

ANAT'NOZIMOTHTA

**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

ΘΕΜΑ
**ΟΠΤΙΚΗ ΑΝΑΓΝΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ
ΕΝΤΥΠΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ**
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 - ΆΣΚΗΣΗ 5

Μάθημα:
Έντυπη και Ηλεκτρονική Διαφήμιση
Υπεύθυνη Καθηγήτρια:
Δρ. Γεωργιάδου Ελισάβετ
Εργασία των
**ΤΣΙΑΡΤΑ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ &
ΧΑΣΤΑΖΕΡΗ ΔΗΜΗΤΡΑ**

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2001

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ

Η ΚΑΛΗ

ΚΑΡΕΛΙΑ LIGHTS 6

Η ΜΕΤΡΙΑ

HERTZ 9

Η ΚΑΚΗ

VENETA CUCINE 12

ΗΜΕΡΗΣΙΟΣ ΤΥΠΟΣ

Η ΚΑΛΗ

MULTIRAMA 15

Η ΜΕΤΡΙΑ

NEW SAAB 9-5 18

Η ΚΑΚΗ

FORTHNET ISDN 21



BRAZIL

ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ
ΚΑΠΝΑ
9 ΑΠΟ
ΧΩΡΕΣ

Το Υπουργείο Υγείας προειδοποιεί:

Τ Ο Κ Α Π Ν Ι Σ Μ Α Β Λ Α Π Τ Ε Ι
Σ Ο Β Α Ρ Α Τ Η Ν Υ Γ Ε Ι Α

ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ

Η ΚΑΛΗ

KARELIA LIGHTS

Σχέδιο γραμμάτων

Τα γράμματα είναι κεφαλαία και χωρίς κάποια μορφοποίηση, τόσο στον τίτλο για τον οποίο ενδείκνυνται, όσο και στην υποχρεωτική προειδοποίηση του υπουργείου, με εξαίρεση «Το Υπουργείο Υγείας προειδοποιεί:» που είναι με πεζά γιατί δεν είναι απαραίτητο να είναι πολύ ευδιάκριτο. Κεφαλαία είναι και τα γράμματα της λέξης «BRAZIL», στην οποία χρησιμοποιούνται βαρέα στοιχεία για να δοθεί έμφαση.

Τύπος γραμμάτων

Τα γράμματα του σλόγκαν – τίτλου και της χώρας είναι με ακρεμόνες, δηλαδή είναι ευανάγνωστα και κομψά και ταιριάζουν στο συγκεκριμένο προϊόν γιατί θεωρείται κλασσικό στο είδος του. Αντίθετα η προειδοποίηση του υπουργείου είναι με γράμματα χωρίς ακρεμόνες.

Το μέγεθος των στοιχείων

Το μέγεθος των γραμμάτων του τίτλου είναι περίπου 46 στιγμών, δηλαδή πολύ μεγάλο, αλλά επειδή πρόκειται για τίτλο και πολύ μικρό κείμενο δεν επιβαρύνεται η αναγνωσιμότητα. Το ίδιο ισχύει για το «BRAZIL» που είναι ελαφρώς μικρότερο. Τέλος, τα γράμματα της προειδοποίησης είναι σαφώς μικρότερα τονίζοντας έτσι το κείμενο της διαφήμισης.

Η πυκνότητα των γραμμάτων

Τα γράμματα είναι αρκετά πυκνά μεταξύ τους, πυκνότερα από το κανονικό, χωρίς όμως να κολλάν το ένα με το άλλο επιταχύνοντας έτσι την ανάγνωση. Το αντίθετο συμβαίνει με την προειδοποίηση του υπουργείου που πολύ αραιογραμμένη, δυσχεραίνοντας έτσι την ανάγνωση.

Διαστήωση

Η διαστήωση είναι μονή σε όλη τη διαφήμιση και δεν εμποδίζει την αναγνωσιμότητα.

Το μήκος των στίχων

Το κείμενο της διαφήμισης έχει μία λέξη σε κάθε στίχο, δηλαδή είναι μικρό, αλλά επειδή το κείμενο είναι μικρό, δίνει την αίσθηση ριπών και προσδίδει στο κείμενο δυναμισμό. Μικρό είναι και το μήκος στην προειδοποίηση, τρεις λέξεις ανά σειρά.

Η ευθυγράμμιση των ακρόστιχων

Η στοίχιση σε όλη τη διαφήμιση είναι αξονική αλλά αν και θεωρείται δυσανάγνωστη, στην προκειμένη περίπτωση δεν δημιουργείται κανένα πρόβλημα γιατί το κείμενο είναι πάρα πολύ μικρό.

Το χρώμα των στοιχείων και του χαρτιού

Τα χρώματα του κειμένου είναι κόκκινο («BRAZIL») και μπλε («ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ ΚΑΠΝΑ ΑΠΟ 9 ΧΩΡΕΣ») δημιουργώντας καλή μεταξύ τους αντίθεση αλλά και σε σχέση με το λευκό χρώμα του χαρτιού – φόντο. Αντίθετα, η προειδοποίηση είναι γραμμένη με γκρι ανοιχτό που την καθιστά δυσδιάκριτη σε σχέση με το άσπρο του φόντου.

Τα περιθώρια

Το κείμενο δεν αντιμετωπίζει πρόβλημα περιθωρίων γιατί είναι μικρό και είναι στο κέντρο. Η προειδοποίηση, όμως, έχει ελάχιστα περιθώρια από την άκρη της σελίδας, δεν μας ενοχλεί όμως γιατί το περιεχόμενο της έρχεται σε αντίθεση με το προϊόν.

Η μέθοδος εκτύπωσης

Στην εκτύπωση δεν παρατηρείται κανένα πρόβλημα ούτε από πλευράς χαρτιού ούτε από μελάνης.

Συμπεράσματα

Όπως προκύπτει λοιπόν από τα παραπάνω, η συγκεκριμένη διαφήμιση αποτελεί ένα παράδειγμα καλής αναγνωσιμότητας ως προς όλες τις παραμέτρους.

*Δουλεύετε ποσό;
Δεν πάτε με τα καρά σας...*

Πάτε με τα καρότερα!

Prestige Fleet
by
Hertz

Νέα Υπηρεσία Ενοικίασης Πολυτελών Αυτοκινήτων

Porsche Boxster, Jaguar S-Type, Mercedes S320 / E200 / SLK, Saab 9-3 Turbo Cabrio / 9-5,
Grand Cherokee 4.7, Cherokee 2.5, Audi TT 1.8, Lexus RX 300



JAGUAR



Mercedes-Benz



Jeep



LIEXUS



Autohellas A.T.E.E

7 Πανεπιστημίου 115, 1151 Αθήνα, Τηλ: 998 2998-9

Η ΜΕΤΡΙΑ

HERTZ

Σχέδιο γραμμάτων

Τα γράμματα είναι πεζά και πλάγια στο κυρίως κείμενο της διαφήμισης. Πεζά και κεφαλαία είναι τα γράμματα που χρησιμοποιούνται στην περιγραφή του αντικειμένου της επιχείρησης και των προϊόντων που διαθέτει, καθώς και έξτρα πληροφορίες.

Τύπος γραμμάτων

Τα γράμματα του κυρίως κειμένου της διαφήμισης είναι καλλιγραφικά με ακρεμόνες που σε συνδυασμό με το γεγονός ότι είναι πλάγια καθίστανται δυσανάγνωστα. Τα γράμματα του λογότυπου της εταιρίας και του κειμένου δευτερεύουσας σημασίας είναι χωρίς ακρεμόνες, τύπου Arial.

Το μέγεθος των στοιχείων

Το μέγεθος των γραμμάτων του τίτλου είναι περίπου 18 στιγμών, δηλαδή μικρά για να τραβήξουν την προσοχή, σε συνδυασμό μάλιστα με το ότι η διαφήμιση αποτελείται μόνο από κείμενο. Το υπόλοιπο κυρίως κείμενο είναι με γράμματα 14 στιγμών, δηλαδή σωστό μέγεθος για τις ηλικίες στις οποίες απευθύνεται. Τέλος το δευτερεύον κείμενο είναι από 8 έως 10 στιγμές, αλλά χρησιμοποιεί γράμματα χωρίς ακρεμόνες για να βελτιώνει την αναγνωσιμότητά του.

Η πυκνότητα των γραμμάτων

Η πυκνότητα των στοιχείων μεταξύ τους είναι κανονική σε όλη τη διαφήμιση και δεν επηρεάζει αρνητικά την αναγνωσιμότητα.

Διαστήχωση

Η διαστήχωση, όπου υπάρχει, είναι μονή σε όλη τη διαφήμιση και δεν εμποδίζει την αναγνωσιμότητα.

Το μήκος των στίχων

Το μήκος των στίχων είναι μικρό προς μέτριο, μία έως έξι λέξεις το πολύ. Εξαιρεση αποτελούν οι δευτερεύουσες πληροφορίες που έχουν μέτριο προς μεγάλο μήκος στίχων, έντεκα με δεκατρείς λέξεις ανά στίχο.

Η ευθυγράμμιση των ακρόστιχων

Η στοίχιση σε όλη τη διαφήμιση είναι αξονική, η οποία θεωρείται δυσανάγνωστη, στην προκειμένη περίπτωση δεν δημιουργείται ιδιαίτερο πρόβλημα γιατί το κείμενο είναι μικρό. Το χρώμα των στοιχείων και του χαρτιού

Το χρώμα των στοιχείων και του χαρτιού

Το χρώμα του φόντου είναι κίτρινο, το χρώμα του χρυσού, απόλυτα εναρμονισμένο με το ύφος της διαφήμισης και της επιχείρησης, και έρχεται σε καλή αντίθεση με το μαύρο των γραμμάτων, σχεδόν σε όλο το κείμενο. Εξαίρεση αποτελούν το σλόγκαν «Πάτε με τα καλύτερα!» που είναι άσπρα γράμματα σε μαύρο φόντο, γεγονός που επηρεάζει αρνητικά την αναγνωσιμότητά του, σε συνδυασμό μάλιστα με τον τύπο των γραμμάτων, και το λογότυπο της επιχείρησης που είναι με άσπρα γράμματα, αλλά με μαύρη σκιά που τα καθιστά αρκετά ευδιάκριτα. Τέλος, στο φόντο με τα δυσκολίας διακρίνουμε τα αρχικά της διαφημιζόμενης υπηρεσίας (PF) που είναι στο ίδιο χρώμα με το φόντο, απλά ελαφρώς πιο σκούρο.

Τα περιθώρια

Τα κάθετα περιθώρια, κυρίως λόγω της στοίχισης, του μεγέθους και της πυκνότητας των γραμμάτων που χρησιμοποιούνται, είναι πολύ μεγάλα, με αποτέλεσμα να δίνεται η αίσθηση ότι το κείμενο χάνεται στο φόντο. Αντίθετα το κάτω περιθώριο είναι αρκετά στενό.

Η μέθοδος εκτύπωσης

Η μέθοδος της εκτύπωσης που χρησιμοποιήθηκε έχει δώσει πολύ καλό αποτέλεσμα και βοηθάει σε μεγάλο βαθμό την αναγνωσιμότητα, ειδικά αν λάβουμε υπόψιν τις ακρεμόνες των γραμμάτων, το εξαιρετικά μικρό μέγεθος του δευτερεύοντος κειμένου και το σλόγκαν που χρησιμοποιεί άσπρα γράμματα σε μαύρο φόντο.

Συμπεράσματα - Προτάσεις

Όπως προκύπτει λοιπόν από τα παραπάνω, η συγκεκριμένη διαφήμιση αποτελεί ένα παράδειγμα μέτριας αναγνωσιμότητας. Τηρεί εν μέρει τους κανόνες της καλής αναγνωσιμότητας, όπως το καλό διάστιχο, κανονική πυκνότητα κ.λ.π., αλλά το βασικό πρόβλημά της είναι η χρήση των καλλιγραφικών γραμμάτων, τα οποία ναι μεν ταιριάζουν με το ύφος της εταιρίας και της διαφήμισης, δυσχεραίνουν δε την αναγνωσιμότητά της.

Η πρότασή μας για την βελτίωση της συγκεκριμένης διαφήμισης είναι η αύξηση του μεγέθους των στοιχείων, ώστε να ελαττωθούν τα πλαϊνά περιθώρια και να μη χάνεται το θέμα της διαφήμισης στο φόντο. Επίσης καλό θα ήταν να βρεθεί μία παρόμοια μεν, αλλά πιο ευανάγνωστη γραμματοσειρά.

Τέτοια Προσφορά

1.150.000

κάθε 15 χρόνια !

**ΜΑΖΙ ΜΕ
ΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΕΣ
ΣΥΣΚΕΥΕΣ**

Veneta Cucine

Το μεγάλο όνομα της Ευρώπης Veneta Cucine γιορτάζει μαζί μας τα 15 χρόνια παρουσίας της στην Ελλάδα, κάνοντάς σας μια εκπληκτική προσφορά.

ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΣΥΜΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ (ΟΛΑ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ) :

- Ψυγείο με κατάψυξη πλήρους εντοιχισμού • Τέσσερις εστίες ηλεκτρικές ταχείας θερμάνσεως
- Ηλεκτρικός φούρνος αέρος και αντιστάσεως (μικτός) • Απορροφητήρας (άνδρακος με δύο μοτέρ)
 - Νεροχύτης • Μπαταρία

Δεν συμπεριλαμβάνονται Φ.Π.Α., μεταφορικά και έξοδα τοποθέτησης

Ελάτε με τα μέτρα να σχεδιάσουμε μαζί την κουζίνα των ονείρων σας επιλέγοντας από 160 διαφορετικά μοντέλα.

ΑΘΗΝΑ ΛΕΩΦ.ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ 87
(500 μέτρα από τους Σιήλους Ολυμπίου Διός)
ΤΗΛ. 90.23.327 - 90.13.808 • FAX. 90.12.220

ΤΕΡΑΚΑΣ ΛΕΩΦ.ΜΑΡΑΘΩΝΟΣ 157
(1.600 μέτρα από τη γέφυρα του Σουραϊ Αρ. Περασκέλης)
ΤΗΛ. 60 47 892 - 3 - 4, FAX. 60 47 370

ΘΕΣ/ΝΙΚΗ ΚΗΦΙΣΙΑΣ 33 & ΑΙΓΑΙΟΥ
(ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ)
ΤΗΛ. (031) 304345 - 304684

ΧΑΛΚΙΔΑ 3ο χλμ. ΧΑΛΚΙΔΑΣ-ΕΡΕΤΡΙΑΣ
ΠΑΠΑΧΑΡΑΛΑΜΠΟΥΣ ΑΝΤΩΝΗΣ
ΤΗΛ. (0221) 24080 - 22181

ΑΙΓΙΟ Ρ. ΦΕΡΑΙΟΥ 154
ΠΑΝΗΟΠΟΥΛΟΣ
ΤΗΛ. (0651) 60047

<http://www.venetacucine.gr>
<http://www.venetacucine.com>

Η ΚΑΚΗ

Veneta Cucine

Σχέδιο γραμμάτων

Τα γράμματα, στο μεγαλύτερο μέρος της διαφήμισης είναι πεζά, με εξαίρεση το περιεχόμενο του κίτρινου πλαισίου, το τίτλο της προσφοράς και τις διευθύνσεις των καταστημάτων που είναι κεφαλαία. Από άποψη μορφοποίησης χρησιμοποιούνται βαρέα όσο και πλάγια και ορθά γράμματα. Πρέπει να αναφέρουμε όμως ότι χρησιμοποιούνται σε υπερθετικό βαθμό, επιβαρύνοντας πολύ την αναγνωσιμότητα.

Τύπος γραμμάτων

Τα γράμματα όλου του κειμένου είναι χωρίς ακρεμόνες. Μοναδική εξαίρεση αποτελεί το λογότυπο της εταιρίας που χρησιμοποιεί ακρεμόνες γιατί προσδίδουν κύρος. Δεν πρέπει να παραλείψουμε να αναφέρουμε ότι χρησιμοποιεί πολλούς τύπων γραμματοσειρών, οχτώ στον αριθμό, κουράζοντας έτσι το μάτι.

Το μέγεθος των στοιχείων

Το μέγεθος των γραμμάτων είναι ποικίλο, από 50 στιγμές μέχρι και 9 στιγμές. Σε γενικές το μέγεθος από μόνο του είναι καλό, αλλά υπάρχει πολύ μεγάλη ποικιλία που κάνει το κείμενο της διαφήμισης πολύ κουραστικό.

Η πυκνότητα των γραμμάτων

Η πυκνότητα των γραμμάτων είναι παντού κανονική.

Διαστίχωση

Η διαστίχωση, όπου υπάρχει, είναι μονή σε όλη τη διαφήμιση.

Το μήκος των στίχων

Το μήκος των στίχων, με εξαίρεση το κίτρινο πλαίσιο και διευθύνσεις που έχουν μικρό μήκος στίχων, είναι μέτριο ως μεγάλο, από επτά λέξεις μέχρι και δεκαεφτά.

Η ευθυγράμμιση των ακρόστιχων

Η στοίχιση σε όλη τη διαφήμιση είναι αξονική και δυσκολεύει ακόμη περισσότερο την αναγνωσιμότητα του κειμένου, το οποίο είναι αρκετά μεγάλο και με βαρέα γράμματα.

Το χρώμα των στοιχείων και του χαρτιού

Η συγκεκριμένη διαφήμιση χρησιμοποιεί πολλά χρώματα και με άσχημο τρόπο. Αν και τα γράμματα είναι κόκκινα, κίτρινα, λευκά και μαύρα σε κόκκινο, κίτρινο, πράσινο και λευκό για φόντο, δηλαδή χρώματα που, στο συγκεκριμένο τουλάχιστον τόνο, κάνουν καλή αντίθεση μεταξύ τους, είναι τόσα πολλά που κάνουν πολύ κουραστική και δύσκολη την ανάγνωση του κειμένου. Επίσης, χρησιμοποιεί και κίτρινα γράμματα με φόντο φωτογραφία, που είναι κυρίως λευκή, χωρίς κάποιο φίλτρο, κάνοντάς το κείμενο απόλυτα δυσδιάκριτο.

Τα περιθώρια

Τα περιθώρια της διαφήμισης είναι ανύπαρκτα, πλην του κάτω περιθωρίου, το οποίο όμως είναι πολύ στενό. Αυτό μας δίνει την αίσθηση ότι η διαφήμιση «μπουκώνει».

Η μέθοδος εκτύπωσης

Η μέθοδος της εκτύπωσης είναι πολύ καλής ποιότητας αλλά δυστυχώς δεν μπορεί να διευκολύνει την αναγνωσιμότητα.

Συμπεράσματα - Προτάσεις

Σε γενικές γραμμές η συγκεκριμένη διαφήμιση χαρακτηρίζεται κάκιστη. Χρησιμοποιεί πολλά χρώματα και έντονα, χωρίς περιθώρια, με πολλά μεγέθη γραμμάτων, αρκετές και διαφορετικές γραμματοσειρές, πολλές μορφοποιήσεις με αποτέλεσμα να κάνει την ανάγνωσή της πολύ δύσκολη και κουραστική, αποπροσανατολίζοντας τον αναγνώστη.

Το καλύτερο σε αυτή τη διαφήμιση θα ήταν να μειωθεί η ποικιλία των χρωμάτων, χωρίς όμως να χάνονται οι διαβαθμίσεις της σημασίας των κειμένων. Επίσης, πρέπει να φύγουν τα πολλά, χρωματιστά πλαίσια και να αντικατασταθούν από φόντο, αρμονικά συνδυασμένο με τη φωτογραφία, που θα λειτουργεί ως παρασκήνιο και δεν αποπροσανατολίζει τον αναγνώστη από το κείμενο. Το λογότυπο της εταιρίας καλό θα ήταν να γίνει λίγο μεγαλύτερο και να απομακρυνθεί από το υπόλοιπο κείμενο. Τέλος, το κίτρινο πλαίσιο, αν δε γίνεται να αλλάξει θέση, χρειάζεται ένα φίλτρο που θα βελτιώσει την αναγνωσιμότητά του πάνω στη φωτογραφία.



Οι 8 άτοκες δόσεις ισχύουν για αγοράς άνω των 40.000 δρχ., με τις περισσότερες πιστωτικές κάρτες.

άτοκες δόσεις σε όλα τα προϊόντα...

...και στις καλύτερες τιμές της αγοράς!

Η προσφορά ισχύει
από 01/11
έως 31/12/2001

multirama

Γραμμή Επικοινωνίας Multirama: **0801-11-15000**

ΗΜΕΡΗΣΙΟΣ ΤΥΠΟΣ

Η ΚΑΛΗ

MULTIRAMA

Σχέδιο γραμμάτων

Τα γράμματα είναι πεζά σε όλο το κείμενο της διαφήμισης, ακόμη και στο λογότυπο. Ο τίτλος «8 άτοκες δόσεις», το κείμενο «σε όλα τα προϊόντα» και γραμμή επικοινωνίας είναι με βαρέα στοιχεία. Το κείμενο «...και στις καλύτερες τιμές της αγοράς» καθώς και οι επιπλέον πληροφορίες στο οβάλ πλαίσιο είναι ορθά χωρίς επιπλέον μορφοποίηση. Το ίδιο ισχύει και για την υποσημείωση που βρίσκεται κάθετα στο αριστερό άκρο της διαφήμισης.

Τύπος γραμμάτων

Τα γράμματα χωρίς ακρεμόνες, στυλ που ανταποκρίνεται στο σύγχρονο αντικείμενο της επιχείρησης.

Το μέγεθος των στοιχείων

Το μέγεθος των στοιχείων ποικίλει. Το «8» καταλαμβάνει σχεδόν τη μισή επιφάνεια της διαφήμισης, προσελκύοντας έτσι την προσοχή του αναγνώστη. Ο τίτλος «άτοκες δόσεις» είναι περίπου 48 στιγμών και ελαφρώς μικρότερος από το κείμενο «σε όλα τα προϊόντα...». Δηλαδή, είναι πολύ μεγάλα, αλλά δε μειώνουν την αναγνωσιμότητα της διαφήμισης, γιατί το κείμενο είναι σύντομο. Όσον αφορά το υπόλοιπο κείμενο και το περιεχόμενο του πλαισίου κυμαίνονται περίπου από 20 μέχρι 14 στιγμές. Είναι ελαφρώς μεγάλα, αλλά ταιριάζουν με το μέγεθος των στοιχείων της υπόλοιπης διαφήμισης και το σύντομο του κειμένου. Ακόμη η γραμμή επικοινωνίας και αριθμός του τηλεφώνου κυμαίνονται από 12 μέχρι 14 στιγμές. Τέλος η υποσημείωση είναι περίπου 10 στιγμών, δηλαδή πολύ μικρή σε σύγκριση με το μέγεθος της διαφήμισης, αλλά δε μας ενοχλεί γιατί δεν θεωρείται απαραίτητο να διαβαστεί.

Η πυκνότητα των γραμμάτων

Σε όλη τη διαφήμιση η απόσταση των στοιχείων μεταξύ τους είναι κανονική, διευκολύνοντας έτσι την αναγνωσιμότητα.

Διαστίχωση

Η διαστίχωση, όπου υπάρχει, είναι μονή και δεν εμποδίζει την αναγνωσιμότητα.

Το μήκος των στίχων

Το μήκος των στίχων στο μεγαλύτερο μέρος της διαφήμισης είναι μικρό, δύο έως έξι λέξεις. Εξαιρέση αποτελεί η υποσημείωση που έχει μεγάλο μήκος, δεκάξι λέξεις.

Η ευθυγράμμιση των ακρόστιχων

Η στοίχιση στο βασικό κείμενο είναι μονόπλευρη αριστερή, που διευκολύνει τη γρήγορη ανάγνωση. Το κείμενο όμως καταλαμβάνει μόνο τα δύο τρίτα της διαφήμισης, στη δεξιά πλευρά, επιτυγχάνοντας έτσι τυπική συμμετρία στον κάθετο άξονα με το μεγεθυντικό φακό καθώς επίσης με το λογότυπο και τη γραμμή επικοινωνίας που έχουν αξονική στοίχιση. Αξονική στοίχιση έχουν επίσης το περιεχόμενο του πλαισίου και η υποσημείωση. Τέλος, το «και στις καλύτερες τιμές της αγοράς» έχει μονόπλευρη δεξιά στοίχιση, αρχίζοντας από το τέλος του προηγούμενου κειμένου, ώστε να καθοδηγείται το μάτι και να επιταχύνεται η ανάγνωση.

Το χρώμα των στοιχείων και του χαρτιού

Η διαφήμιση είναι ασπρόμαυρη, δηλαδή τα γράμματα είναι στην πλειοψηφία τους μαύρα, με εξαίρεση το λογότυπο και το σε «όλα τα προϊόντα» που αποτελούνται από άσπρα γράμματα σε μαύρο φόντο για έμφαση. Επίσης, υπάρχουν οι μάρκες των προϊόντων, σε όλο το φάσμα της διαφήμισης, με αχνά γκρι και λευκά γράμματα, είναι δηλαδή δυσδιάκριτα, αλλά η αναγνωσιμότητά τους δεν αποτελεί προτεραιότητα γιατί είναι το παρασκήνιο της διαφήμισης.

Τα περιθώρια

Η διαφήμιση περιβάλλεται από λεπτό, διακριτικό πλαίσιο που ορίζει τα περιθώρια της διαφήμισης περίπου στο 1,5-2 εκατοστά από κάθε άκρη του χαρτιού. Είναι δηλαδή σεβαστά και δεν επιβαρύνουν την αναγνωσιμότητα της διαφήμισης.

Η μέθοδος εκτύπωσης

Η διαφήμιση είναι τυπωμένη σε φύλλο εφημερίδας, αλλά δεν παρουσιάζει κανένα πρόβλημα, κυρίως γιατί είναι ασπρόμαυρη.

Συμπεράσματα

Όπως προκύπτει λοιπόν από τα παραπάνω, η συγκεκριμένη διαφήμιση αποτελεί ένα παράδειγμα καλής αναγνωσιμότητας ως προς όλες τις παραμέτρους.



From business to
Pleasure
 in 6.9 seconds.

Νέα σειρά Saab 9-5, σε 4 εκδόσεις: Linear, Arc, Vector και Aero.



Turbo effect from the New Saab 9-5.

ΔΙΚΤΥΟ SAAB: ΑΘΗΝΑ **ΒΑΚΑΡ Α.Β.Ε.Ε.**, Α. Βακαρτζής 172, Αρκαδομαχία, Τηλ.: 99 82 800 • **ΒΑΚΑΡ Α.Β.Ε.Ε.**, Α. Καραϊσκάκης 41, Πελοπίωνας Αρκαδικού, Τηλ.: 81 53 800 • **ΑΥΤΟΔΥΝΑΜΗ Α.Ε.**, Αυσρ. Μπαγιούνη 43, Αγία Βαρβάρα, Τηλ.: 40 03 400 • **ΠΕΣΣΑΛΩΝΙΚΗ ΒΑΚΑΡ Α.Β.Ε.Ε.**, 194, Αριστοτέλους 34, Καλαμάρα, Τηλ.: (011)419 440/2 **ΛΑΡΥΣΣΑ Ι. ΑΓΙΩΝΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.**, Σε κλπ. Εθνική Οδός Αργούς, Αθήνα, Τηλ.: (010)661 400-3 **ΠΑΤΡΑ Ε. ΦΑΔΡΑΤΟΣ - Π. ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΣ**, Νέα Εθνική Οδός Περγάμης Αθήνα 104, Τηλ.: (041)458 400 **ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΒΗΤΑΚΑΡ Α.Β.Ε.Ε.**, Αυσρ. Αρκαδομαχίας 15, Τηλ.: (041)243 918/229 441 **ΑΓΡΙΝΙΟ Α. ΣΥΤΟΥΡΑΣ Α.Ε.**, Σαρ. Τριπόνη 141, Τηλ.: (0440)13 130 **ΒΕΡΟΙΑ Ε. ΕΚΑΤΟΣ**, Σε κλπ. Εθνική Οδός Βιγνίου Θεσσαλονίκης, Τηλ.: (051)172 840-2 **ΚΟΜΟΤΗΝΗ Α.ΜΑΝΝΟΥ Α.Ε.**, Σε κλπ. Εθνική Οδός Κομοτηνής, Σαφής, Τηλ.: (053)120 891-29 731

Η ΜΕΤΡΙΑ

NEW SAAB 9-5

Σχέδιο γραμμάτων

Τα γράμματα είναι πεζά σε όλη τη διαφήμιση, με εξαίρεση τις επωνυμίες και τον τόπο των καταστημάτων. Επίσης, όλα τα στοιχεία είναι βαρέα, με εξαίρεση τις διευθύνσεις των καταστημάτων και τους τίτλους «νέα σειρά» και «σε 4 εκδόσεις», που είναι χωρίς μορφοποίηση για να δοθεί έμφαση στα ονόματα της σειράς και των εκδόσεων, που είναι βαρέα.

Τύπος γραμμάτων

Τα γράμματα είναι παντού χωρίς ακρεμόνες και εναρμονίζονται με τη μοντέρνα γραμμή του προϊόντος.

Το μέγεθος των στοιχείων

Ο τίτλος «Pleasure» είναι αρκετά μεγάλος για να προσελκύει την προσοχή χωρίς να ενοχλεί. Το κείμενο της διαφήμισης είναι περίπου είκοσι στιγμών, δηλαδή αρκετά μεγάλο για κείμενο, αλλά δεν εμποδίζει την αναγνωσιμότητα, γιατί είναι σύντομο και εναρμονίζεται με το μέγεθος της διαφήμισης. Εξαίρεση στα παραπάνω αποτελεί το κείμενο με τα ονόματα της σειράς και των εκδόσεων που είναι περίπου 13 στιγμών και οι διευθύνσεις του δικτύου καταστημάτων (10 στιγμές), έχουν δηλαδή το κατάλληλο μέγεθος για τις ηλικίες στις οποίες απευθύνονται (ενήλικες μέχρι 45 περίπου ετών).

Η πυκνότητα των γραμμάτων

Τα γράμματα είναι πυκνότερα από το κανονικό λόγω της γραμματοσειράς, χωρίς όμως να κολλάν μεταξύ τους.

Διαστίχωση

Η διαστίχωση είναι 90%αρνητική χωρίς όμως να δημιουργεί ιδιαίτερο πρόβλημα, με εξαίρεση το δίκτυο καταστημάτων όπου εκεί είναι μονή.

Το μήκος των στίχων

Το μήκος των στίχων του κυρίως κειμένου είναι μικρό από μία έως τρεις λέξεις, κάτι το οποίο ευνοεί την ανάγνωση του θέματος της διαφήμισης. Το δευτερεύον κείμενο έχει μέτριο μήκος στίχων, από επτά έως δώδεκα λέξεις, κατάλληλο δηλαδή για το ρόλο του. Ενώ η υποσημείωση που αφορά το δίκτυο καταστημάτων έχει πολύ μεγάλο μήκος στίχων πάνω από είκοσι λέξεις.

Η ευθυγράμμιση των ακρόστιχων

Η στοίχιση στο κυρίως κείμενο της διαφήμισης είναι μονόπλευρη αριστερή με ρύθμιση των περιθωρίων, για να δίνει την αίσθηση της

επιτάχυνσης, που αποτελεί και το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του προϊόντος. Το δευτερεύον κείμενο και η υποσημείωση του δικτύου καταστημάτων έχουν αξονική στοίχιση.

Το χρώμα των στοιχείων και του χαρτιού

Τα χρώματα του κειμένου και του φόντου είναι των ίδιων αποχρώσεων, δηλαδή λευκό, γκρι, γαλάζιο και μαύρο, μεμονωμένα ή σε αναμειξείς, και σε συνδυασμό με την εκτύπωση καθιστούν το κείμενο δυσανάγνωστο.

Τα περιθώρια

Η διαφήμιση περιβάλλεται από λεπτό, διακριτικό πλαίσιο που ορίζει τα περιθώρια της διαφήμισης περίπου στο 1,5-2 εκατοστά από κάθε άκρη του χαρτιού. Είναι δηλαδή σεβαστά και δεν επιβαρύνουν την αναγνωσιμότητα της διαφήμισης.

Η μέθοδος εκτύπωσης

Αν και η εκτύπωση είναι πολύ καλής ποιότητας για εφημερίδα, η αναγνωσιμότητα δυσχεραίνεται σε μεγάλο γιατί η επιλογή των χρωμάτων δεν ήταν κατάλληλη για αυτή τη μέθοδο εκτύπωσης.

Συμπεράσματα - Προτάσεις

Η συγκεκριμένη διαφήμιση πληρεί όλες τις άλλες προϋποθέσεις καλής αναγνωσιμότητας εκτός από την πολύ βασική της σωστής επιλογής, ευδιάκριτων μεταξύ τους χρωμάτων, κατάλληλων για την επιλεγμένη μέθοδο εκτύπωσης.

Στην περίπτωση που δεν θέλουμε να αλλάξουμε τα χρώματα θα μπορούσαμε να προσθέσουμε ένα διακριτικό σκούρο περίγραμμα στα γράμματα, ώστε να γίνουν πιο ευδιάκριτα. Μια άλλη πρόταση είναι να χρησιμοποιήσουμε πιο σκούρο τόνο στο χρώμα των γραμμάτων, για να επιτευχθεί ικανοποιητική αντίθεση με το φόντο.

Σύνδεση στο Internet με γραμμή ISDN



η Εξέλιξη της Επικοινωνίας

Αν έχετε γραμμή ISDN, η FORTHnet έχει για σας την κατάλληλη σύνδεση με το Internet. Σύνδεθείτε ψηφιακά μέσω της γραμμής ISDN και κινηθείτε έως και τέσσερις φορές πιο γρήγορα απ' ό,τι με μια συμβατική σύνδεση. Αξιοποιήστε τις υψηλές ταχύτητες μετάδοσης 64 Kbps και 128 Kbps και εξαντλήστε τις δυνατότητες του Internet. Απολαύστε ξεχωριστές υπηρεσίες και εφαρμογές όπως η τηλεδιάσκεψη, η τηλεκπαίδευση, οι τηλεαγορές, οι τραπεζικές συναλλαγές, η παρακολούθηση χρηματιστηρίων σε πραγματικό χρόνο κ.λπ.

Γιατί μόνο η FORTHnet μπορεί να σας προσφέρει όλα τα προνόμια της σύνδεσης στο Internet με γραμμή ISDN... και με έκπτωση:

-22%

Καλέστε τώρα στο 080011 388 88.

<http://www.forthnet.gr>, τηλ.: 010-955 90 00, e-mail: sales@forthnet.gr

Η ΚΑΚΗ

FORTHNET ISDN

Σχέδιο γραμμάτων

Τα γράμματα είναι πεζά και ορθά σε όλη τη διαφήμιση εκτός από το λογότυπο και το όνομα του προϊόντος. Βαρέου τύπου γράμματα υπάρχουν στον τίτλο, «Σύνδεση στο Internet με γραμμή ISDN», στο ποσοστό της έκπτωσης, στο κυρίως κείμενο, όπως επίσης και στη γραμμή επικοινωνίας.

Τύπος γραμμάτων

Τα γράμματα είναι παντού χωρίς ακρεμόνες, εναρμονισμένες με το σύγχρονο προϊόν που διαφημίζεται. Μάλιστα, η κεντρική εικόνα του “ISDN”, είναι μορφοποιημένη σε ψηφίδες για να εκφράζει περισσότερο το χαρακτήρα του προϊόντος.

Το μέγεθος των στοιχείων

Το μέγεθος των γραμμάτων ποικίλει ανάλογα με τη σημασία του κειμένου. Για παράδειγμα έχουμε ένα πάρα πολύ μεγάλο “ISDN” σε θέση εικόνας και πάρα πολύ μικρά στις πληροφορίες μέσω Internet για την εταιρεία. Αν και τα στοιχεία είναι σωστά σε μέγεθος για τις ηλικίες στις οποίες απευθύνονται, λόγω εκτύπωσης και χρωμάτων, στα μικρά μεγέθη γίνονται δυσανάγνωστα.

Η πυκνότητα των γραμμάτων

Η πυκνότητα των γραμμάτων είναι κανονική σε όλο το κείμενο, γεγονός που δεν επηρεάζει την αναγνωσιμότητα αρνητικά.

Διαστίχωση

Η διαστίχωση είναι κανονική δηλαδή 100% σε όλη τη διαφήμιση.

Το μήκος των στίχων

Το μήκος των στίχων είναι από τέσσερα μέχρι δώδεκα λέξεις, δηλαδή κανονικό. Αυτό συνεπάγεται ότι η ανάγνωση του κειμένου δεν γίνεται κουραστική.

Η ευθυγράμμιση των ακρόστιχων

Γενικά, η ευθυγράμμιση των ακρόστιχων είναι μονόπλευρη αριστερή, για ταχύτερη ανάγνωση, με εξαίρεση το δευτερεύον κείμενο που έχει αμφίπλευρη. Έτσι, σε αυτό το κείμενο η αναγνωσιμότητα επηρεάζεται αρνητικά γιατί διαφέρουν τα διαστήματα σύνθεσης από στίχο σε στίχο.

Το χρώμα των στοιχείων και του χαρτιού

Το χρώμα των στοιχείων θα έπρεπε να είναι πορτοκαλί και λευκό. Λόγω όμως της μεθόδου εκτύπωσης και τον τύπο και το χρώμα του χαρτιού, πορτοκαλί, τα λευκά γράμματα δεν έχουν τυπωθεί καλά και είναι δυσανάγνωστα και δυσδιάκριτα. Για την ακρίβεια, το όνομα του προϊόντος δεν διακρίνεται σχεδόν καθόλου.

Τα περιθώρια

Με εξαίρεση το αριστερό περιθώριο, μόλις μισό εκατοστό, τα περιθώρια του κειμένου είναι ικανοποιητικά.

Η μέθοδος εκτύπωσης

Όπως προαναφέρθηκε, η μέθοδος εκτύπωσης σε συνδυασμό με το χρώμα του χαρτιού και των στοιχείων επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την αναγνωσιμότητα της διαφήμισης.

Συμπεράσματα - Προτάσεις

Στη συγκεκριμένη διαφήμιση δεν λήφθηκε υπόψη η μέθοδος της εκτύπωσης και το χρώμα του χαρτιού, με αποτέλεσμα την πολύ κακή αναπαραγωγή της. Αν για παράδειγμα τυπωνόταν σε περιοδικό πιστεύουμε ότι δεν θα αντιμετώπιζε πρόβλημα η αναγνωσιμότητά της.

Εφόσον δεν μπορούμε να αλλάξουμε μέσο, θα έπρεπε να εξασφαλίσουμε την έντονη αντίθεση του χρώματος των στοιχείων με αυτό του φόντου. Θα μπορούσε δηλαδή το κεντρικό “ISDN” να είναι κόκκινο ή μπλε, στον ίδιο τόνο με το βασικό φόντο. Όσον αφορά στο δευτερεύον κείμενο και τις πληροφορίες στο διαδίκτυο για να μην αλλάξουμε χρώμα θα μπορούσαμε να αυξήσουμε το μέγεθος των γραμμάτων και να τα κάνουμε βαρέα.