



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΟΥ
Ε-MAGAZINE ΜΕ ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ
ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΜΙΑΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗΣ
ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ**

ΧΙΝΟΥ ΑΓΓΕΛΙΚΗ

ΜΑΡΜΟΥΤΑΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΚΟΥΤΡΑΣ

ΠΥΡΓΟΣ, 2016

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ

Βεβαιώνω/ουμε ότι είμαι/είμαστε ο/οι συγγραφέας/εις αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα/είχαμε για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία.

Επίσης, έχω/έχουμε αναφέρει τις οποίες πηγές από τις οποίες έκανα /κάναμε χρήση δεδομένων, ιδεών η λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες.

Ακόμη δηλώνω/ουμε ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα/εμάς προσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία ότι θα αναλάβω/ουμε πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχτεί ότι δεν μου/μας ανήκει.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 1

ΑΡΙΘ.ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

Χίνου Αγγελική

1590



ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 2

ΑΡΙΘ.ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

Μιχαηλίδης Κωνσταντίνος

1188



ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 3

ΑΡΙΘ.ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

.....

.....

.....

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Συνοπτικά σε αυτή την εργασία γίνεται μια ιστορική αναδρομή στην τυπογραφία, καθώς αποτέλεσε βασικό στοιχείο στην δημιουργία των περιοδικών. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας τα περιοδικά άλλαξαν μορφή και άρχισαν να εμφανίζονται τα πρώτα ηλεκτρονικά περιοδικά (e-magazine). Κύριο χαρακτηριστικό των ηλεκτρονικών περιοδικών είναι η διαδραστικότητα που προσέφερε στον χρήστη ευχρηστία και κατανόηση. Όσον αφορά το κομμάτι του τουρισμού, η εξέλιξη της τεχνολογίας και η δημιουργία των πρώτων site, e-magazine, βοήθησε να αναπτυχθεί ο τουρισμός μέσα από την συνεχή προβολή και διαφήμιση. Επίσης, η δημιουργία ομάδων διαδικτυακών συζητήσεων επιτρέπει στους χρήστες να ανταλλάσσουν πληροφορίες , γνώμες και εμπειρίες από προορισμούς που έχουν επισκεφτεί. Τέλος, στο πρακτικό κομμάτι κάναμε χρήση του προγράμματος Adobe InDesign για την δημιουργία ενός e-magazine με σκοπό την προώθηση των τουριστικών προσφορών μιας τουριστικής εταιρείας. Κατά την δημιουργία χρησιμοποιήθηκαν διάφορα διαδραστικά στοιχεία όπως τα social buttons, image buttons και τα photo gallery.

Περιεχόμενα

Κεφάλαιο 1:	7
ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	7
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ	7
1.2 ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ	8
1.3 ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΕΣ	8
1.4 Η ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	10
1.5 ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	12
1.6 ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ	13
1.7 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ	13
ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	14
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ	16
Κεφάλαιο 2:	17
ΔΙΑΔΡΑΣΗ.....	17
Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΔΡΑΣΗΣ.....	17
ΤΑ ΣΤΥΛ ΔΙΑΔΡΑΣΗΣ.....	18
ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ;.....	19
ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΣΤΑΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ WEBSITE	21
ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ (WEBSITE).....	22
Κεφαλαιο 3:	23
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ.....	23
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	23
Η ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ/ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	23
Η ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	24
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΕΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ WEBSITE	25

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ - ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ONLINE ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ	26
E-TOURISM.....	27
ΤΟ E-TOURISM ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	28
ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ E-TOURISM	28
Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	29
Η ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΒΑΛΚΑΝΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ	30
SOCIAL MEDIA	31
ΤΑ SOCIAL MEDIA ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	31
Κεφάλαιο 4:	33
E-MAGAZINE	33
ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ E-MAGAZINE;	33
ΠΟΙΑ ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΕΛΕΥΘΕΡΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ	34
ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΣΤΑ E-MAGAZINE.	35
ΤΑ E-MAGAZINE ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	37
ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ.....	40
ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ.....	41
ΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ	42
ΟΙ ΤΥΠΟΙ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ.....	43
ΕΙΔΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	43
ΠΩΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΝΤΑΙ ΤΑ ΕΛΕΥΘΕΡΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	44
ΕΚΔΟΤΙΚΟΙ ΟΙΚΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ.....	45
ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ.....	46
ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ.....	48
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΚΑΙ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	49
ΤΑ ΜΕΣΑ ΠΟΥ ΑΠΑΙΤΟΥΝΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΔΟΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....	49

Κεφάλαιο 5	52
ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑΤΙ.....	52
ΑΡΙΘΜΗΣΗ ΣΕΛΙΔΩΝ	52
Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΤΙΤΛΟΥ ΤΟΥ Ε-MAGAZINE ΩΣ ΔΕΙΚΤΗΣ	53
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΚΟΥΜΠΙΩΝ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA	54
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ BUTTONS "Κλείσε Τώρα"	55
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΦΟΡΜΑΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	56
Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ "Tour Travel"	57
Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΚΟΥΜΠΙΩΝ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ.....	58
Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΕΞΩΦΥΛΛΟΥ ΓΙΑ ΤΟ Ε-MAGAZINE	60
Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ "ΣΑΛΟΝΙΟΥ" ΤΩΝ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	63
Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	64
Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΓΑΛΛΙΑ.....	71
Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ	79
Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ	89
Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΙΑ	97
Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΑΓΓΛΙΑ	105
Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΟΠΙΣΘΟΦΥΛΛΟΥ	116
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	118

Κεφάλαιο 1:

ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί θα προσπαθήσουμε με μια γρήγορη ματιά να μελετήσουμε και να αναλύσουμε όλα τα στοιχεία-παράγοντες που περικλείει η έννοια της τυπογραφίας. Επίσης, στο ίδιο κεφάλαιο θα δούμε την έννοια της τυπογραφίας να παίρνει σάρκα και οστά μέσα από τα παραδοσιακά περιοδικά.

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ

Η τυπογραφία είναι η μεταφορά του γραπτού λόγου και των εικόνων σε μεγάλη ποσότητα που αποτυπώνεται στο χαρτί, ύφασμα ή και σε όποιο άλλο υλικό. Η τυπογραφία ανακαλύφθηκε τον 15^ο αιώνα (1455 περίπου) στην περιοχή της Μαγγενίας, σημερινό Μάιντς της Γερμανίας, από τον Ιωάννη Γουτεμβέργιο. Η Βίβλος αποτέλεσε το πρώτο βιβλίο που εκτυπώθηκε. Μέσω της τυπογραφίας διαδόθηκαν γρήγορα αλλά και ανταλλάχθηκαν ιδέες, απόψεις και πληροφορίες με αποτέλεσμα την διάδοση γνώσης και την πνευματική καλλιέργεια περισσότερων ανθρώπων καθώς μέχρι τότε αυτό το προνόμιο το διέθεταν ο κλήρος και αριστοκρατική τάξη της Ευρώπης. Η έκρηξη της τυπογραφίας οδήγησε στην περίοδο της Αναγέννησης. Εκείνη την περίοδο εκτυπώνονται τα λεγόμενα παλαιότυπα βιβλία που ο αριθμός των αντιτύπων τους ξεπέρασε το φράγμα των 200 εκατομμυρίων αντιτύπων. Παρά την εξέλιξη της τεχνολογίας και το πέρασμα των αιώνων η διαδικασία της τυπογραφικής τέχνης παρέμεινε ίδια καθώς το πιεστήριο παρέμεινε το βασικό εργαλείο. Το πιεστήριο βοηθάει στην γοργή αναπαραγωγή πολλών αντιγράφων.¹

¹ Ανακτήθηκε από " <https://el.wikipedia.org/wiki/Τυπογραφία> "

1.2 ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ

- ü Στοιχειοθεσία με το χέρι: Οι στοιχειοθέτες είχαν τα στοιχεία τους σε ειδικά συρτάρια και διάλεγαν όποιο ήθελαν.
- ü Μηχανική στοιχειοθεσία: Η στοιχειοθεσία αυτή γίνεται από δύο μηχανές :
 - Λινοτυπία: Αποτελούσε μία μηχανή μεγάλου όγκου που αποτελείτο από πληκτρολόγιο και το αυτόματο χυτήριο.
 - Μονοτυπία: Αποτελείτο από δύο αυτόνομες μηχανές οπού ήταν το χυτήριο και το πληκτρολόγιο.²
- ü Λιθογραφία: Το επιθυμητό εκτυπωμένο κείμενο εκτυπώνεται πάνω σε μία μεγάλη πέτρινη πλάκα. Η λιθογραφία διακρίνεται σε δύο κατηγορίες:
 - Τσιγκογραφία: Στην τσιγκογραφία γίνεται χρήση του τσίγκου (ψευδάργυρος).
 - Χρωμολιθογραφία: Εδώ γίνεται χρήση διαφορετικής πλάκας για την εκάστοτε χρωματική επιλογή.³
- ü Φωτολιθογραφία ή όφσσετ: Η συγκεκριμένη τεχνική έκανε την εμφάνιση της στην δεκαετία του '60 και το κείμενο στοιχειοθετείται στην μονοτυπία ή την λινοτυπία και η εκτύπωση του γίνεται μόνο μια φορά. Το όφσσετ αποτέλεσε προάγγελο της σημερινής διαφάνειας.⁴

1.3 ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΕΣ

Οι γραμματοσειρές αποτελούν ένα συνονθύλευμα από σύμβολα τα οποία χρησιμοποιούνται για την αποτύπωση γραμμάτων και αριθμών σε κάποιο μέσο. Οι γραμματοσειρές έχουν κάποια χαρακτηριστικά τα οποία τις κάνουν διαφορετικές και

² Μανουσαρίδης, 2003

³ Κουβέλη, 2015

⁴ Τσολάκου, 1995

που αποδίδουν στο κείμενο την αίσθηση της ενότητας και της συνοχής. Ενδεικτικά αναφέρονται κάποια είδη γραμματοσειρών που αποτέλεσαν το πρότυπο για την δημιουργία ξεχωριστών γραμματοσειρών.

- § **Serif:** Οι χαρακτήρες που ανήκουν στην οικογένεια γραμματοσειρών serif έχουν μικρές διαφορές στα άκρα τους και για αυτό τον λόγο όταν εκτυπώνονται στο χαρτί θεωρούνται πιο ευανάγνωστες.
- § **Sans-serif:** Οι γραμματοσειρές που ανήκουν σε αυτή την κατηγορία δεν παρουσιάζουν διαφορές στα άκρα τους και διαβάζονται πιο άνετα στην οθόνη του ηλεκτρονικού υπολογιστή.
- § **Monospaced:** Σε αυτή την περίπτωση των γραμματοσειρών οι χαρακτήρες ισαπέχουν μεταξύ τους ενώ έντονη είναι η χρήση τους στις προσπάθειες προγραμματισμού ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή.
- § **Script και Symbol:** Ο πρώτος όρος αναφέρεται σε πιο καλλιτεχνικούς χαρακτήρες ενώ ο δεύτερος αναφέρεται στα σύμβολα.

Ένας ακόμα διαχωρισμός στα είδη των γραμματοσειρών είναι σε ισοπαχή χαρακτήρες, η προέλευση των οποίων φαίνεται να προέρχεται από το ελληνικό αλφάβητο και τους ανισοπαχής χαρακτήρες, οι οποίοι έχουν τις ρίζες τους στο ρωμαϊκό αλφάβητο. Ας αναφερθούμε, τώρα, σε κάποιες από τις πιο δημοφιλείς γραμματοσειρές που συναντάμε σε συχνή καθημερινή βάση.⁵

- 1) **TIMES ROMAN**, από τις πλέον κλασσικές γραμματοσειρές που είναι εύκολα αναγνώσιμες στο χαρτί αλλά λιγότερο στην οθόνη λόγω του ότι μοιάζει αρκετά μικρή και τα σχήματα που παίρνει είναι ακανόνιστα. Σε εξέλιξη της times roman έχουμε την δημιουργία το 1931 της Times New Roman, η οποία ανήκει στις serif γραμματοσειρές. Η συγκεκριμένη, λοιπόν, γραμματοσειρά χρησιμοποιείται τόσο στην τυπογραφία βιβλίων όσο και στην εκτύπωση

⁵ Κατσουλίδης, 1993

διαφημιστικών φυλλαδίων. Η χρήση της από τα προγράμματα της Microsoft την καθιστά γνωστή σε όλο τον κόσμο.⁶

- 2) ARIAL, δημιουργήθηκε το 1982 και ανήκει στην οικογένεια των sans-serif γραμματοσειρών και αποτελεί μια γραμματοσειρά η οποία είναι εύκολη αναγνώσιμη τόσο στο χαρτί όσο και στην οθόνη ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή. Χρησιμοποιείται τόσο στις εφαρμογές της Microsoft όσο και της Apple. Η γραμματοσειρά αυτή σχεδιάστηκε από μια ομάδα 10 ατόμων, η οποία βρισκόταν υπό την εποπτεία του Robin Nicholas και της Patricia Saunders.⁷
- 3) VERDANA, η γραμματοσειρά αυτή έκανε την εμφάνιση της το 1996. Η συγκεκριμένη γραμματοσειρά διαβάζεται απεύθειας από την οθόνη ενώ αποτελεί μία εύκολη αναγνώσιμη γραμματοσειρά η οποία και ανήκει στην οικογένεια των sans-serif. Ωστόσο, η ανάγνωση της από το χαρτί εμφανίζει τους χαρακτήρες αρκετά μεγάλους και ακαλαίσθητους.⁸
- 4) CONSOLAS, αυτή η περίπτωση γραμματοσειράς ανήκει στις monospaced γραμματοσειρές, η οποία αναπτύχθηκε ιδιαίτερα από την Microsoft και έκανε το ντέμπουτο της στα Windows Vista. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι είναι η μοναδική γραμματοσειρά στα Windows Vista όπου δημιούργησε τον αριθμό μηδέν βάζοντας του ανάμεσα μία γραμμή (θ). Το γνωστό σε όλους κενό ή null.⁹

1.4 Η ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η τυπογραφία στην Ελλάδα χωρίζεται σε δύο ιστορικές περιόδους. Η πρώτη τοποθετείται χρονολογικά μέχρι την επανάσταση του 1821 ενώ η δεύτερη αφορά την περίοδο μετά την επανάσταση του 1821.

⁶ *Alas, 2009*

⁷ *Loxley, 2006*

⁸ *Will-Harris, 2003*

⁹ *Van Wagener, 2005*

Κατ' αρχάς η τυπογραφία εμφανίστηκε στον ελλαδικό χώρο περίπου στις αρχές του 19^{ου} αιώνα. Έως τότε όλα τα ελληνικά βιβλία δημιουργήθηκαν αλλά και τυπώθηκαν σε διάφορες μεγάλες πόλεις της Ευρώπης (Παρίσι, Βιέννη, Βενετία). Σε μία από αυτές, στο Μιλάνο συγκεκριμένα, εκδόθηκε το 1476 το πρώτο ελληνικό βιβλίο με τίτλο << Γραμματική>>. Εκδότης του συγκεκριμένου βιβλίου υπήρξε ο Κωνσταντίνος Λάσκαρης. Συμμετοχή όμως σε αυτό το βιβλίο είχε και ο Δημήτριος Δαμιλάς, ο οποίος σχεδίασε όλους τους τυπογραφικούς χαρακτήρες και στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν στο βιβλίο.¹⁰

Όσον αφορά τον ελλαδικό χώρο κατά την περίοδο προ της επανάστασης του 1821, η πρώτη προσπάθεια δημιουργίας ενός εξ' ολοκλήρου ελληνικού τυπογραφείου πραγματοποιήθηκε στον Χάνδακα της Κρήτης, στο σημερινό Ηράκλειο, το 1486. Η προσπάθεια αυτή όμως στέφθηκε με απόλυτη αποτυχία. Το πρώτο ελληνικό τυπογραφείο ιδρύθηκε στην Βενετία το 1509 από τον Ζαχαρία Καλλέργη ενώ το πρώτο ελληνικό τυπογραφείο που ιδρύθηκε στην Ελλάδα δημιουργήθηκε στο νησί της Χίου. Αξίζει να αναφερθεί ότι ο τυπογραφικός εξοπλισμός στάλθηκε από τον παγκοσμίου φήμης Γάλλο τυπογράφο Αμπρουάζ Φερμέν- Ντιντό. Το πρώτο βιβλίο που εκδόθηκε είναι η << Ελληνική Γραμματική>>, το οποίο βασίστηκε στην δημοτική γλώσσα το 1821. Βέβαια από την μανία του πολέμου δεν ξέφυγε ούτε το τυπογραφείο αυτό καθώς το 1822 κατά την διάρκεια της καταστροφής της Χίου πυρπολήθηκε από τους Τούρκους. Παρόμοια τύχη είχε και το τυπογραφείο ένα χρόνο νωρίτερα στις Κυδωνιές της Μικράς Ασίας.

Το 1822 ο Ντιντό δώρησε στην Ελλάδα καινούργιο τυπογραφικό εξοπλισμό με την επιθυμία όμως το νέο τυπογραφείο να ιδρυθεί στην Αθήνα. Η επιθυμία αυτή δεν πραγματοποιήθηκε διότι η πόλη της Αθήνας βρισκόταν ακόμη υπό την τουρκική ομηρία. Έτσι λοιπόν, το νέο τυπογραφείο εγκαταστάθηκε στην Ύδρα και εκδόθηκε από εκεί η εφημερίδα << Ο Φίλος του Νόμου>> το 1824. Η έδρα εν τέλει του τυπογραφείου άλλαξε αλλά όχι με προορισμό την πόλη της Αθήνας αλλά την πόλη του Ναυπλίου. Η Αθήνα τελικά απέκτησε το δικό της τυπογραφείο το 1825 έπειτα από δωρεά της επιτροπής των Φιλελλήνων του Λονδίνου. Με παρόμοιο τρόπο δημιουργήθηκε το τυπογραφείο στο Μεσολόγγι, το 1823. Η επίθεση όμως και η άλωση της πόλης της Αθήνας από τον Κιουταχή το 1827 ήταν ο λόγος της

¹⁰ Σκιαδάς, 1982

καταστροφής του τυπογραφείου. Ωστόσο το 1834 επαναλειτούργησε από τον Ανδρέα Κορομηλά, ο οποίος και υπήρξε μαθητής του Ντιντό και γνώριζε έτσι την τυπογραφική τέχνη.

Όσον αφορά την περίοδο μετά την επανάσταση του 1821 ιδρύονται και άλλα τυπογραφεία κυρίως με συνδρομές Ευρωπαίων φιλελλήνων. Οι πρώτες εκδόσεις διδαχτικών βιβλίων, κυβερνητικών αποφάσεων όπως και η << Εφημερίδα της Κυβερνήσεως>> πραγματοποιήθηκαν από τις πρώτες κυβερνήσεις αμέσως μετά το τέλος της επανάστασης. Όμως η περίοδο της τουρκοκρατίας και οι μηδαμινές γνώσεις των Ελλήνων σχετικά με την τυπογραφία εμπόδισαν τους ρυθμούς ανάπτυξης της τυπογραφίας στον Ελλαδικό χώρο σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη. Μόνο μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου η Ελλάδα κατάφερε να δημιουργήσει τυπογραφικά προϊόντα αντίστοιχα των Ευρωπαϊκών. Άλλωστε στο τέλος της δεκαετίας του '80 Έλληνες σχεδιαστές έδωσαν στο φως της δημοσιότητας τις πρώτες ελληνικές γραμματοσειρές.¹¹

1.5 ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η αρχή για τα Ελληνικά τυπογραφικά στοιχεία έγινε στην Ιταλία τον 15^ο αιώνα περίπου. Ο πρώτος που προσπάθησε να σχεδιάσει χαρακτήρες βασισμένους στον τρόπο της Ελληνικής γραφής ήταν ο Άλτους Μανούτιους. Δυστυχώς λόγω του γεγονότος ότι η Ελληνική γλώσσα αποτελείται από πολλά συμπλέγματα και φθόγγους αποτέλεσε τροχοπέδη στην εξάπλωση της γλώσσας μας. Βέβαια, η προσπάθεια που έγινε από τον Μανούτιους επηρέασε την ελληνική τυπογραφία για τουλάχιστον δύο αιώνες. Στο τέλος του 15^{ου} αιώνα και ο Ζαχαρίας Καλλέργης δημιουργεί τα δικά του στοιχεία που είναι πιο εύκολα στην ανάγνωση και καλαισθητά σε σχέση με αυτά του Μανούτιους. Φυσικά, τα καλύτερα ελληνικά τυπογραφικά στοιχεία για τον 15^ο αιώνα δημιουργήθηκαν από τον Νικόλαο Τζένσον.

¹¹ Μπώκος, 1998

Τον 16^ο αιώνα ο Κλοντ Γκαραμό, που ήταν ένας από τους μεγαλύτερους δημιουργούς τυπογραφικών στοιχείων στην εποχή του, αποφασίζει να προσπαθήσει να δημιουργήσει τα δικά του ελληνικά στοιχεία. Στους αιώνες που ακολούθησαν αρκετοί δημιούργησαν τα δικά τους ελληνικά τυπογραφικά στοιχεία όπως ο Μποντονί, ο Ντιντό και ο Μπαρσκεβίλ. Τελικά, η ελληνική τυπογραφία πήρε την γνωστή έως σήμερα μορφή της στις αρχές του 19^{ου} αιώνα βασιζόμενη κυρίως στους Μποντονί και Ντιντό.¹²

1.6 ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ

Το περιοδικό είναι μία περιοδική έκδοση εντύπου που στόχο έχει την πληροφόρηση και την ψυχαγωγία του καταναλωτικού κοινού. Το περιεχόμενο τους μπορεί να ποικίλλει σε θεματολογία (πολιτική, μόδα, οικονομία) ενώ η κυκλοφορία τους μπορεί να μην είναι ίδια για όλα τα περιοδικά(εβδομαδιαία, μηνιαία, ετήσια) .Η διανομή τους μπορεί να διεξαχθεί με τρεις τρόπους:

- Με αποστολή του περιοδικού μέσω ταχυδρομείου ή οποιασδήποτε εταιρείας μεταφορών.
- Με την απευθείας αγορά από τα εκάστοτε σημεία πώλησης με την καταβολή του αντίστοιχου αντιτίμου.
- Τέλος ,με την δωρεάν διανομή σε επιλεγμένα σημεία κάθε περιοχής.

1.7 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ

Ø Η πρώτη έκδοση περιοδικού χρονολογείται το 1633 στην Γερμανία. Το περιεχόμενό του επικεντρώνεται στην ποίηση και την φιλοσοφία, φέροντας τον τίτλο << ERBAULICE MONATHS UNTERREDUNGEN >>.

¹² Ανακτήθηκε από το " <http://www.typografos.gr> "

Ø Ωστόσο το πρώτο περιοδικό γενικού ενδιαφέροντος εκδόθηκε το 1731 στο Λονδίνο με τίτλο << THE GENTLEMAN'S MAGAZINE >>. Εκδότης του περιοδικού ήταν ο Edward Cave, ο πρώτος που χρησιμοποίησε τον όρο "περιοδικό".

Το 2011 κυκλοφόρησαν παγκοσμίως εκατόν πενήντα δύο (152) περιοδικά ενώ μόλις το 2012 σταμάτησε η έκδοση για περίπου ογδόντα δύο (82) περιοδικά. Σύμφωνα με στατιστικές μελέτες που έγιναν στο τέλος του 2013 είκοσι δύο (22) από τα εικοσιπέντε (25) κορυφαία σε πωλήσεις περιοδικά κατέγραψαν μεγάλες απώλειες κερδών ενώ μόλις τα τρία (3) σημείωσαν καθαρά κέρδος. Τα περιοδικά αυτά ήταν το << TIME >>, το << GLAMOUR >> και το << ESPN THE MAGAZINE >>. ¹³

Όσο αφορά τα ελληνικά περιοδικά, οι πρώτες εκδόσεις πραγματοποιήθηκαν στις αρχές του 1800. Συγκεκριμένα :

- Ø το 1811 έχουμε την κυκλοφορία του πρώτου ελληνικού περιοδικού με τίτλο << ΕΡΜΗΣ Ο ΛΟΓΙΟΣ >>. Ιδρυτής του συγκεκριμένου περιοδικού ήταν ο Άνθιμος Γαζής. Το περιοδικό αυτό κυκλοφόρησε έως το 1821.
- Ø το 1819 έχουμε την κυκλοφορία του περιοδικού με τίτλο << ΚΑΛΛΙΟΠΗ >>. Αποτέλεσε περιοδικό φιλολογικού ενδιαφέροντος και κυκλοφόρησε στην Βιέννη έως το 1821.
- Ø Επίσης το ίδιο χρονικό διάστημα 1819-1821 κυκλοφορεί στο Παρίσι το περιοδικό με τίτλο << ΜΕΛΙΣΣΑ Ή ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗ >> από τον Σπυρίδωνα Κοντό. ¹⁴

ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τα παραδοσιακά περιοδικά χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: α) τα " λαϊκά " περιοδικά και β) στα περιοδικά της " ελίτ ". Η διαφορά αυτών των δύο κατηγοριών βασίζεται στο καταναλωτικό κοινό που απευθύνονται. Δηλαδή, η πρώτη κατηγορία περιοδικών απευθύνεται στο γυναικείο κοινό, το κυρίαρχο θέμα αυτών των

¹³ <http://www.magazinedesigning.com/history-of-the-magazines/>

¹⁴ Κουμαριανού, 1971

περιοδικών είναι το " κουτσομπολιό ", ενώ στην δεύτερη κατηγορία των περιοδικών τα θέματα απευθύνονταν κυρίως στο αντρικό φύλο.

Το πρώτο ελληνικό περιοδικό τοποθετείται χρονολογικά το 1847 και έφερε τον τίτλο << Η ΕΥΤΕΡΠΗ>>. Η θεματολογία του βασιζόταν γύρω από τις ασχολίες και τα ενδιαφέροντα των γυναικών, δηλαδή έκανε αναφορά σε θέματα μόδας, μαγειρικής και γενικά σε γυναικεία προβλήματα. Η κυκλοφορία του περιοδικού αυτού γινόταν δύο φορές τον μήνα και κυκλοφόρησε για 7 έτη.

Ένα ακόμα ελληνικό περιοδικό το οποίο δεν πέρασε απαρατήρητο και χαρακτηρίστηκε ως το απόλυτο γυναικείο περιοδικό είναι το περιοδικό με τίτλο << Η ΠΗΝΕΛΟΠΗ>> που κυκλοφόρησε το 1872. Η θεματολογία του κινήθηκε γύρω από τα γυναικεία θέματα όπως ένδυση, υπόδηση, κομμώσεις και γενικά την μόδα της εποχής. Λόγω των τεράστιων εξόδων και των πενιχρών εσόδων το περιοδικό τερμάτισε την κυκλοφορία του έπειτα από 5 μήνες.

Άλλα σημαντικά περιοδικά που κυκλοφόρησαν πριν τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο ήταν το << ΜΠΟΥΚΕΤΟ>>, το οποίο κυκλοφόρησε από το 1924 έως το 1946, ο << ΘΕΑΤΗΣ>>, όπου κυκλοφόρησε από το 1925 έως το 1946 και τέλος το περιοδικό << ΑΤΛΑΝΤΙΣ>>, του οποίου η κυκλοφορία διήρκεσε 14 έτη (1927-1941).¹⁵

Μετά το πέρας του πολέμου διακρίθηκαν κυρίως δύο περιοδικά το << ΡΟΜΑΝΤΣΟ>> και το << ΘΗΣΑΥΡΟΣ>>. Τα περιοδικά αυτά μονοπώλησαν την ιστορία του ελληνικού περιοδικού τύπου μέχρι το τέλος της δεκαετίας του '80 οπότε και έπαψε η λειτουργία τους.

Το " Ρομάντσο " εκδόθηκε το 1934 από τους Θεοφανίδη και Λαμπαδαρίδη, ενώ σημαντικό ρόλο έπαιξε και ο Μαγγανάρης, που διαμόρφωσε το περιοδικό σε κάτι πιο μοντέρνο για την εποχή του. Το " Ρομάντσο " εκδόθηκε σε 2 περιόδους, πουλώντας περίπου 300 τεύχη συνολικά. Η πρώτη περίοδος ξεκινά το 1942, και παρότι προβλεπόταν να είναι εβδομαδιαίο, λόγω της γερμανικής κατοχής παρατηρήθηκε μια μικρή ασυνέπεια. Το 1956 το ιδιοκτησιακό καθεστώς αλλάζει χέρια και το περιοδικό το αναλαμβάνει ο Μ. Χανούσης, ο οποίος αρχικά μείωσε την τιμή του και έπειτα με συνεχή διαφημιστική προβολή κατάφερε να εκτοξεύσει τις

¹⁵ Βαρίκα, 2011

πωλήσεις στον αριθμό- ρεκόρ για εκείνη την εποχή των 300.000 φύλλων την εβδομάδα. Με το τέλος της διοίκησης Χανούση άρχισε και η παρακμή του περιοδικού καθώς η νέα πλέον διοίκηση αποφάσισε να αλλάξει την θεματολογία του περιοδικού, μετατρέποντας το σε κάτι πιο καλλιτεχνικό.¹⁶

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ

Τα πλεονεκτήματα των παραδοσιακών περιοδικών είναι:

- Τα περιοδικά μπορούν με την χρήση κειμένου και χρωμάτων να κεντρίσουν το ενδιαφέρον των αναγνωστών.
- Το περιοδικό είναι το καταλληλότερο μέσο για να απευθυνθείς σε συγκεκριμένες καταναλωτικές ομάδες.
- Τα περιοδικά με μικρή κυκλοφορία έχουν χαμηλό κόστος διαφήμισης και έχουν άμεσα αποτελέσματα στον κοινό στόχο.

Από την άλλη, τα μειονεκτήματα των περιοδικών είναι τα εξής:

- Τα περιοδικά καταναλώνουν πολύ χρόνο για να γίνει η εκτύπωση τους.
- Τα περιοδικά δίνουν λιγότερη ευελιξία.¹⁷

¹⁶ Ανακτήθηκε από το "<http://www.iefimerida.gr/news/84597/περιοδικό-ρομάντσο-η-ελλάδα-του-50-και-ο-ιδρυτής-του-ελαφρού-τύπου-σε-αφιέρωμα-στην-ερτ#ixzz2SvR8hy54> "

¹⁷ Dennison, 1998

Κεφάλαιο 2:

ΔΙΑΔΡΑΣΗ

Στο κεφάλαιο αυτό θα προσπαθήσουμε να ορίσουμε την έννοια της διάδρασης, η οποία έχει μπει για τα καλά στην ζωή των ανθρώπων, αλλά στην ουσία πολλοί λίγοι είναι αυτοί που μπορούν να της δώσουν έναν ορισμό. Έτσι λοιπόν θα δούμε μέσα από απόψεις ανθρώπων που έχουν προσπαθήσει να την ερμηνεύσουν τι ακριβώς σημαίνει ο όρος αυτός. Θα δούμε επίσης κάποιους τρόπους εφαρμογής της οι οποίοι την καθιστούν πιο εύχρηστη και κατανοητή στο ευρύ κοινό.

Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΔΡΑΣΗΣ

Την διάδραση την συναντάμε για πρώτη φορά στους πρώτους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Οι πρώτοι υπολογιστές διέθεταν ελάχιστα διαδραστικά στοιχεία και η διαχείριση τους γινόταν αποκλειστικά και μόνο από έμπειρους χρήστες, χρήστες δηλαδή που γνώριζαν πολύ καλά την λειτουργία των υπολογιστών. Με το πέρασμα των χρόνων και με την εμφάνιση των πρώτων πλέον προσωπικών ηλεκτρονικών υπολογιστών ο αριθμός των χρηστών άρχισε να μεγαλώνει καθώς ο ένας μετά τον άλλο άρχισε να αποκτά το δικό του προσωπικό υπολογιστή και αυτό είχε ως αποτέλεσμα την βελτιστοποίηση τόσο των γνώσεων των χρηστών αλλά και όσο και την καλύτερη παροχή υπηρεσιών από τους ίδιους τους υπολογιστές τόσο στο γραφικό περιβάλλον που προσέφεραν όσο και γενικότερα στην καλύτερη λειτουργία των Windows.

ΤΑ ΣΤΥΛ ΔΙΑΔΡΑΣΗΣ

Πίσω από τον όρο " Στυλ διάδρασης" κρύβονται όλο οι τρόποι μέσα από τους οποίους υπάρχει μια αμοιβαία ανταλλαγή αλληλεπίδρασης μεταξύ ανθρώπου και μηχανής. Τα διαφορετικά στυλ μπορούν να χρησιμοποιηθούν ταυτόχρονα ανάλογα με τις επιθυμίες και τα χαρακτηριστικά της εργασίας του χρήστη.

1. Γλώσσα εντολών: Αποτελεί τον παλαιότερο τρόπο αλληλεπίδρασης ανθρώπου και μηχανής. Σήμερα ο τρόπος αυτός χρησιμοποιείται μόνο από έμπειρους χρήστες. Το θετικό του τρόπου αυτού είναι ότι προσφέρει στον χρήστη απεριόριστη ελευθερία ενεργειών αντιθέτως όμως είναι ακατάλληλο για νέους χρήστες καθώς χρειάζεται πολυετή εμπειρία και μνήμη.
2. Μενού επιλογής: Το μενού επιλογής μοιάζει σε αρκετά σημεία με την γλώσσα εντολών. Διαφέρει όμως στην απαίτηση μνήμης που θα πρέπει να έχει ο χρήστης. Συνήθως λειτουργεί με την συνύπαρξη και άλλων στυλ. Ο συγκεκριμένος τρόπος ελαχιστοποιεί την πιθανότητα λαθών διότι είναι λιγότερες οι φορές που πληκτρολογεί ο χρήστης. Όμως ο τρόπος αυτός είναι πιο αργός στην χρήση του και απαιτεί μεγάλο χώρο στην οθόνη.
3. Φόρμες: Όσον αφορά τις φόρμες οι χρήστες μπορούν εύκολα να εισάγουν στοιχεία στο σύστημα χάρη στις επεξηγήσεις που παρέχονται(π.χ. κείμενο, αριθμοί). Οι φόρμες αποτελούν τον πιο γνωστό και εύκολο τρόπο για να συμπληρωθούν από τον χρήστη διάφορα έγγραφα όπως για παράδειγμα οι φορολογικές δηλώσεις. Σε σχέση με όλα τα άλλα στυλ οι φόρμες βελτιώνουν την επίδοση των χρηστών. Από την αντίθετη πλευρά όμως ένα από τα βασικά αρνητικά τους είναι οι χαμηλές ταχύτητες και η απαίτηση μεγάλου χώρου στην οθόνη.
4. Φυσική γλώσσα: Η είσοδος στοιχείων στο σύστημα διεξάγεται είτε μέσω κειμένου είτε μέσω ομιλίας, σε φυσική γλώσσα (π.χ. Ελληνικά, Αγγλικά) και η έξοδος του συστήματος γίνεται με τον ίδιο τρόπο. Το στυλ αυτό αποδίδει μεν ρεαλισμό(προσομοίωση ανθρώπινης επικοινωνίας) αλλά απαιτεί ανάπτυξη σύνθετων συστημάτων για την σωστή λειτουργία του. Ο

συγκεκριμένος τρόπος αλληλεπίδρασης εφαρμόζεται στην αναζήτηση στοιχείων στις βάσεις δεδομένων και στις υπηρεσίες τηλεφωνικού καταλόγου.

5. Απευθείας χειρισμός: Στο περιβάλλον του απευθείας χειρισμού ο χρήστης χειρίζεται τα αντικείμενα που βλέπει στην οθόνη με την χρήση συνήθως του ποντικιού. Το αποτέλεσμα των ενεργειών του είναι άμεσο και αν το επιθυμεί μπορεί να αλλάξει κάποια επιλογή του. Ο πρώτος υπολογιστής που διέθετε περιβάλλον απευθείας χειρισμού ήταν ο Mackintosh της Apple το 1978. Σήμερα χρησιμοποιείται εκτενώς στον τρισδιάστατο χώρο (3D). Το συγκεκριμένο στυλ είναι εύκολο στην μάθηση καθώς χρησιμοποιεί παραδείγματα. Η αντιστρεψιμότητα ενεργειών που προσφέρει μειώνει το άγχος του χρήστη για τυχόν λάθη και δημιουργεί μια σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ ανθρώπου και συστήματος. Το βασικό μειονέκτημα του τρόπου αυτού εντοπίζεται στο γεγονός ότι είναι πολύ δύσκολο να μετατρέψει σε εικονικό περιβάλλον κάποιες αφηρημένες έννοιες.¹⁸

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ;

Η λέξη διαδραστικότητα είναι μια έννοια η οποία έχει κάνει την εμφάνιση της τα τελευταία χρόνια και έχει καταφέρει να κεντρίσει την προσοχή και το ενδιαφέρον του κοινού. Η διαδραστικότητα έχει μπει για τα καλά στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων και μάλιστα έντονη είναι η παρουσία της στις νεότερες ηλικίες καθώς η εκτεταμένη χρήση της στα video games όσο και στις εφαρμογές του ηλεκτρονικού υπολογιστή καθιστά την νέα γενιά "τεχνολογικά πιο ικανή". Έτσι οι επιχειρήσεις δεν θα μπορούσαν αμέτοχες απέναντι στην δυναμική αυτή. Δημιουργούν έτσι εντυπωσιακά διαδραστικά μέσα και προσφέρουν πολυδιάστατες υπηρεσίες προκειμένου να προσελκύσουν μεγάλη μερίδα του κοινού.

Ας προσπαθήσουμε να δούμε όμως ποια είναι η πραγματική έννοια της διαδραστικότητας μέσα από τις απόψεις ανθρώπων που προσπάθησαν να την ερμηνεύσουν. Η διαδραστικότητα είναι μία έννοια που δεν είναι απόλυτα ξεκάθαρη

¹⁸ *Schneiderman, Plaisant, 2010*

για την σημασία της, όμως η χρήση της γίνεται σε καθημερινή βάση από χιλιάδες ανθρώπους.

Ως γενικότερη ερμηνεία της έχει επικρατήσει η άποψη του Roussou την οποία εξέφρασε το 2004 και αναφέρει << η διαδραστικότητα είναι η αμοιβαία ανταλλαγή δράσης μεταξύ ανθρώπων ή μεταξύ ανθρώπων και μηχανών >>. ¹⁹

Κατά τον Talin (1998) διαδραστικό θεωρείται ένα περιβάλλον που επιτρέπει μεγαλύτερες ελευθερίες στον χρήστη καθώς και μεγαλύτερο έλεγχο στον χρόνο και τον χώρο του περιβάλλοντος. ²⁰

Ο Steuer, από την άλλη τονίζει την διαδραστικότητα ως το ποσοστό που μπορούν οι χρήστες να επηρεάσουν τη δομή ή την μορφή ενός διαδραστικού περιβάλλοντος (1992). ²¹

Τέλος, ο Murray πιστεύει ότι στην σημερινή εποχή έχουμε φτάσει στο σημείο να καλούμε διαδραστικό ακόμα και το κούνημα του ποντικιού ή το πάτημα ενός κλικ, ενός κουμπιού κ.ο.κ. (1997). ²²

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι η διαδραστικότητα είναι η αναφορά στις δυνατότητες που δίνονται στον χρήστη για να αλληλεπιδράσει με άλλους χρήστες ή με το σύστημα. Τέτοιες εφαρμογές είναι το chat (συνομιλίες πραγματικού χρόνου), οι διαδραστικές ασκήσεις και άλλα. Η διαδραστικότητα αποτελεί κύριο συστατικό των δυναμικών ιστοσελίδων και συνήθως οι διαδραστικές εφαρμογές απαιτούν πιστοποίηση του χρήστη από τον μηχανισμό. Βέβαια, αυτό δεν σημαίνει ότι υπάρχει κάποια μορφή ελέγχου καθώς η δυνατότητα εγγραφής είναι ελεύθερη και η πιστοποίηση γίνεται με βάση τα στοιχεία που δηλώνει ο χρήστης. Με την έννοια διαδραστικότητα οι ιστοσελίδες διαχωρίζονται σε δυναμικές (αμφίδρομη απόκριση προς δύο κατευθύνσεις, από και προς τον χρήστη) και σε στατικές (μονόδρομη απόκριση, από την εφαρμογή στον χρήστη). ²³

¹⁹ Roussou, 2004b

²⁰ Talin, 1998

²¹ Steuer, 1992

²² Murray, 1997

²³ Γιαννακούλοπουλος, 2005

ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΣΤΑΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ WEBSITE

Όπως αναφέραμε και πιο πάνω οι 2 βασικές κατηγορίες ιστοσελίδων είναι οι στατικές και οι δυναμικές. Ας εξετάσουμε όμως, πιο αναλυτικά τι είδους ιστοσελίδες είναι αυτές και ποια τα βασικά χαρακτηριστικά τους, τα οποία και τις διαφοροποιούν.

Πιο συγκεκριμένα, σε μια στατική ιστοσελίδα περιέχονται σελίδες σε μορφή HTML, CSS αρχεία καθώς και εικόνες. Η ανανέωση των σελίδων τους γίνεται μόνο από κάποιον έμπειρο που κατέχει γνώσεις προγραμματισμού ιστοσελίδων και έπειτα από την καταβολή κάποιας χρηματικής αμοιβής, εκτός αν είστε εσείς ο δημιουργός οπότε έχετε τις κατάλληλες γνώσεις. Κάποια από τα πλεονεκτήματα των στατικών ιστοσελίδων είναι:

- a. Χαμηλό κόστος
- b. Εύκολη και ταχύτατη σχεδίαση σε πρώιμο στάδιο

ενώ κάποια τα μειονεκτήματά τους είναι:

- a. Υψηλά κόστη συντήρησης
- b. Αργή ανανέωση σελίδας.

Αντίθετα, ως δυναμική χαρακτηρίζετε μια ιστοσελίδα που χρησιμοποιεί κάποιες γλώσσες προγραμματισμού για server, όπως η PHP μαζί με κάποια πρότυπα ιστοσελίδων. Πιο συγκεκριμένα, το περιεχόμενο μιας δυναμικής ιστοσελίδας αποθηκεύεται σε μια βάση δεδομένων και όταν ο χρήστης θέλει να την προβάλει, η ιστοσελίδα εμφανίζεται μαζί με το αντίστοιχο πρότυπο που έχει επιλεγεί. Κάποια από τα θετικά σημεία τους είναι:

- a. Εύκολη και γρήγορη διαχείριση
- b. Χαμηλό κόστος συντήρησης

ενώ αντίθετα τα αρνητικά τους στοιχεία είναι:

- a. Υψηλό αρχικό κόστος

- b. Τα πρώτα στάδια ανάπτυξης απαιτούν περισσότερο χρόνο.²⁴

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ (WEBSITE)

Ας δούμε κάποια παραδείγματα για το πως εφαρμόζεται η έννοια της διάδρασης μέσα από κάποιες ιστοσελίδες:

- Το bagsup.com βασίζεται αποκλειστικά στους χρήστες. Οι χρήστες μπορούν να αξιολογήσουν ή να περιγράψουν τοποθεσίες που έχουν επισκεφτεί ή μένουν. Έτσι όσο περισσότεροι είναι οι χρήστες, τόσα περισσότερα μέρη μπορείς να βρεις. Το site αυτό αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της αλληλεπίδρασης με άλλους χρήστες.
- Το tripsay.com είναι η πλέον διαδραστική ιστοσελίδα. Ο χρήστης επιλέγει πάνω σε έναν παγκόσμιο διαδραστικό χάρτη, τα μέρη που του αρέσουν και αυτά που δεν του αρέσουν. Επίσης όταν εισάγει τις δικές του προτιμήσεις, η ιστοσελίδα τις συγκρίνει με προτιμήσεις άλλων ταξιδιωτών, για να του προτείνει τι να επισκεφτεί.²⁵

²⁴ Ανακτήθηκε από το "<http://nbw.gr/static-vs-dynamic-website/> "

²⁵ Ανακτήθηκε από το "<http://www.epixeiro.gr/start-up> "

Κεφάλαιο 3:

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα εξετάσουμε πως μπορεί ο τουρισμός και η πληροφορική, αν και οι δύο έννοιες τελείως διαφορετικές να συνυπάρξουν και να γίνουν αρωγοί στην προσπάθεια προσέλκυσης και ενημέρωσης του τουριστικού κοινού. Σημαντικό ρόλο σε αυτό παίζουν οι εφαρμογές του διαδικτύου, όπως τα social media (π.χ. facebook) και τα διαδικτυακά τουριστικά πρακτορεία.

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο όρος τουρισμός προέρχεται από την αγγλική λέξη touring ή από την γαλλική tour. Αν και στα ελληνικά η ακριβής έννοια είναι περιηγητισμός αλλά επικράτησε παγκοσμίως η λέξη τουρισμός. Αν και δεν υπάρχει κάποιος φυσικός ορισμός για το τι σημαίνει τουρισμός, πολλοί έχουν προσπαθήσει να δώσουν την δική τους ερμηνεία, αλλά η επικρατέστερη όλων είναι η εκδοχή ότι ο τουρισμός σημαίνει την μεταφορά ενός ατόμου είτε κατά μονάς είτε συμμετέχοντας σε κάποιο γκρουπ σε κάποια διαφορετική περιοχή, από την περιοχή που βρίσκεται η μόνιμη κατοικία του. Οι περιοχές που επιλέγει ο καθένας για τουρισμό είναι περιοχές που προσφέρουν στον κάθε χρήστη για κάποιο χρονικό διάστημα στιγμές χαλάρωσης και αναψυχής.

Η ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ/ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σε αρκετές χώρες όπως και στην Ελλάδα ο τουρισμός αποτελεί βασικό και πολύ σημαντικό κομμάτι στον τομέα της οικονομίας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα

αποτελεί το 2008 όπου ο Οργανισμός WTO(World Tourism Organization) σημείωσε 920 εκατομμύρια τουριστικές αφίξεις παγκοσμίως. Η ανάπτυξη του διαδικτύου ως ένα από τα βασικότερα μέσα επικοινωνίας καθώς και προσφοράς υπηρεσιών δημιούργησε νέες ανάγκες στον κλάδο του τουρισμού. Μέσω του διαδικτύου ο τουρίστας αποκτά πρόσβαση σε εφαρμογές που του επιτρέπουν την γρήγορη και άμεση αναζήτηση προορισμών, καταλυμάτων και τιμών σε χιλιάδες τοποθεσίες ανά τον κόσμο. Περίπου 70 εκατομμύρια χρήστες τον χρόνο χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να οργανώσουν το ταξίδι που επιθυμούν να κάνουν. Το 70% των καταναλωτών επιλέγουν δικτυακές εφαρμογές οι οποίες περιέχουν σχόλια και κριτικές από άλλους χρήστες με σκοπό την ενημέρωσή τους σχετικά με τον προορισμό τους.

Βέβαια η κίνηση των τουριστικών εταιρειών να διαφημίζουν τις υπηρεσίες τους στους χρήστες μέσω αποστολής ενημερωτικών sms και e-mail εκτιμήθηκε ως μία θετική ενέργεια από τους χρήστες καθώς τους απάλλαξε από την διαδικασία αναζήτησης. Με την έκρηξη της τεχνολογία τα κέρδη που αποκομίζουν οι τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες προσφέρουν τις υπηρεσίες τους διαδικτυακά αγγίζουν ή και ξεπερνούν ορισμένες φορές το φράγμα των 100 δισεκατομμυρίων ετησίως. Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι από το 1960 αρχίζουν να εμφανίζονται οι πρώτες δικτυακές εφαρμογές οι οποίες προσφέρονταν από τις αεροπορικές εταιρείες για την online κράτηση θέσεων για τοπικά δρομολόγια.²⁶

Η ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Με τις υπηρεσίες που διαθέτει σήμερα το διαδίκτυο στον τομέα της τουριστικής αγοράς ο τουρίστας έχει την δυνατότητα πέρα από το να κάνει μια εύκολη αναζήτηση προορισμού να βρει την πιο συμφέρουσα σε αυτόν τιμή για να πραγματοποιήσει το ταξίδι που επιθυμεί. Έτσι λοιπόν επειδή όλο και μεγαλύτερη μερίδα κόσμου ψάχνει και οργανώνει τις διακοπές του από το διαδίκτυο, αυτό έχει ως αποτέλεσμα όλο και περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις να προσφέρουν πιο

²⁶ *Baggio, 2006*

ελκυστικά πακέτα προσφορών με στόχο να γίνουν πιο ανταγωνιστικές και να προσελκύσουν μεγαλύτερο ποσοστό από το τουριστικό κοινό. Χαρακτηριστικό αποτελεί το παράδειγμα της skyscanner.com που το 2010 πρόσφερε αεροπορικό εισιτήριο στην τιμή των 15 ευρώ για την διαδρομή Δουβλίνο-Μαδρίτη. Έτσι σε αρκετές περιπτώσεις ο τουρίστας μπορεί να λειτουργήσει ο ίδιος ως ταξιδιωτικός πράκτορας και να διαμορφώσει το πακέτο δραστηριοτήτων που επιθυμεί.²⁷

ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΕΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ WEBSITE

Ένα τουριστικό website θα πρέπει με την σχεδίαση του να επιτρέπει την άριστη συνεργασία παραγωγού και καταναλωτή συμβάλλοντας έτσι στην όσο δυνατόν καλύτερη χρήση των πληροφοριών που παρέχονται. Οι άνθρωποι που χειρίζονται τον εκάστοτε ιστότοπο θα πρέπει να δίνουν πληροφορίες πραγματικού χρόνου και να ικανοποιούν τις απαιτήσεις του κοινού. Από την άλλη το εκάστοτε κράτος θα πρέπει να κατανοήσει πόσο σημαντικό είναι να ενισχύσει οικονομικά και να καλύψει νομικά τις εκάστοτε τουριστικές online επιχειρήσεις αποκομίζοντας και εκείνο κέρδη. Ωστόσο για να μπορέσουμε να αξιολογήσουμε καλύτερα έναν ιστότοπο θα πρέπει να κινηθούμε γύρω από 3 άξονες που είναι άρρηκτα συνδεδεμένοι μεταξύ τους σύμφωνα με τον Birgit.²⁸ Οι άξονες αυτοί είναι:

- Ποιότητα στην πρόσβαση: πόσο εύκολα ή γρήγορα μπορεί ο χρήστης να βρει τις πληροφορίες που τον ενδιαφέρουν.
- Ποιότητα στο περιεχόμενο
- Η διαμόρφωση όλης της σελίδας, δηλαδή αυτό που μας ενδιαφέρει είναι να ελέγξουμε την διαδικασία πλοήγησης, την ποιότητα των video και εικόνων, την γραμματοσειρά και γενικότερα όλη την δομή της ιστοσελίδας.

²⁷ *Tourism economics, 2013*

²⁸ *Birgit, 2000*

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ - ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ONLINE ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ

Όλο και περισσότεροι είναι αυτοί που σχεδιάζουν τις διακοπές τους μέσω των ταξιδιωτικών πρακτορείων προκειμένου να απαλλαγούν από την διαδικασία σχεδιασμού των διακοπών τους.

Τα ταξιδιωτικά πρακτορεία έχουν γνωρίσει μεγάλη άνθιση μέσω της ραγδαίας εξέλιξης των social media που τους επιτρέπει να λειτουργούν και μέσω του διαδικτύου, φτιάχνοντας έτσι την δική τους ιστοσελίδα για να προωθήσουν τις υπηρεσίες τους διαφορετικά έρχονται σε συνεργασία με άλλες δημοφιλείς ιστοσελίδες για τον ίδιο σκοπό. Παρακάτω αναφέρονται ενδεικτικά κάποια πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των online τουριστικών πρακτορείων.

Πρώτα από όλα αξίζει να αναφερθεί ότι ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα των online ταξιδιωτικών πρακτορείων είναι η δυνατότητα που παρέχει στον χρήστη να αναζητήσει για αυτόν τον καλύτερο συνδυασμό ποιότητας (παρεχόμενες υπηρεσίες) σε συνάρτηση με την χαμηλότερη τιμή χωρίς να υπάρχει γεωγραφική δέσμευση. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι αν κάποιος θέλει να ταξιδέψει στην Ελλάδα και βρίσκεται στην Σουηδία μπορεί να επικοινωνήσει με κάποιο ταξιδιωτικό πρακτορείο και να πάρει την καλύτερη δυνατή προσφορά.²⁹

Επίσης ένα ακόμα πλεονέκτημα που παρατηρείται με την χρήση των online ταξιδιωτικών πρακτορείων είναι ότι ο πελάτης επιλέγει τον προορισμό του χωρίς κάποιος ταξιδιωτικός πράκτορας να επηρεάζει την άποψή του, καθώς παλιότερα ήταν ένα σύνηθες γεγονός ο ταξιδιωτικός πράκτορας να προσπαθεί να μεταπείσει τον πελάτη για τον τελικό προορισμό λόγω προσωπικών συμφερόντων (μπόνους από τουριστική επιχείρηση).³⁰

Τέλος, σημαντικό ρόλο για ένα τουριστικό πρακτορείο παίζουν και οι πληροφορίες που παρέχονται. Πληροφορίες που διοχετεύονται στον χρήστη μέσω της ιστοσελίδας του πρακτορείου, όπως η ιστορία μιας περιοχής. Ο χρήστης δηλαδή έχει την δυνατότητα να ενημερωθεί μέσω άρθρων και σχολίων άλλων, οι οποίοι μπορεί να έχουν ήδη επισκεφτεί αυτή την περιοχή και να παρακολουθήσει σχετικά

²⁹ Bradley, 2009

³⁰ Admin, 2010

video με αξιοθέατα της περιοχής αυτής και να κρίνει αν τον ενδιαφέρει ο προορισμός αυτός.

Παρόλα αυτά, πέρα από τα πλεονεκτήματα είναι άξιο αναφοράς ότι ο χρήστης πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικός καθώς και να γνωρίζει ότι στο διαδίκτυο υπάρχουν "παγίδες", τις οποίες αν αγνοήσει μπορεί να βρεθεί σε δυσμενή θέση και να έρθει αντιμέτωπος με τα μειονεκτήματα της συγκεκριμένης υπηρεσίας. Παρακάτω θα αναλυθούν ενδεικτικά κάποια από αυτά.

Αρχικά, πολλοί χρήστες νιώθουν ανασφάλεια σχετικά με την καταβολή χρηματικού αντιτίμου λόγω του γεγονότος ότι αγνοεί αν υφίσταται το συγκεκριμένο πρακτορείο ή αποτελεί μία καλοστημένη απάτη που στόχο έχουν το οικονομικό κέρδος μέσα από την εξαπάτηση του χρήστη. Έτσι λοιπόν ο χρήστης πρέπει να επιλέγει γνωστά πρακτορεία (καλή φήμη, κύρος) στον χώρο του διαδικτύου.³¹

Συν τοις άλλοις, το διαδίκτυο λόγω του απρόσωπου χαρακτήρα που διαθέτει δεν βοηθάει το χρήστη στη συλλογή πληροφοριών για κάποιο προορισμό καθώς η απουσία του ταξιδιωτικού πράκτορα αφήνει αναπάντητα κάποια ερωτήματα του χρήστη.³²

Τέλος, ένα λάθος που κάνουν συχνά τουριστικά site και e-magazine είναι η αναφορά σε λανθασμένες τιμές καθώς σε αρκετές περιπτώσεις αποκρύπτουν κάποιες επιπλέον χρεώσεις (φόροι ,τέλη, έλλειψη κάποιων παροχών) αλλά και extra χρεώσεων όπως η μετακίνηση από και προς το αεροδρόμιο που δεν αναφέρεται στην προσφερόμενη τιμή.³³

E-TOURISM

Ως έννοια το e-tourism είναι δύσκολο να οριστεί αφού και οι άνθρωποι που ασχολούνται με τον τομέα του τουρισμού δεν μπορούν να την εξηγήσουν. Ο όρος e-tourism περιλαμβάνει όλη την ψηφιακή μορφή της τουριστικής βιομηχανίας από την

³¹ *Brown, 2009*

³² *ArticlesBase, 2006*

³³ *Smith, 2012*

προβολή μέχρι την προώθηση των υπηρεσιών. Τα εργαλεία που χρησιμοποιεί το e-tourism είναι 3: α) το διαδίκτυο, β) το intranet και γ) το extranet.³⁴

ΤΟ E-TOURISM ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Για την Ελλάδα μέχρι πρότινος ο όρος e-tourism ήταν κάτι το άγνωστο. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να μπαίνει ενεργά ο όρος αυτός στην Ελληνική τουριστική βιομηχανία και ήδη έχουν παρατηρηθεί τα πρώτα θετικά αποτελέσματα.

Με την σωστή εφαρμογή του e-tourism στην Ελλάδα οι τουριστικές επιχειρήσεις αύξησαν τις κρατήσεις τους μέχρι και 300%. Αυτό συνέβη κυρίως για 2 λόγους: α) προώθηση τουρισμού για όλες τις εποχές του χρόνου και β) καλύτερη επαφή με τους τουρίστες. Ακόμα πολλές τουριστικές επιχειρήσεις αναφέρουν ότι οι μισές τουλάχιστον κρατήσεις γίνονται ηλεκτρονικά και προέρχονται κυρίως από χώρες της δυτικής Ευρώπης.

ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ E-TOURISM

Καταρχάς, η δημιουργία της Star Alliance, μιας παγκόσμιας συνεργασίας αεροπορικών εταιρειών, που έχει ως στόχο να προσφέρει περισσότερους προορισμούς σε καλύτερες τιμές αποτελεί μια θετική εξέλιξη στον τουρισμό. Επίσης, πολλά τουριστικά πρακτορεία έχουν εντείνει τις προσπάθειες τους για την δημιουργία κατάλληλων συστημάτων και υποδομών για την προώθηση της κρουαζιέρας, που από πολλούς θεωρείται το next big thing του τουρισμού.

Επιπλέον, έχουμε την ανάπτυξη on-line συστημάτων που παρέχουν στον χρήστη την δυνατότητα να ελέγξει όλες τις πληροφορίες για την πτήση του (ημερομηνία, πιθανή αλλαγή πτήσης, τυχόν καθυστερήσεις). Ακόμα πολλές αεροπορικές εταιρείες έχουν δημιουργήσει ένα 3D γραφικό περιβάλλον απεικόνισης

³⁴ Μπουχαλης

του εσωτερικού των αεροπλάνων τους, βοηθώντας στην διαδικασία του check-in. Τέλος, με την εφαρμογή του online check-in που διατίθεται και για κινητές συσκευές οι χρήστες μπορούν πιο γρήγορα να περάσουν την διαδικασία του boarding pass.³⁵

Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Ειδικότερα, η Ελλάδα αποκομίζει περίπου 10 δισ. ετησίως μέσω του τουρισμού. Για την προώθηση των τουριστικών προορισμών της χώρας μας, ο ΕΟΤ (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού) δημιούργησε το 2010 την επίσημη ιστοσελίδα του με τίτλο visitgreece.gr. Η ιστοσελίδα αυτή παρέχει πληροφορίες σχετικά με αξιοθέατα, πόλεις, παραλίες και εκδηλώσεις. Επίσης, ο ΕΟΤ δημιούργησε δύο ακόμα ενδιαφέρουσες ιστοσελίδες για την Ελλάδα. Η πρώτη, η truegreece.org δίνει την δυνατότητα στους τουρίστες που έχουν επισκεφτεί την χώρα μας να δημοσιεύουν τις απόψεις τους. Τέλος, η my-greece.gr επιτρέπει στους επισκέπτες της χώρας μας να δημοσιεύουν εικόνες και video που έχουν τραβήξει οι ίδιοι κατά την επίσκεψη τους στην Ελλάδα.

Η Google σε συνεργασία με τον ΕΟΤ ανακοίνωσε το 2014 την έναρξη της καμπάνιας με τίτλο "Grow Greek Tourism Online" με στόχο να παρέχει στις τουριστικές επιχειρήσεις όλα τα απαραίτητα ψηφιακά εργαλεία για να βελτιώσουν την λειτουργικότητα τους. Παρόλο, που οι online αναζητήσεις για ταξιδιωτικούς προορισμούς στην Ελλάδα κυμαίνονταν στο ποσοστό της τάξης του 70% κυρίως την περίοδο Ιουνίου-Σεπτεμβρίου, η αύξηση της διαδικτυακής δραστηριότητας αύξησε το ΑΕΠ κατά 3% και κατάφερε να δημιουργήσει μέχρι 100.000 νέες θέσεις απασχόλησης. Η πρεμιέρα έγινε στην Κρήτη τον Σεπτέμβριο (2014), με προοπτική

³⁵ Ανακτήθηκε από το "https://el.wikipedia.org/wiki/Ηλεκτρονικός_τουρισμός "

το 2015 να επεκταθεί και σε άλλους προορισμούς. Η πρωτοβουλία αυτή χρησιμοποιήθηκε από περίπου 3.000 τουριστικές επιχειρήσεις στην Κρήτη.³⁶

Η ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΒΑΛΚΑΝΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

Ο τουρισμός αποτελεί κύρια πηγή εισόδων και ανάπτυξης στις Βαλκανικές χώρες. Πιο συγκεκριμένα, θα εξετάσουμε τους τρόπους προώθησης των τουριστικών προορισμών κάθε χώρας μέσω του διαδικτύου.

Αρχικά, η Ιταλία με τα τουριστικά της έσοδα να αγγίζουν τα 35 δισ. Ευρώ έχει την δική της επίσημη ιστοσελίδα για την προώθηση του τουρισμού, την www.italia.it που δημιουργήθηκε σε συνεργασία με τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό ACI (Automobile Club d'Italia). Ακόμα με την δημιουργία του joinitaly.com οι επισκέπτες μπορούν να ανεβάζουν κείμενα, εικόνες και video με τις εντυπώσεις τους από την χώρα.

Επίσης, η γειτονική μας χώρα, Τουρκία που αποσκοπεί να αυξήσει το ποσοστό εκμετάλλευσης του Αιγαίου έχει δημιουργήσει την δική της επίσημη ιστοσελίδα για την προώθηση του τουρισμού. Με κέρδη που ξεπερνούν τα 30 δισ. ετησίως, ιδιαίτερος την τελευταία πενταετία και την ιστοσελίδα goturkey.com η τουρκική κυβέρνηση ελπίζει να αυξήσει τα έσοδα της και τον αριθμό των επισκεπτών της.³⁷

Τέλος, η Κροατία, με ετήσια έσοδα από τον τουρισμό 7 δισ. προσβλέπει σε ακόμα μεγαλύτερα κέρδη λόγω των πολιτικών και οικονομικών εξελίξεων σε άμεσους ανταγωνιστές της (Ελλάδα, Τουρκία).³⁸ Η επίσημη ιστοσελίδα της χώρας είναι η

³⁶ Ανακτήθηκε από " άρθρο της εφημερίδας " Καθημερινή " ", "
<http://www.kathimerini.gr/780485/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/symmaxia-me-thn-google-gia-thn-provolh-toyristikwn-epixeirhsewn>"

³⁷ World Tourism Organization, 2005

³⁸ Ανακτήθηκε από το άρθρο " <http://www.newmoney.gr/palmos-oikonomias/europsi/item/218960-aikisiti-ston-tourismo-tis-problepei-i-kroatia-logo-elladas> "

www.croatia.hr που βοηθά τους χρήστες να οργανώσουν την επίσκεψή τους στην Κροατία, παρέχοντας χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με την διαμονή, τις μετακινήσεις και άλλα.

SOCIAL MEDIA

Ως κοινωνικά δίκτυα εννοούμε τις φόρμες που έχουν δημιουργηθεί και λειτουργούν στον χώρο του διαδικτύου. Η ύλη τους βασίζεται στην επιθυμία και την βούληση του κάθε χρήστη, οι οποίοι έχουν την δυνατότητα να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους.³⁹ Από τα δημοφιλέστερα social media με μεγάλη απήχηση είναι:

- § Facebook, διαθέτει περίπου 1.200.000.000 χρήστες
- § Twitter, 232.000.000 χρήστες περίπου
- § Google Plus, έχει περίπου 300.000.000 ενεργούς χρήστες
- § Youtube, έχει 1.000.000.000 περίπου μοναδικούς χρήστες

βοηθώντας έτσι να δημιουργούνται νέες κοινωνικές επαφές μεταξύ των χρηστών καθώς και να ανταλλάσσουν εικόνες, βίντεο και να διαφημίζουν ένα προϊόν, άτομο ή μια επιχείρηση.

TA SOCIAL MEDIA ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας στο κομμάτι της επικοινωνίας έχει αλλάξει ριζικά την συμπεριφορά τόσο των απλών πολιτών όσο και των επιχειρήσεων. Όλο και περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα social media ως βασικό συστατικό της επικοινωνίας τους με το ευρύτερο κοινό. Παρατηρείται έτσι λοιπόν μία ενεργή συμμετοχή των εταιρειών είτε προβάλλοντας video είτε διαφημίζονται μέσα από τουριστικές και όχι μόνο ιστοσελίδες. Ακόμα, τα social media χρησιμοποιούνται ως ένα εργαλείο έρευνας για τις τάσεις της αγοράς, καθώς και για τις υπηρεσίες που προσφέρουν συγκριτικά με τις επιθυμίες του κοινού που απευθύνονται.

³⁹ *Safko, Freeman 2010*

Η συνεισφορά των social media ιστοσελίδων όπως το Youtube , Facebook και Twitter δίνουν μεγάλες ευκαιρίες στον τουρισμό καθώς προσφέρουν τη δυνατότητα να φτάσει μια εικόνα, ένα video, ένα σχόλιο σε εκατοντάδες ανθρώπους γρήγορα και με μηδενικό κόστος. Για παράδειγμα οι ιστοσελίδες TripAdvisor και Google Maps(ιστοσελίδες με μεγάλο αριθμό χρηστών) αποτελούν βασικό σημείο αναφοράς για κάθε τουριστική εταιρεία που θέλει να ενισχύσει την εικόνα της.⁴⁰

Τα social media αποτελούν βασικό συστατικό για την προβολή και την προώθηση τουριστικών υπηρεσιών και για την ανεύρεση νέων χρηστών και επενδυτών. Επίσης, προσδίδουν αναγνωρισιμότητα και κύρος με αποτέλεσμα την γνωστοποίηση της τουριστικής επιχείρησης σε μεγάλο αριθμό ανθρώπων. Τέλος, ενισχύει την άμεση επικοινωνία με το κοινό καθώς και την ανταγωνιστικότητα με τις άλλες τουριστικές επιχειρήσεις με σκοπό το μεγαλύτερο ποσοστό επίτευξης στόχων στην αγορά, πράγμα που οδηγεί σε καλύτερες τιμές για τους πελάτες και ωθεί τις τουριστικές επιχειρήσεις στην αναζήτηση νέων ιδεών.

⁴⁰ *Miguens, Baggio, Costa , 2008*

Κεφάλαιο 4:

E-MAGAZINE

Στο κεφάλαιο αυτό θα δούμε τα ηλεκτρονικά περιοδικά που ήρθαν και ήδη έχουν αρχίσει να αντικαθιστούν τα παραδοσιακά περιοδικά, για τα οποία έγινε λόγος σε προηγούμενο κεφάλαιο. Τα ηλεκτρονικά περιοδικά ή αλλιώς γνωστά και ως e-magazine, τα οποία εμφανίστηκαν στο προσκήνιο τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει να κερδίζουν όλο και μεγαλύτερη μερίδα του κοινού. Επίσης θα προσπαθήσουμε να κατηγοριοποιήσουμε και να εξετάσουμε τα οικονομικά στοιχεία τους. Τέλος, θα προσπαθήσουμε να δούμε πως σχεδιάζεται και πως δημιουργείται ένα e-magazine από το πρώτο κιόλας στάδιο.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ E-MAGAZINE;

Τα e-magazine είναι περιοδικά που παρέχουν το περιεχόμενό τους σε ηλεκτρονική μορφή. Η παραγωγή τους γίνεται με δύο τρόπους :

- α) μέσω κάποιου εκδότη ,
- β) είτε μέσω κάποιου άλλου φορέα ο οποίος διαθέτει την σχετική άδεια για την ψηφιοποίηση του περιεχομένου του περιοδικού.

Το ηλεκτρονικό περιοδικό, τώρα, μπορεί να διατίθεται στον αναγνώστη δωρεάν ή με την καταβολή κάποιας συνδρομής η οποία μπορεί να είναι μηνιαία, ετήσια (ή οποιαδήποτε άλλη ορίσει ο φορέας). Η συνδρομή αυτή μπορεί να παρέχει στον χρήστη είτε την πλήρη μορφή του ηλεκτρονικού περιοδικού είτε μία μικρή περίληψη αυτού. Τα ηλεκτρονικά περιοδικά μπορεί να εμφανίζουν κοινά χαρακτηριστικά με ένα blog ή με μία online εφημερίδα, όμως μπορούμε να τα ξεχωρίσουμε καθώς διαφέρουν στο approach editorial control, δηλαδή στην προσέγγιση που αφορά το συντακτικό κομμάτι. Πολλά

διαδικτυακά περιοδικά (e-magazine) χρησιμοποιούν αναγνωρίσιμα πρόσωπα, πρόσωπα αγαπητά στο ευρύ κοινό, με στόχο την διαφήμιση αλλά και την προσέλκυση κοινού και επενδυτών, ανθρώπων δηλαδή που μπορούν να βοηθήσουν οικονομικά το εκάστοτε e-magazine. Οι μορφές που μπορεί να έχει είναι δύο :

- HTML, βασική γλώσσα δημιουργίας σελίδων στο διαδίκτυο.
- PDF, αρχείο που περιέχει μέσα του, υπό μορφή εικόνας, διάφορα κείμενα, εικόνες, βιντεο, links (συνδέσμους).⁴¹

Τέλος, κάποια από τα βασικά πλεονεκτήματα του e- magazine είναι η έγκαιρη και εύκολη πρόσβαση στην πιο επίκαιρη πληροφορία από χρήστες σε απομακρυσμένες περιοχές. Συν τοις άλλοις με την διάδοση του ηλεκτρονικού περιοδικού σημαντική ήταν η μείωση των εξόδων που αφορούσαν τόσο την εκτύπωση όσο και την διανομή που είχαν τα παραδοσιακά έντυπα περιοδικά. Επιπλέον η τεχνολογία σήμερα επιτρέπει στους εκδότες των e-magazine να δημιουργήσουν ένα ευχάριστο περιβάλλον στον χρήστη με μηδαμινά έξοδα και μεγάλο αριθμό επισκέψεων.

ΠΟΙΑ ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΕΛΕΥΘΕΡΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ

Κατ' αρχάς, το ηλεκτρονικό περιοδικό παρέχει την δυνατότητα στους δημιουργούς του να διοχετεύουν άμεσα το περιεχόμενο των έργων τους στο ευρύ κοινό, βοηθώντας παράλληλα την διάχυση της γνώσης στην πλειονότητα των χρηστών. Επίσης, παρά τον διαφορετικό τρόπο έκδοσης του περιοδικού(ηλεκτρονικά πλέον) ο τρόπος άσκησης της κριτικής δεν έχει αλλάξει. Επιπλέον, η δημιουργία ενός e-magazine ή η διαφήμιση μέσου αυτού επιδρά θετικά στην αναγνωρισιμότητα και την απήχηση στο καταναλωτικό και όχι μόνο κοινό. Τέλος, ορατή είναι η συμβολή

⁴¹ Ανακτήθηκε από "https://el.wikipedia.org/wiki/ηλεκτρονικό_περιοδικό"

τους στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας καθώς και στο κοινωνικό σύνολο ευρύτερα.⁴²

ΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΣΤΑ E-MAGAZINE.

Σε πρώτο στάδιο οι εκδότες αναρτούσαν το εκτυπωμένο περιοδικό στο διαδίκτυο, καθώς έως τότε δεν γνώριζαν τις δυνατότητες που μπορούσε να τους παρέχει το Internet. Ωστόσο κάποιοι από τους εκδότες και τους δημοσιογράφους των παραδοσιακών περιοδικών είχαν αντιληφθεί την "κερδοφορία" καθώς και τις δυνατότητες που θα μπορούσαν να έχουν από το Internet και έτσι σιγά - σιγά αρχίζουν να εκδίδονται τα πρώτα ηλεκτρονικά περιοδικά. Στα τέλη της δεκαετίας του 1990 οι εκδότες των περιοδικών άρχισαν να εγκλιματίζονται στις διαδραστικές και πληροφοριακές δυνατότητες που τους παρέχει το Internet.

Στην εποχή μας, η έννοια του e-magazine είναι ταυτόσημη με την έννοια του παραδοσιακού περιοδικού. Παρά το γεγονός ότι τα e-magazine είναι ιδιαιτέρως βολικά αντιμετωπίζονται με κάποιο είδος "φόβου" τόσο από τους εκδοτικούς οίκους που φαίνονται δύσπιστοι για την έκδοση ενός ηλεκτρονικού περιοδικού όσο και από την εμμονή αυτών(εκδοτικών οίκων) να συμβαδίσουν τα χαρακτηριστικά του ηλεκτρονικού περιοδικού με του παραδοσιακού σε θέματα μορφής, ύλης, κυκλοφορίας και άλλα.

Η πρώτη προσπάθεια για την έκδοση e-magazine τοποθετείται χρονολογικά το 1978 με το περιεχόμενο του περιοδικού να αφορά θέματα ψυχολογίας. Όμως η έλλειψη γνώσεων πληροφορικής τόσο από τους συντάκτες όσο και από το κοινό είχε ως αποτέλεσμα την δυσκολία στην χρήση.⁴³

Το πρώτο e-magazine έκανε την εμφάνισή του στον χώρο του διαδικτύου τον Ιούλιο του 1995 με τίτλο " Salon.com ". Δημιουργός του ηλεκτρονικού αυτού του περιοδικού ήταν ο David Talbot. Με το που αναρτήθηκε στο διαδίκτυο το περιοδικό

⁴² Ανακτήθηκε από το " <http://openaccess.gr/journals/what.dot> "

⁴³ Varian, 1997, Ανακτήθηκε από το "<http://people.ischool.berkeley.edu/~hal/Papers/publish.html>"

αυτό είχε τεράστια προώθηση και διαφήμιση από τα ΜΜΕ. Το συγκεκριμένο περιοδικό είχε μεγάλο αριθμό χρηστών καθώς το επισκέπτονταν μηνιαίως περίπου 5.8 εκατομμύρια μοναδικοί χρήστες.⁴⁴

Την δεκαετία του 2000 αρκετά online magazine άρχισαν να εκδίδονται και σε έντυπη μορφή ώστε να λειτουργήσουν έτσι ως συμπλήρωμα της διαδικτυακής τους έκδοσης. Με το τέλος της δεκαετίας του 2000 εκτιμάται ότι υπάρχουν περίπου 8000 ηλεκτρονικά- ψηφιακά περιοδικά που έχουν περίπου 30 εκατομμύρια επισκέπτες-αναγνώστες, ενώ πολλά περιοδικά καθώς και εφημερίδες διατίθενται σε eReader μορφή μέσω των βιβλιοπωλείων.

Το 2009 ένα από τα πλέον γνωστά καταναλωτικά περιοδικά παγκοσμίως, το PC Magazine , εκδίδεται αποκλειστικά και μόνο σε ψηφιακή μορφή ζητώντας από τους χρήστες ένα συγκεκριμένο ετήσιο χρηματικό ποσό ώστε να μπορέσουν να αναγνώσουν το περιεχόμενό του.

Το TRVL είναι ένα ψηφιακό περιοδικό που ασχολείται με τον τουρισμό. Ιδρύθηκε στην Ολλανδία από τον φωτογράφο J. Wijnands σε συνεργασία με τον M. Elings, συνεργάτης της Apple. Το 2011 ψηφίστηκε ως το καλύτερο ηλεκτρονικό περιοδικό τουρισμού στο Λονδίνο. Η εφαρμογή του που διατίθεται μέσω του App Store έχει 1,5 εκατομμύρια χρήστες και έχει βαθμολογηθεί με 4,8/5. Το 2014 εξαστοράστηκε πλήρως από την Apple.⁴⁵

Το 2013 η εταιρεία της Samsung ανακοίνωσε την έκδοση μιας εφαρμογής, της READPOINT for Samsung, που θα δίνει την δυνατότητα στους χρήστες να επιλέγουν ανάμεσα σε εκατοντάδες τίτλους ψηφιακών περιοδικών, εφημερίδων, βιβλίων για την δημιουργία δικής τους ψηφιακής βιβλιοθήκης. Η εφαρμογή διατίθεται και για Smartphones, Tablets. Η Samsung με την αγορά είτε smartphone είτε tablet έκανε δώρο στους χρήστες μια προπληρωμένη κάρτα ReadPoint .⁴⁶

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι η πρώτη κοινωνική ομάδα που φαίνεται να προσαρμόστηκε άμεσα στην νέα τάξη πραγμάτων και να ενθουσιάστηκε με τις

⁴⁴ Ανακτήθηκε από το "https://en.wikipedia.org/wiki/Online_magazine"

⁴⁵ Ανακτήθηκε από το "<https://en.wikipedia.org/wiki/TRVL> "

⁴⁶ Ανακτήθηκε από το "<http://techblog.gr/software/readpoint-for-samsung-application-8752/>"

προοπτικές που προσφέρει αυτή είναι οι επιστήμονες που πλέον έχουν την δυνατότητα να πραγματοποιήσουν κάποιους από τους στόχους τους, όπως:

- Η ταχύτερη διάδοση της γνώσης και η δημιουργία ενός νέου περιβάλλοντος απευθυνόμενο σε μεγαλύτερο αριθμό χρηστών.
- Η σωστότερη χρήση της τεχνολογίας για την ενίσχυση της επιστημονικής παραγωγής.
- Η επιστημονική ενημέρωση και γνώση να μην είναι προνόμιο για λίγους.⁴⁷

ΤΑ E-MAGAZINE ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Παλαιότερα, η ιδέα και μόνο ενός ηλεκτρονικού περιοδικού στην Ελλάδα προκαλούσε φόβο και ανησυχία για τις άγνωστες πτυχές της τεχνολογίας. Με τη σταδιακή ανάπτυξη του e-magazine σημειώθηκαν έντονες διαφωνίες μεταξύ των υποστηρικτών του παραδοσιακού έντυπου τύπου και των υποστηρικτών της νέας μόρφης τύπου που βασίζεται πλέον στο διαδίκτυο και τα e-magazine. Ωστόσο όλες αυτές οι διαφωνίες κάμφθηκαν με το ντεμπούτο γνωστών εντύπων στον χώρο του διαδικτύου. Κάποια από τα χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτά είναι το << Athens Voice >> , το << LIFO >> και πολλά άλλα. Βέβαια πέρα από αυτά που εκδίδονται και σε έντυπη και ταυτόχρονα σε ψηφιακή μορφή, υπάρχουν και τα περιοδικά που διατίθενται στους χρήστες αποκλειστικά και μόνο σε ψηφιακή μορφή.

Ένα από τα χαρακτηριστικότερα παραδείγματα των e-magazine στην χώρα μας είναι το << Urban Style Mag >> ή συντομογραφικά USM, το οποίο έχει δημιουργηθεί στην Μυτιλήνη, είναι δίγλωσσο και το περιεχόμενό του αναφέρεται σε θέματα καλλιτεχνικής φύσεως. Το USM εκδίδεται κάθε δύο μήνες και έχει περίπου 10.000 επισκέπτες. Οι συντάκτες του περιοδικού μπορεί να βρίσκονται σε διάφορες τοποθεσίες και το μόνο στοιχείο που χρειάζεται είναι η πρόσβαση τους στο

⁴⁷ Tenopir, King, 1996

διαδίκτυο. Ανάλογα παραδείγματα αποτελούν και τα περιοδικά << Monkie Magazine>> και << Echomone Magazine>> και πολλά άλλα.⁴⁸

Ο Διαπολιτισμός αποτελεί ένα από τα πρώτα e-magazine που γράφτηκαν στην ελληνική γλώσσα. Το περιεχόμενό του βασίζεται κυρίως σε ανέκδοτα αλλά και σε κείμενα που είναι σημαντικά ή και σπάνια για την ελληνική λογοτεχνία. Το e-magazine αυτό χωρίζεται σε 4 θεματικές ενότητες, οι οποίες είναι :

1. Πεζογραφία
2. Ποίηση
3. Μελέτες
4. Συνεντεύξεις

Σκοπός του e-magazine αυτού είναι να δώσει φωνή σε όλους όσους ασχολούνται με την ελληνική αλλά και ξένη λογοτεχνία.⁴⁹

Στον τομέα της πληροφορικής έχουμε το "Περιοδικό". Εκδότης του "περιοδικού" είναι ο Στράτος Μωραΐτης με τον Ζήση Παπαγεωργίου να παρέχει την βοήθειά του στα γραφικά θέματα του περιοδικού. Είναι ένα από τα πιο πρόσφατα ηλεκτρονικά περιοδικά στην χώρα μας, κυκλοφόρησε το 1999, και έχει εξελιχθεί σε ένα από τα πιο έγκυρα και έγκαιρα σημεία πληροφόρησης σχετικά με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Η ύλη του περιοδικού ανανεώνεται συχνά και προσπαθεί να καλύψει και νέους τομείς. Το περιβάλλον του είναι εύχρηστο και προωθεί την άμεση πληροφόρηση που προσφέρει το διαδίκτυο.

Την ίδια χρονική περίοδο, 1999, εκδίδεται από τον Γιάννη Σκλάβο το περιοδικό " FreeStuff Electronic Magazine" με σκοπό την βοήθεια στην δημιουργία ηλεκτρονικών σελίδων. Ως γενικότερος στόχος αυτού του περιοδικού είναι να παρουσιάσει όλα τα μέρη του διαδικτύου που μπορούμε να βρούμε πληροφορίες εντελώς δωρεάν.⁵⁰

⁴⁸ Ανακτήθηκε από το "<http://www.emprosnet.gr/article/41772-ilektronika-periodika-stin-ellada>"

⁴⁹ Ανακτήθηκε από το "http://www.greek-language.gr/greekLang/modern_greek/guides/internet/greek/page_008.html"

⁵⁰ Ανακτήθηκε από το "<http://www.isee.gr/issues/01/special/>"

Το byteme digital, το πρώτο διαδραστικό περιοδικό στην Ελλάδα κυκλοφόρησε επίσημα το 2011. Σχεδιάστηκε με κύριο άξονα την αλληλεπίδραση με τον χρήστη και διατίθεται δωρεάν με την μορφή εφαρμογής για Windows, Mac και iPad. Στα iPad άλλωστε διαφαίνεται να υπάρχει και η καλύτερη δυνατή χρήση της εφαρμογής. Οι χρήστες, αμέσως μετά την εγκατάσταση της εφαρμογής, μπορεί να δουν τα διαθέσιμα τεύχη, τα οποία μπορούν να κατεβάσουν και να διαβάσουν.⁵¹

Το Missum δημιουργήθηκε το 1998 και έχει χρηματοδοτηθεί εξ' ολοκλήρου από την ομάδα που το σχεδίασε. Αν και έχει σχεδιαστεί από το 1998 τώρα βρίσκεται στα πρώτα στάδια της εμφάνισης του. Το Missum λειτουργεί σαν προσωπικό ηλεκτρονικό περιοδικό και είναι διαθέσιμο ως εφαρμογή για tablet. Σκοπός του είναι να ταξινομεί τα άρθρα του με βάση τα ενδιαφέροντα του χρήστη και να του προτείνει τα αντίστοιχα θέματα. Η θεματολογία του προκύπτει ύστερα από αναζήτηση στο διαδίκτυο και τα social media.⁵²

Ο Εθνικός Συλλογικός Κατάλογος Επιστημονικών Περιοδικών (ΕΣΚΕΠ) αποτελεί υπηρεσία του Εθνικού Κέντρου Τεκμηρίωσης (ΕΚΤ). Στον κατάλογο αυτόν συμπεριλαμβάνονται όλα τα επιστημονικά περιοδικά, έντυπα και ηλεκτρονικά, που διαθέτουν οι ελληνικές βιβλιοθήκες, Σήμερα περίπου αριθμεί 100.000 τίτλους περιοδικών. Ο κατάλογος δημιουργήθηκε το 1983 και η βάση ενημερώνεται αυτόματα καθημερινά. Οι χρήστες μπορούν να αναζητήσουν ένα περιοδικό με βάση τον τίτλο, κάποιες λέξεις από τον τίτλο, το ISSN κ.α. Αμέσως μετά το σύστημα του βρίσκει το αντίστοιχο περιοδικό και τις βιβλιοθήκες που είναι άμεσα διαθέσιμο. Επίσης, αν μια βιβλιοθήκη δεν έχει κάποιο περιοδικό δίνεται η δυνατότητα της online παραγγελίας. Τέλος, με την υπηρεσία " Ηλεκτρονική Τοποθεσία " ο χρήστης έχει πρόσβαση στο πλήρες κείμενο των άρθρων ενός περιοδικού.

Τα e-magazine δεν θα μπορούσαν να μείνουν ανεπηρέαστα από την οικονομική κρίση που έχει πλήξει την χώρα μας τα τελευταία χρόνια. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το γεγονός στον χώρο της Παιδείας όπου αρκετοί καθηγητές πανεπιστημίων δεν έχουν πρόσβαση στις διεθνείς επιστημονικές βιβλιοθήκες και πηγές (περιοδικά, βιβλία, βάσεις δεδομένων) λόγω του γεγονότος ότι η Ελληνική Πολιτεία άφησε απλήρωτες τις αντίστοιχες ηλεκτρονικές συνδρομές.

⁵¹ Ανακτήθηκε από το "<http://www.insomnia.gr> "

⁵² Ανακτήθηκε από το "<http://hellenicstartups.gr/missum> "

Το ποσό αυτό ανέρχεται στα 2,5 εκατομμύρια ευρώ αλλά όπως αναφέρουν κυβερνητικές πληροφορίες τα χρήματα θα αντληθούν από κονδύλια του ΕΣΠΑ. Τέλος, όσον αφορά το 2015 έχει εξασφαλιστεί μόνο ο μισός προϋπολογισμός από τον απαιτούμενο για τις συμβάσεις της τριετίας.⁵³

ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ

Κάποια από τα βασικά χαρακτηριστικά που θα πρέπει να έχουν οι ηλεκτρονικές εκδόσεις των περιοδικών είναι:

- Η παροχή εύκολης πλοήγησης στο e-magazine, (εύχρηστο interface).
- Ο έλεγχος πληροφοριών, οι πληροφορίες που δίνονται πρέπει να είναι διασταυρωμένες και επίκαιρες.
- Η δυνατότητα αναζήτησης, δηλαδή να μπορεί ο χρήστης με ένα απλό search να εντοπίζει την πληροφορία που επιθυμεί.
- Τέλος, ο αριθμός ταυτοποίησης, οι ηλεκτρονικές εκδόσεις θα πρέπει να καταχωρηθούν ανεξάρτητα από το παραδοσιακό εκδιδόμενο κείμενο.⁵⁴

Από την άλλη πλευρά, σύμφωνα με τον Charles W. Bailey Jr. τα χαρακτηριστικά που θα πρέπει να έχουν τα ηλεκτρονικά περιοδικά που παρέχουν δωρεάν πρόσβαση είναι:

1. Ο τρόπος επιλογής και ελέγχου να είναι παρόμοιος με αυτόν των παραδοσιακών περιοδικών.
2. Να έχουν ψηφιακή μορφή.
3. Να έχουν ελεύθερη πρόσβαση(εξ' ορισμού).
4. Να δίνουν τη δυνατότητα στους δημιουργούς να κρατούν τα πνευματικά δικαιώματα.

⁵³ Ανακτήθηκε από " Άρθρο της εφημερίδας "Καθημερινής" "

⁵⁴ Cepulkauskaitė, 2000

5. Να έχουν άδεια χρήσης, η οποία δίδεται από τους σχετικούς οργανισμούς.
6. Τα έξοδα έκδοσης να καλύπτονται είτε από μη- κερδοσκοπικούς οργανισμούς είτε από κερδοσκοπικούς.⁵⁵

ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ

Τα ηλεκτρονικά περιοδικά χωρίζονται σε 7 κατηγορίες με βάση τα θέματα στα οποία αναφέρονται και είναι οι εξής:

1. Τα ηλεκτρονικά περιοδικά ποικίλης ύλης: Η ύλη τους ποικίλει και απευθύνεται σε μεγάλο κομμάτι του καταναλωτικού κοινού. Τα e-magazine αυτά μπορεί να έχουν ως θέμα τους την ψυχαγωγία ή την ενημέρωση του κοινού σε κοινωνικά, καλλιτεχνικά, πολιτιστικά δρώμενα.
2. Τα e-magazine ειδικού ενδιαφέροντος: Τα e-magazine αυτά έχουν θεματολογίες που απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες καταναλωτών ενώ καλύπτουν διαφορετικές όψεις ενδιαφέροντος όπως γυναικεία, ανδρικά θέματα.
3. Εμπορικά e-magazine: Τα περιοδικά αυτά απευθύνονται σε εμπορικούς συλλόγους, αντιπροσώπους και γενικά σε ανθρώπους που ασχολούνται με το εμπόριο με στόχο την ενημέρωσή τους για το τι κυκλοφορεί στην αγορά.
4. Τεχνικά περιοδικά: Τα περιοδικά αυτά κάνουν αναφορά σε θέματα εξοπλισμού και υλικών για το σπίτι, την επιχείρηση, το γραφείο.
5. Επαγγελματικά e-magazine: Τα περιοδικά αυτά απευθύνονται σε πιο συγκεκριμένους επιστημονικούς κλάδους επαγγελματιών όπως είναι οι δικηγόροι, οι γιατροί και άλλα επαγγέλματα.
6. Τα επαρχιακά ή περιφερειακά e-magazine: Αναφέρονται σε θέματα που αφορούν έναν συγκεκριμένο τόπο. Οι καταναλωτές σε αυτή την κατηγορία είναι συνήθως κάτοικοι της συγκεκριμένης περιοχής.

⁵⁵ Ανακτήθηκε από το "<http://openaccess.gr/journals/what.dot>"

7. Τα εσωτερικά e-magazine: Τα e-magazine αυτά έχουν ως σκοπό την προώθηση προϊόντων. Τα e-magazine αυτά μπορεί να δημιουργούνται από εταιρείες για να προσελκύσουν με αυτό τον τρόπο το καταναλωτικό κοινό.⁵⁶

Σύμφωνα με επαναλαμβανόμενες έρευνες στην χρονική περίοδο 2000-2003 τα e-magazine ποικίλης ύλης καλύπτουν θέματα όπως μόδα, διατροφή και αισθητική και άλλα. Την ίδια περίοδο τα ηλεκτρονικά περιοδικά ειδικού ενδιαφέροντος στοχεύουν σε συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες αναγνωστών, αποτελώντας βασικό όπλο στα χέρια των επιχειρηματιών για την προσέλκυση κοινού.⁵⁷

ΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ

Πολλοί χρήστες δυσκολεύονται να αναγνώσουν μεγάλο όγκο πληροφοριών από μια οθόνη. Αν και η απήχηση που έχουν τα τελευταία χρόνια οι ηλεκτρονικές εκδόσεις είναι μεγάλη, υπάρχει ωστόσο μια μεγάλη μερίδα χρηστών που προτιμούν να διαβάζουν το περιοδικό στην παραδοσιακή του μορφή (χαρτί). Οι πιο βασικοί λόγοι της επιλογής του αυτής είναι:

- Η έντυπη μορφή αποτελεί στοιχείο πολιτισμού.
- Ο ανθρώπινος νους μπορεί να συγκρατήσει πιο εύκολα κάποια πληροφορία όταν η πληροφορία αυτή συνοδεύεται από "χειροπιαστή" επαφή.
- Η ανάγνωση μέσω μιας οθόνης από ότι η ανάγνωση μιας έντυπης μορφής.
- Τέλος, στην δυσκολία της ανάγνωσης από την οθόνη συμβάλλει και το απαιτούμενο scroll για την μετάβαση στην αρχή ή στο τέλος του κειμένου.

⁵⁶ Παπανικολάου, 1995

⁵⁷ Ζώτος, 1992

ΟΙ ΤΥΠΟΙ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ

Οι τύποι των ηλεκτρονικών περιοδικών χωρίζονται συνήθως σε 3 περιπτώσεις:

1. Η αυτούσια μεταφορά του έντυπου περιοδικού σε ηλεκτρονική μορφή, π.χ. τα περιοδικά της εταιρείας American Computing Machinery (ACM).
2. Πολλά e-magazine εκδίδουν μόνο τους τόμους τους σε έντυπη μορφή και όχι κάθε τεύχος ξεχωριστά, το φαινόμενο αυτό παρατηρείται στο περιοδικό Journal of Artificial Intelligence Research (JAIR).
3. Τέλος, η έκδοση περιοδικών μόνο ηλεκτρονικά, π.χ. το περιοδικό Electronic Transactions of Artificial Intelligence (ETAI).⁵⁸

ΕΙΔΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Φυσικά, όπως έχουμε ήδη αναφέρει τα ελεύθερα ηλεκτρονικά περιοδικά μπορεί να προσφέρουν τόσα πολλά αλλά αντιμετωπίζουν σε αρκετές περιπτώσεις οικονομικά ζητήματα. Έτσι, οι εκδότες αποφάσισαν να υιοθετήσουν διάφορα μοντέλα για διαφορετικά είδη πρόσβασης. Κάποια από αυτά είναι:

- Μερική ανοιχτή πρόσβαση, όπου οι συνδρομητές έχουν πλήρη πρόσβαση ενώ οι άλλοι χρήστες έχουν πρόσβαση στα περιεχόμενα του άρθρου, στην περίληψη του ή σε παραπομπές με αναφορές άλλων συνδέσμων.
- Ελεύθερη πρόσβαση μετά από ένα χρονικό διάστημα. Η ελεύθερη πρόσβαση παρέχεται στους χρήστες μετά το πέρας κάποιου χρονικού διαστήματος που έχουν ορίσει οι εκδότες.

⁵⁸ Παπαθεοδώρου, Τσιμπόγλου, 2001

- Διττή πρόσβαση (dual access) , όπου συνήθως οι μορφές PDF είναι διαθέσιμες μόνο στους συνδρομητές και η HTML μορφή παρέχεται δωρεάν σε όλους.
- Το υβριδικό μοντέλο. Αποτελεί έναν συνδυασμό της ανοιχτής με την περιορισμένη πρόσβαση. Πιο συγκεκριμένα στους δημιουργούς που παρέχουν τα έργα τους δωρεάν επιβάλλεται κάποιο τέλος δημοσίευσης ενώ δεν ισχύει αυτό για αυτούς που επιθυμούν την περιορισμένη πρόσβαση.

Με την χρήση αυτών των μοντέλων είναι εμφανής η βελτίωση σε σχέση με τα παραδοσιακά συνδρομητικά περιοδικά. Ωστόσο και αυτή η μικρή παρεμπόδιση (περιορισμένη πρόσβαση) αποτελεί τροχοπέδη στην διάδοση της γνώσης και προκαλεί μείωση στην αξία του περιεχομένου των ηλεκτρονικών περιοδικών. Μερικές εταιρείες όπως η BioMed Central χρεώνει λιγότερο τους δημιουργούς αλλά τους επιβάλλει να συμμετέχουν στην διαδικασία έκδοσης ενώ αντίθετα η Δημόσια Επιστημονική Βιβλιοθήκη (PLoS) απαιτεί από τους συγγραφείς να καλύψουν ολόκληρο το ποσό που απαιτείται για την έκδοση.⁵⁹

ΠΩΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΝΤΑΙ ΤΑ ΕΛΕΥΘΕΡΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Τα κύρια έξοδα που μπορεί να έχουν τα ελεύθερα ηλεκτρονικά περιοδικά είναι κυρίως λειτουργικά και διαχειριστικά. Καθώς, ωστόσο η επιβολή συνδρομής αποκλείεται εξ' ορισμού (ελεύθερα) τα ηλεκτρονικά περιοδικά καλούνται να βρουν νέες πηγές χρηματοδότησης για να καλύψουν τις ανάγκες τους. Σύμφωνα με τον Peter Suber μερικοί από αυτοί είναι:

- a. Η επιβολή κάποιου ειδικού τέλους στα κείμενα, στα οποία έχει δοθεί η σχετική έγκριση για δημοσίευση που μπορεί να καλύπτεται είτε από τον δημιουργό του κειμένου είτε από τις ερευνητικές ομάδες που μπορεί να ανήκουν οι δημιουργοί

⁵⁹ Ανακτήθηκε από το "<http://openaccess.gr/journals/what.dot>"

- b. Επιχορηγήσεις που μπορεί να λάβει ο εκδότης.
- c. Επιδοτήσεις είτε από κρατικό φορέα είτε από επαγγελματικές ενώσεις.
- d. Επιπλέον χρεώσεις για κάποιες λειτουργίες όπως (υπηρεσίες σύστασης, δημιουργία αντίστοιχης έντυπης έκδοσης).⁶⁰

ΕΚΔΟΤΙΚΟΙ ΟΙΚΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ

Οι δύο από τους κορυφαίους και πιο δημοφιλείς εκδοτικούς οίκους ηλεκτρονικών περιοδικών παγκοσμίως είναι:

- O Elsevier: Ο εκδοτικός οίκος Elsevier ασχολείται με θέματα επιστήμης και υγείας. Στόχος του είναι να παρέχει χρήσιμες πληροφορίες και εργαλεία στο αναγνωστικό κοινό του (φοιτητές, πανεπιστημιακούς και ερευνητές) με σκοπό την βελτιστοποίηση της δουλειάς του. Η θεματολογία στην οποία κινείται ο οίκος Elsevier χωρίζεται σε δύο κλάδους: α) στον επιστημονικό κλάδο και β) στον κλάδο της υγείας. Οι υπηρεσίες του προσφέρονται σε ηλεκτρονική και έντυπη μορφή καθώς επίσης και σε αναφορές. Ο εκδοτικός αυτός οίκος ξεκίνησε να δημοσιεύει ηλεκτρονικά περιοδικά από την δεκαετία του '80 και έχει φτάσει να έχει περισσότερους από 30 εκατομμύρια αναγνώστες παγκοσμίως.⁶¹
- Emerald: Ο εκδοτικός οίκος Emerald μετράει ήδη 40 χρόνια στον τομέα της έκδοσης επιστημονικών περιοδικών. Η θεματολογία του εκτείνεται από την πληροφορική μέχρι την υγεία και την οικονομία. Σκοπός του είναι να παρέχει στο αναγνωστικό κοινό, έρευνες που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν άμεσα με σκοπό την βελτίωση του κόσμου. Όμως, οι χρήστες αντιμετωπίζουν προβλήματα πρόσβασης καθώς μπορούν να μπουν μόνο όσοι είναι συνδρομητές ή όσοι ανήκουν σε μεγάλα πανεπιστημιακά ιδρύματα.⁶²

⁶⁰ Ανακτήθηκε από το "<http://openaccess.gr/journals/what.dot> "

⁶¹ Hunter, 1998

⁶² Ανακτήθηκε από το "<http://www.emeraldinsight.com/> "

ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ

Οι πρώτες ενδείξεις δείχνουν ότι τα ηλεκτρονικά περιοδικά θα είναι φθηνότερα σε σχέση με την έκδοση των παραδοσιακών περιοδικών. Τα έξοδα μετατροπής ενός περιοδικού σε ηλεκτρονική μορφή θα επιφέρει μείωση περίπου 30% στα έξοδα της επιχείρησης, δηλαδή στα έξοδα που αφορούσαν την εκτύπωση και την διανομή των εντύπων. Βέβαια ενώ πολλοί θα περίμεναν ότι τα ελεύθερα ηλεκτρονικά περιοδικά θα κυριαρχούσαν στην αγορά οι μελετητές του φαινομένου αυτού πιστεύουν ότι στο τέλος θα κυριαρχήσουν τα περιοδικά που έχουν κάποιο κόστος συνδρομής. Φυσικά και αυτά θα αναγκαστούν να μειώσουν το ποσό της συνδρομής τους λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας που θα μειώσουν το κόστος της έκδοσής τους.

Το κόστος έκδοσης ενός ηλεκτρονικού περιοδικού καθορίζεται

- α) από τον editor (υπεύθυνο ύλης),
- β) το χρηματικό ποσό που χρειάζεται για την δημιουργία και την συντήρηση ενός site στο Internet και
- γ) από τον εκδοτικό οίκο που αναλαμβάνει την επιμέλεια των τευχών, την προώθηση στο εμπορικό κόσμο και τον έλεγχο του αριθμού των συνδρομών στο περιοδικό. Οι εκδοτικοί οίκοι από την άλλη, χωρίζονται σε 2 κατηγορίες:

- Στους εμπορικούς όπως οι Elsevier, Springer.
- Στους μη κερδοσκοπικούς που ανήκουν είτε σε πανεπιστήμια π.χ. MIT Press είτε σε επιστημονικές ομάδες π.χ. Institute of Physics.

Όσον αφορά τον παραδοσιακό έντυπο τύπο παρά τους διαφορετικούς τρόπους λειτουργίας των εκδοτικών οίκων παρατηρείται μια αύξηση του ποσού της συνδρομής που απαιτείται από τους χρήστες για τις υπηρεσίες τους. Σύμφωνα με την Association of Research Libraries, την περίοδο 1986-1997 το κόστος των επιστημονικών περιοδικών αυξήθηκε κατά 169% όταν ο δείκτης τιμών καταναλωτή αυξήθηκε κατά 46%. Ανάλογα είναι και τα ποσοστά στα ηλεκτρονικά περιοδικά διότι είτε είχαν τον ίδιο εκδότη είτε παρόμοια τιμή.

Καθώς η τιμή των ηλεκτρονικών περιοδικών είναι παρόμοια με αυτή των αντίστοιχων έντυπων εκδόσεων παρατηρείται σε αρκετές περιπτώσεις η ανάγνωση ηλεκτρονικών περιοδικών δωρεάν αφού η σχετική έντυπη έκδοση περιλαμβάνει κάποιο κόστος αγοράς από το βιβλιοπωλείο. Επίσης αρκετοί εκδότες ζητούν επιπλέον από τις βιβλιοθήκες λόγω της αυξανόμενης πώλησης των ηλεκτρονικών περιοδικών. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του περιοδικού Physical Chemistry της ACS, που η ηλεκτρονική του μορφή κοστίζει 100% επί της έντυπης ετήσιας συνδρομής του.

Η επιλογή των ηλεκτρονικών περιοδικών γίνεται και με τον παραδοσιακό τρόπο που συνήθως αφορά θέματα όπως η ύλη, η γλώσσα, η συντακτική ομάδα αλλά βασίζεται και στην σύγχρονη εποχή καθώς πρέπει να γνωρίζουν οι αναγνώστες σε τι μορφή είναι διαθέσιμο, την διαδικασία πρόσβασης στο περιεχόμενό του και κατά πόσο είναι εύκολη η πλοήγηση σε αυτό.

Ωστόσο είναι προφανές ότι οι βιβλιοθήκες δυσκολεύονται να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα και συχνά αντιμετωπίζουν θέματα σχετικά με την διαχείριση των ηλεκτρονικών περιοδικών. Μερικά από αυτά είναι:

- Οικονομικά ζητήματα
- Ποια περιοδικά θα αποτελούν το ψηφιακό αρχείο
- Θέματα που σχετίζονται με την πρόσβαση και την ασφάλεια του περιοδικού
- Κόστος για την αγορά και την συντήρηση του εξοπλισμού που απαιτείται για την σωστή λειτουργία τους.⁶³

⁶³ Παπαθεοδώρου, Τσιμπόγλου, 2001

ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Οι τρόποι αντιμετώπισης του κόστους του ηλεκτρονικού περιοδικού είναι οι εξής:

- a. Συνεργασία μεταξύ των βιβλιοθηκών έτσι ώστε να μειωθούν τα λειτουργικά έξοδα. Επίσης κάποιες βιβλιοθήκες ζητούν από τον εκδότη να έχουν πλήρη πρόσβαση σε όλες τις εκδόσεις του, παλιότερες και νεότερες, με χαμηλότερο κόστος συνδρομής. Η πιο γνωστή συνεργασία στην Ελλάδα αποτελεί το Δίκτυο Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών (HEAL-Link).⁶⁴
- b. Η διανομή δωρεάν ερευνητικού υλικού από τις επιστημονικές ενότητες. Μια τέτοια ενέργεια θα πρόσφερε πληθώρα πληροφοριών και γνώσεων σε ερευνητικές ομάδες π.χ. η JSTOR.
- c. Η έκδοση ποιοτικών ηλεκτρονικών περιοδικών να διατίθενται στην ερευνητική κοινότητα δωρεάν σε συνεργασία με τις βιβλιοθήκες που θα διαθέτουν την απαραίτητη τεχνογνωσία. Η προσπάθεια αυτή θα πρέπει να στηρίζεται σε 3 κυρίως άξονες:
 1. Η γνώση θα πρέπει να φτάνει δωρεάν στα επιστημονικά μέλη.
 2. Οι τιμές θα πρέπει να παραμείνουν σταθερές ειδάλλως δυσκολεύεται το έργο των επιστημόνων.
 3. Σωστή εκμετάλλευση της τεχνολογικής γνώσης που επιτρέπει την έκδοση των ηλεκτρονικών περιοδικών με χαμηλό κόστος.⁶⁵

Έτσι περνούμε από την απομόνωση στη συνεργασία και με την εξέλιξη της τεχνολογίας πιστεύουμε στην καλύτερη αξιοποίηση της ψηφιακής πληροφορίας.⁶⁶

⁶⁴ Xenidou-Dervou, Tzedaki, Fragkou-Mratsiou, Korfiati, 2000

⁶⁵ Παπαθεοδώρου, Τσιμπόγλου, 2001

⁶⁶ Τσιμπόγλου, 2008

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΚΑΙ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Οι θετικές επιστήμες κατέχουν το μεγαλύτερο ποσοστό στα ελεύθερα ηλεκτρονικά περιοδικά καθώς έχουν στην στήριξη των εκδοτικών οίκων και τα αποτελέσματά τους έχουν άμεση εφαρμογή. Αντιθέτως, μικρός είναι ο αριθμός των ηλεκτρονικών περιοδικών που αφορούν θέματα σχετικά με την κοινωνία και τις ανθρωπιστικές επιστήμες. Αυτό συμβαίνει διότι οι δημιουργοί τους προτιμούν την παραδοσιακή μέθοδο έκδοσης (π.χ. βιβλία). Άλλη μια διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα στις δυο αυτές επιστήμες είναι το θέμα της γλώσσας. Ενώ στις θετικές επιστήμες η πιο πολυχρησιμοποιημένη γλώσσα είναι η Αγγλική, στις ανθρωπιστικές επιστήμες η χρήση της κυμαίνεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Τέλος, κάποια από τα κριτήρια που ακολουθούνται και συμβάλλουν δυναμικά στην πρακτική που ακολουθούν τα ηλεκτρονικά περιοδικά είναι:

- Η αξιολόγηση από ουδέτερους χρήστες.
- Το κύρος και το επιστημονικό επίπεδο των συμμετεχόντων στην συντακτική ομάδα.
- Η ποιότητα του δημοσιευμένου κειμένου (π.χ. αν υπάρχουν ορθογραφικά λάθη).⁶⁷

ΤΑ ΜΕΣΑ ΠΟΥ ΑΠΑΙΤΟΥΝΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΔΟΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- Domain name: Θα χρειαστείτε έναν χώρο για να αποθηκεύσετε το περιοδικό σας online. Ένα website ή ένα blog θα ήταν το ιδανικό για εσάς καθώς θα είχατε τον πλήρη έλεγχο και θα μπορούσατε να προωθήσετε το περιοδικό όπως θέλετε εσείς. Ένα καλό domain name αποτελεί την καλύτερη επιλογή για ένα καλό brand. Για να

⁶⁷ Ανακτήθηκε από το "<http://openaccess.gr/journals/what.dot>"

φιλοξενήσετε το περιοδικό σας μπορείτε να δημιουργήσετε τον δικό σας ιστοχώρο ή να προπληρώσετε έναν για 2 έτη συνήθως. Τέλος, αν επιλέξετε την διανομή δωρεάν, μια καλή λύση είναι το WordPress.com, το οποίο προσφέρει ένα blog, καθώς και ένα μικρό web hosting. Φυσικά μην το μπερδεύετε με το wordpress.org, το οποίο προσφέρει λογισμικό blog όταν όμως έχετε την δική σας ιστοσελίδα.

- Λογισμικό FTP: Χρειάζεστε επίσης ένα λογισμικό FTP να ανεβάσετε τα αρχεία του περιοδικού σας. Μια καλή και αξιόπιστη λύση είναι το SmartFTP, το οποίο είναι και πολύ εύκολο στην χρήση. Επίσης μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το FileZilla, το οποίο είναι δωρεάν. Τέλος, άλλη μια εναλλακτική λύση είναι να χρησιμοποιήσετε μια διεπαφή χρήστη (user interface) για να φορτώσετε τα αρχεία σας, κάτι το οποίο ίσως σας δυσκολέψει λίγο.
- Επεξεργαστή κειμένου: Μια καλή επιλογή είναι να χρησιμοποιήσετε το Microsoft Word 2007 και να αποθηκεύσετε ως μορφή PDF ή XPS. Μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε το Adobe Acrobat, καθώς μπορείτε να γράφετε απευθείας σε PDF αρχείο.
- Επεξεργασία εικόνας: Ακόμα και αν είστε πολύ δημιουργικοί και κάνετε όλα τα είδη της μορφής κειμένου όπως γραμματοσειρές, bolds, πλάγια γραφή και το χρωματιστό κείμενο, αν ο σκοπός σας δεν είναι απλώς να δημοσιεύσετε ένα κείμενο τότε το περιοδικό σας θα μοιάζει πολύ " φτωχό ". Θα μπορούσατε έτσι να χρησιμοποιήσετε το πρόγραμμα Paint που περιέχεται στην έκδοση των Windows ή το λίγο πιο ακριβό Photoshop (απαιτείται " κατέβασμα"). Και τα δύο είναι χρήσιμα καθώς προσφέρουν layers, πολλά εφέ εικόνας και έχουν την υποστήριξη plug-in (σε περίπτωση που δεν έχετε το επιθυμητό αποτέλεσμα με την προεπιλεγμένη εγκατάσταση).
- Φωτογραφική μηχανή ή κάμερα τηλεφώνου: Δεν είναι απαραίτητη η χρήση τους αλλά είναι ένας εύκολος τρόπος για να φορτώσετε εικόνες. Δεν χρειάζεται να είστε κάποιος ειδικός φωτογράφος αλλά μην περιμένετε εντυπωσιακά αποτελέσματα με τον βασικό εξοπλισμό και γνώση. Μια καλή λύση είναι να τραβήξετε φωτογραφίες ακόμα και αν δεν τις χρησιμοποιήσετε. Φυσικά αν αποφασίσετε να δημοσιεύσετε

μία, μπορείτε να την επεξεργαστείτε με κάποιο πρόγραμμα που αναφέρθηκε παραπάνω. Απλώς, να θυμάστε ότι αν θέλετε να χρησιμοποιήσετε φωτογραφίες θα πρέπει να το κάνετε εντός της προθεσμίας μέχρι την έκδοση του επόμενου τεύχους του περιοδικού σας.⁶⁸

⁶⁸ Ανακτήθηκε από το "<http://polymathprogrammer.com/downloads/howto-self-publish-magazine.pdf>"

Κεφάλαιο 5

ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑΤΙ

Το πρακτικό κομμάτι της εργασίας μας αποτελείται από την δημιουργία ενός ηλεκτρονικού περιοδικού το οποίο θα αναφέρεται σε έξι ευρωπαϊκές χώρες. Η κάθε ευρωπαϊκή χώρα θα αποτελείτε από δύο σαλόνια και συνολικά το από τέσσερις σελίδες. Στις δυο πρώτες (σελίδες), θα υπάρχει μια μικρή περιγραφή της χώρας, καθώς και κάποιες λεπτομερές, φωτογραφίες και video. Στις επόμενες δύο σελίδες θα εμφανίζονται κάποια τουριστικά πακέτα του ταξιδιωτικού γραφείου με προσφορές από κάποιες πόλεις της κάθε χώρας.

Για την δημιουργία του πρακτικού μέρους που αφορά ένα ηλεκτρονικό περιοδικό έγινε η χρήση του προγράμματος Adobe InDesing. Η επιλογή του συγκεκριμένου προγράμματος έγινε καθώς θελήσαμε να έχουμε την δυνατότητα τόσο του ξεφυλλίσματος όσο και την παρουσίαση ως περιοδικό.

Ανοίγοντας λοιπόν το InDesing πήγαμε στην γραμμή εντολών και επιλέξαμε File→ New → Document → ορίσαμε ως page size τις διαστάσεις A4 → Ok. Έτσι στο χώρο εργασίας του InDesing δημιουργήθηκε η πρώτη σελίδα η οποία θα αποτελέσει και το εξώφυλλο του ηλεκτρονικού περιοδικού. Στην συνέχεια για την πρόσθεση περισσότερων σελίδων πήγαμε στην γραμμή εντολών στην εντολή: Window →Pages → και σύραμε τις σελίδες ώστε να δημιουργηθούν τα απαραίτητα "σαλόνια" και το οπισθόφυλλο για το περιοδικό.

ΑΡΙΘΜΗΣΗ ΣΕΛΙΔΩΝ

Η αρίθμηση των σελίδων αποτελεί ένα βασικό συστατικό για κάθε ηλεκτρονικό και μη περιοδικό. Έτσι λοιπόν για την αρίθμηση των σελίδων του

ηλεκτρονικού περιοδικού ακλουθήσαμε την εξής διαδικασία: πρώτα πήγαμε να δώσουμε αρίθμηση στις μόνες σελίδες. Έτσι λοιπόν από το window → pages ανοίξαμε το παράθυρο διαλόγου "Pages" εκεί κάναμε διπλό κλικ στο A-master και στην συνέχεια χρησιμοποιήσαμε από την εργαλειοθήκη το Type tool όπου και κάναμε ένα πλαίσιο κειμένου στο κάτω μέρος της αριστερής σελίδας. Στην συνέχεια πήγαμε στην γραμμή εντολών και συγκεκριμένα στην εντολή Type → insert special character → markers → current page number. Με την ολοκλήρωση αυτής της διαδικασίας στο μέρος που είχαμε κάνει το πλαίσιο κειμένου εμφανίστηκε ο χαρακτήρας "A" ενώ κάνοντας απλό κλικ σε κάποιο σημείο της A-master εμφανιστήκαν σε όλες τις μόνες σελίδες η αντίστοιχη αρίθμηση τους. Την ίδια διαδικασία ακλουθήσαμε και για τις ζυγές σελίδες του περιοδικού δηλαδή πήγαμε στο window → pages ανοίξαμε το παράθυρο διαλόγου "Pages" εκεί κάναμε διπλό κλικ στο A-master και στην συνέχεια χρησιμοποιήσαμε από την εργαλειοθήκη το Type tool όπου και κάναμε ένα ακόμα πλαίσιο κειμένου στο κάτω μέρος της δεξιάς αυτή την φορά σελίδας ενώ μετά από την γραμμή εντολών επιλέξαμε Type → insert special character → markers → current page number. Με την ολοκλήρωση και αυτής της διαδικασίας στο μέρος των δεξιών σελίδων εμφανιστήκαν με την σειρά όλοι οι ζυγοί αριθμοί σελίδων.

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΤΙΤΛΟΥ ΤΟΥ E-MAGAZINE ΩΣ ΔΕΙΚΤΗΣ

Για να εμφανίσουμε σε όλες τις αριστερές σελίδες του περιοδικού τον τίτλο του στην κάτω αριστερή γωνιά, δίπλα από την αρίθμηση των σελίδων, ακλουθήσαμε την εξής διαδικασία: Ανοίξαμε το παράθυρο διαλόγου "Pages" και κάναμε διπλό κλικ στην σελίδα A-Master. Με το κλικ αυτό, μας ανοίχτηκε η σελίδα αυτή και περνώντας από την εργαλειοθήκη το type tool σχεδιάσαμε ένα text box στην κάτω αριστερή γωνιά του περιοδικού δίπλα από το text box που είχαμε κάνει για την αρίθμηση των σελίδων. Μέσα σε αυτό το text box γράψαμε το τίτλο του περιοδικού δηλαδή το "Discover Europe". Τον τίτλο του περιοδικού το γράψαμε με γραμματοσειρά Myriad Pro δεκαέξι στιγμών και το χρώμα των γραμμμάτων το ορίσαμε ως μαύρο. Υστέρτα επιλέξαμε με το selection tool το text box και πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου

"Animation" και στο πεδίο preset επιλέξαμε την επιλογή pulse και στο πεδίο duration ορίσαμε τον χρόνο στο 1 second. Με αυτόν τον τρόπο δώσαμε κίνηση στο κάτω μέρος των αριστερών σελίδων.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΚΟΥΜΠΙΩΝ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA

Για την δημιουργία των κουμπιών η διαδικασία που ακλουθήσαμε χωρίζεται σε δυο κομμάτια το ένα κομμάτι άφορα το πρόγραμμα του Illustrator και το άλλο κομμάτι άφορα το πρόγραμμα του In Design. Ας αρχίσουμε όμως την ανάλυση από το πρώτο κομμάτι. Για να δημιουργήσουμε τα κουμπιά των social media ανοίξαμε το πρόγραμμα της Adobe Illustrator και στο file → New φτιάξαμε ένα καινούργιο document. Αρχικά εισάγαμε στο χώρο εργασίας από το file→ place τις φωτογραφίες που απεικονίζουν τα λογότυπα του facebook⁶⁹, του twitter⁷⁰, του instagram⁷¹ και του google+⁷² και δώσαμε σε όλες, τις διαστάσεις : w=25 και h=25. Πάνω από κάθε φωτογραφία σχεδιάσαμε ένα τετράγωνο με το εργαλείο rounded rectangle tool. Η χρήση του συγκεκριμένου εργαλείου έγινε γιατί θελήσαμε να δώσουμε στις άκρες του τετραγώνου μια αίσθηση καμπυλότητας, έτσι και έγινε επιλέξαμε με το selection tool κάθε μια φωτογραφία με αντίστοιχο τετράγωνο της και με δεξί κλικ επιλέξαμε την επιλογή make clipping mask. Το αποτέλεσμα αυτών των ενεργειών ήταν να αποκοπούν οι γωνίες των φωτογραφιών και να αποκτήσουν την καμπυλότητα του τετραγώνου που φτιάξαμε αποπάνω τους. Αφού ολοκληρώσαμε την διαδικασία αυτήν, πήραμε τα λογότυπα και με copy and paste τα μεταφέραμε στον χώρο εργασίας του ID οπού εκεί τους δώσαμε νέες διαστάσεις δηλαδή: για το facebook x= 263mm, y= 27.5mm ,w=20mm και h=19mm, για το twitter x= 287.7mm, y= 27.5mm, w=20mm και h=19mm, για το instagram x= 312.4mm, y= 27.5mm, w=20mm και h=19mm και για το google+ x= 337mm, y= 27.5mm, w=20mm και h=19mm. Οι διαστάσεις αυτές θα διατηρηθούν και στις επόμενες σελίδες δηλαδή στις σελίδες:

⁶⁹ Ανακτήθηκε από "https://www.facebook.com/images/fb_icon_325x325.png

⁷⁰ Ανακτήθηκε από "<http://www.coetail.com/seriously/files/2016/04/twitter-logo.png>"

⁷¹ Ανακτήθηκε από "

http://static.wixstatic.com/media/6cc088_c30f4b019df2e2b12eb5311c9c40117d.gif"

⁷² Ανακτήθηκε από "<http://communications.fullerton.edu/lci/images/google-plus.png>"

επτά, έντεκα, δεκαπέντε, δεκαεννέα, είκοσι τρία, και είκοσι επτά. Τώρα όσον άφορα την ολοκλήρωση της διαδικασίας των buttons επιλέξαμε με το selection tool την φωτογραφία του facebook και με δεξί κλικ την επιλογή interactive→ new hyperlink δώσαμε στο πεδίο του url την διεύθυνση της σελίδας του facebook. Υστέρα πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου των buttons και από εκεί δώσαμε στο πεδίο name το όνομα facebook, στο πεδίο actions πατήσαμε το + και από το υπομενου επιλέξαμε την επιλογή go to url και στο πεδίο url επιλέξαμε την διεύθυνση του facebook. Για την φωτογραφία του twitter αφού επιλέξαμε με το selection tool κάναμε δεξί κλικ interactive→ new hyperlink δώσαμε στο πεδίο του url την διεύθυνση της σελίδας του twitter. Υστέρα πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου των buttons και από εκεί δώσαμε στο πεδίο name το όνομα twitter, στο πεδίο actions πατήσαμε το + και από το υπομενου επιλέξαμε την επιλογή go to url και στο πεδίο url επιλέξαμε την διεύθυνση του twitter. Την ίδια διαδικασία ακλουθήσαμε και για την φωτογραφία του instagram την όποια αφού την επιλέξαμε με το selection tool κάναμε δεξί κλικ interactive→ new hyperlink δώσαμε στο πεδίο του url την διεύθυνση της σελίδας του instagram. Υστέρα πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου των buttons και από εκεί δώσαμε στο πεδίο name το όνομα instagram, στο πεδίο actions πατήσαμε το + και από το υπομενου επιλέξαμε την επιλογή go to url και στο πεδίο url επιλέξαμε την διεύθυνση του instagam. Τέλος για την φωτογραφία του google+ αφού επιλέξαμε με το selection tool κάναμε δεξί κλικ interactive→ new hyperlink δώσαμε στο πεδίο του url την διεύθυνση της σελίδας του google+. Υστέρα πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου των buttons και από εκεί δώσαμε στο πεδίο name το όνομα google+, στο πεδίο actions πατήσαμε το + και από το υπομενου επιλέξαμε την επιλογή go to url και στο πεδίο url επιλέξαμε την διεύθυνση του google+.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ BUTTONS "Κλείσε Τώρα"

Το button αυτό δημιουργήθηκε για να δώσει μια ποιο ρεαλιστική όψη και διαδραστικότητα στο περιοδικό. Έτσι λοιπόν δίπλα από κάθε παρουσίαση τουριστικού πακέτου προσθέσαμε αυτό το κουμπί ώστε πατώντας το, να ανοίγει η σελίδα κρατήσεων που θα αναφέρουμε και πιο κάτω. Ας δούμε όμως πως

δημιουργήθηκε το button αυτό. Καταρχάς δημιουργήσαμε στο χώρο του ID ένα rectangle frame tool το οποίο το χρωματίσαμε αρχικά με μπλε χρώμα, ενώ εκ των υστέρων το κουτί αυτό πηρέ και αλλά χρώματα όπως το κόκκινο, το πράσινο και το φούξια και πάνω από αυτό βάλουμε ένα text box. Στην συνέχεια αφού γράψαμε την φράση " Κλειστό Τώρα" με γραμματοσειρά Myriad Pro τριάντα στιγμών και χρώμα λευκό επιλέξαμε τόσο το κείμενο όσο και το τετράγωνο και τα μεταφέραμε με copy and paste στο Illustrator προκειμένου με δεξί κλικ να κάνουμε την διαδικασία του make clipping mask. Αύτη η μεταφορά έγινε γιατί η φράση αύτη χανόταν στην διαδικασία των buttons και έτσι λοιπόν μετά από την ενεργεία αύτη στο Illustrator τα γράμματα πήραν το χρώμα του φόντου και το φόντο το χρώμα των γραμμάτων. Υστέρα και πάλι με copy and paste μεταφέραμε την φράση στο χώρο του ID και επιλεγέντας την με το selection tool κάναμε δεξί κλικ interactive → new hyperlink και στο πεδίο του url τοποθετήσαμε την διεύθυνση της φόρμας και στο πεδίο highlight κλικάρουμε την επιλογή outline. Στην συνέχεια πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου των buttons και από εκεί δώσαμε στο πεδίο actions την επιλογή go to url και στο url επέλεξα το url της φόρμας. Την φράση αύτη έχοντας την δημιουργήσει πλέον ως button ακλουθήσαμε την ίδια διαδικασία , και στα υπόλοιπα χρώματα, δηλαδή στο κόκκινο, στο πράσινο και στο φούξια, την κάναμε copy and paste κληρονομώντας έτσι όλα τα χαρακτηριστικά των button και την τοποθετήσαμε δίπλα από κάθε πακέτο αλλάζοντας μόνο το πεδίο name και δίνοντας του το αντίστοιχο όνομα του πακέτου.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΦΟΡΜΑΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

Η φόρμα κρατήσεων είναι η σελίδα που εμφανίζεται όταν πατάμε το button "κλειστό τώρα", το οποίο βρίσκεται κάτω από κάθε πρόσφορα των τουριστικών πακέτων. Την φόρμα αύτη την κάναμε με σκοπό να δώσουμε στο e-magazine μια extra ρεαλιστικότητα αλλά και διαδραστικότητα καθώς κάνουμε αναφορά σε διαδραστικό e-magazine. Αναλυτικά τώρα του πως δημιουργήθηκε η φόρμα αύτη πήγαμε στο διαδίκτυο και κάναμε αναζήτηση των google forms. Ανοίγοντας την αρχική σελίδα τους, επιλέξαμε την επιλογή "φόρμες" και αφού μεταφερθήκαμε στο




παράθυρο των φορμών πατήσαμε την επιλογή +, η οποία αντιστοιχεί στην δημιουργία νέας φόρμας. Αφού δημιουργήσαμε την νέα φόρμα αρχίσαμε να την διαμορφώνουμε δίνοντας της στην αρχή τίτλο και μια σύντομη περιγραφή. Στην συνέχεια προσθέσαμε έναν ακόμα τίτλο πατώντας την επιλογή "ΤΤ" η οποία αναφέρεται στην εισαγωγή τίτλων για να γράψουμε ότι τα επόμενα πεδία που ακολουθούν αναφέρονται σε στοιχεία της εκδρομής. Κάτω λοιπόν και από τον δεύτερο τίτλο πατήσαμε το + που αναφέρεται στην προσθήκη ερώτησης. Αυτό το κουμπί το πατήσαμε τέσσερις φορές για να δημιουργήσουμε τέσσερις διαφορετικές ερωτήσεις. Έτσι λοιπόν στην πρώτη ερώτηση που αναφέραμε τον προορισμό ορίσαμε ως πλαίσιο απάντησης την σύντομη απάντηση. Στην δεύτερη και τρίτη ερώτηση που αναφερόμαστε στην "αναχώρηση" και στην "άφιξη" ορίσαμε ως πλαίσιο απάντησης την ημερομηνία με σκοπό στο τελικό αποτέλεσμα να εμφανίζεται το ημερολόγιο. Στην τέταρτη ερώτηση που αφορά τον αριθμό των ατόμων ορίσαμε ως πλαίσιο απάντησης τις πολλαπλές επιλογές ενώ πατώντας προσθήκη επιλογής δώσαμε την δυνατότητα επιλογής μιας εκ των τεσσάρων διαφορετικών απαντήσεων. Με αυτή την ερώτηση ολοκληρώσαμε το κεφάλαιο "στοιχεία εκδρομής" και ανοίξαμε ένα νέο με τίτλο "προσωπικά στοιχεία". Ο τίτλος αυτός μπήκε ακολουθώντας την ίδια διαδικασία δηλαδή, πατώντας την επιλογή "ΤΤ". Κάτω από το τίτλο προσθέσαμε έξι ερωτήσεις πατώντας το +. Για τις τρεις ερωτήσεις που αναφέρονται στο email,τηλέφωνο και την χώρα ορίσαμε πλαίσιο απάντησης την σύντομη απάντηση. Για δυο ερωτήσεις που αναφέρονται στο ονοματεπώνυμο και τα σχόλια ορίσαμε ως πλαίσιο απάντησης την παράγραφο. Ενώ στην ερώτηση για λήψη ταξιδιωτικών προσφορών επιλέξαμε ως πλαίσιο απάντησης τα πλαίσια έλεγχου. Κλείνοντας την διαδικασία δημιουργίας αυτής της φόρμας ορίσαμε σχεδόν όλες τις απαντήσεις ως απαραίτητες ενεργοποιώντας σε κάθε ερώτηση την επιλογή "υποχρεωτική".

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ "Tour Travel"

Για την σχεδίαση του λογοτύπου κάναμε χρήση του προγράμματος Illustrator. Αφού ανοίξαμε το Illustrator φτιάξαμε στο file → New ένα καινούργιο document.

Αρχικά από το file→ place εισάγαμε μια φωτογραφία με ένα αεροπλάνο⁷³ την οποία στην συνέχεια την κάναμε ξεπατικωσούρα με την χρήση του εργαλείου pen tool. Αφού ολοκληρώσαμε την διαδικασία της ξεπατικούρας απενεργοποιήσαμε την εμφάνιση της φωτογραφίας από το παράθυρο των layer και δώσαμε στο σχεδιασμένο πλέον αεροπλάνο τα χρώματα του κίτρινου, του γαλάζιου και του γκρι. Μετά το τέλος του χρωματισμού επιλέξαμε όλο το σχέδιο με το selection tool και με δεξί κλικ το κάναμε group ώστε να μην χαθεί κάποιο κομμάτι στις επόμενες μετακινήσεις. Υστέρα προχωρήσαμε στην σχεδίαση του Tour Travel η οποία έγινε με την χρήση του blob brush tool οπού και γράψαμε το λογότυπο. Τελειώνοντας και αυτή την διαδικασία επιλέξαμε και πάλι με το selection tool όλα τα γράμματα και τα κάναμε group με σκοπό στην μετακίνηση τους να μην διαλυθούν. Έχοντας πλέον στο χώρο εργασίας μας δυο γκρουπαρισμένα αντικείμενα επιλέξαμε το αεροπλάνο και το μεταφέραμε πάνω στην ενιαία γραμμή των δυο "T" με στόχο να θεωρηθεί η γραμμή που αφήνει πίσω του το αεροπλάνο. Αφού τοποθετήσαμε λοιπόν και το αεροπλάνο πάνω στην γραμμή των "T" επιλέξαμε πλέον και τα δυο γκρουπαρισμένα αντικείμενα και με δεξί κλικ τα ξανακάναμε group με σκοπό να λειτουργούν ως ένα αντικείμενο. Και έτσι με copy and paste το μεταφέραμε στον χώρο εργασίας του ID.

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΚΟΥΜΠΙΩΝ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ

Τα κουμπιά περιήγησης προκειμένου να μπουν σε όλα τα "σαλόνια" του περιοδικού στην ίδια θέση, να έχουν το ίδιο μέγεθος αλλά και τις ίδιες ιδιότητες δημιουργήθηκαν στην A-Master σελίδα. Η ύπαρξη αυτών των κουμπιών θεωρήθηκε απαραίτητη καθώς δίνει την αίσθηση της διαδραστικότητας και αυτό γιατί με τα κουμπιά αυτά μπορεί κάποιος να μεταβεί σε όποιο "σαλόνι" και αν βρίσκεται στο εξώφυλλο πατώντας το κουμπί  ή στο οπισθόφυλλο με το κουμπί . Τα υπόλοιπα δυο κουμπιά τα οποία ολοκληρώνουν και τα κουμπιά περιήγησης είναι : το βελάκι που έχει αριστερή φορά () και το όποιο πατώντας το σε πηγαίνει στην

⁷³ Ανακτήθηκε απο " <http://pad3.whstatic.com/images/thumb/3/3c/Draw-an-Airplane-Step-5.jpg/670px-Draw-an-Airplane-Step-5.jpg>"

ακριβώς προηγούμενη σελίδα ενώ το βελάκι που έχει δεξιά φορά (►) σε πηγαίνει στην αμέσως επομένη σελίδα.

Ας δούμε τώρα με ποια διαδικασία δημιουργήθηκαν αυτά τα κουμπιά. Από την εντολή window → page ανοίξαμε το παράθυρο διαλόγου Page και από εκεί κάναμε διπλό κλικ πάνω στην σελίδα A-master προκειμένου να δημιουργηθούν εκεί τα κουμπιά και στην συνέχεια να κληροδοτηθούν σε όλα τα "σαλόνια" του περιοδικού. Σχεδιάσαμε εκεί λοιπόν, ένα τετράγωνο χρησιμοποιώντας από την γραμμή εργαλείων το rectangle tool και του δώσαμε τις διαστάσεις w=10 και h=10. Στην συνέχεια αφού επιλέξαμε το τετράγωνο με την χρήση του selection tool πήγαμε στην γραμμή εντολών και ακλουθήσαμε την εξής διαδικασία: object → convert shape → triangle και έτσι δημιουργήθηκε το πρώτο τρίγωνο το οποίο στην συνέχεια το κάναμε rotate 90° του δώσαμε από την χρωματική παλέτα το χρώμα μπλε και μεταφέραμε στο κάτω μέρος της δεξιάς σελίδας του A-master. Έτσι δημιουργήθηκε το ►. Όπως έχουμε επιλεγμένο το τρίγωνο (►) τραβήξαμε από την πάνω πλευρά το χάρακα προκειμένου να φτιάξουμε όλα τα αντικείμενα- τρίγωνα στο ίδιο ύψος. Προχωρώντας επιλέξαμε και πάλι το τρίγωνο με το selection tool και το κάναμε copy and paste και το καινούργιο αυτό τρίγωνο το τοποθετήσαμε ακριβώς δίπλα από το προηγούμενο τρίγωνο ενώ από την γραμμή εργαλείων χρησιμοποιήσαμε το rectangle tool όπου και σχεδιάσαμε ένα τετράγωνο ακριβώς μετά από το τρίγωνο, με αλλά λόγια με αυτό το τρόπο φτιάξαμε το κουμπί που θα μας οδηγεί στο οπισθόφυλλο (►■). Αφού δημιουργήθηκαν τα πρώτα δυο αντικείμενα, στην συνέχεια αφού τα κάναμε και copy and paste πατήσαμε από το πληκτρολόγιο το κουμπί <alt> και από την γραμμή εντολών την επιλογή flip horizontal και αυτό για να αλλάξουμε την φορά των αντικειμένων, και τα Βελή τώρα να πάρουν την αριστερή φορά για τις προηγούμενες σελίδες του περιοδικού καθώς και για το βέλος που θα οδηγεί στο εξώφυλλο.

Αφού ολοκληρώθηκαν σχεδιαστικά τα βελάκια (■◀ ◀▶ ▶■) στην συνέχεια πήγαμε να τα φτιάξουμε και ως buttons. Για να γίνει αυτό στην αρχή με το selection tool επιλέξαμε το αντικείμενο ►■ και πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου των Buttons και εκεί δώσαμε στο πεδίο name: οπισθόφυλλο, στο πεδίο actions πατήσαμε την επιλογή go to last page και στο πεδίο appearance πατήσαμε την επιλογή roll over,

ενώ από την γραμμή των επίλογων πατήσαμε την επιλογή drop shadow για να δώσουμε σκίαση στο κουμπί ►■.

Για την δημιουργία του αντικείμενου ► σε buttons αφού το επιλέξαμε με το selection tool πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου των Buttons δώσαμε το όνομα επόμενο, στο actions επιλέξαμε το go to next page και στο appearance τσεκάρουμε το roll over , ενώ για να δώσουμε και εδώ την σκίαση πατήσαμε το drop shadow από την γραμμή επίλογων.

Για να κάνουμε και το αντικείμενο ◀ button ακλουθήσαμε λίγο πολύ παρομοια διαδικασία με τα προηγούμενα δυο κουμπιά. Αναλυτικά επιλέξαμε το ◀ με το selection tool και προχωρήσαμε στο παράθυρο διαλόγου Buttons δώσαμε όνομα προηγούμενο με λατινικούς χαρακτήρες, από το actions επιλέξαμε το go to previous page, και στο appearance τσεκάρουμε το roll over , ενώ για να δώσουμε την σκίαση πατήσαμε το drop shadow από την γραμμή επίλογων.

Τέλος, η διαδικασία των κουμπιών περιήγησης ολοκληρώθηκε με την μετατροπή του αντικείμενου ■◀ σε button. Έτσι λοιπόν αφού το επιλέξαμε πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου Buttons και εκεί δώσαμε το όνομα εξώφυλλο στο actions πατήσαμε την επιλογή go to first page, στο appearance τσεκάρουμε το roll over , ενώ για να δώσουμε την σκίαση πατήσαμε το drop shadow από την γραμμή επίλογων.

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΕΞΩΦΥΛΛΟΥ ΓΙΑ ΤΟ E-MAGAZINE

Για το εξώφυλλο του περιοδικού χρησιμοποιήσαμε από την γραμμή εργαλείων το Rectangle Frame Tool και κάναμε ένα τετράγωνο που κάλυψε όλη την σελίδα έτσι ώστε σε αυτό το τετράγωνο να μπει η εικόνα⁷⁴ του εξώφυλλου. Για να μπει λοιπόν η εικόνα πήγαμε στην γραμμή εντολών File → Place και την τοποθετήσαμε, για να κεντράρουμε την εικόνα και να μην φάνετε θολή την επιλέξαμε με το Selection tool και με δεξί κλικ κάναμε Fitting → Fit Content To Frame. Οι εικόνες με τις σημαίες που μπήκαν στο εξώφυλλο έγιναν με την εξής

⁷⁴ Ανακτήθηκε απο " <http://lifeflesson.com/wp-content/uploads/2015/11/autumn-dreams-02.jpg>"

διαδικασία: χρησιμοποιήσαμε από την εργαλειοθήκη το Ellipse Frame Tool δημιουργήσαμε έξι κύκλους και τους δώσαμε διαστάσεις W= 25mm και H=25mm και μετά επιλέξαμε έναν κύκλο την φορά και από την γραμμή εντολών File → Place εισάγαμε τις φωτογραφίες με τις σημαίες, μέσα στους κύκλους, της Ελλάδας⁷⁵, της Γαλλίας⁷⁶, της Ιταλίας⁷⁷, της Ισπανίας⁷⁸, της Γερμανίας⁷⁹ και τέλος της Αγγλίας⁸⁰. Αφού τοποθετήσαμε τις φωτογραφίες των χωρών μέσα στους κύκλους μετά προχωρήσαμε στην διαδικασία κεντραρίσματος της κάθε εικόνας ξεχωριστά και έτσι επιλέγοντας τον κάθε κύκλο την φορά κάναμε δεξί κλικ και πηγαίναμε στη επιλογή Fitting → Fit Content To Frame.

Ο σκοπός εισαγωγής των φωτογραφιών αυτών (με τις σημαίες) έγινε για να δημιουργήσουμε κουμπιά που πατώντας τα ,θα μας πηγαίνουν στο αντίστοιχο "σαλόνι" του περιοδικού, επεξηγηματικά λοιπόν, δημιουργήσαμε τον κάθε κύκλο που εμπεριέχει την φωτογραφία με την σημαία της κάθε χώρας ως button δίνοντας στο περιοδικό την αίσθηση της διαπεραστικότητας. Για να δημιουργηθούν τα buttons επιλέξαμε την Ελλάδα αρχικά κάναμε δεξί κλικ interactive → convert to button εκεί μας άνοιξε το παράθυρο διαλόγου " Buttons" όπου και δώσαμε στο πεδίο name το όνομα της Ελλάδας, στο πεδίο actions πατώντας + κλικάραμε την επιλογή go to page και στο πεδίο page ορίσαμε την σελίδα 4, ενώ στο πεδίο appearance ενεργοποιήσαμε την επιλογή roll over. Η ίδια διαδικασία λίγο πολύ ακολουθητέε και στις υπόλοιπες 5 χώρες, δηλαδή, για την χωρά της Γαλλίας την επιλέξαμε κάναμε δεξί κλικ interactive → convert to button και στο παράθυρο των "Buttons" δώσαμε τον όνομα της χώρας στο αντίστοιχο πεδίο, στο actions πατώντας την επιλογή go to next page ορίσαμε την 8 σελίδα, ενώ στο appearance ενεργοποιήσαμε την επιλογή roll over. Για την χωρά της Ιταλίας επιλέγοντας την κάναμε δεξί κλικ interactive → convert to button και στο παράθυρο των "Buttons" δώσαμε τον όνομα της χώρας "Italy" στο αντίστοιχο πεδίο, στο actions πατώντας την επιλογή go to next page ορίσαμε την 12 σελίδα, ενώ στο appearance ενεργοποιήσαμε την επιλογή roll over. Ακόμα για την χωρά της Ισπανίας αφού την επιλέξαμε την φωτογραφία της κάναμε δεξί κλικ interactive → convert to button και στο παράθυρο των "Buttons" δώσαμε τον όνομα της χώρας "ispania" με

⁷⁵ Ανακτήθηκε από "<http://taekwondoetu.org/images/flags/hellas.jpeg>"

⁷⁶ Ανακτήθηκε από "<http://www.ekf.tuke.sk/files/obrazky/frances.jpg>"

⁷⁷ Ανακτήθηκε απο "<http://thumbs.dreamstime.com/t/flag-italy-4991475.jpg>"

⁷⁸ Ανακτήθηκε από "<http://www.marisquerias.es/add/botons/es.jpg>"

⁷⁹ Ανακτήθηκε από "<http://www.portadas.biz/covers/preview/bandera%20alemania.jpg>"

⁸⁰ Ανακτήθηκε απο "https://image.freepik.com/free-photo/union-jack_2430349.jpg"

λατινικούς χαρακτήρες στο αντίστοιχο πεδίο, στο actions πατώντας την επιλογή go to next page ορίσαμε την 16 σελίδα, ενώ στο appearance ενεργοποιήσαμε την επιλογή roll over. Για την Γερμανία αφού την επιλέξαμε κάναμε δεξί κλικ interactive → convert to button και στο παράθυρο διαλόγου των "Buttons" δώσαμε τον όνομα της χώρας στο αντίστοιχο πεδίο, στο πεδίο actions πατώντας την επιλογή go to next page ορίσαμε την 20 σελίδα, ενώ στο appearance ενεργοποιήσαμε την επιλογή roll over. Τέλος, την διαδικασία των buttons την ολοκληρώσαμε με την σημαία της Αγγλίας, την οποία αφού την επιλέξαμε με το selection tool κάναμε δεξί κλικ στην επιλογή interactive → convert to button και στο παράθυρο των "Buttons" δώσαμε τον όνομα της χώρας στο αντίστοιχο πεδίο, στο actions πατήσαμε την επιλογή go to next page και ορίσαμε την 24 σελίδα, ενώ στο appearance ενεργοποιήσαμε την επιλογή roll over.

Λίγο πριν ολοκληρώσουμε το εξώφυλλο του e-magazine πήγαμε στην γραμμή εργαλείων και με το type tool δημιουργήσαμε δυο διαφορετικά text box. Στο πρώτο κουτί κείμενου γράψαμε τον τίτλο του περιοδικού " Discover Europe". Ο τίτλος του περιοδικού γράφτηκε με γραμματοσειρά Ravine 30 στιγμών (pt), χρώμα γραμμάτων ορίσαμε το γαλάζιο (c=51, m=0, y=0, k=0) και στοίχιση κεντρική. Κάτω από το τίτλο γράψαμε το είδος του περιοδικού δηλαδή "travel magazine" το οποίο και γράψαμε στο δεύτερο κουτί κείμενου με χαρακτηριστικά: γραμματοσειρά Hobo Std είκοσι οκτώ στιγμών (pt), χρώμα γραμμάτων το μπλε (c=100, m=0, y=0, k=0) και στοίχιση κεντρική. Επίσης εισάγαμε και το λογότυπο του τουριστικού γραφείου στο κάτω μέρος της σελίδας με διαστάσεις: x= 67mm, y= 240mm, w=74mm και h=42mm.

Τελευταίο στάδιο της εργασία μας, όσον αφορά το εξώφυλλο του ηλεκτρονικού περιοδικού αποτέλεσε η δημιουργία σκιάσεων πίσω από τα κουμπιά των χώρων κάθε φορά που παίρνει από πάνω τους το ποντίκι. Έτσι λοιπόν για το κουμπί που παρουσιάζει την Ελλάδα αφού το επιλέξαμε πήγαμε στο μενού των "Buttons" τσεκάρουμε την επιλογή roll over και στη συνέχεια από την menu bar πατώντας την εντολή add an object effect to the selected target τσεκάρουμε την επιλογή drop shadow. Η ίδια ακριβώς διαδικασία έγινε πέντε φορές ακόμα για κάθε μια χωρά- button ξεχωριστά.

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ "ΣΑΛΟΝΙΟΥ" ΤΩΝ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Ξεκινώντας το ξεφύλλισμα του e-magazine συναντάμε τις σελίδες δυο και τρία. Στην σελίδα δυο βλέπουμε μια φωτογραφία και από πάνω της, να είναι γραμμένο ένα μήνυμα που προτρέπει τον αναγνώστη να διαλέξει προορισμό για τις διακοπές του. Και από την δίπλα σελίδα, στην σελίδα δηλαδή τρία να παρουσιάζονται τα περιεχόμενα του περιοδικού με τους προορισμούς που προτείνει το περιοδικό. Ας ξεκινήσουμε όμως την ανάλυση αυτών των δυο αυτών σελίδων.

Ξεκινώντας από την σελίδα δυο πρέπει αρχικά να αναφερθούμε στην δημιουργία ενός τετραγώνου, που κάναμε, και κατέλαβε ολόκληρη την σελίδα. Στο τετράγωνο αυτό δώσαμε τις διαστάσεις: $w=210\text{mm}$ και $h=297\text{ mm}$ ενώ τις διαστάσεις των x,y τις ορίσαμε στο μηδέν. Στην συνέχεια από το μενού `file→place` εισάγαμε την φωτογραφία⁸¹ μέσα στο τετράγωνο και επιλέγοντας την με το `selection tool` της δώσαμε της διαστάσεις του τετραγώνου με σκοπό αυτά τα δυο αντικείμενα να ταυτιστούν. Μετά και την ολοκλήρωση των διαστάσεων επιλέξαμε ξανά την φωτογραφία και πάλι με το `selection tool` και της ρυθμίσαμε το κέντρο της, με την διαδικασία `Fitting → Fit Content To Frame`. Αφού τελειώσαμε όλες τις απαραίτητες ενέργειες που αφορούσαν το κομμάτι της φωτογραφίας πήγαμε στην γραμμή εργαλείων και επιλέξαμε από την εργαλειοθήκη το εργαλείο `type tool` με το οποίο φτιάξαμε ένα `text box` και μέσα σε αυτό γράψαμε την φράση "πάμε διακοπές?" στην όποια και χρησιμοποιήσαμε γραμματοσειρά `Myriad Pro`, 36 στιγμών (pt), χρώμα γραμμμάτων το λευκό και στοίχιση κεντρική. Ακριβώς αποκάτω από την φράση αυτή, τοποθετήσαμε μια άλλη φράση "διάλεξε προορισμό και..." και αυτή η φράση γράφτηκε με τα ίδια χαρακτηριστικά της προηγούμενης δηλαδή, γραμματοσειρά `Myriad Pro`, 36 pt, χρώμα γραφής το λευκό και στοίχιση κεντρική. Τέλος, ολοκληρώνοντας αυτή την σελίδα προχωρήσαμε στην γραφή της τελευταίας φράσης "φύγαμε!!!" για την όποια ισχύσαν τα ακόλουθα χαρακτηρίστηκα γραμματοσειρά `Myriad Pro`, 45pt, χρώμα γραμμμάτων το άσπρο και στοίχιση κεντρική.

Στην δίπλα σελίδα, δηλαδή την σελίδα τρία συναντάμε τα περιεχόμενα του περιοδικού. Για την σελίδα αυτή χρησιμοποιήσαμε καταρχάς από την γραμμή

⁸¹ Η φωτογραφία αυτή ανακτήθηκε " <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/35/e2/8f/35e28f4b16c9129c1bb79d181d1790e2.jpg>"

εργαλείων το rectangle frame tool και φτιάξαμε ένα τετράγωνο το οποίο κατέλαβε όλη την σελίδα και δώσαμε σε αυτό το χρώμα το κίτρινου ρυθμίζοντας το opacity στο 33%. Στο χρωματισμένο πλέον αυτό τετράγωνο δώσαμε τις διαστάσεις: $w=210\text{mm}$ και $h=297\text{mm}$. Υστέρα από την εργαλειοθήκη χρησιμοποιήσαμε το εργαλείο type tool και φτιάξαμε ένα text box μέσα στο οποίο γράψαμε με γραμματοσειρά Symbol, 48pt, χρώμα γραμμάτων το κόκκινο και στοίχιση αριστερή την λέξη "περιεχόμενα". Αποκάτω από αυτό το text box και πάλι με το ίδιο τρόπο δημιουργήσαμε ένα ακόμα text box μέσα στο οποίο και γράψαμε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 30pt, χρώμα γραμμάτων το μπλε και στοίχιση κεντρική όλες τις χώρες που παρουσιάζει το e-magazine καθώς και τον αριθμό των πρώτων σελίδων που συναντάμε κάθε χώρα.

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η πρώτη Ευρωπαϊκή χώρα που παρουσιάζεται στο e-magazine είναι η Ελλάδα. Στο πρώτο "σαλόνι" όπως αναφέραμε και στην αρχή παρουσιάζονται κάποιες πληροφορίες για την χώρα όπως και φωτογραφίες με τα πιο γνωστά αξιοθέατα της χώρας και φωτογραφίες από τα νησιά της. Ενώ στις επόμενες δυο σελίδες παρουσιάζονται προσφορές από το τουριστικό γραφείο που αφορούν προορισμούς της Ελλάδας οι οποίοι και περικλείονται και από φωτογραφίες.

Ας αρχίσουμε όμως την ανάλυση αυτών των σελίδων που παρουσιάζουν την Ελλάδα. Καταρχάς η παρουσίαση της, καταλαμβάνει τις σελίδες τέσσερα, πέντε, έξι και επτά του περιοδικού.

Την σελίδα τέσσερα την χωρίσαμε σε τρία κομμάτια. Στο πρώτο κομμάτι βάλαμε την φωτογραφία της Ακρόπολης⁸². Για να μπει η φωτογραφία αυτή χρησιμοποιήσαμε από την γραμμή εργαλείων το rectangle frame tool και δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με διαστάσεις $x=12.444$ $y=12.17$ $w=184.856$ και $h=104.83$. Έχοντας επιλεγμένο το τετράγωνο με το εργαλείο selection tool πήγαμε

⁸² Ανακτήθηκε από "<http://www.enallaxnews.gr/wp-content/uploads/2015/12/74355.png>"

στην γραμμή εντολών file → place και εισάγαμε την φωτογραφία της Ακρόπολης την οριοθετήσαμε στις διαστάσεις του τετραγώνου και στην συνέχεια για να κεντράρουμε την εικόνα, την επιλέξαμε με το selection tool πατήσαμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Στο δεύτερο κομμάτι βάλουμε το όνομα της χώρας και τον χαρακτηρισμό της. Για να εισάγουμε το όνομα Ελλάδα χρησιμοποιήσαμε από την γραμμή εργαλείων type tool και φτιάξαμε ένα text box οπού εκεί μέσα γράψαμε την Ελλάδα με γραμματοσειρά Comic Sans Ms, στοίχιση κεντρική. Τα γράμματα τα κάναμε 60 pt και τα κάναμε bold και τους δώσαμε το χρώμα μπλε. Για τον χαρακτηρισμό "all time classic" χρησιμοποιήσαμε και πάλι το εργαλείο type tool και φτιάξαμε ένα text box οπού και γράψαμε εκεί τον χαρακτηρισμό με γραμματοσειρά Comic Sans Ms. Στον χαρακτηρισμό αυτόν δώσαμε επίσης χρώμα μπλε ενώ τα γράμματα τα κάναμε 24 pt και η στοίχιση την κάναμε αριστερή. Στην συνέχεια επιλέξαμε τόσο την λέξη Ελλάδα όσο και τον χαρακτηρισμό της με το selection tool από την γραμμή εργαλείων και έχοντας πατημένο το πλήκτρο <Shift> από το πληκτρολόγιο πήγαμε στην γραμμή εντολών object → group. Με αυτόν τον τρόπο τα δυο διαφορετικά text box τα κάναμε ένα. Αύτη η ένωση θεωρήθηκε απαραίτητη προκειμένου να δώσουμε μια κίνηση στο όνομα και στον χαρακτηρισμό. Για να κάνουμε την κίνηση αύτη πήγαμε στο μενού animation→fly in and blur→ fly in blur from top και στο duration ορίσαμε 1 second. Το τρίτο και τελευταίο κομμάτι για την σελίδα τέσσερα είναι η δημιουργία ενός text box με την χρήση του type tool. Εκεί γράψαμε κάποιες πληροφορίες που θα ενδιέφεραν τον αναγνώστη- ταξιδιώτη αν επιθυμεί να ταξιδέψει στην συγκεκριμένη χωρά. Το κείμενο γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 23 pt και στοίχιση αριστερή. Το μοναδικό γράμμα που δεν ακλούθησε τα παραπάνω χαρακτηρίστηκα είναι το αρχικό γράμμα της παραγράφου το όποιο και το γράψαμε με γραμματοσειρά Comic Sans Ms, 50 pt και bold. Σε όλο το κείμενο δώσαμε το χρώμα γραμμάτων να είναι μαύρο.

Στην σελίδα πέντε συνεχίζει το κείμενο που αναφέρει πληροφορίες σχετικά με την Ελλάδα. Και εδώ δημιουργήθηκε ένα text box ενώ το κείμενο που αναγράφεται μέσα σε αυτό έχει ακριβώς τα ίδια χαρακτηρίστηκα με το κείμενο της σελίδας τέσσερα δηλαδή, γραμματοσειρά Myriad Pro, 23 pt και στοίχιση αριστερή. Κλείνοντας το κείμενο έχουμε αναφέρει κάποιους από τους δημοφιλέστερους προορισμούς της Ελλάδας όπως Κυκλάδες, Επτάνησα, Κρήτη, Ρόδος, Θεσσαλονίκη. Αυτούς τους προορισμούς τους κάναμε hyperlink και τους δώσαμε το χρώμα μπλε.

Δηλαδή πατώντας πάνω σε κάποιον προορισμό σε πετάξει στην αντίστοιχη σελίδα της βικιπαιδείας. Για να γίνουν αυτά τα hyperlink επιλέξαμε με το selection tool κάθε φορά έναν προορισμό κάναμε δεξί κλικ interactive→ new hyperlink και στο destination βάλουμε το αντίστοιχο url για τον κάθε προορισμό ενώ στο πεδίο highlight επιλέξαμε το outline. Υστερα προχωρήσαμε στην δημιουργία των buttons ώστε να ολοκληρωθεί η διαδικασία του υπερσυνδεσμού, έτσι στο παράθυρο διαλόγου των buttons δώσαμε στο πεδίο name το όνομα του κάθε προορισμού στο actions πατώντας το + επιλέξαμε από το υπομενού την επιλογή go to url και στο url επιλέξαμε κάθε φορά την διεύθυνση που αντιστοιχεί στον κάθε προορισμό. Στο τέλος της σελίδας φτιάξαμε ένα photo gallery με φωτογραφίες από διάφορα μέρη και αξιοθέατα της Ελλάδας. Για το photo gallery⁸³ δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool με διαστάσεις w=184.6 h=95.808 και στην συνέχεια από το μενού του mini bridge βρήκαμε τις φωτογραφίες που θέλαμε και τις σύραμε στο χώρο εργασίας του ID. Στην συνέχεια αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες στο χώρο εργασίας επιλέξαμε ξεχωριστά κάθε φωτογραφία με το selection tool κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Μετά τοποθετήσαμε τις φωτογραφίες την μια πάνω από την άλλη αφού πρώτα τους ειχαμε δώσει σε όλες τις ίδιες διαστάσεις δηλαδή w=184.6 h=95.808. Υστερα πήγαμε στο μενού του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα slideshow. Μετά πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε 2 βελάκια το ένα αριστερό και το άλλο δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας του ID με σκοπό να μεταβαίνουμε από την μια φωτογραφία στην άλλη. Επιπλέον, επιλέξαμε το βελάκι με την δεξιά φορά και πήγαμε στο μενού buttons και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες slideshow. Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε στο μενού buttons και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες slideshow.

⁸³ Το photo gallery περιλαμβάνει τις εξής φωτογραφίες:
α)Θεσσαλονίκη " http://newton.ee.auth.gr/WSPLC08/thessaloniki_apogevma.jpg
β)Σαντορίνη " <http://www.nocomments.gr/wp-content/uploads/2013/07/santorini.jpg>
γ) Ζάκυνθος " <http://www.protothema.gr/files/1/2015/02/09/islandsnew/greek1.jpg>
δ)Αλοννησος " <http://www.discovergreece.com/~media/images/where-to-go/by-holiday-type/the-greek-islands/hidden-gems/votsi-beach-alonnisos.ashx>"

Στην σελίδα έξι έχουμε βάλει ένα τετράγωνο που συνεχίζει και στην σελίδα επτά και το όποιο το δημιουργήσαμε με την βοήθεια του rectangle tool από την γραμμή εργαλείων. Στο τετράγωνο αυτό δώσαμε διαστάσεις $x=12.914\text{mm}$ $y=11.974\text{mm}$ $w=394\text{mm}$ και $h=45\text{mm}$ και χρώμα μπλε. Μέσα σε αυτό το τετράγωνο που άφορα την σελίδα έξι εισάγαμε το λογότυπο του τουριστικού γραφείου "Tour Travel" με διαστάσεις $x=28,142\text{ mm}$, $y=14,3\text{mm}$, $w=74,54\text{mm}$ και $h=42,259\text{ mm}$. Ακριβώς από κάτω από το τετράγωνο αυτό δημιουργήσαμε ένα text box, το όποιο κατάλαβε όλη την υπόλοιπη σελίδα, με την χρήση του type tool, και εκεί κάναμε μια μικρή εισαγωγή για τα πακέτα προσφορών που ακολουθούν. Το κείμενο αυτό το γράψαμε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt και το στοιχήσαμε αριστερά. Αποκάτω από το κείμενο, και πάντα μέσα στο text box, φτιάξαμε ένα rectangle frame tool αριστερά της σελίδας με διαστάσεις $x=12.7\text{mm}$, $y=132\text{mm}$, $w=75\text{ mm}$ και $h=50\text{mm}$. Μέσα σε αυτό το τετράγωνο τοποθετήσαμε κάποιες εικόνες από το πρώτο τουριστικό πακέτο που άφορα την Αθηνά⁸⁴. Για να εισάγουμε τις φωτογραφίες φτιάχνοντας έτσι ένα photo gallery κάναμε τις έξης διαδικασίες: από το μενού του mini bridge βρήκαμε τις φωτογραφίες που θέλαμε και τις σύραμε στο χώρο εργασίας του ID. Στην συνέχεια αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες στο χώρο εργασίας επιλέξαμε ξεχωριστά κάθε φωτογραφία με το selection tool κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Αυτό έγινε προκειμένου οι φωτογραφίες να κεντραριστούν και να μην δείχνουν αλλοιωμένες. Μετά τοποθετήσαμε τις φωτογραφίες την μια πάνω από την άλλη, αφού πρώτα δώσαμε σε όλες τις φωτογραφίες τις ίδιες διαστάσεις: $x=12.7\text{mm}$, $y=132\text{mm}$, $w=75\text{ mm}$ και $h=50\text{mm}$. Ύστερα πήγαμε στο μενού του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την όποια θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα Multi-state 16. Μετά πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε 2 βελάκια το ένα αριστερό και το άλλο δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας του ID. Προχωρώντας επιλέξαμε το βελάκι με την δεξιά φορά και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα ath_next και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες Multi-state 16. Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα ath_prev και στο πεδίο

⁸⁴ Το photo gallery για το πακέτο της Αθήνας περιλαμβάνει:
α) <http://cache-graphicslib.viator.com/graphicslib/thumbs360x240/2916/SITours/city-sightseeing-athens-hop-on-hop-off-tour-in-athens-298589.jpg>
β) "http://www.mylittlegreekfoodbook.com/wp-content/uploads/2013/04/museum_acropolis.jpg"
γ) <https://www.google.gr/#q=ksenodoxeia+athinas>

actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες Multi-state 16. Ακριβώς δίπλα από το photo gallery γράψαμε την πρόσφορα του τουριστικού γραφείου που αφορά την πόλη της Αθηνάς. Το κείμενο προσφοράς γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt, και στοίχιση αριστερή. Την μονή διάφορα του κειμένου αυτού αποτελεί ο τίτλος της προσφοράς ο οποίος γράφτηκε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Τέλος δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" και το οποίο ακλούθησε την διαδικασία δημιουργίας που αναφέραμε πιο πάνω. Οι διαστάσεις που πήρέ το κουμπί αυτό είναι: w=63.986mm και h=9.726mm και το τοποθετήσαμε στα δεξιά. Γενικά για τα πακέτα προσφορών που αφορούν την Ελλάδα χρησιμοποιήθηκε το μπλε χρώμα του button αυτού. Ακριβώς αποκάτω από το πακέτο προσφοράς για την πόλη της Αθηνάς τοποθετήθηκε το πακέτο προσφοράς για το νησί της Κέρκυρας⁸⁵. Και σε αυτήν την περίπτωση δημιουργήσαμε ένα photo gallery με αξιοθέατα του νησιού καθώς και το ξενοδοχείο διαμονής που περικλείει το πακέτο προσφοράς του τουριστικού γραφείου. Και εδώ το photo gallery έγινε με παρόμοιο τρόπο δηλαδή: δημιουργήσαμε τετράγωνο με το rectangle frame tool με διαστάσεις x=12.7mm, y=207mm, w=75mm και h=50mm. Εισάγαμε τις φωτογραφίες που αφορούν την πρόσφορα σέρνοντας τις από το από το μενού του mini bridge στον χώρο εργασίας μας και επιλέγοντας κάθε φορά μια φωτογραφία δώσαμε σε όλες τις ίδιες διαστάσεις x=12.7mm, y=207mm, w=75mm και h=50mm. και τις κεντράραμε επιλέγοντας τις, με το selection tool και με δεξί κλικ κάναμε Fitting → Fit Content To Frame. Μετά τοποθετήσαμε τις φωτογραφίες την μια πάνω από την άλλη. Έπειτα πήγαμε στο μενού του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα cor_pr. Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε 2 βελάκια ένα με αριστερή και ένα με δεξιά φορά και τα σύραμε στο χώρο εργασία μας, με σκοπό να μεταβαίνουμε από την μια φωτογραφία στην άλλη. Επιλέξαμε με το selection tool το βελάκι με την δεξιά φορά και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα cor_next ενώ στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το cor_pr . Για το βελάκι

⁸⁵ Το photo gallery για το πακέτο της Κέρκυρας περιλαμβάνει:
α) http://www.pontikonisi.gr/slides/p_0006.jpg
β) <http://static.panoramio.com/photos/large/28295501.jpg>
γ) http://www.greece-corfu-hotels.com/images/liston_corfu.jpg
δ) http://www.travelmagma.com/uploads/images/2_939.jpg

με αριστερή φορά πήγαμε στο μενού buttons δώσαμε ως όνομα του button το cor_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες cor_pr. Τελειώνοντας και αυτό το photo gallery σύραμε τα βελάκια πάνω στο τετράγωνο με τις φωτογραφίες τοποθετώντας το βελάκι με την δεξιά φορά στα δεξιά του τετραγώνου και το άλλο στα αριστερά. Δίπλα από το photo gallery που αφορά το νησί της Κέρκυρας προσθέσαμε και την πρόσφορα που κάνει το τουριστικό γραφείο για το συγκεκριμένο νησί. Το κείμενο γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt και με στοίχιση αριστερή. Και σε αυτήν την περίπτωση κειμένου η μονή διάφορα παρουσιάζεται στο τίτλο ο οποίος είναι γραμμένος με κόκκινα γράμματα εικοσαριών στιγμών. Τέλος και εδώ δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" το οποίο ακλούθησε την διαδικασία δημιουργίας που αναφέραμε πιο πάνω. Οι διαστάσεις που πήρε το κουμπί αυτό είναι ίδιες με το κουμπί που αφορούσε το κουμπί για το πακέτο της Αθηνάς, και το τοποθετήσαμε στα δεξιά.

Στην σελίδα επτά και μέσα στο τετράγωνο που αναφέραμε και πιο πάνω, το οποίο αποτελεί συνέχεια από την δίπλα σελίδα, στην σελίδα αυτή περιέχει τα κουμπιά των social media την δημιουργία των όποιων έχουμε αναφέρει πιο πάνω. Στην σελίδα όμως υπάρχουν άλλα δυο πακέτα προσφοράς για ταξιδιωτικού προορισμούς καθώς και μια διαφήμιση. Ας ξεκινήσουμε όμως την ανάλυση του πως δημιουργήθηκε η σελίδα επτά. Ακριβώς λοιπόν, κάτω από το τετράγωνο φτιάξαμε ένα text box με την χρήση του type tool το οποίο βρήκαμε στην γραμμή εργαλείων. Στην συνέχεια μέσα στο text box φτιάξαμε ένα rectangle frame tool μέσα στο οποίο τοποθετήσαμε τις εικόνες που αφορούν την πόλη των Χανίων⁸⁶. Οι εικόνες εισήχθησαν από mini bridge με την διαδικασία του drag and drop στον χώρο εργασίας του ID. Αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες στο χώρο εργασίας επιλέξαμε ξεχωριστά κάθε φωτογραφία με το selection tool κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Μετά τοποθετήσαμε τις φωτογραφίες την μια πάνω από την άλλη αφού πρώτα δώσαμε σε όλες τις ίδιες διαστάσεις με αυτές του τετραγώνου δηλαδή: x=222,7 mm, y=66,5 mm, w=75mm και h=50mm. Ύστερα πήγαμε στο μενού του

⁸⁶ Το photo gallery των Χανίων περιλαμβάνει:

α) [http://www.palma-travel.hr/upload/tours/10_thump_\(1\)_11052.jpg](http://www.palma-travel.hr/upload/tours/10_thump_(1)_11052.jpg)

β) <http://jpgtrips.free.fr/crete/tophos/chania/60akro.jpg>

γ) http://www.epirusportal.gr/wp-content/uploads/1432378972_c16.jpg

δ) <http://www.iyouth.gr/wp-content/uploads/2015/04/big-fragkokastelo3-.jpg>

object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την όποια θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα xania. Μετά πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε 2 βελάκια το ένα αριστερό και το άλλο δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας. Επιλέξαμε το δεξί βελάκι και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα xan_next και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το xania. Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα xan_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες xania. Τέλος τοποθετήσαμε τα δυο βελάκια αριστερά και δεξιά των φωτογραφιών. Αφού ολοκληρώσαμε την διαδικασία των φωτογραφιών προχωρήσαμε στο γράψιμο της προσφοράς χρησιμοποιώντας την γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt και στοίχιση αριστερή. Ο τίτλος της πρόσφορα που αναγράφεται έγινε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Τέλος δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" και το όποιο ακλούθησε την διαδικασία δημιουργίας που αναφέραμε πιο πάνω. Οι διαστάσεις που πηρέ το κουμπί αυτό είναι: w=63.986mm και h=9.726mm και το τοποθετήσαμε στα δεξιά. Ακριβώς αποκάτω από την πρόσφορα που αφορά την πόλη των Χανιών τοποθετήσαμε την τελευταία πρόσφορα για την Ελλάδα που αφορά την πόλη του Ναύπλιου⁸⁷. Και σε αυτή την περίπτωση δημιουργήσαμε μια μικρή παρουσίαση φωτογραφιών με τα αξιοθέατα και το ξενοδοχείο που περιλαμβάνει η πρόταση του τουριστικού γραφείου. Έτσι λοιπόν μέσα στο ήδη δημιουργημένο text box φτιάξαμε με την χρήση του rectangle frame tool ένα τετράγωνο με σκοπό εκεί να τοποθετηθούν οι φωτογραφίες. Στην συνέχεια εισάγαμε μέσω του mini bridge με την διαδικασία του drag and drop τις φωτογραφίες, που αφορούσαν την πρόσφορα για το Ναύπλιο, και επιλέγοντας μια κάθε φορά με την χρήση του selection tool δώσαμε σε όλες τις φωτογραφίες τις διαστάσεις: x= 222,7 mm, y= 136 mm, w= 75mm και h= 50mm. Αφού ολοκληρώσαμε την διαδικασία με τις διαστάσεις που έπρεπε να πάρουν όλες οι φωτογραφίες προχωρήσαμε στην διαδικασία κεντραρίσματος των εικόνων με την διαδικασία: Fitting → Fit Content To Frame. Μετά τοποθετήσαμε τις εικόνες την μια πάνω από την άλλη και πήγαμε στο

⁸⁷ Το photo gallery του Ναυπλίου περιλαμβάνει
α) <http://static.panoramio.com/photos/original/71318838.jpg>
β) <http://intmstat.com/blog/2008/05/nafplio-apr08-496.jpg>
γ) <http://r-ec.bstatic.com/images/hotel/270x200/156/15615662.jpg>
δ) <http://www.protothema.gr/files/1/2013/11/11/naf1.jpg>

παράθυρο διαλόγου του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα Ναύπλιο. Εν συνεχεία πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε 2 βελάκια το ένα αριστερό και το άλλο δεξί και τα κάναμε drag and drop στο χώρο του ID . Επιλέξαμε το δεξί βελάκι με το selection tool και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα nauv_next και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το Ναύπλιο. Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα nauv_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες το Ναύπλιο. Τέλος τοποθετήσαμε τα δυο βελάκια αριστερά και δεξιά των φωτογραφιών. Αφού ολοκληρώσαμε την διαδικασία των φωτογραφιών προχωρήσαμε στο γράψιμο της πρόσφορας χρησιμοποιώντας την γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt και στοίχιση αριστερή. Ο τίτλος της πρόσφορα που αναγράφεται έγινε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" και το οποίο ακλούθησε την διαδικασία δημιουργίας που αναφέραμε πιο πάνω. Ολοκληρώνοντας την σελίδα επτά προσθέσαμε μια φωτογραφία αεροπορικής εταιρίας ως χορηγό⁸⁸. Η εισαγωγή της φωτογραφίας αυτής έγινε από την γραμμή εντολών file → place. Η εικόνα αυτή πήρε τις διαστάσεις x= 222,7 mm, y= 213 mm, w= 184,6mm και h= 56,836mm.

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΓΑΛΛΙΑ

Στην επομένη ευρωπαϊκή χώρα στην οποία αναφερθήκαμε μέσω του e-magazine είναι η Γαλλία. Και για την χώρα αυτή δημιουργήσαμε τέσσαρις σελίδες ή αλλιώς δυο σαλόνια με σκοπό στις πρώτες σελίδες να παρουσιάσουμε κάποια στοιχεία που αφορούν όλη την χώρα της Γαλλίας και πιθανώς να ενδιαφέρουν τον μελλοντικό επισκέπτη. Ενώ στις άλλες δυο σελίδες καταγράψαμε κάποιες προσφορές που αφορούν τουριστικούς προορισμούς σε πόλεις της Γαλλίας. Ας ξεκινήσουμε όμως να αναλύουμε πως φτιάξαμε τις σελίδες οκτώ, εννέα, δέκα και έντεκα.

⁸⁸ Ανακτήθηκε από "http://getbusy.gr/Content/ContentFiles/aegean_logo.jpg"

Στην σελίδα οκτώ δημιουργήσαμε τρεις βασικούς χώρους: έναν με το rectangle frame tool και άλλους δυο με δυο διαφορετικά text box. Σε πρώτο στάδιο χρησιμοποιήσαμε από την γραμμή εργαλείων το rectangle frame tool και δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με διαστάσεις $x=12.7\text{mm}$ $y=12.7\text{mm}$ $w=184.6\text{mm}$ και $h=89.8\text{mm}$. Έχοντας επιλεγμένο το τετράγωνο με το εργαλείο selection tool πήγαμε στην γραμμή εντολών file → place για να εισάγουμε την φωτογραφία με την πυραμίδα του Λούβρου⁸⁹. Στην συνέχεια οριοθετήσαμε την φωτογραφία στις διαστάσεις του τετραγώνου ενώ μετά για να κεντράρουμε την εικόνα. Την επιλέξαμε λοιπόν με το selection tool πατήσαμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Στο δεύτερο στάδιο γράψαμε το όνομα της χώρας και τον χαρακτηρισμό της. Για να εισάγουμε το όνομα "Γάλλια" χρησιμοποιήσαμε από την γραμμή εργαλείων type tool και φτιάξαμε ένα text box οπου εκεί μέσα γράψαμε την Γάλλια με γραμματοσειρά Comic Sans Ms και στοίχιση κεντρική. Τα γράμματα τα κάναμε 60 pt και τα κάναμε bold και τους δώσαμε το χρώμα κόκκινο. Για τον χαρακτηρισμό "ένα μοντέρνο παραμύθι" χρησιμοποιήσαμε και πάλι το εργαλείο type tool και φτιάξαμε ένα text box και γράψαμε τον χαρακτηρισμό με γραμματοσειρά Comic Sans Ms. Στον χαρακτηρισμό αυτόν δώσαμε επίσης χρώμα κόκκινο ενώ τα γράμματα τα κάναμε 24 pt και η στοίχιση την κάναμε δεξιά. Στην συνέχεια επιλέξαμε τόσο την λέξη Γάλλια όσο και τον χαρακτηρισμό της με το selection tool από την γραμμή εργαλείων και έχοντας πατημένο το πλήκτρο <Shift> από το πληκτρολόγιο πήγαμε στην γραμμή εντολών object → group. Με αυτόν τον τρόπο τα δυο διαφορετικά text box τα κάναμε ένα. Αύτη η ένωση κρίθηκε απαραίτητη ώστε να δώσουμε μια κίνηση στο όνομα και στον χαρακτηρισμό της χώρας. Για να δημιουργήσουμε την κίνηση αυτή πήγαμε στο μενού animation→fly in and blur→ fly in blur from top και στο duration ορίσαμε 1 second. Το τρίτο και τελευταίο στάδιο για την σελίδα οκτώ είναι η δημιουργία ενός text box με την χρήση του type tool οπου εκεί γράψαμε κάποιες πληροφορίες που θα ενδιέφεραν τον ταξιδιώτη, αν επιθυμεί να ταξιδέψει στην συγκεκριμένη χωρά. Το κείμενο γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 23 pt και στοίχιση αριστερή. Το μοναδικό γράμμα που δεν ακλούθησε τα παραπάνω χαρακτηρίστηκα είναι το αρχικό γράμμα της παραγράφου το οποίο και το γράψαμε με γραμματοσειρά Comic Sans Ms, 50 pt και το κάναμε και bold δηλαδή πιο έντονο χαρακτήρα. Σε όλο το κείμενο το χρώμα των γραμμμάτων είναι μπλε.

⁸⁹ Ανακτήθηκε απο το "http://www.followme.gr/sites/default/files/instagram/1_57.jpg"

Στην σελίδα εννέα δημιουργήσαμε δυο βασικούς χώρους: ο ένας ήταν κάνοντας ένα text box με την χρήση του type tool και ο δεύτερος και τελευταίος για αυτή την σελίδα ήταν η δημιουργία ενός το rectangle frame tool για την εισαγωγή του video που αφορά την χωρά της Γαλλίας. Αναλυτικά, το κείμενο που αναφέρει πληροφορίες σχετικά με την Γαλλία συνεχίζει και σε αυτήν την σελίδα. Καθώς και εδώ δημιουργήθηκε ένα text box, ωστόσο το κείμενο που αναγράφεται μέσα σε αυτό έχει ακριβώς τα ίδια χαρακτηριστικά με το κείμενο της διπλανής σελίδας, δηλαδή γραμματοσειρά Myriad Pro, 23 pt και στοίχιση αριστερή, με τα γράμματα να εξακολουθούν έχουν το μπλε χρώμα. Μετά τη ολοκλήρωση του κειμένου δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool με στόχο σε αυτόν το χώρο να εισάγουμε το video⁹⁰. Έτσι λοιπόν στο τετράγωνο δώσαμε τις διαστάσεις: x=222,7 mm y=133,55mm w=184.6mm και h=138.45mm, και στην συνέχεια από την γραμμή εντολών file → place εισάγαμε το video στον χώρο εργασίας. Προχωρώντας, αφού πρώτα το επιλέξαμε με το selection tool του δώσαμε (του video) τις διαστάσεις του τετραγώνου ώστε να ταυτιστεί πάνω σε αυτό προχωρήσαμε στην διαδικασία Fitting → Fit Content To Frame ώστε να φτιάξουμε το κέντρο του video και να το βλέπουμε καθαρά. Η διαδικασία αυτή έγινε αφού πρώτα επιλέξαμε το video με το selection tool και κάναμε δεξί κλικ προκειμένου να βρούμε τις παραπάνω εντολές. Ολοκληρώνοντας όλες τις απαραίτητες ρυθμίσεις που αφορούσαν το video προχωρήσαμε και στο τελευταίο στάδιο επεξεργασία που αφορά αυτή την σελίδα, το στάδιο αυτό δεν είναι άλλο από το να βάλουμε πάνω στο video δυο κουμπιά. Τα κουμπιά αυτά θα αφορούν το play και το stop, δηλαδή το ένα κουμπί που το ορίσαμε ως play πατώντας το, θα ξεκάνει το video, ενώ το κουμπί που ορίσαμε ως stop πατώντας το, το video θα σταματήσει να παίζει. Η διαδικασία λοιπόν, με την οποία μπήκαν τα κουμπιά είναι: από το μενού sample button επιλέξαμε δυο κουμπιά και τα σύραμε στον χώρο εργασίας, χρησιμοποιώντας το selection tool από την γραμμή εργαλείων επιλέξαμε αρχικά το πράσινο κουμπί και κάναμε δεξί κλικ και ακλουθήσαμε τις εντολές: interactive→ convert to button με αυτές της επιλογές άνοιξε μετά το παράθυρο διαλόγου των Buttons και εκεί κλικάραμε στο πεδίο actions την επιλογή video ενώ στο πεδίο options τσεκάρουμε την επιλογή play, στο πεδίο appearance κλικάραμε την επιλογή roll over ώστε να δώσουμε την αίσθηση της σκίασης κάθε φορά που παίρνει το ποντίκι πάνω από το συγκεκριμένο κουμπί. Με

⁹⁰ Το βίντεο παρουσιάζει τα αξιοθέατα του Παρισιού και ανακτήθηκε από "<https://www.youtube.com/watch?v=OgrTu8Rap7w>"

παρόμοιο τρόπο κινηθήκαμε και για το κουμπί του stop δηλαδή επιλέξαμε το γκρι κουμπί αυτή την φορά και κάναμε δεξί κλικ interactive → convert to button και άνοιξε το παράθυρο διαλόγου των Buttons εκεί κλικάραμε στο πεδίο actions την επιλογή video και στο πεδίο options κλικάραμε την επιλογή stop, στο πεδίο appearance ενεργοποιήσαμε την επιλογή roll over ώστε να δώσουμε την αίσθηση της σκίασης κάθε φορά που παίρνει το ποντίκι πάνω από το κουμπί αυτό.

Στην σελίδα δέκα βάλουμε ένα τετράγωνο το οποίο συνεχίζει και στην σελίδα έντεκα και το όποιο το δημιουργήσαμε με την βοήθεια του rectangle tool από την γραμμή εργαλείων. Σε αυτό το τετράγωνο δώσαμε τις διαστάσεις $x=12.914\text{mm}$ $y=11.974\text{mm}$ $w=394\text{mm}$ και $h=45\text{mm}$ και το βάψαμε με χρώμα μπλε. Μέσα σε αυτό το τετράγωνο εισάγαμε το λογότυπο του τουριστικού γραφείου "Tour Travel" με διαστάσεις $x=28,142\text{ mm}$, $y=14,3\text{mm}$, $w=74,54\text{mm}$ και $h=42,259\text{ mm}$. Ακριβώς από κάτω από το τετράγωνο αυτό φτιάξαμε ένα text box, το όποιο κατάλαβε όλη την υπόλοιπη σελίδα και έγινε με την χρήση του type tool από την γραμμή εργαλείων, και εκεί κάναμε μια μικρή εισαγωγή για τις προσφορές που ακολουθούν. Το κείμενο αυτό γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt και η στοίχιση του έγινε αριστερά. Αποκάτω από το κείμενο, και πάντα μέσα στο text box, φτιάξαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool στα αριστερά της σελίδας με διαστάσεις: $x=12.7\text{mm}$, $y=109\text{ mm}$, $w=75\text{ mm}$ και $h=50\text{mm}$. Μέσα σε αυτό το τετράγωνο τοποθετήσαμε κάποιες φωτογραφίες με αξιοθέατα και το ξενοδοχείο που αφορά το πρώτο πακέτο για την πόλη του Παρισιού⁹¹. Για να εισάγουμε τις φωτογραφίες κάναμε τις έξης διαδικασίες: από το μενού του mini bridge βρήκαμε τις φωτογραφίες που θέλαμε και τις σύραμε στο χώρο εργασία του ID. Αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες στο χώρο εργασίας επιλέξαμε ξεχωριστά κάθε φωτογραφία με το selection tool τους δώσαμε τις διαστάσεις του τετράγωνου ώστε όλες να ταυτιστούν με αυτό και εν συνεχεία σε κάθε φωτογραφία κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Αυτό έγινε προκειμένου όλες οι φωτογραφίες να κεντραριστούν και να μην δείχνουν αλλοιωμένες. Μετά τοποθετήσαμε τις φωτογραφίες την μια πάνω από την άλλη, και

⁹¹ Το photo gallery που αφορά το Παρίσι περιλαμβάνει:

α) <https://images8.alphacoders.com/431/431202.jpg>

β) <http://2.bp.blogspot.com/-IYMknYztSA/VIDLLHzgGRI/AAAAAAAAeAY/uAeTlrKbrNc/s1600/paris-disneyland.jpg>

γ) <http://www.aeroporika.gr/blog/wp-content/uploads/paris.jpg>

δ) http://www.hotelresb2b.com/images/hoteles/104434_foto8_10ext.jpg

ύστερα πήγαμε στο μενού του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την όποια θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα paris. Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια το ένα αριστερό και το άλλο δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασία. Προχωρώντας επιλέξαμε το βελάκι με την δεξιά φορά και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα paris_next και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το paris. Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε και πάλι στο μενού buttons, στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες paris. Ακριβώς δίπλα από το τετράγωνο με τις φωτογραφίες γράψαμε την πρόσφορα του τουριστικού γραφείου που αφορά την πόλη του Παρισιού. Το κείμενο γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt, και η στοίχιση που του δόθηκε είναι αριστερή. Την μονή διάφορα του κειμένου αυτού αποτελεί ο τίτλος της προσφοράς ο οποίος γράφτηκε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Τέλος δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" και το οποίο ακλούθησε την διαδικασία δημιουργίας που αναφέραμε πιο πάνω και το τοποθετήσαμε στα δεξιά της σελίδας. Γενικά για όλα τα πακέτα που αναφέρονται στην Γαλλία το button που χρησιμοποιήθηκε έχει το κόκκινο χρώμα. Ακριβώς αποκάτω από το πακέτο προσφοράς για την πόλη του Παρισιού, τοποθετήθηκε το πακέτο προσφοράς για την πόλη του Μονακό⁹². Και εδώ δημιουργήσαμε ένα photo gallery με αξιοθέατα της πόλης αυτής, καθώς και το ξενοδοχείο διαμονής που περικλείει το πακέτο του τουριστικού γραφείου. Και σε αυτή την περίπτωση το photo gallery έγινε με παρόμοιο τρόπο, αναλυτικά: δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool, και του δώσαμε διαστάσεις x=12.7mm, y=188,5mm, w=75mm και h=50mm. Εισάγαμε τις φωτογραφίες που αφορούν την πρόσφορα σέρνοντας τις από το από το μενού του mini bridge στον χώρο εργασίας μας και επιλέγοντας κάθε φορά μια φωτογραφία δώσαμε σε όλες τις ίδιες διαστάσεις x=12.7mm, y=188,5mm, w=75mm και h=50mm, και τις κεντράραμε επιλέγοντας τις, μια μια όλες τις φωτογραφίες με το selection tool και με δεξί κλικ κάναμε Fitting → Fit Content To Frame. Εν συνεχεία

⁹² Το photo gallery του Μονακού περιλαμβάνει:

α) <http://magazine.18-24.gr/wp-content/uploads/2014/11/hoteldepari.jpg>

β) <http://sukilog.style/wp-content/uploads/2016/05/F1-Monaco-GP-2015.jpg>

γ) <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/3/3f/MonacoView.jpg/250px-MonacoView.jpg>

τοποθετήσαμε τις φωτογραφίες την μια πάνω από την άλλη. Και προχωρώντας πήγαμε στο μενού του object states και ρυθμίσαμε την σειρά με την όποια θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα monako. Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons οπου και επιλέξαμε 2 βελάκια, το ένα με αριστερή και το άλλο με δεξιά φορά. Τα σύραμε στο χώρο εργασία μας, με σκοπό να πηγαίνουμε από την μια φωτογραφία στην άλλη. Επιλέξαμε με το selection tool το δεξί βελάκι και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα mon_next ενώ στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή monako. Για το αριστερό βελάκι πήγαμε στο μενού buttons δώσαμε ως όνομα του button το mon_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες monako. Ολοκληρώνοντας και αυτό το photo gallery σύραμε τα βελάκια πάνω στο τετράγωνο με τις φωτογραφίες τοποθετώντας τα δεξιά και αριστερά του τετραγώνου. Δίπλα από τις φωτογραφίες που αφορούν το Μονακό τοποθετήσαμε την πρόσφορα του τουριστικού γραφείου για το συγκεκριμένο προορισμό. Το κείμενο, της προσφοράς αυτής, γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt και η στοίχιση έγινε αριστερή. Τέλος δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" οπου και το τοποθετήσαμε στα δεξιά. Και σε αυτήν την περίπτωση κειμένου η μονή διάφορα που παρουσιάζεται είναι στο τίτλο ο οποίος είναι γραμμένος με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσάρων στιγμών.

Στην σελίδα έντεκα έχουμε την συνέχιση του τετραγώνου το οποίο αποτελεί συνέχεια από την διπλανή σελίδα και εμπεριέχει τα κουμπιά των social media. Όμως υπάρχουν άλλοι δυο ταξιδιωτικοί προορισμοί για την χώρα της Γαλλίας καθώς και μια διαφήμιση. Ας αρχίσουμε όμως να αναλύουμε το πως δημιουργήθηκε η σελίδα αυτή. Κάτω λοιπόν από το τετράγωνο φτιάξαμε ένα text box με την χρήση του type tool. Στην συνέχεια μέσα στο text box φτιάξαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool, μέσα στο οποίο τοποθετήσαμε τις εικόνες που αφορούν την πόλη της Νικαίας⁹³. Οι διαστάσεις του τετραγώνου αυτού είναι x=222,7 mm, y=64 mm, w=75mm και

⁹³ Το photo gallery της Νικαίας περιλαμβάνει:

α) http://www.travelstyle.gr/portal/photos/galleries/1217_shutterstock_70158046.jpg

β) <http://s.kathimerini.gr/resources/2014-09/nice1-thumb-large.jpg>

γ) http://i.wp.pl/a/f/jpeg/33175/nicea_shutterstock_185472233.jpeg

h=50mm. Οι εικόνες εισήχθησαν από mini bridge με την διαδικασία του drag and drop στον χώρο εργασίας του ID. Αφού τοποθετήσαμε όλες τις φωτογραφίες στο χώρο εργασίας επιλέξαμε ξεχωριστά κάθε φωτογραφία με το selection tool τους δώσαμε τις διαστάσεις του τετραγώνου x=222,7 mm, y=64 mm, w=75mm και h=50mm και μετά έχοντας επιλέξει και πάλι κάθε φωτογραφία ξεχωριστά κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Μετά τοποθετήσαμε τις φωτογραφίες την μια πάνω από την άλλη και μετά πήγαμε στο μενού του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα νικαία. Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε 2 βελάκια, ένα αριστερό και ένα δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας. Επιλέξαμε αρχικά το δεξί βελάκι και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα nic_next και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το νικαία. Για το αριστερό βελάκι πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα nic_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες νικαία. Τέλος βάλαμε τα βελάκια αριστερά και δεξιά των φωτογραφιών. Αφού ολοκληρώσαμε το photo gallery, προχωρήσαμε στο γράψιμο της προσφοράς κάνοντας χρήση της γραμματοσειράς Myriad Pro, 22 pt και δώσαμε στο κείμενο στοίχιση αριστερή. Ο τίτλος της πρόσφορα που αναγράφεται έγινε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Τέλος δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" και το τοποθετήσαμε στα δεξιά. Ενώ ακριβώς αποκάτω από την πρόσφορα που αφορά την πόλη της Νικαίας τοποθετήσαμε το τελευταίο τουριστικό πακέτο για την Γαλλία που αφορά την πόλη της Λυών⁹⁴. Και εδώ φτιάξαμε μια μικρή παρουσίαση φωτογραφιών με τα αξιοθέατα και το ξενοδοχείο που περιλαμβάνει η πρόταση του τουριστικού γραφείου. Έτσι λοιπόν μέσα στο ήδη δημιουργημένο text box φτιάξαμε με την χρήση του rectangle frame tool ένα τετράγωνο με σκοπό εκεί να τοποθετηθούν οι φωτογραφίες. Οι διαστάσεις του τετραγώνου αυτού είναι: x= 222,7 mm, y= 143 mm, w= 75mm και h= 50mm. Στην

⁹⁴ Το photo gallery της Λυών περιλαμβάνει

α) http://static.in2life.gr/media/inlinepics/old/diamantiagallia-675-1_441526_02391Q.jpg

β) https://www.raileurope.com/cms-images/690/241/france-lyon-basilica.jpg?country_origin=GR

γ) <http://viajar.elperiodico.com/var/viajar/storage/images/media/imagenes-y-videos/lyon/287390-9-esl-ES/lyon.jpg>

δ) <https://www.lebonbon.fr/wp-content/uploads/2016/05/Sans-titre-9.png>

συνεχεία εισάγαμε μέσω του mini bridge με την διαδικασία του drag and drop τις φωτογραφίες που αφορούσαν την πρόσφορα για την Λυών, και επιλέγοντας μια κάθε φορά με την χρήση του selection tool δώσαμε σε όλες τις φωτογραφίες τις διαστάσεις: $x= 222,7 \text{ mm}$, $y= 143 \text{ mm}$, $w= 75\text{mm}$ και $h= 50\text{mm}$. Αφού ολοκληρώσαμε την διαδικασία με τις διαστάσεις των φωτογραφιών προχωρήσαμε στην ρύθμιση του κέντρου των εικόνων με την διαδικασία: Fitting → Fit Content To Frame. Μετά τοποθετήσαμε τις εικόνες την μια πάνω από την άλλη και πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα Lyon. Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια το ένα αριστερό και το άλλο δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας. Επιλέξαμε το δεξί βελάκι με το selection tool, και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα Lyon next και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το Lyon. Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα Lyon prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες το Lyon. Τέλος τοποθετήσαμε τα δυο βελάκια σέρνοντας τα πάνω στις φωτογραφίες που αφορούν την πόλη της Λυών. Αφού τελειώσαμε την διαδικασία του photo gallery προχωρήσαμε στο γράψιμο της προσφοράς χρησιμοποιώντας την γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt και την στοίχιση την ορίσαμε αριστερά. Ο τίτλος της πρόσφορα έγινε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Τέλος δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" το οποίο και το τοποθετήσαμε στα δεξιά της προσφοράς. Ολοκληρώνοντας την σελίδα έντεκα, βάλαμε ως χορηγό και μια φωτογραφία από ένα ξενοδοχείο του Παρισιού⁹⁵. Η εισαγωγή της φωτογραφίας αυτής έγινε από την γραμμή εντολών file → place. Η εικόνα αυτή πήρε τις διαστάσεις $x= 230,6\text{mm}$, $y= 211 \text{ mm}$, $w= 162,4\text{mm}$ και $h= 61\text{mm}$. Μετά την ολοκλήρωση και των διαστάσεων ρυθμίσαμε και το κέντρο της εικόνας κάνοντας Fitting → Fit Content To Frame.

⁹⁵ Ανακτήθηκε από "https://exp.cdn-hotels.com/hotels/1000000/20000/15300/15276/15276_126_z.jpg"

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ

Προχωρώντας η επομένη χώρα μετά την Γαλλία που παρουσιάζεται στο e-magazine είναι η Ιταλία. Και εδώ φτιάξαμε δυο "σαλόνια" ή αλλιώς τέσσερις σελίδες μέσα στις οποίες θα παρουσιάσουμε τόσο πληροφορίες για την χώρα αυτή, όσο και εικόνες από διάφορα μέρη και αξιοθέατα της Ιταλίας, καθώς επίσης και διάφορα τουριστικά πακέτα του ταξιδιωτικού γραφείου. Αναλυτικά, στο πρώτο "σαλόνι" όπως αναφέραμε ήδη παρουσιάζονται κάποιες πληροφορίες για την χώρα καθώς και φωτογραφίες με τους πιο γνωστούς προορισμούς της χώρας. Ενώ στις επόμενες δυο σελίδες παρουσιάζονται προσφορές από το τουριστικό γραφείο που αφορούν τους δημοφιλέστερους προορισμούς της Ιταλίας. Ας ξεκινήσουμε λοιπόν μια αναλυτική περιγραφή των όσων έγιναν στις σελίδες δώδεκα, δεκατρία, δεκατέσσερα και δεκαπέντε.

Στην σελίδα δώδεκα λοιπόν, φτιάξαμε και πάλι τρεις χώρους εργασίας. Τον ένα τον φτιάξαμε με ένα τετράγωνο για την εισαγωγή φωτογραφίας, ενώ για τους άλλους δυο χώρους φτιάξαμε δυο διαφορετικά text box. Για τον πρώτο χώρο πήραμε από την εργαλειοθήκη το rectangle frame tool και δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με διαστάσεις $x=12.7\text{mm}$ $y=12.7\text{mm}$ $w=184.6\text{mm}$ και $h=97,3\text{mm}$. Στην συνέχεια με επιλεγμένο το τετράγωνο με το εργαλείο selection tool πήγαμε στην γραμμή εντολών και από το `file` → `place` εισάγαμε την φωτογραφία του Κολοσσαίου⁹⁶ η οποία θα λειτουργήσει σαν εισαγωγή για την χώρα που ακολουθεί, δηλαδή την Ιταλία. Μετά και αφού βάλαμε την φωτογραφία στον χώρο εργασίας, της δώσαμε τις διαστάσεις του τετραγώνου, που τις αναφέραμε παραπάνω, προκειμένου φωτογραφία και τετράγωνο να ταυτιστούν. Αφού ολοκληρώσαμε και τις διαστάσεις της φωτογραφίας μετά πήγαμε να κεντράρουμε την εικόνα. Την επιλέξαμε λοιπόν με το selection tool και πατήσαμε δεξί κλικ `Fitting` → `Fit Content To Frame`. Στον δεύτερο χώρο γράψαμε το όνομα της χώρας και τον χαρακτηρισμό της. Για να εισάγουμε το όνομα "Ιταλία" χρησιμοποιήσαμε από την γραμμή εργαλείων type tool και φτιάξαμε ένα text box

⁹⁶ Ανακτήθηκε από "<http://www.travellena.com/picupload/hotels/262/thumbs1/1.jpg>"

οπού μέσα σε αυτό γράψαμε την Ιταλία με γραμματοσειρά Comic Sans Ms και στοίχιση κεντρική. Τα γράμματα τα κάναμε 60 pt και χρησιμοποιήσαμε έντονη γραφή δηλαδή, bold και τους δώσαμε το χρώμα πράσινο. Για τον χαρακτηρισμό που δώσαμε στην χωρά "Η χωρά των αντιθέσεων" χρησιμοποιήσαμε και πάλι το εργαλείο type tool και φτιάξαμε ένα text box και γράψαμε εκεί τον χαρακτηρισμό με γραμματοσειρά Comic Sans Ms. Στον χαρακτηρισμό δώσαμε χρώμα πράσινο ενώ τα γράμματα τα κάναμε 24 pt και την στοίχιση την κάναμε δεξιά. Στην συνέχεια επιλέξαμε τόσο την λέξη Ιταλία όσο και τον χαρακτηρισμό της με το selection tool και έχοντας πατημένο το πλήκτρο "Shift" από το πληκτρολόγιο πήγαμε στην γραμμή εντολών object → group. Με αυτόν τον τρόπο ενώσαμε τα δυο διαφορετικά text box. Αύτη η ένωση θεωρήθηκε απαραίτητη ώστε να δώσουμε μια κίνηση στο όνομα και στον χαρακτηρισμό της χώρας. Για την δημιουργία αυτής της κίνησης πήγαμε στο μενού animation→fly in and blur→ fly in blur from top και στο duration ορίσαμε 1 second. Ο τρίτος και τελευταίος χώρος για την σελίδα αυτή έγινε με τη δημιουργία ενός ακόμα text box με την χρήση του type tool οπού εκεί γράψαμε κάποιες πληροφορίες σχετικά με την πόλη της Ιταλίας. Το κείμενο γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 23 pt και δώσαμε στοίχιση αριστερή. Ο μοναδικός χαρακτήρας που δεν ακλούθησε τα παραπάνω χαρακτηρίστηκα είναι το αρχικό γράμμα της παραγράφου το οποίο και το γράψαμε με γραμματοσειρά Comic Sans Ms, 50 pt και τον ορίσαμε ως έντονο χαρακτήρα (bold). Σε όλο το κείμενο το χρώμα των γραμμάτων είναι κόκκινο.

Στην σελίδα δεκατρία δημιουργήσαμε επτά χώρους εργασίας, απ' τους οποίους οι τέσσερις αποτελούνται από text box, ενώ οι υπόλοιποι τρις χώροι αποτελούνται από τετράγωνα μέσα στα οποία τοποθετήσαμε φωτογραφίες από τα δημοφιλέστερα μέρη της Ιταλίας. Αναλυτικά, το κείμενο που αναφέρει πληροφορίες σχετικά με την Ιταλία συνεχίζει από την δίπλα σελίδα. Και εδώ δημιουργήθηκε ένα text box, ωστόσο το κείμενο που αναγράφεται μέσα σε αυτό έχει ακριβώς τα ίδια χαρακτηρίστηκα με το κείμενο της διπλανής σελίδας, δηλαδή γραμματοσειρά Myriad Pro, 23 pt και στοίχιση αριστερή, με τα γράμματα να εξακολουθούν έχουν το κόκκινο χρώμα. Μετά την ολοκλήρωση του κειμένου φτιάξαμε ένα τετράγωνο χρησιμοποιώντας και εδώ το εργαλείο rectangle frame tool, το τετράγωνο αυτό το τοποθετήσαμε όσο πιο δεξιά γινόταν, διατηρώντας όμως τα περιθώρια ξακρίσματος σταθερά όπως και σε όλο το υπόλοιπο e- magazine. Οι διαστάσεις που δώσαμε στο

τετράγωνο αυτό είναι: $x=312,43\text{mm}$ $y=118,5\text{mm}$ $w=94,87\text{mm}$ και $h=44,5\text{mm}$. Στην συνέχεια μέσω του mini bridge επιλέξαμε τις φωτογραφίες που αφορούν την πόλη του Μιλάνου⁹⁷ και τις σύραμε στον χώρο εργασίας του ID. Επιλέγοντας κάθε φορά μια από τις φωτογραφίες δώσαμε και σε αυτές τις διαστάσεις του τετραγώνου, δηλαδή $x=312,43\text{mm}$ $y=118,5\text{mm}$ $w=94,87\text{mm}$ και $h=44,5\text{mm}$. Αφού τελειώσαμε με όλες τις φωτογραφίες όσον αφορά το θέμα των διαστάσεων τους, προχωρήσαμε στην ρύθμιση του κέντρου τους, αφού λόγω της αλλαγής των διαστάσεων τους παραμορφώθηκαν. Η ρύθμιση αυτή έγινε με την διαδικασία Fitting → Fit Content To Frame. Μετά τοποθετήσαμε τις εικόνες την μια πάνω από την άλλη και πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα Milano. Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια το ένα αριστερό και το άλλο δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας. Επιλέξαμε το δεξί βελάκι με το selection tool, και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα Milan_next και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το Milano. Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα Milan_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες Milano. Τέλος τοποθετήσαμε τα δυο βελάκια σέρνοντας τα, πάνω στις φωτογραφίες. Αφού τελειώσαμε την διαδικασία του photo gallery προχωρήσαμε στην δημιουργία ενός text box ακριβώς δίπλα και αριστερά των φωτογραφιών που αφορούν το Μιλάνο ώστε να ενημερώσουμε τον επίδοξο επισκέπτη του τι μπορεί να δει στην πόλη αυτή αν επιλέξει αυτό το ταξιδιωτικό πακέτο, το οποίο βρίσκεται στην επομένη σελίδα, και αφορά την πόλη του Μιλάνου. Στο συγκεκριμένο λοιπόν text box προκρινόμενου να βρίσκεται ακριβώς δίπλα από το photo gallery δώσαμε διαστάσεις $x=222,7\text{mm}$, $y=118,5\text{mm}$, $w=89,8\text{mm}$ και $h=44,5\text{mm}$. Μέσα στο οριοθετημένο αυτό κουτί κειμένου γράψαμε το κείμενο που αφορά την πόλη του Μιλάνου με γραμματοσειρά Myriad Pro, 20 pt και την στοίχιση την ορίσαμε αριστερά. Ωστόσο την λέξη "Μιλάνο" την κάναμε hyperlink και της δώσαμε το χρώμα μπλε. Δηλαδή πατώντας πάνω στην πόλη

⁹⁷ Οι φωτογραφίες που βάλαμε στο photo gallery του Μιλάνου είναι:

α) <http://www.aurinkomatkat.fi/imgcache/resort/mil/15.jpg>

β) <http://valigieinmano.it/wp-content/uploads/2016/01/Castello-Sforzesco.jpg>

γ) http://3.bp.blogspot.com/_ZZy_4QXRiIE/TNxUYYSiZKI/AAAAAAAAAEc/-irKtny3x2A/s1600/6.JPG

δ) <http://i0.wp.com/blondywitch.com/wp-content/uploads/2015/01/gucci3.jpg>

να ανοίγει σελίδα της βικιπαιδείας που αναφέρεται στο Μιλάνο . Για να γίνει το hyperlink επιλέξαμε με το selection tool την πόλη και κάναμε δεξί κλικ interactive→ new hyperlink και στο destination βάλαμε το αντίστοιχο url ενώ στο πεδίο highlight επιλέξαμε το outline. Μετά πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου των buttons οπού στο πεδίο actions επιλέξαμε από το υπομενού την επιλογή go to url ενώ μέσα στο πεδίο του url επιλέξαμε την διεύθυνση της βικιπαιδείας που εισάγαμε από το παράθυρο του hyperlink.

Αποκάτω από το τετράγωνο με τις φωτογραφίες του Μιλάνου τοποθετήσαμε άλλο ένα τετράγωνο οπού και εκεί εισάγαμε φωτογραφίες για την πόλη της Φλωρεντίας αυτήν την φορά. Μέσω του mini bridge επιλέξαμε τις φωτογραφίες που αφορούν την πόλη της Φλωρεντίας⁹⁸ και τις σύραμε στον χώρο εργασίας. Επιλέγοντας κάθε φορά μια από τις φωτογραφίες δώσαμε σε αυτές τις διαστάσεις του τετραγώνου: x= 312,5mm y= 163mm w=94,8 mm και h=48,5mm. Τελειώνοντας με όλες τις φωτογραφίες όσον αφορά το θέμα των διαστάσεων τους, συνεχίσαμε στην ρύθμιση του κέντρου τους διότι λόγω της αλλαγής των διαστάσεων τους παραμορφώθηκαν. Η ρύθμιση των κέντρων τους έγινε με την διαδικασία Fitting → Fit Content To Frame. Στην συνέχεια έχοντας πλέον τοποθετηθεί όλες οι φωτογραφίες στην θέση τους, δηλαδή η μια πάνω στην άλλη, πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την όποια θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα florence. Ύστερα πηγαίνοντας στο μενού sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια ένα αριστερό και ένα δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας. Αρχικά επιλέξαμε το δεξί βελάκι με το selection tool, και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το florence. Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε και πάλι στο μενού buttons και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες florence. Τελειώνοντας τοποθετήσαμε τα βελάκια στα αριστερά και δεξιά των εικόνων

⁹⁸ Οι φωτογραφίες που βάλαμε στο photo gallery του Φλωρεντία είναι:
α) <http://run-away.gr/wp-content/uploads/2013/04/florence-3-640x400.jpg>
β) <http://77fkpo.com5.z0.glb.clouddn.com/e438225f354b14293ea580e7bfb6b249.jpg>
γ) http://www.in2life.gr/dm_pictures/flwrentia600-11_90067_1X954U.jpg
δ) <http://www.clickatlife.gr/fu/p/4249/632/395/0x00000000004c1980/2/florentia-mia-poli-san-pinakas-zografikis.jpg>

σέρνοντας τα. Υστερα προχωρήσαμε στην δημιουργία ενός text box ακριβώς δίπλα και αριστερά των φωτογραφιών που αφορούν την Φλωρεντία ώστε να ενημερώσουμε τον πιθανό επισκέπτη τι μπορεί να δει στην πόλη αυτή αν επιλέξει το συγκεκριμένο ταξιδιωτικό πακέτο, το οποίο βρίσκεται στην επομένη σελίδα, και αφορά την πόλη της Φλωρεντίας. Στο συγκεκριμένο λοιπόν text box προκρινόμενου να βρίσκεται ακριβώς δίπλα από τις φωτογραφίες δώσαμε διαστάσεις $x=222,7\text{mm}$, $y=163\text{mm}$, $w=89,8\text{mm}$ και $h=48,5\text{mm}$. Μέσα στο οριοθετημένο αυτό κουτί κειμένου γράψαμε το κείμενο που αφορά την πόλη της Φλωρεντίας με γραμματοσειρά Myriad Pro, 20 pt και την στοίχιση την ορίσαμε αριστερά. Επιπλέον, την λέξη "Φλωρεντία" την κάναμε hyperlink και της δώσαμε το χρώμα μπλε. Δηλαδή πατώντας πάνω στην πόλη αυτή να ανοίγει μια σελίδα στο web της βικιπαιδείας που αναφέρεται στη Φλωρεντία. Για την δημιουργία του hyperlink επιλέξαμε με το selection tool την πόλη " Φλωρεντία "και κάναμε δεξί κλικ interactive→ new hyperlink και στο destination βάλαμε το αντίστοιχο url ενώ στο πεδίο highlight επιλέξαμε το outline. Μετά πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου των buttons όπου στο πεδίο actions επιλέξαμε από το υπομενού την επιλογή go to url ενώ μέσα στο πεδίο του url επιλέξαμε την διεύθυνση της βικιπαιδείας που εισάγαμε από το παράθυρο του hyperlink.

Ολοκληρώνοντας την σελίδα δεκατρία ως τελευταία πόλη της Ιταλίας προσθέσαμε την Βενετία⁹⁹. Έτσι λοιπόν αποκάτω από το τετράγωνο με τις φωτογραφίες της Φλωρεντίας προσθέσαμε ένα τελευταίο τετράγωνο όπου και εκεί εισάγαμε φωτογραφίες για την πόλη της Βενετίας. Από του mini bridge διαλέξαμε τις φωτογραφίες που αναφέρονται στην πόλη της Βενετίας και τις σύραμε στον χώρο εργασίας. Έτσι επιλέγοντας κάθε φορά μια από τις φωτογραφίες δώσαμε σε αυτές, τις διαστάσεις του τετραγώνου: $x=312,5\text{mm}$ $y=211,331\text{mm}$ $w=94,8\text{mm}$ και $h=49,669\text{mm}$. Αφού ρυθμίσαμε όλες τις φωτογραφίες όσον αφορά το θέμα των διαστάσεων τους, προχωρήσαμε στην ρύθμιση του κέντρου τους γιατί λόγω της αλλαγής των διαστάσεων τους, παραμορφώθηκαν. Την ρύθμιση των κέντρων τους την κάναμε με την εξής διαδικασία Fitting → Fit Content To Frame. Πλέον έχοντας

⁹⁹ Οι φωτογραφίες που βάλαμε στο photo gallery του Βενετία είναι:

α) <http://m.eirinika.gr/images/datafiles1/57351.jpg>

β) <http://www.takeatour.gr/wp-content/uploads/2014/07/Rialto-bridge-in-Venice-Italy-1400.jpg>

γ) https://images.travelpod.com/tripwow/photos/ta-00c4-494e-8c4f/benetia-anency-thessaloniki-greece+1152_12932151993-tpfil02aw-16229.jpg

τοποθετηθεί όλες οι φωτογραφίες στην θέση τους, πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα Venice. Πηγαίνοντας μετά στο μενού sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια ένα αριστερό και ένα δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας του ID. Για αρχή επιλέξαμε το δεξί βελάκι με το selection tool, και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το Venice ενώ στο πεδίο name δώσαμε στο βελάκι το όνομα Venice next. Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε και πάλι στο μενού buttons και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες Venice. Τέλος τοποθετήσαμε τα βελάκια στα αριστερά και δεξιά των εικόνων σέρνοντας τα. Μετά φτιάξαμε ένα text box ακριβώς δίπλα και αριστερά των φωτογραφιών που αφορούν της Βενετίας ώστε να ενημερώσουμε τον υποψήφιο επισκέπτη τι μπορεί να δει στην πόλη αυτή αν επιλέξει το συγκεκριμένο ταξιδιωτικό πακέτο, το οποίο βρίσκεται στην επομένη σελίδα, και αφορά την πόλη της Βενετίας. Στο συγκεκριμένο λοιπόν text box προκρινόμενου να βρίσκεται ακριβώς δίπλα από τις φωτογραφίες δώσαμε διαστάσεις $x=222,7\text{mm}$, $y=211,5\text{mm}$, $w=89,8\text{mm}$ και $h=49,5\text{mm}$. Μέσα σε αυτό κουτί κειμένου γράψαμε το κείμενο που αφορά την πόλη της Βενετίας με γραμματοσειρά Myriad Pro, 20 pt και την στοίχιση την ορίσαμε αριστερά. Επιπλέον, την λέξη "Βενετία" την κάναμε hyperlink και της δώσαμε το χρώμα μπλε. Δηλαδή πατώντας πάνω στην πόλη αυτή να ανοίγει σελίδα μια σελίδα στο web της βικιπαιδείας που αναφέρεται στη Βενετία. Για την δημιουργία του hyperlink επιλέξαμε με το selection tool την πόλη "Φλωρεντία" και κάναμε δεξί κλικ interactive → new hyperlink και στο destination βάλαμε το αντίστοιχο url ενώ στο πεδίο highlight επιλέξαμε το outline. Μετά πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου των buttons όπου στο πεδίο actions επιλέξαμε από το υπομενού την επιλογή go to url ενώ μέσα στο πεδίο του url επιλέξαμε την διεύθυνση της βικιπαιδείας που εισάγαμε από το παράθυρο του hyperlink.

Στην σελίδα δεκατέσσερα έχουμε βάλει ένα τετράγωνο το οποίο συνεχίζει και στην σελίδα δεκαπέντε και το οποίο το δημιουργήσαμε με την βοήθεια του rectangle tool από την γραμμή εργαλείων. Σε αυτό το τετράγωνο δώσαμε τις διαστάσεις $x=12.914\text{mm}$ $y=11.974\text{mm}$ $w=394\text{mm}$ και $h=45\text{mm}$ και το βάψαμε με χρώμα μπλε.

Μέσα σε αυτό το τετράγωνο εισάγαμε το λογότυπο του τουριστικού γραφείου "Tour Travel" με διαστάσεις $x=28,142$ mm, $y=14,3$ mm, $w=74,54$ mm και $h=42,259$ mm. Ακριβώς κάτω από το τετράγωνο αυτό δημιουργήσαμε ένα text box, το οποίο κατάλαβε όλο το υπόλοιπο της σελίδας και εκεί κάναμε μια μικρή εισαγωγή πριν παρουσιάσουμε τα τουριστικά πακέτα που αφορούν την χώρα της Ιταλίας. Το κείμενο αυτό γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt και τη στοίχιση του την ορίσαμε αριστερά. Κάτω από το κείμενο, και πάντα μέσα στα όρια του text box, φτιάξαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool στα αριστερά της σελίδας με διαστάσεις: $x= 12.7$ mm, $y= 105,5$ mm, $w=75$ mm και $h=50$ mm. Μέσα σε αυτό το τετράγωνο τοποθετήσαμε κάποιες φωτογραφίες με αξιοθέατα και το ξενοδοχείο που αφορά το πρώτο πακέτο για την πόλη της Ρώμης¹⁰⁰. Για να εισάγουμε τις φωτογραφίες ακλουθήσαμε τα εξής βήματα: από το mini bridge βρήκαμε τις φωτογραφίες που θέλαμε και τις σύραμε στο χώρο εργασία του ID. Αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες στο χώρο εργασίας επιλέξαμε κάθε φορά απο μια φωτογραφία με το selection tool τους δώσαμε τις διαστάσεις του τετράγωνου ώστε όλες να ταυτιστούν με αυτό και υστερα σε κάθε φωτογραφία κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Αυτό έγινε προκειμένου όλες οι φωτογραφίες να κεντραριστούν και να μην δείχνουν αλλοιωμένες. Μετά πήγαμε στο μενού του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα romi. Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια το ένα αριστερό και το άλλο δεξί και τα καναμε drag and drop στο χώρο εργασία μας. Συνεχίζοντας επιλέξαμε το βελάκι με την δεξιά φορά και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object κλικάραμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το romi. Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε και πάλι στο μενού buttons, στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλεξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες romi. Διπλα από το τετράγωνο με τις φωτογραφίες γράψαμε την πρόσφορα του τουριστικού γραφείου που αφορά την πόλη της Ρώμης. Το κείμενο γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt, και η στοίχιση που του δόθηκε είναι η αριστερή. Μοναδική διάφορα του κειμένου αυτού

¹⁰⁰ Το photo gallery για την Ρώμη περιλαμβάνει:

α) http://www.travelstyle.gr/portal/photos/articles/1953_rome.jpg

β) http://www.travelstyle.gr/portal/photos/articles/thumbs_large/7147_179_RWMH007.jpg

γ) http://www.travelstyle.gr/portal/photos/galleries/179_RWMH001.jpg

δ) <http://turizm gazetesi.com/images/tesis/60268df0-3205-4d4a-bae3-0ab89e3757fd.jpg>

αποτελεί ο τίτλος της προσφοράς ο οποίος γράφτηκε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Τέλος δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" και το οποίο ακλούθησε την διαδικασία δημιουργίας που αναφέραμε πιο πάνω και το τοποθετήσαμε στα δεξιά της σελίδας. Τα buttons του "κλείστε τώρα" που χρησιμοποιήθηκαν στα πακέτα της Ιταλίας φέρουν το χρώμα του πρασίνου. Ακριβώς κάτω από το πακέτο προσφοράς για την πόλη της Ρώμης, τοποθετήθηκε το πακέτο προσφοράς για την πόλη του Μιλανού¹⁰¹. Και εδώ φτιαξαμε ένα photo gallery με αξιοθέατα της πόλης αυτής, καθώς και το ξενοδοχείο διαμονής που περικλείει το πακέτο προσφοράς του τουριστικού γραφείου. Και σε αυτή την περίπτωση το photo gallery έγινε με παρόμοιο τρόπο, αναλυτικά: δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool, και του δώσαμε διαστάσεις $x=12.7\text{mm}$, $y=185\text{mm}$, $w=75\text{mm}$ και $h=50\text{mm}$. Τις φωτογραφίες που αφορούν την πρόσφορα τις εισάγαμε σέρνοντας τις από το μενού του mini bridge στον χώρο εργασίας μας και επιλέγοντας κάθε φορά μια φωτογραφία δώσαμε σε όλες τις ίδιες διαστάσεις $x=12.7\text{mm}$, $y=185\text{mm}$, $w=75\text{mm}$ και $h=50\text{mm}$. Με την ρύθμιση των διαστάσεων η φωτογραφίες πέσανε η μια πάνω στην άλλη και ταυτιστήκαν με το τετράγωνο που δημιουργήσαμε με σκοπό να μουν εκεί. Υστερα τις κεντράραμε επιλέγοντας τις όλες τις φωτογραφίες με το selection tool και με δεξί κλικ κάναμε Fitting → Fit Content To Frame. Προχωρώντας πήγαμε στο μενού του object states και ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα Milan. Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons οπου και επιλέξαμε 2 βελάκια, το ένα με αριστερή και το άλλο με δεξιά φορά. Τα σύραμε στο χώρο εργασία μας. Επιλέξαμε με το selection tool το δεξί βελάκι και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα Milan_next ενώ στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή Milan. Για το αριστερό βελάκι πήγαμε στο μενού buttons δώσαμε ως όνομα του button το Milan_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες Milan. Τέλος σύραμε τα βελάκια πάνω στο τετράγωνο με τις φωτογραφίες τοποθετώντας τα δεξιά και αριστερά του τετραγώνου. Δίπλα από τις

¹⁰¹ Το photo gallery για την Μιλάνο περιλαμβάνει

α) <http://assets.ied.it/wp-content/blogs.dir/5/files/2015/04/milano2.jpg>

β) <http://d.otcdn.com/imglib/hotelfotos/8/172/grand-hotel-gallia-milano-marittima-038.jpg>

γ) http://www.italy.org/files/1image/milano_navigli.jpg

φωτογραφίες που αφορούν το Μιλάνο τοποθετήσαμε την πρόσφορα του τουριστικού γραφείου για το συγκεκριμένο προορισμό. Το κείμενο, της προσφοράς αυτής, γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt και η στοίχιση έγινε αριστερή. Και σε αυτήν την περίπτωση κειμένου η μονή διάφορα που παρουσιάζεται είναι στο τίτλο ο οποίος είναι γραμμένος με κόκκινα γράμματα εικοσαριών στιγμών. Δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" και το τοποθετήσαμε στα δεξιά της σελίδας.

Και στην σελίδα δεκαπέντε έχουμε την συνέχιση του τετραγώνου, το οποίο αποτελεί συνέχεια της δίπλα σελίδας, και μέσα σε αυτό εμπεριέχονται τα κουμπιά των social media. Όμως και στην σελίδα αυτή, υπάρχουν και άλλοι δυο ταξιδιωτικοί προορισμοί για την χώρα της Ιταλίας, καθώς και μια διαφήμιση στο τέλος της. Ας ξεκινήσουμε όμως να αναλύουμε την δημιουργία της σελίδας αυτής. Αποκάτω λοιπόν από το τετράγωνο δημιουργήσαμε ένα text box το οποίο και φτιάξαμε με την χρήση του type tool. Μέσα στο text box φτιάξαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool, και στο οποίο μέσα τοποθετήσαμε τις εικόνες που αφορούν την πόλη της Φλωρεντίας. Οι διαστάσεις που δώσαμε στο τετράγωνο αυτό είναι: $x=222,7$ mm, $y=69$ mm, $w=75$ mm και $h=50$ mm. Τις εικόνες τις εισάγαμε μέσω του mini bridge με την διαδικασία του drag and drop. Αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες που αφορούν το πακέτο της Φλωρεντίας¹⁰², επιλέξαμε ξεχωριστά κάθε φωτογραφία με το selection tool και δώσαμε σε όλες, τις διαστάσεις του τετραγώνου. Μετά έχοντας επιλέξει και πάλι κάθε φωτογραφία ξεχωριστά κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame, ώστε να ρυθμίσουμε το κέντρο των φωτογραφιών το οποίο αλλοιώθηκε μετά την αλλαγή των διαστάσεων τους. Προχωρώντας και έχοντας πλέον τοποθετηθεί οι φωτογραφίες η μια πάνω στην άλλη πήγαμε στο μενού του object states και εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "florentia". Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε 2 βελάκια, ένα αριστερό και ένα δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας. Επιλέξαμε πρώτα το δεξί βελάκι και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα flor_next και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή

¹⁰² Το photo gallery για την Φλωρεντία περιλαμβάνει
α) https://exp.cdn-hotels.com/hotels/1000000/530000/521300/521259/521259_30_z.jpg
β) http://resources.touropia.com/gfx/d/tourist-attractions-in-italy/santa_maria_del_fiore.jpg
γ) http://farm3.staticflickr.com/2670/4091823021_31dc54749f_b.jpg

go to next state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "florentia". Για το αριστερό βελάκι πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα flor_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες "florentia". Τέλος βάλουμε τα βελάκια αριστερά και δεξιά των φωτογραφιών. Ολοκληρώνοντας το τετράγωνο των φωτογραφιών, προχωρήσαμε στο γράψιμο της προσφοράς χρησιμοποιώντας την γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt και δώσαμε στο κείμενο αριστερή στοίχιση. Τον τίτλο της προσφοράς τον κάναμε με κόκκινα γράμματα, εικοσιτεσσέρων στιγμών. Τέλος δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" και το τοποθετήσαμε στα δεξιά της σελίδας. Ακριβώς αποκάτω από την πρόσφορα που αφορά την πόλη της Φλωρεντίας τοποθετήσαμε το τελευταίο τουριστικό πακέτο για την Ιταλία που αφορά την πόλη της Βενετίας¹⁰³. Και σε αυτή την περίπτωση φτιάξαμε μια μικρή παρουσίαση από φωτογραφίες με τα αξιοθέατα και το ξενοδοχείο που περιλαμβάνει η πρόταση του τουριστικού γραφείου. Έτσι λοιπόν μέσα στον ήδη δημιουργημένο χώρο του text box φτιάξαμε με την χρήση του rectangle frame tool ένα τετράγωνο με σκοπό εκεί να τοποθετηθούν οι φωτογραφίες. Οι διαστάσεις που δώσαμε στο τετράγωνο αυτό είναι: $x = 222,7 \text{ mm}$, $y = 145 \text{ mm}$, $w = 75 \text{ mm}$ και $h = 50 \text{ mm}$. Στην συνέχεια εισάγαμε μέσω του mini bridge με την διαδικασία του drag and drop τις φωτογραφίες, που αφορούσαν την πρόσφορα για της Βενετίας, και επιλέγοντας μια κάθε φορά με την χρήση του selection tool δώσαμε σε όλες τις φωτογραφίες τις διαστάσεις: $x = 222,7 \text{ mm}$, $y = 145 \text{ mm}$, $w = 75 \text{ mm}$ και $h = 50 \text{ mm}$. Ολοκληρώνοντας την διαδικασία με τις διαστάσεις των φωτογραφιών προχωρήσαμε στην ρύθμιση του κέντρου των εικόνων με την διαδικασία: Fitting → Fit Content To Frame. Μετά τοποθετήσαμε τις εικόνες την μια πάνω από την άλλη και πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα ven. Ύστερα από το sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια ένα αριστερό και ένα δεξί. Επιλέξαμε το δεξί βελάκι με το selection tool, και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα ven_next και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε

¹⁰³ Το photo gallery για την Φλωρεντία περιλαμβάνει
α) <http://upload.hgrw.com.cn/2015/0430/1430359367877.jpg>
β) http://www.interra.ro/uploads/offer_city_break/italia-venetia-venetia-basilica-santa-maria_e2yl.jpg

το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "ven". Για το βελάκι με την αριστερή φορά πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα ven_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες το "ven". Έτσι τα απλά βελάκια μετατράπηκαν σε buttons και τα τοποθετήσαμε σέρνοντας τα πάνω στις φωτογραφίες που αφορούν την πόλη της Βενετίας. Υστέρα προχωρήσαμε στο γράψιμο της προσφοράς χρησιμοποιώντας την γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt και την στοίχιση την ορίσαμε αριστερά. Ο τίτλος της πρόσφορα έγινε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" το οποι και τοποθετήσαμε στα δεξιά της σελίδας. Φτάνοντας στο τέλος της σελίδας δεκαπεντε, βάλαμε ως χορηγό μια φωτογραφία από μια αεροπορική εταιρία της Ιταλίας¹⁰⁴. Η εισαγωγή της φωτογραφίας αυτής έγινε από την γραμμή εντολών file → place. Η εικόνα αυτή πηρέ τις διαστάσεις x= 238,5mm, y= 225,091 mm, w= 166,313 mm και h=42,909mm. Μετά την ολοκλήρωση και των διαστάσεων ρυθμίσαμε και το κέντρο της εικόνας κάνοντας Fitting → Fit Content To Frame.

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ

Η επομένη ευρωπαϊκή χώρα που προστέθηκε στις σελίδες αυτού του e-magazine είναι η Ισπανία. Και για αυτήν την χώρα, όπως άλλωστε και στις τρεις προηγούμενες, αφιερώσαμε δυο "σαλόνια" ή αλλιώς τέσσερις σελίδες. Ο σκοπός μας και για αυτήν την χώρα ήταν: στις δυο πρώτες σελίδες να παρουσιαστούν στον υποψήφιο αναγνώστη κάποιες πληροφορίες καθώς και τα ποιο δημοφιλή μέρη, που θα ήταν χρήσιμο να γνωρίζει κάποιος που επιθυμεί να ταξιδέψει στην χώρα αυτή. Στις δυο επόμενες σελίδες που ακολουθούθου παρουσιάζονται τα ταξιδιωτικά πακέτα προσφορών που αφορούν την πόλη της Ισπανίας. Ας ξεκινήσουμε όμως την ανάλυση των σελίδων δεκαέξι, δεκαεπτά, δεκαοκτώ και δεκαεννέα που αναφέρονται στην χώρα και τις προσφορές της Ισπανίας.

¹⁰⁴ Ανακτήθηκε από " <http://room.com.do/wp-content/uploads/2015/12/alitalia.jpg>"

Την σελίδα δεκαέξι λοιπόν, την χωρίσαμε και αυτήν σε τρεις χώρους εργασίας. Τον πρώτο χώρο λοιπόν τον φτιάξαμε με ένα τετράγωνο για να εισάγουμε εκεί την φωτογραφία εισαγωγής στην χώρα της Ισπανίας, ενώ για τους άλλους δυο χώρους φτιάξαμε δυο διαφορετικά text box. Για τον πρώτο χώρο πήραμε από την εργαλειοθήκη το rectangle frame tool και δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με διαστάσεις x= 12.444mm y= 12.7mm w=184.856mm και h=104,83mm και στην συνέχεια με επιλεγμένο το τετράγωνο αυτό με την χρήση του εργαλείου selection tool πήγαμε στην γραμμή εντολών και από το file → place εισάγαμε την φωτογραφία που απεικονίζει το " Εθνικο Μουσείο Τέχνης "¹⁰⁵. Αφού εισάγαμε την φωτογραφία της δώσαμε τις διαστάσεις του τετραγώνου, που τις αναφέραμε παραπάνω, προκειμένου φωτογραφία και τετράγωνο να γίνουν ένα. Αφού τελειώσαμε και τις διαστάσεις της φωτογραφίας μετά πήγαμε να κεντράρουμε την εικόνα. Την επιλέξαμε λοιπόν με το selection tool και πατήσαμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Προχωρώντας στον δεύτερο χώρο γράψαμε το όνομα της χώρας και τον χαρακτηρισμό της. Για να εισάγουμε το όνομα "Ισπανία" χρησιμοποιήσαμε από την γραμμή εργαλείων type tool και φτιάξαμε ένα text box οπού μέσα σε αυτό γράψαμε την Ισπανία με γραμματοσειρά Comic Sans Ms και στοίχιση κεντρική. Οι στιγμές των γραμμάτων του τίτλου ρυθμιστήκαν στις 60pt και χρησιμοποιήσαμε έντονη γραφή δηλαδή, bold και ο τίτλος πήρέ το χρώμα του κόκκινου. Για τον χαρακτηρισμό που δώσαμε στην χώρα "Η χώρα του πάθους" χρησιμοποιήσαμε και πάλι το εργαλείο type tool και φτιάξαμε ένα text box και γράψαμε εκεί τον χαρακτηρισμό με γραμματοσειρά Comic Sans Ms. Στον χαρακτηρισμό δώσαμε χρώμα κόκκινο ενώ τα γράμματα τα κάναμε 24 pt και την στοίχιση την κάναμε δεξιά. Στην συνέχεια επιλέξαμε τόσο την λέξη Ισπανία όσο και τον χαρακτηρισμό της με το selection tool και έχοντας πατημένο το πλήκτρο "Shift" από το πληκτρολόγιο πήγαμε στην γραμμή εντολών object → group. Με αυτόν τον τρόπο ενώσαμε τα δυο διαφορετικά text box. Αύτη η ένωση κρίθηκε σημαντική ώστε να δώσουμε μια κίνηση στο όνομα και στον χαρακτηρισμό της χώρας. Για την δημιουργία αυτής της κίνησης πήγαμε στο μενού animation→fly in and blur→ fly in blur from top και στο duration ορίσαμε 1 second. Ο τρίτος και τελευταίος χώρος για την σελίδα αυτή έγινε με τη δημιουργία ενός ακόμα text box, με την χρήση του type tool οπού εκεί γράψαμε κάποιες πληροφορίες σχετικά με την

¹⁰⁵ Ανακτήθηκε απο το "<http://www.matrix24.gr/wp-content/uploads/2014/12/ispania-556x330.jpg>"

πόλη της Ισπανίας. Το κείμενο γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 23 pt και δώσαμε στοίχιση αριστερή. Ο μοναδικός χαρακτήρας που δεν ακλούθησε τα χαρακτηριστικά του υπολοίπου κειμένου είναι το αρχικό γράμμα της παραγράφου το οποίο το γράψαμε με γραμματοσειρά Comic Sans Ms, 50 pt και τον ορίσαμε ως έντονο χαρακτήρα (bold). Σε όλο το κείμενο το χρώμα των γραμμάτων είναι μαύρο.

Η σελίδα δεκαεπτά αποτελείται από δυο βασικούς χώρους δηλαδή, από δυο text box τα όποια και καταλαμβάνουν όλο το μήκος της σελίδας. Το πρώτο text box το οποίο και φτάνει μέχρι το μέσο της σελίδας περιλαμβάνει το κείμενο που αναφέρεται στην πόλη της Βαρκελώνης καθώς επίσης και μια φωτογραφία που παρουσιάζει την πόλη αυτή. Το πρώτο μισό της σελίδας αυτής φτιάχτηκε αρχικά με την χρήση του type tool με το οποίο και φτιάξαμε το κουτί κειμένου. Μέσα στο κουτί αυτό αρχικά γράψαμε το κείμενο που αφορά την πόλη της Βαρκελώνης και ενημερώνει στους υποψηφίους ταξιδιώτες που θα επιλέξουν το συγκεκριμένο προορισμό τι αξίζει να επισκεφτούν. Το κείμενο αυτό γραφτηκε με τα ίδια χαρακτηριστικά κειμένου της δίπλα σελίδας δηλαδή, με γραμματοσειρά Myriad Pro, 23 pt και δώσαμε στοίχιση αριστερή. Τα γράμματα και αυτής της παραγράφου είναι μαύρα. Τελειώνοντας αυτό το κουτί κειμένου, προσθέσαμε με το εργαλείο rectangle frame tool ένα τετράγωνο όπου μέσα σε αυτό με την διαδικασία του file → place εισάγαμε την φωτογραφία που απεικονίζει την Βαρκελώνη¹⁰⁶. Μετά την ολοκλήρωση του πρώτου κουτιού κειμένου προσθέσαμε ακριβώς αποκάτω του, ένα δεύτερο κουτί κειμένου. Το δεύτερο αυτό κουτί περιλαμβάνει πληροφορίες για κάποιον που θέλει να επισκεφτεί την πόλη της Βαλένθιας όσο και μια φωτογραφία με το δημοφιλέστερο ενυδρείο¹⁰⁷ της Ευρώπης που βρίσκετε στην Βαλένθια.. Το δεύτερο αυτό text box το φτιάξαμε και πάλι με την βοήθεια του type tool όπου και γράψαμε μέσα σε αυτό, το κείμενο που αφορά την πόλη της Βαλένθιας. Και το κείμενο αυτό γράφτηκε με τα ίδια χαρακτηριστικά δηλαδή, με γραμματοσειρά Myriad Pro, 23 pt και δώσαμε στοίχιση αριστερή. Στο τέλος και του δευτέρου κουτιού και πάλι με την διαδικασία file → place εισάγαμε την φωτογραφία που απεικονίζει το ενυδρείο της Βαρκελώνης. Και στις δυο φωτογραφίες που εισάγαμε στην σελίδα αυτή, κάναμε την διαδικασία

¹⁰⁶ Ανακτήθηκε απο " <http://s.nbst.gr/files/1/2014/09/22/5barcelona.medium.jpg>"

¹⁰⁷ Ανακτήθηκε απο " http://www.travelstyle.gr/portal/photos/articles/thumbs_large/9772_Hemispheric_Twilight_-_Valencia,_Spain_-_Jan_2007.jpg "

κεντραρίσματος επιλέγοντας κάθε φωτογραφία ξεχωριστά και κάνοντας δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame

Και στην σελίδα δεκαοκτώ έχουμε βάλει ένα τετράγωνο το οποίο συνεχίζει και στην διπλά σελίδα, δηλαδή στην σελίδα δεκαεννέα, και το όποιο το δημιουργήσαμε με την βοήθεια του rectangle tool από την γραμμή εργαλείων. Στο τετράγωνο αυτό δώσαμε τις διαστάσεις $x=12.914\text{mm}$ $y=11.974\text{mm}$ $w=394\text{mm}$, $h=45\text{mm}$ και το βάψαμε με χρώμα μπλε. Το τετράγωνο τόσο στην σελίδα αυτή όσο και στις υπόλοιπες αποτελεί το χώρο μέσα στο οποίο τοποθετήσαμε το λογότυπο του τουριστικού γραφείου καθώς και τα εικονίδια των social media που αναφέρονται σε αυτό και είναι τοποθετημένα στην δίπλα σελίδα. Οι διαστάσεις που δώσαμε στο λογότυπο κατά την εισαγωγή του είναι: $x=28,142\text{ mm}$, $y=14,3\text{mm}$, $w=74,54\text{mm}$ και $h=42,259\text{ mm}$. Ακριβώς κάτω από το τετράγωνο αυτό, δημιουργήσαμε ένα text box το οποίο κατάλαβε όλη την υπόλοιπη σελίδα. Μέσα στον χώρο αυτό (του text box) κάναμε μια μικρή εισαγωγή και αμέσως μετά παραθέσαμε τα τουριστικά πακέτα που αφορούν τις δημοφιλέστερες πόλεις της Ισπανίας. Το εισαγωγικό κείμενο το γράψαμε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 στιγμών (pt) και τη στοίχιση του την ορίσαμε αριστερά. Κάτω από το εισαγωγικό κείμενο, και πάντα μέσα στο text box, φτιάξαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool στα αριστερά της σελίδας με διαστάσεις: $x=12.7\text{mm}$, $y=126,5\text{ mm}$, $w=75\text{ mm}$ και $h=50\text{mm}$. Το τετράγωνο αυτό το δημιουργήσαμε με σκοπό να τοποθετήσουμε εκεί μέσα κάποιες φωτογραφίες με αξιοθέατα και το ξενοδοχείο που αφορούν το πρώτο πακέτο για την πόλη της Μαδρίτης¹⁰⁸. Για την εισαγωγή των φωτογραφιών ακλουθήσαμε τα έξης βήματα: από το mini bridge βρήκαμε τις φωτογραφίες που θέλαμε και με drag and drop τις φέραμε στον χώρο εργασίας. Αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες, επιλέξαμε κάθε φορά από μια φωτογραφία με το selection tool και δώσαμε σε όλες τις φωτογραφίες τις διαστάσεις του τετράγωνου ώστε όλες να ταυτιστούν με αυτό και υστέρη σε κάθε φωτογραφία κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Αυτό έγινε προκειμένου όλες οι φωτογραφίες να κεντραριστούν και να μην δείχνουν αλλοιωμένες μετά την αλλαγή των διαστάσεων τους. Προχωρώντας πήγαμε στο

¹⁰⁸ Το photo gallery για την Μανδρίτη περιλαμβάνει:
α) http://www.krizantemtur.com/turresim/10_b.jpg
β) <http://www.smartours.gr/smartPhotos/1449778654.jpg>
γ) <http://www.oneman.gr/keimena/style/taksidi/article2921184.ece/BINARY/w620/ma119.jpg>
δ) <https://abilemadrid2013.files.wordpress.com/2012/09/hotel-abba-madrid-0-mdabma.jpg>

μενού του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την όποια θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "midriti". Ύστερα πήγαμε και στο μενού sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια το ένα αριστερό και το άλλο δεξί και τα κάναμε και αυτά drag and drop στο χώρο εργασίας μας. Εν συνεχεία επιλέξαμε το βελάκι με την δεξιά φορά και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "mandriti". Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε και πάλι στο μενού buttons, στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "madriti". Διπλά από το τετράγωνο με τις φωτογραφίες γράψαμε την πρόσφορα του τουριστικού γραφείου που αφορά την πόλη της Μαδρίτης. Το κείμενο γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt, και η στοίχιση που του δόθηκε είναι η αριστερή. Μοναδική διάφορα του κειμένου αυτού αποτελεί ο τίτλος της προσφοράς ο οποίος γράφτηκε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Τέλος δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" και το όποιο τοποθετήσαμε στα δεξιά της σελίδας. Ακριβώς κάτω από το πακέτο προσφοράς για την πόλη της Μαδρίτης, τοποθετήθηκε το τουριστικό πακέτο προσφοράς για την πόλη της Βαρκελώνης. Και στο τουριστικό πακέτο της Βαρκελώνης¹⁰⁹ κάναμε ένα photo gallery με αξιοθέατα της πόλης αυτής, καθώς και το ξενοδοχείο διαμονής που περιλαμβάνει η προσφορά του τουριστικού γραφείου. Και σε αυτή την περίπτωση το photo gallery έγινε με παρόμοιο τρόπο, αναλυτικά: δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool, και του δώσαμε διαστάσεις x=12.7mm, y=201mm, w=75mm και h=50mm. Τις φωτογραφίες, που αφορούν την πρόσφορα αυτή, τις εισάγαμε σέρνοντας τις, από το μενού του mini bridge στον χώρο εργασίας μας και επιλέγοντας κάθε φορά μια φωτογραφία δώσαμε σε όλες τις ίδιες διαστάσεις δηλαδή x=12.7mm, y=201mm, w=75mm και h=50mm. Με την ρύθμιση των διαστάσεων οι φωτογραφίες πέσανε η μια πάνω στην άλλη και ενοποιήθηκαν με το τετράγωνο που δημιουργήσαμε με σκοπό να μπουν εκεί. Ύστερα τις κεντράραμε επιλέγοντας τις, όλες τις φωτογραφίες με το selection tool και με δεξί κλικ κάναμε Fitting → Fit Content To Frame. Προχωρώντας πήγαμε στο μενού του

¹⁰⁹ Το photo gallery για την Βαρκελώνη περιλαμβάνει
α) https://cdn1.cdnme.se/3593013/7-3/2014-05-26-2255_5383aa289606ee4835ed74b2.jpg
β) <http://www.koolnews.gr/wp-content/uploads/2013/11/Barcelona-570.jpg>
γ) <http://images.travelpod.com/users/clandybar/3.1288441088.ciudadella-park.jpg>

object states και ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "varkeloni". Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons οπου και επιλέξαμε 2 βελάκια, ένα αριστερό και ένα δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασία μας. Επιλέξαμε με το selection tool το δεξί βελάκι και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα "barc_next" ενώ στο πεδίο actions πατήσαμε το + και μας ανοίχτηκε ένα υπομενου μέσα από το οποίο επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή "varkeloni". Για το αριστερό βελάκι αφού το επιλέξαμε πήγαμε στο μενού buttons δώσαμε ως όνομα του button το "barc_prev" και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες το "varkeloni". Τέλος σύραμε τα κουμπιά-βελάκια πάνω στο τετράγωνο με τις φωτογραφίες τοποθετώντας τα, δεξιά και αριστερά του τετραγώνου. Δίπλα από τις φωτογραφίες που αφορούν την Βαρκελώνη τοποθετήσαμε την πρόσφορα του τουριστικού γραφείου για τον συγκεκριμένο προορισμό. Το κείμενο, της προσφοράς αυτής, γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, είκοσι δυο στιγμών (pt), χρώμα γραμμμάτων το μαύρο και η στοίχιση έγινε αριστερή. Και σε αυτήν την περίπτωση κειμένου η μονή διάφορα που παρουσιάζεται είναι στο τίτλο ο οποίος είναι γραμμένος με κόκκινα γράμματα εικοσαριών στιγμών. Τέλος δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε το button "κλειστό τώρα" και το οποίο τοποθετήσαμε στα δεξιά της σελίδας. Γενικά για τα τουριστικά πακέτα που αφορούν την χώρα της Ισπανίας, το κουμπί "κλειστό τώρα" έχει χρώμα φούξια.

Και στην σελίδα δεκαεννέα έχουμε την συνέχιση του τετραγώνου, το οποίο αποτελεί συνέχεια της διπλανής σελίδας δηλαδή της σελίδας δεκαοκτώ. Και στην σελίδα αυτή, υπάρχουν και άλλοι δυο ταξιδιωτικοί προορισμοί για την χωρά της Ισπανίας, καθώς και μια διαφήμιση στο τέλος της. Ας ξεκινήσουμε όμως να αναλύουμε την δημιουργία της σελίδας αυτής. Μέσα στο τετράγωνο τοποθετήσαμε τα κουμπιά των social media με την διαδικασία και τις διαστάσεις που αναφέραμε πιο πάνω. Αποκάτω από το τετράγωνο δημιουργήσαμε ένα text box το οποίο και φτιάξαμε με την χρήση του type tool. Μέσα στο text box φτιάξαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool, και στο οποίο μέσα τοποθετήσαμε τις εικόνες που αφορούν

την πόλη της Βαλένθιας¹¹⁰. Οι διαστάσεις που δώσαμε στο τετράγωνο αυτό είναι: x=222,7 mm, y=64,5mm, w=75mm και h=50mm. Τις εικόνες τις εισάγαμε μέσω του mini bridge με την διαδικασία του drag and drop. Αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες που αφορούν το πακέτο της Βαλένθιας, επιλέξαμε ξεχωριστά κάθε φωτογραφία με το selection tool και δώσαμε σε όλες, τις διαστάσεις του τετραγώνου. Προχωρώντας και έχοντας επιλέξει και πάλι κάθε φωτογραφία ξεχωριστά κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame, ώστε να ρυθμίσουμε το κέντρο των φωτογραφιών το οποίο αλλοιώθηκε μετά την αλλαγή των διαστάσεων τους. Προχωρώντας και έχοντας πλέον τοποθετηθεί οι φωτογραφίες η μια πάνω στην άλλη πήγαμε στο μενού του object states και εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "valenthia". Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε 2 βελάκια, ένα αριστερό και ένα δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας. Επιλέξαμε πρώτα το δεξί βελάκι και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα val_next και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "valenthia". Για το αριστερό βελάκι πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα val_prev και στο πεδίο actions πατήσαμε το + και μας ανοίχτηκε ένα υπομενού και από εκεί επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object κλικάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες "valenthia". Τέλος βάλαμε τα δημιουργημένα πλέον κουμπιά-βελάκια αριστερά και δεξιά των φωτογραφιών. Ολοκληρώνοντας το τετράγωνο των φωτογραφιών, προχωρήσαμε στο γράνιμο της προσφοράς κάνοντας χρήση της γραμματοσειράς Myriad Pro, 22 pt και δώσαμε στο κείμενο αριστερή στοίχιση. Τον τίτλο της προσφοράς τον κάναμε με κόκκινα γράμματα, εικοσιτεσσέρων στιγμών. Και εδώ μετά το τέλος της προσφοράς τοποθετήσαμε στα δεξιά της, το κουμπί "κλειστό τώρα" που όπως αναφέραμε και στην προηγούμενη παράγραφο το χρώμα των γραμμμάτων είναι το φούξια. Ακριβώς αποκάτω από την πρόσφορα που αφορά την πόλη της Βαλένθιας τοποθετήσαμε το τελευταίο τουριστικό πακέτο για την Ισπανία που αφορά την πόλη της Μπιλμπάο¹¹¹.

¹¹⁰ Το photo gallery για την Βαλένθια περιλαμβάνει:

α) <http://citycampus.gr/wp-content/uploads/2016/03/Apartments-for-sale-Valencia-Spain6.jpg>

β) <http://www.destinavo.com/wp-content/uploads/2015/09/Valencia-620x287.jpg>

γ) <http://www.telegraph.co.uk/content/dam/Travel/Destinations/Europe/Spain/Valencia/valencia-overview-Plaza-de-la-Reina-large.jpg>

¹¹¹ Το photo gallery για την Μπιλμπάο περιλαμβάνει:

Και σε αυτή την περίπτωση φτιάξαμε μια μικρή παρουσίαση από φωτογραφίες με τα αξιοθέατα και το ξενοδοχείο που περιλαμβάνει η πρόταση του τουριστικού γραφείου. Έτσι λοιπόν μέσα στον ήδη δημιουργημένο χώρο του text box φτιάξαμε με την χρήση του rectangle frame tool ένα τετράγωνο με σκοπό εκεί να τοποθετηθούν οι φωτογραφίες. Οι διαστάσεις που δώσαμε στο τετράγωνο αυτό είναι: $x= 222,7 \text{ mm}$, $y= 145 \text{ mm}$, $w= 75\text{mm}$ και $h= 50\text{mm}$. Στην συνέχεια εισάγαμε μέσω του mini bridge με την διαδικασία του drag and drop τις φωτογραφίες, που αφορούσαν την πρόσφορα για της Μπιλμπαο, και επιλέγοντας μια κάθε φορά με την χρήση του selection tool δώσαμε σε όλες τις φωτογραφίες τις διαστάσεις: $x= 222,7 \text{ mm}$, $y= 145,382 \text{ mm}$, $w= 75\text{mm}$ και $h= 50\text{mm}$. Ολοκληρώνοντας την διαδικασία με τις διαστάσεις των φωτογραφιών προχωρήσαμε στην ρύθμιση του κέντρου των εικόνων με την διαδικασία: Fitting → Fit Content To Frame. Έχοντας ολοκληρώσει την διαδικασία των διαστάσεων και πλέον οι φωτογραφίες βρίσκονται η μια πάνω στην άλλη και μέσα στο αντίστοιχο τετράγωνο τους, πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "Bilbao". Ύστερα από το sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια ένα αριστερό και ένα δεξί. Επιλέξαμε το δεξί βελάκι με το selection tool, και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα bil_ next και στο πεδίο actions πατώντας το + επιλέξαμε την επιλογή go to next state από το υπομενου και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "bilbao". Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα bil_ prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες το "bilbao". Έτσι τα απλά βελάκια μετατράπηκαν σε buttons και τα τοποθετήσαμε σέρνοντας τα πάνω στις φωτογραφίες που αφορούν την πόλη της Μπιλμπάο. Ύστερα προχωρήσαμε στο γράψιμο της προσφοράς χρησιμοποιώντας την γραμματοσειρά Myriad Pro, είκοσι δύο στιγμών (pt), χρώμα γραμμάτων το μαύρο και την στοίχιση την ορίσαμε αριστερά. Ο τίτλος της πρόσφορα έγινε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Στο τέλος της προσφοράς τοποθετήσαμε στα δεξιά της, το κουμπί "κλειστό τώρα". Φτάνοντας στο τέλος της σελίδας δεκαεννέα,

α) <http://www.athinorama.gr/lmnts/articles/2500890/lead.jpg>
β) http://static.in2life.gr/media/pics/444595-bilbao600_149706_941F2m.jpg
γ) <https://busbud.imgix.net/city-heroes/bilbao.jpg?h=%7Bheight%7D&w=%7Bwidth%7D&auto=format>

βάλαμε ως χορηγό την αεροπορική εταιρία της Aegean¹¹². Αυτό έγινε με την εισαγωγή δυο διαφορετικών φωτογραφιών δηλαδή η μια με το λογότυπο της αεροπορικής εταιρίας και μια που παρατρέπει τον αναγνώστη να προβεί σε κράτηση εισιτηρίων. Η εισαγωγή των φωτογραφιών έγινε από την γραμμή εντολών file → place. Η πρώτη εικόνα πήρέ τις διαστάσεις x= 222,7mm, y= 210,5mm, w= 89,3mm και h=62,5mm ενώ η δεύτερη πήρέ τις διαστάσεις x= 312mm, y= 210,5mm, w= 94,461mm και h=61,5mm. Και στις δυο φωτογραφίες έγινε η διαδικασία Fitting → Fit Content To Frame. Τελειώνοντας όλες τις διεργασίες που αφορούσαν τις δυο αυτές εικόνες προχωρήσαμε στην ενοποίηση των δυο αυτών εικόνων σε μια. Αυτό έγινε αφού πρώτα τις επιλέξαμε και τις δυο με το selection tool και έχοντας πατημένο το πλήκτρο "Shift" από το πληκτρολόγιο πήγαμε στην γραμμή εντολών object → group.

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Ολοκληρώνοντας σίγα το e-magazine, η επομένη χωρά που προσθέσαμε στις σελίδες του, είναι η χωρά της Γερμανίας. Όπως και στις προηγούμενες χώρες έτσι και σε αυτήν αφιερώσαμε τέσσερις σελίδες, όπου και κλασικά στις πρώτες δυο αναφέραμε γενικές πληροφορίες και παρουσιάσαμε με λίγα λογία τις δημοφιλέστερες πόλεις της, οι όποιες και βρίσκονται στις ακόλουθες δυο σελίδες στα τουριστικά δηλαδή πακέτα που αφορούν την χωρά αυτή. Οι σελίδες λοιπόν που θα αναλυθούν παρακάτω είναι οι: είκοσι ένα, είκοσι δυο, είκοσι τρία και είκοσι τέσσερα και αναφέρονται όλες στην Γερμάνια.

Ξεκινώντας λοιπόν να αναλύουμε τις σελίδες αυτές, ξεκινάμε από την σελίδα είκοσι. Την σελίδα αυτή την χωρίσαμε σε τρία επίπεδα εργασίας. Το πρώτο επίπεδο το φτιάξαμε με ένα τετράγωνο για να εισάγουμε εκεί την φωτογραφία εισαγωγής στην χωρά της Γερμανίας, ενώ για τα άλλα δυο επίπεδα φτιάξαμε δυο διαφορετικά

¹¹² Ανακτήθηκε από "http://myfreeshop.gr/wp-content/uploads/2014/06/general-aegean_billboard_ofer_ryanair-500x270.jpg" & "http://getbusy.gr/Content/ContentFiles/aegean_logo.jpg"

text box. Ας ξεκινήσουμε όμως από το πρώτο επίπεδο εργασίας οπού και πήραμε από την εργαλειοθήκη το rectangle frame tool και δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με διαστάσεις $x= 12.7\text{mm}$ $y= 12.7\text{mm}$ $w=184.291\text{mm}$ και $h=101,8\text{mm}$ και στην συνέχεια με επιλεγμένο το τετράγωνο αυτό με την χρήση του εργαλείου selection tool πήγαμε στην γραμμή εντολών και από το file \rightarrow place εισάγαμε την φωτογραφία που απεικονίζει την Πύλη του Βρανδεμβούργου.¹¹³ Αφού εισάγαμε την φωτογραφία, της δώσαμε τις διαστάσεις του τετραγώνου, $x= 12.7\text{mm}$ $y= 12.7\text{mm}$ $w=184.291\text{mm}$ και $h=101,8\text{mm}$, προκειμένου φωτογραφία και τετράγωνο να ταυτιστούν. Αφού τελειώσαμε και με τις διαστάσεις της φωτογραφίας μετά πήγαμε να φτιάξουμε το κέντρο της εικόνας. Την επιλέξαμε λοιπόν με το selection tool και πατήσαμε δεξί κλικ Fitting \rightarrow Fit Content To Frame. Προχωρώντας στο δεύτερο επίπεδο εργασίας για αυτήν την σελίδα, γράψαμε το όνομα της χώρας και τον χαρακτηρισμό της. Για να εισάγουμε το όνομα "Γερμάνια" χρησιμοποιήσαμε από την γραμμή εργαλείων type tool και φτιάξαμε ένα text box οπού μέσα σε αυτό γράψαμε την Γερμάνια με γραμματοσειρά Comic Sans Ms και στοίχιση κεντρική. Οι στιγμές των γραμμμάτων του τίτλου ρυθμιστήκαν στις 60pt και χρησιμοποιήσαμε έντονη γραφή δηλαδή, bold και ο τίτλος πήρέ το χρώμα του μαύρου. Για τον χαρακτηρισμό που δώσαμε στην χωρά "Η χωρά των ποιητών και των στοχαστών" χρησιμοποιήσαμε και πάλι το εργαλείο type tool και φτιάξαμε ένα text box και γράψαμε εκεί τον χαρακτηρισμό με γραμματοσειρά Comic Sans Ms. Στον χαρακτηρισμό δώσαμε χρώμα μαύρο ενώ τα γράμματα τα κάναμε 24 pt και την στοίχιση την ορίσαμε δεξιά. Προχωρώντας επιλέξαμε τόσο το όνομα της χωράς "Γερμάνια" όσο και τον χαρακτηρισμό της με το selection tool και έχοντας πατημένο το πλήκτρο "Shift" από το πληκτρολόγιο πήγαμε στην γραμμή εντολών object \rightarrow group. Με αυτόν τον τρόπο κάναμε ένα, τα δυο διαφορετικά text box. Αύτη η ένωση θεωρήθηκε σημαντική ώστε να δώσουμε μια κίνηση στο όνομα και στον χαρακτηρισμό της χώρας. Για την δημιουργία αυτής της κίνησης πήγαμε στο μενού animation \rightarrow fly in and blur \rightarrow fly in blur from top και στο duration ορίσαμε 1 second. Το τρίτο και τελευταίο επίπεδο εργασίας μας πάντα για την σελίδα αυτή, έγινε με τη δημιουργία ενός ακόμα text box, με την χρήση του type tool οπού εκεί γράψαμε κάποιες πληροφορίες σχετικά με την πόλη της Γερμανίας. Το κείμενο γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, εικοσαριών στιγμών (pt) και δώσαμε στο κείμενο στοίχιση αριστερή. Και παλι ο μοναδικός χαρακτήρας που δεν

¹¹³ Ανακτήθηκε απο " <https://www.gebanks.com/gb/img/backgrounds/berlino.jpg> "

ακλούθησε τα χαρακτηριστικά του υπολοίπου κειμένου είναι το αρχικό γράμμα της παραγράφου το οποίο και γράψαμε με γραμματοσειρά Comic Sans Ms, πενήντα στιγμών (pt) και τον ορίσαμε ως έντονο χαρακτήρα (bold). Όλο το κείμενο που αφορά την Γερμανία γράφτηκε με κόκκινο χρώμα.

Η σελίδα είκοσι ένα αποτελείται από δυο βασικούς χώρους δηλαδή, από δυο text box. Το πρώτο text box το οποίο και καταλαμβάνει ελάχιστο χώρο της σελίδας αυτής, κάνει μια μικρή εισαγωγή για τις πόλεις που θα παρουσιαστούν στο δεύτερο text box της σελίδας. Το μικρό αυτό εισαγωγικό κείμενο φέρει τα ίδια χαρακτηριστικά κειμένου με το κείμενο που έχει προηγηθεί στην διπλά σελίδα. Επεξηγηματικά τα χαρακτηριστικά του κειμένου είναι: γραμματοσειρά Myriad Pro είκοσι τριών στιγμών (pt), στοίχιση αριστερή και χρώμα γραμμάτων κειμένου το κόκκινο. Το text box αυτό δημιουργήθηκε όπως και όλα τα άλλα με την χρήση του type tool. Μετά την ολοκλήρωση του πρώτου κουτιού κειμένου προσθέσαμε ακριβώς αποκάτω του, ένα δεύτερο κουτί κειμένου. Το δεύτερο κουτί κειμένου καταλαμβάνει όλη την υπόλοιπη σελίδα και περιέχει κείμενα και εικόνες από τις τρεις δημοφιλέστερες πόλεις της Γερμανίας. Στην κορυφή του δεύτερου text box παρουσιάζεται η πόλη του Αμβούργου¹¹⁴. Έτσι λοιπόν δημιουργήσαμε στα αριστερά του text box το πρώτο τετράγωνο με σκοπό να βάλουμε την φωτογραφία που παρουσιάζει ένα από τα γνωστότερα κτίσματα της πόλης. Καταρχάς το τετράγωνο αυτό το φτιάξαμε με την χρήση του rectangle frame tool και στην συνέχεια από το file → place εισάγαμε την φωτογραφία. Δεξιά από την φωτογραφία και με τον κέρσορα του type tool μέσα στο text box γράψαμε το κείμενο που αναφέρεται στην πόλη του Αμβούργου. Το κείμενο αυτό γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro είκοσι στιγμών (pt), με στοίχιση αριστερή και χρώμα γραμμάτων κόκκινο. Αποκάτω από το Αμβούργο και στα αριστερά της σελίδας γράψαμε το κείμενο που αφορά την επομένη δημοφιλή πόλη της Γερμανίας το Μόναχο. Το κείμενο και σε αυτή την περίπτωση γράφτηκε με την χρήση του type tool. Επιπλέον το κείμενο γράφτηκε με: γραμματοσειρά Myriad Pro 20 στιγμών (pt), στοίχιση αριστερή και χρώμα γραμμάτων κόκκινο. Ακριβώς διπλά από το κείμενο και στα δεξιά της σελίδας φτιάξαμε με το rectangle frame tool ένα τετράγωνο στο οποίο μέσα τοποθετήσαμε

¹¹⁴ Ανακτήθηκε απο" http://www.borongaja.com/data_images/out/12/617326-port-in-hamburg.jpg"

μια φωτογραφία που απεικονίζει το κέντρο του Μονάχου¹¹⁵. Η φωτογραφία εισήχθη στον χώρο εργασίας από το file → place και πήρέ τις διαστάσεις του τετραγώνου δηλαδή $x=308,962\text{mm}$, $y=124,269\text{mm}$, $w=98,338\text{mm}$ και $h=61,461\text{mm}$. Μετά την ολοκλήρωση των διαστάσεων της φωτογραφίας, πήγαμε να ρυθμίσουμε το κέντρο της το οποίο είχε αλλοιωθεί και επιλέγοντας την φωτογραφία με το selection tool κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Μετά και την ολοκλήρωση της χώρας του Μονάχου, προχωρήσαμε στην ολοκλήρωση της σελίδας αυτής με την παρουσίαση της πόλης της Φρανκφούρτης¹¹⁶. Εκεί λοιπόν δημιουργήσαμε στα αριστερά του text box ένα τετράγωνο με σκοπό να βάλουμε την φωτογραφία που παρουσιάζει το κέντρο της πόλης. Καταρχάς το τετράγωνο αυτό το φτιάξαμε με την χρήση του rectangle frame tool και στην συνέχεια από το file → place εισάγαμε την φωτογραφία. Οι διαστάσεις τόσο του τετραγώνου όσο και της φωτογραφίας ταυτίστηκαν αφού τις ορίσαμε : $x=222,7\text{ mm}$, $y=188,524\text{mm}$, $w=112,55\text{mm}$ και $h=84,476\text{mm}$. Με την ολοκλήρωση των διαστάσεων της φωτογραφίας, πήγαμε και φτιάξαμε το κέντρο της το οποίο είχε αλλοιωθεί και επιλέγοντας την φωτογραφία με το selection tool κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Τέλος δεξιά από την φωτογραφία και με τη χρήση του type tool γράψαμε το κείμενο που αναφέρεται στην πόλη της Φρανκφούρτης. Το κείμενο αυτό γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro είκοσι στιγμών (pt), με στοίχιση αριστερή και χρώμα γραμμμάτων κόκκινο.

Στην σελίδα είκοσι δυο έχουμε βάλει ένα τετράγωνο το οποίο συνεχίζει και στην σελίδα είκοσι τρία και το οποίο το δημιουργήσαμε με την βοήθεια του rectangle tool από την γραμμή εργαλείων. Σε αυτό το τετράγωνο δώσαμε τις διαστάσεις $x=12,914\text{mm}$ $y=11,974\text{mm}$ $w=394\text{mm}$ και $h=45\text{mm}$ και το βάψαμε με χρώμα μπλε. Όσον αφορά το μέρος του τετραγώνου το οποίο βρίσκεται στην σελίδα είκοσι δυο τοποθετήσαμε μέσα σε αυτό, το λογότυπο του τουριστικού γραφείου "Tour Travel" με διαστάσεις $x=28,142\text{ mm}$, $y=14,3\text{mm}$, $w=74,54\text{mm}$ και $h=42,259\text{ mm}$. Ακριβώς κάτω από το τετράγωνο αυτό δημιουργήσαμε ένα text box, το οποίο κατάλαβε όλο

¹¹⁵ Ανακτήθηκε απο "<http://www.clickatlife.gr/fu/p/11280/632/395/0x0000000004c4cd3/2/monaxo-i-poli-tis-koultourastis-paradosis-kai-tis-mpiras-giortazei.jpg>"

¹¹⁶ Ανακτήθηκε από "http://www.frankfurt-tourismus.de/extension/portal-frankfurt/var/storage/images/media/bibliothek/frankfurt/hauptwache/21692-1-ger-DE/Hauptwache_front_large.jpg"

το υπόλοιπο της σελίδας και εκεί κάναμε μια μικρή εισαγωγή πριν παρουσιάσουμε τα τουρίστα πακέτα που αφορούν την χώρα της Γερμανίας. Το κείμενο αυτό γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt, χρώματος μαύρου και τη στοίχιση του την ορίσαμε αριστερά. Κάτω από το εισαγωγικό κείμενο, και πάντα μέσα στα όρια του text box, φτιάξαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool στα αριστερά της σελίδας με διαστάσεις: $x=12.914\text{mm}$, $y=106\text{mm}$, $w=75\text{mm}$ και $h=50\text{mm}$. Μέσα σε αυτό το τετράγωνο τοποθετήσαμε κάποιες φωτογραφίες με αξιοθέατα και το ξενοδοχείο που αφορά το πρώτο πακέτο για την πόλη του Βερολίνου¹¹⁷. Για να εισάγουμε τις φωτογραφίες ακλουθήσαμε τα έξι βήματα: από το mini bridge βρήκαμε τις φωτογραφίες που θέλαμε και τις σύραμε στο χώρο εργασία του ID. Αφού βάλαμε όλες τις φωτογραφίες στο χώρο εργασίας, επιλέξαμε κάθε φορά από μια φωτογραφία με το selection tool τους δώσαμε τις διαστάσεις του τετράγωνου ώστε όλες να ταυτιστούν με αυτό και υστέρτα σε κάθε φωτογραφία κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Αυτό έγινε προκειμένου όλες οι φωτογραφίες να κεντραριστούν και να μην δείχνουν αλλοιωμένες μετά την αλλαγή των διαστάσεων τους. Μετά πήγαμε στο μενού του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "Berlin". Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια το ένα αριστερό και το άλλο δεξί και τα κάναμε drag and drop στο χώρο εργασία μας. Συνεχίζοντας επιλέξαμε το βελάκι με την δεξιά φορά και πήγαμε στο μενού buttons: στο πεδίο name δώσαμε το όνομα "ber_next", στο πεδίο actions πατήσαμε το + και από το υπομενού που ανοίχτηκε επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "berlin". Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε και πάλι στο μενού buttons, στο πεδίο name δώσαμε το όνομα "ber_prev", στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες "berlin". Τέλος μεταφέραμε τα δημιουργημένα πια buttons-βελάκια πάνω στις φωτογραφίες τοποθετώντας τα αριστερά και δεξιά μέσα στο τετράγωνο των φωτογραφιών. Δίπλα από το τετράγωνο με τις φωτογραφίες γράψαμε την πρόσφορα του τουριστικού γραφείου που αφορά την πόλη του Βερολίνου. Το κείμενο γράφτηκε με

¹¹⁷ Το photo gallery για το Βερολίνο περιλαμβάνει:
α) <http://www.petas.gr/files/Image/cities/berlin-flights.jpg>
β) http://www.versustravel.eu/photos/Versus_Travel_Berlin3.jpg
γ) <http://aff.bstatic.com/images/hotel/max1024x768/402/40258410.jpg>

γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt, και η στοίχιση που του δόθηκε είναι η αριστερή. Την μοναδική διάφορα του κειμένου αυτού αποτελεί ο τίτλος της προσφοράς ο οποίος γράφτηκε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Και εδώ μετά το τέλος της προσφοράς τοποθετήσαμε στα δεξιά της, το κουμπί "κλειστό τώρα" και γενικά σε όλα τα πακέτα που αφορούν την Γερμανία το χρώμα των γραμμάτων του button είναι το μπλε. Ακριβώς κάτω από το πακέτο προσφοράς για την πόλη του Βερολίνου, τοποθετήθηκε το πακέτο προσφοράς για την πόλη του Αμβούργου. Και εδώ φτιάξαμε ένα photo gallery με τα αξιοθέατα του Αμβούργου¹¹⁸, καθώς και το ξενοδοχείο διαμονής που περικλείει το πακέτο προσφοράς του τουριστικού γραφείου. Και σε αυτή την περίπτωση το photo gallery έγινε με παρόμοιο τρόπο, αναλυτικά: δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool, και του δώσαμε διαστάσεις $x=12.7\text{mm}$, $y=184\text{mm}$, $w=75\text{mm}$ και $h=50\text{mm}$. Τις φωτογραφίες που αφορούν την πρόσφορα για την πόλη του Αμβούργου τις εισάγαμε σέρνοντας τις από το από το μενού του mini bridge στον χώρο εργασίας μας και επιλέγοντας κάθε φορά μια φωτογραφία δώσαμε σε όλες τις ίδιες διαστάσεις $x=12.7\text{mm}$, $y=184\text{mm}$, $w=75\text{mm}$ και $h=50\text{mm}$. Με την ρύθμιση των διαστάσεων οι φωτογραφίες πέσανε η μια πάνω στην άλλη και ταυτιστήκαν με το τετράγωνο που δημιουργήσαμε με σκοπό να μπουν εκεί. Υστερα τις κεντράραμε επιλέγοντας τις, όλες τις φωτογραφίες με το selection tool και με δεξί κλικ κάναμε Fitting → Fit Content To Frame. Προχωρώντας πήγαμε στο μενού του object states και ρυθμίσαμε την σειρά με την όποια θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "ambourgo". Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons όπου και επιλέξαμε 2 βελάκια, το ένα με αριστερή και το άλλο με δεξιά φορά. Τα σύραμε στο χώρο εργασία μας. Επιλέξαμε με το selection tool το δεξί βελάκι και πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου των Buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα ham_next ενώ στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή "ambourgo". Για το αριστερό βελάκι πήγαμε στο μενού buttons δώσαμε ως όνομα του button το ham_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το

¹¹⁸ Το photo gallery για το Αμβούργο περιλαμβάνει:

- α) <http://www.clickatlife.gr/fu/p/52486/632/395/0x000000000051a20e/2/limani-ambourgo.jpg>
- β) <http://www.clickatlife.gr/fu/p/14109/632/395/0x00000000004c617d/2/ambourgo-ena-kentro-anaptuksis-kai-politismou-sto-germaniko-borra.jpg>
- γ) <http://www.propaganda.net.gr/wp-content/uploads/2015/06/320-640x500.jpg>
- δ) <http://www.athinorama.gr/lmnts/articles/2510609/1.jpg>

όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες "amnouργο". Τέλος σύραμε τα βελάκια πάνω στο τετράγωνο με τις φωτογραφίες τοποθετώντας τα δεξιά και αριστερά του τετραγώνου. Δίπλα από τις φωτογραφίες που αφορούν το Αμβούργο τοποθετήσαμε την πρόσφορα του τουριστικού γραφείου για το συγκεκριμένο προορισμό. Το κείμενο, της προσφοράς αυτής, γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt και η στοίχιση έγινε αριστερή. Και σε αυτήν την περίπτωση κειμένου η μονή διάφορα που παρουσιάζεται είναι στο τίτλο ο οποίος είναι γραμμένος με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Και εδώ μετά το τέλος της προσφοράς τοποθετήσαμε στα δεξιά της, το κουμπί "κλειστό τώρα".

Και στην σελίδα είκοσι τρία, έχουμε την συνέχιση του τετραγώνου, το οποίο αποτελεί συνέχεια της διπλανής σελίδας δηλαδή της σελίδας είκοσι δυο. Και στην σελίδα αυτή, υπάρχουν και άλλοι δυο ταξιδιωτικοί προορισμοί για την χώρα της Γερμανίας, καθώς και μια διαφήμιση στο τέλος της. Ας ξεκινήσουμε όμως να αναλύουμε την δημιουργία της σελίδας αυτής. Μέσα στο τετράγωνο αυτο τοποθετήσαμε τα κουμπιά των social media. Αποκάτω από το τετράγωνο δημιουργήσαμε ένα text box το οποίο και φτιάξαμε με την χρήση του type tool. Μέσα στο text box φτιάξαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool, και στο οποίο μέσα τοποθετήσαμε τις εικόνες που αφορούν την πόλη του Μονάχου¹¹⁹. Οι διαστάσεις που δώσαμε στο τετράγωνο αυτό είναι: x=222,7 mm, y=66,5mm, w=75mm και h=50mm. Τις εικόνες που αφορούν την πρόσφορα για την πόλη αυτή, τις εισάγαμε μέσω του mini bridge με την διαδικασία του drag and drop. Αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες που αφορούν αυτό το πακέτο, προχωρήσαμε επιλέγοντας ξεχωριστά κάθε φωτογραφία με το selection tool και δώσαμε σε όλες, τις διαστάσεις του τετραγώνου. Συνεχίζοντας και έχοντας επιλέξει και πάλι κάθε φωτογραφία ξεχωριστά κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame, ώστε να ρυθμίσουμε το κέντρο των φωτογραφιών το οποίο αλλοιώθηκε μετά την αλλαγή των διαστάσεων τους. Προχωρώντας και έχοντας πλέον τοποθετηθεί οι φωτογραφίες η μια πάνω στην άλλη πήγαμε στο μενού του object states και εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name

¹¹⁹ Το photo gallery για το Μόναχο περιλαμβάνει:

α) <http://www.pentapostagma.gr/wp-content/uploads/2015/02/monaxo-xristougenna.jpg>

β) <http://www.pamediakopes.gr/files/1/routes/munich1.jpg>

γ) http://www.anassatravel.gr/image/cache/data/products/1410948158_neuschwanstein-castle-germany-800x600.jpg

δ) <http://img.taxidologio.gr/fotografia-299-monaxo-olympiako-parko.jpg>

δώσαμε το όνομα "monaxo". Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε 2 βελάκια, ένα αριστερό και ένα δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας. Επιλέξαμε αρχικά το δεξί βελάκι και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα mon_next και στο πεδίο actions πατώντας το + μας ανοίχτηκε το υπομενού από το οποίο και επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "monaxo". Για το αριστερό βελάκι πήγαμε και πάλι στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα mon_prev και στο πεδίο actions πατήσαμε το + και μας ανοίχτηκε ένα υπομενού και από εκεί επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object κλικάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες "monaxo". Τέλος βάλουμε τα βελάκια αριστερά και δεξιά των φωτογραφιών. Ολοκληρώνοντας το τετράγωνο των φωτογραφιών, προχωρήσαμε στο γράψιμο της προσφοράς κάνοντας χρήση της γραμματοσειράς Myriad Pro, 22 pt και δώσαμε στο κείμενο αριστερή στοίχιση. Τον τίτλο της προσφοράς τον κάναμε με κόκκινα γράμματα, εικοσιτεσσέρων στιγμών. Δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε και πάλι το κουμπί "κλειστό τώρα" με χρώμα γραμμάτων το μπλε και τοποθέτηση του κουμπιού αυτού στα αριστερά. Ακριβώς ακοκάτω από την πρόσφορα που αφορά την πόλη του Μονάχου τοποθετήσαμε το τελευταίο τουριστικό πακέτο για την Γερμανία που αφορά την πόλη της Φρανκφούρτης¹²⁰. Και σε αυτή την περίπτωση φτιάξαμε μια μικρή παρουσίαση από φωτογραφίες με τα αξιοθέατα και το ξενοδοχείο που περιλαμβάνει η πρόταση του τουριστικού γραφείου. Έτσι λοιπόν μέσα στον ήδη δημιουργημένο χώρο του text box φτιάξαμε με την χρήση του rectangle frame tool ένα τετράγωνο με σκοπό εκεί να τοποθετηθούν οι φωτογραφίες. Οι διαστάσεις που δώσαμε στο τετράγωνο αυτό είναι: $x = 222,7 \text{ mm}$, $y = 143 \text{ mm}$, $w = 75 \text{ mm}$ και $h = 50 \text{ mm}$. Στην συνέχεια εισάγαμε μέσω του mini bridge με την διαδικασία του drag and drop τις φωτογραφίες, που αφορούσαν την πρόσφορα της Φρανκφούρτης, και επιλέγοντας μια κάθε φορά με την χρήση του selection tool δώσαμε σε όλες τις φωτογραφίες τις διαστάσεις: $x = 222,7 \text{ mm}$, $y = 145,382 \text{ mm}$, $w = 75 \text{ mm}$ και $h = 50 \text{ mm}$. Ολοκληρώνοντας την διαδικασία με τις διαστάσεις των φωτογραφιών προχωρήσαμε στην ρύθμιση του κέντρου των εικόνων με την διαδικασία: Fitting → Fit Content To Frame. Έχοντας ολοκληρώσει

¹²⁰ Το photo gallery για την Φρανκφουρτη περιλαμβάνει:

α) <http://cdn.playbuzz.com/cdn/34fceede-ee6a-4698-a97b-3f3925c3fabd/6b5b382b-6b5d-4b7a-b84d-fdb7511fbbfb.jpg>

β) <http://www.taketours.com/images/slides/frankfurt-germany.jpg>

την διαδικασία των διαστάσεων και πλέον οι φωτογραφίες βρίσκονται η μια πάνω στην άλλη και μέσα στο τετράγωνο τους, πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "frankfourti". Ύστερα από το sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια ένα αριστερό και ένα δεξί. Επιλέξαμε το δεξί βελάκι με το selection tool, και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο actions πατώντας το + επιλέξαμε την επιλογή go to next state από το υπομενού και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "frankfourti". Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα frank_ prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες το "franfourti". Έτσι τα απλά βελάκια μετατράπηκαν σε buttons και τα τοποθετήσαμε σέρνοντας τα πάνω στις φωτογραφίες που αφορούν την πόλη της Φρανκφούρτης. Ύστερα προχωρήσαμε στο γράψιμο της πρόσφοράς χρησιμοποιώντας την γραμματοσειρά Myriad Pro, είκοσι δύο στιγμών (pt) και την στοίχιση την ορίσαμε αριστερά. Ο τίτλος της πρόσφορά έγινε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Στα δεξιά της πρόσφοράς τοποθετήσαμε και πάλι το κουμπι "κλειστό τώρα". Ολοκληρώνοντας την σελίδα είκοσι τρία , βάλαμε ως χορηγό και μια φωτογραφία από ένα ξενοδοχείο της Γερμανίας¹²¹. Η εισαγωγή της φωτογραφίας αυτής έγινε από την γραμμή εντολών file → place. Η εικόνα αυτή πηρέ τις διαστάσεις x= 222,7 mm, y= 205,408mm, w=184,214mm και h= 66,592mm. Μετά την ολοκλήρωση και των διαστάσεων ρυθμίσαμε και το κέντρο της εικόνας κάνοντας Fitting → Fit Content To Frame.

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΕΛΙΔΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΑΓΓΛΙΑ

Το περιοδικό κλείνει με την παρουσίαση της Αγγλίας. Έτσι στα τελευταία δυο "σαλόνια" του ηλεκτρονικού περιοδικού συναντάμε την Αγγλία και του διαφόρους δημοφιλείς προορισμούς που προτείνει το τουριστικό γραφείο μέσω των προσφορών

¹²¹ Ανακτήθηκε από " <http://www.roombb.com/english/munichhotels/mdhotelamba/hotel-amba-facade-thumbnail.jpg> "

του από το περιοδικό αυτό. Όπως ήδη αναφέραμε για την παρουσίαση της Αγγλίας προσθέσαμε δυο "σαλόνια" ή αλλιώς, τέσσερις σελίδες. Στις δυο πρώτες παρουσιάζονται πληροφορίες τόσο για την Αγγλία όσο και για τους δημοφιλείς προορισμούς της, και στις δυο επόμενες παρουσιάζονται τα τουριστικά πακέτα που αφορούν τους προορισμούς αυτούς. Ας ξεκινήσουμε λοιπόν την ανάλυση των σελίδων είκοσι τέσσερα, είκοσι πέντε, είκοσι έξι και είκοσι επτά.

Την σελίδα είκοσι τέσσερα την χωρίσαμε σε τρία κομμάτια. Στο πρώτο κομμάτι βάλαμε την φωτογραφία του Big Ben¹²². Για να μπει η φωτογραφία αυτή χρησιμοποιήσαμε από την γραμμή εργαλείων το rectangle frame tool και δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με διαστάσεις $x=12.7$ $y=12.6$ $w=184.6$ και $h=96.9$. Έχοντας επιλεγμένο το τετράγωνο με το εργαλείο selection tool πήγαμε στην γραμμή εντολών file → place και εισάγαμε την φωτογραφία του Big Ben την οποία οριοθετήσαμε στις διαστάσεις του τετραγώνου, προκείμενου να ταυτιστούν αυτά τα δυο. Στην συνέχεια για να κεντράρουμε την εικόνα, την επιλέξαμε με το selection tool πατήσαμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Στο δεύτερο κομμάτι γράψαμε το όνομα της χώρας και τον χαρακτηρισμό της. Για να εισάγουμε το όνομα "Αγγλία" χρησιμοποιήσαμε από την γραμμή εργαλείων το type tool και φτιάξαμε ένα text box οπου εκεί μέσα γράψαμε την Αγγλία με γραμματοσειρά Comic Sans Ms και στοίχιση κεντρική. Τα γράμματα τα κάναμε εξήντα στιγμών (pt) και τους δώσαμε έντονο χαρακτήρα (bold) και χρώμα κόκκινο. Για τον χαρακτηρισμό "η γη της Βασίλισσας" χρησιμοποιήσαμε και πάλι το εργαλείο type tool και φτιάξαμε ένα text box οπου και γράψαμε εκεί τον χαρακτηρισμό με γραμματοσειρά Comic Sans Ms. Στον χαρακτηρισμό αυτόν δώσαμε επίσης χρώμα κόκκινο ενώ τα γράμματα τα κάναμε 24 pt και τη στοίχιση την ορίσαμε ως αριστερή. Στην συνέχεια επιλέξαμε τόσο την λέξη "Αγγλία" όσο και τον χαρακτηρισμό της, με το selection tool από την γραμμή εργαλείων, και έχοντας πατημένο το πλήκτρο Shift από το πληκτρολόγιο πήγαμε στην γραμμή εντολών object → group. Με αυτόν τον τρόπο τα δυο διαφορετικά text box τα κάναμε ένα. Αύτη η ένωση θεωρήθηκε απαραίτητη προκειμένου να δώσουμε μια κίνηση στο όνομα και στον χαρακτηρισμό. Για να κάνουμε την κίνηση αυτή πήγαμε στο μενού animation→fly in and blur→ fly in blur from top και στο duration ορίσαμε 1 second. Το τρίτο και τελευταίο κομμάτι για την

¹²² Ανακτήθηκε από "<http://wiki.mindseyesociety.org/images/thumb/5/5d/London-england-at-night-banner-no-logo.jpg/850px-London-england-at-night-banner-no-logo.jpg>"

σελίδα είκοσι τέσσερα, είναι η δημιουργία ενός text box με την χρήση του type tool. Εκεί γράψαμε κάποιες πληροφορίες που θα ενδιέφεραν τον αναγνώστη- ταξιδιώτη αν επιθυμεί να ταξιδέψει στην συγκεκριμένη χώρα. Το κείμενο γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 23 pt και στοίχιση αριστερή. Το μοναδικό γράμμα που δεν ακλούθησε τα παραπάνω χαρακτηρίστηκα είναι το αρχικό γράμμα της παραγράφου το οποίο και το γράψαμε με γραμματοσειρά Comic Sans Ms, 50 pt και bold. Σε όλο το κείμενο δώσαμε το χρώμα γραμμάτων να είναι μπλε. Τελειώνοντας στην σελίδα αυτή τοποθετήσαμε και ένα video¹²³ που δείχνει μέρη που μπορεί να συναντήσει κανείς αν επισκεφτεί την πόλη του Λονδίνου. Το video αυτό για να το εισάγουμε στον χώρο εργασίας μας πήγαμε από την γραμμή εντολών και πατήσαμε file → place. Στην συνέχεια ρυθμίσαμε τις διαστάσεις του video δίνοντας του ως τελικές διαστάσεις w=107.556 και h= 60.5 και το τοποθετήσαμε στα δεξιά της σελίδας. Προχωρώντας κάναμε την διαδικασία Fitting → Fit Content To Frame ώστε να φτιάξουμε το κέντρο του video και να το βλέπουμε καθαρά. Η διαδικασία αυτή έγινε αφού πρώτα επιλέξαμε το video με το selection tool και κάναμε δεξί κλικ προκειμένου να βρούμε τις παραπάνω εντολές. Λίγο πριν τελειώσουμε με το video τοποθετήσαμε πάνω του τα κουμπιά του play και του stop. Τα κουμπιά μπήκαν με την εξής διαδικασία: από το μενού sample button επιλέξαμε δυο κουμπιά και τα σύραμε στον χώρο εργασίας, χρησιμοποιώντας το selection tool από την γραμμή εργαλείων επιλέξαμε αρχικά το πράσινο κουμπί και κάναμε δεξί κλικ και ακλουθήσαμε τις εντολές: interactive→ convert to button με αυτές τις επιλογές άνοιξε μετά το παράθυρο διαλόγου των Buttons και εκεί κλικάραμε στο πεδίο actions την επιλογή video ενώ στο πεδίο options τσεκάρουμε την επιλογή play, στο πεδίο appearance κλικάραμε την επιλογή roll over ώστε να δώσουμε την αίσθηση της σκίασης κάθε φορά που παίρνει το ποντίκι πάνω από το συγκεκριμένο κουμπί. Με παρόμοιο τρόπο κινηθήκαμε και για το κουμπί του stop δηλαδή επιλέξαμε το κόκκινο κουμπί αυτή την φορά και κάναμε δεξί κλικ interactive→ convert to button και άνοιξε το παράθυρο διαλόγου των Buttons εκεί κλικάραμε στο πεδίο actions την επιλογή video και στο πεδίο options κλικάραμε την επιλογή stop, στο πεδίο appearance ενεργοποιήσαμε την επιλογή roll over ώστε να δώσουμε την αίσθηση της σκίασης κάθε φορά που παίρνει το ποντίκι πάνω από το κουμπί αυτό.

¹²³ Ανακτήθηκε από "<https://www.youtube.com/watch?v=PtWeqZsuzpE>"

Η σελίδα είκοσι πέντε αποτελείται από ένα text box. Το text box αυτό καταλαμβάνει όλη την σελίδα και μέσα από αυτό παρουσιάζονται: το κείμενο που συνεχίζει από την δίπλα σελίδα καθώς και πληροφορίες για τις δημοφιλέστερες πόλεις της Αγγλίας Γλασκώβη και Εδιμβούργο. Οι πληροφορίες αυτές πλαισιώνονται από δυο photo gallery εκ των οποίων ένα αναφέρεται στην Γλασκώβη και το άλλο στο Εδιμβούργο. Ενώ κλείνοντας την σελίδα αυτή παρουσιάζεται ένα video που δείχνει την χώρα της Αγγλίας μέσα από στιγμιότυπα. Αρχίζοντας λοιπόν να αναλύουμε την δημιουργία της σελίδας ξεκινάμε με το κείμενο που αποτελεί την συνέχεια της δίπλα σελίδας, το κείμενο αυτό γράφτηκε με την χρήση του type tool ενώ πείρε τα χαρακτηριστικά του διπλανού κειμένου δηλαδή γραμματοσειρά Myriad Pro είκοσι τριών στιγμών (pt), στοίχιση αριστερή και χρώμα γραμμάτων κειμένου το μπλε. Το text box αυτό δημιουργήθηκε όπως και όλα τα άλλα με την χρήση του type tool. Μετά την ολοκλήρωση του κειμένου και κάτω από αυτό, προχωρήσαμε στην δημιουργία του πρώτου photo gallery για την Γλασκώβη¹²⁴ το οποίο και κατασκευάσαμε με τον εξής τρόπο: φτιάξαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool, μέσα εκεί τοποθετήσαμε τις εικόνες για την πόλη αυτή. Οι διαστάσεις που δώσαμε στο τετράγωνο αυτό είναι: x=222,5 mm, y=52mm, w=103,5mm και h=45,5mm. Τις εικόνες τις εισάγαμε μέσω του mini bridge με την διαδικασία του drag and drop. Αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες, επιλέξαμε ξεχωριστά κάθε φωτογραφία με το selection tool και δώσαμε σε όλες, τις διαστάσεις του τετραγώνου. Μετά έχοντας επιλέξει και πάλι κάθε φωτογραφία ξεχωριστά κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame, ώστε να ρυθμίσουμε το κέντρο των φωτογραφιών το οποίο αλλοιώθηκε μετά την αλλαγή των διαστάσεων τους. Προχωρώντας και έχοντας πλέον τοποθετηθεί οι φωτογραφίες η μια πάνω στην άλλη πήγαμε στο μενού του object states και εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "glasgovi". Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε 2 βελάκια, ένα αριστερό και ένα δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας. Επιλέξαμε πρώτα το δεξί βελάκι και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα glasg_next και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "glasgovi". Για το

¹²⁴ Το photo gallery για την Γλασκώβη περιλαμβάνει:
α) <http://cdn.images.express.co.uk/img/dynamic/109/590x/Glasgow-cityscape-10-fact-453530.jpg>
β) http://www.gla.ac.uk/media/media_298723_en.jpg

αριστερό βελάκι πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα glasg_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες "glasgovi". Τέλος βάλαμε τα βελάκια αριστερά και δεξιά των φωτογραφιών. Ολοκληρώνοντας το τετράγωνο των φωτογραφιών και ακριβώς δίπλα του, αρχίσαμε να γραφούμε τις πληροφορίες για την πόλη αυτή, χρησιμοποιώντας την γραμματοσειρά Myriad Pro, 20 pt και δώσαμε στο κείμενο αριστερή στοίχιση, ενώ το χρώμα των γραμμάτων εξακολουθεί να είναι μπλε. Ακριβώς αποκάτω από την παρουσίαση του photo gallery και των πληροφοριών για την Γλασκώβη προχωρήσαμε στην δημιουργία του δευτέρου photo gallery για το Εδιμβούργο¹²⁵ το οποίο και κατασκευάσαμε με τον εξής τρόπο: φτιάξαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool, μέσα εκεί τοποθετήσαμε τις εικόνες για την πόλη αυτή. Οι διαστάσεις που δώσαμε στο τετράγωνο αυτό είναι: x=222,95 mm, y=111,5mm, w=103mm και h=45,5mm. Τις εικόνες τις εισάγαμε μέσω του mini bridge με την διαδικασία του drag and drop. Αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες, επιλέξαμε ξεχωριστά κάθε φωτογραφία με το selection tool και δώσαμε σε όλες, τις διαστάσεις του τετραγώνου. Μετά έχοντας επιλέξει και πάλι κάθε φωτογραφία ξεχωριστά κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame, ώστε να ρυθμίσουμε το κέντρο των φωτογραφιών το οποίο αλλοιώθηκε μετά την αλλαγή των διαστάσεων τους. Προχωρώντας και έχοντας πλέον τοποθετηθεί οι φωτογραφίες η μια πάνω στην άλλη πήγαμε στο μενού του object states και εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα " Multi-state 11". Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε 2 βελάκια, ένα αριστερό και ένα δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας. Επιλέξαμε πρώτα το δεξί βελάκι και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα edin_next και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to next state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το " Multi-state 11". Για το αριστερό βελάκι πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα edin_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που

¹²⁵ Το photo gallery για την Ενδιβουργο περιλαμβάνει:

α)

http://www.ed.ac.uk/files/styles/panel_breakpoints_theme_uae_desktop_1x/public/thumbnails/image/cam_about-us-1_old_college_0.jpg?itok=x0eyGCT4

β)

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c1/Edinburgh_Castle_from_the_south_east.JPG

δώσαμε στις φωτογραφίες " Multi-state 11". Τέλος βάλαμε τα βελάκια αριστερά και δεξιά των φωτογραφιών. Ολοκληρώνοντας το τετράγωνο των φωτογραφιών και ακριβώς δίπλα του, αρχίσαμε να γραφούμε τις πληροφορίες για την πόλη αυτή, χρησιμοποιώντας την γραμματοσειρά Myriad Pro, 20 pt και δώσαμε στο κείμενο αριστερή στοίχιση, ενώ το χρώμα των γραμμάτων εξακολουθεί να είναι μπλε. Όπως ήδη αναφέραμε και στην αρχή της παραγράφου η σελίδα αυτή τελειώνει με ένα video. Το video αυτό για να το εισάγουμε στον χώρο εργασίας μας πήγαμε από την γραμμή εντολών και πατήσαμε file → place. Στην συνέχεια ρυθμίσαμε τις διαστάσεις του video δίνοντας του ως τελικές διαστάσεις w=123,089 και h= 69,183 και το τοποθετήσαμε στα δεξιά της σελίδας. Προχωρώντας κάναμε την διαδικασία Fitting → Fit Content To Frame ώστε να φτιάξουμε το κέντρο του video και να το βλέπουμε καθαρά. Η διαδικασία αυτή έγινε αφού πρώτα επιλέξαμε το video με το selection tool και κάναμε δεξί κλικ προκειμένου να βρούμε τις παραπάνω εντολές. Λίγο πριν τελειώσουμε με το video¹²⁶ τοποθετήσαμε πάνω του τα κουμπιά του play και του stop. Τα κουμπιά μπήκαν με την εξής διαδικασία: από το μενού sample button επιλέξαμε δυο κουμπιά και τα σύραμε στον χώρο εργασίας, χρησιμοποιώντας το selection tool από την γραμμή εργαλείων επιλέξαμε αρχικά το πράσινο κουμπί και κάναμε δεξί κλικ και ακλουθήσαμε τις εντολές: interactive → convert to button με αυτές τις επιλογές άνοιξε μετά το παράθυρο διαλόγου των Buttons και εκεί κλικάραμε στο πεδίο actions την επιλογή video ενώ στο πεδίο options τσεκάρουμε την επιλογή play, στο πεδίο appearance κλικάραμε την επιλογή roll over ώστε να δώσουμε την αίσθηση της σκίασης κάθε φορά που παίρνει το ποντίκι πάνω από το συγκεκριμένο κουμπί. Με παρόμοιο τρόπο κινηθήκαμε και για το κουμπί του stop δηλαδή επιλέξαμε το μπλε κουμπί αυτή την φορά και κάναμε δεξί κλικ interactive→ convert to button και άνοιξε το παράθυρο διαλόγου των Buttons εκεί κλικάραμε στο πεδίο actions την επιλογή video και στο πεδίο options κλικάραμε την επιλογή stop, στο πεδίο appearance ενεργοποιήσαμε την επιλογή roll over ώστε να δώσουμε την αίσθηση της σκίασης κάθε φορά που παίρνει το ποντίκι πάνω από το κουμπί αυτό.

Και στην σελίδα είκοσι έξι, έχουμε βάλει ένα τετράγωνο το οποίο συνεχίζει και στην διπλά σελίδα, δηλαδή στην σελίδα είκοσι επτά, και το όποιο το

¹²⁶ Ανακτήθηκε απο " <https://www.youtube.com/watch?v=Df9XgmiMzOM>"

δημιουργήσαμε με την βοήθεια του rectangle tool από την γραμμή εργαλείων. Στο τετράγωνο αυτό δώσαμε τις διαστάσεις $x=12.914\text{mm}$ $y=12\text{mm}$ $w=394\text{mm}$, $h=44.474\text{mm}$ και το βάψαμε με χρώμα μπλε. Το τετράγωνο αυτό όσον αφορά την σελίδα είκοσι άξια αποτελεί το χώρο μέσα στον οποίο τοποθετήσαμε το λογότυπο του τουριστικού γραφείου. Οι διαστάσεις που δώσαμε στο λογότυπο κατά την εισαγωγή του είναι: $x=28,142\text{ mm}$, $y=14,3\text{mm}$, $w=74,54\text{mm}$ και $h=42,259\text{ mm}$. Ακριβώς κάτω από το τετράγωνο αυτό, δημιουργήσαμε ένα text box το οποίο κατάλαβε όλη την υπόλοιπη σελίδα. Μέσα στον χώρο αυτό (του text box) κάναμε μια μικρή εισαγωγή και αμέσως μετά παραθέσαμε τα τουρίστα πακέτα που αφορούν τις δημοφιλέστερες πόλεις της Αγγλίας. Το εισαγωγικό κείμενο το γράψαμε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 στιγμών (pt) και την στοίχιση του την ορίσαμε αριστερά. Κάτω από το εισαγωγικό κείμενο, και πάντα μέσα στο text box, φτιάξαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool στα αριστερά της σελίδας με διαστάσεις: $x=12.7\text{mm}$, $y=106,5\text{mm}$, $w=75\text{ mm}$ και $h=50\text{mm}$. Το τετράγωνο αυτό το δημιουργήσαμε με σκοπό να τοποθετήσουμε εκεί μέσα κάποιες φωτογραφίες με αξιοθέατα και το ξενοδοχείο που αφορά το πρώτο πακέτο για την πόλη του Λονδίνου¹²⁷. Για την εισαγωγή των φωτογραφιών ακλουθήσαμε τα έξης βήματα: από το mini bridge βρήκαμε τις φωτογραφίες που θέλαμε και με drag and drop τις φέραμε στον χώρο εργασίας. Αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες, επιλέξαμε κάθε φορά από μια φωτογραφία με το selection tool και δώσαμε σε όλες τις φωτογραφίες τις διαστάσεις του τετράγωνου ώστε όλες να ταυτιστούν με αυτό και υστέρτα σε κάθε φωτογραφία κάναμε δεξί κλικ Fitting → Fit Content To Frame. Αυτό έγινε προκειμένου όλες οι φωτογραφίες να κεντραριστούν και να μην δείχνουν αλλοιωμένες μετά την αλλαγή των διαστάσεών τους. Προχωρώντας πήγαμε στο μενού του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "london". Ύστερα πήγαμε και στο μενού sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια το ένα αριστερό και το άλλο δεξί και τα κάναμε και αυτά drag and drop στο χώρο εργασίας μας. Εν συνεχεία επιλέξαμε το βελάκι με την δεξιά φορά και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα lon_next στο πεδίο actions πατήσαμε το + και από το υπομενού που μας ανοίχτηκε επιλέξαμε την

¹²⁷ Το photo gallery για το Λονδίνο περιλαμβάνει:
α) http://1.bp.blogspot.com/-I9zr3DMsFgA/UqouIR_HIyl/AAAAAAAAAROE/-uzkHwflXc8/s640/londonbynight3.jpg
β) <http://img2.cache.netease.com/cnews/2011/4/25/2011042521381273ba9.jpg>

επιλογή go to next state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "london". Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε και πάλι στο μενού buttons, στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "madriti" ως όνομα του δώσαμε στο πεδίο name το lon_prev. Διπλά από το τετράγωνο με τις φωτογραφίες γράψαμε την πρόσφορα του τουριστικού γραφείου που αφορά την πόλη του Λονδίνου. Το κείμενο γράφτηκε με γραμματοσειρά Myriad Pro, 22 pt, και η στοίχιση που του δόθηκε είναι η αριστερή. Το χρώμα που δώσαμε στα γράμματα της προσφοράς είναι το μαύρο. Μοναδική διάφορα του κειμένου αυτού αποτελεί ο τίτλος της προσφοράς ο οποίος γράφτηκε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε και πάλι το κουμπι "κλειστό τώρα" με χρώμα φούξια αυτή την φορά. Γενικά στις προσφορές που αφορούν την Αγγλία το συγκεκριμένο button πήρέ φούξια χρώμα. Ακριβώς κάτω από το πακέτο προσφοράς για την πόλη του Λονδίνου, τοποθετήθηκε το τουριστικό πακέτο προσφοράς για την πόλη του Μάντσεστερ¹²⁸. Και στο τουριστικό πακέτο του Μάντσεστερ κάναμε ένα photo gallery με αξιοθέατα της πόλης αυτής, καθώς και το ξενοδοχείο διαμονής που περικλείει η προσφορά του τουριστικού γραφείου. Και σε αυτή την περίπτωση το photo gallery έγινε με παρόμοιο τρόπο, αναλυτικά: δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο με το rectangle frame tool, και του δώσαμε διαστάσεις x=12.7mm, y=193mm, w=75mm και h=50mm. Τις φωτογραφίες, που αφορούν την πρόσφορα αυτή, τις εισάγαμε σέρνοντας τις, από το από το μενού του mini bridge στον χώρο εργασίας μας και επιλέγοντας κάθε φορά μια φωτογραφία δώσαμε σε όλες τις ίδιες διαστάσεις δηλαδή x=12.7mm, y=193mm, w=75mm και h=50mm. Με την ρύθμιση των διαστάσεων οι φωτογραφίες πέσανε η μια πάνω στην άλλη και ταυτιστήκαν με το τετράγωνο που δημιουργήσαμε με σκοπό να μπουν εκεί. Υστερα τις κεντράραμε επιλέγοντας τις όλες τις φωτογραφίες με το selection tool και με δεξί κλικ κάναμε Fitting → Fit Content To Frame. Προχωρώντας πήγαμε στο μενού του object states και ρυθμίσαμε την σειρά με την όποια θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "mants.". Ύστερα πήγαμε

¹²⁸ Το photo gallery για το Μαντσεστερ περιλαμβάνει:

α) <http://www.hrsservices.co.uk/wp-content/uploads/2016/01/media-city-salford-air-tightness.jpg>

β) http://cdn1-a.production.liputan6.static6.com/medias/1242982/big/074266500_1464066497-Manchester.jpg

γ) <https://www.chooseyourwedding.com/wedding-assets/15771/the-town-hall-manchester-15771.jpg>

στο μενού `sample buttons` οπου και επιλέξαμε 2 βελάκια, ένα αριστερό και ένα δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασία μας. Επιλέξαμε με το `selection tool` το δεξί βελάκι και πήγαμε στο μενού `buttons` στο πεδίο `name` δώσαμε το όνομα `"man_next"` ενώ στο πεδίο `actions` πατήσαμε το `+` και μας ανοίχτηκε ένα υπομενου μέσα από το οποίο επιλέξαμε την επιλογή `go to next state` και στο πεδίο `object` επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή `"mants."`. Για το αριστερό βελάκι αφού το επιλέξαμε πήγαμε στο μενού `buttons` δώσαμε ως όνομα του `button` το `"man_prev"` και στο πεδίο `actions` επιλέξαμε την επιλογή `go to previous state` και στο πεδίο `object` επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες το `"mants."`. Τέλος σύραμε τα βελάκια πάνω στο τετράγωνο με τις φωτογραφίες τοποθετώντας τα δεξιά και αριστερά του τετραγώνου. Δίπλα από τις φωτογραφίες που αφορούν το Μάντσεστερ τοποθετήσαμε την πρόσφορα του τουριστικού γραφείου για τον συγκεκριμένο προορισμό. Το κείμενο, της προσφοράς αυτής, γράφτηκε με γραμματοσειρά `Myriad Pro`, είκοσι δυο στιγμών (`pt`), χρώμα μαύρο και η στοίχιση έγινε αριστερή. Και σε αυτήν την περίπτωση κειμένου η μονή διάφορα που παρουσιάζεται είναι στο τίτλο ο οποίος είναι γραμμένος με κόκκινα γράμματα εικοσαριών στιγμών. Τελος δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε και πάλι το κουμπι `"κλειστό τώρα"`.

Και στην σελίδα είκοσι επτά, έχουμε την συνέχιση του τετραγώνου, το οποίο αποτελεί συνέχεια της διπλανής σελίδας δηλαδή της σελίδας είκοσι έξι. Και στην σελίδα αυτή, υπάρχουν και άλλοι δυο ταξιδιωτικοί προορισμοί για την χωρά της Αγγλίας, καθώς και μια διαφήμιση στο τέλος της. Ας ξεκινήσουμε όμως να αναλύουμε την δημιουργία της σελίδας αυτής. Μέσα στο τετράγωνο αυτο τοποθετήσαμε τα κουμπιά των `social media`. Αποκάτω από το τετράγωνο δημιουργήσαμε ένα `text box` το οποίο και φτιάξαμε με την χρήση του `type tool`. Μέσα στο `text box` φτιάξαμε ένα τετράγωνο με το `rectangle frame tool`, και στο οποίο μέσα τοποθετήσαμε τις εικόνες που αφορούν την πόλη του Γλασκώβης¹²⁹. Τις εικόνες που αφορούν την πρόσφορα για την πόλη αυτή, τις εισάγαμε μέσω του `mini bridge` με την διαδικασία του `drag and drop`. Αφού εισάγαμε όλες τις φωτογραφίες που αφορούν αυτό το πακέτο, προχωρήσαμε επιλέγοντας ξεχωριστά κάθε

¹²⁹ Το `photo gallery` για το Γλασκώβη περιλαμβάνει:
α) <http://images.drooms.nl/050220131050155004977.jpg>
β) http://www.alfaagency.cz/foto/o_19i53h159o9p16gd1mike771maim.jpg
γ) <https://www.millenniumhotels.com/mhb-media/images/13470%20millenium%20glasgow/hero/glasgow-modb.jpg>

φωτογραφία με το selection tool και δώσαμε σε όλες, τις διαστάσεις του τετραγώνου. Συνεχίζοντας και έχοντας επιλέξει και πάλι κάθε φωτογραφία ξεχωριστά κάναμε δεξί κλικ `Fitting` → `Fit Content To Frame`, ώστε να ρυθμίσουμε το κέντρο των φωτογραφιών το οποίο αλλοιώθηκε μετά την αλλαγή των διαστάσεων τους. Προχωρώντας και έχοντας πλέον τοποθετηθεί οι φωτογραφίες η μια πάνω στην άλλη πήγαμε στο μενού του object states και εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "glaskovi". Ύστερα πήγαμε στο μενού sample buttons επιλέξαμε 2 βελάκια, ένα αριστερό και ένα δεξί και τα σύραμε στο χώρο εργασίας. Επιλέξαμε αρχικά το δεξί βελάκι και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα `gla_next` και στο πεδίο actions πατώντας το + μας ανοίχτηκε το υπομενού από το οποίο και επιλέξαμε την επιλογή `go to next state` και στο πεδίο object τσεκάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "glaskovi". Για το αριστερό βελάκι πήγαμε και πάλι στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα `gla_prev` και στο πεδίο actions πατήσαμε το + και μας ανοίχτηκε ένα υπομενού και από εκεί επιλέξαμε την επιλογή `go to previous state` και στο πεδίο object κλικάρουμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες "glaskovi". Τέλος βάλαμε τα βελάκια αριστερά και δεξιά των φωτογραφιών. Ολοκληρώνοντας το τετράγωνο των φωτογραφιών, προχωρήσαμε στο γράψιμο της προσφοράς κάνοντας χρήση της γραμματοσειράς *Myriad Pro*, 22 pt, χρώμα μαύρο και δώσαμε στο κείμενο αριστερή στοίχιση. Τον τίτλο της προσφοράς τον κάναμε με κόκκινα γράμματα, εικοσιτεσσέρων στιγμών. Τέλος δίπλα από την πρόσφορα τοποθετήσαμε και πάλι το κουμπί "κλειστό τώρα" χρώματος φούξια. Ακριβώς ακοκάτω από την πρόσφορα που αφορά την πόλη της Γλασκώβης τοποθετήσαμε το τελευταίο τουριστικό πακέτο για την Αγγλία που αφορά την πόλη του Εδιμβούργου ¹³⁰. Και σε αυτή την περίπτωση φτιάξαμε μια μικρή παρουσίαση από φωτογραφίες με τα αξιοθέατα και το ξενοδοχείο που περιλαμβάνει η πρόταση του τουριστικού γραφείου. Έτσι λοιπόν μέσα στον ήδη δημιουργημένο χώρο του text box φτιάξαμε με την χρήση του rectangle frame tool ένα τετράγωνο με σκοπό εκεί να τοποθετηθούν οι φωτογραφίες. Οι διαστάσεις που δώσαμε στο τετράγωνο αυτό είναι: $x = 222,7 \text{ mm}$, $y = 143 \text{ mm}$, $w = 75 \text{ mm}$ και $h = 50 \text{ mm}$. Στην συνέχεια εισάγαμε μέσω του mini bridge με την διαδικασία του drag and drop τις φωτογραφίες, που

¹³⁰ Το photo gallery για το Ενδιβουργο περιλαμβάνει:
α) <http://www.computescotland.com/images/QTH10xXvEBp5hPMBfogu09q09q.jpg>
β) http://svit-shpaler.at.ua/_ph/347/165452212.jpg

αφορούσαν την πρόσφορα του Εδιμβούργου, και επιλέγοντας μια κάθε φορά με την χρήση του selection tool δώσαμε σε όλες τις φωτογραφίες τις διαστάσεις: $x= 222,7$ mm, $y= 143$ mm, $w= 75$ mm και $h= 50$ mm. Ολοκληρώνοντας την διαδικασία με τις διαστάσεις των φωτογραφιών προχωρήσαμε στην ρύθμιση του κέντρου των εικόνων με την διαδικασία: Fitting → Fit Content To Frame. Έχοντας ολοκληρώσει την διαδικασία των διαστάσεων και πλέον οι φωτογραφίες βρίσκονται η μια πάνω στην άλλη και μέσα στο τετράγωνο τους, πήγαμε στο παράθυρο διαλόγου του object states και από εκεί ρυθμίσαμε την σειρά με την οποία θα εμφανίζονται οι φωτογραφίες και στο πεδίο object name δώσαμε το όνομα "endiv". Ύστερα από το sample buttons επιλέξαμε δυο βελάκια ένα αριστερό και ένα δεξί. Επιλέξαμε το δεξί βελάκι με το selection tool, και πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο actions πατώντας το + επιλέξαμε την επιλογή go to next state από το υπομενού και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες δηλαδή το "endiv". Για το βελάκι με αριστερή φορά πήγαμε στο μενού buttons στο πεδίο name δώσαμε το όνομα endi_prev και στο πεδίο actions επιλέξαμε την επιλογή go to previous state και στο πεδίο object επιλέξαμε το όνομα που δώσαμε στις φωτογραφίες το "endiv". Έτσι τα απλά βελάκια μετατράπηκαν σε buttons και τα τοποθετήσαμε σέρνοντας τα πάνω στις φωτογραφίες που αφορούν την πόλη του Εδιμβούργου. Ύστερα προχωρήσαμε στο γράψιμο της προσφοράς χρησιμοποιώντας την γραμματοσειρά Myriad Pro, είκοσι δύο στιγμών (pt) και την στοίχιση την ορίσαμε αριστερά. Ο τίτλος της πρόσφορα έγινε με κόκκινα γράμματα εικοσιτεσσέρων στιγμών. Τελος δίπλα από την πρόσφορα και στα δεξιά της, τοποθετήσαμε και πάλι το κουμπι "κλειστό τώρα". Ολοκληρώνοντας την σελίδα είκοσι επτά , βάλαμε ως χορηγό την ηλεκτρονική πλατφόρμα κράτησης εισιτηρίων του skyscanner¹³¹. Η εισαγωγή της φωτογραφίας αυτής έγινε από την γραμμή εντολών file → place. Η εικόνα αυτή πήρε τις διαστάσεις $x= 260,2$ mm, $y= 206,383$ mm, $w=146,714$ και $h= 64,117$ mm. Μετά την ολοκλήρωση και των διαστάσεων ρυθμίσαμε και το κέντρο της εικόνας κάνοντας Fitting → Fit Content To Frame.

¹³¹ Ανακτήθηκε από "<http://toomanyadapters.com/wp-content/uploads/2013/04/skyscanner-search-box.jpg>"

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΟΠΙΣΘΟΦΥΛΛΟΥ

Το οπισθόφυλλο όπως σε όλα τα περιοδικά έτσι και στο δικό μας αποτελεί την τελευταία σελίδα. Στην σελίδα είκοσι οκτώ λοιπόν για να την φτιάξουμε δημιουργήσαμε ένα τετράγωνο, με το rectangle frame tool, το οποίο (τετράγωνο) και επιλέξαμε στην συνέχεια με το selection tool και από το file → place εισάγαμε την φωτογραφία¹³² του οπισθόφυλλου. Στην συνέχεια εισάγαμε το λογότυπο του τουριστικού γραφείου με την διαδικασία του copy and paste από το Illustrator και το τοποθετήσαμε στην κορυφή της σελίδας και αριστερά. Εν ολίγης οι διαστάσεις που δώσαμε στο λογότυπο είναι $x= 14,5\text{mm}$, $y= 5\text{mm}$, $w=99,5$ και $h= 46,5\text{mm}$. Στην μέση του περιοδικού εισάγαμε την φράση "Discover your paradise" την έκφραση αυτή την βάλαμε προκειμένου να υπάρξει ο συνδετικός κρίκος της αρχής του περιοδικού με το τέλος του. Και αυτό έγινε χρησιμοποιώντας την λέξη "discover" την οποία συναντάμε στο εξώφυλλο και στο οπισθόφυλλο. Την φράση αυτή την γράψαμε στο Illustrator χρησιμοποιώντας το type tool κάναμε ένα text box και γράψαμε εκεί την φράση "Discover your" με γραμματοσειρά Myriad Pro, εξήντα στιγμών (pt) και χρώμα γραμμάτων το λευκό. Υστέρα με copy and paste την μετέφερα στον χώρο εργασίας του ID και την οριοθέτησα στις διαστάσεις: $x= 14,5\text{mm}$, $y= 110,95\text{mm}$, $w=118,278\text{mm}$ και $h= 19,05\text{mm}$. Αποκάτω και πιο δεξιά τοποθετήσαμε την λέξη "Paradise" την οποία επίσης δημιουργήσαμε στο AI με γραμματοσειρά Myriad Pro 70 στιγμών (pt), τα γράμματα αυτής της λέξης τα χρωμάτισαμε με ροζ χρώμα ενώ κάτω από την λέξη αυτή τοποθετήσαμε μια γραμμή την οποία την φτιάξαμε με εργαλείο line segment tool και αυτή την γραμμή την βάψαμε με ροζ χρώμα. Αφου τελειώσαμε όλες τις διαδικασίες σχεδίασης της λέξης αυτής με copy and paste την μεταφέραμε στον χώρο του ID και της δώσαμε τις διαστάσεις: $x= 95,6\text{mm}$, $y=148,5\text{mm}$, $w=100,8\text{mm}$ και $h= 23,821\text{mm}$. Τέλος με την ίδια και πάλι διαδικασία σχεδιάσαμε την ηλεκτρονική και την ταχυδρομική διεύθυνση του υποτιθεμένου τουριστικού γραφείου. Γράψαμε δηλαδή στο AI πρώτα την ηλεκτρονική διεύθυνση με γραμματοσειρά Myriad Pro 40 στιγμών (pt), τα γράμματα τα χρωμάτισαμε με λευκό χρώμα και με copy and paste την μεταφέραμε στο ID και την τοποθετήσαμε στο κάτω μέρος του οπισθόφυλλου. Επίσης την ίδια διαδικασία

¹³² Ανακτήθηκε απο " http://4.bp.blogspot.com/-r2jI5hJv_ZI/Thr80UhwRNI/AAAAAAAAACUg/K-5cgv7nEVM/s1600/600_wallpaper-14363.jpg"

και τα ίδια χαρακτηριστικά κείμενου γράψαμε και την ταχυδρομική διεύθυνση του γραφείου στο AI και με copy and paste την μεταφέραμε και την τοποθετήσαμε ακριβώς αποκάτω από την ηλεκτρονική διεύθυνση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Χ.Γ. Μανουσαρίδης, από το χειρόγραφο στο έντυπο. Στον τόμο "η ταυτότητα των εκδόσεων Κότινος. Εκδ. Κότινος, Αθήνα 2003
- Τσολάκου Κ., Τεχνικός οδηγός της όφσσετ, Αθήνα 1995
- Εργαστήριο Χαρακτικής Η. Ν. Κουβέλη, <Λιθογραφία> (Ανακτήθηκε στις 12 Ιαν. 2015.)
- Γιαννακουλόπουλος, Α. (2005). 'Ίστοσελίδες μαθημάτων: Κριτήρια ταξινόμησης και αξιολόγησης' στο Λιοναράκης, Α. (επιμ.). Παιδαγωγικές και Τεχνολογικές Εφαρμογές. Πρακτικά 3ου Διεθνούς Συνεδρίου για την Ανοικτή & εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση - Πάτρα, 11 - 13 Νοεμβρίου 2005. Αθήνα, Προπομπός, τ. 2, σσ. 377-388. Γιαννακουλόπουλος, Α. (2005). 'Ίστοσελίδες μαθημάτων: Κριτήρια ταξινόμησης και αξιολόγησης' στο Λιοναράκης, Α. (επιμ.). Παιδαγωγικές και Τεχνολογικές Εφαρμογές. Πρακτικά 3ου Διεθνούς Συνεδρίου για την Ανοικτή & εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση - Πάτρα, 11 - 13 Νοεμβρίου 2005. Αθήνα, Προπομπός, τ. 2, σσ. 377-388.
- Κατσουλίδης Τάκης, επιμ. (1993) (στα Ελληνικά). «Η Ελληνική γραφή» *Το Σχέδιο του Γράμματος*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Σκιαδάς Ε. Νίκος < χρονικό της Ελληνικής Τυπογραφίας> τρίτος τόμος, Αθήνα (1982)
- Χ.Γ. Πατρινέλης < Το ελληνικό βιβλίο κατά την Τουρκοκρατία> ΑΠΘ, 1989.
- Μπόκος Δ. Γιώργος, Τα πρώτα ελληνικά τυπογραφεία στο χώρο της "καθ' ημάς ανατολής" (1627-1827), Ε.Λ.Ι.Α, Αθήνα , 1998
- Bringhurst R. <Στοιχεία της τυπογραφικής τέχνης> Πανεπιστημιακές εκδόσεις Κρήτης, (2001).
- Zappaterra Yolanda <Σχεδιασμός περιοδικών εκδόσεων> Αθήνα 2008, Εκδόσεις: Dart Books.
- Κουμαρινού Αικ. < Ο τύπος στον αγώνα> Αθήνα 1971, Εκδόσεις Εστία, Σειρά: Νέα Ελληνική Βιβλιοθήκη.
- Dennison, D. Διαφήμιση για όλους, Αθήνα 1998. Εκδόσεις Anubis.

- Shneiderman B. , Plaisant C. < Σχεδίαση διεπαφής χρηστή> Θεσσαλονίκη 2010, Εκδόσεις Τζιόλα
- Tourism economics " οι συνέπειες του διαδικτυακού περιεχομένου στον ευρωπαϊκό τουρισμό" Νοέμβριος 2013, Oxford Economics Company.
- Xenidou-Dervou, Cl., Tzedaki, S., Fragkou-Mpatsiou, A., Korfiati, M., 2000. Hellenic Academic Libraries Link (HEAL-Link) Journals Action: A year later. Proceedings of the 9th Greek Conference of Academic Libraries, Athens
- Παπανικολάου I. < Διαφήμιση & διαφημιστικά μέσα> , Αθήνα 1995, Εκδόσεις Έλλην.
- Ζώτος, Γ.< Διαφήμιση, αναφορά στον οικονομικό και κοινωνικό ρόλο της >, Τόμος Β' , Θεσσαλονίκη 1992, εκδόσεις university studio press
- Παπαθεοδώρου, Χ., Τσιμπόγλου, Φ. <Έκδοση και διαχείριση ηλεκτρονικών περιοδικών από Βιβλιοθήκες.> 10ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη 15-17 Οκτωβρίου,2001
 Διαθέσιμο σε: <http://www.lib.uom.gr/palc10/greek/papatheodorou.doc>
 (Ανακτήθηκε 22 Ιανουαρίου,2009)
- Τσιμπόγλου, Φ.(2008). Συνεργασίες βιβλιοθηκών στο ψηφιακό περιβάλλον. Μια συστημική προσέγγιση.
- Cepulkauskaite, I., 2000. Creating E-books and E-Journals. In: Courseware for Training of Trainers and Users on the Special Applications of Internet-based Services in the fields of Cultural Education, Chapter 3, UNESCO.
- Alas Joel " The history of the Times New Roman typeface" Fainancial Times (2009).
- Will- Harris, Daniel (2003) "Georgia & Verdana-typeface designed for the screen".
- Rousou M. (2004 b). Learning by doing and learning through play: an exploration of interactivity in virtual enviroments for children. ACM in entertainment, ACM press (electronic journal)
- Talin (2008). Real Interactivity in Interactive Entertainment. In C. Dodsworth, digital illusion: Entertaining the future with high technology.
- Kaukab Jhumra Smith (2012) " The disadrantages of online booking"

- Articles Base (2006) "Benefits and disadvantage of online travel agencies"
- Anthony G. Brown (2009) "Online travel agencies - benefits and disadvantages"
- Varian R. H. (1997) " The future of electronic journals" University of California.