



**ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ  
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ  
ΕΝΤΥΠΟΥ – ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΡΙΟΔΙΚΗΣ ΕΚΔΟΣΗΣ**

**ΦΟΙΤΗΤΕΣ:**

**ΠΑΡΟΥΤΟΓΛΟΥ ΕΛΕΝΗ**

**ΧΑΤΖΗΛΑΖΑΡΙΔΟΥ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ**

**ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ:**

**ΚΑΡΑΜΑΝΗ ΑΝΤΙΓΟΝΗ**

**ΑΘΗΝΑ 2022**

**Τα μέλη της Επιτροπής Εξέτασης Πτυχιακής Εργασίας**

**Αντιγόνη Καραμάνη**

**Φιλίππα Αθυμαρίτου**

**Αθανάσιος Παπακωνσταντίνου**

## ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Ελένη Παρούτογλου, του Δημητρίου, με αριθμό μητρώου 517160140230 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

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

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

Η Δηλούσα  
Παρούτογλου Ελένη



## ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Χατζηλαζαρίδου Σταυρούλα του Ευλαμπίου, με αριθμό μητρώου 517160490230 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

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

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

Η Δηλούσα  
Χατζηλαζαρίδου Σταυρούλα



## Περίληψη

---

Η θεμελιώδης διάθεση του ανθρώπου να εκφράσει με έναν μόνιμο τρόπο τις σκέψεις, τις γνώσεις και τη διάθεση του να επικοινωνήσει με τους συνανθρώπους του, ξεκινάει από την ανακάλυψη της γραφής και εξελίσσεται με την εφεύρεση της Τυπογραφίας.

Με αφετηρία εγχειρίδια, βιβλία και συγγράμματα, η τυπογραφία έφερε στο προσκήνιο ένα νέο είδος εντύπου, το περιοδικό, το οποίο θα αποτελέσει το μέσο για ενημέρωση και επικοινωνία και θα δώσει στους αναγνώστες του την δυνατότητα να μοιραστούν τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους. Θα εκδίδεται σε τακτά χρονικά διαστήματα με χαρακτηριστική ονομασία, πλούσια θεματολογία και συγκεκριμένο ύφος ενώ θα απευθύνεται σε ένα ευρύ αναγνωστικό κοινό.

Πλέον, υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία εντύπων τα οποία απευθύνονται σε κάθε είδους αναγνωστικό κοινό, ανάλογα με τις αναζητήσεις και τα ενδιαφέροντά τους, με πλήθος θεμάτων, όπως κοινωνικά, πολιτιστικά, εκπαιδευτικά, πολιτικά, ψυχαγωγικά, ταξιδιωτικά κ.α.

Και ενώ με την εξέλιξη της ψηφιακής τεχνολογίας και τη δημοτικότητα των ηλεκτρονικών περιοδικών πολλοί λένε πως η εποχή του χαρτιού έχει περάσει, το έντυπο περιοδικό παραμένει στην προτίμηση του μεγαλύτερου μέρους του αναγνωστικού κοινού.

Το περιοδικό #PhotoTag είναι ένα ετήσιο περιοδικό φωτογραφίας, το οποίο δημιουργήθηκε στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας, με σκοπό την ενημέρωση του ενδιαφερόμενου κοινού. Οι αναγνώστες, διαβάζοντάς το, μπορούν να ενημερωθούν για τις διάφορες εκθέσεις και διαγωνισμούς της χρονιάς, να διαβάσουν συνεντεύξεις φωτογράφων, να ξεφυλλίσουν το περιοδικό ανακαλύπτοντας εντυπωσιακές φωτογραφίες, καθώς και να διευρύνουν τις γνώσεις τους διαβάζοντας τα ενδιαφέροντα άρθρα που υπάρχουν. Πρόκειται για ένα περιοδικό πρώτης κυκλοφορίας το οποίο δημιουργήθηκε από μια φωτογραφική ομάδα των social media που διαχειριζόμαστε και βασίζεται σε στοιχεία από επιτυχημένα στον χώρο περιοδικά όπως ο Φωτογράφος, το MVIIBE, το Photography week, το photonews, το photonet και άλλα πολλά.

Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία αναφέρεται στην υλοποίηση μια περιοδικής έκδοσης με σκοπό την δημιουργία ενός φωτογραφικού περιοδικού, από την αρχική ιδέα και τον σχεδιασμό του έως την έκδοσή του τελικού προϊόντος.

### **Λέξεις κλειδιά:**

Περιοδικό, περιοδικό φωτογραφίας, έκδοση, πλέγμα, διάταξη, πρότυπες σελίδες, μοντάζ, σχεδίαση, εκτύπωση, κοστολόγηση, βιβλιοδεσία.

## *Abstract*

---

The fundamental disposition of human to express in a permanent way his thoughts, his knowledge and his disposition to communicate with his fellow men, begins with the discovery of writing and evolves with the invention of Typography.

Starting from manuals, books and writings, printing brought to the fore a new type of print, the magazine, which will be the medium for information and communication and will give its readers the opportunity to share their knowledge and experiences. It will be published at regular intervals with a distinctive name, rich subject matter and a specific style while addressing a wide readership.

Now, there is a wide variety of publications that appeal to all kinds of readers, depending on their searches and interests, with a multitude of topics, such as social, cultural, educational, political, entertainment, travel, etc.

And while with the development of digital technology and the popularity of electronic magazines many say that the age of paper has passed, the printed magazine remains the preference of the majority of the reading public.

The magazine #PhotoTag is an annual photography magazine, which was created within this present thesis, with the aim of informing the interested public. Readers, by reading it, are able to get up to date with various exhibitions and contests for the year, read interviews of well-known photographers, flip through the magazine discovering impressive photos, as well as expand their knowledge while reading on interesting articles available there. This is a first release magazine which was inspired by a social media photography group that we are managing and it is based on many elements from successful magazines such as The Photographer (ο Φωτογράφος), the MVIBE, the Photography Week, the Photo News, the Photo Net and many more.

This specific thesis refers to the implementation of a magazine edition with the purpose of creating a photography magazine, starting from the original idea, to its designing, and lastly its edition.

### **Keywords:**

Magazine, photography magazine, edition, grid, layout, master pages, editing, designing, printing, costing, binding

## Πίνακας περιεχομένων

Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> - Σκοπός και στόχος της πτυχιακής εργασίας .....	9
1.1 Σκοπός και στόχος της πτυχιακής εργασίας.....	9
1.2 Ερευνητική μεθοδολογία .....	9
1.3 Δομή της πτυχιακής εργασίας.....	9
Κεφάλαιο 2 <sup>ο</sup> - Τυπογραφικός σχεδιασμός εντύπου .....	10
2.1 Διάταξη - Layout .....	10
2.2 Πλέγμα - Grid.....	10
2.3 Συμμετρία .....	10
2.3.1 Συμμετρικό πλέγμα .....	11
2.4 Ασύμμετρο πλέγμα.....	11
2.5 Ακολουθία Fibonacci .....	12
2.6 Χρυσή Αναλογία .....	13
2.7 Δημιουργία layout.....	15
2.7.1 Οπτική ιεραρχία .....	15
2.7.2 Ιεραρχία κειμένου .....	17
2.7.3 Εικόνες.....	18
2.7.4 Κείμενο .....	19
2.8 Ισορροπία .....	20
2.9 Ρυθμός.....	21
2.10 Αρμονία .....	22
2.11 Αναλογία.....	22
Κεφάλαιο 3 <sup>ο</sup> – Σχεδιαστική διαδικασία περιοδικής φωτογραφικής έκδοσης.....	24
3.1 Ορισμός περιοδικής έκδοσης.....	24
3.2 Περιοδικό φωτογραφίας.....	24
3.3 Ομάδα στόχευσης (target group).....	24
3.4 Έρευνα αγοράς .....	24
3.5 Οπτικός σχεδιασμός.....	27
3.6 Τυπογραφικός σχεδιασμός .....	29
3.6.1 Συλλογή περιεχομένου.....	29
3.6.2 Δημιουργία λογοτύπου .....	33
3.6.3 Εξώφυλλο .....	35
3.6.4 Σχεδιασμός διαφημίσεων .....	37
3.6.5 Κείμενα και πληροφορίες .....	40

Κεφάλαιο 4 <sup>ο</sup> – Προεκτύπωση.....	44
4.1 Επεξεργασία εικόνων .....	44
4.2 Επεξεργασία διανυσματικών γραφικών .....	45
4.3 Ηλεκτρονική σελιδοποίηση.....	49
4.3.1 Δημιουργία αρχείου .....	49
4.3.2 Master pages .....	49
4.3.3 Σχεδιασμός master page .....	50
4.4 Έλεγχος αρχείων – preflight .....	53
4.5 Δημιουργία αρχείου pdf προς εκτύπωση .....	54
4.6 Μοντάζ .....	56
Κεφάλαιο 5 <sup>ο</sup> –Εκτυπωτική διαδικασία.....	59
5.1 Εκτύπωση .....	59
5.2 Βιβλιοδεσία .....	60
5.3 Προϋπολογισμός κόστους παραγωγής.....	61
Συμπεράσματα .....	66
Βιβλιογραφία .....	67



## Πίνακας εικόνων

Εικόνα1: Ο μαθηματικός τύπος Fibonacci .....	12
Εικόνα 2: Εύρεση του φ.....	13
Εικόνα3: Δημιουργία λογαριθμικής σπείρας.....	14
Εικόνα 4: Οπτική ιεραρχία χρώματος σε αντίθεση με το φόντο .....	15
Εικόνα 5: Παράδειγμα εικονογράφησης .....	19
Εικόνα 6: Συμμετρική ισορροπία .....	20
Εικόνα 7: Ασύμμετρη ισορροπία.....	21
Εικόνα 8: Αναλογική σχεδίαση.....	23
Εικόνα 9: Διαστάσεις εξωφύλλου του περιοδικού #PhotoTag.....	25
Εικόνα 10: Ανταγωνιστικά εξώφυλλα περιοδικών .....	26
Εικόνα 11 : Διάταξη κειμένων ανταγωνιστικών περιοδικών .....	27
Εικόνα 12: Η αξία του χρώματος.....	28
Εικόνα 13: Παράδειγμα αρχής Gestalt.....	28
Εικόνα 14: Διαμόρφωση κειμένου σε άρθρο.....	29
Εικόνα 15: Διαμόρφωση κειμένου σε συνέντευξη .....	30
Εικόνα 16: Συνδυασμός εικόνας με το κείμενο .....	30
Εικόνα 17: Φωτογραφία από την στήλη αναγνωστών .....	31
Εικόνα 18: Γραφικά στοιχεία στα περιεχόμενα του περιοδικού .....	32
Εικόνα 19: γραφικά στοιχεία εντός του περιοδικού.....	33
Εικόνα 20: Προσχέδια λογοτύπου .....	34
Εικόνα 21: Τελικό λογότυπο.....	34
Εικόνα 23: Τελικό εξώφυλλο περιοδικού.....	36
Εικόνα 24: Τελικό ανάπτυγμα εξωφύλλου .....	37
Εικόνα 25: Τελικό ανάπτυγμα εσωφύλλου.....	37
Εικόνα 26: Σχεδιασμός διαφημίσεων με βάση την πρωτότυπη ιδέα.....	39
Εικόνα 27: Σχεδιασμός πρωτότυπων διαφημίσεων .....	39
Εικόνα 28: Σχεδιασμός διαφημίσεων .....	40
Εικόνα 29: Γραμματοσειρά περιεχομένων περιοδικού .....	41
Εικόνα 30: Γραμματοσειρές κειμένων .....	41
Εικόνα 31: Γραμματοσειρές πληροφοριών.....	42
Εικόνα 32: Γραμματοσειρά στους τίτλους του εξωφύλλου .....	43
Εικόνα 33: Γραμματοσειρές λογοτύπου .....	43
Εικόνα 34: Μετατροπή χρωματικού χώρου.....	44

Εικόνα 35: Μετατροπή resolution.....	44
Εικόνα 36: Χρήση του προγράμματος Topaz Gigapixel AI .....	45
Εικόνα 37: Διαφορά ρίχελ με διανυσματικά γραφικά.....	46
Εικόνα 38: Διανυσματικά γραφικά στο λογότυπο .....	47
Εικόνα 39: Διανυσματικά γραφικά στα περιεχόμενα .....	48
Εικόνα 40: Διανυσματικά γραφικά στην σελίδα του κουίζ.....	48
Εικόνα 41: Δημιουργία αρχείου στο InDesign .....	49
Εικόνα 42: Δημιουργία new master page .....	50
Εικόνα 43: Δημιουργία A-master page .....	51
Εικόνα 44: Δημιουργία B-Master page .....	52
Εικόνα 45: Δημιουργία C-J Master pages.....	53
Εικόνα 47: Δημιουργία αρχείου PDF.....	54
Εικόνα 48: Ρυθμίσεις export PDF .....	55
Εικόνα 49: Template16σέλιδου .....	56
Εικόνα 50: Α' όψη τυπογραφικού φύλλου .....	57
Εικόνα 51: Template 4σέλιδου.....	58
Εικόνα 52: Α και Β όψη Εξωφύλλου .....	58
Εικόνα 53: Μηχανή εκτύπωσης Όφσετ.....	59
Εικόνα 54: Διαδικασία εκτύπωσης Offset.....	59
Εικόνα 55: Κολλητή βιβλιοδεσία.....	61

## **Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> - Σκοπός και στόχος της πτυχιακής εργασίας**

### **1.1 Σκοπός και στόχος της πτυχιακής εργασίας**

Ο σκοπός της πτυχιακής μας εργασίας είναι ο σχεδιασμός παραγωγής και η υλοποίηση περιοδικής έκδοσης με θέμα την τέχνη της φωτογραφίας. Το περιεχόμενο του περιοδικού επικεντρώνεται στον φωτογραφικό εξοπλισμό, στην ενημέρωση των αναγνωστών για διάφορες εκθέσεις και διαγωνισμούς που θα πραγματοποιηθούν μέσα στο χρόνο, συνεντεύξεις φωτογράφων και ποικίλα θέματα που απασχολούν το ενδιαφερόμενο αναγνωστικό κοινό.

### **1.2 Ερευνητική μεθοδολογία**

Η συγγραφή της παρούσας πτυχιακής εργασίας στηρίχθηκε κυρίως σε ελληνικές και ξενόγλωσσες διαδικτυακές πηγές, καθώς και σε βιβλιογραφικές αναφορές. Οι πηγές αυτές σχετίζονται με άμεσο τρόπο με το θέμα της εργασίας μας και οι πληροφορίες που απαιτήθηκαν έχουν αντληθεί από επιστημονικά άρθρα σε έντυπα και ηλεκτρονικά περιοδικά.

Προκειμένου να υλοποιηθεί το σχεδιαστικό μέρος του περιοδικού, έγινε αναζήτηση αντίστοιχων εκδόσεων με κοινό θέμα προκειμένου να καταλήξουμε στην δομή που θα έχει το έντυπο. Καθώς τα περιεχόμενα του περιοδικού ποικίλουν, από άρθρα σχετικά με την φωτογραφία μέχρι συνεντεύξεις, οι πληροφορίες των κειμένων και οι εικόνες που χρησιμοποιήθηκαν έχουν αντληθεί από το διαδίκτυο.

### **1.3 Δομή της πτυχιακής εργασίας**

Στο πρώτο κεφάλαιο, αναλύεται ο σκοπός και ο στόχος της πτυχιακής εργασίας, καθώς επίσης και η ερευνητική μεθοδολογία για την υλοποίησή της.

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας, περιγράφονται οι βασικές έννοιες και αρχές που σχετίζονται με τον τυπογραφικό σχεδιασμό ενός εντύπου, όπως είναι η διάταξη, το πλέγμα, η ισορροπία κ.λπ. Όλες αυτές οι αρχές συντελούν σε ένα αρμονικό και ελκυστικό αποτέλεσμα που να προσελκύει τον αναγνώστη.

Το τρίτο κεφάλαιο περιλαμβάνει τις σχεδιαστικές παραμέτρους οι οποίες είναι απαραίτητες για την κατανόηση των πληροφοριών του εντύπου και την επικοινωνία με το αναγνωστικό κοινό.

Το τέταρτο κεφάλαιο αναφέρεται στα στάδια του σχεδιασμού και την υλοποίηση του περιοδικού από την δημιουργία του αρχείου μέχρι και το τελικό μοντάζ.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας περιγράφεται η μέθοδος εκτύπωσης και ο τρόπος βιβλιοδεσίας που επιλέχθηκε για την έκδοση του περιοδικού PhotoTag καθώς και ο προϋπολογισμός του κόστους παραγωγής.

## Κεφάλαιο 2ο- Τυπογραφικός σχεδιασμός εντύπου

### 2.1 Διάταξη - Layout

Η διάταξη σελίδας (page layout) αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο τα οπτικά στοιχεία τοποθετούνται πάνω στις σελίδες. Όταν μιλάμε για την διάταξη της σελίδας αναφερόμαστε στην τοποθέτηση των κειμένων, των εικόνων και των γραφικών, με σκοπό την παραγωγή ενός εντύπου (φυλλάδιο, ενημερωτικό δελτίο, περιοδικό, βιβλίο, εφημερίδα κ.α.). Η διάταξη σελίδας ενός εντύπου συγκροτείται από κάποιες οργανωτικές αρχές σύνθεσης και περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία της σελίδας όπως, τα περιθώρια, τα τμήματα του κειμένου, την θέση των εικόνων και τυχόν πλέγματα που μπορεί να χρησιμοποιηθούν για τον καθορισμό της τοποθέτησης των αντικειμένων. Με την επιλογή της γραμματοσειράς, το μέγεθος, τη θέση των εικόνων, τα χρώματα, τις αποστάσεις των κειμένων μεταξύ τους και με τα γραφικά στοιχεία δημιουργούμε αρμονία και ισορροπία στην σελίδα. Η γραμματοσειρά συγκεκριμένα είναι άμεσα συνδεδεμένη με το ύφος και το είδος του εντύπου, την χρήση για την οποία προορίζεται και το κοινό στο οποίο απευθύνεται μεταδίδοντας τα απαραίτητα μηνύματα. Η διάταξη της σελίδας επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο γίνεται αντιληπτό οποιοδήποτε έντυπο, καθιστά εύκολη την πλοήγηση και συμβάλλει στην επικοινωνία του περιεχομένου.

### 2.2 Πλέγμα - Grid

Το πλέγμα είναι η διάταξη που διευθετείται από τεμνόμενες ευθείες οι οποίες μπορεί να είναι οριζόντιες, κάθετες και διαγώνιες. Οι ευθείες αυτές βοηθούν τον σχεδιαστή για την σωστή οργάνωση του περιεχομένου μιας σελίδας και λειτουργούν ως «οδηγοί» στην τοποθέτηση των γραφικών στοιχείων που αποτελούν μια μακέτα. Τα περιοδικά, οι εφημερίδες, τα βιβλία, τα διαφημιστικά φυλλάδια και τα πολυσέλιδα έντυπα, χρησιμοποιούν διαφορετικά συστήματα πλέγματος, τα οποία έχουν την ικανότητα να βελτιώσουν την κατανομή του χώρου σε μια σελίδα έτσι ώστε το έντυπο να είναι καλύτερα δομημένο και κατανοητό προς τον αναγνώστη. Χωρίς την χρήση πλέγματος, τα οπτικά στοιχεία της σελίδας δεν λειτουργούν αρμονικά με αποτέλεσμα την δημιουργία μιας σύνθεσης χωρίς ενότητα και συνοχή. Το πλέγμα μπορεί να σχεδιαστεί είτε συμμετρικά, είτε ασύμμετρα. Το συμμετρικό πλέγμα βασίζεται σε έναν κεντρικό άξονα, με τα οριζόντια και κάθετα περιθώρια να είναι ίσα μεταξύ τους. Οι στήλες που βρίσκονται σε συμμετρική διάταξη έχουν το ίδιο πλάτος, σε αντίθεση με μια ασύμμετρη διάταξη που τόσο τα περιθώρια όσο και οι στήλες μπορεί να διαφέρουν μεταξύ τους. Ωστόσο όταν χρησιμοποιούμε μια ασύμμετρη διάταξη είναι σημαντικό να επιζητούμε την ισορροπία.

### 2.3 Συμμετρία

Μια θεωρία που βασίζεται στην ανθρώπινη συμπεριφορά, περιγράφει πως ένας άνθρωπος μπορεί να αντιληφθεί καλύτερα τις οπτικές πληροφορίες όταν είναι σωστά ταξινομημένες. Αυτή η θεωρία, προέκυψε από τις Αρχές της θεωρίας Gestalt, με βάση την οποία η συμμετρία είναι σημαντική οπτική διατύπωση στον σχεδιασμό του εντύπου. Η συμμετρία είναι η διευθέτηση των επαναλαμβανόμενων τμημάτων μιας σύνθεσης κατά μήκος ενός άξονα, μιας

διαδρομής ή γύρω από ένα κέντρο. Με την συμμετρία μπορούμε να προσφέρουμε μια διατεταγμένη προσέγγιση στο έντυπο, καθώς αυτή προσφέρει ένα τακτοποιημένο σχεδιαστικό περιβάλλον. Όταν τα οπτικά στοιχεία παρουσιάζονται κοινά και από τις δύο πλευρές του άξονα, τότε ο σχεδιασμός παρουσιάζει αρμονία, ισορροπία, τάξη και καλύτερη αίσθηση ανάγνωσης. Υπάρχουν τρεις τύποι συμμετρίας, η ανακλαστική, η περιστροφική και η μεταφορική. Για να δημιουργήσουμε ευκολότερα την αίσθηση της συμμετρίας, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τον αντικατοπτρισμό ενός ή περισσότερων στοιχείων γύρω από έναν κεντρικό άξονα, ο οποίος μπορεί να είναι σε οποιονδήποτε προσανατολισμό (οριζόντιος, κάθετος, διαγώνιος και οτιδήποτε ενδιάμεσο).

### 2.3.1 Συμμετρικό πλέγμα

Το συμμετρικό πλέγμα δημιουργήθηκε με βάση τον κανόνα του Γερμανού τυπογράφου Jan Tschichold, ο οποίος αναφέρει ότι το μέγεθος της αναλογίας μια σελίδας πρέπει να είναι 2:3. Με βάση τις αναλογίες αυτές διαπιστώνουμε ότι το έντυπο, σε σχέση με το μέγεθος των σελίδων αποκτά αρμονία και ομοιογένεια. Ως συμμετρικό πλέγμα ερμηνεύεται ο αντικατοπτρισμός του πλέγματος από την αριστερή προς την δεξιά σελίδα του εντύπου. Έτσι, μπορούμε να δημιουργήσουμε δύο όμοιες σελίδες μεταξύ τους, ανάλογα με το μέγεθος των περιθωρίων τους. Με βάση λοιπόν την θεωρία αυτήν διαπιστώνουμε ότι τα εξωτερικά περιθώρια της σελίδας είναι μεγαλύτερα σε σχέση με αυτά που βρίσκονται στην εσωτερική μεριά του εντύπου. Στο συμμετρικό πλέγμα μπορούμε να κατατάξουμε δύο εκδοχές, το συμμετρικό πλέγμα δύο στηλών και το συμμετρικό πλέγμα πέντε στηλών. Στην πρώτη εκδοχή (συμμετρικό πλέγμα δύο στηλών) εμφανίζεται μια στήλη μεγαλύτερη αναλογικά από την δεύτερη, η οποία περιέχει κείμενα, ενώ η δεύτερη στήλη η μικρότερη εκ των δύο εμπεριέχει εικόνες ή περαιτέρω πληροφορίες. Στην δεύτερη εκδοχή, δηλαδή στο συμμετρικό πλέγμα των πέντε στηλών, ο διαχωρισμός των σελίδων γίνεται σε πέντε οριζόντιες ή και κάθετες στήλες, οι οποίες όμως είναι ίσες μεταξύ τους. Το συγκεκριμένο είδος πλέγματος μπορεί να εφαρμοστεί σε τηλεφωνικούς καταλόγους, λεξικά, βιβλία κ.α. (Γάτσου, 2015). Το συμμετρικό πλέγμα, είναι πιο ήρεμο στην ανάγνωση και αυτό συμβαίνει διότι οι δύο σελίδες δίνουν την δυνατότητα στο μάτι του αναγνώστη να κοιτάζει προς την ράχη, δημιουργώντας έτσι έναν χώρο ήρεμο, αρμονικό και ισορροπημένο.

### 2.4 Ασύμμετρο πλέγμα

Το ασύμμετρο πλέγμα είναι η σύνθεση δυσανάλογων μεταξύ τους στοιχείων, όπως είναι τα περιθώρια και οι στήλες, τα οποία απαλλάσσονται από την διάταξη του κεντρικού άξονα διατηρώντας όμως την ισορροπία στην σχεδίαση.

Το βασικό χαρακτηριστικό της ασυμμετρίας είναι ότι δεν καθορίζεται από κανόνες. Την χαρακτηρίζουν ο δυναμισμός, η ενέργεια και η πολυπλοκότητα, τα οποία μπορούν να κάνουν το έντυπο πιο ενδιαφέρον και να δώσουν την αίσθηση της κυριαρχίας. Παράλληλα ο αναγνώστης έχει την δυνατότητα να δώσει έμφαση σε ένα συγκεκριμένο μέρος του εντύπου.

Τα πλέγματα αυτά έχουν την ιδιότητα να κυριαρχούν από την μία πλευρά του εντύπου, συνήθως την αριστερή, όπου και εκεί η μια στήλη εμφανίζεται στενότερη από τις άλλες. Το

παραπάνω δίνει την δυνατότητα για μια πιο δημιουργική επεξεργασία κάποιων στοιχείων που περιέχονται στην σελίδα, ενώ ταυτόχρονα διατηρείται η συνολική συνοχή του σχεδιασμού. Συνήθως η στενότερη αυτή στήλη βρίσκει χρήση σε λεζάντες, σημειώσεις, εικόνες ή και πρόσθετα στοιχεία. Συχνά χρησιμοποιείται και ως φαρδύ περιθώριο.

(Γάτσου, 2015)

Το 1920 αρκετοί τυπογράφοι ξεκίνησαν να ερευνούν την ασυμμετρία ως σχεδιαστική επιλογή. Πριν από αυτό το διάστημα, ο σχεδιασμός των πλεγμάτων ήταν ομοιόμορφα συμμετρικός προσδίδοντας ισορροπία και μοναδικό χαρακτήρα.

## 2.5 Ακολουθία Fibonacci

Η ακολουθία Fibonacci επινοήθηκε από τον Ιταλό μαθηματικό Leonardo Pisano, γνωστός και ως Leonardo της Πίζας. Εισήγαγε στην Ευρώπη το αραβικό δεκαδικό σύστημα αρίθμησης καθώς επίσης και άλλες μαθηματικές καινοτομίες σε μία εποχή που ήταν αρκετά δύσκολη για τις επιστήμες.

Ο Leonardo, με το βιβλίο του *El Liber Abaci* (Το βιβλίο του άβακα) το οποίο κυκλοφόρησε 1202, μέσα από το οποίο εισήγαγε την ακολουθία αυτή, στα μαθηματικά της Δυτικής Ευρώπης αν και οι Ινδοί την είχαν περιγράψει πριν από αυτόν.

Η ακολουθία Fibonacci είναι μια σειρά αριθμών η οποία ξεκινάει με το 0 και το 1, και μπορεί να συνεχιστεί επ' άοριστο. Η πρόσθεση δύο διαδοχικών αριθμών δημιουργεί τον επόμενο αριθμό Fibonacci στην ακολουθία, δηλαδή κάθε επόμενος αριθμός είναι το άθροισμα των δύο προηγούμενων.

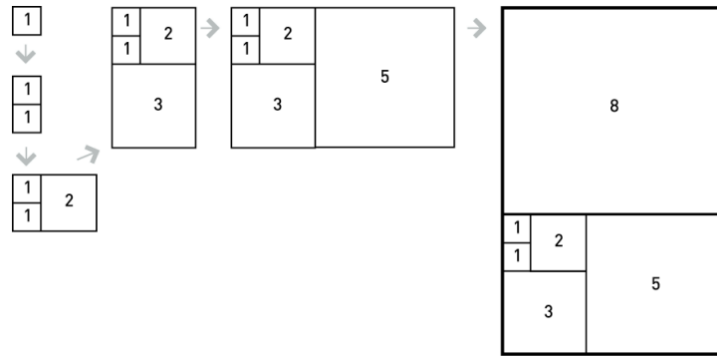
0,1,1,2,3,5,8,13,21,34,55,89,144,233,377,610,...,∞

Σε μαθηματικούς όρους, η ακολουθία του Fibonacci ορίζεται με τον παρακάτω τύπο:

$$F_n = F_{n-1} + F_{n-2}$$
$$(F_0 = 0, F_1 = 1)$$

### *Εικόνα1: Ο μαθηματικός τύπος Fibonacci*

Οι αριθμοί Fibonacci, έχουν άμεση σχέση με το χρυσό ορθογώνιο παραλληλόγραμμο καθώς δημιουργείται ένας συνδυασμός από τετράγωνα, των οποίων οι πλευρές τους είναι διαδοχικοί αριθμοί Fibonacci. Αυτό το σχέδιο που δημιουργείται έχει μια αναλογική μορφή η οποία προσφέρει αρμονία και ευχαρίστηση στα μάτια του θεατή.



Αυτή η θεωρία αποτελεί μια αλάνθαστη μέθοδο, η οποία είναι αρκετά χρήσιμη για την επίλυση των προβλημάτων σύνθεσης. Παρατηρούνται αρκετές ομοιότητες ανάμεσα στην ακολουθία Fibonacci και στην χρυσή τομή ως προς τα θέματα σχεδιασμού και αναλογιών.

## 2.6 Χρυσή Αναλογία

Σαν χρυσή αναλογία μπορούμε να ορίσουμε την απόλυτα συμμετρική σχέση που υπάρχει ανάμεσα σε δύο αναλογίες. Είναι γνωστή και ως χρυσή τομή ή χρυσός κανόνας. Άλλα ονόματα είναι χρυσή μέση, θεϊκή αναλογία και χρυσός λόγος. Η χρυσή τομή, είναι ένα σύστημα αναλογιών, το οποίο είναι υπεύθυνο για την τέλεια δόμηση μίας σύνθεσης. Είναι στενά συνδεδεμένη με την μαθηματική ακολουθία Fibonacci και για να μπορέσουμε να την υπολογίσουμε εφαρμόζουμε την αναλογική σχέση 8:13 και τον αριθμό  $\phi=1,618$ .

Τα στοιχεία αυτά είναι γνωστά από τα αρχαία χρόνια, και έχουν λάβει έναν θεϊκό χαρακτήρα λόγω της επαναλαμβανόμενης παρουσίας τους σε φυσικές και καλλιτεχνικές εκφράσεις.

Αυτοί που μελέτησαν για πρώτη φορά την χρυσή τομή, ήταν οι αρχαίοι Έλληνες μαθηματικοί, διότι εμφανιζόταν αρκετά συχνά στην γεωμετρία. Ο Ευκλείδης, με βάση τα στοιχεία του έδωσε τον πρώτο γραπτό ορισμό της χρυσής τομής: "Μια ευθεία γραμμή λέγεται ότι έχει κοπή σε άκρο και μέσο λόγο, όταν όλη η ευθεία είναι για το μεγαλύτερο τμήμα ότι είναι το μεγαλύτερο τμήμα για το μικρότερο".



$$\frac{AB}{AG} = \frac{AG}{GB} = \phi$$

Λέμε ότι δύο ποσότητες  $\alpha$  και  $\beta$  βρίσκονται σε χρυσή αναλογία όταν :

$$\frac{\alpha+\beta}{\alpha} = \frac{\alpha}{\beta} = \phi$$

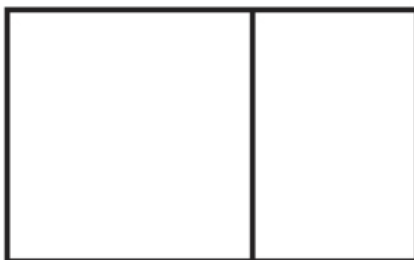
**Εικόνα 2: Εύρεση του  $\phi$**

Για την δημιουργία του χρυσού ορθογώνιου και της λογαριθμικής σπείρας ακολουθούμε τα παρακάτω βήματα:

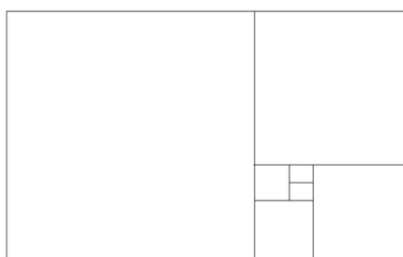
1. Σχεδιάζουμε ένα ορθογώνιο που το μέγεθος της μεγαλύτερης πλευράς του θα είναι ίσο με το γινόμενο της μικρής επί τον αριθμό  $\phi=1,618$ .



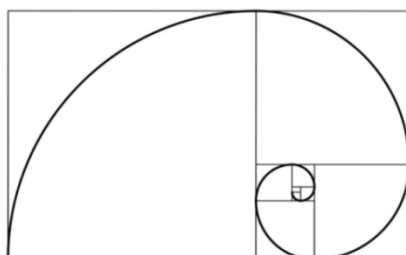
2. Δημιουργούμε στο παραλληλόγραμμο εσωτερικά ένα τετράγωνο στο οποίο οι πλευρές του είναι ίσες με την μικρότερη πλευρά του παραλληλογράμμου. Έτσι έχουμε ως αποτέλεσμα ένα τετράγωνο και ένα μικρότερο παραλληλόγραμμο.



3. Χωρίζουμε κάθε νέο ορθογώνιο που προκύπτει με τον ίδιο τρόπο και δημιουργείται συνεχώς η ίδια σχέση σε μικρότερες κλίμακες.



4. Για τον σχεδιασμό της λογαριθμικής σπείρας ενώνουμε τις δύο απέναντι πλευρές του κάθε τετραγώνου με ένα κυκλικό τόξο.



*Εικόνα3: Δημιουργία λογαριθμικής σπείρας*



## 2.7 Δημιουργία layout

Παρακάτω ακολουθούν οι βασικές αρχές οι οποίες διέπουν στην ορθή διάταξη των τυπογραφικών στοιχείων στις σελίδες του εντύπου.

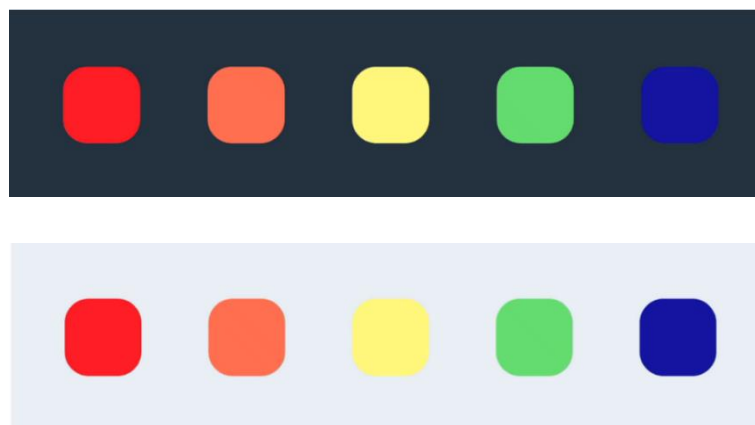
### 2.7.1 Οπτική ιεραρχία

Η οπτική ιεραρχία, είναι μια μέθοδος οργάνωσης των γραφικών στοιχείων (τίτλους, κείμενα, εικόνες, κ.τ.λ.) που συγκροτούν μια σελίδα με σειρά σπουδαιότητας, ώστε οι αναγνώστες να μπορούν να κατανοούν και να παρατηρούν ευκολότερα τις πιο σημαντικές πληροφορίες. Όταν όλα τα στοιχεία που βρίσκονται σε μια σύνθεση έχουν χαρακτηριστικά που είναι όμοια μεταξύ τους, τότε λέμε ότι υπάρχει ισότητα στην οπτική ιεραρχία. Στην περίπτωση που τα στοιχεία δεν έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά, οι διαφορές τους αυτές τα κάνουν να ξεχωρίζουν και να προκαλούν το ενδιαφέρον. Η τοποθέτηση ενός στοιχείου μέσα στην σύνθεση είναι σημαντική για την δημιουργία της οπτικής ιεραρχίας. Η έλλειψη της οπτικής ιεραρχίας σε ένα έντυπο, δυσκολεύει τον αναγνώστη να κατανοήσει την σημασία του περιεχομένου. Ο σχεδιαστής για να μπορέσει να διαχωρίσει τα πιο σημαντικά στοιχεία του εντύπου, χρησιμοποιεί αρχές όπως η αντίθεση, η κλίμακα, η ισορροπία και πολλά άλλα.

Για την οργάνωση και την ιεράρχηση της πληροφορίας χρησιμοποιούνται βασικά στοιχεία σχεδιασμού, όπως:

- **Χρώμα**

Το χρώμα είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας στην δημιουργία οπτικής ιεραρχίας και θα μπορούσαμε να το χαρακτηρίσουμε το κλειδί για τον σχεδιασμό. Αποτελεί πηγή πληροφοριών και βασικό στοιχείο στην διαδικασία της οπτικής επικοινωνίας. Για την σωστή χρήση του χρώματος θα πρέπει ο σχεδιαστής να αξιοποιήσει πλήρως την χρωματική παλέτα ώστε να επιτύχει πλήρως την δημιουργία αρμονικών χρωματικών σχεδιασμών. Τα φωτεινά χρώματα, σε αντίθεση με τα μη κορεσμένα χρώματα είναι αυτά που ελκύουν την προσοχή του θεατή περισσότερο, ανεξάρτητα από την θέση του στοιχείου μέσα στην σύνθεση. Στο παρακάτω παράδειγμα, παρατηρούμε ότι τα φωτεινά χρώματα προβάλλονται όταν είναι τοποθετημένα σε ένα σκούρο φόντο.



*Εικόνα 4: Οπτική ιεραρχία χρώματος σε αντίθεση με το φόντο*

- **Μέγεθος**  
Το μέγεθος στην εφαρμογή της οπτικής ιεραρχίας είναι πολύ σημαντικό. Όταν ο σχεδιαστής θέλει να δώσει έμφαση σε ένα συγκεκριμένο μέρος της σύνθεσης, θα επιλέξει να μεγαλώσει το μέγεθος του στοιχείου, γιατί το ανθρώπινο μάτι έχει την τάση να κοιτάζει πρώτα τα μεγαλύτερα αντικείμενα σε σχέση με τα υπόλοιπα. Με αυτόν τον τρόπο θα είναι σχεδόν αδύνατον στον αναγνώστη να το αγνοήσει. Ωστόσο χρειάζεται μεγάλη προσοχή διότι η μεγέθυνση μπορεί να μειώσει την σημασία κάποιων άλλων στοιχείων που είναι τοποθετημένα μέσα στην σύνθεση.
- **Λευκός χώρος**  
Όταν παρατηρείται στο έντυπο ένας αρκετά μεγάλος χώρος απαλλαγμένος από οπτικά στοιχεία, μπορεί αυτό να τραβήξει την προσοχή του αναγνώστη. Αυτός ο χώρος ονομάζεται λευκός ή αρνητικός και με την χρήση του, ο σχεδιαστής προσθέτει βάθος και νόημα σε αυτό που δημιουργεί. Ο λευκός χώρος δίνει την αίσθηση μιας πιο καθαρής και εύκολης ανάγνωσης, καθώς βελτιώνει την εμπειρία του αναγνώστη.
- **Μοτίβα ανάγνωσης**  
Γνωρίζουμε ότι οι άνθρωποι διαβάζουν από πάνω προς τα κάτω και συνήθως από αριστερά προς τα δεξιά, αλλά αυτό αλλάζει από πολιτισμό σε πολιτισμό καθιστώντας την δουλειά του σχεδιαστή ακόμα πιο δύσκολη. Έχει παρατηρηθεί ότι οι αναγνώστες προτού ξεκινήσουν να διαβάζουν ένα κείμενο, επιλέγουν αρχικά να το σαρώσουν μια φορά γρήγορα για να καταλάβουν αν τους ενδιαφέρει το περιεχόμενο. Τα πιο συνηθισμένα μοτίβα σάρωσης είναι δύο και παίρνουν την μορφή των γραμμάτων F και Z. Τα δύο αυτά μοτίβα παρέχουν στον αναγνώστη μια ωραιότερη εμπειρία και προσφέρουν στο κείμενο μια καλύτερη ροή.
  - Το μοτίβο F συχνά παρατηρείται σε σελίδες με μεγάλα κείμενα όπως για παράδειγμα τα άρθρα. Οι αναγνώστες που χρησιμοποιούν αυτό το μοτίβο, έχουν την τάση να σαρώνουν την αριστερή πλευρά της σελίδας από πάνω προς τα κάτω αναζητώντας τις λέξεις που θα τους προκαλέσουν το ενδιαφέρον. Τις λέξεις αυτές μπορεί να τις βρει στις επικεφαλίδες των κειμένων που βρίσκονται σε αριστερή στοίχιση ή στις αρχικές προτάσεις των θεμάτων και όταν τις εντοπίσει ξεκινάει την ανάγνωση προς τα δεξιά. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται το μοτίβο F.
  - Το μοτίβο Z εμφανίζεται πιο πολύ σε περιεχόμενο που δεν έχει πολύ κείμενο όπως σε διαφημίσεις και σε ιστότοπους. Το μάτι του αναγνώστη προσπαθεί να βρει τις σημαντικές πληροφορίες που βρίσκονται τοποθετημένες στο επάνω τμήμα της σελίδας έτσι το βλέμμα του ακολουθεί μια πορεία από αριστερά προς τα δεξιά. Στην συνέχεια κατεβαίνει στην απέναντι κάτω αριστερά γωνία της σελίδας αναζητώντας επιπρόσθετες πληροφορίες και τέλος το βλέμμα του καταλήγει στην κάτω δεξιά πλευρά της σελίδας δημιουργώντας έτσι το γράμμα Z.

- *Γραμματοσειρά*

Η επιλογή της γραμματοσειράς μπορεί να επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο με τον οποίον ο θεατής αντιλαμβάνεται ένα κείμενο γιατί είναι πολύ σημαντική για την δημιουργία της οπτικής ιεραρχίας. Με την σωστή επιλογή διαφόρων γραμματοσειρών μπορεί το έντυπο να αποκτήσει τον προσωπικό του χαρακτήρα και να τραβήξει έτσι την προσοχή σε συγκεκριμένα σημεία. Το βάρος, το πλάτος, το μέγεθος και το είδος των γραμμάτων είναι αυτά που καθορίζουν την οργάνωση και ιεράρχηση των πληροφοριών.

## 2.7.2 Ιεραρχία κειμένου

Η τυπογραφική ιεραρχία είναι ένα σύστημα, το οποίο βοηθάει τον σχεδιαστή να οργανώσει επιτυχώς τις πληροφορίες στη διάταξη της σελίδας, με σκοπό ο αναγνώστης να μπορέσει να εντοπίσει τα κύρια σημεία του κειμένου με εύκολο και γρήγορο τρόπο. Επίσης του επιτρέπει με μια γρήγορη σάρωση του κειμένου να αντιληφθεί την σειρά σπουδαιότητας των πληροφοριών.

Υπάρχουν τρεις ξεχωριστές ενότητες τυπογραφικής ιεραρχίας, οι οποίες μπορούν να ενταχτούν σε όλους τους τύπους σχεδίασης, δημιουργώντας έτσι μια οπτική ιεραρχία κειμένου. Αυτές είναι η επικεφαλίδα, η υποκεφαλίδα και το κυρίως σώμα.

- *Η επικεφαλίδα*

Σε αυτήν βρίσκονται οι πιο σημαντικές πληροφορίες που θέλει να μεταφέρει ο σχεδιαστής με σκοπό να προσελκύσει το ενδιαφέρον του αναγνώστη. Η επικεφαλίδα θα πρέπει να είναι ελκυστική και να χαρακτηρίζεται από μεγάλες και έντονες γραμματοσειρές.

- *Ο υπότιτλος*

Χρησιμοποιείται για να δώσει στον αναγνώστη περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το κείμενο που πρόκειται να διαβάσει και να επεκτείνει τις πληροφορίες της επικεφαλίδας. Το μέγεθος της γραμματοσειράς που θα χρησιμοποιηθεί δεν πρέπει να είναι μεγαλύτερο από αυτό της επικεφαλίδας, ωστόσο θα πρέπει να ξεχωρίζει από το κυρίως κείμενο.

- *Το κυρίως σώμα*

Είναι το πιο σημαντικό μέρος του κειμένου καθώς περιλαμβάνει πολλές πληροφορίες. Όπως προαναφέραμε, ο ρόλος της επικεφαλίδας και του υπότιτλου είναι να τραβήξουν την προσοχή του αναγνώστη, επηρεάζοντας τον έτσι να αφιερώσει χρόνο στο κείμενο. Είναι σημαντικό οι γραμματοσειρά που θα χρησιμοποιηθεί να είναι ευανάγνωστη και το μέγεθός της να είναι μικρότερο συγκριτικά από της επικεφαλίδας και της υποκεφαλίδας.

Υπάρχουν κάποια στοιχεία τα οποία μπορούν να βοηθήσουν τον σχεδιαστή να δημιουργήσει ιεραρχία κειμένου. Αυτά περιλαμβάνουν:

**Το μέγεθος:** τα κείμενα με μεγαλύτερο μέγεθος γραμματοσειράς είναι συνήθως τα πιο σημαντικά, οπότε ο σχεδιαστής όταν θέλει να δώσει έμφαση σε ένα κείμενο πρέπει να μεγαλώσει το μέγεθος της γραμματοσειράς του κειμένου.

**Το βάρος:** το βάρος της γραμματοσειράς είναι ένας εύκολος τρόπος για την δημιουργία οπτικής ιεραρχίας. Με την χρήση του βάρους ο σχεδιαστής μπορεί να κάνει μια γραμματοσειρά πιο έντονη και τολμηρή ή πιο λεπτή έτσι ώστε να διευκολύνει τον αναγνώστη να οργανώσει τις πληροφορίες στο κείμενο.

**Το χρώμα:** η χρήση του χρώματος σε ένα κείμενο μπορεί να προσδιορίσει ή να δώσει έμφαση σε ένα στοιχείο. Γνωρίζοντας ότι τα πιο θερμά χρώματα αναδεικνύονται όταν συνδυάζονται τα πιο ψυχρά χρώματα, πρέπει να δοθεί προσοχή στις αντιθέσεις που δημιουργούνται σχετικά με την αναγνωσιμότητα του κειμένου.

**Η αντίθεση:** πέρα από την χρωματική αντίθεση, ο σχεδιαστής μπορεί να πειραματιστεί με το διάφορα μεγέθη, βάρη και στυλ των γραμματοσειρών για να δημιουργήσει αντίθεση.

**Θέση:** η θέση είναι μια αρχή που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την οργάνωση των πληροφοριών ανάλογα με την σημασία τους. Οι πιο σημαντικές πληροφορίες τοποθετούνται σε εμφανές σημείο δημιουργώντας έναν οπτικό διαχωρισμό, έτσι ώστε να γίνεται η ανάγνωση πιο εύκολη.

**Ευθυγράμμιση:** η στοίχιση συνδέεται με την θέση για την δημιουργία οπτικής ιεραρχίας. Η χρήση των διαφορετικών επιλογών στοίχισης μπορεί να διαφοροποιήσει τις τρεις ενότητες τυπογραφικής ιεραρχίας μεταξύ τους (επικεφαλίδα, υποκεφαλίδα, κυρίως σώμα).

### 2.7.3 Εικόνες

Η εικόνα αποτελεί το κυρίαρχο στοιχείο του σχεδιασμού, παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην μετάδοση μηνυμάτων και συγκροτεί την οπτική ταυτότητα ενός εντύπου. Μπορεί να τοποθετηθεί αυτούσια σε μία ή και δύο σελίδες, ανάλογα με το μέγεθός της, είτε μπορεί να είναι συμπληρωματική ενός κειμένου, ενισχύοντας έτσι τα μηνύματα που θέλει να μεταφέρει. Με αυτόν τον τρόπο ο αναγνώστης επηρεάζεται συναισθηματικά και το κείμενο γίνεται πιο ελκυστικό.

Μπορούμε να βρούμε τέσσερεις τύπους εικόνων που η επιλογή τους θα πρέπει να γίνει με προσοχή καθώς, ανάλογα με το είδος, διαφοροποιείται το περιεχόμενο του μηνύματος. Οι τύποι των εικόνων που χρησιμοποιούνται στον σχεδιασμό του εντύπου είναι οι παρακάτω:

- **Φωτογραφίες**  
Οι φωτογραφίες είναι ένας τρόπος μετάδοσης πληροφοριών και επιλέγονται είτε γιατί αντιπροσωπεύουν κάτι πραγματικό, είτε γιατί τεκμηριώνουν μια θέση.
- **Εικονογραφήσεις**  
Οι εικονογραφήσεις είναι ένας οπτικός τρόπος για την μετάδοση ιδεών και την προώθηση μηνυμάτων ενός γραπτού κειμένου. Χρησιμοποιείται συνήθως για την επικοινωνία, την εκπαίδευση ή τη διακόσμηση. Γενικότερα, είναι στοιχεία τα οποία απεικονίζουν το περιεχόμενο του εντύπου με υποκειμενικό τρόπο και φαντασία.



*Εικόνα 5: Παράδειγμα εικονογράφησης*

- **Σχέδια ζωγραφικής**  
Είναι απλούστερης μορφής εικονογραφήσεις, οι οποίες μπορούν να σχεδιαστούν είτε σε κάποιο πρόγραμμα σχεδίασης όπως είναι το Adobe Illustrator, είτε στο χέρι.
- **Γραφικά**  
Τα γραφικά, είναι απλοποιημένες εικόνες σε μορφή συμβόλων και σχημάτων με σκοπό την αναπαραγωγή ενός θέματος. Είναι τόσο απλά, που μπορούν να γίνουν κατανοητά από οποιονδήποτε.

#### **2.7.4 Κείμενο**

Το κείμενο είναι το πιο εκτεταμένο μέρος του εντύπου, καθορίζει το τελικό αποτέλεσμα, και είναι αυτό που έχει τις περισσότερες λεπτομέρειες. Η ύπαρξη του κειμένου χωρίς την συμπλήρωση κάποιας εικόνας και το αντίστροφο, δεν είναι ικανή να δώσει τις πληροφορίες που χρειάζονται και να επικοινωνήσει το περιεχόμενο με τον αναγνώστη. Για να υπάρξει ένα επιτυχημένο τελικό αποτέλεσμα στην σχεδίαση του εντύπου, θα πρέπει να γίνει σωστή χρήση της διάταξης, της τοποθέτησης, των γραμμικών στοιχείων και γραμματοσειρών και των κειμένων γενικότερα. Έτσι ο σχεδιαστής καταφέρνει να δώσει κίνητρο στον αναγνώστη να επικεντρωθεί στα πιο σημαντικά σημεία του εντύπου. Η στοίχιση και η διάταξη του κειμένου θα πρέπει να είναι πολύ συγκεκριμένη, έτσι ώστε ο αναγνώστης να λάβει τα μηνύματα που θέλει να μεταφέρει ο σχεδιαστής. Είναι σημαντικό να σημειωθεί, ότι για να υπάρξει αναγνωσιμότητα στο έντυπο, θα πρέπει να γίνει σωστή χρήση περιθωρίων ως προς τις στήλες και τις γραμμές.

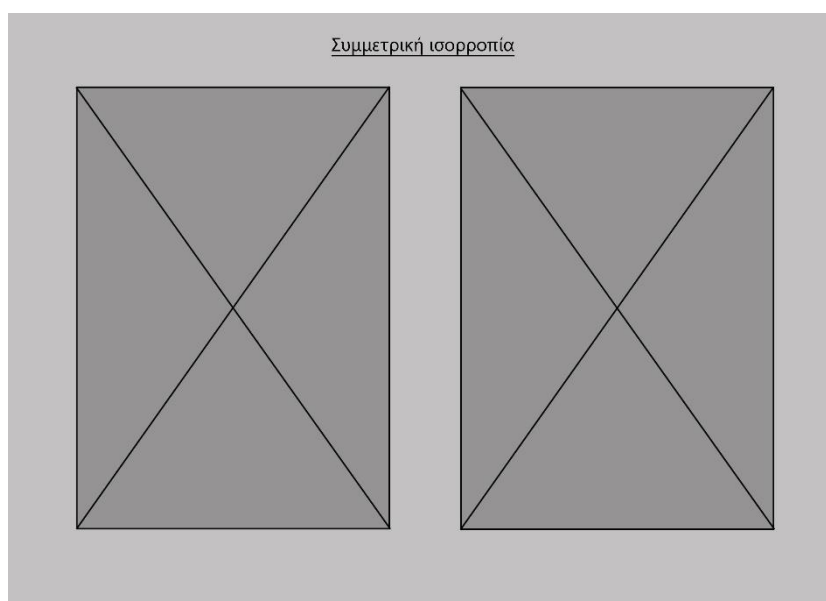
## 2.8 Ισορροπία

Η ισορροπία στην δημιουργία ενός γραφικού σχεδίου αναφέρεται στην ομοιόμορφη κατανομή του οπτικού βάρους των στοιχείων σε μια σύνθεση, τα οποία εξισορροπούνται μεταξύ τους και στις δύο πλευρές του σχεδίου δημιουργώντας έτσι ομοιογένεια, σταθερότητα και συνοχή. Για την επίτευξη της καλύτερης και επιτυχημένης ισορροπίας ενός σχεδίου, η σύνθεση θα πρέπει να ισορροπεί κατακόρυφα, οριζόντια ή διαγώνια.

Υπάρχουν τέσσερις κατηγορίες ισορροπίας που θα ήταν σημαντικό να αναφερθούν.

### ➤ Συμμετρική Ισορροπία

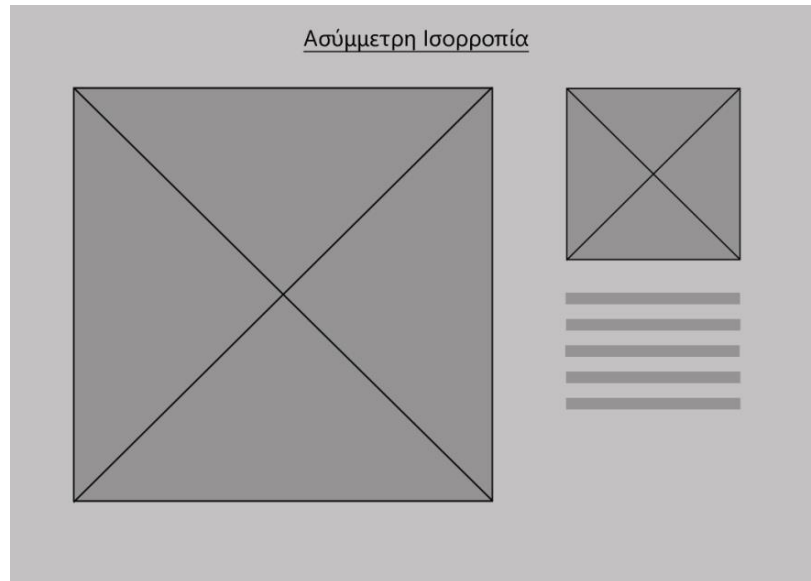
Στην συμμετρική ισορροπία, το οπτικό βάρος των στοιχείων κατανέμεται ομοιόμορφα ως προς οποιαδήποτε κατεύθυνση. Με αυτόν τον τρόπο, δημιουργείται στη σύνθεση μια πιο τακτική εμφάνιση και φαίνεται πιο σταθερή. Η εύρεση του κέντρου και ο αντικατοπτρισμός του βάρους σε κάθε πλευρά με διαφορετικές τεχνικές θα αποτρέψει το σχέδιο από το να γίνει μονότονο. Αυτό το στυλ, παρόλο που έχει εύκολη εφαρμογή είναι δύσκολο να προκαλέσει έντονα συναισθήματα στον αναγνώστη διότι είναι στατικό.



**Εικόνα 6: Συμμετρική ισορροπία**

### ➤ Ασύμμετρη Ισορροπία

Στην ασύμμετρη ισορροπία, το οπτικό βάρος των στοιχείων δεν κατανέμεται ομοιόμορφα στον κεντρικό άξονα της σελίδας, σε αντίθεση με την συμμετρική ισορροπία. Με βάση τις οπτικές διαφοροποιήσεις που δίνει ο σχεδιαστής στο έντυπο, με την χρήση της αντίθεσης, της κλίμακας και του χρώματος, μεταβάλλει την αξία, το μέγεθος και την απόσταση των στοιχείων από το κέντρο δημιουργώντας έτσι μια απατηλή ισορροπία. Με αυτόν τον τρόπο σχεδίασης δίνεται η αίσθηση της κίνησης στην σύνθεση και δημιουργείται ένταση, καθώς καμία πλευρά δεν αντικατοπτρίζει την άλλη. Τα ασύμμετρα σχέδια, προσφέρουν δυναμισμό και ένταση στην απεικόνιση του μηνύματος.



*Εικόνα 7: Ασύμμετρη ισορροπία*

## 2.9 Ρυθμός

Ρυθμός στην σύνθεση ορίζεται ως η περιοδική επανάληψη των στοιχείων και ο τρόπος αλληλεπίδρασης μεταξύ τους. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται η αίσθηση της κίνησης και η σύνθεση αποκτά ομοιομορφία, αρμονία και συνέπεια. Ο σχεδιαστής για να πετύχει αυτό το αποτέλεσμα πρέπει να διαμορφώσει την απαραίτητη απόσταση μεταξύ των στοιχείων με ίδιο μέγεθος, σχήμα και χρώμα. Με τον ρυθμό στην σύνθεση, ο σχεδιαστής μπορεί να καθοδηγήσει τα μάτια του θεατή προκαλώντας του συγκεκριμένα συναισθήματα, αλλάζοντας έτσι τον τρόπο με τον οποίο αλληλοεπιδρά με το οπτικά στοιχεία.

Υπάρχουν πέντε μέθοδοι εμφάνισης ρυθμού:

➤ *Κανονικός ρυθμός*

Ο κανονικός ή αλλιώς τακτικός ρυθμός είναι εκείνος ο οποίος χρησιμοποιεί επαναλαμβανόμενα στοιχεία και μοτίβα σε όλη τη διάρκεια του σχεδιασμού. Για την εύκολη υλοποίηση αυτού του είδους ρυθμού είναι απαραίτητη η δημιουργία ενός πλέγματος ή μια σειρά από κάθετες γραμμές τα οποία είναι πολύ βοηθητικά. Ο αναγνώστης μπορεί να καταλάβει αμέσως τον κανονικό ρυθμό διότι είναι εύκολα αναγνωρίσιμος. Όμως αυτό θέλει μεγάλη προσοχή από τον σχεδιαστή γιατί μπορεί να καταστήσει το σχέδιο μονότονο και προβλέψιμο, καθώς τα μάτια του αναγνωστικού κοινού βρίσκουν ελκυστικό το διαφορετικό.

➤ *Τυχαίος ρυθμός*

Τα στοιχεία σε αυτόν το ρυθμό είναι τυχαία τοποθετημένα μέσα στην σύνθεση χωρίς συγκεκριμένες αποστάσεις μεταξύ τους. Παρόλα αυτά εξακολουθεί να υπάρχει η αρχή της επανάληψης και αυτό φαίνεται σε μερικά από τα χρώματα, τα μεγέθη ή τις υφές.

➤ *Εναλλασσόμενος ρυθμός*

Στην πραγματικότητα, ένας εναλλασσόμενος ρυθμός θεωρείται ένας κανονικός ρυθμός αλλά με μεγαλύτερη πολυπλοκότητα. Αυτός ο ρυθμός δημιουργείται από την χρήση δύο ή περισσότερων επαναλαμβανόμενων εναλλάξιμων μοτίβων με την χρήση διαφορετικών χρωμάτων.

➤ *Ρυθμός ροής*

Τα επαναλαμβανόμενα στοιχεία που χρησιμοποιούνται στον ρυθμό ροής προσφέρουν την αίσθηση της κίνησης λόγω των διάφορων καμπυλών και κυματισμών που δημιουργούνται. Με αυτόν τον τρόπο ο σχεδιαστής καθοδηγεί το βλέμμα του θεατή σε ένα συγκεκριμένο σημείο μέσα από ένα προκαθορισμένο σημείο. Οι σχεδιαστές για την δημιουργία αυτού του μοτίβου αντλούν συνήθως ιδέες μέσα από την φύση φτιάχνοντας όμορφα μοτίβα στοιχείων.

➤ *Προοδευτικός ρυθμός*

Για την δημιουργία αυτού του ρυθμού ο σχεδιαστής χρησιμοποιεί ένα επαναλαμβανόμενο μοτίβο με μικρές αλλαγές κάθε φορά. Αυτές οι αλλαγές που δημιουργούνται από μοτίβο σε μοτίβο μπορούν να γίνουν είτε δραματικά είτε διακριτικά.

## 2.10 Αρμονία

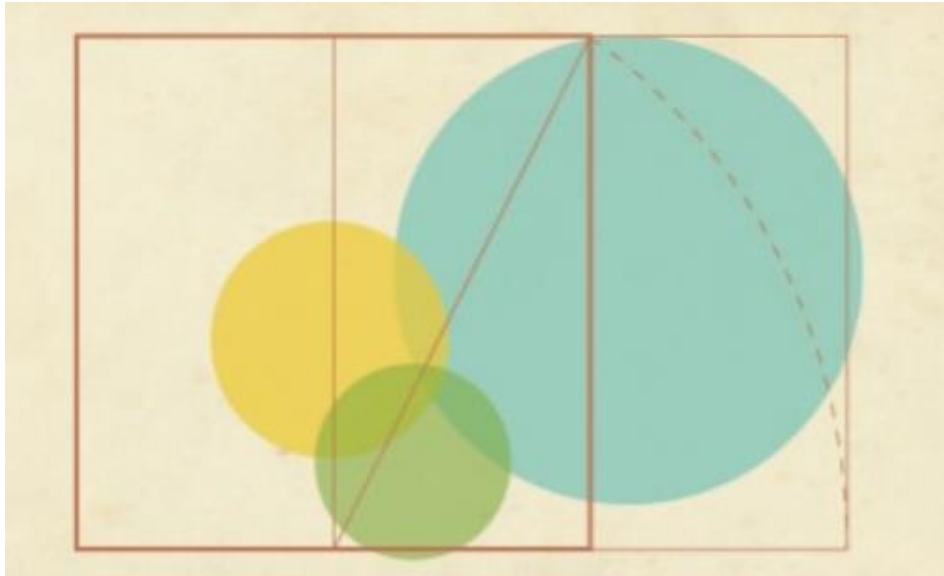
Η αρμονία είναι ένα από τα βασικότερα δομικά στοιχεία του σχεδιασμού με την οποία δημιουργείται η αίσθηση της συνοχής μεταξύ των γραφικών στοιχείων. Για να επιτευχθεί η αρμονία, ο σχεδιαστής πρέπει να κάνει την σωστή επιλογή των στοιχείων τα οποία θα διαθέτουν κοινά χαρακτηριστικά όπως το σχήμα, το περίγραμμα, την υφή, το χρώμα ή το μέγεθος. Η ισορροπία και η συμμετρία, είναι δύο εικαστικές τεχνικές οι οποίες βοηθούν στην διάταξη των στοιχείων επιτυγχάνοντας την αρμονία στην σύνθεση.

Εξίσου σημαντικός παράγοντας είναι η χρήση δύο ή περισσότερων χρωμάτων τα οποία έχουν μια συγκεκριμένη σχέση μεταξύ τους. Αυτό ονομάζεται χρωματική ιεραρχία και προκύπτει από την δημιουργία χρωματικών αρμονικών σχημάτων.

## 2.11 Αναλογία

Η αναλογία είναι μια από τις ευκολότερες αρχές σχεδιασμού και ορίζει την σχέση μεταξύ των στοιχείων ως προς το μέγεθος, την κλίμακα, τα σχήματα και τις ποσότητες σε μία σύνθεση. Οι σχεδιαστές, με την σωστή χρήση της αναλογίας, προσφέρουν στο σχέδιο την αίσθηση της αρμονίας, της συμμετρίας, της προοπτικής, της ισορροπίας και του ρεαλισμού. Όταν ένα στοιχείο φαίνεται μεγαλύτερο αποκτά μεγαλύτερη σημασία και έμφαση σε σχέση με τα μικρότερα σε μέγεθος στοιχεία. Με αυτήν την αρχή, δίνεται μια ξεκάθαρη εικόνα στους αναγνώστες έτσι ώστε να αλληλοεπιδρούν και να ανταποκρίνονται ευκολότερα στο σχέδιο μέσω της οπτικής ιεραρχίας. Στην αντίθετη περίπτωση, όταν δεν υπάρχει αναλογική σχεδίαση, προκαλείται μια σύγχυση στο αναγνωστικό κοινό με αποτέλεσμα την απομάκρυνσή τους από το περιεχόμενο αυτό.





*Εικόνα 8: Αναλογική σχεδίαση*

## Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> – Σχεδιαστική διαδικασία περιοδικής φωτογραφικής έκδοσης

### 3.1 Ορισμός περιοδικής έκδοσης

Με βάση τον Μπαμπινιώτη, το περιοδικό χαρακτηρίζεται ως μια περιοδική έκδοση εντύπου, που έχει σκοπό να πληροφορήσει και να ψυχαγωγήσει τους αναγνώστες του. Τα περιοδικά, ανάλογα με το χρονικό διάστημα της κυκλοφορίας τους, μπορούν να χωριστούν σε κάποιες κατηγορίες όπως ημερήσια, εβδομαδιαία, μηνιαία και ετήσια. Η θεματολογία τους επίσης μπορεί να ποικίλει. Μπορούμε να τα ταξινομήσουμε σε περιοδικά μόδας, αθλητικά, ιστορικά, οικονομικά, καλλιτεχνικά, λογοτεχνικά κ.ά.

Εκτός όμως από τα έντυπα παραδοσιακά περιοδικά μπορούμε να βρούμε στο διαδίκτυο και περιοδικά σε ηλεκτρονική μορφή, τα οποία είτε κυκλοφορούν μόνο ψηφιακά είτε είναι περιοδικά τα οποία υπάρχουν και σε έντυπη μορφή.

### 3.2 Περιοδικό φωτογραφίας

Τα φωτογραφικά περιοδικά, είναι πολύ σημαντικά για την φωτογραφική κοινότητα. Μέσα από αυτά ένας φωτογράφος ή ένας ανερχόμενος φωτογράφος μπορεί να ψυχαγωγηθεί ή να ενημερωθεί για θέματα τεχνικά και καλλιτεχνικά, παρουσιάσεις, αναλύσεις και να διευρύνει τις γνώσεις του καθώς πολλά περιοδικά παραδίδουν κάποια πολύ σημαντικά μαθήματα φωτογραφίας. Μπορούν να προσφέρουν ιδέες για έμπνευση μέσω του ποικίλου περιεχομένου τους, καθώς και ενημέρωση για διαγωνισμούς και εκθέσεις που ένας φωτογράφος ίσως ενδιαφέρεται. Τέλος, μπορούν να πληροφορήσουν σχετικά με τον φωτογραφικό εξοπλισμό με αποτέλεσμα ο κάθε φωτογράφος να ανακαλύψει αυτό που του ταιριάζει.

### 3.3 Ομάδα στόχευσης (target group)

Ομάδα στόχευσης θεωρείται ένα σύνολο ανθρώπων, οι οποίοι είναι πιθανοί αγοραστές του προϊόντος μιας εταιρείας. Η ομάδα αυτή προσδιορίζει την διαδικασία λήψης αποφάσεων μιας εταιρείας καθώς αυτή σχεδιάζει και εμπορεύεται το προϊόν της ανάλογα με τις πωλήσεις του. Για την δημιουργία αυτής της ομάδας, οι άνθρωποι που επιλέγονται πρέπει να έχουν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά ανάλογα με την ηλικία, το φύλο, την εθνικότητα, την θρησκεία, το εισόδημα, τον τρόπο ζωής, τα χόμπι, τα ενδιαφέροντα και την καριέρα τους.

Το PhotoTag είναι ένα περιοδικό με θέμα την φωτογραφία. Απευθύνεται σε ένα αγοραστικό κοινό ανεξαρτήτου φύλου και ηλικίας άνω των 15ετών. Επίσης είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι το περιοδικό κυκλοφορεί εντός Ελλάδας, οπότε είναι απαραίτητη προϋπόθεση οι ενδιαφερόμενοι αγοραστές να είναι κάτοικοι της χώρας. Μέσα από το πλούσιο περιεχόμενο και την θεματολογία του περιοδικού, το κοινό μπορεί να ενημερωθεί, να διευρύνει τις γνώσεις του και να ψυχαγωγηθεί.

### 3.4 Έρευνα αγοράς

Πριν από την κατασκευή του περιοδικού μας, πραγματοποιήθηκε μια έρευνα αγοράς τόσο σε ξενόγλωσσα όσο και σε ελληνικά φωτογραφικά περιοδικά, σχετικά με τις διαστάσεις που

κυκλοφορούν στην αγορά. Παρατηρήσαμε ότι πολλοί περιοδικοί οίκοι, οι οποίοι έχουν δημιουργήσει μια εξαιρετική πορεία στον τομέα της φωτογραφικής περιοδικής έκδοσης χρησιμοποιούν τις διαστάσεις του χαρτιού A4, δηλαδή 21x29,7εκ.

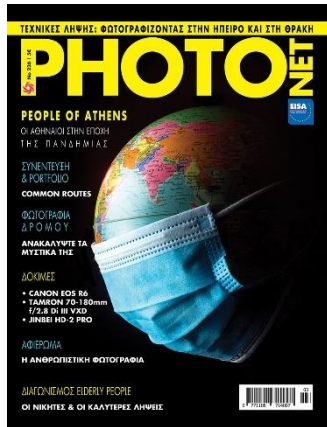
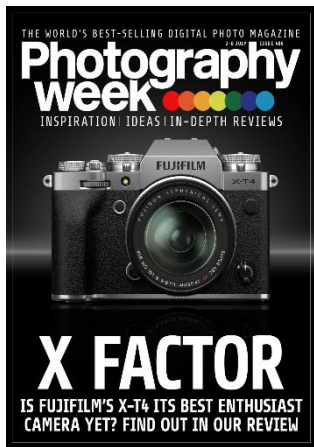
Μετά από την έρευνα αυτήν, αποφασίσαμε να σχεδιάσουμε το περιοδικό #PhotoTag στις διαστάσεις αυτές, καθώς έχουν επικρατήσει σε περιοδικά αντίστοιχων εκδοτικών οίκων με μεγάλη επιτυχία.



*Εικόνα 9: Διαστάσεις εξώφύλλου του περιοδικού #PhotoTag*

Επίσης πραγματοποιήθηκε έρευνα, τόσο σε εξώφυλλα όσο και στην διάταξη των κειμένων και των εικόνων σε ανταγωνιστικά περιοδικά, τα οποία μας πρόσφεραν έμπνευση και μας βοήθησαν στην δημιουργία του περιοδικού μας.

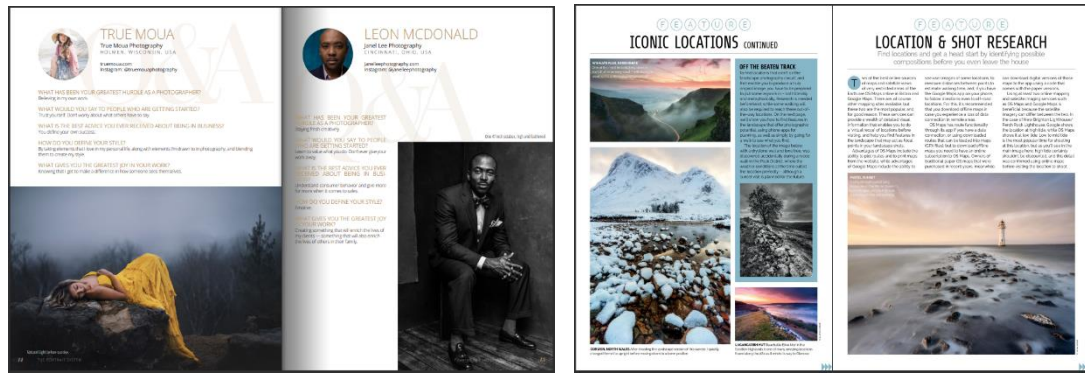
Αρκετά συχνά παρατηρείται ότι στο εξώφυλλο των φωτογραφικών περιοδικών γίνεται χρήση έγχρωμων εικόνων με σκοπό να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των θεατών.



Εικόνα 10: Ανταγωνιστικά εξώφυλλα περιοδικών

Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών των περιοδικών στην διάταξη των κειμένων τους, εμφανίζουν τρεις στήλες, ωστόσο εμείς αποφασίσαμε να χρησιμοποιήσουμε δύο στήλες για τα κείμενά μας.





Εικόνα 11 : Διάταξη κειμένων ανταγωνιστικών περιοδικών

### 3.5 Οπτικός σχεδιασμός

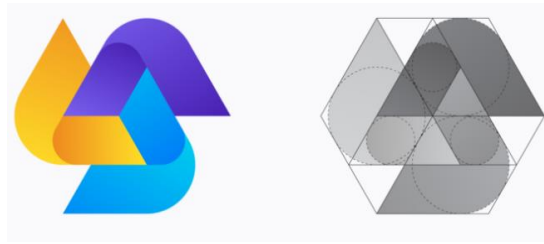
Ο οπτικός σχεδιασμός έχει ως στόχο να βελτιώσει την αισθητική και την λειτουργικότητα ενός σχεδίου. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω των κατάλληλων εικόνων, των συνδυασμό των χρωμάτων, την σωστή χρήση των γραμματοσειρών, του πλέγματος και άλλων τυπογραφικών στοιχείων. Ο οπτικός σχεδιασμός δεν αναφέρεται μόνο στην αισθητική, αλλά είναι κάτι παραπάνω. Θεωρείται επίσης και στρατηγικός. Ο σχεδιαστής τοποθετεί τα τυπογραφικά στοιχεία πολύ προσεκτικά στο έντυπο με σκοπό την δημιουργία μιας αισθητικής η οποία μπορεί να προσελκύσει τους αναγνώστες και να τους προσφέρει καλύτερη επικοινωνία.

Υπάρχουν κάποια βασικά στοιχεία, τα οποία μπορούν να συνδυαστούν μεταξύ τους με σκοπό να δημιουργήσουν ένα οπτικό σχέδιο. Τα στοιχεία αυτά είναι τα εξής:

- **Γραμμές:** με την χρήση των γραμμών ο σχεδιαστής μπορεί να δημιουργήσει διαιρέσεις, υφές και να καθορίσει τα σχήματα που επιθυμεί. Όλες οι γραμμές που είναι ευθείες έχουν μήκος, πλάτος και κατεύθυνση.
- **Σχήματα:** είναι περιοχές αυτόνομες στον χώρο και για να μπορέσει ο σχεδιαστής να τις ορίσει, χρησιμοποιεί γραμμές και διαφορές στη αξία, στο χρώμα και στην υφή.
- **Χρώμα:** η επιλογή και ο συνδυασμός χρωμάτων χρησιμοποιούνται για να ξεχωρίσουν τα οπτικά στοιχεία μεταξύ τους, για να γίνει σωστή οργάνωση των πληροφοριών, για την δημιουργία του βάθους και τέλος να δοθεί έμφαση στα στοιχεία που θα επιλέξει ο σχεδιαστής. Με την χρήση του χρώματος μπορεί να προσδιοριστεί το θέμα και να τραβήξει την προσοχή του αναγνώστη.
- **Υφή:** με την χρήση της υφής μπορεί να προστεθεί βάθος και να δοθεί στο σχέδιο χαρακτήρας κάνοντάς το διαφορετικό και ενδιαφέρον.
- **Αρνητικός χώρος:** είναι ο κενός χώρος ο οποίος υπάρχει γύρω από ένα σχέδιο. Με την χρήση του, ο σχεδιαστής προσφέρει αρμονία στο σύνολο του σχεδίου, τον βοηθάει να καθορίζει τα όρια του θετικού χώρου καθώς επίσης προσφέρει ισορροπία στην σύνθεση.
- **Μορφή-Φόρμα:** οι σχεδιαστές δημιουργούν τρισδιάστατα αντικείμενα σε μια επίπεδη επιφάνεια με την χρήση σκιών και φωτισμού. Φόρμες επίσης μπορούν να δημιουργηθούν με τον συνδυασμό σχημάτων και με την χρήση τόνων, υφών και χρωμάτων μπορεί να δοθεί ένα καλύτερο αποτέλεσμα.



- **Αξία:** είναι το πόσο φωτεινό ή σκοτεινό είναι ένα χρώμα σε ένα σχέδιο και οι σχεδιαστές το χρησιμοποιούν για να δημιουργήσουν την ψευδαίσθηση του βάθους και του όγκου σε αυτό.



*Εικόνα 12: Η αξία του χρώματος*

Για την δημιουργία ενός σωστού οπτικού σχεδιασμού γίνεται η χρήση των ακόλουθων αρχών, σε συνδυασμό με τα προαναφερόμενα στοιχεία. Οι αρχές αυτές είναι οι εξής:

- **Ενότητα:** με την χρήση της ενότητας επιτυγχάνουμε την οργάνωση των πληροφοριών με σκοπό την αποφυγή της σύγχυσης που μπορεί να δημιουργηθεί στους αναγνώστες. Με αυτόν τον τρόπο προσφέρουμε αρμονία και ισορροπία στο σχέδιο.
- **Gestalt:** με βάση την θεωρία Gestalt, το μάτι και ο εγκέφαλος του ανθρώπου έχει την τάση να αντιλαμβάνεται το συνολικό σχήμα ενός αντικειμένου πριν επικεντρωθεί στις λεπτομέρειές του.



*Εικόνα 13: Παράδειγμα αρχής Gestalt*

- **Ιεραρχία:** ο σχεδιαστής μπορεί να διαφοροποιήσει τα στοιχεία που θεωρεί σημαντικά με την χρήση διαφορετικών χρωμάτων, γραμματοσειρών, μεγεθών κ.α. στην διάταξη μιας σελίδας.
- **Ισορροπία:** είναι η ομοιόμορφη κατανομή των οπτικών στοιχείων μιας διάταξης έτσι ώστε να προσφέρεται σε αυτήν ηρεμία και σταθερότητα.
- **Αντίθεση:** με σκοπό να δοθεί έμφαση και να ξεχωρίσουν κάποια στοιχεία μέσα στο σχέδιο, γίνονται διαφοροποιήσεις σε χρώμα, μέγεθος κ.λπ.
- **Κλίμακα:** χρησιμοποιείται για να τονιστεί ένα αντικείμενο κάνοντάς το συγκριτικά μεγαλύτερο από ένα άλλο. Επίσης με την κλίμακα μπορεί να δημιουργηθεί η αίσθηση του βάθους σε αυτό.

- **Κυριαρχία:** προκειμένου να τονιστεί ένα αντικείμενο μέσα στην σύνθεση και να ξεχωρίσει γίνεται χρήση της κλιμάκωσης και της αντίθεσης με βάση το χρώμα, το μέγεθος, την αντίθεση κ.λπ.

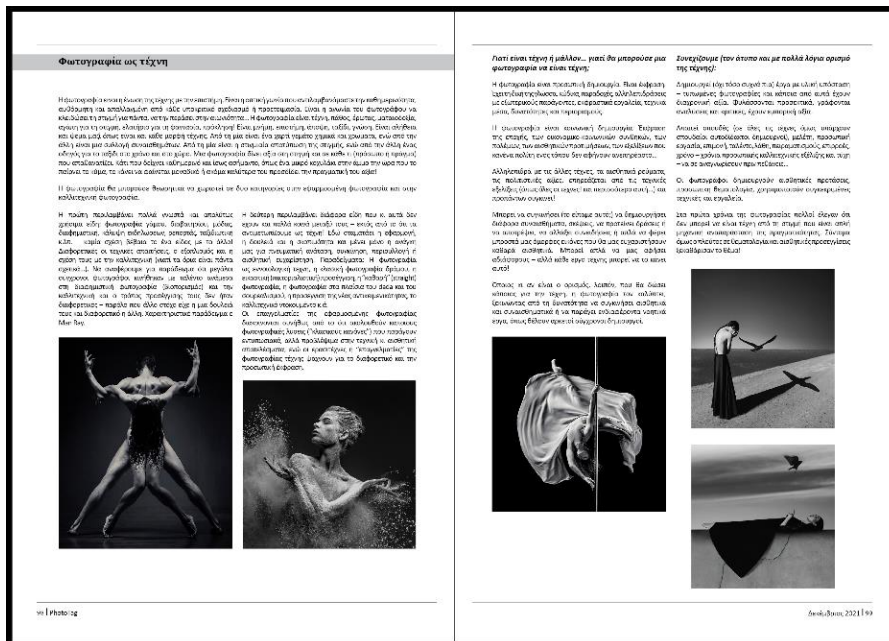
## 3.6 Τυπογραφικός σχεδιασμός

### 3.6.1 Συλλογή περιεχομένου

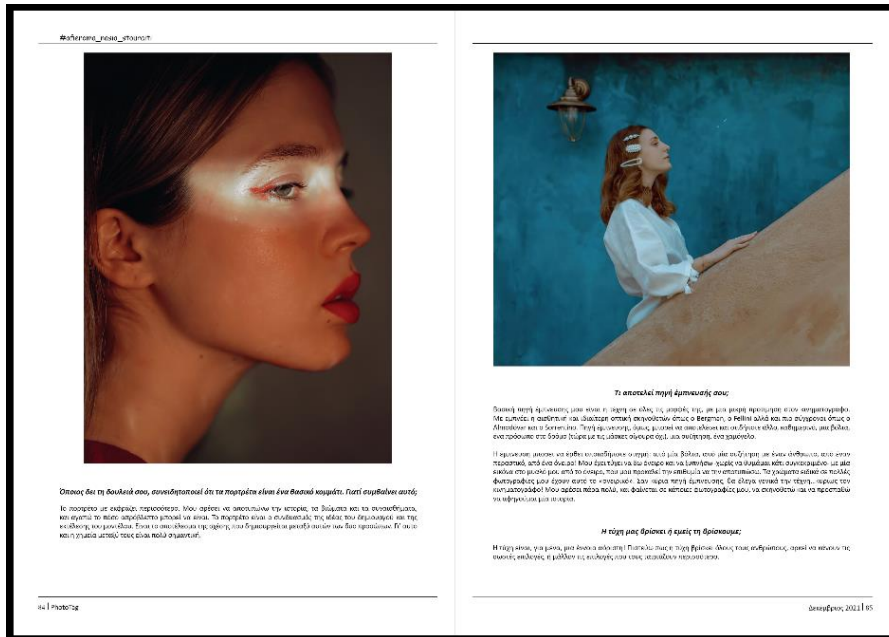
Η συλλογή του περιεχομένου, είναι ένα από τα βασικότερα στάδια για την διαδικασία ολοκλήρωσης ενός εντύπου. Στο σχεδιαστικό μέρος του περιοδικού περιλαμβάνονται κείμενα, εικόνες και γραφικά στοιχεία.

- **Κείμενα**

Τα κείμενα τα οποία χρησιμοποιήθηκαν για το περιοδικό, έχουν αντληθεί από το διαδικτυο και έχει γίνει συνδυασμός αυτών σε κάθε κατηγορία. Στα περιεχόμενα του περιοδικού συμπεριλαμβάνονται μικρά και μεγάλα ενημερωτικά άρθρα καθώς και συνεντεύξεις φωτογράφων.



**Εικόνα 14: Διαμόρφωση κειμένου σε άρθρο**



**Εικόνα 15: Διαμόρφωση κειμένου σε συνέντευξη**

➤ **Εικόνες**

Οι εικόνες που χρησιμοποιήθηκαν για το περιοδικό είναι από το διαδίκτυο και ανάλογα με την θεματολογία του κάθε άρθρου έχουν χρησιμοποιηθεί οι ανάλογες εικόνες έτσι ώστε να υπάρχει συνοχή με το κείμενο. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται αρμονία και είναι πιο ευχάριστη η ανάγνωση του κειμένου.

**Ο κανόνας των τρίτων**

Ο κανόνας των τρίτων είναι μια κατευθυντήρια γραμμή σύνθεσης που χωρίζει μια εικόνα σε τρίτα (τόσο οριζόντια όσο και κάθετα), ώστε να έχετε εννέα κομμάτια και τέσσερις γραμμές πλέγματος. Σύμφωνα με τον κανόνα, τοποθετώντας βασικά στοιχεία κατά μήκος των γραμμών του πλέγματος, θα καταλήξετε με καλύτερες συνθέσεις. Και για να ακολουθήσετε τον κανόνα, απλώς χρησιμοποιήστε τις γραμμές πλέγματος για να τοποθετήσετε βασικά στοιχεία σύνθεσης. Τοποθετώντας βασικά στοιχεία σε διασταυρώσεις ή γραμμές πλέγματος κανόνα τρίτων, η φωτογραφία σας γίνεται πιο ισορροπημένη. Τα βασικά σας στοιχεία δημιουργούν οπτικό ενδιαφέρον στο ένα τρίτο της σύνθεσης, ενώ εξισορροπούν επίσης τον κενό χώρο στα υπόλοιπα δύο τρίτα.



**Εικόνα 16: Συνδυασμός εικόνας με το κείμενο**

Υπάρχει ωστόσο μια κατηγορία περιεχομένου που ονομάζεται στήλη αναγνωστών και για την δημιουργία της, ζητήθηκε από τα μέλη της φωτογραφικής μας ομάδας στα social media να μας στείλουν δικές τους φωτογραφίες καθώς και κάποιες πληροφορίες σχετικά με τις



συγκεκριμένες εικόνες. Υπήρχε μια πληθώρα συμμετοχών από αρχάριους και προχωρημένους φωτογράφους αλλά παρόλα αυτά επιλέχθηκαν οι πιο ελκυστικές.

#still\_onognwestern



Μάνος Παπαδάκης

Όταν περπατώ στον δρόμο μ' αρέσει να βρίσκω σημεία ενδιαφέροντος και σχεδόν "φωτογραφικά" ασήματα για πολλούς όπως τρύπες σε τοίχους ή τζαμαρίες.

Βρισκόμαι ξανά σε μια από τις κλασικές βόλτες πλέον στο κέντρο της Αθήνας, κοιτάζοντας γύρω μου, παρατηρώντας τις τυπικές κρεμάστρες που έχουν τα καταστήματα στο Μοναστηράκι και το κενό που δημιουργείτε ανάμεσα στα ράφια. Χρησιμοποιώντας της κλασική τεχνική "φωρμάτος" στην φωτογραφία, στήθηκε βρήκα το κέντρο μου και αυτό που μ' έλεγε είναι να "φωρέψω" την τελική μου φωτογραφία.

24 | PhotoTag

### **Εικόνα 17: Φωτογραφία από την στήλη των αναγνωστών**

#### ➤ Γραφικά

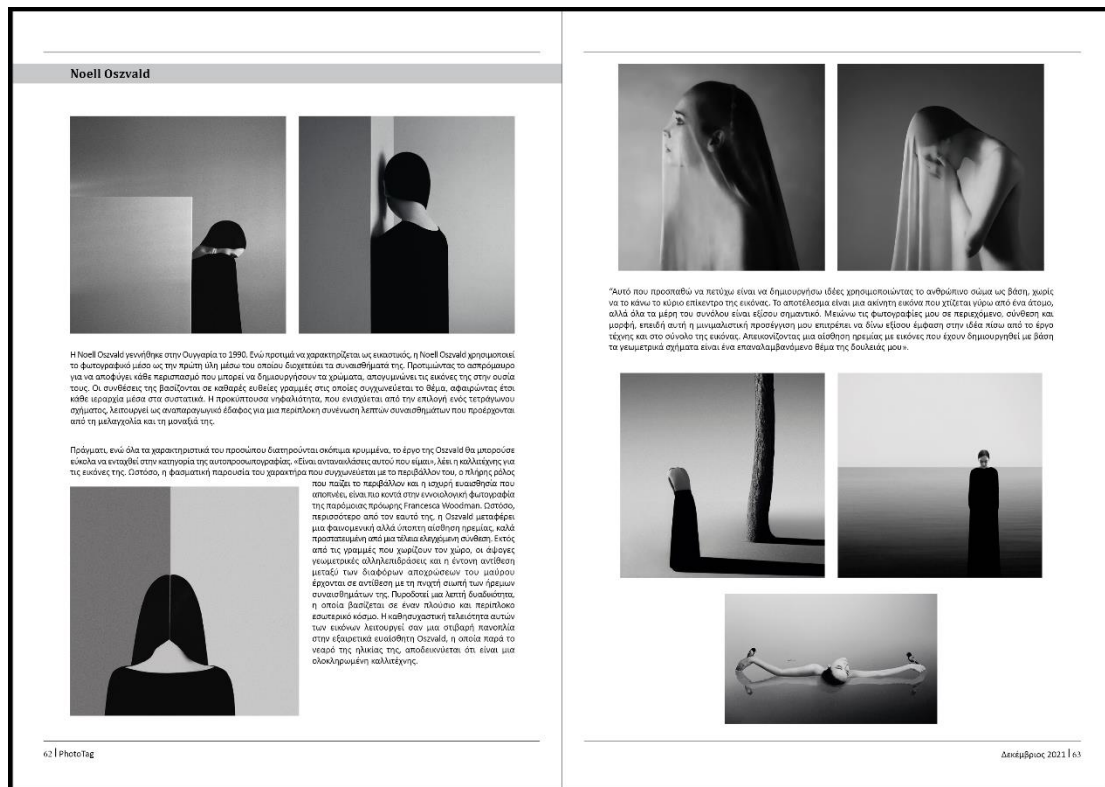
Τα γραφικά περιέχουν εικόνες και κείμενα, τα οποία αποδίδουν οπτικό ενδιαφέρον στο τελικό σχέδιο. Για να αποδοθεί ενδιαφέρον στην σελίδα των περιεχομένων του περιοδικού, αποφασίσαμε να χρησιμοποιήσουμε εξάγωνα σχήματα σε μορφή πάζλ, στα οποία η επιλογή των χρωμάτων καθορίστηκε από το λογότυπο με σκοπό την συνοχή και την αίσθηση της συνέχειας σε όλο το περιοδικό.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ



*Εικόνα 18: Γραφικά στοιχεία στα περιεχόμενα του περιοδικού*

Για τον διαχωρισμό των κεφαλαίων, χρησιμοποιήθηκε ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο τοποθετείται ο τίτλος και ίσως κάποιος υπότιτλος της κάθε ενότητας για να ξεχωρίσει από το υπόλοιπο κείμενο και να αποδοθεί ενδιαφέρον στην σελίδα. Στην κορυφή και στο κάτω μέρος της κάθε σελίδας, χρησιμοποιήσαμε διαχωριστικές μαύρες γραμμές για διαχωρίσουμε κάποιες πληροφορίες από το κυρίως σώμα, όπως η αρίθμηση, το θέμα της κάθε κατηγορίας και η ημερομηνία έκδοσης.

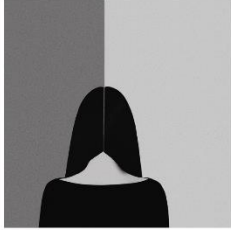


Noell Oszvald



Η Noell Oszvald γεννήθηκε στην Ουγγαρία το 1990. Ενώ πρώτα να χαρακτηρίζεται ως εικαστικός, η Noell Oszvald χρησιμοποιεί το φωτογραφικό μέσο ως την πρώτη ύλη μέσω του οποίου δοχευαίνα τα συναισθήματά της. Προσπαθώντας το ασπρόμαυρο για να αποβάλει κάθε παραπέταση που μπορεί να δημιουργήσει το χρώμα, απολαμβάνει τις εικόνες της στην ουσία τους. Οι συνθέσεις της βασίζονται σε καθαρές ευθείες γραμμές στις οποίες ανυψώνεται το θέμα, αφαιρώντας έτσι κάθε μεσοχία μέσα στα συστατικά. Η προκίππουσα νηφάλιότητα, που ενισχύεται από την επιλογή ενός τετράγωνου σχήματος, λειτουργεί ως αναπαυτικό είδος για μια περαιτέρω συνένωση λεπτών συναισθημάτων που προέρχονται από τη μελέτη και τη μοναξιά της.

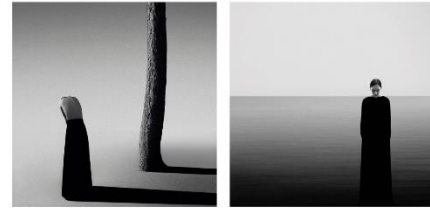
Πρόκειται, ενώ όλα τα χαρακτηριστικά του προσώπου διατηρούνται ανάμεσα κρυμμένα, το έργο της Oszvald θα μπορούσε εύκολα να ενταχθεί στην κατηγορία της αυτοπροσωπογραφίας. «Είμαι αντανάκλαση αυτού που είμαι». Λέει η καλλιτέχνης για τις εικόνες της. Ωστόσο, η φωτιστική παρουσία του χαρακτήρα που συγκινείται με το περιβάλλον του, ο κίβδηρος ρυθμός που παίζει το περιβάλλον και η ισχυρή ευαισθησία που αποπνέει, είναι πιο κοντά στην εννοιολογική φωτογραφία της περσικής πρόωρης Γενεκής Νωδότηας. Ολοένα περισσότερο από τον εαυτό της, η Oszvald μεταφέρει μια φαινομενική αλλά ουσιαστική αίσθηση πρεζας, καλό προσεγγισμένη από μια τέλεια ελεγχόμενη σύνθεση. Έτσι, από τις γραμμές που κινούνται τον χώρο, οι ελαφρές γεωμετρικές αλληλεπιδράσεις και η έντονη αντίθεση μεταξύ των διαφόρων αποχρώσεων του μαύρου έρχονται σε αντίθεση με τη θερμή ευαπία των ίδιων συναισθημάτων της. Προσδοκεί μια λεπτή δωδεκάτη, η οποία βασίζεται σε έναν πλούσιο και περίπλοκο επεξεργασμένο κόσμο. Η καθοριστική τελεότητα αυτών των εικόνων λειτουργεί, σαν μια στήθαη πανορία στην έκκεντρικά ευαίσθητη Oszvald, η οποία παρά το νεαρό της ηλικίας της, αποδεικνύεται ότι είναι μια ολοκληρωμένη καλλιτέχνης.



©2 | PhotoTag



«Αυτό που προσεβώ να πετύχω είναι να δημιουργήσω τέλει χρησιμοποιώντας το ανθρώπινο σώμα ως βάση, χωρίς να το κάνω το κύριο επίκεντρο της εικόνας. Το αποτέλεσμα είναι μια ακίνητη εικόνα που χιτάται νόρμα από ένα άτομο, αλλά όλα τα μέρη του συνόλου είναι εξίσου σημαντικά. Μέσω της φωτογραφίας μου σε περιεχόμενο, σύνθεση και μορφή, επειδή αυτή η μοναδική προκίππουση μου επιτρέπει να δώω έμφαση στην όραση πάνω από το άραχ τέρης και στο σύνολο της εικόνας. Απεικονίζοντας μια αίσθηση πρεζας με εικόνες που έχουν δημιουργηθεί με βάση τα γεωμετρικά σχήματα είναι ένα επαναλαμβανόμενο θέμα της δουλειάς μου».



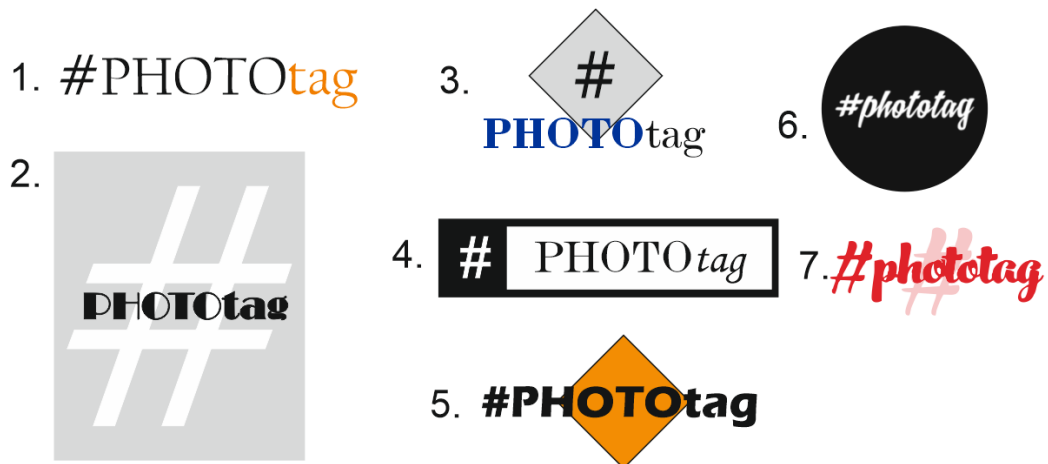
Δεκέμβριος 2021 | 63

**Εικόνα 19: Γραφικά στοιχεία εντός του περιοδικού**

### 3.6.2 Δημιουργία λογοτύπου

Ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία κατά τον σχεδιασμό του εξωφύλλου ενός περιοδικού, είναι η δημιουργία του λογοτύπου. Είναι ένα τυπογραφικό στοιχείο, το οποίο μπορεί να αποτελείται από κείμενο και εικόνες με τέτοιο τρόπο ώστε να γίνεται αναγνωρίσιμο από το αγοραστικό κοινό και να συνδέεται οπτικά με την εταιρία. Το λογότυπο πρέπει να κάνει το περιοδικό να ξεχωρίζει στα ράφια των καταστημάτων και αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την κατάλληλο μέγεθος και στυλ γραμματοσειράς και την επιλογή των χρωμάτων.

Για την ονομασία του περιοδικού, επιλέχθηκε το όνομα #PhotoTag, το οποίο είναι συνδυασμός των λέξεων photography και hashtag. Η λέξη photography προκύπτει από την θεματολογία και η λέξη hashtag δίνει ένα πιο σύγχρονο ύφος στην ονομασία του περιοδικού, καθώς βρισκόμαστε σε μια εποχή που το internet κυριαρχεί και τα social media είναι πλέον μέρος της καθημερινότητας μας. Όλη η διαδικασία του σχεδιασμού του λογοτύπου πραγματοποιήθηκε στο σχεδιαστικό πρόγραμμα της Adobe, το Illustrator και αφότου πειραματιστήκαμε με διαφορετικά στυλ και μεγέθη γραμματοσειρών, δημιουργήσαμε μερικά προσχέδια τα οποία μας βοήθησαν στο τελικό αποτέλεσμα.



*Εικόνα 20: Προσχέδια λογοτύπου*

Από τα παραπάνω προσχέδια επικεντρωθήκαμε περισσότερο στο προσχέδιο με τον αριθμό 4 στο οποίο κάναμε κάποιες αλλαγές μέχρι να φτάσουμε στο τελικό αποτέλεσμα. Αρχικά αποφασίσαμε να προσθέσουμε κάποιο χρώμα στις γραμματοσειρές και στα γραφικά στοιχεία, έτσι ώστε να μην είναι μονότονο και οπτικά αδιάφορο. Επιλέχθηκε ένα θερμό χρώμα, το πορτοκαλί, το οποίο έχει υψηλό δείκτη ορατότητας και μπορούμε να το χρησιμοποιήσουμε για να προσελκύσουμε και να δώσουμε έμφαση στα σημαντικά στοιχεία ενός σχεδίου. Το πορτοκαλί συνδυάζει την ενέργεια του κόκκινου και την χαρά του κίτρινου, αντιπροσωπεύει τον ενθουσιασμό, τη δημιουργικότητα, την επιτυχία, την ενθάρρυνση, και την υποκίνηση και είναι ιδιαίτερα αποδεκτό μεταξύ των νέων.

Προκειμένου να διαφοροποιηθούν οι δύο σύνθετες λέξεις του λογοτύπου, επιλέξαμε να χρησιμοποιήσουμε δύο διαφορετικές γραμματοσειρές και για να τονίσουμε ακόμα περισσότερο τη διαφορά αυτή προστέθηκε διαφορετικό χρώμα στο «tag».

Μια ακόμα αλλαγή που πραγματοποιήθηκε ώστε να φτάσουμε στο τελικό αποτέλεσμα, είναι το σύμβολο το hashtag που προηγείται από την ονομασία του λογοτύπου. Αποφασίσαμε να του δώσουμε ένα διαφορετικό στυλ με κάθετα και οριζόντια παραλληλόγραμμα, ώστε να παραπέμπει στα ρικελ που χαρακτηρίζουν τις ψηφιακές φωτογραφίες. Τέλος προστέθηκε στα γράμματα μια απαλή σκίαση ώστε να δοθεί βάθος.

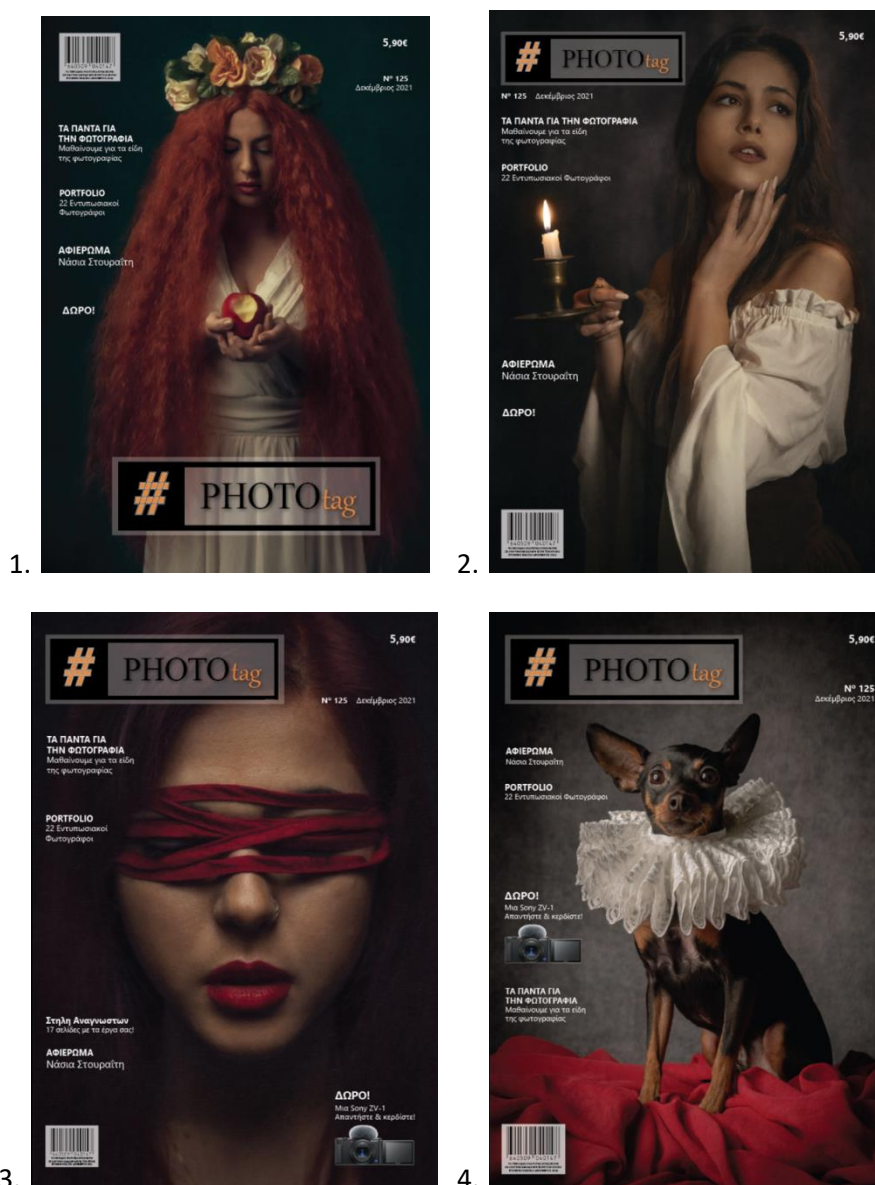


*Εικόνα 21: Τελικό λογότυπο*

### 3.6.3 Εξώφυλλο

Το εξώφυλλο είναι ένα αναπόσπαστο μέρος του περιοδικού. Κατά τον σχεδιασμό του πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή και σημασία διότι ένα καλοσχεδιασμένο εξώφυλλο έχει την ικανότητα να δημιουργεί στους αναγνώστες την περιέργεια για το εσωτερικό του με σκοπό να τους πείσει να το αγοράσουν. Το περιοδικό για να μπορέσει να αναγνωριστεί εύκολα από το αγοραστικό του κοινό, πρέπει σε κάθε τεύχος που εκδίδει να διατηρεί ένα παρόμοιο ύφος.

Μετά την ολοκλήρωση την δημιουργίας του λογοτύπου, ασχοληθήκαμε με την υλοποίηση του εξωφύλλου, το οποίο πραγματοποιήθηκε στο σχεδιαστικό πρόγραμμα Illustrator της Adobe. Δημιουργήθηκαν αρκετά προσχέδια ώστε να έχουμε την επιλογή να επιλέξουμε το καταλληλότερο για το περιοδικό μας. Οι φωτογραφίες που έχουν χρησιμοποιηθεί στα προσχέδια των εξωφύλλων είναι από την προσωπική μας φωτογραφική συλλογή. Παρακάτω παρατίθενται τα προσχέδια του εξωφύλλου.



Εικόνα 22: Προσχέδια εξωφύλλου

Το εξώφυλλο το οποίο επιλέξαμε για να αντιπροσωπεύσει το περιοδικό της είναι αυτό με τον αριθμό 4. Στην συνέχεια κάναμε κάποιες αλλαγές για να βελτιωθεί περισσότερο η συνολική εικόνα. Αποφασίσαμε να δώσουμε στους τίτλους των κύριων θεμάτων ένα πορτοκαλί χρώμα (#DC8747) έτσι ώστε να υπάρξει αρμονία με το λογότυπο. Μετά από συζήτηση, αποφασίσαμε να τοποθετήσουμε το barcode στο οπισθόφυλλο για ένα καλύτερο οπτικά αποτέλεσμα. Με την αλλαγή αυτή αποδόθηκε επιπλέον κενός χώρος και στην συνέχεια έγιναν τροποποιήσεις στην διάταξη των οπτικών στοιχείων. Για ένα πιο ισορροπημένο αποτέλεσμα, το λογότυπο μεταφέρθηκε στην κορυφή της σελίδας με κεντρική στοίχιση, η τιμή και ο μήνας έκδοσης μαζί με τον αριθμό του περιοδικού μεταφέρθηκαν κάτω αριστερά και τα κείμενα μοιράστηκαν αρμονικά στο αριστερό και δεξί τμήμα.



*Εικόνα 23: Τελικό εξώφυλλο περιοδικού*

Μετά από έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε αντίστοιχα φωτογραφικά περιοδικά, και παρατηρήσαμε ότι η χρήση των διαφημίσεων είναι αρκετά συχνή τόσο στο οπισθόφυλλο όσο και στα εσώφυλλα του περιοδικού. Για αυτόν τον λόγο καταχωρήθηκαν διαφημίσεις στις αντίστοιχες σελίδες. Τέλος, για την ολοκλήρωση της σχεδίασης, τοποθετήθηκαν στην ράχη του περιοδικού όλες οι σημαντικές πληροφορίες όπως το brand name, το τεύχος και ο μήνας έκδοσης, καθώς και το site του περιοδικού έτσι ώστε οι αναγνώστες να είναι πάντα ενήμεροι για διάφορα θέματα στον τομέα της φωτογραφίας, να στείλουν τις δικές τους φωτογραφίες για να συμμετέχουν στο επόμενο τεύχος και να λάβουν μέρος σε διαγωνισμούς.





Εικόνα 24: Τελικό ανάπτυγμα εξωφύλλου



Εικόνα 25: Τελικό ανάπτυγμα εσώφυλλου

### 3.6.4 Σχεδιασμός διαφημίσεων

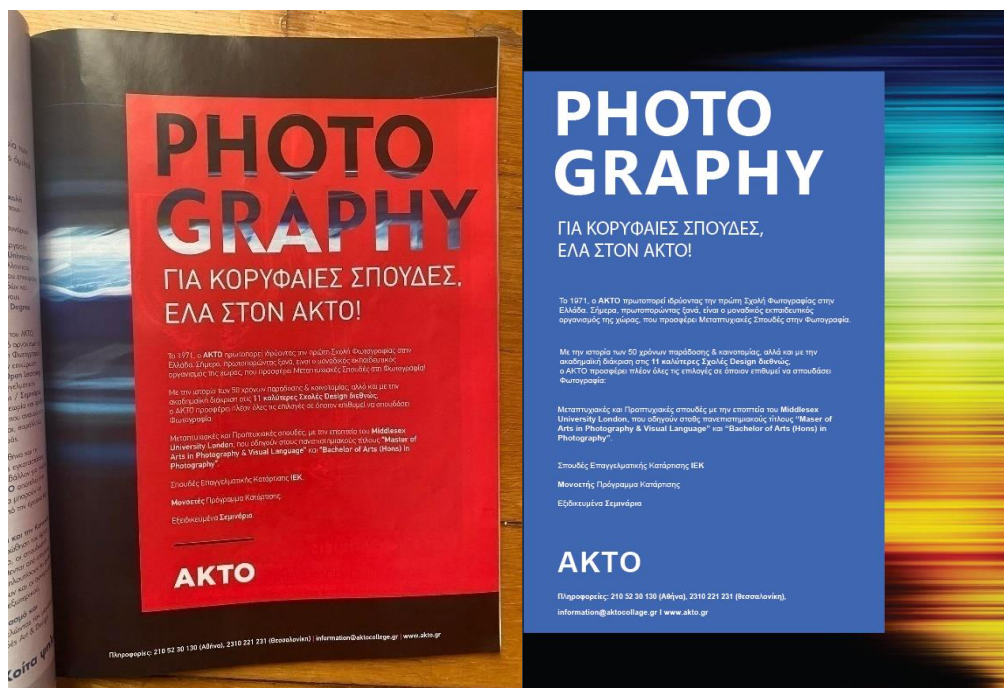
Η διαφήμιση έχει ως στόχο ένα προϊόν ή μια υπηρεσία να γίνουν γνωστά και να επηρεάσουν το καταναλωτικό κοινό. Συνήθως προβάλλεται ένα προϊόν, μια ιδέα ή ένα αγαθό με σκοπό την επικοινωνία με το αγοραστικό κοινό. Έτσι η διαφήμιση πρέπει να είναι σαφής, ελκυστική

και επιθυμητή προς τους καταναλωτές. Οι εταιρίες προκειμένου να προβάλουν τα προϊόντα τους μέσω των περιοδικών εντύπων, χρηματοδοτούν τους περιοδικούς οίκους για την προβολή διαφημιστικών σελίδων. Παρόλα αυτά και οι περιοδικοί οίκοι, επωφελούνται από την χορηγία των εταιριών αυτών διότι το κόστος παραγωγής ενός περιοδικού είναι αρκετά υψηλό.

Πιο συγκεκριμένα, οι διαφημίσεις οι οποίες προβάλλονται σε ένα φωτογραφικό περιοδικό, αφορούν συνήθως θέματα σχετικά με τον τομέα της φωτογραφίας, όπως εξοπλισμό, παρουσίαση σχολών για μαθήματα φωτογραφίας, προβολή επιχειρήσεων κλπ.

Με βάση αυτά τα δεδομένα, αποφασίσαμε να εντάξουμε κάποιες σελίδες εντός του περιοδικού με διαφημίσεις. Μετά από αναζήτηση διαφημίσεων στο διαδίκτυο, με θέμα την φωτογραφία, διαπιστώσαμε ότι είναι αδύνατον να χρησιμοποιήσουμε έτοιμες εικόνες, διότι η ανάλυση τους ήταν χαμηλή. Έτσι μπήκαμε στην διαδικασία δημιουργίας των διαφημίσεων αυτών προσπαθώντας όσο τον δυνατόν περισσότερο να διατηρήσουμε την αρχική ιδέα, κάνοντας όμως κάποιες αλλαγές βελτιώνοντας το αισθητικό αποτέλεσμα.

Στις παρακάτω εικόνες εμφανίζονται στην αριστερή πλευρά οι πρωτότυπες διαφημίσεις και στην δεξιά οι διαφημίσεις που έχουμε δημιουργήσει εμείς.







*Εικόνα 26: Σχεδιασμός διαφημίσεων με βάση την πρωτότυπη ιδέα*

Σχεδιάστηκαν επίσης, κάποιες διαφημίσεις, οι οποίες δεν στηρίχθηκαν σε κάποια αρχική ιδέα αλλά η δημιουργία τους έγινε εξολοκλήρου από εμάς.



*Εικόνα 27: Σχεδιασμός πρωτότυπων διαφημίσεων*

Παρακάτω παρατίθενται μερικές ακόμα πρωτότυπες διαφημίσεις που σχεδιάστηκαν για το περιοδικό.



Εικόνα 28: Σχεδιασμός διαφημίσεων

### 3.6.5 Κείμενα και πληροφορίες

Όπως έχουμε ήδη προαναφέρει (ενότητα 2.7.1), η επιλογή μίας γραμματοσειράς είναι πολύ σημαντική, διότι μπορεί να επηρεάσει αρκετά την αντίληψη του αναγνώστη για το κείμενο. Οι γραμματοσειρές οι οποίες χρησιμοποιούνται σε μεγάλα κείμενα, όπως περιοδικά, εφημερίδες, βιβλία κ.α. θα πρέπει είναι ευανάγνωστες.

Οι γραμματοσειρά η οποία χρησιμοποιείται στην σελίδα των περιεχομένων του περιοδικού είναι η Segoe UI, με στυλ Bold και μέγεθος 11 pt.




**Εικόνα 29: Γραμματοσειρά περιεχομένων περιοδικού**

Στους τίτλους των ενότητων χρησιμοποιήσαμε μια γραμματοσειρά με μεγαλύτερο μέγεθος σε σχέση με το υπόλοιπο κείμενο έτσι ώστε να διαφοροποιούνται από αυτό. Η γραμματοσειρά που χρησιμοποιήθηκε είναι η Cambria, με Bold στυλ και μέγεθος 12 pt. Στους υπότιτλους και στο κυρίως σώμα επιλέξαμε την γραμματοσειρά Calibri, με μέγεθος 10 pt, όμως για να μπορέσουμε να τα διαχωρίσουμε διαμορφώσαμε τους υπότιτλους με Bold στυλ.

**Δημιουργικές Ιδέες και τεχνικές φωτογραφίας**

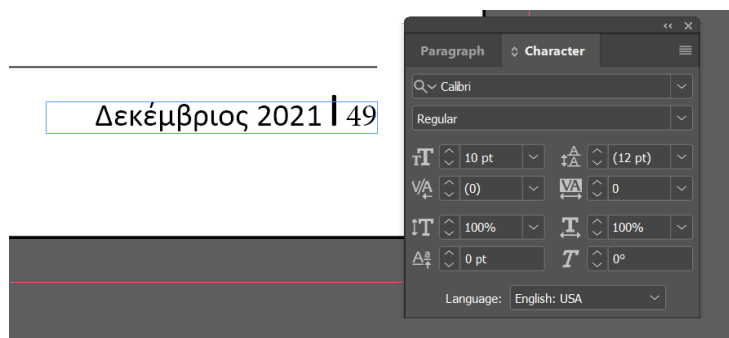
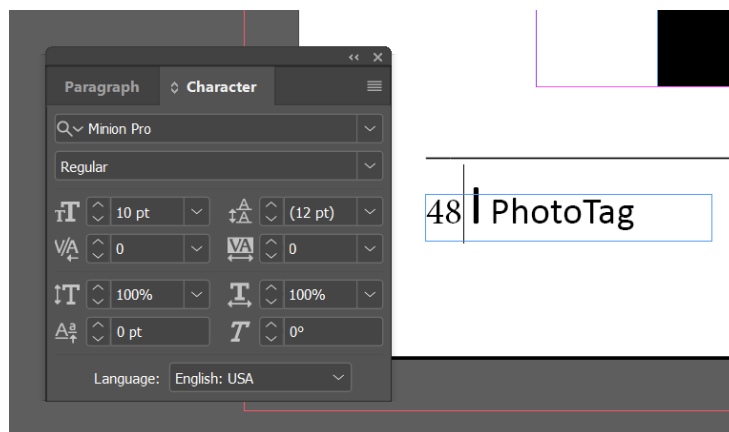
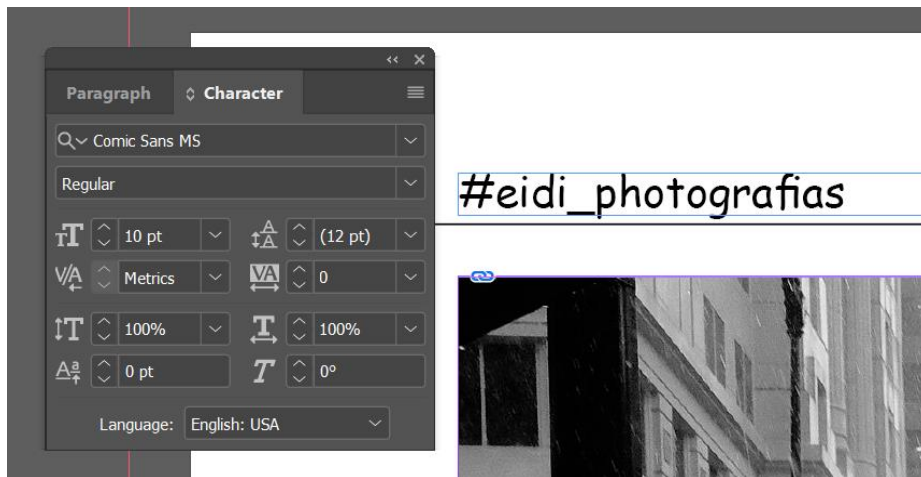
**1. Δημιουργικός Φωτισμός**  
 Το παιχνίδι με τον φωτισμό μιας σκηνής είναι ένας θεμελιώδης τρόπος για να μάθει ένας φωτογράφος να γίνεται καλύτερος. Η φωτογραφία είναι τελικά ζωγραφική με φως. Μπορείτε να το κάνετε με μερικούς τρόπους. Μπορείτε να μετακινήσετε τα φώτα και να παίξετε με τους τύπους φωτισμού που χρησιμοποιείτε. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα πάντα, από καθημερινά κεριά και φακούς μέχρι μίνι LED και φώτα ταχύτητας ειδικά για τη φωτογραφία. Μπορείτε επίσης να τροποποιήσετε αυτά τα φώτα. Τα τζελ φωτισμού είναι χρωματιστά φίλτρα που εφαρμόζουν πάνω από τα φώτα για να δημιουργήσουν διαφορετικά εφέ. Μπορείτε να φτιάξετε τζελ με διαφανή ή χρωματιστά κομμάτια ημιδιαφανούς πλαστικού.



**Εικόνα 30: Γραμματοσειρές κειμένων**

Για να μπορέσουν οι αναγνώστες να γνωρίζουν ανά πάσα στιγμή σε ποια ενότητα του περιοδικού βρίσκονται, αποφασίσαμε να τοποθετήσουμε στην κορυφή των αριστερών σελίδων ένα πλαίσιο κειμένου με λατινικούς χαρακτήρες με το όνομα της κάθε ενότητας. Η γραμματοσειρά που έχει χρησιμοποιηθεί με σκοπό να είναι ευδιάκριτη μέσα στην σελίδα, είναι η Comic Sans MS, με Regular στυλ και μέγεθος 10 pt.

Επιπλέον, για την αρίθμηση των σελίδων έχουμε επιλέξει την γραμματοσειρά Minion Pro, με Regular στυλ και μέγεθος γραμμάτων 10 pt. Για τις επιπλέον πληροφορίες που εμφανίζονται στο κάτω μέρος των σελίδων του περιοδικού έγινε χρήση της γραμματοσειράς Calibri, με Regular στυλ και μέγεθος 10 pt.

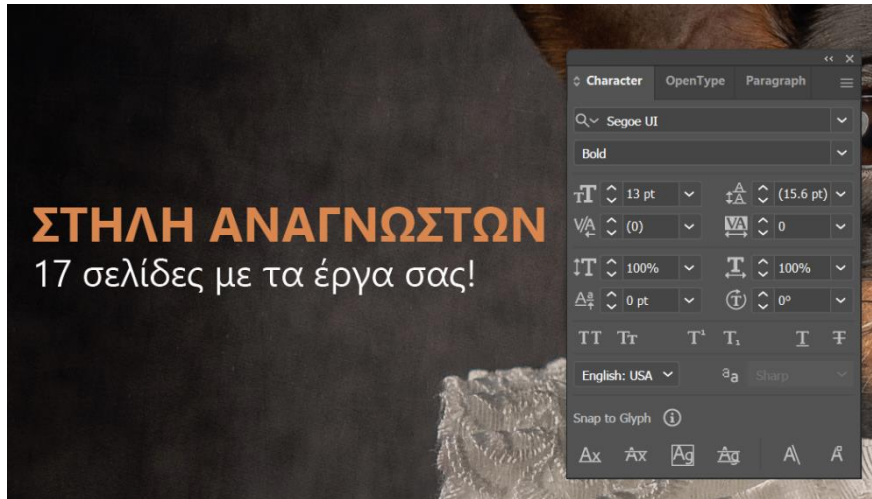


**Εικόνα 31: Γραμματοσειρές πληροφοριών**

Προκειμένου να επιτευχθεί ισορροπία και συσχέτιση με την συνολική εικόνα του εξωφύλλου οι τίτλοι των θεμάτων αποδίδονται, με το πορτοκαλί χρώμα (#DC8747) το οποίο υπάρχει και στο λογότυπο. Η γραμματοσειρά που χρησιμοποιήθηκε είναι η Segoe UI, με Bold στυλ, μέγεθος 13 pt και έγινε χρήση κεφαλαίων γραμμάτων για περισσότερη έμφαση.

Οι υπότιτλοι που βρίσκονται κάτω από τους τίτλους των θεμάτων έχουν την ίδια γραμματοσειρά αλλά με Regular στυλ και μέγεθος 11 pt.





*Εικόνα 32: Γραμματοσειρά στους τίτλους του εξωφύλλου*

Για το λογότυπο έγινε ένας συνδυασμός διαφορετικών γραμματοσειρών, με τέτοιο τρόπο ώστε να δημιουργηθεί ένα αρμονικό αποτέλεσμα. Η γραμματοσειρά η οποία εμφανίζεται στην λέξη "Photo" είναι η Times New Roman, με Regular στυλ και 50 pt. Στην λέξη "tag" χρησιμοποιήθηκε η γραμματοσειρά Gabriola, με Regular στυλ και 47 pt. Τέλος για την δημιουργία του συμβόλου hashtag επιλέχθηκε η γραμματοσειρά Acumin Variable Concept, με στυλ Bold Italic και μέγεθος 47 pt.



*Εικόνα 33: Γραμματοσειρές λογότυπου*

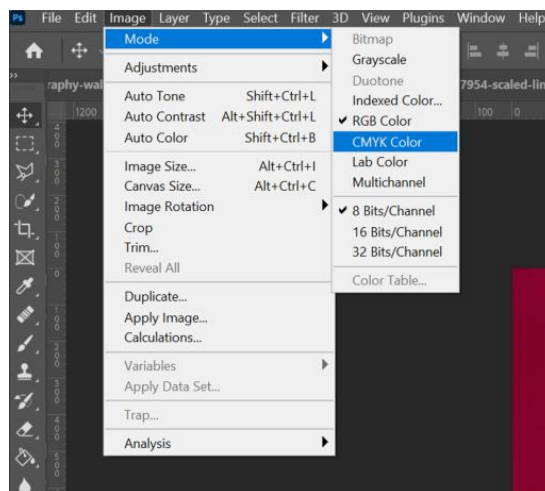
## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> – Προεκτύπωση

### 4.1 Επεξεργασία εικόνων

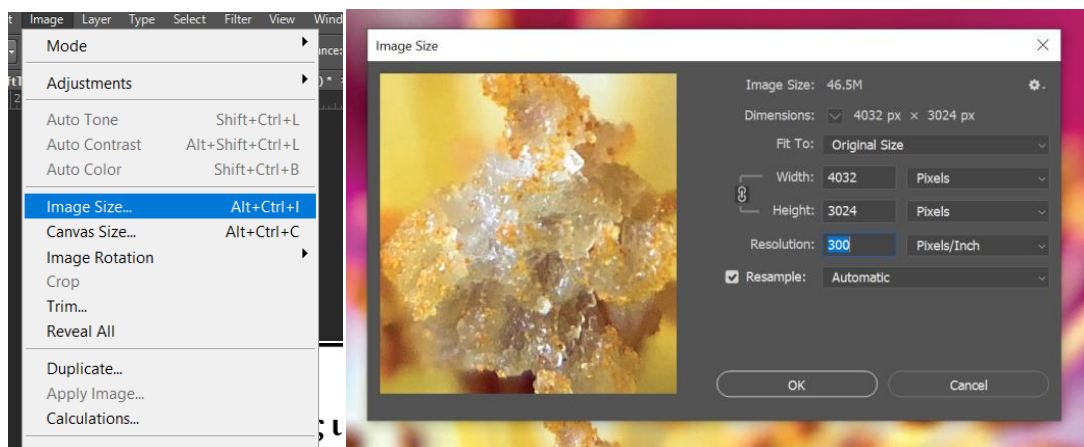
Κατά τον σχεδιασμό ενός εντύπου είναι απαραίτητη η επεξεργασία των εικόνων έτσι ώστε να επιτευχθεί ένα πιο άρτιο αποτέλεσμα στο τελικό έργο. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί με τονικές και χρωματικές διορθώσεις, καθώς και με την διαδικασία του retouch.

Όλες οι φωτογραφίες πριν ενταχτούν στο πρόγραμμα του InDesign προκειμένου να επιτευχθεί η σχεδίαση του περιοδικού, επεξεργάστηκαν στο Photoshop, που είναι ένα πρόγραμμα της Adobe που χρησιμοποιείται για την επεξεργασία των εικόνων.

Αρχικά μετά την εισαγωγή των εικόνων στο πρόγραμμα, από την κατηγορία image-mode επιλέχθηκε ο χρωματικός χώρος CMYK. Στην συνέχεια από την ίδια κατηγορία, αλλά στο image size μετατρέψαμε όπου ήταν απαραίτητο το resolution στα 300 rpi. Τέλος έγινε αποθήκευση των εικόνων σε μορφή αρχείων tif.



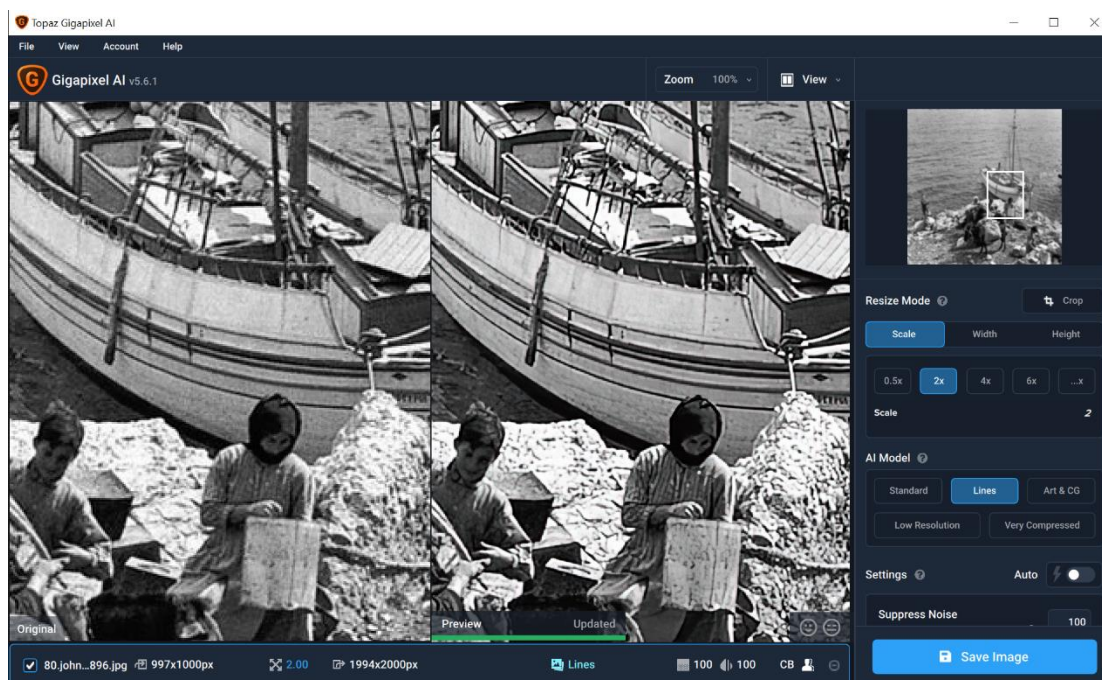
**Εικόνα 34: Μετατροπή χρωματικού χώρου**



**Εικόνα 35: Μετατροπή resolution**

Καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό των φωτογραφιών που εμπεριέχονται στο περιοδικό είναι δημιουργήματα φωτογράφων, λόγω των πνευματικών δικαιωμάτων, δεν υφίστανται κάποια χρωματική ή τονική επεξεργασία.

Μέσω του προγράμματος Topaz Gigapixel AI πραγματοποιήθηκε μια ακόμα επεξεργασία στις εικόνες, το οποίο μας δίνει την δυνατότητα να πολλαπλασιάσουμε την ανάλυση της εικόνας που έχουμε εισάγει έτσι ώστε να είναι κατάλληλη προς εκτύπωση.



*Εικόνα 36: Χρήση του προγράμματος Topaz Gigapixel AI*

## 4.2 Επεξεργασία διανυσματικών γραφικών

Τα διανυσματικά γραφικά (vector graphics) είναι εικόνες οι οποίες μπορούν να δημιουργηθούν σε ένα πρόγραμμα σχεδίασης. Τα γραφικά αυτά αποτελούνται από ένα σύνολο σημείων σε καρτεσιανό επίπεδο και περιγράφονται με μαθηματικούς τύπους. Τα σημεία αυτά, όταν συνδεθούν με γραμμές και καμπύλες μπορούν να δημιουργήσουν διάφορα γεωμετρικά σχήματα, όπως κύκλους και πολύγωνα. Μπορεί να υπάρχει ποικιλία στο πάχος των γραμμών και στην επιλογή των χρωμάτων καθώς επίσης μπορούν να προστεθούν στα σχήματα αυτά κάποιες σκιάσεις, έτσι ώστε να φαίνονται πιο ρεαλιστικά. Οι σχεδιαστές προτιμούν το διανυσματικά γραφικά σε σχέση με τα ράστερ (bitmap) διότι όταν πραγματοποιείται κάποια αλλαγή στην κλιμάκωση δεν παρουσιάζουν καμία παραμόρφωση στην ανάλυσή τους. Επομένως κατά της διαδικασία της εκτύπωσης τα διανυσματικά γραφικά δεν παρουσιάζουν καμία απώλεια στην ποιότητά τους με αποτέλεσμα να μπορούν να εκτυπωθούν σε οποιοδήποτε επιθυμητό μέγεθος.



*Εικόνα 37: Διαφορά pixel με διανυσματικά γραφικά*

Πλεονεκτήματα διανυσματικών γραφικών:

- Οι εικόνες με διανυσματικά γραφικά, δεν παρουσιάζουν καμία απώλεια στην ποιότητά τους κατά την αλλαγή του μεγέθους τους.
- Ο χώρος αποθήκευσης των διανυσματικών εικόνων είναι μικρότερος σε σχέση με τις bitmap διότι τα στοιχεία που αποθηκεύονται είναι τα χρώματα, ένας μικρός αριθμός σημείων καθώς και η μαθηματική σχέση μεταξύ τους. Επομένως δεν απαιτείται μεγάλος χώρος στον δίσκο.
- Τα διανυσματικά αρχεία είναι εύχρηστα κατά της επεξεργασία τους διότι ο σχεδιαστής μπορεί ανά πάσα στιγμή μετά την αποθήκευσή τους να κάνει οποιαδήποτε αλλαγή στα χρώματα και στα σχήματα.

Μειονεκτήματα διανυσματικών γραφικών:

- Κατά την δημιουργία των διανυσματικών αρχείων απαιτείται περισσότερος χρόνος και ικανότητα δεξιοτήτων από των σχεδιαστή.
- Οι λεπτομέρειες οι οποίες εμφανίζονται στα διανυσματικά αρχεία είναι περιορισμένες, με αποτέλεσμα οι εικόνες να μην εμφανίζονται ρεαλιστικές σε σχέση με άλλες μορφές αρχείου εικόνων που απαιτούν σκιάσεις και αναμείξεις χρωμάτων.
- Οι εφαρμογές επεξεργασίας διανυσματικών αρχείων μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με την συμβατότητα και την απόδοσή τους, με αποτέλεσμα να υπάρχει ασυνέπεια στα αρχεία μεταξύ τους.
- Για την επεξεργασία αυτών των αρχείων είναι απαραίτητο ένα ισχυρό υπολογιστικό μηχάνημα, διότι σε έναν υψηλό όγκο δεδομένων μπορεί να υπάρχει επιβράδυνση της απόδοσης ακόμα και σε μικρά αρχεία.



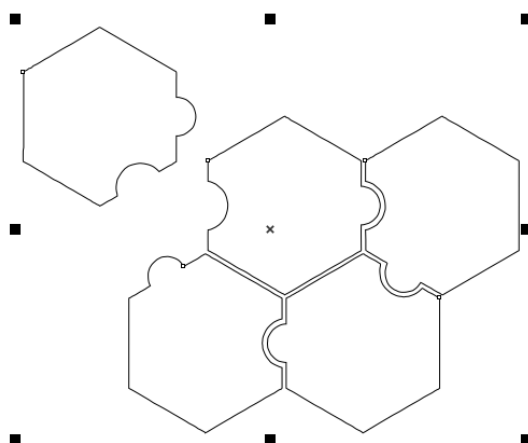
Παρά το γεγονός ότι τα διανυσματικά αρχεία παρουσιάζουν μερικά μειονεκτήματα, οι σχεδιαστές συχνά τα προτιμούν γιατί είναι ευκολότερα στην χρήση τους. Είναι εύκολη η προσαρμογή αυτών των αρχείων, καθώς μπορεί να γίνει επεξεργασία στα χρώματα, στις γραμματοσειρές, στα σχήματα και παρουσιάζουν επεκτασιμότητα και ευελιξία. Για αυτόν τον λόγο βρίσκουν χρήση στην δημιουργία λογότυπων, αφισών, εικονογραφήσεων κ.λπ.

Για την υλοποίηση του περιοδικού #PhotoTag δημιουργήθηκαν κάποια διανυσματικά γραφικά για πρακτικούς λόγους, καθώς επίσης και για να είναι το τελικό αποτέλεσμα πιο ελκυστικό στους αναγνώστες. Τα γραφικά αυτά έχουν χρησιμοποιηθεί στον σχεδιασμό του λογότυπου, στην δημιουργία της σελίδας των περιεχομένων, καθώς επίσης και σε μερικές διαφημίσεις που έχουν τοποθετηθεί τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξώφυλλο του περιοδικού.



*Εικόνα 38: Διανυσματικά γραφικά στο λογότυπο*

Για την δημιουργία της σελίδας των περιεχομένων σχεδιάστηκαν εξάγωνα σχήματα με την μορφή παζλ, έτσι ώστε να δοθεί ένα ιδιαίτερο στυλ. Η σελίδα των περιεχομένων είναι από τις πρώτες που αντικρίζει ο αναγνώστης και σχεδιάζεται με στόχο να προσελκύει το ενδιαφέρον για όλο το περιοδικό. Το αρχικό προσχέδιο για την δημιουργία της σελίδας ήταν πιο απλοποιημένο και στην συνέχεια δόθηκαν διάφορες αποχρώσεις στο καθένα από αυτά για να επιτευχθεί αρμονία με το λογότυπο. Στη συνέχεια, τα ομαδοποιήσαμε προκειμένου να δημιουργηθεί λευκός χώρος έτσι ώστε να γίνει πιο εύκολη η ανάγνωση.



**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

PhotoAcademy σελ.4	Οδηγός Άρσης σελ.10
Σύβη Αναγνώσεων σελ.14	Ιδέες για Εμπνευση σελ.34
Είδη Φωτογραφίας σελ.36	Νοell Ομοσκέι σελ.62
Ιστορικοί Φωτογράφοι σελ.64	Polanoid σελ.80
Η πρώτη Φωτογραφική Μέρα σελ.78	
Νάσια Στουρούτη σελ.82	Φωτογραφία ως τέχνη σελ.98
Η φωτογραφία με φυσικομαθη- ματικά σελ.100	Art Ninas σελ.102
Νίκος Ζήκος σελ.116	Portfolio σελ.118
	Quiz σελ.146

**Εικόνα 39: Διανυσματικά γραφικά στα περιεχόμενα**

Στο τέλος του περιοδικού υπάρχει μια σελίδα με κουίζ για τους αναγνώστες. Στην σελίδα αυτή έχουν προστεθεί διανυσματικά γραφικά στο πάνω και στο κάτω μέρος για ένα καλαίσθητο αποτέλεσμα. Για τον ίδιο λόγο έχουν τοποθετηθεί κάποια γραφικά και σε ορισμένες σελίδες διαφημίσεων εντός του περιοδικού.

## #PHOTOquiz

Μεγάλος φωτογραφικός διαγωνισμός γνώσεων  
Απαντήστε & κερδίστε μία...  
**SONY Vlog Camera!**

ΑΞΙΑΣ  
**€799**



ΤΟ ΜΕΓΑΛΟ ΔΩΡΟ  
**Sony Vlogging ZV-1**

- Η ιδανική camera για επαγγελματικές ποιότητες video ακόμη & από χρήστες που κάνουν τα πρώτα τους βήματα στο vlogging
- Φακός με υπογραφή κύρους Zeiss Vario-Sonnar 24-70mm f/1.8 2.8
  - Αισθητήρας 1 in, 20.1 Megapixel
  - Αρθρική προς όλες τις κατευθύνσεις οθόνη αφής
- Υψηλής ποιότητας καταγραφή ήχου με τριπλό κατευθυντικό μικρόφωνο συν δυνατότητα εξωτερικού μικροφώνου
- Eye Focus AF που αναγνωρίζει πρόσωπα και εστιάζει συνεχώς στα μάτια του κινούμενου σπασμένου
- Ειδική λειτουργία background defocus για αυτόματο ξεφοντάρισμα
- Ενσωματωμένο ND φίλτρο, διαβαθμίσεις ευαισθησίας AF στα profiles S, Log2 καθώς και live streaming
- 4K video με full pixel readout (από όλη την επιφάνεια του αισθητήρα) χωρίς pixel binning με high bit rate XAVC S codec.
  - Slow motion και time lapse

Υβριδική φωτογραφική/ video camera ειδικά σχεδιασμένη για τον κόσμο vloggers

Βρείτε το ερωτηματολόγιο στην τελευταία σελίδα

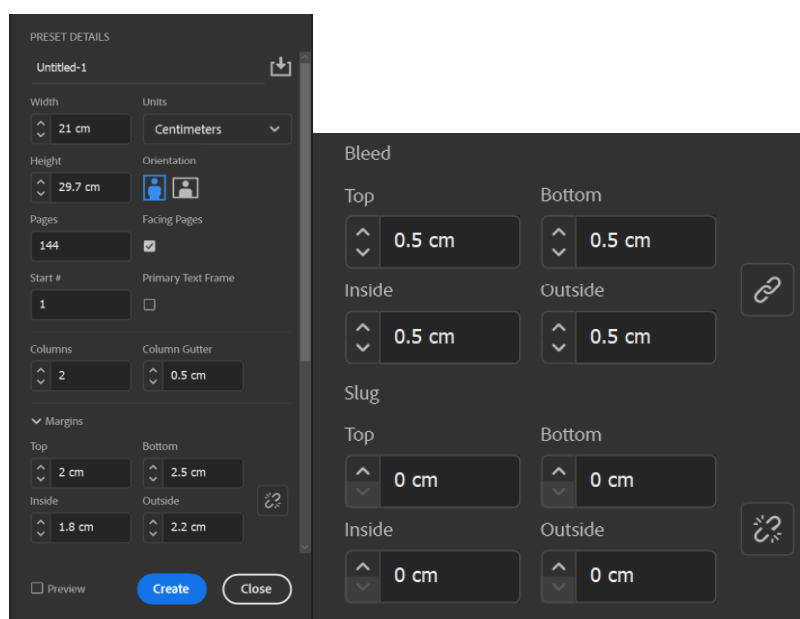
**Εικόνα 40: Διανυσματικά γραφικά στην σελίδα του κουίζ**

### 4.3 Ηλεκτρονική σελιδοποίηση

Η ηλεκτρονική σελιδοποίηση περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο οι σελίδες ενός εντύπου διαμορφώνονται σε ένα πρόγραμμα σχεδίασης, όπως για παράδειγμα το InDesign. Περιλαμβάνει όλες τις πληροφορίες που εμπεριέχονται σε μία σελίδα, όπως την θέση των κειμένων, των εικόνων και των γραφικών. Επιπλέον για να επιτευχθεί ευκολότερα η σχεδίαση του εντύπου και να υπάρξει οργάνωση στην διάταξη, είναι σημαντικές οι Πρότυπες Σελίδες – Master Pages.

#### 4.3.1 Δημιουργία αρχείου

Ο σχεδιασμός του περιοδικού #PhotoTag, πραγματοποιήθηκε στο πρόγραμμα InDesign. Η διάσταση της σελίδας είναι 21 x29,7εκ, το σύνολο των σελίδων είναι 144, με 0.5εκ bleed και χωρίς την προσθήκη slug. Για την καλύτερη τοποθέτηση των τυπογραφικών στοιχείων αποφασίσαμε να δημιουργήσουμε δύο στήλες με κενό 0.5εκ μεταξύ τους, οι οποίες μας βοηθάνε να διατηρήσουμε καθ' όλη την διάρκεια της σχεδιαστικής διαδικασίας ένα ομοιόμορφο αποτέλεσμα. Τα περιθώρια της σελίδας έχουν διαμορφωθεί ως εξής: 2εκ από την κορυφή, 2.5εκ από την κάτω πλευρά της σελίδας, 1.8εκ από την εσωτερική πλευρά, στο σημείο που ενώνεται με την ράχη και τέλος από την εξωτερική πλευρά έχουμε αφήσει περιθώριο 2.2εκ.



*Εικόνα 41: Δημιουργία αρχείου στο InDesign*

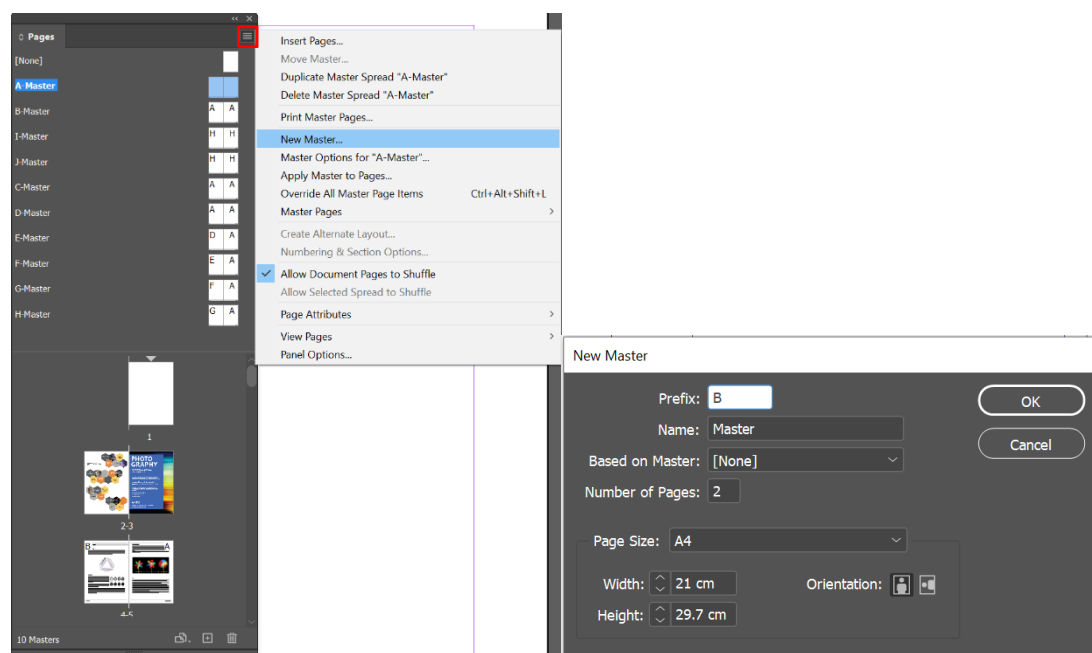
#### 4.3.2 Master pages

Οι Πρότυπες Σελίδες - Master Pages μπορούν να βοηθήσουν τον σχεδιαστή όταν έχει να αντιμετωπίσει ένα μεγάλο αριθμό σελίδων. Είναι σελίδες οι οποίες δεν διατίθενται προς εκτύπωση, ωστόσο ο σχεδιαστής μπορεί να τις χρησιμοποιήσει ως πρότυπες για την υλοποίηση της σχεδίασης των υπόλοιπων σελίδων. Οι master pages χρησιμοποιούνται κυρίως στα πολυσέλιδα έντυπα, όπως περιοδικά και βιβλία, έτσι ώστε να υπάρχει συνέπεια σχεδιασμού σε όλο το έγγραφο. Τα στοιχεία τα οποία μπορούν να τοποθετηθούν στις Master Pages είναι η αρίθμηση των σελίδων, κάποιο φόντο το οποίο επαναλαμβάνεται, γραφικά, γραμμές, σχέδια, λογότυπα και τέλος πλαίσια τα οποία μπορούν να περιέχουν κεφαλίδες,

υποσέλιδα, χρώματα, κείμενα και εικόνες. Για την τοποθέτηση αυτών των στοιχείων, ο σχεδιαστής μπορεί να δημιουργήσει μια ή περισσότερες Master Pages, οι οποίες τον βοηθούν στην οργάνωση της διάταξης των σελίδων. Οι Πρότυπες Σελίδες, έχουν μεγάλη επιρροή στον τρόπο σχεδίασης καθώς οποιαδήποτε αλλαγή που θα πραγματοποιηθεί σε αυτές, εφαρμόζεται σε κάθε σελίδα του εγγράφου.

### 4.3.3 Σχεδιασμός Master Pages

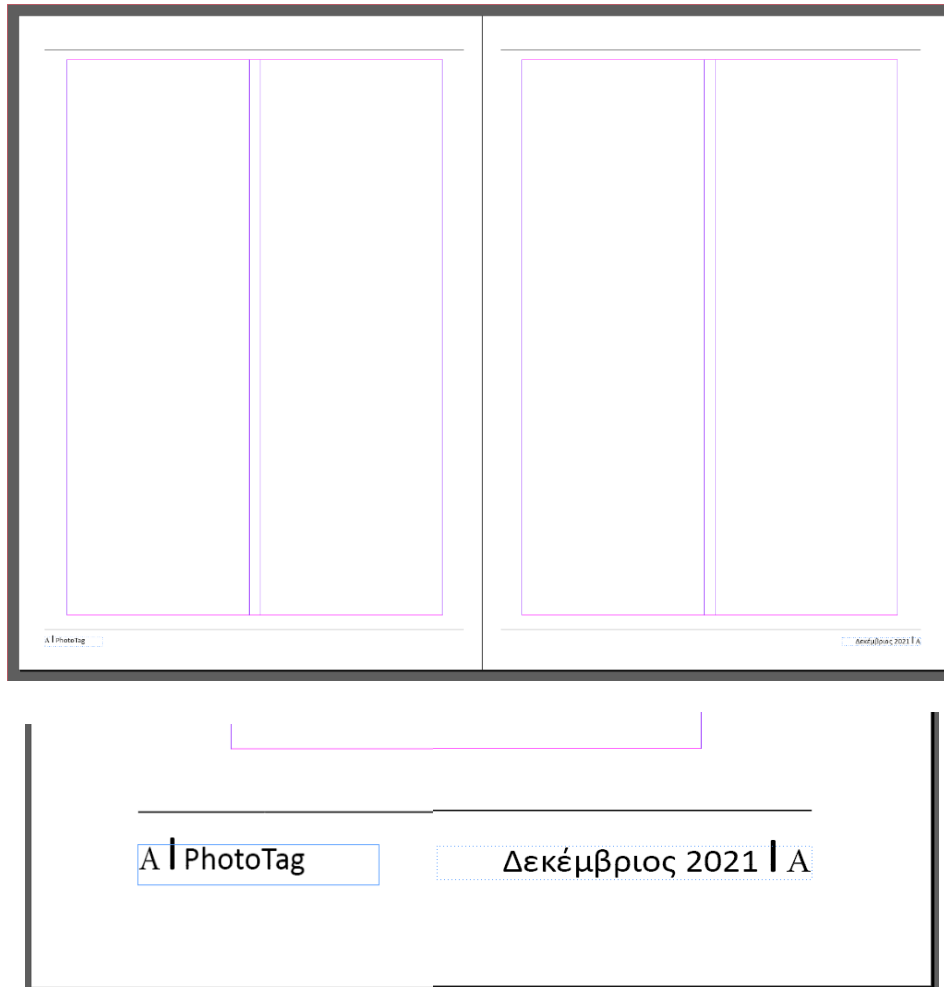
Για την υλοποίηση της σχεδίασης του περιοδικού #PhotoTag, εκτός από την A-Master Page η οποία εμφανίζεται κατά την δημιουργία ενός καινούριου αρχείου, δημιουργήσαμε άλλες εννιά πρότυπες σελίδες.



*Εικόνα 42: Δημιουργία new master page*

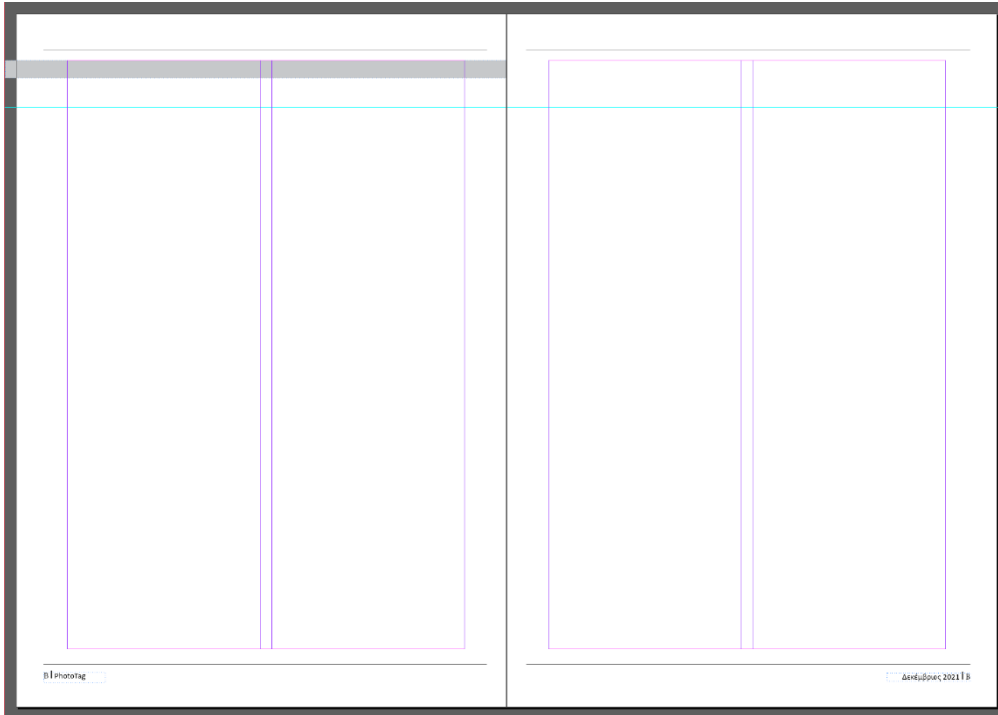
Δημιουργία πρότυπων σελίδων-master pages για το περιοδικό #PhotoTag:

- Η A-Master Page περιλαμβάνει την αρίθμηση των σελίδων και κάποια πλαίσια κειμένου τα οποία περιέχουν πληροφορίες σχετικές με το περιοδικό, όπως το brand name το οποίο τοποθετείται στην αριστερή σελίδα και ο μήνας έκδοσης ο οποίος τοποθετείται στην δεξιά. Η αρίθμηση σε ένα πολυσέλιδο έντυπο είναι πολύ σημαντική διότι ο αναγνώστης μπορεί να καθοδηγηθεί μέσα σε αυτό με μεγάλη ευχέρεια. Για τον διαχωρισμό της αρίθμησης από τις υπόλοιπες πληροφορίες μέσα στο πλαίσιο κειμένου προστέθηκε μια κάθετη γραμμή ανάμεσά τους. Τέλος, σε κάθε σελίδα έχει τοποθετηθεί μια γραμμή στην κορυφή και μια στην κάτω πλευρά της σελίδας, για τον διαχωρισμό του κειμένου από τις επιπρόσθετες πληροφορίες αλλά και για αισθητικούς λόγους.



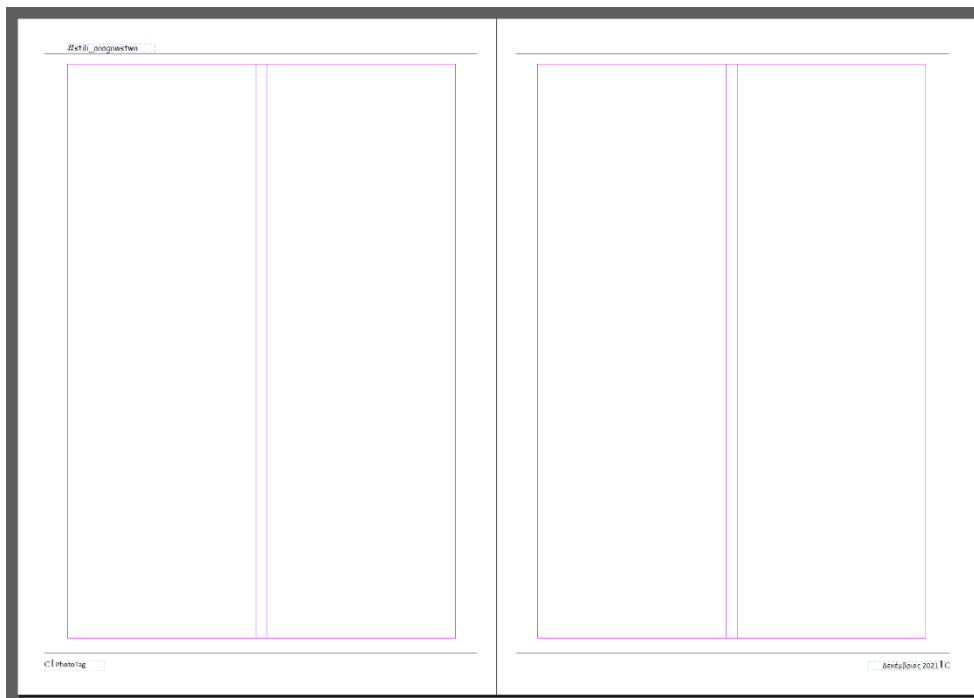
**Εικόνα 43: Δημιουργία A-master page**

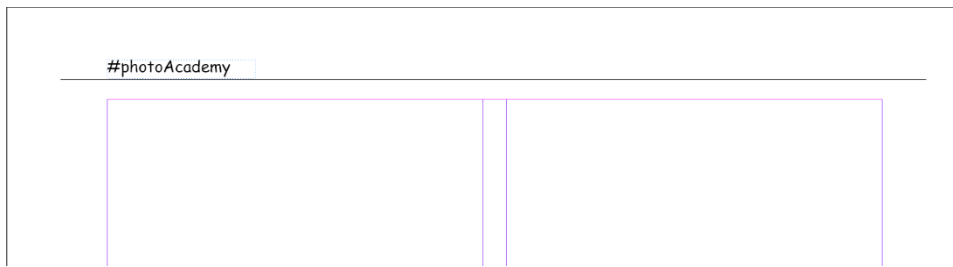
- Η B-Master Page περιέχει την αρίθμηση, τις πληροφορίες και τις γραμμές, έτσι ώστε να υπάρχουν σε όλες τις σελίδες του εντύπου και επιπλέον ένα γκρι πλαίσιο στην πάνω μεριά της αριστερής σελίδας, το οποίο υποδηλώνει την έναρξη μιας καινούριας ενότητας και μέσα σε αυτό τοποθετείται ο κύριος τίτλος. Επίσης έχει τοποθετηθεί ένας οδηγός (ruler) ο οποίος μας βοηθάει στην διατήρηση της απόστασης μεταξύ του τίτλου και του υπόλοιπου κειμένου.



**Εικόνα 44: Δημιουργία B-Master page**

- Οι υπόλοιπες Master Pages που δημιουργήθηκαν έχουν παρόμοια μορφή με την A-Master Page, αλλά η μόνη διαφορά είναι ότι περιέχει επιπλέον ένα πλαίσιο κειμένου στην κορυφή της αριστερής σελίδας. Στο πλαίσιο αυτό αναγράφεται ο τίτλος κάθε κατηγορίας έτσι ώστε ο αναγνώστης να μπορεί ανά πάσα στιγμή να γνωρίζει σε πια ενότητα βρίσκεται.





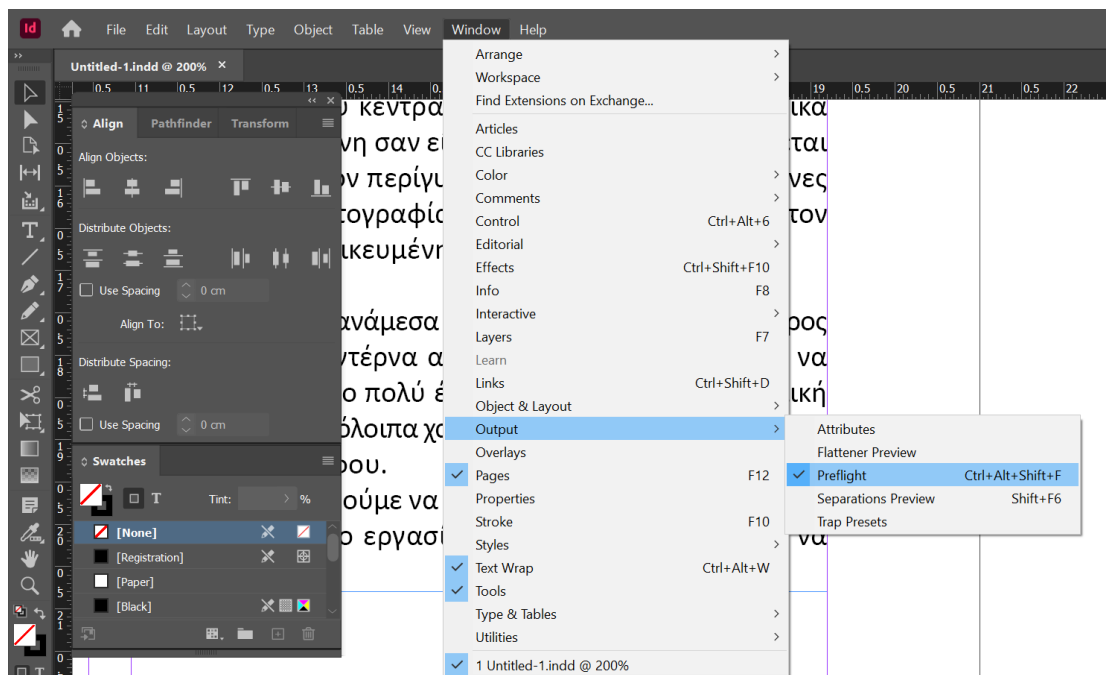
**Εικόνα 45: Δημιουργία C-J Master pages**

#### 4.4 Έλεγχος αρχείων - preflight

Ο έλεγχος αρχείων (preflight) είναι απαραίτητος πριν την εκτύπωση, διότι είναι η διαδικασία κατά την οποία ελέγχεται ότι όλα τα ψηφιακά αρχεία είναι έγκυρα, υπαρκτά και σωστά μορφοποιημένα. Είναι μια προεκτυπωτική διαδικασία που διασφαλίζει ότι τα αρχεία είναι έτοιμα προς εκτύπωση για την ομαλή παραγωγή του εντύπου και για την αποφυγή σφαλμάτων.

Κατά την διαδικασία preflight ελέγχεται η έλλειψη των γραμματοσειρών, το χρωματικό μοντέλο, η πυκνότητα του μελανιού, η ανάλυση των εικόνων, η παγίδευση του χρώματος – trapping, η έλλειψη των σημαδιών ξακρίσματος κ.α.

Για την εμφάνιση της καρτέλας του preflight, επιλέγουμε από την κατηγορία Window-Output το Preflight, έτσι ώστε να γίνει ο απαραίτητος έλεγχος στα αρχεία που έχουμε εισάγει.



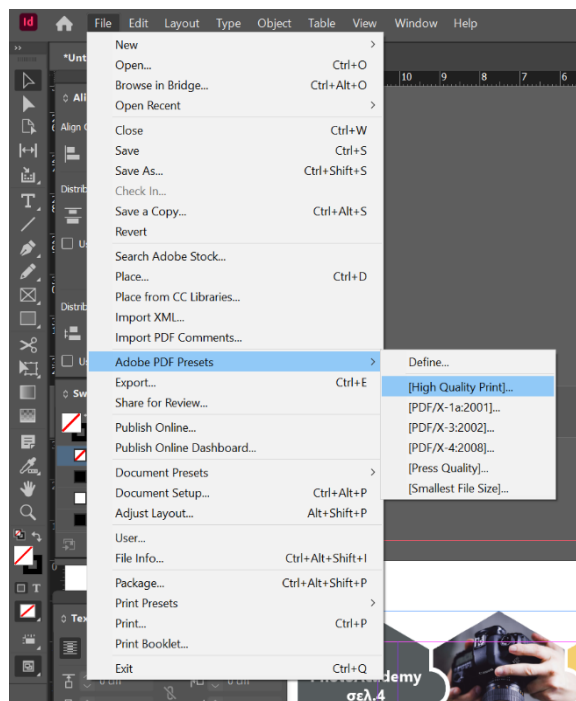
**Εικόνα 46: Έλεγχος αρχείων -Preflight**

## 4.5 Δημιουργία αρχείου pdf προς εκτύπωση

Πριν την διαδικασία της εκτύπωσης, είναι απαραίτητη η δημιουργία του αρχείου σε μορφή PDF (Portable Document Format). Με αυτόν τον τρόπο το αρχείο παραμένει αναλλοίωτο ως προς τις γραμματοσειρές, τις εικόνες και την διάταξη των κειμένων. Έτσι το αρχείο μπορεί να αποσταλεί για εκτύπωση χωρίς καμία απώλεια πληροφοριών και χωρίς να δημιουργηθεί κανένα πρόβλημα στην διαδικασία.

Κατά την εξαγωγή του αρχείου μπορούμε να προσθέσουμε πληροφορίες που καθορίζουν την εκτύπωση, όπως τα σημεία κοπής, τους σταυρούς σύμπτωσης, την χρωματική σκάλα κ.α. Μέσω του προγράμματος σχεδίασης με το οποίο έχουμε εργαστεί για τον σχεδιασμό του εντύπου, μπορούμε εύκολα να δημιουργήσουμε ένα αρχείο PDF.

Μέσω της κατηγορίας File –Adobe PDF Presets επιλέγουμε Press Quality έτσι ώστε να αποθηκευτεί με την καλύτερη δυνατή ανάλυση προς εκτύπωση.



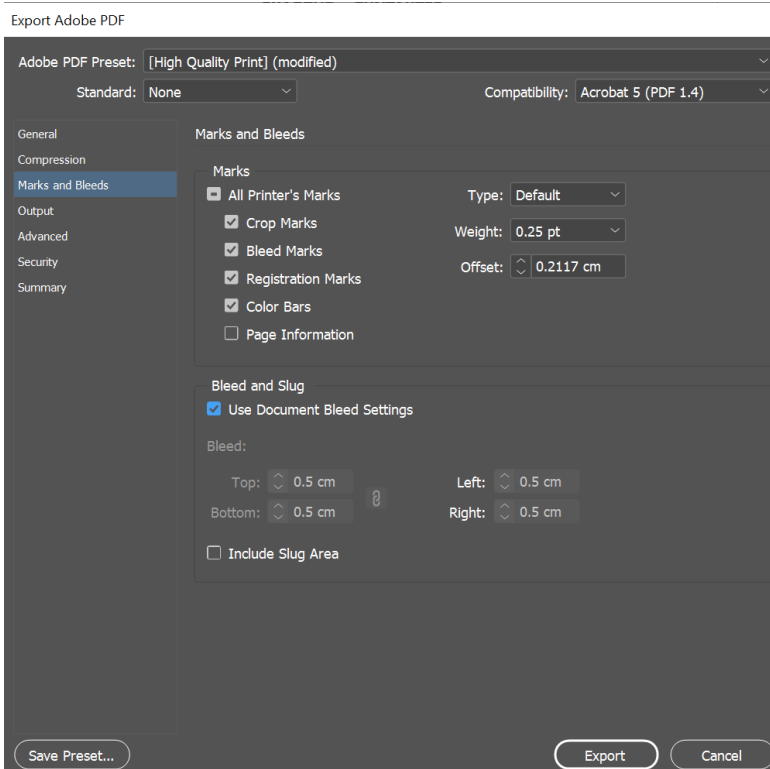
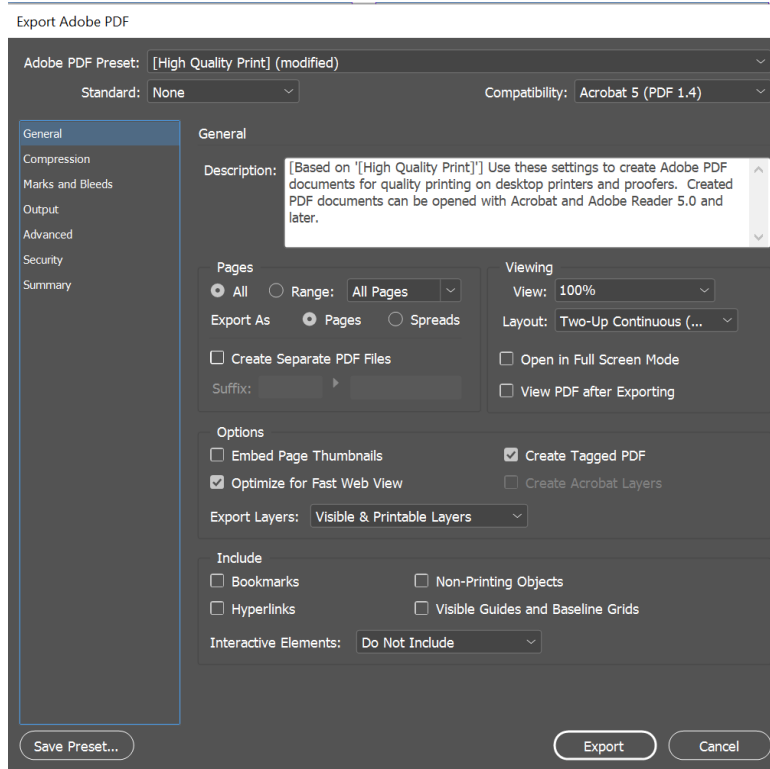
*Εικόνα 47: Δημιουργία αρχείου PDF*

Στην συνέχεια, στο παράθυρο που εμφανίζεται, στην κατηγορία General επιλέγουμε το Pages έτσι ώστε οι σελίδες κατά την εξαγωγή να εμφανιστούν μεμονωμένες και όχι σαν αναπτύγματα. Έπειτα στην κατηγορία Marks and Bleeds επιλέγουμε τα ακόλουθα:

- Crop Marks
- Bleed Marks
- Registration Marks
- Color Bars

Στην υποκατηγορία Bleed and Slug επιλέγουμε το Use Document Bleed Settings έτσι ώστε να μην υπάρξει κάποια αλλαγή από τις αρχικές μας ρυθμίσεις.



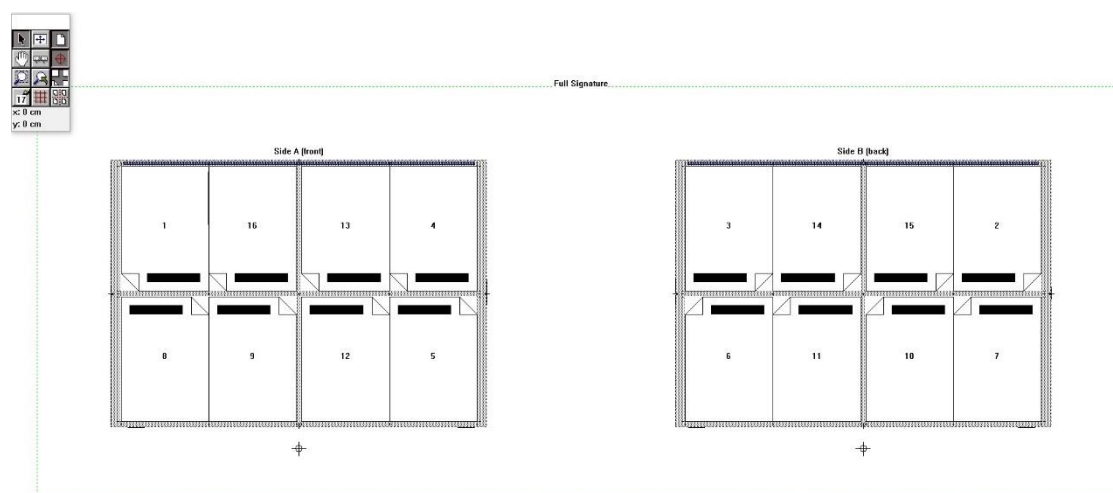


**Εικόνα 48: Ρυθμίσεις Export PDF**

## 4.6 Μοντάζ

Στο τελικό στάδιο της προεκτύπωσης πραγματοποιείται η διαδικασία του μοντάζ έτσι ώστε να επιτευχθεί η εκτύπωση του εντύπου. Μέσω του προγράμματος Preps επιλέγουμε τις κατάλληλες προδιαγραφές με βάση την διαχείριση του τυπογραφικού φύλλου και τον τρόπο σύνδεσης των μεμονωμένων σελίδων προκειμένου να επιτευχθεί το ανάπτυγμα του τυπογραφικού φύλλου.

Καθώς το περιοδικό #PhotoTag περιλαμβάνει 144 σελίδες, χρειάζονται 9 δεκαεξασέλιδα τα οποία θα τυπωθούν και από τις δύο όψεις. Οπότε το work style το οποίο επιλέχθηκε είναι το SheetWise Work (απαιτούνται διαφορετικές εκτυπωτικές πλάκες για να τυπωθούν και οι δύο όψεις του τυπογραφικού φύλλου) και το Binding Style που ορίστηκε είναι το Perfect Bound διότι θα πραγματοποιηθεί κολλητή βιβλιοδεσία και κατά την σύνθεση των τυπογραφικών αυτά πρέπει να είναι τοποθετημένα παράλληλα. Η διάσταση του χαρτιού που επιλέχθηκε είναι 64εκ x 90εκ.



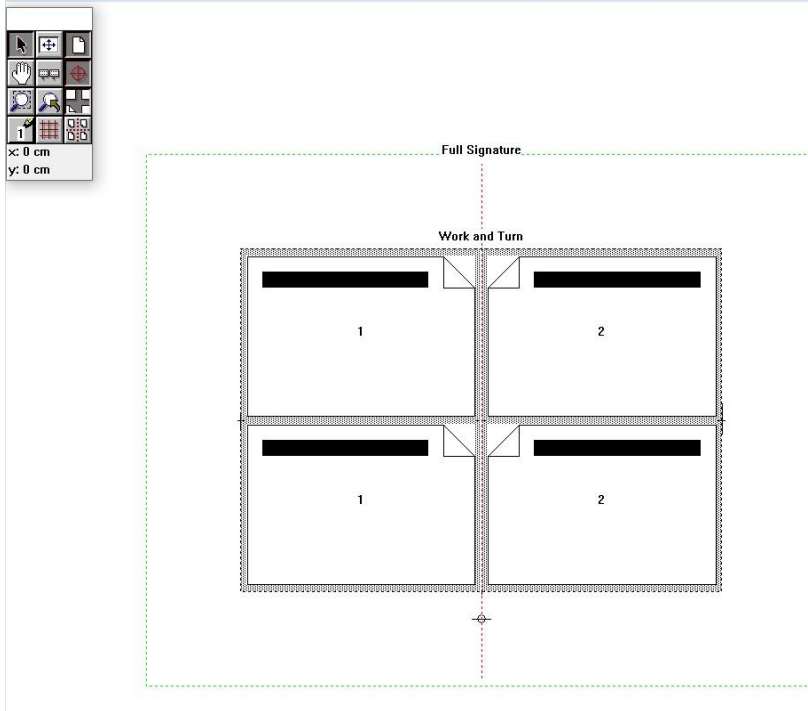
**Εικόνα 49: Template 16σέλιδου**

Στην συνέχεια για την ολοκλήρωση της διαδικασίας του μοντάζ πρέπει να τοποθετηθούν στο template τα απαραίτητα τυπογραφικά στοιχεία (smart marks) όπως σταυροί σύμπτωσης, σημάδια κοπής και πίκμανσης, χρωματική σκάλα ελέγχου, collation mark και τέλος τα δόντια της μηχανής.

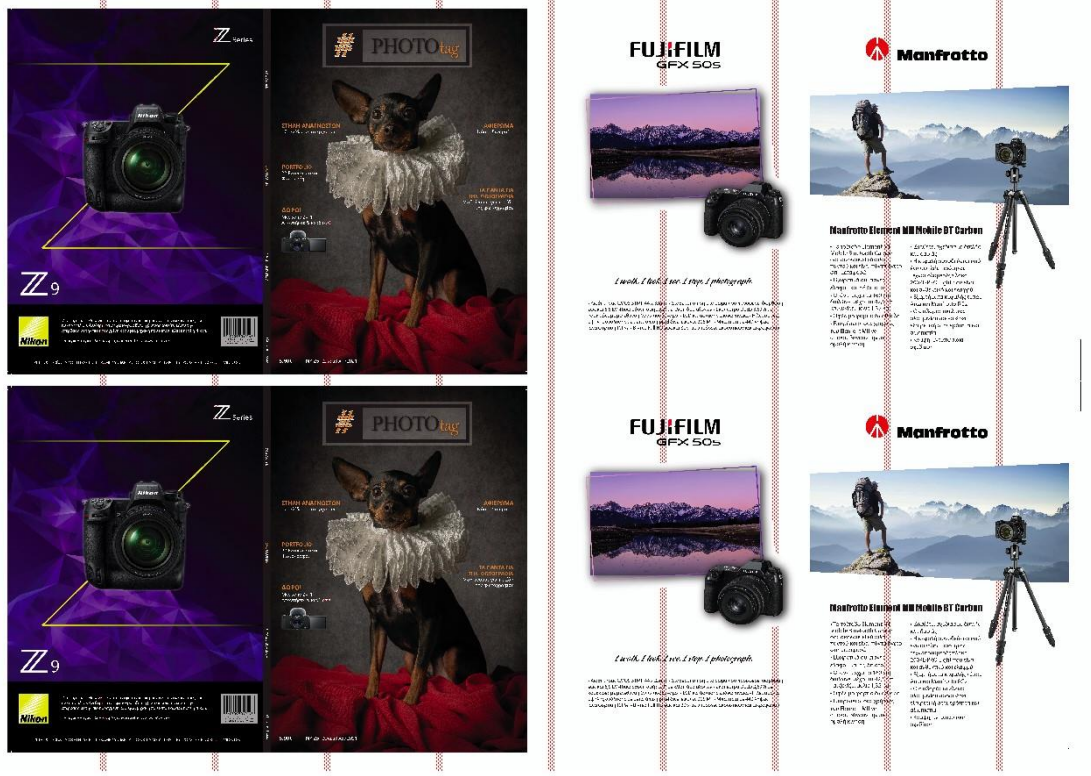


Εικόνα 50: Α' όψη τυπογραφικού φύλλου

Για το μοντάζ του εξωφύλλου, Α' και Β' όψη, δημιουργήσαμε ένα τετρασέλιδο και χρησιμοποιήσαμε το ίδιο μέγεθος χαρτιού (64x90εκ). Στο Work Style επιλέξαμε το Work and Turn καθώς και οι δύο όψεις του εξωφύλλου βρίσκονται στην ίδια εκτυπωτική πλάκα. Οι Α' όψεις βρίσκονται στην μισή πλευρά και οι Β' όψεις στην άλλη πλευρά. Αρχικά τυπώνεται η μια πλευρά του χαρτιού και στην συνέχεια περιστρέφεται ως προς τον κατακόρυφο άξονά του για να τυπωθεί και δεύτερη πλευρά. Έτσι έχουμε σε ένα χαρτί τυπωμένα τέσσερα εξώφυλλα. Έπειτα, στο Binding Style επιλέξαμε το Flat Work καθώς το εξώφυλλο δεν απαιτεί κάποια ιδιαίτερη βιβλιοδεσία και τέλος τοποθετήσαμε τα Smart Marks.



Εικόνα 51: Template 4σέλιδου



Εικόνα 52: Α' και Β' όψη Εξωφύλλου

## Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> -Εκτυπωτική διαδικασία

### 5.1 Εκτύπωση

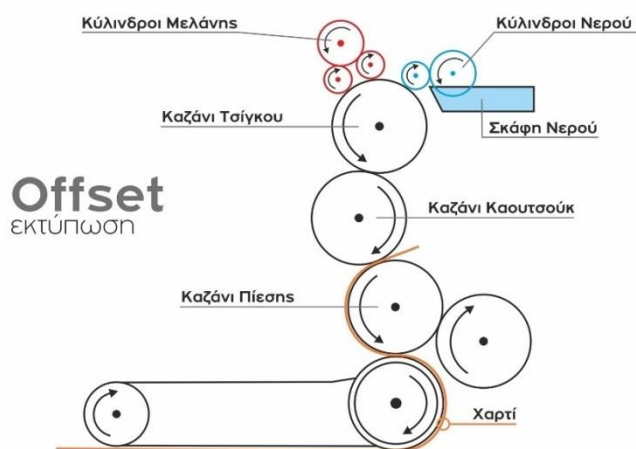
Η μέθοδος εκτύπωσης η οποία επιλέξαμε για το περιοδικό #PhotoTag, είναι η offset, καθώς είναι η πιο κατάλληλη για την παραγωγή πολυσέλιδων εντύπων με μεγάλο αριθμό αντιτύπων. Είναι η οικονομικότερη μέθοδος εκτύπωσης συγκριτικά με τις υπόλοιπες, με μεγάλη ταχύτητα εκτύπωσης. Προσφέρει υψηλή ποιότητα με μεγάλες λεπτομέρειες κατά την εκτύπωση καθώς και πιστότητα στα χρώματα.



*Εικόνα 53: Μηχανή εκτύπωσης Όφσετ*

Η εκτύπωση offset είναι μια έμμεση διαδικασία και πραγματοποιείται με την μεταφορά του θέματος από την μεταλλική εκτυπωτική πλάκα στον ελαστικό κύλινδρο (καουτσούκ) και από εκεί, με την άσκηση πίεσης (καζάνι) στο εκτυπωτικό υπόστρωμα. Η αρχή λειτουργίας βασίζεται στην αλληλοαπώθηση νερού-μελανιού, τα οποία δεν αναμειγνύονται λόγω διαφορετικού pH. Το μελάνι συγκρατείται στην περιοχή του θέματος, ενώ το νερό απωθείται. Τα υποστρώματα που χρησιμοποιούνται είναι κυρίως χαρτί και χαρτόνι, από 50 έως 800 γραμμάρια/m<sup>2</sup>. Η μέθοδος offset εμφανίζεται συχνότερα στην εκτύπωση εφημερίδων, περιοδικών, συσκευασιών από χαρτί ή χαρτόνι, εμπορικών εκτυπώσεων, κ.α.

(Νομικός, 2019)



*Εικόνα 54: Διαδικασία εκτύπωσης Offset*



## 5.2 Βιβλιοδεσία

Με τον όρο βιβλιοδεσία ή αλλιώς βιβλιοδέτηση, εννοούμε την συρραφή των φύλλων ενός χειρόγραφου ή ενός έντυπου και την ένωσή τους με ένα προστατευτικό κάλυμμα (εξώφυλλο). Το έντυπό μας προστατεύεται έτσι από τις διάφορες φθορές και με αυτή τη μορφή είναι πιο εύκολη η ανάγνωση. Τα έντυπα, ανάλογα με τον τρόπο που θα κολληθούν και την μορφή που θα έχουν, λέγονται βιβλία, περιοδικά, κατάλογοι, κ.τ.λ. Η βιβλιοδεσία σαν όρος είναι πιο παλιά από την τυπογραφία. Χρησιμοποιούνταν σε παπύρους και περγαμηνές. Στην Ελλάδα αρχικά, η βιβλιοδεσία ήταν γνωστή με τον όρο στάχωσης ή στάχωμα, και αυτός ο όρος έχει διατηρηθεί μέχρι και σήμερα.

Υπάρχουν τέσσερα βασικά είδη βιβλιοδεσίας τα οποία διαφέρουν μεταξύ τους ανάλογα με τον τρόπο ένωσης των τυπογραφικών φύλλων και του εξωφύλλου σε αυτά.

- Σπιράλ: Το σπιράλ είναι αρκετά δημοφιλής τρόπος βιβλιοδεσίας. Το σπιράλ μπορεί να είναι μεταλλικό ή πλαστικό και εφαρμόζεται στην αριστερή ή στην επάνω πλευρά του εντύπου. Τα φύλλα σε αυτή τη μέθοδο είναι ανεξάρτητα και γίνεται διάτρηση με ένα ειδικό μηχάνημα. Είναι ένας εύκολος, γρήγορος και οικονομικός τρόπος δεσίματος που αφορά έντυπα πολύ μικρού τιράζ. Χρησιμοποιείται σε: έντυπα για παρουσιάσεις, εκθέσεις και εργασίες, σε σημειωματάρια, ημερολόγια, τετράδια κ.α.
- Καρφίτσα: Αυτός είναι ίσως ο πιο γνωστός και διαδεδομένος τρόπος βιβλιοδεσίας. Η συρραφή γίνεται με μεταλλικό σύρμα στην ράχη του εντύπου. Τα τυπογραφικά φύλλα διπλώνονται σε 16σέλιδα (ή 4σέλιδα ή 8σέλιδα κ.λπ.), συντίθενται το ένα μέσα στο άλλο και στην συνέχεια συρράπτονται σε ειδική καρφιτσωτική μηχανή. Χρησιμοποιείται σε: τετράδιο, μπλοκ, περιοδικά, βιβλία, διαφημιστικά έντυπα κ.α.
- Ραφτή: Με αυτόν τον τρόπο δένονται τα περισσότερα βιβλία. Επιπλέον διάκριση αποτελεί το είδος του εξωφύλλου, που μπορεί να είναι μαλακό ή σκληρό. Τα τυπογραφικά φύλλα σε αυτή τη μέθοδο διπλώνονται, συντίθενται το ένα δίπλα στο άλλο -σε σειρά και ράβονται με κλωστή σε ειδική ραπτική μηχανή. Δημιουργείται έτσι το γνωστό σώμα του βιβλίου. Χρησιμοποιείται σε: βιβλία, εγχειρίδια, κατάστιχα κ.α.
- Κολλητή: Το σώμα σε αυτήν την μέθοδο δεν ράβεται. Μπορεί να αποτελείται είτε από τυπογραφικά είτε από μεμονωμένα φύλλα. Αυτά τα φύλλα αφού πρώτα ξυριστούν (milling) στην ράχη για να είναι ομοιόμορφα κομμένα, κολλούνται με το εξώφυλλο. Υπάρχουν δύο μέθοδοι (hot melt και PUR) και η διαφορά τους είναι στο είδος της κόλλας.



*Εικόνα 55: Κολλητή βιβλιοδεσία*

Η μέθοδος βιβλιοδεσίας που επιλέχτηκε για το περιοδικό #PhotoTag είναι η κολλητή και το αποτέλεσμα που προκύπτει από το μεγάλο πλήθος των τυπογραφικών σελίδων δημιουργεί ένα τετράγωνο σχήμα στην ράχη. Αρχικά ταξινομούνται τα διπλωμένα τυπογραφικά φύλλα μεταξύ τους το ένα πάνω στο άλλο για την δημιουργία της ράχης. Ακολουθεί το ξύρισμα της ράχης και εφαρμόζεται κόλα μια φορά στην περιοχή της ράχης για να ενωθούν οι σελίδες μεταξύ τους και άλλη μια φορά για να γίνει η ένωση του εξωφύλλου με το υπόλοιπο έντυπο.

### 5.3 Προϋπολογισμός κόστους παραγωγής

Ο υπολογισμός του τελικού κόστους παραγωγής ενός εντύπου επηρεάζεται από κάποιους παράγοντες ανάλογα με το είδος του χαρτιού και του μελανιού τα οποία θα χρησιμοποιηθούν, την μέθοδο της βιβλιοδεσίας, το τιράζ, το είδος της εκτύπωσης, κ.α.

Παρακάτω περιγράφονται αναλυτικά οι τεχνικές προδιαγραφές, το κόστος και ο χρόνος παραγωγής του περιοδικού #PhotoTag με βάση τις τιμές που υπάρχουν στην αγορά.

#### ➤ Τεχνικές προδιαγραφές

- Τιράζ αντιτύπων: 300.000 τεμάχια
- Αριθμός σελίδων περιοδικού: 144
- Διάσταση σελίδας κυρίως σώματος: 21x29,7εκ (A4)
- Ανάπτυγμα δισέλιδου κυρίως σώματος: 42 x 29,7εκ
- Είδος χαρτιού κυρίως σώματος: velvet gloss 115gr/m<sup>2</sup>διάστασης 64x 90εκ διπλής επίχρισης
- Αριθμός σελίδων εξωφύλλου: 4 ( Α' και Β' όψη)
- Διάσταση εξωφύλλου μια όψη: 21x 29,7 εκ
- Ανάπτυγμα εξωφύλλου: 42,7 x 29,7

- Ράχη: 0,7εκ
- Είδος χαρτιού εξωφύλλου: velvet 300 gr/m<sup>2</sup>διάστασης 64 x90 εκ διπλής επίχρισης
- Μέθοδος εκτύπωσης: Offset τετραχρωμία
- Παραγωγή μηχανής Offset ανά ώρα: 6.000 τ.φ
- Παραγωγή διπλωτικής μηχανής ανά ώρα: 15.000 τ.φ
- Παραγωγή μηχανής βιβλιοδεσίας ανά ώρα: 20.000 τ.φ
- Μέθοδος βιβλιοδεσίας: κολλητή βιβλιοδεσία

➤ Κόστος παραγωγής

Οι παρακάτω τιμές συμπεριλαμβάνουν Φ.Π.Α

- Τιμή χαρτιού velvetδιπλής επίχρισης 115gr/m<sup>2</sup> διάστασης 64 x 90εκ: 0,114 € /τ.φ
- Τιμή χαρτιού velvetδιπλής επίχρισης 300gr/m<sup>2</sup> διάστασης 64 x 90εκ: 0,315 € /τ.φ
- Τιμή εκτυπωτικών πλακών: 13 €

➤ Άμεσα εργατικά

- Σχεδιασμός εντύπου: 70 ώρες / 6€ την ώρα
- Μοντάζ: 2 ώρες / 22€ την ώρα
- Εκτύπωση: 509 ώρες / 24€ την ώρα
- Δίπλωση: /15€ την ώρα
- Βιβλιοδεσία: 153 ώρες/ 20€ την ώρα

➤ Υπολογισμός και κόστος τυπογραφικών φύλλων για 300.000 τираζ

- Κυρίως σώμα

1 αντίτυπο → 9 τυπογραφικά φύλλα  
300.000 → X;

---


$$1 * X = 300.000 * 9$$

$$X = 2.700.000 \text{ τ.φ.}$$

Για τον υπολογισμό της τελικής ποσότητας του χαρτιού που θα χρειαστεί για να τυπωθεί το περιοδικό υπολογίζεται ένα 10% για την φθορά που θα προκύψει.  
Άρα  $2.700.000 + 10\% = 2.970.000 \text{ τ.φ.}$

Συνολικό κόστος χαρτιού κυρίως σώματος:  $0,114€ * 2.970.00 \text{ τ.φ} = 338.580 \text{ €}$



- Εξώφυλλο

1 τυπογραφικό φύλλο → 4 εξώφυλλα  
X; → 300.000 εξώφυλλα

---

$$4X = 1 * 300.000$$

$$X = 300.000 / 4$$

$$X = 75.000 \text{ τ.φ.}$$

Παρομοίως όπως για το κυρίως σώμα, έτσι και για το εξώφυλλο υπολογίζεται ένα 10% για την φθορά.

$$\text{Άρα } 75.000 + 10\% = \mathbf{82.500 \text{ τ.φ.}}$$

Συνολικό κόστος χαρτιού εξωφύλλου:  $0,315\text{€} * 82.00 \text{ τ.φ} = \mathbf{25.987,5\text{€}}$

➤ Υπολογισμός χρόνου και κόστος εργασιών

- Μηχανή Offset

Κυρίως σώμα

60 λεπτά → 6.000 τ.φ

X λεπτά; → 2.970.000 τ.φ

---

$$6.000 * X = 60 * 2.970.00$$

$$X = 60 * 2.970.00 / 6.000$$

$$X = 29.700 \text{ λεπτά}$$

Άρα **495 ώρες**

Συνολικό κόστος μηχανής Offset για το κυρίως σώμα:  $495 \text{ ώρες} * 24\text{€} = \mathbf{11.880\text{€}}$

Εξώφυλλο

60 λεπτά → 6.000 τ.φ.

X λεπτά; → 82.500

---

$$6.000 * X = 60 * 82.500$$

$$X = 60 * 82.500 / 6.000$$

$$X = 825 \text{ λεπτά}$$

Άρα  $13,75 \text{ ώρες} \rightarrow$  Περίπου **14 ώρες**

Συνολικό κόστος μηχανής Offset για εξώφυλλο:  $14 \text{ ώρες} * 24\text{€} = \mathbf{336\text{€}}$

- Διπλωτική μηχανή

Κυρίως σώμα

60 λεπτά → 15.000 τ.φ

X λεπτά → 2.970.000 τ.φ.

---


$$X * 15.000 \text{ τ.φ} = 60 * 2.970.00$$

$$X = 60 * 2.970.00 / 15.000$$

$$X = 11.880 \text{ λεπτά}$$

$$\mathbf{X = 198 \text{ ώρες}}$$

- Μέθοδος Βιβλιοδεσίας

Για τον υπολογισμό του χρόνου της βιβλιοδεσίας, πρέπει αρχικά να υπολογιστεί το σύνολο των τυπογραφικών φύλλων που χρειάζεται για την δημιουργία του περιοδικού.

$$\text{Άρα } 2.970.00 + 82.000 = 3.052.000 \text{ τ.φ}$$

Με βάση τα συνολικά τυπογραφικά φύλλα, υπολογίζεται ο χρόνος που απαιτείται για την ολοκλήρωση της βιβλιοδεσίας η οποία συμπεριλαμβάνει την σύνθεση των τυπογραφικών, το ξύρισμα της ράχης, καθώς και το ξάκρισμα των σελίδων.

60 λεπτά → 20.000 τ.φ

X λεπτά; → 3.052.00 τ.φ

---


$$60 * 3.052.00 = X * 20.000$$

$$X = 60 * 3.052.00 / 20.000$$

$$X = 9.157,5 \text{ λεπτά}$$

$$\text{Άρα } 152,625 \text{ ώρες} \rightarrow \text{Περίπου } \mathbf{153 \text{ ώρες}}$$

Συνολικό κόστος βιβλιοδεσίας: 153 ώρες \* 20€ = **3.060€**

- Υπολογισμός εκτυπωτικών πλακών

Καθώς το περιοδικό μας αποτελείται από 9 δεκαεξασέλιδα, και εκτυπώνουμε με τετραχρωμία offset, θα χρειαστούμε 4 εκτυπωτικές πλάκες για την Α' όψη του 16σέλιδου και 4 για την Β' όψη. Αυτό συμβαίνει γιατί πρέπει σε κάθε όψη να τυπωθούν και τα τέσσερα χρώματα (CMYK) έτσι ώστε να έχουμε το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Άρα το κάθε δεκαεξασέλιδο χρειάζεται 8 εκτυπωτικές πλάκες. Επομένως για όλο το περιοδικό πλην του εξωφύλλου θα χρειαστούμε 72 εκτυπωτικές πλάκες.

Άρα 72 εκτυπωτικές πλάκες \* 13€ = **936€** για το κυρίως σώμα

Για το εξώφυλλο θα χρειαστούμε 4 εκτυπωτικές πλάκες, καθώς και η Α και η Β όψη εκτυπώνονται στην μία πλευρά.

Επομένως έχουμε 4 εκτυπωτικές πλάκες \* 13€ = **52€**

Συνολικό κόστος εκτυπωτικών πλακών: 936 + 52 = **988**

<b>ΑΜΕΣΑ ΕΡΓΑΤΙΚΑ</b>			
<b>ΕΙΔΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ</b>	<b>ΧΡΟΝΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ</b>	<b>ΤΙΜΗ ΑΝΑ ΩΡΑ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>
Σχεδιασμός	70 ώρες	6€	420€
Μοντάζ	2 ώρες	22€	44€
Εκτύπωση	509 ώρες	24€	12.216€
Δίπλωση	198 ώρες	15€	2.970€
Βιβλιοδεσία	153 ώρες	20€	3.060€
			<b>18.710€</b>

<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</b>	
Άμεσα εργατικά	18.710€
Εκτυπωτικές πλάκες	988€
Χαρτιά κυρίως σώματος	338.580€
Χαρτιά εξωφύλλου	25.987,5€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>384.265,5€</b>

Κόστος περιοδικού εντύπου ανά τεμάχιο  $\cong$  1,30€

## Συμπεράσματα

Η εξέλιξη της Τυπογραφίας θεμελιώθηκε μέσα από τον γραπτό λόγο και οδήγησε στην ανάπτυξη ενός νέου είδους έντυπου μέσου, του περιοδικού, το οποίο αποτέλεσε πηγή ενημέρωσης, πληροφόρησης και ψυχαγωγίας για ένα ευρύ και σταθερό αγοραστικό κοινό. Το περιοδικό θα αποτελέσει το σύγγραμμα το οποίο θα εκδίδεται σε τακτά χρονικά διαστήματα, με χαρακτηριστικό όνομα, συγκεκριμένο ύφος και ποικίλη θεματολογία σε πολιτιστικά, κοινωνικά, εκπαιδευτικά, ιστορικά και πολλά άλλα πεδία.

Στην παρούσα έρευνα επιχειρείται ο σχεδιασμός και η παραγωγή της φωτογραφικής περιοδικής έκδοσης #PhotoTag, με γνώμονα την ορθή χρήση των βασικών κανόνων της τυπογραφίας και την εφαρμογή τεχνολογικών παραμέτρων για την δημιουργία του τελικού εντύπου.

Διερευνήθηκαν οι παράμετροι για την διασφάλιση της ποιότητας για την παραγωγή ενός εντύπου, με βάση τις κύριες έννοιες και αρχές που σχετίζονται με τον τυπογραφικό σχεδιασμό καθώς επίσης και τις τεχνικές εκείνες που δημιουργούν ένα ελκυστικό αποτέλεσμα για τον αναγνώστη. Αναλύονται όλα τα στάδια υλοποίησης μιας περιοδικής έκδοσης, η επιλογή των κατάλληλων σχεδιαστικών προτάσεων, η διαμόρφωση των σελίδων, τα κριτήρια και οι προδιαγραφές παραγωγής με στόχο την ολοκλήρωση ενός έργου που να καλύπτει τα ενδιαφέροντα και τις αναζητήσεις συγκεκριμένου αναγνωστικού κοινού.

Η επιλογή και ο τρόπος εφαρμογής των βασικών αρχών της τυπογραφικής σύνθεσης και η αξιολόγηση των τεχνολογικών παραμέτρων σε όλα τα στάδια παραγωγικής διαδικασίας καθορίζουν την ορθή διαχείριση του έργου από την αρχική ιδέα του σχεδιασμού μέχρι το έντυπο να πάρει την τελική του μορφή.

Όλα τα προαναφερόμενα συντελούν σε ένα σχεδιαστικά αρμονικό αποτέλεσμα και έχουν αξιοποιηθεί για την δημιουργία ενός εντύπου που να ανταποκρίνεται τόσο στον αισθητικό όσο και στον λειτουργικό του ρόλο.

## Βιβλιογραφία

### Βιβλιογραφικές πηγές

- Timothy Samara, *Design Elements: A Graphic Style Manual*, Rockport Publishers, 2007
- Riccardo Falcinelli, *Nuov eiconologie e visual design*, Progetto Grafico 23, 2013
- Γατομάνης, Π.(2015). Ο ρόλος των ερευνών αγοράς στην σύγχρονη επιχείρηση, Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα δυτικής Ελλάδας.
- Γάτσου, Χρ. (2015). *Τυπογραφικός Σχεδιασμός Εντύπου*. Αθήνα: ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ Τμήμα Γραφιστικής-Κατεύθυνση Τεχνολογίας Γραφικών Τεχνών
- Γώγου, Στ. Βιβλιοδεσία. ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ, Σχολή Γραφικών Τεχνών και Καλλιτεχνικών Σπουδών.
- Κολιομάρου, Μ. (2013). *Σημειώσεις ΜONTAZ*. Αθήνα: ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ, Σχολή Γραφικών Τεχνών και Καλλιτεχνικών Σπουδών
- Δρ. Νομικός, Ι. Σπυρίδων (2019). *Βασικές Αρχές Της Επιστήμης Των Εκτυπώσεων*. Αθήνα, Εκδόσεις Τσότρας
- *Adobe Illustrator CC18 Classroom in a Book*, Adobe Press Adobe Creative Team (2021)
- *Adobe Indesign CC18 Classroom in a Book*, Adobe Press Chavez C., Faulkner A. (2021)
- *Adobe Photoshop CC18 Classroom in a Book*, Adobe Press (2021)
- Αλισάνογλου, Μ. Σχεδιασμός διαδικτυακού περιοδικού, Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών του Ήχου και της Εικόνας για την Εκπαίδευση και την Παραγωγή
- Διπλαράκης, Α., Μενεξή, Ε., (2021). Ελλάδα- Προορισμοί, Ταξιδιωτικός και Τουριστικός Οδηγός, Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής.
- Bringhurst Robert (2008). *Στοιχεία της Τυπογραφικής Τέχνης*. Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης.
- Πήτας, Ι. (2010). *Ψηφιακή Επεξεργασία Εικόνας*. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
- Ambrose, G., Harris, P. (2009). *The Fundamentals of Graphic Design*
- Πολίτης, Α. (2015). *Κοστολόγηση εντύπου και μέσων Οπτικής Επικοινωνίας*. Αθήνα: ΤΕΙ Αθήνας-Τμήμα Τεχνολογίας Γραφικών Τεχνών.
- Theo van Leeuwen (2006). *Towards a semiotics of typography*. John Benjamins Publishing Company
- Carter R., Meggs P., Day B., Maxa S., & Sanders M. (2015). *Typographic Design, Form and Communication*. USA: John Wiley & Sons.

## Διαδικτυακές πηγές

### ➤ Διάταξη layout

<https://www.thoughtco.com/page-layout-information-1073819>

[http://fteducation.blogspot.com/2013/02/blog-post\\_9503.html](http://fteducation.blogspot.com/2013/02/blog-post_9503.html)

<https://www.creativebloq.com/netmag/create-balanced-page-layouts-7-pro-tips-121310009>

<https://visme.co/blog/layout-design/>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Page\\_layout](https://en.wikipedia.org/wiki/Page_layout)

[https://en.wikipedia.org/wiki/Canons\\_of\\_page\\_construction](https://en.wikipedia.org/wiki/Canons_of_page_construction)

[https://techterms.com/definition/page\\_layout?fbclid=IwAR167s4IxAIWPWM6TtGLZiXbx7-b3hn8Tf17pZvXovs6YRy4yTOPmA0zI2M](https://techterms.com/definition/page_layout?fbclid=IwAR167s4IxAIWPWM6TtGLZiXbx7-b3hn8Tf17pZvXovs6YRy4yTOPmA0zI2M)

### ➤ Το πλέγμα

<http://graficnotes.blogspot.com/2014/07/to-grid-1.html>

<https://www.creativeblog.com/web-design/grid-theory-41411345>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Grid\\_\(graphic\\_design\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Grid_(graphic_design))

<https://visme.co/blog/layout-design/>

<https://www.interaction-design.org/literature/article/the-grid-system-building-a-solid-design-layout>

### ➤ Συμμετρία – Συμμετρικό πλέγμα – Ασύμμετρο πλέγμα

[https://99designs.com/blog/tips/balance-symmetry-and-asymmetry/?fbclid=IwAR1jawPX0\\_ppHBYSLT9J3jphYOzA5F594q0k9Nvadgvocbxvpo3i2m3bWo](https://99designs.com/blog/tips/balance-symmetry-and-asymmetry/?fbclid=IwAR1jawPX0_ppHBYSLT9J3jphYOzA5F594q0k9Nvadgvocbxvpo3i2m3bWo)

<http://learndesignprinciples.com/symmetry.html>

<https://themerex.net/wp/asymmetry-and-broken-grid-layouts-greater-interaction-in-web-design/>

[https://www.canva.com/learn/symmetry-graphic-design/?fbclid=IwAR23h986CZMuByZPKPrGGL97Y0w22JWGMthcsg6xjiE2HM56AhIkK\\_Gy634](https://www.canva.com/learn/symmetry-graphic-design/?fbclid=IwAR23h986CZMuByZPKPrGGL97Y0w22JWGMthcsg6xjiE2HM56AhIkK_Gy634)

<https://www.shopify.com/partners/blog/asymmetrical-design?fbclid=IwAR1n1wdB4n6cuMlx5w1Wy2Z2xKSxpibmgmB9YcClqXXKkrlIXCOV6ub1Ltk>

[https://designbro.com/blog/inspiration/symmetry-graphic-design-tips-examples-concepts/?fbclid=IwAR2jb8OKfuJ97EM1DmwOYhYB9xnyXBhhRcLJqUZEsV6\\_OCmCmV5GpK\\_y\\_xc](https://designbro.com/blog/inspiration/symmetry-graphic-design-tips-examples-concepts/?fbclid=IwAR2jb8OKfuJ97EM1DmwOYhYB9xnyXBhhRcLJqUZEsV6_OCmCmV5GpK_y_xc)

➤ Ακολουθία Fibonacci

[https://science.fandom.com/el/wiki/%CE%91%CE%BA%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CF%85%CE%B8%CE%AF%CE%B1\\_Fibonacci](https://science.fandom.com/el/wiki/%CE%91%CE%BA%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CF%85%CE%B8%CE%AF%CE%B1_Fibonacci)

[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BA%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CF%85%CE%B8%CE%AF%CE%B1\\_%CE%A6%CE%B9%CE%BC%CF%80%CE%BF%CE%BD%CE%AC%CF%84%CF%83%CE%B9](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BA%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CF%85%CE%B8%CE%AF%CE%B1_%CE%A6%CE%B9%CE%BC%CF%80%CE%BF%CE%BD%CE%AC%CF%84%CF%83%CE%B9)

<https://sites.google.com/site/kokkiniclass/synthetikes-ergasies-sta-mathematika/e-akolouthia-fibonacci>

<http://graficnotes.blogspot.com/2013/09/fibonacci.html>

<https://www.awakengr.com/i-akoloythia-fimponatsi-kai-i-chrysi-analogia-toy-apodeiknyoyn-pos-ta-panta-sto-sympan-echoyn-ftiachtei-apo-ton-theo/>

<http://graficnotes.blogspot.com/2013/09/blog-post.html>

➤ Χρυσή αναλογία

<https://www.pemptousia.gr/2017/04/i-chrisi-tomi-den-pavi-na-mas-ekplissi/>

<https://www.designbyday.co.uk/golden-ratio-graphic-design/>

<https://www.goldennumber.net/golden-ratio-history/>

<https://99designs.com/blog/tips/the-golden-ratio/>

<http://graficnotes.blogspot.com/2013/09/blog-post.html>

<https://www.creativebloq.com/web-design/grid-theory-41411345>

<https://www.creativebloq.com/design/designers-guide-golden-ratio-12121546>

➤ Οπτική Ιεραρχία

<https://www.presentations.gr/blog/>

<https://www.isotopon.gr/ti-ine-i-optiki-ierarchia-ke-pos-borite-na-tin-efarmosete/>

<https://99designs.com/blog/tips/6-principles-of-visual-hierarchy/>

<https://xd.adobe.com/ideas/process/information-architecture/visual-hierarchy-principles-examples/>

<https://www.interaction-design.org/literature/topics/visual-hierarchy>

<https://www.smashingmagazine.com/2014/12/design-principles-visual-weight-direction/>



<https://www.appgene.net/blog/sxediasi-istoselidon-tropoi-epitiximeni-sxedaisi/>

<http://jayce-o.blogspot.com/2010/08/five-important-points-to-know-about.html>

➤ Ιεραρχία κειμένου

[https://www.zekagraphic.com/typographic-hierarchy-in-graphic-design/?fbclid=IwAR0TJBobPNeo\\_IWC\\_FOe7dpLDjnzX4-yZcbCSjlxq2baqkQxBYCP4vWzKo](https://www.zekagraphic.com/typographic-hierarchy-in-graphic-design/?fbclid=IwAR0TJBobPNeo_IWC_FOe7dpLDjnzX4-yZcbCSjlxq2baqkQxBYCP4vWzKo)

<https://www.techopedia.com/definition/31854/typographic-hierarchy>

<https://blog.designcrowd.com/article/867/understanding-the-hierarchy-of-text?fbclid=IwAR30D5IXp3zBlfCGSb2i6kk3O05YaxrLEvw8L8O6ww696IClmz7ww63mN8>

<https://www.toptal.com/designers/typography/typographic-hierarchy>

➤ Εικόνες

<https://www.pixartprinting.co.uk/blog/images-in-graphic-design/>

[https://photutorial.com/importance-of-images-in-graphic-design/?fbclid=IwAR1shiEh7\\_hsDtg8VaeZHtk0Fufpne-W7h3IRPnC\\_njouaU3dS2MGsSkFFE](https://photutorial.com/importance-of-images-in-graphic-design/?fbclid=IwAR1shiEh7_hsDtg8VaeZHtk0Fufpne-W7h3IRPnC_njouaU3dS2MGsSkFFE)

<https://www.skillshare.com/blog/what-is-graphic-illustration/>

➤ Κείμενο

<https://www.designhill.com/design-blog/what-is-typography-why-is-it-important-for-graphic-designers/>

➤ Ισορροπία

<https://mariahalthoff.com/blog/7-graphic-design-principles>

<http://jayce-o.blogspot.com/2010/11/balance-in-graphic-design.html>

<https://www.coreldraw.com/en/tips/graphic-design-principles/balance/?fbclid=IwAR3c7Uuc1VTEQTqW1ppyhrS7VFiyHOTWMzR0TtFqWqJMFrdJWSmv6ubO-vA>

<https://www.pluralsight.com/blog/film-games/understanding-balance-graphic-design>

<https://simplified.co/blog/design/balance-in-graphic-design/>

➤ Ρυθμός

<https://study.com/academy/lesson/combining-shape-color-to-create-rhythm-in-graphic-design.html>

<https://hhsartdesignprinciples6.weebly.com/rhythm.html>

<https://www.coreldraw.com/en/tips/graphic-design-principles/rhythm/>

<https://www.interaction-design.org/literature/article/repetition-pattern-and-rhythm>

➤ Αρμονία

<https://design.tutsplus.com/articles/the-principles-of-design--cms-33962>

<https://thevirtualinstructor.com/blog/unity-harmony-and-variety-principles-of-art>

<https://www.sitepoint.com/new-series-harmony-in-design/>

➤ Αναλογία

<https://www.coreldraw.com/en/tips/graphic-design-principles/proportion/>

<https://ux360.design/proportion-design/>

<https://viscom.wordpress.com/2013/04/14/principle-of-proportion/>

<https://design.tutsplus.com/articles/the-principles-of-design--cms-33962>

➤ Περιοδικό

<https://www.britannica.com/biography/D-J-Enright>

<https://www.britannica.com/topic/publishing/Magazine-publishing>

<https://pressious.com/products/magazines/>

➤ Ομάδα στόχευσης-Targetgroup

[https://en.wikipedia.org/wiki/Target\\_audience](https://en.wikipedia.org/wiki/Target_audience)

<https://www.investopedia.com/terms/t/target-market.asp>

<https://www.oleoshop.com/en/blog/what-is-a-target-group>

➤ Έρευνα αγοράς

<https://www.questionpro.com/blog/what-is-market-research/>

<https://www.investopedia.com/terms/m/market-research.asp>

<https://gr.weblogographic.com/difference-between-primary-research-and-secondary-research-9282>

[https://www.m-brain.com/market-research/?gclid=Cj0KCQjwvqeUBhCBARIsAODt45ajJEQ-IUrPDNhXVshzSJQxNj07wHaNLni\\_dwGNjGZSpbZxy-A9ucsaAv2QEALw\\_wcB](https://www.m-brain.com/market-research/?gclid=Cj0KCQjwvqeUBhCBARIsAODt45ajJEQ-IUrPDNhXVshzSJQxNj07wHaNLni_dwGNjGZSpbZxy-A9ucsaAv2QEALw_wcB)

[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%88%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1\\_%CE%B1%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AC%CF%82](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%88%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1_%CE%B1%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AC%CF%82)

<https://marketnthink.wordpress.com/2016/11/05/>

➤ Οπτικός Σχεδιασμός

<https://www.interaction-design.org/literature/topics/visual-design>

<https://www.usability.gov/what-and-why/visual-design.html>

<https://www.masterclass.com/articles/elements-of-design-explained#the-elements-of-design>

<https://www.creativebloq.com/typography/what-is-typography-123652>

<https://www.interaction-design.org/literature/article/the-building-blocks-of-visual-design>

<https://www.smashingmagazine.com/2014/03/design-principles-visual-perception-and-the-principles-of-gestalt/>

[http://www.teiath.gr/userfiles/eadsa\\_web\\_admin/lessons/e\\_semester/spoudastes/2012-13\\_GestaltTheory.pdf](http://www.teiath.gr/userfiles/eadsa_web_admin/lessons/e_semester/spoudastes/2012-13_GestaltTheory.pdf)

<https://www.creativebloq.com/graphic-design/gestalt-theory-10134960>

➤ Διάσταση εντύπου

<https://www.printbureau.ie/product/4-page-a4-magazine-and-cover/>

[http://graficnotes.blogspot.com/2011/12/blog-post\\_29.html](http://graficnotes.blogspot.com/2011/12/blog-post_29.html)

<https://www.diagramma.com.gr/various/papers.aspx>

➤ Λογότυπο

<https://www.investopedia.com/terms/b/brand-identity.asp>

<https://sproutsocial.com/insights/how-to-design-a-logo/>

<https://99designs.com/blog/logo-branding/how-to-design-logo/>

<https://99designs.com/blog/tips/what-is-a-logo/>

<https://www.virtuosocreatives.com/blog/?the-role-of-typography-in-graphic-design>

➤ Εξώφυλλο

<http://millicentsharrattmusicmagazine.blogspot.com/2014/11/the-importance-of-front-cover-main.html>

<https://www.shweiki.com/2017/10/attractive-cover-page-important-magazine-printing/>

➤ Διανυσματικά Γραφικά

<https://www.adobe.com/creativecloud/illustration/discover/vector-art.html>

<https://sites.google.com/site/thanobird19/polymesika-stoicheia/dianyamatike-eikona>

[https://wblog.wiki/el/Scalable\\_vector\\_graphics?fbclid=IwAR00ndhvUmgcKbLfoDRkwMU4jaus2BalxTxt1oCldqzKcqR7z40Lf8jmDD0](https://wblog.wiki/el/Scalable_vector_graphics?fbclid=IwAR00ndhvUmgcKbLfoDRkwMU4jaus2BalxTxt1oCldqzKcqR7z40Lf8jmDD0)

[https://www.creativosonline.org/el/uso-graficos-vectoriales.html?fbclid=IwAR2O1ZfpUnUhyZujfJ8YLa73SAL0isDEwGkTbOaJJWFTYIth2a\\_xj7Abic](https://www.creativosonline.org/el/uso-graficos-vectoriales.html?fbclid=IwAR2O1ZfpUnUhyZujfJ8YLa73SAL0isDEwGkTbOaJJWFTYIth2a_xj7Abic)

<https://blogs.sch.gr/goutas/2010/10/31/>

<https://digitalgyan.org/advantages-and-disadvantages-of-vector-images/>

<https://www.techtarget.com/whatis/definition/vector-graphics>

- Ηλεκτρονική σελιδοποίηση

<https://en.wikipedia.org/wiki/Pagination>

<https://www.intertranslations.gr/luseis/ypiresies-ipostirixis/ilektroniki-selidopoihsi/>

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%B4%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%AF%CE%B7%CF%83%CE%B7>

<https://www.techtarget.com/whatis/definition/pagination>

- Master page

<https://helpx.adobe.com/indesign/using/master-pages.html>

<https://guides.lib.umich.edu/c.php?g=282834&p=1884599>

<https://www.acuitytraining.co.uk/news-tips/indesign/master-pages/>

<https://www.webucator.com/article/how-to-create-master-pages-in-adobe-indesign/>

<https://helpdeskgeek.com/how-to/how-to-set-up-master-pages-in-adobe-indesign-cc/>