



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**  
**ΣΧΟΛΗ**  
**ΤΜΗΜΑ**

**Πτυχιακή Εργασία**

**ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ 'ΡΑΤΗ'**

**Συγγραφέας:**

**ΜΑΡΙΑΝΝΑ ΣΙΜΩΤΑ**

**ΑΜ: 19674169**

**Επιβλέπων/ουσα:**

**ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ ΜΑΣΟΥΡΑ**

**Αθήνα, Οκτώβριος, 2023**



**UNIVERSITY OF WEST ATTICA  
SCHOOL  
DEPARTMENT**

**Diploma Thesis**

**DEVELOPMENT AND DESIGN OF 'PATH BUSINESS' IDENTITY**

**Student name and surname:**

**MARIANNA SIMOTA**

**Registration Number: 19674169**

**Supervisor name and surname:**

**EVANGELIA MASOURA**

**Athens, October, 2023**



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**  
**ΣΧΟΛΗ**  
**ΤΜΗΜΑ**

**ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΣΧΕΛΙΑΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ 'ΡΑΤΗ'**

**Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή**

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

<b>Α/α</b>	<b>ΟΝΟΜΑ ΕΠΩΝΥΜΟ</b>	<b>ΒΑΘΜΙΑΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ</b>
1	ΓΙΩΡΓΟΣ ΜΑΤΘΙΟΠΟΥΛΟΣ	ΕΠΙΚΟΥΡΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	
2	ΕΛΕΝΗ ΜΑΡΤΙΝΗ	ΛΕΚΤΟΡΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	
3	ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ ΜΑΣΟΥΡΑ	ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΥΠΟΤΡΟΦΟΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	

## ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Θ/η κάτωθι υπογεγραμμένης/η ΜΑΡΙΑΝΝΑ ΣΙΜΩΤΑ του ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΥ, με αριθμό μητρώου 19674169 φοιτητής/τρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ του Τμήματος ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, 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».

*\*Επιθυμώ την απαγόρευση πρόσβασης στο πλήρες κείμενο της εργασίας μου μέχρι ..... και έπειτα από αίτηση μου στη Βιβλιοθήκη και έγκριση του επιβλέποντα καθηγητή*

Ο/Η Δηλών/ούσα  
ΜΑΡΙΑΝΝΑ ΣΙΜΩΤΑ

**\* Ονοματεπώνυμο /Ιδιότητα**

(Υπογραφή)

**Ψηφιακή Υπογραφή Επιβλέποντα**



*\* Σε εξαιρετικές περιπτώσεις και μετά από αιτιολόγηση και έγκριση του επιβλέποντα, προβλέπεται χρονικός περιορισμός πρόσβασης (embargo) 6-12 μήνες. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να υπογράψει ψηφιακά ο/η επιβλέπων/ουσα καθηγητής/τρια, για να γνωστοποιεί ότι είναι ενημερωμένος/η και συναινεί. Οι λόγοι χρονικού αποκλεισμού πρόσβασης περιγράφονται αναλυτικά στις πολιτικές του Ι.Α. (σελ. 6):*

[https://www.uniwa.gr/wp-content/uploads/2021/01/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CC%81%CF%82\\_%CE%99%CE%B4%CF%81%CF%85%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%85%CC%81\\_%CE%91%CF%80%CE%BF%CE%B8%CE%B5%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CC%81%CE%BF%CF%85\\_final.pdf](https://www.uniwa.gr/wp-content/uploads/2021/01/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CC%81%CF%82_%CE%99%CE%B4%CF%81%CF%85%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%85%CC%81_%CE%91%CF%80%CE%BF%CE%B8%CE%B5%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CC%81%CE%BF%CF%85_final.pdf)

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ, ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ

# ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ 'ΡΑΤΗ'

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΑΡΙΑΝΝΑ ΣΙΜΩΤΑ, ΑΜ: 19674169

ΟΚΤ 2023



## Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή .....	3
Κύριο μέρος .....	3
1. Αμιγώς θεωρητικό κομμάτι .....	3
a. Παραστατικές τέχνες .....	3
i. Ορισμοί.....	3
ii. Θεσμός των θεατρικών μπουλουκιών και η επιρροή τους.....	5
iii. Το θέατρο ως μη χώρος, Κινητικότητα του θεάτρου .....	11
iv. Theory of Harmony .....	12
v. Ομάδες παραστατικών τεχνών .....	13
b. Εταιρική ταυτότητα.....	15
i. Θεωρία για το στήσιμο μιας ταυτότητας.....	15
ii. Branding στις παραστατικές τέχνες.....	17
c. Μελέτη ταυτοτήτων παραστατικών τεχνών .....	19
2. Υποστήριξη επιλογών πρακτικού μέρους.....	28
a. Στήσιμο φιλοσοφίας και δομής του εργαστηρίου.....	28
i. Γενικά .....	28
ii. Δομή και οργάνωση των εργαστηρίων .....	28
iii. Θεωρητική βάση φιλοσοφίας .....	29
iv. Λέξεις κλειδιά, επιλογή ονόματος και σλόγκαν.....	29
b. Σχεδιαστικές επιλογές με βάση τη φιλοσοφία.....	30
i. Σήμα-Λογότυπο .....	30
ii. Χρώμα .....	32
iii. Τυπογραφία.....	33
iv. Pattern.....	34
v. Φωτογραφίες .....	36
c. Τρόπος προώθησης/εφαρμογές της ταυτότητας.....	36
i. Αφίσες .....	36
ii. Φυλλάδια .....	37
iii. Banner .....	38
iv. Business cards .....	39
v. Social.....	40
vi. Ιστοσελίδα .....	41
vii. Τελική εκδήλωση.....	42
Συμπεράσματα.....	43
Πίνακας Εικόνων .....	44
Βιβλιογραφία .....	45

# Εισαγωγή

## Δομή-τρόπος εκπόνησης εργασίας

Σκοπός αυτής της πτυχιακής εργασίας ήταν η ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης εταιρικής ταυτότητας, από τη δημιουργία της φιλοσοφίας, την αποτύπωση και επικοινωνία της μέσω γραφικών μέσων και την προώθηση της ταυτότητας, ώστε να κατανοηθεί η διαδικασία αντιμετώπισης του σχεδιασμού μιας ταυτότητας εις βάθος. Το ειδικό θέμα που επιλέχθηκε ήταν η δημιουργία της εταιρικής ταυτότητας ενός εργαστηρίου παραστατικών τεχνών. Η επιλογή έγινε για να διερευνηθούν λύσεις με βάση τη τυπογραφία και τα γραφικά στοιχεία για την αποτύπωση της κίνησης και του ρυθμού που συνεπάγεται ένα τέτοιο θέμα, και για να μην στηριχθεί σε εικονογραφικές και φωτογραφικές λύσεις ο ευρύτερος σχεδιασμός της ταυτότητας.

## Κύριο μέρος

### 1. Αμιγώς θεωρητικό κομμάτι

#### a. Παραστατικές τέχνες

##### i. Ορισμοί

#### **Παραστατικές τέχνες**

Ο όρος παραστατικές τέχνες (performing arts) αποτελεί μία από τις κατηγοριοποιήσεις που χρησιμοποιούνται στον ευρύτερο όρο της τέχνης. Σύμφωνα με το λεξικό της Οξφόρδης θεωρούνται οι τέχνες που παρουσιάζονται μπροστά σε κοινό.<sup>1</sup>

Συχνά αναφέρεται ότι η τέχνη μπορεί να χωριστεί μεταξύ των Οπτικών και των Παραστατικών τεχνών. Ως παραστατικές τέχνες συμπεριλαμβάνεται ο χορός, το θέατρο, η μουσική (το τραγούδι και η χρήση μουσικών οργάνων), η παντομίμα κ.α., δηλαδή οι τέχνες στις οποίες η φυσική παρουσία του καλλιτέχνη αποτελεί το καλλιτεχνικό μέσο. Αντίθετα, οι οπτικές τέχνες, που περιλαμβάνουν τη ζωγραφική, τη γλυπτική, τη φωτογραφία, τη γραφιστική κ.α., θεωρούνται οπτικές διότι ο καλλιτέχνης χρησιμοποιεί ένα οπτικό μέσο για να επικοινωνήσει με το θεατή.<sup>2</sup> Άλλοι θεωρούν ως παραδοσιακές κατηγορίες τεχνών τη λογοτεχνία (που συμπεριλαμβάνει τη ποίηση και άλλες μορφές συγγραφής), τις οπτικές τέχνες όπως αναφέρθηκαν, τις γραφικές τέχνες, τις πλαστικές τέχνες, τις διακοσμητικές τέχνες, της παραστατικές

<sup>1</sup> Oxford English Dictionary, s.v. "performing arts, n.", July 2023. <https://doi.org/10.1093/OED/9550199712>

<sup>2</sup> Puthenedam, R. (2021). Performing and Visual arts. Life Skills Education ( BEDS-005), IGNOU, NewDelhi. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7530361>  
Puthenedam, R. 2021. Performing and Visual arts. Life Skills Education ( BEDS-005), IGNOU, NewDelhi. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7530361>



τέχνες, τη μουσική ως χωριστή κατηγορία όταν περιλαμβάνει τη σύνθεση, και την αρχιτεκτονική.<sup>3</sup> Δεν μπορεί να διατυπωθεί ότι τα παραπάνω αντικρούονται μεταξύ τους, αλλά ότι οι επιπλέον κατηγορίες επεκτείνουν την έννοια της τέχνης ή βοηθούν στην καλύτερη κατηγοριοποίηση ειδών τεχνών που συνδυάζουν διάφορες μορφές.

Η σχολή APAC (Australian Performing Arts Conservatory) σε σχέση με τις παραστατικές τέχνες θεωρεί ότι μία παράσταση περιλαμβάνει 4 στοιχεία: το χρόνο, το χώρο, τη φυσική παρουσία ή το σώμα του ερμηνευτή ως καλλιτεχνικό μέσο και τη σχέση μεταξύ ερμηνευτή και κοινού.<sup>4</sup>

Η Unesco αναφέρει ότι οι παραστατικές τέχνες περιλαμβάνουν πολυάριθμες πολιτιστικές εκφράσεις που αποτυπώνουν την ανθρώπινη δημιουργικότητα και οι οποίες μπορούν να βρεθούν, μέχρι κάποιο βαθμό, και σε πολλούς άλλους τομείς της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς θέλοντας με αυτό τον τρόπο να τονίσει την επιρροή των παραστατικών τεχνών στον πολιτισμό.<sup>5</sup>

Για τη συγκεκριμένη εργασία ως παραστατικές τέχνες λαμβάνονται ο χορός, η μουσική και το θέατρο, για τις οποίες όλες οι πηγές συμφωνούν ότι αντιστοιχούν στην εξής κατηγορία και είναι οι πιο συχνές αναφορές ως μορφές τέχνης αυτής της κατηγορίας.

## Θέατρο

Το θέατρο χαρακτηρίζεται ως η ζωντανή εκτέλεση δραματικών πράξεων με σκοπό την αφήγηση μιας ιστορίας ή τη δημιουργία θεάματος. Η λέξη προέρχεται από το ελληνικό *θέατρον* ("τόπος θέασης"). Το θέατρο είναι μία από τις παλαιότερες και σημαντικότερες μορφές τέχνης σε όλους τους πολιτισμούς παγκοσμίως. Το βασικό στοιχείο μιας θεατρικής παράστασης θεωρείται το σενάριο, όμως το σύνολο του θεάματος βασίζεται επίσης σε διαφορετικό βαθμό στην υποκριτική, το τραγούδι και το χορό, καθώς και στις τεχνικές πτυχές της παραγωγής, όπως τη σκηνοθεσία, τη σκηνογραφία κ.α.

Το θέατρο θεωρείται ότι έχει τις πρώτες του ρίζες στη θρησκευτική τελετουργία. Μάλιστα συχνά αναπαριστά μύθους ή ιστορίες που βασίζονται στις πεποιθήσεις ενός πολιτισμού ή δημιουργεί κωμωδία μέσω της παρωδίας τέτοιων αφηγήσεων. Στον δυτικό πολιτισμό, το θέατρο ξεκίνησε από την αρχαία Ελλάδα και προσαρμόστηκε στους ρωμαϊκούς χρόνους. Η αναβίωσή του ήρθε με τα μεσαιωνικά λειτουργικά δράματα και άνθισε στην Αναγέννηση με την ιταλική *Commedia dell'Arte* και τον 17ο-18ο αιώνα με καθιερωμένους θιάσους όπως η *Comédie-Française*.

Στην Ευρώπη και τις ΗΠΑ τον 19ο και στις αρχές του 20ού αιώνα, το θέατρο ήταν μια σημαντική πηγή ψυχαγωγίας για όλες τις κοινωνικές τάξεις, με μορφές που κυμαίνονταν από τα σόου μπουρλέσκ και το βαριετέ μέχρι τα σοβαρά δράματα που παρουσιάζονταν στο *στυλ του Θεάτρου Τέχνης της Μόσχας*. Αν και τα μιούζικαλ του Μπρόντγουεϊ και οι φάρσες του *West End* του Λονδίνου διατηρούν τη λαϊκή τους

---

<sup>3</sup> Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "the arts". Encyclopedia Britannica, Invalid Date, <https://www.britannica.com/topic/the-arts>. [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023.]

<sup>4</sup> APAC. An Introduction To Performing Arts & It's Range of Disciplines. [Online] Διαθέσιμο στη: <https://apac.edu.au/blog/an-introduction-to-performing-arts-and-its-branches/> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

<sup>5</sup> UNESCO. Performing arts (such as traditional music, dance and theatre). [Online] Διαθέσιμο στη: <https://ich.unesco.org/en/performing-arts-00054> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

απήχηση, η άνοδος της τηλεόρασης και του κινηματογράφου μείωσε το κοινό του ζωντανού θεάτρου και τείνει να περιορίσει τους θεατές του σε μια μορφωμένη ελίτ.<sup>6</sup>

### **Μουσική**

Η μουσική είναι η τέχνη που ασχολείται με το συνδυασμό φωνητικών ή οργανικών ήχων με σκοπό τη συναισθηματική έκφραση ή την τεχνική αρτιότητα, σύμφωνα με τα πολιτιστικά πρότυπα του ρυθμού, της μελωδίας και, στις περισσότερες μορφές δυτικής μουσικής, της αρμονίας.

Συνήθως περιλαμβάνει ήχους με διακριτά τονικά ύψη που διασκευάζονται σε μελωδίες και έπειτα οργανώνονται σε μοτίβα ρυθμού και μέτρου. Η μελωδία συνήθως βασίζεται σε ένα συγκεκριμένο μουσικό κλειδί ή μέτρο, και στη δυτική μουσική, συχνά, υποδηλώνει αρμονία, η οποία γίνεται σαφής από τις συνοδευτικές συγχορδίες ή την αντίστιξη.

Η μουσική είναι μια τέχνη που, με τη μία ή την άλλη μορφή, διαπερνά κάθε ανθρώπινη κοινωνία. Χρησιμοποιείται για ποικίλους κοινωνικούς σκοπούς, όπως η τελετουργία, η λατρεία, ο συντονισμός της κίνησης, η επικοινωνία και η ψυχαγωγία.<sup>7</sup>

### **Χορός**

Ως χορός χαρακτηρίζεται η μορφή έκφρασης που χρησιμοποιεί σωματικές κινήσεις οι οποίες είναι ρυθμικές, σχεδιασμένες (ή μερικές φορές αυτοσχέδιες) και συνήθως συνοδεύονται από μουσική. Είναι μια από τις αρχαιότερες μορφές τέχνης. Ο χορός συναντάται σε κάθε πολιτισμό και εκτελείται για σκοπούς που κυμαίνονται από τελετουργικούς, λειτουργικούς και μαγικούς έως θεατρικούς, κοινωνικούς και απλώς αισθητικούς.

Στην Ευρώπη, οι φυλετικοί χοροί συχνά εξελίχθηκαν σε λαϊκούς χορούς, οι οποίοι τυποποιήθηκαν στους κοινωνικούς χορούς των ευρωπαϊκών αυλών του 16ου αιώνα. Το μπαλέτο αναπτύχθηκε από τους αυλικούς χορούς και τελειοποιήθηκε με καινοτομίες στη χορογραφία και την τεχνική. Τον 20ό αιώνα, ο μοντέρνος χορός εισήγαγε έναν νέο τρόπο εκφραστικής κίνησης.<sup>8</sup>

## **ii. Θεσμός των θεατρικών μπουλουκιών και η επιρροή τους**

### **Ορολογία.**

Λόγω της ιδιαίτερης δομής του εργαστηρίου Path, το οποίο δεν διατηρεί σταθερή έδρα αλλά μετακινείται από περιοχή σε περιοχή ήταν χρήσιμο αν όχι αναγκαίο, να μελετηθεί η ιστορία των μπουλουκιών στον Ελληνικό χώρο εφόσον αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ιστορίας του ελληνικού θεάτρου. Η έρευνα για τα θεατρικά μπουλούκια βασίζεται κυρίως στην διδακτορική διατριβή της Χρυσούλας Κεφαλά, *H*

<sup>6</sup> Davis, T. C., Chaillet, N., και Guthrie, T., "theatre". Encyclopedia Britannica, last updated 2023, <https://www.britannica.com/art/theatre-art>. [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

<sup>7</sup> Epperson, G. "music". Encyclopedia Britannica, last updated 2023, <https://www.britannica.com/art/music>. [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

<sup>8</sup> Mackrell, Judith R.. "dance". Encyclopedia Britannica, last updated 2023, <https://www.britannica.com/art/dance>. [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

επίδραση των μπουλουκιών στην ελληνική κοινωνία.<sup>9</sup> Αρκετές από τις θέσεις που παρουσίασε διαμορφωσαν και την παρακάτω αναφορά.

Ο όρος μπουλούκι σαν ονομασία έχει την ρίζα στην τουρκική γλώσσα. Χρησιμοποιούνταν την περίοδο της Τουρκοκρατίας για να περιγράψει τις μικρές στρατιωτικές ομάδες που αντιτάσσονταν στον «μέγα» κατά την επανάσταση, καθώς και για το χαρακτηρισμό των ένοπλων ληστών.

Πέρα από τη ρίζα της λέξης, ο όρος άρχισε να χρησιμοποιείται ευρύτερα στον Ελλαδικό χώρο τα χρόνια μετά την απελευθέρωση και να αφομοιώνεται στο λεξιλόγιο. Πολύ συχνό παράδειγμα αποτελούσαν τα μπουλούκια μαστόρων με τα οποία ο όρος άρχισε να γενικοποιείται και να χρησιμοποιείται για να χαρακτηρίσει κάθε ολιγομελή ομάδα που είχε κοινούς επαγγελματικούς σκοπούς. Τελικά ο όρος διευρύνθηκε σε τέτοιο βαθμό που η χρήση του χαρακτήριζε οποιαδήποτε, μικρή ή μεγάλη, ομάδα από τεχνίτες με συχνότερη χρήση για τις ομάδες μαστόρων.

Η επέκταση του όρου οδήγησε στην χρήση του για το θέατρο λόγω της επαγγελματικής συντροφιάς, δημιουργώντας τα μπουλούκια που είναι γνωστά σήμερα. Τα θεατρικά μπουλούκια ήταν θεατρικοί θίασοι που είχαν κοινούς καλλιτεχνικούς και βιοποριστικούς στόχους. Μπορούν να διακριθούν δύο ειδών θεατρικά μπουλούκια. Το πρώτο είδος αντιστοιχεί στον ορισμό, δηλαδή στη δημιουργία μικρών ομάδων από επαγγελματίες ηθοποιούς. Το δεύτερο αποτελείται από ερασιτέχνες που συνήθως είχαν διαφορετική επαγγελματική απασχόληση και συγκροτούσαν τέτοιες ομάδες για να εκπληρώσουν το όνειρο τους να γίνουν ηθοποιοί. Όμως η Κεφαλά αναφέρει ότι οι ομάδες που άνηκαν στο δεύτερο είδος, συνήθως είχαν σκοπό να προκαλέσουν και ότι έλειπε τόσο η υπόθεση όσο και το ρεπερτόριο από τα έργα που ανέβαζαν. Συνεπώς εκφράζει την άποψη ότι αυτές οι ομάδες είχαν απομακρυνθεί από την τέχνη του θεάτρου σε αντίθεση με τα θεατρικά μπουλούκια που απαρτίζονταν από επαγγελματίες ηθοποιούς και δεν μπορούν να χαρακτηριστούν ως θεατρικά. Επιπλέον γίνεται αναφορά σε μεγαλύτερες ομάδες, στις οποίες συμμετείχαν δέκα με δεκαπέντε ηθοποιοί, και περιόδευαν από μέρος σε μέρος με μετακινούμενα σκηνικά. Ενώ, υπάρχουν κοινά στοιχεία με τα θεατρικά μπουλούκια, η συγγραφέας τις διαχωρίζει ως ξεχωριστή κατηγορία με τον όρο τσαντίρια.<sup>10</sup>

Ο Μακροστέργιος Ε. αναφέρει τα εξής για το ορισμό των θεατρικών μπουλουκιών στη διδακτορική του εργασία με τίτλο Έρευνα, σχεδιασμός και δημιουργία ενός βιογραφικού ντοκιμαντέρ για την ηθοποιό Μπέμπα Δόξα (1919 - 2000):

*“Στο λήμμα μπουλούκι το λεξικό αναφέρει: ο περιφερόμενος θίασος. Πράγμα που σημαίνει ότι η ειδοποιός διαφορά ανάμεσα σε άλλους θιάσους και το μπουλούκι δεν είναι τόσο το ρεπερτόριο ή η αισθητική, όσο το γεγονός ότι το μπουλούκι ήταν μονίμως περιφερόμενο. Μιλάμε συνεπώς για περιπλανώμενους θεατρίνους. Στην πραγματικότητα μιλάμε για το φαινόμενο εκείνο, δηλαδή για τον περιπλανώμενο θεατρίνο, που γονιμοποίησε και εγκαθίδρυσε την τέχνη του θεάτρου. Αρκεί να ακολουθήσουμε προς τα πίσω το νήμα του χρόνου για να διαπιστώσουμε πως ο βίος του θεάτρου*

<sup>9</sup> Κεφαλά, Χ. Β., 2005. *Η επίδραση των μπουλουκιών στην Ελληνική Κοινωνία*. Διδακτορική διατριβή. Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών. Τμήμα Κοινωνιολογίας. DOI: [10.12681/eadd/15532](https://doi.org/10.12681/eadd/15532) σελ.11.

<sup>10</sup> Κεφαλά, ο.π., σελ 15

*ήταν πλανόδιος και πως το ελληνικό μπουλούκι δεν έκανε τίποτε άλλο από το ν' ακολουθήσει τα βήματα και να βαδίζει πάνω στα χνάρια που άφησαν οι πρόγονοί του.”<sup>11</sup>*

Το τελευταίο κομμάτι αναφέρεται στις περιπλανώμενες μορφές του θεάτρου της Αρχαίας Ελλάδας, από τους περιπλανώμενους θιάσους του Διονύσου, μέχρι τους αοιδούς και τους ραψωδούς που περιπλανιόντουσαν στην Ελλάδα για να αφηγηθούν μύθους και Ομηρικές ιστορίες. Συνεπώς καταλήγουμε ότι το στοιχείο της περιπλάνησης είναι χαρακτηριστικό του θεσμού των μπουλουκιών.

Τόσο η δημιουργία των θεατρικών μπουλουκιών όσο και η δραστηριοποίησή τους βασίστηκε στην επαρχία της Ελλάδας με την απελευθέρωση από τους Τούρκους. Η συντέλεση και η δράση συντεχνιών μεταξύ τεχνιτών στην επαρχία είχε εδραιωθεί από την εποχή της Τουρκοκρατίας με αποτέλεσμα να προετοιμάσει το έδαφος για την ύπαρξη και ανάπτυξη των θεατρικών μπουλουκιών. Κατά το ξεκίνημα του θεσμού, τα μπουλούκια συχνά αποτελούσαν οικογενειακούς θιάσους, με αρκετά γνωστό παράδειγμα τον θίασο του Δημητρίου Κοτοπούλη ονόματι “Πρόοδος”. Υπήρχε όμως ένας επιπλέον παράγοντας που βοήθησε στην στροφή ηθοποιών προς τέτοια θεατρικά μπουλούκια. Εκείνη την περίοδο στην Αθήνα στήνονταν μεγάλοι θίασοι, οι οποίοι όμως δεν κατάφερναν να επιτύχουν και ναυαγούσαν με αποτέλεσμα να ωθούν τους ηθοποιούς να δοκιμάσουν την τύχη τους στην επαρχία.<sup>12</sup>

### **Δομή και λειτουργία.**

Η δομή και οργάνωση των θεατρικών μπουλουκιών μπορεί να χωριστεί σε τρεις κατηγορίες. Πρώτη και πιο συχνή μορφή οργάνωσης, ήταν η ύπαρξη ενός θιασάρχη της ομάδας. Ο θιασάρχης ήταν υπεύθυνος για θέματα που αφορούσαν την οικονομική διαχείριση, τη διαφήμιση, τις δημόσιες σχέσεις, τη διανομή ρόλων, τα σκηνικά και το βεσιτάριο, και τα εισιτήρια των παραστάσεων. Οι αποφάσεις που είχαν σχέση με τον τόπο που θα πήγαινε η ομάδα καθώς και για τα έργα που θα ανέβαιναν σε κάθε περιοχή, λαμβάνονταν από κοινού με την υπόλοιπη ομάδα. Λόγω όμως του πλήθους των υποχρεώσεων που αναλάμβανε ο θιασάρχης, αποζημιωνόταν με το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων των παραστάσεων του μπουλουκιού, και ήταν συχνές οι περιπτώσεις κατάχρησης αυτών των χρημάτων από το θιασάρχη. Τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας συμπληρώνονταν από ηθοποιούς, χορευτές, τραγουδιστές και ένα μουσικό για τη σύσταση του συλλόγου. Σε αυτό το σημείο παρατηρείται ότι οι θίασοι χρησιμοποιούσαν όλες τις παραστατικές τέχνες για τα θεάματά τους. Η δεύτερη κατηγορία δεν έχει μεγάλη παρέκκλιση από την πρώτη στο θέμα της δομής. Ο θιασάρχης συνεχίζει να είναι υπεύθυνος για την οργάνωση της ομάδας, όμως ορισμένες αρμοδιότητες, όπως τα σκηνικά και το βεσιτάριο, μοιράζονται μεταξύ και άλλων μελών του θιάσου. Έτσι το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων μοιράζεται ανάλογα με τις αρμοδιότητες και το υπόλοιπο δίνεται στα λοιπά άτομα του θιάσου. Η τρίτη δομή με την οποία στήνονται τα θεατρικά μπουλούκια ήταν συνεργατική. Δηλαδή οι ευθύνες καταμερίζονταν σε όλα τα μέλη του θιάσου και αποζημιωνόνταν για την εργασία τους με ισομερίδια.

---

<sup>11</sup> Μακροστέργιος Ε. 2021. *Έρευνα, σχεδιασμός και δημιουργία ενός βιογραφικού ντοκιμαντέρ για την ηθοποιό Μπέμπα Δόξα (1919 - 2000)*. Διπλωματική εργασία. Πανεπιστήμιο Αιγαίου. <http://hdl.handle.net/11610/23076> σελ. 11

<sup>12</sup> Κεφαλά, ο.π., σελ 42,46

Τα μέλη που επιλέγονταν για τα θεατρικά μπουλούκια έπρεπε να έχουν συγκεκριμένα προσόντα. Παραπάνω έγινε αναφορά ότι στα μέλη της ομάδας, πέρα από ηθοποιούς συμμετείχαν μουσικοί, χορευτές κτλ. Λόγω του συνεχούς εναλλασσόμενου ρεπερτορίου, οι θίασοι των θεατρικών μπουλουκιών αναζητούσαν μια πληθώρα προσόντων που αντιπροσωπεύουν τις παραστατικές τέχνες. Έτσι λοιπόν, ήθελαν τα μέλη του θιάσου πέραν της υποκριτικής, να γνωρίζουν από τραγούδι και χορό για να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις ανάγκες οποιουδήποτε ρόλου. Τα θεατρικά μπουλούκια, είχαν υιοθετήσει τη λογική του περιοδευόμενου θιάσου, επηρεασμένη από τη *Commedia dell'Arte*, και μετακινούνταν σε όλη την επαρχία της Ελλάδας για να ανεβάσουν τις θεατρικές τους παραστάσεις. Σχετικά με το ρεπερτόριο, που σχολιάστηκε, τα μπουλούκια συνήθιζαν να ανεβάζουν δύο έργα κάθε βράδυ. Το πρώτο έργο ή μέρος της παράστασης, η συγγραφέας το χαρακτηρίζει ως δράμα αναφερόμενη, όχι στο είδος του έργου, αλλά σε οποιοδήποτε θεατρικό έργο. Μερικά από τα είδη που συμπεριλάμβανε ήταν το δράμα ως είδος, αλλά και η οπερέτα, η επιθεώρηση, τρίπρακτη κωμωδία κ.α. Εφόσον έπαιζαν διαφορετικό έργο κάθε βράδυ, ο θίασος είχε τη δυνατότητα να πειραματιστεί και ανεβάσει μια μεγάλη ποικιλία από έργα, που όμως ανταποκρινόταν στο περιορισμένο αριθμό ηθοποιών και σκηνικών. Το δεύτερο έργο ή μέρος που έπαιζαν κάθε βράδυ ήταν η νούτικη κωμωδία, δηλαδή η κωμωδία που δεν είχε ήδη γραμμένο κείμενο ή σενάριο, και βασιζόταν στον αυτοσχεδιασμό. Λέγεται ότι και αυτό ήταν επηρεασμένο από τη *Commedia dell'Arte*, που είχε εισαχθεί από την Ιταλία στον Ελλαδικό χώρο τη περίοδο της Τουρκοκρατίας, και από το θέατρο της παντομίμας. Για το δεύτερο μέρος, τα θεατρικά μπουλούκια διέθεταν και ένα κωμικό στο θίασο, ο οποίος το αναλάμβανε και αυτοσχεδίαζε με το κοινό και τους συναδέλφους του.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, ο θίασος που δημιουργούσε ένα θεατρικό μπουλούκι, αναλάμβανε όλες τις προετοιμασίες μιας παράστασης και την προώθησή της για κάθε μέρος που επισκεπτόταν. Λόγω της συνεχούς μετακίνησής τους, τα μέσα που είχαν ήταν περιορισμένα, όμως τα θεατρικά μπουλούκια χαρακτηρίζονταν από την ευρεσιτεχνία τους. Η θεατρική σκηνή ήταν μια εξέδρα με τάβλες, η οποία στηνόταν σε κάθε τοποθεσία κάθε φορά. Συχνά λόγω του περιορισμένου χώρου η εξέδρα ήταν απλώς οι τάβλες στερεωμένες σε βαρέλια. Όσον αφορά το χώρο στον οποίο ανέβαινε η παράσταση, οι θίασοι προτιμούσαν τους κλειστούς χώρους για να είναι ευκολότερη η διαμόρφωση και μετατροπή του σε σκηνικό χώρο, και συχνότερα χρησιμοποιούσαν τους χώρους του καφενείου του χωριού ή των ελαιτριβείων. Αν δεν ήταν δυνατή η εύρεση ενός εσωτερικού χώρου τότε κατέληγαν να ανεβάζουν την παράσταση στην ύπαιθρο ή την κεντρική πλατεία. Για την καλύτερη διαμόρφωση του χώρου, κουβαλούσαν σκηνικά που είχαν δημιουργήσει από πόλη σε πόλη. Είχαν δύο ζωγραφισμένα φόντο που χρησιμοποιούνταν σε κάθε παράσταση. Ένα με πόρτες και παράθυρα για να αποτυπώνει τον εσωτερικό χώρο και ένα φόντο που είτε απεικόνιζε ένα δάσος είτε θάλασσα με βάρκα για τον εξωτερικό χώρο. Για τις ιδιαιτερότητες του κάθε έργου χρησιμοποιούσαν μαζί με το φόντο κουίντες, τοιχάκια, κολώνες κτλ. Επίσης μαζί τους είχαν μικρόφωνα και φώτα ή λάμπες πετρελαίου για ένα πιο ολοκληρωμένο θέαμα. Αντίστοιχα, εφόσον το σκηνικό ήταν περιορισμένο, τα μπουλούκια φρόντιζαν να έχουν τα απαραίτητα αντικείμενα που πλαισιώνουν το κάθε ρόλο. Έδιναν ιδιαίτερη σημασία σε αυτό το κομμάτι διότι ο θεατής έπρεπε γρήγορα να κατανοήσει τη φυσιογνωμία του ήρωα. Οι ηθοποιοί βασίζονται ιδιαίτερα στα αντικείμενα που πλαισιώνουν το ρόλο, καθώς και τα κοστούμια, διότι το σημαινόμενο του αντικειμένου είναι αυτό που βοηθά το θεατή να κατανοήσει το χαρακτήρα. Όπως αναφέρθηκε, η ίδια

προσοχή δινόταν και στα κοστούμια, όμως η οικονομική κρίση που χαρακτήριζε εκείνη τη περίοδο επηρέαζε την ποιότητά τους.

Πέρα από τις προετοιμασίες για την ίδια την παράσταση ο θιασάρχης ή γενικότερα ο θίασος αναλάμβανε τη προώθηση της κάθε παράστασης. Η διαφήμιση με φέιγ βολάν ήταν πολύ ακριβή για τα δεδομένα του θιάσου οπότε για αυτό το σκοπό δημιουργούσαν μία ή δύο ταμπέλες με τον τίτλο του θεάματος. Αυτές τοποθετούνταν στην είσοδο, και αν υπήρχε η δεύτερη ταμπέλα τότε αυτή τοποθετούνταν στο κεντρικό σημείο του χωριού. Αν πάλι ανέβαζαν ένα σημαντικό έργο τότε στη ταμπέλα ζωγράφιζαν και μία σημαντική σκηνή του έργου. Ένα άλλο μέσο που χρησιμοποιούσαν ήταν τα θεατρικά προγράμματα. Σε ένα φύλλο χαρτί αναγράφονταν τα έργα τα οποία θα έπαιζαν στη κάθε περιοχή και συνήθως ο κωμικός του θιάσου αναλάμβανε να γράψει τη διαφήμιση για το κάθε έργο. Σε μερικές περιπτώσεις, για να τραβήξουν την προσοχή χτυπούσαν την καμπάνα του χωριού. Επιπρόσθετα, στο τέλος της κάθε παράστασης ενημέρωναν το κοινό για το έργο της επόμενης βραδιάς.<sup>13</sup>

### **Δυσκολίες και ανταμοιβή.**

Όμως, ο θεσμός των μπουλουκιών αντιμετώπιζε δυσκολίες. Ο δύσκολος τρόπος ζωής αποτελούσε ένα μέρος των δυσκολιών που αντιμετωπίζουν. Η συνεχής μετακίνηση από μέρος σε μέρος ήταν εξαντλητική και οι συνθήκες διαμονής στα μέρη που έβρισκαν να ξαποστάσουν ήταν άθλιες. Εκείνη την εποχή δεν υπήρχαν ταβέρνες και ξενοδοχεία σε κάθε χωριό που επισκέπτονται με αποτέλεσμα να δυσχεραίνονται οι συνθήκες διαμονής και να υπάρχει, εξαιτίας και των χαμηλών εσόδων, πρόβλημα υποσιτισμού. Από την άλλη μεριά, το κοινωνικό περιβάλλον των περιοχών που επισκέπτονται σε πολλές περιπτώσεις δεν ήταν φιλόξενο. Παρόλο που οι θίασοι είχαν την ευκαιρία να πειραματιστούν με πολλά και διάφορα έργα όπως αναφέρθηκε, πολλές φορές αναγκάζονταν να περιοριστούν λαμβάνοντας υπόψη ποια από τα έργα που ήθελαν να ανεβάσουν μπορούσαν να γίνουν εύκολα κατανοητά από τον κόσμο της επαρχίας. Συνεπώς περιοριζόταν η καλλιτεχνική τους ελευθερία. Επιπρόσθετα είχαν να αντιμετωπίσουν τη θεατρική άγνοια του κοινού αφού για πολλά μέρη της επαρχίας τα θεατρικά μπουλούκια ήταν η πρώτη τους επαφή με το θέατρο. Η κλειστή κοινωνία της επαρχίας δεν ευνοούσε τις καλλιτεχνικές ανησυχίες των ηθοποιών και συχνά έρχονταν αντιμέτωποι με ηθικές και κοινωνικές προκαταλήψεις των κατοίκων, τόσο ενάντια στους ρόλους που υποδύονταν όσο και στο επάγγελμα του ηθοποιού και ιδιαίτερα προς τις γυναίκες του θιάσου.

Πάρα, όμως, τις δυσκολίες, τα θεατρικά μπουλούκια συνέχιζαν αυτό που έκαναν λόγω της ανταμοιβής που λάμβαναν. Σε αυτό το σημείο δεν αναφέρονται τόσο οι υλικές ανταμοιβές που λάμβαναν, οι οποίες συμπεριλάμβαναν χρηματική ανταμοιβή ή υλικά αγαθά όπως ψωμί, ελιά και ρύζι, όσο και η θεατρική πείρα που αποκτούσαν από τη συμμετοχή τους σε θεατρικά μπουλούκια και η αποδοχή του κόσμου της επαρχίας παρά τη θεατρική τους άγνοια. Εξίσου σημαντικές ήταν και οι σχέσεις που δημιουργούνταν μεταξύ των μελών των μπουλουκιών. Ο δύσκολος τρόπος ζωής καθώς και οι κοινοί επαγγελματικοί και καλλιτεχνικοί σκοποί που είχαν βοηθούσε στην ταύτιση μεταξύ των συναδέλφων και τη δημιουργία στενών σχέσεων. Φυσικά, δεν ήταν δυνατόν να μην υπήρχαν περιπτώσεις με έντονες

---

<sup>13</sup> Κεφαλά, ο.π., σελ 73

εντάσεις μεταξύ ατόμων της ομάδας. Πολλές φορές οι εντάσεις οφείλονταν, πέρα από τις διαπροσωπικές σχέσεις, στα άνισα κέρδη ή τη κακή διαχείριση από το θιασάρχη και οδηγούσαν στη διάλυση των θεατρικών μπουλουκιών.<sup>14</sup>

### **Το τέλος των θεατρικών μπουλουκιών.**

Σύμφωνα με τη συγγραφέα, το τέλος των θεατρικών μπουλουκιών οφείλεται στην άνθιση του Ελληνικού κινηματογράφου. Αναφέρεται στη δεκαετία του '60 στην οποία η Ελλάδα αρχίζει να συμμετέχει στη τεχνολογική άνθιση. Η άνθιση του κινηματογράφου είχε δύο αποτελέσματα. Λόγω της αύξησης των παραγωγών, οι ηθοποιοί έβρισκαν ευκολότερα δουλειά, και στην επαρχία οι πολίτες επέλεγαν τα κινηματογραφικά μπουλούκια που εμφανίστηκαν εκείνη την εποχή και έπειτα εισάχθηκε η τηλεόραση. Πολλοί ηθοποιοί που είχαν παίξει στο κινηματογράφο συμμετείχαν στα τελευταία θεατρικά μπουλούκια και είχαν απείχηση στο κόσμο αλλά σιγά σιγά ο θεσμός τελείωσε.<sup>15</sup>

### **Η επιρροή τους.**

Η επιρροή των θεατρικών μπουλουκιών στην ελληνική κοινωνία και στους καλλιτέχνες είναι πολύ σημαντική σύμφωνα με τη συγγραφέα και τις μαρτυρίες που χρησιμοποίησε για να καταλήξει σε αυτό το συμπέρασμα. Αναφέρεται ότι τα θεατρικά μπουλούκια ανήκουν σε ένα είδος θεάτρου που είναι ανοιχτό στις εμπειρίες από άλλα είδη θεάτρου, με την έννοια ότι το θέατρο σαν τέχνη μεταδίδεται πιο άμεσα στο κοινό μέσω των μπουλουκιών. Παραπάνω τα μπουλούκια παρομοιάστηκαν με γέφυρα μεταξύ εποχών, σε αυτή τη ανάλυση χαρακτηρίζονται ως μέσο για αυτή την αλλαγή. Λέγεται πως μια πραγματικότητα, ακόμα και θεωρητικά, δεν μπορεί να αλλάξει χωρίς τη παρουσία της δημιουργικότητας και της φαντασίας με την έννοια ότι η αφήγηση και το θέατρο ήταν πάντοτε παρόντα σε τέτοιες αλλαγές ώστε, όπως λέει ο E. Bond, *“να τοποθετήσουν τη καθημερινότητα σε ένα ευρύτερο πλαίσιο, ώστε οι άνθρωποι να μπορούν να βρίσκουν κάποιο νόημα σε όλα αυτά”*. Τα θεατρικά μπουλούκια όταν δρούσαν στην καλύτερή τους εκδοχή είχαν μεγάλη πολιτισμική επιρροή στις κοινωνίες που επισκέπτονταν και μπορούσαν να συνδεθούν με τις τοπικές κοινωνίες και πολιτισμούς με άμεσο και ουσιαστικό τρόπο. Για τα χωριά και την επαρχία που είχε περιορισμένη πρόσβαση σε πολιτιστικές εκδηλώσεις και σε θεατρικές παραστάσεις, τα θεατρικά μπουλούκια είχαν μεγάλη πολιτισμική επιρροή και αποτέλεσαν το μέσο για να κλονιστούν ή να ξεπεραστούν η άγνοια και οι προκαταλήψεις που ήρθαν αντιμέτωποι οι ηθοποιοί.

Οι ίδιοι οι ηθοποιοί μέσω της συμμετοχής τους στα θεατρικά μπουλούκια, είχαν την ευκαιρία να διαμορφώσουν την ατομική και τη θεατρική τους προσωπικότητα. Το αίσθημα της συμμετοχής σε μια ομάδα, όπως και οι κοινές εμπειρίες οδηγούν στην αποτελεσματική λειτουργία μιας ομάδας σύμφωνα με το Γκίντιγκς. Με βάση τη λειτουργία των μπουλουκιών οι ηθοποιοί ανέπτυσαν ένα αίσθημα αλληλεγγύης μεταξύ της ομάδας, όμως λόγω του επαγγέλματος ως καλλιτέχνες διατηρούσαν την ατομικότητα και την προσωπική φυσιογνωμία του κάθε μέλους της ομάδας. Αυτό οδήγησε, σύμφωνα με τη συγγραφέα, σε μία ιδιαίτερη αλληλεπίδραση μεταξύ των θεατρικών μπουλουκιών και των κλειστών κοινωνιών, εφόσον στις

---

<sup>14</sup> Κεφαλά, ο.π., σελ 82

<sup>15</sup> Κεφαλά, ο.π., σελ 113

κλειστές κοινωνίες επικρατούσε η αλληλεγγύη της ομοιομορφίας, όπως την αναφέρει, ενώ στα θεατρικά μπουλούκια διατηρούνταν η ατομικότητα παρόλο των στενών σχέσεων των μελών. Μάλιστα έχουμε την επανάληψη του χαρακτηρισμού της επιρροής ως γέφυρα μεταξύ της παραδοσιακής κοινωνίας και μιας πιο σύγχρονης ως αποτέλεσμα αυτής της αλληλεπίδρασης.<sup>16</sup>

Κλείνοντας, υπάρχει μια μαρτυρία η οποία διαφέρει από τις περισσότερες ως προς την επιρροή των θεατρικών μπουλουκιών. Δεν προσφέρει αντικρουόμενες πληροφορίες για τα μπουλούκια, όμως η άποψη του είναι εκ διαμέτρου αντίθετη σε σχέση με την επιρροή τους. Αυτή είναι η μαρτυρία του ηθοποιού Στέφανου Στρατηγού, ο οποίος είναι ιδιαίτερα κριτικός απέναντι στο θεσμό των μπουλουκιών. Υποστηρίζει ότι τα θεατρικά μπουλούκια ούτε έδωσαν ούτε έλαβαν κάτι μεγάλης αξίας. Ως αίτιο αναφέρει ότι ο θεσμός δρούσε με μια περίοδο μεγάλης φτώχειας με δύσκολες συνθήκες με αποτέλεσμα να ανεβαίνουν έργα μειωμένης ποιότητας. Θεωρήθηκε από τη συγγραφέα ότι είναι σωστό να συμπεριληφθεί μια αντίθετη άποψη για να υπάρχει μια ολοκληρωμένη εικόνα σε σχέση με τα θεατρικά μπουλούκια και την επιρροή τους.<sup>17</sup>

### **Σύγχρονη μορφή.**

Κατά την έρευνα για την ιστορία των θεατρικών μπουλουκιών, βρέθηκε μια σύγχρονη χρήση του όρου. Φυσικά δεν αποτελεί μορφή ενός θεατρικού μπουλουκιού εφόσον δεν υπάγεται στο πλαίσιο και στις συνθήκες που αναλύθηκαν παραπάνω και που δίνουν ένα ξεκάθαρο τέλος του θεσμού. Η ομάδα απλώς δανείζεται τον όρο και παρουσιάζεται ως μέτα-μπουλούκι. Το όνομα είναι τόσο συνδυασμός του θεσμού που το διοργανώνει, το ονομαζόμενο μέτα (Κέντρο Μετά Καπιταλιστικού Πολιτισμού), όσο και μια πιθανή προσπάθεια σύνδεσης και συνέχισης του θεσμού. Στην πραγματικότητα είναι μια περιοδευόμενη ομάδα κατά την Ελλάδα, που συνδυάζει τη μουσική, το θέατρο και τη stand up κωμωδία που συστάθηκε μετά την πανδημία, με πρώτη περιοδεία το καλοκαίρι του 2021 και άλλη μία ακόμα το καλοκαίρι της επόμενης χρονιάς, το 2022.<sup>18</sup>

### **iii. Το θέατρο ως μη χώρος, Κινητικότητα του θεάτρου**

Ο Honzl J, ο οποίος είναι Τσέχος θεωρητικός του θεάτρου και του κινηματογράφου, στο άρθρο του “*Η κινητικότητα του θεατρικού σημείου*” αναφέρει ότι η θεατρική παράσταση είναι ένα σύνολο από σημεία και ότι η “*σκηνή αναπαριστά το χώρο δράσης*”. Στο άρθρο ο Honzl παραθέτει και σχολιάζει τις απόψεις του Otakar Zich, σε σχέση με το χώρο της σκηνής, και θα αναφερθεί παρακάτω, καθώς αποτέλεσε έναυσμα για τη δημιουργία της ταυτότητας.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Κεφαλά, ο.π., σελ 169

<sup>17</sup> Κεφαλά, ο.π., σελ 227

<sup>18</sup> Κέντρο Μετά Καπιταλιστικού Πολιτισμού. 2021. *Το μέτα βγάξει... μπουλούκι!* [Online] Διαθέσιμο στη: <https://metacpc.org/activities/%cf%84%ce%bf-m%ce%adta-%ce%b2%ce%b3%ce%ac%ce%b6%ce%b5%ce%b9-%ce%bc%cf%80%ce%bf%cf%85%ce%bb%ce%bf%cf%8d%ce%ba%ce%b9/> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

<sup>19</sup> Honzl J, 2010. Η κινητικότητα του θεατρικού σημείου. *Σκηνή, Το περιοδικό του τμήματος του Θεάτρου του ΑΠΘ*. Τεύχος 1. σελ. 7-26 DOI: <https://doi.org/10.26262/skene.v0i1.233>



Με λίγα λόγια ο Ζιχ υποστηρίζει ότι έχει μικρή σημασία αν η σκηνή είναι ή όχι ένα κτήριο, αλλά το σημαντικό είναι η σκηνή να μπορεί να αναπαριστά το χώρο που χρειάζεται μια παράσταση. Δηλαδή ότι η φυσική υπόσταση του χώρου είναι μικρής σημασίας αρκεί η σκηνή σαν έννοια να μπορεί να επικοινωνήσει το σημαινόμενο του χώρου που είναι αναγκαίο για τη παράσταση στο θεατή. Με αυτό το τρόπο σκέψης η σκηνή απελευθερώνεται από την αρχιτεκτονική του χώρου. Γίνεται ακόμα αναφορά στο ραδιοφωνικό θέατρο με την έννοια ότι σε αυτή τη μορφή, η φωνή και ο ήχος αναγκάζονται να αναπαραστήσουν όλα τα θεατρικά στοιχεία, όχι μόνο τα λόγια των ηθοποιών αλλά και να δώσουν την αίσθηση του χώρου μέσω του ήχου.

Βέβαια, ο Honzl στο κλείσιμο του άρθρου είναι αντίθετος με την πλήρη ανεξαρτησία της σκηνικής εικόνας, εφόσον αυτό το σκεπτικό μπορεί να οδηγήσει σε απόψεις ότι ο δραματικός χώρος δεν είναι ουσιαστικό στοιχείο της θεατρικής τέχνης. Όμως, ο πειραματισμός με την έννοια του χώρου και μέχρι πιο σημείο μπορεί ακόμα να έχει την ίδια λειτουργία ως μια στατική σκηνή σε ένα θεατρικό κτήριο είναι συχνό φαινόμενο στην προσπάθεια εξερεύνησης σύγχρονων μορφών μια τέχνης.

Η Παπαγεωργίου, Κ., στη διδακτορική της διατριβή, μελετά τα είδη των σκηνογραφικών μηχανών των παραστατικών τεχνών του 20ου αιώνα. Ένα μέρος της έρευνάς της, αφορά τους αυτοσχέδιους θεατρικούς χώρους και αναφέρει ότι η μετατροπή χώρων με μη θεατρική ταυτότητα σε θεατρικούς εμφανίζεται σαν τάση που κυριαρχεί μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο στην Ευρώπη, την Αμερική αλλά και την Ελλάδα. Σχολιάζει πως *“είναι μάλιστα τόσο μεγάλη η ποικιλία θεατρικών μορφών στον 20ο αιώνα που καταργείται η κυριαρχία μίας και μοναδικής αναμφισβήτητης και αντιπροσωπευτικής θεατρικής διαμόρφωσης, κάτι που είχε καθιερωθεί σε προηγούμενους αιώνες με τα αρχαία αμφιθέατρα, το μεσαιωνικό και ελισαβετιανό θέατρο, και την ιταλική αίθουσα.”* Συμπεραίνουμε, λοιπόν, πως οι πειραματισμοί σε σχέση με το φυσικό χώρο που παρουσιάζονται οι παραστατικές τέχνες δεν έμειναν απλώς σε θεωρητικό επίπεδο αλλά δοκιμάστηκαν και στην πράξη.<sup>20</sup>

Βάση για την εταιρική ταυτότητα, υπήρξε η δημιουργία ενός πειραματικού εργαστηρίου παραστατικών τεχνών. Συνεπώς, η συνεχής μετακίνηση ενός τέτοιου εργαστηρίου οφείλει να διερευνήσει το είδος και τα όρια του χώρου που μπορεί να δράσει λόγω της απουσίας ενός στατικού κέντρου.

#### iv. Theory of Harmony

Επίσης, κατά την έρευνα για τη σύνδεση των παραστατικών τεχνών καθώς και για το τρόπο αποτύπωσής τους, μελετήθηκε η Θεωρία της Αρμονίας της Gertrud Grunow. Η θεωρία της συσχετίζει το χρώμα με τον ήχο και τις κινήσεις. Ο Walter Gropius αναφέρει τα εξής όταν περιγράφει το μάθημά της στη σχολή του Bauhaus που αναπτύχθηκε η θεωρία: *“Καθ’ όλη τη διάρκεια της εκπαίδευσης, δίνεται μια πρακτική θεωρία εναρμόνισης με βάση την ενότητα του τόνου, του χρώματος και της μορφής, με στόχο την εξισορρόπηση των σωματικών και ψυχολογικών χαρακτηριστικών του ατόμου.”*<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Παπαγεωργίου, Κ., 2011. *Ανθρώπινη και σκηνογραφική μηχανή στις παραστατικές τέχνες του 20ου αιώνα*. Διδακτορική Διατριβή. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ). DOI: [10.12681/eadd/31622](https://doi.org/10.12681/eadd/31622)

<sup>21</sup> Burchert, L., NA. Gertrud Grunow's Theory of Harmonization. A Connection between European Reform Pedagogy and Asian Meditation?. *bauhaus imaginista*. [Online] Διαθέσιμο στη: <https://www.bauhaus-imaginista.org/articles/3895/gertrud-grunow-s-theory-of-harmonization> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

Λόγω του παρελθόντος της στην εκπαίδευση στη μουσική, στο μάθημά της χρησιμοποιούσε το συνδυασμό μουσικής με κινησιολογία και αργότερα μετέτρεψε το σύστημά της, σε ένα σύστημα χρώματος. Η Gropow πιστεύει ότι η δυνατότητα ενός ανθρώπου να εκφράσει τον εαυτό του βασίζεται στους “νόμους” που είναι βαθιά ριζωμένοι στην προσωπική του αίσθηση του χρώματος, του ήχου και της μορφής. Τα μαθήματά της άνοιξαν τη συζήτηση γύρω από τη *συναίσθησία* στη σχολή και αρκετοί πιστεύουν ότι η θεωρία της σχετίζεται με το φαινόμενο. Αναφέρεται ότι η Gropow σε όλες τις ασκήσεις που έθετε στους μαθητές της έψαχνε το ίδιο φαινόμενο, που μπορεί να γίνει κατανοητό μέσα από τον ήχο, το χρώμα και τη μορφή. Ο Winger H. M. στο βιβλίο του για το Μπάουχαους στη Βαϊμάρ χαρακτηρίζει το εργαστήριο της Gropow ως την τομή μεταξύ της εξερεύνησης της σχολής για αφαιρετισμό και της επιδίωξής τους για μια νέα κινητική τέχνη.<sup>22,23</sup>

Η θεωρία της δημιουργεί μια σχέση μεταξύ ήχου, χρώματος και κίνησης και αποτελεί έναυσμα να διερευνηθεί η σχέση μεταξύ εννοιών που σχετίζονται με τον ήχο, την κίνηση κτλ., δηλαδή των παραστατικών τεχνών, και του τρόπου που μπορούν να αποτυπωθούν και επικοινωνηθούν όχι με καθαρά οπτικά μέσα αλλά χρησιμοποιώντας το χρώμα, το σχήμα-μορφή και την τυπογραφία.

#### ν. Ομάδες παραστατικών τεχνών

Για να μπορέσει να στηθεί σωστά η ταυτότητα του δεύτερου μέρους, είναι αναγκαίο να υπάρξει έρευνα σε αντίστοιχες ομάδες που ασχολούνται με τις παραστατικές τέχνες και να μελετηθεί η φιλοσοφία πίσω από τη σύσταση μιας τέτοιας ομάδας.

#### **Θεατρική ομάδα “Εδάφους”**

Το 1986, ο Δημήτρης Παπαϊωάννου ίδρυσε την Ομάδα Εδάφους ως αρχικό όχημα για τις πρώτες σκηνικές του παραγωγές: υβρίδια σωματικού θεάτρου, πειραματικού χορού και περφόρμανς, όπως αναφέρει το Ίδρυμα Πολιτισμού Ωνάσης.<sup>24</sup>

Σαν ομάδα αμφισβήτησε τις αντιλήψεις και είχε μεγάλο στίγμα στην ελληνική καλλιτεχνική σκηνή. Ένα από τα σπουδαιότερα έργα της ομάδας αποτέλεσε η «Μήδεια» που έδωσε στον Παπαϊωάννου Α΄ Κρατικό Βραβείο Χορογραφίας το 1993, και όπως αναφέρθηκε ήταν ένα υβριδικό θέαμα μεταξύ χορού, θεάτρου και εικαστικού δρώμενου. Η δράση της Ομάδας Εδάφους διήρκεσε 17 χρόνια, από το 1986 μέχρι το 2002. Όταν ζητήθηκε να μιλήσει για την επιτυχία και το είδος των παραστάσεων σε αργότερη συνέντευξη, ο Παπαϊωάννου αναφέρει πως η ομάδα είχε καταφέρει να έχουν τα έργα “*κλασική αρμονία σε ένα σύγχρονο κοίταγμα*”.<sup>25</sup>

<sup>22</sup> Winger, H. M., 1978. *Bauhaus: Weimar, Dessau, Berlin, Chicago*. The MIT Press.

<sup>23</sup> Frahm, L. A., 2022. *Design in Motion: Film Experiments at the Bauhaus*. The MIT Press. σσ.120-121

<sup>24</sup> Onassis, NA. Δημήτρης Παπαϊωάννου [Online] Διαθέσιμο στη: <https://www.onassis.org/el/people/dimitris-papaiouannou> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

<sup>25</sup> Βουνελάκη, Κ. 2008. Τα ταξίδια της Ομάδας Εδάφους, *Το Βήμα*. [Online] Διαθέσιμο στη: <https://www.tovima.gr/2008/11/24/archive/ta-taksidia-tis-omadas-edafous/> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

### **Μουσική ομάδα “Λαβύρινθος”**

Το μουσικό εργαστήριο «Λαβύρινθος» ξεκίνησε το 1982 από τον Ross Daly, ως μια δημιουργική παρέα φίλων με στόχευση την εξερεύνηση διαφορετικών τροπικών μουσικών παραδόσεων ανά τον κόσμο αλλά και τη δυνατότητα της δημιουργικής αλληλεπίδρασης μεταξύ τους. Τα σεμινάρια της ομάδας ξεκινούν στην Αθήνα το 1997 και διαμορφώνονται σταδιακά έως σήμερα.<sup>26</sup>

Ο ίδιος, σε πρόσφατη συνέντευξή του, αναφέρει ότι ήταν *“μια παρέα νέων που ψάχναμε καινούργιους ήχους μέσα από παραδόσεις που προέρχονταν από τον ευρύτερο χώρο τροπικών μουσικών ιδιωμάτων.”* Εδώ μπορεί να γίνει η παρατήρηση ότι βασικό δομικό στοιχείων τέτοιων ομάδων είναι το δάνειο στοιχείων του παρελθόντος και η μίξη τους με μια σύγχρονη αναζήτηση.<sup>27</sup>

### **Ομάδα “Εν Δυνάμει”**

Η ομάδα “Εν Δυνάμει” είναι μια κολεκτίβα καλλιτεχνών με και χωρίς αναπηρία. Η δράση τους μπορεί να χαρακτηριστεί ως εξής:

Η έρευνα νέων μεθόδων επικοινωνίας είναι, όπως αναφέρουν, το κύριο εργαλείο της δράσης τους. Ενώ παράλληλα παράγουν ολοκληρωμένες καλλιτεχνικές προτάσεις στον χώρο των εικαστικών, του θεάτρου, της μουσικής και των οπτικών τεχνών σύμφωνα με τα λεγόμενά τους.

Η φιλοσοφία τους βασίζεται στο γεγονός ότι μέσα από τις δράσεις τους προτείνουν ένα νέο μοντέλο τέχνης και ζωής, όπου το "ανοίκιο", το "περίεργο", το "διαφορετικό" και το "ξένο" ενσωματώνονται στο σύνολο, ενδυναμώνοντάς το. Για την επιδίωξη της φιλοσοφίας τους αναφέρουν ότι πεποίθησή τους είναι η αρχή των ίσων ευκαιριών και της ίσης μεταχείρισης. Αναπτύσσουν, λοιπόν, τις δράσεις τους όχι με βάση τη διαφορετικότητα, αλλά λαμβάνοντας υπόψη τις εσωτερικές και εξωτερικές ανάγκες καθώς και τις προδιαθέσεις, κλίσεις και τα ενδιαφέροντα όλων ανεξαιρέτα των μελών της ομάδας. Ο τρόπος που λειτουργούν στηρίζεται στην ισότιμη μεταχείριση μεταξύ των μελών της ομάδας, επιχειρώντας να εμπνεύσουν κι άλλους ανθρώπους να σταματήσουν να αντιλαμβάνονται το κοινωνικό σύμπλεγμα με στερεοτυπικό τρόπο και συμβατικές φόρμες.

Στόχος τους είναι μέσα από την καθημερινή σχεδόν συνύπαρξη των μελών της ομάδας «Εν Δυνάμει» και τη θέσπιση κοινά αποδεκτών κανόνων συμβίωσης να επιτυγχάνεται η βελτίωση των διαπροσωπικών σχέσεων των μελών της ομάδας καθώς και η καλλιέργεια και ανάπτυξη ατομικών δεξιοτήτων όλων των μελών που συμβάλλουν στην επιτυχή ένταξη στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον.<sup>28,29</sup>

<sup>26</sup> Λαβύρινθος. [www.labyrinthmusic.gr](http://www.labyrinthmusic.gr) [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

<sup>27</sup> Χαραλάμπους, Β. 2023. Ross Daly: "Πάντα αντιλαμβανόμουν τη μουσική ως κάτι που μαθαίνουμε μαζί με άλλους ανθρώπους", *Αθηνόραμα*. [Online] Διαθέσιμο στη: <https://www.athinorama.gr/music/3012828/ross-daly-panta-antilambanomoun-ti-mousiki-os-kati-pou-mathainoume-mazi-me-allous-anthropous/> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

<sup>28</sup> Καντούρης, Κ., 2021. Οι «Εν Δυνάμει» Είναι Μία Ομάδα Καλλιτεχνών (Με και Χωρίς Αναπηρία) που Ισοπεδώνουν τα Όρια. *Vice*. [Online] Διαθέσιμο στη: <https://www.vice.com/el/article/3abnww/oi-en-dynamei-einai-mia-omada-kallitexnwn-me-kai-xwris-anaphria-pou-isopedwnougn-ta-oria> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

<sup>29</sup> Ομάδα Εν Δυναμει. [www.endynamei.com/](http://www.endynamei.com/) [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

b. Εταιρική ταυτότητα

i. Θεωρία για το στήσιμο μιας ταυτότητας

Οποιαδήποτε εταιρική ταυτότητα βασίζεται στην εταιρική φιλοσοφία. Είναι αδύνατον να στηθεί μια ταυτότητα χωρίς την ύπαρξη φιλοσοφίας. Γενικά ένα brand μπορεί να περιγραφεί ως ένα "σύμπλεγμα αξιών". Οι αναφερόμενες αξίες μπορούν να χωριστούν σε τρία μέρη. Οι πρώτες είναι οι αξίες που συνοψίζουν το brand. Χρησιμοποιούνται κυρίως για να καθοδηγήσουν τη διαφήμιση και την επικοινωνία του brand και θεωρείται ότι περιλαμβάνουν τον πυρήνα της ταυτότητας και όλες τις βασικές αρχές της φιλοσοφίας της εταιρείας. Αφορούν δηλαδή, την εικόνα της εταιρείας. Έπειτα αναφέρονται οι αξίες που σχετίζονται με την οργάνωση και όπως είναι κατανοητό αναφέρονται στον τρόπο και τις αρχές με τις οποίες οργανώνεται μια εταιρική φιλοσοφία, έχουν δηλαδή να κάνουν με τη λειτουργία της εταιρείας. Τέλος αναφέρονται οι αξίες οι οποίες κατανοούν οι καταναλωτές. Δηλαδή με το ποια πραγματικά εικόνα λαμβάνει ο εξωτερικός κόσμος από το brand και τι γνώμη σχηματίζει σύμφωνα με τις αξίες που επικοινωνεί και τον τρόπο λειτουργίας.<sup>30</sup>

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η εταιρική φιλοσοφία είναι ο πυρήνας κάθε εταιρικής ταυτότητας. Πάνω στη φιλοσοφία βασίζονται ορισμένα άλλα στοιχεία που τελικά στο σύνολό τους δημιουργούν την εταιρική ταυτότητα. Αυτά τα στοιχεία είναι η εταιρική συμπεριφορά, η παραστατική οπτική εικόνα της εταιρείας και η κάθε μορφή επικοινωνίας.

**Εταιρική φιλοσοφία**

Η εταιρική φιλοσοφία σαν όρος χρησιμοποιείται για να εκφράσει τις βασικές αρχές, αξίες και τα πρότυπα που καθοδηγούν την κάθε επιχείρηση ή οργανισμό. Χαρακτηρίζει τον τρόπο σκέψης και δράσης μέσα στην επιχείρηση και θεωρείται ότι είναι η *"εθιμική και ηθική υποδομή"*.

Σύμφωνα με τον Μήλιο Α. θεωρείται ότι η φιλοσοφία συντίθεται από ορισμένους παράγοντες. Αυτοί οι παράγοντες έχουν να κάνουν με τον τρόπο με τον οποίο η εταιρεία αλληλεπιδρά με τους επαγγελματικούς συνεργάτες αλλά και με την κοινωνία και το περιβάλλον και τα πρότυπα των οικονομικών δραστηριοτήτων. Πέρα από τις εξωτερικές σχέσεις όμως συντίθεται και από εσωτερικούς παράγοντες που έχουν να κάνουν με την ιστορία της, τον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας καθώς και τις αξίες, τις αντιλήψεις και τον τρόπο που αντιμετωπίζει εσωτερικά ή εξωτερικά θέματα όπως ο ανταγωνισμός. Ο Olins W. χαρακτηρίζει την εταιρική φιλοσοφία ως *"τη ψυχή και το πνεύμα της επιχείρησης που εκδηλώνεται με οποιοδήποτε τρόπο"*. Και φυσικά σε αυτό περιλαμβάνεται οποιοσδήποτε υλικός ή άυλος τρόπος με τον οποίο εκφράζεται μια επιχείρηση.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Urde, M. (2009), "Uncovering the corporate brand's core values", *Management Decision*, Vol. 47 No. 4, pp. 616-638. <https://doi.org/10.1108/00251740910959459>

<sup>31</sup> Μήλιος, Α. Χ., 2020. Εταιρική ταυτότητα και εικόνα. Από τον σχεδιασμό στην επιτυχία. Αθήνα: Εκδόσεις Κρητική.

### **Εταιρική συμπεριφορά**

Στην εταιρική συμπεριφορά εμφανίζεται η προσωπικότητα της επιχείρησης. Διαμορφώνεται τόσο από τις πράξεις όσο και τις πολιτικές και πρακτικές της σε κάθε τομέα που δραστηριοποιείται καθώς και από τις σχέσεις και τη συμπεριφορά μεταξύ των ατόμων της επιχείρησης. Μέσα από τη συμπεριφορά εμφανίζονται οι στόχοι και οι σκοποί της εταιρείας ή του οργανισμού και δείχνουν ένα μέρος της ταυτότητας.<sup>32</sup>

### **Οπτική Εικόνα**

Η παραστατική οπτική εικόνα χαρακτηρίζεται από τη συνολική εικόνα της επιχείρησης και είναι η αποτύπωση των εταιρικών αρχών και αξιών που αναφέραμε παραπάνω με έναν οπτικό τρόπο. Δηλαδή αποτελεί την οπτικοποίηση της φιλοσοφίας και μέσω αυτής μπορεί μια επιχείρηση να διαφοροποιηθεί από τον ανταγωνισμό.

Έχει κύριο ρόλο στη δημιουργία μιας εταιρικής ταυτότητας εφόσον ο τρόπος οπτικοποίησης μπορεί να διαμορφώσει την εξωτερική γνώμη σε σχέση με την εταιρία. Η τελική οπτική εικόνα επηρεάζεται από τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό είτε στον εσωτερικό είτε στον εξωτερικό χώρο της επιχείρησης, το γραφικό σχεδιασμό ολόκληρης της ταυτότητας, που περιλαμβάνει το λογότυπο, την τυπογραφία, κάθε έντυπο και προώθηση της επιχείρησης και το σχεδιασμό των προϊόντων από το υλικό, το χρώμα μέχρι και τη συσκευασία.<sup>33</sup>

### **Εταιρική επικοινωνία**

Η εταιρική επικοινωνία θεωρείται ο τρόπος με τον οποίο μπορεί η εταιρική ταυτότητα να επικοινωνηθεί ως εταιρική εικόνα. Μεταδίδει, δηλαδή, την κεντρική ιδέα της εταιρικής ταυτότητας προς το κοινό. Η εταιρική επικοινωνία γίνεται με σκοπό τη μετάδοση προς δύο ειδών αποδέκτες, εσωτερικά στα μέλη της εταιρείας και εξωτερικά προς το ευρύτερο κοινό.

Μια επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει διάφορα μέσα για την επιτυχία αυτού του σκοπού. Σε αυτά περιλαμβάνονται η προσφορά σεμιναρίων ή κοινωνικών παροχών προς του υπαλλήλους, η οργάνωση εκδηλώσεων, εορτών κτλ, καθώς και η απονομή βραβείων λόγω των αποδόσεων των υπαλλήλων. Η επικοινωνία προς τα έξω περιλαμβάνει όλες τις πρακτικές διαφήμισης, μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων της επιχείρησης αλλά και τη συμπεριφορά της εταιρείας προς τους υπαλλήλους, τους συνεργάτες, και ως προς την κοινωνία, προβάλλοντας την εταιρική κοινωνική της ευθύνη.<sup>34</sup>

### **Εταιρική εικόνα**

Παραπάνω αναφέρθηκε ο όρος της εταιρικής εικόνας και θα ήταν χρήσιμο να αναλυθεί η σημασία του για να υπάρχει μια πλήρης γενική εικόνα του θέματος. Στην αρχή υπήρξε μεγάλη σύγχυση μεταξύ των όρων εταιρική ταυτότητα και εταιρική εικόνα για το ποια είναι η ειδοποιός διαφορά τους.

---

<sup>32</sup> Μήλιος ο.π., σελ 34

<sup>33</sup> Μήλιος ο.π., σελ 35

<sup>34</sup> Μήλιος ο.π., σελ 36

Η θεωρητική διάκριση στην οποία κατέληξαν είναι ότι η εταιρική ταυτότητα περιέχει την ουσία, τη φιλοσοφία και την προσωπικότητα της επιχείρησης ενώ η εταιρική εικόνα είναι η διανοητική εικόνα που έχει το κοινό για την επιχείρηση. Με λίγα λόγια η εταιρική εικόνα είναι το πως λαμβάνει την εταιρική ταυτότητα το κοινό. Η δημιουργία και διατήρηση μιας επιτυχημένης εικόνας είναι μια διαρκής διαδικασία που δύσκολα δημιουργείται αλλά που μπορεί, πολύ εύκολα, να μεταβληθεί και να απαξιωθεί.<sup>35</sup>

### Πρώθηση

Εφόσον αναλύθηκε πώς στήνεται και τι περιλαμβάνει μια εταιρική ταυτότητα, είναι χρήσιμο να αναλυθεί ο τρόπος με τον οποίο προωθείται μετά τη δημιουργία της. Γενικά μια εταιρική ταυτότητα δημιουργείται και προωθείται μέσω ειδικών προγραμμάτων που λειτουργούν από επικοινωνιολόγους. Είναι μια χρονοβόρα διαδικασία που ανάλογα με το μέγεθος της εταιρείας μπορεί να διαρκέσει μέχρι και χρόνια.

Είναι καίριο ότι οι ειδικοί που θα ασχοληθούν με τη πρώθηση οφείλουν να έχουν κατανοήσει πλήρως την επιχειρηματική φιλοσοφία και να είναι ξεκάθαροι με τις επιθυμίες και τις προσδοκίες της εταιρείας σε σχέση με τη ταυτότητα και γι' αυτό περνάει πρώτα ένα μεγάλο διάστημα συλλογής δεδομένων.

Φυσικά όταν γίνεται αναφορά στην πρώθηση μιας ταυτότητας, συνδέεται με τη διαφήμισή της. Γενικά η διαφήμιση αποτελεί την κυριότερη επικοινωνιακή μέθοδο που χρησιμοποιούν οι σύγχρονες επιχειρήσεις, και που έχει ως σκοπό, μέσω διαφόρων μέσων και μορφών, να επηρεάσει τον δυνητικό καταναλωτή του προϊόντος ή υπηρεσίας που προσφέρει η κάθε επιχείρηση.<sup>36</sup>

### ii. Branding στις παραστατικές τέχνες

Ο χώρος των παραστατικών τεχνών και γενικότερα των τεχνών δεν αποτελεί το ξεκάθαρο παράδειγμα branding, όπως όταν αναλύεται το branding ενός προϊόντος ή μια συγκεκριμένης υπηρεσίας. Ο Wolff Olins, που ήταν υπεύθυνος για το rebranding των Tate Galleries στη Μεγάλη Βρετανία στις αρχές του 2000, σχολιάζει πως η προσοχή μεταβλήθηκε ώστε το Tate να μην λειτουργεί τόσο με τη βάση ενός ιδρύματος (foundation-led) αλλά ως μια επωνυμία (brand-led). Με τη νέα ταυτότητα να δηλώνει ότι *“το Tate προσφέρει μια ανοιχτή, προοδευτική εμπειρία, που έχει να κάνει τόσο με τη ψυχαγωγία και την εμπειρία όσο με την κουλτούρα και την τέχνη”*.<sup>37</sup>

Αντίστοιχα τα κέντρα παραστατικών τεχνών υπονοούνται ότι υπάγονται στις λεγόμενες "δύσκολες μάρκες", οι οποίες χαρακτηρίζονται από την περιορισμένη διαθεσιμότητα (διαθέσιμη μόνο σε συγκεκριμένες ώρες και σε συγκεκριμένα μέρη) και την υψηλή αβεβαιότητα (βιωματικά προϊόντα που πρέπει να καταναλωθούν για να αξιολογηθούν, υψηλός αντιληπτός κίνδυνος). Αναφέρεται ότι οι οργανισμοί παραστατικών τεχνών αναγκάζονται να διατηρούν συνδέσεις μεταξύ του καταναλωτή και της

<sup>35</sup> Μήλιος ο.π., σελ 38

<sup>36</sup> Μήλιος ο.π., σελ 69

<sup>37</sup> King, E. 2006. *C/ID: Visual Identity and Branding for the Arts*. Λονδίνο: Laurence King

μάρκας όταν το προϊόν δεν είναι διαθέσιμο και χρειάζεται μέσω του μάρκετινγκ να πείσουν το κοινό για την ποιότητα της προσφοράς, ώστε να μειώσουν τον αντιληπτό κίνδυνο για να μπορέσουν να εδραιώσουν μια επιτυχημένη ταυτότητα.<sup>38</sup>

Το σύγχρονο branding ξεπερνά την έννοια της εταιρικής οπτικής ταυτότητας και συμπεριλαμβάνει μια ολοκληρωμένη ταυτότητα για τη διαφοροποίηση των οργανισμών μεταξύ τους. Πλέον όλοι οι οργανισμοί, μεγάλοι ή μικροί, δύσκολοι ή μη, έχουν μια εταιρική ταυτότητα. Οι γκαλερί, τα μουσεία, τα κέντρα τέχνης και τα θέατρα, επειδή έχουν σταθερό μέρος, πολλές φορές οι ταυτότητές τους συνδέονται με την αρχιτεκτονική του χώρου. Άλλες ταυτότητες παρουσιάζουν καλλιτεχνικούς οργανισμούς, χρησιμοποιούν το θέμα του οργανισμού ή ακόμα ξεχωρίζουν χρησιμοποιώντας νέες οπτικές και σχεδιαστικές γλώσσες για την ταυτότητά τους.<sup>39</sup>

Ως μία πιθανή λύση για την προώθηση και τη δημιουργία σχέσης μεταξύ οργανισμού και κοινού, παρόλο των ιδιαιτεροτήτων των παραστατικών τεχνών, προτείνονται τα νέα ψηφιακά μέσα. Υπάρχουν δύο τρόποι δράσης: να δημιουργήσουν μια επίμονη παρουσία στο μυαλό του καταναλωτή μεταξύ δύο παραστάσεων με τη χρήση διάφορων μέσων όπως φυλλάδια, αφίσες, διαδίκτυο, κοινωνικά δίκτυα κ.α, και να ενισχύσει ο οργανισμός την αίσθηση της κοινότητας γύρω από το εμπορικό σήμα. Αυτό θα μπορούσε να επιτευχθεί με την ανάπτυξη εκδηλώσεων πριν και μετά από μια παράσταση, στην οργάνωση συναντήσεων και στην τόνωση των συζητήσεων μεταξύ των μελών της κοινότητας, και ξανά με τη χρήση των κοινωνικών δικτύων.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Passebois, J. D., Martinez, C., and Euzéby, F., *Branding the performing arts in the digital age: Lessons from the Opéra de Paris*. 15th International Conference on Arts and Cultural Management, Ca'Foscari University of Venice, Jun 2019, Venice, Italy <https://hal.science/hal-03174402>

<sup>39</sup> King, ο.π.

<sup>40</sup> Passebois, Martinez, και Euzéby, ο.π.

### γ. Μελέτη ταυτοτήτων παραστατικών τεχνών



Εικόνα 1.1 Εταιρική ταυτότητα για το κέντρο χορού και παραστατικών τεχνών “Sikinnis”.

Το Sikinnis είναι ένα κέντρο χορού και παραστατικών τεχνών με τοποθεσία στο Ηράκλειο που ιδρύθηκε από τον Κωνσταντίνο Τσακιρέλη και βασίζεται στον πειραματισμό και στην έρευνα για να προωθήσει την καλλιτεχνική έκφραση των μελών. Η ταυτότητά του σχεδιάστηκε από το Lazy Snail Design.

Το όνομα του κέντρου έχει τις ρίζες του στο γρήγορο χορό των Σατύρων στα έργα που παρουσιάζονταν στα Διονυσιακά μυστήρια. Οι σχεδιαστές της ταυτότητας αναφέρουν ότι στόχος τους για την επικοινωνία ήταν η αποτύπωση της κίνησης παράλληλα με μια ισχυρή δομή. Η έννοια της κίνησης είναι ξεκάθαρα συνδεδεμένη με το κέντρο εφόσον ασχολείται με το χορό και τις παραστατικές τέχνες. Η ισχυρή δομή, αναφέρεται στην θέληση του ιδρυτή να δημιουργήσει ένα χώρο που μπορεί να προσφέρει άσυλο σε κάθε μορφή έκφρασης των παραστατικών τεχνών.<sup>41</sup>

Για να μπορέσουν να συνδυάσουν αυτές τις αντίθετες έννοιες οι σχεδιαστές χρησιμοποίησαν την έννοια των αρθρώσεων, αξιοποιώντας τις φόρμες των γραμμάτων για να αποδώσουν διαφορετικές κατευθύνσεις, με αποτέλεσμα το τελικό λογότυπο να έχει την εντύπωση μια μορφής που αποτυπώθηκε κατά την κίνηση. Για να πλαισιώσουν τις πιο σκληρές γραμμές του λογότυπου χρησιμοποίησαν οργανικές εικονογραφήσεις, με πιο ελεύθερες φόρμες οι οποίες έχουν σύνδεση με τους ρόλους του ιδρυτή στην καριέρα του μέχρι τώρα, δίνοντας στην τελική ταυτότητα μια έντονη αντίθεση.

<sup>41</sup> Sikinnis. Lazy Snail Design. [www.lazysnail.design/works/sikinnis](http://www.lazysnail.design/works/sikinnis) [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]



Επιλέχθηκε ως παράδειγμα αφενός λόγω του αρκετά κοινού θέματος με το πρακτικό μέρος της πτυχιακή αλλά και ως μελέτη μιας σύγχρονης ταυτότητας στον ελληνικό χώρο που προσπάθησε μέσω της τυπογραφίας και των γραμμών να αποδώσει μια πτυχή της κίνησης.

### Omaha Performing Arts



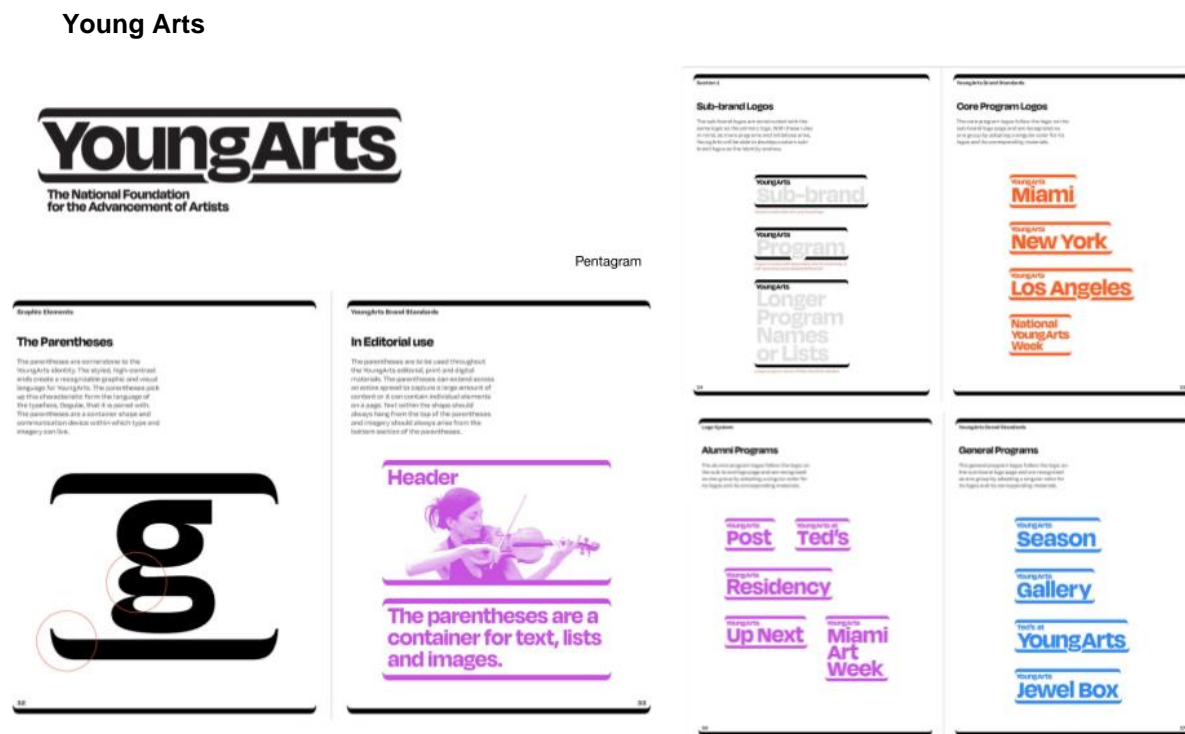
Εικόνα 1.2 Εταιρική ταυτότητα για το μη κερδοσκοπικό ίδρυμα “Omaha Performing Arts”.

Η ταυτότητα του Omaha Performing Arts σχεδιάστηκε από την Pentagram για το μεγαλύτερο καλλιτεχνικό οργανισμό που βρίσκεται στη Νεμπράσκα. Το μη κερδοσκοπικό ίδρυμα είναι αφιερωμένο στη δημιουργία μιας ζωντανής καλλιτεχνικής και ψυχαγωγικής εμπειρίας στην πόλη και την περιοχή και παρουσιάζει τους καλύτερους καλλιτέχνες που περιοδεύουν και τοπικές και εθνικές παραγωγές τζαζ, χορού, Μπρόντγουεϊ, μπλουζ, ομιλητών, παιδικού θεάτρου και άλλα.

Ως συντομογραφία το ίδρυμα αναφέρεται ως OPA και μετά τη δημιουργία της νέας ταυτότητας ως “O-ra” χρησιμοποιώντας το “O” ως συνδετικό κρίκο μεταξύ των υπο-οργανώσεων που υπάγονται σε αυτό. Η συντομογραφία είναι δανεισμένη από τα αρχικά του ιδρύματος, όμως, όπως αναφέρεται από τους σχεδιαστές, έχει ακόμα τη συσχέτιση με την ελληνική λέξη για τον εορτασμό, “Οπα” που ταιριάζει στο ίδρυμα. Δηλώνεται πως το ίδρυμα χρειαζόταν μία ευέλικτη ταυτότητα που θα του επέτρεπε να διευρυνθεί σε διαφορετικά καλλιτεχνικά πλαίσια και μια αίσθηση σύνδεσης μεταξύ του οργανισμού, του κοινού και γενικότερα της ευρύτερης περιοχής, όπως σχολιάζει το στούντιο.

Η ταυτότητα χρησιμοποιήθηκε για τη μελέτη πώς ένας κεντρικός οργανισμός μπορεί να διατηρήσει την επικοινωνία μιας κοινής ταυτότητας μεταξύ των υποτομημάτων του. Μπορεί βέβαια να σχολιαστεί ότι δεν είναι μια εταιρική ταυτότητα που τολμά να φέρει ένα σύγχρονο και πειραματικό πρόσωπο στο ίδρυμα με βάση τον σκοπό τους για επέκταση σε τέτοιες μορφές τέχνης και παραστάσεων. Βέβαια πρέπει να ειπωθεί ότι η συγκεκριμένη ταυτότητα ήταν η πρώτη προσπάθεια του κέντρου να

επικοινωνήσει μια κοινή ταυτότητα στον κόσμο, οπότε αυτός ο σχεδιασμός μπορεί να θεωρηθεί ως το πρώτο βήμα.<sup>42</sup>



Εικόνα 1.3. Εταιρική ταυτότητα για το μη κερδοσκοπικό ίδρυμα “YoungArts”.

Το YoungArts, πρώην National YoungArts Foundation, εντοπίζει τους πιο καταξιωμένους νέους καλλιτέχνες στις εικαστικές, λογοτεχνικές και παραστατικές τέχνες και τους παρέχει ευκαιρίες δημιουργικής και επαγγελματικής ανάπτυξης καθ' όλη τη διάρκεια της καριέρας τους. Η νέα ταυτότητα του ιδρύματος σχεδιάστηκε από την Paula Scher σε συνεργασία με τη Pentagram.

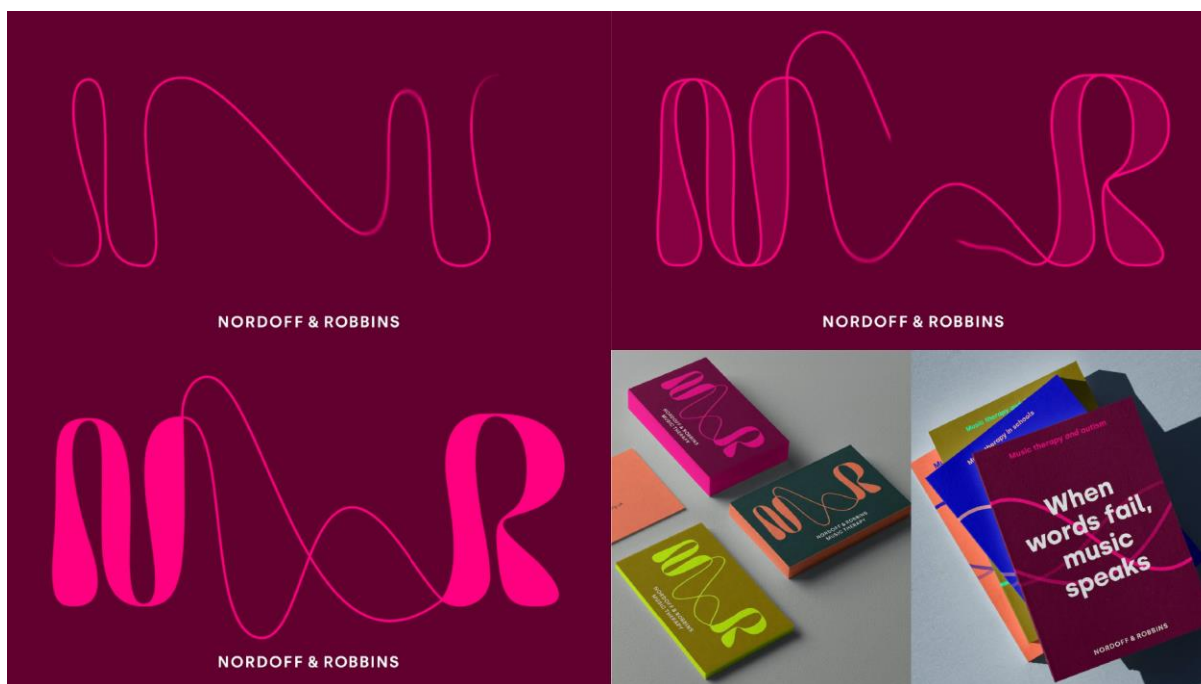
Το κεντρικό στοιχείο που βασίστηκε η ταυτότητα είναι η αγκύλη που πλαισιώνει το λογότυπο και χρησιμοποιείται σε κάθε υπότιτλο για τη διατήρηση μιας ενιαίας ταυτότητας. Η επιλογή της αγκύλης έγινε για να υποδηλώσει ότι το ίδρυμα αποτελεί ένα σύστημα υποστήριξης για τους νέους καλλιτέχνες και τους “ανυψώνει” για να μπορέσουν να πετύχουν τους καλλιτεχνικούς τους στόχους. Για να επικοινωνήσει τα διαφορετικά προγράμματα που προσφέρει το ίδρυμα ο σχεδιασμός διατηρεί αντίστοιχη τυπογραφία και το στοιχείο της αγκύλης αλλά χρησιμοποιείται διαφορετικό χρώμα κάθε φορά (το ματζέντα, το πορτοκαλί και το μπλε όπως φαίνεται στην εικόνα παραπάνω).

Η ταυτότητα αποτελεί ακόμα ένα παράδειγμα για το πως μπορούν να διαφοροποιηθούν οι υποκατηγορίες ενός οργανισμού ενώ διατηρείται μια ισχυρή κεντρική ταυτότητα.<sup>43</sup>

<sup>42</sup> Omaha Performing Arts. Pentagram. [www.pentagram.com/work/omaha-performing-arts/story](http://www.pentagram.com/work/omaha-performing-arts/story) [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

<sup>43</sup> YoungArts. Pentagram. [www.pentagram.com/work/youngarts](http://www.pentagram.com/work/youngarts) [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

## Nordoff and Robbins



Εικόνα 1.4 . Εταιρική ταυτότητα για το κέντρο μουσικοθεραπείας “Nordoff and Robbins”.

Η Nordoff and Robbins είναι το μεγαλύτερο μη κερδοσκοπικό κέντρο μουσικοθεραπείας του Ηνωμένου Βασιλείου. Παράλληλα με τη μουσικοθεραπεία, η Nordoff Robbins εκπαιδεύει τους μουσικοθεραπευτές του μέλλοντος και διεξάγει έρευνες για τη μουσικοθεραπεία και την ευρύτερη κοινωνική αξία της μουσικής. Η νέα τους ταυτότητα σχεδιάστηκε από την Pentagram.

Η Pentagram αναφέρει ότι το νέο λογότυπο αποτελείται από ένα σύμβολο και ένα λεκτικό σήμα που χρησιμοποιούν τα αρχικά του ονόματος. Εμπνευσμένο από τις απεικονίσεις των ηχητικών κυμάτων που ενώνουν τα δύο γράμματα, το σύμβολο αντικατοπτρίζει τόσο την ελευθερία έκφρασης που δίνει η μουσική όσο και τις συνδέσεις που προκύπτουν μέσω της μουσικοθεραπείας.

Στο συγκεκριμένο παράδειγμα είναι ενδιαφέρουσα η προσέγγιση της χρήσης των ηχητικών κυμάτων και ο συνδυασμός τους με την τυπογραφία. Με αυτό το τρόπο καταφέρνει να αποδώσει την αίσθηση της κίνησης και του ρυθμού όταν ο θεατής παρατηρεί τη στατική ή την κινούμενη μορφή του λογότυπου.<sup>44</sup>

<sup>44</sup> Nordoff and Robbins.Pentagram. [www.pentagram.com/work/nordoff-and-robbins/story](http://www.pentagram.com/work/nordoff-and-robbins/story) [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

## Kentucky Performing Arts



Εικόνα 1.5 Εταιρική ταυτότητα για το κέντρο παραστατικών τεχνών “Kentucky Performing Arts”.

Μετά την απόκτηση νέων κτηρίων και θεάτρων, το Kentucky Center, χρειαζόταν στήσιμο μιας νέας ταυτότητας από την αρχή που σχεδιάστηκε από το VIA Studio. Μετονομάστηκε σε Kentucky Performing Arts με στόχο η διαδικασία του rebranding να αναδείξει τη δηλωμένη αποστολή του οργανισμού: “Να καθοδηγήσει και να εμπλουτίσει την καλλιτεχνική, εκπαιδευτική και οικονομική ζωτικότητα της περιοχής παρέχοντας απaráμιλλο προγραμματισμό και πολιτιστικές εκδηλώσεις”.

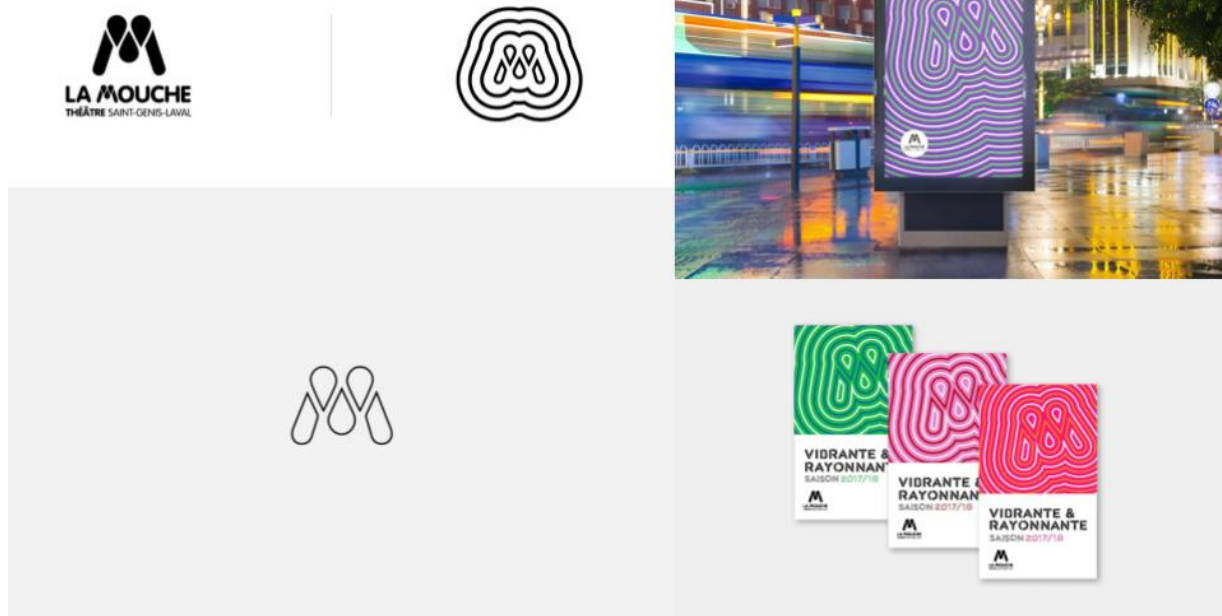
Οι σχεδιαστές αναφέρουν ότι για τη δημιουργία της ταυτότητας βασίστηκαν σε ένα σύστημα από γραμμές το οποίο είναι αρκετά ευέλικτο. Σε συνδυασμό των γραμμών με τα χρώματα και τη φωτογραφία δηλώνουν πως το σύστημα είναι τόσο ζωντανό όσο και οι τέχνες. Τα λογότυπα, χρώματα και μοτίβα που σχεδιάστηκαν για κάθε χώρο φαίνεται να ανήκουν στην ίδια οικογένεια όμως μπορούν και να χρησιμοποιηθούν χωριστά. Τέλος το κεντρικό λογότυπο εμπνεύστηκε από τις κουρτίνες της σκηνής κάθε θεάματος και λένε ότι δείχνει την επίδραση που έχει κάθε τέχνη στο κοινό.

Και εδώ, παρουσιάζεται μια ταυτότητα που επικοινωνεί τις παραστατικές τέχνες χρησιμοποιώντας ένα συνδυασμό τυπογραφίας (το πρώτο γράμμα κάθε χώρου) και γραμμών. Προσπαθεί να φέρει μια πιο σύγχρονη ματιά στην ταυτότητα του κέντρου αλλά οι τόνοι των χρωμάτων που επιλέχθηκαν θα μπορούσαν να είναι πιο ταιριαστοί ώστε να αποδίδουν ένα πιο αρμονικό αποτέλεσμα.<sup>45</sup>

<sup>45</sup> Kentucky Performing Arts.VIA Studio <https://via.studio/work/kentucky-performing-arts> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

## La Mouche

Graphéine



Εικόνα 1.6 Εταιρική ταυτότητα για το πολιτιστικό κέντρο “La Mouche”.

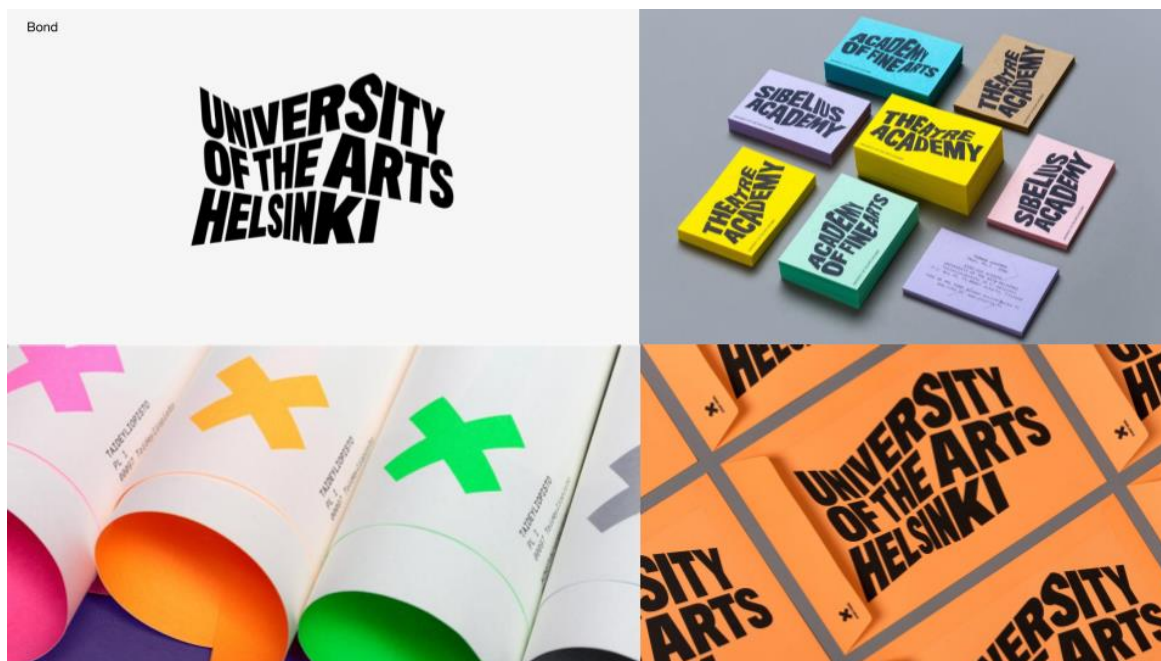
Το La Mouche είναι το πολιτιστικό κέντρο του Saint-Genis-Laval και η νέα του ταυτότητα σχεδιάστηκε από το γραφείο Graphéine. Για το σχεδιασμό της ταυτότητας οι σχεδιαστές αναφέρουν ότι δανείστηκαν στοιχεία από τον τρόπο απεικόνισης της θεωρίας του χάους του Edward Lorenz που συνδέει το παρόν με το μέλλον.

Κεντρικό στοιχείο της ταυτότητας αποτελεί το μονόγραμμα "M" που συνδυάζεται με το “ωστικό κύμα” όπως το χαρακτηρίζουν και αναφέρεται στο γραμμικό Pattern που το περιβάλλει. Με τη χρήση του θεωρούν ότι είναι μια ευκαιρία να εισαχθεί ο σχεδιασμός κίνησης και η ψηφιακή τεχνολογία ως νέα εργαλεία επικοινωνίας για τη δημιουργία μιας αποφασιστικά σύγχρονης ταυτότητας. Επίσης το νέο οπτικό σύστημα συνοδεύεται από τη δημιουργία μιας προσαρμοσμένης γραμματοσειράς, όπως φαίνεται στο “M” για να μπορεί να χρησιμοποιηθεί στους τίτλους των αφισών και προωθητικών υλικών. Με αυτό το τρόπο το γραφείο θεωρεί ότι ολόκληρη η ταυτότητα είναι ένας ευέλικτος οπτικός κώδικας που δημιουργεί ένα αποτελεσματικό, πρωτότυπο και αναγνωρίσιμο έδαφος μάρκας.

Η παραπάνω ταυτότητα αποτελεί ένα σύγχρονο παράδειγμα που αξιοποιεί το συνδυασμό τυπογραφίας, γραμμικών στοιχείων αλλά και τεχνολογίας (animation) για να αποδώσει την κίνηση που αντιστοιχεί σε ένα τέτοιο θέμα.<sup>46</sup>

<sup>46</sup> La Mouche. Graphéine. [www.grapheine.com/en/portfolio/la-mouche-brand-identity-cultural-center-in-saint-genis-laval](http://www.grapheine.com/en/portfolio/la-mouche-brand-identity-cultural-center-in-saint-genis-laval) [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

## University of the Arts Helsinki



Εικόνα 1.7 Εταιρική ταυτότητα του “University of the Arts Helsinki”.

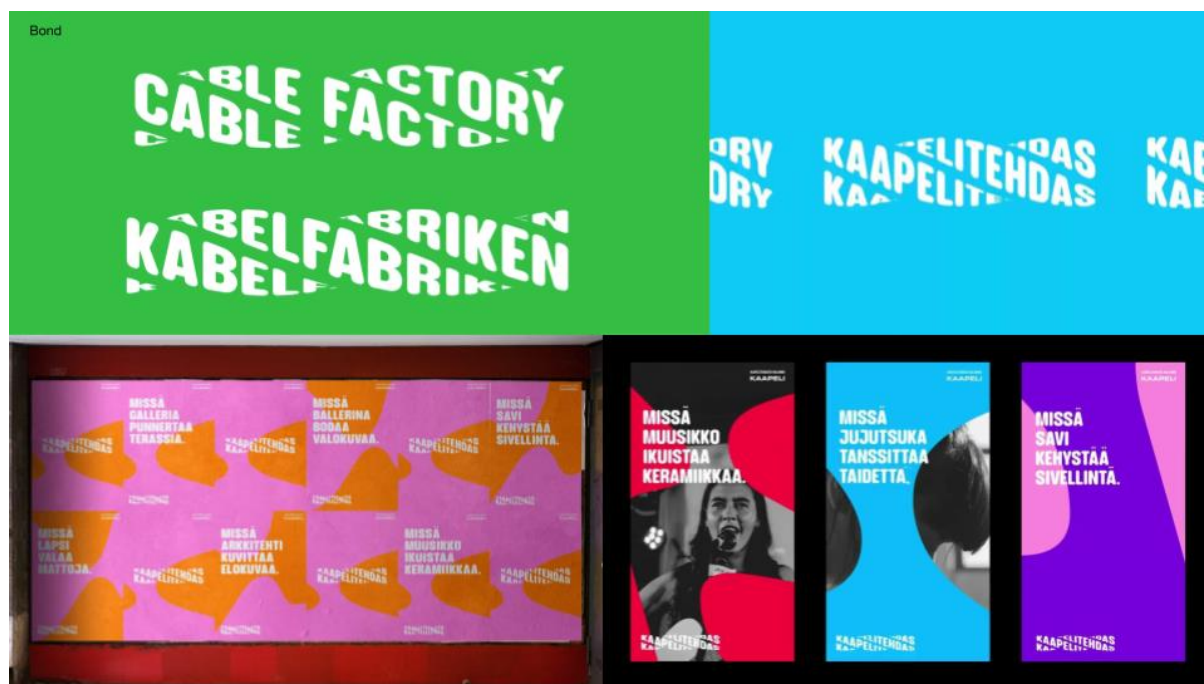
Η παραπάνω ταυτότητα ανήκει στο καλλιτεχνικό πανεπιστήμιο του Ελσίνκι και σχεδιάστηκε από το στούντιο Bond. Ζητούμενο από τον πελάτη ήταν να παρουσιαστεί ως “το πιο ενδιαφέρον πανεπιστήμιο της Φινλανδίας”.

Οι σχεδιαστές υποστηρίζουν ότι τα αποδομημένα λογότυπα διακρίνουν το πανεπιστήμιο από τα επιχειρηματικά και επιστημονικά πανεπιστήμια. Το απλό και τολμηρό σύμβολο άγκυρας “X” έχει πολλές σημασίες, όπως ακριβώς και η τέχνη. Το σύμβολο μπορεί να θεωρηθεί, για παράδειγμα, ως σημείο εκκίνησης, προορισμός, τόπος συνάντησης, τοποθεσία, υπογραφή, άγνωστη δύναμη, προειδοποίηση, ερεθισμός, ερώτηση και λύση.

Η προσέγγιση του μη σταθερού σχήματος του λογότυπου έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον αφού ενώ μεταλλάσσεται η μορφή τελικά διατηρεί τη σχεδιαστική ταυτότητα και προσφέρει μια ματιά στο τι θα μπορούσαν να υλοποιούν άλλες σύγχρονες ταυτότητες. Παράλληλα, θα ήθελα να σχολιάσω ότι ο συνδυασμός μιας τέτοιας μεταβαλλόμενης μορφής με το σύμβολο του “X” έχει ως αποτέλεσμα η ταυτότητα να έχει αρκετή αντίθεση, τόση που ίσως έχει αντίθετο αποτέλεσμα. Ίσως μια πιο οργανική φόρμα να μπορούσε να αποδώσει το ίδιο σκεπτικό με μεγαλύτερη ομοιομορφία.<sup>47</sup>

<sup>47</sup> University of the Arts Helsinki. Bond Agency. <https://bond-agency.com/project/university-of-the-arts-helsinki>  
[Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

## Cable Factory



Εικόνα 1.8 Εταιρική ταυτότητα για το πολιτιστικό κέντρο “Cable Factory”.

Αντίστοιχο παράδειγμα έχουμε με τη ταυτότητα του Cable Factory. Δεν ταυτίζεται απόλυτα με το θέμα, αν και είναι ένα πολιτιστικό κέντρο της Φινλανδίας, αλλά είναι σχεδιασμένη από το ίδιο στούντιο, το Bond, και χρησιμοποιεί επίσης μια κινούμενη οπτική ταυτότητα. Σαν concert είχε ενδιαφέρον να μελετηθεί για να αποφασιστεί αν θα μπορούσε να αποτελέσει μια λύση για τη αποτύπωση της κίνησης.

Οι σχεδιαστές δηλώνουν ότι όλη η ταυτότητα συνδέεται κυριολεκτικά με το λογότυπο του Cable Factory. Συνδέοντας την ουσία του, σε απόλυτο συγχρονισμό με το ίδιο το όνομα. Εφόσον στόχος του κέντρου είναι να ενώσει όλο το κόσμο μέσα από τη τέχνη και τις διάφορες κουλτούρες. Το λογότυπο έχει τη δυνατότητα να τεθεί σε κίνηση, αλλά λειτουργεί εξίσου καλά και σε στατική μορφή. Με αυτή τη μορφή μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε άλλες γλώσσες, όπως τα αγγλικά και τα φινλανδικά που παρατηρούνται στην εικόνα, χωρίς προβλήματα.

Και σε αυτό το παράδειγμα, ίσως θα μπορούσε να υπάρχει λίγο μεγαλύτερη σύνδεση μεταξύ των ελεύθερων μορφών της οπτικής επικοινωνίας και της μορφής του λογότυπου για να έχει στο τέλος μια ισχυρότερη οπτική ταυτότητα.<sup>48</sup>

<sup>48</sup> Cable Factory. Bond Agency. <https://bond-agency.com/project/cablefactory> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

## Sans Francisco Symphony



Εικόνα 1.9 Εταιρική ταυτότητα για το “San Francisco Symphony”.

Ένα παράδειγμα που συνδυάζει το ρυθμό με τη τυπογραφία με ένα αρκετά ιδιαίτερο τρόπο είναι η εταιρική ταυτότητα της Συμφωνικής Ορχήστρας του Σαν Φρανσίσκο που είναι σχεδιασμένη από το γραφείο COLLINS.

Για τον τρόπο σχεδιασμού της ταυτότητας οι σχεδιαστές αναφέρουν ότι καθώς η Symphony πειραματίζεται με τις αναδυόμενες τεχνολογίες, η δουλειά τους βασίστηκε στους νέους ψηφιακούς, ηχητικούς και τυπογραφικούς πειραματισμούς. Δημιούργησαν ένα διαρκώς ανταποκρινόμενο, εξελισσόμενο οπτικό σύστημα που ζωντανεύει τις δυναμικές ιδιότητες της ίδιας της κλασικής μουσικής. Από τη παραδοσιακή τυπογραφία που επέλεξαν για αποδώσουν την κληρονομιά της συμφωνικής μουσικής τέχνης, χρησιμοποίησαν τεχνολογία γραμματοσειρών καθώς και μεταβλητές γραμματοσειρές ώστε το τελικό αποτέλεσμα να έχει μια απροσδόκητη σύγχρονη συμπεριφορά. Έτσι έδωσαν σε κάθε τυπογραφικό χαρακτήρα τη δυνατότητα να αλλάζει αμέσως μορφή ως αντίδραση στον ήχο και τη μουσική.

Αποτελεί ένα ιδιαίτερο παράδειγμα για τις κατευθύνσεις και τις νέες τεχνολογίες που είναι διαθέσιμες για το σχεδιασμό σύγχρονων και διαδραστικών εταιρικών ταυτοτήτων σύμφωνα με τα ζητούμενα του κάθε πελάτη.<sup>49</sup>

<sup>49</sup> San Francisco Symphony.Collins. <https://www.wearecollins.com/work/sf-symphony/> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]



## 2. Υποστήριξη επιλογών πρακτικού μέρους

### a. Στήσιμο φιλοσοφίας και δομής του εργαστηρίου

#### i. Γενικά

Το στήσιμο αυτής της εικονικής ταυτότητας, βασίστηκε στην θεωρητική έρευνα για να μπορέσει να δημιουργηθεί μια ολοκληρωμένη ταυτότητα όπως θα συνέβαινε από άτομα του χώρου αν το εργαστήριο υπήρχε στην πραγματικότητα.

Ιδρυτές ή διοργανωτές του εργαστηρίου αποτελούν μικρή ομάδα από επαγγελματίες καλλιτέχνες που έχουν σχέση με τις παραστατικές τέχνες. Για τον εμπλουτισμό των εργαστηρίων/μαθημάτων απευθύνονται και σε εξωτερικούς συνεργάτες-καλλιτέχνες για να καθοδηγήσουν την ομάδα. Οργανώνουν και στήνουν εργαστήρια, λοιπόν, με θέματα που υπάγονται στις παραστατικές τέχνες και πιο συγκεκριμένα που έχουν σχέση με το θέατρο, τη μουσική και το χορό. Τα εργαστήρια δεν έχουν ένα σταθερό χώρο, αλλά η ομάδα μετακινείται από περιοχή σε περιοχή της Αθήνας προσφέροντας την υπηρεσία τους. Σε κάθε περιοχή δραστηριοποιείται για ένα μήνα, οργανώνοντας τέσσερα εργαστήρια (ένα ανά εβδομάδα) για κάθε τέχνη (θέατρο, μουσική, χορό) χωριστά. Με την ολοκλήρωση των μαθημάτων, στο τέλος του μήνα, διοργανώνεται μια εκδήλωση, στην οποία αναδεικνύεται στο ευρύτερο κοινό η δουλειά που έγινε κατά τη διάρκεια των εργαστηρίων.

Τα εργαστήρια απευθύνονται σε ερασιτέχνες και άτομα χωρίς εμπειρία, που θέλουν να γνωρίσουν τον κόσμο της τέχνης και δοκιμάσουν μια καινούργια απασχόληση. Ακόμα, όπως αναφέρθηκε, παραπάνω, απευθύνονται και σε καλλιτέχνες του χώρου που ενδιαφέρονται για συνεργασία με το Path. Η όλη προσπάθεια στήθηκε για να προσφέρουν ένα παράθυρο στις παραστατικές τέχνες σε άτομα ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου, εμπειρίας κ.τ.λ. που θέλουν να γνωρίσουν με χώρο.

#### ii. Δομή και οργάνωση των εργαστηρίων

Τα εργαστήρια λειτουργούν με ολιγάριθμες ομάδες ατόμων ώστε να μπορέσει να επιτευχθεί η αίσθηση της ομάδας και ένα πιο οικείο περιβάλλον, να μην υπάρχει η μορφή διδακτικού μαθήματος, αλλά αντ' αυτού να κυριαρχεί περισσότερο η αίσθηση φιλικής συνάντησης ώστε να παροτρύνεται η συμμετοχή όλων των μελών. Δεν έχουν σταθερή τοποθεσία αλλά αποτελούν κινητές δράσεις σε γειτονίες της Αθήνας, όπως σχολιάστηκε παραπάνω. Αυτή η επιλογή τους βοηθάει τόσο στη φιλοσοφία όσο και στους στόχους των ιδρυτών αφού με αυτό το τρόπο τα εργαστήρια "έρχονται" στα μέλη και δρουν σε ένα πιο οικείο μέρος για να παροτρύνει τη συμμετοχή και την παρουσίαση των παραστατικών τεχνών σε περισσότερα άτομα. Πρακτικά το εργαστήριο σε συνεργασία με το Δήμο της κάθε περιοχής που επισκέπτεται δανείζεται κλειστούς και ανοιχτούς χώρους που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν τα μεμονωμένα εργαστήρια, όπως δημοτικά γυμναστήρια, γήπεδα κ.τ.λ.

### iii. Θεωρητική βάση φιλοσοφίας

Για το στήσιμο της φιλοσοφίας του εργαστηρίου, βοήθησε η θεωρητική έρευνα και πολλές πλευρές της φιλοσοφίας στηρίχτηκαν σε αυτή. Καταρχάς, η προσέγγιση της ομάδας “Εδάφους” και της μουσικής ομάδας “Λαβύρινθος” προς τις παραστατικές τέχνες ήταν καθοριστική. Η περιγραφή της “κλασικής αρμονίας σε ένα σύγχρονο κοίταγμα”<sup>50</sup> για τις παραστάσεις της ομάδας “Εδάφους” και η αναζήτηση για “καινούργιους ήχους μέσα από παραδόσεις”<sup>51</sup> της ομάδας “Λαβύρινθος” έδειξε ότι ομάδες παραστατικών τεχνών που έχουν ή είχαν ήδη δράσεις στο χώρο λειτουργούν με την εξής φιλοσοφία: με βάση το παρελθόν προσπαθούν να δημιουργήσουν το σύγχρονο. Οπότε για το στήσιμο μιας σύγχρονης και πιο πρόσφατης παραπλήσιας ομάδας, χρησιμοποιήθηκε το εξής σκεπτικό αλλά προχώρησε ένα βήμα παραπέρα. Ενώ φυσικά δανείζεται στοιχεία από το παρελθόν και το παλιό, αφού αυτό αποτελεί τη βάση για τα πάντα, δεν δίνει το μεγάλο μέρος της προσοχής του εκεί αλλά αναζητά μια ακόμα πιο σύγχρονη ματιά στις παραστατικές τέχνες για το ποιο θα μπορούσε να είναι το μέλλον τους.

Ακόμα στο θεωρητικό μέρος έγινε η αναφορά στη κινητικότητα του θεάτρου, στην οποία, ο Zich σχολίαζε ότι έχει μικρή σημασία αν η σκηνή είναι ή όχι ένα κτήριο, και η οποιαδήποτε σκηνή να μπορεί να αναπαριστά το χώρο που χρειάζεται μια παράσταση ή ένα θεατρικό έργο. Εκεί υπήρξε και η αναφορά στη δυνατότητα του ήχου να αναπαραστήσει μια σκηνή ή μέρη της παράστασης αν αυτό είναι αναγκαίο. Οπότε παράλληλα με τέτοιους προβληματισμούς, καθώς και την ιστορία των μετακινούμενων θιάσων και των θεατρικών μπουλουκιών στον Ελλαδικό χώρο, το εργαστήριο παύει να έχει την αυστηρή έννοια μιας συγκεκριμένης αίθουσας για την ταυτότητα. Αλλά δοκιμάζει νέους χώρους και μονοπάτια στην εξερεύνηση της παρουσίασης των παραστατικών τεχνών σκοπεύοντας στην απόκλιση από την κλασική οργάνωση.<sup>52</sup>

Με την απομάκρυνση από την κλασική σκηνή και τους καθιερωμένους χώρους των συγκεκριμένων τεχνών καθώς και με την συμπερίληψη ερασιτεχνών και μελών που δεν ανήκουν στο χώρο, οι οποίοι μπορούν να φέρουν μια διαφορετική ματιά στο εργαστήριο, οι ιδρυτές ευελπιστούν ότι θα βοηθηθεί η προσπάθειά τους για την εξερεύνηση νέων πειραματικών τρόπων έκφρασης.

### iv. Λέξεις κλειδιά, επιλογή ονόματος και σλόγκαν

Για να επιτευχθεί ένας ολοκληρωμένος και επιτυχημένος σχεδιασμός της εταιρικής ταυτότητας χρειαζόταν να τεθούν ορισμένες λέξεις κλειδιά που χαρακτηρίζουν τη ταυτότητα ώστε σε επόμενο βήμα να μπορέσουν να οπτικοποιηθούν. Αυτοί οι χαρακτηρισμοί και οι επεξηγήσεις τους παρουσιάζονται παρακάτω:

- **Οικειότητα - Διασκέδαση:** Απευθύνεται σε όλους, με στόχο πάνω απ’ όλα τη δημιουργία ενός φιλικού περιβάλλοντος στο οποίο όλοι οι συμμετέχοντες θα περνούν καλά.

---

<sup>50</sup> Βουνελάκη, ο.π.

<sup>51</sup> Χαραλάμπους, ο.π.

<sup>52</sup> Zich, ο.π.

- **Δημιουργικότητα - Πειραματισμός:** Σκοπός είναι μέσα από τα εργαστήρια να διερευνηθούν νέοι δρόμοι έκφρασης.
- **Συνεργασία:** Όλη η προσπάθεια χιτίζεται πάνω στις ανταλλαγές ιδεών και την αλληλεπίδραση μεταξύ καλλιτεχνών και συμμετεχόντων.
- **Ελευθερία:** Όχι μόνο στην καλλιτεχνική έκφραση, αλλά και στην οργάνωση των εργαστηρίων, συμπεριλαμβανομένου του μετακινούμενου χώρου.

Αντίστοιχα, έπρεπε κατά τη διάρκεια των πρώτων σταδίων να αποφασιστεί ένα όνομα που να χαρακτηρίζει τόσο τη δράση όσο και τη φιλοσοφία του εργαστηρίου. Τελικά, επιλέχθηκε η επωνυμία **“Path”**.

### **Performing Arts Athens > Path**

Όπως φαίνεται παραπάνω, το όνομα σχηματίστηκε από τα αρχικά του είδους του εργαστηρίου (=παραστατικές τέχνες, performing arts) και της γενικής τοποθεσίας που δρα (=αθήνα, athens). Πέρα όμως από αυτό η ίδια η λέξη Path, που μεταφράζεται ως μονοπάτι ή διαδρομή ταιριάζει στη φιλοσοφία αλλά και στο τρόπο λειτουργίας του εργαστηρίου. Αντιπροσωπεύει το γεγονός ότι τα εργαστήρια δεν είναι σταθερά αλλά καταγράφουν μια διαδρομή με τη μετακίνησή τους στην Αθήνα. Ακόμα σχετίζεται με τη γενικότερη φιλοσοφία, αφού αντιπροσωπεύει τους πολλούς και ποικίλους δρόμους που μπορούν να εξερευνηθούν στον πειραματισμό τους για καλλιτεχνική έκφραση, δηλαδή τη διαδρομή που διανύουν στην αναζήτησή τους για τη τέχνη του αύριο, δηλαδή στη σύγχρονη, πειραματική τέχνη. Τέλος έχει συσχέτιση και με τους συμμετέχοντες των εργαστηρίων αφού μέσα από αυτά τους δίνεται μια νέα ευκαιρία να ανακαλύψουν τη δική τους διαδρομή στο κόσμο της τέχνης και ένας δρόμος-γέφυρα αλληλεπίδρασης μεταξύ αυτών (των μαθητών) και των καλλιτεχνών που οργανώνουν τα μαθήματα.

Αυτό το τελευταίο κομμάτι χρησιμοποιήθηκε για τη δημιουργία ενός σλόγκαν για την προώθηση του εργαστηρίου. Σε όλα τα προωθητικά υλικά, το Path προτρέπει όποιον συναντά τη ταυτότητα να *“βρει το δικό του μονοπάτι”*, ή *“find your own path”*, όπως χρησιμοποιείται στα αγγλικά, υπονοώντας ότι το εργαστήριο θα τον βοηθήσει σε αυτή τη προσπάθεια.

b. Σχεδιαστικές επιλογές με βάση τη φιλοσοφία

i. Σήμα-Λογότυπο



Εικόνα 2.1 Λογότυπο του εργαστηρίου “Path”.

Ο σχεδιασμός του λογότυπου<sup>53</sup> βασίστηκε στη φιλοσοφία του εργαστηρίου. Ένα από τα χαρακτηριστικά στοιχεία του λογότυπου είναι ο σχεδιασμός ενός πιο μακρύ “α”. Αυτή η επιλογή έγινε συνειδητά καθώς το όνομα, όπως αναφέρθηκε, σχηματίστηκε από το Performing Arts Athens που πρακτικά περιέχει δύο “α” στο όνομά του. Αυτό απεικονίζεται στο σχεδιασμό με την επιλογή που αναφέρθηκε παραπάνω.

Πέρα από τη επιλογή για το μήκος του, ο σχεδιασμός του “α” απεικονίζει μια διαδρομή που ξεκινάει από το κάτω μέρος που δεν ενώνεται με το υπόλοιπο σχήμα, κάνει το γύρο του γράμματος και αναδιπλώνεται στον κατακόρυφο κορμό του “α” ανακαλύπτοντας τις διαφορετικές διαδρομές και είδη παραστατικών τεχνών που μπορεί να ακολουθήσει ένας συμμετέχοντας.

Αντίστοιχες μορφές έχουν ενσωματωθεί στα υπόλοιπα γράμματα του λογότυπου. Τροποποιήθηκαν οι ενώσεις των κοίλων με τους κορμούς στο “ρ” και στο “η” για την επίτευξη ομοιομορφίας στο συνολικό λογότυπο και το “τ” σχεδιάστηκε με τέτοιο τρόπο ώστε να παραπέμπει στο ρυθμό του “α”. Επιπλέον διαδρομές εμφανίζονται στις αντιφόρμες, ιδιαίτερα μεταξύ των γραμμάτων “α”, “τ” και “η”, δημιουργώντας ένα ρυθμό που βοηθάει στη συνοχή του λογότυπου.

Τα αρκετά γεωμετρικά κοίλα βοηθούν στην αποτύπωση της **οικειότητας** και της φιλικής διάθεσης που, όπως αναφέρεται στη φιλοσοφία, θέλουν να επικοινωνήσουν. Το “α” που αναδιπλώνει, αλλά και ο σχεδιασμός του “τ”, υπονοεί τον πειραματισμό και την ελευθερία που σχετίζονται με τη λειτουργία του εργαστηρίου και οι γενικότερες φόρμες οι οποίες, παρόλο που δεν ενώνονται, επικοινωνούν τόσο μεταξύ τους όσο και με τις αντιφόρμες, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι υπαινίσσονται την αλληλεπίδραση μεταξύ μαθητών και καλλιτεχνών. Ο συνδυασμός αυτών των στοιχείων με τις ευθείες κατακόρυφες χωρίς ακρεμόνες βοηθάει στο να επικοινωνηθεί ότι υπάρχει σταθερή καθοδήγηση σε αυτή την προσπάθεια αλλά και ότι η ταυτότητα χαρακτηρίζεται από ένα σύγχρονο σχεδιασμό.

Τέλος, ήταν απαραίτητο να χρησιμοποιηθεί ένας υπότιτλος στο λογότυπο, εφόσον το εργαστήρι είναι καινούργιο και δεν το γνωρίζει το ευρύτερο κοινό, για να είναι ξεκάθαρο με τι δραστηριοποιείται. Το βάρος των γραμμάτων επιλέχθηκε ώστε να μπορεί να διαβαστεί σε μικρό μέγεθος, αλλά να μην βαραίνει το λογότυπο λόγω του βάρους του κεντρικού λογότυπου. Αντίστοιχα, επιλέχθηκε ένα μεγαλύτερο tracking μεταξύ των γραμμάτων ώστε το τελικό λογότυπο να μην φαίνεται να έχει πολλές πληροφορίες.

### **Εναλλακτική μορφή.**



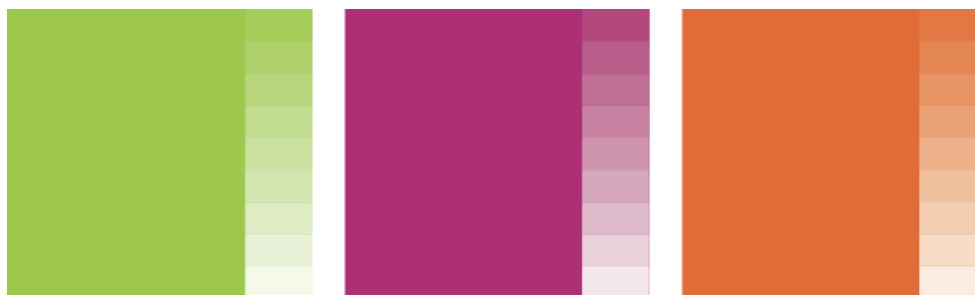
*Εικόνα 2.2 Εναλλακτικές μορφές του λογότυπου.*

---

<sup>53</sup> Εικόνα 2.1.

Για ορισμένες χρήσεις που αφορούν ξεχωριστά το κάθε είδος τέχνης μπορεί να χρησιμοποιηθεί μια εναλλακτική μορφή<sup>54</sup> που περιέχει μόνο το χρώμα που αντιστοιχεί σε αυτή με βάση την κωδικοποίηση, στην αναδίπλωση του “α” ώστε να είναι ξεκάθαρο ότι αναφέρονται σε συγκεκριμένες δράσεις.

## ii. Χρώμα



2.3. Χρωματική παλέτα της ταυτότητας.

Πέρα από το λευκό και το μαύρο, η ταυτότητα χρησιμοποιεί, τρία κύρια χρώματα, το ανοιχτό πράσινο, το ματζέντα και το πορτοκαλί. Πρακτικά και τα τρία αποτελούν αποχρώσεις των συμπληρωματικών χρωμάτων και συνεπώς μπορούν να συνδυαστούν αρμονικά ενώ ταυτόχρονα ξεχωρίζουν μεταξύ τους.

Το χρώμα γενικά έχει τη δυνατότητα να προκαλέσει μια αντίδραση, να επηρεάσει τη διάθεση, να συμβολίσει μια ιδέα ή να εκφράσει ένα συναίσθημα. Διαφορές σε στοιχεία του χρώματος όπως στον τόνο ή στη φωτεινότητα μπορεί να επηρεάσει τη σημασία του χρώματος. Γενικά οι ερμηνείες των χρωμάτων επηρεάζονται από ποικίλους παράγοντες, όπως η ηλικία, το φύλο, οι παραδόσεις, η εθνικότητά του κ.α., και συνεπώς ο καθένας έχει τις προσωπικές του προτιμήσεις ή συνδέσεις με ένα χρώμα. Όμως υπάρχουν ορισμένοι συνειδητοί και ασυνειδητοί συνειρμοί σε σχέση με το χρώμα που δημιουργούνται από κοινωνικούς και πολιτισμικούς παράγοντες.<sup>55</sup>

Συνεπώς είναι δουλειά του σχεδιαστή να επιλέξει τα κατάλληλα χρώματα για το κάθε πρότζεκτ καθώς και να λάβει υπόψη το συνδυασμό τους. Στη συγκεκριμένη ταυτότητα έγινε η επιλογή τριών χρωμάτων,<sup>56</sup> καθένα από τα οποία να αντιστοιχεί σε κάθε είδος τέχνης για τη δημιουργία ενός οπτικού κώδικα. Το ανοιχτό πράσινο αντιστοιχεί στο θέατρο, το ματζέντα στη μουσική και το πορτοκαλί στο χορό. Το πράσινο συνήθως έχει ως αρχικό συνειρμό τη φύση, όμως παράλληλα συνδέεται με την επιτυχία, την εξέλιξη, την αρμονία και τη νεανικότητα,<sup>57</sup> και όλα αυτά συνδέονται με τη φιλοσοφία του εργαστηρίου. Εφόσον η φιλοσοφία βασίστηκε ως ένα μέρος σε στοιχεία του παρελθόντος του θεάτρου και αποσκοπεί στη γενικότερη εξέλιξη, το πράσινο χρώμα επιλέχθηκε για το θέατρο. Το μωβ γενικότερα, συνδέεται σαν χρώμα με την έμπνευση και τη φαντασία<sup>58</sup>, που είναι στοιχεία απαραίτητα για την ταυτότητα του εργαστηρίου και επιλέχθηκε για τη μουσική. Το πορτοκαλί σαν χρώμα συνδέεται με τη δημιουργικότητα,

<sup>54</sup> Εικόνα 2.2.

<sup>55</sup> Adams, S., 2017. Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design. Rockport Publishers.

<sup>56</sup> Εικόνα 2.3.

<sup>57</sup> Adams, ο.π.

<sup>58</sup> Adams, ο.π.

την ενέργεια, τη δραστηριότητα και τη μοναδικότητα.<sup>59</sup> Γενικά αποδίδει την έννοια της ταυτότητας και λόγω της σύνδεσής του με την κίνηση, επιλέχθηκε για το χορό.<sup>60</sup>

Η επιλογή κορεσμένων και έντονων χρωμάτων έγινε ώστε το τελικό αποτέλεσμα να αποδίδει μια ζωντανή εικόνα που ταιριάζει στις παραστατικές τέχνες αλλά και στη συγκεκριμένη σύγχρονη ταυτότητα. Τα τρία αυτά χρώματα αποτελούν ένα τριαδικό χρωματικό συνδυασμό που υπάγεται στα δεδομένα της χρωματικής αρμονίας και αποδίδει οπτικό contrast, όχι όμως όσο δύο αντίθετα αλλά συμπληρωματικά χρώματα. Αυτό βοηθάει οπτικά την ταυτότητα ώστε τα τρία είδη να ξεχωρίζουν μεταξύ τους αλλά στο σύνολό τους να αποδίδουν την αρμονία που χρειάζεται μια ενιαία ταυτότητα, αποτελώντας έτσι έναν επιτυχημένο οπτικό κώδικα.

### iii. Τυπογραφία

Η επεξήγηση του σχεδιασμού των γραμμάτων του λογότυπου έγινε παραπάνω. Σε αυτό το κομμάτι θα σχολιαστούν οι επιλογές για τη τυπογραφία της υπόλοιπης ταυτότητας. Πέρα από τη γραμματοσειρά που τροποποιήθηκε για το λογότυπο, επιλέχθηκε μία ακόμα γραμματοσειρά για τις λοιπές εφαρμογές για να υπάρχει συνοχή στην ταυτότητα.

Βασικοί παράγοντες που επηρέασαν την τελική επιλογή ήταν να μπορεί η γραμματοσειρά να λειτουργήσει επιτυχημένα τόσο σε εφαρμογές όπως οι αφίσες, όσο και σε μικρά μεγέθη, για τον υπότιτλο του λογότυπου και των business card για παράδειγμα. Αυτή η γραμματοσειρά τελικά είναι η **Sofia Sans Condensed**. Είναι μια **variable** γραμματοσειρά που συνεπώς μπορεί να υποστηρίξει πολλές χρήσεις ανάλογα με τις ανάγκες της κάθε εφαρμογής. Είναι condensed που δημιουργεί ένα ενδιαφέρον contrast σε σχέση με το πλάτος του λογότυπου και λειτουργεί καλά σε συνδυασμό με τα δευτερεύοντα γραφιστικά στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας. Και τέλος είναι ισόπαχη και χωρίς πατούρες, γεγονός το οποίο ταιριάζει στο πιο σύγχρονο σχεδιασμό.



Εικόνα 2.3 Τυπογραφικά παραδείγματα της ταυτότητας.

Ακόμα, η τυπογραφία είναι ένα κύριο μέσο που χρησιμοποιήθηκε για την αποτύπωση του ρυθμού και της κίνησης. Το γεγονός ότι η γραμματοσειρά είναι **variable** ήταν καθοριστικό για αυτή την

<sup>59</sup> Adams, ο.π.

<sup>60</sup> Adams, ο.π.

προσπάθεια. Το κάθε είδος παραστατικής τέχνης, πέρα από το δικό του χρώμα, “λογοτυπήθηκε” χρησιμοποιώντας την πληθώρα από βάρη της γραμματοσειράς.<sup>61</sup> Παρά την στατικότητα των γραμμάτων, το τελικό αποτέλεσμα με την αυξομείωση του βάρους τους επιτρέπει να επικοινωνήσουν την κίνηση και το ρυθμό που είναι χαρακτηριστικά του είδους τους.

#### iv. Pattern



Εικόνα 2.4 . Γενικά και ειδικά pattern της ταυτότητας “Path”

Για την δημιουργία μιας ολοκληρωμένης ταυτότητας, σχεδιάστηκαν ορισμένα pattern που χρησιμοποιούνται σε όλες τις εφαρμογές για την ενδυνάμωση της ταυτότητας. Στην πράξη σχεδιάστηκε ένα γενικό pattern, από το οποίο μετά “γεννήθηκαν” τα ειδικά pattern για κάθε είδος.

Το πάπτερν σχεδιάστηκε από τα σχήματα και τις αντιφórμες που δημιουργούν τα τρία τελευταία γράμματα του λογότυπου, δηλαδή του “ath”, σε μεγάλη μεγέθυνση. Το γενικό pattern χωρίζεται σε λωρίδες ενώ διατηρεί ένα γενικό σχεδιασμό για να αποτυπώσει τα τρία είδη τεχνών του εργαστηρίου.<sup>62</sup> Για τα ειδικά pattern το χρώμα δίνεται στις αντιφórμες και η προσοχή δίνεται σε ορισμένα σχήματα που αντιστοιχούν στο είδος της τέχνης.<sup>63</sup> Στο θέατρο διακρίνονται ορισμένες φόρμες, που μοιάζουν με κουρτίνες αυλαίας σε πολύ αφαιρετικό στάδιο βέβαια. Στη μουσική παρατηρούνται ορισμένες φόρμες που παραπέμπουν σε νότες και στο χορό σε αρκετά αφαιρετική μορφή θα μπορούσε να παρατηρηθεί μια ανθρώπινη φόρμα που με το ρυθμό των διπλανών σχημάτων έχει μια ροή.

<sup>61</sup> Εικόνα 2.4.

<sup>62</sup> Εικόνα 2.5.

<sup>63</sup> Εικόνα 2.5.



Εικόνα 2.5 Οι λεπτομέρειες των pattern

Σε ακόμα πιο αφαιρετικό επίπεδο, μπορούμε να διακρίνουμε τα παραπάνω στοιχεία<sup>64</sup> που χρησιμοποιούνται σε ορισμένες εφαρμογές για να χαρακτηρίσουν μαζί με το χρώμα την αντίστοιχη τέχνη.



Εικόνα 2.6 Ελεύθερες φόρμες

Για την επικοινωνία της πειραματικής πλευράς του εργαστηρίου, σχεδιάστηκε ένα ακόμα γραφιστικό στοιχείο το οποίο χρησιμοποιεί της φόρμες των προηγούμενων pattern αλλά τα στοιχεία έχουν διαφορετική διάταξη. Τα σχήματα δεν έχουν πλέον γραμμική οργάνωση αλλά "πέφτουν" το ένα στο άλλο δημιουργώντας καινούργιες φόρμες. Χρωματικά διατηρούν τα χρώματα της ταυτότητας και όταν συνδυάζονται χρησιμοποιούν το μαύρο και όταν τυχαίνουν να είναι όλα μαζί το λευκό.

---

<sup>64</sup> Εικόνα 2.6.



## ν. Φωτογραφίες



Εικόνα 2.7 Παραδείγματα φωτογραφικού υλικού της εταιρικής ταυτότητας “Path”.

Όπως έχει ήδη ειπωθεί οι φωτογραφίες και το αναπαραστατικό υλικό δεν είναι τα κύριο στοιχεία της ταυτότητας. Χρησιμοποιούνται σε πολύ δευτερεύουσα βάση όπου είναι αναγκαία, κυρίως για τα κοινωνικά δίκτυα και όχι στη σταθερή προώθηση της ταυτότητας.

Το φωτογραφικό υλικό που χρησιμοποιείται δεν θα πρέπει να δείχνει μια επαγγελματική παράσταση αλλά να έχει περισσότερο τη μορφή μιας πρόβας.<sup>65</sup> Η λήψη είναι ελάχιστα από το κάτω μέρος προς τα πάνω ώστε να δίνει την ψευδαίσθηση της σκηνής που δεν υπάρχει αλλά δημιουργείται από το εργαστήριο. Κάθε φωτογραφία που χρησιμοποιείται χρειάζεται να έχει τη χρωματική επεξεργασία που αντιστοιχεί στο είδος της τέχνης που αναπαριστά.

## ε. Τρόπος προώθησης/εφαρμογές της ταυτότητας

### ι. Αφίσες



Εικόνα 2.8 Τα είδη αφισών της ταυτότητας.

<sup>65</sup> Εικόνα 2.7.

Οι αφίσες αποτελούν κύριο μέρος της προώθησης και της επικοινωνίας της εταιρικής ταυτότητας “Path” προς το κοινό. Σε αυτές περιλαμβάνονται η γενική αφίσα που περιλαμβάνει όλα τα είδη, οι ειδικές αφίσες για κάθε είδος και οι τοπικές αφίσες που ασχολούνται με την προώθηση στην κάθε περιοχή.

Στη γενική αφίσα<sup>66</sup> χρησιμοποιείται το γενικό pattern, που αναλύθηκε, παραπάνω και η χαρακτηριστική τυπογραφία για κάθε είδος τέχνης, μαζί με το λογότυπο για την πρώτη εικόνα του brand. Στις ειδικές αφίσες<sup>67</sup> για το κάθε είδος τέχνης, αντίστοιχα, παρατηρείται το pattern και οι χρωματικές επιλογές που αντιστοιχούν σε κάθε είδος, μαζί με τη τυπογραφία. Επιπλέον στοιχεία είναι το λογότυπο, το είδος της λειτουργίας του εργαστηρίου με μεγαλύτερη έμφαση αλλά διατηρώντας αντίστοιχο σχεδιασμό με τον υπότιτλο και το σλόγκαν του εργαστηρίου σε σχετικά αντίστοιχες θέσεις σε κάθε αφίσα για τη διατήρηση της ομοιομορφίας. Όπως φαίνεται όλα τα στοιχεία συνδέονται μεταξύ τους, δηλαδή η τυπογραφία συνδυάζεται με τα σχήματα του pattern δημιουργώντας μια αρμονική σύνθεση.

Οι τοπικές αφίσες<sup>68</sup> είναι ειδικές εφαρμογές της εταιρικής ταυτότητας και τοποθετούνται κάθε φορά στην περιοχή που επισκέπτεται το εργαστήριο για να αναγγείλουν την άφιξή τους. Διατηρούνται τα αντίστοιχα χρώματα για κάθε εργαστήριο, όμως σε αυτή τη εφαρμογή χρησιμοποιούνται αφαιρετικοί χάρτες με αρκετό ζουμ για την υπόδειξη της τοποθεσίας του εργαστηρίου. Το λογότυπο λαμβάνει τη μορφή ενός “pin” τοποθεσίας και η τυπογραφία για κάθε τέχνη (θέατρο, μουσική, χορό) αναγράφεται με το χαρακτηριστικό τρόπο. Οι επιπλέον πληροφορίες έχουν να κάνουν με τη τοποθεσία, τις ημερομηνίες και τις ώρες των εργαστηρίων και αναγράφονται κάθε φορά στο πάνω μέρος της αφίσας.

## ii. Φυλλάδια



Εικόνα 2.9 Διαφημιστικό φυλλάδιο του εργαστηρίου “Path”.

<sup>66</sup> Εικόνα 2.7.

<sup>67</sup> Εικόνα 2.7.

<sup>68</sup> Εικόνα 2.7.

Για την ολοκληρωμένη επικοινωνία του εργαστηρίου στην κάθε περιοχή συμπληρωματικά με τις αφίσες, το “Path” χρησιμοποιεί φυλλάδια<sup>69</sup> που περιέχουν πληροφορίες για το εργαστήριο, την καλλιτεχνική προσέγγιση σε σχέση με κάθε είδος, λίγα λόγια για τους καλλιτέχνες που θα εκπροσωπούν το εργαστήριο και το πρόγραμμα των μαθημάτων.

Σχεδιαστικά η εξωτερική πλευρά του φυλλαδίου ακολουθεί την ίδια λογική με τις τοπικές αφίσες. Υπάρχει ξανά η παρουσία του χάρτη σε ακόμα μεγαλύτερη μεγέθυνση και καλύπτει όλη την εξωτερική πλευρά. Το λογότυπο, το είδος των εργαστηρίων, οι ημερομηνίες και το σλόγκαν εμφανίζονται στο εξώφυλλο ενώ στο πίσω μέρος υπάρχουν αναλυτικά η διεύθυνση και η ιστοσελίδα για περισσότερες πληροφορίες.

Το εσωτερικό δανείζεται στοιχεία από τα χαρακτηριστικά τμήματα του pattern και χρησιμοποιεί το χαρακτηριστικό χρώμα.

### iii. Banner



Εικόνα 2.10 Banner της ταυτότητας Path

Ένα επιπλέον στοιχείο που χρησιμοποιούν για την επικοινωνία του χώρου του κάθε εργαστηρίου είναι το banner.<sup>70</sup> Είναι εύκολο να τοποθετηθεί και να μετακινηθεί από περιοχή σε περιοχή από μια πιο σταθερή κατασκευή. Σχεδιαστικά δανείζεται τη μορφή του λογοτύπου με το λευκό πλαίσιο που παραπέμπει σε στίγμα τοποθεσίας και χρωματικά χρησιμοποιεί το αντίστοιχο χρώμα.

---

<sup>69</sup> Εικόνα 2.8.

<sup>70</sup> Εικόνα 2.9.

iv. Business cards



Εικόνα 2.11 Business cards του εργαστηρίου Path

Για τα ιδρυτικά μέλη και τους συνεργαζόμενους καλλιτέχνες σχεδιάστηκαν δύο τύποι εταιρικών καρτών. Μια γενική, που χρησιμοποιεί το γενικό pattern, το σλόγκαν και έχει τις βασικές πληροφορίες για το εργαστήρι. Και ειδικές προσωποποιημένες κάρτες για τους καλλιτέχνες που περιέχουν επιπλέον το ονοματεπώνυμό τους και αντιστοιχούν σχεδιαστικά στο είδος που τους αντιστοιχεί. Σε όλες τις κάρτες υπάρχει ένα QR Code που συνδέεται με την ιστοσελίδα για περισσότερες πληροφορίες.<sup>71</sup>

<sup>71</sup> Εικόνα 2.10.

v. Social



Εικόνα 2.12 Παραδείγματα ποστ του “Path” στα κοινωνικά δίκτυα



Εικόνα 2.13 Παραδείγματα ποστ carousel,

Λόγω της συνεχούς μετακίνησης του εργαστηρίου τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν χρήσιμο εργαλείο για την προώθηση της ταυτότητας. Εφόσον το εργαστήριο είναι νεοσύστατο, στόχος της παρουσίας τους στα κοινωνικά δίκτυα είναι η εξοικείωση του εργαστηρίου με το κοινό. Γι’αυτό υπάρχουν τριών ειδών ποστ.<sup>72</sup> Μία κυρίως τυπογραφική σύνθεση που χρησιμοποιεί αντίστοιχη τυπογραφία με τη λογοτύπηση των ειδών, για να επικοινωνήσει στο κοινό τα κύρια στοιχεία της φιλοσοφίας του, μαζί με το σλόγκαν και το λογότυπο. Ένα καθαρά φωτογραφικό ποστ με την τεχνοτροπία που εξηγήθηκε παραπάνω. Και ένα ποστ

<sup>72</sup> Εικόνα 2.11.

που σχετίζεται με την καινούργια τοποθεσία κάθε φορά, χρησιμοποιώντας τη μορφή του carousel,<sup>73</sup> ξεκινώντας με μια πιο μυστηριώδης εικόνα από την οποία αποκαλύπτεται το πρόγραμμα, η ακριβής διεύθυνση, και κλείνει με το λογότυπο. Σε δίκτυα που δεν είναι δυνατή αυτή η μορφή, το ποστ θα εμφανίζεται ως gif και θα εναλλάσει τις παραπάνω εικόνες.

## vi. Ιστοσελίδα



Εικόνα 2.14 Ιστοσελίδα του "Path".

Αντίστοιχα με τα κοινωνικά δίκτυα, η ύπαρξη ιστοσελίδας είναι σχεδόν απαραίτητη για την επικοινωνία και αποτελεί ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο που περιέχει όλες τις πληροφορίες σε σχέση με το εργαστήρι. Γενικά η ιστοσελίδα<sup>74</sup> περιλαμβάνει την καλλιτεχνική προσέγγιση του εργαστηρίου σε σχέση με το χορό, τη μουσική και το θέατρο, τη φιλοσοφία του εργαστηρίου, μια λίστα με τους συνεργαζόμενους καλλιτέχνες, και το πλήρες πρόγραμμα με τις τοποθεσίες, τις ημερομηνίες και τις ώρες των εργαστηρίων. Σχεδιαστικά χρησιμοποιεί τα στοιχεία που έχουν ήδη αναλυθεί όπως τα pattern, το φωτογραφικό υλικό και την τυπογραφία.

<sup>73</sup> Εικόνα 2.12

<sup>74</sup> Εικόνα 2.13

vii. Τελική εκδήλωση



Εικόνα 2.15 Αφίσα για τη τελική εκδήλωση του "Path"

Για την τελική εκδήλωση που έχει ήδη αναφερθεί, χρειαζόνταν να χρησιμοποιηθεί ένα όνομα. Λόγω το ότι το εργαστήριο είναι νεοσύστατο, θεωρήθηκε καλό να συμμεριλαμβάνεται η ονομασία του Path μέσα στο τελικό όνομα, με αποτέλεσμα να επιλεγεί το *Pathρασταση* ως εναλλαγή της λεξής *παράσταση*.

Εφόσον στην εκδήλωση παρουσιάζονται όλα τα εργαστήρια αυτό έπρεπε να επικοινωνείται και οπτικά, όποτε χρησιμοποιήθηκαν οι ελεύθερες φόρμες που αναφέρθηκαν προηγουμένως και οι οποίες ενώνουν τα εργαστήρια. Έτσι θα μπορούσε να ειπωθεί ότι η επικοινωνία ενώ η επικοινωνία της ταυτότητα ξεκινάει από ένα διαχωρισμό των εργαστηρίων και των τεχνών, καταλήγει στην ένωση τους με την τελική παράσταση.<sup>75</sup>

<sup>75</sup> Εικόνα 2.14

## Συμπεράσματα

Κλείνοντας, λοιπόν, μπορώ να εκφράσω ότι η εκτέλεση αυτής της πτυχιακής εργασίας αποτέλεσε μια συνειδητή προσπάθεια για τη διερεύνηση και κατανόηση όλων των πτυχών της δημιουργίας και του σχεδιασμού μιας εταιρικής ταυτότητας. Από τη θεωρητική διερεύνηση για να δημιουργηθεί μια σωστή βάση για τη φιλοσοφία της συγκεκριμένης ταυτότητας μέχρι το σχεδιασμό μιας επιτυχημένης επικοινωνίας όσον αφορά τη φιλοσοφία μου δόθηκε η ευκαιρία να κατανοήσω ολόκληρη τη διαδικασία της επικοινωνίας μιας ταυτότητας.

Η διερεύνηση διαφορετικών δρόμων που δεν βασίζονται κυρίως σε αναπαραστατικά στοιχεία για την απόδοση εννοιών όπως της κίνησης, του ρυθμού, και γενικότερα των παραστατικών τεχνών με βοήθησε στο να κατανοήσω όλες τις δυνατότητες της οπτικής επικοινωνίας. Αλλά και τον τρόπο με τον οποίο αυτές μπορούν να γίνουν κατανοητές προς τα έξω.

Η προσπάθεια για τη σύνδεση των παραστατικών και των γραφικών τεχνών σε μία ολοκληρωμένη ταυτότητα ήταν πάνω από όλα ένα ενδιαφέρον εγχείρημα και κέρδισα πολλά από αυτή τη διαδικασία. Σίγουρα όμως μέσω της εργασίας, νομίζω ότι λαμβάνω τον τρόπο με τον οποίο σχεδιάζεται, αναπτύσσεται και προωθείται μια ολοκληρωμένη, συνεκτική και επιτυχημένη εταιρική ταυτότητα.



## Πίνακας Εικόνων

Εικόνα 1.1 Εταιρική ταυτότητα για το κέντρο χορού και παραστατικών τεχνών “Sikinnis”.....	19
Εικόνα 1.2 Εταιρική ταυτότητα για το μη κερδοσκοπικό ίδρυμα “Omaha Performing Arts”. .....	20
Εικόνα 1.3. Εταιρική ταυτότητα για το μη κερδοσκοπικό ίδρυμα “YoungArts”.....	21
Εικόνα 1.4 . Εταιρική ταυτότητα για το κέντρο μουσικοθεραπείας “Nordoff and Robbins”. .....	22
Εικόνα 1.5 Εταιρική ταυτότητα για το κέντρο παραστατικών τεχνών “Kentucky Performing Arts”.23	
Εικόνα 1.6 Εταιρική ταυτότητα για το πολιτιστικό κέντρο “La Mouche”. .....	24
Εικόνα 1.7 Εταιρική ταυτότητα του “University of the Arts Helsinki”. .....	25
Εικόνα 1.8 Εταιρική ταυτότητα για το πολιτιστικό κέντρο “Cable Factory”. .....	26
Εικόνα 1.9 Εταιρική ταυτότητα για το “San Francisco Symphony”. .....	27
Εικόνα 2.1 Λογότυπο του εργαστηρίου “Path”.....	30
Εικόνα 2.2 Εναλλακτικές μορφές του λογότυπου. ....	31
Εικόνα 2.3 Τυπογραφικά παραδείγματα της ταυτότητας. ....	33
Εικόνα 2.4 . Γενικά και ειδικά pattern της ταυτότητας “Path” .....	34
Εικόνα 2.5 Οι λεπτομέρειες των pattern .....	35
Εικόνα 2.6 Ελεύθερες φόρμες.....	35
Εικόνα 2.7 Παραδείγματα φωτογραφικού υλικού της εταιρικής ταυτότητας “Path”. .....	36
Εικόνα 2.8 Τα είδη αφισών της ταυτότητας.....	36
Εικόνα 2.9 Διαφημιστικό φυλλάδιο του εργαστηρίου “Path”. .....	37
Εικόνα 2.10 Banner της ταυτότητας Path .....	38
Εικόνα 2.11 Business cards του εργαστηρίου Path.....	39
Εικόνα 2.12 Παραδείγματα ποστ του “Path” στα κοινωνικά δίκτυα .....	40
Εικόνα 2.13 Παραδείγματα ποστ carousel,.....	40
Εικόνα 2.14 Ιστοσελίδα του “Path”.....	41
Εικόνα 2.15 Αφίσα για τη τελική εκδήλωση του “Path” .....	42

## Βιβλιογραφία

1. Adams, S., 2017. Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design. Rockport Publishers.
2. APAC. An Introduction To Performing Arts & It's Range of Disciplines. [Online] Διαθέσιμο στη: <https://apac.edu.au/blog/an-introduction-to-performing-arts-and-its-branches/> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
3. Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "the arts". Encyclopedia Britannica, Invalid Date, <https://www.britannica.com/topic/the-arts>. [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023.]
4. Burchert, L., NA. Gertrud Grunow's Theory of Harmonization. A Connection between European Reform Pedagogy and Asian Meditation?. bauhaus imaginista. [Online] Διαθέσιμο στη: <https://www.bauhaus-imaginista.org/articles/3895/gertrud-grunow-s-theory-of-harmonization> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
5. Cable Factory. Bond Agency. <https://bond-agency.com/project/cablefactory> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
6. Davis, T. C., Chaillet, N., και Guthrie, T., "theatre". Encyclopedia Britannica, last updated 2023, <https://www.britannica.com/art/theatre-art>. [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
7. Epperson, G. "music". Encyclopedia Britannica, last updated 2023, <https://www.britannica.com/art/music>. [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
8. Frahm, L. A., 2022. Design in Motion: Film Experiments at the Bauhaus. The MIT Press. σσ.120-121
9. Honzl J, 2010. Η κινητικότητα του θεατρικού σημείου. Σκηνή, Το περιοδικό του τμήματος του Θεάτρου του ΑΠΘ. Τεύχος 1. σελ. 7-26 DOI: <https://doi.org/10.26262/skene.v0i1.233>
10. Kentucky Performing Arts. VIA Studio <https://via.studio/work/kentucky-performing-arts> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
11. King, E. 2006. C/ID: Visual Identity and Branding for the Arts. Λονδίνο: Laurence King
12. La Mouche. Graphéine. [www.grapheine.com/en/portfolio/la-mouche-brand-identity-cultural-center-in-saint-genis-laval](http://www.grapheine.com/en/portfolio/la-mouche-brand-identity-cultural-center-in-saint-genis-laval) [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
13. Mackrell, Judith R.. "dance". Encyclopedia Britannica, last updated 2023, <https://www.britannica.com/art/dance>. [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
14. Mohsen Shafiei Nikabadi, Morteza Akbarzadeh Safui & Hamed Agheshlouei (2015) Role of Advertising and Promotion in Brand Equity Creation, Journal of Promotion Management, 21:1, 13-32, DOI: [10.1080/10496491.2014.946208](https://doi.org/10.1080/10496491.2014.946208)
15. Nordoff and Robbins. Pentagram. [www.pentagram.com/work/nordoff-and-robbins/story](http://www.pentagram.com/work/nordoff-and-robbins/story) [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
16. Omaha Performing Arts. Pentagram. [www.pentagram.com/work/omaha-performing-arts/story](http://www.pentagram.com/work/omaha-performing-arts/story) [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

17. Onassis, NA. Δημήτρης Παπαϊωάννου [Online] Διαθέσιμο στη: <https://www.onassis.org/el/people/dimitris-papaiouannou> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
18. Otto, E., Rössler, P., 2019. Bauhaus Women: A Global Perspective. Herbert Press. σελ. 20-21
19. Oxford English Dictionary, s.v. "performing arts, n.", July 2023. <https://doi.org/10.1093/OED/9550199>
20. Passebois, J. D., Martinez, C., and Euzéby, F., Branding the performing arts in the digital age: Lessons from the Opéra de Paris. 15th International Conference on Arts and Cultural Management, Ca'Foscari University of Venice, Jun 2019, Venise, Italy. <https://hal.science/hal-03174402>
21. Puthenedam, R. (2021). Performing and Visual arts. Life Skills Education ( BEDS-005), IGNOU, NewDelhi. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7530361>
22. San Francisco Symphony.Collins. <https://www.wearecollins.com/work/sf-symphony/> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
23. Sikinnis. Lazy Snail Design. [www.lazysnail.design/works/sikinnis](http://www.lazysnail.design/works/sikinnis) [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
24. UNESCO. Performing arts (such as traditional music, dance and theatre). [Online] Διαθέσιμο στη: <https://ich.unesco.org/en/performing-arts-00054> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
25. University of the Arts Helsinki. Bond Agency. <https://bond-agency.com/project/university-of-the-arts-helsinki> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
26. Urde, M. (2009), "Uncovering the corporate brand's core values", Management Decision, Vol. 47 No. 4, pp. 616-638. <https://doi.org/10.1108/00251740910959459>
27. Wingler, H. M., 1978. Bauhaus: Weimar, Dessau, Berlin, Chicago.The MIT Press.
28. YoungArts. Pentagram. [www.pentagram.com/work/youngarts](http://www.pentagram.com/work/youngarts) [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
29. Βουνελάκη, Κ. 2008. Τα ταξίδια της Ομάδας Εδάφους, Το Βήμα. [Online] Διαθέσιμο στη: <https://www.tovima.gr/2008/11/24/archive/ta-taksidia-tis-omadas-edafous/> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
30. Καντούρης, Κ., 2021. Οι «Εν Δυνάμει» Είναι Μία Ομάδα Καλλιτεχνών (Με και Χωρίς Αναπηρία) που Ισοπεδώνουν τα Όρια, Vice. [Online] Διαθέσιμο στη: <https://www.vice.com/el/article/3abnnw/oi-en-dynamei-einai-mia-omada-kallitexnwn-me-kai-xwris-anaphria-pou-isopedwnoun-ta-oria> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
31. Κέντρο Μετά Καπιταλιστικού Πολιτισμού. 2021. Το μέτα βγάζει... μπουλουκί! [Online] Διαθέσιμο στη: <https://metacpc.org/activities/%cf%84%ce%bf-m%ce%adta-%ce%b2%ce%b3%ce%ac%ce%b6%ce%b5%ce%b9-%ce%bc%cf%80%ce%bf%cf%85%ce%bb%ce%bf%cf%8d%ce%ba%ce%b9> / [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

32. Κεφαλά, Χ. Β., 2005. Η επίδραση των μπουλουκιών στην Ελληνική Κοινωνία. Διδακτορική διατριβή. Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών. Τμήμα Κοινωνιολογίας. DOI: 10.12681/eadd/15532
33. Λαβύρινθος. /www.labyrinthmusic.gr [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
34. Μακροστέργιος Ε. 2021. Έρευνα, σχεδιασμός και δημιουργία ενός βιογραφικού ντοκιμαντέρ για την ηθοποιό Μπέμπα Δόξα (1919 - 2000). Διπλωματική εργασία. Πανεπιστήμιο Αιγαίου. <http://hdl.handle.net/11610/23076>. σελ. 11.
35. Μήλιος, Α. Χ., 2020. Εταιρική ταυτότητα και εικόνα. Από τον σχεδιασμό στην επιτυχία. Αθήνα: Εκδόσεις Κρητική.
36. Ομάδα Εν Δυναμει. /www.endynamei.com/ [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]
37. Παπαγεωργίου, Κ., 2011. Ανθρώπινη και σκηνογραφική μηχανή στις παραστατικές τέχνες του 20ου αιώνα. Διδακτορική Διατριβή. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ). DOI: 10.12681/eadd/31622
38. Σωφρονά Μ., (2020), «Η ιστορία του νεοελληνικού θεάτρου από το 1922 έως το 1967»
39. Χαραλάμπους, Β. 2023. Ross Daly: "Πάντα αντιλαμβανόμουν τη μουσική ως κάτι που μαθαίνουμε μαζί με άλλους ανθρώπους", Αθηνόραμα. [Online] Διαθέσιμο στη: <https://www.athinorama.gr/music/3012828/ross-daly-panta-antilambanomoun-ti-mousiki-os-kati-prou-mathainoume-mazi-me-allous-anthropous/> [Ανακτήθηκε 31 Αυγούστου 2023]

# ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ 'ΡΑΤΗ'

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ | ΜΑΡΙΑΝΝΑ ΣΙΜΩΤΑ (19674169)

ΘΕΩΡΙΑ

01

## ΟΡΙΣΜΟΙ

---

### ΠΑΡΑΣΤΑΤΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ

Σύμφωνα με το λεξικό της Οξφόρδης θεωρούνται οι τέχνες που παρουσιάζονται μπροστά σε κοινό. Για τη συγκεκριμένη εργασία ως παραστατικές τέχνες λαμβάνονται ο χορός, η μουσική και το θέατρο.

## ΟΡΙΣΜΟΙ

---

### ΘΕΑΤΡΟ

Το θέατρο χαρακτηρίζεται ως η ζωντανή εκτέλεση δραματικών πράξεων με σκοπό την αφήγηση μιας ιστορίας ή τη δημιουργία θεάματος.



## ΟΡΙΣΜΟΙ

---

### ΜΟΥΣΙΚΗ

Η μουσική είναι η τέχνη που ασχολείται με το συνδυασμό φωνητικών ή οργανικών ήχων με σκοπό τη συναισθηματική έκφραση ή την τεχνική αρτιότητα, σύμφωνα με τα πολιτιστικά πρότυπα του ρυθμού, της μελωδίας και, στις περισσότερες μορφές δυτικής μουσικής, της αρμονίας.

## ΟΡΙΣΜΟΙ

---

### ΧΟΡΟΣ

Ως χορός χαρακτηρίζεται η μορφή έκφρασης που χρησιμοποιεί σωματικές κινήσεις οι οποίες είναι ρυθμικές, σχεδιασμένες (ή μερικές φορές αυτοσχέδιες) και συνήθως συνοδεύονται από μουσική.

## ΜΠΟΥΛΟΥΚΙΑ

---

Ο όρος μπουλούκι σαν ονομασία έχει ρίζα στην τουρκική γλώσσα, και ξεκίνησε να χρησιμοποιείται κατά την περίοδο της Τουρκοκρατίας.

Μπουλούκια ονομάζοταν κάθε ολιγομελή ομάδα που είχε κοινούς επαγγελματικούς σκοπούς και μετακινούνται από περιοχή σε περιοχή. Πολύ συχνό παράδειγμα αποτελούσαν τα μπουλούκια μαστόρων.

## ΘΕΑΤΡΙΚΑ ΜΠΟΥΛΟΥΚΙΑ

---

Τα θεατρικά μπουλούκια ήταν θεατρικοί θίασοι που είχαν κοινούς καλλιτεχνικούς και βιοποριστικούς στόχους.

Τα θεατρικά μπουλούκια, είχαν υιοθετήσει τη λογική του περιοδεύόμενου θιάσου, επηρεασμένη από τη *Commedia dell'Arte*, και μετακινούνταν σε όλη την επαρχία της Ελλάδας για να ανεβάσουν τις θεατρικές τους παραστάσεις.

Συνήθιζαν να ανεβάζουν δύο έργα κάθε βράδυ.

Η συνεχής μετακίνηση από μέρος σε μέρος ήταν εξαντλητική και οι συνθήκες διαμονής στα μέρη που έβρισκαν να ξαποστάσουν ήταν άθλιες.

Το τέλος των θεατρικών μπουλουκιών οφείλεται στην άνθιση του Ελληνικού κινηματογράφου.

## Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥΣ

---

Για τα χωριά και την επαρχία που είχαν περιορισμένη πρόσβαση σε πολιτιστικές εκδηλώσεις και σε θεατρικές παραστάσεις, τα θεατρικά μπουλούκια είχαν μεγάλη πολιτισμική επιρροή και αποτέλεσαν το μέσο για να κλονιστούν ή να ξεπεραστούν η άγνοια και οι προκαταλήψεις που ήρθαν αντιμέτωποι οι ηθοποιοί.

## ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΜΟΡΦΗ

---

### ΜΕΤΑ-ΜΠΟΥΛΟΥΚΙ

Η ομάδα απλώς δανείζεται τον όρο και παρουσιάζεται ως μέτα-μπουλούκι. Στην πραγματικότητα είναι μια περιοδευόμενη ομάδα κατά την Ελλάδα, που συνδυάζει τη μουσική, το θέατρο και τη stand up κωμωδία.

ΤΟ ΘΕΑΤΡΟ  
ΩΣ ΜΗ ΧΩΡΟΣ

---

Ο Honzi αναφέρει ότι η θεατρική παράσταση είναι ένα σύνολο από σημεία και ότι η «σκηνή αναπαριστά το χώρο δράσης».



ΤΟ ΘΕΑΤΡΟ  
ΩΣ ΜΗ ΧΩΡΟΣ

---

Η μετατροπή χώρων με μη θεατρική ταυτότητα σε θεατρικούς εμφανίζεται σαν τάση που κυριαρχεί μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο στην Ευρώπη, την Αμερική αλλά και την Ελλάδα.

## THEORY OF HARMONY

---

Η Θεωρία της Αρμονίας της Gertrud Grunow συσχετίζει το χρώμα με τον ήχο και τις κινήσεις.

Αποτέλεσε έναυσμα να διερευνηθεί η σχέση μεταξύ εννοιών που σχετίζονται με τον ήχο, την κίνηση κτλ., δηλαδή των παραστατικών τεχνών, και του τρόπου που μπορούν να αποτυπωθούν και επικοινωνηθούν χρησιμοποιώντας το χρώμα, το σχήμα-μορφή και την τυπογραφία.

## ΘΕΑΤΡΙΚΗ ΟΜΑΔΑ “ΕΔΑΦΟΥΣ”

Όταν ζητήθηκε να μιλήσει για την επιτυχία και το είδος των παραστάσεων σε αργότερη συνέντευξη, ο Παπαϊωάννου αναφέρει πως η ομάδα είχε καταφέρει να έχουν τα έργα «κλασική αρμονία σε ένα σύγχρονο κοίταγμα».

## ΜΟΥΣΙΚΗ ΟΜΑΔΑ “ΛΑΒΥΡΙΝΘΟΣ”

Ο ίδιος, σε πρόσφατη συνέντευξή του, αναφέρει ότι ήταν «μια παρέα νέων που ψάχναμε καινούργιους ήχους μέσα από παραδόσεις.»

Βασικό δομικό στοιχείων τέτοιων ομάδων είναι το δάνειο στοιχείων του παρελθόντος και η μίξη τους με μια σύγχρονη αναζήτηση.

## ΟΜΑΔΑ "ΕΝ ΔΥΝΑΜΕΙ"

Η ομάδα "Εν Δυνάμει" είναι μια κολεκτίβα καλλιτεχνών με και χωρίς αναπηρία.

Η φιλοσοφία τους βασίζεται στο γεγονός ότι μέσα από τις δράσεις τους προτείνουν ένα νέο μοντέλο τέχνης και ζωής, όπου το "ανοίκειο", το "περίεργο", το "διαφορετικό" και το "ξένο" ενσωματώνονται στο σύνολο, ενδυναμώνοντάς το.

PATH

02

## ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ

---

Ιδρυτές ή διοργανωτές του εργαστηρίου αποτελούν μικρή ομάδα από επαγγελματίες καλλιτέχνες που έχουν σχέση με τις παραστατικές τέχνες.

Οργανώνουν και στήνουν εργαστήρια που έχουν σχέση με το θέατρο, τη μουσική και το χορό.

## ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ

---

Τα εργαστήρια δεν έχουν ένα σταθερό χώρο, αλλά η ομάδα μετακινείται από περιοχή σε περιοχή της Αθήνας προσφέροντας την υπηρεσία τους.

Απευθύνονται σε ερασιτέχνες και άτομα χωρίς εμπειρία και σε καλλιτέχνες του χώρου που ενδιαφέρονται για συνεργασία με το Path.

## Δ Ο Μ Η

---

- Κάθε μήνα η ομάδα επισκέπτεται τρεις κοντινές περιοχές-γειτονιές
- Σε κάθε μια από αυτές οργανώνεται ένας είδους εργαστήριο (θεάτρου, χορού ή μουσικής).  
Σύνολο 3 εργαστήρια στην ευρύτερη περιοχή.
- Με την ολοκλήρωση των μαθημάτων, στο τέλος του μήνα, διοργανώνεται μια τελική παράσταση.
- Το εργαστήριο δανείζεται κλειστούς και ανοιχτούς χώρους που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν τα μεμονωμένα εργαστήρια, όπως δημοτικά γυμναστήρια, γήπεδα κ.τ.λ.



## ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

---

### ΟΙΚΕΙΟΤΗΤΑ - ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ

Απευθύνεται σε όλους, με στόχο πάνω απ' όλα τη δημιουργία ενός φιλικού περιβάλλοντος στο οποίο όλοι οι συμμετέχοντες θα περνούν καλά.

### ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Όλη η προσπάθεια χτίζεται πάνω στις ανταλλαγές ιδεών και την αλληλεπίδραση μεταξύ καλλιτεχνών και συμμετεχόντων.

### ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ – ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΣΜΟΣ

Σκοπός είναι μέσα από τα εργαστήρια να διερευνηθούν νέοι δρόμοι έκφρασης.

### ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ

Όχι μόνο στην καλλιτεχνική έκφραση, αλλά και στην οργάνωση των εργαστηρίων, συμπεριλαμβανομένου του μετακινούμενου χώρου.

PATH

---

PERFORMING ARTS ATHENS → PATH

PATH → ΜΟΝΟΠΑΤΙ / ΔΙΑΔΡΟΜΗ

## P A T H

Αντιπροσωπεύει το γεγονός ότι τα εργαστήρια δεν είναι σταθερά αλλά καταγράφουν μια διαδρομή με τη μετακίνησή τους στην Αθήνα.

Εκφράζει τη διαδρομή που διανύουν στην αναζήτησή τους για τη τέχνη του αύριο, δηλαδή στη σύγχρονη, πειραματική τέχνη.

Η συμμετέχοντες των εργαστηρίων ανακαλύπτουν τη δική τους διαδρομή στο κόσμο της τέχνης.

TAGLINE

---

FIND YOUR OWN PATH

ΠΡΟΣΧΕΔΙΑ

---

**Path**  
ΕΡΓΑΣΤΗΡΙ ΠΑΡΑΣΤΑΤΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ



**Path**  
ΕΡΓΑΣΤΗΡΙ  
ΠΑΡΑΣΤΑΤΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

**path**

**PATH**

performing arts  
**path.**  
workshops athens

ΛΟΓΟΤΥΠΟ

---

path

path

ΛΟΓΟΤΥΠΟ

---

**path**  
ΕΡΓΑΣΤΗΡΙ ΠΑΡΑΣΤΑΤΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

ΛΟΓΟΤΥΠΟ

---



path



ΛΟΓΟΤΥΠΟ

---



ΛΟΓΟΤΥΠΟ

---



## ΧΡΩΜΑΤΑ

---



ΘΕΑΤΡΟ

ΜΟΥΣΙΚΗ

ΧΟΡΟΣ

ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΝ  
ΧΡΩΜΑ

PATTERN

---



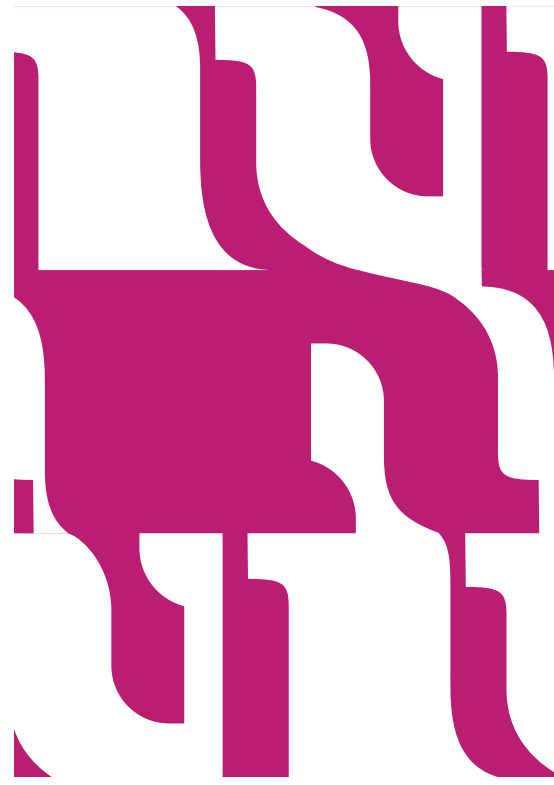
PATTERN

---



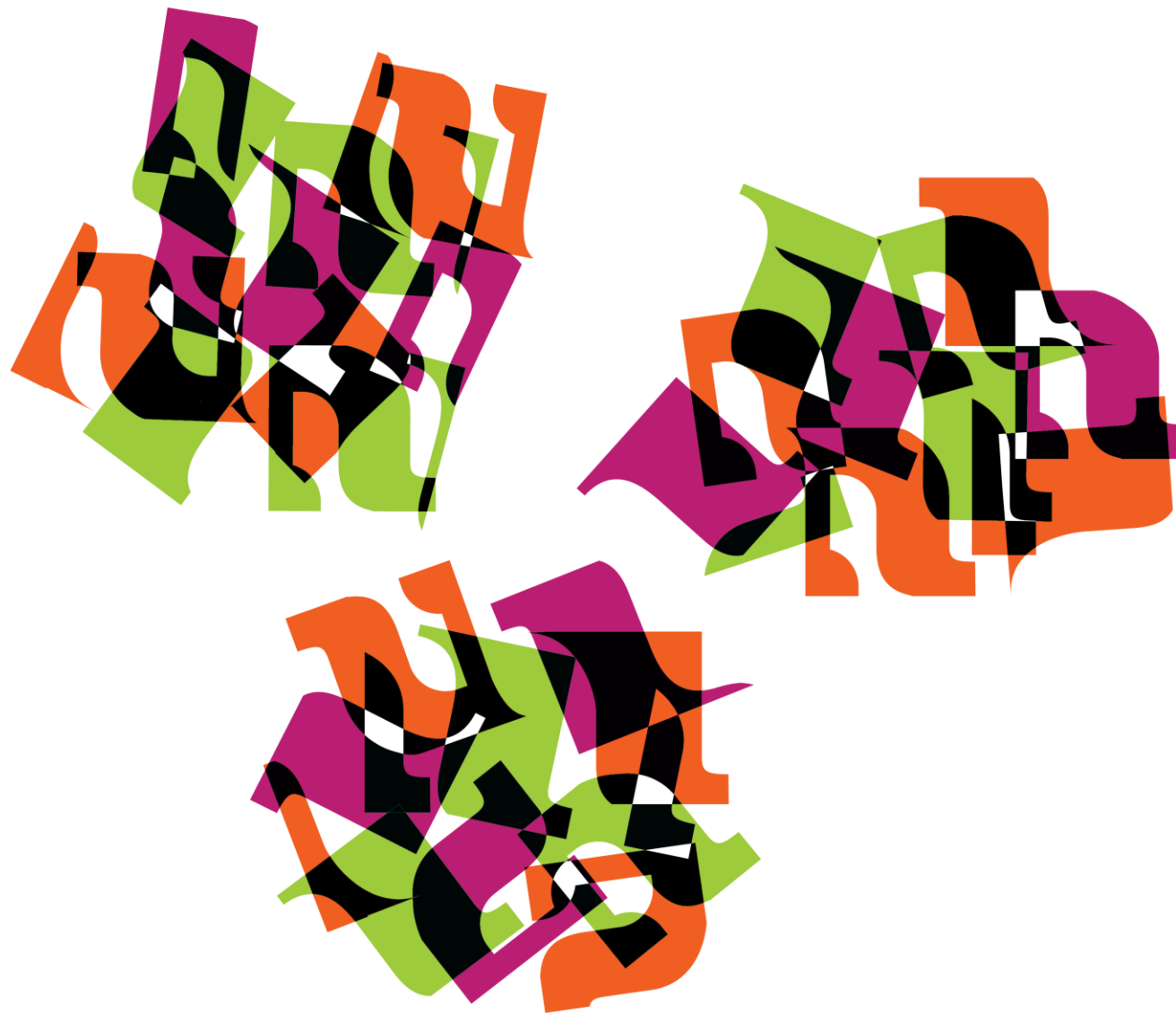
PATTERN

---



PATTERN

---



ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ

# SOFIA SANS CONDENSED

REGULAR:

AaBbCcDdEeFfGgHhIijjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789  
AaBβΓγΔδΕεΖζΗηΘθΙιΚκΛλΜμΝνΞξΟοΠπΡρΣσΤτΥυΦφΧχΨψΩω

MEDIUM:

AaBbCcDdEeFfGgHhIijjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789  
AaBβΓγΔδΕεΖζΗηΘθΙιΚκΛλΜμΝνΞξΟοΠπΡρΣσΤτΥυΦφΧχΨψΩω

SEMI BOLD:

AaBbCcDdEeFfGgHhIijjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789  
AaBβΓγΔδΕεΖζΗηΘθΙιΚκΛλΜμΝνΞξΟοΠπΡρΣσΤτΥυΦφΧχΨψΩω

BOLD:

AaBbCcDdEeFfGgHhIijjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789  
AaBβΓγΔδΕεΖζΗηΘθΙιΚκΛλΜμΝνΞξΟοΠπΡρΣσΤτΥυΦφΧχΨψΩω

BLACK:

**AaBbCcDdEeFfGgHhIijjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789**  
**AaBβΓγΔδΕεΖζΗηΘθΙιΚκΛλΜμΝνΞξΟοΠπΡρΣσΤτΥυΦφΧχΨψΩω**



ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ

---

ΘΕΑ ΜΟΥ ΧΟ  
ΤΡΟ ΣΙΚΗ ΡΟΣ

ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

03

ΑΦΙΣΕΣ



ΑΦΙΣΕΣ



# ΑΦΙΣΕΣ



# ΦΥΛΛΑΔΙΑ



BANNER

---



# BUSINESS CARDS





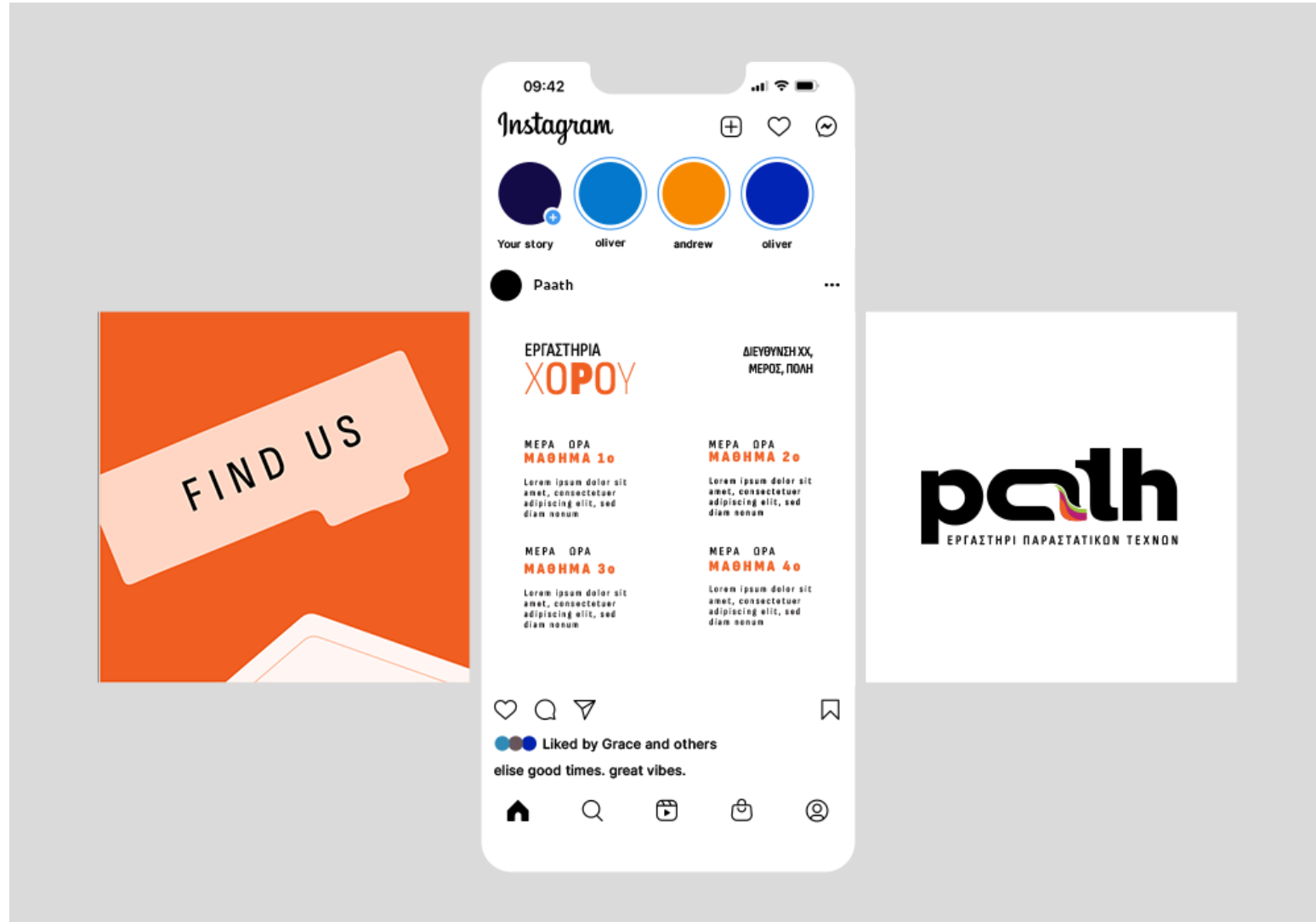
# BUSINESS CARDS



SOCIAL  
MEDIA



# SOCIAL MEDIA



WEBSITE



**path**

OUR WORK PHILOSOPHY OUR TEAM PROGRAM

**ΠΟΙΟΙ ΕΙΜΑΣΤΕ**

**ΝΥΡΤΣ ΡΙΧΑΚΟΥ**  
 Η Νύρτς Ριχάκου, είναι η πρώτη γυναίκα που έγινε μέλος του ΠΑΘ. Η Νύρτς είναι η πρώτη γυναίκα που έγινε μέλος του ΠΑΘ. Η Νύρτς είναι η πρώτη γυναίκα που έγινε μέλος του ΠΑΘ.

**ΠΑΝΟΣ ΔΑΣΙΔΟΥ**  
 Ο Πάνος Δασίδου, είναι ο πρώτος άνδρας που έγινε μέλος του ΠΑΘ. Ο Πάνος είναι ο πρώτος άνδρας που έγινε μέλος του ΠΑΘ. Ο Πάνος είναι ο πρώτος άνδρας που έγινε μέλος του ΠΑΘ.

**ΠΑΠΑΚΑ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ**  
 Ο Παπάκας Δημήτριος, είναι ο πρώτος άνδρας που έγινε μέλος του ΠΑΘ. Ο Παπάκας είναι ο πρώτος άνδρας που έγινε μέλος του ΠΑΘ. Ο Παπάκας είναι ο πρώτος άνδρας που έγινε μέλος του ΠΑΘ.

**path**

OUR WORK PHILOSOPHY OUR TEAM PROGRAM

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ**

**3-28 ΙΟΥΛΙΟΥ**  
**ΠΑΤΚΑΤΙ ΚΑΙΣΑΡΙΑΝΗ ΒΥΣΣΙΑ**

**1-25 ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ**  
**ΒΟΤΑΝΙΚΟΣ ΡΟΥΦ ΤΑΥΡΟΣ**

**5-29 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ**  
**ΖΩΓΡΑΦΟΥ ΓΑΙΣΙΑ ΓΟΥΔΑ**

**path**

OUR WORK PHILOSOPHY OUR TEAM PROGRAM

**ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ**

Η φιλοσοφία μας είναι η βάση της ζωής μας. Η φιλοσοφία μας είναι η βάση της ζωής μας. Η φιλοσοφία μας είναι η βάση της ζωής μας.

**path**

OUR WORK PHILOSOPHY OUR TEAM PROGRAM

**FIND YOUR OWN PATH**

Η φιλοσοφία μας είναι η βάση της ζωής μας. Η φιλοσοφία μας είναι η βάση της ζωής μας. Η φιλοσοφία μας είναι η βάση της ζωής μας.

**path**

OUR WORK PHILOSOPHY OUR TEAM PROGRAM

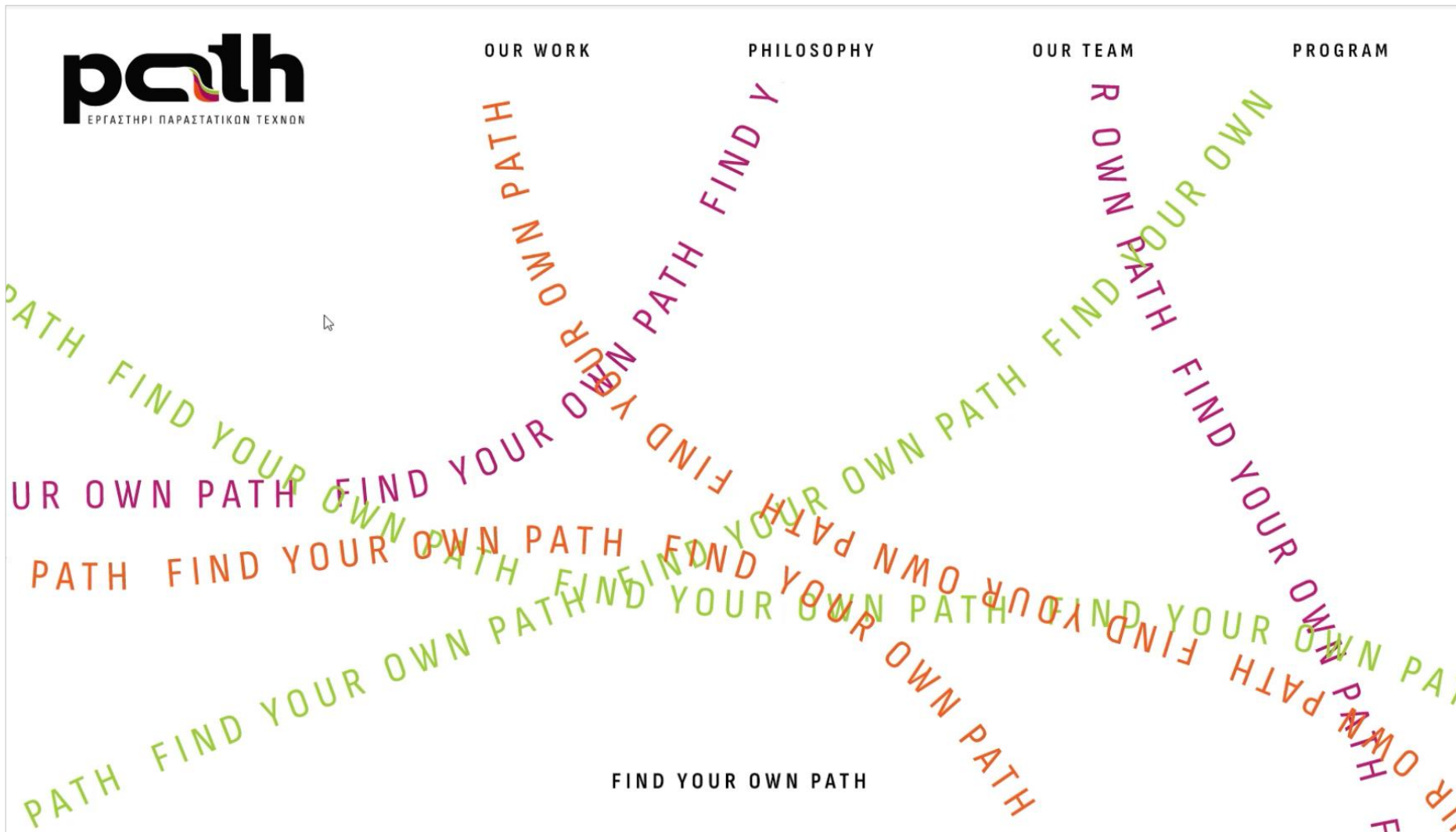
**ΜΟΥΣΙΚΗ**

Η μουσική είναι η γλώσσα της καρδιάς μας. Η μουσική είναι η γλώσσα της καρδιάς μας. Η μουσική είναι η γλώσσα της καρδιάς μας.

**FIND YOUR OWN PATH**

WEBSITE

[LINK TO VIDEO](#)



ΕΚΔΗΛΩΣΗ



ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΠΟΛΥ!

---