



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

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ - ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ
ΠΕΡΙΟΔΙΚΗΣ ΕΚΔΟΣΗΣ

ΜΑΤΘΑΙΟΥ ΡΑΦΑΗΛ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΑΝΤΙΓΟΝΗ ΚΑΡΑΜΑΝΗ

ΑΘΗΝΑ 2021

ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

Καραμάνη Αντιγόνη

Δρ. Γάτσου Χρυσούλα

Κολιομάρου Μαριάνθη

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος ΡΑΦΑΗΛ ΜΑΤΘΑΙΟΥ του ΑΝΔΡΕΑ, με αριθμό μητρώου 16022 φοιτητής του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής/διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο.

Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Ο Δηλών

ΡΑΦΑΗΛ ΜΑΤΘΑΙΟΥ



Περίληψη

Τα περιοδικά στις μέρες μας, αλλά και γενικότερα από τον καιρό που ξεκίνησαν εκδίδονται και χρησιμοποιούνται ως ένα πολύτιμο μέσο το οποίο προσφέρει στον αναγνώστη την δυνατότητα να ταξιδεύει νοητά μέσα από τις εικόνες και τα κείμενα. Έτσι ο αναγνώστης μπορεί εύκολα να πληροφορηθεί και να λάβει γνώσεις για το εκάστοτε θέμα το οποίο πραγματεύεται το κάθε περιοδικό.

Οι κατηγορίες μέσα στις οποίες μπορεί να εμπίπτει μια περιοδική έκδοση ποικίλουν ανάλογα με την θεματολογία. Στην προκειμένη περίπτωση, το περιοδικό Blitz ανήκει στην κατηγορία των περιοδικών μόδας. Συγκεκριμένα πρόκειται για την επανέκδοση του βρετανικού ομώνυμου περιοδικού που κυκλοφόρησε το 1980 και σταμάτησε να εκδίδεται μία δεκαετία αργότερα.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, αναφέρεται στις διαδικασίες σχεδιασμού και τις προδιαγραφές παραγωγής του συγκεκριμένου περιοδικού.

Σκοπός της είναι η μελέτη και ο σχεδιασμός παραγωγής ενός εντύπου το οποίο θα ξαναμπεί δυναμικά στην αγορά των περιοδικών μόδας, ανανεωμένο, πρωτοποριακό και έτοιμο να κατακτήσει το αγοραστικό κοινό.

Λέξεις Κλειδιά :

περιοδικό / περιοδικό μόδας / έκδοση / επανέκδοση / εξώφυλλο / εκτύπωση / βιβλιοδεσία / διάταξη / πλέγμα / σχεδίαση / πρότυπες σελίδες / μοντάζ / προεκτύπωση / κοστολόγηση

Abstract

Magazines nowadays, and more generally since their inception, are published and used as a valuable medium that offers the reader the possibility to travel mentally through images and texts. Thus, the reader can easily obtain information and knowledge about the subject that each magazine deals with.

The categories within which a journal publication can fall vary according to the subject matter. In the present case, Blitz magazine belongs to the category of fashion magazines. In particular, it is a reissue of the British magazine of the same name, which was published in 1980 and ceased publication a decade later.

The following thesis is about the design processes and production specifications of this magazine.

Its purpose is to study and design the production of a publication that will dynamically re-enter the fashion magazine market, refreshed, innovative and ready to attract the buying public.

Keywords:

magazine / fashion magazine / issue / reissue / cover / print / binding / layout / grid / design / master pages / editing / prepress / costing

Περιεχόμενα :

Κεφάλαιο 1^ο

Σκοπός – Στόχος – Δομή της πτυχιακής εργασίας.....9

Κεφάλαιο 2^ο

Βασικές Αρχές Τυπογραφικός Σχεδιασμός

1. Διάταξη – Layout.....	11
2. Πλέγμα – Grid	14
3. Συμμετρικό πλέγμα	15
4. Συμμετρία	16
5. Η ασύμμετρη επανάσταση / Ασύμμετρος σχεδιασμός	16
6. Ασύμμετρο πλέγμα	17
7. Χρυσή αναλογία	17
8. Οπτική ιεραρχία	20
9. Κείμενο	21
10. Αναγνωσιμότητα και Ευκρίνεια.....	21
11. Ιεραρχία κειμένου	25
12. Εικόνες	25
13. Ρυθμός	26
14. Αρμονία	26
15. Ενότητα	27
16. Αντίθεση	27
17. Ισορροπία	28
18. Το χαρτί στη δημιουργία έντυπου υλικού	29

Κεφάλαιο 3^ο

Σχεδιαστική διαδικασία περιοδικής έκδοσης

1. Έρευνα Αγοράς-Ανταγωνιστικά Περιοδικά	34
2. Ομάδα στόχευσης (Target group)	35
3. Επιλογή διάστασης εντύπου	35
4. Συλλογή περιεχομένου	37
5. Εξώφυλλο	38
6. Κείμενα και πληροφορίες	43

Κεφάλαιο 4^ο

Προεκτύπωση

1. Επεξεργασία εικόνων	50
2. Δημιουργία αρχείου στο InDesign	56
3. Master Pages	56
4. Σχεδιασμός Master Page	60
5. Δημιουργία αρχείο PDF προς εκτύπωση	62
6. Μοντάζ	66
7. Προϋπολογισμός κόστους παραγωγής	68

Κεφάλαιο 5^ο

Εκτύπωτική διαδικασία - Περάτωση

1. Εκτύπωση	70
2. Βιβλιοδεσία	71

Κεφάλαιο 6^ο

Συμπεράσματα	72
---------------------------	----

Βιβλιογραφία	73
---------------------------	----

περιοδικό - περί + όδικός < όδος
Γαλλική - réperiodique
Λατινικά - periodicus
Αρχαία ελληνική - περιοδικός.

Ετυμολογία

Έντυπο που κυκλοφορεί με προκαθορισμένη
συχνότητα, συνήθως μεγαλύτερη της ημέρας
(εβδομαδιαία, κάθε δύο εβδομάδες, μηνιαία, ετήσια
κλπ.)

Κεφάλαιο 1^ο

Σκοπός – Στόχος – Δομή της πτυχιακής εργασίας

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η επανέκδοση μιας μηνιαίας περιοδικής έκδοσης. Το έντυπο που θα επανεκδοθεί έχει το όνομα « BLITZ » και είναι το αγγλόφωνο μηνιαίο περιοδικό μόδας. Το BLITZ ήταν ένα βρετανικό μόδας και πολιτισμού που εκδόθηκε τον Σεπτέμβριο του 1980. Στα τέλη του 1990, η Blitz ανακοίνωσε ότι η έκδοση του θα σταματούσε. Φέτος το Blitz επανέρχεται ξανά στην αγορά με νέο ύφος, νέα δυναμική και η επίσημη πρώτη επανέκδοση του θα γίνει το πρώτο Σάββατο του Δεκεμβρίου του 2020.

Το περιεχόμενο του εστιάζει σε στιλιστικές προτάσεις, outfits αλλά και προτάσεις makeup από τους μεγαλύτερους οίκους μόδας και makeup artist στον κόσμο. Ακόμα εμπεριέχει συνεντεύξεις από καλλιτέχνες, και διάσημους ανθρώπους του χώρου.

Στόχος της μελέτης είναι η αποτύπωση των εργασιών ως προς την διαχείριση του σχεδιασμού και την υλοποίηση παραγωγής του εντύπου, με γνώμονα τα επικοινωνιακά στοιχεία που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη, τηρώντας τις αρχές του οπτικού σχεδιασμού και τις τεχνικές προδιαγραφές της έκδοσης. Η διαδικασία του σχεδιασμού παραγωγής χωρίζεται σε τέσσερα στάδια:

Στον σχεδιασμό όπου περιλαμβάνεται όλη η δημιουργία του περιοδικού σε ηλεκτρονική μορφή, η συγκέντρωση πληροφοριών, η επιλογή της διάστασης του εντύπου, και επιλογή του χαρτιού.

Στην προεκτύπωση όπου σε αυτό το στάδιο γίνονται όλες οι απαραίτητες επεξεργασίες που απαιτούνται, πριν το έντυπο φθάσει στο στάδιο της εκτύπωσης, όπως η επεξεργασία των εικόνων, η δημιουργία γραφικών, η σελιδοποίηση (layout), το μοντάζ, η δημιουργία φιλμ καθώς επίσης και η κοστολόγηση του εντύπου.

Στην εκτύπωση όπου το ηλεκτρονικό αρχείο εκτυπώνεται με την εκάστοτε εκτυπωτική μέθοδο.

Στην μετεκτύπωση - περάτωση όπου το τυπωμένο φύλλο, με επιπλέον κατεργασίες, αποκτά την τελική του μορφή ως έντυπο. Σε αυτό το στάδιο,

εφαρμόζονται τεχνικές οι οποίες ποικίλουν ανάλογα με την τελική μορφή του εντύπου, όπως δίπλωση του τυπογραφικού φύλλου, σύνθεση των τυπογραφικών, βιβλιοδεσία, ειδικές εργασίες περάτωσης.

Κεφάλαιο 2^ο

Βασικές Αρχές Τυπογραφικού Σχεδιασμού

1. Διάταξη – Layout

Η Διάταξη (το Layout) περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο όλα τα στοιχεία που συγκροτούν τη σελίδα και γενικότερα τις σελίδες ενός εντύπου, είναι τοποθετημένα πάνω σε αυτές. Ο τρόπος που αξιολογούνται, ταξινομούνται και τοποθετούνται τα στοιχεία αυτά, τόσο στις μεταξύ τους σχέσεις όσο και στη σχέση τους με το χώρο, επηρεάζουν την αντίληψη του περιεχομένου. Δηλαδή πως οι εικόνες, τα κείμενα και τα γραφικά στοιχεία είναι τοποθετημένα πάνω σε μια σελίδα έτσι ώστε να επικοινωνούν, να αλληλοσυνδέονται και να αλληλοσυμπληρώνονται στο τελικό έντυπο.

Στην διάταξη (layout) ορίζονται τα φυσικά μεγέθη των στοιχείων, η θέση τους και οι αποστάσεις ανάμεσα τους, σε ένα πλαίσιο περιοχών οι οποίες στην συνέχεια συνθέτουν το τελικό σχεδιαστικό αποτέλεσμα. Η διάταξη (το layout) είναι ένα βασικό στοιχείο στην όλη σχεδιαστική σύνθεση, γιατί μπορεί να επηρεάσει σε θετικό βαθμό εάν είναι επιτυχημένη, ή σε αρνητικό βαθμό στην περίπτωση που έχουμε κάνει λάθος διάταξη των στοιχείων στις σελίδες, την κατανόηση των πληροφοριών από τους αναγνώστες (Γάτσου, 2015).

Βασικό στοιχείο για την επιτυχημένη διαμόρφωση της διάταξης (layout) ενός εντύπου, είναι η σωστή χρήση και ο συνδυασμός παρόμοιων μεγεθών και όμοιων οικογενειών από τις γραμματοσειρές που θα επιλεγούν. Η επιλογή της γραμματοσειράς σε σχέση με το σχεδιαστικό ύφος, εξαρτάται τις περισσότερες φορές από το είδος του εντύπου, τη χρήση για την οποία προορίζεται, το κοινό στο οποίο απευθύνεται και συνδέεται άμεσα με τη μετάδοση του μηνύματος. Ακόμα η σχεδίαση αλληλένδετων και όμοιων δημιουργικών διατάξεων, έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση της ποιότητας στο περιεχόμενο του θέματος.

Playtime With Harry Styles

BY MARC BAIN

Nov 13, 2020

THE MEN'S BATHING PUNTS in London's Hampstead Heath at daybreak on a gloomy September morning seemed such an unlikely locale for my first meeting with Harry Styles, music's legendary charm-heavy style czar, that I wondered perhaps if something had been lost in translation.

But then there is Styles, cheerily going on, hidden behind a festive yellow bandana mask and a sweatshirt of his own design, surprisingly printed with three portraits of his intellectual pinup, the author Alain de Botton. "I love his writing," says Styles. "I just think he's brilliant. I saw him give a talk about the keys to happiness, and how one of the keys is living among friends, and how real friendship stems from being vulnerable with someone."

In him, de Botton's 2016 novel *The Course of Love* taught Styles that "when it comes to relationships, you just expect yourself to be good at it...but being in a real relationship with someone is a skill," one that Styles himself has often had to hone in the unflinching klieg light of public attention, and in the company of such high-profile paramours as Taylor Swift and—well, Styles is too much of a gentleman to name names.

That sweatshirt and the Columbia Records tracksuit bottoms are removed in the quaint wooden open-air changing room, with its Swallows and Amazons vibe. A handful of intrepid fellow patrons in various states of undress are blissfully unaware of the 26-year-old supernova in their midst, although I must admit I'm finding it rather difficult to take my eyes off him, try as I might. Styles has been on a six-day juice cleanse in readiness for Vogue's photographer Tyler Mitchell. He practices Pilates

"I've got very tight hamstrings trying to get those open"

and meditates twice a day. "It has changed my life," he avers, "but it's so subtle, it's helped me just be more present. I feel like I'm able to enjoy the things that are happening right in front of me, even if it's food or it's coffee or it's being with a friend—or a swim in a really cold pond!" Styles also feels that his meditation practices have helped him through the tumult of 2020: "Meditation just brings a stillness that has been really beneficial, I think, for my mental health."

Styles has been a pescatarian for three years, inspired by the vegan food that several members of his current band prepared on tour. "My body definitely feels better for it," he says. His shapely torso is prettily inscribed with the tattoos of a Victorian sailor—a rose, a pailen, a mermaid, an anchor, and a palm tree among them, and, straddling his clavicle, the dates 1967 and 1977 (the respective birth years of his mother and father). Frankly, I rather wish I'd picked a beach marmoset.

We take the piratical gangolnik that jets into the water and dive in. Let me tell you, this is not the Aegean. The glacial water is a cloudy plegium green beneath the surface, and Jimmy needs slip one's ankles. Styles, who admits he will try any fad, has recently had a couple of cryotherapy sessions and is evidently less susceptible to the cold.

62

How Yves Saint Laurent changed fashion

You might think it isn't Laurent without Paris, but from tomorrow the most iconic garments of Yves Saint Laurent's career will be on display in the grand surroundings of the Bowes Museum, County Durham. A collaboration between the Fondation Pierre Bergé-Yves Saint Laurent and the museum, the retrospective will be the first to honour the late designer on British soil. As Heidi Pitlor's youthquake continues to transform house codes, the exhibition comes as a timely reminder that the YSL girl has been shaking up institutional Paris ever since the designer's first collections under his own label in the '60s. Before the exhibition opens this weekend, here's just five reasons why a dip into the YSL archives is more relevant than ever.

HE TOOK ON ANDROGYNY STARTED A REVOLUTION

When Saint Laurent debuted *Le Smoking* in 1966—a menswear-inspired tuxedo, tailored for women—it became an instant classic for women who wanted to appear equal parts glamorous and strong. Entering the cultural consciousness at a time when many second-wave feminists avoided discussing fashion directly, it radicalised eveningwear and irrevocably transformed the way women dressed. Made iconic by famous fixtures like Nan Kempner, Betty Catroux and Bianca Jagger, the look took the world that if women are ever going to wear the trousers, they should be able to wear them to their wedding day and Studio 54 alike.

HE MADE ART AND FASHION COLLIDE

While mining one another's inspirations is now par for the course in the fashion and contemporary art worlds, Saint Laurent was among the first to tap the gallery for the runway. Sending out clothing inspired by Andy Warhol, Van Gogh and Georges Braque in the '60s and '70s, his 1963 Mondrian collection is the most enduring collaboration, containing six shift dresses in homage to Piet Mondrian, the colourful designs punctuated the modernist spirit of an entire generation.

HE FREED THE NIPPLE BEFORE INSTAGRAM WAS A THING

The on-going fight to #freethenipple on present-day social media reveals the trailblazing nature of Saint Laurent's taste for sheer throughout his design career. Rebellious in a different way in the era of the mini-skirt, Saint Laurent's models would always go braless under sheer organza blouses and couture gowns with a feathered trim. And much like today's campaign, the decision was less about pleasing the onlooker and more about asserting equality between the sexes.

HE CHAMPIONED DIVERSITY IN FASHION

In a fashion industry where white-washing is still an issue, it's worth revisiting the designer who went against the grain with his focus on diverse casting in the '60s and '70s. Saint Laurent made major strides in diversity that are still being felt today, tapping black models like Iman, Rebecca Ayoko and Khatouha Aïme for his muses over the years. Queen Naomi herself—who just this week spoke out against industry racism— even credited the designer with giving her her first Vogue cover. As she said on news of his death in 2008, "he has done so much for people of colour."

HE STARRED IN HIS OWN CAMPAIGNS

Today, you're increasingly likely to see a designer star in his or her own campaign—or, in the case of Donatella for Givenchy, another label's campaign altogether. But several decades before Marc Jacobs heeded up body illustrated the benefits of nude self-promotion, Yves Saint Laurent's [slightly less oiled] physique broke new ground in fragrance advertising in 1971. Photographed by Jeanloup Sieff, the black and white image for *YSL Pour Homme* was hardly published anywhere at the time—though it would come to resonate with the gay community in later years.

59



43

LONDON

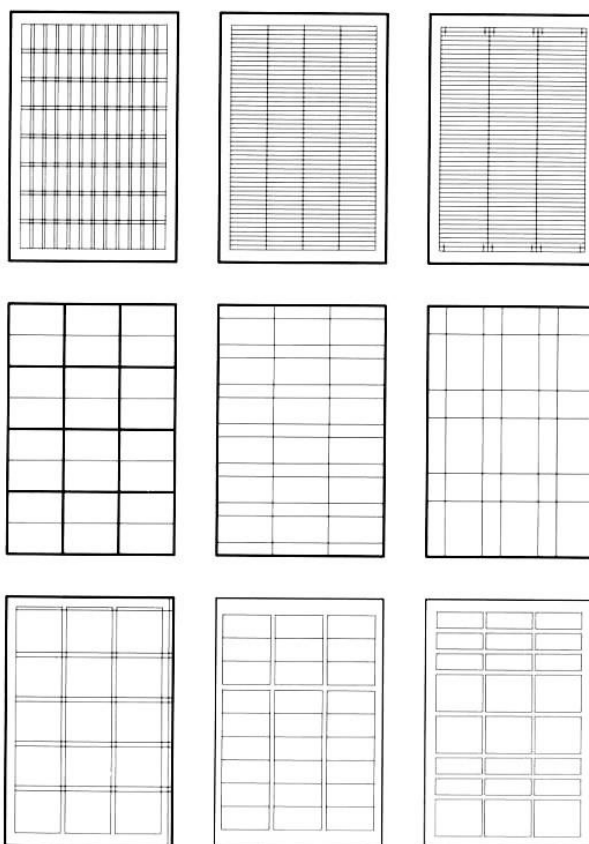
FASHION WEEK



2. Πλέγμα – Grid

Το πλέγμα (grid) σε ολόκληρη την διαδικασία του σχεδιασμού ενός οποιοδήποτε είδους εντύπου, είναι από τα πρωταρχικά και σημαντικότερα στάδια που πρέπει να λάβουμε υπόψη μας έτσι ώστε να έχουμε την οπτική συνοχή και οργάνωση των στοιχείων της σελίδας.

Πλέγμα (grid) ονομάζουμε συνήθως μια δισδιάστατη θεωρητικά δόμηση, αποτελούμενη από οριζόντιες και κάθετες αλληλοτεμνόμενες και παράλληλες γραμμές - ευθείες, που έχουν ως χρήση την σωστή δόμηση των σελίδων και του περιεχομένου των σελίδων γενικότερα. Ένα πλέγμα χωρίζει τις σελίδες σε οριζόντια και κάθετα περιθώρια. Ακόμα χωρίζει ολόκληρη την σελίδα σε κατευθυντήριες γραμμές κειμένου, σε διαστήματα μεταξύ των περιθωρίων του κειμένου και των εικόνων, σε στήλες και σε διαστήματα μεταξύ αυτών. Με αυτόν τον διαχωρισμό επιτυγχάνεται η ορθή προσέγγιση της διάταξης σε όλες της σελίδες που μπορεί να έχει το έντυπο που σχεδιάζουμε (Γάτσου, 2015).



Ουσιαστικά, το πλέγμα (grid) συμβάλει ως μια σημαντική βοήθεια έτσι ώστε να ολοκληρώσουμε τον σχεδιασμό σε μικρότερο βάθος χρόνου και διατηρεί και διασφαλίζει την αλληλουχία και την σύνδεση των σελίδων μεταξύ τους, έτσι ώστε το οπτικό αποτέλεσμα που θα φθάσει στον αναγνώστη να είναι ευανάγνωστο και καλαίσθητο.

3. Συμμετρικό πλέγμα

Ιστορικά το μοτίβο τις κλασικής διάταξης, δηλαδή το συμμετρικό πλέγμα (symmetrical grid) διαμορφώθηκε από τον Γερμανό τυπογράφο Jan Tschichold, και έχει ως κανόνα το μέγεθος αναλογίας μιας σελίδας το 2:3. Αυτές οι αναλογίες σε σχέση με το μέγεθος των σελίδων είναι διαπιστωμένο ότι προσθέτουν σε ολόκληρο το έντυπο ομοιογένεια και αρμονία.

Το συμμετρικό πλέγμα (symmetrical grid) είναι θεωρητικά ο αντικατοπτρισμός του πλέγματος (grid) της αριστερής σελίδας στην δεξιά σελίδα του εντύπου του οποίου σχεδιάζουμε. Με αυτή την μέθοδο επιτυγχάνεται η διαμόρφωση δύο ίσων, σε σχέση με το μέγεθος περιθωρίων. Ως κανόνας συνήθως τα εξωτερικά περιθώρια των σελίδων μας είναι μεγαλύτερα σε μέγεθος σε σχέση με τα εσωτερικά περιθώρια της σελίδας.

Ακόμα στο συμμετρικό πλέγμα υπάρχουν δυο συμμετρικές εκδοχές οι οποίες είναι το συμμετρικό πλέγμα δυο στηλών, και το συμμετρικό πλέγμα πέντε στηλών. Στο συμμετρικό πλέγμα δυο στηλών, συνήθως η μια στήλη είναι μεγαλύτερη σε αναλογία και εμπεριέχει το κείμενο, ενώ η δεύτερη στήλη είναι μικρότερη αναλογικά και εμπεριέχει εικόνες ή συμπληρωματικές πληροφορίες.

Στο συμμετρικό πλέγμα πέντε στηλών, οι σελίδες χωρίζονται σε πέντε ίσες σε διαστάσεις οριζόντιες η κάθετες παράλληλες στήλες. Αυτό το είδος συμμετρικού πλέγματος βρίσκει εφαρμογή στην σχεδίαση τηλεφωνικών καταλόγων, λεξικών κ.α. (Γάτσου, 2015).

4. Συμμετρία

Η συμμετρία αναφέρεται στις διαστάσεις ανάμεσα στα στοιχεία των σελίδων του εντύπου και στην μεταξύ τους σχέση. Αφορά στην οργάνωση των στοιχείων σε σχέση με έναν κεντρικό, οριζόντιο ή κάθετο άξονα και την τοποθέτησή τους σε ίσες αποστάσεις από τα περιθώρια των σελίδων, δηλαδή από αριστερά, δεξιά, πάνω και κάτω της σελίδας. Ακόμα εκτός από αυτό η συμμετρία αναφέρεται στην σύνδεση των σελίδων μεταξύ τους έτσι ώστε να επιτευχθεί ένα αρμονικό αισθητικό σύνολο το οποίο δημιουργεί στον αναγνώστη ασφάλεια, ηρεμία και σταθερότητα. Η συμμετρία προσδίδει στο έντυπο ισορροπία, αρμονία, τάξη και ευαναγνωσιμότητα (Dondis, 2002).

5. Η ασύμμετρη επανάσταση / Ασύμμετρος σχεδιασμός

Η ασύμμετρη επανάσταση στον σχεδιασμό του layout, ξεκίνησε στις δεκαετίες του 1920 και 1930, κυρίως με τη σχολή του Bauhaus. Ένα από τα εκκολαπτήρια αυτής της νέας μεθόδου σχεδίασης η σχολή Bauhaus στην Γερμανία. Καλλιτέχνες όπως τον Josef Müller - Brockmann, τον Theo van Doesbueg, τον Armin Hofmann και τον Kurt Schwitters ξεκίνησαν να εξερευνούν ένα νέο κόσμο, των κόσμο του ασύμμετρου σχεδιασμού.

Στον ασύμμετρο σχεδιασμό όλα τα στοιχεία της σελίδας βρίσκονται διασκορπισμένα και όχι με βάση ένα κεντρικό άξονα. Είναι δυσανάλογα σε μέγεθος μεταξύ τους και έχουν έντονες χρωματικές αντιθέσεις, όμως ως σύνολο καταφέρνουν να ομογενοποιούνται και να διαμορφώνουν ένα αρμονικό και σύνθετο αποτέλεσμα, το οποίο προσφέρει στην σχεδίαση μας ένταση και δυναμισμό προκαλώντας το ενδιαφέρον του θεατή (Γάτσου, 2015).

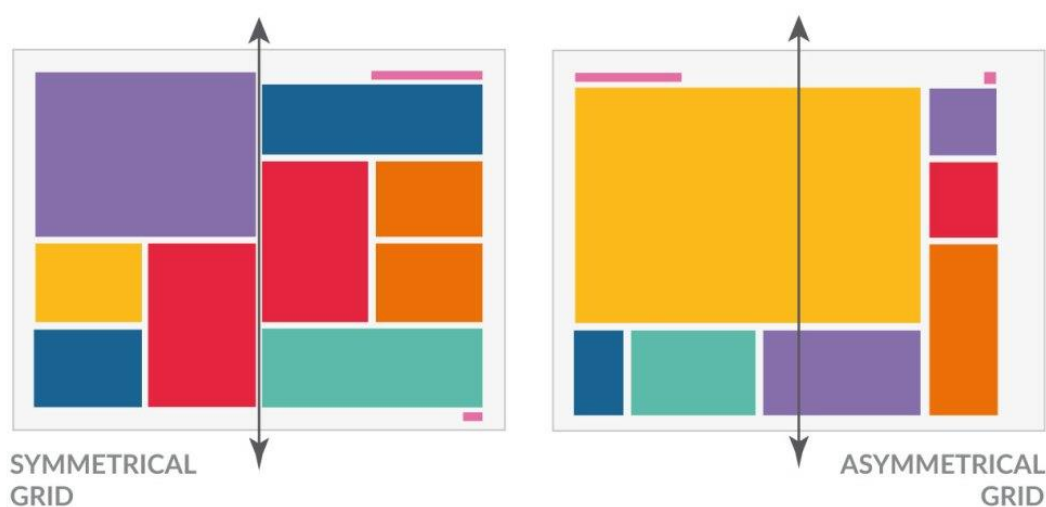
Έτσι γεννήθηκε ο ασύμμετρος σχεδιασμός. Μια μέθοδος σχεδιασμού η οποία είναι πιο εκφραστική και δεν περιορίζει τον καλλιτέχνη σε γενικούς κανόνες και σε στενά όρια, αλλά του δίνει την ελευθερία να δημιουργήσει.

6. Ασύμμετρο πλέγμα

Τα συστήματα Grids ήταν σχεδόν ομοιόμορφα συμμετρικά μέχρι τη δεκαετία του 1920 όταν αρκετοί τυπογράφοι άρχισαν να εξερευνούν την ασυμμετρία ως επιλογή.

Το ασύμμετρο πλέγμα είναι η σύνθεση δυσανάλογων μεταξύ τους στοιχείων, απαλλαγμένων από την διάταξη σε ένα κεντρικό άξονα. Τόσο τα περιθώρια όσο και οι στήλες μπορεί να διαφέρουν μεταξύ τους διατηρώντας πάντα την ισορροπία στη σχεδίαση. Επιπλέον, το κείμενο και οι εικόνες μπορούν να τοποθετηθούν σε γωνίες, είτε στους 45 μοίρες, είτε σε συνδυασμό 60 και 30 μοιρών.

Η διάταξη των στοιχείων σε έναν έκκεντρο άξονα δημιουργεί ένα πιο μοντέρνο και δυναμικό πλέγμα το οποίο προσδίδει ενέργεια, ρυθμό και ένταση στη σύνθεση (Γάτσου, 2015).



7. Χρυσή αναλογία

Μια τεχνική με την οποία επιτυγχάνεται η ισορροπία των δομικών στοιχείων σε μια σύνθεση, είναι η χρυσή αναλογία η οποία συνδέεται με την χρυσή τομή, ένα σύστημα αναλογιών που βασίζεται στη σχέση 8:13 και στη χρήση του αριθμού $\phi=1,618$. Δύο τμήματα a, b με $a>b$ έχουν αναλογία χρυσής τομής αν ο λόγος

του αθροίσματος τους προς το μεγαλύτερο τμήμα, είναι ίσος με το λόγο του μεγαλύτερου τμήματος προς το μικρότερο.

Θεωρητικά ο αριθμός Φ είναι το μέγεθος του πολλαπλασιασμού του ενός τμήματος του σχεδίου από το άλλο. Δηλαδή πόσες φορές το ένα τμήμα του σχεδίου είναι πιο μεγάλο από το προηγούμενο.

Χρυσή Αναλογία:

$$\frac{a + b}{a} = \frac{a}{b} = \varphi.$$

Χρήση τομή :

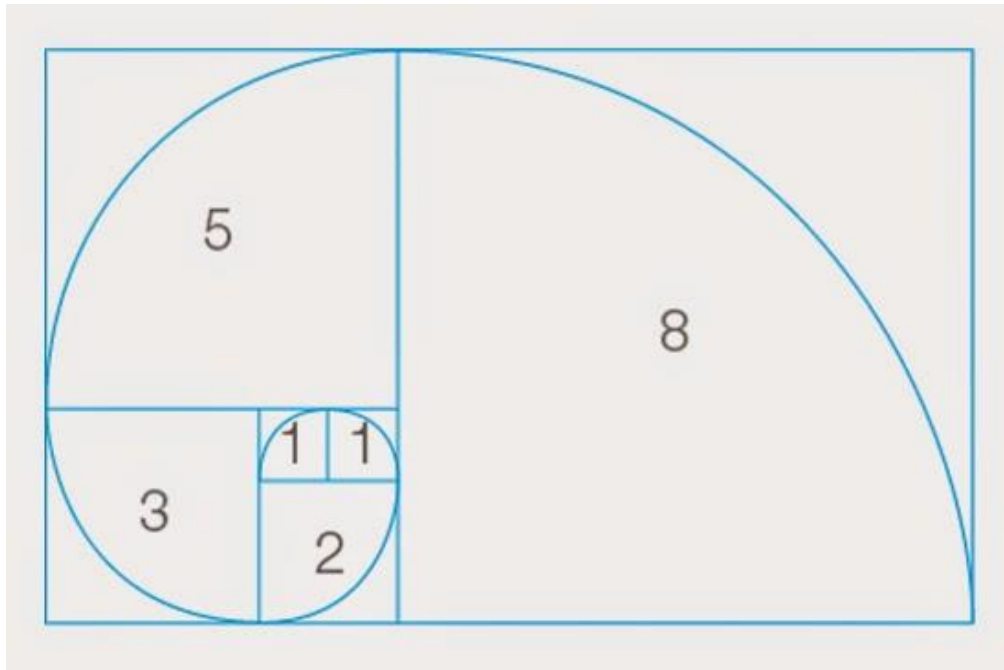
$$\varphi = \frac{1 + \sqrt{5}}{2} = 1.61803\ 39887 \dots$$

Ο λόγος «φ», που ο Ευκλείδης ονόμασε "άκρος και μέσος λόγος", έχει συσχετιστεί με τη μορφολογία του ανθρώπινου σώματος, των ζώων και των φυτών και έχει πολλές εφαρμογές στην επιστήμη και την τέχνη.

Απασχόλησε μαθηματικούς όπως ο Ευκλείδης, ο Φιμπονάτσι κ.ά και εφαρμόστηκε από τους Έλληνες γλύπτες και αρχιτέκτονες Φειδία και Ικτίνο, από καλλιτέχνες όπως ο Λεονάρντο ντα Βίντσι και Μιχαήλ Άγγελος οι οποίοι κατάφεραν να αλλάξουν όλους τους μέχρι τότε κανόνες στην τέχνη, την γλυπτική, την αρχιτεκτονική κ.α. (<http://graficnotes.blogspot.com/2013/09/blog-post.html>).

Η χρυσή τομή συνδέεται άμεσα με την ακολουθία Fibonacci, την ακέραιη ακολουθία των αριθμών 0, 1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55, 89... στην οποία κάθε αριθμός προκύπτει από το άθροισμα των δύο προηγούμενων. Διαπιστώθηκε, ότι το πηλίκο κάθε αριθμού προς τον προηγούμενό του, τείνει να γίνει φ.

Η εφαρμογή της ακολουθίας Fibonacci στη σχηματική απεικόνιση της Χρυσής τομής :



Οι αναλογίες τόσο της χρυσής τομής όσο και της ακολουθίας Fibonacci, μπορούν να εφαρμοστούν στην δημιουργία πλέγματος, αποδίδοντας μια άρτια δομημένη σύνθεση.

8. Οπτική ιεραρχία

Η οπτική ιεραρχία σαν έννοια, θεωρείται η επισκόπηση κάθε στοιχείου σε σχέση με τα υπόλοιπα στοιχεία της σύνθεσης αλλά και ο συνδυασμός των στοιχείων συνολικά. Τα στοιχεία της σύνθεσης χωρίζονται σε δυο υποκατηγορίες.

Τα ισοδύναμα και παραπλήσια στοιχεία, προσφέρουν μια ισοστάθμιση της δύναμης σε ολόκληρη την σελίδα και έτσι δημιουργείται μια ομοιογένεια.

Η άλλη υποκατηγορία των στοιχείων είναι τα εκ διαμέτρου αντίθετα και δυσανάλογα μεταξύ τους στοιχεία, με τα οποία διαμοιράζεται η βαρύτητα και η ένταση σε συγκεκριμένα σημεία της σύνθεσης. Η αντίθεση μεταξύ των στοιχείων εντός του τυπογραφικού χώρου, επιτυγχάνεται με προσεκτική εξέταση στις οπτικές τους ιδιότητες. Σημαντικές αντιθέσεις που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία ιεραρχικών διατάξεων περιλαμβάνουν το μέγεθος, το βάρος, το χρώμα των στοιχείων καθώς και το χωρικό διάστημα. Η θέση ενός στοιχείου μέσα στο χώρο διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία της οπτικής ιεραρχίας. Οι χωρικές σχέσεις με άλλα στοιχεία, μπορούν επίσης να επηρεάσουν τη σχετική σημασία ενός στοιχείου στη διάταξη (Carter, Meggs, Day, Maxa, & Sanders, 2015).

Έτσι δημιουργούνται στην σελίδα σημεία υψηλού αλλά και χαμηλού ενδιαφέροντος. Οπτική ιεραρχία θεωρείται επίσης ο διαχωρισμός των στοιχείων που βρίσκονται στην σελίδα μας, με βάση την αξία τους σε σχέση με την σημαντικότητα της ύπαρξής τους αλλά και τη σημασία του περιεχομένου που θέλουμε να δώσουμε σε κάθε ένα από αυτά.

Η οπτική ιεραρχία επιπροσθέτως, δίνει την δυνατότητα στον σχεδιαστή του εντύπου να αναλύσει ένα προς ένα τα στοιχεία και να τα οργανώσει στην σελίδα με στόχο την ενδυνάμωση του νοήματος και επομένως την απλοποίηση της επικοινωνίας. Η διαμόρφωση στο μέγεθος, το είδος και το βάρος της γραμματοσειράς, η θέση και το διάστημα των τυπογραφικών στοιχείων, παίζει καθοριστικό ρόλο στην ιεράρχηση των πληροφοριών και κατά συνέπεια στην επικοινωνία του μηνύματος.

9. Κείμενο

Το κείμενο σε μια σελίδα και γενικότερα σε ολόκληρο το έντυπο, είναι ένα κυρίαρχο στοιχείο που παίζει σημαντικό ρόλο στην τελική σχεδίαση του.

Από τους τίτλους μέχρι τις επικεφαλίδες, τους υπότιτλους, τις υποσημειώσεις και το κυρίως κείμενο, η σωστή διάταξη και τοποθέτηση του, αλλά και η εναλλαγή του μεγέθους των γραμμικών στοιχείων και των γραμματοσειρών μέσα σε αυτό, αποτελεί καθοριστικό παράγοντα στην επιτυχία του εντύπου. Με αυτό τον τρόπο ο σχεδιαστής καταφέρνει να παρακινήσει τον αναγνώστη να δώσει έμφαση στα σημεία που είναι υψηλής θεματολογικής αξίας.

Τίποτα από όλη την στοίχιση και την διάταξη του κειμένου δεν πρέπει να γίνεται τυχαία, αλλά πρέπει να υλοποιείται με βάση το τι θέλει ο σχεδιαστής του εντύπου να μεταφέρει στον αναγνώστη. Ένα κείμενο μπορεί να στοιχηθεί με δυο τρόπους, την κάθετη στοίχιση και την οριζόντια στοίχιση.

Στην κάθετη στοίχιση το κείμενο μπορεί να ξεκινά από την κάτω πλευρά τις σελίδας και να τελειώνει προς την πάνω πλευρά ή το αντίθετο, δηλαδή το κείμενο να ξεκινά από την πάνω πλευρά της σελίδας και να καταλήγει στην κάτω.

Η οριζόντια στοίχιση κειμένου χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες. Την δεξιά στοίχιση, την αριστερή στοίχιση και την κεντρική στοίχιση. Αυτό επιλέγεται ανάλογα με τον χώρο στον οποίο θέλουμε να τοποθετήσουμε το κείμενο μας αλλά και με βάση την σχηματική μορφή που εν τέλει θέλουμε να έχει.

10. Αναγνωσιμότητα και Ευκρίνεια

Η αναγνωσιμότητα και ευκρίνεια, είναι αναπόσπαστα στοιχεία τα οποία καθορίζουν την επιτυχία ενός εντύπου. Είναι ουσιαστικά ο βαθμός δυσκολίας που καλείται να αντιμετωπίσει ο αναγνώστης, κατά την ανάγνωση ενός κειμένου ώστε να το κατανοήσει κατά το δυνατόν καλύτερα. Η πολυπλοκότητα της σύνταξης, η χρήση δύσκολου λεξιλογίου, οι μεγάλες φράσεις, οι πολλές δευτερεύουσες προτάσεις, η χρήση μικρή γραμματοσειράς και η χρήση μικρού

διάστιχο είναι μερικά τα κύρια στοιχεία που οδηγούν ένα κείμενο να είναι μη αναγνώσιμο και εν δυνάμει δυσνόητο για τον αναγνώστη.

- Παράγοντες που επηρεάζουν την αναγνωσιμότητα:

Η εμφάνιση ενός εντύπου εξαρτάται από τη σωστή επιλογή των στοιχείων και τη μελετημένη κατανομή τους στο χώρο της σελίδας. Η αναγνωσιμότητα του κειμένου αποτελεί πρωταρχικό παράγοντα για την επιτυχία μιας έκδοσης. Τι σημαίνει όμως αυτός ο όρος στην τυπογραφία;

Το πρώτο πράγμα που θέλουμε σ' ένα κείμενο είναι να μπορούμε να ξεχωρίζουμε και να αναγνωρίζουμε τους τυπογραφικούς χαρακτήρες. Αυτή την ιδιότητα των γραμμάτων θα την ονομάσουμε ευκρίνεια (legibility). Δηλαδή να ξεχωρίζουμε το γράμμα I από τον αριθμό 1, τον αριθμό 8 από τον αριθμό 3, ή σε ξενόγλωσσο κείμενο να μην μπερδεύουμε το h με το B.

Μια δεύτερη ιδιότητα του κειμένου είναι να μπορούμε χωρίς να κουράζονται τα μάτια μας, να διαβάζουμε για μεγάλα χρονικά διαστήματα, δηλαδή να έχει το κείμενο καλή αναγνωσιμότητα (readability).

Οι βασικοί παράγοντες της αναγνωσιμότητας και της ευκρίνειας των τυπογραφικών χαρακτήρων σύμφωνα με τους Κατσουλίδη, (1991) και Αμούργη et al., (2002) είναι:

1. Το σχέδιο των τυπογραφικών χαρακτήρων. Όσο περισσότερο το σχέδιο της γραμματοσειράς ξεπερνά τα όρια της ικανότητας του εγκεφάλου να αναγνωριστεί το κάθε σχήμα, τόσο ευκολότερα αποτυγχάνει η διαδικασία της ανάγνωσης. Αν κανείς παρατηρήσει τις πιο πετυχημένες σειρές π.χ. Garamond, Times, Helvetica κ.α., θα αναγνωρίσει την απλότητα, τις σωστές αναλογίες και την κανονικότητα του σχεδιασμού του.

2. Ο τύπος των τυπογραφικών στοιχείων. Η ύπαρξη ή μη ακρεμών σε μια γραμματοσειρά, είναι ένα θέμα το οποίο ύστερα από πολλές μελέτες, παραμένει ανοικτό, χωρίς να έχει επιτευχθεί κάποια γενική συμφωνία από τους ερευνητές. Παρ' όλα αυτά η γενικότερη πρακτική προτιμά τη χρήση ακρεμών σε συνεχή κείμενα π.χ. Εφημερίδων, βιβλίων και περιοδικών, ενώ για τη σηματοδότηση με λίγες λέξεις. Έχει σχεδόν καθιερωθεί η χρήση των ισοπαχών χωρίς ακρεμόνες.

3. Η αραίωση των στοιχείων (Tracking). Η αραίωση αναφέρεται στο κενό που υπάρχει μεταξύ των μεμονωμένων στοιχείων των λέξεων, το οποίο μπορεί να ρυθμιστεί ώστε να κάνει τα στοιχεία περισσότερο ή λιγότερο ευδιάκριτα

γ ρ α μ μ α τ ο γ ρ α φ ί α

γ ρ α μ μ α τ ο γ ρ α φ ί α

γ ρ α μ μ α τ ο γ ρ α φ ί α

γ ρ α μ μ α τ ο γ ρ α φ ί α

γ ρ α μ μ α τ ο γ ρ α φ ί α

γ ρ α μ μ α τ ο γ ρ α φ ί α

4. Το διάστιχο ή διαστήχωση (Leading). Το διάστιχο μετρείται με στιγμές και αναφέρεται στην απόσταση μεταξύ δύο διαδοχικών γραμμών βάσης στίχου. Ο αγγλικός όρος leading προέρχεται από την εποχή της μεταλλικής τυπογραφίας και αναφέρεται στις λωρίδες από μόλυβδο που έμπαιναν ανάμεσα στα τυπογραφικά στοιχεία για να χωρίσουν ακριβώς τις γραμμές του κειμένου. Η χρήση της κατάλληλης διαστήχωσης εξαρτάται από έναν αριθμό παραγόντων όπως είναι το ύψος των γραμμάτων, η κατακόρυφη έντασή τους, το εάν είναι με ακρεμόνες ή χωρίς ακρεμόνες, το μέγεθος των στοιχείων, το μήκος του στίχου και η γενική αισθητική θεώρηση του κειμένου.

5. Η διαστοιχείωση (Kerning). Η διαστοιχείωση αφορά στο χώρο που υπάρχει ανάμεσα σε δύο στοιχεία. Υπερβολική απόσταση εμποδίζει τον αναγνώστη να παρακολουθεί τη συνέχεια του κειμένου, ενώ στην αντίθετη περίπτωση τα σχήματα αρχίζουν να ενώνονται και να κουράζουν.

6. Το διάστημα σύνθεσης. Έτσι ονομάζεται το κενό μεταξύ των λέξεων το οποίο συνήθως είναι τα 3/4 του ύψους του κεφαλαίου γράμματος. Το κενό ανάμεσα στις λέξεις δεν πρέπει να είναι μεγαλύτερο από το πιο φαρδύ γράμμα της γραμματοσειράς, το **M**.

7. Το μήκος των στίχων. Το μήκος ενός στίχου (αράδας) εξαρτάται από τον αριθμό και από το μέγεθος των γραμμάτων. Οι πολύ μεγάλοι στίχοι δυσχεραίνουν την ανάγνωση, γιατί το μάτι, επειδή διανύει μεγάλο τόξο από το τέλος το ενός στην αρχή του επόμενου, δυσκολεύεται να προσανατολιστεί και

χάνει τον ειρμό. Αντίθετα, εάν ο στίχος είναι πολύ μικρός, καταστρέφεται η συνέχεια του κειμένου, καθώς το μάτι πηγαινοέρχεται ακατάπαυστα από το τέλος του προηγούμενου στην αρχή του επόμενου στίχου.

8. Η ευθυγράμμιση των στίχων.

- α. Αμφίπλευρη στοίχιση
- β. Μονόπλευρη αριστερή στοίχιση
- γ. Μονόπλευρη δεξιά στοίχιση
- δ. Αξονική στοίχιση

9. Το χρώμα των στοιχείων και του χαρτιού. Λευκά γράμματα σε μαύρο φόντο είναι το ίδιο ευανάγνωστα με μαύρα γράμματα σε άσπρο φόντο; Είμαστε συνηθισμένοι να διαβάζουμε μαύρα τυπογραφικά στοιχεία σε λευκό φόντο, λευκά γράμματα σε μαύρο φόντο δεν είναι ευανάγνωστα, ιδίως όταν τα γράμματα είναι μικρότερα από 12 στιγμές, όταν έχουν ακρεμόνες, όταν το κείμενο είναι μακρύ ή όταν η εκτυπωτική μέθοδος δεν εξασφαλίζει την αποφυγή διάχυσης του μελανιού (π.χ. μεταξοτυπία).

Το να διαβάσουμε μερικές λέξεις ή φράσεις, είναι σαφώς διαφορετικό από το να διαβάσουμε μια ολοσέλιδη διαφημιστική καταχώριση ή το άρθρο που φιλοξενείται στο σαλόνι ενός περιοδικού. Όσο πιο άσπρο είναι το χαρτί και όσο πιο σκούρα τα γράμματα, τόσο καλύτερο είναι το αποτέλεσμα.

10. Η μέθοδος εκτύπωσης. Είναι καλό να γνωρίζουμε εκ των προτέρων τη μέθοδο με την οποία θα εκτυπωθεί το θέμα που επεξεργαζόμαστε, ώστε να γίνεται και η επιλογή της ανάλογης γραμματοσειράς.

Η επιλογή κάποιων γραμματοσειρών αντενδείκνυται σε εκτυπωτικές μεθόδους όπως η φλεξογραφία, η βαθυτυπία και η μεταξοτυπία, γιατί σε αυτές τις μεθόδους παρατηρείται διάχυση του μελανιού πάνω στην επιφάνεια εκτύπωσης (Κατσουλίδης, 1991).

11. Ιεραρχία κειμένου

Η ιεραρχία κειμένου ορίζεται η λογική, οργανωμένη κατάταξη της πληροφορίας ανάλογα με την διαφορετική σημασία των κειμένων. Με το διαφορετικό μέγεθος και βάρος των στοιχείων της γραμματοσειράς, υποδηλώνονται τα επίπεδα σημασίας του περιεχομένου.

Ο τίτλος του κειμένου συνήθως έχει την πιο μεγάλη βαρύτητα και έμφαση και αυτό επιτυγχάνεται με το να έχει το μεγαλύτερο μέγεθος στοιχείων σε ολόκληρη την σελίδα μας.

Σε δεύτερη κατάταξη, βρίσκεται ο υπότιτλος (κεφαλίδα Β) ο οποίος έχει μικρότερα σε μέγεθος ή βάρος στοιχεία από τον τίτλο (Γάτσου,2015).

12. Εικόνες

Οι εικόνες σε ένα έντυπο επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την τελική σχεδίαση και αποτελούν ένα από τα κυρία γραφικά στοιχεία που πρέπει να λάβει υπόψη του και να δώσει μεγάλη προσοχή ο κάθε ένας που καλείτε να σχεδιάσει ένα οποιασδήποτε μορφής και κατηγορίας εντύπου.

Από το εξώφυλλο του εντύπου μέχρι και το οπισθόφυλλο, οι εικόνες προσδίδουν στην σχεδίαση του εντύπου μια μεγάλη δυναμική και ένα αίσθημα ζωντάνιας. Οι εικόνες σε ένα έχουν σαν ρόλο την οπτικοποίηση μηνυμάτων που ο σχεδιαστής θέλει να περάσει προς τους αναγνώστες, και έχουν καθοριστικό ρόλο στην διαφήμιση αν μιλάμε για περιοδικά μόδας, αθλητικά περιοδικά, τεχνολογικά περιοδικά, περιοδικά διακόσμησης, καλλιτεχνικά περιοδικά κ.α.

Σύμφωνα με τη ρήση "μια εικόνα είναι χίλιες λέξεις", η εικόνα παίζει καθοριστικό ρόλο στην επικοινωνία ενός μηνύματος και αποτελεί την οπτική ταυτότητα του εντύπου.

Οι εικόνες μπορούν να ενσωματωθούν στον σχεδιασμό ενός εντύπου με διάφορους τρόπους. Είτε αποτελούν το επίκεντρο σε μια σελίδα, είτε λειτουργούν ως συμπληρωματικά στοιχεία, είναι από τα βασικότερα δομικά εργαλεία που συμβάλλουν στο λεκτικό ή εννοιολογικό νόημα του περιεχομένου.

13. Ρυθμός

Ο ρυθμός είναι ένα στοιχείο που παρατηρείται παντού γύρω μας. Μπορεί να γίνει αντιληπτός από την κίνηση το φύλλων με το φύσημα του αέρα μέχρι το κελάηδημα των πουλιών.

Ρυθμός στον οπτικό σχεδιασμό ορίζεται κάθε οργανωμένη και περιοδική επαναφορά στοιχείων με ίδιο μέγεθος, σχήμα ή χρώμα. Με αυτό τον τρόπο η αντίληψη διαφοροποιείται και έτσι ο αναγνώστης εάν μιλάμε για την περίπτωση του έντυπου αρχίζει να την διαπιστώνει μια συνεχόμενη ροή και σύνδεση ανάμεσα στα στοιχεία μιας σελίδας και στις σελίδες μεταξύ τους (Dondis, 2002).

Όλα στο έντυπο πρέπει να έχουν ρυθμό, από την διάταξη των εικόνων μέχρι και την διάταξη των κειμένων μέσα σε αυτό. Ο ρυθμός στα κείμενα γίνεται εμφανής όταν κάποια από αυτά μέσα στο έντυπο μπορούν να διαβαστούν πιο γρήγορα από άλλα τα οποία απαιτούν περισσότερο χρόνο και μεγαλύτερη προσπάθεια.

Τέλος ο ρυθμός σε ένα κείμενο μπορεί να ελεγχθεί και να καθοριστεί, με το να προσθέτουμε σε αυτό έντονα γραφικά στοιχεία και έντονες χρωματικές αντιθέσεις, που λειτουργούν ως νοητές παύσεις στην ανάγνωση.

14. Αρμονία

Η αρμονία αποτελεί ένα από τα βασικά δομικά στοιχεία του γραφικού σχεδιασμού. Σε ένα design επιτυγχάνεται αρμονία όταν τα οπτικά στοιχεία συνδέονται μεταξύ τους, δημιουργώντας ένα σύνολο με ενότητα και συνοχή.

Δύο σημαντικές εικαστικές τεχνικές, που αφορούν στη διάταξη των στοιχείων και επιβάλλουν την αρμονία σε μια σύνθεση, είναι η ισορροπία και η συμμετρία.

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας είναι η χρωματική αρμονία, η οποία επιτυγχάνεται με τη σωστή χρήση του χρωματικού κύκλου, τη δημιουργία χρωματικών αρμονικών σχημάτων και την οργάνωση χρωματικής ιεραρχίας.

Η αρμονία ή η ομαλότητα στον οπτικό σχεδιασμό είναι μια χρήσιμη και σχεδόν αλάνθαστη μέθοδος επίλυσης των προβλημάτων σύνθεσης (Dondis, 2002).

15. Ενότητα

Η ενότητα ως όρος στο design αναφέρεται στην σύνδεση των στοιχείων που εμπεριέχονται στο έντυπο, αλλά και στη συνολική ομαδοποίηση τους σε ένα τελικό σύνολο το οποίο θα είναι οπτικά ενιαίο, και όλα τα στοιχεία θα συνδέονται και θα αλληλοσυμπληρώνονται ως προς την δημιουργία ενός καλαίσθητου τελικού αποτελέσματος. Οι μέθοδοι για την επίτευξη της ενότητας στο design μας είναι σωστή διαχείριση του κενού χώρου γύρω από το περιεχόμενο της σελίδας, όπως και η χρήση συμπληρωματικών ή ίδιων χρωμάτων, μοτίβων και σχημάτων. Οι αρχές με βάση της οποίες δημιουργούνται δυναμικές ενότητες, σύμφωνα με την Dondis (2002), είναι:

- Η επανάληψη

Οι αδιάκοποι οπτικοί συσχετισμοί που είναι ιδιαίτερα σημαντικοί για οποιαδήποτε ενοποιημένη οπτική παρουσίαση.

- Η ποικιλία

Η ποικιλία ως σχεδιαστικός παράγοντας είναι μια αντικρουόμενη μέθοδος σε σχέση με την ενότητα και την αρμονία. Χαρακτηρίζεται από τη χρήση των αντιθέσεων, τη χρήση διαφορετικών μοτίβων και φορμών στα σχήματα, τις έντονες εναλλαγές στα κείμενα και στις εικόνες. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται η δημιουργία μεγαλύτερου ενδιαφέροντος στον γραφικό σχεδιασμό.

- Η έμφαση

Τονίζεται ένα μόνο στοιχείο, έναντι της ομοιομορφίας άλλων οπτικών μονάδων.

16. Αντίθεση

Στη διαδικασία της οπτικής διάρθρωσης, η αντίθεση είναι μια ζωτική δύναμη που οδηγεί στη δημιουργία ενός συνόλου με συνοχή. Στο σχεδιασμό η αντίθεση είναι ένα δυνατό εργαλείο έκφρασης, απαραίτητο μέσο για την ενδυνάμωση του νοήματος και επομένως για την απλοποίηση της επικοινωνίας. Η μείωση της έντασης, η αιτιολόγηση και ορθολογική ερμηνεία, όλα αυτά αποτελούν μια μεγάλη ανάγκη του ανθρώπου. η αντίθεση αποτελεί το αντίβαρο σε αυτήν την

τάση. Διαταράσσει, αναστατώνει, διεγείρει, προσελκύει την προσοχή. Αντίθεση μπορεί να δημιουργηθεί με ποικίλους και διαφορετικούς τρόπους: Αντίθεση στην φωτεινότητα, στο χρώμα, στο σχήμα, στην κλίμακα. Αντίθεση στο βάρος και στο μέγεθος της γραμματοσειράς (Dondis, 2002).

17. Ισορροπία

Η πρωταρχική της σημασία βασίζεται στη λειτουργία της ανθρώπινης αντίληψης και στην έντονη ανάγκη που εκδηλώνεται για ισορροπία, τόσο στον σχεδιασμό όσο και στο αποτέλεσμα μιας οπτικής μαρτυρίας. Το αντίθετο της είναι η αστάθεια. Η ισορροπία είναι η σχεδιαστική μέθοδος στην οποία κυριαρχεί ένα κέντρο αιώρησης που προσδιορίζεται στα μισά της απόστασης δύο βαρών. Ο πιο εύκολος τρόπος για να δημιουργήσει κανείς την αίσθηση της ισορροπίας, είναι ο αντικατοπτρισμός ενός ή περισσότερων στοιχείων. Αυτού του είδους η ισορροπία ονομάζεται συμμετρία.

Η συμμετρική ισορροπία επιτυγχάνεται με σχήματα, γραμμές, τυπογραφικά και άλλα στοιχεία που είναι πανομοιότυπα σε οπτικό βάρος και είναι τοποθετημένα στην κάθε πλευρά ενός νοητού σημείου στήριξης. Είναι απόλυτα σαφής οπτική διατύπωση, λογική και απλή στο σχεδιασμό, που όμως μπορεί κάποιες φορές να αποδεχθεί στατική ακόμη και βαρετή.

Στην ασύμμετρη ισορροπία, στοιχεία που διαφέρουν σε οπτικό βάρος είναι προσεκτικά τοποθετημένα ώστε να δημιουργούν μια απατηλή ισορροπία. Η τοποθέτηση, το μέγεθος και το οπτικό βάρος των στοιχείων επηρεάζονται επιπλέον και από άλλους παράγοντες, όπως, για παράδειγμα το χρώμα και τη σημασία των στοιχείων που χρησιμοποιούνται. Το οπτικό ισοζύγιο σε έναν τέτοιο σχεδιασμό, περιπλέκεται εξαιτίας της απαιτούμενης ρύθμισης πολλών δυνάμεων, αλλά είναι ενδιαφέρον και ποικίλει εξαιρετικά. Αυτά τα στοιχεία μπορούν να ενισχύσουν ή να αποδυναμώσουν το αίσθημα της ισορροπίας.

Η οπτική ισορροπία μιας σύνθεσης δεν είναι πάντα αναγκαία. Εναπόκεινται στην κρίση και την έμπνευση του σχεδιαστή το πώς θα συνθέσει μια δημιουργία ώστε να μεταδώσει με σαφήνεια το περιεχόμενο του μηνύματος (Dondis, 2002).

18. Το χαρτί στη δημιουργία έντυπου υλικού

Το χαρτί είναι ένα από τα βασικότερα υλικά που χρησιμοποιούνται στη δημιουργία του εντύπου. Η επιλογή του θα πρέπει να βασίζεται στις ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά που αφορούν:

- α) στα τεχνικά δεδομένα της αναπαραγωγής (εκτύπωσης)
- β) στον τύπο του έντυπου υλικού για τον οποίο προορίζεται (βιβλίο, εφημερίδα, φυλλάδιο κλπ.)
- γ) στο αισθητικό αποτέλεσμα που επιδιώκεται

Πολλά είδη χαρτιού μπορεί να μοιάζουν εκ πρώτης όψεως, παρ' όλα αυτά παρατηρούνται διαφορές ως προς το βάρος, το χρώμα και την υφή τους. Στοιχείο αναφοράς είναι το βάρος σε γραμμάρια, που αναλογεί σε συγκεκριμένη μονάδα επιφάνειας, ένα τετραγωνικό μέτρο χαρτιού (gr/m^2).

Το βάρος του χαρτιού είναι ανεξάρτητο από το πάχος όταν πρόκειται για χαρτιά διαφορετικού τύπου. Για παράδειγμα τα επιχρισμένα χαρτιά έχουν μεγαλύτερο πάχος από τα μη επιχρισμένα ίδιου βάρους. Μπορεί όμως και χαρτιά της ίδιας επεξεργασίας και ίδιου βάρους αλλά διαφορετικής εταιρείας παραγωγής διαφέρουν ως προς το πάχος.

Στην τυπογραφία υπάρχουν οι παρακάτω κατηγορίες χαρτιού, με βάρος κυρίως 60 έως 350 γραμμάρων:

Τα χαρτιά εφημερίδας, που είναι τα πιο οικονομικά αλλά χαμηλής ποιότητας. Είναι εύθραυστα, κιτρινίζουν με το χρόνο και η εκτύπωση σε αυτά δεν χαρακτηρίζεται από την πρέπουσα ευκρίνεια.

Τα χαρτιά γραφής είναι εκείνα που χρησιμοποιούνται περισσότερο στην παραγωγή βιβλίων ή εντύπων που περιέχουν υλικό μονόχρωμο και κατά κύριο λόγο κείμενα.

Τα γυαλιστερά χαρτιά έχουν μια ειδική επικάλυψη που τους δίνει ένα γυαλιστερό (coated) ή λιγότερο γυαλιστερό (semicoated) τελείωμα (φινίρισμα). Όσο πιο γυαλιστερή είναι η επιφάνεια τόσο εντονότερα είναι και τα χρώματα. Πρέπει να σημειώσουμε πως χρειάζεται προσοχή στην επιλογή της γυαλιστερής επιφάνειας όταν πρόκειται να τυπωθούν σε αυτήν κείμενα, διότι πολύ συχνά η αντανάκλαση του χαρτιού “τυφλώνει” και εμποδίζει την

ανάγνωση των κειμένων. Αυτό το είδος ευρείας κατανάλωσης είναι το χαρτί τύπου illustration και velvet.

Τα μη γυαλιστερά χαρτιά δεν έχουν τόσο λείο τελείωμα (φινίρισμα) στην επιφάνεια τους. Η χρήση αυτής της κατηγορίας χαρτιού είναι πιο συχνή σε περιπτώσεις που θέλουμε να τυπώσουμε βιβλία ποιότητας τα οποία έχουν ως περιεχόμενο κείμενα και γραμμικά γραφικά στοιχεία. Ένας τύπος χαρτιού που χρησιμοποιείται συνήθως είναι το chamois.

Τα χαρτιά επιστολόχαρτων αναφέρονται ως κατηγορίες χαρτιού πολυτελείας, διότι έχουν μεγαλύτερη περιεκτικότητα σε καθαρά φυσικά, οργανικά συστατικά και λιγότερη σε χημικά, με αποτέλεσμα να διαθέτουν μεγαλύτερη αντοχή, διάρκεια και να μην κιτρινίζουν με το χρόνο. Οι επιφάνειες αυτών των χαρτιών έχουν διαφορές στην υφή, την απόχρωση και το βάρος, ανάλογα με τον τρόπο κατασκευής τους. Υπάρχουν χαρτιά με υδατογραφήματα, που διακρίνονται όταν ανσηκώσουμε το χαρτί και το κοιτάξουμε με τη βοήθεια μιας εστίας φωτός. Σε αυτήν την κατηγορία επίσης, υπάρχουν χαρτιά οικολογικά, στα οποία δεν έχει προστεθεί χλώριο κατά την κατασκευή τους είτε προέκυψαν από ανακυκλωμένα υλικά υψηλής ποιότητας (Αμούργη, et al., 2002).

Τα χαρτιά εξωφύλλων είναι σκληρότερα και βαριά. Υπάρχει μεγάλη ποικιλία ειδών χρωματιστού χαρτιού αυτής της κατηγορίας καθώς και τα τύπου φωτογκλός, τα οποία είναι χρωματιστά, γυαλιστερά στη μία όψη τους και λευκά στην άλλη. Το βάρος τους συνήθως αρχίζει από 160gr και φτάνει τα 350gr.

- Μεγέθη χαρτιού και συστήματα υποδιαίρεσης

Βασική αρχή στις εκτυπώσεις είναι ότι όλα τα έντυπα τυπώνονται σε 8 ή 16 σελίδες (ή πολλαπλάσιες, ανάλογα με το μέγεθος). Αυτό συμβαίνει λόγω του μεγέθους των διαθέσιμων τυπογραφικών χαρτιών, της μεθόδου εκτύπωσης λιθογραφίας offset, αλλά φυσικά και για λόγους οικονομίας, καθώς κάθε εκτύπωση σχεδιάζεται έτσι ώστε να έχουμε τη λιγότερη δυνατή απώλεια (φύρα) χαρτιού.

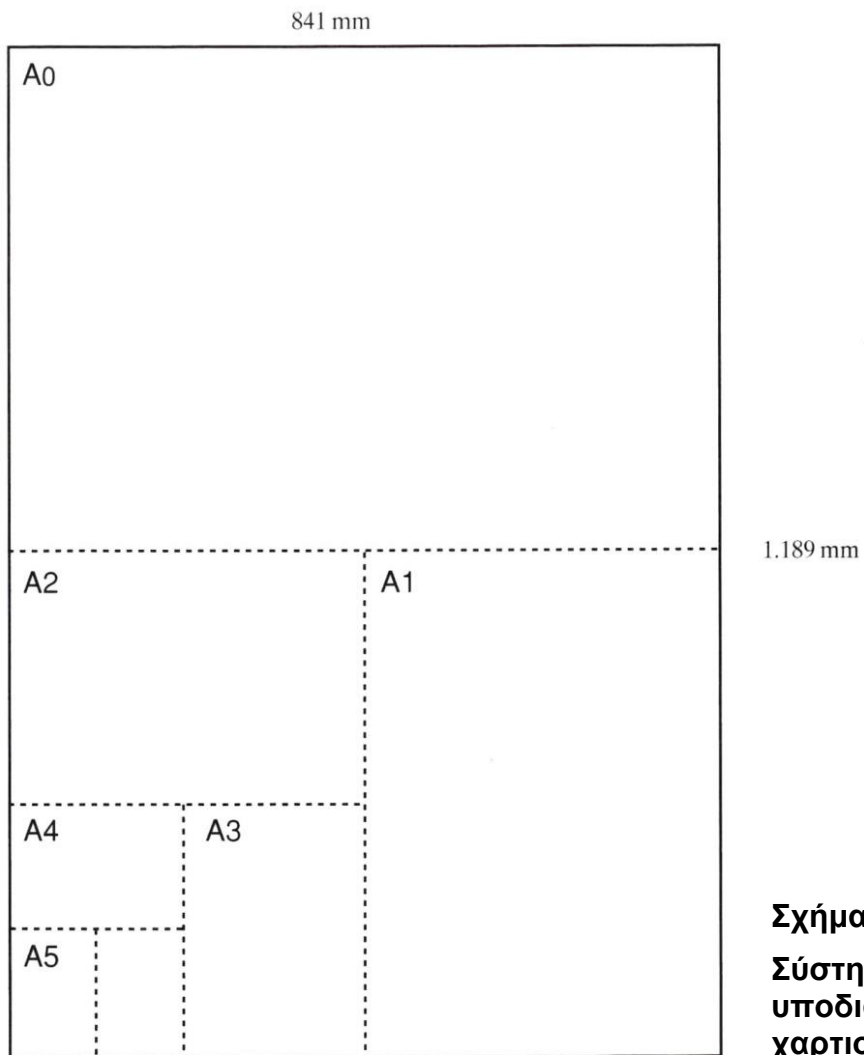
Αφού επιλέξουμε ένα σχήμα που είναι κατάλληλο για τον σχεδιασμό της εργασίας, θα πρέπει να υπολογίσουμε το τελικό μέγεθός του σε σχέση με τον αριθμό των στοιχείων που θα χρησιμοποιηθούν στο σχεδιασμό, την τελική ποσότητα αντιτύπων αλλά και τη διαδικασία εκτύπωσης του.

Υπάρχουν σταθερά μεγέθη μεγάλων φύλλων χαρτιού που χρησιμοποιούνται στην τυπογραφία. Αυτά τα μεγέθη εξυπηρετούν τις υπάρχουσες τυπογραφικές διαδικασίες παραγωγής στην επίπεδη και κυλινδρική εκτύπωση. Οι τυποποιημένες διαστάσεις χαρτιών προσδιορίζονται από το ISO 216, που κυκλοφόρησε το 1975 και βασίζεται στο Γερμανικό DIN 476 που υπάρχει από το 1922. Στο ISO 216 περιγράφονται δύο σειρές μεγεθών, η Σειρά A και η Σειρά B. Στο ISO 269, που κυκλοφόρησε το 1985, ορίζεται και η Σειρά C για φακέλους. Υπάρχει μια αναλογική σχέση μεταξύ των διαστάσεων του κάθε φύλλου σε όποια κατηγορία και αν αυτό ανήκει. Η σχέση αυτή ορίζει ότι: ο λόγος της μεγάλης διάστασης προς τη μικρή δίνει τιμή 1,414.

Τα συνηθέστερα μεγέθη χαρτιών στην ελληνική αγορά είναι τα: 58 x 86, 61 x 86, 63 x 96 και 70 x 100 εκατοστά. Υπάρχουν και άλλα μεγέθη χαρτιών αλλά χρησιμοποιούνται σπανιότερα. Στον Πίνακα 1 αναγράφονται στην πρώτη οριζόντια σειρά τα αρχικά μεγέθη του χαρτιού, ενώ στις κάθετες στήλες αναγράφονται οι υποδιαιρέσεις του κάθε φύλλου χαρτιού εάν το διπλώσουμε στα δύο, τέσσερα, οκτώ, δεκαέξι και τριάντα δύο.

Πίνακας 1: Μεγέθη τυπογραφικών φύλλων χαρτιού και υποδιαιρέσεις τους

Σειρά A Μέγεθος χαρτιού	Διαστάσεις σε mm	Σειρά B Μέγεθος χαρτιού	Διαστάσεις σε mm	Σειρά C Μέγεθος χαρτιού	Διαστάσεις σε mm
A0	841 x 1188	B0	1000 x 1414	C0	917 x 1297
A1	594 x 841	B1	707 x 1000	C1	648 x 917
A2	420 x 594	B2	500 x 707	C2	458 x 648
A3	297 x 420	B3	353 x 500	C3	324 x 458
A4	210 x 297	B4	250 x 353	C4	229 x 324
A5	148 x 210	B5	176 x 250	C5	162 x 229
A6	105 x 148	B6	125 x 176	C6	114 x 162
A7	74 x 105	B7	88 x 125	C7	81 x 114
A8	52 x 74	B8	62 x 88	C8	57 x 81
A9	37 x 52	B9	44 x 62	C9	40 x 57
A10	26 x 37	B10	31 x 44	C10	28 x 40
				DL	110 x 220
				Large Post	419 x 533



Σχήμα 1:
Σύστημα
υποδιαίρεσης
χαρτιού ISO

Υπάρχουν άλλες δύο κατηγορίες που αφορούν τα μεγέθη των χαρτιών, οι οποίες περιλαμβάνουν χαρτιά αποκλειστικά για τον εκδοτικό χώρο. Αυτές είναι οι RA και SRA, τα μεγέθη των οποίων είναι πιο μεγάλα από τα μεγέθη A, B και C και επιτρέπουν περιθώρια για κόψιμο και για το πιάσιμο του χαρτιού από την μηχανή εκτύπωσης.

(http://graficnotes.blogspot.com/2011/12/blog-post_29.html).

Αυτά τα μεγέθη είναι:

RA0 860 x 1220 mm

RA1 610 x 860 mm

RA2 430 x 610 mm

SRAO 900 x 1280 mm

SRA1 640 x 900 mm

SRA3 450 x 640 mm

Ας ξεκινήσουμε από τα βασικά μεγέθη του χαρτιού, και πιο συγκεκριμένα από τις διαστάσεις που προκύπτουν αν διπλώσουμε ένα φύλλο χαρτί. Το ονομαζόμενο ISO σύστημα υποδιαίρεσης χαρτιού (Σχήμα 1) έχει καθιερωθεί στη Γερμανία από τις αρχές της δεκαετίας του 1920 και εφαρμόζεται έκτοτε στην Ευρώπη. Το σύστημα βασίζεται σε φύλλα χαρτιού μεγέθους $1: \sqrt{2}$ που διπλώνονται ή, αλλιώς, χωρίζονται στη μέση της μεγαλύτερης πλευράς τους. Με αυτόν τον τρόπο προκύπτει ένα φύλλο χαρτιού με τη μισή διάσταση του αρχικού αλλά στις ίδιες αναλογίες. Το αρχικό μέγεθος ονομάζεται DIN (Deutsche Industrie Norm) A0 και έχει βασικό εμβαδόν $A_0 = 1\text{m}^2 = 841 \times 1.189$ mm

Από αυτό το μέγεθος προκύπτουν τα γνωστά μικρότερα σχήματα:

A1= 594 X 841mm

A2 = 420 X 594 mm

A3 = 297 X 420 mm

A4 = 210 X 297 mm

A5 = 148 X 210 mm

Κεφάλαιο 3^ο

Σχεδιαστική διαδικασία περιοδικής έκδοσης

1. Έρευνα αγοράς- Ανταγωνιστικά περιοδικά



Vogue



Elle



GQ



InStyle

2. Ομάδα στόχευσης (Target group)

Είναι η ομαδοποίηση των αγοραστών στους οποίους απευθύνεται το brand. Κατηγοριοποιούνται ανάλογα με το ποιους επηρεάζει το προϊόν και ποια ομάδα από αυτές θέλουμε να προσελκύσουμε.

Τα target group μπορεί να είναι ηλικιακά, εργασιακά, ανάλογα με το φύλο των πελατών κ.α. Η συγκεκριμένη στοχοποίηση ενός target group μπορεί να καθορίσει τη διαφήμιση, το λογότυπο και το brand name του προϊόντος έτσι ώστε να προσελκύσουμε αυτή την ομάδα πελατών να αγοράσει το προϊόν.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση για την περιοδική έκδοση / editorial που υλοποιήσαμε, τα target groups ανάλογα την ηλικία και το φύλο είναι ελεύθερα. Το κοινό των πιθανών αγοραστών είναι μια γενική ομάδα αναγνωστών η οποία θα έχει ενδιαφέρον για την θεματολογία του περιοδικού που σχετίζετε με την μόδα. Έτσι θα επιτύχουμε τον τελικό μας στόχο που είναι η αγορά του προϊόντος.

3. Επιλογή διάστασης εντύπου

Το περιοδικό αποτελείται από δύο μέρη :

Το ένα μέρος είναι το εξώφυλλο και το οπισθόφυλλο τα οποία θα εκτυπωθούν στο ίδιο φύλλο.

Το δεύτερο μέρος είναι το κύριος σώμα του περιοδικού, το οποίο αποτελείται από δέκα οκτασέλιδα και δημιουργούν ένα περιεχόμενο 80 σελίδων στο έντυπο.

ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ

Κυρίως σώμα

- Τελική διάσταση εντύπου : W: 21cm , H: 30cm
- Διάσταση ανοικτό: W : 42cm, H:30cm
- Διάσταση τυπογραφικού φύλλου : W: 100cm , H: 70cm
- Αριθμός αντιτύπων: 400000
- Χαρτί: 180gr gloss διπλής επίχρσης
- Εκτυπωτική μέθοδος: Offset εκτύπωση με τετράχρωμη εκτυπωτική μηχανή φύλλου, διαστάσεων 70x100cm.
- Αριθμός σελίδων: 80
- Μέθοδος Βιβλιοδεσίας: Κολλητή Ραφή

Εξώφυλλο - Οπισθόφυλλο

- Τελική διάσταση εντύπου : W: 21cm , H: 30cm
- Διάσταση ανοικτό: W: 43cm , H: 30cm
- Διάσταση τυπογραφικού φύλλου : W: 100cm , H: 70cm
- Αριθμός αντιτύπων: 400000
- Ράχη: 1cm
- Χαρτί: 300gr gloss διπλής επίχρσης
- Εκτυπωτική μέθοδος : Offset εκτύπωση με τετράχρωμη εκτυπωτική μηχανή φύλλου, διαστάσεων 70x100cm.
- Μέθοδος Βιβλιοδεσίας: Κολλητή Ραφή

4. Συλλογή περιεχομένου

Ένα από τα κυριότερα στάδια στην διαδικασία σχεδιασμού ενός έντυπου και στην συγκεκριμένη περίπτωση του περιοδικού BLITZ, είναι η συλλογή του περιεχομένου που θα ενταχθεί στο έντυπο.

Σε αυτό το στάδιο η επιλογή και η σύνταξη του περιεχομένου για το έντυπο, διεξάγεται με βάση τη θεματολογία και την κατηγορία του περιοδικού. Το περιοδικό «**BLITZ**» κατατάσσεται στην κατηγορία των περιοδικών μόδας όπως είναι το **VOGUE**, το **ELLE**, το **madame figaro** κ.α.

Ξεκινώντας στο περιοδικό μας εμπεριέχονται αποκλειστικές συνεντεύξεις από fashion designers και μεγάλους οίκους μόδας, από makeup artists και γενικότερα από επαγγελματίες του χώρου της μόδας που μιλούν για τα brands τους και δίνουν στυλιστικές συμβουλές στους αναγνώστες του περιοδικού. Οι συνεντεύξεις αυτές δόθηκαν αποκλειστικά και μόνο για το περιοδικό μας και για την συγκεκριμένη έκδοση του.

Στην συνέχεια στο υλικό που συλλέχθηκε για την συγκεκριμένη έκδοση του περιοδικού μας, υπάρχουν εικόνες από φωτογραφίες που έγιναν αποκλειστικά για το **BLITZ** και αφορούν δημιουργίες των οίκων μόδας που συνεργάστηκαν με το περιοδικό για τον μήνα **ΔΕΚΕΜΒΡΙΟ 2020**, αλλά και άλλες φωτογραφίες που σχετίζονται με συνεντεύξεις που περιέχει το περιοδικό.

5. Εξώφυλλο

Το εξώφυλλο σε ένα περιοδικό και σε ένα έντυπο γενικότερα, είναι από τα πρωταρχικά και θεμελιώδη στοιχεία που στα οποία πρέπει κατά τον σχεδιασμό να δώσουμε ιδιαίτερη σημασία ώστε να επικοινωνεί άμεσα το περιεχόμενο στο ενδιαφερόμενο κοινό.

Το εξώφυλλο είναι η προσωπίδα, είναι ο καθρέφτης του περιεχομένου της έκδοσης που θα προσελκύσει τους αναγνώστες, ώστε να ξεχωρίσουν το περιοδικό ανάμεσα στα άλλα και τελικά να το αγοράσουν. Σαν ένα έργο τέχνης που κάνει τους θεατές του να σταματούν ότι κάνουν και να προσηλώνονται σε αυτό για να το θαυμάσουν έτσι και το εξώφυλλο μας πρέπει να λειτουργεί με τον ίδιο τρόπο.

Ένα βασικό στοιχείο για τον σχεδιασμό του εξωφύλλου είναι η επιλογή των επικεφαλίδων μέσω των οποίων προβάλλεται και προσδιορίζεται το περιεχόμενο σε μια προσπάθεια ενθάρρυνσης για την ανάγνωση του.

Με αυτό τον τρόπο, εάν η θεματολογία προκαλεί το ενδιαφέρον, επιτυγχάνεται ο στόχος της δημιουργίας. Είναι σκόπιμο, κατά την σχεδιαστική προσέγγιση, να εξετάζεται εκτός από την μπροστινή όψη του εξωφύλλου, η ράχη και το οπισθόφυλλο, ως ενιαίο στοιχείο και όχι ως διαφορετικές πλευρές του εντύπου.

Ένα από τα βασικότερα στοιχεία του εξωφύλλου είναι το brand name του περιοδικού. Ο αναγνώστης πρέπει να είναι σε θέση να το αναγνωρίσει ανάμεσα στα άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα. Για αυτόν τον λόγο το brand name πρέπει να είναι ευδιάκριτο, σε μεγάλο μέγεθος και πρέπει να έχει το κατάλληλο χρώμα έτσι ώστε να προβάλλεται από το χρώμα του φόντου και να είναι διακριτό σε ολόκληρο το εξώφυλλο. Το χρώμα που επιλέχθηκε για το brand name του περιοδικού μας «**BLITZ**» είναι το **#10a2d9**.

Το χρώμα αυτό επιλέχθηκε και για τις επικεφαλίδες του εξωφύλλου μας, σε συνδυασμό με το **#005c75** χρώμα το οποίο βρίσκεται στην ημερομηνία και στα δευτερεύοντα στοιχεία του εξωφύλλου.

Στο εξώφυλλο αναφαίρετο λόγο έχει και η εικόνα. Η εικόνα που επιλέχθηκε για να εκπροσωπεί ολόκληρο το περιοδικό μας στην συγκεκριμένη έκδοση πρέπει

να συνοψίζει πολλά χαρακτηριστικά. Πρέπει να είναι έντονη, δυναμική, ευδιάκριτη και ευανάγνωστη.

Για αυτούς τους λόγους επιλέχθηκε η εικόνα από την αποκλειστική φωτογράφιση της ηθοποιού και μοντέλου **Margot Robbie** που είναι και η πρωταγωνίστρια του περιοδικού μας για την έκδοση του Δεκεμβρίου 2020.

Για την διάταξη του εξωφύλλου, δημιουργήθηκε ένα ασύμμετρο πλέγμα. Μέσω των έντονων εναλλαγών στο μέγεθος των επικεφαλίδων, την διαφορά στην γραμματοσειρά αλλά και τη διαφορά στο στυλ της γραμματοσειράς, δημιουργήθηκε ένα λέει out με έντονες αντιθέσεις.

Εικόνα εξωφύλλου



Επικεφαλίδες και Brand Name

BLITZ

DEC

MARGOT ROBBIE
collaborate with
Narciso Rodriguez

MARGOT ROBBIE
interviewed by
Quentin Tarantino

Issues
covered in
BLUE

Τελικό εξώφυλλο

BLITZ

DEC

MARGOT ROBBIE
collaborate with
Narciso Rodriguez

MARGOT ROBBIE
interviewed by
Quentin Tarantino

Issues
covered in
BLUE

6. Κείμενα και πληροφορίες

Τα κείμενα σε ένα έντυπο όπως αναλύσαμε και πιο πάνω είναι ένα από τα πιο κυρίαρχα στοιχεία , απόλυτα αναγκαίο ως προς την επιτυχία του τελικού εντύπου στην αγορά.

Όλα τα κείμενα που βρίσκονται στο περιοδικό, προέρχονται από συνεντεύξεις που έγιναν αποκλειστικά για την συγκεκριμένη έκδοση του Δεκεμβρίου 2020, από τους ανθρώπους και τους οίκους μόδας που παρουσιάζουμε στην έκδοση.

Στην σύνταξη και στην διάταξη των κειμένων μας εφαρμόζεται ο ίδιος ή παρόμοιος τύπος, μέγεθος και στυλ γραμματοσειράς έτσι ώστε να δημιουργηθεί μια ομοιογένεια και μια συνοχή σε όλες τις σελίδες. Πιο κάτω θα αναφερθούμε αναλυτικά σε όλα τα μεγέθη των γραφικών μας στοιχείων, την στοίχιση του κειμένου, το είδος αλλά και το στυλ της γραμματοσειράς.

Στην πρώτη σελίδα βρίσκουμε το διαφημιστικό σλόγκαν του περιοδικού. Είναι σε κεντρική στοίχιση και έχει τα πιο κάτω χαρακτηριστικά :



Γραμματοσειρά : Century Schoolbook

Μέγεθος : 64pt

Στυλ γραμματοσειράς : Bold

Στην συνέχεια βρίσκουμε το μήνυμα του εκδότη. Έχει αριστερή στοίχιση και ακολουθεί τα πιο κάτω χαρακτηριστικά :

Editor Massage :

Στο ακόλουθο ένθετο περιλαμβάνονται εικόνες από το διαδίκτυο και σε καμία περίπτωση δεν έχω τα πνευματικά τους δικαιώματα. Ακόλουθος οι συνεντεύξεις που εμπεριέχονται σε αυτή την περιοδική έκδοση όπως και τα άρθρα και όλα τα κείμενα δεν μου ανήκουν αλλά έχουν κατεβάσει εξολοκλήρου και αυτά από το διαδύκτιο. Τα πνευματικά τους δικαιώματα ανήκουν στους συντάκτες, δημοσιογράφους στους οποίους ανήκει και συνέταξαν το κείμενο.

- *Τίτλος*

Γραμματοσειρά: **Century Schoolbook**

Μέγεθος: **18pt**

Στιλ γραμματοσειράς: **Bold Italic**

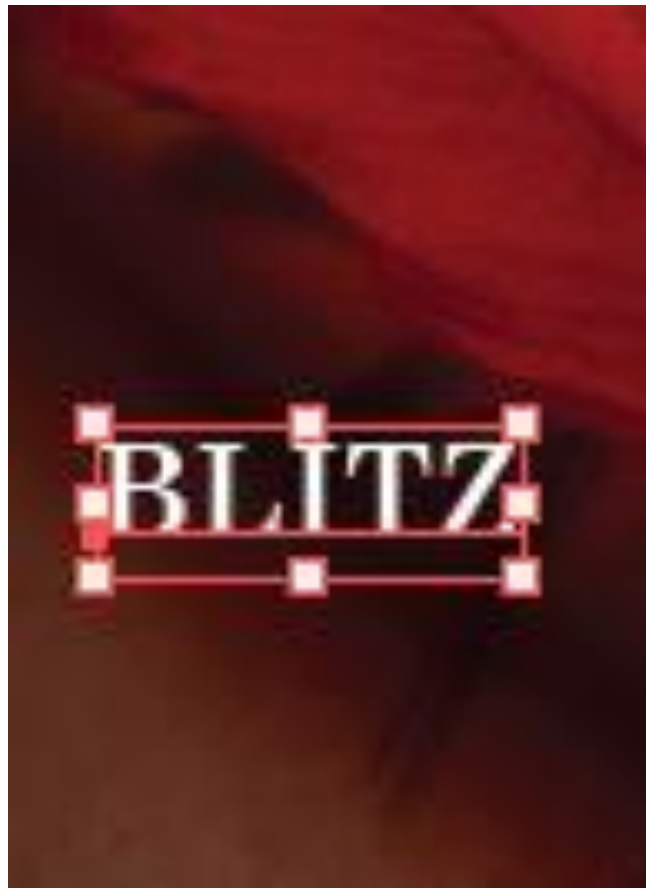
- *Κείμενο*

Γραμματοσειρά: **Century Schoolbook**

Μέγεθος: **13pt**

Στυλ γραμματοσειράς: **Regular**

Στις σελίδες με ολοσέλιδη εικόνα τοποθετείται το brand name του περιοδικού με τα χαρακτηριστικά:

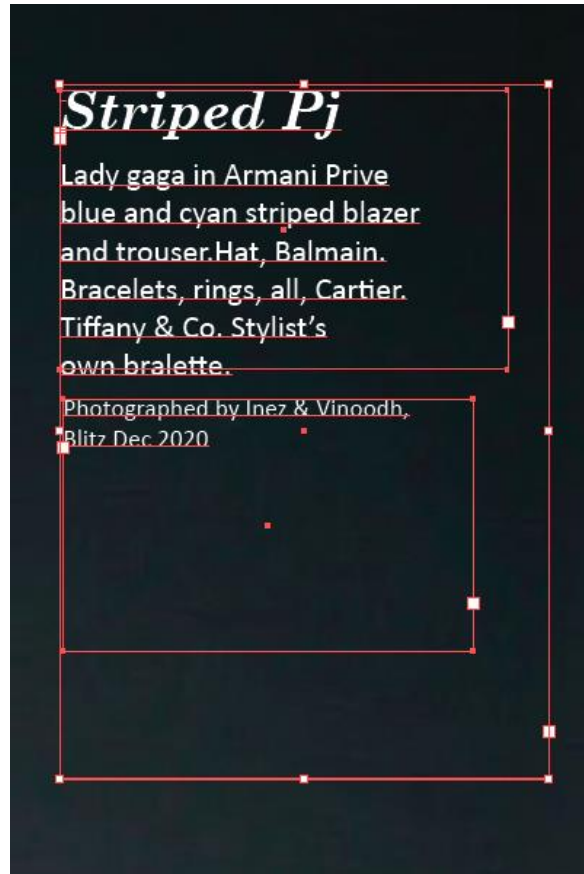


Γραμματοσειρά: Century Schoolbook

Μέγεθος: 22pt

Στυλ γραμματοσειράς: Bold

Σε αυτές τις σελίδες έχουμε και τους περιγραφικούς υπότιτλους (επικεφαλίδες Β) που χωρίζονται σε τρία μέρη και έχουν τα πιο κάτω χαρακτηριστικά:



- ***Τίτλος concept***

Γραμματοσειρά: **Century Schoolbook**

Μέγεθος: **17pt**

Στυλ γραμματοσειράς: **Bold Italic**

- ***Περιγραφή***

Γραμματοσειρά: **Calibri**

Μέγεθος: **10pt**

Στυλ γραμματοσειράς: **Regular**

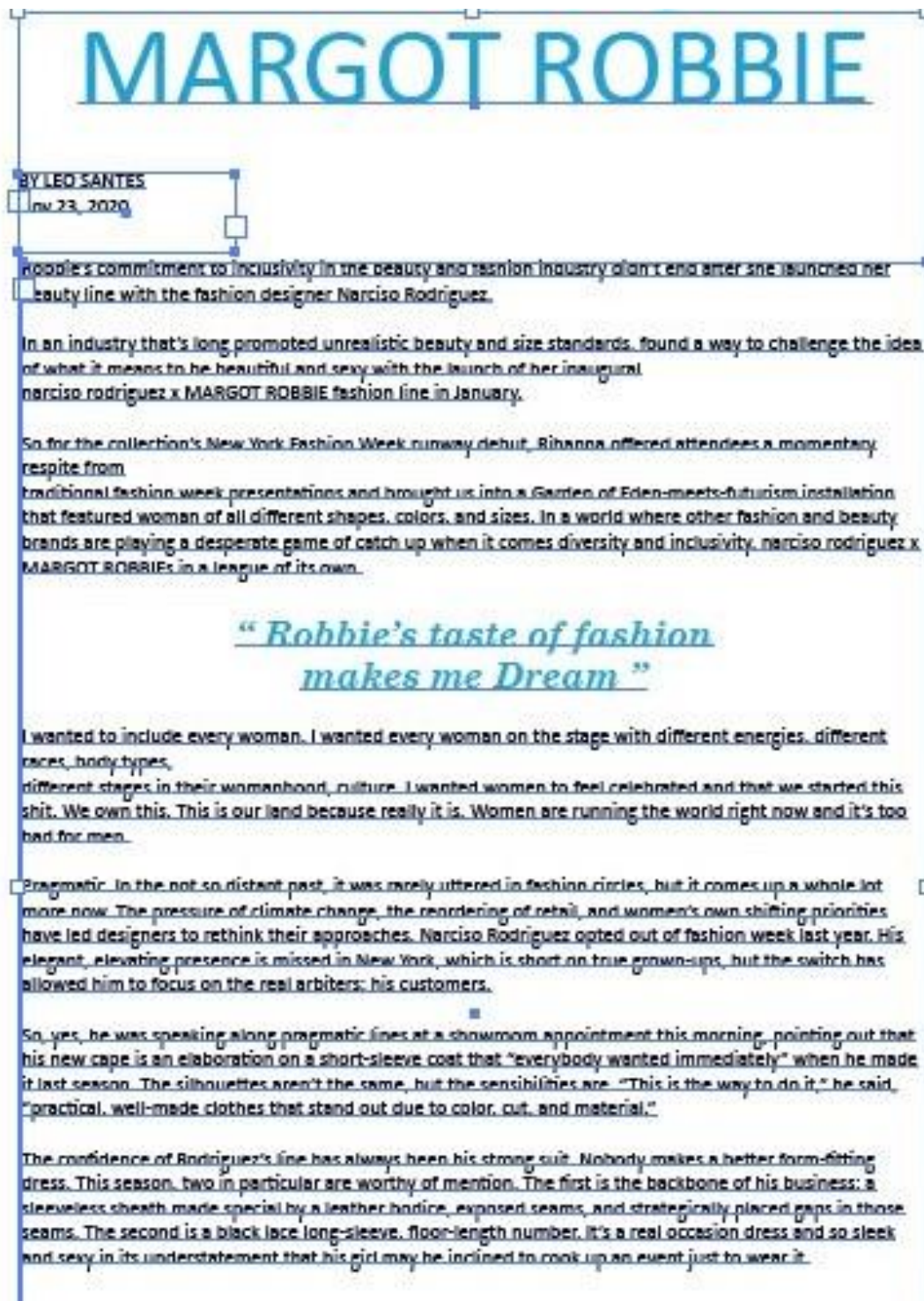
- ***Στοιχεία φωτογράφισης***

Γραμματοσειρά: **Calibri**

Μέγεθος: **8pt**

Στυλ γραμματοσειράς: **Regular**

Τα κείμενα σε ολόκληρο το περιοδικό έχουν αριστερή στοίχιση και τα ίδια χαρακτηριστικά :



Γραμματοσειρά: Calibri

Μέγεθος: 12pt

Στυλ γραμματοσειράς: Regular

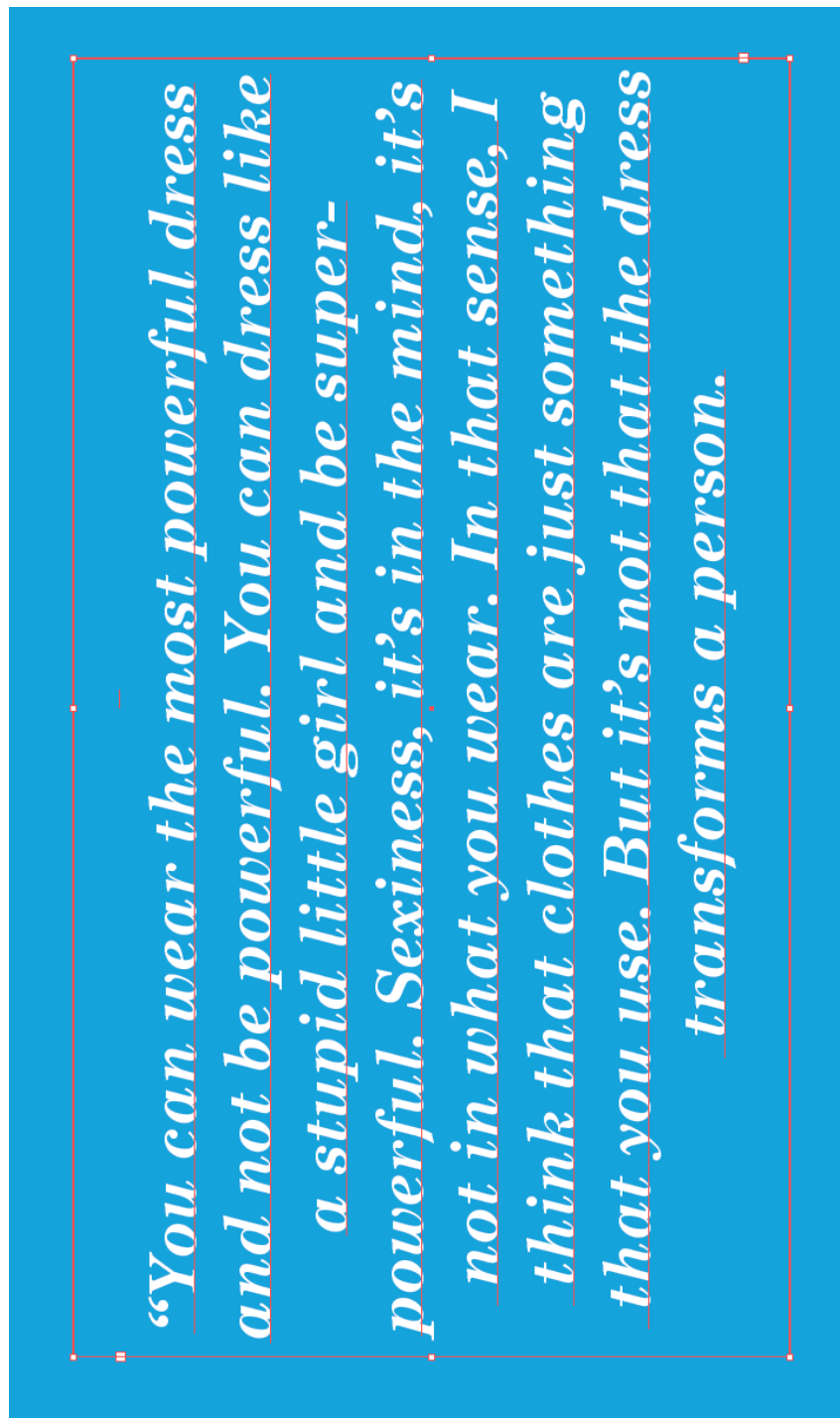
Οι τίτλοι των κειμένων μας ως προς το μέγεθος και την στοίχιση των τυπογραφικών στοιχείων έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά, αλλά στο πλήθος τους έχουν κοινά τα πιο κάτω :

Kim Kardashian West
6 Secrets About KKW Beauty

Pat McGrath
Fashion's Most Influential Makeup Artist
Is Getting Her Due from the CFDA

Γραμματοσειρά: Century Schoolbook
Στυλ γραμματοσειράς: Bold Italic

Τέλος στην τελευταία σελίδα βρίσκετε το μηνιαίο quote του περιοδικού.
Ακολουθεί κεντρική στοίχιση και έχει τα πιο κάτω χαρακτηριστικά:



Γραμματοσειρά: **Century Schoolbook**

Μέγεθος: **20pt**

Στυλ γραμματοσειράς: **Bold Italic**

Κεφάλαιο 4^ο

Προεκτύπωση

1. Επεξεργασία εικόνων

Η επεξεργασία των εικόνων είναι και αυτό ένα βασικό στάδιο κατά την διαδικασία της σχεδίασης του εντύπου. Οι εικόνες πρέπει να περάσουν από το στάδιο της επεξεργασίας ούτως ώστε να διορθωθούν χρωματικά, να αλλάξουν χρωματικό μοντέλο (mode), να διορθωθούν τονικά και να ρετουσαριστούν.

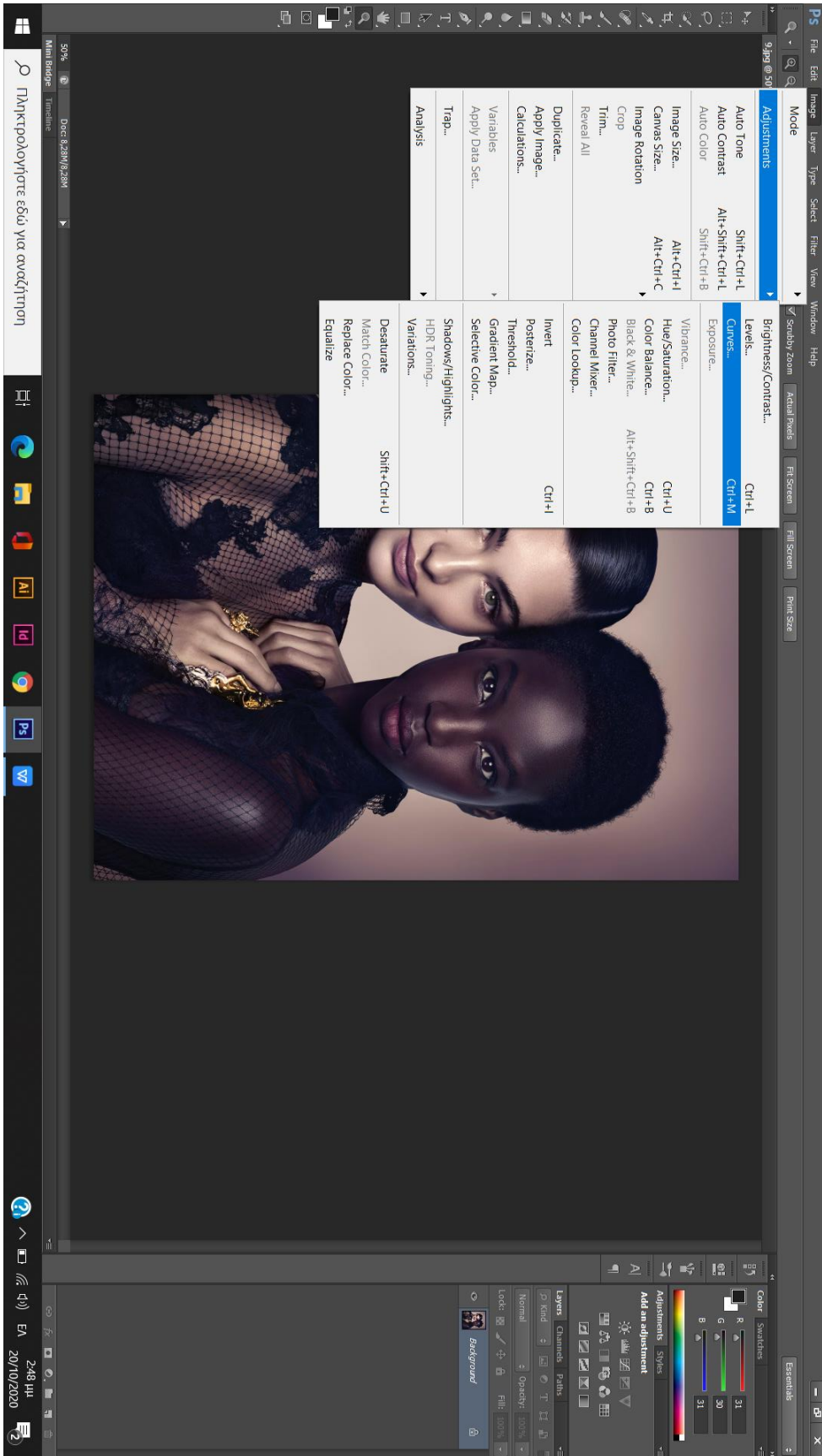
Μέσο αυτής της διαδικασίας επιτυγχάνουμε το καλύτερο δυνατό τελικό αποτέλεσμα για τες εικόνες μας, και έτσι μπορούν να διαταχθούν στις σελίδες του εντύπου μας άρτιες. Ακόμα μέσο αυτής της διαδικασίας οι εικόνες μας θα μπορούν να φέρουν εις πέρας τον σκοπό της ύπαρξής τους στο περιοδικό, ο οποίος είναι η δημιουργία έντασης μέσο των έντονων χρωμάτων και σχηματικώς φορμών τους.

Το πρώτο βήμα στην επεξεργασία των εικόνων μας είναι η αλλαγή του χρωματικού της μοντέλου (mode) από RGB σε CMYK, έτσι ώστε τα χρώματα της εικόνας που βλέπουμε στην οθόνη μας να είναι τα ίδια με αυτά που θα εκτυπωθούν μέσω της τετράχρωμης εκτύπωσης μας.

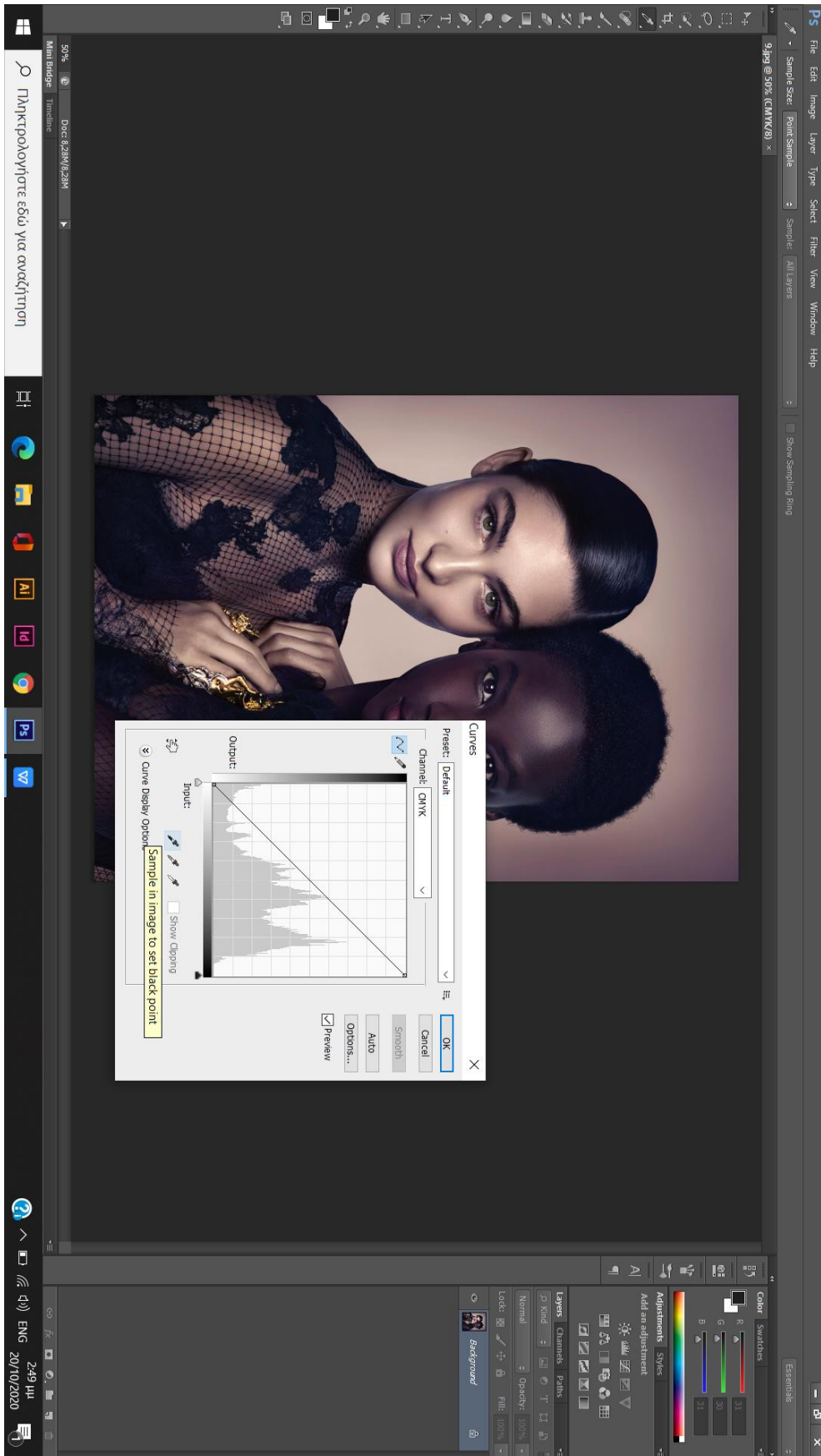
Ακολουθεί η τονική και χρωματική διόρθωση των εικόνων η οποία συνίσταται στη βελτίωση των χρωμάτων και των τονικών διαβαθμίσεων της εικόνας. Σε αυτό το στάδιο αναλύεται η ισορροπία του χρώματος, η φωτεινότητα και η αντίθεση, ο καθορισμός λευκού και μαύρου σημείου.

Το επόμενο στάδιο είναι η διαδικασία που αφορά στις διορθώσεις σφαλμάτων, όπως αφαίρεση σημαδιών ή στιγμάτων που οφείλονται σε λανθασμένη σάρωση ή σε κακή ποιότητα του πρωτοτύπου. Η διαδικασία αυτή γίνεται μέσω τεχνικών και εργαλείων Retouch.

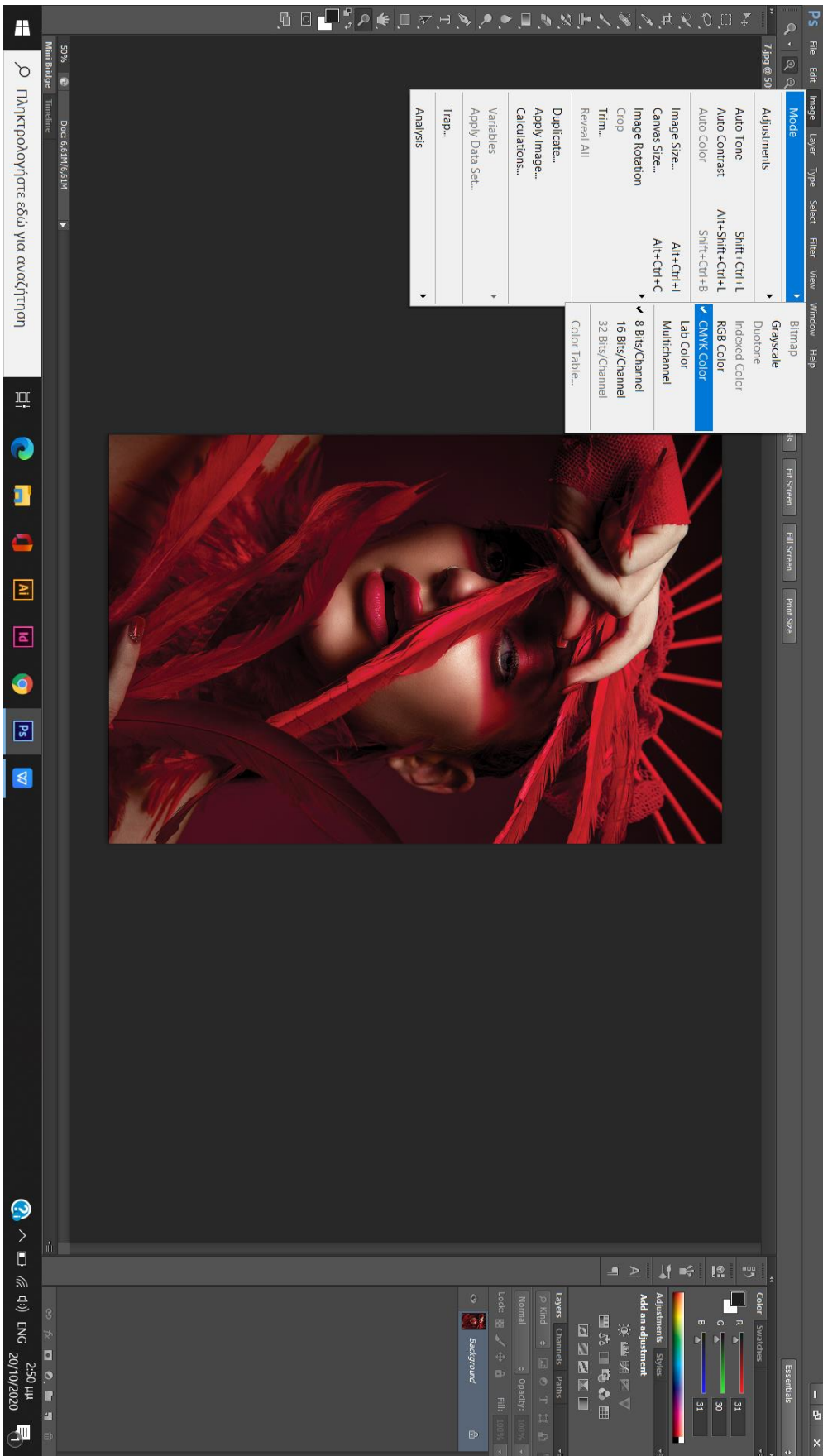
Τονική διόρθωση



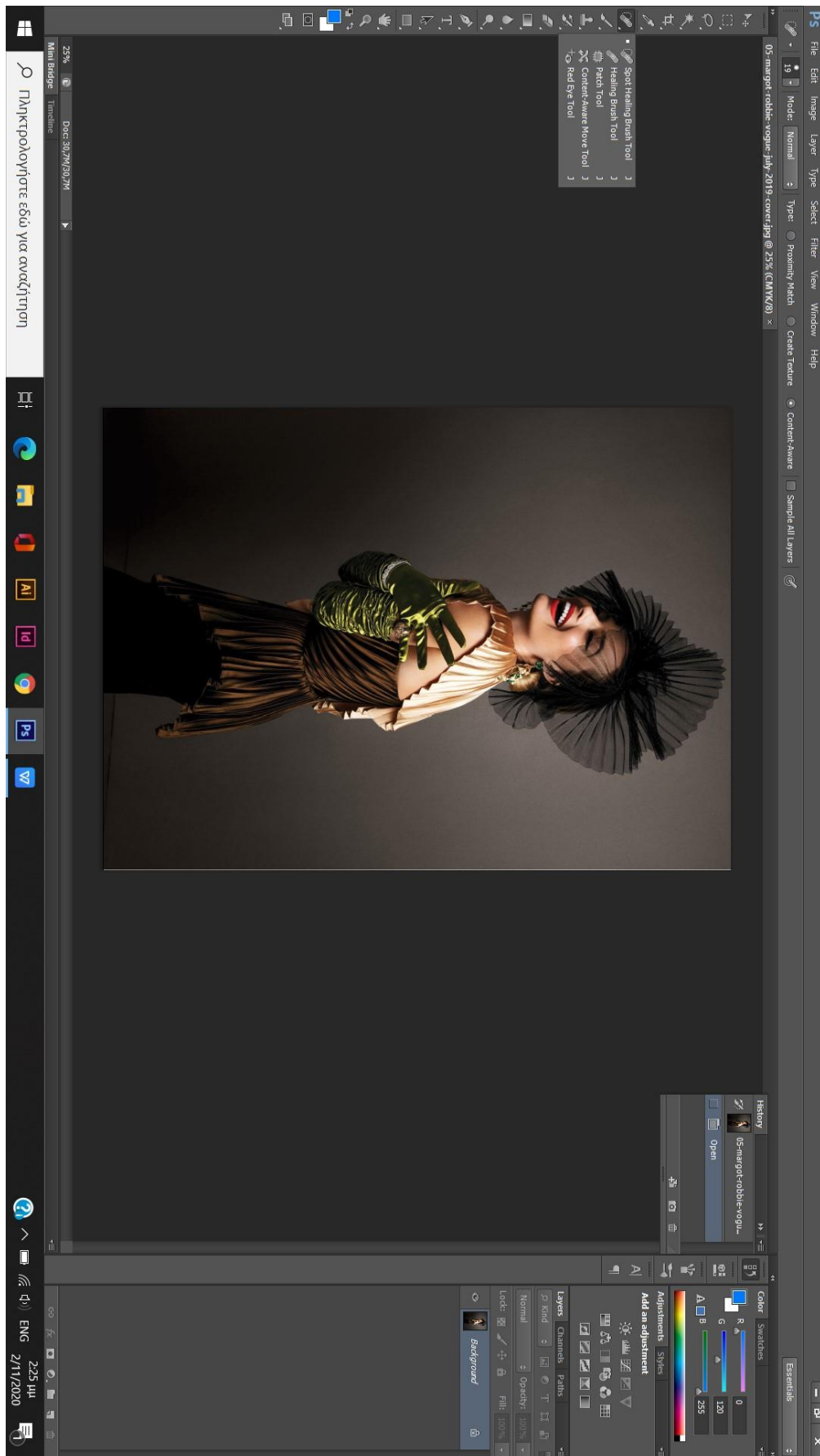
Καθορισμός μαύρου και λευκού χρώματος και καμπύλη τονικότητας



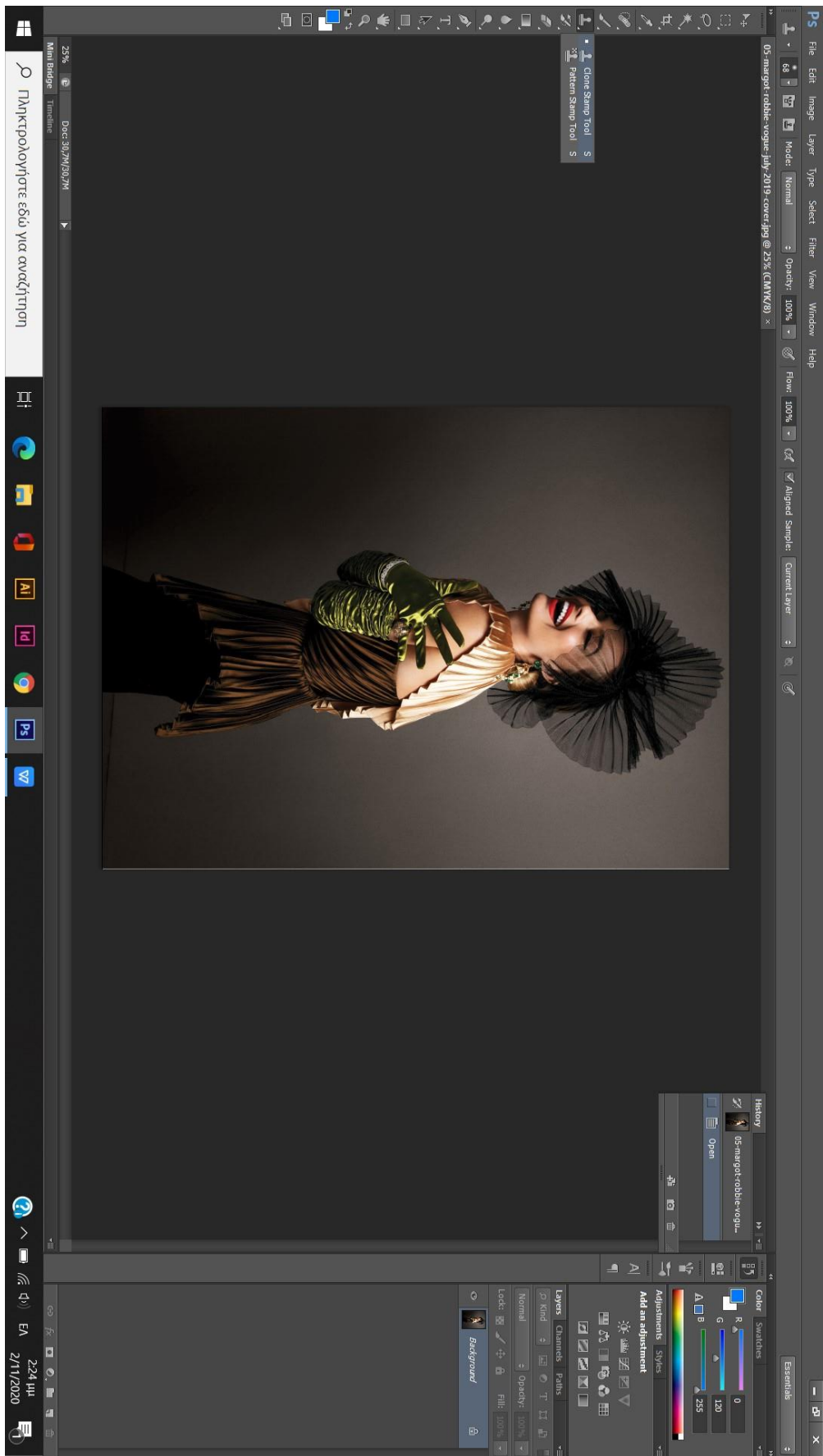
Διόρθωση χρωματικού μοντέλου



Πετούς με το spot healing brush tool



Πετούς με το clone stamp tool



2. Δημιουργία αρχείου στο InDesign

Οι διαστάσεις που επιλέχθηκαν για το έντυπο μας είναι με βάση το παγκόσμιο πρότυπο τις σχεδίασης περιοδικών μόδας και πιο συγκεκριμένα είναι:

W- 21cm, H- 30cm

Το έντυπο αποτελείται από 80 σελίδες.

Τα κείμενα διατάχθηκαν σε απόσταση 1,5cm από το κόψιμο της σελίδας και 1cm από την ράχη της, 2cm από το κάτω μέρος της σελίδας και 1cm από το πάνω.

Τέλος σε ολόκληρο τον σχεδιασμό προστέθηκαν σε όλες της πλευρές του design 0,5cm bleeds όπου εκεί θα τοποθετηθούν τα σημεία κοπής και δίπλωσης.

3. Master Pages

Οι Πρότυπες σελίδες - Master Pages είναι σελίδες οδηγοί στις οποίες τοποθετούνται στοιχεία που επαναλαμβάνονται στις σελίδες του εντύπου.

Περιέχουν κατά κανόνα πλαίσια σελιδαρίθμησης, πλαίσια κεφαλίδων και υποσέλιδων, πλαίσια εικόνων, γραμμές, σχέδια, πλαίσια με χρώμα ή κενά πλαίσια κειμένου και γραφικών που χρησιμεύουν ως σύμβολα κράτησης θέσης στις σελίδες του εγγράφου.

Με την δημιουργία πρότυπων σελίδων μπορούμε να έχουμε πολλά σχεδιαστικά πρότυπα διασφαλίζοντας ομοιόμορφη διάταξη σελίδων και απλοποίηση της εργασίας.

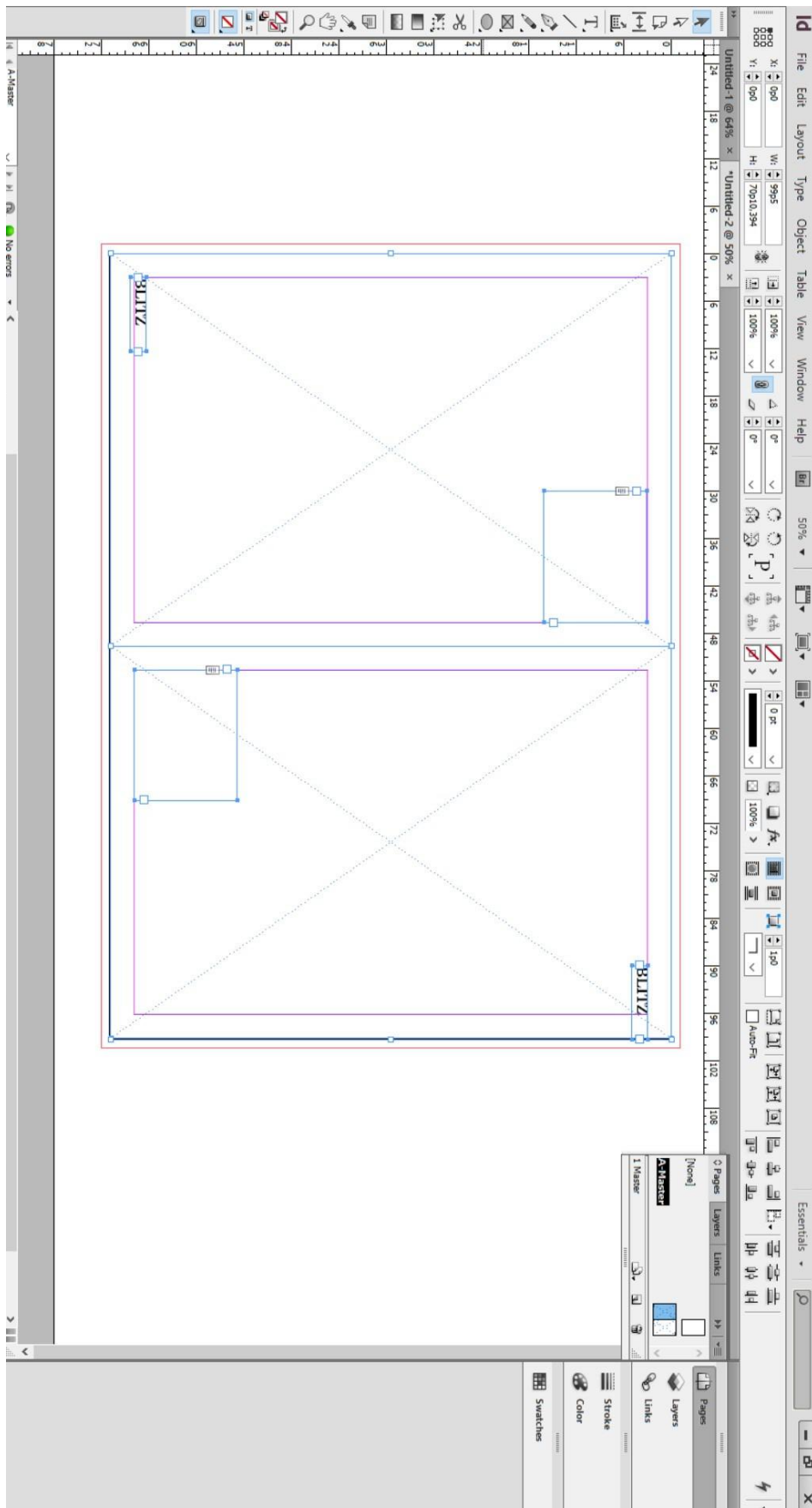
Στην συγκεκριμένη περίπτωση για το περιοδικό «**BLITZ**» δημιουργήθηκαν δύο master pages (**A master page, B master page**) οι οποίες εμπεριέχουν το λογότυπο του περιοδικού σε συγκεκριμένο μέγεθος, ένα πλαίσιο εικόνας που εκτείνεται σε ολόκληρη σελίδα και ένα πλαίσιο κειμένου το οποίο αποτελεί τη λεκτική περιγραφή της εικόνας και η σελιδαρίθμηση.

Το κείμενο εμπεριέχει το όνομα του μοντέλου, την περιγραφή των ρούχων και των αξεσουάρ που απεικονίζονται στην εικόνα μας, το όνομα του οίκου μόδας

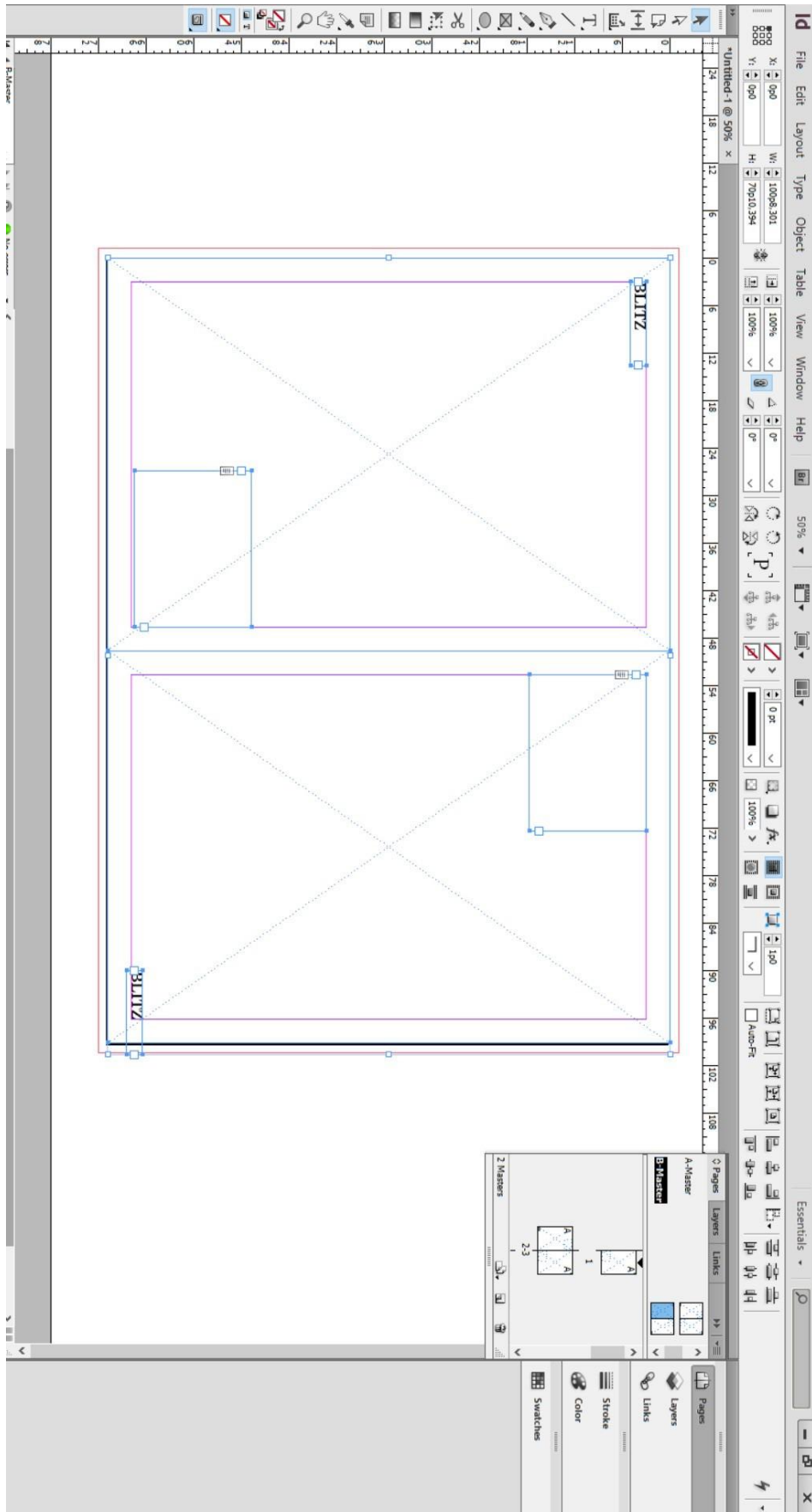
στον οποίο ανήκουν οι δημιουργίες, τον τίτλο του concept της φωτογράφισης αλλά και του styling και τέλος το όνομα του φωτογράφου.

Τα χρώματα στο λογότυπο αλλά και στους υπότιτλους αλλάζουν ανάλογα με την κάθε εικόνα έτσι ώστε να υπάρχει μια αλληλουχία και σύνδεση μεταξύ τους. Όλο αυτό έγινε χειροκίνητα και απαιτούσε πολύ χρόνο αλλά και μεγάλη προσοχή, ούτως ώστε στο τέλος όταν ολοκληρώθηκαν όλες οι σελίδες του περιοδικού μας να έχουμε ένα σωστό αποτέλεσμα το οποίο θα αποπνέει μια αρμονία μεταξύ των στοιχείων της σελίδας αλλά και μία η συνοχή ανάμεσα σε όλες τις σελίδες του εντύπου.

A master page



B master page



4. Σχεδιασμός Master Page

Το πρώτο στοιχείο στη δημιουργία των πρότυπων σελίδων είναι η σελιδαρίθμηση. Η σελιδαρίθμηση τοποθετείται στην εξωτερική κάτω πλευρά των σελίδων του έντυπου. Η διαδικασία που ακολουθείται για τη δημιουργία σελιδαρίθμησης στο InDesign είναι η εξής:

Δημιουργία πλαισίου κειμένου - Δεξί κλικ - Insert Special Character - Markers - Current Page Number

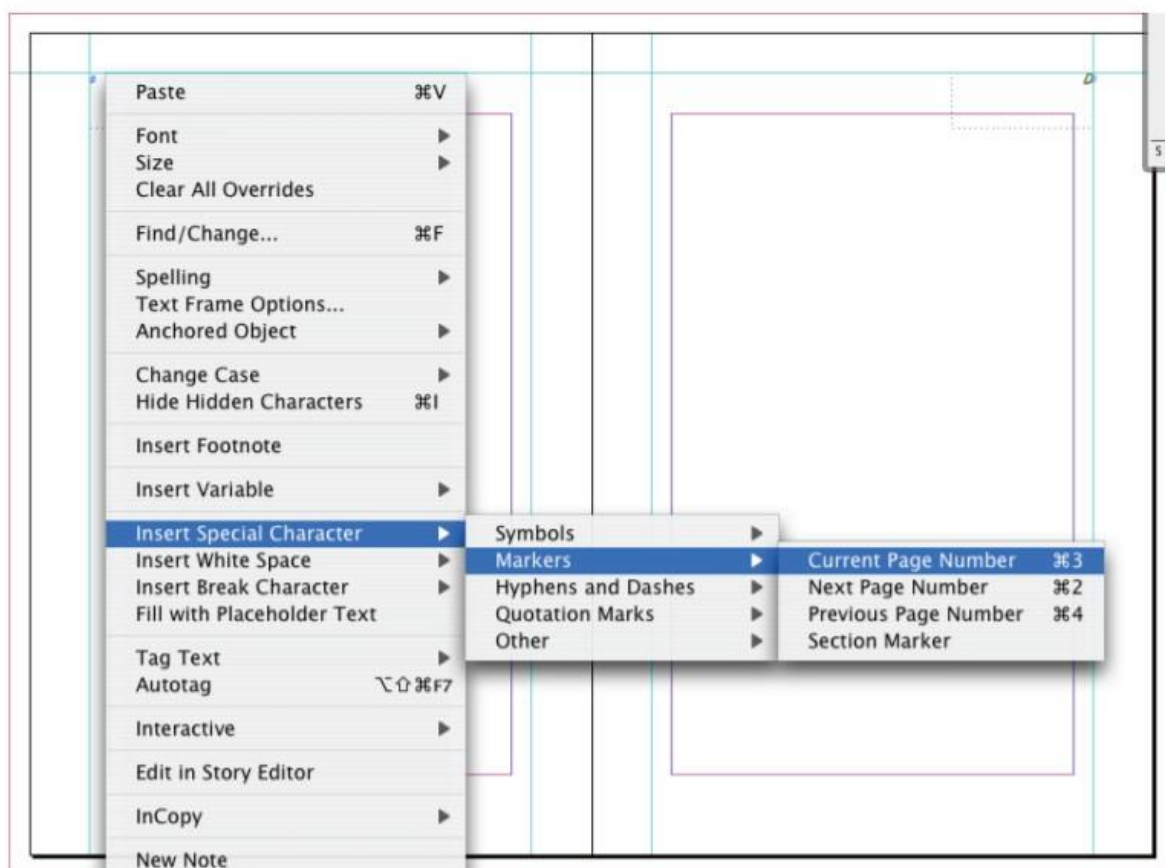
Περιθώριο από κάτω: 0,5 cm

Περιθώριο στο πλάι: 0,5 cm

Γραμματοσειρα: Century Schoolbook Bold

Μέγεθος: 15,57 pt

Στο συγκεκριμένο έντυπο, οι σελίδες με ολοσέλιδη εικόνα δεν φέρουν σελιδαρίθμηση.



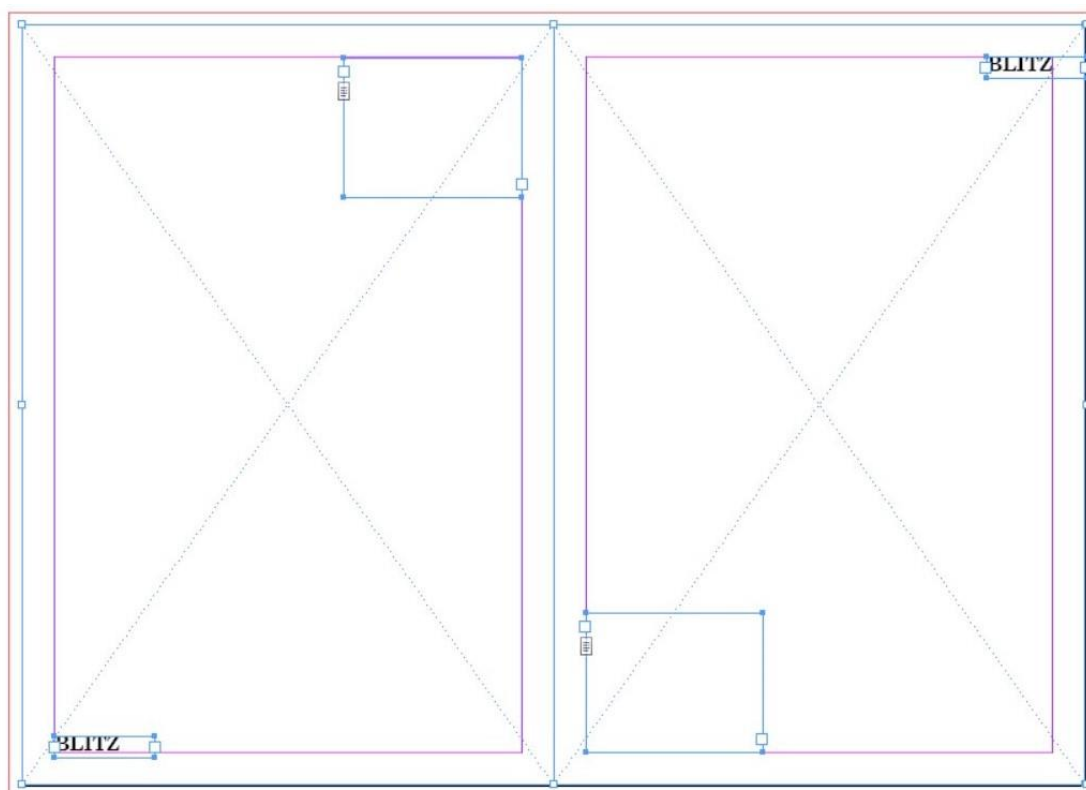
Τέλος το δεύτερο βήμα είναι η διαμόρφωση της σελίδας μας που θέλουμε να καθορίσουμε ως μία master page. Στις master pages μας όπου δεν έχουμε σελιδαρίθμηση ακολουθούνται τα πιο κάτω:

- **Πλαίσιο εικόνας το οποίο εκτείνεται σε ολόκληρη τη σελίδα.**
- **Λογότυπο.**
- **Πλαίσιο κειμένου με την λεζάντα της εικόνας.**

Το λογότυπο και το πλαίσιο της λεζάντας τοποθετούνται σε απόσταση 1cm από το πάνω ή το κάτω μέρος της σελίδας και σε απόσταση 1cm από την άκρη ή την αρχή της σελίδας μας.

Η διάταξη μεταξύ αυτών των δύο στοιχείων στην σελίδα μας είναι αντίστροφη. Δηλαδή εάν το λογότυπό μας βρίσκεται κάτω δεξιά στην σελίδα μας τότε το πλαίσιο κειμένου για τους υπότιτλους θα βρίσκεται πάνω αριστερά και ούτω καθ' εξής.

Τα μεγέθη για το λογότυπο και για το πλαίσιο για τους υπότιτλους αναλύονται πιο πάνω.



5. Δημιουργία αρχείου PDF προς εκτύπωση

Κατά την προετοιμασία του εγγράφου για εκτύπωση θα πρέπει να καθοριστούν οι επιθυμητές επιλογές εκτύπωσης σχετικά με το χρώμα, την κλίμακα, την προσαρμογή του μεγέθους, τα γραφικά, τα τυπογραφικά σύμβολα και πολλά άλλα στοιχεία.

Ένας εύκολος και ασφαλής τρόπος δημιουργίας αρχείου για εκτύπωση, είναι η μετατροπή του αρχείου σε μορφή PDF (Portable Document Format).

Το PDF είναι μια διεθνής μορφή αρχείου που διατηρεί τις γραμματοσειρές, τις εικόνες και τη διάταξη των εγγράφων που δημιουργούνται σε πολλές εφαρμογές και πλατφόρμες.

Με αυτόν τον τρόπο, το αρχείο θα μπορεί να αναπαραχθεί και να αποσταλεί στο τυπογραφείο για εκτύπωση χωρίς να χαθεί καμία πληροφορία και χωρίς να δημιουργούνται προβλήματα κατά την εκτύπωση του. Η δημιουργία του αρχείου PDF γίνεται εύκολα μέσω του προγράμματος στο οποίο σχεδιάζουμε το έντυπο μας.

Στο πεδίο File > Export Adobe PDF > Adobe PDF Preset ορίζουμε για την εκτύπωση Press Quality.

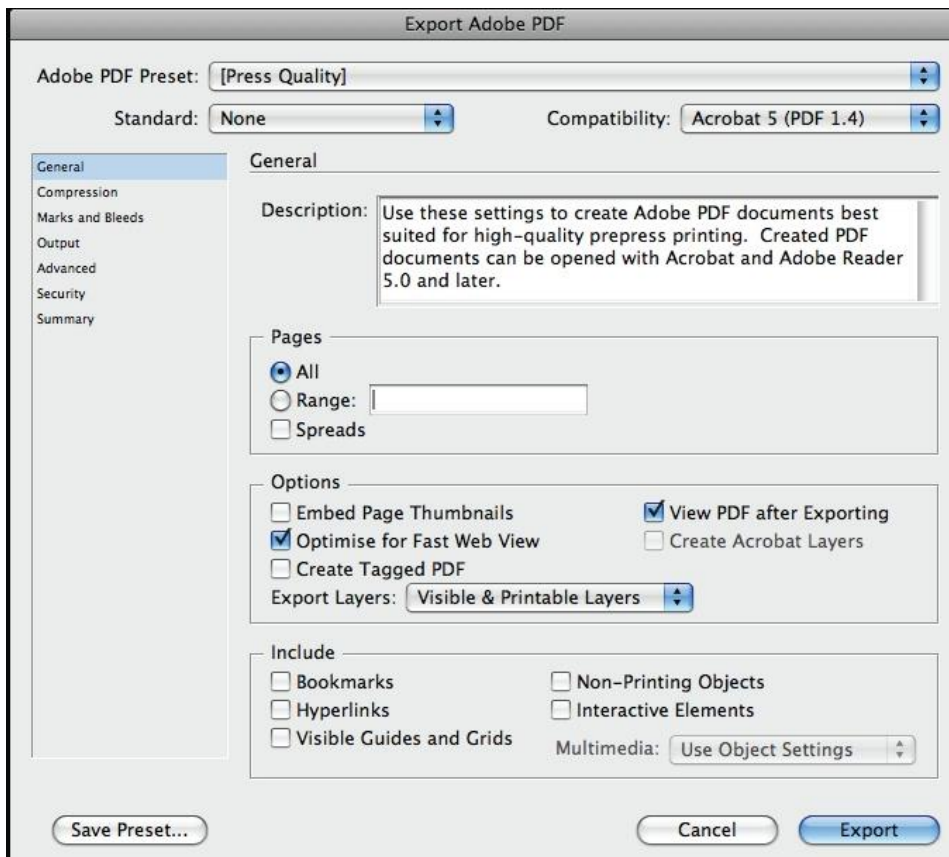
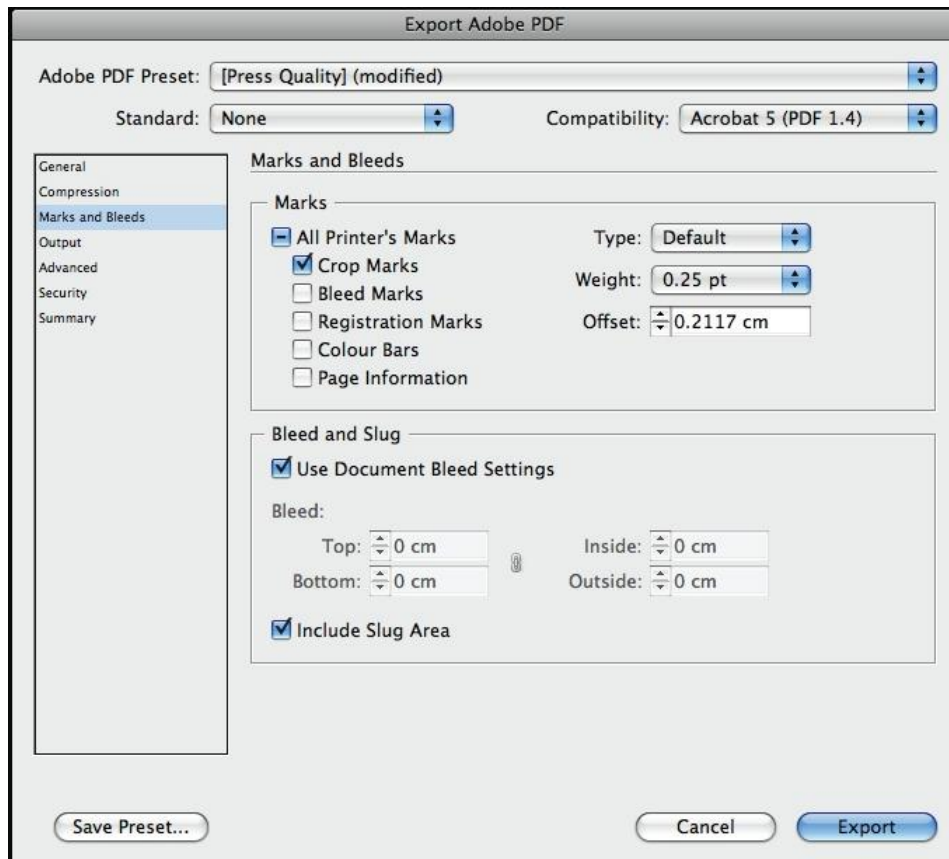
Στην κατηγορία Marks and Bleeds επιλέγουμε All Printer's Marks, για να καθορίσουμε τα τυπογραφικά σύμβολα, όπως σημεία κοπής, σημεία ξακρίσματος, χρωματική κλίμακα σταυρούς σύμπτωσης και πληροφορίες για το τυπογραφικό φύλλο.

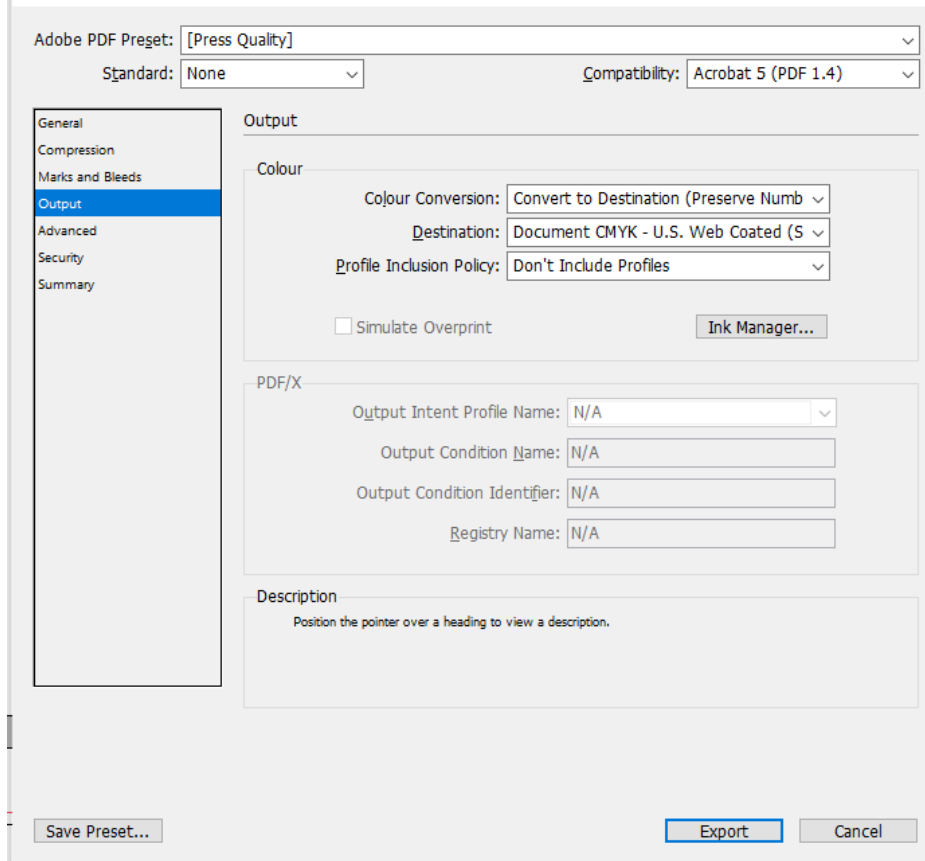
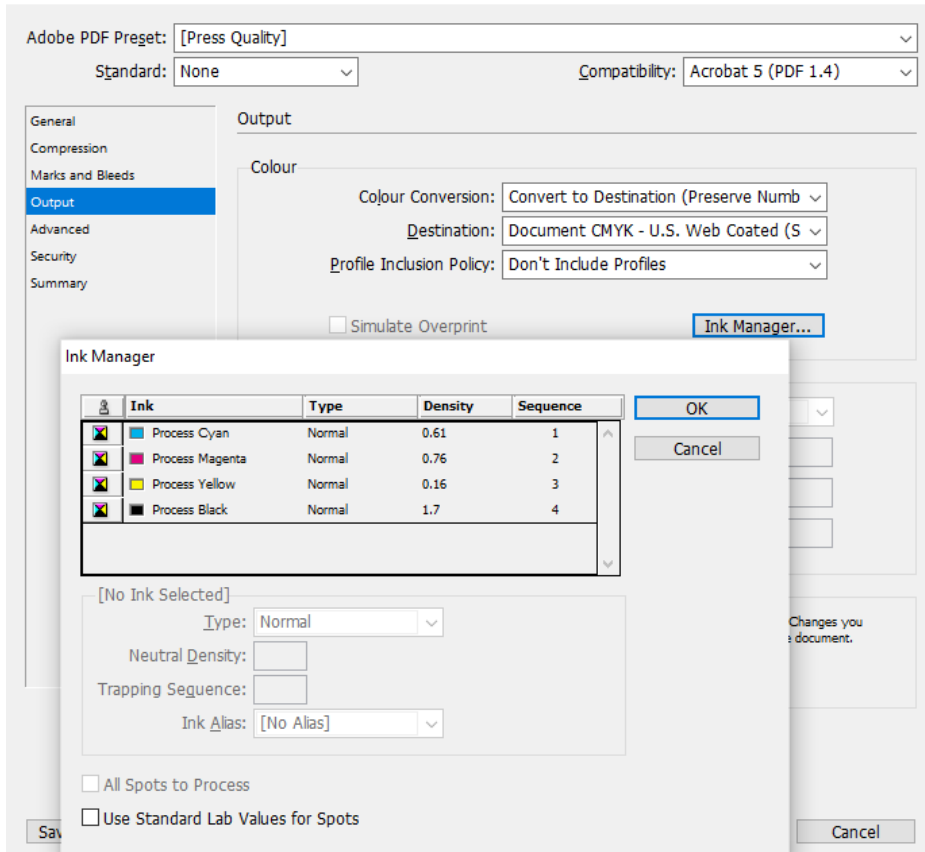
Πριν την τελική εξαγωγή είναι απαραίτητος ο χρωματικός έλεγχος έτσι ώστε να εξασφαλίσουμε ποιοτική και χωρίς προβλήματα εκτύπωση.

Στο πεδίο Output ρυθμίζουμε τη Διαχείριση των Χρωμάτων. Με επιλεγμένο το Press Quality οι ρυθμίσεις ορίζονται αυτόματα για το τυπογραφείο.

Στην ίδια κατηγορία- Output -ορίζουμε Ink Manager για τον έλεγχο στα ποσοστά τετραχρωμίας και το χρωματικό προφίλ του εγγράφου ανάλογα με τη χρήση του.

Export PDF







6. Μοντάζ

Στην ηλεκτρονική προεκτύπωση δίνεται η δυνατότητα για απλοποίηση της διαδικασίας της συναρμογής των σελίδων σε έναν σταθμό ψηφιακής επεξεργασίας με τη χρήση εξειδικευμένου λογισμικού.

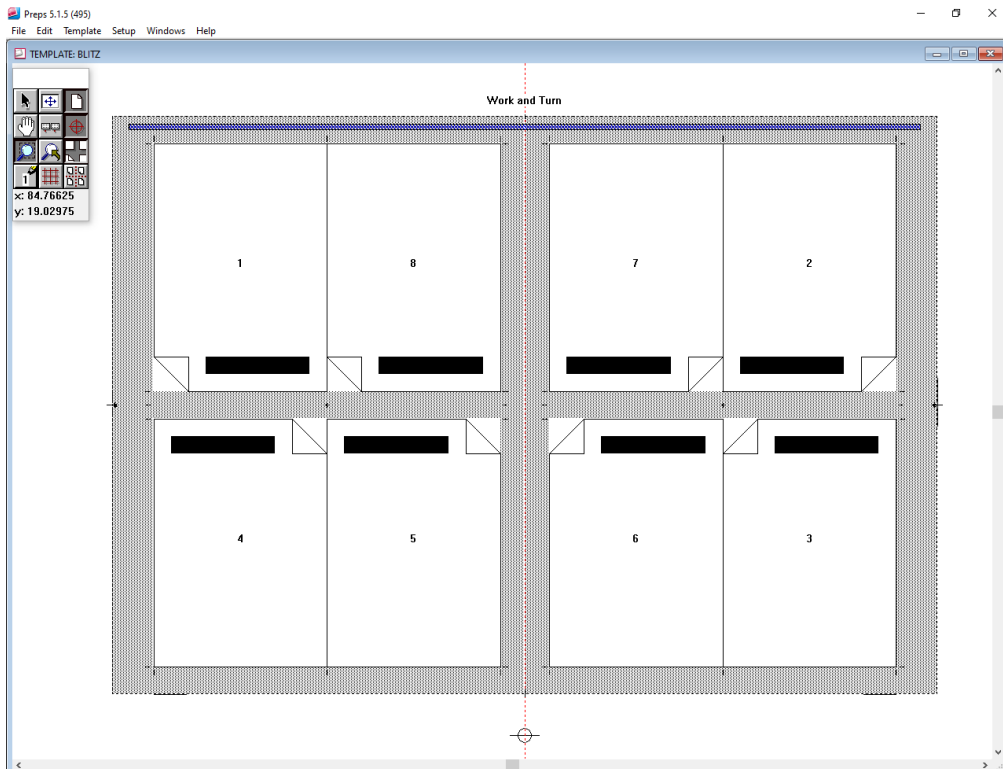
Κατά την διαδικασία αυτή του ηλεκτρονικού μοντάζ καθορίζουμε την διάταξη των σελίδων του έντυπου μας στο εκτυπωτικό φύλλο. Με αυτό τον τρόπο καταφέρνουμε να ελαχιστοποιήσουμε το χρόνο της εκτύπωσης, αλλά και την απώλεια χαρτιού που θα έχουμε πάνω στο εκτυπωτικό μας φύλλο.

Στο έντυπο μας στην συγκεκριμένη περίπτωση, το κυρίως σώμα αποτελείται από 80 σελίδες και είναι χωρισμένο σε δέκα οκτασέλιδα. Πάνω στο εκτυπωτικό μας φύλλο θα τοποθετηθούν δύο αντίτυπα και θα μοντάρεται με τη μέθοδο Work-and-Turn (Τούμπα γωνία). Σε αυτήν την περίπτωση και οι δύο όψεις του τυπογραφικού εκτυπώνονται σε κάθε όψη του χαρτιού.

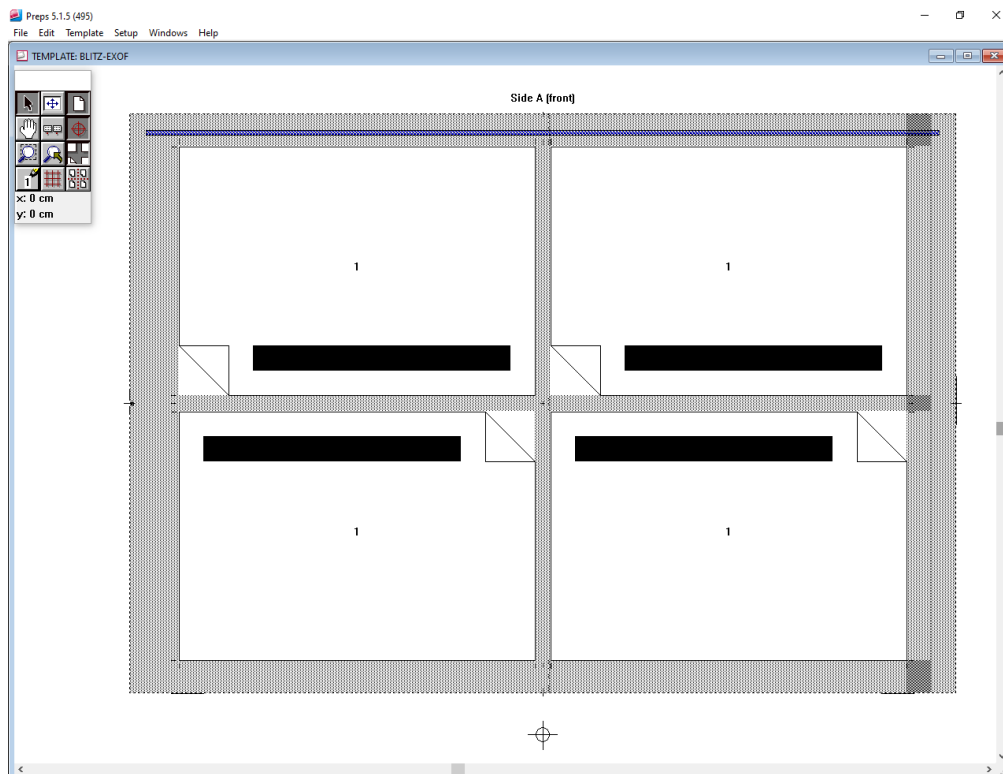
Για το εξώφυλλο θα τοποθετηθούν πάνω στο εκτυπωτικό μας φύλλο τέσσερα αντίτυπα τα οποία θα είναι σε δισέλιδα.

Τέλος για όλη αυτή τη διαδικασία του ηλεκτρονικού μας μοντάζ χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα **Kodak Preps 5.1** και ακολουθούνται τα πιο κάτω βήματα :

- **Δημιουργία Template**
- **File > New Template > Binding Style (είδος βιβλιοδεσίας): Perfect Bound**
- **Δημιουργία Signature: Work Style > Work and Turn**
- **Διάσταση τυπογραφικού φύλλου -Width:100cm, Height:70cm**
- **File > New Job > Mixed Files Postscript**
- **Add Files - Εισαγωγή του αρχείου PDF του περιοδικού στη File List και αντίστοιχα στη Run List.**
- **Εισαγωγή των Full Signature στην αντίστοιχη λίστα Signature List.**
- **Έλεγχος του τελικού μοντάζ των σελίδων**
- **Το αρχείο αποθηκεύεται σε μορφή *.job του Preps και σε αρχείο εκτύπωσης *.pdf (Κολιομάρου, 2013).**



Μοντάζ 8-σέλιδου σε τυπογραφικό φύλλο 70 x 100 cm.



Μοντάζ εξωφύλλου σε τυπογραφικό φύλλο 70 x 100 cm.

7. Προϋπολογισμός κόστους παραγωγής

Πιο κάτω περιγράφετε αναλυτικά ο προϋπολογισμός του κόστους παραγωγής του εντύπου μας, με βάση της σημερινές τιμές της αγοράς.

- **Τιράζ αντιτύπων:** 400000 αντίτυπα.
 - **Διαστάσεις τελικού ξακρισμένου εντύπου:** 21x30 cm.
 - **Διαστάσεις τελικού ξακρισμένου εξοφύλλου:** 21x30 cm.
 - **Διαστάσεις τελικού ξακρισμένου ανοικτού εντύπου:** 42x30 cm.
 - **Διαστάσεις τελικού ξακρισμένου ανοικτού εξοφύλλου:** 43x30cm.
 - **Αριθμός σελίδων:** 80 σελίδες.
 - **Μέθοδος εκτύπωσης:** Εκτύπωση Offset.
 - **Χρώματα εκτύπωσης:** Τετράχρωμη εκτύπωση στην ά και β' όψη.
 - **Χαρτί κύριου σώματος:** 180gr gloss paper διπλής επίχρισης.
 - **Χαρτί εξοφύλλου:** 300gr gloss paper διπλής επίχρισης.
 - **Μέθοδος βιβλιοδεσίας:** Κολλητή - ράφτη βιβλιοδεσία
 - **Μέγεθος εκτυπωτικού φύλλου:** 70x100 cm.
 - **Ράχη:** 1 cm.
 - **Κυρίως σώμα:** 10 (δέκα οκτασέλιδα).
 - **Εξώφυλλο:** 1 (ένα δισέλιδο).
- **Σύνολο τυπογραφικών φύλλων που θα χρειαστούν :**
Κυρίως σώμα : $400.000 \text{ τιράζ} / 2 \text{ αντίτυπα σε κάθε φύλλο} \times 10 \text{ οκτασέλιδα} = 2.000.000 \text{ φύλλα.}$
 $2.000.000 + 1.000 \text{ σκάρτα φύλλα} = 2.001.000 \text{ φύλλα.}$
- Εξώφυλλο : $400.000 \text{ τιράζ} / 4 \text{ αντίτυπα σε κάθε φύλλο} = 100.000 \text{ φύλλα.}$
 $100.000 + 100 \text{ σκάρτα φύλλα} = 100.100 \text{ φύλλα.}$
- **Μηχανή εκτύπωσης :** Τετράχρωμη μηχανή Offset με ικανότητα εκτύπωσης φύλλου 70x100 cm.

- **Τιμοκατάλογος:**

Κυρίως σώμα :

1 πακέτο με 200 φύλλα 180gr gloss = 32,24 €.

Άρα 2.001.000 / 200 κάθε πακέτο = 1.001 πακέτα.

Άρα 1.001 πακέτα x 32,24 € = **32272,24 €** για χαρτί 180gr gloss.

Εξώφυλλο :

1 πακέτο με 200 φύλλα 300gr gloss = 58,28€.

Άρα 100.100 / 100 κάθε πακέτο = 501 πακέτα.

Άρα 501 πακέτα x 58,28 € = **29198,28 €** για χαρτί 300gr gloss.

- **Υπολογισμός εκτυπωτικών πλακών και του κόστους αυτών :**

Οι εκτυπωτικές πλάκες που απαιτούνται για την συνολική εκτύπωση είναι 4 ανά τυπογραφικό φύλλο για τετράχρωμη εκτύπωση, και επί 10 τυπογραφικά φύλλα για το κυρίως σώμα και 4 εκτυπωτικές πλάκες για το εξώφυλλο. Οι 4 εκτυπωτικές πλάκες κοστίζουν 50 €. Άρα 11x50 = **550 €**.

Κεφάλαιο 5^ο

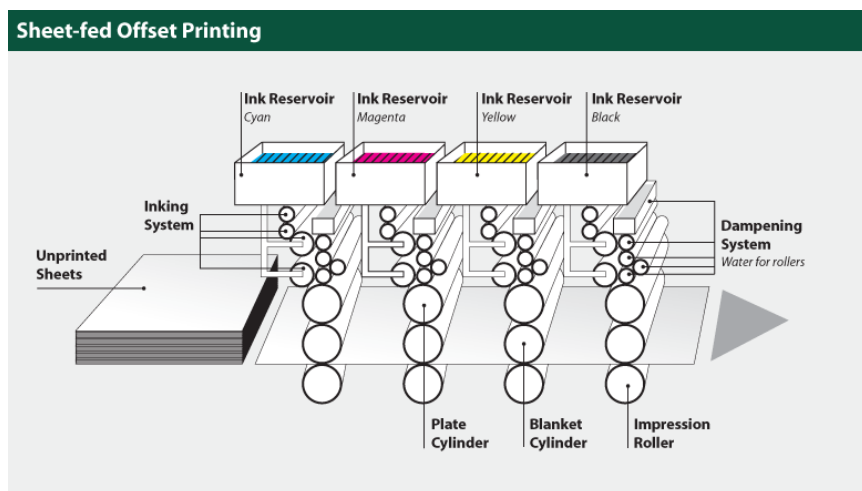
Εκτυπωτική διαδικασία – Περάτωση

1. Εκτύπωση

Το περιοδικό εκτυπώθηκε με την εκτυπωτική μέθοδο offset.

Η εκτύπωση επιλέχθηκε να γίνει με αυτή την μέθοδο για τους λόγους ότι, η μέθοδος εκτύπωσης offset θεωρείται η πιο κατάλληλη για την εκτύπωση πολυσέλιδων εντύπων με μεγάλο τιράζ, είναι πιο οικονομικοί από όλες τις άλλες μεθόδους σε αυτή την περίπτωση και τέλος έχει μεγάλη ταχύτητα εκτύπωσης. Το κύριο πλεονέκτημα της μεθόδου είναι η υψηλή και σταθερή ποιότητα της χρωματικής απόδοσης.

Η διαδικασία της μεθόδου εκτύπωσης offset με τέσσερις πύργους εκτύπωσης, περιγράφεται στις πιο κάτω εικόνες :



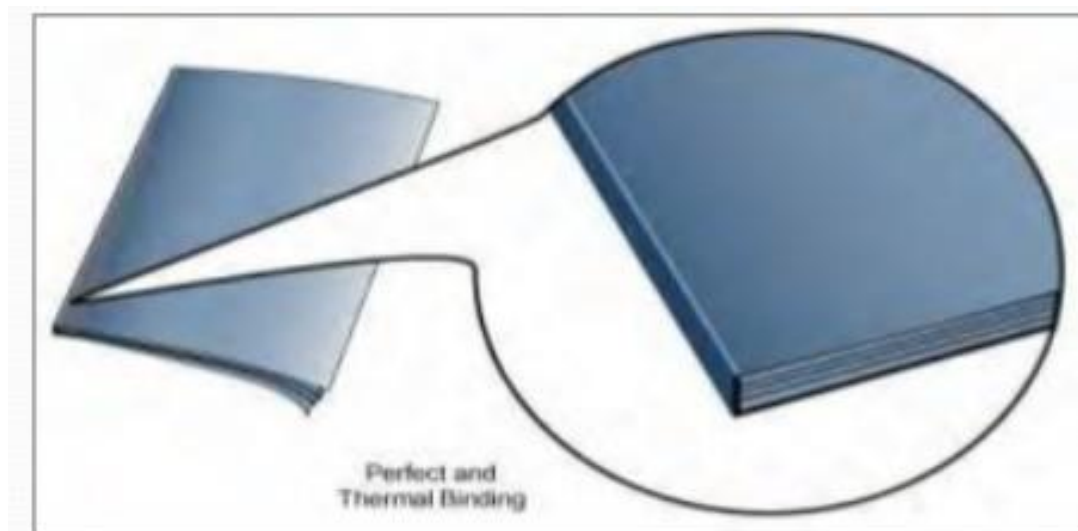
2. Βιβλιοδεσία

Η μέθοδος βιβλιοδεσίας που επιλέχθηκε, είναι η κολλητή - ραφτή βιβλιοδεσία. Η διαδικασία που ακολουθείται είναι η συρραφή, το δέσιμο του εντύπου ανά τυπογραφικό φύλλο με κλωστοραφή.

Ακολούθως γίνεται η επικόλληση όλων των τυπογραφικών φύλλου μεταξύ τους στην ράχη του εξωφύλλου μας με κόλλα βιβλιοδεσίας.

Έτσι ολόκληρο το κυρίως σώμα του περιοδικού μας το οποίο αποτελείται από δέκα οκτασέλιδα, συγκαλείται και δημιουργεί ένα ομοιογενές αποτέλεσμα σε σχέση με το εξώφυλλο μας.

Τέλος, η μέθοδος αυτή της κολλητής - ραφτής βιβλιοδεσίας υπερέχει των άλλων μεθόδων, εάν το ζητούμενο είναι η δημιουργία βιβλίων ή περιοδικών, γιατί δεν είναι εμφανής η συρραφή στο τελικό αποτέλεσμα και έτσι με αυτό τον τρόπο δεν υποβαθμίζεται η τελική εμφάνιση του εντύπου.



Κεφάλαιο 6^ο

Συμπεράσματα

Κύριος στόχος κατά την δημιουργία της περιοδικής έκδοσης ήταν η διαμόρφωση ο σχεδιασμός και η παραγωγή ενός εντύπου με έναν ιδιαίτερο, μοναδικό και σύγχρονο τρόπο ο οποίος θα το κάνει να ξεχωρίζει από τα περιοδικά της αντίστοιχης κατηγορίας.

Για να επιτευχθεί αυτό έγινε ένας σχεδιασμός με γνώμονα την χρήση των οπτικών στοιχείων και την εφαρμογή τους με βάση τις αρχές του Τυπογραφικού Σχεδιασμού.

Το χρώμα, το κείμενο και οι εικόνες χρησιμοποιήθηκαν αναφορικά με την εκφραστική και την λειτουργική τους αξία. Ο σχεδιασμός των σελίδων διαμορφώθηκε με τη χρήση έντονων εικόνων, τόσο χρωματικά όσο και σαν φόρμες αλλά και έντονων χρωμάτων στα κείμενα με μια διάταξη αυστηρή και σαφή.

Συμπερασματικά, για την μελέτη τον σχεδιασμό και την παραγωγή του εντύπου, βασικό κριτήριο αποτελεί η ορθή χρήση των κανόνων και των θεωριών της οπτικής παιδείας καθώς και η αξιολόγηση των κριτηρίων και προδιαγραφών σε σχέση με τον προγραμματισμό παραγωγής.

Η παρούσα εργασία εμπερικλείει όλα τα στάδια τα οποία χρειάστηκαν για να ολοκληρωθεί με επιτυχία το περιοδικό BLITZ και περιγράφει τη ροή εργασίας παραγωγής, από την αρχική ιδέα μέχρι το έντυπο να πάρει την τελική του μορφή και να είναι έτοιμο για το ταξίδι του στην αγορά με τις βέλτιστες προσδοκίες.

Βιβλιογραφία

Αμούργη, Α., Βογιατζή, Μ., Καλατζάκης, Δ., Καλαντζής Β. (2002). *Γραφιστική δημιουργία έντυπου υλικού*. Τόμος Γ'. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Adobe Creative Team (2012). *Adobe Indesign CS6 Classroom in a Book*, Adobe Press.

Ambrose, G., Harris P. (2006). *Dartbook Layout*, AVA Publishing.

Ambrose, G., Harris P. (2005). *Dartbook Format*, AVA Publishing.

Adobe Creative Team. (2012). *Adobe Indesign CS6 Classroom in a Book*. Adobe Press.

Adobe Creative Team (2012). *Adobe Illustrator CS6 Classroom in a Book*. Adobe Press.

Carter R., Meggs P., Day B., Maxa S., & Sanders M. (2015). *Typographic Design, Form and Communication*. USA: John Wiley & Sons.

Chavez C., Faulkner A. (2015). *Adobe Photoshop CS6 Classroom in a Book*. Adobe Press.

Dondis D. (2002). *Βασικές Αρχές Οπτικής Παιδείας*. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Γάτσου, Χρ. (2015). *Τυπογραφικός Σχεδιασμός Εντύπου*. Αθήνα: ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ-Τμήμα Γραφιστικής-Κατεύθυνση Τεχνολογίας Γραφικών Τεχνών.

Graphic Notes/Σημειώσεις Γραφιστικής. (2012). *Διεθνείς Διαστάσεις Χαρτιού Εκτύπωσης*. Διαθέσιμο από:

http://graficnotes.blogspot.com/2011/12/blog-post_29.html

Graphic Notes/Σημειώσεις Γραφιστικής. (2013). *Η Χρυσή Τομή*. Διαθέσιμο από:

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

Κατσουλίδης, Τ. (1991). *Το σχέδιο του γράμματος: η Ελληνική γραφή*, Τρίτη έκδοση. Αθήνα.

Κολιομάρου, Μ. (2013). *Σημειώσεις MONTAZ*. Αθήνα: ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ, Σχολή Γραφικών Τεχνών και Καλλιτεχνικών Σπουδών.

Κουτρουδίτσος, Χ. (2017). Οι διαστάσεις των χαρτιών κατά ISO 216. Διαθέσιμο από: <https://www.diagramma.com.gr/various/papers.aspx>

Πολίτης, Α. (2015). *Κοστολόγηση εντύπου και μέσω Οπτικής Επικοινωνίας*.
Αθήνα: ΤΕΙ Αθήνας-Τμήμα Τεχνολογίας Γραφικών Τεχνών.

Romano F. (1998). *PDF Printing & Workflow Paperback*. Prentice Hall.

Smith, C., Tawil, M., Dennis A. (2012), *Real World Adobe Acrobat Pro 6*, Peachpit Press.