

# Работа с изображения и медии

## Въведение

Минавали ли сте някога покрай билборд, който привлича вниманието ви? Какво ще кажете за онези рекламни самолети, прелитащи над плажа? Ние сме потопени в едно визуално общество с графики и символи. Начинаещите фотографи вече могат безболезнено да прехвърлят снимки по електронен път и да създават собствени визуални файлове. Домашните видеоклипове се гледат от милиарди хора по целия свят. Медия манията е в челните редици, особено в Световната глобална мрежа, поради силата на изображенията.

Важен аспект от дизайна на една уеб страница е създаването и обработката на вашите изображения. Когато търсите в Мрежата, ще откриете сайтове, които съдържат ефектни графики, които доставят желаното послание. Когато създавате собствена уеб страница, първо вземете решение за целите и публиката на тази уеб страница и след това започнете да събирате и създавате необходимата медия. Тази медия трябва да съвпада с посланието, така че да не обърква публиката. Каква медия може да използвате? Нека видим.

## Лого (logo)

Логото е търговска марка, текст или символ, който представлява една компания, организация или лице. Логото представлява посланието или целта на компанията. То може да включва изображение, текст или символ. Можете ли да помислите за логота във вашата среда? Ето няколко примера:



Ето едно лого, което използва само символ. Познахте ли? Да, Windows!



Ето едно лого, което използва само текст със стил. Познахте ли? Разбира се, Halo!



XBOX 360.

Ето едно лого, което използва текст и символ. Познахте ли? Лесно, XBOX 360!

Вижте този сайт: Разпознавате ли тези логота от магазина за хранителни стоки?  
<http://www.generalmills.com/corporate/brands/category.aspx?catID=19406&groupID=19406>

## Защо да създаваме лого?

Едно лого ускорява обработването на паметта, като оставя по-голямо въздействие върху публиката. Умовете ни ще си припомнят изображението по-лесно,

отколкото, ако беше само текст. Публиката тогава автоматично ще свърже този символ с продукта или услугата на компанията. Логото е "първото впечатление" за една компания; то доставя трайно послание без всички детайли по средата.

## Проектиране на лого

Първо, помислете за целите на компанията. Ако компанията набляга на запазване на естествените ресурси, какви цветове и форми ви идват на ум? Възможните форми за това лого биха били зелени, кафяви и естествени. Ако мисията на компанията е да създаде мислещи играчки за деца, бихте могли да използвате основни цветове с основни геометрични форми. Преди да започнете работа, разберете каква ще бъде публиката и къде ще бъде използвано логото (мрежата и / или печат). Вашата цел е да създадете лого, което е уникално и свързано с тази компания.

След като имате изградена идея за компанията, можете да започнете да създавате опростен дизайн. Логотата трябва да бъдат опростени за лесно разпознаване. Не забравяйте, логото е първоначалния поздрав, а не реч. Вашето окончателно лого за Мрежата ще бъде малко и с резолюция между 72 брой точки на инч (dpi) и 96 dpi. Други формати като цвят, черно-бяло и резолюция за печат не са задължителни.

Когато се направи както трябва, едно лого е най-простият начин за формиране на асоциация на името-към продукта.

В този сайт има примери за лого И можете да създадете "професионално" лого!  
<http://www.logoease.com/LogoSamples.aspx>

## Банери

Уеб сайтовете са покрити с пъстроцветни банери, някои се използват като заглавия, други като реклами, а трети изискват да бъдат кликнати с мишката.

Банерите са форма на реклама в Световната глобална мрежа и са предназначени за привличане на трафик към този определен уеб сайт.

Има три вида банери:

### 1. Статични



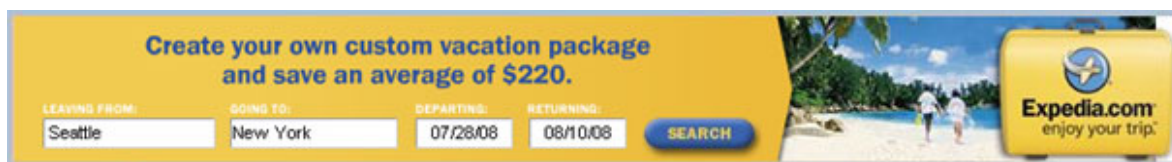
Това е пример за статичен банер. Статичните банери са създадени за заглавието на уеб страница и е възможно да съдържат бизнес логото.

## 2. Анимирани



Това е пример за анимирани банери. Стрелките, текстът и обектите се движат, за да уловят погледа на потребителя.

## 3. Интерактивни



Това е пример за интерактивен банер. Този вид банер изисква от потребителя да кликне на бутон, като "OK."

Често банерите са предназначени за рекламни кампании. Компаниите желаят висок коефициент на кликания (CRT-click-through ratio), които ще доведат до високи продажби. Коефициентът на кликания (CRT) се базира на броя потребителски кликания върху банера за събиране на допълнителна информация. За да подобрите коефициента на кликания (CTR), използвайте ярки цветове и думи в получер (bold), добавете думата "безплатно"(free), използвайте стимул за кликания върху банера и направете посланието опростено и кратко.

Вижте този сайт! В него има ценна информация за спецификации на банер и идеи за дизайн:  
<http://en.440network.com/advertise/guide.php>

За банери със стандартни размери посетете: <http://www.simplygraphix.com/bannersizes.html>

За повече ресурси относно банери посетете: <http://www.bannermakerpro.com/links.html>

## Бутони

Бутоните са ключови компоненти в уеб дизайна за навигация или връзка към други ресурси (като страници, сайтове, видеоклипове или документи). Бутоните могат да бъдат с различни форми и да съдържат текст и / или изображения.

Когато създавате уеб страница, скицирайте дизайна си, включително навигационната област с бутони. Използвайте последователност във форма и цвят, която да допълни вашия дизайн.

Това са примери за различни стилове бутони:



Когато използвате бутони във вашия уеб дизайн, последователността е от жизнено значение за вашата тема. Ако уеб страницата е визуално болезнена за гледане с твърде много цветове, форми на бутони или анимации, зрителят незабавно ще излезе. За достъп до безплатни бутони, използвайте любимия си браузър, за да потърсите "безплатни уеб бутони" (Free Web buttons). Ще бъдете изумени!

## Ролоувър (Rollovers)

Ролоувър се отнася до промяната във външния вид, когато потребител позиционира показалеца на мишката върху графичен бутон, текст или изображение. Тази промяна може да се изразява в изскачаща дума, описваща функцията на бутона или промяна в изображението (цвят, избледняване, увеличение). Ролоувърите помагат на потребителя при навигация и добавят движение към един уеб сайт.

Този урок показва как да използвате побутване (nudge) и вътрешна сянка, за да създадете ролоувър бутон. Тези техники дават илюзията, че бутонът е натиснат.

<http://www.pegaweb.com/tutorials/rollover-buttons/rollover-buttons.htm>

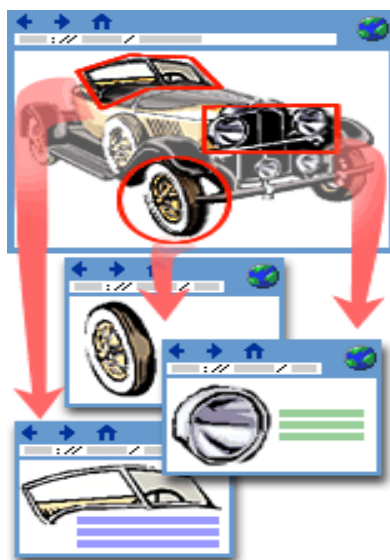
## Карти на изображение (Image Maps)

Картата на изображение (image map) е друго устройство за навигация в уеб сайт, потребителят кликва върху различни части от изображението, за да осъществи

достъп до различни уеб страници в рамките на сайта. Това е креативен начин за навигация, но дизайнерът трябва да има предвид следното:

- Картата на изображение може да бъде по-голяма от набор бутони за навигация, което може да доведе до по-бавно зареждане.
- Потребителят може да е изключил графиките в своя браузър или да използва текстово базиран браузър, не забравяйте да предвидите алтернативен начин за навигация.
- За да може една търсачка да получи достъп до всички уеб страници в уеб сайта, поставете текстови връзки и други малки графики на всички страници, за да бъдат всички страници лесни за намиране.

Това е пример за карта на изображение:



<http://en.wikipedia.org/wiki/ImageMap>

Потребителят кликва върху една част от колата в изображението и бързо бива отправан към друга уеб страница, която разказва за тази част!

### **Рязане на изображение (Image Slicing)**

Едно от предизвикателствата за интегриране на графики в уеб страници е това, че големите графики водят до бавно зареждане. Рязането на изображения (Image slicing) може да помогне да разрешите този проблем. Рязането на изображение е процесът на разделяне на едно изображение на по-малки правоъгълници, наречени резени (slices). Всеки резен се поставя в една клетка от HTML таблица, след което се оптимизира за създаване на най-малкия размер на файл. Чрез този процес качеството на изображението се запазва.

Това са примери от процеса на рязане на изображение (Image slicing):

<http://www.graphicwebdesign.net/content/view/20/26/1/2/>

[http://www.imagecure.com/example\\_optimization.html](http://www.imagecure.com/example_optimization.html)

## Видове графични файлове и употреба

Всеки тип файл е създаден, за да съхранява специфични видове данни и типа файл обикновено е означен чрез разширението на името на файла, няколко букви, след точката в името на файла. Например, файл, който завършва с .txt е създаден, за да съхранява текст.

При проектиране на уеб сайт ще се натъкнете на три типа графични файлове: GIF (.gif), JPEG (.jpeg или .jpg), и PNG (.png).

### GIF

Файловият тип **GIF** (Graphics Interchange Format – Формат за обмен на изображения) е предназначен за прости графики и анимации. Въведен е от CompuServe в края на 1980г. и сега се използва в целия Интернет. Това е 8-бита за пиксел растерно изображение и използва палитра от до 256 цвята. GIF файлът поддържа анимации и позволява палитра от 256 цвята за всяка рамка.

Уеб дизайнерите често избират GIF файлов формат, поради преносимостта и широката му приемственост. GIF файловете са компресирани чрез процес без загуба на данни, наречен LZW (Lempel-Ziv-Welch), в който файлът се намалява без загуба на качеството.

GIF файлът е страхотен за лого, проста рисунка с линии, графики с плътни цветове и прости анимации.

### JPEG (JPG)

Файловият тип **JPEG** (Joint Photographic Experts Group – Обединение на експертите фотографи) е предназначен за снимки за плавни тонове и различни нюанси. Той е завършен в края на 1990 г. и сега е най-често срещаният тип файл за цифрови апарати. На свой ред JPEG също така се използва за снимки в уеб дизайна.

Файловият формат JPEG използва метод на компресия със загуби. Това позволява на изображението да загуби част от качеството си, което не може да бъде възстановено. Обикновено тази загуба не може да се забележи в Мрежата, освен ако изображението не е компресирано няколко пъти.

Очевидно, един уеб дизайнер ще избере JPEG файлът за снимки в уеб сайта си.

## **PNG**

Файловият тип **PNG** (Portable Network Group - Преносими мрежови графики) е създаден, за да подобри и замени GIF файла. Той е завършен през 1995 г. и популярността му расте. Той е проектиран за прехвърляне на изображения в Мрежата, така че поддържа RGB цветова палитра и сиви (grayscale) изображения. Това е формат на растерно (bitmap) изображение, което е способно на компресия на данни без загуба (lossless). Този файлов тип поддържа статични изображения и се използва за анимации.

Файловият тип PNG е чудесен избор за съхранение на изображения, които съдържат щрихова графика (line art), текст или други изображения с остри ръбове.

За повече графични файлови формати, моля посетете:

<http://www.webstyleguide.com/graphics/formats.html>

## **Сканиране**

Скенерът е външно устройство, което може да копира и обработва печатни материали и да ги конвертира в растерен формат. Този процес е полезен в уеб дизайна. Дизайнерът може да намери рисунка или снимка, която е подходяща за уеб сайта; затова сканирането на тези ресурси може бързо и лесно да форматира изображенията за използване в Мрежата.

При използване на скенер дизайнерът трябва да помисли за изходната точка на сканирането. В този случай изходната точка е за видео монитор (компютър), така че резолюцията трябва да съвпада с желания размер на изображението.

Обърнете се към този уеб сайт за спецификации на резолюцията:

<http://www.scantips.com/basics1c.html>

Също така, трябва да се вземе предвид режима на сканиране по време на сканирането, което е изключително важно. Избирането на подходящ режим осигурява добър резултат с управляем файлов размер.

### **Режими на сканиране**

#### **Щрихова графика – Line Art (Черно-бяла)**

Можете ли да се сетите за рисунка, която сте създали с молив, химикал или черен маркер? Това е щрихова графика (line art). Графична колекция (clip art), която е черно-бяла, е друг пример за щрихова графика. Потребителят може да избира различни режими на сканиране. В този случай ще бъде избран режим за щрихова графика. Този режим ще сканира на 1-бит дълбочина и 2-цветно ниво (черно-

бяло). Крайният размер на файла ще бъде минимален, поради липса на цветови вариации. Например, сканирането на цяла страница от щрихова графика (или текст) ще възлезе на 1 MB памет, в сравнение с цвят на 25 MB (сканирано на 300 dpi). Също така, режима за щрихова графика е добър избор за .pdf файлове. Истинската полза от сканирането в режим на щрихова графика е в малкия размер на файл и бързото зареждане на уеб страницата.

### **Полутонове (Halftones)**

Списания, вестници, книги и брошури се принтират със структура от различни по размер точки, за да се улови изгледа на дадено фотографско изображение, използвайки само 4 цвята (СМΥК) или само черно (в случая черно-бяла снимка). За да получите високо качество, уверете се, че резолюцията е зададена на 300 dpi. Ако зададете по-ниска резолюция, може да видите структурата от точки.

### **Ниво на сивото (Grayscale)**

В grayscale режим (скала на сивото) има 256 тона на сивото, които са предназначени да работят най-добре върху изображения. Черно-бели снимки и черно-бели полутонове (списание, книга или изображения от вестник) трябва да се сканират в grayscale режим. Понякога сканирането на щрихова графика ще доведе до назъбени краища. Ако това е нежелано, сканирането в grayscale режим може да смекчи краищата. Това се нарича anti-aliasing (изглаждане на назъбванията). Щрихово изображение, предназначено за видео екран е много подходящо за grayscale, записано като GIF файл и намалено до 8 цвята, за запазване на anti-aliasing.

### **Цвят**

Ако материалът, който ще се сканира, е цветна снимка или полутоново изображение, изберете цветен режим. Скенерът улавя изображението, използвайки цветния режим на RGB (червено, зелено и синьо). Това е режимът на сканиране по подразбиране, тъй като повечето сканиран материал е цветни снимки.

### **Истински цвят (True Color)**

При сканиране в режим на истински цвят (true color), скенерът ще копира всеки тон, нюанс и оттенък на една сложна графика или снимка. Червеното, зеленото и синьото имат поне 256 тона всеки, като създават 16 777 216-цветна палитра. Лошото в този режим е в размера на файла, което може да доведе до продължително зареждане на уеб страницата.

### **Засичане на цвят (Spot Color)**



Режимът spot color (засичане на цвят) позволява на потребителя да сканира определен цвят от едно изображение. Тази функция може да бъде жизненоважна за банери и бутони за съвпадение на цветови схеми.

## Палитри (Palettes)

Крайният приоритет при сканиране е палитрата с цветовете. Най-често уеб дизайнерът ще избере уеб палитрата. Ще разгледаме уеб, системна и оптимизирана палитра.

**Уеб палитра (Web):** Световната глобална мрежа е стандартизирала предварително определена палитра от 256 цвята. Това се показва като куб 16 x 16 x 16 с 4,096 цвята. Тези цветове би трябвало да се показват последователно във всеки един браузър и са безопасни за мрежата.



<http://www.morecrayons.com/palettes/webSmart/>

**Системна палитра (System):** Системната палитра съдържа цветовете стойности, които понастоящем могат да бъдат показани от устройството, което се използва.

**Оптимизирана палитра (Optimized):** Оптимизираната палитра е палитра с определени избрани цветове. Дизайнерът може да иска да намали дълбочината на цвета до 8-бита, което е 256 цвята. Това ще намали размера на файла. Това е често срещано при GIF изображения и анимации.

## Цифрова фотография

Цифровата фотография е форма на фотография, която използва цифрова технология, за да създава цифрови изображения на обекти. Цифровите изображения могат да бъдат визуализирани, принтирани, обработвани, предавани и съхранявани, чрез използване на компютърни техники. Цифровата фотография вече не е само за професионалисти; камери има на мобилните телефони, видеокамери и стативи. Те са в ръцете на млади и стари, начинаещи и професионалисти.

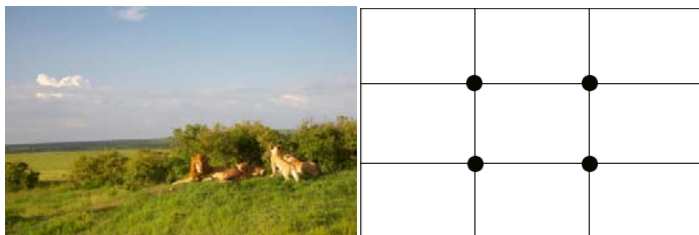
Днес повечето снимки се снимат за документации, не за истинска висококачествена стойност. Нека разгледаме някои техники и концепции, които ще помогнат в създаването на висококачествени изображения.

## Техники и концепции

**Рамкиране (Factor Framing):** Когато е установена точката на интерес, създайте естествена рамка, за да заградите обекта. Например, едно дърво може да бъде естествена рамка за портрет. Рамкирането (Factor framing) създава “неоновия знак” който казва, “Виж ме!”



**Правило на третините (Rule of Thirds):** Това е добре известно композиционно правило, което изхвърля обекта от центъра на снимката. Представете си снимка, разделена на девет равни части. Обектът трябва да е поставен в една от четирите пресичащи се точки. Тази асиметрична композиция е приятна за окото на зрителя.



**Leading Room:** Тази концепция е идеята, че зрителят иска да види накъде отива движещ се обект, а не къде е бил. Например, куотърбек, който хвърля топката трябва да бъде на дясната една трета линия от снимката. Зрителят иска да види, къде е хвърлена топката.



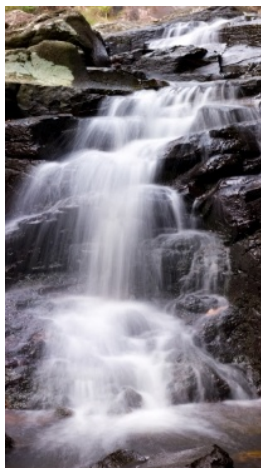
**Фон (Background):** Когато правите снимка, трябва да сте наясно какво има зад точката на интерес. Сливането, което се случва, когато обект от фона се слива визуално с обекта, е възможно, ако фонът се игнорира. Снимката трябва да е опростена без разсейване във фона.



**Осветление (Lighting):** Зазоряване и здрач са идеалното време, за да правите снимки. Заснемане по обяд или при ярка слънчева светлина ще доведе до груби сенки. Снимането в ясен ден води до красиви цветове в обектите ви. Ако снимките са направени в затворени помещения, използвайте колкото се може повече естествена светлина и избягвайте директна светкавица.



**Ориентация (Orientation):** Тази техника се отнася за положението на камерата: портретна или пейзажна ориентация. Вертикалният (портретен) формат подчертава височината и поради това е подходящ за водопад или изправен човек. Хоризонталният (пейзажен) формат подобрява ширината, така че е добър за пейзажи или група от хора.



## Филми и аудио файлове

Досега потребителите вече са открили, че Мрежата е жизнеспособно място за всички видове медия, включително видео и музика. Когато планирате уеб сайт, видеото или музикалното парче може да е елементът, който добавя привлекателност или допълва посланието ви. Преди да добави този вид медия, дизайнерът трябва да вземе предвид размера на файла. Видео и музикалните файлове може да забавят достъпа до един сайт и да доведат до излизане на зрителя от сайта. Вместо да вграждате тези файлове в уеб сайта, предложете връзка (link) към желаня видео или музикален файл, което може да елиминира забавянето!

Видео форматите включват Windows Media (WMV), AVI, филмови файлове (MPEG или MPG), QuickTime (QT и MOV) и Flash Video Files (FLV). Когато видеото е готово да бъде записано, изберете "Web video." Това ще компресира видео файла до 320 x 240 формат.

Аудио файловете формати включват WAV, AIF, MP3, Real Audio (RA, RAM, или RPM) и QuickTime (QT или QTM). Тези файлове могат да бъдат възпроизведени от повечето браузъри. Ако имате нужда да конвертирате един аудио файл, за да бъде възпроизведен от сайта ви, следният сайт предоставя лесен инструмент за конвертиране. Той също така конвертира други видове медия, като изображения, видео и документи!

За конвертиране на файл, опитайте това:  
<http://youconvertit.com/ConvertFiles.aspx>

## Ресурси за изображения

## Графична колекция (Clip Art)

Microsoft Clip Art on Office Online

<http://office.microsoft.com/en-us/clipart/default.aspx>

Barry's Clip Art (Графични колекции на Бари)

<http://www.barrysclipart.com>

Безплатни анимации

<http://www.free-animations.co.uk/>

Безплатни бутони

<http://www.freebuttons.com/>

## Снимки

Microsoft Clip Art on Office Online

<http://office.microsoft.com/en-us/clipart/default.aspx>

Flickr

<http://www.flickr.com/>

MorgueFile

<http://www.morguefile.com/>

Ditto

<http://www.ditto.com/>

Google, Yahoo Images

<http://images.google.com/imghp?hl=en&tab=wj>

<http://www.yahoo.com/>

## Видео

YouTube

<http://youtube.com>

Online Video Gallery (Онлайн видео галерия)

<http://onlinevideogallery.com/>

## Аудио

Microsoft Clip Art on Office Online

<http://office.microsoft.com/en-us/clipart/default.aspx>

Безплатни аудио клипове

<http://freeaudioclips.com/>

Free Play Music (Безплатна музика)

<http://freeplaymusic.com>

Безплатни звукови файлове

[http://www.wyomingwebdesign.com/files/pages/free\\_sound\\_files.html](http://www.wyomingwebdesign.com/files/pages/free_sound_files.html)



## Авторско право

Когато използвате изображения от други източници, не забравяйте първо да проверите законите за авторско право. Когато гледате изображения, слушате музика, или гледате филми в Мрежата, предположете, че те не са обществено достояние. Вместо това, искайте разрешение от създателя или отидете в сайт, който предоставя безплатни ресурси, специално за обществено ползване. Доктрината за справедлива употреба позволява използването на малко количество от даден файл. Следните три сайта ще предоставят информацията относно законите за авторското право.

Обърнете се към тези сайтове за информацията относно законите за авторско право за изображения: <http://www.uvsc.edu/copyright/copyrightfor/images.html>  
<http://www.biovisuals.com/copyright.html>  
[http://fairuse.stanford.edu/Copyright\\_and\\_Fair\\_Use\\_Overview/chapter9/index.html](http://fairuse.stanford.edu/Copyright_and_Fair_Use_Overview/chapter9/index.html)

## Персонализиране на изображения

Изображенията са записани във файл, но някои от тях все още имат нужда от промени или персонализиране. Нека разгледаме някои възможности и инструменти, които ще помогнат в обработването на изображения.

### Слоеве и групиране (Layers and Grouping)

Слоят (layer) е прозрачна виртуална страница, на която се поставя обект или обекти в една рисунка. Обекти, поставени на слоя, скриват обектите, които са на слоевете под тях. Слоевите са чудесен инструмент за добавяне на повече обекти към едно изображение и да се скрият другите.

Групирането (grouping) е акт на избор и определяне на обекти, така че да бъдат третирани като един обект за целите на мащабиране, обработване и дори промяна на атрибути. Групирането също така е полезно, когато потребителят трябва да копира и поставя (copy and paste) няколко обекта, след което да ги придвижи заедно.

### Пътека (Path)

Пътека (path) е векторна линия или обект, определени от серия точки за закрепване (anchor points) и сегменти, които могат да бъдат прави или извити. За редактиране или промяна на пътеки, потребителят ще избере инструмента "Direct selection" и ще кликне върху отделни точки за закрепване (anchor point). Преместването на точките за закрепване ще манипулира пътеката до желаните дизайн на линия.

## **Трансформация (Transform)**

Трансформацията е процеса на манипулиране или промяна на даден обект. Потребителят може да върти (rotate), отразява (reflect), мащабира (scale), опъва (stretch) и изкривява (skew) даден обект. Инструментите запълване (Fill) и запълване на градиент (Gradient Fill) също имат възможност за трансформация за позициониране на положението и посока на запълване. Трансформацията е чудесна възможност за използване, когато работите с растерни изображения, които имат нужда от малки промени.

## **Резолуция (Resolution)**

Говорихме за резолюция в раздела за сканиране; не забравяйте, че резолюцията е броя пиксели на едно изображение. Високата резолюция води до по-добро качество на изображението. Но също така води и до по-голям размер на файла. Можете да манипулирате резолюцията на изображението за изходна точка; в този случай 72 dpi или 96 dpi би било добър избор за видео екрани.

## **Разпределение (Distribute)**

Разпределението е акт на организиране на три или повече обекта в рамките на дадено пространство (вертикално или хоризонтално), така че разстоянията между тях да са равни. (Обектите може да са разпределени на базата на разстояния между техните краища или центрове.) Това е удобно, когато се опитвате да подредите текст или обекти, които се нуждаят от едно и също количество пространство между тях.

## **Б-Сплайн (B-Spline)**

Инструментът B-Spline позволява на дизайнера да създаде пътеки на Безие (Bezier paths) (сегменти, контролирани от точки за закрепване), като поставя серия от точки за закрепване в посоката, която дизайнерът иска пътеката да следва. Пътеките могат да бъдат добавени към изображения, за да манипулират или подчертават обекти или текст.

## **Меню външен вид (Appearance Menu)**

Инструмент за избор на цвят (Color Picker): Този инструмент се използва за избор на цвят за пълнежи (fills) и щрихи (strokes), цветовете за градиенти и пълнежи за изображения.

Бързи мостри (Quick Swatches): Това са кръгове с цвят, които са били използвани преди това (любими цветовете или цвотова схема). Мострите (swatches) се появяват като палитра в меню Appearance (Външен вид).

Пълнеж (Fills): Има различни пълнежи (fills), включително плътни (solid), градиент (засенчени) и пълнежи на изображения (растерен модел). При употреба на какъвто и да е пълнеж (fill), дизайнерът може да избере неговата прозрачност (opacity) и размер на щрих (stroke) и стил.

Ефекти: Тази опция може да придаде на вашето изображения нов облик или само леко подобряване. Това може да е сянка (drop shadow), размазване (blur) или смяна на цвета.

## Клипинг маск (Clipping Mask)

„Clipping mask” е функция, където една форма може да прикрие области в друг обект. Пътеки и форми могат да бъдат clipping masks. Например, ако сте искали модел на пълнеж от правоъгълник в текста ви, можете да използвате clipping mask.

## Текст

Дизайнерът може да добави текстов обект (векторна графика, която съдържа печатни знаци, които са редактируеми) към дадено изображение. Текстът може да добави яснота и наблягане към посланието в изображението.

## Платно (Canvas)

Платното е фоновата част, в която е зададено или създадено изображението. Потребителят може да увеличи или намали платното в съответствие с промяна или нужда за манипулация на изображението.

## Експортиране (Exporting)

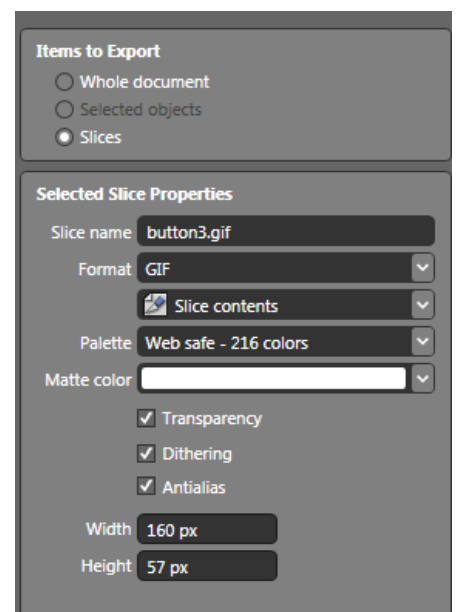
Готовото изображение може да се наложи да бъде експортирано в специален формат, в зависимост от желаната употреба.

GIF: Дадено изображение може да бъде експортирано като GIF файл с корекции в следните опции:

Палитра (Palette): Изберете цвят по избор от Web safe-216, оптимизиран-256 или grayscale (ниво на сивото) - 256.

Матов цвят (Matte color): Изберете цвят от падащото меню на Matte color (Матов цвят) за фона на вашето файлово изображение.

Прозрачност (Transparency): Поставете отметка на това квадратче, за да поддържате прозрачен фон зад производението ви.





Трептене (Dithering): Поставете отметка на това квадратче, за да получите по-гладки градиенти.

Anti-alias: Поставете отметка на това квадратче, за да получите по-гладки изображения.

Ширина и височина (Width and Height): Задайте височина и ширина на експортираното изображение. Обектите ще се мащабират пропорционално на промените в ширина и височина. Ако промените тези свойства, оригиналните стойности ще се покажат в скоби до свойствата.

JPEG: Дадено изображение може да бъде експортирано в JPEG файлов тип като направите следните настройки:

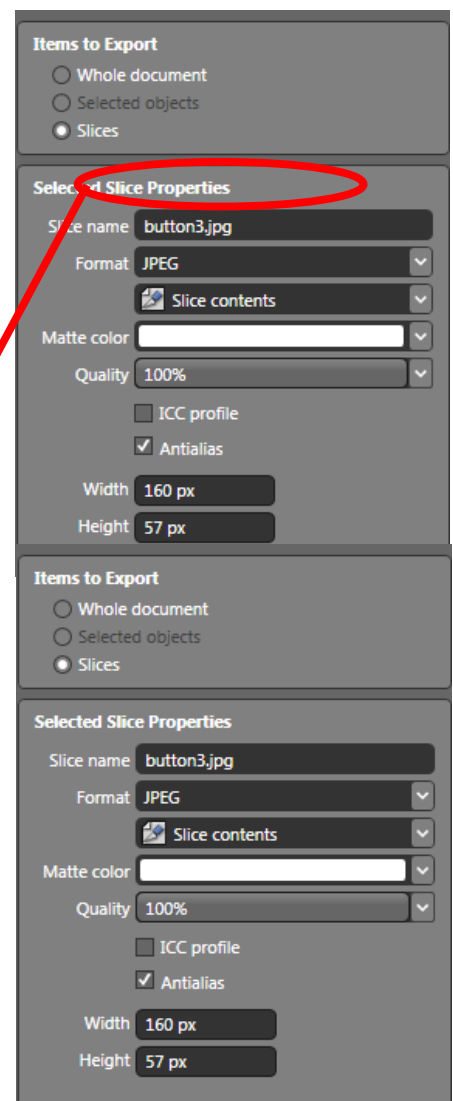
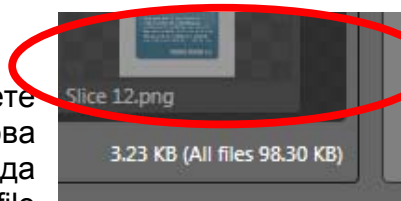
Матов цвят (Matte color): Изберете цвят от падащото меню на Matte color (Матов цвят) за фона на вашето файлово изображение.

Качество (Quality): Задайте качеството на вашите файлове на изображение (Високо (High), Средно (Medium) и Ниско (Low)). Колкото по-високо е качеството, толкова по-голям е експортирания файл на изображението.

ICC profile: Поставете отметка на това квадратче, за да включите ICC profile (International Color Consortium-Международен цветови консорциум) за цветовете, които използва производението. ICC profiles позволяват на компютрите да показват цветове, които изглеждат еднакво на различни монитори. Употребата на ICC profile увеличава размера на вашето изображение.

Anti-alias: Поставете отметка на това квадратче, за да получите по-гладко изображение.

Ширина и височина (Width and Height): Задайте височина и ширина на експортираните изображения. Обектите ще се мащабират пропорционално на промените в ширина и височина. Ако промените тези свойства, оригиналните стойности ще се покажат в скоби до свойствата.



## **Резюме**

Този раздел се отнася за използване и манипулиране на изображения и медия, в уеб дизайна. Такива изображения като банери, бутони, графични карти, графични колекции (clip art) и снимки могат да бъдат използвани за изпращане на послание към публиката. Разделът предоставя различни примери и уеб сайтове за подпомагане на един успешен дизайн.

Този раздел също така обсъди три различни типове файлове на изображения (GIF, JPEG и PNG) и кога трябва да бъдат използвани. Това е от значение при сканиране, цифрова фотография и експортиране на изображение.

И най-накрая, този раздел обяснява инструменти и техники, с които могат да се манипулират изображения за даден уеб сайт. Дизайнерът ще научи специални инструменти за персонализиране на изображения за подпомагане на конкретно послание към публиката.