



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ INTERACTIVE
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ
ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητές: ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΦΑΡΣΑΡΑΚΗΣ (ΑΜ:1841)
ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΤΣΙΑΠΑ (ΑΜ:1812)

Επιβλέπων: ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΑΠΑΝΤΑΪΔΑΚΗΣ

©
2015



TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF CRETE

SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING

**INTERACTIVE ADVERTISING CREATION AND
THE STUDY OF THE EFFECT OF THE
PSYCHOLOGY OF THE CONSUMER**

DIPLOMA THESIS

Student : GEORGE FARSARAKIS (AM: 1841)
ELEFThERIA TSIAPA (AM: 1812)

Supervisor : IOANNIS KAPANTAIDAKIS

©
2015

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΦΑΡΣΑΡΑΚΗΣ

ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΤΣΙΑΠΑ

Σεπτέμβριος 2015

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η Interactive (διαδραστική) διαφήμιση είναι μια μορφή προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών που αξιοποιεί τα τεχνολογικά επιτεύγματα και τα αναβαθμισμένα προγράμματα επεξεργασίας ήχου, εικόνας και βίντεο ώστε να προσφέρει ένα είδος διαφήμισης με το οποίο οι δυνητικοί καταναλωτές θα μπορούν να αλληλεπιδράσουν. Η αλληλεπίδραση αυτή αφορά την αντιληπτική ικανότητα των καταναλωτών – χρηστών να μπορούν να διακρίνουν την χρησιμότητα του διαφημιζόμενου προϊόντος ή ακόμα και να νιώσουν πως δοκίμασαν το προϊόν και να μπορούν να αναζητήσουν περαιτέρω πληροφορίες. Διαφοροποιήθηκε ως επιστήμη από τη Διαφήμιση, όταν έγινε αντιληπτό πως η διαδραστικότητα επηρεάζει κάθε τομέα της ζωής, όπως και τη διαφήμιση. Εφαρμόζεται με ποικίλους τρόπους, πιο διαδεδομένοι εκ των οποίων είναι οι διαφημίσεις μέσω των υπηρεσιών Διαδραστικής Τηλεόρασης, τα διαφημιστικά SMS, το διαδίκτυο και η τοποθέτηση προϊόντων σε παιχνίδια. Ο σκοπός της συγκεκριμένης πτυχιακής είναι η ανάπτυξη μιας διαδραστικής διαφήμισης και η μελέτη της αποτελεσματικότητας της, δηλαδή η μελέτη του αν επηρεάζει την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών. Η υλοποίηση της διαδραστικής διαφήμισης θα γίνει μέσω τεχνολογιών HTML5, ενώ όσον αφορά τα δομικά και τεχνικά χαρακτηριστικά της διαφήμισης, θα είναι καλαίσθητα και πρωτότυπα, ώστε να ελκύουν τον καταναλωτή να μπει στην διαδικασία να την δει και να την αλληλεπιδράσει με αυτή. Τέλος, για τη μελέτη της αποτελεσματικότητας θα προχωρήσουμε στη διενέργεια ερωτηματολογίων.

Λέξεις Κλειδιά : Διαδραστική Διαφήμιση, HTML5 , Καταναλωτής

ABSTRACT

The Interactive advertising is a form of promoting products and services that uses the technological advances and upgraded audio, video and image editing programs, to provide a kind of advertising that potential consumers can interact with. This interaction is about the perceptual ability of consumers - users to distinguish the usefulness of the advertised product or even feel that have tested the product and can seek further information. The interactive advertising has been distinguished as a science from common advertising when it was realized that the interactivity affects every area of life, as well as advertising. It is applied through various ways, most common of which are ads through Interactive TV services, the advertising SMS, the Internet and product placement in games. The purpose of this assignment is the development of an interactive advertising and the study of the effectiveness of that study, especially whether it affects the purchasing behavior of consumers. The implementation of interactive advertising will be done via HTML5 technologies, while, as far as construction and technical characteristics of advertising are concerned, will be stylish and original to attract the consumer to see and process it. Finally, the study of the efficiency will be processed through questionnaires.

Key Words : HTML5, Interactive advertising, ,Consume

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ	5
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	6
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	10
2.1 Ορισμός διαφήμισης	10
2.1.1 Διαφημιστικά μέσα	10
2.1.2 Ιστορική εξέλιξη	11
2.1.3 Η διαφήμιση στην Ελλάδα.....	12
2.1.4 Είδη διαφημίσεων	13
2.1.5 Αποτελέσματα διαφήμισης	13
2.1.6 Διαφήμιση στο internet	14
2.1.7 Τρόποι διαφήμισης στο internet	15
2.1.8 Χαρακτηριστικά online διαφήμισης	18
2.1.9 Διαδίκτυο ως διαφημιστικό μέσο	18
2.1.10 Σύγκριση της on-line διαφήμισης και παραδοσιακής διαφήμισης:	19
2.2 Ιστορική εξέλιξη ηλεκτρονικής διαφήμισης.....	20
2.2.1 Χαρακτηριστικά ηλεκτρονικής διαφήμισης	21
2.2.2 Κοστολόγηση διαφήμισης στο διαδίκτυο	21
2.2.3 Τάσεις online διαφήμισης παγκοσμίως	21
2.2.4 Τάσεις online διαφήμισης στην Ελλάδα.....	23
2.2.5 Διαδραστικότητα.....	23
2.2.6 Διαδραστικές υπηρεσίες & εφαρμογές	24
2.2.7 Interactive Marketing.....	24
2.2.8 Interactive dnb	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	26
3.1 Ιστορικά και μεθοδολογίες	26
3.1.2 HTML	26
3.1.3 Ιστορικά η HTML.....	27
3.1.4 Τι είναι η HTML5;.....	31
3.1.5 XML.....	33
3.1.6 JavaScript.....	37
3.1.7 JQuery	38
3.1.8 CSS	39
3.1.9. Οι Γραμματοσειρές (Fonts)	49
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	55
4.1 Υλοποίηση πτυχιακής.....	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	68
5.1 Ερωτηματολόγιο	68
5.1.1 Διαγράμματα.....	69
5.1.2 Συμπεράσματα Ερωτηματολόγιου.....	75
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	77
6.1 Μελέτη της επίδρασης της στην ψυχολογία του καταναλωτή	77
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7	80
6.1 Συμπεράσματα	80

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	81
A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ	81
B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ	81
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	83
Ερωτηματολόγιο	83
HTML.....	84
css.....	122

ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1, Ζωγραφιές στο σπήλαιο,Αλταμίρα Ισπανίας.....	13
Εικόνα 2, Το πρώτο τυπογραφείο (15ο αι. Γουτεμβέργιο).....	14
Εικόνα 3, Η πρώτη διαφήμιση για το Energette εμφανίστηκε στις 19 Νοεμβρίου 1902, στο περιοδικό Motor Ποδηλασία.....	14
Εικόνα 4, Η «Εφημερίς» του Δημητρίου Κορομηλά ,.....	15
Εικόνα 5,Online διαφήμιση στην Ιστοσελίδα Yahoo.com.....	17
Εικόνα 6, Banners στην ιστοσελίδα grafistika-nea.pblogs.gr.....	19
Εικόνα 7, Διαφήμιση με Text Link Google Adwords.....	20
Εικόνα 8, HotWired, 1995.....	24
Εικόνα 9, Logo Digital Video Broadcasting.....	32
Εικόνα 10,Δείγμα κώδικα HTML.....	34
Εικόνα 12,Τιμ Μπέρνερς Λι.....	35
Εικόνα 11, Το ιστορικό λογότυπο HTML.....	35
Εικόνα 13, Το λογότυπο της HTML 5.....	39
Εικόνα 14, Αρχική σελίδα διαφήμισης.....	65
Εικόνα 16, Αποτέλεσμα jQuery.....	67
Εικόνα 15, html 1 Σφάλμα! Το αρχείο προέλευσης της αναφοράς δεν βρέθηκε.	67
Εικόνα 17, Map.html.....	67
Εικόνα 18, Contents 2,3,4.....	68
Εικόνα 19, PUZZLE1.....	69
Εικόνα 20, PUZZLE1.....	69
Εικόνα 21, PUZZLE2.....	70
Εικόνα 22, PUZZLE2.....	70
Εικόνα 23, PUZZLE3.....	71
Εικόνα 24, PUZZLE3.....	71
Εικόνα 25, PUZZLE4.....	72
Εικόνα 26, PUZZLE4.....	72
Εικόνα 27,Τελευταία σελίδα.....	76
Εικόνα 28, Αποτέλεσμα iframe 1.....	78

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

HTML : HyperText Markup Language

CSS: Cascading Style Sheets

DW : Dreamweaver - Adobe

MME : Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ή Επικοινωνίας

WWW: World Wide Web

HTTP : HyperText Transfer Protocol

GIF : Graphics Interchange Format

PNG : Portable Network Graphics

JPEG –JPG : Joint Photographic Experts Group

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα καθηγητή της παρούσας πτυχιακής εργασίας κ. Γιάννη Καπανταϊδάκη, για την καθοδήγηση του, κατά την διάρκεια της πραγματοποίησης της παρούσας εργασίας. Επιπλέον, ευχαριστούμε θερμά την κα. Κορίνα Σφακιωτάκη για την διαρκή βοήθεια της. Τέλος, να ευχαριστήσουμε τις οικογένειες μας για την οικονομική και ψυχολογική βοήθεια κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της πτυχιακής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Εισαγωγή

Στο σύγχρονο κόσμο η διαφήμιση αποτελεί μια μορφή επικοινωνίας για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, με ελκυστικό και ευφυές περιεχόμενο που στοχεύει να πείσει το στόχο της. Με τη πάροδο του χρόνου έχει εξελιχθεί και δε θα σταματήσει να εξελίσσεται. Βλέπουμε πως δεν περιέχει, όπως παλαιότερα, πολλά λόγια και πολλές λεπτομέρειες για τις λειτουργίες και τις ιδιότητες ενός προϊόντος. Εστιάζεται στη δημιουργία συγκεκριμένου συναισθήματος, καταναλωτικής στάσης και συμπεριφοράς μέσω της εικόνας, της μουσικής και κάποιων λέξεων ή φράσεων που τραβούν το ενδιαφέρον και εύκολα αποτυπώνονται στη μνήμη του καταναλωτή. Σκοπός της είναι να αυξήσει τις πωλήσεις ενός προϊόντος ή να το κάνει αποδεκτό από το μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων.

Πρέπει να τονιστεί ότι η διαφήμιση αποτελεί ένα πολυδιάστατο φαινόμενο που συνίσταται από δραστηριότητες προβολής συγκεκριμένων κάθε φορά μηνυμάτων προς ένα ευρύ και απρόσωπο σύνολο ατόμων.

Η πτυχιακή μας εργασία πραγματεύεται μια Interactive (διαδραστική) διαφήμιση που είναι μια μορφή προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών που αξιοποιεί τα τεχνολογικά επιτεύγματα και τα αναβαθμισμένα προγράμματα επεξεργασίας ήχου, εικόνας και βίντεο ώστε να προσφέρει ένα είδος διαφήμισης με το οποίο οι δυνητικοί καταναλωτές θα μπορούν να αλληλεπιδράσουν. Η αλληλεπίδραση αυτή αφορά την αντιληπτική ικανότητα των καταναλωτών – χρηστών να μπορούν να διακρίνουν την χρησιμότητα του διαφημιζόμενου προϊόντος ή ακόμα και να νιώσουν πως δοκίμασαν το προϊόν και να μπορούν να αναζητήσουν περαιτέρω πληροφορίες στα επόμενα κεφάλαια. Θα αναφερθούμε στο τι είναι διαφήμιση, στην ιστορική της εξέλιξη, τα είδη της, καθώς και την online. Θα αναφερθούμε στο που την συναντάμε και τους τρόπους αξιοποίησης της και τις τάσεις παγκοσμίως καθώς και στην Ελλάδα. Επίσης θα παρουσιάσουμε όλη τη διαδικασία, για τη δημιουργία της διαδραστικής διαφήμισης, για τη μελέτη της αποτελεσματικότητας και θα προχωρήσουμε σε έρευνα με ερωτηματολόγια και τα αποτελέσματα αυτής.

Στα δεύτερο κεφάλαιο θα δούμε την έννοια και τον ορισμό της διαφήμισης καθώς και την ιστορική εξελιξη της στην Ελλάδα και παγκοσμίως. Θα αναλύσουμε την διαφήμιση στο διαδίκτυο, τα χαρακτηριστικά , το κόστος,την ιστορία της, τις επικρατέστερες τάσεις που ακολουθούνται στην Ελλάδα και εξωτερικό. Και τέλος τη διαδραστικότητα, τις υπηρεσίες και τις εφαρμογές της.

Στο τρίτο κεφάλαιο θα αναλύσουμε την ιστορική πλευρά σε όλες τις μεθοδολογίες που χρησιμοποιήσαμε ώστε να φέρουμε εις πέρας την εργασία μας. (html, css, javascript, jquery, xml).

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύουμε τη τεχνική πλευρά της εργασίας δηλαδή πως δημιουργήσαμε την διαδραστική διαφήμιση.

Στο πέμπτο κεφάλαιο εμβαθύνουμε στην έρευνά μας με τη παρουσίαση των αποτελεσμάτων του ερωτηματολογίου.

Και τέλος, στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα από το ερωτηματολόγιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Ορισμός διαφήμισης

Ως διαφήμιση εννοούμε το τρόπο με τον οποίο επηρεάζουμε και γνωστοποιούμε στο καταναλωτή ένα προϊόν ή μια υπηρεσία . Με απλά λόγια δηλαδή «να τραβάς την προσοχή σε κάτι», », «να γνωστοποιείς κάτι σε κάποιον ή να τον πληροφορείς γι' αυτό». » Είναι ο ορισμός που δίνει η **Gillian Dyer** είναι «Διαφήμιση – η διάδοση μιας είδησης με τη φήμη, με τον προφορικό λόγο ή με δημοσίευμα, των αρετών ενός προσώπου ή πράγματος» (Gillian Dyer ,2007)

Η διαφήμιση χρησιμοποιεί χαρακτηριστικά που αφορούν το συναίσθημα, όπου ο καταναλωτής συνδέεται με το προϊόν, τη λογική και τεχνικά χαρακτηριστικά.

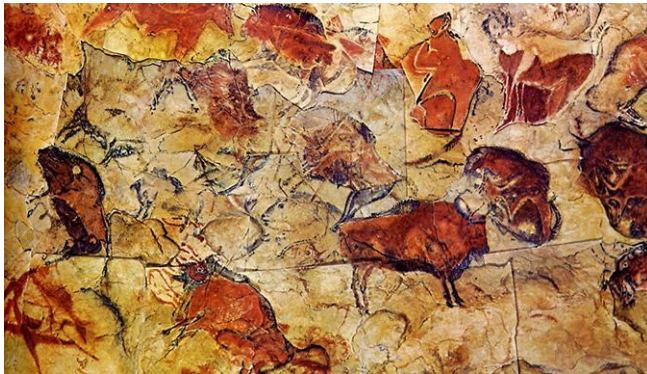
Η διαφήμιση ανήκει στο μείγμα προβολής και επικοινωνίας του Μάρκετινγκ. Πάρα πολλές εταιρίες δίνουν μεγάλα χρηματικά ποσά μόνο και μόνο για να διαφημιστούν οι ίδιες και τα προϊόντα τους. (Ζώτος, 2008)

2.1.1 Διαφημιστικά μέσα

- **Τηλεόραση:** Είναι από τα πιο διαδεδομένα μέσα διαφήμισης. Η διάρκεια της είναι 30 δευτερόλεπτα. Το κόστος είναι ανάλογα με την ώρα που θα παιχτεί.
- **Ραδιόφωνο:** Εδώ ο ακροατής δεν έχει εικόνα αλλά μόνο ακούει. Το κόστος είναι ανάλογα στη ζώνη που θα παιχτεί και η διάρκεια της είναι από 15 μέχρι 60 δευτερόλεπτα.
- **Κινηματογράφος:** η διαφήμιση παίζεται στην έναρξη της ταινίας και στην ώρα του διαλλείματος.
- **Πρόσωπα:** Ένα διάσημο πρόσωπο που διαφημίζει το προϊόν είτε σε εκπομπές είτε σε συνεντεύξεις κ.τ.λ.
- **Τύπος:** Εφημερίδες, περιοδικά.
- **Διαδίκτυο:** Η διαφήμιση γίνεται σε διάφορους ιστότοπους που επισκέπτεται ο καταναλωτής.
- **Κινητά τηλέφωνα:** Με μηνύματα που στέλνονται στο κινητό.
- **Αφίσες:** Σε διάφορα σημεία στους δρόμους και σε κτίρια που γίνονται αντιληπτά από τους πεζούς.
- **Φυλλάδια:** Ολιγόλεπτο έντυπο ενημερωτικό/διαφημιστικό

- **Οχήματα:** Μέσα Μαζικής Μεταφοράς π.χ. λεωφορεία, μετρό, ταξί . (Ζώτος, 2008)

2.1.2 Ιστορική εξέλιξη



Εικόνα 1, Ζωγραφιές στο σπήλαιο, Αλταμίρα Ισπανίας
 κλασική ελληνική περίοδο, στους Φοίνικες και στη Ρωμαϊκή περίοδο, με μέσο διάδοσης πληροφοριών στο κόσμο, τους ντελάληδες. Αργότερα η διαφήμιση γίνεται με τους ραψωδούς.

Το 1455 ανακαλύφθηκε η τυπογραφία από τον Γουτεμβέργιο και κατά συνέπεια ακολούθησε η δημιουργία εφημερίδων και εντύπων.

Οι Άγγλοι εκδότες βιβλίων χρησιμοποίησαν τη διαφήμιση, το 1655, όπως εννοείτε στη σημερινή εποχή.

Μετά τη βιομηχανική επανάσταση η διαφήμιση εξελίσσεται σταδιακά και αποκτά μεγαλύτερη σπουδαιότητα σε επιχειρήσεις. Η πρώτη επιχείρηση δημιουργήθηκε το 1812 στο Λονδίνο. Τον 20ο αιώνα εμφανίζονται οι φωτεινές διαφημίσεις (τηλεόραση, κινηματογράφος), μέχρι τότε οι διαφημίσεις ήταν σε φυλλάδια, εφημερίδες, περιοδικά. (Ζώτος, 2008)

Η διαφήμιση έκανε τα πρώτα της βήματα στη ζωγραφική σε σπηλιές, όπως στην Αλταμίρα της Ισπανίας. Όταν λοιπόν ξεκίνησε το εμπόριο συνεπώς και ο ανταγωνισμός, ξεκίνησε και η διαφήμιση, η προώθηση των προϊόντων.

Η εμπορική διαφήμιση ξεκίνησε στην



Εικόνα 2, Το πρώτο τυπογραφείο (15ο αι. Γουτεμβέργιο)



Εικόνα 3, Η πρώτη διαφήμιση για το Energette εμφανίστηκε στις 19 Νοεμβρίου 1902, στο περιοδικό Motor Ποδηλασία

2.1.3 Η διαφήμιση στην Ελλάδα



Εικόνα 4, Η «Εφημερίς» του Δημητρίου Κορομηλά, 1η Οκτωβρίου 1873

Η διαφήμιση στην Ελλάδα έρχεται το 1840 στον αθηναϊκό τύπο. Το 1870 ο Δημήτριος Κορομηλάς και ο Μιχαήλ Π. Λάμπρος εκδίδουν την πρώτη εφημερίδα "Εφημερίς". Οι διαφημίσεις ήταν ποικίλες στην εφημερίδα αυτή. Διαφημίσεις για αναλγητικά για τον πονόδοντο, άμαξες προς ενοικίαση, για φροντιστήρια για το γυμνάσιο, ραπτομηχανές, για ξενοδοχεία και εστιατόρια, καταστήματα ένδυσης και κλινικές, λουτρά που προσφέρουν κρασί και καφέ. (Ζώτος, 2008)

Η Διαφήμιση στην Ελλάδα από το 1950 έως το σήμερα :



2.1.4 Είδη διαφημίσεων

Ανταγωνιστική Διαφήμιση: Προβάλλονται τα μειονεκτήματα του αντίπαλου προϊόντος.

Διαφήμιση Υπενθύμισης: Μηνύματα που θυμίζουν την ύπαρξη του προϊόντος στο καταναλωτή.

Συνεργατική Διαφήμιση: Όταν δύο εταιρίες συνεργάζονται.

Παραπλανητική: Παραπλανεί το καταναλωτή για να επηρεάσει τη κρίση του και να αγοράσει το προϊόν.

Πολιτικές: Αφορά πολιτικά κόμματα και πρόσωπα στην προεκλογική περίοδο.

Εμπορικές: Αφορά χονδρέμπορους, αντιπροσώπους. Εδώ ο σκοπός είναι να ενημερώνονται οι έμποροι για το πια αγαθά είναι για μεταπώληση.

Κοινωνικές: Αφορούν κοινωνικά ζητήματα και θέματα υγείας.

Η κάθε διαφήμιση έχει ένα συγκεκριμένο διαφημιστικό μήνυμα. Τα μηνύματα αυτά στοχεύουν:

- Να γνωστοποιήσουν το προϊόν η την υπηρεσία στο καταναλωτή.
- Να υπενθυμίσουν την ύπαρξη του προϊόντος η της υπηρεσίας.
- Να επηρεάσουν θετικά τον καταναλωτή στην κατεύθυνση της χρήσης ενός προϊόντος ή υπηρεσίας..
- Να διαφημίσουν την εταιρία που παράγει το προϊόν αυτό. (G.Belch & M.Belch 2009)

2.1.5 Αποτελέσματα διαφήμισης

ΘΕΤΙΚΑ:

- Αναπτύσσεται το εμπόριο
- Ο καταναλωτής ενημερώνεται για όλα τα χαρακτηριστικά του προϊόντος λεπτομερώς.
- Αυξάνονται οι πωλήσεις
- Δημιουργούνται νέα επαγγέλματα
- Αυξάνεται η οικονομία της χώρας
- Δημιουργείται ανταγωνισμός σε βιομηχανίες και παραγωγούς βελτιώνοντας την ποιότητα
- Καταπολεμά την ανεργία

ΑΡΝΗΤΙΚΑ:

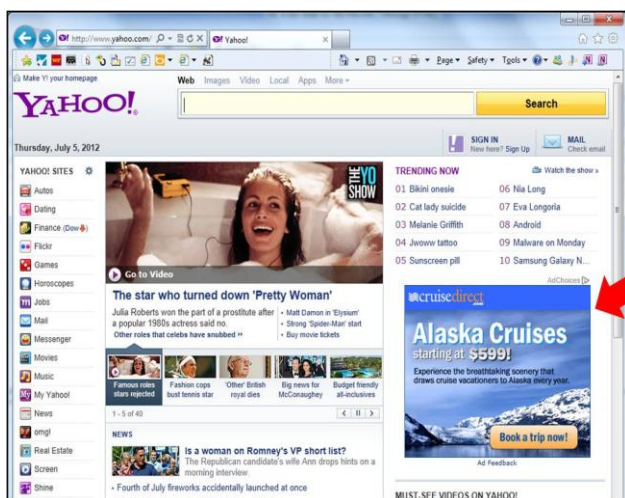
- Αποσπά τη προσοχή από καθημερινές και χρήσιμες αξίες για τον άνθρωπο.

- Χειραγωγεί τον καταναλωτή για να αγοράσει το προϊόν. (G.Belch & M.Belch 2009)

2.1.6 Διαφήμιση στο internet

Είναι η διαφήμιση που χρησιμοποιεί για μέσο επικοινωνίας και προβολής το διαδίκτυο με εργαλείο το Παγκόσμιο Ιστό Πληροφοριών (World Wide Web). Το 1990 εμφανίζεται η διαδικτυακή διαφήμιση.

Οι πρώτες αντιδράσεις ήταν αρνητικές όμως αργότερα παύει να ισχύει με τη δημιουργία του πρώτου διαδικτυακού περιοδικού στην Αμερική. Περιελάμβανε στις ιστοσελίδες του



διαφημιστικά μηνύματα προϊόντων και επιχειρήσεων.

Σήμερα, για πιο πολλές μορφές διαφήμισης, χρησιμοποιούμε το Παγκόσμιο Ιστό Πληροφοριών διότι η επικοινωνία είναι άμεση, η εταιρία προς το καταναλωτή και ο καταναλωτής προς την εταιρία.

Το internet έχει φέρει πολλές αλλαγές,

Εικόνα 5, Online διαφήμιση στην Ιστοσελίδα Yahoo.com

οι διαφημίσεις πλέον είναι πιο <ζωντανές> με ελκυστικό και καλόγουστο περιεχόμενο προσφέροντας στο καταναλωτή ενεργό ρόλο. (Φρίγκας,2005)

Οι εταιρίες μπορούν να αξιοποιήσουν επιχειρησιακά το διαδίκτυο για να αυξήσουν την αποδοτικότητά τους βελτιώνοντας έτσι :

- Την εσωτερική τους λειτουργία, δηλαδή την ροή της πληροφόρησης στο εσωτερικό των υπηρεσιών τους, τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, τον καλύτερο συντονισμό των λειτουργιών τους και άλλα.
- Τις σχέσεις με τους συνεργάτες τους, δηλαδή την κάθε οικονομική μονάδα με την οποία η εταιρεία έχει κάποιου είδους συναλλαγή.
- Τις σχέσεις με τον τελικό καταναλωτή, δηλαδή τους δυνητικούς και τους υφιστάμενους πελάτες τους.
- Τις σχέσεις με το κοινό, δηλαδή με τον κάθε εξωτερικό παράγοντα με τον οποίο υπάρχει πιθανότητα συνεργασίας (Φρίγκας,2005)

2.1.7 Τρόποι διαφήμισης στο internet

Banner :

Είναι μια μορφή διαφήμισης που χρησιμοποιείτε στο διαδίκτυο. Τη συναντάμε κυρίως σε ειδησιογραφικά site και στόχο έχουν να κατευθύνουν τον αναγνώστη να κάνει κλικ πάνω σε αυτό.

Η κατάλληλη διάσταση banner σχεδιάζεται πάντα ανάλογα με τις ανάγκες της κάθε επιχείρησης, και από το υλικό που θέλει να αξιοποιήσει η κάθε εταιρία.



Εικόνα 6, Banners στην ιστοσελίδα grafistika-nea.pblogs.gr

Τα banners σε σχέση με τη διάστασή τους χωρίζονται στις εξής κατηγορίες:

- Horizontal (οριζόντια). Οι πιο συνηθισμένες διαστάσεις είναι 468X60 και 728X90 pixels.
- Rectangular (ορθογώνια). Οι πιο συνηθισμένες διαστάσεις είναι 300X250 και 336X280 pixels.
- Square (τετράγωνα). Οι πιο συνηθισμένες διαστάσεις είναι 200X200 και 250X250 pixels.
- Vertical Banners (κάθετα). Οι πιο συνηθισμένες διαστάσεις είναι 120X250, 120X300, 150X250 & 150X300 pixels.
- Skyscrapers (ουρανοξύστες). Οι πιο συνηθισμένες διαστάσεις είναι 120X600 και 150X250 pixels. .(Zώτος,2008)

Text link:

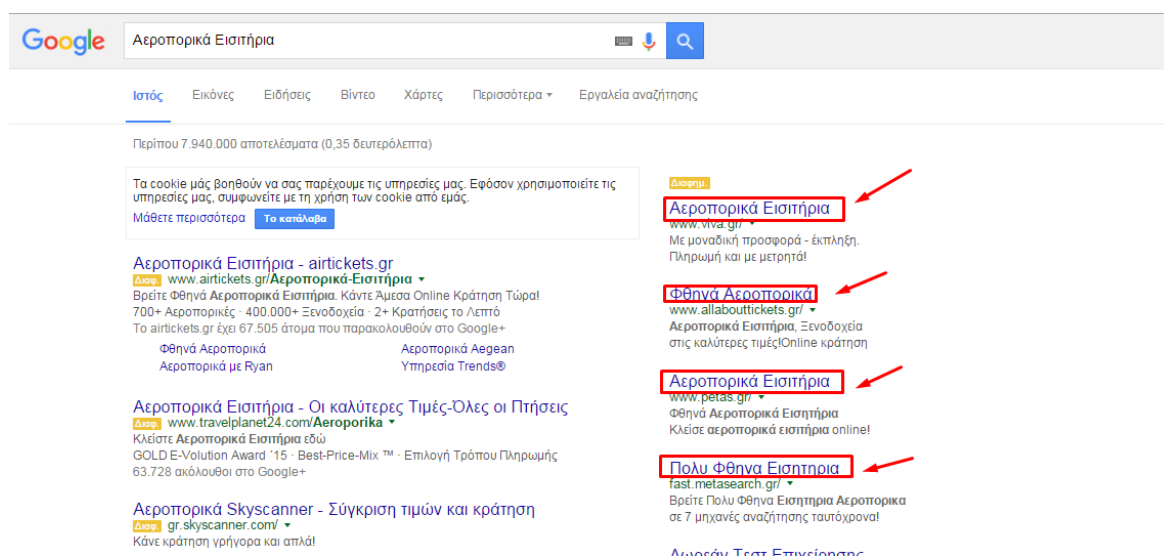
Λειτουργεί όπως τα banner. Απλά εδώ υπάρχει ένα κείμενο-περιγραφή και link για μια σελίδα προσγίωσης που προβάλλεται κάποιο προϊόν η υπηρεσία.

Αυτός ο τρόπος χρησιμοποιείται κυρίως για διαφημίσεις σε καταλόγους, θεματικά website και στα προγράμματα διαφήμισης των μηχανών αναζήτησης.

Google AdWords :

Είναι μια καινοτόμα υπηρεσία της google που προσφέρει σε όσους θέλουν να προωθήσουν τις ιστοσελίδες τους, μέσω της Μηχανής Αναζήτησης google. Η εφαρμογή λειτουργεί με λέξεις-κλειδιά , ώστε κάθε φορά να εμφανίζει τις πιο σχετικές για το χρήστη διαφημίσεις.

Όταν κάνουμε μια αναζήτηση, τα πρώτα αποτελέσματα (σε ελαφρά γκριζαρισμένη περιοχή εικόνα 7) και η δεξιά στήλη της σελίδας θα καταληφθούν από διαφημιζόμενους οι οποίοι έχουν επιλέξει το Google AdWords. (Google support 2015)



Εικόνα 7, Διαφήμιση με Text link Google Adwords

Facebook Ads:



Πλέον και στο facebook χρησιμοποιούνται διαφημίσεις σε μεγάλο βαθμό.

Facebook Ads συναντάται στη ροή νέων (από φίλους και σελίδες που έχετε κάνει Like) και στη δεξιά στήλη των σελίδων. Ο

διαφημιστής μπορεί επίσης να στοχεύσει βάσει φύλου, ηλικίας, πόλης, εκπαιδευτικού επιπέδου, οικογενειακής κατάστασης, κ.λπ. (Ζώτος, 2008).

Blog :



Αρκετές εταιρίες επιλέγουν δημοφιλείς blogger, podcaster που έχουν διαμορφώσει μεγάλο και πιστό κοινό για χορηγίες ή review των προϊόντων τους. (Ζώτος, 2008).

Viral :



Το περιεχόμενο αυτό θα πρέπει να είναι αρεστό και χρήσιμο, παρακινώντας τους χρήστες να το μοιράζονται, να γίνει δηλαδή viral, σε blog και στα social media. Με το viral περιεχόμενο

δημιουργούνται πολλά οφέλη για το προϊόν ή την υπηρεσία, που στόχο έχει να αυξήσει την ηλεκτρονική διάδοση από άτομο σε άτομο. (Ζώτος, 2008).

YouTube :

Το YouTube είναι ένα πρωτοπόρο μέσο κοινωνικής δικτύωσης το οποίο χρησιμοποιείται για τον διαμοιρασμό και αναπαραγωγή βίντεο τα οποία μπορούν να ανεβάζουν οι χρήστες του με σκοπό να προβάλουν προσωπικά και ψυχαγωγικά δεδομένα (βίντεο κλιπ, ταινίες). Ο καθένας μπορεί να παράγει το δικό του περιεχόμενο.



Το YouTube συγκεντρώνει το ενδιαφέρον εκατομμυρίων χρηστών, τους οποίους προσεγγίζουν μικρές ή μεγάλες εταιρίες, ελεύθεροι επαγγελματίες ή μεγάλοι οργανισμοί με ενδιαφέρον και χρηστικό περιεχόμενο που παράλληλα διευρύνει ή εντυπώνει την αναγνωρισιμότητα ενός brand (εταιρίας ή προϊόντος).

Το video marketing δίνει την ευκαιρία να αναπτυχθεί μια πιο οικεία σχέση μεταξύ πελάτη και εταιρίας όσο μακριά και να βρίσκονται.

Το video υποκαθιστά την προσωπική επαφή, στην οποία μειονεκτεί η ηλεκτρονική επικοινωνία. (Ζώτος, 2008).

Email :



Τα emails είναι ένας τρόπος διαφήμισης στο διαδίκτυο, ευρέως αποδεκτός από εταιρίες, πολυεθνικές, ειδησιογραφικές και γενικά ψυχαγωγικές ιστοσελίδες όπου μπορούν να στέλνουν ηλεκτρονική αλληλογραφία, ενημερωτικά φυλλάδια, καταλόγους προϊόντων καθώς και περιστασιακές προσφορές. (Ζώτος, 2008).

2.1.8 Χαρακτηριστικά online διαφήμισης

Μαζική και διαπροσωπική επικοινωνία

Ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να ελέγξει τις πληροφορίες που θα πάρει αλλά και το χρόνο που θα καταναλώσει. (advertising on demand).

Ενεργό κοινό

Το κοινό ενεργεί ουσιαστικά από την αρχή στο διαφημιστικό μήνυμα.

Μετάδοση μεγάλης ποσότητας πληροφοριών

Υπάρχει μεγάλη δυνατότητα μετάδοσης πληροφοριών και έτσι ο καταναλωτής μπορεί να περιηγηθεί πιο εύκολα.

Χαμηλό κόστος

Το κόστος είναι χαμηλό όταν μεταδίδει πληροφορίες και όταν προσεγγίζει το κοινό.

Δυνατότητα αναπροσαρμογής διαφημιστικού μηνύματος

Το διαδίκτυο είναι μια μορφή επικοινωνίας που απλοποιεί τις αποφάσεις των υπεύθυνων (Ζώτος,2008)

2.1.9 Διαδίκτυο ως διαφημιστικό μέσο

Πλεονεκτήματα

- Εύκολα ο χρήστης μπορεί να λάβει πληροφορίες.
- Υψηλή επιλεκτικότητα.
- Η επιχείρηση μπορεί να προσεγγίσει το κοινό που επιθυμεί και ο χρήστης μπορεί να επιλέξει το χρόνο και τον τρόπο με τον οποίο θα λάβει τη πληροφορία που θέλει.

- Δυνατότητα ανάδρασης. Ο καταναλωτής συμμετέχει ενεργά και μπορεί να επιλέξει αν θα εκτεθεί στη διαφήμιση και να πει την γνώμη του για το προϊόν.
- Υψηλής χωρητικότητας πληροφορία.
- Προσφέρεται η δυνατότητα πετυχημένου targeting.
- Έλεγχος αποτελεσματικότητας
- Απεριόριστος χρόνος διαφημιστικής προβολής

Μειονεκτήματα

- Το διαδίκτυο βρίσκεται στα πρώτα στάδια ανάπτυξής του
- Ανάγκη για πρωτοτυπία
- Ο χρήστης όταν μπαίνει σε μια ιστοσελίδα για πρώτη φορά, αν δε είναι φτιαγμένη έτσι ώστε να του <τραβήξει> τη προσοχή, δε θα αφιερώσει πολύ χρόνο για να μείνει.
- Καταιγισμός διαφημίσεων. Οι διαφημίσεις είναι πάρα πολλές και όλο αυξάνονται. Για το λόγο αυτό ο χρήστης δε μπορεί να εστιάσει σε μια μόνο διαφήμιση.

(Ζώτος,2008)

2.1.10 Σύγκριση της on-line διαφήμισης και παραδοσιακής διαφήμισης:

Κριτήρια Σύγκρισης

- **Προσέγγιση:** αναφέρεται στο μέγεθος του κοινού που μπορεί να προσεγγίσει συνολικά το μέσο.
- **Επιλεκτικότητα:** αναφέρεται στην δυνατότητα να προσεγγίζει αποτελεσματικά, τμήματα του κοινού με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.
- **Ανάδραση:** αναφέρεται στην δυνατότητα του κοινού για ανάδραση, μετάδοση πληροφοριών διαμέσου του ίδιου μέσου στην επιχείρηση που διαφημίζεται.
- **Μέτρηση Αποτελεσματικότητας:** αναφέρεται στη δυνατότητα εύκολης και σε συντομότερο χρονικό διάστημα μέτρησης της αποτελεσματικότητας του μέσου (ως προς τη μετάδοση του διαφημιστικού μηνύματος).
- **Κόστος:** αναφέρεται στο κόστος μετάδοσης του διαφημιστικού μηνύματος μέσω του συγκεκριμένου διαφημιστικού μέσου.



Το διαδίκτυο προσεγγίζει μεγάλο κοινό σε σχέση με τη παραδοσιακή διαφήμιση. Μόνο

ένα μικρό ποσοστό δε προσεγγίζει και αυτό γιατί κάποια άτομα δεν έχουν τις απαραίτητες γνώσεις για να χρησιμοποιήσουν έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Η επιχείρηση μπορεί να λάβει πληροφορίες από το άτομο που θα δει τη διαφήμιση πολύ πιο εύκολα από την on-line διαφήμιση μέσω πολλών προγραμμάτων (google analytics) ενώ στη παραδοσιακή διαφήμιση δεν υπάρχει η δυνατότητα αυτή.

Στο διαδίκτυο το κόστος δημιουργίας μιας διαφήμισης είναι μικρότερο. Αντιθέτως στη παραδοσιακή είναι μεγαλύτερο. (Ζώτος,2008)

2.2 Ιστορική εξέλιξη ηλεκτρονικής διαφήμισης

Η ηλεκτρονική διαφήμιση εμφανίστηκε το 19 ο αιώνα. Πολλοί τη θεώρησαν ως μέσο επικοινωνίας.

Η ηλεκτρονική διαφήμιση ήταν ένας χώρος με άπειρες πληροφορίες που δε σταματούσαν ποτέ. Ο χρήστης είχε πρόσβαση στα χαρακτηριστικά και το περιεχόμενο του κάθε διαφημιζόμενου προϊόντος.

Το 1995 δημιουργήθηκε το περιοδικό Hot Wired, το Vibe και το Pathfinder. Τα περιοδικά αυτά ήθελαν να προσεγγίσουν τους νέους περισσότερο. Οι χρήστες χρησιμοποιούσαν μια συγκεκριμένη διεύθυνση ή λέξεις κλειδιά για τις πληροφορίες που επιθυμούσαν.

Το Νοέμβριο του 1994 κυκλοφόρησε ο



Εικόνα 8, HotWired, 1995

πρώτος browser, ο Netscape Navigator ο οποίος είχε την μεγαλύτερη διείσδυση σε σχέση με τα άλλα μέσα επικοινωνίας.

Το διαδίκτυο επέφερε πάρα πολλά χρήματα στις επιχειρήσεις. Αποτελεί λοιπόν πόλο έλξης για τον άνθρωπο. (Βλαχοπούλου,2003)

2.2.1 Χαρακτηριστικά ηλεκτρονικής διαφήμισης

- **Χαμηλό κόστος:** Το κόστος για τη δημιουργία μιας ιστοσελίδας είναι μικρό.
- **Παγκόσμια πρόσβαση:** Μεγάλος αριθμός ατόμων από όλο τον κόσμο χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και ολοένα αυξάνεται. (Ζώτος,2008)

2.2.2 Κοστολόγηση διαφήμισης στο διαδίκτυο

- **Χρονοχρέωση:** Η χρέωση γίνεται ανάλογα με τις μέρες που παίζει μια διαφήμιση, ειδικά τα σαββατοκύριακα και ανάλογα πια ώρα την ημέρα.
- **Χρέωση βάση εμφανίσεων:** Ανάλογα με το πόσες φορές εμφανίζεται η διαφήμιση και για να ενεργοποιηθεί πρέπει ο χρήστης να πατήσει συγκεκριμένα keywords.
- **Χρέωση βάσει χτυπημάτων (click through):** Η χρέωση γίνεται όταν κάνει κάποιος κλικ στη διαφήμιση.
- **Χρέωση βάσει τηλεφωνημάτων (pay per call):** Χρησιμοποιείται από μικρές επιχειρήσεις. (Ζώτος,2008)

2.2.3 Τάσεις online διαφήμισης παγκοσμίως

Σε όλο τον κόσμο, χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο η online διαφήμιση. Ενδεικτικά, στη Μεγάλη Βρετανία η δαπάνη ξεπέρασε για πρώτη φορά τη δαπάνη της τηλεοπτικής. Η έρευνα που διεξήγαγε το IAB (Interactive Advertising Bureau),UK, σε συνεργασία με την PwC, στη Μεγάλη Βρετανία, σχετικά με την εξαμηνιαία μελέτη online διαφημιστικής δαπάνης, φανέρωσε πως η χρήση του Internet ξεπέρασε την τηλεόραση.

Παρά την κρίση του 1ου μισού του 2009 η online διαφήμιση δεν επηρεάστηκε. Αντίθετα, αν και ο διαφημιστικός κλάδος σημείωσε συρρίκνωση κατά 16,6%, η online διαφήμιση σημείωσε άνοδο της τάξης του 4,6%, και έφτασε τις 1,8 δισ. λίρες. Το μεγαλύτερο μερίδιο του internet στην αγορά το διεκδικεί η Μ. Βρετανία, καθώς παραμένει η πρώτη χώρα στην κόσμο στον τομέα αυτό με ποσοστό 23,5%. (Interactive Advertising Bureau,2009)

Ακολουθεί η τηλεόραση με 21,9% και ο τύπος με 18,5%. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να πραγματοποιείται αναδιανομή των marketing budgets, αφού οι διαφημιζόμενοι εμπιστεύονται και ακολουθούν το κοινό τους online. Αντίστοιχη πορεία ακολούθησε το paid search, με άνοδο 6,8% σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο, και ποσοστό 59,8% στη συνολική online δαπάνη.

Παρόμοια, παρά την κρίση στους τομείς των μεσιτικών, των αυτοκινήτων και της εύρεσης εργασίας, τα classifieds αυξήθηκαν κατά 10,6% σε σχέση με πέρσι, με μερίδιο 22% της συνολικής δαπάνης. Το display μειώθηκε κατά 5,2%, με συνολικό μερίδιο 18,1%. Τα υπόλοιπα μέσα συρρικνώθηκαν πάνω από 10%. Ο κλάδος των Τεχνολογιών επένδυσε περισσότερο, με μερίδιο 19,1%, ενώ ακολούθησαν οι Τηλεπικοινωνίες με μερίδιο 13,3% και τα Χρηματοοικονομικά με μερίδιο 13,2%. Τέλος, ακολούθησαν οι κλάδοι της Ψυχαγωγίας και των Media (11,8%). Παρόμοια πορεία των τάσεων παρατηρήθηκε και στην Ευρώπη.

Το IAB Europe στα πλαίσια του 3ου πανευρωπαϊκού συνεδρίου Interact παρουσίασε τα αποτελέσματα της έρευνας για τη διαφημιστική δαπάνη του 2008 που πραγματοποιήθηκε σε 19 χώρες του δικτύου IAB Europe.

Η ευρωπαϊκή online διαφημιστική αγορά παρουσίασε αύξηση 20%, φτάνοντας τα €12,9 δισ. Αντίστοιχη αύξηση παρατηρήθηκε στην αγορά των Η.Π.Α. της τάξης του 10,6%, αγγίζοντας τα €16,6 δισ. Όμως, παρά την αύξηση, το 2008, δεν ήταν καλή χρονιά για κανένα διαφημιστικό μέσο. Παρόλ αυτά σύμφωνα με το IAB το μέσο παρουσίασε άνοδο σε όλες τις αγορές. Η Ελλάδα έχει καταλάβει την 6η θέση στην κατάταξη καθώς στις λιγότερο έτοιμες αγορές παρατηρείται μεγαλύτερη ανάπτυξη, (Interactive Advertising Bureau,2009)

Η αναζήτηση εξακολουθεί να είναι το πρωταρχικό format στην Ευρώπη, αντιστοιχώντας στο 43% της συνολικής δαπάνης, με μια αξία €5,6 δισ και ρυθμό ανάπτυξης 26%. Δεύτερη έρχεται η κατηγορία των classifieds (+17,4%) αντιστοιχώντας στο 26% της πίτας με αξία € 3,8 δισ.

Ο Alain Heuroux, πρόεδρος του IAB Europe, τονίζει πως οι υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης των συγκεκριμένων formats εξηγούνται σε κάποιο βαθμό από το γεγονός πως σε περίοδο κρίσης,

οι διαφημιζόμενοι εστιάζουν κυρίως στο να αποδείξουν το ROI, και τα 2 αυτά formats είναι τα πλέον μετρήσιμα.

2.2.4 Τάσεις online διαφήμισης στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα, με βάση πάντα τις δαπάνες παρατηρούνται ανάλογες τάσεις σε σχέση με την εξέλιξη της χρήσης της online διαφήμισης. Πιο συγκεκριμένα στην Ελλάδα, το ποσό που δαπανήθηκε για την online διαφημιστική προβολή για το 2008, άγγιξε τα 40 εκατομμύρια ευρώ παρουσιάζοντας αύξηση 30% από την προηγούμενη χρονιά. Αυτό το στοιχείο προήρθε από το IAB Hellas κατόπιν μελέτης σε εταιρείες-μέλη του, οι οποίες περιλαμβάνουν το σύνολο των μεγαλύτερων εγχώριων sites και media shops που διαχειρίζονται online διαφημιστικές καμπάνιες.

Ο κλάδος των Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών επένδυσε περισσότερο, παίρνοντας μερίδιο 19% της συνολικής δαπάνης. Ακολούθησε ο κλάδος των Τηλεπικοινωνιών με ποσοστό 17%, των Καταναλωτικών Προϊόντων με ποσοστό 14%, του Τουρισμού και των Μεταφορών με ποσοστό 13% και των Αυτοκινήτων με ποσοστό 8%. Επειδή δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για άλλες μορφές interactive επικοινωνίας, η έρευνα εστίασε αποκλειστικά στο κομμάτι του display advertising (banner campaigns),

Η Ελένη Κίτρα, πρόεδρος του IAB Hellas αναφέρει πως «Είναι πολύ σημαντικό το γεγονός ότι σε μια δύσκολη περίοδο οι διαφημιζόμενοι εμπιστεύονται την online διαφήμιση και επενδύουν στο ελληνικό internet με μεγαλύτερα κονδύλια και για περισσότερα προϊόντα. Είναι χαρακτηριστικό ότι η αύξηση της διαφημιστικής δαπάνης προήλθε κυρίως από την εισαγωγή νέων διαφημιζομένων σε όλες τις κατηγορίες προϊόντων, ακόμα και σε κατηγορίες που μέχρι σήμερα δεν θεωρούνταν «συμβατές» με την Online διαφήμιση». (Interactive Advertising Bureau, 2008)

2.2.5 Διαδραστικότητα

Διαδραστικότητα είναι το μέσο που ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει τη μορφή και το περιεχόμενο της οπτικοακουστικής παρουσίασης. Υπάρχει επικοινωνία μεταξύ λήπτη και πηγής. Ο χρήστης αλληλεπιδρά με το μήνυμα.

Μονόδρομη διαδραστικότητα (ή ψευδό-διαδραστικότητα)

Οι πληροφορίες μεταδίδονται κυκλικά από τη πηγή και ο χρήστης συντονίζεται στη συχνότητα μετάδοσης. Τα συστήματα διαδραστικής τηλεόρασης ονομάζονται «συστήματα εμπλουτισμένης τηλεόρασης» (enhanced TV systems).

Τοπική διαδραστικότητα

Εδώ ο χρήστης μπορεί να ελέγξει το περιεχόμενο ανάλογα με τις προτιμήσεις του, να εκτελέσει συγκεκριμένες λειτουργίες όπως είναι (back, play, forward) . Τα συστήματα διαδραστικής τηλεόρασης ονομάζονται συστήματα εξατομικευμένης τηλεόρασης (personalized TV systems).

Πλήρης διαδραστικότητα

Σε αυτή τη περίπτωση έχουμε μια επικοινωνία που γίνεται μέσω ενός καναλιού επιστροφής με μια Dial-up σύνδεση και επικοινωνία βασισμένη σε DSL(Digital Subscriber Line) υποδομή.

Μια μορφή καναλιού επιστροφής είναι το κινητό τηλέφωνο μέσω μηνυμάτων (SMS TV).

2.2.6 Διαδραστικές υπηρεσίες & εφαρμογές

Υπηρεσίες που αφορούν τη διασκέδαση και την ενημέρωση

- Υπηρεσίες παραγωγικότητας (π.χ. υπηρεσίες e-government , home banking)
- Ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω τηλεόρασης και επικοινωνίας (π.χ. chat).
- Υφιστάμενες ή αναδυόμενες υπηρεσίες/εφαρμογές, όπως videoon-demand , electronic program guides, interactive advertising, t-learning , t-commerce , home banking, t-government , games, betting, social TV ή νέες μορφές διαδραστικής τηλεόρασης μέσω ευρυζωνικών δικτύων (mobile TV, Internet TV/ IPTV)

Με τη διαδραστική διαφήμιση προκύπτουν νέα δεδομένα που μπορούν να επεξεργαστούν, εμπλουτίζοντας τα διαφημιστικά μηνύματα και δημιουργώντας καινούργιες μορφές διαφήμισης. (Rodgers & Thorson.,2001)

2.2.7 Interactive Marketing

Ο στόχος της επικοινωνίας στο διαδίκτυο είναι να <τραβήξει> τη προσοχή του χρήστη-καταναλωτή ώστε να τον ωθήσει στην αγορά του προϊόντος.

Τα νέα μέσα ενσωματώνουν τη διαδραστικότητα που ανοίγει νέους ορίζοντες στη διαφήμιση. Οι γνώστες του Μάρκετινγκ και της διαφήμισης πρέπει να τα αφομοιώσουν γρήγορα τα νέα μέσα για να αναπτύξουν μια στενή και άμεση επαφή με το καταναλωτή, μια οικειότητα για να συνεχιστεί η επαφή αυτή μακροχρόνια. (Will,2002)

Για αυτό η επαφή αυτή είναι το πρώτο μέρος της στρατηγικής ΤΠ (τεχνολογία πληροφοριών) με λειτουργικά συστήματα σε κοινό χώρο που ο καταναλωτής να ικανοποιήσει τις ανάγκες του. Το δεύτερο μέρος είναι η βάση δεδομένων ανάλυσης. Στόχος είναι η κατανόηση του καταναλωτή. Οι στρατηγικές θα πρέπει να είναι προσεκτικές έτσι ώστε ο καταναλωτής να μην σχηματίσει αρνητική άποψη. Γι αυτό ο καταναλωτής πρέπει να ζητά ανατροφοδότηση για να τους δίνει την ευκαιρία να επικοινωνούν μαζί τους. (Interactive marketing «iab.gr»)

2.2.8 Interactive dvb



Εικόνα 9, Logo Digital Video Broadcasting

Το DVB είναι μια μορφή ψηφιακής ραδιοεπικοινωνίας. Νέες εφαρμογές πολυμέσων και τεχνολογιών παρουσιάζουν απαιτήσεις που αφορούν τη διαδραστικότητα, την επικοινωνία, τη συμμετρία.

Με την ενσωμάτωση αυτών των τεχνολογιών παρέχεται η δημιουργία ενός δικτύου υποδομής γρήγορο με πολλές υπηρεσίες και πολυμέσα.

Για το λόγο αυτό το MAMBO (Multi- Υπηρεσίες Διαχείρισης Wireless Δικτύου με τη βελτιστοποίηση εύρους ζώνης IST-2000 με 26.298) σκοπεύει να συγχωνεύσει το DVB-T(Digital Video Broadcasting-

Terrestrial , LMDS(Local Multipoint Distribution System) και GSM(Παγκόσμιο Σύστημα Κινητών Επικοινωνιών) αναπτύσσοντας μια ανοιχτή πλατφόρμα που θα διαχειρίζεται τη διανομή της ποιότητας διαδραστικών πολυμέσων DVB / Υπηρεσιών IP μέσω ενός δικτύου πρόσβασης.

Για να γίνει αυτό με επιτυχία θα πρέπει να πραγματοποιηθεί ανατροφοδότηση μηχανισμού βελτιστοποίησης εύρους ζώνης που θα προσαρμόζεται σε χρόνο πραγματικό, σε ρυθμό bit των υπηρεσιών πολυμέσων, χωρίς σημαντική υποβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών. (Xilouris,Gardikis, Pallis,Kourtis,2006)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 Ιστορικά και μεθοδολογίες

3.1.2 HTML

Η HTML (HyperText Markup Language) είναι η κύρια γλώσσα προγραμματισμού για τις ιστοσελίδες.

Η HTML αποτελείται από ετικέτες (tags), οι οποίες περικλείονται μέσα σε σύμβολα «μεγαλύτερο από» και «μικρότερο από» (για παράδειγμα <html>), μέσα στο περιεχόμενο της ιστοσελίδας. Οι ετικέτες HTML συνήθως λειτουργούν ανά ζεύγη (για παράδειγμα <p> και </p>). Ανάμεσα στις ετικέτες, τοποθετούνται κείμενα, πίνακες, εικόνες κλπ.

```
25 </head>
26 <body text="#000000
    bgcolor="#FFFFFF">
27 <table width="1000"
28     <tr>
29         <td width="200"
30         </td>
31         <td valign="top"
32             <div align="c
33             </div>
34             <p class="Box
35             <h1 class="He
36             <p class="Cap
Entertainment</a>
37             | <a href=
```

Εικόνα 10, Δείγμα κώδικα HTML

Ο browser διαβάζει τα έγγραφα HTML και τα συνθέτει σε σελίδες που μπορεί κανείς να διαβάσει ή να ακούσει. Ο browser (chrome, internet explorer, Mozilla, safari, opera) διαβάζει ετικέτες HTML ώστε να εμφανίσει το περιεχόμενο της σελίδας.

Μια από τις δυνατότητες που παρέχει η HTML είναι πως μπορεί να δημιουργήσει δομημένα έγγραφα που καθορίζουν δομικά στοιχεία για το κείμενο, όπως κεφαλίδες, παραγράφους, και άλλα. Μπορούν επίσης να ενσωματώσουμε εντολές σε διάφορες γλώσσες με ποικίλες δυνατότητες που μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά το τεχνικό και οπτικό κομμάτι των ιστοσελίδων HTML όπως παραδείγματος χάρη JavaScript.

Επίσης οι browsers μπορούν να έχουν στυλ μορφοποίησης CSS για να οριστεί η διάταξη του κειμένου, τα χρώματα και οι γραμματοσειρές. Ο W3C που είναι ένας από τους σημαντικότερους οργανισμούς δημιουργίας και συντήρησης προτύπων HTML και CSS, συνιστά ανεπιφύλακτα τη χρήση των CSS αντί διαφόρων στοιχείων της HTML για παρουσίαση και μορφοποίηση του περιεχομένου. (Κάστρο, 1998).

3.1.3 Ιστορικά η HTML

Το 1980, ο φυσικός Τιμ Μπέρνερς Λι, εργαζόταν στο CERN, δημιούργησε το ENQUIRE, ένα σύστημα που διαμοίραζε έγγραφα στους ερευνητές του CERN.

HTML



**Εικόνα 12,
Το ιστορικό
λογότυπο
HTML**

Αργότερα, το 1989, δημιούργησε ένα σύστημα βασισμένο στο διαδίκτυο που χρησιμοποιούσε υπερκείμενο. Έτσι, έφτιαξε τη πρώτη μορφή HTML και μετέπειτα



Εικόνα 11, Τιμ Μπέρνερς Λι

έγραψε τον browser και το λογισμικό εξυπηρετητή στα τέλη του 1990. Στις σημειώσεις του το 1990, ο Μπέρνερς Λι αριθμεί «μερικές από τις πολλές χρήσεις του υπερκειμένου». (Κάστρο, 1998)

Πρώτες προδιαγραφές

Η πρώτη δημόσια διαθέσιμη περιγραφή της HTML ήταν ένα έγγραφο με το όνομα Ετικέτες HTML, το οποίο πρωτοαναφέρθηκε στο Διαδίκτυο από τον Μπέρνερς Λι στα τέλη του 1991 Περιέγραφε τα 20 στοιχεία τα οποία αποτελούσαν τον αρχικό και σχετικά απλό σχεδιασμό της HTML. Εκτός από την ετικέτα υπερσυνδέσμου, οι υπόλοιπες ήταν έντονα επηρεασμένες από την SGMLguid, μια μορφή δημιουργίας τεκμηρίωσης, φτιαγμένη στο CERN και βασισμένη στην SGML. Δεκατρία από εκείνα τα αρχικά στοιχεία υπάρχουν ακόμα σήμερα στην HTML 4. (Κάστρο, 1998) (Ragget, 1998)

Το ίδιο το πρότυπο SGML αναπαράγει μερικές από τις τεχνικές των τυπογράφων, αλλά εκτός από απλή μίμηση της τυπογραφίας προσθέτει γενικευμένη σήμανση βασισμένη σε στοιχεία, τα οποία μπορούν να εμφωλεύονται το ένα μέσα στο άλλο και να φέρουν ιδιότητες. Ακόμα, το SGML διαχωρίζει τη δομή από το περιεχόμενο, κατεύθυνση προς την οποία αργότερα κινήθηκε και η HTML, με τα CSS. Πολλά από τα στοιχεία κειμένου προέρχονται από την τεχνική αναφορά ISO TR 9537, Techniques for using SGML (τεχνικές χρήσης της SGML), η οποία με τη σειρά της καλύπτει τα χαρακτηριστικά των πρώιμων γλωσσών

μορφοποίησης κειμένου που χρησιμοποιούνταν από τα TYPSET και RUNOFF, και είχαν αναπτυχθεί στις αρχές της δεκαετίας του 1960 για το λειτουργικό σύστημα CTSS.

Ο Μπέρνερς Λι θεώρησε την HTML ως μια υλοποίηση του SGML. Αυτό ορίστηκε και επίσημα από το Internet Engineering Task Force (IETF) με τη δημοσίευση της πρώτης πρότασης για μια προδιαγραφή της HTML, στα μέσα του 1993, η οποία περιλάμβανε και έναν Ορισμό τύπου εγγράφου (DTD, Document Type Definition) της SGML, ο οποίος όριζε την γραμματική

Αυτό το πρόχειρο έληξε μετά την πάροδο έξι μηνών, αλλά περιέχει κάτι αξιοσημείωτο: την αναγνώριση της ετικέτας του NCSA Mosaic για την ενσωμάτωση εικόνων μέσα στο κείμενο, η οποία αντικατοπτρίζει την φιλοσοφία του IETF για ενσωμάτωση επιτυχημένων πρωτότυπων μέσα στα πρότυπα. Κάτι παρόμοιο περιείχε και το ανταγωνιστικό πρόχειρο του Dave Raggett, «HTML+ (Hypertext Markup Format)», από τα τέλη του, το οποίο πρότεινε την προτυποποίηση μερικών ήδη υλοποιημένων δυνατοτήτων, όπως οι πίνακες και οι φόρμες.

Μετά που τα πρόχειρα HTML και HTML+ έληξαν, στις αρχές του 1994, το IETF δημιούργησε την Ομάδα Εργασίας για την HTML, η οποία το 1995 ολοκλήρωσε την «HTML 2.0», με την πρόθεση να αποτελέσει την πρώτη προδιαγραφή πάνω στην οποία θα βασίζονταν οι μελλοντικές υλοποιήσεις. Η HTML 2.0 δημοσιεύτηκε ως RFC 1866, και περιείχε ιδέες από τα πρόχειρα HTML και HTML+. Η αρίθμηση 2.0 σκόπευε απλά να ξεχωρίσει την νέα έκδοση από τα πρόχειρα που προηγήθηκαν.

Η περαιτέρω ανάπτυξη κάτω από την επίβλεψη του IETF καθυστέρησε λόγω σύγκρουσης ενδιαφερόντων. Από το 1996 και μετά, οι προδιαγραφές της HTML τηρούνται, μαζί με ανάδραση από τους δημιουργούς λογισμικού, από το World Wide Web Consortium (W3C).

Ωστόσο, το 2000 η HTML έγινε επίσης παγκόσμιο πρότυπο (ISO/IEC 15445:2000). Η τελευταία προδιαγραφή της HTML, η HTML 4.01 δημοσιεύτηκε από το W3C το 1999, και το 2001 δημοσιεύτηκαν επίσης και τα λάθη και οι παραλείψεις της .

(Ragget,1998)

24 Νοεμβρίου 1995

Η HTML 2.0 δημοσιεύτηκε ως IETF RFC 1866. Επιπλέον συμπληρωματικά

RFC(Requests for Comments (**RFC**) είναι μια σειρά κειμένων (εγγράφων) και σημειώσεων για την τεχνική και την οργάνωση που διέπουν το Internet (παλιότερα το δίκτυο ARPANET), ξεκινώντας από το 1969.

Οι σημειώσεις μέσα στις σειρές RFC, αφορούν πολλά θέματα πάνω στη δικτύωση υπολογιστών, συμπεριλαμβανομένων πρωτοκόλλων, διαδικασιών, προγραμμάτων, ιδεών, απόψεων ακόμα και χιούμορ. Τα επίσημα έγγραφα προδιαγραφών της σουίτας πρωτοκόλλου Διαδικτύου που καθορίζονται από την Ομάδα Εργασίας Εφαρμοσμένης Μηχανικής Διαδικτύου(Internet Engineering Task Force, IETF) και την Ομάδα Οδήγησης Εφαρμοσμένης Μηχανικής Διαδικτύου (Internet Engineering Steering Group, IESG) καταγράφονται και δημοσιεύονται ως πρότυπα RFCs. Κατά συνέπεια, η διαδικασία δημοσιεύσεων RFC παίζει έναν σημαντικό ρόλο στη διαδικασία προτύπων Διαδικτύου.) πρόσθεσαν δυνατότητες:

25 Νοεμβρίου 1995: RFC 1867

- Μάιος 1996: RFC 1942 (πίνακες)
- Αύγουστος 1996: RFC 1980 (πελατοκεντικοί χάρτες εικόνων (client-side))
- Ιανουάριος 1997: RFC 2070 (διεθνοποίηση και τοπικοποίηση)
- Ιούνιο 2000 RFC 2854

Ιανουάριος 1997

Η **HTML 3.2** δημοσιεύτηκε από το W3C. Ήταν η πρώτη έκδοση που αναπτύχθηκε και προτυποποιήθηκε αποκλειστικά από το W3C

Στην **HTML 3.2** αφαιρέθηκαν εντελώς οι μαθηματικοί τύποι και οι υπερκαλύψεις που προέρχονταν από επεκτάσεις του προτύπου από τρίτους φορείς.

Δεκέμβριος 1997

Η **HTML 4.0** από το W3C, περιλάμβανε τρεις εκδοχές:

- την Strict, στην οποία απαγορεύεται η χρήση ξεπερασμένων στοιχείων,
- την Transitional, στην οποία επιτρέπονται τα ξεπερασμένα στοιχεία,
- την Frameset, στην οποία επιτρέπονται μόνο στοιχεία frame.

Απρίλιος 1998

Επανεκδίδεται η HTML 4.0 με μικρές αλλαγές, χωρίς να αλλάξει ο αριθμός έκδοσης.

Δεκέμβριος 1999

Δημοσιεύεται η HTML 4.01. Προσέφερε τις ίδιες εκδοχές της HTML 4.0. (Ragget,1998)

Χρονικό εκδόσεων προχείρων της HTML:

Οκτώβριος 1991

Πρώτη δημοσίευση του HTML Tags .

Νοέμβριος 1992

Ανεπίσημο πρόχειρο HTML DTD 1.1.

Ιούνιος 1993

Δημοσιεύεται η Hypertext Markup Language από την IIR και IETF ως ένα πρόχειρο για το Διαδίκτυο.

Νοέμβριος 1993

Δημοσιεύτηκε η HTML+ από το IETF ως Πρόχειρο-Διαδικτύου, και ως ανταγωνιστική πρόταση για το πρόχειρο της Hypertext Markup Language. Έληξε τον Μάιο του 1994.

Απρίλιος 1995 (γραμμένη τον Μάρτιο του 1995)

Η HTML 3.0 περιείχε πολλές από τις δυνατότητες που συμπεριλαμβάνονταν στην πρόταση του Raggett για την HTML+, όπως την υποστήριξη για πίνακες, τη ροή κειμένου γύρω από εικόνες και την προβολή πολύπλοκων μαθηματικών τύπων. (Ragget,1998)

Το W3C ξεκίνησε την ανάπτυξη του δικού του Arena browser ως δοκιμαστική πλατφόρμα για την HTML 3 και για τα CSS αλλά η HTML 3.0 δεν πέτυχε, για διάφορους λόγους.

Το πρόχειρο θεωρήθηκε υπερβολικά μακρύ, με 150 σελίδες, και ο ρυθμός ανάπτυξης του browser, καθώς και ο αριθμός των ενδιαφερόμερων μερών υπερέβαιναν τις δυνατότητες του IETF. Οι εταιρείες που διέθεταν browser, συμπεριλαμβανομένων των Microsoft και Netscape εκείνο τον καιρό, επέλεξαν να υλοποιήσουν διαφορετικά υποσύνολα των δυνατοτήτων του προχείρου της HTML 3, καθώς και να εισάγουν τις δικές του επεκτάσεις σ' αυτό.

Οι επεκτάσεις αυτές έλεγχαν εμφανισιακά στοιχεία των εγγράφων, αντίθετα με την «πεποίθηση [της ακαδημαϊκής κοινότητας μηχανικών] ότι το χρώμα, το παρασκήνιο, το μέγεθος και ο τύπος της γραμματοσειράς ήταν οπωσδήποτε έξω από το στόχος μιας γλώσσας της οποίας η μοναδική πρόθεση ήταν να καθορίσει πώς οργανώνεται ένα έγγραφο.» Ο Dave Raggett, συνεργάτης του W3C για πολλά χρόνια, σχολίασε ότι «Μέχρι ενός σημείου, η Microsoft έκτισε την επιχειρηματική της δραστηριότητα στον Ιστό επεκτείνοντας τις δυνατότητες της HTML.»



Εικόνα 13, Το λογότυπο της HTML 5

Ιανουάριος 2008

Δημοσιεύεται η HTML5 ως Πρόχειρο Εργασίας από το W3C.

3.1.4 Τι είναι η HTML5;

Η HTML5 είναι το νέο πρότυπο της HTML.

Προηγούμενες εκδόσεις:

- HTML
- HTML 4,01(1999)

Το διαδίκτυο όμως έχει αλλάξει πολύ από τότε για αυτό η HTML 4 από τότε έως σήμερα εξελίσσεται συνεχώς, προστίθονται νέες ικανότητες, νέες εφαρμογές και μεθοδολογίες ώστε να υπάρχει μεγαλύτερη συμβατότητα με άλλες γλώσσες και καλύτερη ποιότητα ως προς την ασφάλεια.

Η HTML5 είναι ακόμη ένα έργο σε εξέλιξη. Ωστόσο, τα πιο διαδεδομένα προγράμματα περιήγησης υποστηρίζουν πολλά από τα νέα στοιχεία της.

Πώς ξεκίνησε η HTML5;

Η HTML5 είναι η συνεργασία μεταξύ του World Wide Web Consortium (W3C) και της Web Hypertext Application Technology Working Group (WHATWG).

Η πρώτη δούλεψε με την XHTML 2.0. και η δεύτερη με φόρμες και πήραν την απόφαση το 2006 να συνεργαστούν και να δημιουργήσουν τη καινούργια έκδοση της HTML.

Μερικοί κανόνες για το HTML5:

- Παρέχει νέα χαρακτηριστικά που βασίζονται στην HTML, CSS, DOM και την JavaScript
- Μειώνει την ανάγκη για εξωτερικά πρόσθετα(plugins) όπως πχ το Flash
- Υπάρχει δυνατότητα για καλύτερη αντιμετώπιση λαθών (error handling)
- Περισσότερα markup για την αντικατάσταση scripting
- Η HTML5 θα είναι ανεξάρτητη από τη συσκευή
- Η διαδικασία ανάπτυξης θα είναι ορατή στο κοινό

Στην HTML5 υπάρχει μόνο μία δήλωση: και αυτή είναι πολύ απλή .

```
<!DOCTYPE html>
```

Παρακάτω θα δούμε ένα πολυ απλό έγγραφο HTML5, με τις ελάχιστες απαιτούμενες ετικέτες:

```
<!DOCTYPE  
html>  
<html>  
<head>  
<title>Titleofthe document</title>  
</head>  
<body>  
The content of the document.....  
</body>  
</html>
```

HTML5 – Νέες δυνατότητες

- Το στοιχείο <canvas> για 2D σχεδίαση
- Τα στοιχεία <video> και <audio> για αναπαραγωγή πολυμέσων
- Νέα στοιχεία, όπως <article>, <footer>, <header>, <nav>, <section>
- Νέα στοιχεία ελέγχου φόρμας, όπως το ημερολόγιο, ημερομηνία, ώρα, e-mail, url, αναζήτηση (Willard., 2008)

Υποστήριξη Browser για την HTML5

Η HTML5 δεν είναι ακόμη επίσημο πρότυπο. Παρόλα αυτά οι μεγάλες μηχανές αναζήτησης (Safari, Chrome, Firefox, Opera, ο Internet Explorer) συνεχίζουν να προσθέτουν νέα χαρακτηριστικά της HTML5 στις τελευταίες εκδόσεις τους.

3.1.5 XML

Η XML είναι μία γλώσσα προγραμματισμού, που περιλαμβάνει κανόνες για την ηλεκτρονική κωδικοποίηση κειμένων. Ορίζεται στην XML 1.0 (XML 1.0 Specification), που δημιούργησε ο W3C (World Wide Web Consortium), αλλά και σε άλλα πρότυπα. Η XML εστιάζει στην απλότητα και τη χρησιμότητα στο Διαδίκτυο. Είναι μία μορφοποίηση δεδομένων κειμένου.

Χρησιμοποιείται για την αναπαράσταση δεδομένων, που προκύπτουν για παράδειγμα στις υπηρεσίες ιστού.

Εφαρμογές βασισμένες στην XML είναι οι σουίτες εφαρμογών γραφείου, συμπεριλαμβανομένων του Microsoft Office (Office Open XML), του OpenOffice.org (OpenDocument) και του iWork της εταιρίας Apple. (xml.coverpages,2005)

Εκδόσεις της XHTML

Η XHTML είναι ξεχωριστή γλώσσα η οποία ως αναδιαμόρφωση της HTML 4.01 με χρήση της XML 1.0. Συνεχίζει να αναπτύσσεται:

- XHTML 1.0, δημοσιεύτηκε στις 26 Ιανουαρίου 2000
- XHTML 1.1, δημοσιεύτηκε στις 31 Μαΐου 2001
- XHTML 2.0,. Δεν υπάρχει πρότυπο XHTML 2.0
- XHTML5, είναι αναβάθμιση της XHTML 1.x, και εξελίσσεται παράλληλα με την HTML5 στο ίδιο πρόχειρο. (xml.coverpages,2005)

Σήμανση

Στην HTML, το πρόγραμμα Hello world χρησιμεύει για τη σύγκριση γλωσσών προγραμματισμού, γλωσσών σεναρίων και γλωσσών σήμανσης, φτιάχνεται με 9 γραμμές κώδικα, παρότι οι νέες γραμμές είναι προαιρετικές στην HTML:

```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <title>Hello HTML</title>
  </head>
  <body>
    <p>Hello world</p>
```

```
</body>  
</html>
```

(Το κείμενο ανάμεσα στο <html> και το </html> περιγράφει την ιστοσελίδα, και το κείμενο μεταξύ του <body> και του </body> είναι το ορατό μέρος της. Το σημασμένο κείμενο <title>Hello HTML</title> καθορίζει τον τίτλο που θα εμφανίζεται στην μπάρα τίτλου του browser.)

Το Document Type Declaration στον πιο πάνω κώδικα είναι για την HTML5. Αν δεν συμπεριλαμβάνεται η δήλωση<!doctype html>, τότε μερικοί browser θα καταφύγουν στην λειτουργία quirks για την εμφάνιση της σελίδας. (Willard., 2008)

Στοιχεία

Τα έγγραφα HTML αποτελούνται από στοιχεία HTML που έχουν τρία χαρακτηριστικά.

- Ζεύγη ετικετών
- Ετικέτα εκκίνησης
- Ετικέτα τερματισμού
- Ορισμένες ιδιότητες στην ετικέτα εκκίνησης
- Γραφικό περιεχόμενο ετικετών που μπορεί να περιέχει και άλλα στοιχεία μέσα του.

Το στοιχείο HTML μπορεί είναι οτιδήποτε στις ετικέτες εκκίνησης και τερματισμού. Κάθε ετικέτα περικλείεται σε σύμβολα «μεγαλύτερο από» και «μικρότερο από», δηλαδή < και >.

Επομένως, η γενική μορφή ενός στοιχείου HTML είναι: <ετικέτα ιδιότητα1="τιμή1" ιδιότητα2="τιμή2">περιεχόμενο</ετικέτα>. Μερικά στοιχεία HTML περιγράφονται ως άδεια στοιχεία, έχουν τη μορφή<ετικέτα ιδιότητα1="τιμή1" ιδιότητα2="τιμή2">, και δεν έχουν καθόλου περιεχόμενο. Το όνομα κάθε στοιχείου HTML είναι το ίδιο όνομα που χρησιμοποιείται στις αντίστοιχες ετικέτες. Το όνομα της ετικέτας τερματισμού ξεκινά με μια κάθετο «/», η οποία παραλείπεται στα άδεια στοιχεία. Τέλος, αν δεν αναφέρονται ρητά οι ιδιότητες ενός στοιχείου, τότε χρησιμοποιούνται οι προεπιλογές σε κάθε περίπτωση.

Παραδείγματα στοιχείων

Κεφαλίδα του εγγράφου HTML: <head>...</head>. Συνήθως περιέχει τον τίτλο, π.χ.:

```
<head>
  <title>Ο τίτλος</title>
</head>
```

Επικεφαλίδες: οι επικεφαλίδες στην HTML ορίζονται με τις ετικέτες `<h1>` έως `<h6>` :

```
<h1>Επικεφαλίδα1</h1>
<h2>Επικεφαλίδα2</h2>
<h3>Επικεφαλίδα3</h3>
<h4>Επικεφαλίδα4</h4>
<h5>Επικεφαλίδα5</h5>
<h6>Επικεφαλίδα6</h6>
```

Παράγραφοι:

```
<p>Παράγραφος 1</p> <p>Παράγραφος 2</p>
```

Αλλαγή γραμμής: `
`. Η διαφορά ανάμεσα στο `
` και το `<p>` είναι ότι το «`br`» αλλάζει γραμμή χωρίς να αλλάζει την σημαντική δομή της σελίδας, ενώ το «`p`» τεμαχίζει τη σελίδα σε παραγράφους. Το «`br`» είναι ένα άδειο στοιχείο, δηλαδή δεν έχει περιεχόμενο, ούτε και χρειάζεται ετικέτα τερματισμού.

```
<p>Αυτή <br> είναι μία παράγραφος <br> με <br> αλλαγές γραμμής</p>
```

Αυτός είναι ένας σύνδεσμος σε HTML: Για τη δημιουργία του χρησιμοποιείται η ετικέτα `<a>`. Η ιδιότητα `href` περιέχει τη σελίδα προορισμού του συνδέσμου.

```
<a href="http://el.wikipedia.org/">Ενας σύνδεσμος στη Βικιπαίδεια!</a>
```

Σχόλια:

```
<!-- Αυτό είναι ένα σχόλιο -->
```

Τα σχόλια μπορούν να βοηθήσουν στην κατανόηση της σήμανσης. Δεν εμφανίζονται στην ιστοσελίδα. (Willard., 2008)

Υπάρχουν διάφοροι τύποι στοιχείων στην HTML.

Η δομική σήμανση περιγράφει τον σκοπό του κειμένου

Για παράδειγμα, Το περιεχόμενο μπορεί να μορφοποιηθεί οπτικά με τη χρήση των CSS.

Η σήμανση οπτικής μορφοποίησης περιγράφει την εμφάνιση του κειμένου, άσχετα από τον σκοπό του.

Για παράδειγμα :

- `έντονο κείμενο` → «έντονο κείμενο»
- `<i>πλάγιου</i>` → «πλάγιου»
- `σημαντικό κείμενο`
- `κείμενο με έμφαση`
- Href τον στόχο του συνδέσμου. (` Βικιπαίδεια` εμφανίζει το κείμενο «[Βικιπαίδεια](http://el.wikipedia.org)» ως υπερσύνδεσμο. Για την εμφάνιση μιας εικόνας ως συνδέσμου, μπορεί να εισαχθεί ένα στοιχείο `` ως περιεχόμενο του στοιχείου `<a>`. Όπως και το `
`, το `` είναι άδειο στοιχείο. Έχει ιδιότητες αλλά δεν έχει περιεχόμενο, ούτε ετικέτα τερματισμού:

```
<a href="http://example.org"></a>
```

Μεταφορά της HTML

Τα αρχεία HTML, όπως συμβαίνει και με τους υπόλοιπους τύπους αρχείων του υπολογιστή, μπορούν να μεταφερθούν με πολλούς τρόπους. Ωστόσο, λόγω της λειτουργίας της HTML, οι δύο πιο συνηθισμένοι τρόποι είναι :

- HTTP από έναν εξυπηρετητή
- E-mail

HTTP

Ο Παγκόσμιος Ιστός αποτελείται από αρχεία HTML τα οποία μεταφέρονται από εξυπηρετητές προς browsers. Έτσι, μαζί με το ίδιο το αρχείο, μεταφέρονται και επιπλέον πληροφορίες, ή μεταδεδομένα, μεταξύ αυτών και ο τύπος MIME (για παράδειγμα text/html ή application/xhtml+xml) καθώς και η κωδικοποίηση χαρακτήρων που χρησιμοποιείται.

E-mail

Τα προγράμματα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας που ενσωματώνουν δυνατότητες της HTML, επιτρέπουν στους χρήστες να χρησιμοποιούν την HTML στα μηνύματά τους, για να στέλνουν κείμενο με χρώμα, με μορφοποίηση, ή και με ενσωματωμένες εικόνες και διαγράμματα. Με τους τρόπους αυτούς όμως προκύπτουν προβλήματα, τα οποία προκαλούνται από την έλλειψη κάποιου προτύπου για την περίληψη HTML σε E-mail και από τη δυνατότητα εκμετάλλευσης αυτών των δυνατοτήτων από κακόβουλους χρήστες.

Ονόματα αρχείων

Ο πιο κοινός τύπος αρχείου για έγγραφα HTML είναι:

- .html, όμως έχει επιβιώσει και η συντόμευση
- .htm, από μερικά παλαιότερα λειτουργικά συστήματα που δεν αναγνώριζαν επεκτάσεις αρχείων με περισσότερα από τρία γράμματα.
- .hta (από το HTML Application) ο οποίος δείχνει ότι το αρχείο συμπεριλαμβάνει HTML.

3.1.6 JavaScript

Η JavaScript (JS) είναι μια γλώσσα προγραμματισμού για ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Αποτελεί κομμάτι της υλοποίησης των φυλλομετρητών Ιστού, ώστε τα σενάρια από την πλευρά του πελάτη (client-side scripts) να επικοινωνούν με τον χρήστη, να ανταλλάσσουν δεδομένα και να αλλάζουν το περιεχόμενο του εγγράφου που εμφανίζεται.

(Willison., 2006)

Η JavaScript βασίζεται στα πρωτότυπα (prototype-based), είναι δυναμική, με ασθενείς τύπους και έχει συναρτήσεις ως αντικείμενα πρώτης τάξης. Η σύνταξή της έχει ερεθίσματα από τη C. Η JavaScript αντιγράφει πολλά ονόματα αλλά γενικά οι δύο αυτές γλώσσες δε σχετίζονται και έχουν πολύ διαφορετική σημασιολογία. Οι αρχές του σχεδιασμού της JavaScript προέρχονται από τις γλώσσες προγραμματισμού Self και Scheme. Βασίζεται σε διαφορετικά προγραμματιστικά παραδείγματα (multi-paradigm), υποστηρίζοντας αντικειμενοστρεφές,προστακτικό και συναρτησιακό στυλ προγραμματισμού.

Επίσης χρησιμοποιείται σε εφαρμογές εκτός ιστοσελίδων όπως

- Τα έγγραφα PDF
- Οι εξειδικευμένοι φυλλομετρητές (site-specific browsers)

- Επιφάνειας εργασίας (desktop widgets). (Willison., 2006)

Δείγμα κώδικα Javascript

Ο κώδικας Javascript μιας σελίδας περικλείεται από τις ετικέτες της HTML `<script type="text/javascript">` και `</script>`.

Για παράδειγμα, ο ακόλουθος κώδικας Javascript εμφανίζει ένα πλαίσιο διαλόγου με το κείμενο "Γεια σου, κόσμε!":

```
<script type="text/javascript">
alert('Γεια σου, κόσμε!');
</script>
```

Αν ο κώδικας Javascript έχει πάνω από μία εντολές, θα πρέπει να διαχωριστούν μεταξύ τους με το ερωτηματικό';' (δηλαδή της λατινικής άνω τελείας). Η χρήση αυτού δεν είναι απαραίτητη. Μια βασική εντολή, η `window.prompt("μήνυμα προς το χρήστη")`, ζητάει από το χρήστη να συμπληρώσει ένα κομμάτι μιας αίτησης απευθείας ώστε τα δεδομένα να χρησιμοποιηθούν σαν κείμενο:

```
<script>
var FIRSTvariable = window.prompt("PLEASE FILL IN YOUR NAME")
alert("Your name is " + FIRSTvariable + ".")
</script>
```

(Willison., 2006)

3.1.7. JQuery

Η jQuery είναι μια βιβλιοθήκη JavaScript που απλοποιεί τα σενάρια (scripting) στη πλευρά του πελάτη (client-side) της HTML και υποστηρίζει πολλαπλούς φυλλομετρητές Ιστού. Κυκλοφόρησε τον Ιανουάριο του 2006 από τον Τζον Ρέριγκ (John Resig). Χρησιμοποιείται σε πάνω από το 65% των 10.000 ιστοτόπων με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα. (Lindley., 2012)

Η jQuery είναι ελεύθερο λογισμικό.

Χαρακτηριστικά

- DOM element επιλογές χρησιμοποιώντας την μηχανή επιλογής πολλαπλών φυλλομετρητών Sizzle.
- DOM διάσχιση και τροποποίηση (υποστηρίζοντας [CSS 1-3](#))
- χειρισμός DOM βασισμένος σε CSS επιλογείς που χρησιμοποιεί τα id και class σαν κριτήρια για να κατασκευάσει επιλογείς.
- Events
- Εφέ και κινητά στοιχεία
- AJAX
- Επεκτασιμότητα μέσω plug-ins
- Εργαλεία όπως πληροφορίες user-agent, ανίχνευση χαρακτηριστικά.
- Μεθόδους συμβατότητας που είναι εγγενώς διαθέσιμα σε σύγχρονα προγράμματα περιήγησης.
- Υποστήριξη πολλαπλών φυλλομετρητών.

Η jQuery είναι ένα αρχείο JavaScript, που περιέχει όλες τις λειτουργίες. Μπορεί να συμπεριληφθεί σε μια ιστοσελίδα παρέχοντας το αρχείο τοπικά

```
<script type="text/javascript" src="jquery.js"></script>
```

ή έχοντας ένα σύνδεσμο σε ένα από τους πολλούς διακομιστές που τη φιλοξενούν.

```
<script src="http://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/1.9.1/jquery.min.js"></script>
```

(Lindley., 2012)

3.1.8 CSS

Διαδοχικά Φύλλα Στυλ (CSS, Cascading Style Sheets) που δίνουν τη δυνατότητα να αλλάξουμε την εμφάνιση και τη διάταξη (layout) των ιστοσελίδων μας. Δεν είναι χρονοβόρο και μας δίνουν τη δυνατότητα να σχεδιάζουμε τις ιστοσελίδες μας με καινούργια φιλοσοφία. Για να δουλέψουμε με τα CSS αυτό που χρειαζόμαστε είναι έναν επεξεργαστή κειμένου, όπως είναι το Σημειωματάριο (Notepad) των Windows.

Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε όποιον φυλλομετρητή (browser) επιθυμούμε για να βλέπουμε πώς θα εμφανίζονται οι ιστοσελίδες που θα δημιουργούμε. Άρα αυτό που

χρειαζόμαστε είναι ένας φυλλομετρητής (browser) και ένας επεξεργαστής κειμένου (text editor).

Τα CSS αφορούν γραμματοσειρές (fonts), χρώματα (colours), περιθώρια (margins), εικόνες φόντου (background images) και άλλα. Επιπλέον, υποστηρίζονται απ' όλους τους φυλλομετρητές. (Duckett., 2011)

Ποια είναι η διαφορά ανάμεσα στα CSS και την HTML;

- η HTML χρησιμοποιείται για να δομήσει το περιεχόμενο (content),
- τα CSS χρησιμοποιούνται για τη διαμόρφωση ή μορφοποίηση (formatting) του δομημένου περιεχομένου.

Πλεονεκτήματα CSS:

- Δυνατότητα για τον ταυτόχρονο έλεγχο της διάταξης (layout) πολλών εγγράφων από ένα μόνο φύλλο στυλ (style sheet).
- Πιο ακριβής έλεγχος της διάταξης (layout) των ιστοσελίδων.
- Εφαρμογή διαφορετικής διάταξης σε διαφορετικές εξόδους, όπως screen, print κ.ά.
- Αναρίθμητες προηγμένες και εξεζητημένες τεχνικές. (Duckett., 2011)

Η Βασική Σύνταξη των CSS

Δημιουργία φύλλου στυλ (style sheet).. Ας υποθέσουμε ότι θέλουμε να έχουμε ένα ωραίο κόκκινο χρώμα για το φόντο (background) μιας ιστοσελίδας. Με την HTML θα είχαμε γράψει τα εξής :

```
<body bgcolor="#FF0000">
```

Με τα CSS μπορούμε να επιτύχουμε το ίδιο αποτέλεσμα ως εξής :

```
body {  
background-color: #FF0000;  
}
```

Όπως μπορούμε να δούμε, οι κωδικοί είναι περίπου οι ίδιοι και για την HTML και για τα CSS. Από το παραπάνω παράδειγμα μπορούμε να δούμε και το βασικό μοντέλο των CSS :

```
selector (επιλογέας) {  
property (ιδιότητα): value (τιμή);
```

}

Selector	property	Value
Σε ποια tags εφαρμόζεται η ιδιότητα (π.χ. body)	Μια ιδιότητα είναι το χρώμα φόντου (background color)	Η τιμή της ιδιότητας, για το χρώμα φόντου

Εφαρμογή των CSS σ' ένα HTML Έγγραφο

Υπάρχουν τρεις τρόποι που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε για να εφαρμόσουμε ένα CSS σ' ένα HTML έγγραφο. (Duckett., 2011)

Μέθοδος 1 : In-line (attribute style)

Ο πρώτος τρόπος για να εφαρμόσουμε ένα CSS σ' ένα HTML κείμενο είναι να χρησιμοποιήσουμε την ιδιότητα (attribute) style της HTML. Το είδαμε ήδη προηγουμένως με το κόκκινο χρώμα φόντου και μπορεί να εφαρμοσθεί ως εξής :

```
<html>
<head>
<title>Παράδειγμα</title>
</head>
<body style="background-color: #FF0000;">
<p>Αυτή είναι μια κόκκινη σελίδα</p>
</body>
</html>
```

Μέθοδος 2 : Εσωτερικό-Internal (tag style)

Ένας άλλος τρόπος είναι να γράψουμε τον κώδικα για τα CSS με το HTML tag <style>, ως εξής :

```
<html>
<head>
<title>Παράδειγμα</title>
<style type="text/css">
body {
background-color: #FF0000;
}
</style>
</head>
<body>
<p>Αυτή είναι μια κόκκινη σελίδα</p>
</body>
</html>
```

Μέθοδος 3 : Εξωτερικό-External (link to a style sheet)

Ο τρίτος τρόπος είναι ένας σύνδεσμος (link) προς ένα εξωτερικό αρχείο φύλλου στυλ (external style sheet). Αυτή η μέθοδος θα χρησιμοποιηθεί σ' όλα τα παραδείγματα που ακολουθούν. Ένα εξωτερικό αρχείο φύλλου στυλ (external style sheet) είναι απλά ένα αρχείο κειμένου (textfile) που έχει επέκταση (extension) .css. Μπορούμε να το τοποθετήσουμε (upload) στον Web server, όπως όλα τα άλλα αρχεία.

Για παράδειγμα, ας υποθέσουμε ότι το αρχείο μας style sheet έχει όνομα style.css και βρίσκεται στον φάκελο style. Για να δημιουργήσουμε έναν σύνδεσμο (link) από το HTML έγγραφο, που είναι το default.htm, προς το αρχείο του style sheet, που είναι το style.css, θα πρέπει να γράψουμε τον εξής κώδικα :

```
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="style/style.css" />
```

Η διαδρομή (path) προς το style sheet προσδιορίζεται με την ιδιότητα (attribute) href. Η παραπάνω γραμμή κώδικα πρέπει να τοποθετηθεί στο τμήμα header του HTML κώδικα, δηλ. ανάμεσα στα tags <head> και </head>, ως εξής :

```
<html>
<head>
<title>Κύρια Ιστοσελίδα</title>
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="style/style.css" />
</head>
<body>
```

Ο παραπάνω σύνδεσμος (link) λέει στον φυλλομετρητή ότι θα πρέπει να χρησιμοποιήσει τη διάταξη (layout) που υπάρχει στο συγκεκριμένο CSS αρχείο όταν πρόκειται να εμφανίσει το περιεχόμενο του τρέχοντος HTML αρχείου.

Το καλό με τη μέθοδο αυτή είναι ότι μπορούμε να συνδέσουμε πολλά HTML αρχεία με το ίδιο αρχείο style sheet. Ένα αρχείο CSS μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να μπορούμε να ελέγχουμε το layout πολλών HTML εγγράφων ταυτόχρονα.

Για να το δούμε αυτό και στην πράξη, μπορούμε να δημιουργήσουμε δύο αρχεία, ένα HTML και ένα CSS, με το εξής περιεχόμενο :

default.htm

```
<html>
<head>
<title>Κύρια Ιστοσελίδα</title>
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css" />
</head>
<body>
<h1>Το Πρώτο μας Φύλλο Στυλ</h1>
</body>
</html>
```

```
style.css
body {
background-color: #FF0000;
}
```

Θα πρέπει να δημιουργήσουμε τα αρχεία και να τα αποθηκεύσουμε με τις σωστές επεκτάσεις .htm και .css και φυσικά να τα τοποθετήσουμε και στον ίδιο φάκελο. Μετά, μόλις ανοίξουμε την ιστοσελίδα default.htm με τον φυλλομετρητή μας, θα διαπιστώσουμε ότι θα έχει κόκκινο φόντο. (Duckett., 2011)

Αλλαγή Χρώματος και Φόντου

Θα δούμε τώρα το πώς μπορούμε να εφαρμόσουμε χρώματα (colors) και χρώματα φόντου (background colors) στις ιστοσελίδες μας. Θα δούμε και προηγμένες μεθόδους για την τοποθέτηση και τον έλεγχο των εικόνων φόντου (background images).

Η Ιδιότητα color

Η ιδιότητα color περιγράφει το χρώμα προσκηνίου (foreground color) ενός στοιχείου. Για παράδειγμα, ας υποθέσουμε ότι θέλουμε όλες οι επικεφαλίδες (headlines) ενός εγγράφου να έχουν χρώμα κόκκινο (red). Οι επικεφαλίδες χαρακτηρίζονται με το tag <h1> και ο παρακάτω κώδικας ορίζει σε κόκκινο το χρώμα των στοιχείων <h1> :

```
h1 {
        color: #ff0000;
}
```

Τα χρώματα μπορούν να γραφούν με τις δεκαεξαδικές τους τιμές, όπως στο παραπάνω παράδειγμα (#ff0000), ή μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τα ονόματα των χρωμάτων ("red") ή και τις τιμές RGB : rgb(255, 0, 0).

Η Ιδιότητα background-color

Η ιδιότητα background-color περιγράφει το χρώμα φόντου (background color) του στοιχείου. Το στοιχείο <body> περιέχει το κείμενο ενός HTML εγγράφου και για να αλλάξουμε το χρώμα φόντου μιας ιστοσελίδας, θα πρέπει να εφαρμόσουμε την ιδιότητα background-color στο στοιχείο <body>.

Μπορούμε επίσης να εφαρμόσουμε χρώμα φόντου και σ' άλλα στοιχεία, όπως σε επικεφαλίδες (headlines) και σε απλό κείμενο (text). Στο παρακάτω παράδειγμα, εφαρμόζουμε διαφορετικά χρώματα φόντου στα στοιχεία <body> και <h1>.

```
body {  
    background-color: #FFCC66;  
}  
h1 {  
    color: #990000;  
    background-color: #FC9804;  
}
```

Βλέπουμε ότι για να εφαρμόσουμε δύο ιδιότητες σ' ένα στοιχείο, όπως το <h1>, τις ξεχωρίζουμε με το σύμβολο ;. (Duckett., 2011)

Η Ιδιότητα background-image

Η ιδιότητα background-image χρησιμοποιείται για να βάλουμε μια εικόνα φόντου (background image) σε μια ιστοσελίδα. Απλά εφαρμόζουμε την ιδιότητα background-image στο tag <body> και προσδιορίζουμε το όνομα και τη θέση του αρχείου της εικόνας.

```
body {  
    background-color: #FFCC66;  
    background-image: url("florina1.jpg");  
}  
h1 {  
    color: red;  
    background-color: blue;
```



```
}
```

Προσδιορίζουμε το όνομα και τη θέση της εικόνας με `url("florina1.jpg")`. Αυτό βέβαια προϋποθέτει ότι η εικόνα βρίσκεται στον ίδιο φάκελο με το φύλλο στυλ (style sheet).

Μπορούμε να αναφερόμαστε και σε εικόνες που βρίσκονται σ' άλλους φακέλους με `url("../images/florina1.jpg")` ή που βρίσκονται ακόμη και στο Internet, αρκεί να ορίσουμε την πλήρη διεύθυνση του αρχείου με την έκφραση `url("http://dide.flo.sch.gr/florina1.jpg")`.

Η Ιδιότητα `background-repeat`

Στο παραπάνω παράδειγμα, παρατηρούμε ότι η εικόνα επαναλαμβάνεται και προς την οριζόντια και προς την κατακόρυφη κατεύθυνση για να καλύψει ολόκληρη την οθόνη. Με την ιδιότητα `background-repeat` μπορούμε να ελέγχουμε την επανάληψη μιας εικόνας φόντου. (Duckett., 2011)

Τιμή	Περιγραφή
<code>background-repeat: repeat-x</code>	Η εικόνα επαναλαμβάνεται μόνο οριζόντια
<code>background-repeat: repeat-y</code>	Η εικόνα επαναλαμβάνεται μόνο κατακόρυφα
<code>background-repeat: repeat</code>	Η εικόνα επαναλαμβάνεται και οριζόντια και κατακόρυφα (εξ ορισμού)
<code>background-repeat: no-repeat</code>	Η εικόνα δεν επαναλαμβάνεται

Η ιδιότητα `background-repeat` μπορεί να έχει τις εξής τέσσερις τιμές :

Για παράδειγμα, για να αποφύγουμε την επανάληψη μιας εικόνας φόντου (background image), θα πρέπει να γράψουμε τον εξής κώδικα :

```
body {  
    background-color: #FFCC66;  
    background-image: url("florina1.jpg");  
    background-repeat: no-repeat;  
}
```

```
h1 {
    color: green;
    background-color: #FC9804;
}
```

Η ιδιότητα background-attachment

Με την ιδιότητα background-attachment μπορούμε να καθορίσουμε αν μια εικόνα φόντου:

- είναι σταθερή (fixed δεν θα μετακινείται μαζί με το κείμενο)
- θα κυλάει (scrolls μαζί με τα περιεχόμενα της ιστοσελίδας).

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τις δύο διαφορετικές τιμές που μπορεί να λάβει η ιδιότητα background-attachment :

Ο παρακάτω κώδικας κάνει την εικόνα φόντου της ιστοσελίδας να μην επαναλαμβάνεται

Τιμή	Περιγραφή
background-attachment: scroll	Η εικόνα κυλάει μαζί με την ιστοσελίδα – μη κλειδωμένη
background-attachment: fixed	Η εικόνα είναι κλειδωμένη

(no-repeat) και να είναι κλειδωμένη (fixed) :

```
body {
    background-color: #FFCC66;
    background-image: url("florina1.jpg");
    background-repeat: no-repeat;
    background-attachment: fixed;
}
h1 {
    color: #990000;
    background-color: #FC9804;
}
```

Η ιδιότητα background-position

Την εικόνα φόντου τη τοποθετούμε στην πάνω αριστερή γωνία της οθόνης. Με την ιδιότητα background-position μπορούμε να αλλάξουμε αυτή τη ρύθμιση και να τοποθετήσουμε την εικόνα φόντου οπουδήποτε θέλουμε στην οθόνη.

Ο παρακάτω πίνακας έχει μερικά χαρακτηριστικά παραδείγματα :

Τιμή	Περιγραφή
background-position: 2cm 2cm	Η εικόνα φόντου θα τοποθετηθεί 2 cm από τα αριστερά και 2 cm από την κορυφή
background-position: 50% 25%	Η εικόνα φόντου θα τοποθετηθεί στο κέντρο οριζόντια και κατά το ένα τέταρτο από την κορυφή
background-position: top right	Η εικόνα φόντου θα τοποθετηθεί στην πάνω δεξιά γωνία (top-right) της οθόνης

Ο παρακάτω κώδικας θα τοποθετήσει την εικόνα φόντου στην κάτω δεξιά γωνία (bottom right) της οθόνης :

```
body {
    background-color: #FFCC66;
    background-image: url("florinal.jpg");
    background-repeat: no-repeat;
    background-attachment: fixed;
    background-position: right bottom;
}
h1 {
    color: #990000;
    background-color: #FC9804;
}
```

Η ιδιότητα background

Η ιδιότητα background αφορά μια συντόμευση γι' όλες τις ιδιότητες του αντικειμένου background και μπορούμε να γράψουμε όλες τις ιδιότητες σε μια γραμμή κώδικα.

Για παράδειγμα, ας δούμε τις επόμενες πέντε γραμμές κώδικα :

```
background-color: #FFCC66;
```

```
background-image: url("florina1.jpg");
```

```
background-repeat: no-repeat;
```

```
background-attachment: fixed;
```

```
background-position: right bottom;
```

Με τη χρήση της ιδιότητας background μπορούμε να πετύχουμε το ίδιο αποτέλεσμα σε μία μόνο γραμμή κώδικα :

```
background: #FFCC66 url("florina1.jpg") no-repeat fixed right bottom;
```

Η σειρά αναγραφής των ιδιοτήτων είναι η εξής :

```
[background-color] | [background-image] | [background-repeat] | [background-attachment] | [background-position]
```

Αν παραλείψουμε κάποια ιδιότητα, θα εκληφθεί η προκαθορισμένη (default) τιμή της. Για παράδειγμα, αν παραλείψουμε τις δύο τελευταίες ιδιότητες, background-attachment και background-position, θα έχουμε το εξής :

```
background: #FFCC66 url("florina1.jpg") no-repeat;
```

Για τις δύο ιδιότητες που δεν δώσαμε τιμή, θα εκληφθούν οι προκαθορισμένες τιμές, που είναι οι scroll και top left.

Είδαμε ήδη αρκετές νέες τεχνικές μορφοποίησης με τη βοήθεια των CSS που θα ήταν αδύνατο να τις κάνουμε με την απλή HTML. (Duckett., 2011)

3.1.9. Οι Γραμματοσειρές (Fonts)

Θα δούμε τώρα τις γραμματοσειρές (fonts) και πώς μπορούμε να τις εφαρμόσουμε με τη βοήθεια των CSS.

Η ιδιότητα font-family

Η ιδιότητα font-family χρησιμοποιείται για να οριστεί μια λίστα από γραμματοσειρές που θα χρησιμοποιηθούν για να εμφανισθεί το συγκεκριμένο στοιχείο ή ιστοσελίδα. Αν η πρώτη γραμματοσειρά που υπάρχει στη λίστα δεν είναι εγκατεστημένη στον υπολογιστή, θα δοκιμασθεί η επόμενη γραμματοσειρά μέχρι να βρεθεί κάποια που να ταιριάζει.

Υπάρχουν δύο είδη ονομάτων που χρησιμοποιούνται για να κατηγοριοποιηθούν οι γραμματοσειρές :

- τα family-names.
- τα generic families.

Παραδείγματα ενός family-name, που τα ξέρουμε και ως font, είναι για παράδειγμα τα "Arial", "Times NewRoman", "Tahoma" κ.ά. Τα generic families είναι ομάδες από family-names με παρόμοια εμφάνιση.

Στο generic family serif ανήκουν οι γραμματοσειρές :

- Times New Roman
- Garamond και Georgia

Στο generic family sans-serif ανήκουν οι γραμματοσειρές :

- Trebuchet
- Arial
- Verdana

Στο generic family monospace ανήκουν οι γραμματοσειρές:

- Courier
- Courier New
- Andale Mono

Όταν εμφανίζουμε τις γραμματοσειρές για την ιστοσελίδα μας, θα πρέπει να ξεκινάμε με τις πιο δημοφιλείς γραμματοσειρές και μετά με κάποιες εναλλακτικές.

Αποτελεί καλή πρακτική να ολοκληρώνουμε τη λίστα με μια γραμματοσειρά από generic family.

Έτσι, η ιστοσελίδα θα εμφανισθεί με μια γραμματοσειρά της ίδιας οικογένειας αν δεν βρεθεί κάποια από τις προηγούμενες γραμματοσειρές.

Ένα παράδειγμα χρήσης της ιδιότητας **font-family** μπορεί να είναι το εξής :

```
h1 {
font-family: arial, verdana, sans-serif;
}
h2 {
font-family: "Times New Roman", serif;
}
```

Σύμφωνα με τον παραπάνω κώδικα, οι επικεφαλίδες (headlines) που είναι μαρκαρισμένες με το tag <h1> θα εμφανισθούν με "Arial". Αν αυτή η γραμματοσειρά δεν είναι εγκατεστημένη στον υπολογιστή του χρήστη, θα χρησιμοποιηθεί η "Verdana" και αν καμία απ' αυτές δεν είναι διαθέσιμη, θα χρησιμοποιηθεί μια γραμματοσειρά από την οικογένεια sans-serif, ώστε να εμφανισθεί σωστά το κείμενο των επικεφαλίδων.

Επειδή το όνομα της γραμματοσειράς "Times New Roman" περιέχει κενούς χαρακτήρες, χρησιμοποιήσαμε διπλά εισαγωγικά για να το προσδιορίσουμε. (Duckett., 2011)

Η ιδιότητα font-style

Η ιδιότητα font-style κάνει τη μορφοποίηση της επιλεγμένης γραμματοσειράς να είναι:

- normal
- italic
- oblique

Στο επόμενο παράδειγμα, όλες οι επικεφαλίδες που είναι μαρκαρισμένες με το tag <h2> θα εμφανισθούν με πλάγια γράμματα.

```
h1 {
font-family: arial, verdana, sans-serif;
}
h2 {
font-family: "Times New Roman", serif; font-style: italic;
}
```

Η ιδιότητα `font-variant`

Η ιδιότητα `font-variant` χρησιμοποιείται για να επιλέξουμε ανάμεσα στις παραλλαγές `normal` ή `small-caps` μιας γραμματοσειράς. Μια γραμματοσειρά του τύπου `small-caps` χρησιμοποιεί μικρού μεγέθους κεφαλαία γράμματα αντί για μικρά (πεζά) γράμματα. Στην περίπτωση που η ιδιότητα `font-variant` είναι ορισμένη στην τιμή `small-caps` και δεν υπάρχει διαθέσιμη κάποια γραμματοσειρά που να την υποστηρίζει, ο φυλλομετρητής είναι πολύ πιθανό να εμφανίσει το κείμενο με κανονικά κεφαλαία γράμματα. Ακολουθούν παραδείγματα :

```
h1 {
font-variant: small-caps;
}
h2 {
font-variant: normal;
}
```

Η ιδιότητα `font-weight`

Η ιδιότητα `font-weight` περιγράφει πόσο έντονα θα πρέπει να εμφανίζεται μια γραμματοσειρά. Μια γραμματοσειρά μπορεί να είναι είτε `normal` ή `bold`. Μερικοί φυλλομετρητές υποστηρίζουν ακόμη και αριθμούς από το 100 έως το 900 για να προσδιορίσουν με ακρίβεια το πόσο έντονη θέλουμε να είναι η γραμματοσειρά. (Duckett., 2011)

Ακολουθούν παραδείγματα :

```
p {
font-family: arial, verdana, sans-serif;
}
td {
font-family: arial, verdana, sans-serif; font-weight: bold;
}
```

```
}
```

Η ιδιότητα font-size

Η ιδιότητα font-size ορίζει το μέγεθος μιας γραμματοσειράς. Υπάρχουν πολλές μονάδες, όπως pixels, points και εκατοστά, που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε για να προσδιορίσουμε το μέγεθος μιας γραμματοσειράς.

Ακολουθούν παραδείγματα :

```
h1 {  
font-size: 30px;  
}  
h2 {  
font-size: 12pt;  
}  
h3 {  
font-size: 120%;  
}  
p {  
font-size: 1em;  
}
```

Με τις μονάδες px και pt προσδιορίζουμε το μέγεθος με απόλυτες τιμές, ενώ με τις μονάδες % και em προσδιορίζουμε το μέγεθος με σχετικές τιμές.

Η ιδιότητα font

Με την ιδιότητα font μπορούμε να προσδιορίσουμε όλες τις ιδιότητες font σε μία μόνο γραμμή. Για παράδειγμα, οι επόμενες τέσσερις γραμμές κώδικα περιγράφουν τις ιδιότητες γραμματοσειράς του tag <p> :

```
p {  
font-style: italic;
```



```
font-weight: bold;
font-size: 30px;
font-family: arial, sans-serif;
}
```

Με την ιδιότητα `font` μπορούμε να επιτύχουμε το ίδιο αποτέλεσμα, αλλά με μία μόνο γραμμή κώδικα :

```
p {
    font: italic bold 30px arial, sans-serif;
}
```

Η σειρά αναγραφής των τιμών των ιδιοτήτων για την ιδιότητα `font` είναι η εξής :

`font-style | font-variant | font-weight | font-size | font-family`

Η τεχνολογία των Διαδοχικών Φύλλων Στυλ (CSS) σάς γλυτώνει από χρόνο και κάνει τη ζωή σας ευκολότερη. (Duckett., 2011)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1 Υλοποίηση πτυχιακής

Για να υλοποιήσουμε την διαδραστική διαφήμιση αρχικά επιλέξαμε ένα θέμα που θα κτίζαμε εκεί πάνω την εργασία μας, το θέμα μας ήταν η ΚΡΗΤΗ ο λόγος γιατί ήταν ένα προϊόν γνωστό σε εμάς και διαχωρίσιμο και μπορούσαμε να έχουμε πρόσβαση σε αυτό αν πασά στιγμή το target-group της διαδραστική διαφήμιση μας είναι τουρίστες από 18++ που έχουν ένα διαφέρον να επισκεφθούν τον πολιτισμό στις χώρες που βρίσκονται αλλά και Έλληνες που πάνε ταξίδια για να γνωρίσουν τον πολιτισμό τις Κρήτης . Οπότε το μείγμα marketing μας ήταν :

Προϊόν : Κρήτη, Μινωικός πολιτισμός, Βασιλεία Κρήτης , Σύμβολα και ήθη και έθιμα. Αυτό που θέλουμε να αισθανθεί μέσα από το προϊόν μας είναι δέος συγκίνηση και την αξία του πολιτισμού μας.

Διανομή : θα είναι μέσο Site που έχουν στόχο την ενημέρωση για ταξίδια στην Κρήτη

Προώθηση: μέσο **Banner** σε site .

Αρχικά για την δημιουργία επιλέξαμε να χρησιμοποιήσουμε την τεχνολογίες και τις μεθοδολογίες τις html5 γιατί είναι ελεύθερη δηλαδή δεν ανήκει σε κάποια εταιρία και επίσης είναι πιο φιλική ως προς τις μηχανές αναζήτησης για να φταίξουμε την διαφήμιση μας επιλέξαμε μέσα από πολλά προγράμματα το Adobe Dreamweaver που ήταν πιο φιλικό προ εμάς έτσι δημιουργήσαμε νέα αρχεία html & css μέσα στο head δώσαμε το όνομα τις με τον κώδικα <title>Crete</title> μετά για την δομή της διαφήμισης την κατατάξαμε σε DIV (wrapper,text1,text,2 ,text,3 κτλπ) .

Αφού έγινε η τμηματοποίηση του αρχικού div wrapper σε υπό DIV βάλουμε μέσα το περιεχόμενο τις εργασίας, που έχει να κάνει με κείμενο (Text) και το επιμεληθήκαμε αισθητικά με τα κατάλληλα χρώματα και γραμματοσειρές, μεγέθη καθώς και τις επιθυμητές διαστάσεις αλλά και το διάστιχο. Μετά τοποθετήσαμε τα



Εικόνα 14, Αρχική σελίδα διαφήμισης

γραφικά – εικόνες, αφού πρώτα τα επεξεργαστήκαμε με το Photoshop. Η επεξεργασία είχε να κάνει με το κόψιμο και την αφαίρεση φόντων των εικόνων που βρήκαμε σε διάφορα Site και την τελική δημιουργία νέων εικόνων που είχαν να κάνουν με την θεματολογία της διαδραστικής μας διαφήμισης. Η κατάληξη των εικόνων είναι σε jpg. Η συγκεκριμένη κατάληξη είναι ιδανική για τον λόγο ότι για το ιντερνέτ είναι η πιο καλή ποιότητα, ενώ ταυτόχρονα είναι μικρή σε χωρητικότητα ώστε να έχουμε το βέλτιστο αποτέλεσμα σε ποιότητα και ταχύτητα. Άλλο ένα είδος εικόνας που χρησιμοποιούσαμε ήταν η GIF στο να κάνουμε την διαφήμιση μας πιο ελκυστική στο μάτι και με μερικά καρέ να έχουμε το επιθυμητό αποτέλεσμα. Η σελίδα κάλως ορίσματος(index.html) αποτελείται από το div (wrapper) στο οποία προστέθηκε εικόνα που είχε το περιεχόμενο , ενώ με ένα κλικ πάνω και με τον κωδικά :

```
<a href="../../../untitled.html" title="CLICK" class="fancybox fancybox.iframe" style="font-size: 36px; font-family: 'Bradley Hand ITC'; color: #FFF; text-decoration: none;">
  <div id="text"></div>
</a> ,
```

περνάμε από την index σελίδα στην index2.html όπου αυτή, αλλά και οι μετέπειτα σελίδες είναι μέσα σε ένα pop up, ώστε ο χρήστης να βλέπει στο κέντρο την διαφήμιση και το περιεχόμενο της για να μην του αποσπά κάτι άλλο την προσοχή. Για την ανάπτυξη του χρησιμοποιήσαμε την μεθοδολογία του jQuery .

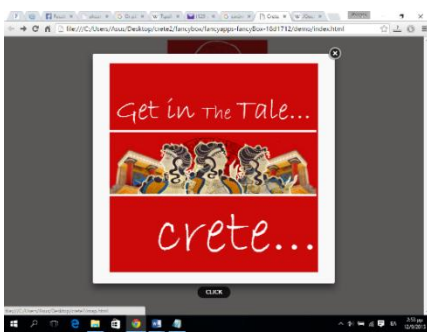
```
<!-- Add jQuery library -->
<script type="text/javascript" src="../lib/jquery-1.10.1.min.js"></script>
<!-- Add mousewheel plugin (this is optional) -->
<script type="text/javascript" src="../lib/jquery.mousewheel-3.0.6.pack.js"></script>
<!-- Add fancyBox main JS and CSS files -->
<script type="text/javascript" src="../source/jquery.fancybox.js?v=2.1.5"></script>
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="../source/jquery.fancybox.css?v=2.1.5"
media="screen" />
[ σελίδα 70]
```

με την οποία μπορούμε να δημιουργήσουμε πολλά ωραία και σύγχρονα πράγματα κατά την κατασκευή της ιστοσελίδας μας, χωρίς ιδιαίτερο κόπο. Τα τελευταία χρόνια έχει γίνει ιδιαίτερα δημοφιλής και πλέον είναι απαραίτητη η χρήση της για να κάνουμε μία πολύ καλή, χρηστική και ευχάριστη ιστοσελίδα. Τα τεράστια πλεονεκτήματα είναι, ότι λειτουργεί σε όλους τους browsers σωστά, οπότε ό,τι φτιάξουμε,



Εικόνα 16, Αποτέλεσμα jQuery

ξέρουμε ότι θα παίζει παντού και είναι πολύ ελαφριά, ώστε να έχουμε το ακόλουθο αποτέλεσμα. Ενώ η εικόνα σε αυτή την σελίδα είχε επεξεργαστεί και με τον κώδικα :



Εικόνα 15, html 1

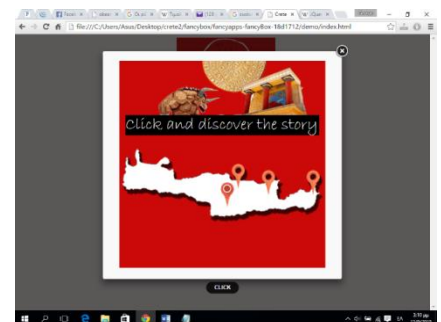
Μόλις κάποιος πάει πάνω το κέρσορα του ποντικιού θα εμφανιστεί μια νέα εικόνα και θα είναι το ακόλουθο αποτέλεσμα, ώστε να προκαλέσει το συναίσθημα της έκπληξης.

Πάμε στην τρίτη σελίδα(map. Html), όπου και εδώ έχουμε τρία DIV, κείμενο και μια GIF εικόνα-χάρτη με τέσσερα σημεία, που υποδεικνύουν τα τέσσερα βασίλεια της Κρήτης με τον κώδικα

```

```

```
<map name="Map" id="Map">
<area shape="rect" coords="269,34,304,88" href="contents.html" title="Knossos Heraklion" />
```



Εικόνα 17, Map.html

```

<area shape="rect" coords="246,87,280,147"href="2 contents.html" title="Phaistos Crete"
/>
<area shape="rect" coords="453,53,487,120" href="3contents.html" title="Zakros Crete" />
<area shape="rect" coords="341,50,382,116" href="4contents.html" title="Malia Crete"/>
</map> </div>

```

Επίσης, τα σημεία αλλάζουν ανά δευτερόλεπτο για να υπάρχει μια κίνηση στην σελίδα και ανάλογα με την επιλογή του σημείου πάνω στο χάρτη πάμε στην ανάλογη σελίδα (Κνωσός, Μάλια, Φαιστός, Ζάκρος).

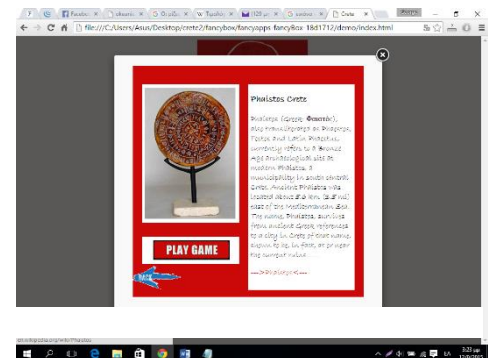
Οι contents 2,3,4 αυτές εμπεριέχουν τα DIV (wrapper,images,text,game,back) που ανάλογα με το σημείο επιλογής στο map html, αλλάζει το περιεχόμενο. Στο images div έχουμε μια εικόνα, στο text έχουμε κείμενο σε H1 (τίτλος) και κύριο κείμενο με μια υπερσύνδεση

```

<a href="http://www.heraklion.gr/en/ourplace/knossos/knossos.html"
target="_blank">Knossos | Knossos | our place | Municipality of Heraklion</a> </p>

```

το link στο τέλος του κειμένου για περισσότερες πληροφορίες, που ανοίγει σε μια νέα καρτέλα. Στη συνέχεια, έχουμε το παιχνίδι το οποίο θα το αναλύσουμε παρακάτω και το back DIV είναι το πίσω (back) που είναι μια εικόνα η οποία μας μεταφέρει πίσω στην σελίδα με



τον χάρτη.

Εικόνα 18, Contents 2,3,4

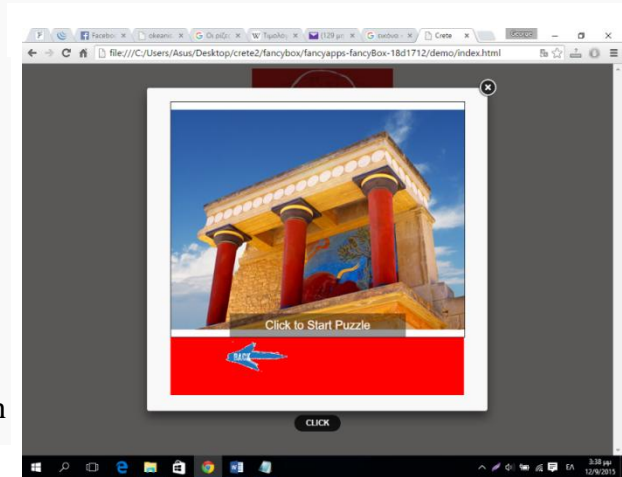
Η επόμενες σελίδες μας είναι οι knossos puzzle , faistos puzzle, maliapuzzle, zakros puzzle με το game πάζλ που είναι επί της ουσίας εξωτερικός κώδικας μέσα στο DIV, που με τη χρήση της κατάλληλης εικόνας από το μινωικό βασίλειο (Κνωσός, Μάλια, Φαιστός, Ζάκρος), η εικόνα σπάει σε κομμάτια, τα οποία είναι ανακατεμένα και ο χρήστης καλείται να βρει την λύση επι της ουσίας είναι ένας canvas του αλλάζει ανάλογα με της ανάγκες ο κώδικας που χρησιμοποιήσαμε είναι :

```

<script>
const PUZZLE_DIFFICULTY = 4
const PUZZLE_HOVER_TINT = '#009900';
function init(){
  _img = new Image();

_img.addEventListener('load',onImage,false);
  _img.src = "kvosos.jpg";
}
function onImage(e){
  _pieceWidth = Math.floor(_img.width

```



Εικόνα 19, PUZZLE1

```

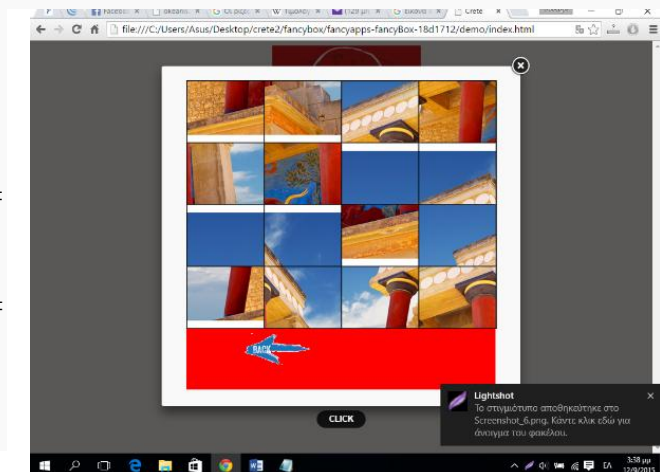
/ PUZZLE_DIFFICULTY)
  _pieceHeight = Math.floor(_img.height / PUZZLE_DIFFICULTY)
  _puzzleWidth = _pieceWidth * PUZZLE_DIFFICULTY;
  _puzzleHeight = _pieceHeight * PUZZLE_DIFFICULTY;
  setCanvas();
  initPuzzle();
}
function setCanvas(){
  _canvas
document.getElementById('canvas');
  _stage
_canvas.getContext('2d');
  _canvas.width = _puzzleWidth;

```

```

  _canvas.height
  _puzzleHeight;
  _canvas.style.border = "1px solid black";
}
function initPuzzle(){
  _pieces = [];

```



Εικόνα 20, PUZZLE1

```

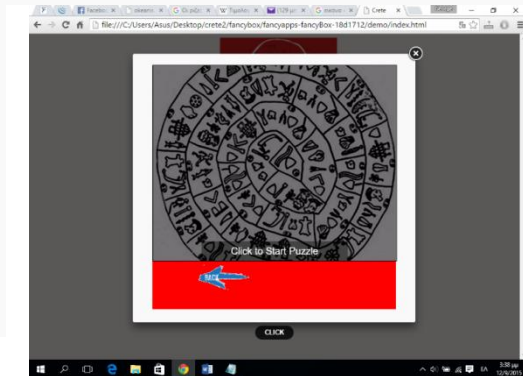
  _canvas.height =
  _puzzleHeight;
  _canvas.style.border = "1px solid black";
}
function initPuzzle(){
  _pieces = [];

```

```

_mouse = {x:0,y:0};
_currentPiece = null;
_currentDropPiece = null;
_stage.drawImage(_img, 0, 0, _puzzleWidth, _puzzleHeight, 0, 0, _puzzleWidth,
_puzzleHeight);
createTitle("Click to Start Puzzle");
buildPieces();
}
function createTitle(msg){
_stage.fillStyle = "#000000";
_stage.globalAlpha = .4;

```



Εικόνα 21, PUZZLE2

```

_stage.fillRect(100,_puzzleHeight
40,_puzzleWidth - 200,40);
_stage.fillStyle = "#FFFFFF";
_stage.globalAlpha = 1;
_stage.textAlign = "center";
_stage.textBaseline = "middle";
_stage.font = "20px Arial";

```

```

_stage.fillText(msg,_puzzleWidth
2,_puzzleHeight - 20);
}

```

```

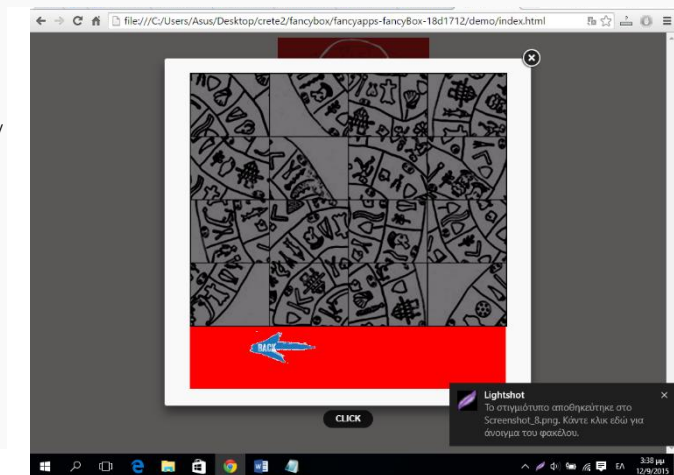
function buildPieces(){
var i;
var piece;

```

```

var xPos = 0;
var yPos = 0;
for(i = 0;i < PUZZLE_DIFFICULTY * PUZZLE_DIFFICULTY;i++){
piece = {};

```

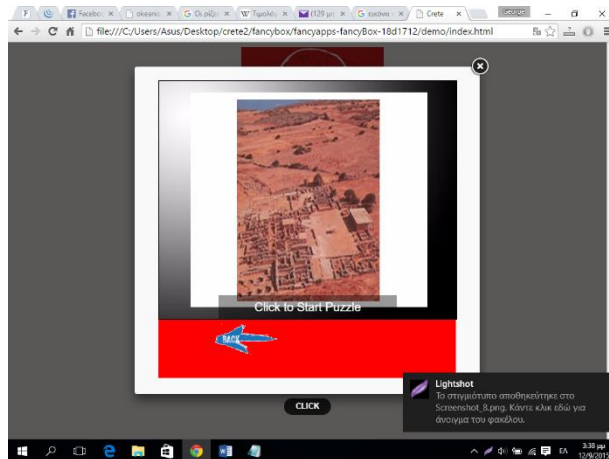


Εικόνα 22, PUZZLE2

```

piece.sx = xPos;
piece.sy = yPos;
_pieces.push(piece);
xPos += _pieceWidth;
if(xPos >= _puzzleWidth){
    xPos = 0;
    yPos += _pieceHeight;
}

```



Εικόνα 23, PUZZLE3

```

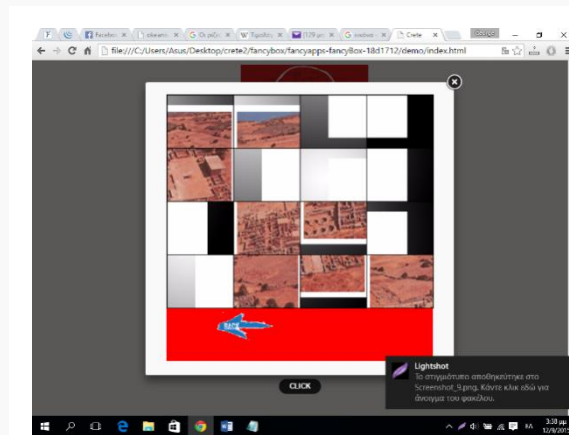
}
document.onmousedown = shufflePuzzle;
}

```

```

function shufflePuzzle(){
    _pieces = shuffleArray(_pieces);
    _stage.clearRect(0,0,_puzzleWidth,_puzzleHeight);
    var i;
    var piece;
    var xPos = 0;
    var yPos = 0;
    for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
        piece = _pieces[i];
        piece.xPos = xPos;
        piece.yPos = yPos;
        _stage.drawImage(_img, piece.sx, piece.sy,
            _pieceWidth, _pieceHeight, xPos, yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
        _stage.strokeRect(xPos, yPos, _pieceWidth,_pieceHeight);
        xPos += _pieceWidth;
        if(xPos >= _puzzleWidth){
            xPos = 0;
            yPos += _pieceHeight;
        }
    }
}

```



Εικόνα 24, PUZZLE3

```

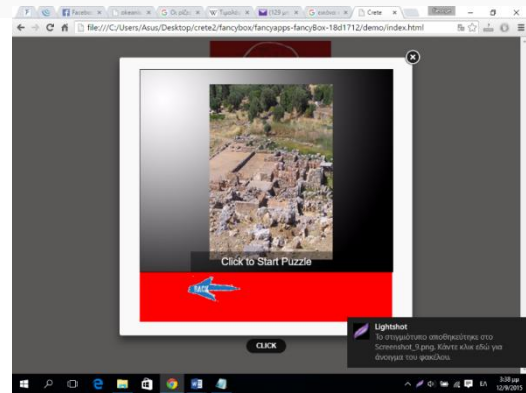

```



```

document.onmousedown = onPuzzleClick;
}
function onPuzzleClick(e){
    if(e.layerX || e.layerX == 0){
        _mouse.x      =      e.layerX
        _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y      =      e.layerY
        _canvas.offsetTop;
    }
    else if(e.offsetX || e.offsetX == 0){
        _mouse.x = e.offsetX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.offsetY - _canvas.offsetTop;
    }
    _currentPiece = checkPieceClicked();
    if(_currentPiece != null){

```

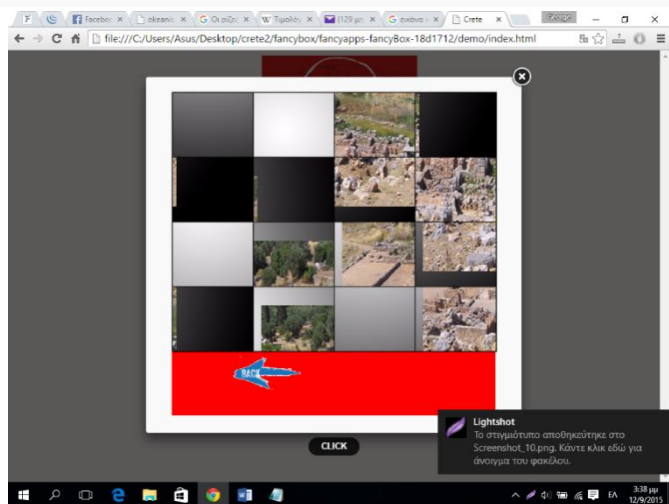


Εικόνα 25, PUZZLE4

```

_stage.clearRect(_currentPiece.xPos,_currentPiece.yPos,_pieceWidth,_pieceHeight);
    _stage.save();
    _stage.globalAlpha = .9;
    _stage.drawImage(_img,
        _currentPiece.sx, _currentPiece.sy,
        _pieceWidth, _pieceHeight, _mouse.x -
        (_pieceWidth / 2), _mouse.y -
        (_pieceHeight / 2), _pieceWidth, _pieceHeight);
    _stage.restore();
    document.onmousemove = updatePuzzle;
    document.onmouseup = pieceDropped;
}
}

```



Εικόνα 26, PUZZLE4

```

function checkPieceClicked(){
    var i;
    var piece;
    for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
        piece = _pieces[i];
        if(_mouse.x < piece.xPos || _mouse.x > (piece.xPos + _pieceWidth) || _mouse.y <
piece.yPos || _mouse.y > (piece.yPos + _pieceHeight)){
            //PIECE NOT HIT
        }
        else{
            return piece;
        }
    }
    return null;
}

function updatePuzzle(e){
    _currentDropPiece = null;
    if(e.layerX || e.layerX == 0){
        _mouse.x = e.layerX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.layerY - _canvas.offsetTop;
    }
    else if(e.offsetX || e.offsetX == 0){
        _mouse.x = e.offsetX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.offsetY - _canvas.offsetTop;
    }
    _stage.clearRect(0,0,_puzzleWidth,_puzzleHeight);
    var i;
    var piece;
    for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
        piece = _pieces[i];
        if(piece == _currentPiece){

```

```

        continue;
    }
    _stage.drawImage(_img, piece.sx, piece.sy, _pieceWidth, _pieceHeight,
piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
    _stage.strokeRect(piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
    if(_currentDropPiece == null){
        if(_mouse.x < piece.xPos || _mouse.x > (piece.xPos + _pieceWidth) || _mouse.y
< piece.yPos || _mouse.y > (piece.yPos + _pieceHeight)){
            //NOT OVER
        }
        else{
            _currentDropPiece = piece;
            _stage.save();
            _stage.globalAlpha = .4;
            _stage.fillStyle = PUZZLE_HOVER_TINT;
            _stage.fillRect(_currentDropPiece.xPos, _currentDropPiece.yPos, _pieceWidth,
_pieceHeight);
            _stage.restore();
        }
    }
    _stage.save();
    _stage.globalAlpha = .6;
    _stage.drawImage(_img, _currentPiece.sx, _currentPiece.sy, _pieceWidth,
_pieceHeight, _mouse.x - (_pieceWidth / 2), _mouse.y - (_pieceHeight / 2), _pieceWidth,
_pieceHeight);
    _stage.restore();
    _stage.strokeRect( _mouse.x - (_pieceWidth / 2), _mouse.y - (_pieceHeight / 2),
_pieceWidth, _pieceHeight);
}
function pieceDropped(e){

```

```

    document.onmousemove = null;
document.onmouseup = null;
    if(_currentDropPiece != null){
        var tmp = {xPos:_currentPiece.xPos,yPos:_currentPiece.yPos};
        _currentPiece.xPos = _currentDropPiece.xPos;
        _currentPiece.yPos = _currentDropPiece.yPos;
        _currentDropPiece.xPos = tmp.xPos;
        _currentDropPiece.yPos = tmp.yPos;
    }
    resetPuzzleAndCheckWin();
}
function resetPuzzleAndCheckWin(){
    _stage.clearRect(0,0,_puzzleWidth,_puzzleHeight);
    var gameWin = true;
    var i;
    var piece;
    for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
        piece = _pieces[i];
        _stage.drawImage(_img, piece.sx, piece.sy, _pieceWidth, _pieceHeight,
piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
        _stage.strokeRect(piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth,_pieceHeight);
        if(piece.xPos != piece.sx || piece.yPos != piece.sy){
            gameWin = false;
        }
    }
    if(gameWin){
        setTimeout(gameOver,500);
    }
}
function gameOver(){
    document.onmousedown = null;

```

```

document.onmousemove = null;
document.onmouseup = null;
initPuzzle();

                window.location = "end.html";

    }
    function shuffleArray(o){
        for(var j, x, i = o.length; i; j = parseInt(Math.random() * i), x = o[--i], o[i] = o[j], o[j]
= x);
        return o;
    }

```

```

</script>
<style type="text/css">
<!--
#ttyp {
    background-color: #F00;
    height: 500px;
;
    width: 500px;
    margin-right: auto;
    margin-left: auto;
}
-->
</style></head>

```

```

<body onLoad="init();">
<div id="ttyp">
<canvas id="canvas"></canvas>

```



Εικόνα 27, Τελευταία σελίδα

Μετά το πέρας της λύσης του πάζλ και του τελευταίο κομμάτι , αυτόματα πάμε στην τελευταία σελίδα, όπου έχουμε 3 DIV (wrapper, text, images) μια φόρμα επικοινωνίας με φόρμες κειμένου (text form), ενώ στο τέλος την αποστολή (sent) με τον ακολουθώ κώδικα:

```
<p>
  <label for="firstname">Name:</label>
  <input name="firstname" type="text" id="firstname" value="" size="20" />
</p><p><label for="surname">Surname:</label>
  <input name="surname" type="text" id="surname" value="" size="20" maxlength="200"
/>
  <br />
</p>
<p> E-Mail:
<input type="email" id="email" name="email" maxlength="200" value=""size="20" />
  <label for="telephone"><br />
  <br />
  Phone:</label>
  <input name="telephone" type="text" id="telephone" value="" size="20"
maxlength="50" />
</p>
<form id="form1" name="form1" method="post" action="">
  <label>
    <input type="submit" name="we" id="we" value="Send" />
  </label>
</form>
```

και μια εικόνα με διάφορα γραφικά σε jpg και GIF . με τα για να αναβάσουμε την διαφήμιση σε site αρχικά να ανεβάσεις τα αρχεία στο server (εικόνες, js, css κτλ) ώστε να κανουμε ένα iframe που είναι ένα "παράθυρο" μέσα σε μια σελίδα, στο οποίο προβάλεται μια άλλη σελίδα.

Δηλαδή κάτι σαν frame, μόνο που μπορεί να μπει μέσα στην σελίδα κι έχει συγκεκριμένες

διαστάσεις, έτσι έχουμε το ακόλουθο αποτέλεσμα . Αποτέλεσμα iframe



Εικόνα 28, Αποτέλεσμα iframe 1

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1 Ερωτηματολόγιο Εισαγωγή

Για να κατανοήσουμε και να μελετήσουμε, πως η διαδραστική διαφήμιση επιδρά στη ψυχολογία του καταναλωτή, αποφασίσαμε να διεξάγουμε μια έρευνα , δημιουργώντας ένα ερωτηματολόγιο με απλές ερωτήσεις που θα μας παρουσιάσουν τα αποτελέσματα.

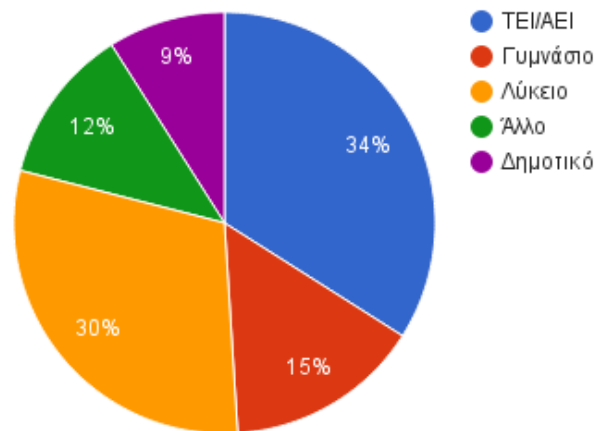
Η απήχηση αυτής της έρευνας ήταν ικανοποιητικά μεγάλη από τον κόσμο καθώς συμπληρώθηκαν 100 έγκυρα ερωτηματολόγια που μας επέφερε επιθυμητά αποτελέσματα. Τα αποτελέσματα της έρευνας θα παρουσιαστούν παρακάτω με τη μορφή διαγραμμάτων.

5.1.1 Διαγράμματα



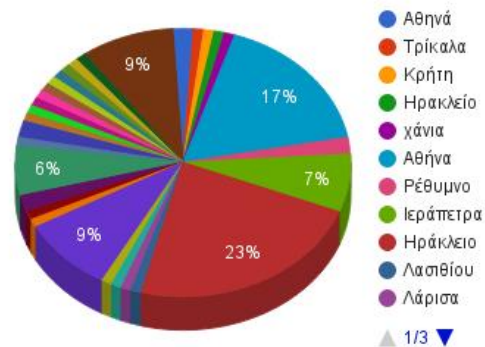
Η μέτρηση κάλυψε ευρεία ηλικιακή κλίμακα. Το μεγαλύτερο ποσοστό 44% κάλυψε τις ηλικίες από 18 έως 30 ετών.

Μέτρηση από Τι μορφωτικό επίπεδο είστε;

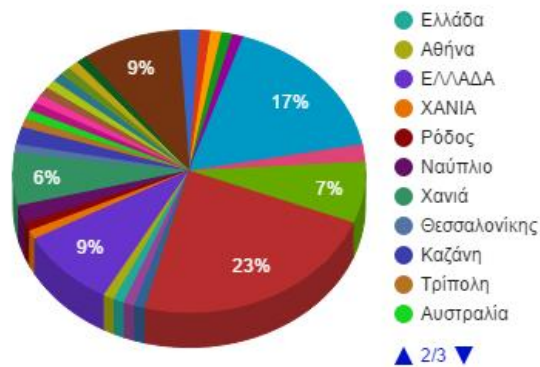


Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων , 34% είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ενώ ένα σημαντικό ποσοστό, έχει ολοκληρώσει την υποχρεωτική φοίτηση , 24%.

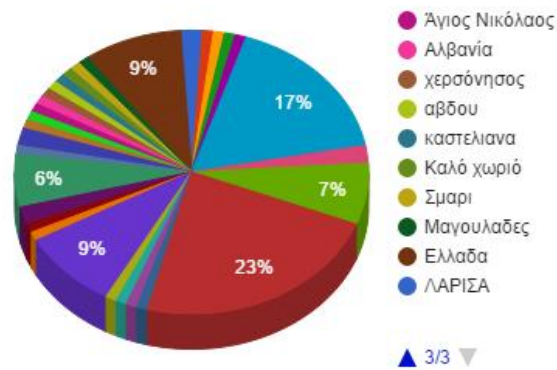
Μέτρηση από Σε πια πόλη/χώρα διαμένετε ;



Μέτρηση από Σε πια πόλη/χώρα διαμένετε ;

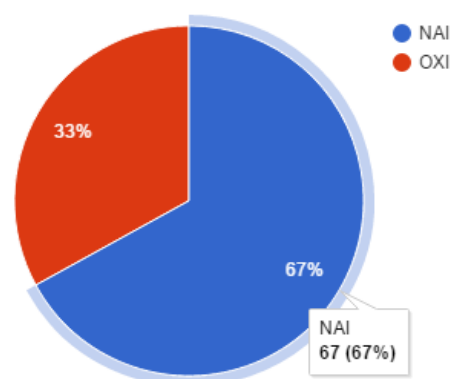


Μέτρηση από Σε πια πόλη/χώρα διαμένετε ;



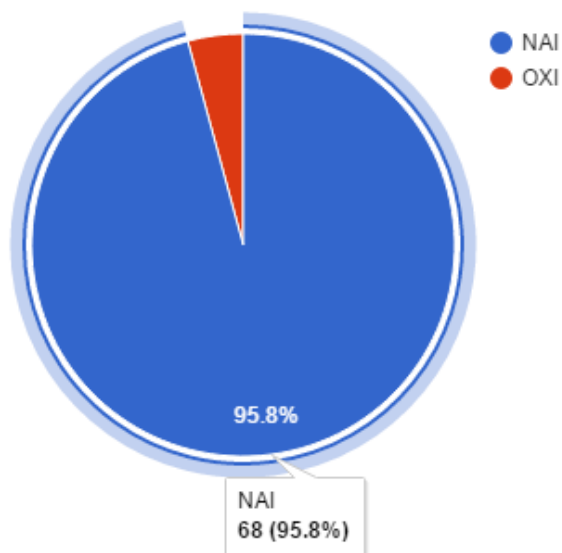
Η μέτρηση πραγματοποιήθηκε κυρίως σε κατοίκους της Ελλάδας, αλλά και σε κατοίκους της Αυστραλίας και Αλβανίας σε ποσοστό 7%. Οσο αφορά τον Ελλαδικό χώρο, κάλυψε περιοχές όπως η Αθήνα, η Κρήτη, η Ρόδος, το Ναύπλιο, η Τρίπολη, η Κοζάνη, η Θεσσαλονίκη.

Μέτρηση από Ξέρετε τι είναι η διαδραστική διαφήμιση και τις δυνατότητες της ;



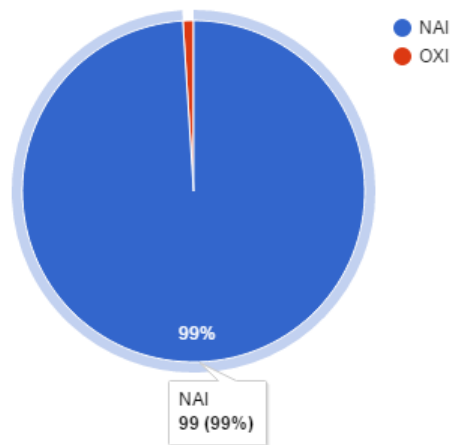
Το 67% του ερωτηθέντος δείγματος δήλωσε πως γνωρίζει τι είναι η διαδραστική διαφήμιση και τις δυνατότητες της, ενώ το 1/3 περίπου του δείγματος απάντησε πως δε γνωρίζει.

Μέτρηση από Αν ΝΑΙ σας άρεσε σαν εμπειρία;



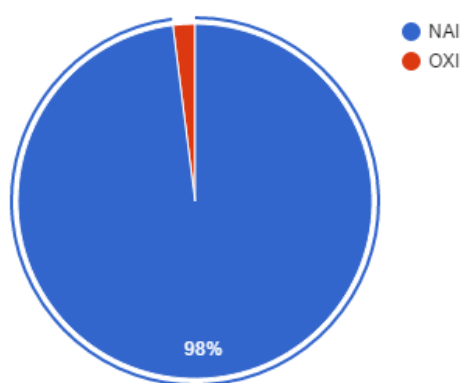
Το 95,8% του δείγματος, δήλωσε ικανοποιημένο από την εμπειρία της διαδραστικής διαφήμισης, ενώ το υπόλοιπο έδωσε αρνητική απάντηση.

Μέτρηση από Σας άρεσε η διαφήμιση που παρακολουθήσατε;



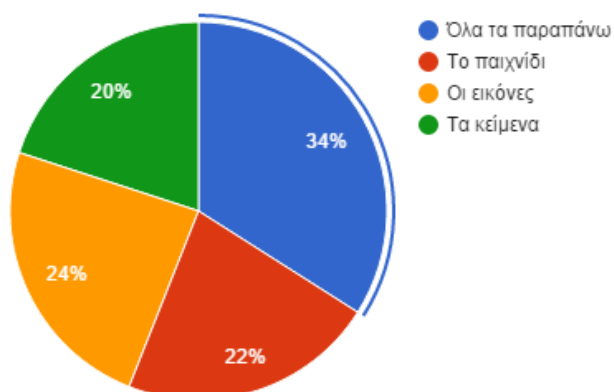
Το 99% του ερωτηθέντος δείγματος δήλωσε ικανοποιημένο από τη διαφήμιση που παρακολούθησαν , ενώ 1% έδωσε αρνητική απάντηση.

Μέτρηση από Ήταν εύκολο να περιηγηθείτε μέσα στην διαφήμιση ;



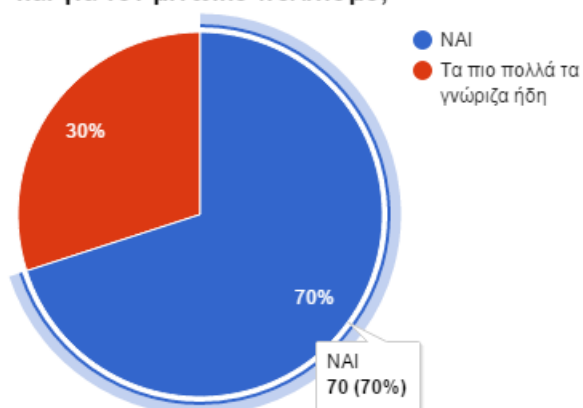
Σχετικά με το βαθμό ευκολίας, όσο αφορά την περιήγηση στη διαφήμιση, το 98% δήλωσε πως του φάνηκε εύκολο, ενώ το 2%, πως συνάντησε δυσκολία.

Μέτρηση από Τι σας άρεσε περισσότερο;



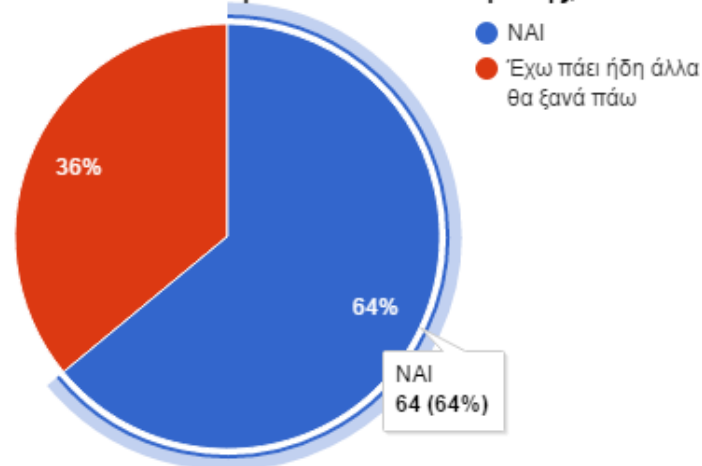
Σε ποσοστό 34% των ερωτηθέντων, τους άρεσε συνολικά το παιχνίδι, οι εικόνες και τα κείμενα, ενώ, αμέσως μετά, σε ποσοστό 24% τους άρεσαν οι εικόνες. Ακολούθησαν το παιχνίδι σε ποσοστό 22% και τα κείμενα σε ποσοστό 20%.

Μέτρηση από Μάθατε πράγματα για την ΚΡΗΤΗ και για τον μινωικό πολιτισμό;



Ποσοστό 70% του δείγματος δήλωσε πως απέκτησε πληροφορίες για την Κρήτη και τα Μινωικό πολιτισμό, ενώ το 30% δήλωσε πως δεν απέκτησε νέες πληροφορίες.

Μέτρηση από Θα μπαίνατε στην διαδικασία μετά από την προβολή της διαφήμισης να επισκεφθείτε την ΚΡΗΤΗ και να θαυμάσετε τον πολιτισμό της;



Οι ερωτηθέντες σε ποσοστό 64%, δήλωσαν πως μετά την προβολή της διαφήμισης, θα επισκέπτονταν την Κρήτη, ενώ το 36%, δήλωσε πως αν και την είχε επισκεφτεί, θα το ξανάκανε.

5.1.2 Συμπεράσματα Ερωτηματολόγιου

Με βάση τις παραπάνω μετρήσεις, η διαδραστική διαφήμιση αποτελεί πόλο έλξης για τους καταναλωτές, καθώς τους ικανοποιεί και τους προτρέπει να καταναλώσουν το προϊόν, (στη συγκεκριμένη περίπτωση, να επισκεφτούν το νησί και να γνωρίσουν τον πολιτισμό του).

Η διαδραστική διαφήμιση είχε θετική ανταπόκριση, άσχετα από τον τόπο κατοικίας των ερωτηθέντων αφού το δείγμα κάλυπτε διάφορες περιοχές της χώρας αλλά και κάποια σημεία εκτός χώρας,

Είναι ιδιαίτερα ελκυστική, καθώς αποτελείται από ποικιλία εργαλείων όπως κείμενα, εικόνες και παιχνίδια και κατά συνέπεια τους κεντρίζει το ενδιαφέρον. Αξιοσημείωτο είναι πως από όλα τα εργαλεία, την πρώτη θέση στις προτιμήσεις τους την έχουν οι εικόνες.

Επίσης, με βάση το ερωτηματολόγιο οι ερωτηθέντες αισθάνθηκαν ως ευχάριστη εμπειρία την

ενασχόληση τους με τη συγκεκριμένη διαφήμιση, γεγονός που ενισχύει τη θετική τάση του καταναλωτικού κοινού να εμπλακεί σε εφαρμογές σχετικά νέες σε σχέση με ό,τι έχει παρακολουθήσει έως τώρα.

Επιπλέον, παρατηρήθηκε πως υπήρχε ευκολία στην περιήγηση των ερωτηθέντων, στο πλαίσιο της διαφήμισης, παρόλο που το είδος αυτό της διαφήμισης δεν έχει αναπτυχθεί, παρά τα τελευταία χρόνια. Επίσης, είναι ιδιαίτερα σημαντικό το γεγονός πως σε ένα αρκετά μεγάλο βαθμό το δείγμα των ερωτηθέντων ήταν γνώστες του είδους της διαδραστικής διαφήμισης και στη συντριπτική τους πλειοψηφία, τους άρεσε να την παρακολουθούν.

Επιπλέον, είναι πολύ σημαντικό, όσο αφορά το στόχο της διαφήμισης το γεγονός, πως μετά την προβολή της, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, δήλωσε πρόθυμο να επισκεφτεί το νησί, ενώ όσοι το είχαν επισκεφτεί, επιθυμούσαν να το επαναλάβουν.

Κατά συνέπεια, με βάση τα παραπάνω δεδομένα, φαίνεται πως η διαδραστική διαφήμιση αποτελεί βασική καινοτομία στον τομέα της διαφήμισης και κερδίζει ολοένα και μεγαλύτερο κοινό. Θα ήταν λοιπόν θετικό, η παραγωγή διαφημιστικού υλικού να αναπτυσσόταν προς αυτή την κατεύθυνση, ώστε η ανταπόκριση του καταναλωτικού κοινού να αυξάνεται αναλογικά με τις νέες ενδιαφέρουσες εφαρμογές της διαδραστικής διαφήμισης.

Άρα λοιπόν καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως τελικά η διαδραστική διαφήμιση επιδρά στη ψυχολογία του καταναλωτή και στην αγοραστική του συμπεριφορά, στη συγκεκριμένη περίπτωση να επισκεφθεί τη Κρήτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6.1 Μελέτη της επίδρασης της στην ψυχολογία του καταναλωτή

Η μεγάλη επιτυχία της διαφήμισης έγκειται στην εντύπωση που δημιουργεί στους περισσότερους ανθρώπους σχετικά με τη δύναμη και επιρροή της. Οι περισσότεροι καταναλωτές θεωρούν πως η διαφήμιση έχει γενικά μεγάλη επιρροή στο καταναλωτικό κοινό, εκτός από τους ίδιους. Αυτό το γεγονός δείχνει πόσο υπόγεια λειτουργεί η διαφήμιση και επηρεάζει τις επιλογές και προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού. Η επίδραση της συνδέεται άμεσα με την ψυχολογία του κάθε καταναλωτή ο οποίος αποτελεί δέκτη του διαφημιστικού μηνύματος. Στην πραγματικότητα η τεχνική της διαφήμισης προσεγγίζει την επιστήμη της ψυχολογίας προκειμένου να αξιοποιήσει τα στοιχεία της επίγνωσης αντίληψης, προσοχής του καταναλωτή, ώστε να πετύχει το στόχο της.

Αρχικά ο καταναλωτής αντιλαμβάνεται το μήνυμα ενώ στη συνέχεια επιδρά η λειτουργία της επίγνωσης. Με την επίγνωση δημιουργείται στο μυαλό του καταναλωτή η δυνατότητα να αναγνωρίζει το μήνυμα και τον αποστολέα του, που στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι ο διαφημιζόμενος. Σε αυτό το πλαίσιο η διαφήμιση περιλαμβάνει στοιχεία οικεία προς τον καταναλωτή, έτσι ώστε αυτό να αισθανθεί ότι αξίζει να προσέξει το μήνυμα της διαφήμισης που παρακολουθεί. Στη συνέχεια ο καταναλωτής αφού πληροφορηθεί το μήνυμα, πρέπει να το συσχετίσει με οικείες εμπειρίες, αξίες συναισθήματα. Οι αξίες διαμορφώνουν τις επιλογές των καταναλωτών και άρα τη στάση τους απέναντι σε ένα προϊόν ή υπηρεσία. Στόχος του διαφημιστικού μηνύματος εκτός από την προώθηση ενός προϊόντος είναι να διατηρείται στη μνήμη του καταναλωτή το προϊόν χρησιμοποιώντας μηχανισμούς ανάκλησης, όπως μουσική, μικρές φρασούλες, ομοιοκαταληξίες.

(Wells & Burnett & Moriarty, 2011)

Η σχέση ψυχολογίας και διαφημιστικού μηνύματος είναι άμεση καθώς σε κάθε στάδιο επεξεργασίας του επιδρούν μηχανισμοί τους οποίους ερμηνεύει η επιστήμη της ψυχολογίας.

Η διαφήμιση στις μέρες μας είναι κατά το μεγαλύτερο μέρος της διαφορετική από τις διαφημίσεις του παρελθόντος. Η διαφορά έγκειται στο γεγονός πως δεν απευθύνεται τόσο στη λογική αλλά στο συναίσθημα του καταναλωτή. Προσπαθεί να εντυπώσει τα αντικείμενα της πρώτα συναισθηματικά και στη συνέχεια να τα υποβάλλει νοητικά. Αυτή η μορφή διαφήμισης εντυπωσιάζει τον υποψήφιο καταναλωτή και τον κερδίζει με τη χρήση διάφορων

μέσων όπως, με την επανάληψη της ίδιας φόρμουλας ή με τη δύναμη και επίδραση μιας έγκυρης εικόνας .

Με την επίκληση στο συναίσθημα του καταναλωτή το διαφημιστικό μήνυμα διεγείρει συναισθήματα ζήλιας, συγκίνησης ή δημιουργεί ενοχές σε όποιους δε θα αγοράσουν το προϊόν. Επιπλέον παρουσιάζει ως επιτυχημένους αυτούς που το προτιμούν. Άλλοτε πάλι το διαφημιστικό μήνυμα κάνει επίκληση στην αυθεντία καθώς ειδικοί εγγυώνται για την ποιότητα ενός προϊόντος. Άλλοτε πάλι ο καταναλωτής επηρεάζεται από την επίκληση στο ήθος του πομπού, όταν για παράδειγμα τονίζεται η μακρόχρονη παρουσία και προσφορά μιας εταιρίας σε ένα συγκεκριμένο παραγωγικό χώρο. Η επιστράτευση της λογικής είναι πιο σπάνια και συνήθως συναντιέται με τη μορφή υπερπροσφορών ή βελτιωμένων παροχών που έχουν συγκεκριμένη χρονική διάρκεια. (Wells & Burnett & Moriarty, 2011).

Ο βασικός στόχος της διαδραστικής διαφήμισης είναι η γνωστοποίηση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας στους καταναλωτές και η προσπάθεια παρακίνησής τους στο να προβούν στην αγορά των προϊόντων ή υπηρεσιών αυτών, όπως αναφέρουν και για τη διαφήμιση μέσω διαδικτύου. (Thornton & Lin, 2003).

Πιο συγκεκριμένα, στη δική μας περίπτωση η επίδραση της διαδραστικής (interactive) διαφήμισης στον καταναλωτή εξαρτάται από την προσοχή, την αντίληψη την κατανόηση τη μνήμη και τη σκέψη του. Η προσέλκυση της προσοχής αφορά το βασικότερο κομμάτι του μηχανισμού ψυχολογικής επίδρασης της διαφήμισης στον καταναλωτή. Ο μηχανισμός αυτός περιλαμβάνει τα στάδια της προσέλκυσης προσοχής, της δημιουργίας ενδιαφέροντος, της διέγερσης των συναισθημάτων, της δημιουργίας πεποίθησης, της λήψης απόφασης και της δράσης, δηλαδή της αγοράς του προϊόντος. Σχετικά με το στάδιο της αντίληψης, η διαφήμιση χρησιμοποιεί στοιχεία τα οποία χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία οπτικών, ακουστικών και κινητικών αντιλήψεων. Όσο αφορά το στάδιο της κατανόησης ο βαθμός επίδρασης της διαδραστικής διαφήμισης εξαρτάται ιδιαίτερα από αυτό και πιο συγκεκριμένα από τα στοιχεία που απαρτίζουν το διαφημιστικό μήνυμα. Αυτά τα στοιχεία είναι ο ήχος, η εικόνα και το κείμενο. Αυτά τα στοιχεία πρέπει να γίνουν κατανοητά από τον καταναλωτή, ώστε να επηρεάσουν τη συμπεριφορά του με βάση την επιθυμία του διαφημιζόμενου. Σχετικά με το στάδιο της μνήμης είναι πολύ σημαντικό για την επιτυχία του σκοπού μιας διαδραστικής διαφήμισης να μένει στο μυαλό του καταναλωτή όχι μόνο ποιο είναι το σλόγκαν, οι εικόνες, τα κείμενα

αλλά κυρίως το διαφημιζόμενο προϊόν, το βασικό μήνυμα της διαφήμισης. Το επόμενο ψυχολογικό στοιχείο που μπορεί να επηρεάσει τις επιλογές του καταναλωτή είναι η σκέψη. Οι σκέψεις χρησιμοποιούνται για την εξαγωγή συμπερασμάτων και νέων σκέψεων. Οι μορφές σκέψης που μπορεί να έχει ένας άνθρωπος είναι: η σύγκριση, η απόσπαση, η συγκεκριμενοποίηση, η ανάλυση, η σύνθεση, η γενίκευση, η εγκατάσταση αναλογιών, η συσχέτιση, η κρίση, ο συλλογισμός, το συμπέρασμα. Αυτές οι μορφές σκέψης χρησιμοποιούνται συχνά στη διαφήμιση.

Όπως ειπώθηκε και παραπάνω τα τελευταία χρόνια γίνεται ιδιαίτερη βάση στην επίκληση του συναισθήματος. Έτσι, τα συναισθήματα λαμβάνονται υπ' όψιν στη δημιουργία διαφημίσεων. Όλες οι διαφημίσεις δημιουργούν συναισθηματικές αντιδράσεις στους καταναλωτές, οι οποίες αποθηκεύονται στη συναισθηματική μνήμη. Μία διαφήμιση επηρεάζει, υποσυνείδητα, διάφορες συναισθηματικές μορφές. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με το ότι η συναισθηματική μνήμη λειτουργεί με βάση την αρχή, αποδοχή-μη αποδοχή, επιθυμία-μη επιθυμία, επηρεάζει τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και συνεπώς τη συμπεριφορά και τις επιλογές του καταναλωτή.

(Wells & Burnett & Moriarty, 2011).

Η έρευνα που πραγματοποιήσαμε με τη μορφή ερωτηματολογίου δεν είχε στόχο να προσεγγίσει τη ψυχολογία των καταναλωτών πάνω στη διαδραστική διαφήμιση αλλά να καταλήξουμε στο συμπέρασμα αν τους άρεσε ή όχι η διαφήμιση που δημιουργήσαμε καθώς και τι τους κίνησε το ενδιαφέρον στο οπτικό κομμάτι (κείμενα, εικόνες, παιχνίδι).

Τέλος, θέλαμε να κατανοήσουμε την απήχηση του προϊόντος μας (τη Κρήτη) ως προς την μελλοντική επίσκεψη του.

Εν κατακλείδι, στη πτυχιακή μας εργασία δίνουμε περισσότερη βαρύτητα στο κομμάτι της υλοποίησης της διαδραστικής διαφήμισης, που είναι η ουσία της εργασίας μας και λιγότερο στο κομμάτι της ψυχολογίας διότι είναι αρκετά μεγάλο ώστε να αναπτυχθεί πλήρως.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

6.1 Συμπεράσματα

Σε αυτό το σημείο ολοκληρώνεται η υφιστάμενη πτυχιακή εργασία, προβάλλοντας τα συμπεράσματα που προέκυψαν κατά την εκπόνησή της. Τα συμπεράσματα αυτά απορρέουν τόσο από τη θεωρητική προσέγγιση, παρουσιάζοντας μια σύντομη επισκόπηση στην ιστορική και μεθοδολογική προσέγγιση της διαφήμισης καθώς και τους διάυλους επικοινωνίας που χρησιμοποιεί, στη παραδοσιακή και διαδικτυακή μορφή της.

Στη συνέχεια, για τη διεκπεραίωση του τεχνικού μέρους της εργασίας μας, χρησιμοποιήσαμε την HTML 5 και άλλες μεθοδολογίες όπως CSS, XML, JQuery και Javascript που μας επέφεραν το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Το βασικό αντικείμενο της εργασίας μας είναι η δημιουργία διαδραστικής διαφήμισης η οποία έχει ποικίλες δυνατότητες που προσφέρουν στον χρήστη-καταναλωτή, που θα εκτεθεί σε αυτή, τη δυνατότητα να ανακαλύψει μέσα από κείμενα που υπάρχουν κωδικοποιημένα μηνύματα καθώς και τη περιπλάνησή του μέσα σε χάρτες, να αποκτήσει πληροφορίες και να διασκεδάσει μέσα από το παιχνίδι. Και τέλος, τη συμμετοχή του στο διαγωνισμό που έχουμε ορίσει.

Ο τελικός μας σκοπός ήταν μέσα από τη διαφήμιση μας να αναδείξουμε το brand που επιλέξαμε, τη Κρήτη, με τις τεχνολογίες της HTML5. Και αποδεδειγμένα πλέον μετά το πέρας της έρευνας επιβεβαιώσαμε πως ένας καταναλωτής μπορεί να επηρεαστεί και να κεντρίσει το ενδιαφέρον του, όταν του παρέχει τα κατάλληλα ερεθίσματα.

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω δεδομένα οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι ο καταναλωτής είναι δεκτικός στο να αντιληφθεί κάτι πρωτόγνωρο και διαφορετικό για αυτόν.

Αφού λοιπόν η διαδραστική διαφήμιση, έτυχε τέτοιας θετικής ανταπόκρισης από το καταναλωτικό κοινό, θα μπορούσε να εφαρμοστεί και σε άλλους τομείς προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών, πέρα από τον τουριστικό τομέα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Shelly, Rodgers & Esther, Thorson., 2001. THE INTERACTIVE ADVERTISING MODEL: HOW USERS PERCEIVE AND PROCESS ONLINE ADS.
- Will R.2002.,. digital marketing: using new technologies to get closer to your customers, London: KOGAN PAGE
- Raggett, Dave.,1998. A history of HTML. W3.org".[Online] 1 (June), Διαθέσιμο στη: <http://www.w3.org/People/Raggett/book4/ch02.html>
- xml.coverpages.,2005. XML Applications and Initiatives[Online] 29 (June), Διαθέσιμο στη: <http://xml.coverpages.org/xmlApplications.html> [Ανακτήθηκε 25 June 2005]
- Cody, Lindley., 2012. JQuery Succinctly. Αγγλία: Εκδότης syncfusion.com
- Jon, Duckett., 2011. HTML & CSS. New York: Εκδότης John Wiley & Sons Inc
-

B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Gillian, Dyer., 2007. Η διαφήμιση ως επικοινωνία. Μετάφραση: Αγγελική Σπυροπούλου. Αθηνά Εκδόσεις Πατάκη
- Ζώτος, Γ.Κ., 2008, Διαφήμιση σχεδιασμός, ανάπτυξη, αποτελεσματικότητα. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις επιστημονικών βιβλίων και περιοδικών University studios press.
- Belch, George E, & Belch, Michael E.,2009. Διαφήμιση και Προώθηση ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ. 8η Έκδοση. Αθήνα: εκδόσεις ΤΣΙΟΛΑ
- Φρίγκας, Γεώργιος.,2005 .Διαφήμιση και Μάρκετινγκ στο διαδίκτυο, Αθηνά: Εκδόσεις Κριτική ΑΕ
- Χαρίτος, Ι. Θ.,2005, Η διαφήμιση στο διαδίκτυο. Αθηνά Εκδόσεις Πατάκη.
- Βλαχοπούλου, Μ. (2003). e-Marketing/Διαδικτυακό Μάρκετινγκ. Αθήνα: Εκδόσεις οίκος Rosili.
- Iab hellas., 2009 . Interactive Advertising Bureau: Η online διαφημιστική δαπάνη ξεπερνά για πρώτη φορά στη Μεγάλη Βρετανία την τηλεοπτική δαπάνη. Iab.gr . [Online] 18(June), Διαθέσιμο Στη: <http://www.iab.gr/gr/news/lists/news-item/?cid=2&aid=96> [Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου 2009]
- Iab hellas., 2008 . Συνέδριο Interactive Advertising Bureau: Συμπεράσματα IMC 2008 Iab.gr . [Online] 18(June), Διαθέσιμο

- Στη: <http://www.iab.gr/gr/imc/?evid=26> [Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου 2008]
- Iab hellas., 2008 . Interactive Advertising Bureau: Interactive marketing. iab.gr . [Online] 10(June), Διαθέσιμο
Στη: <http://www.iab.gr/default.aspx?pid=3&la=1&si=1&pg=1>
 - G.Xilouris & G.Gardikis & E.Pallis & A.Kourtis,.,2006 . Reverse Path Technologies in Interactive DVB-T Broadcasting.
 - Google support., 2015. Βοήθεια και πληροφορίες για το Google Adwords. support.google.com. [Online] 1 (June), Διαθέσιμο στη: <https://support.google.com/adwords#topic=3119071> [by Google 2015]
 - Κάστρο, Ελίζαμπεθ., 1998. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ HTML ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΙΣΤΟ. Αμερική: Εκδόσεις ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ.
 - Wendy, Willard., 2008. Οδηγός της HTML. Αθήνα: Εκδόσεις Μ. Γκιούρδας
 - Simon, Willison., 2006. Εισαγωγή στη σύγχρονη Javascript. Javascript και Ajax. [Online] 29 (June), Διαθέσιμο στη: <http://www.freestuff.gr/forums/viewtopic.php?t=21175>
[Ανακτήθηκε 13 Μαρτίου 2006]

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγιο

* Απαιτείται

Ποσό χρόνων είστε ; *

- 18-30
- 30-40
- 40- 99

Τι μορφωτικό επίπεδο είστε; *

- Δημοτικό
- Γυμνάσιο
- Λύκειο
- ΤΕΙ/ΑΕΙ
- Άλλο

Σε πια πόλη/χώρα διαμένετε ; *

Ξέρετε τι είναι η διαδραστική διαφήμιση και τις δυνατότητες της ; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν ΝΑΙ σας άρεσε σαν εμπειρία;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Σας άρεσε η διαφήμιση που παρακολούθησατε; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Ήταν εύκολο να περιηγηθείτε μέσα στην διαφήμιση ; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Τι σας άρεσε περισσότερο; *

- Τα κείμενα
- Οι εικόνες
- Το παιχνίδι
- Όλα τα παραπάνω
- Τίποτα

Μάθατε πράγματα για την ΚΡΗΤΗ και για τον μινωικό πολιτισμό; *

- ΝΑΙ
- Τα πιο πολλά τα γνώριζα ήδη

Θα μπαίνατε στην διαδικασία μετά από την προβολή της διαφήμισης να επισκεφθείτε την ΚΡΗΤΗ και να θαυμάσετε τον πολιτισμό της; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Έχω πάει ήδη άλλα θα ξανά πάω
- Δεν νομίζω

Κώδικας HTML εργασίας

HTML

```
<!DOCTYPE html>
```

```
<html>
```

```
<head>
```

```
<title>Crete</title>
```

```
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8" />
```

```
<!-- Add jQuery library -->
```

```
<script type="text/javascript" src="../lib/jquery-1.10.1.min.js"></script>
```

```
<!-- Add mousewheel plugin (this is optional) -->
```

```
<script type="text/javascript" src="../lib/jquery.mousewheel-3.0.6.pack.js"></script>
```

```
<!-- Add fancyBox main JS and CSS files -->
```

```
<script type="text/javascript" src="../source/jquery.fancybox.js?v=2.1.5"></script>
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="../source/jquery.fancybox.css?v=2.1.5"
media="screen" />
```

```
<!-- Add Button helper (this is optional) -->
```

```
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="../source/helpers/jquery.fancybox-
buttons.css?v=1.0.5" />
```

```
<script type="text/javascript" src="../source/helpers/jquery.fancybox-
buttons.js?v=1.0.5"></script>
```

```
<!-- Add Thumbnail helper (this is optional) -->
```

```
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="../source/helpers/jquery.fancybox-
thumbs.css?v=1.0.7" />
```

```
<script type="text/javascript" src="../source/helpers/jquery.fancybox-
thumbs.js?v=1.0.7"></script>
```

```
<!-- Add Media helper (this is optional) -->
```

```
<script type="text/javascript" src="../source/helpers/jquery.fancybox-
media.js?v=1.0.6"></script>
```

```
<script type="text/javascript">
```

```
$(document).ready(function() {
```

```
/*
```

```
* Simple image gallery. Uses default settings
```

```
*/
```

```
$('.fancybox').fancybox({
```

```
'width': 550,
```

```
'height': 520,
```

```
'autoDimensions': false
```

```
});
```



```

/*
 * Different effects
 */

// Change title type, overlay closing speed
$(".fancybox-effects-a").fancybox({
  helpers: {
    title : {
      type : 'outside'
    },
    overlay : {
      speedOut : 0
    }
  }
});

// Disable opening and closing animations, change title type
$(".fancybox-effects-b").fancybox({
  openEffect : 'none',
  closeEffect : 'none',

  helpers : {
    title : {
      type : 'over'
    }
  }
});

// Set custom style, close if clicked, change title type and overlay color
$(".fancybox-effects-c").fancybox({
  wrapCSS : 'fancybox-custom',
  closeClick : true,

```

```
openEffect : 'none',
```

```
helpers : {
```

```
  title : {
```

```
    type : 'inside'
```

```
  },
```

```
  overlay : {
```

```
    css : {
```

```
      'background' : 'rgba(238,238,238,0.85)'
```

```
    }
```

```
  }
```

```
  }
```

```
});
```

```
// Remove padding, set opening and closing animations, close if clicked and disable overlay
```

```
$(".fancybox-effects-d").fancybox({
```

```
  padding: 0,
```

```
  openEffect : 'elastic',
```

```
  openSpeed : 150,
```

```
  closeEffect : 'elastic',
```

```
  closeSpeed : 150,
```

```
  closeClick : true,
```

```
  helpers : {
```

```
    overlay : null
```

```
  }
```

```
});
```

```

/*
 * Button helper. Disable animations, hide close button, change title type and content
 */

$('.fancybox-buttons').fancybox({
  openEffect : 'none',
  closeEffect : 'none',

  prevEffect : 'none',
  nextEffect : 'none',

  closeBtn : false,

  helpers : {
    title : {
      type : 'inside'
    },
    buttons: {}
  },

  afterLoad : function() {
    this.title = 'Image ' + (this.index + 1) + ' of ' + this.group.length + (this.title ? ' - ' + this.title :
    "");
  }
});

/*
 * Thumbnail helper. Disable animations, hide close button, arrows and slide to next gallery
 item if clicked
 */

```

```

$('.fancybox-thumbs').fancybox({
  prevEffect : 'none',
  nextEffect : 'none',

  closeBtn : false,
  arrows   : false,
  nextClick : true,

  helpers : {
    thumbs : {
      width : 50,
      height : 50
    }
  }
});

/*
 * Media helper. Group items, disable animations, hide arrows, enable media and button
 helpers.
 */
$('.fancybox-media')
.attr('rel', 'media-gallery')
.fancybox({
  openEffect : 'none',
  closeEffect : 'none',
  prevEffect : 'none',
  nextEffect : 'none',

  arrows : false,
  helpers : {
    media : {},
    buttons : {}
  }
});

```

```

}
});

/*
* Open manually
*/

$("#fancybox-manual-a").click(function() {
$.fancybox.open('1_b.jpg');
});

$("#fancybox-manual-b").click(function() {
$.fancybox.open({
href : 'iframe.html',
type : 'iframe',
padding : 5
});
});

$("#fancybox-manual-c").click(function() {
$.fancybox.open([
{
href : '1_b.jpg',
title : 'My title'
}, {
href : '2_b.jpg',
title : '2nd title'
}, {
href : '3_b.jpg'
}
], {
helpers : {

```

```
thumbs : {  
width: 75,  
height: 50  
}  
}  
});  
});
```

```
});
```

```
</script>
```

```
<style type="text/css">
```

```
.fancybox-custom .fancybox-skin {  
box-shadow: 0 0 50px #222;  
}
```

```
body {
```

```
}
```

```
</style>
```

```
<style>
```

```
a:hover {
```

```
background-color: #cc0909;
```

```
}
```

```
</style>
```

```
<link href="../../../arikh.css" rel="stylesheet" type="text/css">
```

```
</head>
```

```
<body>
```

```
<div id="wrapper">
```

```

<a href="../../untitled.html" title="CLICK" class="fancybox fancybox.iframe" style="font-size: 36px; font-family: 'Bradley Hand ITC'; color: #FFF; text-decoration: none;">
<div id="text"></div>
</a>
</div>
</body>
</html>

```

```

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
<title>Untitled Document</title>
<link href="cssContents.css" rel="stylesheet" type="text/css" /></head>

<body>
<div id="wrapper">
<div id="images"></div>
<div id="text">
<p class="text">Knossos Heraklion</p>
<p>The centre of Minoan civilisation and capital of Minoan Crete lay 5km south of Herakli40on.

```

Knossos flourished for approximately two thousand years. It had large palace buildings, extensive workshop installations and luxurious rock-cut cave and tholos tombs. As a major centre of trade and the economy, Knossos maintained ties with the majority of cities in the Eastern Mediterranean.....<a

[Knossos | Knossos | our place | Municipality of Heraklion](http://www.heraklion.gr/en/ourplace/knossos/knossos.html)

</div>

<div id="game"></div>

<div id="back"></div>

</div>

</body>

</html>

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"

"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">

<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">

<head>

<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />

<title>Untitled Document</title>

<link href="cssContents.css" rel="stylesheet" type="text/css" /></head>

<body>

<div id="wrapper">

<div id="images"></div>

<div id="text">

<p class="text">Phaistos Crete</p>

<p>Phaistos (Greek: Φαιστός), also transliterated as Phaestos, Festos and Latin Phaestus, currently refers to a Bronze Age archaeological site at modern Phaistos, a municipality in south central Crete. Ancient Phaistos was located about 5.6 km (3.5 mi) east of the Mediterranean Sea. The name, Phaistos, survives from ancient Greek references to a city in Crete of that name, shown to be, in fact, at or near the current ruins.....</p>

--->Phaistos<--- </div>


```

<div id="game"><a href="faistos puzzle.html"></a></div>
<div id="back"><a href="map.html"></a></div>
</div>
</body>
</html>

```

```

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
<title>Untitled Document</title>
<link href="cssContents.css" rel="stylesheet" type="text/css" /></head>

```

```

<body>
<div id="wrapper">
<div id="images"></div>
<div id="text">
<p class="text">Zakros Crete</p>
<p>Zakros (Greek: Ζάκρος) is a site on the eastern coast of the island of Crete, Greece,
containing ruins from the Minoan civilization. The site is often known to archaeologists as
Zakro or Kato Zakro. It is believed to have been one of the four main administrative centers
of the Minoans, and its protected harbor and strategic location made it an important
commercial hub for trade to the east.....</p>
<a href="http://en.wikipedia.org/wiki/Zakros" target="_blank">---&gt;Zakros&lt;---</a>
</div>

```

```

<div id="game"><a href="zakros puzzle.html"></a></div>
<div id="back"><a href="map.html"></a></div>
</div>
</body>
</html>

```

```

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
<title>Untitled Document</title>
<link href="cssContents.css" rel="stylesheet" type="text/css" /></head>

<body>
<div id="wrapper">
<div id="images"></div>
<div id="text">
<p class="text">Malia Minoan Palace</p>
<p>To the east of the modern <span id="hc97s9sa3_1">resort</span> is
the <strong>Minoan <span id="hc97s9sa3_2">Palace</span> of Malia</strong>. This is the
third-largest Minoan palace in Crete, built in a wonderful setting near the sea, on the road
linking eastern and central Crete. This palace - the seat, according to myth, of Minos' brother
Sarpedon - was first constructed circa 1900 BC. The already large settlement, some parts of
which are preserved around the palace, thus became a palace-city.....</p>

```

```
<a href="http://www.explorecrete.com/archaeology/malia-palace-EN.html#"
target="_blank">--&gt;Malia Minoan Palace&lt;--</a> </div>
<div id="game"><a href="maliapuzzle.html"></a></div>
<div id="back"><a href="map.html"></a></div>
</div>
</body>
</html>
```

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
<title>Untitled Document</title>
</head>
<body>
</body>
</html>
```

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
<title></title>
<script>
```

```

const PUZZLE_DIFFICULTY = 4;
const PUZZLE_HOVER_TINT = '#009900';

var _stage;
var _canvas;

var _img;
var _pieces;
var _puzzleWidth;
var _puzzleHeight;
var _pieceWidth;
var _pieceHeight;
var _currentPiece;
var _currentDropPiece;

var _mouse;

function init(){
    _img = new Image();
    _img.addEventListener('load',onImage,false);
    _img.src = "faistos.jpg";
}
function onImage(e){
    _pieceWidth = Math.floor(_img.width / PUZZLE_DIFFICULTY)
    _pieceHeight = Math.floor(_img.height / PUZZLE_DIFFICULTY)
    _puzzleWidth = _pieceWidth * PUZZLE_DIFFICULTY;
    _puzzleHeight = _pieceHeight * PUZZLE_DIFFICULTY;
    setCanvas();
    initPuzzle();
}
function setCanvas(){
    _canvas = document.getElementById('canvas');

```

```

    _stage = _canvas.getContext('2d');
    _canvas.width = _puzzleWidth;
    _canvas.height = _puzzleHeight;
    _canvas.style.border = "1px solid black";
}
function initPuzzle(){
    _pieces = [];
    _mouse = {x:0,y:0};
    _currentPiece = null;
    _currentDropPiece = null;
    _stage.drawImage(_img, 0, 0, _puzzleWidth, _puzzleHeight, 0, 0, _puzzleWidth,
_puzzleHeight);
    createTitle("Click to Start Puzzle");
    buildPieces();
}
function createTitle(msg){
    _stage.fillStyle = "#000000";
    _stage.globalAlpha = .4;
    _stage.fillRect(100,_puzzleHeight - 40,_puzzleWidth - 200,40);
    _stage.fillStyle = "#FFFFFF";
    _stage.globalAlpha = 1;
    _stage.textAlign = "center";
    _stage.textBaseline = "middle";
    _stage.font = "20px Arial";
    _stage.fillText(msg,_puzzleWidth / 2,_puzzleHeight - 20);
}
function buildPieces(){
    var i;
    var piece;
    var xPos = 0;
    var yPos = 0;
    for(i = 0;i < PUZZLE_DIFFICULTY * PUZZLE_DIFFICULTY;i++){

```

```

    piece = {};
    piece.sx = xPos;
    piece.sy = yPos;
    _pieces.push(piece);
    xPos += _pieceWidth;
    if(xPos >= _puzzleWidth){
        xPos = 0;
        yPos += _pieceHeight;
    }
}
document.onmousedown = shufflePuzzle;
}
function shufflePuzzle(){
    _pieces = shuffleArray(_pieces);
    _stage.clearRect(0,0,_puzzleWidth,_puzzleHeight);
    var i;
    var piece;
    var xPos = 0;
    var yPos = 0;
    for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
        piece = _pieces[i];
        piece.xPos = xPos;
        piece.yPos = yPos;
        _stage.drawImage(_img, piece.sx, piece.sy, _pieceWidth, _pieceHeight, xPos,
yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
        _stage.strokeRect(xPos, yPos, _pieceWidth,_pieceHeight);
        xPos += _pieceWidth;
        if(xPos >= _puzzleWidth){
            xPos = 0;
            yPos += _pieceHeight;
        }
    }
}

```

```

    document.onmousedown = onPuzzleClick;
}
function onPuzzleClick(e){
    if(e.layerX || e.layerX == 0){
        _mouse.x = e.layerX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.layerY - _canvas.offsetTop;
    }
    else if(e.offsetX || e.offsetX == 0){
        _mouse.x = e.offsetX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.offsetY - _canvas.offsetTop;
    }
    _currentPiece = checkPieceClicked();
    if(_currentPiece != null){

_stage.clearRect(_currentPiece.xPos,_currentPiece.yPos,_pieceWidth,_pieceHeight);
        _stage.save();
        _stage.globalAlpha = .9;
        _stage.drawImage(_img, _currentPiece.sx, _currentPiece.sy, _pieceWidth,
_pieceHeight, _mouse.x - (_pieceWidth / 2), _mouse.y - (_pieceHeight / 2), _pieceWidth,
_pieceHeight);
        _stage.restore();
        document.onmousemove = updatePuzzle;
        document.onmouseup = pieceDropped;
    }
}
function checkPieceClicked(){
    var i;
    var piece;
    for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
        piece = _pieces[i];
        if(_mouse.x < piece.xPos || _mouse.x > (piece.xPos + _pieceWidth) || _mouse.y <
piece.yPos || _mouse.y > (piece.yPos + _pieceHeight)){

```

```

        //PIECE NOT HIT
    }
    else{
        return piece;
    }
}
return null;
}
function updatePuzzle(e){
    _currentDropPiece = null;
    if(e.layerX || e.layerX == 0){
        _mouse.x = e.layerX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.layerY - _canvas.offsetTop;
    }
    else if(e.offsetX || e.offsetX == 0){
        _mouse.x = e.offsetX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.offsetY - _canvas.offsetTop;
    }
    _stage.clearRect(0,0,_puzzleWidth,_puzzleHeight);
    var i;
    var piece;
    for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
        piece = _pieces[i];
        if(piece == _currentPiece){
            continue;
        }
        _stage.drawImage(_img, piece.sx, piece.sy, _pieceWidth, _pieceHeight,
piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
        _stage.strokeRect(piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth,_pieceHeight);
        if(_currentDropPiece == null){
            if(_mouse.x < piece.xPos || _mouse.x > (piece.xPos + _pieceWidth) || _mouse.y
< piece.yPos || _mouse.y > (piece.yPos + _pieceHeight)){

```



```

    resetPuzzleAndCheckWin();
}
function resetPuzzleAndCheckWin(){
    _stage.clearRect(0,0,_puzzleWidth,_puzzleHeight);
    var gameWin = true;
    var i;
    var piece;
    for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
        piece = _pieces[i];
        _stage.drawImage(_img, piece.sx, piece.sy, _pieceWidth, _pieceHeight,
piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
        _stage.strokeRect(piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth,_pieceHeight);
        if(piece.xPos != piece.sx || piece.yPos != piece.sy){
            gameWin = false;
        }
    }
    if(gameWin){
        setTimeout(gameOver,500);
    }
}
function gameOver(){
    document.onmousedown = null;
    document.onmousemove = null;
    document.onmouseup = null;
    initPuzzle();
    window.location = "end.html";
}
function shuffleArray(o){
    for(var j, x, i = o.length; i; j = parseInt(Math.random() * i), x = o[--i], o[i] = o[j], o[j]
= x);
    return o;
}

```

```

</script>
<style type="text/css">
<!--
#ttyp {
    background-color: #F00;
    height: 500px;
    width: 500px;
    margin-right: auto;
    margin-left: auto;
}
-->
</style></head>

<body onLoad="init();">
<div id="ttyp">
<canvas id="canvas"></canvas>
<a href="map.html"></a></div>
</body>

</html>

```

```

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
<title>Crete</title>
<link href="css3.css" rel="stylesheet" type="text/css" /></head>

```

```

<body>
<div id="wrapper">
  <div id="text">

    <h1 class="text">Enter The Contest For a Trip To Crete <span class="text2">FillIn You
Details</span> </h1>

    <p>
      <label for="firstname">Name:</label>
      <input name="firstname" type="text" id="firstname" value="" size="20" />
    </p>
    <p>

      <label for="surname">Surname:</label>
      <input name="surname" type="text" id="surname" value="" size="20"
maxlength="200" />
      <br />
    </p>
    <p> E-Mail:
<input type="email" id="email" name="email" maxlength="200" value="" size="20" />
      <label for="telephone"><br />
      <br />
      Phone:</label>
      <input name="telephone" type="text" id="telephone" value="" size="20"
maxlength="50" />
    </p>
    <form id="form1" name="form1" method="post" action="">
      <label>
        <input type="submit" name="we" id="we" value="Send" />
      </label>
    </form>
  <p>&nbsp;</p>

```

```
</div>
<div id="images"></div>
</div>
</body>
</html>
```

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
  <title></title>
  <script>
```

```
    const PUZZLE_DIFFICULTY = 4;
    const PUZZLE_HOVER_TINT = '#009900';
```

```
    var _stage;
    var _canvas;
```

```
    var _img;
    var _pieces;
    var _puzzleWidth;
    var _puzzleHeight;
    var _pieceWidth;
    var _pieceHeight;
    var _currentPiece;
    var _currentDropPiece;
```

```
    var _mouse;
```

```
    function init(){
      _img = new Image();
```

```

    _img.addEventListener('load',onImage,false);
    _img.src = "kvosos.jpg";
}
function onImage(e){
    _pieceWidth = Math.floor(_img.width / PUZZLE_DIFFICULTY)
    _pieceHeight = Math.floor(_img.height / PUZZLE_DIFFICULTY)
    _puzzleWidth = _pieceWidth * PUZZLE_DIFFICULTY;
    _puzzleHeight = _pieceHeight * PUZZLE_DIFFICULTY;
    setCanvas();
    initPuzzle();
}
function setCanvas(){
    _canvas = document.getElementById('canvas');
    _stage = _canvas.getContext('2d');
    _canvas.width = _puzzleWidth;
    _canvas.height = _puzzleHeight;
    _canvas.style.border = "1px solid black";
}
function initPuzzle(){
    _pieces = [];
    _mouse = {x:0,y:0};
    _currentPiece = null;
    _currentDropPiece = null;
    _stage.drawImage(_img, 0, 0, _puzzleWidth, _puzzleHeight, 0, 0, _puzzleWidth,
_puzzleHeight);
    createTitle("Click to Start Puzzle");
    buildPieces();
}
function createTitle(msg){
    _stage.fillStyle = "#000000";
    _stage.globalAlpha = .4;
    _stage.fillRect(100,_puzzleHeight - 40,_puzzleWidth - 200,40);
}

```

```

    _stage.fillStyle = "#FFFFFF";
    _stage.globalAlpha = 1;
    _stage.textAlign = "center";
    _stage.textBaseline = "middle";
    _stage.font = "20px Arial";
    _stage.fillText(msg, _puzzleWidth / 2, _puzzleHeight - 20);
}
function buildPieces(){
    var i;
    var piece;
    var xPos = 0;
    var yPos = 0;
    for(i = 0; i < PUZZLE_DIFFICULTY * PUZZLE_DIFFICULTY; i++){
        piece = {};
        piece.sx = xPos;
        piece.sy = yPos;
        _pieces.push(piece);
        xPos += _pieceWidth;
        if(xPos >= _puzzleWidth){
            xPos = 0;
            yPos += _pieceHeight;
        }
    }
    document.onmousedown = shufflePuzzle;
}
function shufflePuzzle(){
    _pieces = shuffleArray(_pieces);
    _stage.clearRect(0,0,_puzzleWidth,_puzzleHeight);
    var i;
    var piece;
    var xPos = 0;
    var yPos = 0;

```

```

for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
    piece = _pieces[i];
    piece.xPos = xPos;
    piece.yPos = yPos;
    _stage.drawImage(_img, piece.sx, piece.sy, _pieceWidth, _pieceHeight, xPos,
yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
    _stage.strokeRect(xPos, yPos, _pieceWidth,_pieceHeight);
    xPos += _pieceWidth;
    if(xPos >= _puzzleWidth){
        xPos = 0;
        yPos += _pieceHeight;
    }
}
document.onmousedown = onPuzzleClick;
}
function onPuzzleClick(e){
    if(e.layerX || e.layerX == 0){
        _mouse.x = e.layerX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.layerY - _canvas.offsetTop;
    }
    else if(e.offsetX || e.offsetX == 0){
        _mouse.x = e.offsetX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.offsetY - _canvas.offsetTop;
    }
    _currentPiece = checkPieceClicked();
    if(_currentPiece != null){
        _stage.clearRect(_currentPiece.xPos,_currentPiece.yPos,_pieceWidth,_pieceHeight);
        _stage.save();
        _stage.globalAlpha = .9;

```



```

        _stage.drawImage(_img, _currentPiece.sx, _currentPiece.sy, _pieceWidth,
        _pieceHeight, _mouse.x - (_pieceWidth / 2), _mouse.y - (_pieceHeight / 2), _pieceWidth,
        _pieceHeight);
        _stage.restore();
        document.onmousemove = updatePuzzle;
        document.onmouseup = pieceDropped;
    }
}
function checkPieceClicked(){
    var i;
    var piece;
    for(i = 0; i < _pieces.length; i++){
        piece = _pieces[i];
        if(_mouse.x < piece.xPos || _mouse.x > (piece.xPos + _pieceWidth) || _mouse.y <
piece.yPos || _mouse.y > (piece.yPos + _pieceHeight)){
            //PIECE NOT HIT
        }
        else{
            return piece;
        }
    }
    return null;
}
function updatePuzzle(e){
    _currentDropPiece = null;
    if(e.layerX || e.layerX == 0){
        _mouse.x = e.layerX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.layerY - _canvas.offsetTop;
    }
    else if(e.offsetX || e.offsetX == 0){
        _mouse.x = e.offsetX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.offsetY - _canvas.offsetTop;
    }
}

```

```

    }
    _stage.clearRect(0,0,_puzzleWidth,_puzzleHeight);
    var i;
    var piece;
    for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
        piece = _pieces[i];
        if(piece == _currentPiece){
            continue;
        }
        _stage.drawImage(_img, piece.sx, piece.sy, _pieceWidth, _pieceHeight,
piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
        _stage.strokeRect(piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth,_pieceHeight);
        if(_currentDropPiece == null){
            if(_mouse.x < piece.xPos || _mouse.x > (piece.xPos + _pieceWidth) || _mouse.y
< piece.yPos || _mouse.y > (piece.yPos + _pieceHeight)){
                //NOT OVER
            }
            else{
                _currentDropPiece = piece;
                _stage.save();
                _stage.globalAlpha = .4;
                _stage.fillStyle = PUZZLE_HOVER_TINT;
                _stage.fillRect(_currentDropPiece.xPos,_currentDropPiece.yPos,_pieceWidth,
_pieceHeight);
                _stage.restore();
            }
        }
    }
    _stage.save();
    _stage.globalAlpha = .6;

```

```

        _stage.drawImage(_img, _currentPiece.sx, _currentPiece.sy, _pieceWidth,
        _pieceHeight, _mouse.x - (_pieceWidth / 2), _mouse.y - (_pieceHeight / 2), _pieceWidth,
        _pieceHeight);
        _stage.restore();
        _stage.strokeRect( _mouse.x - (_pieceWidth / 2), _mouse.y - (_pieceHeight / 2),
        _pieceWidth,_pieceHeight);
    }
    function pieceDropped(e){
        document.onmousemove = null;
        document.onmouseup = null;
        if(_currentDropPiece != null){
            var tmp = {xPos:_currentPiece.xPos,yPos:_currentPiece.yPos};
            _currentPiece.xPos = _currentDropPiece.xPos;
            _currentPiece.yPos = _currentDropPiece.yPos;
            _currentDropPiece.xPos = tmp.xPos;
            _currentDropPiece.yPos = tmp.yPos;
        }
        resetPuzzleAndCheckWin();
    }
    function resetPuzzleAndCheckWin(){
        _stage.clearRect(0,0,_puzzleWidth,_puzzleHeight);
        var gameWin = true;
        var i;
        var piece;
        for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
            piece = _pieces[i];
            _stage.drawImage(_img, piece.sx, piece.sy, _pieceWidth, _pieceHeight,
            piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
            _stage.strokeRect(piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth,_pieceHeight);
            if(piece.xPos != piece.sx || piece.yPos != piece.sy){
                gameWin = false;
            }
        }
    }

```

```

    }
    if(gameWin){
        setTimeout(gameOver,500);
    }
}
function gameOver(){
    document.onmousedown = null;
    document.onmousemove = null;
    document.onmouseup = null;
    initPuzzle();
    window.location = "end.html";
}
function shuffleArray(o){
    for(var j, x, i = o.length; i; j = parseInt(Math.random() * i), x = o[--i], o[i] = o[j], o[j]
= x);
    return o;
}

</script>
<style type="text/css">
<!--
#ttyt {
    background-color: #F00;
    height: 500px;
    width: 500px;
    margin-right: auto;
    margin-left: auto;
}
-->
</style></head>

<body onLoad="init();">

```

```
<div id="ttyp">
<canvas id="canvas"></canvas>
<a href="map.html"></a></div>
</body>

</html>
```

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
<title></title>
<script>
```

```
const PUZZLE_DIFFICULTY = 4;
const PUZZLE_HOVER_TINT = '#009900';
```

```
var _stage;
var _canvas;
```

```
var _img;
var _pieces;
var _puzzleWidth;
var _puzzleHeight;
var _pieceWidth;
var _pieceHeight;
var _currentPiece;
var _currentDropPiece;
```

```
var _mouse;
```

```

function init(){
    _img = new Image();
    _img.addEventListener('load',onImage,false);
    _img.src = "malia.jpg";
}
function onImage(e){
    _pieceWidth = Math.floor(_img.width / PUZZLE_DIFFICULTY)
    _pieceHeight = Math.floor(_img.height / PUZZLE_DIFFICULTY)
    _puzzleWidth = _pieceWidth * PUZZLE_DIFFICULTY;
    _puzzleHeight = _pieceHeight * PUZZLE_DIFFICULTY;
    setCanvas();
    initPuzzle();
}
function setCanvas(){
    _canvas = document.getElementById('canvas');
    _stage = _canvas.getContext('2d');
    _canvas.width = _puzzleWidth;
    _canvas.height = _puzzleHeight;
    _canvas.style.border = "1px solid black";
}
function initPuzzle(){
    _pieces = [];
    _mouse = {x:0,y:0};
    _currentPiece = null;
    _currentDropPiece = null;
    _stage.drawImage(_img, 0, 0, _puzzleWidth, _puzzleHeight, 0, 0, _puzzleWidth,
_puzzleHeight);
    createTitle("Click to Start Puzzle");
    buildPieces();
}
function createTitle(msg){

```

```

    _stage.fillStyle = "#000000";
    _stage.globalAlpha = .4;
    _stage.fillRect(100,_puzzleHeight - 40,_puzzleWidth - 200,40);
    _stage.fillStyle = "#FFFFFF";
    _stage.globalAlpha = 1;
    _stage.textAlign = "center";
    _stage.textBaseline = "middle";
    _stage.font = "20px Arial";
    _stage.fillText(msg,_puzzleWidth / 2,_puzzleHeight - 20);
}
function buildPieces(){
    var i;
    var piece;
    var xPos = 0;
    var yPos = 0;
    for(i = 0;i < PUZZLE_DIFFICULTY * PUZZLE_DIFFICULTY;i++){
        piece = {};
        piece.sx = xPos;
        piece.sy = yPos;
        _pieces.push(piece);
        xPos += _pieceWidth;
        if(xPos >= _puzzleWidth){
            xPos = 0;
            yPos += _pieceHeight;
        }
    }
    document.onmousedown = shufflePuzzle;
}
function shufflePuzzle(){
    _pieces = shuffleArray(_pieces);
    _stage.clearRect(0,0,_puzzleWidth,_puzzleHeight);
    var i;

```

```

var piece;
var xPos = 0;
var yPos = 0;
for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
    piece = _pieces[i];
    piece.xPos = xPos;
    piece.yPos = yPos;
    _stage.drawImage(_img, piece.sx, piece.sy, _pieceWidth, _pieceHeight, xPos,
yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
    _stage.strokeRect(xPos, yPos, _pieceWidth,_pieceHeight);
    xPos += _pieceWidth;
    if(xPos >= _puzzleWidth){
        xPos = 0;
        yPos += _pieceHeight;
    }
}
document.onmousedown = onPuzzleClick;
}
function onPuzzleClick(e){
    if(e.layerX || e.layerX == 0){
        _mouse.x = e.layerX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.layerY - _canvas.offsetTop;
    }
    else if(e.offsetX || e.offsetX == 0){
        _mouse.x = e.offsetX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.offsetY - _canvas.offsetTop;
    }
    _currentPiece = checkPieceClicked();
    if(_currentPiece != null){
        _stage.clearRect(_currentPiece.xPos,_currentPiece.yPos,_pieceWidth,_pieceHeight);
        _stage.save();

```



```

        _stage.globalAlpha = .9;
        _stage.drawImage(_img, _currentPiece.sx, _currentPiece.sy, _pieceWidth,
_pieceHeight, _mouse.x - (_pieceWidth / 2), _mouse.y - (_pieceHeight / 2), _pieceWidth,
_pieceHeight);
        _stage.restore();
        document.onmousemove = updatePuzzle;
        document.onmouseup = pieceDropped;
    }
}
function checkPieceClicked(){
    var i;
    var piece;
    for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
        piece = _pieces[i];
        if(_mouse.x < piece.xPos || _mouse.x > (piece.xPos + _pieceWidth) || _mouse.y <
piece.yPos || _mouse.y > (piece.yPos + _pieceHeight)){
            //PIECE NOT HIT
        }
        else{
            return piece;
        }
    }
    return null;
}
function updatePuzzle(e){
    _currentDropPiece = null;
    if(e.layerX || e.layerX == 0){
        _mouse.x = e.layerX - _canvas.offsetLeft;
        _mouse.y = e.layerY - _canvas.offsetTop;
    }
    else if(e.offsetX || e.offsetX == 0){
        _mouse.x = e.offsetX - _canvas.offsetLeft;

```

```

    _mouse.y = e.offsetY - _canvas.offsetTop;
}
_stage.clearRect(0,0,_puzzleWidth,_puzzleHeight);
var i;
var piece;
for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
    piece = _pieces[i];
    if(piece == _currentPiece){
        continue;
    }
    _stage.drawImage(_img, piece.sx, piece.sy, _pieceWidth, _pieceHeight,
piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
    _stage.strokeRect(piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth,_pieceHeight);
    if(_currentDropPiece == null){
        if(_mouse.x < piece.xPos || _mouse.x > (piece.xPos + _pieceWidth) || _mouse.y
< piece.yPos || _mouse.y > (piece.yPos + _pieceHeight)){
            //NOT OVER
        }
        else{
            _currentDropPiece = piece;
            _stage.save();
            _stage.globalAlpha = .4;
            _stage.fillStyle = PUZZLE_HOVER_TINT;
            _stage.fillRect(_currentDropPiece.xPos,_currentDropPiece.yPos,_pieceWidth,
_pieceHeight);
            _stage.restore();
        }
    }
}
_stage.save();
_stage.globalAlpha = .6;

```

```

        _stage.drawImage(_img, _currentPiece.sx, _currentPiece.sy, _pieceWidth,
        _pieceHeight, _mouse.x - (_pieceWidth / 2), _mouse.y - (_pieceHeight / 2), _pieceWidth,
        _pieceHeight);
        _stage.restore();
        _stage.strokeRect( _mouse.x - (_pieceWidth / 2), _mouse.y - (_pieceHeight / 2),
        _pieceWidth,_pieceHeight);
    }
    function pieceDropped(e){
        document.onmousemove = null;
        document.onmouseup = null;
        if(_currentDropPiece != null){
            var tmp = {xPos:_currentPiece.xPos,yPos:_currentPiece.yPos};
            _currentPiece.xPos = _currentDropPiece.xPos;
            _currentPiece.yPos = _currentDropPiece.yPos;
            _currentDropPiece.xPos = tmp.xPos;
            _currentDropPiece.yPos = tmp.yPos;
        }
        resetPuzzleAndCheckWin();
    }
    function resetPuzzleAndCheckWin(){
        _stage.clearRect(0,0,_puzzleWidth,_puzzleHeight);
        var gameWin = true;
        var i;
        var piece;
        for(i = 0;i < _pieces.length;i++){
            piece = _pieces[i];
            _stage.drawImage(_img, piece.sx, piece.sy, _pieceWidth, _pieceHeight,
            piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth, _pieceHeight);
            _stage.strokeRect(piece.xPos, piece.yPos, _pieceWidth,_pieceHeight);
            if(piece.xPos != piece.sx || piece.yPos != piece.sy){
                gameWin = false;
            }
        }
    }

```

```

    }
    if(gameWin){
        setTimeout(gameOver,500);
    }
}
function gameOver(){
    document.onmousedown = null;
    document.onmousemove = null;
    document.onmouseup = null;
    initPuzzle();
    window.location = "end.html";
}
function shuffleArray(o){
    for(var j, x, i = o.length; i; j = parseInt(Math.random() * i), x = o[--i], o[i] = o[j], o[j]
= x);
    return o;
}

</script>
<style type="text/css">
<!--
#ttyt {
    background-color: #F00;
    height: 500px;
    width: 500px;
    margin-right: auto;
    margin-left: auto;
}
-->
</style></head>

<body onLoad="init();">

```

```
<div id="ttyp">
<canvas id="canvas"></canvas>
<a href="map.html"></a></div>
</body>

</html>
```

CSS

```
#BOX {
    height: 400px;
    width: 240px;
    margin-right: auto;
    margin-left: auto;
    text-align: center;
    font-size: 36px;
    background-image: url(eikones/piso.jpg);
}

.fancybox-custom #BOX p .fancybox.fancybox.iframe {
    color: #FFF;
    text-decoration: none;
    font-family: "Bradley Hand ITC";
}

.fancybox-custom #BOX p .fancybox.fancybox.iframe {
    font-size: 24px;
}

.fancybox-custom #BOX #eikona {
    font-size: 30px;
```

```

}
.fancybox-custom #BOX #text {
}

#wrapper {
    background-image: url(eikones/piso.jpg);
    height: 400px;
    width: 240px;
    margin-right: auto;
    margin-left: auto;
}
#wrapper #text {
    text-align: center;
}
#wrapper #eikona2 {
    width: 240px;
}
#wrapper #eikona2 {
    width: 240px;
}
#wrapper {
    background-color: #cc0909;
    height: 500px;
    width: 500px;
    margin-right: auto;
    margin-left: auto;
}
#wrapper #text1 {
    color: #FFF;
    font-family: "Bradley Hand ITC";
}

```

```

        font-size: 72px;
        padding-left: 15px;
    }
    .text {
        font-size: 48px;
    }
    #wrapper #images {
        background-color: #CC0909;
        border-top-width: 4px;
        border-bottom-width: 4px;
        border-top-style: solid;
        border-bottom-style: solid;
        border-top-color: #FFF;
        border-bottom-color: #FFF;
    }
    #wrapper #text2 {
        font-family: "Bradley Hand ITC";
        color: #FFF;
        font-size: 150px;
        text-align: right;
    }
    #wrapper #text3 {
        height: 70px;
        margin-right: auto;
        margin-left: auto;
    }
    #wrapper #text1 a {
        color: #FFF;
        text-decoration: none;
        font-family: "Bradley Hand ITC";
    }
    #wrapper #text2 a {

```

```
        color: #FFF;
        text-decoration: none;
    }

#wrapper {
    background-color: #cc0909;
    height: 500px;
    width: 500px;
    margin-right: auto;
    margin-left: auto;
}

#wrapper #text {
    background-color: #000;
    font-family: "Bradley Hand ITC";
    font-size: 40px;
    color: #FFF;
    margin-right: 15px;
    margin-left: 15px;
}

#wrapper #image {
    height: 180px;
    width: 500px;
    margin-top: 30px;
}

#wrapper #text2 {
    height: 130px;
}

#wrapper {
    height: 500px;
```



```
        width: 500px;
        margin-right: auto;
        margin-left: auto;
        background-image: url(eikones/telikh-selida.gif);
    }
#wrapper #text {
    height: 250px;
    font-family: "Bradley Hand ITC";
    font-size: 18px;
    color: #FFF;
    text-align: right;
    padding-right: 30px;
    padding-top: 10px;
}
#wrapper #images {
    width: 500px;
}
.text {
    font-size: 22px;
    font-weight: bold;
}
.text2 {
    font-size: 16px;
}
h1 {
    letter-spacing: 1px;
}
```

```
#wrapper {
```

```

        background-color: #cc0909;
        height: 500px;
        width: 500px;
        margin-right: auto;
        margin-left: auto;
    }
#wrapper #images {
    background-color: #FFF;
    height: 300px;
    width: 210px;
    float: left;
    margin-top: 40px;
    margin-right: 20px;
    margin-bottom: 20px;
    margin-left: 20px;
}
#wrapper #text {
    background-color: #FFF;
    width: 220px;
    float: right;
    height: 440px;
    margin-top: 40px;
    margin-right: 20px;
    text-align: left;
    font-family: "Bradley Hand ITC";
    padding-right: 5px;
    padding-bottom: 5px;
    padding-left: 5px;
    font-size: 17px;
}
.text {
    font-size: 20px;

```

```
        font-weight: bold;
    }
#wrapper #text a {
    text-decoration: none;
    color: #CC0909;
    text-align: center;
}
#wrapper #game {
    background-color: #FFF;
    width: 210px;
    height: 59px;
    float: left;
    margin-top: 10px;
    margin-right: 20px;
    margin-left: 20px;
}
#wrapper #back {
    height: 59px;
    width: 104px;
    float: left;
}
```