίες που περιγράφει, και έχει το χρώμα του gradient για να ξεχωρίζει από την υπόλοιπη πληροφορία. Με αυτό το τρόπο ο χρήστης μπορεί να κατανοήσει αυτές τις λειτουργίες, χωρίς να διαβάσει απαραίτητα το συνοδευτικό κείμενο που υπάρχει στο κάτω μέρος. Τελος στο κάτω σημείο υπάρχει μια γραμμή και κουκίδες, η οποία γραμμή μεγαλώνει προς τη κατεύθυνση των κουκίδων καθώς προχωράνε οι οθόνες. Η γραμμή έχει το χρώμα του gradient για να ξεχωρίσει και να φανεί η πορεία της, σε σχέση με τις κουκίδες που έχουν το πιο ανοιχτό μπλε και φαίνονται πιο άτονες επάνω στο μπλε. Στη τελευταία οθόνη υπάρχει μια διαφοροποίηση καθώς αντί για τη γραμμή, εμφανίζεται το κουμπί που παροτρύνει το χρήστη να συνεχίσει μέσα στην εφαρμογή. Το χρώμα του κουμπιού είναι το gradient ώστε να κεντρίσει τη προσοχή του χρήστη καθώς εκεί πρέπει να πατήσει για να προχωρήσει.

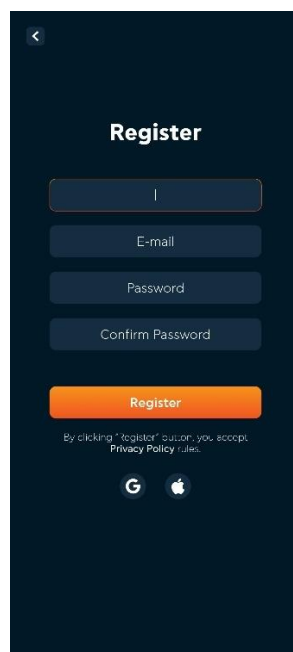


Walk through οθόνες με σειρά εμφάνισης όπως στην εφαρμογή

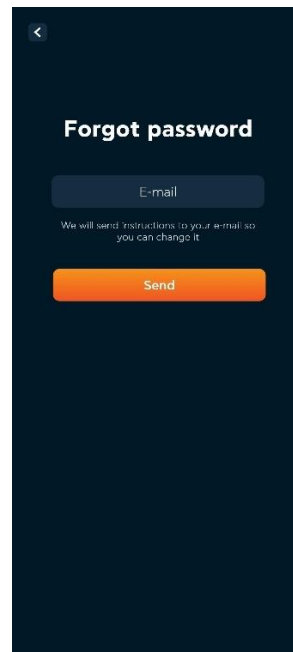
Στη πορεία εισέρχεται στη σελίδα του Log in. Η σελίδες Log in, Register και Forgot password έχουν και αυτές κοινό σχεδιασμό, με κεντρική στοίχιση. Τα κελιά που πρέπει να συμπληρωθούν βρίσκονται στο ανοιχτό μπλε ενώ το κουμπί της λειτουργίας είναι στο gradient για να ξεχωρίσει. Επίσης τα κελιά αυτά όταν επιλεχτούν αποκτούν μια λεπτή γραμμή γύρω τους στο χρώμα του gradient, που βοηθάει το χρήστη να ξεχωρίζει που βρίσκεται. Στη σελίδα του log in το register βρίσκεται στο κάτω σημείο και ξεχωρίζει από το υπόλοιπο κείμενο καθώς η λέξη έχει το χρώμα του gradient. Στη σελίδα του forgot password πατώντας το κουμπί του sent πετάγεται ένα μήνυμα, ενώ τα υπόλοιπα στοιχεία έχουν θολωθεί και υπάρχει επάνω τους το φωτεινό μπλε σε opacity για να φωτίσει το φόντο, και να βγει προς τα έξω το παράθυρο του μηνύματος.



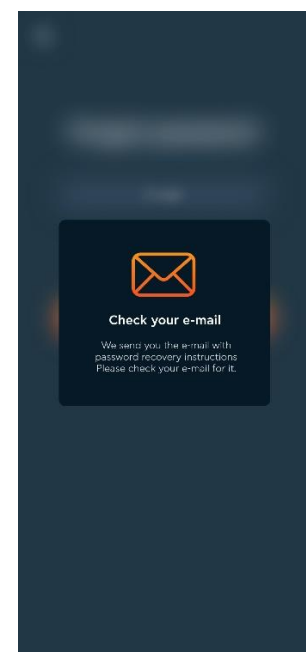
Log in



Register

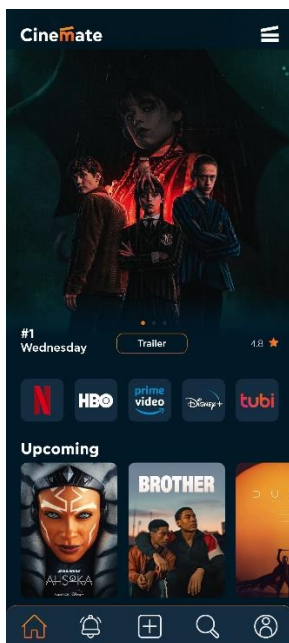


Forgot password

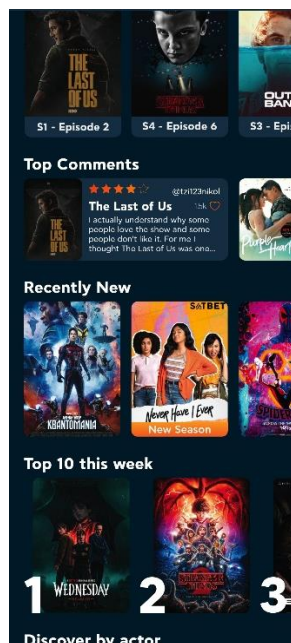


Forgot password message

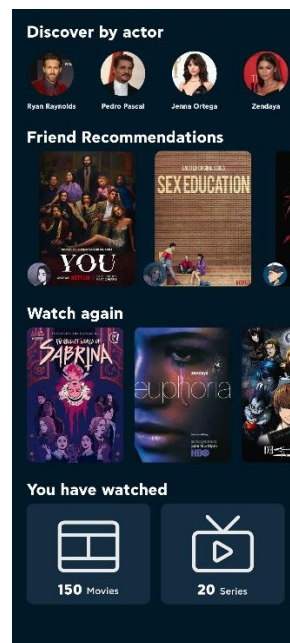
Μετά τη σύνδεση ο χρήστης ξεκινάει την εμπειρία του στο εσωτερικό της εφαρμογής. Η πρώτη οθόνη με την οποία έρχεται σε επαφή είναι το home. Στο επάνω μέρος της υπάρχει εξώφυλλο των δημοφιλών σειρών και ταινιών τα οποία προχωρούν και ξεχωρίζουν στο ποιο βρίσκεσαι με κουκίδες. Ακριβώς από κάτω βρίσκονται τα κανάλια streaming, τα οποία ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει. Πιο κάτω συναντά διάφορες κατηγορίες που του παρουσιάζουν σειρές και ταινίες και μπορεί να εξερευνήσει περισσότερες κάνοντας scroll από τα δεξιά προς τα αριστερά. Επίσης υπάρχουν κορυφαία σχόλια άλλων χρηστών, καθώς και λίστα με ηθοποιούς όπου μπορεί να εξερευνήσει μέσα από αυτούς ταινίες και σειρές. Στο τέλος της οθόνης υπάρχει μια λίστα που κρατά ιστορικό με τις σειρές και τις ταινίες που έχει δει ο χρήστης. Οι τίτλοι κάθε κατηγορίας βρίσκονται κοντά στις προτάσεις τους ενώ στο επάνω μέρος υπάρχει μεγαλύτερο κενό ώστε να μην υπάρχει σύγχυση και να ξεχωρίζουν μεταξύ τους. Πατώντας επάνω σε μια ταινία ή σειρά, σε ένα σχόλιο, σε ένα ηθοποιό ή στη λίστα του watched, ο χρήστης μεταφέρεται στην αντίστοιχη σελίδα, ενώ όταν επιλέγει πλατφόρμα αλλάζουν απλά οι λίστες με τις σειρές και τις ταινίες που προτείνονται.



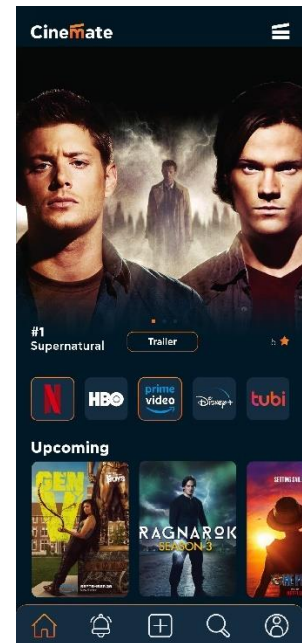
Home page



Συνέχεια Home page

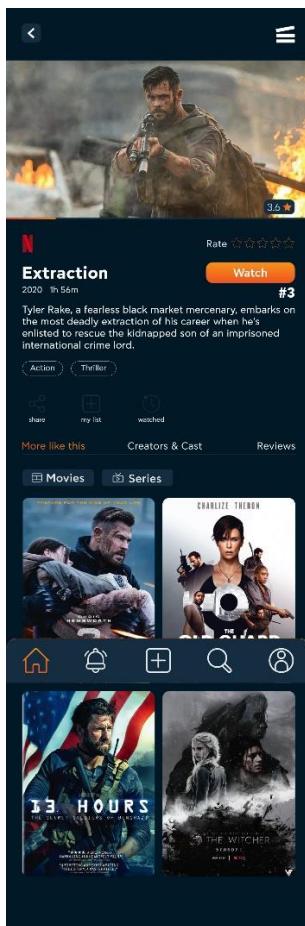


Συνέχεια Home page

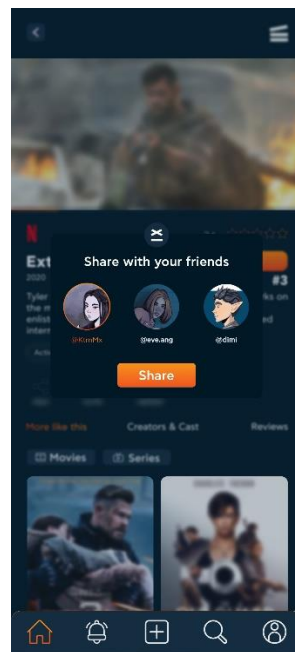


Home selected platforms

Ο χρήστης έχοντας επιλέξει μια ταινία από τις προτάσεις του προφίλ έχει βρεθεί στη σελίδα της, όπου υπάρχουν διάφορες πληροφορίες για αυτή, καθώς και ενέργειες που μπορεί να εκτελέσει ο χρήστης. Στο επάνω μέρος παίζει το τρέιλερ, ενώ μέσα του στη κάτω δεξιά γωνία υπάρχει ο γενικός μέσος όρος της βαθμολογίας του. Ακριβώς από κάτω από την αριστερή πλευρά υπάρχει το λογότυπο της πλατφόρμας streaming που μπορεί να τη δει ο χρήστης, καθώς και κάποιες βασικές πληροφορίες της ταινίας, ενώ πιο κάτω υπάρχουν τα εικονίδια με την ονομασία των λειτουργιών share, my list, watched. Όταν μια από τις ενέργειες my list και watched ενεργοποιηθεί τότε το εικονίδιο χρωματίζεται με το gradient του πορτοκαλί για να δείξει την ενεργοποίησή του. Πατώντας το share εμφανίζεται ένα παράθυρο στο οποίο ο χρήστης επιλέγει με ποιους θέλει να μοιραστεί αυτή τη ταινία. Στην δεξιά πλευρά υπάρχει η λειτουργία της κριτικής, καθώς και της σύνδεσης με τη πλατφόρμα για τη παρακολούθηση της. Υπάρχουν και υποκατηγορίες – tabs που μπορεί να επιλέξει όπως το more like this, creators & cast και reviews, τα οποία ξεχωρίζουν όταν αλλάζουν με το χρώμα το οποίο προστίθεται, ενώ η επάνω πληροφορία από αυτή παραμένει ίδια. Πρέπει να επισημανθεί πως στα tabs αυτά στη κατηγορία των σειρών προστίθενται και τα επεισόδια.



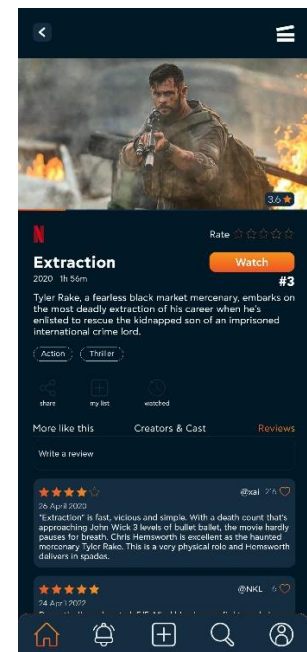
Movie



Movie share

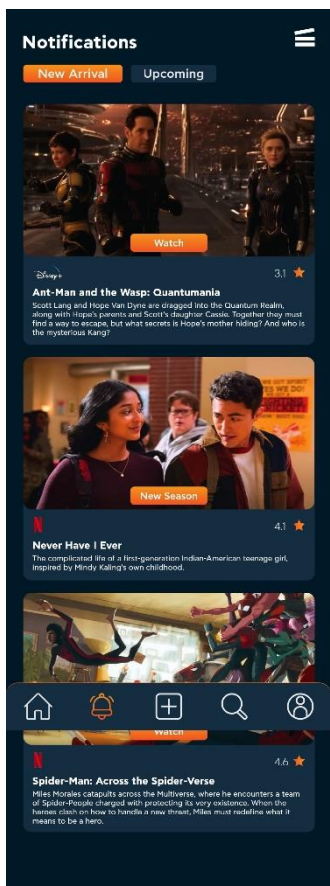


Movie cast

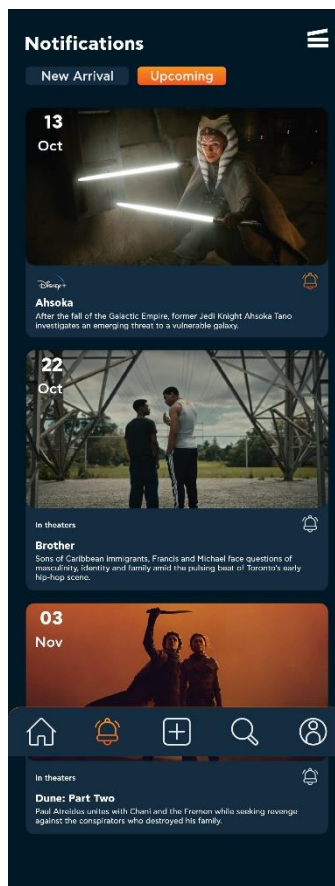


Movie reviews

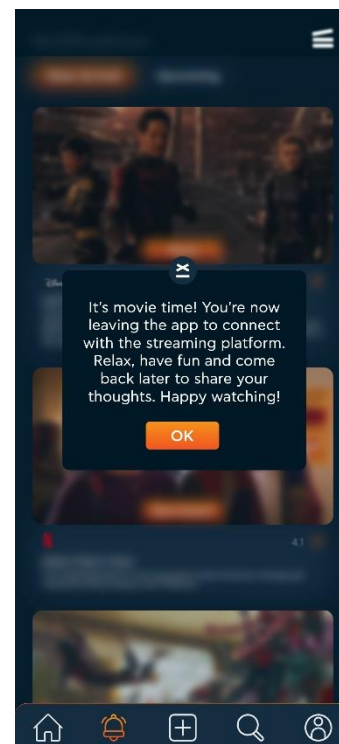
Ο χρήστης πατώντας το εικονίδιο με τη καμπάνα, φεύγει από την οθόνη του home και μεταφέρεται στο Notifications. Παρατηρούμε πως στο navigation bar αλλάζει χρώμα το εικονίδιο του home και γίνεται λευκό, ενώ το εικονίδιο με τη καμπάνα που επιλέχθηκε, χρωματίστηκε με το χρώμα του gradient, υποδηλώνοντας με αυτό το τρόπο πως έχει αλλάξει η κατηγορία και η οθόνη. Ο σχεδιασμός της παρουσίασης των σειρών και ταινιών στη σελίδα του new arrival, είναι διαφορετικός σε σχέση με το home, καθώς εδώ παρουσιάζονται κάθε ένα ξεχωριστά με τις βασικές του πληροφορίες, με κάθετη σειρά. Παρόμοια λογική υπάρχει και στη σελίδα upcoming, με τη διαφορά του ότι δεν υπάρχει η λειτουργία του watch, και αντί του γενικού μέσου όρου της βαθμολογίας, υπάρχει το εικονίδιο της καμπάνας, το οποίο ο χρήστης μπορεί να ενεργοποιήσει, για να ενημερωθεί όταν η αντίστοιχη σειρά ή ταινία είναι διαθέσιμη, την ημερομηνία που γράφεται στην επάνω δεξιά πλευρά του εξωφύλλου. Επίσης στη σελίδα new arrival πατώντας το κουμπί watch, εμφανίζεται ένα παράθυρο όπου ενημερώνει το χρήστη ότι φεύγει από την εφαρμογή και συνδέεται με την αντίστοιχη πλατφόρμα, ώστε να παρακολουθήσει τη σειρά ή τη ταινία που θέλει, ενώ ταυτόχρονα στο επάνω μέρος υπάρχει το εικονίδιο της εξόδου από το μήνυμα σε περίπτωση που το πάτησε κατά λάθος.



New Arrival

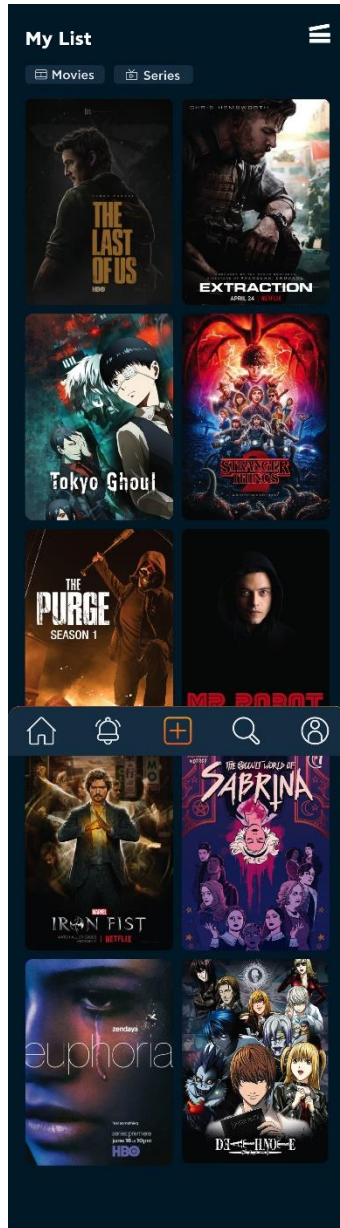


Upcoming

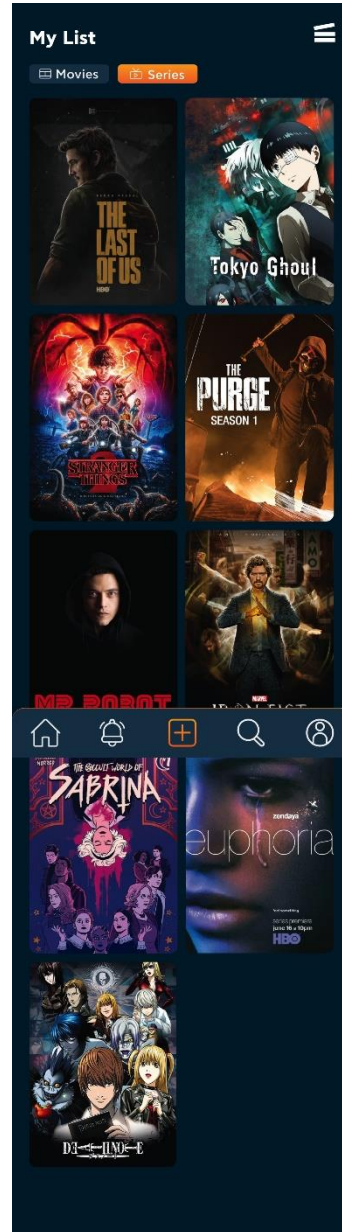


Watch message

Πατώντας το κεντρικό εικονίδιο του navigation bar, ο χρήστης βρίσκεται στην κατηγορία του my list. Στη συγκεκριμένη οθόνη εμφανίζονται τα εξώφυλλα των σειρών και των ταινιών που έχει προσθέσει και κάνοντας scroll προς τα κάτω μπορεί να δει όλες τις επιλογές του. Επίσης έχει τη δυνατότητα να διαλέξει αν θα του εμφανίζονται μόνο σειρές ή ταινίες, ενεργοποιώντας τα αντίστοιχα κουμπιά που υπάρχουν στο επάνω μέρος.

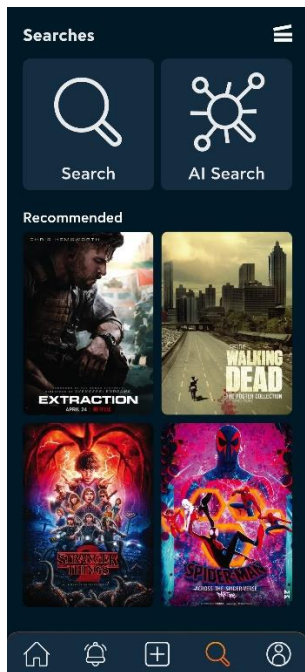


My list

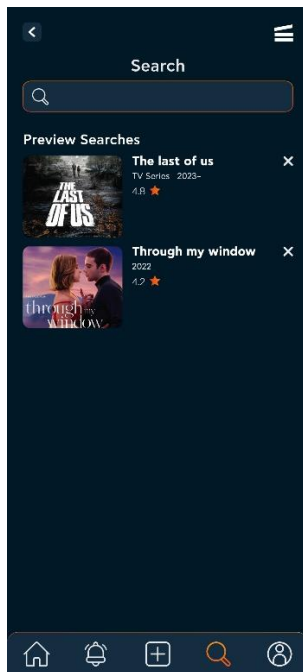


Selected series

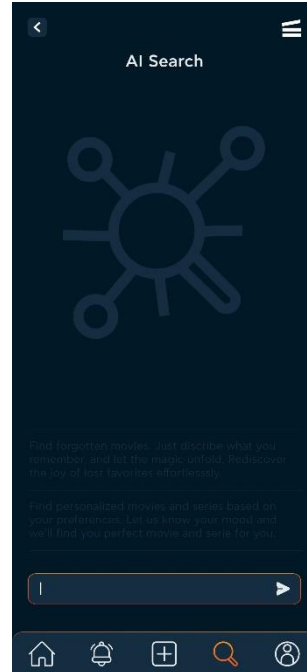
Επιλέγοντας το εικονίδιο του φακού πηγαίνουμε στη σελίδα του searches. Εκεί δίνεται η επιλογή στο χρήστη να επιλέξει ανάμεσα στο απλό search και στη λειτουργία του ai search, ενώ ταυτόχρονα στο κάτω μέρος αυτών προτείνονται κάποιες σειρές και ταινίες στο χρήστη. Ο χρήστης έχοντας επιλέξει το search πηγαίνει στην αντίστοιχη σελίδα που υπάρχει η μπάρα της αναζήτησης, ενώ στο κάτω σημείο από αυτή μπορεί να δει προηγούμενες αναζητήσεις του. Στη περίπτωση επιλογής ai search, μεταφέρεται πάλι στην αντίστοιχη σελίδα όπου μπορεί να ξεκινήσει τη “συνομιλία” με τη τεχνητή νοημοσύνη, ενώ πάνω από το πλαίσιο στο οποίο γράφει ο χρήστης, εμφανίζονται προτάσεις και ιδέες για τις ερωτήσεις που μπορεί να κάνει, οι οποίες έχουν το χρώμα του ανοιχτού μπλε καθώς δεν αποτελούν μέρος της βασικής πληροφορίας της οθόνης και στη πορεία να διαγραφούν, έπειτα από την ερώτηση. Εφόσον ο χρήστης ρωτήσει αυτό που θέλει, η ερώτηση μεταφέρεται στο επάνω μέρος της οθόνης και χωρίζεται με μια λεπτή οριζόντια γραμμή με την απάντηση, ώστε να ξεχωρίζουν και να μην υπάρχει σύγχυση, ενώ ταυτόχρονα υπάρχουν και τα εικονίδια του χρήστη και του ai search, επάνω από κάθε ερώτηση και απάντηση αντίστοιχα.



Searches



Search

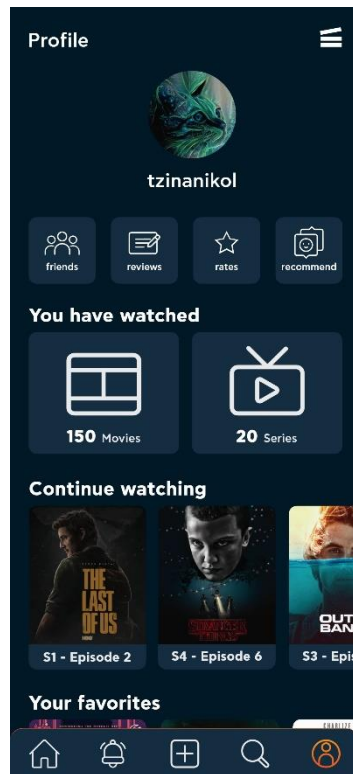


AI Search



AI Search in use

Η σελίδα του προφίλ ταξινομεί τις πληροφορίες και τις προτάσεις του χρήστη ακολουθούμενη ένα κοινό σχεδιασμό και μια κοινή λογική με τη σελίδα του home. Η διαφορά είναι πως επιλέγοντας ένα από τα πλαίσια που είναι οι κατηγορίες friends, reviews, rates, recommend, μεταφέρεται στις αντίστοιχες σελίδες αυτών. Η σελίδα αφορά τις ενέργειες του χρήστη όπως για παράδειγμα τα reviews και τα rates που έχει κάνει.



Profile



Profile continue

6. Σχεδιασμός προωθητικού Υλικού

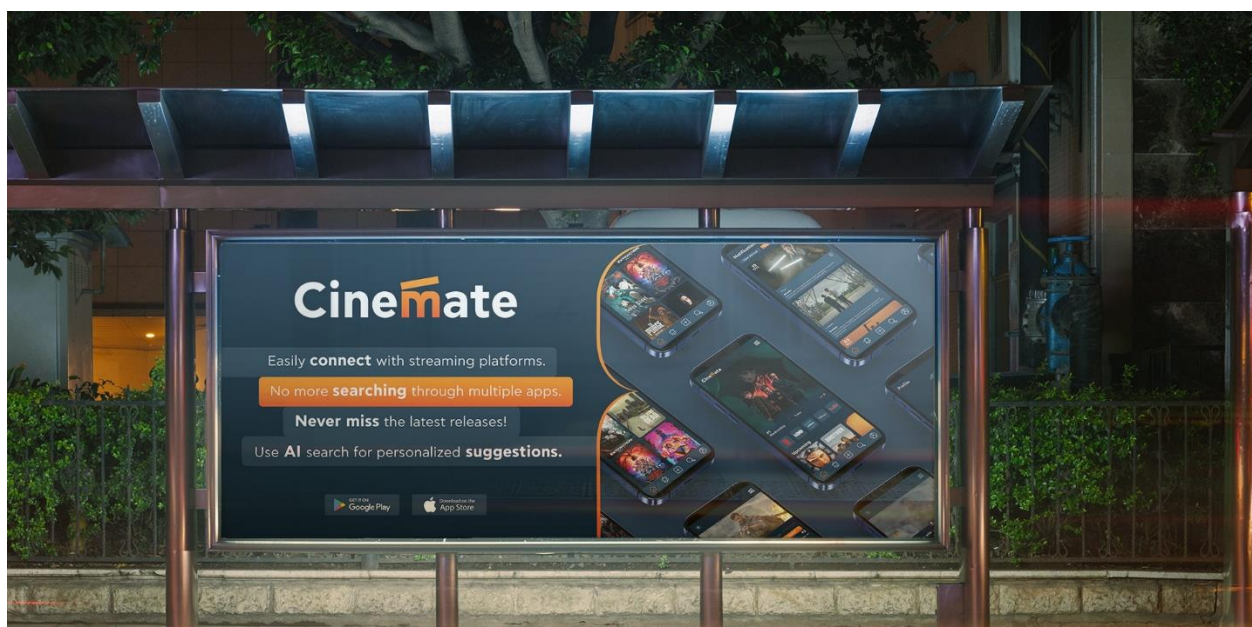
Για τις ανάγκες της προώθησης της εφαρμογής δημιουργήθηκαν και σχεδιάστηκαν διάφορα υλικά. Όλα τα υλικά έχουν ένα κοινό σχεδιασμό, ο οποίος είναι βασισμένος στο σχεδιασμό της εφαρμογής, δημιουργώντας έτσι μια ομοιομορφία και ενότητα στη ταυτότητα του Cinemate. Με αυτό το τρόπο οι διαφημίσεις ενημερώνουν τον κόσμο τόσο για την εφαρμογή και τις λειτουργίες της, όσο και για την οπτική του ταυτότητα. Κατά κύρια βάση τα προωθητικά αυτά υλικά, χρησιμοποιούν εικόνες από τις οθόνες της εφαρμογής, δίνοντας στον υποψήφιο χρήστη μια ιδέα για την εμφάνιση της, αλλά και τη δυνατότητα να επεξεργαστεί τα στοιχεία που βλέπει στις οθόνες και να κατανοήσει την ευχρηστιά που προσφέρει, πέρα των καινοτόμων λειτουργιών του.

Στάση Λεωφορείων

Για τη προώθηση της εφαρμογής δημιουργήθηκαν δυο γιγαντοαφίσες, μια κάθετη και μια οριζόντια, οι οποίες τοποθετούνται σε στάσεις λεωφορείων. Επιλέχθηκε ως μέσο προβολής για το λόγω του ότι βρίσκεται σε εξωτερικό χώρο και πολύς κόσμος θα μπορέσει να έρθει σε επαφή με αυτές, είτε χρησιμοποιεί το μέσω του λεωφορείου είτε όχι. Ο σχεδιασμός των αφισών είναι βασισμένος στην αισθητική της της εφαρμογής και τα στοιχεία που παρουσιάζουν είναι στενευμένα, με σκοπό ένας περαστικός έστω και φευγαλέα να μπορέσει να καταλάβει το θέμα της εφαρμογής που προωθεί.



Πιο συγκεκριμένα στην κάθετη αφίσα η πληροφορία είναι στοιχισμένη στο κέντρο του κάθετου άξονα της, και ταυτόχρονα έχει διασκορπιστεί κατά μήκος της αφίσας. Στο επάνω μέρος κυριαρχεί το λογότυπο της εφαρμογής, καθώς αυτή θέλουμε να προωθήσουμε, ενώ στο κάτω μέρος υπάρχει το λεκτικό μήνυμα – σλόγκαν “Your ultimate movie and series mate” μαζί με το που μπορεί να βρεθεί η εφαρμογή διαθέσιμη (google play, app store). Ως φόντο χρησιμοποιείται το μπλε σκούρο της εταιρικής ταυτότητας, το οποίο κυριαρχεί και στην εφαρμογή, ενώ μεγάλο κομμάτι της καλύπτεται από μια φωτογραφία όπου απεικονίζει τα χρήστες να χρησιμοποιούν την εφαρμογή. Η φωτογραφία αυτή πλαισιώνεται σε ένα σχήμα, όπου το επάνω μέρος του είναι εμπνευσμένο από το γράμμα – σήμα του λογότυπου, ενώ ταυτόχρονα υπάρχει μια λεπτή λωρίδα με το πορτοκαλί gradient χρώμα, που είναι εμπνευσμένη από την ύπαρξη της στο navigation bar της εφαρμογής.

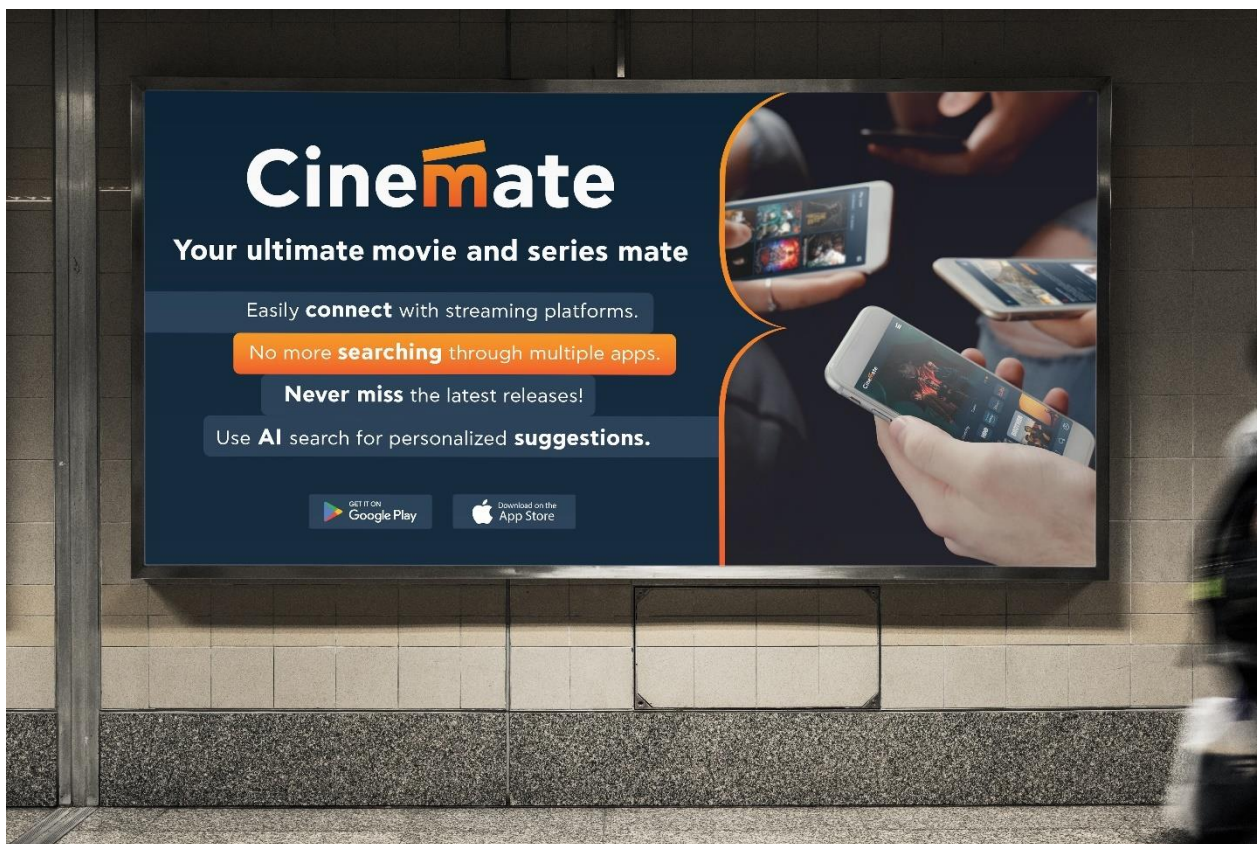


Η οριζόντια αφίσα είναι χωρισμένη σε δύο νοητά μέρη, το ένα της πληροφορίας και το άλλο της απεικόνισης των οθονών της εφαρμογής. Η πληροφορία, το λογότυπο και η διαθεσιμότητα της εφαρμογής, έχουν κεντρικό στήσιμο μεταξύ τους, χωρίς όμως να ακολουθείται αυστηρά από τη κεντρική πληροφορία. Αυτό συμβαίνει, γιατί πλαισιώνεται κάθε αράδα και μήνυμα από οριζόντια πλαίσια, που θυμίζουν αλλά και θέλουν να αναπαραστήσουν κουμπιά της εφαρμογής. Τα κουμπιά αυτά έχουν τα χρώματα του ανοιχτού μπλε και του gradient, ανάλογα με το μήνυμα και την ενέργεια που προτείνουν στο χρήστη. Στη περίπτωση της αφίσας το πορτοκαλί πλαίσιο βρίσκεται στο οριζόντιο κέντρο, ενώ η πληροφορία που τονίζεται είναι μια από τις βασικές λειτουργίες που προσφέρονται η εφαρμογή στο χρήστη. Επίσης στην πληροφορία αυτή είναι τονισμένες έχοντας περισσότερο βάρος λέξεις κλειδιά των λειτουργιών, ώστε ένας γρήγορα περαστικός που δεν προλαβαίνει να διαβάσει ολόκληρη τη πληροφορία να μπορέσει να ξεχωρίσει τις λέξεις αυτές. Η φωτογραφία πλαισιώνεται και σε αυτή την αφίσα από το σχήμα του m του λογοτύπου, μόνο που σε αυτή τη περίπτωση δεν βρίσκεται στην επάνω πλευρά αλλά στην αριστερή, καθώς εκεί είναι η πληροφορία που θέλει να ξεχωριστεί από την εικόνα.

Μετρό

Το μετρό είναι ένα μέσο μαζικής μεταφοράς το οποίο χρησιμοποιείται από πάρα πολύ κόσμο, και είναι ιδανικό για να διαφημιστεί μια τέτοια εφαρμογή. Για τις ανάγκες αυτές δημιουργήθηκαν, μια οριζόντια γιγαντοαφίσα, τέσσερα διαφορετικά δημιουργικά αυτοκόλλητα για τα εσωτερικά τζάμια των βαγονιών, καθώς και ένα οριζόντιο δημιουργικό ρnc που υπάρχει επάνω από τα καθίσματα στα βαγόνια.

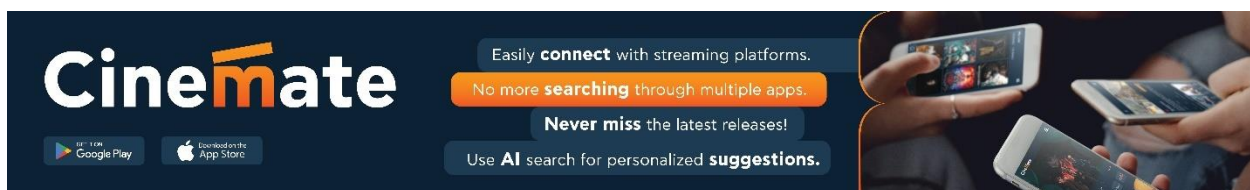
Η γιγαντοαφίσα του μετρό, κινείται στα ίδια σχεδιαστικά πλαίσια με αυτή της στάσης λεωφορείων, με τις μόνες διαφορές να είναι η προσθήκη του σλόγκαν, καθώς δεν υπάρχει δεύτερη στο χώρο που να το αναγράφει. Η άλλη διαφορά είναι στη φωτογραφία που χρησιμοποιείται, όπου δεν είναι εκείνη με τα τηλέφωνα που δείχνουν διάφορες οθόνες της εφαρμογής, αλλά αυτή που οι χρήστες τη χρησιμοποιούν. Ο λόγος που οι αφίσες αυτές είναι τόσο κοινές και δεν έχουν διαφορές, είναι γιατί επιθυμείτε μια κοινή αισθητική και λογική στα προωθητικά αυτά υλικά, πόσο μάλλον όταν η πληροφορία που αναγράφεται σε αυτά είναι κοινή.

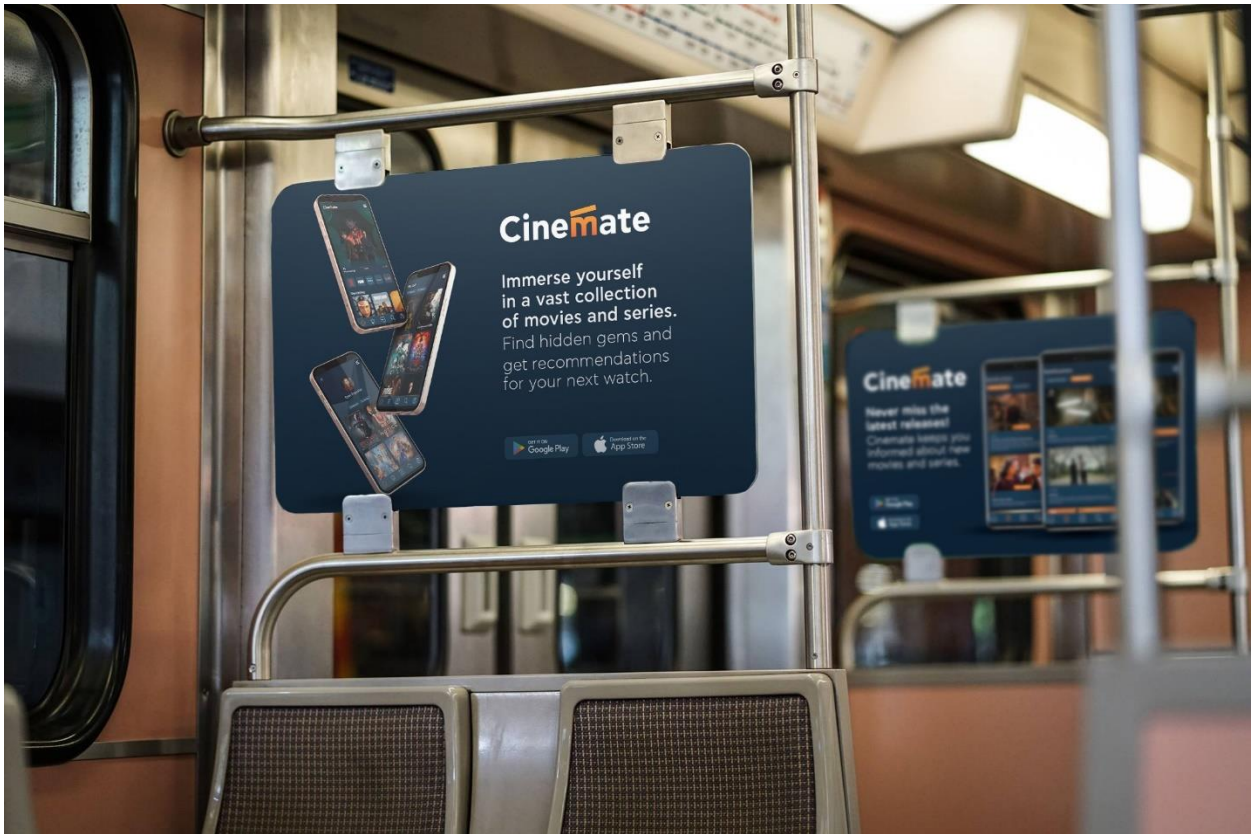


Στα αυτοκόλλητα των τζαμιών έχει τηρηθεί μια ομοιομορφία στο σχεδιασμό, όπου όλες περιλαμβάνουν σκούρο μπλε φόντο, το λογότυπο της εφαρμογής ακολουθούμενο από τη πληροφορία και το μήνυμα που θέλει να μεταδώσει, και διάφορα κινητά τηλέφωνα με διαφορετική διάταξη που δείχνουν τις αντίστοιχες οθόνες της εφαρμογής με τη πληροφορία των λειτουργιών που περιγράφουν. Η πληροφορία αυτή χωρίζεται στο κεντρικό μήνυμα το οποίο είναι τονισμένο ώστε να ξεχωρίζει και να τραβάει το μάτι, και στην επεξήγηση. Για να υπάρξει μια μικρή διαφοροποίηση μεταξύ τους, σε δύο από τα τέσσερα, οι οθόνες των κινητών βρίσκονται στη δεξιά πλευρά ενώ στις άλλες δυο αριστερά, και η πληροφορία εναλλάσσεται αντίστοιχα.



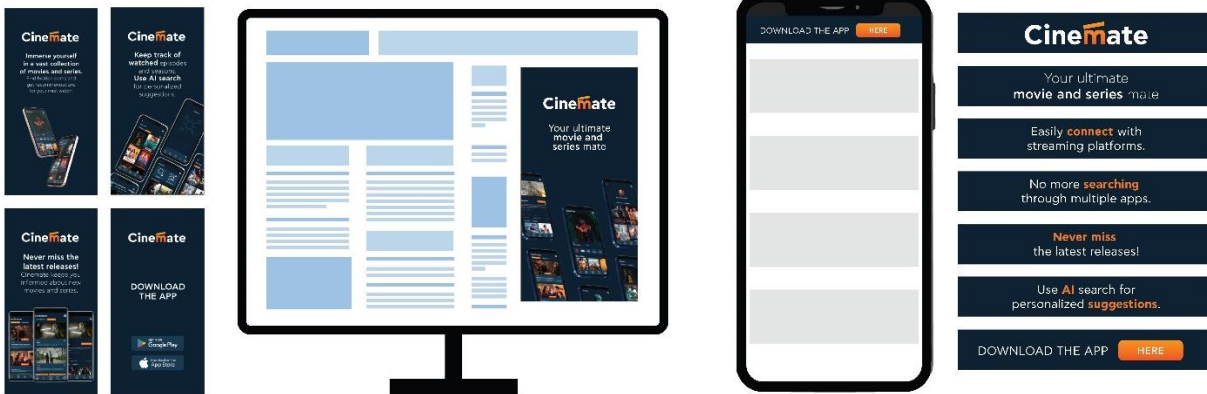
Ο σχεδιασμός του οριζώντιου ρnc, είναι αντίστοιχος σε λογική με τις οριζόντιες γιγαντοαφίσεις, με τη διαφορά ότι το λογότυπο και η πληροφορία έχουν χωριστεί, λόγω του στενού ύψους του.





Animated banners

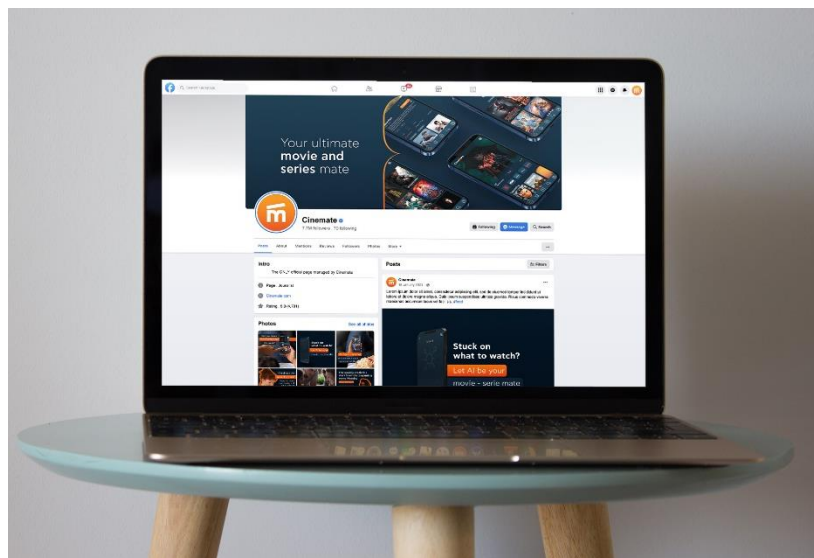
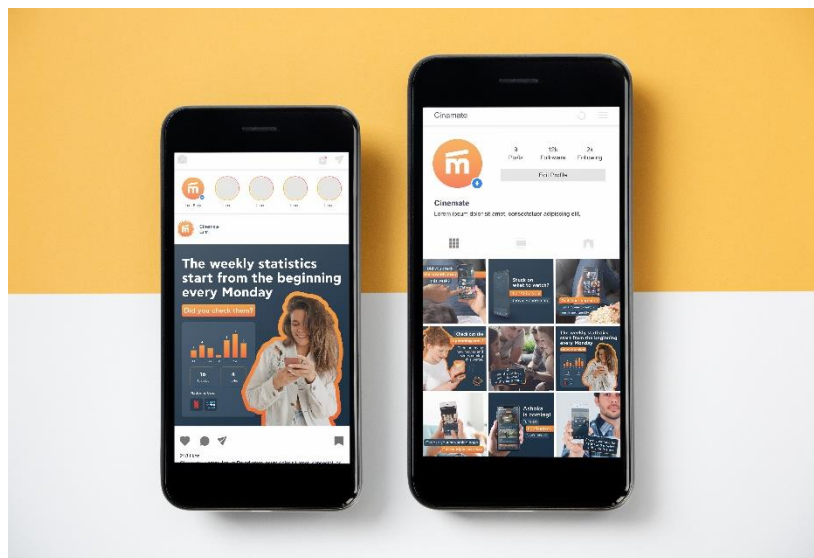
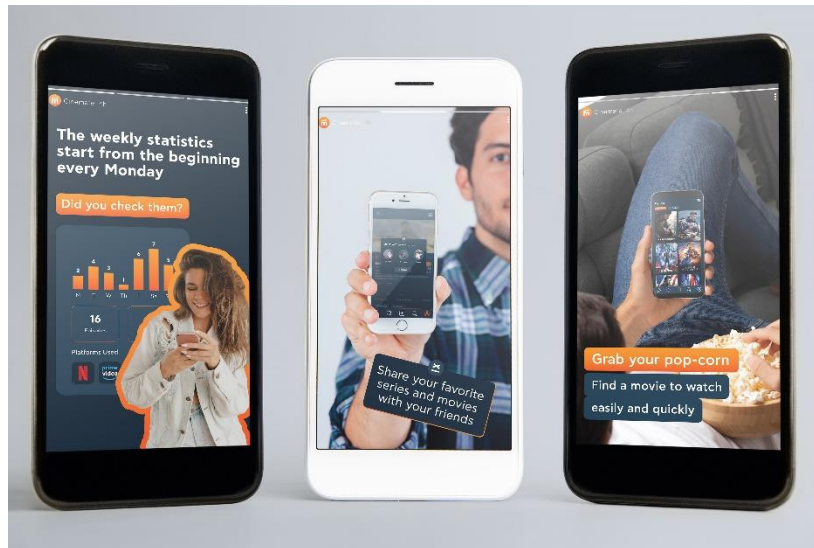
Καθώς προωθούμε μια εφαρμογή κινητού δεν θα μπορούσαν να λείπουν animated banners τα οποία εμφανίζονται σε διάφορα sites. Δημιουργήθηκε ένα animated banner για ιστοσελίδα και ένα για διαφήμιση σε κινητό τηλέφωνο. Το animated banner του site είναι εμπνευσμένο από τις οθόνες και τις πληροφορίες των αυτοκόλλητων του μετρό, τα οποία εμφανίζονται ξεχωριστά ανά πληροφορία, με κίνηση στα κινητά τηλέφωνα αλλά και στην είσοδο της λεκτικής πληροφορίας. Στο animated banner για το κινητό, καθώς η πληροφορία πρέπει να χωρέσει σε ένα μικρό μέρος της οθόνης, αναγράφεται μόνο η βασική πληροφορία ανά σλόγκαν, και τονίζονται οι λέξεις κλειδιά της πληροφορίας αυτής με το βάρος αλλά και το χρώμα, καθώς μόνο σε αυτές έχει τοποθετηθεί το πορτοκαλί χρώμα. Στη τελευταία οθόνη της κίνησης αυτής παροτρύνεται να κατεβάσει την εφαρμογή, ενώ ταυτόχρονα υπάρχει το κουμπί του here, που πατώντας το θα τον κατευθύνει αυτόματα στην εφαρμογή του Appstore ή του play store για τη πιο εύκολη και άμεση λήψη.



Social media

Ζούμε σε μια εποχή όπου τα social media είναι αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των ανθρώπων. Πολλές εταιρίες αποφασίζουν να φτιάξουν εταιρικούς λογαριασμούς σε αυτά για να προωθηθούν. Έτσι και για το Cinemate δημιουργήθηκαν λογαριασμοί στο Facebook και το Instagram, καθώς και διάφορα post τα οποία δίνουν πληροφορίες και ωθούν το κόσμο στη χρήση της εφαρμογής. Τα post αυτά χρησιμοποιούν εικόνες, είτε σε πλήρη οθόνη, είτε σημεία της, και η πληροφορία πλαισιώνεται είτε σε πλαίσια ανά αράδα που θυμίζουν κουμπιά εφαρμογής, είτε σε μεγαλύτερο πλαίσιο που περιλαμβάνει όλο το λεκτικό μήνυμα με το εικονίδιο του X, θέλοντας να μιμηθεί την αισθητική των πλαισίων που πετάγονται μέσα στην εφαρμογή. Κάποια από τα post αυτά έχουν προσαρμοστεί και στη διάσταση των story.





7. Επίλογος

Συμπερασματικά η πτυχιακή εργασία, πραγματεύεται τη πορεία του σχεδιασμό της εταιρικής ταυτότητας, της εφαρμογής καθώς και των προωθητικών υλικών, της εταιρίας Cinemate. Έπειτα από έρευνα, δημιουργήθηκε η ολοκληρωμένη ιδέα του τι προσφέρει η εφαρμογή, και τι στοιχεία συνδυάζει που την καθιστούν μοναδική στο τομέα της. Σκοπός ήταν να αποδοθεί μια κοινή σχεδιαστική ταυτότητα σε όλα τα υλικά, όπου θα έκανε την εταιρία άμεσα αναγνωρίσιμη προς το κοινό.

Βιβλιογραφία

Kinetoscope

<https://www.britannica.com/technology/Kinetoscope>

Cinématographe

<https://www.britannica.com/technology/Cinematographe>

History of film

<https://www.britannica.com/art/history-of-the-motion-picture>

https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_film

<https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/chapter/8-2-the-history-of-movies/>

What are the benefits and challenges of using online platforms and streaming services for film distribution?

<https://www.linkedin.com/advice/0/what-benefits-challenges-using-online-platforms-6c?fbclid=IwAR3uXaVYp5H6lDv2l8d6pcmxEEszEiwD9quKwYuc2bmDAkLxolOriol9igo>

Streaming Platforms and Their Impact on the Film Industry

https://blog.filmtrack.com/industry-insights/in-the-press/streaming-platforms-and-their-impact-on-the-film-industry?fbclid=IwAR3Ff8pazKv9RnkpXQRDp8WBmoXX-xyGAn-awXAX-7_O2l7Hyu77ovhownU

IMDb

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

TV Time

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

Just Watch – The Streaming Guide

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

The meaning of orange in design

https://www.adobe.com/creativecloud/design/hub/guides/meaning-of-orange-in-design.html?fbclid=IwAR3zspSvmdkn5SnlyRv1kcLZEI2yvkxkQdbQ-c5J_LRK-wdEufPula7rNE

What does blue mean in design?

<https://www.adobe.com/creativecloud/design/hub/guides/meaning-of-blue-in-design.html>

Blue Color Meaning

https://www.color-meanings.com/blue-color-meaning-the-color-blue/?fbclid=IwAR1Su-PvmfNnP4BsM22EgbN-ZchtjtXwTV4j_yDEIB5Qbw2diatkwxkKSkA

https://www.colorexplained.com/color-blue-meaning-of-the-color-blue/?fbclid=IwAR1Xo17Syxf9rDUMDwjX_UCX9wHZmGBh5X_n-cAdm867IZ1Ya_0ZQ-3-ymE

Color Symbolism in Movies: What Do Colors Mean in Film?

<https://www.color-meanings.com/color-symbolism-in-movies-what-do-colors-mean-in-movies/>

https://www.domestika.org/en/blog/2810-what-does-each-color-mean-in-cinema?fbclid=IwAR2rVUtbwHVroZGMSdIStRLWfO8jJlHBqI8Ka2_FDOiirG-z9vetb3awqAl